

Bartales

Lo mejor de

N. 12 | JULIO 2019

SUPLEMENTO DE BARTALES



COCKTAIL STORY / BAMBOO
EL ARTE DE EPPINGER



LIQUID STORY 1 / COPPI Y RICCARDI
BRINDEMOS POR CHINA



LIQUID STORY 2 / APEROL Y SELECT
CIEN AÑOS DE JUVENTUD



HOT SPIRIT / WHISKEY IRLANDÉS CONNEMARA
ES TODO CULPA
DE HOUELLEBECQ



REPORT / RWF
EL FANTÁSTICO MUNDO
DEL WHISKY

ALPESTRE

A symphony of 34 herbs.



Drink responsibly

*Just relax and enjoy the extraordinary symphony of flavour
in a glass of Alpestre, brought to you by an orchestra of 34 medicinal herbs,
blended and aged in oak casks from an ancient recipe.
A small sip of this distilled spirit will delight both your heart and mind.*

alpestre.it

Distributed by: OnestiGroup S.p.A.

FRESCOS Y SUAVES

Simplicidad, estética y sostenibilidad. Son las tres palabras del verano. Fueron establecidas por el World Cocktail Day, el día mundial de la bebida, que se celebró el 13 de mayo en todo el mundo. ¿Las tendencias más *atractivas* de la temporada? Queda claro que éste es el año del Negroni (pág...) clásico o interpretado según infinitas variantes, preparémonos para una temporada de Mojito, Moscow Mule y Spritz. Frescos, de colores (característica fundamental para ser publicados en Instagram) y suaves. Será un verano de *cocteles espumosos*, bebidas efervescentes a base de Prosecco, Spumante o Champagne. Posición de ventaja para los productos “green”, bebidas con bajo impacto medioambiental realizadas con productos ecológicos, saludables y luz verde al “low ABV”, la tendencia a reducir el porcentaje de alcohol de las bebidas. Nos confirman que el licor a base de agave es cada vez más popular en el segmento de los aperitivos y que los cocteles de color rosado (Pink Gin), están obteniendo un enorme éxito. En relación con el rosado, leerá (pág...) sobre el gran Fausto Coppi, el más joven ganador del *Giro d'Italia*, el cual fue el testimonio de un tónico corroborante, la China Riccardi, que desde 1918 ha llegado hasta nuestros días con la fórmula inalterada. Perfecto para adaptarse a otra tendencia de la temporada: los *cocteles clásicos*, mezclados con el objetivo de recuperar la tradición y recetas originales revisadas. La última moda veraniega.

Follow us



BarTales
Lo mejor de

N. 12 | JULIO 2019

EDITORA EJECUTIVA

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

CORRECTOR DE ESTILO

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

DIRECTORA ARTÍSTICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

COLABORADORES

Giulia Arsellì, Alessandro Palanca,

Pino Perrone, Luca Rapetti

TRADUCCIÓN REALIZADA POR

LMP International - Lonato (BS) Italy

EDICIÓN DIGITAL REALIZADA POR

SKILL LAB srl

(assistenza@s-lab.it)

Registro. núm.35 del 8/7/2013 Tribunal de Nápoles
www.bartales.it

© copyright

BARTALES – Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida de manera alguna ni mediante medio alguno. Cualquier violación será perseguida de conformidad con la ley.

Cualquier persona che reclame derechos de autor de fotografías no identificadas contacte con Bartales

BEBA DE MANERA RESPONSABLE



EL ARTE DE EPPINGER

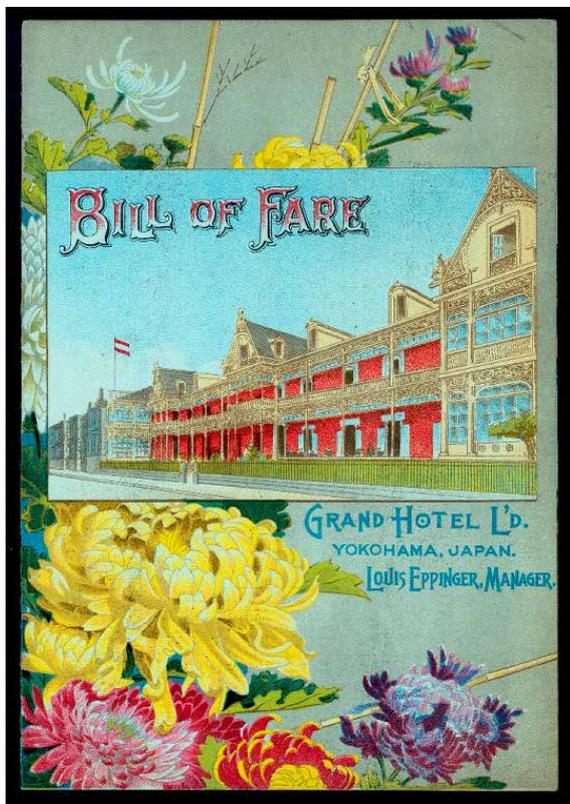
Maestro de hospitalidad, fue uno de los padres de la coctelería japonesa

DE LUCA RAPETTI

Durante la primera mitad del siglo XIX decenas de miles de personas que formaron parte del flujo migratorio de Europa hacia Estados Unidos iban en busca de fortuna y de una posibilidad de marcar un cambio decisivo en su estatus social. En 1848, cuando tenía tan sólo diecisiete años, llegó a Estados Unidos Louis Eppinger, un mu-

chacho de origen alemán y de confesión judía que no tardó mucho en mostrar sus cualidades en el arte de la hospitalidad. De hecho, ya en 1855 se indicaba en el “Indianapolis City Directory” que Eppinger era el propietario del Wright House Hotel, en Washington Street en Indianápolis.

El Hotel era uno de los edificios más importantes y famosos de la ciudad. Ape-



PERSONAJES
 EN LA
 FOTOGRAFÍA AL
 LADO LOUIS
 EPPINGER.
 ABAJO
 ALGUNOS
 EXTRACTOS DEL
 INDIANAPOLIS
 CITY
 DIRECTORY.

PROMINENT HOTEL MAN DIES IN YOKOHAMA

Louis Eppinger, Manager of House at Which Most Europeans and Americans Stopped, Expires in Adopted Country

SAN FRANCISCO, June 16.—A private cablegram has been received here announcing the death at Yokohama of Louis Eppinger, manager of the Grand hotel in that city, and one of the best known hotel men on the Pacific coast and in the orient. Mr. Eppinger was 77 years of age.

Formerly in business in San Francisco and Portland in the 70s Mr. Eppinger has for the past eighteen years been manager of the Grand hotel in Yokohama, the hostelry at which nearly all Europeans and Americans stopped when in that city. He was one of the best known Americans in the orient, had a wide acquaintance not only on the Pacific coast but in Japan, China and in the Philippines. Mr. Eppinger enjoyed the confidence of the Japanese government, was decorated by the mikado for having sent all his employes to the army in the Japanese-Russian war on full pay, and for other assistance rendered to the government.

Mr. Eppinger came to San Francisco in March on a visit and had but recently returned to Yokohama.

But Monte only smiled, grew slightly red in the face, coughed and gracefully refused an invitation to dine with Treat. At the entrance to the Waldorf hotel he removed his hat, bowed and hastened away.

Monte was a benefactor to Indianapolis in only one thing and that one thing was his far-famed bamboo cocktail. He introduced it and it is a wonderful drink, according to those who know about such things. Monte pronounced it the greatest gastric juice producer in the world and this is it:

Two-thirds sherry, one-third French Vermouth with a dash of orange bitters. Stir and strain, but do not shake.

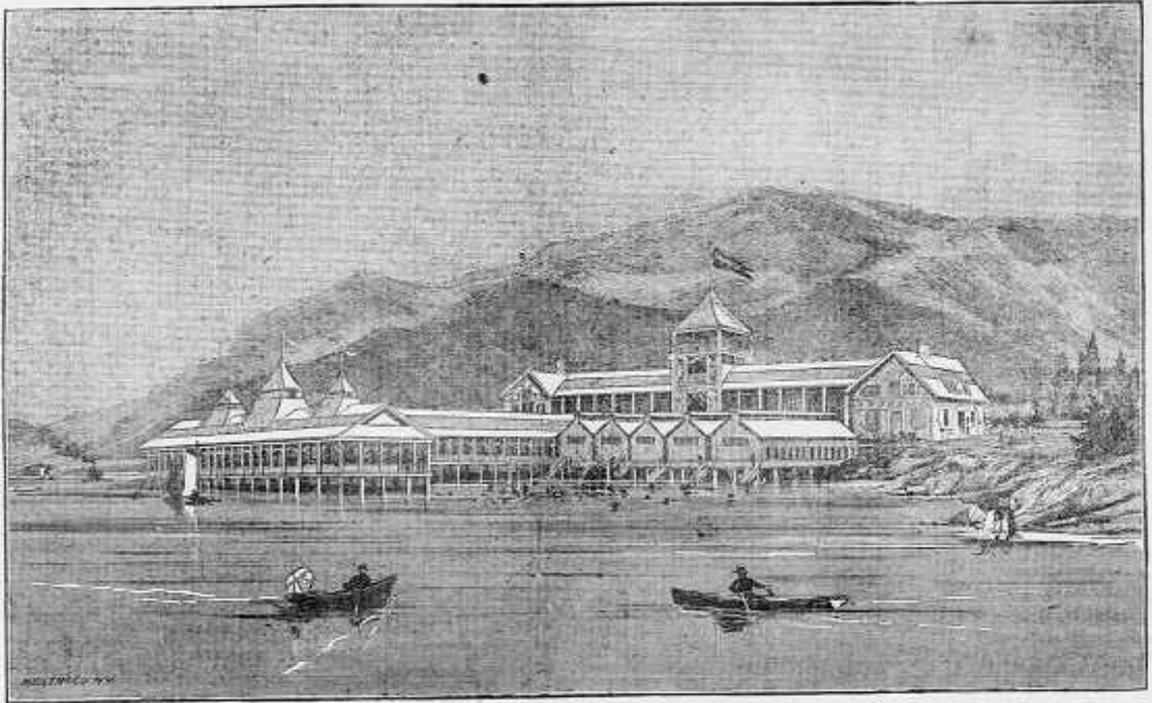
de 1857. A pesar de tener apenas veintiséis años, Eppinger ya se había ganado el enorme respeto de sus compatriotas y la apreciación de sus colaboradores, convirtiéndose en uno de los empresarios más importantes de esa época. Pero esto fue sólo el principio de una larga y sumamente dinámica carrera que Eppinger desarrolló durante sus setenta y siete años de vida.

