



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Agronomia, Animali, Alimenti, Risorse naturali e Ambiente

Corso di laurea triennale in Scienze e Cultura della Gastronomia

# **L'ALCHIMIA TRA MIXOLOGY E COMUNICAZIONE**

Relatore

Prof. Dario del Fante

Laureando

Giovanni Mantoan

Matricola n. 2040128

ANNO ACCADEMICO 2023/2024



# SOMMARIO

INTRODUZIONE.....	5
CAPITOLO 1: L'EVOLUZIONE DELLA MIXOLOGY .....	7
1.1 DEFINIZIONI GENERALI.....	7
1.1.1 Mixology o Miscelazione.....	7
1.1.2 Il termine Cocktail.....	8
1.2 "MATERIALI E METODI" .....	8
1.2.1 Il secolo dei lumi .....	8
1.2.2 Gin Tonic e Bitter Lemon .....	9
1.2.3 Aromatic Bitter .....	12
1.2.4 Noilly Prat.....	14
1.3: DRINKS A SPASSO NELLA ROUTE 66.....	15
1.3.1 America e cocktails .....	15
1.3.2 Il Professore: Jerry Thomas .....	17
1.3.3 Harry Johnson .....	19
1.3.4 Gli attrezzi del mestiere .....	19
1.4: DUE CELEBRITÁ.....	20
1.4.1 Gimlet.....	20
1.4.2 Mi-To.....	21
1.5: NEW ERA .....	21
1.5.1 L'epoca d'oro del cocktail .....	21
1.5.2 Ada Coleman.....	22
1.5.3 Proibizionismo americano .....	24
1.6: LEGGENDE LIQUIDE .....	26
1.6.1 Negroni.....	26
1.6.2 Daiquiri e Hemingway's Special .....	27
1.7: AVVENTURE ESOTICHE.....	29
1.7.1 Tiki Drinks .....	29
1.8: SORSI DI MODERNITÁ .....	31
1.8.1 Il cambiamento dei cocktails .....	31
1.8.2 La miscelazione oggi .....	32
CAPITOLO 2: IL CASO ZEST.....	33
2.1: "COCKTAILS E DREAMS".....	33
2.1.1: "Zest Cocktails" .....	33

<b>2.2: COMUNICAZIONE MISCELATA.....</b>	<b>37</b>
<b>2.2.1: Instagram.....</b>	<b>37</b>
<b>2.2.2: Instagram Business.....</b>	<b>39</b>
<b>2.2.3: “zestvicenza” .....</b>	<b>40</b>
<b>2.2.4: Sito Web.....</b>	<b>47</b>
<b>2.3: CONFRONTO TRA VIRTUALE E REALTÁ.....</b>	<b>48</b>
<b>2.3.1: “Intro” .....</b>	<b>48</b>
<b>2.3.2: Recensioni Google .....</b>	<b>48</b>
<b>CONCLUSIONE.....</b>	<b>51</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>53</b>
<b>SITOGRAFIA.....</b>	<b>53</b>
<b>RINGRAZIAMENTI.....</b>	<b>54</b>

## INTRODUZIONE

Il mondo enogastronomico al giorno d'oggi è sempre più variegato, per questo motivo non si può parlare di gastronomia senza includere il mondo della *Miscelazione*. Come vedremo nelle prossime pagine, il percorso che ci ha permesso di arrivare ai giorni nostri e servire determinati drink, lavorare in un certo modo le materie prime e trasformarle per ottenere una miscela complessa, è frutto di un'evoluzione costantemente in atto.

Al giorno d'oggi esistono milioni di Bar in tutto il mondo, ma sono solo pochi quelli che veramente si attengono al concetto di qualità. Esistono anche delle classifiche mondiali che vengono stilate ogni anno con i cinquanta e cinquecento migliori Bar del Mondo. Fortunatamente la tendenza a produrre miscelati di alto livello sta aumentando tanto che vi è una vera e propria “corsa al podio”, tutti cercano di essere i migliori. Non ci stiamo riferendo a comuni Bar di provincia, ma specificatamente a Cocktail Bar che si impegnano nel servire drink che siano al massimo livello.

I drink serviti nei bar affondano le loro radici nel passato e hanno uno sguardo rivolto al futuro. Si utilizzano sempre di più tecniche innovative e sperimentali per cercare di creare cocktail originali e diversi da tutto il mondo. Ma tutto ciò che possiamo bere oggi non è altro che la rivisitazione di ciò che esiste già da secoli in chiave “futurista”. Non è strano infatti sedersi al bancone di alcuni locali, classificati come i migliori del Mondo, e sorseggiare bevande in bicchieri a forma di testa umana a grandezza naturale accompagnati da un finto cervello commestibile, drinks che si illuminano quando si tocca il bicchiere, drink esperienziali che stimolano più sensi e non solo il gusto, drink alle muffe edibili ecc. Oltre a tutta questa innovazione, è bene però ricordare che tutti i Cocktail Bar devono conoscere la base, i drink classici, le loro storie e leggende, i prodotti e i segreti dietro ogni singola bottiglia.

Ma miscelare non è l'unica cosa importante. Come ci ha insegnato Harry Johnson (nelle prossime pagine lo vedremo) il Bar è un'azienda, e come tale per sopravvivere deve guadagnare. Proprio per questo motivo le aziende sviluppano delle strategie che mirano ad aumentare l'efficienza rispetto al conseguimento di un obiettivo economico. Questo insieme di fasi tattico-operative possiamo definirle con un'unica parola: *Comunicazione*. La comunicazione sfrutta diversi strumenti, programmi e modalità attraverso cui

trasmettere delle informazioni per farsi conoscere dal pubblico, definire un target, o mostrare la propria proposta.

Grazie alla nostra ricerca andremo ad approfondire il percorso che ci ha portato alla miscelazione moderna, un percorso che inizia nell'ottocento con l'Illuminismo e termina oggi con l'innovazione quotidiana, passando attraverso la nascita dei prodotti che hanno segnato la storia e i drink classici più importanti di sempre. Passeremo poi all'analisi di un caso studio, "*Zest Cocktail Bar*" a Vicenza, osservando come e cosa comunica al pubblico, per comprendere come in concreto sia avvenuta quell'evoluzione, dai grandi maestri del passato fino ad oggi.

# CAPITOLO 1: L'EVOLUZIONE DELLA MIXOLOGY

## 1.1 DEFINIZIONI GENERALI

### 1.1.1 Mixology o Miscelazione

La mixology è un'arte senza tempo che combina creatività e scienza in un cocktail, che restituisce emozioni e sensazioni allo stato liquido.

Inizialmente la creazione di un cocktail prevedeva l'assemblaggio di alcuni semplici ingredienti, ma grazie al progresso tecnologico-agroalimentare, la miscelazione si è evoluta utilizzando sostanze sempre più sofisticate, tecniche di preparazione all'avanguardia e presentazioni accattivanti. Oltre ad una selezione molto accurata dei prodotti, la mixology moderna si caratterizza per le tecniche di lavorazione e trasformazione delle materie prime, in modo da garantire un'altissima qualità nei drinks. La maggior parte dei migliori bar del Mondo infatti dispongono di piccoli laboratori dove i bartender sperimentano, utilizzando tecnologie innovative con lo scopo di servire ai propri clienti drink esperienziali.

L'evoluzione della storia ci ha permesso di arrivare al giorno d'oggi a possedere un numero infinito di liquori e distillati, ogni etichetta con le sue peculiarità e varianti. I professionisti del settore in quanto tali, hanno il dovere di conoscere e trasmettere al cliente quello che è racchiuso all'interno di ogni singola bottiglia che si prestano a vendere. Inoltre è fondamentale anche la conoscenza dell'impiego di liquori e distillati al fine di creare non solo drink innovativi, ma anche cocktails classici che hanno segnato la storia.

Il professionista della miscelazione inoltre possiede un importante ruolo sociale: "educare al bere". Talvolta contro i loro interessi, i bartender moderni promuovono l'apprezzamento di un singolo prodotto in sfavore dell'eccesso. In questo senso il termine "bere" assume un significato rivolto alla qualità e non alla quantità. L'abuso infatti, nei termini in cui si intende la miscelazione in queste pagine, non è contemplato.

Ma come si è arrivati oggi ad una mixology così evoluta? Per comprendere a pieno questo processo di trasformazione andremo a ripercorrere quali sono stati i passaggi

fondamentali che hanno segnato il mondo della miscelazione fino ad oggi. In particolar modo andremo ad analizzare la storia che si cela dietro la nascita di molti dei prodotti che tutt'oggi vengono ancora comunemente utilizzati, oltre ad uno studio delle personalità di alcuni pilastri come Jerry Thomas, Ada Coleman o Donn Beach. Non mancheranno anche le ricette dei drink iconici che hanno segnato questo percorso, dall'Illuminismo alla miscelazione moderna.

### **1.1.2 Il termine Cocktail**

La prima comparsa scritta del vocabolo cocktail fu in lingua inglese, all'interno di un giornale londinese del 1798. Tuttavia il contesto nel quale apparve questo termine era piuttosto inusuale, l'articolo della gazzetta "Morning Post and Gazetteer" infatti trattava di politica di Londra. Il giornale riportava una notizia secondo cui il proprietario di un pub aveva vinto la lotteria e decise di cancellare tutti i debiti dei suoi clienti. La settimana successiva il "Morning Post and Gazetteer" pubblicò un articolo satirico nel quale erano presenti alcuni elenchi di debiti di alcuni politici dell'epoca. In uno di questi registi comparve la voce "cock-tail" che corrispondeva ad un drink non pagato di Mr. Pitt (Primo Ministro dell'epoca). Inoltre nell'elenco erano presenti anche altre bevande di origine francese, presumendo quindi che la parola cock-tail possa avere origini francesi. Ad avvalorare questa teoria il pensiero di alcuni storici esperti di miscelazione come Charles Vexenat, secondo cui il termine cocktails sarebbe derivato da una parola inizialmente differente: "coquetel". Con questa si voleva intendere un drink che veniva bevuto all'epoca. Un'altra possibile origine la possiamo ricondurre al termine "coqueter" il cui significato è provocare inteso come un'attività condotta tramite la prostituzione.

