

SOMMELIER *Veneto*



MIXOLOGY

Welcome to

i.Am
è realizzata
con materie
plastiche
riciclabili al
100%



Il vino non è mai stato così smart.

i.Am enolution unisce un design smart, giovane e moderno a una tecnologia innovativa, frutto di un grande impegno progettuale. È un prodotto unico, all'avanguardia sia per le soluzioni tecniche adottate, sia per il profilo estetico.



RISPARMIO ENERGETICO

i.Am enolution è un rivoluzionario monolite, unico nel suo genere, con caratteristiche di solidità e inerzia termica

- azzeramento dispersione dall'interno verso l'esterno e viceversa
- classe A
- prima cantinetta ad essersi adeguata alla nuova normativa EU
- **isolamento totale con un notevole risparmio dei consumi di esercizio**

New Wine City

i.Am enolution, la cantinetta frigo di nuova generazione



MASSIMA SILENZIOSITÀ

Il nuovo innovativo sistema di refrigerazione riduce la rumorosità al minimo

- gestione intelligente della ventilazione in 2 stadi distinti
- 3 posizioni di funzionamento: normal, booster, **silence** ed **ECO**



TEMPERATURE "SU MISURA"

Sempre precise, costanti e regolabili

- possibilità di scelta fra evaporazione ventilata o statica
- gestione flussi di aria fredda con suddivisione della cantinetta in settori con diversi livelli di temperatura



CONQUISTA DELLO SPAZIO

Flessibilità e funzionalità degli spazi espositivi

- sistema modulare disponibile in tre diverse altezze, per ogni esigenza di spazio
- sfruttamento ottimale dello spazio interno
- massima capacità
- **configurabile con diversi abbinamenti di colori e di cornice**

i.Am[®]
enolution
iam-enolution.com



100% Made in Italy

ENOFRIGO S.P.A. - Tel. +39 049 5798041 - info@enofrigo.it - www.enofrigo.it

L'ALTRA

Copertina



illustrazione di Ganna Demchenko reinterpretata da Fabio Gabrielli

MIXOLOGY

di Marco Aldegheri

Ho passato l'estate cimentandomi maldestramente con improbabili preparazioni di Gin Tonic, complice un graditissimo dono di Andrea, un caro amico, che ringrazio perché non avrei salvato la faccia se non fosse stato per l'eccelsa qualità del suo gin.

Arrivato l'autunno il bottiglione di 3 litri, che per rispetto non chiamo Jeroboam, è rimasto vuoto, e io sedotto e abbandonato. Così quando qualche sera fa mi è capitato di sostare davanti a un barman vero, non ho potuto evitare di provare un sano senso di invidia per quella ostentata sicurezza nell'armeggiare con ghiaccio, shaker e ammenicoli vari. Più ancora credo fosse invidia per quella fiducia incondizionata che tutti poniamo nelle mani di quell'uomo elegante con le bottiglie in pugno, in attesa che arrivi al tavolo la creazione che allietterà le ore più tarde.

Il barman è sempre rassicurante, c'è poco da fare, e ha una ricetta per tutto. Un po' come il farmacista, che sa sempre quali rimedi opporre alle nostre sventure, e la notte del barman ne è piena. Non sappiamo se l'intruglio funzionerà, eppure il papillon nero come il camice bianco ci conforta, ci fa già sentire bene, è consolazione ora per l'anima e ora per il corpo.

Come per una buona medicina c'è una formula, ci sono i principi attivi, c'è una posologia, e ci sono pagine e pagine di letteratura di mixology dove

un Negroni, come un'Aspirina, lo puoi fare in un solo modo. O quasi.

Uno sconfinato mondo di certezze insomma quello dei miscelati, ben lontano dall'infinita serie di variabili che al contrario accompagna il servizio di una bottiglia di vino, la sua evoluzione nel tempo e tutti gli effetti del lavoro oscuro speso per renderlo unico quell'anno, in quel territorio, in quella cantina.

Se misuriamo la facilità di approccio del consumatore, il cocktail vince sul vino a tavolino perché per i più è buono e basta, non pretende l'impegno e l'attenzione di un vino che invece va capito, va servito nel modo giusto, magari anche sopportando la guida di un borioso sommelier. Uno

scenario tutt'altro che rassicurante!

Non solo, se il barman è sempre al centro ed è una componente attiva dell'esperienza sensoriale, il sommelier al massimo è un buon supporto, "l'anello di congiunzione con il consumatore" si dice, che diventa il prezioso garante della qualità, ma pur sempre del lavoro altrui. Il bravo barman da par suo ha sempre il controllo della situazione, il sommelier a volte neanche di sé stesso, così la mia indivia non può che continuare a crescere mentre rimetto il mio drink.

Non è difficile notare come oggi sempre più i due ruoli si misurino l'un altro: il sommelier alla ricerca di un ruolo più attivo e rassicurante nel gioco delle parti, il barman desideroso di carpire le dinamiche di una comunicazione oggettivamente più creativa e collaudata nel mondo della sommellerie. Un confronto che sta attraversando la ristorazione e il pianeta *spirits* in lungo e in largo, e che non di rado ha per teatro anche l'abbinamento al cibo. Quanto basta per meritare un approfondimento anche su queste pagine di *Sommelier Veneto* che una volta tanto, ci perdonerete, starà al gioco e si contaminerà odorando quel vento sottile che chiamiamo tendenza. Nel frattempo vado a vedere se trovo un'oliva.

"Sommelier e barman: due ruoli che si misurano a vicenda"



Aldegheri

presidente@aisveneto.it

ASTORIA

W I N E S

l'Arte del Prosecco



#ASTORIA WINES



WWW.ASTORIA.IT



IN QUESTO NUMERO

- | | | | |
|----|---|----|--|
| 05 | IL DECANter
La parola al Presidente | 46 | SPIRITO LIBERO
Arrigo Cipriani e il mondo visto dal banco dell'Harry's Bar |
| 08 | NEWS | 50 | THE BIG APPLE MIX
Sulle strade di New York, dove nascono le mode |
| 10 | BENVENUTI NELL'ERA DELLA MIXOLOGY
Origine e prospettive | 56 | COCKTAIL A CENA
Abbinare le pietanze ai miscelati non è più un sacrilegio |
| 18 | IL GIN TONIC PERFETTO
Varianti e ricette della medicina diventata il più diffuso long drink | 63 | DIVENTARE BARTENDER
I consigli di Samuele Ambrosi |
| 24 | IL VERMOUTH. LA RINASCITA
Dal Martini al Negroni, il vino aromatizzato che ha fatto storia | 67 | LA BIRRA
Piccoli birrifici crescono |
| 30 | DISTILLARE LA VITA
Ritratto di Vittorio Gianni Capovilla | 68 | MONDOLIO
Viaggio tra gli extravergine |
| 36 | GRAPPE DI FRONTIERA
I distillatori veneti tra tradizioni, orgoglio e nuove idee | 69 | L'ALAMBICCO
Distillati d'autore |
| 42 | ENOVITÀ
Ultime uscite in enoteca | 70 | LIBRI
Il vino nero su bianco |
| | | 72 | LA SCIABOLATA
Aprire gli occhi e ritrovarsi sovversivi |

"Cos'è un classico?"

T. S. Eliot



2012
TRE BICCHIERI
GAMBERO ROSSO

2013
TRE BICCHIERI
GAMBERO ROSSO

2014
ARGUABLY THE HIGHEST
QUALITY IN VALDOBBIADENE
CHRISTIE'S
TRE BICCHIERI
GAMBERO ROSSO

2015
92/100 ROBERT
PARKER
THE WINE ADVOCATE

2017
PREMIO SPECIALE
BOLLICINE DELL'ANNO
GAMBERO ROSSO
92/100 ROBERT PARKER
IF I HAD TO STOCK MY PANTRY WITH
JUST ONE PROSECCO SUPERIORE
FOR THE REST OF MY LIFE,
THIS WOULD BE THAT WINE

2018
TRE BICCHIERI
GAMBERO ROSSO

2011
TRE BICCHIERI
GAMBERO ROSSO
THE BEST PROSECCO
AVAILABLE TODAY
WINE ETHUSIAST

2008
ESPRIME L'ANIMO
PIÙ PROFONDO
DEL TERRITORIO
VINI D'ITALIA

1999
L'ESSENZA
DI VALDOBBIADENE
COME ZONA E
COME VINO
DANIEL THOMASES

1996
DI GRAN LUNGA
IL MIGLIOR
PROSECCO
SUL MERCATO
FRANKFURTER
ALLGEMEINE ZEITUNG

Giustino B.

RUGGERI

VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE



VINETIA: SEMPRE PIÙ LA GUIDA DI RIFERIMENTO

Tante le novità per l'edizione 2018: dall'accordo con la Regione Veneto al sigillo da mettere sulle bottiglie

Vinetia si conferma sempre più uno strumento fondamentale per la promozione dei vini e del territorio veneto. Con la quarta edizione, online dallo scorso ottobre, ha debuttato anche una nuova collaborazione con la Regione Veneto, che ha messo a disposizione la guida sia sul portale dell'Ente che sulla piattaforma del turismo regionale. Una collaborazione nata grazie anche alle caratteristiche originarie di Vinetia, ovvero la geolocalizzazione e la consultazione multilingua: italiano, inglese, tedesco, spagnolo e russo. Un'attenzione al crescente interesse che i vini veneti riscuotono presso il pubblico straniero, ai consumatori ma, soprattutto, alle cantine che hanno un nuovo modo per raccontarsi oltre i confini nazionali.

L'edizione 2018 riserva anche altre novità, come gli abbinamenti gastronomici provati sul campo, grazie alla collaborazione col network Ristoranti che Passione. In guida sono infatti già disponibili più di 2.000 proposte di abbinamento, di cui 767 firmate da ristoranti aderenti al circuito, ai quali è possibile collegarsi direttamente dalla guida grazie a un link attivo. Da quest'anno, inoltre, per tutti i vini premiati con la massima valutazione dei 4 Rosoni sarà disponibile un sigillo adesivo da apporre sulla bottiglia. Infine è stata ulteriormente migliorata l'interfaccia grafica con una nuova rappresentazione del profilo degustativo di ogni singolo vino, che aiuterà l'utente a leggere in modo più immediato i punti di forza di ogni etichetta.

www.vinetia.aisveneto.it



L'ARCHITETTURA DEL VINO: VITTORIO SGARBI A 300% WINE EXPERIENCE

Domenica 11 marzo torna a Villa Emo di Vedelago il grande appuntamento AIS. Ospite d'onore il critico ferrarese

Sarà il rapporto tra architettura, arte e vino il tema dell'edizione 2018 di 300% Wine Experience, il principale appuntamento annuale della nostra Associazione in programma per domenica 11 marzo. Un tema suggerito dalla stessa location che ospita l'evento, la meravigliosa Villa Emo di Fanzolo di Vedelago. Nella dimora che il nobile veneziano Leonardo Emo commissionò nel 1558 ad Andrea Palladio troveranno spazio come di consueto degustazioni, seminari e banchi d'assaggio.

Ad aprire i lavori un convegno sul tema dell'Architettura del vino che vedrà come protagonista il critico d'arte Vittorio Sgarbi. Con la sua verve certo non mancherà di intrattenere gli ospiti sul tema del rapporto nella storia dell'arte tra l'uomo e il nettare di Bacco.

Il tutto prima di lasciare voce ai veri protagonisti della giornata: i vini delle cento migliori cantine regionali secondo i giudizi dei degustatori che hanno redatto la guida Vinetia di AIS Veneto. Trecento imperdibili etichette che, per tutta la giornata, sarà possibile degustare ai banchi d'assaggio. Il programma completo dell'evento sarà disponibile a breve sul sito www.aisveneto.it



UNA VERTICALE DI 'A CENGIA CA' LUSTRA PER ALBA VITÆ 2017

L'impegno sociale si rinnova con la delegazione di Rovigo. Fondi a favore dell'Associazione Giovani in Cammino

Torna Alba Vitæ, il progetto di AIS Veneto dedicato al sostegno della vita. Per l'edizione 2017 la delegazione di Rovigo ha selezionato 'A CENGIA Moscato Secco DOC Colli Euganei della cantina Ca' Lustra. Un vino che nasce dalle "cengie", le strette terrazze dei Colli Euganei ricavate dai contadini in secoli di duro lavoro sulle ripide pendici dei monti che circondano la valle Cengolina.

Un vino prezioso che per Alba Vitæ 2017 sarà proposto in un formato ancor più speciale: la magnum che racchiude l'annata 2016 sarà infatti accompagnata a due bottiglie da 750 ml che custodiscono rispettivamente le vendemmie 2014 e 2015. Il ricavato quest'anno sarà devoluto all'associazione di promozione sociale Giovani in Cammino Onlus di Rovigo impegnata nell'assistenza sociale a persone disabili e nella creazione di percorsi che favoriscano il loro benessere, la loro crescita personale, la loro autonomia e indipendenza.

Ancora una volta Alba Vitæ raccoglie un'eccellenza enologica della regione e la eleva a simbolo di passione, dedizione e sensibilità. Un regalo in grado di rappresentare il vero spirito natalizio. Perché come il vino è frutto delle amorose cure dell'uomo, così coltivare la sensibilità umana può far crescere la sensibilità e il rispetto per la vita. Per informazioni e prenotazioni: albavitae@aisveneto.it



PICCOLI SORSI: LA FORMAZIONE SU MISURA DI AIS VENETO

Una proposta rivolta a ristoranti, enoteche e aziende vitivinicole per promuoversi in modo innovativo

Piccoli Sorsi è un'offerta di AIS Veneto dedicata a ristoranti, enoteche o aziende vitivinicole che desiderano promuovere la propria attività attraverso un semplice percorso formativo svolto direttamente nei propri spazi aziendali. Il know-how e le risorse umane di AIS Veneto sono a disposizione per valorizzare la produzione di casa e qualificare il servizio di accoglienza, fidelizzando in modo intelligente il rapporto con la clientela.

Un progetto nato con l'obiettivo di andare incontro alle esigenze di tutti coloro che non hanno la possibilità di frequentare un intero corso di AIS, ma desiderano comunque avvicinarsi al mondo del vino e delle bevande alcoliche con un metodo professionale. Un modo diverso di interpretare la formazione che AIS Veneto vuole offrire ad appassionati e operatori, utilizzando un approccio semplice e diretto. Un percorso breve di soli tre incontri sviluppato attorno ad un tema specifico.

Sono quattro attualmente le proposte, modulabili secondo l'esigenza dell'azienda richiedente: Giù in Cantina - corso di avvicinamento al vino, Stasera a cena - imparare ad abbinare il cibo al vino, Il vino è servito - tutte le regole per un ottimo servizio, Prosit! - approfondimento sui vini Spumanti. Per informazioni contattare il delegato provinciale oppure scrivere a info@aisveneto.it

A close-up photograph of a hand holding a clear glass shaker, tilted to pour a golden, frothy liquid into a glass filled with ice cubes. The background is blurred, showing a bar setting with various bottles and equipment. A thin white line starts from the top left and points towards the shaker.

IN PRIMO PIANO

BENVENUTI NELL'ERA DELLA MIXOLOGY

I cocktail oggi sono sempre più diffusi.
Origine e prospettive di un fenomeno di massa

 di Alessandro Ricci



Il barman moderno? È indaffarato con *jigger* e misurini. Porta con orgoglio barba lunga e baffi a manubrio. Indossa bretelle e vestiti di foggia all'antica. Legge Jerry Thomas - nell'ambiente, soprannominato il Professore, autore nel 1862 del Manuale del vero Gaudente - e sa tutto di gin, vermouth, liquori di ogni dove, mezcal. Si sporca le mani con preparazioni home made e twist - ossia, ripropone con accento personale - i grandi classici. C'è tutto, in questo buffo cliché? No. Dietro la golden age della miscelazione, che ha coinvolto l'Italia quanto il panorama internazionale, c'è molto di più.

“L'origine di questa rinascita sembra temporalmente vicina ma in realtà è cominciata all'inizio degli anni '90 a Londra e ha un padre preciso: Dick Bradsell” racconta il barman Dom Costa, una vera istituzione, autore del libro *Drinkzionario* (Sagep Editori). Se per bere un buon cocktail si dovevano scandagliare i bar degli alberghi più aristocratici, con Bradsell la scena cambia. Partito come barback in un locale piuttosto scalcagnato, la sua fu una rivoluzione estetica (leggi forma del locale) e tecnica (per uso di materie prime fresche, preparazioni home made, palato moderno). Uno dei suoi cocktail più famosi è il Bramble. “Il suo Atlantic Bar and Grill sconvolse le regole del mondo della notte - continua ancora Dom Costa - non era un bar, ma si poteva bere; non era un ristorante, ma si poteva mangiare; non era una discoteca, ma si poteva ballare”. Sulla scia, hanno aperto una serie di locali di tendenza, non solo a Londra. “Quasi in coincidenza, il nostro Francesco Lanfranchi fu chiamato al capezzale di Las Vegas, per far rinascere in quella città la mixology. E nel frattempo Salvatore Calabrese (il barman

Il Jerry Thomas Speakeasy di Roma, considerato uno dei migliori al mondo



italiano più famoso nel mondo, soprannominato non a caso “The Maestro”, nda) divenne famoso per il suo Martini, grazie a un giornalista del The New York Times. Il nobile gin, dimenticato per anni, riprese il suo ruolo di stella polare”. La storia raccontata da Dom Costa si mescola con il lavoro di Dale De Groff, altro padre di questa rinascita, colui che negli anni ‘80 ha riesumato la figura di Jerry Thomas. Così come Sasha Petraske è il capostipite degli *speakeasy* moderni, con il suo Milk & Honey, inaugurato a Manhattan il 31 dicembre 1999. Un luogo che riportava in vita l’atmosfera degli *speakeasy* (dalla totale assenza di insegne, all’ingresso su prenotazione telefonica, dal personale vestito all’antica, alle regole imposte che prevedevano di parlare a bassa voce, e possibilmente mai di argomenti violenti o di cattivo gusto) e dove si beveva benissimo, in controtendenza rispetto alle mode di 15 anni fa: solo frutta fresca centrifugata e spremuta al momento, uso di ghiaccio cristallino, recupero dei grandi classici. Tutto perfetto, *because perfection is in details*.

ALLE ORIGINI DEL COCKTAIL

“Il cocktail è una bevanda alcolica stimolante, composto da spiriti di varia natura, zucchero, acqua e bitters”. È il 13 maggio 1806, quando per la prima volta si attesta l’uso

della parola cocktail, pubblicata sul *The Balance and the Columbian Repository*. Sulle colonne di questo giornale, cosa si descrive se non qualcosa di molto affine ad un Old Fashioned?

In realtà, recentemente è stato ritrovato un nuovo documento che attesta un uso precedente della parola composta da *cock* (gallo) e *tail* (coda). È il 20 marzo 1798 e il *The Morning Post and Gazetteer* racconta di un oste londinese autore di una lista satirica di bevande dedicate a politici del tempo. Nella lista si parla di “cock-tail, volgarmente chiamato Zenzero”. Al tempo lo zenzero era usato come stimolante per i cavalli da galoppo non purosangue, i cosiddetti cocktailed (coda legata). Per estensione, col termine cocktail si indicava uno spirito adulterato, o “miscelato”. Un cocktail, insomma.

Quale che sia il primo utilizzo della parola cocktail - nel mondo della miscelazione le origini dei drink sono spesso confuse (e non per i fumi dell’alcol), e le ricette migliori hanno quasi sempre molteplici padri e infiniti figli - di bevande alcoliche miscelate si era già fatto gran uso nella storia dell’umanità.

È per esempio del 1740 l’introduzione nella Royal Navy britannica della distribuzione ai marinai di rum sporco di infima qualità tagliato con acqua per alleggerirne il grado alcolico, e aromatizzato con spezie, menta,



Dom Costa,
barman e storico dei cocktail

Il brindisi alla fine del proibizionismo
in un secret bar



miele, lime o zucchero, per renderlo più potabile. Era il *grog*, toccasana delle attraversate, chiamato così perché Edward Vernon, il capitano inglese che ne introdusse l'uso, era solito portare un mantello di una ruvida stoffa detta *grogam*.

Di certo, la seconda metà dell'800 è il periodo storico in cui moltissimi dei cocktail immortali - quelli che la stessa IBA, l'International Bartenders Association, definisce *unforgettables* - vengono codificati. Grande merito va al già citato Jerry Thomas. Il suo Manuale del vero Gaudente fotografa nitidamente il panorama del bere della sua era. Manhattan, Martini, Martinez, Old Fashioned, Daiquiri, Mojito. E ancora, Margarita, Sazerac, Ramos Fizz, Vieux Carré, Mint Julep, Gimlet. Sono solo alcuni dei cocktail nati nella seconda metà dell'Ottocento, e ancora oggi nelle carte dei cocktail bar di tutto il globo.

È un'epopea che si dispiega in gran parte negli Stati Uniti d'America - New Orleans per molti versi è la capitale di questa onda alcolica - e che trova nei Caraibi la giusta sponda.

Il 16 gennaio 1919 è una data importante. Negli Stati Uniti entra in vigore il Proibizionismo. Per tredici anni, vendere, importare e trasportare sostanze alcoliche è pratica illegale. Ma sempre professata, ovviamente.

Raccontano i numeri ufficiali che le viscere della Grande Mela fossero traforate da un labirinto di 30.000 locali clandestini, detti *speakeasy*. Gli *speakeasy* si nascondevano nel retrobottega di una drogheria, nello sgabuzzino di un barbiere, dietro porticine anonime; sotto terra, ma anche ai piani alti di hotel e ristoranti di lusso, nascosti da passaggi segreti o con entrate e uscite separate. Si beveva male, il più delle volte: miscele di alcol scadente, che necessitavano di correzioni - sciroppi, succhi, bitter - per essere ingollate. Allo scadere del proibizionismo, martedì 5 dicembre 1933 alle ore 17.27, si ritorna a bere alla luce del sole.

L'ITALIA, IN TUTTO QUESTO

Mentre dall'altra parte dell'Oceano si beve di nascosto negli *speakeasy*, in Italia si vive un periodo di grande creatività, legato al Futurismo. Non tutti sanno che i futuristi, nel loro vortice creativo, arrivarono fino all'arte della miscelazione. "Suddividevano le *polibibite* in categorie - spiega Fulvio Piccinino, barman e storico della miscelazione - dalle *snebbianti* che dovevano liberare la mente da inutili morali, alle *inventine* per avere fulmineamente idee nuove e originali, fino alle *guerra in letto*, per gli incontri amorosi tra

Samuele Ambrosi,
Cloakroom di Treviso (vedi anche a pag. 63)



gli amanti, e le *pace in letto*, quando invece si difettava di “carne umana viva e presente”. Le loro idee furono geniali, e anticiparono di molti anni alcune tendenze ancora attuali della miscelazione”.

Nel frattempo l'Italia ha già visto la nascita del suo cocktail più iconico - il Negroni - nato a Firenze al Caffè Casoni in un giorno incerto compreso tra la fine del 1917 e il 1920, probabilmente sul far della sera. A inventarlo, non un barman, ma un conte elegante e avventuriero, Camillo Negroni, rientrato in patria dopo aver vissuto anni frenetici negli Stati Uniti. Con l'aiuto di un giovane barista, Fosco Scarselli, approdato come barman, nel 1917, alle dipendenze di Gaetano Casoni.