Después de la experiencia de Indianapolis, Louis se mudó a San Francisco. Esta ciudad estaba en una fase de rápido desarrollo económico gracias sobre todo al sector minero que abarcaba la zona occidental de Estados Unidos y por

nas dos años después, Eppinger decidió reestructurar completamente el edificio e inauguró su reapertura el 31 de diciembre

GRAND OPENING OF GARFIELD BEACH!

Under the Management of the Pacific Hotel Company.
Louis Eppinger, General Manager.



THE CILMAN HOUSE,
PORTLAND, OREGON.
LOUIS EPPINGER..... Manager
FIRST-CLASS ONLY. EUROPEAN PLAN.
Sample Rooms for Commercial Travelers.

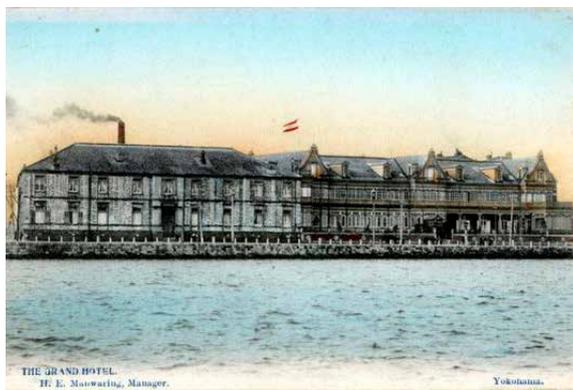
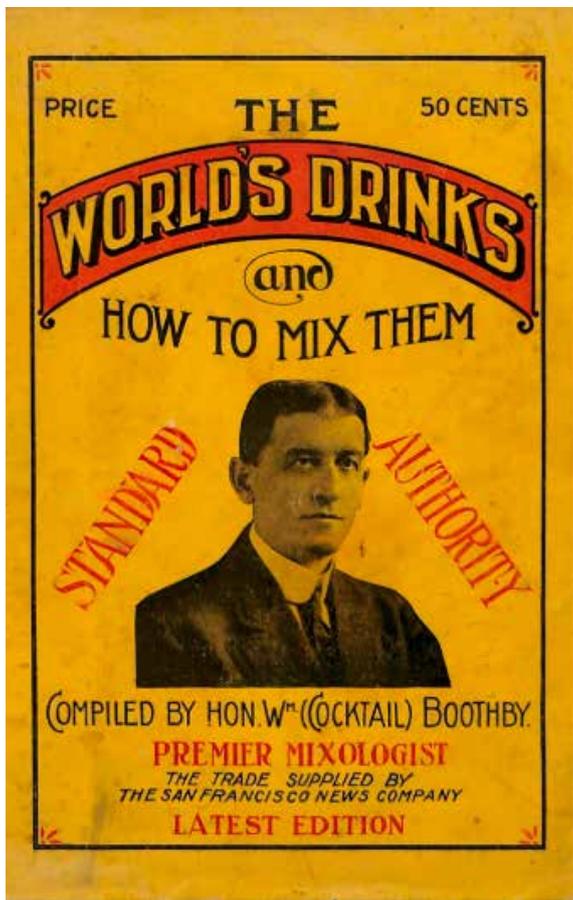
lo tanto la costa de California. En el “San Francisco Directory” de 1858 la actividad de Louis Eppinger estaba registrada como “Wines and Liquors” con sede en Halleck Street núm. 113 y 115 y su residencia en Ellis Street núm. 114.

La taberna de Eppinger era un local muy pequeño en Halleck Street, en la intersección con Leidesdorff Street, que sin embargo representaba un lugar de encuentro para los magnates de las minas

y para las personas que frecuentaban la Bolsa de la ciudad. Los hombres de negocios saboreaban con deleite platos simples servidos personalmente por Eppinger y trataban diariamente compraventas de miles de dólares, importantes acuerdos económicos y apuestas. El mismo Eppinger participó en el sector de las apuestas: en el “San Francisco Stock and Exchange Board” de 1910 se relataba una anécdota sobre el tabernero alemán en el año



HISTORIA
ARRIBA, EL GRAND HOTEL EN 1895; AQUÍ AL LADO EL GRAND HOTEL EN 1910. EN LA FOTOGRAFÍA A LA IZQUIERDA EL LIBRO DE W. BOOTHBY.



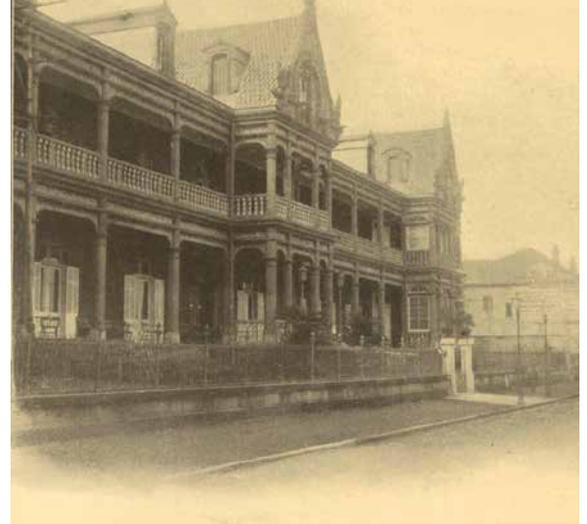
y un año después, según lo indicado en un artículo del “Indianapolis News” de 1875, declaró oficialmente quiebra puesto que había contraído una deuda total de 103.000,00\$.

No se sabe si éste haya sido el motivo por el cual Eppinger dejó la ciudad; de todos modos, en los años siguientes tuvo cargos de dirección en otras localidades, sobre todo en Portland, en el estado de Oregón. Aquí en 1879 abrió el Bureau Saloon, hoy conocido con el nombre de Huber’s Cafè, uno de los más antiguos restaurantes de la ciudad, que luego fue comprado por el bartender y ex-actor Frank Huber en 1895, que le dio el nombre actual al restaurante.

En 1884 aún en Portland, fue nombrado gerente del nuevo y prestigioso Gilman House hotel.

Un elevado nivel de servicios y habita-

1873. Eppinger invirtió cierta cantidad de dinero en las acciones de un yacimiento de minerales descubierto en Ophir, localidad en el interior de San Francisco. Gracias a esta operación, Louis ganó un capital considerable que compensó los fondos perdidos en operaciones anteriores. Eppinger mantuvo la propiedad de la taberna de Halleck Street hasta 1874



GRAND HOTEL

ALGUNAS
IMÁGENES DEL
GRAND HOTEL.
ABAJO EL BAR
DEL GRAND
HOTEL
YOKOHAMA HOY.



ciones cómodas y amuebladas lujosamente eran los puntos fuertes de este hotel que, como decía un mensaje publicitario del “Daily Alta California”, invitaba a todos los habitantes de San Francisco que se encontraban de visita en Portland a elegir el Gilman como su residencia.

En 1886 en el “Astoria Daily Morning Astorian” aparecieron dos noticias relativas a las nuevas aventuras profesionales, aunque de corta duración, de Eppinger. La primera fue la adquisición de una taberna en San Francisco en Montgomery Street por 5.000,00\$, pero pocos meses después dejó California para dirigirse a Omaha, en Nebraska, para administrar un gran hotel por cuenta de Union Pacific Railroad Company.

En 1887 en el “Salt Lake City Herald”

se anunciaba la llegada de Eppinger a Garfield Beach para desempeñar la función de Gerente General del nuevo resort de propiedad de la Pacific Hotel Company, por cuenta de la cual Eppinger ya había administrado con éxito la estructura Green River. El resort de Garfield Beach representaba un auténtico hotel de grandes dimensiones frente al lago, dotado de varios comedores, un restaurante principal, una playa privada y una orquesta personal que se presentaba todas las tardes.

Estos eran sólo algunos de los servicios que Eppinger exigía que fueran siempre impecables y de alto nivel. Su competencia en el sector hotelero y sus excelentes cualidades y conocimientos en el sector de la hospitalidad lo convirtieron

Simply Squeeze
REAL
 COCKTAIL INGREDIENTS®



Banana Real
Infused with premium Cavendish Bananas from Costa Rica

Crisp Apple Real
Infused with premium pineapples from Costa Rica

Piña Real
Infused with premium pineapples from Costa Rica

Black Cherry Real
Infused with premium Chilean Black Cherries

Blueberry Real
Infused with premium Goldnabe Blueberries from the Pacific Northwest

Peach Real
Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches

Mango Real
Infused with Alfonso Mangoes from India

Raspberry Real
Infused with Willamette and Glen Clova Raspberries from the Pacific Northwest

Coco Real
Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts

Strawberry Real
Infused with hand-picked Camarosa, Ventana and Albion Strawberries from California

Pumpkin Real
Infused with premium pureed Pumpkin and hints of cinnamon, ginger, nutmeg, and clove

Agave Real
100% organic blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico

Ginger Real
Infused with premium Laitwa Ginger puree

Passion Real
Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam

Kiwi Real
Infused with premium Kiwi from New Zealand

Blackberry Real
Infused with premium Marion Blackberries from Oregon



www.realingredients.com

THE GRAND HOTEL BAND

WILL PLAY THE FOLLOWING

PROGRAMME.

1. Port Arthur March... .. ECKERT.
2. Waltz aus der Oper "Carmen"... STRAUSS.
3. Amorette (Estracte)... .. ROSE.
4. Fantasia Rose D'Amour... .. BERGM.
5. O. K. Pi March... .. DEAHIN.
6. Il Trovatore... .. VERDI.
7. De Hottest Cook In Town Polka... BEYER.
8. Russian Masurka Le Caccino... GANKE.
9. Unter dem Doppel Adler March... WAGNER.



MENÚ

EN LA PARTE SUPERIOR, A LA IZQUIERDA UN PROGRAMA DEL GRAND HOTEL; A LA IZQUIERDA EL MENÚ DE LAS BEBIDAS.

en uno de los más famosos profesionales del panorama estadounidense de finales del siglo XIX. Precisamente hacia finales del siglo, en 1889, fue encargado de administrar uno de los hoteles más prestigiosos y lujosos del continente asiático: el Grand Hotel de Yokohama, en Japón, del cual se volvió gerente en 1891.

El Grand Hotel fue inaugurado el 16 de agosto de 1873 y en poco tiempo se volvió un punto de referencia para todos los que visitaban la ciudad japonesa. La importancia y la consiguiente popularidad de Yokohama se debían a su posición estratégica en la costa oriental de Japón, hacia el Océano Pacífico, gracias a la cual se convirtió en el principal puerto de llegada para todos los que arribaban por mar tanto de Estados Unidos como de Europa.