## **1.2 "MATERIALI E METODI"**

### **1.2.1 Il secolo dei lumi**

L'illuminismo fu una corrente culturale, sociale, politica e filosofica che si sviluppò nel XVII secolo prima in Inghilterra, poi in tutta Europa fino a raggiungere l'America. Il termine illuminismo vuole essere metaforico nel significato, illuminare dall'oscurità dell'ignoranza le menti degli uomini. In quest'epoca infatti alla base di tutto vi doveva essere una ragione sostenuta dalla scienza. Il sapere fuoriuscì dal regno inaccessibile



dell'accademia e fu portata nella sfera pubblica, la popolazione si riuniva liberamente in spazi come taverne o municipi per discutere di problemi comuni. In quest'epoca di innovazione quindi, intellettuali da ogni dove hanno rivoluzionato il modo di lavorare, viaggiare e vivere della popolazione.

A Birmingham un gruppo di intellettuali era solito riunirsi per discutere di diverse tematiche. Dal momento in cui discutevano fino a tarda notte, si riunivano in luoghi illuminati dalla luna piena in modo da poter ritrovare la strada di casa. Per questo motivo a questo circolo serale si attribuì il nome di “Società Lunare di Birmingham”, soprannominati i Lunatici. Tra essi possiamo ricordare James Watt (la cui omonima unità di misura appare sulle lampadine), Benjamin Franklin (padre fondatore degli Stati Uniti), Matthew Boulton (produttore di metallo), James Keir (chimico e inventore), e molti altri. Effettivamente non possiamo attribuire loro onorificenze legate al mondo della miscelazione ma, molto di più. Grazie infatti alla loro collaborazione i Lunatici riuscirono a creare un motore a vapore potente e funzionale dando inizio alla Rivoluzione Industriale. Lo sviluppo tecnologico trasformò il tessuto sociale, culturale, ed economico della nazione inglese. Il lavoro manuale che fino ad ore era stato un pilastro dell'economia agricola britannica, venne sostituito dalle invenzioni meccaniche. Le città si svilupparono a tal punto che nacquero le industrie come quelle tessile per esempio. I contadini si trasferirono nelle città dove potevano guadagnare più soldi rispetto alla coltivazione delle terre o l'allevamento del bestiame. Le persone possedevano maggiore denaro e nacque la concezione del tempo libero e del divertimento. In questo contesto ritroviamo le prime bevande con ingredienti esotici a buon mercato che erano un lusso che il popolo da sempre desiderava.

### **1.2.2 Gin Tonic e Bitter Lemon**

Oggi giorno il Gin Tonic è uno di drinks più consumato e apprezzato da tutti per la sua semplicità e versatilità. Questo cocktail è infatti costituito da gin, distillato solitamente di origine cerealicola aromatizzato al ginepro, e acqua tonica, prodotto sodato a base di china.

La chinina è un estratto della corteccia dell'albero di china del Sud America. I primi ad identificarla come tale furono due ricercatori francesi nella seconda metà del 1700. La china tuttavia veniva già essiccata e ridotta in polvere dalle popolazioni indigene d'America che la mescolavano con acqua per creare una bevanda fermentata come rimedio per il tremore, sintomo della malaria.

Jean Jacob Schweppe fu il primo ad aggiungere l'anidride carbonica all'acqua nel processo industriale creando così l'antenata dell'acqua tonica. Solamente quando egli andò in pensione i suoi soci brevettarono nel 1858 "l'acqua tonica indiana" che combinava l'invenzione di Jacob con chinina e dolcificante. Il perfetto accoppiamento con il gin e la pubblicizzazione della bevanda come salutare fecero apprezzare il Gin-Tonic si da subito, da tutti i britannici, e non solo.

La distribuzione commerciale dell'acqua tonica la fece divenire famosa in tutto il mondo tanto che nel 1870 il Gin-Tonic, molto fresco e dissetante, era preferito rispetto ai giganti Tom Collins e Jhon Collins.

### GIN TONIC<sup>1</sup>

- 1 parte di London dry Gin
- 2 parti di acqua tonica indiana

*Versare gli ingredienti in un bicchiere precedentemente ghiacciato e colmo di ghiaccio. Guarnire con una classica Zest o Wadge di limone.*

Lo scorbuto è una malattia derivata da una carenza di vitamina C, la quale il nostro corpo non è in grado di sintetizzare da sé, per questo motivo deve essere introdotta attraverso l'alimentazione. I sintomi dello scorbuto si manifestano tramite disturbi cutanei e depressione. Lo scorbuto ha tormentato i marinai per secoli fino a quando la British Royal Navy (marina militare britannica) non ha deciso di somministrare al suo equipaggio delle razioni di limoni freschi, ricchi di vitamina C. Tuttavia gli agrumi erano particolarmente

---

<sup>1</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

difficili da reperire, soprattutto fuori stagione. A causa di questa necessità i limoni venivano trasformati in limonata, sciroppo, schrub o sorbetto al loro arrivo per renderli maggiormente conservabili in altri formati. Per far fronte a questa domanda nel 1834 nacque la “Schweppes Aerated Lemonade” a base di succo di limone fresco e sciroppo di zucchero. Nel 1957 il medesimo prodotto cambiò nome in Bitter Lemon.

<< Buonasera, potrei avere un Gin-Lemon per cortesia? Buonasera, non facciamo Gin Lemon, ma solo Gin-Fizz! >>

### GIN FIZZ<sup>2</sup>

- 6cl London dry gin
- 3cl succo di limone fresco
- 2cl sciroppo di zucchero
- Top up soda water

*Versare tutti gli ingredienti in uno shaker eccetto la soda e shakerare. Filtrare in un highball glass, colmare di ghiaccio e completare il drink con la soda. Guarnire con una Zest di limone e una ciliegina cocktail.*



3

---

<sup>2</sup> “MIXOLOGY RELOADED – DARIO COMINI”

<sup>3</sup> GIN FIZZ

### 1.2.3 Aromatic Bitter

Dal 1820 al 1830 divenne importante anche un altro prodotto a base di china che verrà poi successivamente utilizzato anche in miscelazione. Stiamo parlando dell'Amargo Aromatico, oggi conosciuto con il nome di Angostura Bitter. Fu inventato dal Dr. Johann Gottlieb Benjamin Siegert, lo scopo di questa sostanza amaricante era aiutare l'appetito e la digestione nei climi tropicali. Utilizzò per la sua produzione china, erbe esotiche e tropicali infuse in una base di rum. Nel 1862 il figlio di Johann Siegert, Don Carlos, portò con sé da Trinidad il prodotto di famiglia a Londra, in occasione di un'esposizione di invenzioni d'oltreoceano. Egli era a conoscenza della nuova tendenza di miscelare ingredienti per creare bevande cos' decise di presentare il bitter miscelandolo con gin e acqua. Il drink che ottenne era di colore rosa e ottenne un successo tale che venne utilizzato persino dalla Royal Navy per combattere i disturbi dello stomaco e della spossatezza dei marinai. Gli operatori navali soprannominarono questa bevanda "pinkier" e i londinesi invece "pink gin". Il successo fu tale che il bitter arrivò fino in Francia, Stati Uniti e Australia. Oggi tutti i bar del Mondo possiedono e utilizzano quotidianamente Angostura Bitter.

Alcuni anni dopo nacque un altro bitter che oggi viene ancora fortemente utilizzato in miscelazione: Peychaud's Bitter. Fu inventato da Antonie Amedée Peychaud's, famoso farmacista di New Orleans che decise di creare un rimedio contro l'indigestione e l'indisposizione diffusa nei climi caldi umidi. Egli creò il suo bitter e per pubblicizzarlo offrì ai suoi clienti una miscela a base di brandy, zucchero e un goccio del suo bitter, il tutto servito in un portauovo. Ebbe un effetto così virale che la ricetta di questo miscuglio di ingredienti fu utilizzata come "benvenuto" al Sazerac Coffee House sostituendo il costoso brandy con il meno costoso Rye whiskey (whiskey americano di segale). Oggi Peychaud's Bitter viene ancora largamente prodotto dalla Sazerac Company.

### SAZERAC<sup>4</sup>

- 2 gocce di Peychaud's Bitter
- 1 teaspoon di zucchero liquido
- 90ml Rye whiskey
- 1 teaspoon di assenzio

*Unire tutti gli ingredienti eccetto l'assenzio in un Mixingglass (grande contenitore dove mescolare i cocktail) e "stirrare" (termine tecnico che deriva dall'inglese to stir che significa mescolare). A parte colmare un rock glass con ghiaccio tritato, acqua e assenzio, in modo che il bicchiere acquisisca il profumo dell'artemisia, (piante dalla quale si produce l'assenzio). Una volta raggiunta la corretta diluizione e la temperatura ottimale di servizio, eliminare la soluzione di assenzio e servire il drink senza ghiaccio. Profumare con una Zest di limone.*



5

Ricordiamo inoltre altri importanti marchi dell'epoca ottocentesca che oggi ritroviamo nelle piccole bottigliette di Aromatic Bitters di tutti i Bar. Tra questi ricordiamo per esempio Boker's Stomach Bitter fatto a New York, Abbot's Bitter di Baltimora oppure ancora Free Brother Bitter anche questo prodotto a New York.

---

<sup>4</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

<sup>5</sup> PAYCHAUD'S BITTER

### 1.2.4 Noilly Prat

Vent'anni dopo la prima ricetta di Antonio Carpano, Joseph Noilly, produttore francese di liquori e assenzio, creò il suo vermouth nel 1813. Al giorno d'oggi Noilly Prat è l'icona del vermouth dry per creare il più celebre ed eccellente dei cocktails: il Martini Cocktail. Inizialmente la prima ricetta del vermouth prevedeva l'utilizzo di erbe e spezie macerate in due tipi di vino bianco invecchiati. Tuttavia Joseph Noilly apprezzava particolarmente le note caratteristiche derivate dal sole e dalla salsedine che venivano conferite al vino trasportato in nave. Decise quindi di organizzare la produzione ad Hérault, un piccolo villaggio francese di pescatori. Il vino veniva quindi fortificato con un'acquavite d'uva distillata e profumato con una notevole quantità di camomilla, lavanda, giaggiolo, china, scorza d'arancia, ecc. per un totale di 20 erbe infuse. Così facendo Joseph Noilly creò un vermouth dry ambrato e secco ideale per l'aperitivo. Il prodotto divenne talmente famoso che l'azienda si espanse includendo altri membri della famiglia Prat, spostando gli uffici amministrativi della ditta a Marseille e la produzione a Lyon. Nel 1843 prese il nome che oggi ritroviamo in etichetta ovvero Noilly Prat.