Il Negroni da una parte, i futuristi dall'altra. Ma la miscelazione non è (quasi) mai vissuta in strada. È rinchiusa nello sfarzo degli alberghi di lusso, come d'altronde accade in tutto il resto del mondo. Sarà un barman di Milano, Mirko Stocchetto, a sdoganare la miscelazione dalle hall dorate dei grandi alberghi al bar della strada. Una vera rivoluzione, avvenuta simbolicamente nel 1968, quando Stocchetto rileva il Bar Basso a Milano, in via Plinio, adattando il suo stile al luogo e ai tempi. Stocchetto, scomparso nel novembre 2016 all'età di 85 anni, è anche l'inventore del Negroni Sbagliato, che vede la sostituzione - si narra per sbaglio,

ma fu invece una precisa scelta di marketing legata al tempo - del gin con lo spumante.

BERE MISCELATO IN ITALIA, OGGI

Il barman italiano ha sempre goduto di grande rispetto nel mondo della mixology e, soprattutto dell'hospitality. “Nei grandi bar d'albergo - spiega Samuele Ambrosi, barman raffinato, che potete trovare nel suo Cocktail lab Cloakroom di Treviso - le due scuole riconosciute erano quelle francese e italiana. Con la globalizzazione, abbiamo perso quest'esclusiva. Ma oggi il bartender italiano, anche il più mediocre, ha viaggiato. E viaggiando ha portato un nuovo bagaglio culturale in Italia”.

Generazione Erasmus? Forse. Certo è che i locali dove bere bene si sono moltiplicati, tanto nelle grandi città, quanto in quelle città di provincia. Probabilmente non si è mai bevuto bene come oggi. Il panorama è evoluto in fretta, aggregandosi attorno a trend precisi.

Il primo è la riscoperta dei grandi classici, che significa anche ricerca estrema delle materie prime. Una strada imboccata da moltissimi barman, e che vede nel Jerry Thomas Speakeasy di Roma la sua massima espressione (unico bar italiano nella classifica 2017 del The World's 50 Best Bars).

Il lounge bar Piano35 di Torino



In simbiosi, quasi come una conseguenza naturale, sono sbocciati novelli speakeasy, o secret bar, dove rivivere atmosfere passate. “Anche se in alcuni casi è successo quel che già era accaduto ai Bar Sport di paese - sogghigna Ambrosi - che pensavano di trasformarsi in pub cambiando soltanto l’insegna e aggiungendo una semplice spina di birra”.

L'altra tendenza è invece un rapporto sempre più stretto tra cucina e miscelazione. Quella che alcuni chiamano cucina liquida o *cocktail pairing*. Un percorso non facile, dove le scopiazzature e i facili artifici sono all’ordine del giorno, ma che sta spostando i confini della miscelazione verso nuovi spazi. È il caso di Filippo Sisti, barman geniale del Carlo e Camilla in Segheria di Milano, il migliore d’Italia in questo campo, ma anche di Dario Comini del Nottingham Forest, sempre a Milano, il primo a superare i classici schemi mescolando scienza e miscelazione con la sua mixology molecolare.

Si assiste inoltre ad una grande rivalutazione dei prodotti italiani. Non solo in Italia, ma nel mondo intero. A cominciare dal vermouth, al centro di un vero boom e ingrediente essenziale di molti cocktail. La scuola italiana

è poi famosa per la liquoristica, per la grappa e per i suoi amari. E dove non si era quasi mai applicata - vedi gin, per esempio - sta facendo passi da gigante.

Sebbene sia impossibile trasportare nella miscelazione il concetto di km zero tanto (ab)usato in cucina, c’è tuttavia una tensione analoga. La si scorge nell’uso di prodotti italiani - o addirittura locali, dove per locali si intende strettamente collegati al territorio - abbinati ad

erbe raccolte in loco e spezie. “Ma anche prodotti bio, sostenibili, oppure di piccolissime realtà: tutti fattori che oggi sono un plus, e che fino a pochi anni fa non venivano

“Una grande rivalutazione dei prodotti italiani. Non solo in Italia, ma nel mondo intero”

nemmeno presi in considerazione” spiega Dom Costa.

D'altra parte, l'abbondante uso di preparazioni home made - infusioni, estratti, riduzioni, sciroppi - che caratterizza la miscelazione moderna facilita proprio questo concetto di mixology glocal. Per apprezzare questa strada, e osservare la miscelazione italiana dall’alto del trentacinquesimo piano, occorre andare a Torino, da Mirko Turconi, che lavora all’ultimo piano del Grattacielo Intesa San Paolo progettato da Renzo Piano: un luogo dove la miscelazione sa emozionare.

Mirko Turconi, lounge bar Piano35



IL FUTURO DEL BARMAN (E DELLA MISCELAZIONE)

“Dobbiamo alzare ulteriormente l’asticella - le parole di Samuele Ambrosi sono nette - e capire un passaggio fondamentale. Questa nuova golden age della miscelazione ha portato i più a diventare non *bartender*, ma *drinkmaker*. Sono due figure molto diverse. Si è persa la cultura dell’*hospitality*, che invece era il fiore all’occhiello di noi italiani. Vedo barman che sanno lavorare grandissimi *twist* e poi chiedi un Daiquiri e casca l’asino. Ti sanno creare un *tiki*, ma non un White Lady, un Collins, un Beetwen the sheets, un Martini preparato a regola d’arte”.

Il servizio deve rimanere al centro del focus. Perché quel che finisce nel bicchiere è soltanto una piccola parte dell’esperienza globale che caratterizza la sosta in un bar. Se il cocktail cresce di livello - quasi sempre, con analogo aumento di prezzo - non può scadere il servizio. Siamo di fronte ad un’emergenza sala, tale e quale a quella vissuta nella ristorazione? Forse, ma soltanto in alcuni casi.

“La figura del barman
è sempre la più importante:
è il fulcro dell’esperienza”

Perché i bar più avanzati stanno puntando forte, e lo faranno sempre di più, sul concetto di bar experience. “Occorre creare locali che abbiano un concetto preciso, e che lo sviluppino in ogni dettaglio: dall’ambiente alla comunicazione, dal servizio alla proposta - spiega ancora Samuele Ambrosi - bisogna costruire un’identità totalizzante, per coinvolgere il cliente dentro un progetto e fargli vivere un’esperienza. In questo lavoro, la

figura del barman è sempre la più importante: crea il collante, ed è il fulcro dell’esperienza”. Se a Parigi sono nati locali monotematici - su un solo distillato,

o un solo cocktail - la stessa strada è stata intrapresa anche in Italia. La Punta a Roma tratta soltanto agave (tequila e mezcal). Foodies a Bologna è il primo Bloody Mary bar italiano. Al solo gin sono dedicati più di un locale. Mentre i tiki bar sono sempre più comuni, in Italia e nel mondo.

Tra passato e futuro, grandi classici e cucina liquida, *speakeasy* e *bar experience*. Il mondo della mixology, per natura, non può che essere un miscuglio di tutto questo. Un bellissimo miscuglio.

Gli strumenti del barman



GLOSSARIO DELLA MISCELAZIONE

Back bar o bottigliera: è la scaffalatura su cui si dispongono i liquori.

Bar Fly: frequentatore abituale di bar.

Bartender: termine inglese con cui si indica il barman.

Barback: assistente del bartender.

Barspoon: cucchiaino lungo che serve a mescolare i drink nel mixing glass.

Blender: frullatore utilizzato per fare i blended drinks.

Build: tecnica di costruzione del cocktail che prevede la realizzazione direttamente nel bicchiere di servizio (es. Negroni o Americano).

Collins (John e Tom): long drink a base di gin, succo di limone, zucchero e soda.

Crusta: è l'orlatura di zucchero o sale attorno al bicchiere caratteristica di alcuni drink (es. Margarita).

Fizz: long drink, dall'inglese *to fizz* (sfrigorare), sono una variante dei sour a base di limone e seltz.

Flip: bevanda preparata con aggiunta di uova fresche.

Float: sciroppo o liquore che non si mescola con gli altri ma galleggia o si deposita sul fondo del bicchiere realizzando effetto cromatico particolare (es. Tequila Sunrise).

Ice Ball maker: sfere di silicone per preparare le ice ball.

Jigger: misurino dalle forme e capacità differenti usato per misurare gli ingredienti del cocktail.

Mixing-glass: bicchiere miscelatore in cui si preparano i cocktail che vanno mescolati ma non shakerati.

Pillé: ghiaccio pressato; dopo essere stato triturato finemente, il ghiaccio pillé viene posto nei bicchieri.

Set up: disposizione degli ingredienti e accessori sulla station di lavoro.

Shaker: attrezzo usato per la preparazione dei cocktail, dall'inglese *to shake* (agitare). Gli shaker possono essere di varie forme.

Sour: short drink composto da un liquore di base con aggiunta di succo di limone e zucchero.

Sparkling: cocktail a base di vini frizzanti (Prosecco, Spumante, Champagne).

Straight up: drink serviti senza ghiaccio ma che sono stati in precedenza shakerati o miscelati con ghiaccio.

Stir & Strain: tecnica di costruzione del cocktail che prevede l'utilizzo del mixing glass e successivamente dello strainer per il servizio nella coppetta.

Strainer: passino in acciaio inox utilizzato per trattenere il ghiaccio utilizzato nel mixing glass o nello shaker.

Throwing: tecnica che prevede il travaso a distanza da un mixing a un altro, utile per ossigenare, diluire e rendere meno duro l'impatto alcolico di miscele robuste.



IL GIN TONIC PERFETTO

Varianti e ricette della medicina diventata il più diffuso long drink al mondo. Oggi più in voga che mai

— di Giovanni Angelucci

Nei suoi oltre due secoli di storia il Gin and Tonic ha indossato diversi abiti mantenendo però uno stile unico, fatto di sapori e usi molteplici: nato come medicinale, è diventato il long drink più bevuto al mondo. L'essere così diffuso per certi versi lo ha a tratti svilto. È divenuto il "cocktail di tutti", da ordinare in caso d'indecisione (il che non rappresenta per forza un disvalore), ma se ben fatto, e soprattutto se chi beve sa cosa ha tra le mani, allora riacquista la sua meritata e semplice immensità.

UNA MEDICINA CONTRO LA MALARIA

Il Gin and Tonic (nome che diventerà ufficiale più avanti) inizialmente era un medicinale e la sua storia va indietro fino all'inizio dell'ottocento quando venne adottato come rimedio dalla Royal Navy, la marina inglese, per combattere la febbre mortale che affliggeva le proprie truppe nelle Indie. Ma andiamo per gradi.

All'incirca poco dopo il 1730 gli inglesi scoprirono le reali proprietà della corteccia di cinchona, che il dottor George Cleghorn dell'Esercito Reale ritenne efficace per il trattamento della malaria, tanto da portare il suo "tonico" al chinino in giro per il mondo ovunque si spostassero le truppe.

Ma bisogna andare ancora più indietro ed arrivare nei Paesi Bassi per scoprirne le origini. È qui infatti che, intorno alla metà del seicento, Francisco Della Boe, medico dell'Università di Leida, creò il primo gin, o meglio il jenever, preparato partendo dall'infusione delle bacche

di ginepro e altre botaniche in alcol d'origine cerealicola successivamente distillato, da utilizzare come rimedio per i problemi digestivi. Per questo qualunque dizionario interpellato, così risponde alla parola gin: [voce ingl., accorciamento di geneva, dall'oland. genever «ginepro»].

Da qui in avanti, gli inglesi iniziarono a produrne la propria versione, mantenendo dapprima la parola fiamminga *genever*, accorciandola poi con la parola *gen* che infine divenne gin. Con la nascita dell'impero britannico il gin poté diffondersi in tutto il mondo. Ma è ancora di gin in quanto distillato che stiamo parlando. Quand'è che si è evoluto a cocktail?

Dicevamo che è alla fine del XVIII secolo che la marina inglese cominciò a distribuire il chinino alle proprie truppe contro la malaria. Sapete qual è il suo gusto? Meglio non chiederselo. Per contrastarne lo spiccato amaro e renderlo bevibile, pensarono di aggiungere alla miscela di acqua e chinino il gin, che la corona certo non faceva mai mancare: così nacque il primo Gin and Tonic, o meglio la sua forma primordiale. E il limone? Sempre di medicina si tratta: lo scorbuto colpiva i marinai a cui mancava la vitamina C e questo portò la marina ad approvvigionarsi di limoni lungo le proprie rotte marittime. Se la matematica non era una opinione neanche allora, il tonico, il gin e il limone diedero origine al cocktail più bevuto dell'epoca moderna.

STILE BRITISH, MA NON SOLO

Facevamo cenno all'immensità che questo cocktail può raggiungere se ben preparato da mani sapienti, da

Alfio Liotta, Belmond Grand Hotel Timeo di Taormina



barman che sanno porgli il rispetto che merita. Salvatore Romano, per esempio, sindaco della miscelazione di Torino e grande protagonista nazionale con il suo cocktail bar Barz8 gestito insieme a Gigi Iula, racconta che esistono due scuole di pensiero nella realizzazione di un buon Gin and Tonic. “La prima - spiega - è di stampo rigorosamente tradizionale appartenente al Regno Britannico, patria seppur non inventrice del gin. Da qui arrivano i distillati a base di ginepro più secchi e puliti, accompagnati da un’acqua tonica lineare a fungere da cassa di risonanza, una sorta di amplificatore se così si può dire, e impreziositi facoltativamente dalle sole scorze di agrumi, solitamente limone, a conferirgli un profilo aromatico di stampo olfattivo. La seconda scuola appartiene alla Spagna, tempio dei cubata, ovvero il mix di distillati o liquori accompagnati da un elemento sodato. Padre dei cubata è sicuramente il Gin and Tonic che abbandona la veste conservativa e minimal del british style per arricchirsi di elementi quali spezie, fiori, frutta e altri botanici inseriti nel bicchiere insieme al composto, a completare (per i puristi trattasi di alterazione) il drink”.

La stessa acqua tonica prenderà connotazioni e sfumature aromatiche differenti e non avrà più soltanto la valenza di esaltazione dei botanicals bensì ne cambierà il gusto. “Personalmente - confessa Romano - prediligo la veste più tradizionale a quella di origine spagnola che tende a nostro avviso a snaturare il vero protagonista, ossia il gin. Tra le etichette di nostro gradimento oltre al Be Eight da noi stesso prodotto con 8 botanici estratti singolarmente e in

maniera naturale, utilizziamo molto i connazionali Sabatini e Roby Marton’s, gli spagnoli Alkemist e Jodhpur reserve, i tedeschi The Duke e Elephant, i belga Filliers dry 28 e Copper head, gli americani Oxley e Bluecoat”.

UN GIOCO INFINITO DI ABBINAMENTI

Come non interpellare un altro grande che orbita fuori dai circuiti delle grandi metropoli, concentrandosi però ogni giorno su clienti di provenienza (e quindi gusto) differente: è Alfio Liotta, bar manager del Belmond Grand Hotel Timeo di Taormina. Lui racconta di avere delle regole inamovibili nella preparazione del proprio gin and tonic, utili per un pubblico così variegato: “utilizzo sempre un bicchiere molto capiente (non amo lo stelo) e l’elemento chiave è il ghiaccio che non deve mai galleggiare. Usarlo riempiendo totalmente il bicchiere evita che si sciolga non appena versato il prodotto e permette quindi di bere un drink ben freddo e non annacquato. Inoltre non vanno usate spezie troppo forti a sovrastare il sapore del gin, che deve rimanere l’attore protagonista del drink. Ad esempio le bacche di ginepro che spesso vengono utilizzate, a mio avviso, rischiano di coprire il gusto del gin e anestetizzare il palato. Inoltre nella scelta degli agrumi preferisco, invece delle fette, utilizzare il peel del limone, del lime o dell’arancia tagliando la scorza sul momento ed escludendo la parte bianca sotto la buccia. Su gin ricchi di botaniche mai



*Un Gin and Tonic
di Alfio Liotta*

NEL MONDO

Paolo Foramiti, Caffè Municipio 1870 a Pordenone



abbinare toniche altrettanto aromatiche, bensì preferire un prodotto più neutro e secco. Su gin secchi in stile London Dry ci si può sbizzarrire in base al gusto del cliente con l'utilizzo di toniche e altri ingredienti che possano incontrare le preferenze del singolo palato. Io amo bere secco e clear, il mio gin and tonic deve pulire il palato e lasciare la bocca asciutta. Quindi se mai sedeste al bancone del Timeo - chi scrive lo consiglia vivamente - userei una tonica secca in abbinamento ad un gin Martin Millers e orange peel, oppure ad un gin Fifty Pounds, peel di limone e una goccia di angostura."

LA TONICA VUOLE LA SUA PARTE

A Paolo Foramiti, capo barman del Caffè Municipio 1870 di Pordenone è stata chiesta la sua in merito alle acque toniche, protagoniste del cocktail insieme al gin: "con il moltiplicarsi delle marche di gin è notevolmente aumentata anche la varietà di acque toniche sul mercato: sono numerose le tipologie e le provenienze. Io per il mio Gin and Tonic prediligo quelle che conservano le tipiche caratteristiche "antimalariche", quindi alto contenuto di chinino, un po' di zucchero e che risultano moderatamente agrumate. Le etichette che corrispondono maggiormente a queste caratteristiche, e che io preferisco usare, sono le inglesi Fever Tree Indian, Schweppes Premium Original Tonic, Fentimans (anche se particolare in quanto leggermente alcolica) e la tedesca

Thomas Henry. Tra i prodotti italiani invece la tonica che risponde maggiormente alle mie esigenze è la Scortese". Questi però sono i gusti di Foramiti che come tali, seppur frutto di studio e ricerca, rimangono comunque soggettivi, perchè quando sono in gioco le sensazioni organolettiche è solo questione di gusto proprio. Motivo per cui il mercato offre oggi una scelta davvero ampia: amare, fresche, dissetanti, oltre al gin bisogna scegliere anche le toniche, ma a questo spesso ci pensa il barman.

Tra le etichette menzionate da Foramiti spicca la Fever Tree: "l'Albero della Febbre", così come viene chiamato l'albero di cinchona dal quale si estrae il chinino. Ci hanno pensato Charles Rolls e Tim Warrilow nel 2004 a creare un prodotto che fosse all'altezza dei distillati premium esistenti sul mercato. Presente in nove tra i primi dieci ristoranti del ranking The World's 50 Best Restaurants, il brand si è aggiudicato per il terzo anno consecutivo il titolo di "Best Selling" e "Top Trending" nella prestigiosa classifica The World's 50 Best Bars Brands Reports. Tra le tipologie la più usata è la Indian Tonic Water, che con il suo aroma pulito e fresco abbraccia facilmente ogni tipo di gin; facendo invece riferimento all'abbinamento sensoriale, la Mediterranean Tonic è spesso scelta per il suo profilo composto da tratti di rosmarino, timo e limone, sodalizio felice con gin agrumati ed erbacei. "Seguendo le mie convinzioni, l'acqua tonica che prediligo usare è proprio la Fever Tree, in quanto trovo che con le sue forti note di chinino, bilanci perfettamente il ginepro e i botanici tipici del London Dry. Voglio svelarvi

Tre Gin prodotti in Italia



anche una trasgressione alle mie convinzioni, che è la proposta di un gin and tonic preparato con Gin Barma-ster di Bonaventura Maschio e acqua tonica Fever Tree, arricchito con un dash di riduzione di Centino Aperitivo di Pordenone - prodotto dal Liquorificio Artigianale Piolo&Max - e qualche lampone fresco nel bicchiere”, continua il capo barman veneto.

IL BELPAESE DEL GIN

Evidentemente il fenomeno gin in Italia è ormai già da anni innescato, non lo dice chi scrive ma lo dimostrano i numerosi eventi dedicati, le carte dei gin nei bar e ristoranti, gli imprenditori che decidono di produrre la propria etichetta. È una realtà divenuta inflazionata nel

giro di pochissimo. Ad oggi le etichette tricolore di gin sono oltre 50 e ci si diverte facendo a gara tra chi scopre la ricetta più sensazionale. Di certo il punto di forza dei gin italiani sta nel distinguersi utilizzando il patrimonio della biodiversità mediterranea presente lungo l'intero stivale. Un esempio sono gli ultimi nati: il milanese Giass e il Gadir con i capperi di Pantelleria, o il prestigioso Marconi 46 della distilleria Poli caratterizzato da uva moscato e pino mugo, che regalano una bevuta pazzesca, o ancora il Gino proveniente dalla Valle Bormida, che sa di liquirizia e rosa damascena. E poi gli iberici creati appositamente per essere usati nel Gin and Tonic e non adatti in altre miscele, fino ai grandi inglesi Sipsmith e Portobello o gli olandesi V192 e Notaris. Ma tra tutti esisterà il migliore da utilizzare per il perfetto gin and tonic? Sì, ma sceglietelo voi.

LE COLTURE: L'ARMONIA DI UN SOLIDO TEAM FAMILIARE

Un mix vincente di passione, impegno e rispetto

Situata a Santo Stefano di Valdobbiadene, nel cuore delle colline del Prosecco Superiore, Le Colture è insieme un'azienda agricola ed una cantina guidata da Cesare Ruggeri insieme alla moglie Bianca e ai tre figli: Silvia, Alberto e Veronica. Una famiglia la cui solidità è fondata sull'esperienza, sulla conoscenza del territorio e delle sue uve insieme alla sensibilità innata per la salute della vigna e per gli umori della cantina. L'ingresso a pieno ritmo nell'attività di famiglia dei tre fratelli ha contribuito a portare il necessario respiro innovativo tipico delle giovani generazioni, senza mai dimenticare l'amore per la propria terra di origine e il profondo rispetto per le tradizioni.

Ogni anno vengono prodotte circa 750.000 bottiglie, per la maggior parte in versione spumante, che sono il frutto del solido affiatamento di un team familiare nel quale ciascuno crede, e dove tutti sono coinvolti in ogni fase della filiera produttiva: dalla conduzione delle vigne alla selezione delle uve, dalla spumantizzazione alla commercializzazione. In una parola, dalla barbatella al bicchiere.

Le Colture si estende per circa 40 ettari di vigneto di proprietà diretta nell'area DOCG compresa tra Valdobbiadene e Conegliano. I 16 poderi sono in parte situati vicino all'azienda, in parte distribuiti in zone diverse, da Valdobbiadene, Cartizze e Colbertaldo, ai colli del Soligo fino a San Pietro di Feletto e a Ogliano alle spalle di Conegliano Veneto. Ciò consente la produzione di vini diversi con caratteristiche specifiche, legate a situazioni pedoclimatiche molto particolari.

Il forte legame con la terra - l'azienda trasforma quasi totalmente uve provenienti da vigneti di proprietà - permette di interpretare ogni annata con grande cura ottenendo, anche grazie ad una validissima squadra in cantina, vini rispondenti alla tradizione, rispettosi della naturalità, di facile bevibilità ma di carattere e molto versatili perché ideali per un piacevole aperitivo ma anche per una cena importante.


LE COLTURE
SPUMANTE VALDOBBIADENE
ITALIA

www.lecolture.com



VALDOBBIADENE DOCG PROSECCO SUPERIORE
RIVE DI SANTO STEFANO BRUT 'GERARDO' 2016

Il Rive di Santo Stefano 'Gerardo' racchiude in sé tutta l'essenza del territorio ed è dedicato al fondatore dell'azienda, nonno Gerardo Ruggeri, che iniziò l'attività di vinificazione negli anni '50. È in versione brut (6 gr/lt) ottenuto con uve 100% Glera provenienti da uno dei vigneti di proprietà più vecchi (35-40 anni), posti sulla parte più alta di Santo Stefano. Proprio da questa "Riva" tanto amata da nonno Gerardo, nella parlata locale la Riva indica un vigneto molto pendente quindi difficile da lavorare, un terreno roccioso dove le radici della Glera vanno molto in profondità, si raccolgono - esclusivamente a mano - uve che danno un vino dai sapori molto minerali e pieni, con una piacevole acidità e una lunga persistenza, dalle note mielose e di crosta di pane. La rifermentazione in autoclave è di 3 mesi, metodo Charmat lungo, e se ne producono solo 6.000 bottiglie l'anno. Si apprezza se degustato in tranquillità, seduti attorno ad un tavolo con gli amici.