Durante sus años de servicio en el Grand Hotel, Eppinger supo mantener la fama de este hotel como "el sitio en el cual alojar" para los que podían permitírselo. Aunque los precios de este hotel no estuvieran absolutamente al alcance de los japoneses, resultaban bastante asequibles para los nuevos clientes extranjeros que tenían más recursos económicos.

Basándose en la experiencia obtenida en su país y en la popularidad que había logrado a lo largo de los años, el objetivo de Eppinger era atraer sobre todo a los clientes estadounidenses y por esto dedicó mucha atención al servicio y a la calidad del restaurante, donde se presentaba un grupo musical en vivo durante el almuerzo y la cena. Los menús del restaurante eran auténticas obras de

Boston Bamboo.

Take $\frac{1}{2}$ Vermouth.

$\frac{1}{4}$ sherry.

Bitters and syrup

Stir and strain

A new drink, which is something in the line of a cocktail, and which has become quite popular around the new Broadway hotels and cafes, known as the Boston Bamboo. It is served in a cocktail glass, with or without cracked ice. Its composition is simple, half sherry and half vermouth. Both these are supposed to stimulate the appetite, and when they are mixed the effect is said to be even more pronounced than that of a Manhattan or Martini cocktail.



COCTELES
EN LA PARTE
SUPERIOR
IZQUIERDA LA
RECETA DEL
CÓCTEL
BAMBOO.

arte por su belleza y su estilo, impresos diariamente en hojas de gran tamaño y ricamente decorados.

Hasta el escritor inglés Rudyard Kipling, durante su estancia en el Grand Hotel quedó encantado por la confección de estos menús. La variedad de vinos y destilados disponibles era notable. En el menú se indicaban más de cien referencias entre Coñacs, Whiskys e incluso una significativa selección de vinos generosos, entre los cuales Sherry, Porto y Madeira. Es interesante notar que en la lista no se encontraban Gin y Ron.

Poco después de más de diez años, en 1902, Eppinger se tomó un periodo de vacaciones de aproximadamente 5 meses para visitar Europa y para un breve retorno a Estados Unidos. El 4 de febrero en el Palace Hotel de San Francisco encontró a muchos de sus ex-clientes de Halleck Street que habían ido a saludarlo. Los entretuvo hablando de la vida en Japón y

del estilo de vida sumamente cordial de los japoneses. Su apego y el profundo respeto que demostraba hacia Japón y su cultura se manifestaron sobre todo durante la guerra entre Rusia y Japón de 1905. Eppinger decidió que el hotel habría garantizado un salario completo a todos los que habrían prestado servicio de armas. Este gesto fue muy apreciado por los ciudadanos locales y la noticia llegó hasta a la atención del Emperador japonés, el cual decidió otorgar a Eppinger una alta condecoración entregada personalmente por el Mikado. Eppinger fue gerente del Grand Hotel de 1891 a 1905, para luego ser su director en 1906 y 1907.

Gran conocedor de las reglas de la hospitalidad ha sido uno de los profesionales más famosos del siglo XIX

RECETAS

DESDE ARRIBA:
CÓCTEL
BAMBOO EN EL
BOOTHBY'S
BOOK;
BAMBOO EN EL
BOTHBY'S
BOOK; TO DAY
DE 1893; OUT
WEST DE 1903.

31

BAMBOO COCKTAIL.

ORIGINATED AND NAMED BY MR. LOUIS EPPINGER, YOKOHAMA, JAPAN.

Into a mixing-glass of cracked ice place half a jiggerful of French vermouth, half a jiggerful of sherry, two dashes of Orange bitters and two drops of Angostura bitters; stir thoroughly and strain into a stem cocktail-glass; squeeze and twist a piece of lemon peel over the top and serve with a pimola or an olive.

194

BAMBOO.

A WELL-KNOWN JAPANESE MIXTURE, VERY POPULAR WITH STEAMSHIP MEN AND TOURISTS WHO HAVE VISITED THE ORIENT.

Half sherry and half French vermouth in any quantity is called a Bamboo. A Bamboo Cocktail is also popular and is made and flavored just like any ordinary cocktail, only that a mixture of equal parts of sherry and vermouth is used instead of the usual American decoctions. (See Recipe No. 32.)

From an American source we take the following description of a new drink called the "Boston bamboo" said to a desirable before-dinner appetiser. It is a certain stomachic, unquestionable in its tonic effects, and so far as can be discovered harmless as a beverage. The "Boston bamboo" is an equal mixture of sherry and Italian vermouth. The vermouth detracts from the softness of the wine, while the sherry counteracts the acridness of the bitters. It might be claimed that vermouth itself is but a

Parker took charge of the Ashland hotel; subsequently, he sold out and engaged in business in San Francisco, but met with reverses and returned to Redding. The café of the Lorenz Hotel is now under the management of the veteran mixer of Boston bamboo. Mr. Parker is the nephew of the founder of the Parker House in Boston, which has a world-wide reputation, and the same excellent standard will be maintained here.

La última aparición de Eppinger en el hotel fue en marzo de 1908, cuando el hotelero ya tenía una edad avanzada. El 16 de junio del mismo año, Louis Eppinger falleció a la edad de 77 años en Yokohama y el día siguiente muchos periódicos californianos dieron la triste noticia.

Casi para rendir homenaje a este bartender que había conquistado el Oriente, el mismo año en que falleció Eppinger fue publicado el manual "The World's Drinks and How To Mix Them" de William Boothby, donde aparecía una receta del cóctel Bamboo en la cual se incluía el texto: "creada y llamada así por el Sr. Louis Eppinger, Yokohama, Japón". La receta

estaba compuesta por un jigger de Vermut francés, medio jigger de Sherry, dos chorros de bitter de naranja y dos gotas de bitter Angostura, servido exprimiendo una cáscara de limón en la superficie y decorado con una pimola (una aceituna rellena de un trozo de pimentón rojo dulce) o una aceituna.

Como se puede leer en las primeras páginas del manual, en 1890 Boothby redactó un recetario titulado "Cocktail Boothby's American Bartender". El autor declaraba que fueron vendidos aproximadamente 50.000 ejemplares en tres ediciones, representando por quince años el libro de referencia para los profesionales



MIXOLOGY MINDED COLLECTION

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL.



FOLLOW ALONG!

 @FinestCallUS

 @FinestCall_US

Visit our new website! www.finestcall.com



PARKER HOUSE, Boston.

 This new and elegant establishment situated on School street, is now completed, and will be open for guests on **MONDAY, Oct. 8th.**

It will be conducted on the European plan, having Chambers and Parlors for the accommodation of about one hundred gentlemen; with a public Restaurant, where meals will be served at all hours of the day.— The arrangements of numerous private Dinner and Supper Rooms for the accommodation of Clubs, Societies, &c., is unsurpassable. There is also a Restaurant with private entrance on School street, for the special accommodation of ladies, or ladies accompanied by gentlemen. The proprietors have spared no expense in fitting this house with all the arrangements and appliances necessary for the comfort of its guests, and they assure them no efforts shall be wanting on their part to meet the approbation of the public.

Jan7
H. D. PARKER,
JOHN F. MILLS.

PARKER HOUSE
AQUÍ ARRIBA,
LA PARKER
HOUSE SCHOOL
DE BOSTON.

de San Francisco y sus alrededores. Por lo tanto, es posible que en ese manual, del cual parece que no se haya salvado ni siquiera un ejemplar en el gran incendio de San Francisco, ya se encontraran algunas referencias relativas a Eppinger y a su cóctel.

Al hojear el libro se podrá notar otra receta muy similar a la indicada anteriormente, con el nombre de “Bamboo” y la siguiente descripción “una bebida japonesa famosa, muy popular entre los trabajadores de los buques de vapor y los turistas que visitaron el Oriente”. La receta proporcionada indica sólo Sherry y Vermut francés en partes iguales, sin ninguna decoración, y especifica que el cóctel Bamboo es una versión que también se basa en la combinación Sherry-Vermut, con la adición de aromas como cualquier

otro cóctel. Se desprende que la bebida de Eppinger no sea más que un toque novedoso en un cóctel que ya existía.

Según lo indicado en el periódico semanal “To-day” publicado en 1893, existía en Estados Unidos una bebida llamada “Boston Bamboo” sumamente adecuada como aperitivo. Estaba compuesta por Sherry y Vermut en partes iguales, esta vez con la especificación de “italiano” en vez de “francés” como en la bebida que se atribuye a Eppinger; además no había ninguna indicación de decoración u otro ingrediente, como por ejemplo bitters. Ésta resulta ser la más antigua mención de este cóctel, que durante los años siguientes apareció en revistas y periódicos manteniendo el nombre Boston Bamboo. Entre éstos, “The Mixicologist or How To Mix All Kinds of Fancy Drinks”, publicado en 1895, en el que aparecía la siguiente receta de Boston Bamboo: Sherry y Vermut en partes iguales, adición de bitter y jarabe, mezclar y filtrar.

En 1903 en el periódico “Out West” realizado por el Archaeological Institute of America, en un capítulo relativo al Lorenz Hotel de Redding, en California, se describía el Cafè del Lorenz Hotel bajo la gestión del “veteran mixer of Boston Bamboo” (mezclador veterano de Boston Bamboo). Muy probablemente se refería a un tal Sr. Parker, nieto del fundador de la Parker House de Boston, que podría haber

traído consigo esta bebida a la costa del Pacífico.

Entre los clientes del Lorenz Hotel se encontraban los miembros de la burguesía californiana y uno de los dos propietarios del hotel, J.H.Hoyle, era de San Francisco. Sin embargo, el hotel fue inaugurado en 1901, periodo en el que Eppinger ya estaba en Yokohama desde hacía más de diez años. Parker House fue inaugurada en 1855 por Harvey D. Parker y puesto que había sido la estructura más lujosa y de vanguardia de Boston en esa época, también es probable que la bebida se haya originado precisamente en este hotel.

Boston, una de las más antiguas e históricas ciudades de los Estados Unidos de América, ha representado durante décadas uno de los principales puertos de atraque para las embarcaciones y los buques que llegaban del viejo continente. Precisamente de Europa, en particular de Inglaterra, habría llegado el cóctel Bamboo, según lo indicado por algunos investigadores. Parecería que en dos artículos de periódico, el "Western Kansas World" del 11 de septiembre y el "St. El Paul Daily Globe" del 19 de septiembre de 1886 (fuente no confirmada), se decía que esta bebida había sido introducida por un inglés, que le había dado popularidad en las principales tabernas, sobre todo en las de Nueva York: estaba compuesto por Sherry y Vermouth y se denominaba precisamente Bamboo.