6

---

<sup>6</sup> MARTINI COCKTAIL

## MARTINI COCKTAIL<sup>7</sup>

- 6cl London dry gin / Vodka
- 1,5cl vermouthe dry Noilly Prat

*Versare tutti gli ingredienti in un Mixinglass e stirrare. Servire in coppetta con oliva o limone. La regola numero uno per questo drink così semplice, ma in realtà così complesso, è la temperatura. Tutto deve essere gelido, a partire dal distillato, dal vermouthe dry, alle attrezzature fino al bicchiere. Ricordiamo inoltre che esistono diverse varianti del Martini Cocktail tra cui il Dirty, l'Extra Dirty, il Wet, l'In e Out, Naked Martini, Bone dry Martini, fino ad arrivare al Vesper.*

## **1.3: DRINKS A SPASSO NELLA ROUTE 66**

### **1.3.1 America e cocktails**

Samuel Latham Mitchill era un avvocato originario di New York, ma non solo, egli era anche un professore, un esperto di lingue, lo scopritore del gas esilarante (protossido di azoto), uno scrittore e il responsabile della prima guida a New York. Nel 1820 Mitchill sviluppò una teoria secondo cui l'abuso di alcol, all'epoca utilizzato come "medicinale del giorno dopo", poteva avere effetti dannosi sulla salute. Egli descrisse le pratiche di consumo tipiche americane come per esempio l'abitudine di molti di bere una porzione di distillato appena svegli al mattino per eliminare l'alito cattivo. Oppure per esempio era consuetudine assaporare un drink corroborante per iniziare bene la giornata. Tuttavia gli sforzi condotti da Mitchill furono vani poiché ottenne esattamente l'effetto contrario, la diffusione di una tendenza ancora più spropositata al consumo di alcol. Tra i distillati maggiormente consumati vi era una prevalenza di whiskey soprattutto quelli americani, ma anche rum. Un aspetto particolarmente interessante riguarda la diffusione nel mondo americano di drink a base di gin, tra cui possiamo ricordare il Martinez: il padre del Martini cocktail.

---

<sup>7</sup> "MIXOLOGY RELOADED – DARIO COMINI"

Il Martinez possiede una storia particolarmente interessante, la sua origine infatti risale alla California, o così si pensa. La nascita di questo drink è attribuita a Julio Richelieu, bartender che lavorava sulla Ferry Street di Martinez. Questo celebre cocktail fu creato su richiesta da un cliente che gli propose uno scambio, un nuovo drink da assaggiare per una bottiglia di Jesse Moore whiskey.

Fu sempre Richelieu a servire il primo Martini. Secondo la leggenda infatti, e in base a quanto riportato nella targa commemorativa presente ancora oggi nell'angolo a nord-est dell'Alhambra Avenue e la Masonic Street di Martinez in California, un minatore entrò al bar e ordinò qualcosa di speciale. Richelieu servì un Martinez Special e dopo un paio di drink la Z venne meno. Il drink consisteva in gin, vermouth, Orange bitter e un'oliva.

### MARTINEZ COCKTAIL<sup>8</sup>

- 30ml Old Tom gin
- 120ml vermouth rosso
- 1 dash Boker's bitter
- 2 dash liqueure al Maraschino

*Versare tutti gli ingredienti in un Mixinglass e stirrare. Servire in coppetta con una Zest di arancia.*



9

---

<sup>8</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

<sup>9</sup> MARTINEZ COCKTAIL



### 1.3.2 Il Professore: Jerry Thomas

Un altro pilastro del mondo della miscelazione è Jerry Thomas, storico bartender che rivendicò l'invenzione del Martinez. Nacque a New York nel 1830 e imparò il mestiere facendo l'assistente barman in Connecticut. Nel 1847 partì per il suo primo viaggio che lo portò a lavorare in moltissimi Bar, creandosi la sua fama e la sua fortuna. Il suo primo lavoro fu sempre come assistente barman a San Francisco in un resort chiamato "El Dorado". Il locale era frequentato da persone molto ricche, l'arredamento raffinato, lampadari preziosi, dipinti a olio, specchi decorati e cameriere bellissime che servivano le bevande che preparava "il tricheco baffuto in giacca bianca": Jerry Thomas. I clienti dell'El Dorado erano molto esigenti e talvolta cercavano di provare a confonderlo con le ordinazioni più strane, ma nessuno ci riuscì mai. Fu così che Thomas già da ragazzo grazie alle sue giovani abilità si conquistò il titolo e soprannome di "Professore".

Egli è molto famoso tutt'oggi per aver inventato un altro drink molto iconico: il "Blue Blazer". Secondo i racconti Thomas non lo preparava mai a meno che la temperatura non scendesse al di sotto dei dieci gradi centigradi, cosa che capitava spesso a San Francisco.

#### BLUE BLAZER<sup>10</sup>

- 120ml Scotch whiskey
- 120ml acqua bollente
- 1 cucchiaino di zucchero bianco

*Preparare due tazze in argento con manico. Unire tutti gli ingredienti in una delle due tazze, dopodiché riscaldare il liquido con il fuoco e mentre arde miscelare gli ingredienti versandoli 4 o 5 volte da una tazza all'altra. Se eseguita bene la tecnica avrà un continuo flusso di fuoco liquido. Servire poi in un piccolo bicchiere da degustazione e completare con una Zest di limone.*

Nel 1850 Jerry Thomas si trasferì verso il centro America per l'inverno dove per un breve periodo insegnò la sua arte della miscelazione agli studenti di Yale, un'università privata

---

<sup>10</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

del Connecticut esistente ancora oggi. Da qui poi egli continuò a viaggiare e lavorare dal Sud Carolina, a Chicago fino ad arrivare a New Orleans dove aprì il suo locale. In seguito tornò a New York in qualità di capo barman presso il “Boss Tweed’s Metropolitan Hotel”, il secondo hotel più lussuoso della città. Dopo questa esperienza Thomas lasciò la città e partì per altri viaggi tra cui Londra, Parigi e Liverpool per poi tornare nuovamente nella sua città natale. Egli aprì un altro bar ma questa volta differente, un bar di alto profilo per servire cocktails come nessun barman mai aveva fatto prima. Inoltre nel 1862 pubblicò un libro, ancora oggi molto famoso, che conteneva ricette di cocktails: “The Bar-Tenders’ Guide”. L’elenco dei drink era molto ampio e fu pubblicato in diverse edizioni nelle quali venivano aggiunte ricette per ogni ristampa.

Nel 1863 Jerry Thomas fu chiamato alle armi per combattere nella guerra civile americana (1861-1865), cambiandogli la vita. Egli non aveva intenzione di prestare servizio per cui decise di scappare a San Francisco nascondendosi in un carro. L’anno successivo però iniziò il servizio militare in Virginia fino a quando il conflitto cessò. Thomas ritornò poi a New York e continuò a lavorare.

Nell’ultima parte della sua vita Jerry Thomas si sposò a Londra dove rimase a vivere. A causa del gioco d’azzardo e di qualche avventura commerciale fallita, la fortuna di Jerry iniziò ad esaurirsi e per vivere iniziò a lavorare in locali meno stellati. Morì di attacco cardiaco a 55 anni e fu seppellito nel Bronx.

<<Se Jerry Thomas si fosse fatto gli affari suoi!>>



---

<sup>11</sup> JERRY THOMAS

### **1.3.3 Harry Johnson**

Harry Johnson fu un importante bartender vissuto tra il 1845 e il 1933. La sua fama mondiale è dovuta al contributo che ha portato al mondo della miscelazione. Egli, infatti, scrisse il primo vero manuale del bartending nel 1860. Pubblicarlo prima di Jerry Thomas probabilmente fu una mossa per garantirsi una situazione di vantaggio rispetto alla concorrenza. Il libro si intitola “Harry Johnson Bartender’s Manual”, e fu il primo manuale che conteneva la ricetta del Martini Cocktail e simili. Il libro inoltre trattava di altri aspetti come, per esempio, consigli sulla gestione e sul funzionamento del bar, la negoziazione degli affitti, l’assunzione dello staff, la selezione della cristalleria, il comportamento del barman e un elenco di marchi raccomandati di prodotti che secondo lui un bar dovrebbe possedere obbligatoriamente.

Harry Johnson fu una figura molto importante nella storia dei cocktail, il primo a pubblicare la parola Martini con la ricetta, e le lezioni riguardanti l’attività quotidiana del bartender. Nessuno prima di lui aveva mai inteso la miscelazione come una pratica che andava oltre la creazione di un drink.

### **1.3.4 Gli attrezzi del mestiere**

Lo shaker si diffuse inizialmente in Germania tra il XVI e il XVII secolo e poteva essere di argento, ottone o oro. Nella sua forma primitiva veniva chiamato “doppelfassbecher”, due bicchieri a forma di botti sovrapposte che venivano utilizzati per brindare più che per mescolare. Nel tardo 1700 lo shaker si diffuse anche in Inghilterra e fu qui che incontrò il suo utilizzo nel cocktail. Nacque così il cobbler, shaker classico costituito da 3 pezzi che iniziò ad entrare nei bar come uno strumento utilizzato quotidianamente. Tra il 1700 e il 1800 era molto utilizzata come tecnica di miscelazione il “throwing”, Questa pratica consiste nell’utilizzare le due metà dello shaker aperto e farvi passare il liquido da una all’alta in modo da mescolare il cocktail, ma anche raffreddarlo grazie all’utilizzo del ghiaccio. Nessuno mai, infatti, fino a quel momento si era distinto nello shakerare, in quest’epoca vi erano i maestri del throwing. In America fu documentato nel 1868 il primo utilizzo dello shaker per come lo intendiamo oggi, chiuso e agitato, chiamandolo “cocktail shaker” per la sua funzione pratica.

Il barspoon, cucchiaino di metallo allungato presente in ogni bar e utilizzato per mescolare, è invece frutto dell'evoluzione di un cucchiaino da farmacia trasportato fino al banco bar.