IN ITALIA

VERMOUTH. LA RINASCITA DI UN GRANDE CLASSICO

Dal Negroni al Manhattan.
Storia di un vino aromatizzato che ha fatto storia.
Ed è tornato protagonista

di Irene Graziotto

Una veduta di Torino



L'asse Torino - Pessione - Asti - Canelli. La storia del vermouth inizia qui, fra pendii collinari vitati e il profilo possente ed elegante della Mole Antonelliana. È il 1786: l'Italia ha ancora da farsi, in Toscana il Granduca Pietro Leopoldo abolisce la pena di morte per la prima volta nella storia mentre la Francia è ad un passo dalla Rivoluzione - nel 1778 cadono i prezzi dell'uva, seguiti a ruota da quelli della produzione manifatturiera.

Il tutto mentre a Vienna esordiscono le Nozze di Figaro, Goethe intraprende il suo viaggio nel Belpaese e un suo appassionato lettore che lavora a Torino in Piazza Castello, proprio di fronte a Palazzo Reale, sta per creare il vermut. Nella bottega Marendazzo, l'aiutante erborista Antonio Benedetto Carpano si appresta infatti a collaudare una ricetta su cui lavora da tempo e che prevede di aggiungere il locale vino moscato con erbe e spezie, in primis l'artemisia, una pianta erbacea selvatica diffusa localmente e conosciuta col nome tedesco di *wermut*. È la nascita di un successo.

L'INDICAZIONE GEOGRAFICA TIPICA "VERMOUTH (VERMUT) DI TORINO"

La voce si sparge, la bottega di Piazza Castello diventa la liquoreria più frequentata della città per oltre un secolo permettendo così ad Antonio Benedetto Carpano di acquistare il locale in cui aveva esordito come semplice aiutante. "Il vermouth divenne ben presto la bevanda di corte dei Savoia. Il nome di ascendenza tedesca rafforzava peraltro le origini sassoni della dinastia" racconta Roberto Bava, alla guida della Giulio Cocchi e Presidente dell'Istituto del Vermut. L'Istituto è stato creato proprio quest'anno in occasione del riconoscimento - con decreto 1826 del 22 marzo 2017 - del prodotto come indicazione geografica "Vermouth di Torino/Vermut di Torino". Secondo il decreto, "il Vermouth di Torino è il vino aromatizzato ottenuto in Piemonte a partire da uno o più prodotti vitivinicoli italiani, aggiunto di alcol, aromatizzato prioritariamente da artemisia unitamente ad altre erbe, spezie".



I MARCHI STORICI: DA PICCOLE BOTTEGHE A GRANDI BRAND

Se è vero che Carpano collauda la ricetta, la prima testimonianza del vermouth risale al 1773 quando il medico toscano Villifranchi lo menziona nella sua *Oenologia Toscana*, prevedendo vita corta per quella che definisce una “bevanda talmente poco alcolica da non incontrare favori”. Villifranchi non poteva essere più in errore. Nel giro di pochi anni a Torino nascono infatti numerosi vermuttieri, come ben racconta Arnaldo Strucchi nel suo ancor attuale *Il Vermouth di Torino*. A Carpano si affiancano così Cinzano, Martini & Rossi, Cocchi, Cora e Gancia, fino ad Anselmo e Chazelettes e agli scomparsi Ballor, Calissano, Grassotti. “È curioso notare come quasi tutti i marchi nacquero in pieno centro e poi si trasferirono per motivi logistici, e non solo, all'esterno della sua cinta daziale torinese - sottolinea Fulvio Piccinino, tra i fondatori dell'Istituto del Vermouth.

La maggior parte dei produttori iniziò con piccole botteghe di rivendita, che diventarono poi vere e proprie industrie come, ad esempio, quella del mastro distillatore Alberto Rovere la cui bottega fu poi rilevata dai fratelli Cora. “La diaspora da Torino iniziò con il successo commerciale, che rese il controllo dei costi fondamentale - rivela Piccinino - La

vicinanza con la materia prima, il vino, spinse a trasferire le aziende verso Asti, dove era reperibile il Moscato che poteva essere acquistato in quantità senza l'aggravio del trasporto. Chi non si trasferì in campagna, a Santa Vittoria d'Alba come Cinzano o a Costigliole d'Asti come Cora, si costruì una sede nelle vicinanze degli snodi ferroviari importanti”. Asti, ad esempio, dove nasce la Giulio Cocchi, si trova alla confluenza di diverse “strade del vermouth”: vicina ai vigneti, ben collegata a Torino dove confluivano le erbe alpine e a Genova dal cui porto arrivavano le spezie esotiche.

LA FAMA MONDIALE

La forza imprenditoriale piemontese unitamente alla fitta rete di relazioni dei Savoia fece giungere ben presto il vermouth anche nel resto dell'Europa. Gli Inglesi che avevano dovuto cercare alternative al cognac e all'armagnac dopo la guerra con la Francia sposarono ben presto la sua causa: diversamente da Porto e Marsala che richiedevano lunghi invecchiamenti, questo prodotto consentiva infatti l'utilizzo di vini giovani a maggiore gradazione, mentre intensità organolettica e sapidità venivano apportate dalle erbe aromatizzanti. La fama del vermouth arrivò sino in India dove - come racconta Rudyard Kipling - i dignitari andavano al Peliti's, il locale che

Vermouth di Torino, bianco e rosso



il piemontese Federico Peliti aveva aperto a Shimla. Il legame con la Gran Bretagna sarebbe rimasto forte nel tempo, dando vita ai grandi classici come il Martini di James Bond - anche se la ricetta originaria in *Casino Royale* non prevede un vermouth bensì un chinato francese: “tre misure di Gordon, una di vodka, mezza di Kina Lillet, agitato non mescolato”.

MILLE E UN VERMOUTH

Il successo del Vermouth subisce però negli anni Ottanta un brusco arresto, per risorgere dalle sue ceneri circa cinque anni fa, frutto di un più ampio movimento di recupero del passato che ruota attorno al concetto chiave di *vintage*. “Si è assistito recentemente a un felicissimo rinascimento di questa categoria, che conta ormai grandi appassionati anche tra i non addetti ai lavori” rileva Bava. Da pochi marchi di fama mondiale si è passati così a circa 200 referenze. Sui back della scena sia nazionale che internazionale tornano così a fare bella mostra di sé vermouth storici come l'Antica Formula di Carpano e il Punto e Mes, lo Storico Vermouth di Torino prodotto secondo la ricetta originale di Giulio Cocchi - fra i primi pionieri negli USA - e il Vermouth del Professore della Distilleria Quaglia, accanto a bottiglie retrò come quelle di Chazalettes, rinomato per

la grafica in stile Liberty, il Vecchio di Mancino - che a dispetto del nome nasce da un giovane progetto a firma di Giancarlo Mancino e che ad oggi è l'unico vermouth italiano invecchiato in *barrique* - oltre a marchi dall'impronta decisamente moderna come il Rosso di OSCAR.697.

L'artigianalità ha spinto a cimentarsi anche produttori di altre zone d'Italia, come accade per il Santòn della friulana Borgo San Daniele e il “Numero Uno” dell'ombra Raïna arrivando sino a prodotti borderline, più unici che rari, quali il Cristallier di Maley, un sidro in chiave vermouth. “Oggi finalmente c'è un vermouth per tutti, più dolce, più amaro, più erbaceo, più speziato; più ci allontaniamo dalla produzione industriale più assistiamo alla nascita di prodotti particolari” sottolinea Leonardo Leuci, brand ambassador del Vermouth del Professore.

IL VERMOUTH NEL 21° SECOLO HA ANCORA UN SENSO?

“Non solo ha un senso ma sta diventando un prodotto essenziale in tutto il mondo. La duttilità del vermouth non ha paragoni, non esiste un altro vino che possa essere utilizzato in miscelazione, come aperitivo, come digestivo, come elemento di *food pairing*” risponde Leuci. “Quella che

Stefano Di Dio,
creatore di OSCAR.697



stiamo vivendo è a tutti gli effetti una nuova 'età dell'oro' per il vermouth" spiegano da Cocchi. "Sull'onda di una potente riscoperta dell'alta miscelazione internazionale si assiste a una rivitalizzazione dei brand della tradizione e allo stesso tempo alla creazione di nuovi vermouth.

Questo ci sembra, da un punto di vista culturale, un grande momento per aumentare la consapevolezza sull'argomento e, in particolare, sull'eccellenza rappresentata dal Vermouth di Torino che da poco ha ottenuto l'Igt". Per Stefano di Dio creatore di OSCAR.697 la rinascita del vermouth è effetto di una triplice congiuntura: miglior qualità dei prodotti sul mercato, maggior consapevolezza del bere meno e meglio da parte del consumatore medio e un trend di internazionalizzazione dei prodotti italiani all'estero: "Il vermouth è un serio e nobile ingrediente per tantissimi cocktail classici, ampiamente utilizzato, ma soltanto pochi prodotti sono realmente distribuiti nel mondo. Con l'aumento dell'offerta dei distillati premium quali gin, rum, whisky e simili, il *trade* ha realizzato che ci dovevano essere altrettanti vermouth a disposizione".

GLI ASSAGGI

In origine esisteva un solo tipo di vermouth, il classico "Rosso di Torino", che Cocchi è tornato a proporre, seguendo la ricetta, fedelmente custodita, usata dal fondatore. Note

intense di artemisia e china, rabarbaro e arancio amaro sono le linee guida dell'assaggio dello Storico Vermouth di Torino che possiede il nitore del balsamico e dell'agrumato unito alla nota croccante dello zucchero imbondito che viene aggiunto nella preparazione. Il Vermouth Rosso della Regina di Chazallettes, marchio storico tornato alla ribalta, punta invece ai sentori piemontesi della santoreggia e della maggiorana, affiancati da quelli esotici di ambretta e coriandolo. Imprescindibile l'Antica Formula di Carpano, nella cui preparazione viene usato anche lo zafferano: bruno brillante alla vista, bouquet vanigliato cui si affiancano note di frutta secca e spezie scure, palato rotondo e ricco.

Il Vermouth del Professore Classico Bianco della Distilleria Quaglia nasce invece sotto l'egida di Carlo Quaglia, noto distillatore piemontese, insieme a uno dei migliori bar da cocktail italiano, il Jerry Thomas Speakeasy di Roma. Colore giallo ambrato, naso che vira sull'assenzio, note amarognole e medicamentose, paglia secca, palato morbido e rinfrescante. La collaborazione col mondo del mixology è alla base anche dei vermouth di Giancarlo Mancino. Dopo vent'anni di esperienza come bartender e consulente per alcune delle più importanti realtà di *hôtellerie* al mondo (dal londinese Harry's Bar di The Regent ai Rosewood Hotels e Ritz Carlton), Mancino torna in Italia per creare la sua linea di vermouth: dal Secco al Bianco Ambrato, dal Rosso Amaranto fino al

*I prodotti tutelati dall'Istituto del Vermouth
www.vermouthditorino.org*



Vecchio e al Chinato, prodotto a partire dalla Barbera d'Asti DOCG di Erade di Chiappone Armando. Il suo Rosso Amaranto, distribuito da Gaja, è ideale come digestivo, grazie alle 38 erbe utilizzate: rabarbaro e ginepro, mirra e chiodi di garofano danno vita ad un vermouth di grande corpo, ideale per Negroni e Manhattan.

Infine, il Vermouth Bianco di OSCAR.697: "un prodotto della nostra tradizione visto ed interpretato con gli occhi di un quarantenne che sta vivendo il terzo millennio. Questa è la mia visione del made in Italy nel 2017" spiega Stefano di Dio. Produzione ultra limitata, vermouth innovativo nel colore e nella confezione creato da Stefano di Dio con la consulenza di Oscar Quagliarini - chi se lo ricorda al Rebelot di Milano? - Oreste Sconfienza, proverbiale vermuttista di casa alla Canellese, e David Caon, designer italo-australiano. Bottiglia satinata, forte caratterizzazione di bergamotto, achillea moscata e sambuco per un prodotto fresco, equilibrato e delicato da bere on the rocks, shakerato o in miscelazione.

IDENTIKIT DI UN SUCCESSO

Il Vermouth di Torino ha tonalità che vanno dal bianco al giallo paglierino fino al giallo ambrato e al rosso. La nota cromatica dipende da diversi fattori, in primis il

vino utilizzato, le sostanze aromatizzanti e l'eventuale impiego di caramello, unico colorante permesso; per dolcificare sono invece consentiti zucchero, mosto d'uva, zucchero caramellato e miele. Il vermouth deve avere un titolo alcolometrico tra 16 e 22% di alcol in volume e deve assolutamente contenere artemisia, più specificatamente delle specie *absinthium* e/o *pontica*, coltivata o raccolta in Piemonte, che può essere estratta tramite vino, alcol, acqua o soluzioni idroalcoliche.

All'artemisia si possono affiancare piante come cardo santo, centaurea minore, maggiorana, cedrina, dittamo cretico e poi timo, issopo, salvia sclarea, camomilla romana, garofano e zafferano, anice stellato, coriandolo, finocchio e vaniglia, angelica e genziana, giaggiolo, china e cannella e molto altro. Tre le diciture: Extra Secco o Extra Dry (residuo zuccherino inferiore ai 30 grammi per litro), Secco o Dry (con meno di 50 grammi di zucchero per litro) e, infine, Dolce (con zucchero pari o superiore ai 130 grammi per litro). Quanto al vino, non esiste limitazione alcuna ma nella lista degli ingredienti è possibile indicare il riferimento ai vini base impiegati con le specifiche denominazioni d'origine o indicazioni geografiche solo laddove rappresentino almeno il 20% in volume del prodotto finito. La tipologia "Vermouth Superiore" è invece riservata ai vermouth che utilizzino per almeno il 50% vini prodotti in Piemonte.

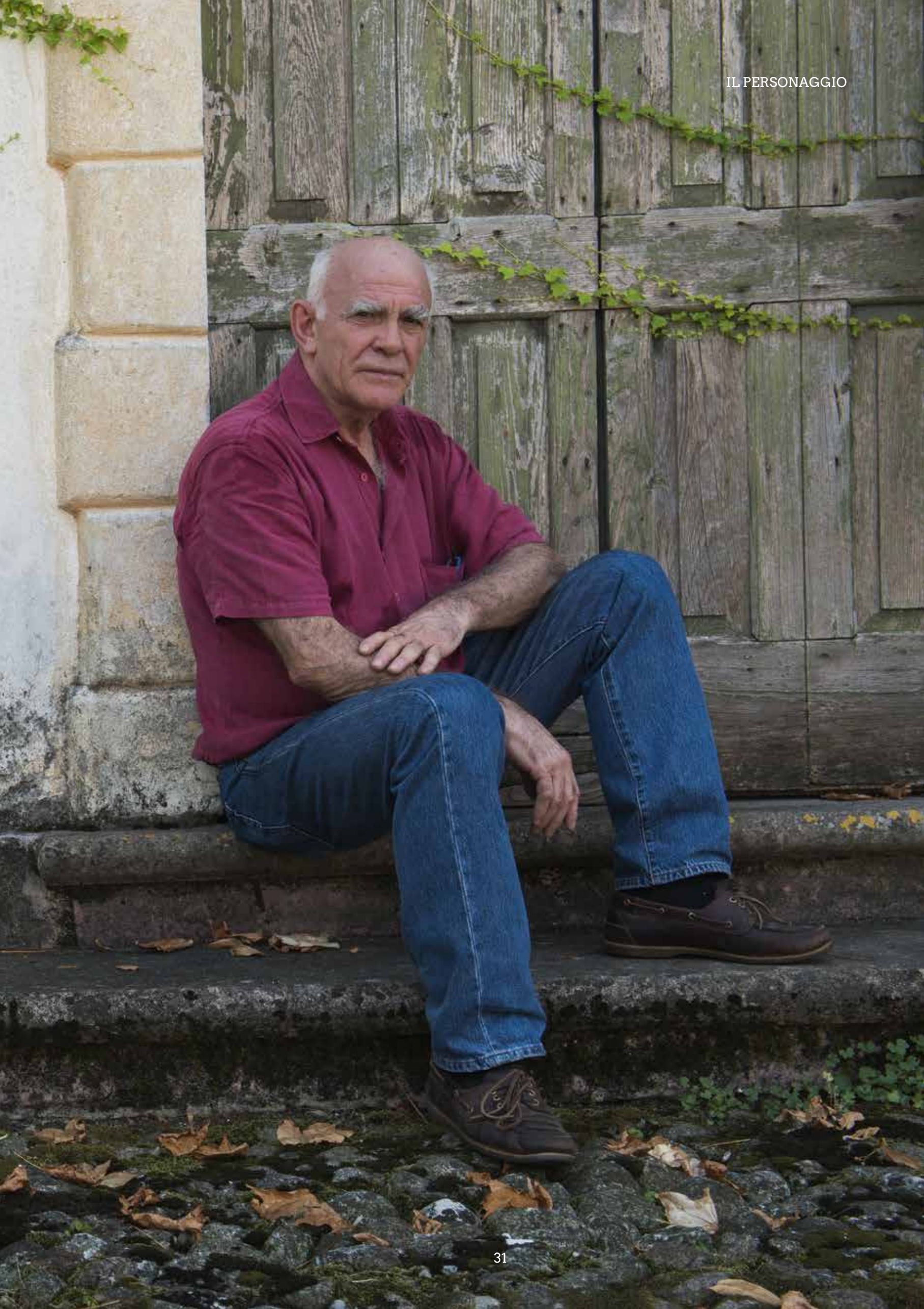
DISTILLARE LA VITA

Ritratto di Vittorio Gianni Capovilla.
Sulle orme di una ricerca
che dura da più di trent'anni

di Luciano Ferraro

Vittorio Capovilla è un esploratore. Un uomo che cerca i sapori del mondo e li distilla. Il suo è un viaggio verso l'inesplorato, che si conclude sempre con il ritorno nel suo laboratorio dove mette in bottiglia ricordi d'infanzia e gusti lontani. È l'Ulisse del gusto alcolico. Come nella poesia dedicata dall'inglese Alfred Tennyson all'eroe omerico: "Io sono una parte di tutto ciò che incontrai / ogni esperienza è come un arco al di là del quale / splende quel mondo inesplorato / i cui confini svaniscono man mano che m'inoltro".

L'Itaca di Vittorio Gianni Capovilla, alias "Il Capo", trevigiano di Crespano del Grappa, considerato il migliore distillatore artigianale al mondo, è immersa nel Nordest costellato dai capannoni, a Rosà, in provincia di Vicenza. Il boom industriale degli anni Novanta ha risparmiato angoli di bellezza storica, come la villa del conte Dolfin, in cui Capovilla ha allestito la sua casa-distilleria. Girando per le campagne si trovano gli





Vittorio
Capovilla

stessi alberi della frutta ancestrale che Capovilla, ora che ha 69 anni, ricorda di aver scoperto da bambino. Si arrampica, scuote i rami, raccoglie e distilla. Nascono così 40 mila bottiglie l'anno da mezzo litro, vendute in tutto il mondo. "La mia filosofia? - risponde il Capo - rispettare la natura e usare solo quello che offre".

GLI INIZI

"Ho iniziato nel 1986 dopo più di dieci anni di esperimenti - racconta l'uomo dalle grandi sopracciglia bianche sopra occhi che brillano di curiosità - prima ero nel settore dei macchinari per l'enologia". E prima ancora si dedicava alle riparazioni e alla manutenzione delle auto da corsa. "Lavoravo per un'industria nel Trevigiano. Frequentavo Austria, Germania e Svizzera. In quei viaggi ho scoperto un mondo nuovo, quello della distillazione". Quanto fosse diverso il pianeta di lingua tedesca, lo spiegano i numeri. "Qui da noi - riassume Capovilla - ci sono 120 distillerie, in Germania 30 mila, in Austria 90 mila. Ho imparato lì. Non in Italia, dove il limite è il legame con la distillazione obbligatoria delle vinacce che non possono avere nessun altro impiego, un sottoprodotto della vinificazione, una montagna di quintali".

"All'inizio era un hobby - ricorda Capovilla - avevo un piccolo alambicco assemblato portando dall'Austria i pezzi, un

po' per volta, per passare la dogana. Per dieci anni non avevo mire industriali. Nell'azienda in cui lavoravo c'erano decine di operai che distillavano qualcosa in casa, spesso si costruivano da soli gli alambicchi, ma con materiali e forme sbagliate".

Questo era il Veneto fino a non molti anni fa, l'anima contadina di un popolo che conviveva con l'espansione industriale. Gli operai con l'orto e la vigna a cui badare nel fine settimana o al ritorno dalla fabbrica. La tuta blu e la grappa di contrabbando, forte, fortissima, spesso amara, scambiata per "genuina" perché fatta in casa. "Assaggiavo quelle grappe e pensavo alla distillazione a bagnomaria che avevo visto nei paesi di lingua tedesca, la stessa pratica che ora usiamo noi. Adesso siamo in dieci a lavorare con la stessa intensità. Non mi interessano i grandi numeri, quando mi appassionano di un frutto lo traduco talvolta in poche centinaia di bottiglie. Mi occupo ancora di grappa, ma scelgo le vinacce dei vignaioli migliori, quelle dell'Amarone di Romano Dal Forno, ad esempio. O del Sangiovese di Montalcino di Gianfranco Soldera di Case Basse. O del Traminer di Franz Haas. O della Ribolla di Joško Gravner".

LA RIVOLUZIONE DELLA FRUTTA

La prima grappa nella fase hobbistica di Capovilla è nata nel 1975. Ma la svolta è arrivata molti anni dopo, con



Di fianco, ceralaccatura delle bottiglie
Sotto, dettaglio di una caldaietta



la frutta. L'idea di Capovilla è stata una sorta di rivoluzione copernicana della distillazione. In Germania e negli altri Paesi del Nord si distillava all'epoca solo la frutta imperfetta, o quella in eccesso, non destinata alla vendita. Il super distillatore di Rosà, invece, si è dedicato alla frutta migliore, al giusto grado di maturazione, scoperta girando prima il Veneto poi il mondo. "Un esempio? La mela annurca, che viene dalla Campania. Da quattro-cinque anni collaboriamo con il Consorzio di Tutela, perché troviamo molto interessante questo frutto. Mi sto occupando anche di vecchie varietà di prugne mitteleuropee".

Capovilla è un uomo preciso, scrupoloso. "Non mi fido di barbatelle importate dall'estero, che potrebbero infettare il nostro frutteto, i quattro ettari di piante che abbiamo a Rosà in regime biologico".

La ricerca è continua, dalla prugne selvatiche dell'Asolano alle Pere Moscatello. "Per produrre una sessantina di distillati (e una decina di grappe monovarietalì, e i distillati vino, birra e uva) c'è bisogno che il lavoro non si fermi mai. I nostri sono distillati puri. Nessun liquore alcolato. L'alcol deriva esclusivamente dalla fermentazione degli zuccheri naturali del frutto".