Fue curioso el relato que apareció en el periódico "The Indianapolis Sun" en 1910 en el que se describía un caballero de origen francés, un tal Ervin de Montpellier, el cual había ido a Indianápolis ya que lo habían invitado para hablar de su reciente viaje a Sudamérica y de las potencialidades económicas que ese con-

FANCY MIXED CONCOCTIONS.		
... 10c	Bamboo Cocktail.....	15c Silver A
... 10c	Mint Julep	10c Pineapp
... 10c	Snow Flake.....	10c Louisvil
... 10c	Julep Peach.....	10c Pineapp
... 10c	Royal Cabinet.....	10c Trilby C
... 10c	Razzle-Dazzle.....	10c New Or
... 10c	Lime Juice Flip.....	10c

THE MIXICOLOGIST

OR
HOW TO MIX ALL KINDS
OF FANCY DRINKS

1897

CONTAINING CLEAR AND RELIABLE DIRECTIONS FOR MIXING
ALL THE DIFFERENT BEVERAGES USED IN THE UNITED
STATES, EMBRACING JULEPS, COBLERS, COCK-
TAILS, PUNCHES, BURKEES, "RICKEYS,"
ETC., ETC., IN ENDLESS VARIETY, WITH
SOME RECIPES ON COOKING, AND
OTHER GENERAL INFORMATION

tinente podía ofrecer, resultando luego ser un estafador que dejó algunas deudas precisamente en la ciudad que lo había acogido tan calurosamente; el autor del artículo destacaba: «Monte (Montpellier) fue un bienhechor para la ciudad de Indianápolis por una sola cosa y esa cosa fue su famoso cóctel Bamboo. Introdujo esta bebida, que según los expertos era deliciosa» y seguía mencionando la receta: 2/3 de Sherry, 1/3 de Vermut francés y un chorro de bitter de naranja.

Por consiguiente, es posible afirmar que Eppinger llevó consigo a Oriente una bebida que probablemente había conocido cuando todavía estaba en Estados Unidos y que había sabido valorizarla y adaptarla al contexto en que se encontraba. Ciertamente, ha sido y hoy sigue siendo considerado uno de los padres de la coctelería japonesa, que ha sabido aprovechar sus conocimientos de bartender y sus cualidades de gerente para construir las bases de una profesión que hoy en Japón se considera un auténtico arte.

Luca Rapetti



ROMA BAR SHOW

International Bar & Beverage Trade Show

primera edición

La primera edición de **ROMA BAR SHOW**, evento internacional dedicado totalmente al mundo de las bebidas, se llevará a cabo en Roma el **lunes 23 y martes 24 de septiembre de 2019**, en el Palazzo dei Congressi del EUR (Piazza John Kennedy, 1), de las 12:00 a las 21:00 horas. El proyecto **ROMA BAR SHOW** nace de la necesidad del sector, de las empresas y de los especialistas de encontrarse e intercambiar puntos de vista en un evento italiano de perfil internacional con la finalidad de elevar las actividades de la industria licorera y de la coctelería en Italia.

La manifestación tiene el objetivo de convertirse en la feria líder en Italia dedicada al mundo del bar, de la bebida y de la hospitalidad. **ROMA BAR SHOW** representará una referencia para los operadores profesionales, un mercado privilegiado para hacer negocios de calidad y descubrir las últimas novedades del sector en términos de productos, cocteles, tendencias, materias primas, equipo y productos semielaborados.

Desde la primera edición, **ROMA BAR SHOW** se presenta con un programa intenso que se llevará a cabo en Roma con una amplia agenda de clases magistrales, conversaciones y conferencias, actos paralelos y fuera de salón dedicados al sector y al consumidor a los cuales participarán los visitantes y la ciudad durante toda la duración del evento.

Profesionales del sector e invitados internacionales intervendrán para compartir sus experiencias y conocimientos sobre tendencias y novedades en este ámbito. **ROMA BAR SHOW** no será sólo un espacio de exposición, sino más bien un escenario en el cual ser los protagonistas de nuevas experiencias a través de la historia de las marcas participantes.

Entre los sitios dedicados se encuentran la sugestiva terraza del Palazzo dei Congressi que con su magnífico mirador abarca toda la ciudad de Roma, el prestigioso teatro al aire libre y los jardines colgantes que completan los espacios externos en los que las empresas recrearán lugares novedosos y con características específicas diferentes. El evento será enriquecido por la participación de un prestigioso grupo de bartenders internacionales.

Cada año el **ROMA BAR SHOW COCKTAIL BAR** rendirá homenaje a un clásico de la mezcla italiana. En su primera edición RBS celebrará el Centenario del Negroni interpretado en las creaciones de bartenders italianos representativos.

Se dedicará una atención especial al mundo de la gastronomía, de las combinaciones y del café en mezcla a través de degustaciones y representaciones de elevado contenido innovador y artístico.

La dirección artística del **ROMA BAR SHOW** anunciará próximamente numerosas novedades.

Para obtener más información: info@romabarshow.com

ROMA BAR SHOW

PALAZZO DEI CONGRESSI | ROMA2019

INTERNATIONAL BAR & BEVERAGE TRADE SHOW

23 - 24 SEPTEMBER 2019

DRINK RESPONSIBLY

PALAZZO DEI CONGRESSI



ROMA BAR SHOW
PALAZZO DEI CONGRESSI | ROMA2019

MORE INFO: INFO@ROMABARSHOW.COM



BRINDEMOS POR CHINA

El “Campionissimo” y el patrocinador del tónico corroborante

DE FABIO BACCHI

Fausto Coppi nació en Castellania, en la provincia de Alessandria, el 15 de septiembre de 1919, el cuarto de los cinco hijos de Domenico Coppi y Angiolina Boveri. Cuando tenía trece años,

el joven Fausto trabajaba como mozo en una charcutería de Novi Ligure y una de sus tareas era encargarse de las entregas de la tienda, comenzando así a recorrer muchos kilómetros en bicicleta.



il Campione del Mondo **FAUSTO COPPI** dice:

“Solo con la **CHINA RICCARDI** si possono raggiungere vittoriosi tutti i traguardi,,

La Leggenda di Fausto C

Coppi tenía un físico frágil, pero con características adecuadas para las carreras de resistencia frente a la fatiga: una notable agilidad muscular, piernas largas y delgadas, un sistema cardiorrespiratorio excepcional gracias al tórax amplio, la capacidad pulmonar y el valor sumamente bajo de los latidos del corazón por minuto medidos en reposo.

Fausto Coppi comenzó a correr en 1937. En 1940 con el equipo Legnano, el de Gino Bartali, ganó su primer Giro d'Italia, todavía hoy es el más joven ganador de un Giro. A partir de ese momento, obtuvo éxitos sin



precedentes que alimentaron su mítica epopeya: récord de la hora, Milán-Sanremo, Campeonato mundial por carretera, *Tour de France* y de nuevo el Giro d'Italia en el mismo año. Para todos se convirtió en el “Campionissimo” (Campeonísimo).

En diciembre de 1959 Coppi salió de viaje para África con algunos amigos, para participar a una competencia en Uagadugú (la capital de Burkina Faso) y luego a una cacería. Al regresar a Italia el Campionissimo se enfermó, sufriendo de una fiebre muy alta. Se trataba de malaria. Los médicos equivocaron el diagnós-

OBJETIVOS
 EN LA PARTE
 SUPERIOR EL
 CAMPEÓN DEL
 MUNDO
 FAUSTO COPPI
 CON UNA COPA
 DE CHINA
 RICCARDI;
 ABAJO UNA
 BOTELLA DE
 CHINA
 RICCARDI.

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



*Bitter e Aperitivo
Del Professore*

Tradition, terroir, people
delprofessore.it



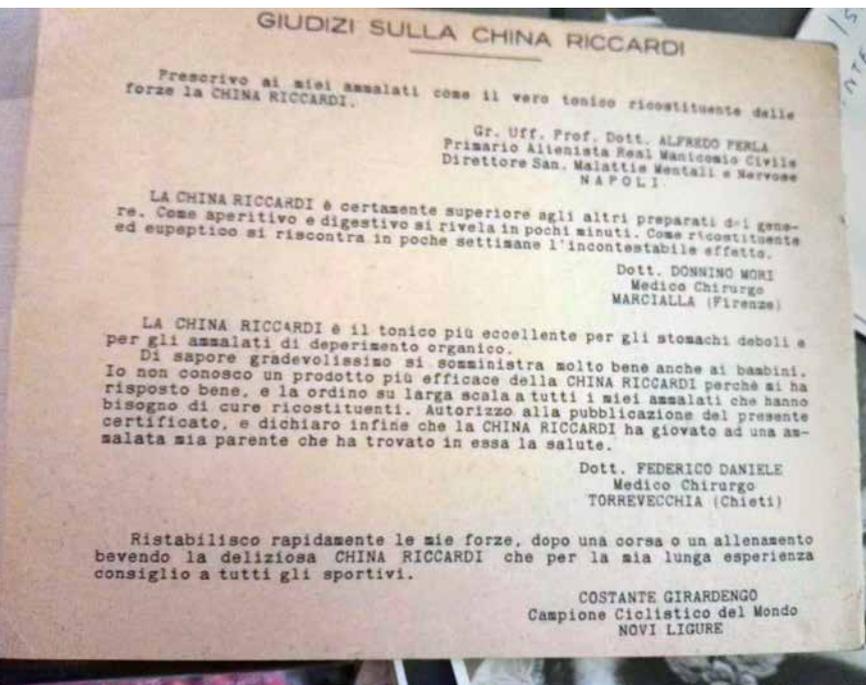
Lino Riccardi

tico y lo curaron como si hubiese tenido una fuerte gripe. Fausto Coppi murió a las 8:45 horas del 2 de enero de 1960, a la edad de cuarenta años. Lo enterraron en Castellania.

Con el Campionissimo y el ciclismo en el cenit de la popularidad, los publicitarios de esa época no se dejaron escapar un semejante testimonio. Por esto, el nombre y el rostro de Fausto Coppi se utilizaron principalmente para la publicidad de varios productos como las bicicletas Bianchi y todo lo que tenía que ver con el ciclismo, luego se añadieron otros tipos diferentes



CICLISMO
ARRIBA FAUSTO COPPI Y GINO BARTALI EN EL TOUR DE FRANCE. AQUÍ AL LADO EL DOCUMENTO DEL REGISTRO DE LA MARCA.



y su hijo Riccardo, estudiante de farmacia.