La cristalleria divenne più raffinata e accuratamente scelta per servire al meglio gli ospiti, soprattutto quando si trattava di servire politici, intellettuali del tempo o persone illustri. I classici bicchieri furono sostituiti da calici e coppette champagne.

## **1.4: DUE CELEBRITÁ**

### **1.4.1 Gimlet**

Tra il 1840 e il 1860 la Royal Navy iniziò a fornire agli equipaggi delle sue navi una razione di lime per combattere lo scorbuto, invece di limoni. Questo perché le navi iniziarono a trasportare non più limoni ma lime. I marinai per conservare il succo di lime lo fortificavano con il 15% di rum ottenendo una miscela considerata da loro non molto gradevole. Fu nel 1867 che Lauchlin Rose brevettò per conservare il succo di lime un cordiale analcolico.

Il merito per aver miscelato il primo Gimlet risale al chirurgo Sir Thomas D. Gimlette, dottore arruolato nella Royal Navy. Egli convinse i suoi colleghi marinai a miscelare il gin e il cordiale al lime per prevenire lo scorbuto, creando così il drink che tutt'oggi porta il suo nome.

#### GIMLET<sup>12</sup>

- *2 parti di London dry gin*
- *1 parte di cordiale al lime*

*Versare gli ingredienti in uno shaker e agitare con forza. Servire in una coppetta ghiacciata.*

---

<sup>12</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

## 1.4.2 Mi-To

La storia di questo cocktails ha un'origine tutta italiana, più precisamente da Milano a Torino. Gaspare Campari iniziò la sua carriera da liquorista a quattordici anni a Torino, lavorando come apprendista nell'allora famosa Pasticceria Bass e successivamente nel prestigioso Ristorante Del Cambio in Piazza Carignano. Secondo la leggenda nel 1856 egli provò a creare un cocktail in stile americano aggiungendo della soda a del vermouth dolce con del ghiaccio. Al contempo Campari stava studiando un aperitivo derivato dall'infusione di erbe e frutta colorato di rosso grazie alla cocciniglia E120, oggi conosciuto come il celebre Bitter Campari. Dopo aver raccolto molte recensioni positive, il sig. Campari decise di spostarsi a Milano dove avviare la sua produzione di bitter. Nella medesima città egli aprì un bar nel quale serviva un drink di sua creazione: il Milano-Torino.

### MILANO-TORINO<sup>13</sup>

- *1 parte di Bitter di Milano*
- *1 parte di Vermouth Rosso di Torino*

*In un Mixinglass colmo di ghiaccio aggiungere gli ingredienti e stirrare. Servire in coppetta con una Zest di arancia.*

## 1.5: NEW ERA

### 1.5.1 L'epoca d'oro del cocktail

Tra il 1850 e il 1900 iniziò un'epoca di grandi cambiamenti, dall'arte, alla cultura alla cucina e ai cocktails. Grazie alla nascita dell'industria, infatti, il lavoro permise una maggiore accessibilità del denaro al popolo. Il motore a vapore permise di viaggiare molto facilmente e molto velocemente raggiungendo posti mai visitati prima, non solo in treno,

---

<sup>13</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

ma anche attraverso grandi transatlantici. Con la crescita del turismo globale aumentò anche l'interesse per i cocktails, ma non solo.

Un altro motivo dell'aumento del consumo di cocktails fu la devastazione delle industrie di vini francesi e spagnoli a causa della fillossera che colpì le viti tra il 1862 e il 1890. In particolar modo crebbe la produzione di milioni di litri di assenzio, tanto che, fu accusato di essere la causa di crimini violenti e disordine sociale. Lo scoppio della Prima Guerra Mondiale segnò la fine di quest'epoca d'oro del consumo dei cocktail.

In questo contesto di consumismo sfrenato grandi imprenditori sfruttarono l'occasione per adattare le proposte a quel Mondo dinamico. Nacquero così i primi cocktails in bottiglia nel 1892, prodotti dalla G.F. Heublein and Brother di Hartford in Connecticut. Vi erano diversi tipi di drink come, per esempio, il Martini o il Manhattan e venivano pubblicizzati con uno slogan: "il cocktail a casa, il migliore che ti sia mai stato servito in qualsiasi Bar del Mondo".

Nel 1897 ci fu la prima pubblicità su schermo del Mondo, proiettata su una tela a Herald Square a New York. Si trattava di un fil muto di 30 secondi che presentava "Dewar's -It's Scotch". Ma questa non fu l'unica occasione dove il Signor Thomas Dewar sfoggiò il suo genio del marketing. Prima della Prima Guerra Mondiale, nel 1911 pubblicò il suo Scotch Whiskey con un cartellone meccanico lungo 20 metri posizionato sulle sponde del Tamigi a Londra.

### **1.5.2 Ada Coleman**

Georges Auguste Escoffier fu un importante chef di fama mondiale, vissuto tra il fine 800 e inizio 900. La sua fortuna è dovuta alla creazione di alcune delizie gastronomiche, come il Tournedos Rossini (filetto di bue con foie-gras e tartufo nero), l'invenzione della scala gerarchica della brigata di cucina e la sequenzialità di servizio dei piatti (servire una portata alla volta secondo l'ordine del menù). Nel 1890 Escoffier, aprì un hotel a Londra: "il Richard D'Oyly Carte's Savoy Hotel". D'Oyly Carte fu un impresario britannico proprietario del Savoy Theatre, nonché colui che progettò il Savoy Hotel. Nel 1893 Richard comprò un altro Hotel chiamato "Claridge's Hotel" e lo ricostruì, nel restauro era compreso un american bar e dietro il bacone una barlady: Ada Coleman. Ella perfezionò

la sua arte della miscelazione fino al 1903 quando il figlio di Richard D'Oyly Carte, Rupert, le offrì una posizione di capo barman dopo la morte del padre. La fama di Ada Coleman è attribuita all'invenzione di un drink che tutt'oggi è ancora miscelato e apprezzato in molti Bar del mondo, stiamo parlando dell'Hanky Panky.

#### HANKY PANKY<sup>14</sup>

- *1 parte di London dry gin*
- *1 parte di vermouth rosso*
- *2 dash di Fernet*

*Unire gli ingredienti in un Mixinglass e stirrare. Servire in coppetta con una Zest di arancia.*



15

---

<sup>14</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

<sup>15</sup> HANKY PANKY

### 1.5.3 Proibizionismo americano

Il 16 gennaio 1920 entrò in vigore il Proibizionismo americano con lo scopo di ripulire le città dalla loro reputazione malfamata. Furono chiusi club musicali e bordelli per mantenere il buonc Costume locale. La legge, tuttavia, non proibiva completamente il consumo di alcol ma solamente il commercio e la vendita di bevande a scopo ricreativo. Quindi possedere e consumare alcol in una proprietà privata non era illegale. Molti americani, quelli più abbienti, prima della messa in vigore della legge acquistarono una imponente scorta di alcol. Per esempio, il Presidente degli Stati Uniti Warren G. Harding, possedeva una riserva di alcolici all'interno della Casa Bianca. Gli americani meno abbienti invece ottenevano alcol tramite delle prescrizioni controllate a livello federale. Il medico prescriveva la razione di whiskey consigliata che i pazienti dovevano assumere acquistandolo in farmacia. Grazie a questo metodo le farmacie americano vendettero oltre quattro milioni di litri di alcol.

Coloro i quali invece desideravano il lusso di trascorrere una serata a divertirsi fuori, potevano andare a recuperare da bere presso dei Lounge Bar clandestini. Nel 1923 questi Bar erano diffusi in tutte le città, paesi e villaggi rurali. In realtà questi Bar erano già nati molto prima del Proibizionismo. Erano chiamati "speak easy", letteralmente parlare piano, il nome era dovuto al fatto che non possedevano la licenza resa obbligatoria già dal 1874. Il termine parla piano non significava utilizzare un codice come si pensa erroneamente al giorno d'oggi, ma semplicemente mantenere un linguaggio educato. Così facendo, la pratica del consumo di alcol che era associata a comportamenti criminosi divenne speak easy, concetto di moderazione e controllo.

I produttori di alcolici furono costretti a cambiare lavoro per non pagare un'esorbitante tassa. Tuttavia, gli Stati Uniti permettevano ai privati di produrre vino e sidro per il consumo domestico.

Le scorte private casalinghe dopo un po' iniziarono a terminare costringendo la criminalità organizzata ad adoperarsi per approvvigionare chiunque volesse acquistare dell'alcol. Molti iniziarono a contrabbandare il whiskey canadese e il rum dei Caraibi via mare. Altri distillavano in alambicchi fortuna, spesso con risultati molto scadenti, senza addirittura curarsi di separare il letale metanolo dall'etanolo. Era solito utilizzare delle vasche da bagno dove mescolare gli spiriti. I clienti per coprire il sapore strano di questi



prodotti scadenti utilizzavano sciroppi o succhi di frutta. Le miscele che ottenevano venivano nominate e alcune sono rimaste conosciute ancora oggi come per esempio il Between the Sheets.

*BETWEEN THE SHEETS*<sup>16</sup>

- *2 parti di brandy*
- *2 parti di rum chiaro*
- *2 parti di liquore d'arancia*
- *1 parte di succo di limone*

*Dopo aver versato tutti gli ingredienti in uno shaker, agitare intensamente e servire in coppetta con una Zest di limone.*

In risposta alle esigenze del mercato rispettivamente a questo periodo furono creati dei metodi tali per cui era facilitato nascondere gli alcolici. Per esempio, furono prodotte credenze, librerie o armadietti con compartimenti segreti, bar nascosti il cui ingresso era occulto o ancora i libri di cocktails casalinghi erano nascosti mascherati da libri di canzoni.

Il Presidente degli Stati Uniti Franklin Roosevelt annunciò l'abrogazione del Proibizionismo il 5 dicembre 1933, precisamente dalla Casa Bianca agitando un Martini. Eseguendo un'analisi è parsa subito chiara l'inefficienza di quel sistema, nato per sventare dal paese americano la criminalità, fece esattamente l'opposto. Il Proibizionismo infatti aumentò la criminalità, la violenza nelle aree urbane e rurali, il tasso di mortalità (spesso per l'assunzione di alcol tossico), gli americani continuarono a bere illegalmente.