I numeri raccontano quanto sia preziosa questa alchemica trasformazione della frutta in liquido che inebria, conforta, stupisce. "Per un litro di distillato - calcola Capovilla - servono dai 30 ai 60 chili di frutta. Non

è semplice raccogliercela. Innanzitutto perché cerchiamo frutti rari, poi perché serve una notevole quantità, una massa critica per una distillazione. Bisogna essere sorretti da una forte dose di passione per andare alla scoperta di una montagna in Alto Adige, dove magari un amico ti ha segnalato due alberi del frutto di cui hai proprio bisogno".

È ancora lui stesso a mettersi alla guida del furgone e a guidare fino in Toscana o in Campania per cercare i frutti della sua infanzia, che tutti gli altri ignorano: corniole, bacche di sambuco, susine selvatiche. Almeno dieci i quintali di frutta necessari per una distillazione che si traduca in bottiglie da festeggiare: una faticaccia.

La passione gli fa dire di essere "un uomo fortunato, perché ogni giorno, quando mi alzo, penso di avere qualcosa da scoprire. A caccia delle vecchie varietà di frutta che hanno aromi più forti e stabili. Quelle moderne sono più belle, ma non più buone. Se parto da una materia prima eccezionale e straordinaria, l'unico rischio è quello di rovinarla".



UNA CURA MANIACALE DEL PROCESSO PRODUTTIVO

Non è il solo in Italia, Capovilla. Ma è l'unico distillatore a percorrere in questo modo le strade della ricerca da più di 30 anni. "Non ci sono altri segreti - spiega - la scelta della frutta migliore, magari la più insolita che non finirà mai nei negozi, è essenziale". La frutta viene ridotta in purea, in qualche caso anche denocciolata.

E poi le macchine, ovviamente, e il loro ruolo essenziale. Dal primo alambicco per buona parte austriaco, al sistema di refrigerazione che ha brevettato e che serve a separare le sostanze volatili, fra cui il metanolo, l'acido cianidrico e l'anidride solforosa. E la ricetta: si distilla a bagnomaria, la temperatura supera di poco i cento gradi per non disperdere le parti nobili dell'alcol. Si separano testa e coda, si tiene il cuore. Il liquido compie un doppio passaggio nella macchina. Poi la diluizione con acqua di

fonte per portare i gradi da 60 a 41. "Si impiega un tempo dieci volte più lungo rispetto alla distillazione industriale con il calore diretto - spiega - ma così si estrae il massimo degli aromi scartando il resto". Nessuna aggiunta, benché consentita dalla legge. Il liquido riposa per circa cinque anni in botti o in contenitori di acciaio, per affinarsi come un vino. Perché "anche i distillati evolvono, acquistano profondità e complessità con gli anni".

I primi incoraggiamenti sono arrivati negli anni Novanta, dagli importatori esteri che assistevano compiaciuti alla degustazioni internazionali in cui i distillati del Capo iniziavano ad emergere. In tutti questi anni, la ricerca di Capovilla ha avuto come obiettivo "trovare aromi nuovi", chiarisce. "Viaggi e ancora viaggi, dalla Val Venosta al Vesuvio, mirando a varietà antiche di frutta in territori particolari". Da una decina d'anni ha varcato l'Atlantico, per cercare frutta caraibica e per una nuova linea di rum. Percorsi lontani proprio come l'Ulisse di Tennyson: "Non posso smettere di viaggiare: berrò ogni goccia della vita".

COL VETORAZ: LA QUALITÀ È UNA QUESTIONE DI NATURA

LE AZIENDE INFORMANO

Dall'amore e rispetto profondo per il territorio hanno origine spumanti di indubbia eccellenza

Seguire il ciclo evolutivo della Natura e darle voce nella sua integrità lasciandole piena libertà di espressione è la strada sulla quale si è da sempre delineato l'impegno di Col Vetoraz, ed è inoltre - come sostengono i soci - il modo migliore per ottenere e ritrovare poi nel calice tutte le declinazioni di equilibri ed armonie che la vite stessa sa donare.

L'azienda di Santo Stefano di Valdobbiadene, la cui sede è adiacente al celebre Mont del Cartizze, lavora da sempre in questo territorio che racchiude in sé stesso un patrimonio di unicità e valore insieme culturale storico e paesaggistico di tale portata da essere in attesa del verdetto finale per il riconoscimento a Patrimonio Unesco.

Principio cardine della filosofia aziendale è una produzione focalizzata unicamente sulla tipologia Valdobbiadene Superiore D.O.C.G. e un metodo orientato a consistenti volumi di vinificazione al fine di garantire una più accurata selezione delle uve migliori provenienti dall'area più vocata alla coltivazione eroica del Valdobbiadene D.O.C.G. dove la vendemmia viene eseguita rigorosamente a mano.

VALDOBBIADENE D.O.C.G. PROSECCO SUPERIORE DRY MILLESIMATO

Vino che coinvolge con la sua spiccata aromaticità e rotondità, conferitegli da una intensa espressione di aromi garantita anche dalla favorevole disposizione dei vigneti da cui ha origine, adagiati in un anfiteatro naturale compreso tra le montagne alle spalle, strategico riparo dai venti freddi del nord, e le dolci colline di Valdobbiadene.



www.colvetoraz.it



VALDOBBIADENE D.O.C.G. PROSECCO SUPERIORE BRUT 'DOSAGGIO ZERO'

Rappresenta l'evoluzione più moderna del Superiore, risultato di un grande lavoro volto a mantenere le caratteristiche di aromaticità morbidezza e leggiadria tipiche della zona di origine: è un vino che, pur con un residuo zuccherino pari a zero, è capace di mantenere una rotondità vellutata. Senza dubbio vincente in diverse opportunità di abbinamento, incontra bene i gusti del consumatore che ricerca l'unione di complessità e finezza.



GRAPPE DI FRONTIERA

I distillatori veneti si interrogano sul proprio futuro. Tra tradizioni, orgoglio e nuove idee

di Maria Grazia Melegari

Parafrasando il titolo di un famoso film noir degli anni Sessanta, potremmo chiedere in tono scherzoso: che fine ha fatto la grappa?

In un decennio, siamo passati dai 117.000 ettanidri prodotti nel 2006 agli 82.000 (corrispondenti a circa 20 milioni di litri) nel 2016 (dati AssoDistil). In parallelo, nello stesso periodo, è evidente e costante la tendenza alla riduzione dei consumi delle bevande alcoliche in generale, con una perdita complessiva del 25% di consumatori (dati Nielsen Federvini). Il Veneto mantiene il primato quantitativo nella produzione della grappa, con 47 aziende - molte delle quali vantano una tradizione e una storia secolare - su un totale di 130 distillerie italiane.

La grappa sembra comunque risentire meno delle fluttuazioni dei mercati, rispetto ad altri prodotti come vodka, whisky e rhum. Oltre il 70% della produzione è assorbita dal mercato interno, le esportazioni sono prevalentemente concentrate in Europa (Germania, Svizzera e Austria), mentre iniziano ad acquisire importanza i mercati dell'Est europeo, della Russia e del Nord America, con recenti aperture anche ai mercati asiatici.

Si direbbe che "tiri aria di stabilità" anche osservando gli ultimi dati ISTAT relativi alla penetrazione dei consumi singoli delle bevande alcoliche. Per la prima volta in un decennio, tra il 2015 e il 2016, il consumo delle bevande alcoliche diverse da vino e birra è in aumento di circa il 2%.

Indubbiamente una molteplicità di fattori - la crisi economica, le sanzioni previste dal Codice della strada, il cambiamento degli stili di vita e non ultimo l'aumento delle accise sugli alcolici - ha prodotto un mutamento delle abitudini di consumo, che avviene sempre più fuori casa e con modalità occasionali.

Paolo Brunello titolare della Distilleria Fratelli Brunello di Montegalda (Vicenza) conferma che negli ultimi 18 mesi il mercato delle acquaviti, e in particolare della grappa, dopo un periodo di stallo è in ripresa.

"Possiamo definirlo un mercato stabile - dice - e la nostra azienda, che è una distilleria artigianale da oltre 175 anni, presente per il 75% della produzione sul mercato italiano Horeca e super Horeca, ha compiuto alcune scelte precise. Abbiamo realizzato tre nuove linee targhettizzate per soddisfare le esigenze di diverse fasce di consumatori, puntando anche a un rinnovamento dell'immagine. Il tutto è supportato da una distribuzione selettiva verso i clienti".

Anche secondo Jacopo Poli, titolare della Poli Distillerie di Schiavon (Vicenza), fondata nel 1898, il comparto sta attraversando un momento stabile. "Nel primo semestre 2016 - racconta - la nostra azienda ha registrato un aumento di vendite sia della grappa bianca (3%) sia dell'invecchiata (fino al 22% per la grappa invecchiata due anni). Siamo un'azienda artigianale tradizionale e abbiamo ritenuto di mantenere inalterato il nostro portafo-



glio prodotti, puntando di più a formare il consumatore, a dargli gli strumenti per conoscere la grappa e apprezzarne la qualità e le diverse caratteristiche. Infatti - continua - è cambiata la modalità di fruizione: un tempo c'erano pochi forti bevitori, oggi è in calo il consumo abituale e il pubblico è ringiovanito ed evoluto culturalmente, è più cittadino e meno rurale, e anche più femminile”.

NUOVI CONSUMATORI

Bruno Franceschini, titolare della Distilleria Franceschini di Cavaion (Verona), un'azienda familiare nata negli anni Settanta, pensa che la grappa stia vivendo un momento positivo, dopo un periodo di contrazione. “La grappa di qualità è di moda - afferma - e si può dire che sia entrata nei salotti delle signore, è tutelata e mantiene alto il suo nome, sia in Italia sia all'estero. Cala il consumo del tradizionale ‘grappino dopo pasto’, ma aumentano le enoteche e i negozi specializzati che hanno grappe di qualità in listino”.

Per quanto riguarda l'orientamento dei consumatori nella scelta delle tipologie, Franceschini, che sin dagli inizi dell'attività ha puntato molto sulle grappe invecchiate e Riserva, non ha dubbi. “La tendenza al consumo delle grappe invecchiate è in aumento: sono percepite come prodotti di alta qualità, al pari di altri distillati nobili e da meditazione”.

Il mercato, dunque, si è evoluto: si scelgono grappe di qualità, privilegiando maggiormente quelle invecchiate

rispetto alla bianca e scegliendole per il loro legame con un territorio e per la personalità particolare data dalle diverse distillerie. Crescono inoltre gli intenditori e la grappa conquista sempre più il pubblico femminile, aprendosi anche a un nuovo segmento di consumatori: i giovani. Come è avvenuto per il vino, si tende a bere meno, ma meglio.

GRAPPA E MIXOLOGY

“Rispetto ad altri spiriti - afferma Michele de Carlo, bartender e consulente di alcune distillerie - la grappa è ancora posizionata in basso per una larga fetta di consumatori e resiste ancora, in parte, l'immagine popolare del superalcolico dal sapore aspro e forte che richiama atmosfere alpine”.

Penalizzata da un'immagine un po' ingessata di prodotto tradizionale, dal sapore deciso, da consumarsi prevalentemente nel dopo pasto, la grappa è stata a lungo ritenuta un ingrediente difficile da utilizzare nella mixability, ma l'interesse per le bevande che mescolano ingredienti alcolici e non è indubbiamente in crescita. Hanno sempre più successo quelle categorie di prodotto che si prestano a un consumo che avviene sempre più fuori casa, pre pasto e nel tempo notturno.

“Penso che la tendenza all'utilizzo dei distillati artigianali italiani nella mixology, crescerà nei prossimi anni” afferma Paolo Brunello. “Negli ultimi 20 anni la grappa ha fatto un enorme salto di qualità, ora il salto lo dovrebbero

Andrea Maschio

*Il Brandy Gentleman
prodotto da Bonaventura Maschio*



fare anche gli addetti al settore, e capire che è un prodotto elegante, moderno, che rappresenta il saper fare italiano nel mondo. Inoltre, la quinta generazione della nostra famiglia, che è attiva in azienda, ci ha spinto a dare risposta a un mercato giovane con alcuni prodotti studiati per avvicinare questa fascia di consumatori, far loro conoscere e fissare il nostro marchio, come potenziali consumatori di grappa”.

Nasce per questo la linea BHappy (un Aperitivo e un Bitter con due diverse gradazioni alcoliche) e lo scorso ottobre, durante la manifestazione Distillerie Aperte, l'azienda ha ospitato un barman internazionale che ha realizzato diversi cocktail, anche con le grappe in produzione, riscuotendo un alto gradimento.

È più cauto Jacopo Poli che afferma: “Il mondo della mixology non è semplice. Analogamente al cognac e all'armagnac la personalità della grappa è tale da rendere la sfida piuttosto ardua. Questo non significa che non si possa provare a suggerire ai professionisti della miscelazione di usare anche la grappa come già fanno con la tequila, i rum agricoli e il pisco. Sul nostro sito abbiamo dedicato una sezione ai cocktail realizzati con i nostri distillati, come pure stanno facendo tanti altri colleghi. Tuttavia questo, di per sé, non basta a fare entrare la grappa nel mondo del bere miscelato, come avviene invece da tempo per tanti altri *spirits*. In qualità di produttore artigianale di grappa non sono ancora in grado di fare investimenti tali da poter influenzare sensibilmente un settore tanto complesso e in costante evoluzione e pertanto, per il momento, mi accontento di osservarlo per cercare di definirne le dinamiche”.

UNA GRANDE OCCASIONE DA COGLIERE

“Pensare alla grappa solo come ad un ingrediente della mixology porterebbe a snaturarne il senso”. Concorde sostanzialmente con i colleghi distillatori Andrea Maschio, titolare con la sorella Anna della Bonaventura Maschio di Gaiarine (Treviso). “La grappa ha un patrimonio antico che la vede protagonista di una storia di riscatto, quella per cui da una materia prima povera si distilla una bevanda dove le piccole sfumature acquisiscono grande valore. Eppure oggi ci troviamo in un momento storico nel quale per le distillerie si aprono grandissime opportunità”. E la Maschio l'innovazione ce l'ha nel DNA, se a metà degli anni Ottanta è stata una delle prime a credere nel distillato d'uva mettendo a punto la tecnica di distillazione a vapore sottovuoto che ha fatto la fortuna di questo prodotto.

“La grappa certamente può entrare nei miscelati - spiega Maschio - ma solo nel momento in cui vi è la necessità di valorizzare le note erbacee e leggermente ruvide che porta in dote. Possiamo però pensare a nuovi prodotti che in qualche modo reinventino quelli tradizionali, rendendoli più adatti ad un uso miscelato”.

Sfogliando il catalogo della Bonaventura Maschio ci si rende conto di questa diversificazione. Primo in ordine di apparizione è stato Prime Arance, un distillato di arancia con note citrine e floreali particolarmente fragranti. Più recente il lancio di Prime Uve QB che vede l'aggiunta alla fine della fermentazione di Sale di Cervia. “Favorisce la selezione degli aromi - spiega Maschio - e esalta la nota sapida



Jacopo Poli

Bruno Franceschini



perfetta in miscelazione”. Ancor più di rottura il brandy bianco Gentlemate, blend di acquaviti di vino invecchiate per più di un anno e poi passato su carbone vegetale per renderlo cristallino. Il risultato che si ottiene è di maggior finezza e morbidezza rispetto ai brandy tradizionali con profumi ancora vinosi e fruttati, ma di grande eleganza. “Il brandy bianco è un prodotto con dei tratti che potremo definire tipicamente italiani: solarità e morbidezza sono due caratteristiche che ci distinguono. Dobbiamo continuare a studiare, fare ricerca e sperimentare perché i bartender in tutto il mondo sono alla continua ricerca di novità e noi italiani abbiamo le capacità per soddisfarli”.

UNA NUOVA STORIA?

Interessante è il punto di vista di Filippo Luxardo, responsabile del mercato italiano per la Girolamo Luxardo di Torreglia (Padova), marchio storico nato nel 1821 a Zara. “La Luxardo presidia una nicchia di mercato - quella dei liquori dolci (maraschino, sambuca, limoncello) - che ha tenuto bene nonostante la crisi e negli ultimi due anni, in Italia è decisamente in ripresa. Il settore dei cocktail è per noi importantissimo e non a caso siamo presenti nei principali mercati esteri che in questo campo hanno una storia notevole (Stati Uniti, Regno Unito, Canada). Anche in Italia qualcosa si muove, c'è un ritorno d'interesse per la mixology, crescono i bartender giovani e interessati a fare ricerca sulle materie prime, ritor-

nano di moda cocktail degli anni Venti. Non so se arriveremo ad avere anche da noi una diffusione delle carte dei cocktail, come negli Stati Uniti, ma sicuramente è un mondo che riscuote un rinnovato interesse, merita attenzione e un'adeguata formazione”.

Elvio Bonollo e Luca Fabris, ai vertici della Distillerie Bonollo Umberto di Mestrino (Padova), realtà produttiva di notevoli dimensioni fondata nel 1908, hanno colto già alcuni anni fa la nuova tendenza, pensando di realizzare una grappa dedicata all'uso nella mixology. “Dopo quattro anni di ricerca - raccontano - abbiamo messo a punto la Gra'it, una grappa invecchiata 12 mesi in rovere che nasce da un blend di sette monovitigno: Barolo (nebbiolo), Moscato d'Asti, Aglianico, Brunello (sangiovese), Prosecco (glera), Amarone (corvina), Nero D'Avola. È una grappa morbida, fedele alla tradizione, ma in grado di accostarsi in modo equilibrato agli altri ingredienti dei cocktail, diventandone protagonista, con la sua personalità”. Il lancio è avvenuto la scorsa estate negli U.S.A. con il Gra'it Challenge, la prima competizione di bartending al mondo riservata alla grappa. Al vertice della classifica si è piazzata Giorgia Crea, una giovane bartender di origine italiana.

Per la grappa si stanno scrivendo pagine nuove, ma forse non lo sono proprio del tutto. Infatti, nel 1936 nel libro “Mille Misture” l'autore Elvezio Grassi, accanto a molti cocktail a base di rum, whisky, brandy, cognac e vodka, ne descrive cinque a base di grappa. Insomma, è quasi un ritorno al futuro.

TIRAMISÙ: LO SPUMANTE PER IL DOLCE PIÙ TREVIGIANO CHE C'È

LE AZIENDE INFORMANO

A realizzarlo Astoria Vini, partner
del primo Campionato del Mondo.
Ora disponibile in Italia e all'estero

Per un dolce tipico trevigiano come il Tiramisù non poteva mancare un vino dedicato. E non poteva che essere trevigiano. Ora è arrivato, è il "Tiramisù" Spumante Italiano, nuova bollicina creata da Astoria Vini.

L'idea è nata dalla collaborazione di Astoria con gli organizzatori della prima "Tiramisù World Cup", il primo Campionato del Mondo di Tiramisù che si è tenuto il 4 e 5 novembre scorsi a Treviso e che ha avuto come teatro anche la sede storica di Astoria, la Tenuta di Refrontolo circondata dai vigneti di Prosecco.

Astoria, partner tecnico dell'iniziativa, ha fornito i vini da accompagnare alle creazioni di 600 amatori, appassionati nella preparazione del miglior Tiramisù. Gli Enologi di Astoria, insieme allo staff organizzativo della World Cup, hanno pensato a uno spumante nuovo: sempre a base di uve del territorio dal sapore particolarmente morbido e fruttato, con un dedicato dosaggio zuccherino che lo rende particolarmente avvolgente per creare una perfetta armonia con il piacevole e morbido sapore del Tiramisù.

"I risultati sono stati così interessanti - spiega Paolo Polegato, titolare di Astoria con il fratello Giorgio - che abbiamo pensato di proporlo in modo continuativo in Italia e all'estero, al di là dell'occasione per cui era stato creato". Un vino che si abbina alla perfezione con il dolce italiano più diffuso e amato nel mondo, ma che si sposa con molti altri dessert. "Il tiramisù - continua - è un emblema di italianità, conosciuto e stimato in tutto il mondo. Niente di meglio per la promozione di un vino pensato per il fine pasto. E per di più un vino trevigiano, proprio come il tiramisù".

Dolce ma non stucchevole, lo spumante Tiramisù è delicatamente aromatico: il vino che mancava alla pasticceria italiana.



ASTORIA TIRAMISÙ SPUMANTE

Viene prodotto con uve tipiche del territorio coltivate sui Colli Trevigiani, vendemmiate in settembre con le uve al massimo equilibrio chimico/organolettico. La presa di spuma con metodo charmat dura 20/25 giorni, a cui fa seguito un periodo di circa 10 giorni di permanenza sui lieviti. Una volta imbottigliato viene lasciato riposare per 2/3 settimane prima del commercio.

Presenta un perlage a grana sottilissima, continuo. Il colore è giallo paglierino tenue, lucido, i profumi intensi, fragranti con note floreali e fruttate. Al gusto è invitante, fruttato, con decisa morbidezza.

ASTORIA
WINES

www.astoria.it

DODICI MESI 2016

Società Agricola Le Volpi - Merlot Colli Euganei DOC



Prezzo: 8,00 euro - 750 ml

Società Agricola Le Volpi

Via Gemola, 14
35030 Baone - PD
Tel. 39.0429.59019
info@levolpi.it
www.levolpi.it

Nel 2007, l'imprenditore di origine genovese Luigi Rossi Luciani, trasferitosi nel padovano, s'innamora dei Colli Euganei e rileva un'azienda agricola in cui è presente un nucleo di varietà internazionali a bacca nera storicamente presenti della zona. La posizione vocata dei vigneti - nell'oasi naturale del Monte Gemola e del Monte Cecilia - lo convince a rinnovare e ampliare gli impianti anche con varietà a bacca bianca: moscato giallo, pinot bianco, incrocio manzoni, sauvignon, glera. Attualmente sono 18 gli ettari vitati - seguiti dall'agronomo Enzo Corazzina - ed è stato completato il percorso di conversione al biologico (dal 2013 tutti i vini sono certificati biologici e vegani). Da un paio d'anni è aperta anche l'attività agrituristica con ospitalità. L'azienda produce annualmente circa 70.000 bottiglie, sotto la guida dell'enoologo coneglianese Luciano Vettori. Tratto comune in tutti i vini sono la finezza, la pulizia olfattiva e l'ottima bevibilità. Tra i vini rossi prodotti con le classiche

varietà bordolesi, ci ha colpito molto positivamente il Dodici Mesi, un Merlot in purezza, fermentato e poi affinato per un anno in tini da 70 hl. Rubino profondo, si apre all'olfatto con un elegante insieme di profumi che richiamano bacche rosse ben mature: mora di rovo e ribes nero con, a seguire, un vegetale delicato (foglia di peperone) e lievi spezie dolci. Il sorso è ampio, con un tannino vivace che qualche mese in più di bottiglia integrerà ancora meglio nella struttura complessiva, che è notevole e avvertibile in una bella pastosità lungo il palato, ma senza pesantezze. La chiusura è lunga su toni di humus e spezie. È un Merlot che unisce austerità ed eleganza, tratti squisitamente territoriali nei migliori rossi euganei. Ottimo con una costata alla brace. Nell'ampia gamma dei vini, che spazia dagli spumanti fino al passito, segnaliamo anche un Prosecco DOC sui lieviti, prodotto senza solfiti aggiunti e un ottimo Fior d'Arancio secco. In cantiere c'è anche un Metodo Classico da Manzoni bianco.