En 1891 Riccardi fue nombrado cabo farmacéutico militar de la IX Compañía de Sanidad.

En 1918, elaborando un extracto de quino enriquecido con una mezcla de especias realizó un licor tónico aperitivo corroborante, la China Riccardi, que se convirtió en una tradición de familia llegando hasta nuestros días.

Entre los testimonios de la China Riccardi se encontraban dos figuras legendarias del ciclismo italiano, Costante Girardengo y precisamente el "Campionissimo" Fausto Coppi con el cual se realizaron algunas fotografías postales en la década de 1940.

El quino es una planta naturalmente dotada de propiedades aperitivas y digestivas proporcionadas por los principios activos contenidos en ésta que tienen la capacidad de aumentar la secreción gástrica, favoreciendo la digestión y al mismo tiempo actuando como protector de las mucosas gástricas, con un elevado poder tónico corroborante.

Hoy, que los amargos italianos son apreciados en todo el mundo y gracias a la experiencia del bisabuelo que llega del pasado, la generación Riccardi representada por Enzo, Luigi y Federico elabora los mismos ingredientes de la receta original con pasión y dedicación invariables; con el deseo de volver a ofrecer al consumidor los sabores y los beneficios que han hecho de la China Riccardi un licor imprescindible que viene del pasado.

Fabio Bacchi

de productos.

En Tivoli en 1880, el farmacéutico Zino Riccardi creó la fábrica química y farmacéutica Zino Riccardi. Su objetivo era la producción de preparados medicinales y oficinales orientados al bienestar de las personas. El joven farmacéutico nacido en Riofreddo en 1858, fundó su farmacia comprando la botica Rosati de Tivoli y enfrentándose con una serie de complicaciones y dificultades de papeleo debido a su juventud. Se convirtió oficialmente en el propietario el 26 de octubre de 1880, se graduó en la Universidad de Roma el 2 de julio de 1881; sin embargo, sólo el 7 de noviembre de 1882 Riccardi fue autorizado "a administrar la farmacia de su propiedad en calidad de titular".

La farmacia Riccardi ofrecía sus servicios a una población de 4.000 habitantes en una superficie de 12.000 m² y producía una renta de 1.400 liras. En el trabajo, colaboraban con él un dependiente, un mozo





Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



— ITALIAN HERITAGE —



Terroir

*Fuertes vínculos con el territorio,
ingredientes naturales y de calidad, cuidado
artesanal en el proceso de producción*

Tradition, terroir, people
delprofessore.it

CIEN AÑOS DE JUVENTUD

Dos patrimonios del sector licorero sumamente actuales

DE ALESSANDRO PALANCA

Durante el periodo entre las dos guerras ocurrieron grandes transformaciones en la economía paduana, no siempre positivas; sin embargo, todas contribuyeron a crear el futuro del territorio después de la segunda guerra mundial.

La Feria de 1919 fue en cierto sentido el comienzo de un cambio lento pero profundo. El evento fue el punto de partida de un proyecto modernizador para hacer de Padua una ciudad que avanza con los tiempos incluso desde el punto de vista económico. La recuperación de la econo-

mía favoreció la constitución de la Unión de los Industriales de la provincia, fomentada en particular por un hábil y afortunado productor de licores, Silvio Barbieri. Precisamente en su casa de calle Rinaldi se organizó la reunión para su fundación el 11 de abril de 1922.

La primera Fiera dei Campioni (Feria de Muestras), dividida en dieciocho secciones de productos se llevó a cabo del 10 al 30 de junio de 1919. Debido a sus grandes dimensiones, fue necesario dividirla en tres sitios diferentes en los cuales se encontraban varias secciones de pro-

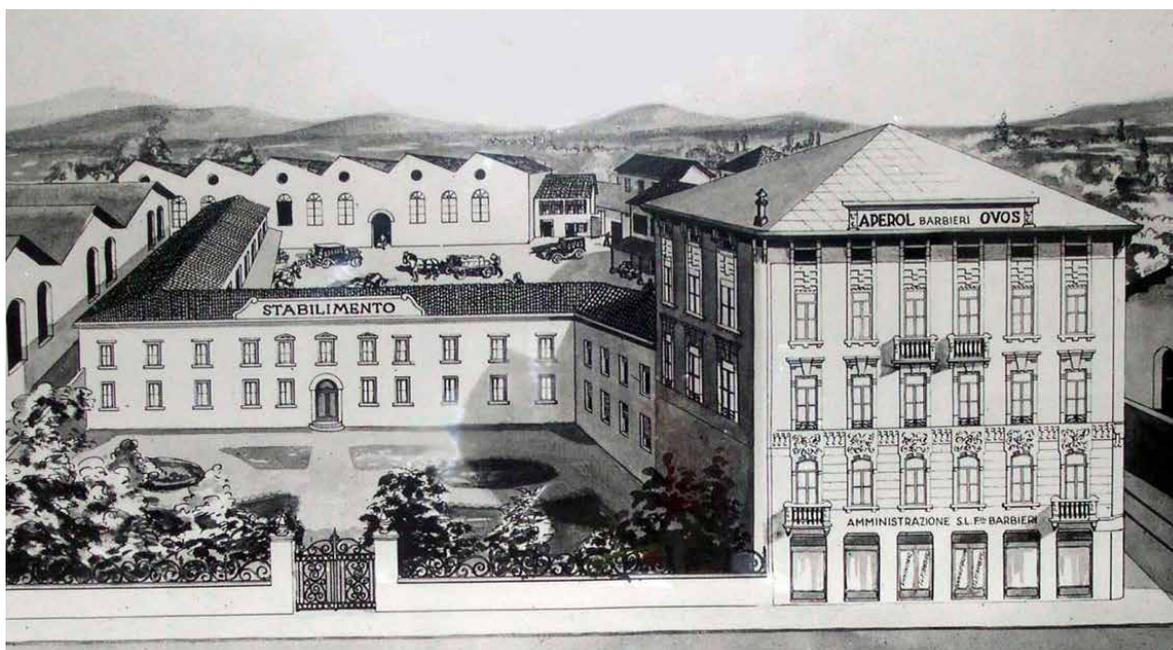




ductos. En la céntrica Sala della Ragione, cerca del ayuntamiento, se encontraban las industrias “ligeras” entre las cuales la alimentación. La feria obtuvo un gran éxito pudiendo contar con más de 600 empresas participantes, entre las cuales

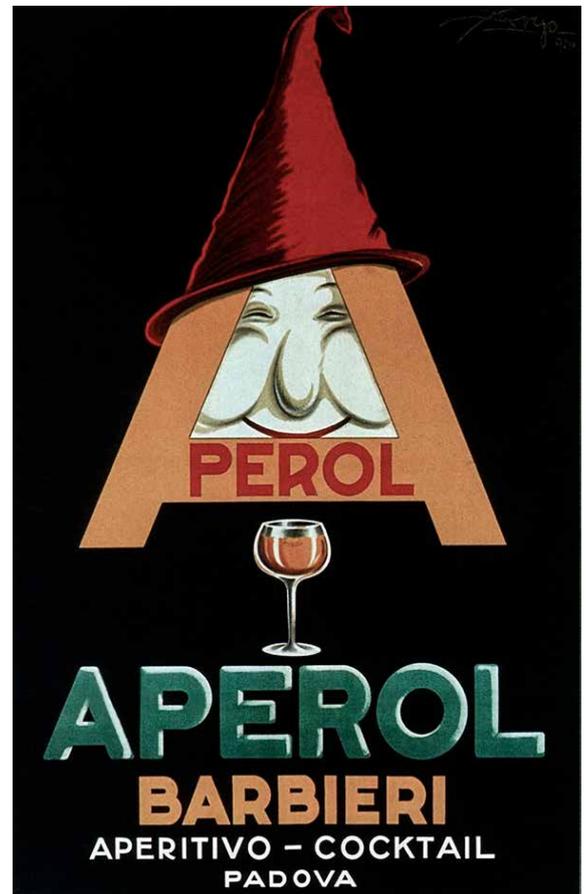
21 eran extranjeras. En este contexto, la Destilería Barbieri de Padua presentó oficialmente un licor de color anaranjado y de sabor dulce amargo, el Aperol, con baja graduación alcohólica (11°), en una botella de líneas sinuosas y características liberty.

APERITIVOS
 AQUÍ ARRIBA
 EL CARTEL
 PUBLICITARIO
 DEL APEROL
 CON BRIGITTE
 BARDOT. ABAJO
 LA FÁBRICA
 APEROL Y, EN
 LA PÁGINA A LA
 IZQUIERDA,
 UNA
 PUBLICIDAD EN
 UN TRANVÍA.



PUBLICIDAD

AL LADO, EL
CARTEL APEROL
CON TINO
BUAZZELLI; A
LA DERECHA EL
CARTEL DEL
APEROL DE
1923.



La empresa Fratelli Barbieri, formada por Silvio, presidente de la Asociación de Fútbol de Padua en la temporada 1928-29, y Luigi Barbieri, fue registrada el 9 de junio de 1915 en la Cámara de Comercio de Padua. Los dos hermanos desembolsaron un capital

de seis mil liras; sin embargo firmaron en una fecha posterior: 28 de septiembre de 1917. Silvio y Luigi eran los herederos de Giuseppe Barbieri, el que había fundado una empresa licorera. En el papel con membrete que los hermanos registraron en la

Cámara de Comercio aparecía el texto: "Aperol Barbieri Aperitivo especial" y un poco más abajo sobresalía un escudo de armas de los Saboya y una orla contenía la mención: "Patente de la Casa Real". La

receta fue elaborada entre los años 1912 y 1919, pero la empresa ya era conocida por el licor de huevo OVOS.

A lo largo del siglo XX, la industria licorera paduana se hizo conocer gracias a una serie de licores que se volvieron famosos en todo el mundo. El Aperol original se obtenía con una infusión en alcohol de naranja, genciana, ruibarbo y otras hierbas, "regulador de la digestión y contra las gripes".