---

<sup>16</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

## 1.6: LEGGENDE LIQUIDE

### 1.6.1 Negroni

Tutti i cocktail creati tra le due Guerre Mondiali furono esempio della capacità di improvvisazione di tutti bartender, i quali erano sottoposti alla sfida quotidiana di creare drinks con ingredienti limitati e variabili che andassero incontro ai nuovi gusti dei clienti che avevano girato il mondo. Per esempio, il Conte Camillo Negroni che nel 1920 quando il Proibizionismo entrò in vigore, tornò dall’America e andò a Firenze. Il Conte era solito frequentare secondo la leggenda il “Caffè Casoni dell’Hotel Baglioni” dove il bartender dell’epoca, Fosco Scarelli, era conosciuto per il suo Torino – Milano (chiamato anche Americano con l’aggiunta della soda perché rispecchiava maggiormente i gusti degli americani). Camillo Negroni secondo la leggenda chiese che il suo Americano fosse fatto senza soda ma con il gin. Questa storia, in realtà, si tratta di un racconto non molto fedele alla realtà poiché secondo un’analisi svolta dalla famiglia Negroni, il suddetto Conte protagonista, non sarebbe mai esistito. Un articolo di giornale francese del 1920 attribuisce l’invenzione del drink Negroni ad un altro membro della famiglia realmente esistito: Pascale Olivier Conte de Negroni. Questo articolo non è ancora stato ritrovato ma è solo frutto di un ricordo d’infanzia di un attuale membro della famiglia. La vera storia del Negroni sembra non essere molto chiara, ciò che oggi sappiamo è che questo cocktail viene bevuto in tutto il mondo.



17

## NEGRONI<sup>18</sup>

- 3cl bitter
- 3cl vermouth rosso
- 3cl London dry gin

*Unire gli ingredienti in un Mixinglass e stirrare. Servire in un rock glass con ghiaccio e guarnire con una wadge di arancia.*

### **1.6.2 Daiquiri e Hemingway's Special**

Dopo la seconda metà del 1900 l'Havana è diventato il bar di molti americani. Era necessario un breve volo da Miami a Cuba o una gita sul Golfo dei Caraibi per aver la possibilità di degustare molti tra i più celebri cocktails ancora oggi serviti come per esempio il Daiquiri, il Mojito, e El Presidente.

Il l'antenato del Daiquiri, originariamente composto da aguardiente (rum), lime e zucchero arrivò in Europa trasportato dai marinai inglese che lo scoprirono in India dove però, veniva degustato il Punch, la medesima bevanda con l'aggiunta di the. Il drink arrivò a Cuba nel 1660 quando la flotta inglese sbarcò a Santiago de Cuba.

Duecentoventi anni dopo il cocktail ritornò in auge durante la battaglia di indipendenza cubana del 1895 - 1898, in quanto i soldati che combattevano, i Mambise, bevevano un antenato del Daiquiri: il "Canchànchara". Si trattava di una semplice miscela di rum, succo di lime e miele che aveva lo scopo di fortificare i soldati o essere utilizzato come analgesico per i feriti. Il drink prende il nome dalla città di Daiquiri che fu un luogo fondamentale nel quale si svolse una battaglia importante ai fini della liberazione dalla dominazione spagnola.

Dopo la battaglia di indipendenza ispano-americano il Daiquiri divenne un drink di tendenza che veniva servito abitualmente al Venus Hotel di Santiago de Cuba e al Plaza Hotel dell'Havana.

---

<sup>18</sup> "MIXOLOGY RELOADED – DARIO COMINI"

### DAIQUIRI NO.1<sup>19</sup>

- 4 parti di rum cubano
- 1 parte di lime spremuto
- 1 teaspoon di zucchero liquido

*Versare gli ingredienti in uno shaker e agitare vigorosamente. Servire in coppetta gelida e guarnire con lime.*

Nel 1918 Costantino Ribalaigua Vert, bartender del famoso e tutt'oggi ancora funzionante "Bar La Floridita", creò alcune delle più importanti declinazioni del Daiquiri. Tra queste ricordiamo l'Hemingway's Special. Secondo la leggenda, Hemingway (famoso scrittore e giornalista), fece una pausa dalla scrittura fermandosi al bar El Floridita dove ordinò un Daiquiri. Nonostante un suo amico dottore non fosse d'accordo, Hemingway era convinto di avere il diabete. Fu così che gli fu servito un Daiquiri senza zucchero con una doppia dose di rum cubano chiamandolo "Daiquiri a la Papa". Lo scrittore ne fu impressionato tanto che si presentò tutte le mattine alle 11 per berne almeno una dozzina. Più tardi il drink sarà modificato aggiungendovi il succo di pompelmo e il liquore Maraschino.

### HEMINGHWAY SPECIAL (PAPA DOBLE)<sup>20</sup>

- 12 parti di rum cubano
- 3 parti di succo di pompelmo rosa
- 2 parti di liquore Maraschino
- 1 parte di succo di lime

*Dopo aver versato tutti gli ingredienti in uno shaker, agitare intensamente e servire in coppetta. Guarnire con una ciliegina al Maraschino.*

---

<sup>19</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

<sup>20</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

## **1.7: AVVENTURE ESOTICHE**

### **1.7.1 Tiki Drinks**

L'industria cinematografica si trasferì a Hollywood a seguito del termine della Prima Guerra Mondiale. I produttori capirono fin da subito che il territorio possedeva delle potenzialità tra cui un clima ottimale, temperature calde, ma soprattutto, i terreni in vendita non erano eccessivamente costosi e vi era una grande varietà di paesaggi naturali. Queste caratteristiche furono ideali per la creazione di un film ogni settimana dell'anno.

In questo contesto nacquero le prime star hollywoodiane come Mary Pickford o Charlie Chaplin. Il pubblico di tutto il mondo affollava i cinema per vedere i loro eroi e scappare per un'ora dalla vita quotidiana. Numerosi cocktail persero il nome di alcune celebrità come il cocktail Mary Pickford a base di rum, ananas, liquore al Maraschino e granatina. Queste nuove figure del mondo cinematografico furono talmente importanti che nacquero delle riviste che si occupavano di informare i lettori e i fan di cosa indossavano le star, dove andavano a mangiare, dove viaggiavano ma soprattutto, dove bevevano.

Rispetto ad Hollywood, l'Havana era troppo lontano per un weekend fuoriporta, ma le Hawaii invece erano ad un passo. Le star iniziarono ad apprezzare la cultura polinesiana e fu così che alcuni sfruttarono questo espediente per creare la propria fortuna. Nel 1933 Ernest Raymond Gantt aprì il "Don's Beachcomber Bar" su MacCadden Place a Hollywood. Il Bar era adornato con oggetti raccolti nelle spiagge dei mari del sud della California e serviva drink a base di rum. Il Don's Beach Bar ottenne un successo clamoroso a Hollywood tanto che, Donn Beach (nuovo nome di Gantt) aprì un ristorante dall'altro lato della strada che serviva piatti polinesiani accompagnati sempre da drink Tiki: "il Don The Beachcomber".

Tuttavia, non fu solo Donn Beach ad aver coniato il concetto di Tiki, fu molto importante anche il contributo di Victor Jules Bergeron Jr. (il quale cambiò il suo nome in Trader Vic). Egli aprì un Bar sempre ad Hollywood chiamato "Hinky Dink's" dove anch'egli serviva piatti esotici accompagnati da drink a base di rum.

I due titani del Tiki entrarono in contrasto però sull'invenzione di un drink, il Mai-Tai. Entrambe, infatti, rivendicavano la loro invenzione e lo servivano con due ricette completamente diverse. Trader Vic preparava una miscela di rum Giamaicano, rum della Martinica, orzata, curacao e succo di lime. Donn Beach invece lo preparava mescolando diversi rum, lime, pompelmo, Angostura, Pernod e Falernum. Oggi entrambe meritano l'onorificenza per la creazione di questi drink serviti ancora tutt'oggi.



21

### DON THE BEACHCOMBER MAI TAI<sup>22</sup>

- 6 parti rum Myer's Plantation
- 4 parti di rum Cubano
- 3 parti di succo fresco di lime
- 4 parti di succo di pompelmo
- 1 parte di Falernum
- 2 parti di Cointreau
- 2 dash di bitter Angostura
- 1 dash di Pernod

*Versare gli ingredienti in uno shaker e agitare vigorosamente. Servire in un tiki glass e guarnire con menta fresca.*

---

<sup>21</sup> TRADER VIC MAI-TAI

<sup>22</sup> "VIAGGIO DI SPIRITO: LA STORIA DEL BERE VOL.2"

## **1.8: SORSI DI MODERNITÀ**

### **1.8.1 Il cambiamento dei cocktails**

Nel '900 la concezione mondiale del drink iniziò a mutare portando alla luce molti cocktails che ancora oggi, purtroppo o per fortuna, ritroviamo nei bar. La gioventù era solita consumare bevande alcoliche e tramite questa nuova tendenza, i bar si trasformarono.

La tequila arrivò per la prima volta negli Stati Uniti dal Messico nella seconda metà dell'800, tuttavia passò molto tempo prima che questo distillato di agave entrò a far parte del mondo della miscelazione. La sua prima apparizione come ingrediente fu in un libro di ricette inglese di cocktails del 1937 chiamato "Cafe Royal Cocktail Book". La tequila ebbe da subito un gran successo, dalla California fino a Londra. Tra i drink più celebri a base di tequila ricordiamo il "Margarita" in cui al tequila vengono aggiunti, lime e liquore all'arancia.

I bevitori degli anni 50 del '900 abbracciarono anche un altro sapore: il caffè. Molti furono i drink nati grazie all'unione di un distillato e l'espresso. Per esempio, ancora oggi ricordiamo il "White Russian" a base di vodka, liquore al caffè e panna o l'"Irish Coffee" a base di whiskey irlandese, caffè, zucchero e panna.

Per far fronte alla crescente domanda di drinks serviti nel minor tempo possibile, il 3 ottobre 1961 a Los Angeles fu depositato il brevetto per la "Soda Gun"; un erogatore di bevande. Si trattava di uno strumento simile ad una pistola grazie al quale l'operatore, pigiando un pulsante, versava una specifica bevanda (la pistola poteva erogare anche 5 o 6 bevande diverse). La Soda Gun prese il posto degli shaker quando i clienti iniziarono ad ordinare Jack e Cola, Rum e Cola, Screwdriver (vodka e succo di arancia), Gin-Tonic e Vodka-Tonic.