120 MESI 2006

Giannitessari - Lessini Durello DOC Riserva Extra Brut



Prezzo: 35,00 euro - 750 ml

Società Agricola Giannitessari

Via Prandi, 10
Roncà - VR
Tel. 045 6450070
office@giannitessari.wine
www.giannitessari.wine

Esperienza e rinnovamento sono due parole che riassumono bene le premesse con cui Gianni Tessari, a partire dal 2013, con l'entrata nella gestione dell'Azienda Marcato di Roncà, ha progressivamente dato vita alla nuova realtà produttiva che oggi porta il suo nome. Ha scelto di metterci la faccia, insomma, imprimendo il proprio marchio sull'etichetta di una bella serie di vini che nascono da un meditato rinnovamento della gestione viticola ed enologica. L'obiettivo di Gianni è puntare a vini di territorio, valorizzando al meglio il potenziale dei vigneti aziendali, 55 ettari nelle tre denominazioni di Soave, Colli Berici e Monti Lessini. In quest'ultima si è trattato, in particolare, di confermare e rafforzare la profonda espressività territoriale degli spumanti da durella in purezza - senza l'aggiunta di varietà internazionali - per la produzione di Metodo Classico. La gamma firmata Giannitessari comprende tre Lessini Durello ottenuti con 36, 60 e 120 mesi di sosta sui lieviti, più un Rosé

da durella e pinot noir: tutti di ottima fattura, eleganti, non eccessivamente dosati; vi sono anche due versioni charmat: Brut ed Extra Dry. È un capolavoro il Durello Riserva 120 mesi 2006 (l'ex A.R. di Marcato): dieci anni sui lieviti danno luce e gusto a una bollicina finissima e dalla persistenza quasi infinita, di color oro brillante. All'olfatto è complesso ed evoluto, con note delicatissime di miele d'acacia, fiori bianchi, mandorla e pane tostati, quasi ricamate su una trama rinfrescante di buccia di mandarino. Il palato è ampio, con un'entrata morbida e avvolgente che lascia spazio a una bella tensione fresca e sapida, dal finale lungo e balsamico. Versatile a tutto pasto, è ottimo con il baccalà mantecato o una catalana di crostacei. La scelta di Gianni di proporlo nella versione Extra Brut, ne fa un'espressione autentica e raffinata. Molto espressivi e precisi anche i due Soave Classico: il Pigno (da garganega) e il Monte Tenda (da garganega e trebbiano di Soave), ottenuti dai due Cru aziendali e il Tai Rosso Colli Berici.

CESIA 2011

Azienda Agricola Roccat - Spumante Extra Brut a rifermentazione in bottiglia

Gli albori aziendali sono del 1975, ma il cambio generazionale e l'assunzione del nome Roccat, preso dall'area dove sono posti i vigneti, è datata 1990. Da allora, la filosofia aziendale di Clemente e Manuel Codello (padre e figlio) è stata quella di valorizzare il territorio con prodotti sempre più rispondenti a qualità, territorialità e innovazione. Probabilmente anche con la complicità delle variazioni climatiche, il loro occhio attento si è posato su un'area al di fuori dell'ambito nettamente proseccista del valdobbiadense, nel comune di Cesiomaggiore (BL), dove hanno scoperto alcuni vigneti di glera. Si sono chiesti che cosa ci facesse la glera lassù, a 470 m s.l.m. e che cosa si potesse ottenere in quella zona, che peraltro risente meno degli stress idrici. La conduzione è di altri, quindi dapprima decidono di comprare le uve di glera per la loro produzione aziendale e, nel 2005, consigliano di rinnovare altri impianti con pinot bianco e chardonnay. Manuel, giovane enologo, pensa

alla produzione di un rifermentato in bottiglia, senza sboccatura. Il Cesia 2011 nasce così da un uvaggio di 70% chardonnay, 30% pinot bianco, con un piccolo saldo di Manzoni bianco. Una parte della massa è stata criomacerata per circa 24 ore a 8°C con continui rimescolamenti. Dal travaso in vasca, la frequenza del batonnage è andata a scalare fino al settembre successivo, per procedere poi all'imbottigliamento senza filtrazione. Il riassaggio periodico delle bottiglie ha confermato che il vino aveva bisogno di tempo prima dell'immissione alla vendita. La lama di acidità del primo anno ora è scomparsa, le componenti si sono armonizzate ed equilibrate pur senza dosaggio. Il perlage sottile è gioia per gli occhi, mentre intenso è il bouquet floreale regalato dal pinot bianco, arricchito dalla frutta declinata su note tropicali e citriche. Splendida beva con attacco di bocca snello, nervoso e pieno, che termina in una lunga scia minerale. Tourbillon di sapori assieme ad un rombo con salsa bernese.



Prezzo: 16,00 euro - 750 ml

Azienda Agricola Roccat

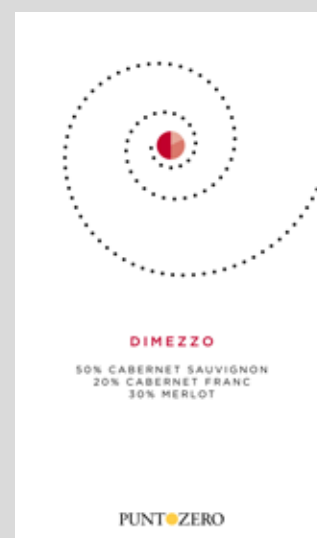
Via Roccat e Ferrari, 1
31049 Valdobbiadene - TV
Tel. 0423 972839
info@roccat.com
www.roccat.com

DIMEZZO 2013

Puntozero - Veneto Rosso IGT

Nel cuore dei Colli Berici, tra Lonigo e Sarego, la famiglia de Besi acquista nel 1994 una tenuta agricola di circa 50 ettari che comprende vigneti, boschi e prati. È l'inizio di un lungo lavoro di valorizzazione del bel contesto ambientale, che culmina in un recente progetto vitivinicolo, realizzato grazie all'incontro con Celestino Gaspari, storico winemaker della Valpolicella. Puntozero è il nome scelto per la nuova azienda dalla giovane Carolina de Besi. La superficie vitata consta di 11 ettari, per una produzione di circa 16.000 bottiglie. Il terreno ha una matrice calcarea sedimentaria ed è ricco di argilla rossa. La scelta iniziale di produrre da vitigni internazionali - cabernet, merlot, pinot bianco e syrah - si è di recente ampliata con nuovi impianti di varietà autoctone. Grande attenzione viene data alla conservazione della biodiversità ambientale, preservando l'integrità dei suoli. Puntozero rappresenta una scommessa innovativa nel territorio dei Colli Berici, ancora poco conosciuto: puntare

su vini rossi importanti, prodotti con appassimento. Il Dimezzo, un taglio bordolese di cabernet sauvignon 50%, cabernet franc 20% e merlot 30% sottoposto a breve appassimento, rappresenta bene lo stile aziendale. È di color rubino impenetrabile, ampio e variegato all'olfatto: rosa canina, susina croccante, liquirizia e delicato peperone dolce su note di vaniglia e caffè. Colpiscono i particolari sentori vegetali che richiamano la macchia boschiva presente nella tenuta: rosmarino, ginepro. Gustoso e immediato, avvolge il palato con grande freschezza, ben sostenuta da morbidezza e sapidità. Chiude in lunghezza sui ricordi olfattivi. Un'ottima espressione della grande potenzialità della Denominazione Colli Berici, ancora non del tutto espressa. Da provare anche d'estate, leggermente più fresco, con una tagliata di filetto di manzo al ginepro e rosmarino. Interessanti anche lo Syrah Virgola, in cui la spigolosità varietale è addolcita dalla morbidezza del leggero appassimento e il Tai Rosso, strutturato, che uscirà nella primavera 2018.



Prezzo: 20,00 euro - 750 ml

Az. Agricola Punto Zero

Via Monte Palù, 1
36045 Lonigo - VI
Tel. 049 659881
info@puntozero.it
www.puntozerowine.it

VULCANO 2016

Garganuda - Soave DOC



Prezzo: 16,00 euro - 750 ml

Garganuda

Via Carbognini, 9/a
37030 Montecchia di Crosara - VR
Tel. 349 3404970
vinononpertutti@gmail.com
www.garganuda.com

Tra i vigneti di garganega sulla collina del Duello - storico cru del Soave nel comune di Montecchia di Crosara - Andrea Fiorini ci è nato e l'amore per quelle vigne, poste su terreni vulcanici di basalto nero, ha ispirato la sua recente avventura nel mondo del vino: qualche anno fa lo zio gli ha concesso di condurre circa 3.000 metri di filari di garganega di circa quarant'anni. Qui Andrea inizia a mettere in pratica quello che ha approfondito in un rigoroso percorso di preparazione e di confronto nel mondo del vino naturale. Il vigneto è inerbito e nella conduzione non si usano diserbanti chimici, né concimi, ma solamente rame, zolfo, preparati biodinamici e tisane vegetali. Le uve sono raccolte a mano e nella vinificazione, che avviene con il sostegno di Stefano Menti di Gambellara, gli interventi sono minimi. Nel 2015 esce la prima annata e Andrea è orgoglioso di poterla etichettare come Soave DOC, perché è il vino in cui crede, un vino autentico che si lega ai suoi

ricordi d'infanzia: "Bisogna togliere, anziché aggiungere - racconta - cerco sostanza e leggerezza della beva, essenzialità e soprattutto salubrità". L'etichetta mostra una giovane donna che nasce da una vigna: ecco la Garganega Nuda senza sovrastrutture, un vino fatto con l'uva e poco altro, anidride solforosa bassissima, nessuna filtrazione. L'esordio è più che convincente. Il Soave Vulcano 2016, prodotto in circa 2.000 bottiglie, si apre su toni freschi e agrumati che ricordano i fiori di camomilla, il mandarino cinese, la mela. Le stesse note si ritrovano pulite e intense anche nel sorso avvolgente, animato da uno stuzzicante scatto sapido e da una bella tessitura minerale. Andrea trascorre tutto il tempo libero in vigna e si definisce un ideatore e non ancora un vignaiolo, poiché di lavoro fa il poliziotto. Nell'attesa di diventarlo pienamente, sogna di produrre altre interpretazioni del Soave, da diversi terroir. È un pragmatico sognatore che vale la pena di seguire.

MIRRIS

Casa Roma - Bevanda aromatizzata a base di vino



Prezzo: 35,00 euro - 500 ml

Az. Agr. Casa Roma

Via Ormelle, 19
31020 San Polo di Piave - TV
Tel. 0422-855339
info@casaroma.com
www.casaroma.com

Il passato si fa presente attraverso quel vitigno tanto antico, quanto grande, qual è il Raboso Piave. Siamo nella piana della Sinistra Piave, a San Polo, dove Luigi Peruzzetto è giunto alla trentaquattresima vendemmia da titolare di Casa Roma. La conversione per la certificazione bio è in atto e la capacità produttiva è di circa 250.000 bottiglie. Il dinamismo è nel DNA di Luigi e nel 2016, dall'incontro con l'erborista Mauro Hartsarich e l'amico Marcello Francescon, nasce un'idea tanto innovativa quanto rischiosa: ricreare quel vino medicale il cui ultimo interprete in zona fu il Prof. Tramontini che, quasi un secolo fa, lo prescriveva alle puerpere per tirarsi su. Il Raboso assurge a rinascita nella veste antica di "enolito", un vino che diventa medicale solo se possiede specifiche caratteristiche organolettiche, tali da renderlo capace di veicolare l'efficacia nutraceutica di erbe e piante. Mirris è il nome che gli antichi romani davano a un prezioso enolito contenente mirra. Con il Raboso passito Callarghe, frutto del cru aziendale - una vecchia bellussera

piantata su terreno ghiaioso e vendemmiata a mano - vengono eseguite separatamente le macerazioni per ognuna delle erbe officinali: rosa di Damasco, viola odorata, rabarbaro, zafferano, china, tanto per citarne alcune. Alla vista mostra la tonalità di rosso sangue di piccione, impenetrabile. Alla rotazione lascia un film ematico sulle pareti, rivelando consistenza. All'olfatto è un'esplosione di profumi, anche balsamici, che ricordano il laboratorio di uno speciale: rabarbaro, viola mammola, rosa secca, china, arancio candito, noce moscata, zafferano, note iodate, ristretto di succo di ciliegie, boisé e leggero affumicato. Al sorso disorienta i sensi per una complessità aromatica inusuale: è dolce e caldo, ma non traspaiono i 17 gradi; l'estrema morbidezza è contenuta da un mix salato e leggermente piccante. La trama tannica fa da sottofondo, ma è ben presente. L'interminabile persistenza prosegue a bicchiere vuoto, donando un suggestivo profumo di rosa. Non necessita di abbinamenti, ma una crostata di amarene e pasta frolla allo zenzero può regalare un'emozione in più.

MONTUNAL 2016

Montonale - Lugana DOC

Montonale è un antico borgo nella zona di produzione del Lugana DOC, con una esposizione favorevole all'Ora e al Pelèr, i venti locali che favoriscono aromaticità e salubrità delle uve. Da oltre un secolo la storia di Montonale si identifica con quella della famiglia Girelli e Roberto, enologo, nel 2010 rilancia l'attività vitivinicola di famiglia, affiancato dai fratelli Claudio e Valentino, battezzando la propria azienda con il nome della località. Le vigne si estendono ora per 25 ettari su terreno argilloso, ricco di calcare e di minerali, con impianti prevalenti di turbiana, ma anche parcelle di uva a bacca rossa. Valentino, l'agronomo, ha scelto l'agricoltura integrata e fertilizza con humus e stallatico, praticando l'inerbimento nell'interfila. Sfogliature e diradamenti severi sono la norma. La vendemmia è manuale con passaggi ripetuti sul filare. Montunal, Lugana DOC da turbiana in purezza, è l'espressione della concezione della

denominazione di Montonale, tesa a esprimere l'identità profonda del connubio turbiana-territorio. Dunque: fermentazione spontanea sui lieviti indigeni, processi di macerazione prefermentativa (senza le bucce) e di affinamento sulle fecce nobili a bassa temperatura e prolungati nel tempo. Nel calice, il Montunal si veste di giallo paglierino con riflessi verdolini. Intenso e verticale all'olfazione con piacevoli sentori di pompelmo rosa, fiori e frutti bianchi, note di zafferano, pepe bianco ed erbe aromatiche sullo sfondo minerale di ghiaia bianca bagnata. Sorso secco, caldo, citrino, sapido ed elegante. Fine al primo approccio e anche nella lunga persistenza fruttata. Ottimo come aperitivo e in accompagnamento ad antipasti di mare e di carni bianche, esprime tutto il suo legame col territorio di lago abbinato a un piatto di aringhe alla gardesana o al luccio in carpione o, infine, con i bigoli con le sarde di lago.



Prezzo: 9,00 euro - 750 ml

Azienda Agricola Montonale

Loc. Montonale Basso, 6
25015 Desenzano del Garda - BS
Tel. 030 9103358
info@montonale.com
www.montonale.com

SARCO 2016

La Costa Fattoria Sociale - Veneto Rosso IGT

Bellissimo è il contesto in cui è situata questa particolare azienda, con lo sguardo che spazia dalle Prealpi Vicentine sino alla Lessinia, ai Berici e agli Euganei. Tutto parte da tre amici con un ettaro di vigneto, coltivato a merlot. Alla fine degli anni Duemila il gruppo è affiancato da Osvaldo Tonello, portatore di un contributo sostanziale e di una non comune sensibilità, che acquisisce la maggioranza societaria e sposta l'obiettivo a un'imprenditoria sociale di qualità. Viene così dato il via all'inserimento lavorativo di giovani con disabilità e svantaggio sociale, in una realtà vitivinicola esistente. Oggi l'attività insiste su 6 ettari di vigneto, in parte in affitto, con una produzione in biologico di 30.000 bottiglie. L'impresa si è allargata poi all'ospitalità, con un accogliente agriturismo e alla coltivazione di ortaggi ed erbe officinali che sono commercializzate nel punto vendita.

Il progetto vinicolo è seguito dal giovane enologo Simone Ambrosini, formatosi a San Michele all'Adige. Tutte le vivaci etichette sono decorate artisticamente a mano dai giovani della comunità e sono pezzi unici. Interessante il Sarco 2016, prodotto in 6.000 bottiglie, da grolla 85% e syrah 15%, con affinamento in acciaio. All'olfatto entrano note agrumate di chinotto, seguite da gelée alla viola e cenni di susina, su uno sfondo di pepe bianco, fienagione e mallo di noce. Al gusto, il vino è giocato sulla bevibilità, grazie a una grande freschezza, al tannino vivido e a una ben percepibile sapidità. È piacevole e chiude lungo, su note di visciola e mineralità scura. L'Azienda produce anche un Metodo Classico, intrigante per gli immediati richiami di pasticceria, meringa, panna, pesca sciroppata e anice stellato e due Vespaiole fermi, uno con affinamento in legno e l'altro in acciaio, nonché uno splendido Merlot, il Masot.



Prezzo: 9,00 euro - 750 ml

La Costa Fattoria Sociale

Via San Giuseppe
36030 Sarcedo - VI
Tel. 04451670108
info@cantinalacosta.it
www.fattoriasocialelacosta.com



VOLTI NOTI

SPIRITO LIBERO

Arrigo Cipriani e il mondo visto dal banco dell'Harry's Bar

di Antonio Di Lorenzo

“Per fare un autentico Martini dry si toglie da una bottiglia di gin giusto la quantità del collo, che viene sostituita con il vermouth. Si agita, poi bottiglia e bicchiere vanno in freezer. Hemingway non lo chiamava Martini ma Montgomery, in ricordo del generale inglese che combatteva solo se il rapporto di forza con il nemico era di quindici a uno in suo favore. Nel Martini dry, che dev'essere secco, molto secco, ormai siamo a un rapporto di cento a uno”. È solo uno dei mille aneddoti che Arrigo Cipriani tira fuori dalla sua memoria di 85enne lucido, vivace, sempre controcorrente. Il suo mantra è la celebre frase di Churchill: “Non arrendetevi, mai, mai, mai, mai, mai, mai”. Sei volte. È stato maestro di karate per 25 anni e ogni giorno fa un'ora di ginnastica. Voleva diventare corridore automobilistico, invece è diventato il ristoratore che ha esportato il “Made in Italy” gastronomico nel mondo. Venticinque ristoranti, da New York a Dubai, 500 cuochi, tremila dipendenti rappresentano la forza del gruppo Cipriani. Sposato con Tommasina “Ina” Divarisi, hanno tre figli: Giuseppe (amministratore delegato di Cipriani Usa), Carmela (scrittrice) e Giovanna

(giornalista della Rai), che gli hanno dato sette nipoti. Tre di loro lavorano già a New York nei locali di famiglia. Ha scritto dieci libri, di cui solo uno di ricette, che però ha venduto 300 mila copie. E insegna marketing del turismo all'università di Venezia, Ca' Foscari.

Lei sostiene di essere l'unica persona al mondo ad avere preso il nome da un bar.

Certo. L'Harry's bar è stato aperto nel 1931, io sono nato nel 1932. Non c'era nessuno in famiglia con questo nome. Durante la dittatura siamo stati perseguitati, i fascisti sostenevano che il locale fosse un covo di ebrei. Volevano arrestare mio padre. Per due anni abbiamo dovuto cambiare il nome del locale in Arrigo. Poi fu anche requisito.

Il bar è nato grazie a un prestito restituito.

Diecimilalire che mio padre prestò ad Harry Pickering, giovane americano piantato in asso a Venezia dalla zia: non aveva i soldi per tornare a casa. Ci pensò mio padre, e mia



Arrigo Cipriani

madre non era d'accordo. Era una cifra enorme ed eravamo nel pieno della crisi del 1929. Un anno dopo il giovane tornò, restituì i soldi e ci aggiunse trentamila lire. Così i miei aprirono il locale. La sede la decise mia madre: era una vecchia rimessa di cordame. A mio padre piacque il fatto che fosse in un vicolo cieco, senza ponte: bisognava per forza volerci andare, era una scelta libera.

La libertà è il valore più importante per lei.

Fondamentale. Lo capii a tredici anni, in calle Vallaresso quando vidi i soldati neozelandesi liberare Venezia. Mi esplose la gioia nel cuore come un vulcano. La libertà viene prima di tutto. Anche nei miei locali la regola è: nessuna imposizione.

È vero che lei non va a mangiare nei ristoranti che hanno il nome di un cuoco?

Nella vita si devono far le cose perbene, non mettersi in mostra.

E non le piacciono neanche i menu degustazione.

No, perché sono un'imposizione.

Perché i grandi chef secondo lei rappresentano la rovina della cucina italiana?

Se la cultura è scrittura, scultura, pittura, noi abbiamo dentro la storia più lunga del mondo. Ma loro non rispettano le tradizioni. Paul Bocuse ha mangiato da noi a New York un piatto di ravioli: "Questa è la vera cucina", ha commentato. Perché la vera cucina è la trattoria.

E i suoi locali sono trattorie?

Certamente. Facciamo di tutto per far sentire il cliente come a casa sua.

Magari il conto non è da trattoria...

Non è vero. Abbiamo anche menu a 50 euro. Comunque

Un evento al Cipriani 42nd Street di New York



ogni portata per noi è un pasto. Se vuole gli spaghetti al burro, glieli facciamo, ma con ingredienti di qualità. Ci sono persone che mangiano da noi cinque volte alla settimana, anche solo un'insalata. Sarà magari l'insalata più cara del mondo.

Cos'è il lusso?

Una semplicità complessa, determinata da tanti fattori: l'accoglienza, per esempio, o il servizio. All'Harry's bar abbiamo 75 dipendenti in 70 metri quadrati, si pranza con i tovaglioli di lino, la tovaglia viene cambiata prima del dessert. E in albergo le lenzuola sono croccanti. Perché si possono avere i quadri più belli alle pareti, ma quando chiudi gli occhi non li vedi più, spariscono. Le lenzuola, invece, le senti.

Lei si definisce "il figlio di Giuseppe e il papà di Giuseppe". Perché?

Perché mio padre è stato il vero genio della famiglia. Quando ero giovane credevo che avesse ragione in sette cose su dieci che diceva. Adesso so che aveva ragione anche nelle altre tre. Suo nipote gli assomiglia. Ha sempre voglia di fare qualcosa di nuovo. A me il papà diceva che ero pigro, perché mi piaceva andare a pesca nell'unico giorno libero che avevamo alla settimana: "Pensi sempre alla pesca", mi rimproverava.

Era esigente?

Con l'esempio. Se io mi alzavo alle otto, lui era già in piedi dalle sette.

È stato difficile essere il figlio di Giuseppe?

Ricordo quando papà aveva lasciato il ristorante e si affacciavano i clienti alla porta: "C'è Cipriani?" chiedevano. "Eccomi", rispondevo. "Non tu, quello vero". Oppure ricordo quando mi bocciano i piatti: "C'è troppo aglio, quando c'era tuo padre il sapore era diverso". Io andavo dal cuoco e gli chiedevo: "Hai messo l'aglio?". "Certo, come sempre", mi rispondeva.

Il papà creò il cocktail Bellini. È cambiato dal 1948?

Absolutamente no: sempre pesca bianca e Prosecco.

E il carpaccio?

Oggi tutto è carpaccio. Ma il papà lo creò nel 1961 per una contessa che non poteva mangiare la tartare. Allora le servimmo del filetto tagliato a coltello.

La fortuna di un ristorante la determinano le Guide?

Per carità. La fortuna non la fa la guida dei coper-toni francesi né le altre. La creano i piatti, la tradizione, il servizio.