Aperol Barbieri se creó en competencia declarada con el casi homólogo milanés Aperitivo Aperal, producido por la fábrica farmacéutica Bertelli. El nombre Aperol fue ideado por Silvio Barbieri que en Francia oía la típica jerga transalpina para el aperitivo "aperò" a la cual añadió simplemente una I. El recién creado aperitivo fue el protagonista de importantes campañas publicitarias. En la década de 1920 se realizaron los carteles, hoy buscados por los coleccionistas, colgados en el interior de los bares y la campaña dedicada a los

Aperol Barbieri nació en competencia con Aperitivo Aperal, aperitivo casi homólogo

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



— ITALIAN HERITAGE —

Tradition

Recetas clásicas tradicionales, cuidado artesanal en el proceso de producción, ingredientes naturales

Tradition, terroir, people
delprofessore.it





APEROL
APEROL
LA PUBLICIDAD
DE 2005.

deportivos poniendo de relieve el bajo contenido de alcohol.

Durante la década de 1960 Aperol era una estrella del programa Carosello, que contribuyó a la difusión de la bebida en todo el país. Muchas imitaciones fueron objeto de litigios judiciales. Como los que se llevaron a cabo contra los productos Aper, Aperold, Old Aper. En la publicidad “El desmemoriado” el actor Tino Buazzelli se llevaba una mano a la frente y decía “Ah, Aperol!”.

La estrategia comunicativa de Aperol cambió en la década de 1980. Apareció la “muchacha Aperol”, la actriz Holly Higgins que se levantaba la minifalda para salir en moto y reunirse con sus amigos en un bar de Miami, mientras decía: «No sé ustedes,

pero yo bebo Aperol».

Aperol nació como una cenicienta del sector licorero y se convirtió en un rey de los licores como lo demuestra hoy su rendimiento en el mercado mundial. La asociación entre Aperol y Spritz, bebida con la cual hoy muchos bartenders se relacionan como objetores de conciencia, fue creada en la década de 1950. A finales de la década de 1980 Aperol centró la comunicación en el Aperol Spritz. En el año 2005 apareció la publicidad en la cual la modelo desfilaba sobre un recorrido creado con las mesas de un bar para llevar el Aperol Spritz a los clientes. El cierre final “Happy Spritz, Happy Aperol” se basaba en el popular y sumamente exitoso aperitivo que ya se asociaba con Aperol. En 2010 Aperol, ya producto estrella del Grupo Campari, apareció entre los patrocinadores del Campeonato del Mundo de MotoGP

En 1991 la destilería Barbieri fue comprada por la Barbero 1891, a su vez comprada por el Grupo Campari en diciembre de 2003.

En sus comienzos, Aperol tuvo que competir con Select, producto aperitivo lanzado por la empresa veneciana Fratelli Pilla. Los boloñeses Mario y Vittorio Stauroforo Pilla registraron la sociedad el 19 de julio de 1919, junto con un tercer socio, Aldo Jesurum, industrial altisonante del empresariado veneciano de esa época. Pronto, Aldo Jesurum fue sustituido por un personaje todavía más prestigioso, Gian Carlo Stucky, propietario del gigantesco molino industrial en la isla de la Giudecca, hoy sede de un hotel.

La marca del aperitivo Select fue registrada en 1920. Nunca se supo con seguridad si la producción de Select comenzó enseguida en la sede veneciana de la Pilla, cuya razón social era “fabricación

JUST BORN IN 2016
AND ALREADY MULTI-AWARD
WINNING RUMS.

— RARE PROOF 20 YEARS OLD —



— RARE PROOF 18 YEARS OLD —



— RARE PROOF 13 YEARS OLD —



Rum Malecon

RARE PROOF

MALECON RARE PROOF RUM...
**AS STRONG AS
A GENTLEMAN!**

*A brand-new family at the right high proof,
with a strong but balanced alcoholic volume
that enhances the rum taste.
Dedicated to the true lovers of the full proof!*



DRINK RESPONSIBLY!

— OUR COMPLETE RANGE: —

- 20 years old - 48.4% alc. vol.
- 18 years old - 51.7% alc. vol.
- 13 years old - 50.5% alc. vol.

SAVIO s.r.l. - Châtillon (AO) - Italy - Tel. + 39 0166 56 03 11 - info@saviotrading.it - www.saviotrading.it

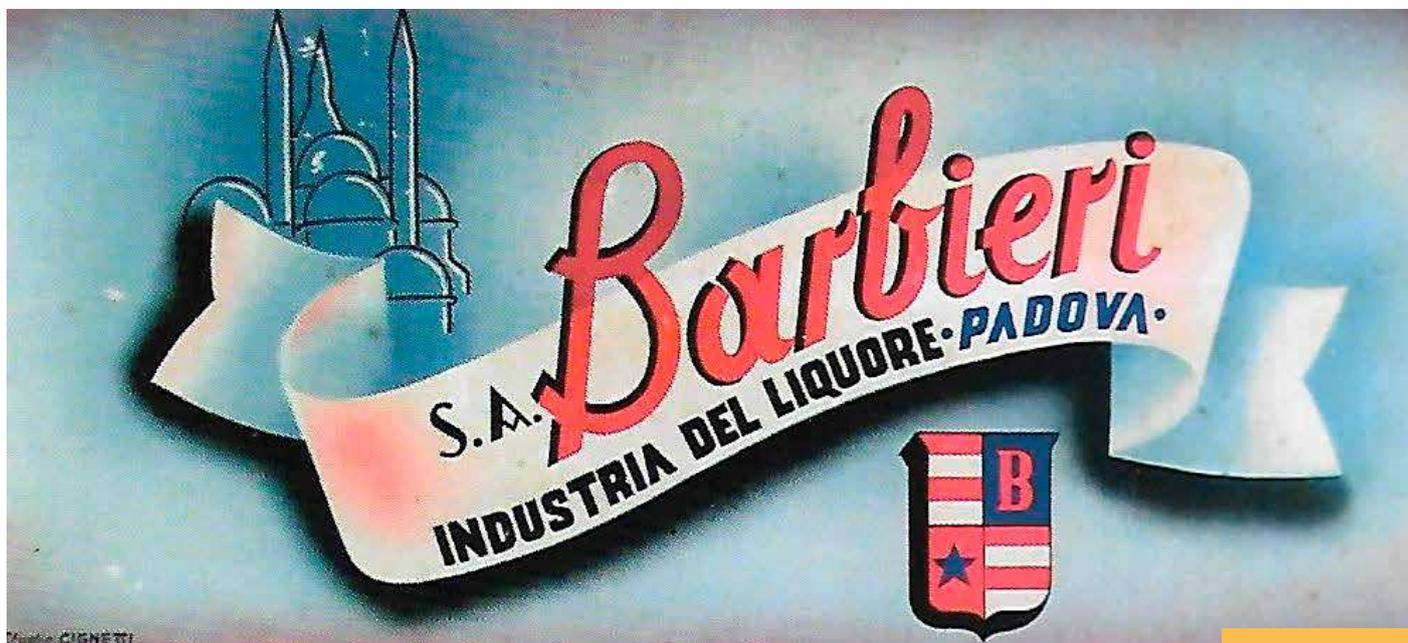
SAVIO

CHOOSE. TASTE. ENJOY.



PALLINI
- ITALIA -

DRINK RESPONSIBLY



PUBLICIDAD

A LA IZQUIERDA
EL CARTEL
PUBLICITARIO
DEL APEROL DE
1963, A LA
DERECHA EL DE
1951.



INFLUENZA

L'APEROL

**PREVIENE LE CAUSE
E RINVIGORISCE IL CONVALESCENTE**

PERCHÈ a base di china - rabarbaro e
genziana, accresce la resistenza
e regola la secrezione biliare.

L' "APEROL", essendo poco alcoolico può essere preso anche dai bambini

CHIEDETE GRATIS CAMPIONE ED OPUSCOLO
S. A. F.LLI BARBIERI - PADOVA

de Venecia, que tuvo lugar el 23 de abril de 1923. En marzo de 1934 tanto la sede administrativa como las instalaciones se trasladaron a la zona industrial de Marghera.

En 1935, la empresa fue el objetivo de un caso de interés político. Era el año en el que la Sociedad de las Naciones decretó un embargo económico a Italia durante el gobierno de Mussolini que había invadido Etiopía. La única respuesta fue que Benito Mussolini, que ya era Duce, decretó un programa autárquico que prohibía el uso en Italia de todo lo que era extranjero, incluidos nombres y términos de origen claramente extranjero. Con una carta del 25 de noviembre de 1935 enviada al Prefecto de Venecia, la empresa productora comunicó que SELECT no era un nombre extranjero, sino el acrónimo de «Stabilimento Enologico Liquori E Cremore Tartaro» (Fábrica Enológica Licores Y Crémor Tártaro) que

y comercio de licores, jarabes, Vermut, destilación de orujos de uva para la producción de aguardiente, elaboración de los subproductos correspondientes” o si fue aportada más tarde, con la compra de la Piavel de San Donà di Piave, en provincia



APERITIVOS

EN LA PARTE SUPERIOR, LA BOTELLA SELECT Y, AQUÍ ARRIBA, LAS BOTELLAS MATTOTTI DE APEROL.

en San Donà di Piave producía el aperitivo del que se habla. No se sabe con certeza si esta afirmación fuera verdadera o un hábil truco para eludir el problema. En todo caso, con una segunda carta de septiembre de 1936, la empresa le comunicó al Prefecto de Venecia lo siguiente: «No resulta que los productos S.E.L.E.C.T. hayan tenido, durante el periodo de las sanciones, ninguna reducción de ventas debido a una posible estigmatización, causada por la afinidad del nombre del producto con palabras extranjeras».

La segunda guerra mundial causó una inevitable crisis y en 1944 la fábrica Pilla fue destruida como consecuencia de un bombardeo. La empresa se mudó a la isla de Murano en Fondamenta da Mu-

la, luego en Fondamenta Serenella. La nueva fábrica tenía un horno para la producción interna de las botellas. A éstas se añadían las preciadas copas para los paquetes de regalo. En 1953 el empresario boloñés Ferdinando Gazzoni Frascara tomó el relevo en Pilla. Tres años después la empresa dejó Murano y fue transferida a Castel Maggiore, cerca de Boloña. Hoy Select, cuya receta es el resultado de 30 hierbas seleccionadas y mezcladas entre sí, es una marca que pertenece al grupo Montenegro.

Este año Aperol cumple cien años, Select los cumplirá el próximo año. Dos patrimonios del sector licorero italiano más actuales que nunca.