Dagli anni 60 agli anni 2000 si consumavano bevande veloci, economiche e dall'alto tenore alcolico, il Bar si è evoluto in funzione di questo cambiamento.

## 1.8.2 La miscelazione oggi

La miscelazione odierna vede la sua trasformazione a causa di un grande divario generazionale. Come negli anni 60, i ragazzi più giovani preferiscono bere per la sensazione che l'alcol grava sulle loro menti e i loro corpi, senza badare effettivamente alla qualità di quello che stanno bevendo. La tendenza dei giovani è quella di consumare drink forti e dolci, semplici, a volte anche classici della tradizione come lo Spritz (a base di bitter, vino e soda), purché venduti a poco prezzo ma con un grande effetto.

Un'altra generazione invece, formata da persone non più adolescenti ma di un'età più adulta, prediligono il piacere della qualità in favore dell'assaporare un drink con ingredienti ricercati, ma ovviamente più costoso.

Un'altra tendenza dell'ultimo decennio è quella di aver trasportato molte attrezzature comunemente utilizzate nei laboratori scientifici, nei Bar. Questi strumenti vengono quotidianamente impiegati dai Mixologist per attuare la maggiore tecnologia possibile sul drink. Si tratta di tecniche di chiarificazione per rendere i drink trasparenti utilizzando i grassi o il latte, infusioni, macerazioni, distillazioni, separazioni, cottura a bassa temperatura, sonificazione, arie e velluti, fermentazioni, sferificazioni, invecchiamenti, disidratazioni, abbattimenti ecc.

Oltre alla tecnologia però un'altra tendenza è quella del ritorno alle origini. C'è una volontà da parte dei bartender moderni di ricerca profonda dei prodotti utilizzati in passato per creare cocktail come si faceva più di 100 anni fa. Ed ecco che in questo contesto moderno dove il drink è super raffinato, si contrappone la consapevolezza che non è possibile trasformare una materia prima in favore dell'innovazione di un drink, se prima non si conoscono i classici.

<< è inutile Giovanni che facciamo un drink in "milk-washing" se prima non sappiamo fare un Martini Cocktail perfetto >>



## CAPITOLO 2: IL CASO ZEST

### 2.1: “COCKTAILS E DREAMS”



23

#### 2.1.1: “Zest Cocktails”

Negli ultimi anni anche l'Italia ha assistito a questa influente innovazione che ha condizionato le modalità di servire drinks miscelati. Se prima infatti si potevano degustare ottimi cocktails soprattutto nelle grandi metropoli come l'iconica Londra o New York, al giorno d'oggi è possibile farlo anche in contesti più modesti, come per esempio Vicenza, piccola cittadina Veneta.

Situato in una piccola stradina laterale del centro di Vicenza, *Zest* serve cocktails ogni giorno ai suoi avventori all'ombra degli storici palazzi e lontani dalla confusione di Piazza dei Signori. La posizione del locale è accuratamente studiata per conferirgli un'apposita ricercatezza ed esclusività, non è così facile infatti notare il locale se non si conosce

---

<sup>23</sup> ZEST COCKTAILS BAR

l'esatta posizione. I social network svolgono una funzione molto importante, permettono infatti di pubblicizzare la proposta del cocktail Bar in chiave accattivante, spesso ironica. L'ironia infatti è la "parola d'ordine" di Zest, l'ospite si deve sentire a casa entrando nel locale, ma soprattutto, deve ridere!

Una volta entrati da una delle due porte d'ingresso di Zest si è catapultati in una dimensione parallela rispetto al mondo esterno, l'ambiente è diverso da ogni locale mai visto prima. I dettagli fanno da padroni e sono ovunque, dai quadri divertenti alle costruzioni di Lego posizionate nei posti più imprevedibili come quello del Titanic o del Concorde, grandi più di un metro, fino ad arrivare alla mascotte: un cartonato della Regina Elisabetta d'Inghilterra a dimensione naturale posizionato in bagno che toglie il fiato a chiunque utilizzi i servizi. Il Blu è il colore predominante, i tavoli e il lungo bancone sono di colore nero, le sedute blu-turchese. Nelle mensole della sala ci sono bottiglie di liquori e distillati molto rari affiancati da altri dettagli come il martello di Thor (famoso martello utilizzato dal personaggio di Thor nelle saghe Marvel). Ma non finisce qui, per accedere alla piccola sale nascosta sul retro del locale fuoriesce dal muro una statua di Ironman, la mano di Hulk e lo scudo di Capitan America (tutti personaggi delle saghe Marvel). In questa saletta un proiettore permette la visione di film iconici che accompagnano la bevuta di un drink in questa atmosfera diversa rispetto al classico concetto di Bar.



Appena entrati la prima cosa di cui si rimane colpiti è l'immensa bottigliera con oltre 500 etichette provenienti da ogni parte del Mondo. Liquori e distillati sono suddivisi per categoria come Gin, Tequila, Mezcal, Rum, Whiskey e molti altri, dai più famosi a quelli più artigianali. Talvolta è necessario anche uscire dal banco per prendere qualche bottiglia all'occorrenza nascosta tra i libri sugli scaffali in sala.

Al di sotto del bancone, nascoste al pubblico troviamo le station: postazioni appositamente studiate per permettere ai bartender di lavorare in maniera funzionale. Si tratta di una sorta di incavi nelle quali si ripongono per lo più i diversi tipi di ghiaccio e le bottiglie contenenti le preparazioni necessarie al servizio. Non possono mai mancare, oltre alla linea completa per creare i drinks della carta, anche una vasta selezione di prodotti che permettono di creare drink classici e non. Da Zest per esempio, sono sempre presenti succo di lime e limone, succo di mela, pompelmo, ananas, crumberry e pomodoro, oltre a tutti gli sciroppi come vaniglia, zenzero. Questi sono solo alcuni dei prodotti base che permettono di soddisfare ogni tipo di richiesta e aiutano il bartender a creare miscele con prodotti freschi e spiriti.

Un altro ambiente fondamentale che si intravede dal bancone è il piccolo laboratorio di cui dispone Zest. Questa piccola stanza è un altro luogo insostituibile per la creazione di un cocktail perché tutti gli ingredienti che detengono una lavorazione sono prima passati di qui. Talvolta è possibile ammirare i mixologist che utilizzano le attrezzature più all'avanguardia per creare bevande mozzafiato, che poi il cliente ritrova nella proposta.

Ovviamente i grandi Cocktails Classici non possono mancare da Zest a partire dal Martini Cocktail, il Margarita o il famoso Bloody Mary. Per incentivare l'acquisto e la scoperta di questi drink non sempre la prima scelta di tutti, il Cocktail Bar ha utilizzato uno stratagemma: "le Drink Cards". Per ogni Martini, Margarita o Bloody Mary che il cliente acquista riceverà una carta nella quale verrà apposto un timbro. Al raccoglimento di dieci timbri, l'undicesimo drink a cui corrisponde la carta è in omaggio e il cliente apparirà sul libro dei ricordi grazie ad una foto scattata al momento. Oltre a questi cocktails che possiedono questa modalità di vendita accattivante, Zest serve anche normalmente tutti i classici, alcuni anche con ricette del passato trovate grazie allo studio e alla passione dei bartender.



25

Il locale, aperto da poco più di anno, ha riscosso fino ad ora un grande successo, a tal punto da progettare altre aperture nei prossimi anni; per esempio il programma prevede “Zest New York”.

Dietro ogni singolo risultato riscosso e ogni singola idea c’è il motore di Zest: *La squadra*.

- Leonardo Caravelli: titolare dell’azienda sempre presente e operativo, leader della squadra e grande professionista. Tutto quello che si vede da Zest è frutto della sua fantasia e delle sue passioni accumulate negli anni.

<< Ma cosa stai dicendo Giovanni?!?! >>

- Andrea Pettinà: socio di Leonardo ma non sempre presente in azienda poiché possiede più di un locale.

<< è davvero sarcastica la vita, ti chiami Pettinà, e sei pelato!>>

- Patrick Sensi: direttore di sala e grande professionista, Zest non avrebbe la sua potenza conviviale se non fosse per lui.

<<com’era il cibo per cani Patrick?>>

---

<sup>25</sup> BLOODY MARY CARD

- Fabio Mada Fresh Rabarivonjy: bartender di Zest in *seconda station* e grande professionista. Conosce ogni singolo dettaglio racchiuso in una bottiglia.

<<Mada oggi spremi tu i lime che non lo fai mai!>>

- Matteo Posenato: il Jolly della squadra, immancabile ogni fine settimana dal venerdì sera dopo aver terminato il suo lavoro primario in ufficio. Senza di lui sarebbe anarchia.

<<Matteo, ma cosa fai? Fai silenzio, sto ascoltando cosa dice quella persona!>>

## **2.2: COMUNICAZIONE MISCELATA**

### **2.2.1: Instagram**

Al giorno d'oggi l'immagine è importante perché rappresenta il proprio biglietto da visita e questo concetto vale anche per le aziende. Da qui emerge la necessità di essere presenti nei social network per pubblicizzare la propria proposta e le novità. Una tra le piattaforme di comunicazione maggiormente utilizzata è Instagram, grazie alla sua popolarità e rapidità permette di trasferire informazioni a migliaia di utenti in poco tempo.

Lo scopo di Instagram è quello di condividere contenuti fotografici e audiovisivi con gli altri utenti registrati. Vi è inoltre anche la possibilità di apporre una didascalia a ciò che stiamo andando a condividere. Una volta caricata una foto o un video nel proprio profilo privato, o aziendale, questo prenderà il nome di "post". Per rendere più accattivante il post, nella didascalia viene spesso utilizzato "l'hashtag" (questo simbolo # seguito da una parola chiave); più se ne inseriscono, maggiore è la possibilità di visibilità perché gli utenti ricercano spesso i contenuti di interesse partendo dall'hashtag.