E magari anche gli ospiti che lo frequentano. Lei ne ha avuti di illustri. Orson Welles, per esempio.

Arrivava da noi, e voleva una bottiglia di Dom Perignon e dodici sandwich. Che mangiava in cinque minuti. Una volta si dimenticò di pagare il conto e mio padre mi spedì a rincorrerlo. Lo trovai sul treno in stazione. "Vieni con me a Parigi?" mi chiese. "No, magari. Vorrei che saldasse il conto". Mi lanciò dal finestrino il libretto dei *traveller's*



Arrigo Cipriani con la nostra rivista.
Sotto, il celebre Bellini



cheque senza guardare quanti fossero. “E la firma?”, gli chiesi. “Firma tu”, rispose.

Ernest Hemingway è la bandiera dell’Harry’s Bar, che ha citato in “Di là dal fiume e tra gli alberi”.

Quando ci frequentava non conoscevo bene l’inglese e così gli parlavo poco. Lo ricordo in fondo al locale, che scriveva. Gli piaceva bere. La sera davanti alla porta si lasciavano tre bottiglie di vino: se alla mattina erano vuote, significava che aveva scritto di lena.

È storica la foto sua e del papà a Torcello davanti a una distesa di bicchieri vuoti.

Gli piaceva far ubriacare gli amici. Dopo quella bevuta papà rimase a letto tre giorni.

Woody Allen è un amico, ormai?

Sicuro. Parla pochissimo. Tempo fa ho anche tradotto tre suoi libretti. Quando s’è sposato a Venezia è venuto da noi alla sera. Ricordo che una volta, a New York, al nostro ristorante si avvicinò a una signora e le domandò: “Signora, per favore, la smette di guardarmi?”.

Maria Callas la ricorda?

Con Aristotele Onassis mangiava al piano terra, in quello di sopra pranzavano Richard Burton e Liz Taylor: le due coppie non si rivolgevano la parola. Onassis non era un gran signore: una volta per la gioia ha rotto un piatto. Andai da lui e gli spiegai: “Qui non si rompono i piatti”,

“Ma io pago”, mi rispose. “Non m’importa, qui non si rompono i piatti”.

È vero che è merito suo se il celebre romanzo “A sangue freddo” di Truman Capote fu pubblicato?

Era un gay che non nascondeva il suo stato, anzi lo accentuava. Mi incaricò di far arrivare il manoscritto del libro negli Usa e riuscì ad affidarlo a un cliente che partiva per gli Usa. Un bel rischio. A quel tempo non esistevano i corrieri e neanche le fotocopie.

Anche il Nobel Eugenio Montale vi ha frequentato.

Mangiava malissimo, si metteva le dita in bocca, sputava sul piatto. Non si poteva farlo sedere vicino agli altri clienti, faceva perdere l’appetito. Così lo mettevamo in un angolo, sotto il telefono. Litigava terribilmente con la moglie. Sembrava che si odiassero. Ma quando lei è morta ha scritto Satura: “Abbiamo disceso assieme milioni di scale...”

Lei è stato amico di Lino Toffolo?

Era un grande amico e un attore straordinario, prigioniero di quella macchietta del veneto ubriaccone. Mangiavamo assieme tre volte alla settimana: e lui beveva sì e no mezzo bicchiere di vino.

IN VIAGGIO

THE BIG APPLE MIX

Sulle strade di New York, dove nascono le mode.
Alla scoperta dei locali storici della mixology

— di Giambattista Marchetto



New York non dorme mai e, come in tutto ciò che è costume, New York fa tendenza anche nell'esperienza dei cocktail. Tra long drink e shot, la scena mixology nella Grande Mela è costellata di bar e club che svelano i segreti di una storia che affonda nei decenni fino al proibizionismo ovvero che lanciano nuovi approcci esperienziali. E quello che conta, in ogni caso, è la personalità che il luogo riesce ad esprimere.

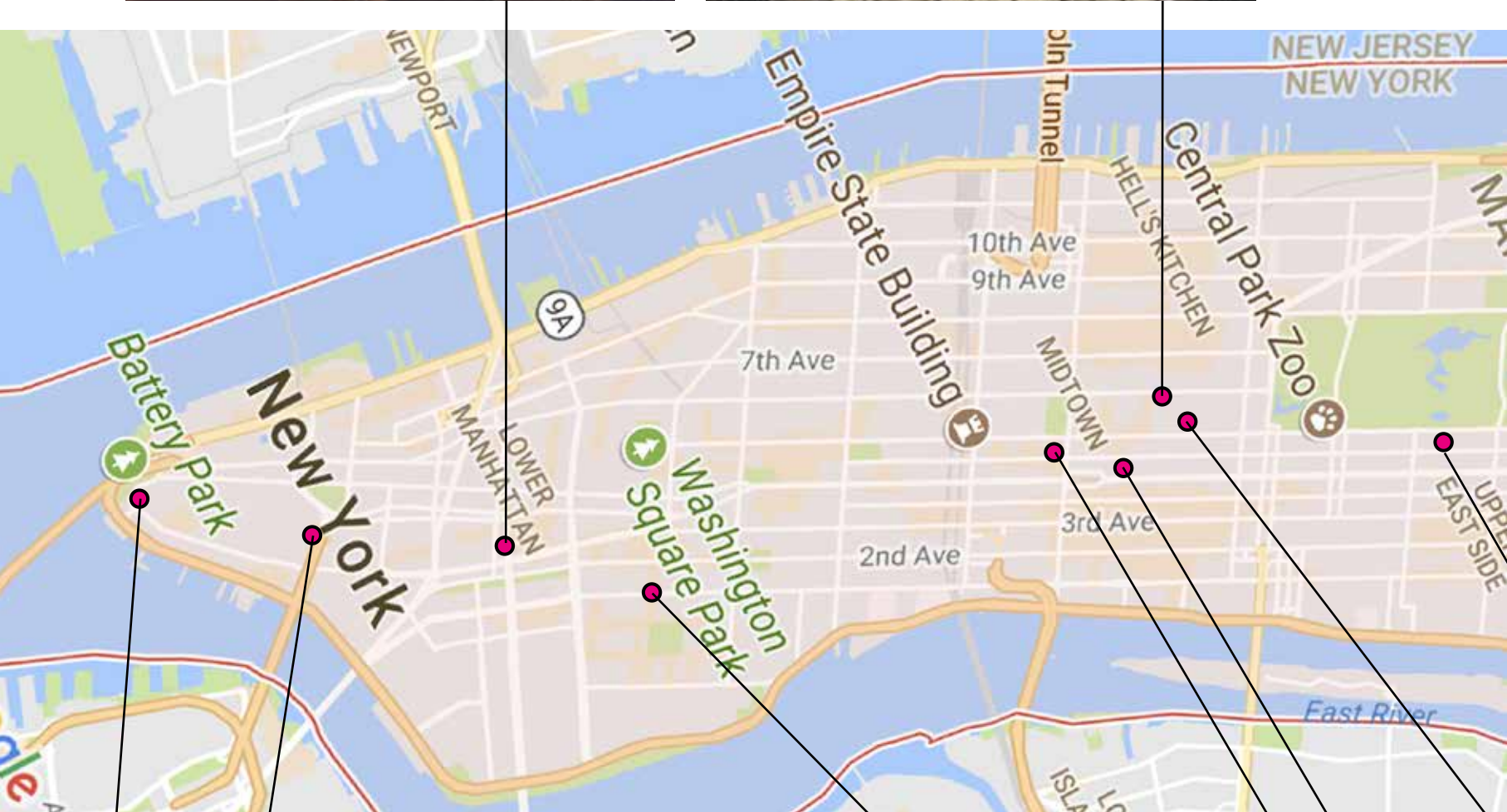
Tra i locali che vantano una storicità autentica vale la pena di visitare il 21 Club (21st W 52nd St), che prima dell'opening ufficiale nel 1930 vantava già un passato in tempi di Proibizionismo, grazie ad un bar a scomparsa e a una cantina nascosta ben fornita di vini. Grazie al sistema di leve che fece scomparire il bar, il 21 Club è sopravvissuto alla visita dei federali e, dopo la legalizzazione, ha saputo attrarre una clientela selezionata e facoltosa per l'atmosfera sofisticata e i party che ne hanno segnato l'ascesa dai Seventies a fine millennio. Il bar a due passi dal Rockefeller Center non è leggero per il portafoglio, ma rappresenta un pezzo di storia newyorkese.

Il passo è breve verso un altro luogo storico della Mela, il Sir Harry's Lounge del Waldorf Astoria (301 Park Avenue). Prende il nome dall'esploratore britannico Sir Harry Johnston e avrebbe dato i natali a drink noti come

il Rob Roy e il Waldorf Sunset (gin, crema di cacao, succo d'arancia, ghiaccio), che si scoprono nel celebre Old Waldorf Astoria Bar Book e già nella preparazione offrono uno spettacolo interessante per chi rimane al bar.

Ancora un hotel, il St. Regis (2nd E 55th St), e ancora un cocktail lounge di quelli da non perdere: il King Cole Bar prende il nome dal grande murale che raffigura the King e che sovrasta il bancone dei bartender. Non si può dire che non sia un locale *upscale*, dato che la clientela ricercata che frequenta la 5th Avenue può scegliere tra grandi etichette di Champagne e cognac di primo livello, ma la vera curiosità è il Red Snapper, una versione sofisticata (in plurime varianti) del Bloody Mary che sarebbe stato inventato al King Cole negli anni Trenta.

Per rimanere in downtown Manhattan, meritano una rapida menzione due luoghi forse meno scontati per gli esploratori della mixology. All'Oyster Bar della Grand Central (89th E 42nd St), che accoglie avventori dalla seconda decade del Novecento, si possono ordinare cocktail classici e ostriche o snack di pesce nel saloon sul retro della sala da pranzo. È sicuramente pretenzioso il Russian Tea Room, lounge dal volto dorato che permette agli appassionati di saltare il tè e di dedicarsi alla scoperta di 36 etichette di vodka, servite in purezza o in mix originali (da provare il Rasputin).



PDT
(113 St. Marks Pl)



Dead Rabbit (30 Water St)



Oyster
Grand Central
(89th E 42nd St)

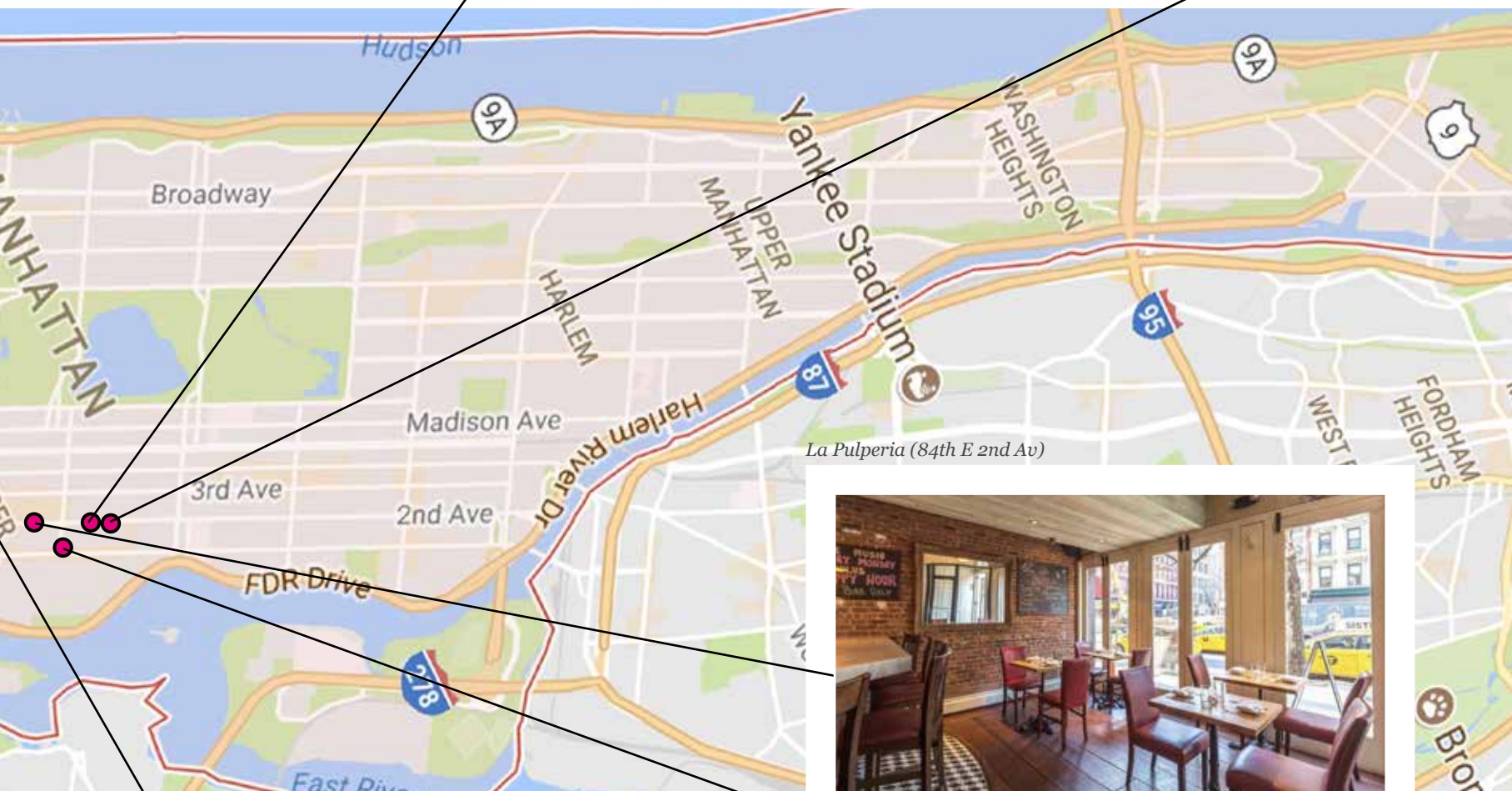
Auction House sulla 89th East



The Infirmary (90th E 2nd Av)



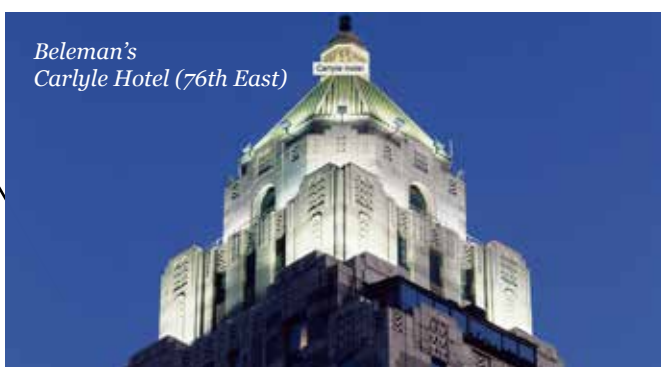
INVIAGGIO



La Pulperia (84th E 2nd Av)



*Beleman's
Carlyle Hotel (76th East)*



*Maz Mezcal
(86th East)*



*St. Regis
King Cole Bar
(2nd E 55th St)*



Waldorf Astoria (301 Park Avenue)





*Until Tomorrow
(507 Myrtle Ave)*



*Widow Jane
(214 Conover St)*

LE CONTAMINAZIONI

Spostandosi in Upper East Manhattan cresce la curiosità. The Infirmary (90th E 2nd Av) è un pezzo di New Orleans a Manhattan, con ottimo cibo in stile creolo (non propriamente leggero) e cocktail per appassionati di abbinamenti cajun. Il *signature* cocktail della casa è il Sazerac, che propongono orgogliosamente nella versione classica e in quella di New Orleans (più interessante).

La Pulperia (84th E 2nd Av) è innanzitutto un ristorante con cucina creativa latino-americana, ma la creatività è una peculiarità che si estende ai bartender. Il menu propone una stimolante selezione di cocktail "artigianali". Da provare (magari durante l'happy hour) lo Smokey Room con purea di frutto della passione e mezcal, El Chilango a base tequila con tamarindo e habanero, ma anche la loro versione sperimentale del Pisco sour.

Ancora atmosfera latina al Maz Mezcal, aperto da decenni sulla 86th East, dove tutti i bartender hanno una interessante propensione a sperimentare, grazie anche all'ottima selezione di Tequilas e Mezcales sulla quale chiedete consiglio ad Antonio. Salvo smentite, le loro sono le migliori frozen Margaritas in zona, ma per gli appassionati le tradizionali Mezcalitas sono insostituibili.

Piuttosto nascosto, ma proprio per questo curioso, The Auction House sulla 89th East ha un'offerta tradizionale di tutti i cocktail standard giocati con spirito funky. Per chi invece ricerca un'ambiente più posh, tra celebrità e scintillii, al Beleman's Bar del Carlyle Hotel (76th East) servono cocktail di magistrale fattura, ma assolutamente non per tutte le tasche.

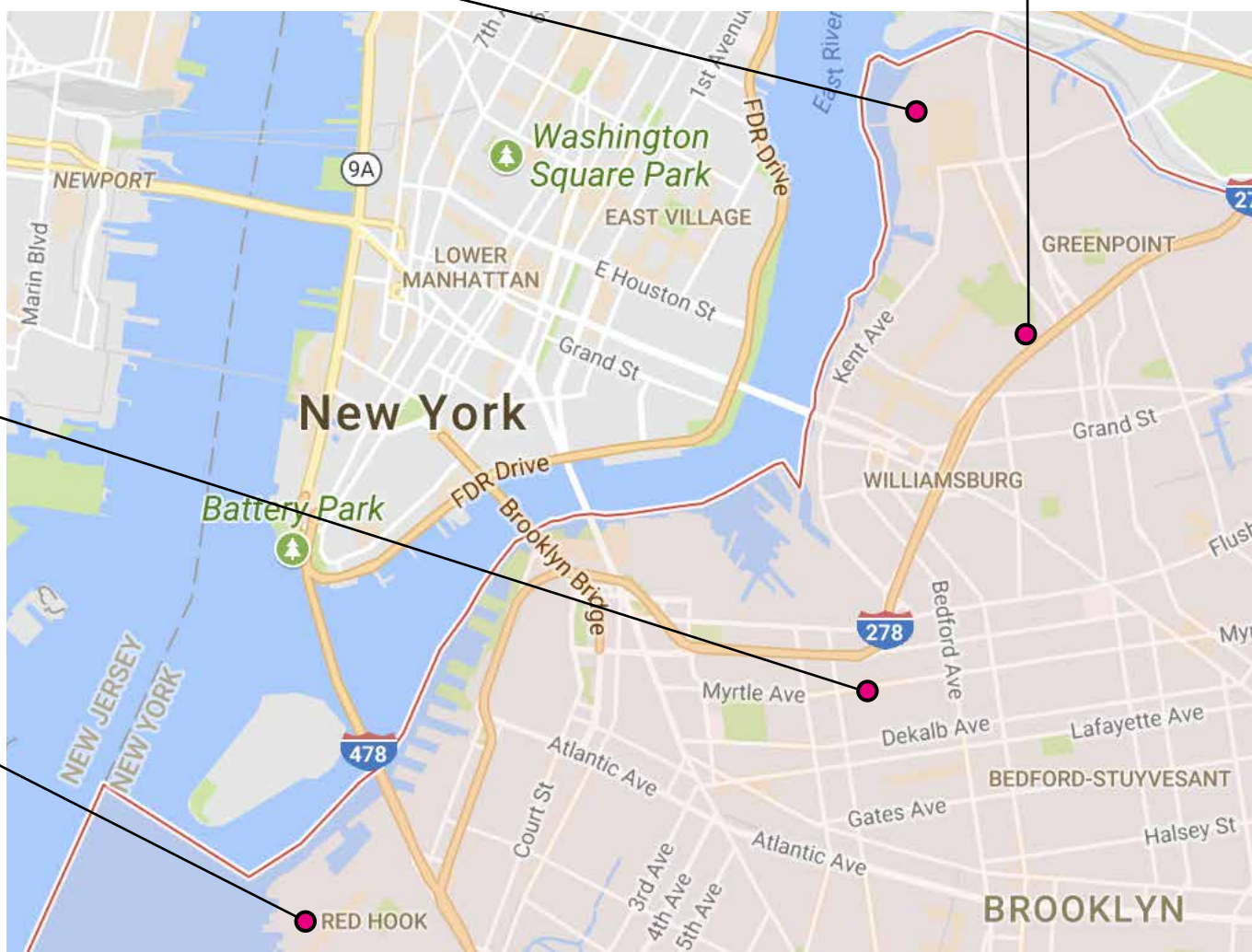
DOVE SI RILASSANO I MANAGER

Scendendo al Financial District non mancano i bar che dalla birra post-ufficio in cravatta accompagnano dritti nelle divagazioni notturne tra bourbon e cocktail. Come non partire allora dal Dead Rabbit (30 Water St), incoronato World's Best Bar nel 2015 e 2016, che con un inconfondibile mood ottocentesco accoglie i beerlover in un'atmosfera da Irish pub, ma che al piano superiore diventa una sorta di tavern raffinata dove mangiare e scegliere tra cocktail curiosi in un menu a fumetti (vagamente inquietante). Qualche idea? Il Nickel Dime gioca con rum caraibico, cognac, vermouth, more, cannella, succo di limone e di ananas, mentre il Bosom Buddy è un mix di whiskey irlandese e americano, brandy, crema e vaniglia, datteri, pimento e un uovo, o ancora il bizzarro Billion Dollar Man a base di brandy, cachaça, mandorle, pepe nero e zucca, servito caldo (come una sorta di zuppa cremosa). Tra i *signature* più conosciuti il Gangsta's Paradise, il Son of a Gun e Man on the Dancefloor.

A due passi dal ponte di Brooklyn, incuriosisce Apotheke (9 Doyer St) dove l'arte del mixology viene proposta in quello che chiamano pharmacist-style, con l'utilizzo di ingredienti o accostamenti inconsueti. Il menu è fatto di "prescriptions", con i cocktail presentati come pozioni medicamentose eccitanti come il Devil's Playground o antidolorifiche come il costoso Huntsman o antistress come Stolen from Eden.

In zona Village c'è da soddisfare ogni tipo di curiosità. Al PDT (acronimo che sta per Please Don't Tell, 113 St. Marks Pl) si entra attraverso una cabina telefonica posizionata all'interno di un locale che serve hamburger e hotdog e, in un'at-

Alameda
(195 Franklin St)



mosfera soffusa, si può farsi stuzzicare o puntare sul *signature* Sixth Street che in molti raccomandano per l'intrigante mix di ginger beer, curry, guva e cordiale al lime. Oppure il minuscolo Amor y Amargo, dove la passione per i bitter europei, asiatici e centroamericani attrae più avventori delle venti persone che riescono a entrarci. E il finto *speakeasy* giapponese Angel's Share (nascosto anche questo all'interno di un ristorante) che i connoisseur raccomandano per una eccellente selezione di cocktail affumicati e dal carattere fortemente speziato.

Infine un locale upscale tra il Village e il FiDi, apprezzato soprattutto dagli appassionati di proposte sofisticate, è il Vandal (199 Bowery).

IL RITORNO DELLA CLASSE MEDIA

Al di là dell'inevitabile focus su Manhattan, è però nel gioco della *gentrification* che si possono scoprire nuove idee. A Brooklyn soprattutto.

Da provare, sull'altra sponda dell'East River, l'Until Tomorrow (507 Myrtle Ave) che coniuga il piacere di un bar

tranquillo e rilassato, assai meno sofisticato dei luoghi citati in precedenza, ma con una stuzzicante complessità nella creazione dei cocktail. La *list* non cerca di stupire, ma i classici vengono proposti con ricette accurate e infusioni speciali preparate *in house*.