Alessandro Palanca

150 VARNELLI

1868-2018



SHALL WE MIX?

www.varnelli.it



DRINK RESPONSIBLY

ES TODO CULPA DE HOUELLEBECQ

Y del inconfundible, duradero aroma de creosota

DE PINO PERRONE

Michel Houellebecq es sin duda un escritor objeto de un amplio debate. Muchos hablan de él, incluso los que han leído poco o nada de su obra. Su escritura cínica, sumamente crítica, insultante, irreverente, inconformista, sin frenos inhibitorios ni censuras de ningún tipo, a veces considerada excesiva, es lo que hace que muchas personas lo aprecien y que yo mismo lo ame. Luego, si el autor tenga también capacidades de clarividencia, de anticipar

eventos del futuro, es un tema que me interesa poco.

Conocí tarde al narrador francés, siguiendo un proyecto sobre los escritores que habían citado un específico Whisky single malt en literatura, precisamente el “Lagavulin”. Houellebecq lo hace a su manera, de forma perturbadora, para ser cautelosos, en la novela “El mapa y el territorio” de 2010, ganadora del más importante premio literario francés, el Goncourt.

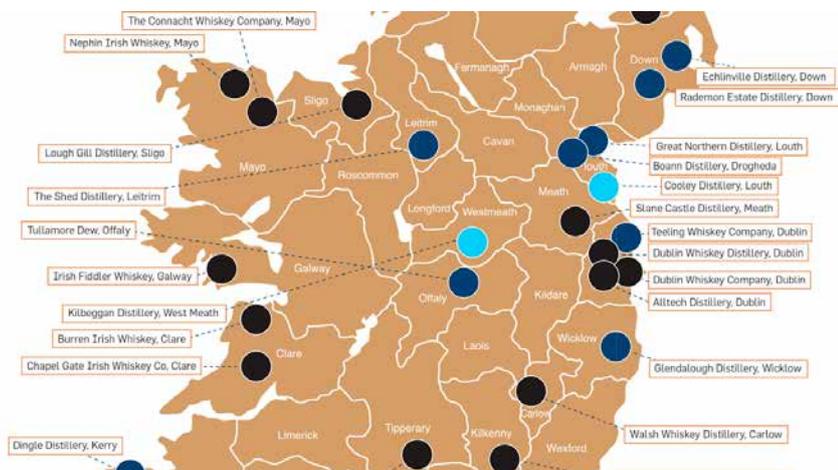
De Michel Thomas, éste es su verda-



dero apellido, he leído todo lo que se ha publicado en italiano y me ha proporcionado gran placer y disfrute. Durante la lectura de "Sumisión", me había intrigado el personaje del protagonista; los libros de Houellebecq no difieren mucho entre sí, se encuentran los recursos estilísticos que marcan la gran diferencia entre un artista y otro, es decir los hacen reconocibles.

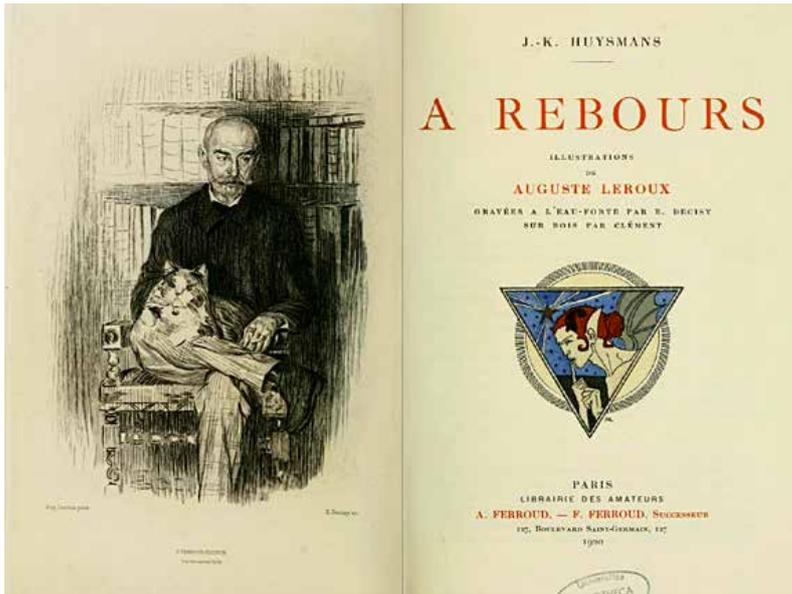
François es un hombre de cuarenta años nihilista, profesor universitario de la Sorbona y gran experto del escritor francés Joris-Karl Huysmans hasta tal punto que se le encargará la redacción del volumen de su obra completa para la Bibliothèque de la Pléiade, que de hecho sigue siendo un déficit de este proyecto editorial francés. Tanta devoción y pasión por el escritor se expresan en la novela de modo que resulta evidente que son las mismas que siente Houellebecq mismo. Es incisivo desde el inicio del texto que comienza así: «Durante todos los años de mi triste juventud, Huysmans fue para mí un compañero, un amigo fiel; jamás dudé de él, jamás estuve tentado de abandonar ni de decantarme por otro tema».

Al hojear el libro me sentí tan imperfecto como la Pléiade, ya que del autor todavía no había leído nada, y saber que compartía esta falta con una entidad tan prestigiosa me hizo sentir menos culpable. Reparé rápidamente comprando su novela más célebre, "A Rebours", traducido al español con el título "Contracorriente" o "Al revés", y publicado por primera vez en Francia en el lejano mayo de 1884. Narra la historia de un hombre, Jean Des Esseintes, un joven aristocrático, que decepcionado por la vida frívola y mundana de sus coetáneos, decide dejar París y cualquier contacto con la sociedad, refugiarse en el campo y ahí, reduciendo al mínimo incluso



el contacto con sus domésticos, transcurrir la vida en anhelada soledad, como si fuera un ermitaño o un cartujo, dedicándose a sus pasiones y a sus neurosis crecientes. Después de dicha lectura, se comprende mejor la narración de Houellebecq. De hecho, es un proceso que ocurre

LITERATURA
EN LA PARTE SUPERIOR EL ESCRITOR MICHEL HOUELLEBECQ. EN EL CENTRO UN MAPA CON LAS DESTILERÍAS IRLANDEASAS.



MATERIAS
 EN LA PARTE
 SUPERIOR EL
 LIBRO
 HUYSMANS A
 REBOURS (AL
 REVÉS). AQUÍ
 ARRIBA
 TRONCOS DE
 HAYA. ABAJO LA
 CREOSOTA.



normalmente entre las personas que leen libros, ser estimulados a buscar otro de un autor diferente evocado por la lectura del momento.

Pero cambiemos repentinamente de tema para hablar de la creosota, y los que tendrán paciencia comprenderán la razón que une los dos argumentos. ¿Quién de nosotros no recuerda el aroma de la creosota? Es suficiente haber esperado un tren en un andén para recordárselo. Ahora se utiliza menos por su toxicidad, pero fue usada por mucho tiempo para impregnar los travesaños de madera que dividen las vías de los trenes y hacerlos resistentes contra las inclemencias climáticas. Es un producto que deriva de la destilación de la madera de haya. Este líquido incoloro y poco soluble en agua está compuesto por más del 50% de fenoles llamados guayacol y creosol. Todavía hoy en día se utiliza en odontología como desinfectante en los empastes provisionales. Un aroma que los aficionados a los Whiskeys turbosos deberían seguramente conocer. Al describir los aromas percibidos en estos destilados con un elevado contenido de fenoles, se utilizan términos como: medicinal, farmacéutico, desinfectante, o lo que se percibe al visitar al dentista. Por consiguiente, el aroma de medicamento de los Whiskeys turbosos y la creosota, con su guayacol, están estrechamente vinculados entre sí.

Era algo que ya conocía, como lo que voy a revelar. Tenía más que una sospecha, en realidad casi la certeza que fuera así y con el testimonio que se halló, esta certeza se concretizó y se pudo datar más fácilmente. En el libro “Contracorriente” Huysmans habla de la creosota en un paso sumamente importante en el que cita el whiskey irlandés. Por consiguiente, Huysmans es testigo de que en el pasado



los whiskeys irlandeses eran incluso turbosos. Al pasar de la literatura al cine, tenemos una duda sobre la cual Peter O'Toole se llevó el secreto a la tumba. En efecto, él tampoco sabía si se había originado en Leeds en Inglaterra o en la región de Connemara, condado irlandés de Galway. Los habitantes de esta zona, donde un tiempo vivía la tribu de los Conmhaicne del mar de la cual deriva su nombre, conocen bien el paisaje agreste, caracterizado por valles con vegetación arbustiva y suaves colinas, pero sobre todo por las omnipresentes turberas que se encuentran cerca de las zonas húmedas.

Esto no es sorprendente si se considera que el 3% de la superficie terrestre y el 60% de las zonas húmedas de la superficie de la tierra están compuestas por estos ambientes de depresión del suelo. Nos encontramos en el extremo oeste de Irlanda, en un condado que se asoma al océano.

Yendo hacia el interior, justo en el corazón de Irlanda, a medio camino entre Galway y Dublín, se encuentra la destilería de Kilbeggan. Fue fundada en 1757,

la más antigua destilería de Irlanda, y la copia de la licencia destaca en una pared interna de la destilería. Como casi todas las destilerías irlandesas, sufrió las consecuencias de la grave crisis económica, entre 1920 y 1930, a raíz de la cual fue cerrada y luego enajenada definitivamente en 1957. Hoy es un museo de la ciudad.

En 2007 la destilería Cooley, que había utilizado los viejos depósitos de la Kilbeggan para añejar sus whiskeys, compró la licencia que se había puesto en venta. Fue construida una nueva destilería que comenzó su actividad con uno de los dos alambiques históricos, uno de los que se utilizaban en la Tullamore Distillery construido a principios del siglo XIX, uno de los más antiguos del mundo en funcionamiento. Tres años después se introdujeron una cuba de maceración y una de fermentación, para que la nueva

*Huysmans,
hablando de la
creosota, testimonia
que en el pasado
los Whiskeys
irlandeses también
eran turbosos*



DESTILERÍAS
EN LA PARTE
SUPERIOR LA
COOLEY. EN EL
CENTRO LA
KILBEGGAN.
AQUÍ ARRIBA
JOHN TEELING.

destilería fuera totalmente autónoma. Hoy es la sede de la Kilbeggan Distilling Company que incorporó la Cooley Distillery.

Siguiendo a través de Irlanda hacia la homónima península de Cooley se llega al lugar en el que todavía se produce el único

whiskey turboso de la isla, superviviente de la costumbre del pasado. En la destilería de Cooley se produce y se añeja el whiskey Connemara. Cooley Distillery fue fundada en 1987 por el visionario John Teeling, en la sede de una vieja fábrica de alcohol en desuso. La creación de la Cooley, según sus intenciones, tenía la finalidad de oponerse a la gran corporación Irish Distillery que estaba en manos extranjeras. Sus sueños se esfumaron cuando Beam-Suntory la compró.