I video che si possono creare utilizzando questo social network possono essere di breve durata, come per esempio le storie visibili solo entro 24 ore dalla condivisione del contenuto (in questo caso possono essere anche immagini), oppure di lunga durata chiamati reel, (anche più di 10 minuti in alcuni casi). L'utilizzo del portale audiovisivo

ha inoltre portato alla condivisione di contenuti mediante un altro metodo: le dirette. L'utente Instagram potrà avviare un video in diretta nel quale interagire con i propri follower (seguaci) in tempo reale.

Aperto il social network la prima cosa che vediamo, dopo l'elenco delle storie in ordine cronologico di pubblicazione (dalla più recente alla meno recente), è una sorta di elenco dove l'utente potrà scorrere i post, dai più recenti al meno.

Nella parte superiore, posizionato sulla sinistra dello schermo, troviamo un'icona con il simbolo + (più) attraverso cui possiamo aggiungere un post o una nuova storia. Sempre nella parte superiore dello schermo, ma posizionato sulla destra, troviamo un'icona a forma di cuore nella quale una volta cliccatoci sopra appariranno le notifiche, dalla più recente alla meno recente. In angolo destro dello schermo troviamo invece un'altra icona a forma di freccia, si tratta dei "Direct" chiamate anche chat. Da qui si denota anche un'altra potenzialità di Instagram: la messaggistica.

Nella parte inferiore dello schermo troviamo una barra con più icone posizionate una di fianco all'altra. Ritroviamo in ordine da sinistra verso destra la funzione "Home" che ci riporta alla pagina principale nella quale possiamo visionare tutti i post degli altri utenti, la sezione ricerca che permette di cercare post o persone e l'icona dei reel. Abbiamo poi il pulsante shopping per acquistare prodotti o servizi da vari brand e infine l'icona del nostro profilo nel quale entrandoci ritroviamo tutti i post che abbiamo condiviso con i nostri follower.

Un aspetto interessante che accomuna molti social network è l'ambivalenza di utilizzo. Questo implica la possibilità di poter condividere dei contenuti per esempio su Instagram, e condividerli automaticamente anche su Facebook (altro social network per la condivisione di contenuti non solo iconografici ma anche di testo).

Per interagire con gli altri utenti registrati su Instagram si deve interagire con loro iniziando "a seguirli". Una volta quindi sul profilo del soggetto interessato, brand o persona, basterà cliccare sul pulsante segui per rimanere aggiornato sulle sue pubblicazioni di storie o post. Vi è inoltre la possibilità di citare altri utenti in un contenuto pubblicato, in questo caso il loro nome apparirà cliccando sulla foto o video o in

descrizione. Questo contenuto potrà essere ricondiviso o meno dall'altro utente. Il meccanismo di citazione di altri utenti si chiama "Tag".

### **2.2.2: Instagram Business**

Nell'epoca digitale in cui viviamo oggi, è indispensabile per le aziende avvalersi dei social network, il cui scopo è quello di aumentare la visibilità ed incrementare le vendite.

La versatilità di Instagram consiste nella possibilità di caricare contenuti descrivendo sé stessi, i prodotti e i servizi offerti, ma soprattutto, dà modo alle aziende di potersi esprimere come non hanno mai potuto fare prima, spiegando al consumatore perché dovrebbe scegliere loro e non la concorrenza. I social sono un medium in cui ci si può spiegare infatti e questo permette anche di differenziarsi nel mercato rispetto alle altre offerte. Un'altra potenzialità di Instagram è il target: le aziende che utilizzano questa piattaforma riescono a raggiungere una specifica e mirata tipologia di clientela.

Un aspetto interessante riguarda anche il fatto che oramai tutte le aziende possiedono un profilo Instagram Business, il social è predisposto per esercitare una funzione di attività promozionale per la fortificazione del brand.

Le aziende che possiedono il profilo Instagram Business hanno la possibilità di monitorare gli "Insights" ovvero i dati riguardanti gli utenti attivi sul profilo d'impresa. In altri termini si monitorano le visualizzazioni dei post o storie e le quantità dei click, ovvero come gli utenti interagiscono con i contenuti proposti. Esiste anche la possibilità tramite il tasto contatta di comunicare direttamente con l'azienda via mail o chat. Un altro metodo per interagire con l'utente e farsi pubblicità sono le "Instagram Ads" ovvero le sponsorizzazioni a pagamento nelle quali è possibile far circolare un contenuto relativo all'azienda, targhetizzandolo. L'utente che sarà interessato o attratto dalla proposta sponsorizzata, con una certa probabilità, visiterà anche l'intero profilo Instagram.

Da qui si evince la necessità di curare al meglio ciascun contenuto per esempio inserendo una didascalia, degli hashtag, delle foto accattivanti e talvolta, come nel caso di Zest, una sana porzione di divertimento. In questo contesto la comunicazione diventa fondamentale perché esercita una funzione decisiva nella determinazione del guadagno. Oggigiorno ormai l'immagine sui social è divenuta talmente importante che è il primo biglietto da visita per l'impresa.

### 2.2.3: “zestvicenza”

La pagina Instagram del Cocktail Bar caso studio della nostra analisi si trova sotto la nomenclatura “zestvicenza”. La prima cosa che notiamo è l’immagine del profilo: il logo dell’azienda. Appena sotto troviamo la descrizione in modo tale da permettere la comprensione all’utente rispetto a ciò che sta osservando. Dopo il nome completo per esteso, “Zest Cocktail Bar”, troviamo una piccola citazione: “L’arte del bere bene a Vicenza”. Questa esclamazione ci introduce fin da subito nel cuore della questione, ovvero “*il bere bene*”. Vuole essere una sorta di messaggio nel quale il consumatore percepisce che non si tratta del classico Bar, ma di uno nel quale ritrovi un certo standard di qualità. In seguito sempre nella descrizione ritroviamo alcune informazioni come il numero di telefono e l’indirizzo. A concludere c’è un link il quale una volta cliccato, trasporta l’utente in una sezione separata da Instagram nella quale si può scegliere in quale altra tipologia di social network, oltre a quello corrente, si vuole visionare la proposta di Zest. In questo menù appaiono diverse possibilità di scelta tra cui Facebook, il Sito Web e OnlyFans. Il primo social network contiene quasi gli stessi contenuti di Instagram, il sito invece verrà analizzato nelle prossime pagine. Per quanto riguarda OnlyFans, si tratta di una piattaforma solitamente destinata ad un pubblico adulto, che evita le censure, per lo più permette la condivisione di contenuti multimediali espliciti. Qui di conseguenza la domanda sorge spontanea: perché un cocktail bar possiede un account su un portale di condivisione di contenuti espliciti? La risposta che abbiamo ottenuto tramite la ricerca è stata: <<perché no?>> Nella piattaforma infatti non vengono condivisi contenuti di carattere sessuale. <<Perché nessuno mai prima abbia pensato di utilizzare questa piattaforma anche per arrivare ad altre tipologie di utenti, magari anche guadagnando?>> Ed ecco che entrando si possono scorrere alcune tipologie di fotografie dello staff che in vesti lavorative si occupano di alcune faccende, ovviamente con un minimo di contesto. Per esempio ritroviamo alcuni scatti dei ragazzi che preparano dei drinks senza la maglietta, nulla che non si potrebbe pubblicare anche nei social network.





26

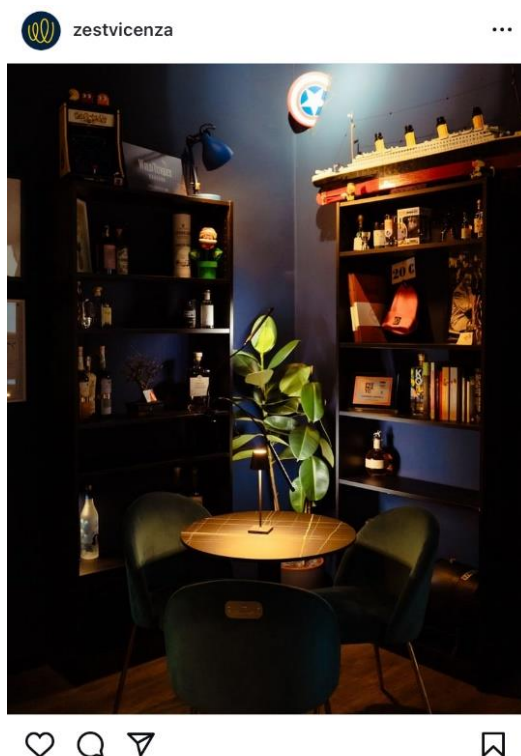
Nel feed Instagram dell'azienda, a seguito della descrizione troviamo i post, dal più recente in alto a sinistra, al meno recente scorrendo verso il basso. Rispetto al contenuto dei post possiamo affermare che è piuttosto eterogeneo, non si tratta infatti solo di post il cui oggetto è un drink. In molte situazioni ritroviamo negli scatti alcuni dettagli dell'ambiente, in altri il bar osservato da diverse prospettive. Ciò che non può mai mancare sono le battute, e rispetto a questo, i social media manager di Zest, seguono sempre i trend in tendenza, e non solo. Nelle prossime pagine vedremo alcune delle pubblicazioni eseguite su Instagram analizzandole e descrivendole.

Nel post sottostante è possibile osservare un ritaglio dell'ambiente, uno degli angoli più belli del locale. È possibile ammirare uno dei piccoli tavoli di Zest, di colore nero con decorazioni simili a venature e sedie in velluto di colore turchese. Sullo sfondo la libreria nella quale sono conservati i libri che trattano di miscelazione, punti di riferimento ed esempio importante per i bartender. Tra i libri è possibile notare anche qualche bottiglia, solitamente distillati poco comuni riposti in esposizione affiancati dalle costruzioni Lego come la riproduzione del Titanic lungo più di un metro, o di Pacman. Nell'ultimo ripiano in basso alla libreria si scorge anche una piccola botte nella quale viene fatto invecchiare per almeno 6 mesi un drink, un classico Hanky Panky che grazie alla botte evolve in un

---

<sup>26</sup> PAGINA INSTAGRAM DI ZEST

cocktail molto più morbido e rotondo all'assaggio. Data la piccola botte questo drink è presente in carta ma servito in base alla disponibilità. Un ultimo dettaglio del post è lo scudo di "Capitan America" (personaggio delle saghe Marvel) incastonato nel muro; in realtà si tratta di una luce.