Spostandosi in quell'angolo di NY che non sembra nemmeno parte della metropoli chiamato Greenpoint, magari dopo un *chowder* o qualche ostrica al bar/pescheria Fish & Lobster Co., si può sperimentare l'atmosfera di Alameda (195 Franklin Street): creatività nella mixology e la possibilità di far due chiacchiere con i bartender senza troppe formalità rappresentano un'occasione da cogliere per andar fuori dalle righe.

Non molto lontano, in quel distretto super-hipster che è diventato Williamsburg, è inevitabile uno stop alla New York Distilling Company (79 Richardson St) i cui distillati vengono serviti al bar The Shanty in cocktail non troppo rigorosi, ma efficaci nel valorizzare la materia prima della casa.

Infine, prima di tornare tra le luci di Manhattan, un ultimo consiglio: una visita alla distilleria Widow Jane a due passi da Red Hook (214 Conover St) per una degustazione di bourbon che regala emozioni agli appassionati.



COCKTAIL A CENA. PERCHÉ NO?

Abbinare le pietanze ai miscelati non è più un sacrilegio. Anzi, può riservare interessanti sorprese

— di **Morello Pecchioli**

Forse è una moda o forse no. Ma in questo momento della storia italiana del bere c'è una forte tendenza a pasteggiare con il cocktail. E se da una parte la novità fa urlare al sacrilegio gli ortodossi dell'abbinamento cibo-vino, dall'altra si levano plausi dai sostenitori del tumbler, il bicchierone nel quale si preparano e si servono cocktail, long drink e altre bevande miscelate. Non a caso abbiamo parlato di "momento della storia italiana del bere". In molti altri Paesi, Stati Uniti in testa, mangiare e bere contemporaneamente un Negroni o un Bloody Mary o un Mojito, è considerata cosa assolutamente normale.

Saltano, dunque, anche in Italia le vecchie categorie che distinguevano le bevande miscelate in due categorie: cocktail da aperitivo e cocktail da dopopasto. Accomparlo ai piatti era considerata una stravagante esterofilia se non una bestemmia. Tutti i libri che da Pellegrino Artusi in poi hanno spiegato quanto è bello, buono e opportuno l'abbinamento tra il cibo e il vino, ora rischiano di diventare

obsoleti o, peggio, dimenticati sugli scaffali degli enogastronauti. Paolo Monelli, Mario Soldati e Luigi Veronelli si staranno rigirando nelle tombe. "Non è concepibile un pasto che non sia accompagnato dal vino", scriveva il primo nel libro *O.P. ossia il vero bevitore* (1963). E continuava: "Lo affermano i proverbi: pasto senza vino, corpo senza anima; pasto senza vino, si fa un mal mattino; pasto senza vino è come un ballo senza orchestra, commediante senza trucco, farmacista senza tisana, spada senza l'elsa, dilemma senza corna, critico senza veleno". Sull'importanza mistica del vino a tavola concordava Veronelli: "Le qualità di un vino completano il piacere di un cibo e lo spiritualizzano". Per non parlare di Anthelme Brillat-Savarin, re dei gastronomi francesi: "Un pasto senza vino è come un giorno senza sole". Lo stesso Monelli, però, adorava i cocktail ai quali, nello stesso *O.P.* (*Optimus Potor*), dedicò parecchie pagine, tessendone le lodi, ricostruendone la storia e l'etimologia del nome e scagliandosi contro i medici che proclama-

Il Polipo 300 di Dimitri Mattiello

vano dannose le bevande alcoliche e contro gli autori e autrici di ricette di cocktail “trovate nei calendari, in certe superficiali rubriche mondane, nei libri di cucina per le famiglie ove questa parte è trattata con meravigliosa incompetenza”.

Per il grande giornalista e scrittore preparare cocktail è un'arte difficile, per la quale ci vuole “il necessario impegno di mescolare i vari ingredienti con competenza, con raffinatezza, con il doveroso riguardo allo stomaco e al fegato degli ospiti”. Monelli se la prendeva anche con quei barman “noleggiati” che proponevano cocktail digestivi. “Non esistono cocktail digestivi - sentenziò - un buon cocktail deve stimolare l'appetito e la mente. I cocktail sono una doverosa introduzione ai pasti della sera”. Ma guai ad esagerare, però. Anche se li considerava nettari raffinati, Monelli non accettava che rovinassero il piacere del vino a tavola: “Trangugiare un numero eccessivo di queste misture può ottundere l'appetito e gravare eccessivamente il sangue con gli effetti dell'alcole lasciando poco spazio alla degustazione e al godimento del vino”.

Aveva ragione lui o ce l'hanno coloro che accolgono con entusiasmo le nuove tendenze?

DALL'APERITIVO ALLA TAVOLA

Una cosa è certa: i tempi cambiano e i gusti si evolvono con loro. “Il cocktail una volta era servito solo come aperitivo” commenta Dimitri Mattiello, chef dell'omonimo ristorante di Altavilla Vicentina, dove propone piatti che affondano le radici nella tradizione, ma evoluti, elaborati con fantasia e preparati con tecniche e cotture moderne. Dimitri, consulente di locali italiani in India e Dubai, abituato alla clientela straniera, ha le idee chiare sull'abbinamento cibo-cocktail: “Il primo cambiamento in favore di questo accostamento è avvenuto con l'aperitivo lungo, momento che allunga i tempi prima di sedersi in tavola. Ci si diverte a scambiare quattro chiacchiere al bancone del bar, ordinando non più uno, ma un paio di bicchieri, in attesa di sedersi in tavola portandosi dietro l'aperitivo non ancora finito. Questa evoluzione ha creato locali come il mio. È sorta nell'immaginario del cliente, del barman e dello chef l'idea di accostare razionalmente cocktail e piatti. Chiaro che sono favorevole ai nuovi abbinamenti, ma solo quando gli accostamenti sono ragionati. Io stesso, per esempio, propongo di abbinare il carpaccio di tonno e tamarindo con un Gin Tonic. Oppure un piatto di pata

Un Bloody Mary

*Francesco Baldisserutti,
chef del Ristorante Perbellini*



negra con il Bloody Mary. O, ancora, un petto di piccione con un Americano: rabarbaro, vermouth rosso, seltz. Sono abbinamenti pensati, studiati. Rimorsi nei confronti del vino? Assolutamente no. Lo amo, lo rispetto e a tavola, lo bevo volentieri, ma se si riesce a impreziosire un sapore con un cocktail, è meglio”.

OSANDO SI IMPARA

Marco Scandogliero, sommelier Ais campione del Veneto 2016, proprietario del ristorante 4 Ciacole di Roverchiara in provincia di Verona, dà una risposta manzoniana, del tipo “adelante con juicio”: adora l’abbinamento col vino, ha una cantina rifornitissima, ma lascia la porta aperta ad altre combinazioni. “L’abbinamento con i cocktail è molto particolare. L’idea di maritare bevande miscelate al cibo è buona, ma bisogna essere assolutamente bravi nel prepararle, altrimenti c’è il rischio che l’alcool rovini il piatto. Chi ci sa fare ottiene risultati straordinari, come ho provato io stesso all’Osteria Francescana di Modena”.

Nel ristorante di Massimo Bottura viene servito

un primo piatto molto particolare con un cocktail altrettanto speciale: un riso camouflage composto da tre risi preparati separatamente - riso con emulsione di ostriche, riso con clorofilla di verdure e riso con estrazione di funghi - e poi uniti nel momento dell’impiattamento, con il drink “Non lo so” che nasce da una riflessione di Beppe Palmieri, barman e sommelier della Francescana, che ritiene fondamentale bilanciare la parte alcolica, molto alta di solito nei cocktail, diluendola il più possibile. In particolare il “Non lo so” è fatto con 1/3 di Chartreuse verde, 2/3 di cedrata Tassoni, un goccio di soda, Genziana di Boroni ed erbe aromatiche (geranio odoroso, lavanda e menta) che sono una parte molto importante del drink perché posizionate sopra e non in infusione. Così permettono al piatto di esprimere il massimo della sua freschezza e coinvolgono al momento dell’assaggio l’olfatto in maniera organica e non invadente. Un’armonia di sapori, un abbinamento da applausi.

“Noi, memori dell’insegnamento - prosegue Scandogliero - abbiamo accostato un cocktail a base di chartreuse, liquore francese d’erbe fatto dai certosini, ad un dessert, esattamente ad un gelato di menta. L’insieme ha evidenziato note balsamiche estremamente gradevoli”.

Daniele Zennaro,
chef del Baglioni Hotel Luna di Venezia



A VENEZIA ATMOSFERE INTERNAZIONALI

I ristoranti dei grandi hotel veneziani frequentati in gran parte da una clientela straniera, sono stati i primi a ripensare i classici abbinamenti su richiesta degli stessi ospiti. “Il Baglioni Hotel Luna ha un bravissimo barman” dice Daniele Zennaro, chef nello stesso hotel cinque stelle lusso che sta proprio dietro piazza San Marco. “Stiamo giocando insieme a preparare abbinamenti tra i miei piatti e i suoi cocktail, soprattutto con quelli a base di frutta di stagione. Ho usato il termine giocare perché ci appassiona e ci diverte farlo, ma è un impegno molto serio. È un bene poter sfruttare questa alternativa. Gli abbinamenti col vino sono un classico, con le birre anche, ma poter contare su un cocktail, soprattutto con gli antipasti, è molto stuzzicante. Abbiamo clienti che si siedono al bar ordinando un cocktail per aperitivo, gli piace, ne ordinano un altro per accorciare l’attesa di mettersi a tavola e lo finiscono seduti, con l’antipasto. I russi, ben predisposti ai superalcolici, lo fanno, ma anche gli anglosassoni con Gin Tonic o Gin Lemon”.

A fianco del barman lavora anche Loris Indri, chef del Do Leoni, il ristorante gourmet del Relais & Chateau

London Palace, cinque stelle lusso di Riva degli Schiavoni: “Mi piace creare piatti nuovi e con la cucina moderna è facile proporre abbinamenti diversi dal vino. Certo, con i liquori bisogna stare più attenti a non creare attriti tra il cocktail e gli ingredienti della ricetta, ma il lavoro di sinergia con il barman è ben curato. Gli abbinamenti richiesti sono soprattutto a base di gin - ad esempio serviamo il salmone marinato al melograno con Gin Tonic, la tartare di branzino con un Mojito - ma se i clienti chiedono qualcosa di particolare siamo in grado di accontentarli con nostra e loro soddisfazione. Sono soprattutto gli americani a domandare bevande diverse dal vino, ma anche gli inglesi sono ben disposti a cambiare. Cosa chiedono? Soprattutto lo Spritz veneziano classico”.

Al Perbellini, ristorante stellato di Isola Rizza, è stata operata una sorta di rivoluzione gastrocopernicana: l’abbinamento è fatto direttamente nel piatto. “Il nostro chef Francesco Baldisserutti - spiega Paola Secchi, raffinata padrona di casa - si ispira ai cocktail per mettere a punto alcuni suoi piatti: il Pimm’s con la foglia d’ostrica e lo zenzero come apertura di un menu degustazione; un gambero rosso cotto al vapore con una salsa al Bloody Mary leggermente torbato e lime;

*Carlo e Camilla in Segheria di Milano,
tempio dell'abbinamento cibo-cocktail*



un risotto al nero di seppia con spuma di carciofi e piccole gelatine ricavate dall'Italian Mule, una variante del Moscow Mule che usa il gin al posto della vodka”.

A MILANO ORMAI LA NORMA

Non è più una novità, a Milano, città madre di cambiamenti e di moda, la proposta di abbinare i piatti con i cocktail. Carlo e Camilla in Segheria ne fa quasi una bandiera. Il curioso nome di questo ristorante è presto spiegato: è ospitato in una segheria dismessa e Carlo, principe di Galles, e Camilla sanno tutti chi sono. Ma dietro a questo Carlo, e al locale, si cela lo chef televisivo più famoso d'Italia: Carlo Cracco. Aperto nel 2014 Cracco ha affidato il locale a due suoi ragazzi di fiducia, lo chef Luca Pedata e il barman Filippo Sisti che hanno fatto del Carlo e Camilla il tempio della “cucina liquida”. “Da quattro anni lavoriamo insieme - racconta Pedata - Cracco ci ha dato carta bianca e noi non ci siamo mai fermati. Questo ci ha spinto ad azzardare e a crescere. Il menù propone varie portate abbinate a drink. Propongo un piatto e Filippo ci gioca sopra. Non abbiniamo cocktail a tutti i piatti, anche

perché non è così facile trovare la giusta sintonia. Non è facile mangiare una pasta con una bevanda miscelata. Il drink può rovinare la cena. Stiamo cercando di abituare il cliente a un nuovo modo di mangiare e bere. A piccoli passi, limitando le proposte a un antipasto e a un dolce. Abbiamo organizzato cene presentando l'iniziativa al pubblico. Cos'è la cucina liquida? L'uso di preparazioni di cucina, di ingredienti, ad esempio il panettone, da trasformare in cocktail”.

Dal menu di Carlo e Camilla ecco la Pastiera cotta e cruda, ispirata alla pastiera napoletana. “Si parte da una base di soufflé di ricotta - spiega Pedata - sopra alla quale è posizionato un cilindro di pasta frolla che, seguendo un percorso apposito di cottura, resta croccante e non umido diversamente dalla classica pastiera napoletana. Il piatto si completa con l'impasto della pastiera che invece di essere cotto al forno viene servito liquido: ricorda la pastiera cruda prima di essere infornata. A chiudere una quenelle di gelato e canditi”.

Filippo Sisti, in abbinamento, propone il cocktail Los Pollos: Tamarillo e fragoline glassate nel gelato al cioccolato, tabasco, mezcal, pompelmo, Sangue Morlacco. Il cocktail con delle note aspre miscelate a dei sentori dolci ha una funzione di ponte e abitua il palato al passaggio dal salato al dolce.

MIXING HEART

BONAVENTURA MASCHIO



GENTLEMATE
THE DANDY BRANDY

THE BARMASTER GIN

GIN PURO
THE ONE





VUOI DIVENTARE BARTENDER?

I consigli di Samuele Ambrosi, per fare carriera nel mondo dei cocktail

di Michele Bertuzzo

La mixology può essere anche un'opportunità di lavoro? Un'idea, un'opportunità che il sommelier può prendere in considerazione per completare la propria formazione e aprirsi nuove prospettive di crescita professionale. "Gli italiani sono sempre stati considerati ottimi bartender - ci spiega Samuele Ambrosi - abbiamo una marcia in più, l'empatia e la capacità di entrare in sintonia con le persone. Ma serve tanto studio e tanta preparazione e pochi giovani sono disposti ad impegnarsi seriamente".

Ambrosi, trevigiano, quello studio e quella preparazione l'ha fatta tutta sul campo. Ha viaggiato, lavorato con grandi professionisti e nel 2005 è stato eletto Miglior barman del mondo a Singapore. Oggi gestisce due locali, il Cloakroom a Treviso e il Cocktaillab a Mestre, quando non è all'estero come formatore e brand ambassador di importanti marchi di spirits.

A lui abbiamo chiesto alcune dritte per un giovane sommelier che volesse tuffarsi nel mondo della mixology e trovare un ulteriore sbocco lavorativo. Ci ha dato tre consigli.

1. VIAGGIARE

Un bartender deve essere disposto a prendere la valigia e fare esperienza all'estero. "Non è importante tanto il locale in cui lavori - spiega - ma le persone con cui stai dietro al bancone. Devi aprire la tua mente e imparare perfettamente l'inglese". La prima meta, praticamente obbligatoria, è Londra. In alternativa si può pensare a Berlino, oggi il centro delle nuove tendenze in Europa, anche in tema di cocktail. "Ci devi stare almeno un anno - prosegue - e poi allargare ancora di più il tuo orizzonte con un'esperienza di almeno un altro anno in Asia oppure negli Stati Uniti. Singapore oggi è il luogo al mondo in cui più si sperimenta, ma anche Shanghai o Hong Kong. Negli

States le mete sono sempre New York, Los Angeles, San Francisco, ma sta tornando tantissimo anche Chicago".

2. STUDIARE

Se quello del vino è un mondo complesso, il bar aggiunge una moltitudine di ambiti e sfere diverse che il bartender deve conoscere e padroneggiare. "Il corso Sommelier è la base - prosegue Ambrosi - ma da solo non basta. Bisogna conoscere altrettanto bene ciascuno dei prodotti che compongono il mondo del bar: distillati, gin, vermouth, caffè. Ognuno merita un corso specifico e un approfondimento. Ci sono molte buone scuole di formazione, oggi anche in Veneto. Non si deve mai stancarsi di conoscere, capire, frequentare nuovi corsi di aggiornamento. E poi bisogna tornare a viaggiare per visitare i luoghi di produzione e conoscere le persone".

3. COLTIVARE LA CAPACITÀ DI RELAZIONE

"La conoscenza tecnica da sola non basta. A fare davvero la differenza è la capacità di comunicare con il cliente. La sensibilità di capire i suoi gusti, l'abilità nel riuscire a proporre e fare apprezzare un cocktail". Un *X factor* innato in molti, ma una capacità che si può affinare lavorando a stretto contatto con bravi ed esperti bartender. "I miei grandi maestri - confessa - sono stati Giorgio Saba del The Westin Europa & Regina di Venezia e Mario da Como del Palace Hotel di Sankt Moritz. Forse non avevano l'aggiornamento tecnico che abbiamo noi oggi, ma possedevano un grande carisma e una straordinaria capacità di interazione con il cliente".

Una strada lunga e complessa: a chi vorrà intraprenderla un augurio ed un brindisi (con un calice di vino).

ARRIVA iAm LA CANTINETTA RIVOLUZIONARIA

Presentata dall'Enofrigo di Borgoricco all'Host di Milano. Concentra design, flessibilità, silenziosità ed efficienza energetica

Ogni bravo gestore sa che conservare il vino in modo efficace ed esporlo in maniera accattivante sono due fattori fondamentali per il proprio successo. La cantinetta diventa fulcro di questa strategia. Oggi arriva sul mercato un prodotto che rivoluziona il mondo delle cantinette: un prodotto unico, all'avanguardia, sotto il profilo estetico, per quanto riguarda le soluzioni tecniche adottate e, infine, per il rispetto delle relative normative.

Si chiama iAm e l'ha presentata lo scorso ottobre all'HOST di Milano l'azienda Enofrigo di Borgoricco (PD), attiva sul mercato da quasi quarant'anni e leader di mercato con una gamma completa di soluzioni per la ristorazione professionale e la distribuzione alimentare.

iAm è un prodotto di nuova generazione, che unisce un design smart, giovane e moderno, a una tecnologia innovativa, frutto di un lungo lavoro di ricerca e sperimentazione, da un lato, e di cospicui investimenti progettuali, dall'altro.

Il motto scelto dall'azienda per il lancio è "Niente sarà più come prima". Questa vetrinetta cambia infatti radicalmente il modo di progettare e realizzare i mobili refrigerati, perché modifica completamente, migliorandoli, tutti i principali parametri tecnici che caratterizzano questo tipo di attrezzatura, come l'impatto acustico, l'efficienza energetica, la funzionalità spaziale, la modularità calorica, l'eticità progettuale. "La nostra azienda vanta una consolidata esperienza e un certo prestigio nel settore degli espositori refrigerati - dichiara Amerigo Po, presidente di Enofrigo - ma con il progetto iAm abbiamo compiuto un autentico balzo nel futuro, introducendo soluzioni tecniche e di design, impensabili solo qualche anno fa".

"Siamo entrati a New Wine City, la nuova dimensione dell'esposizione e conservazione del vino - prosegue Po - e sono pienamente soddisfatto che Enofrigo sia stata la prima azienda italiana ed europea ad aver avuto il know-how e la determinazione per entrare nel futuro con la prima vetrinetta originale e smart all'esterno e ricca di primati tecnologici all'interno".

"Abbiamo dovuto accelerare un po' i tempi - rileva Dino Cavinato, amministratore delegato di Enofrigo - ma alla fine siamo riusciti a presentare iAm, il nostro avveniristico gioiello, a Host di Milano, il palcoscenico ideale per una macchina piena di tecnologia e innovazione, con le carte in regola per giocare un ruolo protagonista nel mercato mondiale dei prossimi anni".

"Più in dettaglio - prosegue, con un certo orgoglio, Cavinato - i "primati" di iAm si possono ricondurre a: asso-

luta silenziosità, grazie al moderno sistema di refrigerazione; massimo risparmio energetico (iAm è un monolite che garantisce un isolamento perfetto); ampia modularità calorica, con la possibilità di ottenere differenti livelli di temperatura nella stessa cantinetta; funzionalità spaziale, che consente lo sfruttamento ottimale dello spazio interno, assicurando così una totale flessibilità espositiva; rispetto dell'ambiente e dell'ecosostenibilità progettuale, attraverso l'impiego su larga scala di materiali riciclati e riciclabili così da ridurre al minimo l'impatto ambientale".

iAm viene proposta al pubblico in 3 diverse altezze e con 2 colorazioni (nero e beige) e sarà disponibile sul mercato italiano ed estero da gennaio.





iAm ENOLUTION:

LA CANTINETTA FRIGO DI NUOVA GENERAZIONE

- 4 modalità operative: Normal, Booster, Silence ed Eco
- mappatura feritoie e flussi d'aria
- pannellature fonoassorbenti
- struttura monolitica ad elevato potere isolante ed inerzia termica, priva di ponti termici, per la massima efficienza energetica
- porta con serratura e vetrocamera
- controllo digitale della temperatura, refrigerazione statica
- vaschetta raccogli condensa a bordo
- illuminatori LED interni
- piedini regolabili
- funzionamento a compressore
- gestione intelligente della condensazione (modulata, multi-stadio) per il minimo impatto acustico
- sbrinamento automatico

i.Am[®]
enolution

www.enofrigo.it

LESSINI DURELLO, VULCANICO DI CARATTERE



Studio Cru - ph: Alvise Barsanti

www.giannitessari.wine




giannitessari

BLOODY MARIO

Retorto - Fruit beer

Retorto è uno dei birrifici che più si sono distinti nel panorama italiano negli ultimi anni. A mandare avanti l'azienda è Marcello Ceresa, tecnologo alimentare che incontra sul suo cammino la birra artigianale durante un viaggio a Firenze. Da quel giorno inizia a fare esperienza prima come birraio in un piccola realtà del territorio, per poi passare a Toccalmatto. La svolta nel 2011, quando decide di dare vita a Retorto insieme al fratello Davide e alla sorella Monica. Un'azienda familiare insomma, capace di produrre birre che fanno della bevibilità il loro punto di forza, senza mai dimenticare l'equilibrio. La gamma è tutta ad alta fermentazione e spazia fra stili molto diversi fra loro, senza un vero e proprio punto di riferimento. La Bloody Mario è la versione fruttata della conosciutissima Latte Più, la blanche del birrificio. Viene fatta maturare con ciliegie del Piacentino che

donano alla birra uno splendido color rubino e una rinfrescante nota acida. Al naso sono molto evidenti le note fruttate di ciliegia e arancia amara, che lasciano via via lo spazio anche alle note speziate del coriandolo. L'attacco è tendente al dolce, salvo poi virare ben presto verso note acide ben evidenti, giocate però decisamente sulla piacevolezza. Il sorso è agile, scattante, invitante. La bocca rimane fresca e pulita. Desiderosa di continuare.