Para la producción del Connemara no se afectan las reservas de turba de la isla ya que se compra la malta escocesa ya con turba. A ésta se añade más malta sin turba producida por la destilería. Esto permite equilibrar la turba inicial llevándola a niveles intermedios aproximadamente 13/14 ppm. Esta sigla es el acrónimo de “partes por millón” y mide la presencia de los fenoles, que dan origen a los aromas ahumados. El whiskey se destila dos veces mediante alambiques discontinuos, luego se añeja en barricas ex-Bourbon. En la versión Original, sin indicación de edad, se encuentran combinados entre sí, Whiskey de 4 años para dar vitalidad, de 8 años para proporcionar profundidad, y de 6 para unir los dos anteriores. Si examinamos atentamente las notas de sabor del producto, se perciben claramente algunos aromas conocidos. Se habla de aromas que evocan gotas de chocolate, el azúcar y la creosota.

Los Whiskeys irlandeses históricamente descritos como productos exclusivamente suaves, redondos y para nada turbosos, son un lugar común que se debe refutar. Sobre esto no teníamos dudas. Ahora, gracias a Huysmans, estamos seguros. Y todo por culpa de Houellebecq.

Pino Perrone



SEVEN
HILLS
ITALIAN DRY GIN

ORIGINI, TRADIZIONI,
SPIRITO ITALIANO.



SEVEN
HILLS

ITALIAN DRY
GIN

distributed by



BOUTIQUE
BRANDS

#VIIHILLSGIN #ITALIANDRYGIN
WWW.VIIHILLS.CO.UK

DRINK RESPONSIBLY



EL FANTÁSTICO MUNDO DEL WHISKY

El festival romano se confirma como una de las citas más importantes

DE GIULIA ARSELLI FOTOGRAFÍAS DE SIMONE BALDI

Aproximadamente 5.000 entre aficionados al Whisky y profesionales animaron los espacios del Salone delle Fontane de Roma EUR en el que se llevó a cabo la octava edición del “Roma Whisky Festival”, cita para aficionados, neófitas y profesionales del Whisky.

El programa del festival más importante del sector italiano comprendía una serie de eventos divididos entre degustaciones,

clases magistrales y conversaciones, seminarios sobre la coctelería e invitados internacionales. Como acompañamiento cuatro coctelerías, un área gourmet en la cual destacaba la magnífica exposición de otras de “I Love Ostrica”, por el segundo año un espacio dedicado a Coñac & Armañac y una exposición dedicada al diseño y a la arquitectura de una destilería escocesa.

Algunas cifras de RWF: más de 50 em-



presas participaron con Whiskys procedentes de todo el mundo, Italia incluida, más de 500 botellas vendidas en la tienda, 18 clases magistrales, 3 seminarios sobre la coctelería con invitados bartenders italianos de fama internacional y 5 sesiones de Bowmore Room Experience agotadas. De la organización y supervisión del RWF se encargó el director artístico Andrea Fofi, con la colaboración de los asesores expertos en whisky, Pino Perrone, Andrea Franco y la escocesa Rachel Rennie.

A las clases magistrales sobre la coctelería de la octava edición participaron personajes internacionales y celebridades del mundo de la mezcla. Leonardo Leuci del Jerry Thomas Speakeasy, Gabriele Manfredi ex Oriole Bar de Londres y Filippo Sisti de la revelación milanés Talea. Fueron muy apreciados por el público los mini-cursos de 25 minutos sobre el ABC del Whisky para los neófitos, organizados por la Whisky Academy del festival representada por la Embajadora de Marca Chiara Marinelli.

El área Coctelería fue representada por cuatro famosos bares romanos (Jerry Thomas Speakeasy, Drink Kong, Argot y Freni e Frizioni). Las catas de Whisky fueron los eventos más populares. “Duncan Taylor: la gran tradición de los embotelladores



independientes” permitió una degustación excepcional para celebrar más de 80 años de actividad. Penderyn habló de los espíri-

PERSONAJES

RONNIE COX,
DE BERRY
BROS & RUDD.



WHISKYS PREMIADOS RWF 2019

MEJORES SINGLE MALT

1. ARDBEG CORRIVRECKAN (MOET HENNESSY)
2. BARELEGS (ISLAY BOYS)
3. GLENFARCLAS 17 YO (RINALDI)

MEJORES WHISKYS BLENDED

1. BERRY BROS & RUDD - SHERRY CASK (PALLINI)
2. BERRY BROS & RUDD - ISLAY (PALLINI)
3. BLACK BULL 1° YO (COMPAGNIA DEI CARAIBI)

MEJORES WHISKYS DEL MUNDO

1. KOVAL FOUR GRAIN (PELLEGRINI)
2. KAMIKI (RINALDI)
3. TEELING SINGLE MALT (RINALDI)

MEJOR WHISKY EN BARRICA ÚNICA

GLEN GRANT 25 YO (WILSON & MORGAN)

tus de Gales; Nicola Riske guio a los participantes a descubrir el mundo Macallan comenzando por la trilogía 12yo: Wilson & Morgan con algunas de sus selecciones como independiente. Los Estados Unidos estaban presentes con las degustaciones dedicadas al Bourbon Whiskey Jefferson's y al Rebel Yell.

Aberlour, histórica destilería en el corazón del Speyside, una de las últimas que sigue añejando la mayor parte de su Whisky en barricas que anteriormente habían contenido Sherry, presentó The Sherry Monster Experience; también de Islay la gama Bunnahabhain y Diageo que tuvo el papel principal presentando los últimos lanzamientos y la serie Game Of Thrones, ocho ediciones limitadas en representación de ocho destilerías.

Como de costumbre, se dedicó un



BEBIDAS
 EN LA PARTE SUPERIOR IZQUIERDA MONKS & PEACHES DE PATRICK PISTOLESI DEL DRINK KONG DE ROMA. A LA DERECHA HUNTER'S NECK DE GREGORY CAMILLÒ DEL JERRY THOMAS SPEAKEASY DE ROMA. EN EL CENTRO JUMPSUIT DEL EQUIPO DE FRENI E FRIZIONI DE ROMA. ABAJO RAGNAR LOTHBROK DE GIANLUCA MELFA Y FRANCESCO BOLLA PROPIETARIOS DEL ARGOT DE ROMA. A LA IZQUIERDA ANDREA FOFI.

amplio espacio a las botellas antiguas y raras, este año presentadas por la famosa casa de subastas en línea Katawiki. Durante el Festival también se presentó, como todos los años, el nuevo embotellamiento oficial en serie limitada del Roma Whisky Festival, cuyo protagonista este año fue el Islay Single Malt Caol Ila.

El festival se originó en 2012 gracias a la pasión por los eventos de uno de los dos fundadores, Andrea Fofi, y a la afición por el Whisky de Rachel Rennie. ¿Cuál fue el punto de partida? La falta, en la capital, de un evento sobre el mundo del destilado. Luego, el grupo se amplió con la llegada de Pino Perrone, Emiliano Capobianco y Andrea Franco.

El evento creció de manera extraordinaria, hasta tal punto que puede considerarse uno de los festivales internacio-



Extraordinary spirits since 1779.



B.º NARDINI DISTILLERIA A VAPORE

— dal 1779 —



nales de mayor importancia. «La octava edición registró un récord de participación de público y empresas, preludio de cambios futuros que efectuaremos en años sucesivos para consolidar la marca RWF en el mercado. El desarrollo del festival es evidente y estamos orgullosos y sumamente felices. Apreciamos que las empresas participantes y el público numeroso que nos acompaña durante todo el año en nuestros eventos y en las actividades de formación reconozcan nuestros esfuerzos y nos brinden su confianza. Confianza que año tras año tratamos de recompensar proponiendo nuevos temas. Por ejemplo, este año con la Bowmore Room Experience y con una exposición dedicada a la arquitectura y al diseño en el mundo del Whisky, presentada por el despacho de arquitectura Threesixty Architecture de Glasgow, que está proyectando una nueva destilería en Edimburgo; como también la presencia de nuevos invitados internacionales, momentos de entretenimiento y actividades promocionales y de comunicación cada vez más importantes», declaró Andrea Fofi.

Las próximas fechas del festival romano: el 1 de diciembre la jornada-evento "A tutta torba" (a toda turba), dedicada a los whiskys turbosos de todo el mundo, y por supuesto, la novena edición del Roma Whisky Festival el 7 y 8 de marzo de 2020.

Giulia Arselli

LAS RECETAS

JUMPSUIT de Freni e Frizioni – Roma

INGREDIENTES

- 30ml Jack Daniel's Rye
- 30ml Jose Cuervo Tequila infundida con Corn Flakes
- 15ml Freni e Frizioni Cafè de Olla
- 1 cucharadita de azúcar de moras
- 4 chorros de bitter de mandarina

Técnica: build. Copa: OK. Decoración: pincho de moras y naranja deshidratada

MONKS & PEACHES de Patrick Pistolesi Drink Kong – Roma

INGREDIENTES

- 60ml Whiskey Monkey Shoulder
- 10ml Peach
- 10ml Chartreuse Jaune
- 20 ml ácido de lima*

Técnica: mix & strain. Copa: OF. Decoración: no

* ácido de lima (agua, ácido cítrico y ácido málico) añada el 10% de agua mineral natural, embotelle, deje reposar por un día, sirva con un cubo de hielo.

RAGNAR LOTHBROK de Gianluca Melfa y Francesco Bolla – Argot – Roma

INGREDIENTES

- 50 ml Whisky Highland Park 10 Viking Scars
- 15 ml vino tinto
- 15 ml licor de castañas
- gotas de Pimiento
- angostura

Técnica: mix & strain. Copa: copa pequeña. Decoración: no

HUNTER'S NECK de Gregory Camillò Jerry Thomas Speakeasy – Roma

INGREDIENTES

- Connemara Irish Whiskey
- Ginger Ale
- bitter de bergamota
- tintura de lirio y limón

Técnica: build. Copa: Collins. Decoración: cáscara de limón en espiral

1821

CHERRY

Unique.

Let this unique liqueur obtained by the marasca cherries sourced from the Luxardo orchards seduce you with its intense aroma. Enjoy its inebriating perfume of marasca neat, in famous cocktails or with pure dark chocolate. Luxardo Cherry Liqueur Sangue Morlacco: taste the inimitable.



LUXARDO

Drink responsibly