Abbinamenti

La Bloody Mario è una birra perfetta per l'aperitivo, ma riesce ad accompagnare molto bene anche a piatti di pesce, meglio se crostacei, ancor meglio se crudi.

Caratteristiche

Fermentazione: alta

Stile: fruit beer

Colore: rubino

Alcol: 6,1

Temperatura di servizio: 8-10°



Prezzo: 4,00 € - 33 cl

Retorto

Via Grandi, 10
29027 Podenzano - PC
Tel. 0523 1998845
info@retorto.it
www.retorto.it

REALEXTRA

Re Ale Extra - American Pale Ale

Per Birra del Borgo si può tranquillamente parlare di storia della birra italiana. Si tratta senza dubbio di uno dei birrifici che hanno contribuito in maniera fattiva alla nascita e allo sviluppo di quel movimento birraio italiano che ormai, da piccolo manipolo di appassionati, è stato sdoganato e ha travolto le abitudini di milioni di persone nel nostro paese. Ultimamente però, a seguito dell'acquisizione del birrificio da parte del colosso belga AB InBev, il birrificio ha perso la sua caratterizzazione di birrificio artigianale sia per la legge italiana di recente promulgazione, che agli occhi di gran parte degli appassionati della prima ora che non hanno perdonato a Leonardo di Vincenzo la cessione del birrificio. La Re Ale Extra è una variazione ancor più amara della sorella Re Ale, una birra che ha fatto storia. Per realizzarla Di Vincenzo ha pensato di utilizzare luppoli diver-

si rispetto alla Re Ale e in quantità molto elevata: esattamente il triplo. I luppoli vengono aggiunti negli ultimi 10 minuti della bollitura e conferiscono alla birra un profumo esplosivo di agrumi, frutta tropicale e di resine, che preludono a una birra decisamente secca, dal corpo consistente e dall'amaro importante, ma perfettamente amalgamato.

Abbinamenti

La Re Ale Extra cerca la succulenza. Abbinatela a un agnello arrosto, a una importante grigliata, ma anche alla cucina piccante (ma non troppo) di origine tex-mex o indiana. Ottima anche su un pollo arrosto con un contorno di patate al forno.

Caratteristiche

Fermentazione: alta

Stile: American Pale Ale

Colore: ambrato

Alcol: 6,4

Temperatura di servizio: 10-12°



Prezzo: 3,50 € - 33 cl

Birra del Borgo

Via del Colle Rosso snc
Loc. Piana di Spedino
02021 Borgorose - RI
info@birradelborgo.it
www.birradelborgo.it



Prezzo: 35,00 euro - 0,75 l
20,00 euro - 0,25 l

Comincioli Azienda Agricola

Via Roma, 10 - frazione Castello
25080 Puegnago del Garda - BS
Tel. 0365 651141
www.comincioli.it
info@comincioli.it

TERRAE

Comincioli - Olio Extravergine di Oliva

Talvolta, quando si scrive, anche se ci sono ben pochi dubbi, si usa il condizionale solo per non incorrere in spiacevoli smentite. Comincioli, quindi, potrebbe essere l'unica azienda a produrre oli esclusivamente da olive denocciolate. Una scelta radicale fatta già dal 2001: le rese sono più basse, il nocciolo rompe più facilmente la polpa. Il rovescio della medaglia è che vengono meno anche gli stress ossidativi e minori saranno anche i perossidi (il metabolita che segnala l'ossidazione). L'uomo, nella produzione di olio, ha questo compito: trasferire le sensazioni del frutto nella bottiglia utilizzando le più moderne tecnologie di estrazione e ponendo un'attenzione maniacale alla pulizia per non intaccarle. Tutto questo

si riflette poi nel prodotto finale, nella perfezione dei profumi racchiusi, non a caso, in contenitori che appartengono più al mondo della profumeria che a quello dell'agricoltura. Ai tre oli prodotti Numero Uno (il primo nato, da un blend di cultivar locali), Leccino e Casaliva, se ne aggiunge ora uno nuovo: Terrae. Quest'ultimo è la nuova sfida dell'azienda: applicare il "metodo" Comincioli a cultivar non autoctone. Da terreni vicini, in gestione diretta, con l'apporto delle potenti varietà toscane leccio del corno, frantoio, moraiolo e maurino, ecco un fruttato medio-alto di foglia verde ed erba appena tagliata, carciofo, cardo e un tocco di pomodoro. Palato pieno, buon piccante e amaro plasmato ma con ricordi puliti e morbidi.



Prezzo: 10,00 euro - 0,5 l

Soc. Agr. Menini Renzo e Davide

Via De Gasperi, 11
37030 Mezzane di Sotto - VR
Tel. e Fax 045 8749043
www.verzen.it
info@verzen.it

VERZEN

Menini - Olio Extravergine di Oliva

Verzen è una piccola azienda condotta da Davide Menini e papà Renzo. Produce olio extravergine di qualità sulle colline di Mezzane a partire da 1500 piante divise in tre ettari. Le più giovani sono di leccio del corno ed hanno 20 anni, le altre di favarol, grignano, frantoio e leccino tra i 50 anni ed il secolo. Circa 4.000 i litri d'olio prodotti quest'anno, di cui una parte va all'estero. Di questi, mille litri finiscono in Giappone, un nuovo mercato dove c'è interesse tra i consumatori per tutta la cucina ed il cibo Made in Italy. Come l'olio di oliva, per il quale vengono organizzati corsi di degustazione con discreto successo di pubblico. Avendone la possibilità e

trovando qualche terreno a un prezzo conveniente, Davide se la sentirebbe anche di piantare olivi. Un segnale positivo che dimostra una nuova fiducia verso l'olivicoltura in piccoli produttori giovani e che fa ben sperare per un settore ancora con molte difficoltà. Tre gli oli prodotti, il Nostran, blend di grignano, leccino e favarol, il Grignano in purezza e il Leccio del Corno. Quest'ultimo ci è particolarmente piaciuto, caratterizzato da sentori di foglie verdi, fruttato ben in evidenza, note dolci attenuate da amaro e piccante leggeri e di ugual intensità, piacevole e lungo, di evidente struttura eppure molto elegante ed equilibrato. Lascia la bocca pulita. Davvero un buon olio.

GRAPPA MANZONI BIANCO

Cirotto - Grappa

Su questa rivista abbiamo tenuto a battesimo tutte le produzioni da Manzoni Bianco dell'Azienda Cirotto, una realtà che crede molto in questo vitigno. Francesco Siben, wine maker dell'azienda, ne è rimasto stregato tanto da entrarne in simbiosi e immaginando, in tempi non sospetti, anche un Metodo Classico non dosato, "Il Sogno", che si è aggiunto al Costalunga che è invece la versione ferma. Il nostro Mister Manzoni bianco, così lo abbiamo da qualche tempo soprannominato, poteva quindi farsi mancare la Grappa, che di fatto è l'essenza del vitigno stesso? Certo che no! E noi appena saputo del lieto evento ci siamo precipitati in Azienda per degustare la bottiglia n. 39 di 400. Se il Metodo Classico, che ha visto l'annata 2011 premiata dalla nostra guida nazionale con 4 viti, è di fatto una unicità, pensiamo lo sia anche la grappa creata grazie alla collaborazione del maestro, anzi del "Capo", Capovilla, che ha utilizzato, com'è nel

suo stile, il meglio delle conoscenze e della tecnologia: protezione immediata delle vinacce ben umide, trasporto espresso in distilleria dove ad aspettarle c'erano pronti piccoli alambicchi discontinui riscaldati con la gentilezza del bagnomaria. Non chiedete di più poiché i segreti Capovilla li tiene per sé, lasciando alla degustazione del distillato l'incarico di smentirlo o meno. Nessuna smentita: cristallina, sguaina spavalderia e carattere che lasciati sfogare esibiscono florealità da gardenia, fruttato di melone bianco, sbuffi balsamici legati all'alloro fresco e polpa di cedro. Non sono suggestione renana i richiami fumé che ricordano la punta del fiammifero. Sorvegliandola si rivela asciutta ma non tagliente, sapida e dalla straordinaria nota dissetante. Un prodotto che gestisce con dinamismo piacevole il susseguirsi di richiami di mandorla e di piante aromatiche. È grappa di Manzoni Bianco di Asolo. Alla prossima opera di Francesco.



Prezzo medio: 35,00 € - 500 ml

Azienda Vinicola Cirotto

Via Bassanese, 51
31011 Asolo - TV
Tel. 0423 952396
barbara@cirotovinini.com
www.cirotovinini.com

GRAPPA CRODER BARRIQUE

Astoria - Grappa invecchiata

Quante piacevolissime bollicine di Prosecco Superiore firmate Astoria si bevono. Ma l'azienda vinicola di Giorgio Polegato è anche una roccaforte della denominazione Colli di Conegliano. Nella tenuta Astoria in Val de Brun a Refrontolo si possono apprezzare tutti i vigneti Cru che danno vita ai 4 vini della denominazione esclusiva del coneglianese. Due per l'uvaggio Bianco, il Mina e il Crevada con elevazione in Barrique, uno per blend Rosso, il Croder, e infine la chicca del Refrontolo passito: il Fervo. Attingendo dal nobile rosso il nome e gran parte delle vinacce, oltre a un po' dalla squisitezza passita del Refrontolo, l'azienda ha dato vita alla sua grappa da un uvaggio raro e ricercato. Da Astoria siamo abituati alla cura di ogni dettaglio, sia sul lato produttivo che su quello dell'immagine. E anche questa volta non si può restare indifferenti di fronte a una bot-

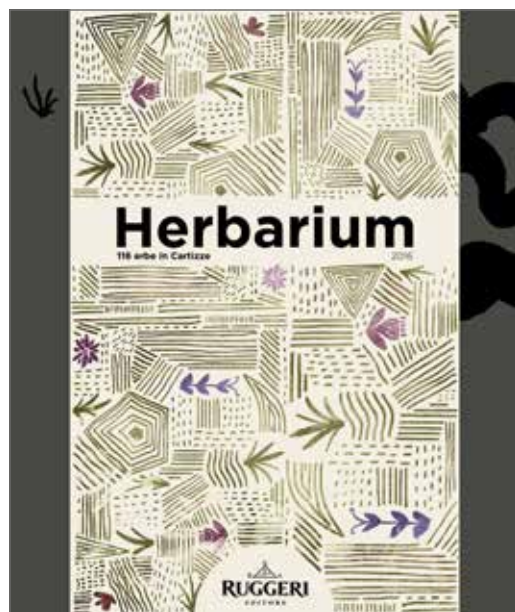
tiglia che richiama i raffinati contenitori di cristallo per profumeria. Di fatto è preziosa, non costosa, questa grappa ottenuta da 70% di Cabernet, 20% di Merlot e 10% di Marzemino passito. Distillazione a bagnomaria, a cura della distilleria Genziana di Trento (un nome una garanzia), che prevede due passaggi con differente forza di calore, cesellando quindi il taglio del distillato. Elevazione attorno ai 20 mesi in barrique per la maggior parte di rovere e una parte di ciliegio. Ambrata e ramata dai rossi luccichii, ricchezza olfattiva coinvolgente, sia per intensità che per complessità, il tutto con una pulizia esemplare: dattero fresco, mandarino candito, calicanto, focaccia, miele diiglio e si potrebbe continuare. Al sorso è rotonda, con adeguato stimolo alcolico che invoglia al riassaggio. Lunghezza notevolissima in bocca. Altro gioiello di casa Astoria.



Prezzo medio: 22,00 euro - 700 ml

Astoria Wines

Via Crevada, 12
31020 Susegana - TV
Tel. 0423 6699
info@astoria.it
www.astoria.it



HERBARIUM

a cura di Isabella Bisol
Ruggeri editore

A Isabella Bisol si illuminano gli occhi quando parla del suo Herbarium. O almeno così me la immagino leggendo la bella lettera che accompagnava l'invio di questo libro. Una pubblicazione di cui va particolarmente fiera, non fosse altro per il lungo lavoro che ha comportato. Ma non è solo il lavoro: è qualcosa di più, è l'attaccamento alla terra, al vigneto oggetto di studio, è l'orgoglio che nasce dal rispetto del territorio.

Come dice molto semplicemente, ma molto efficacemente, il titolo, si tratta di un vero e proprio erbario, di quelli che una volta si trovavano nelle raccolte di monaci e studiosi di botanica, in cui sono state raccolte tutte le piante erbacee rinvenute in un vigneto di proprietà dell'azienda proprio sulla sommità dell'ormai mitica collina di Cartizze.

L'interno, dopo le introduzioni dei diversi autori, è caratterizzato da bellissime foto delle erbe pazientemente raccolte ed essiccate. Foto dall'aurea romantica, che riportano le piante più rappresentative tra quelle ritrovate, con accanto alcuni particolari significativi. La scheda è completata dal nome scientifico - sulla base della nomenclatura binomiale inventata da Linneo - da quello comune e da una breve descrizione della specie, spesso accompagnata da alcune curiosità.

Un lavoro che porta alla luce una biodiversità inaspettata, soprattutto in un territorio spesso accusato di monocultura e di eccessiva antropizzazione del territorio.

I testi sono a cura di Diego Ivan, Juri Nascimbene, Miro Graziotin, Isabella Bisol, Paolo Bisol; le foto di Diego Ivan.



LA STORIA DELLA VITE E DEL VINO IN FRIULI E A TRIESTE

A cura di Enos Costantini
Forum Edizioni

Prezzo: 39,50 euro

Centoventi anni fa le viti si arrampicavano sugli alberi: nulla era cambiato dai tempi di Roma. 60 anni fa la viticoltura promiscua era ancora largamente prevalente su quella specializzata. Il vino era in buona parte autoconsumato o esitato su mercati a breve raggio. In regione si beveva il doppio di quanto si produceva. Ora si esporta la metà di quanto si produce.

I cambiamenti epocali intervenuti non devono far perdere la memoria: un vino senza radici è senz'anima e senza fascino. Questo libro apre un ampio squarcio di luce su periodi storici che erano rimasti in ombra nella storia vitivinicola del Friuli e fa conoscere alcune attività collaterali che oggi andrebbero sotto il nome di "indotto".

La storia vitivinicola di Trieste viene qui presentata per la prima volta con un saggio esauriente che, in modo organico, si dipana secolo dopo secolo fra il Carso e il mare.

Il volume, che è il nono della collana "Storia regionale della vite e del vino", ha l'ambizione di contribuire alla conoscenza dell'estremo lembo nordorientale d'Italia, una regione tuttora nota soprattutto per gli eventi della sua storia tormentata.



EFFERVESCENTE. STORIE E INTERPRETI DI VINI VIVI

Massimo Zanichelli
Edizioni Bietti

Prezzo: 25,00 euro

Di Massimo Zanichelli avrete già di sicuro sentito parlare. Se non per il suo passato nel gruppo editoriale L'Espresso, almeno per la sua collaborazione con questa rivista. Appassionato e docente di cinema, Massimo ha colmato un vuoto nel panorama editoriale italiano scrivendo un tomo enciclopedico su quello che è sicuramente uno dei fenomeni del momento: i vini rifermentati in bottiglia, che molti di noi chiamano con il termine veneto di Colfondo.

Effervescenze non è però una guida, ma un libro sulla strada, che racconta gli scenari naturali, i principali territori, gli interpreti più significativi e i vini più avvincenti di una tradizione rurale troppo presto dimenticata e ora al centro di un rinnovato interesse.

Ecco il Colfondo trevigiano. Ecco il mondo dei Lambruschi emiliani che da Modena arrivano fino a Parma, passando per il Reggiano, così come la Malvasia di Candia aromatica e l'Ortrugo del Piacentino, la Spergola reggiana, il Trebbiano di Spagna modenese. Ecco il Lambrusco Mantovano, il Gutturmo piacentino, la Bonarda d'Oltrepò, il mitico Barbacarlo. In un presente dove la produzione dei frizzanti sui lieviti si sta estendendo a macchia d'olio lungo tutta la Penisola, Effervescenze racconta i territori tradizionali - quelli storici e vocati - attraverso incontri, dialoghi, assaggi, alla ricerca dell'espressione più autentica del frizzante "con il fondo". Dalla terra alla tavola, i colori, i profumi e i sapori di un'antica tradizione, chiamata in molti modi ma con una sola anima: l'artigianalità.

Guardati con occhio un po' sufficiente dalla critica come dagli enofili più snob, questi vini sono semplici o disimpegnati solo all'apparenza: eclettici come pochi altri negli abbinamenti a tavola e fortemente legati alle radici del loro territorio, di cui sono storici portavoce, rappresentano non solo la quintessenza del vino popolare ma anche l'espressione di un'enologia autoctona ed emozionante.

Un libro che, con qualche azzardo, da alcuni è stato definito come il nuovo "Vino al vino". Sicuramente un testo che dovrebbe esserci nella biblioteca personale di ogni appassionato.



VINI DA SCOPRIRE. LA RISCOSSA DEI VINI LEGGERI

Armando Castagno,
Giampaolo Gravina, Fabio Rizzari
Giunti Editore

Prezzo: 20,00 euro

Il trio Castagno-Gravina-Rizzari ha dato alla luce, nello scorcio finale del 2017, il secondo volume di quella si spera si possa tramutare in una vera e propria collana: Vini da scoprire. Il primo volume, che risale al 2016, ha raccolto un unanime successo di critica e di pubblico. Un libro che aveva il pregio di mettere in luce territori trascurati, vini di nicchia, vitigni sconosciuti ai più.

Il secondo volume, quello che abbiamo fra le mani, ha però un titolo significativo, che lo distacca leggermente dal precedente: La riscossa dei vini leggeri. Perché qui si va oltre: i vini segnalati, stando alle parole degli autori, sono infatti vini da strabere: "vini leggeri, succosi e coinvolgenti, la cui dinamica gustativa stimola il sorso successivo e rende la beva particolarmente agile e gratificante". Per fare un esempio, in Veneto si spazia dal Valpolicella base (vino quasi sparito e dimenticato) al Bardolino nella sua versione più sbarazzina, passando per il Chiaretto, il Raboso e il Tai Rosso.

Un libro da tenere sullo scaffale perché le schede sono divertenti e ben scritte, figlie di una conoscenza approfondita del mondo del vino da parte di tutti e tre gli autori, ma anche di una non comune capacità di far rincorrere le parole sulla pagina. Un libro da regalare, perché capace di far riflettere anche l'esperto più smaliziato. Un libro da conservare, per verificare fra qualche anno se gli autori avevano effettivamente ragione.

ANIMAL MIXOLOGY

Cambia la moda. Ora tira aria di cocktail

— di Yanez de Gomera

Sta cambiando la moda, si vedono meno corsi di cucina nel web, a dozzine invece quelli di barman, mixologist, perfino di bartender acrobatico. Chiacchieravo con il mio amico Demetrios, vecchio leone della guerra per l'indipendenza contro i Turchi. Si sorseggiava dell'ouzo fatto con mosto d'uva e anice, allungato con acqua fresca, sgusciando pistacchi salati all'ombra di un ulivo, con il via vai di barchette sul porto di Patrasso. Lui ha girato il Mediterraneo, io il mondo, e si parlava di tutti gli intrugli bevuti, con dentro erbe strane, frutta, tuberi, perfino gamberetti o un verme. "Per sapere se la miscela è buona io ho la mia capretta" disse lui divertito. Chiamò poi Barbetta, la piccola capra che gli girava sempre intorno come un gattino, le mise un po' di ouzo su un piattino con qualche pistacchio e la bestiola in un attimo lustrò tutto. "Le bevande devono essere fatte con

cose della tua terra, che i vecchi hanno da sempre messo insieme, che pure le capre conoscono, sennò è moda, mania originale, ma senz'anima" affermava convinto. Il giorno dopo portai una fiaschetta di rhum dal mio ultimo viaggio nei Caraibi, su una caraffa schiacciai due belle arance appena colte, ci aggiunsi acqua fresca, un cucchiaino di miele e due generose sorsate di rhum, poi mescolai due tre volte con una carruba secca e gli passai un bicchiere. "Barbetta" chiamò lui. La capra lustrò tutto come il giorno prima, della carruba poi era entusiasta. "Sa farlo anche su due zampe - disse da finto serio - l'ho mandata a scuola!". Passammo tutta la sera a berci quel proto-daiquiri, sputando i semini delle carrube a chi arrivava più lontano, allungando ogni tanto un sorsetto alla nostra esperta di mixology. Certamente capra istruita e trendy, ma anche un po' alcolizzata.



Associazione Italiana Sommelier
VENETO



SOMMELIER AIS

LA DIFFERENZA TRA BERE E DEGUSTARE

Il mondo AIS allarga gli orizzonti della tua sensibilità, offrendoti opportunità di **degustazioni esclusive** e **corsi di formazione**.

I **corsi di formazione per Sommelier** svelano l'affascinante mondo del vino agli operatori del settore e a tutti gli appassionati.

Seguici su:

www.aisveneto.it/corsi

facebook.com/aisveneto - twitter.com/aisveneto

- GUIDA AI VINI DEL VENETO -

VINETIA

SOMMELIER
Veneto

we WINE
EXPERIENCE

SOMMELIER VENETO
Periodico dell'Associazione Italiana Sommelier Veneto

EDITORE

Associazione Italiana
Sommelier Veneto
Via Santa Lucia, 13
31044 Montebelluna (TV)
Tel. 345 6815370
Fax. 0422 1699971
info@aisveneto.it
www.aisveneto.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Aldegheri

CAPOREDATTORE

Michele Bertuzzo
michele@studiocru.it

SUPERVISIONE

Davide Cocco
davide@studiocru.it

REDAZIONE E COLLABORATORI

Alessandro Ricci
Antonio Di Lorenzo
Claudio Serraiotto
Davide Cocco
Fabio Poli
Federico Cocchetto
Giambattista Marchetto
Giovanni Angelucci
Giulio Fanton
Irene Graziotto
Luca Canapicchi
Luciano Ferraro
Maria Grazia Melegari
Matteo Guidorizzi
Morello Pecchioli
Wladimiro Gobbo

PUBBLICITÀ

Silvana Tavaglione
Relazioni Esterne Ais Veneto
Tel. 049 66 35 33
Mob. 335 527 36 35
media@aisveneto.it

PROGETTO GRAFICO
Sintetik.it

IMPAGINAZIONE

Studio Creativo Gabrielli

IMMAGINI FOTOGRAFICHE

Stefano Scatà (pag. 31 e 32)
Foto Nicoletti (pag. 36)
Marc de Tollenare (pag. 46-47)
Mauro Giordani (pag. 58)

FOTO DI COPERTINA

Giò Martorana - Smocked Negroni
Negroni affumicato al castagno
cocktail realizzato da Raffaele Caruso,
bartender dell'hotel "Signum" di Salina, Isole Eolie

ANNO 19 - DICEMBRE 2017

Periodico semestrale
Registrazione Tribunale Treviso
N. 1042 del 23 ottobre 1997

n° iscrizione ROC: 25402

STAMPA

Stamperia Srl di Aloisi & Galvani
Strada del Tione, 27
37017 Lazise VR
Tel. 045 647 0100

LA MODA DEI MISCELATI



www.mondocana.com

f MondoCana @MondoCana



VILLA QUARANTA

TOMMASI WINE HOTEL & SPA



Un posto unico, tre diverse anime:
Ristorante Bottega Cantina
tre declinazioni del gusto e dell'eccellenza.

tel. +39 045 67 67 300
www.villaquaranta.com | ristorante@villaquaranta.com
OSPedaletto di Pescantina · Verona