27

Un formato molto apprezzato nei post pubblicati sono “le barzellette di Zest”. Si vedono protagonisti solitamente alcuni componenti dello staff che fingono di bere un drink al tavolo finché qualcuno racconta una freddura.

<<Tu sai perché in Slovacchia ci sono le mucche più lente del Mondo? Perché sono slow-vacche >>

Tra i molti dettagli disseminati nel locale abbiamo anche molti quadri, alcuni dei quali come si può immaginare sono ironici. Sulla pagina Instagram ne sono pubblicati diversi come per esempio quello di Winston Churchill.

---

<sup>27</sup> ANGOLO LIBRERIA



28

La pagina Instagram però non vuole solo pubblicare contenuti divertenti, ma anche informativi. Ogni accadimento nel corso dell'anno viene segnalato grazie ad apposite locandine, che vengono accuratamente studiate in collaborazione con un grafico esperto. Per esempio il post che annuncia le vacanze estive o quello della festa della donna. In determinate occasioni, soprattutto nelle festività, lo staff crea una drink list "su misura" che si ispira al periodo.

Tra gli altri contenuti pubblicati troviamo i post che promuovono le iniziative dell'impresa. Per esempio nel periodo delle feste di Natale 2023 era stato creato un panettone in collaborazione con una nota pasticceria. Per la pubblicizzazione del prodotto sono state condivise foto, che mostrano il panificato in primo piano, e video dove invece si vede protagonista lo staff che assapora il panettone.

Non dimentichiamo che comunque stiamo analizzando un Cocktail Bar, quindi il contenuto principale oggetto della condivisione sui social network sono i drinks. Abbiamo due categorie di post che riguardano i classici o i signature drinks. I classici vengono pubblicati saltuariamente, le loro foto sono sempre catturate in cima al bancone. Tra i drink oggetto di post abbiamo il Bloody Mary, il Rusty Nail, Americano e Paloma, e molti altri.

---

<sup>28</sup> QUADRO DI WINSTON CHURCHILL

## BLOODY MARY<sup>29</sup>

- 40ml vodka
- 120ml succo di pomodoro san Marzano DOP
- 10ml limone
- House mix: (10 dash Worcester-sauce, 1 bar-spoon di sale, 2 girate di pepe, ½ bar-spoon di cren, brodo, 10ml salsa di soia, Tabasco, salsa Mule, basilico fresco)

*Versare tutti gli ingredienti nella metà più piccola di uno shaker. In quella più grande posizionare sul fondo delle foglie di basilico e “seppellirle” con del ghiaccio. Eseguire quindi la tecnica di throwing ossigenando il composto, servire in un highball glass e guarnire con una foglia di basilico. Lo scopo di posizionare le foglie di basilico sul fondo dello shaker è di aromatizzare il drink nel passaggio del liquido da un contenitore ad un altro.*

Questo drink è uno tra i più conosciuti del mondo, appena lo si assaggia ci si innamora del suo gusto sapido ed originale. Creare il perfetto condimento del pomodoro è un'arte e ogni Bar possiede il suo. A detta di molti, il Bloody Mary di Zest è uno dei migliori che abbiano mai assaggiato, frutto di molte sperimentazioni e ricerche, tra sapidità, acidità, umami ed equilibrio tra i gusti.



30

---

<sup>29</sup> RICETTA DI ZEST

<sup>30</sup> BLOODY MARY POST

Anche i cocktails signature giocano una funzione fondamentale di identità, ogni Cocktails Bar possiede la sua proposta personalizzata sull'esperienza e sull'innovazione dei bartender. La drink list di Zest cambia ogni sei mesi e si basa su temi sempre differenti ed originali. Ad oggi la proposta è costituita da 10 drinks, ognuno ispirato ad un celebre film. Nel menù sono presenti sia gli ingredienti per ogni cocktail, ma anche il nome di un luogo in testa alla pagina. Il paese in questione è importante perché il film è stato girato in quella località e gli ingredienti sono tratti d'ispirazione da quel luogo. Lo stato in questione è fondamentale poiché crea una relazione tra la proiezione e il drink. Per ogni cocktail di questa carta che si ordinerà verrà assegnato un sottobicchiere, collezionandone dieci e restituendoli allo staff si riceverà come premio un biglietto per il cinema, proprio perché la carta si ispira ai film.

Nella pagina Instagram i drink della carta sono pubblicizzati in modo molto diverso rispetto ai classici sopradescritti. Il post innanzitutto comprende più foto, solitamente due a scorrimento. Questo meccanismo di condivisione dei contenuti si chiama carosello e permette la visione di più foto in un singolo post. La prima immagine vede oggetto il nome del film, la seconda contiene la fotografia del cocktail, non più sul bancone ma su un tavolo.



Questo cocktail si chiama “Shutter Island” e il film da cui prende il nome è stato girato negli USA. Si tratta di una rivisitazione di un classico Old-Fashioned a base di Bourbon al burro d’arachidi, sciroppo di bacon e Angostura Bitter. Come il classico prevale il gusto dolce ma con un tenore alcolico deciso, risulta notevolmente interessante soprattutto la sapidità conferita dal bacon.



32

Quest’altro drink della carta invece si chiama “Il Castello Errante di Howl”, titolo del famoso film girato in Giappone. Il cocktail è costituito da una base alcolica di gin all’olio di sesamo (tecnica fat-washing: unire un grasso in una soluzione, in questo caso l’olio nel gin, aspettare che si separi naturalmente e rimuoverlo, questo conferisce il gusto di sesamo e la setosità dell’olio al distillato), sakè infuso al porro, succo di yuzu (agrume giapponese) e sciroppo di melone bianco salato. Anche in questo caso abbiamo un drink tendente al gusto dolce e leggermente sapido ma meno deciso in termini di tenore alcolico.

<<Ricordati Giovanni che chi sa bere, non ordina nulla dalla drink list, ma solo classici>>

Infine nel profilo di Zest su Instagram viene pubblicizzato il merchandising. Sono state prodotte numerose magliette con scritte esilaranti, felpe, berretti per l’inverno e portachiavi acquistabili direttamente in Bar o sul sito web. Grazie alla funzione di

---

<sup>32</sup> IL CASTELLO ERRANTE DI HOWL – GIAPPONE

Instagram descritta inizialmente è possibile collegare più piattaforme. In corrispondenza dei post di presentazione del prodotto, c'è un link che rimanda l'utente alla pagina web nella quale acquistare il merchandising.

#### 2.2.4: Sito Web

Il sito web è raggiungibile tramite ricerca online oppure accedendo attraverso i link presenti sui social network. Una volta entrati nella pagina web compariranno come prima cosa tutti i contatti: ubicazione del locale, numero di telefono e orari di apertura. Inoltre vi è anche la possibilità di collegarsi direttamente ai social network, lo stesso meccanismo descritto in precedenza ma applicato all'inverso.

Sulla sinistra è presente un'icona a forma di tre piccole barre parallele, cliccando su di essa si apre una tendina che contiene l'indice riassuntivo dal quale l'utente potrà accedere ad uno dei contenuti. Tra le possibilità di scelta osserviamo "la nostra proposta", "merchandising" e "gallery". Nella prima voce sono presenti le drink list aggiornate ogni stagione, ogni prodotto presenta la sua descrizione e la sua foto corrispondente. La gallery contiene invece le fotografie della location, dello staff a lavoro, di alcuni drink classici e alcuni scatti di clienti che sorseggiano qualche cocktail. Nell'ultima voce dell'indice troviamo invece i prodotti in vendita come per esempio magliette, portachiavi, felpe e berretti, tutto rigorosamente in pieno stile Zest.



## **2.3: CONFRONTO TRA VIRTUALE E REALTÀ**

### **2.3.1: “Intro”**

Al giorno d’oggi tutti utilizzano molte delle piattaforme multimediali sopradescritte, come Instagram, Facebook, Tik-Tok, oltre ai diversi motori di ricerca che permettono l’accesso a molte informazioni e funzionalità. Da qui nasce la necessità di un utilizzo consapevole di questi strumenti. Talvolta ciò che vediamo dietro ad uno schermo non corrisponde sempre alla realtà, ma potrebbe essere solo un metodo per mostrare al pubblico una finta rappresentazione.


Quando sfogliamo per esempio la pubblicità di un prodotto o di un servizio, chi ci conferisce la sicurezza che ciò che stiamo andando ad acquistare è qualcosa di valido? In che modo il consumatore guardando una pagina Instagram o altre piattaforme può essere portato a compiere determinate scelte di consumo?

Queste sono state alcune delle domande autoimposte durante la ricerca e che ci hanno condotto verso una sola risposta: *le recensioni*. Analizzando le recensioni possiamo identificare cosa veramente pensano le persone che hanno già vissuto un’esperienza o consumato un prodotto o servizio. Questo aspetto è particolarmente importante perché la soddisfazione della clientela, soprattutto nel settore agroalimentare, rappresenta l’obiettivo. Se grazie all’operato compiuto riusciamo a soddisfare i nostri clienti, questi ritorneranno, ne parleranno con altri, consiglieranno l’azienda. L’aspetto umano è fondamentale per la buona riuscita dell’impresa.

### **2.3.2: Recensioni Google**



Uno dei modi migliori per verificare se il nostro caso studio, Zest Cocktail Bar, possieda una proposta pubblicizzata sui social che sia equivalente alla realtà, è analizzare le recensioni Google. Queste permettono di fornire informazioni a chiunque voglia usufruirne, basta solamente digitare sul motore di ricerca il nome del Bar, Ristorante, locale che sia, e tra le prime righe già vediamo cosa pensano gli utenti che hanno già vissuto l’esperienza. Lo scopo di analizzare le recensioni è quello di osservare effettivamente cosa accade in questo Cocktail Bar di Vicenza e se quanto “decantato” sui social, è vero oppure no.



**Zest Cocktails** 

4,9 ★★★★★ (99) ⓘ · 10-20 €  
Bar · **Chiuso**

**Recensioni**  
Le recensioni non sono verificate ⓘ

 Google 

**4,9/5** 99 recensioni

34

La prima cosa che notiamo analizzando le recensioni Google sono due valori riposti in testa, prima ci appare che ne sono state effettuate novantanove in totale riguardanti Zest, poi il punteggio medio in una scala da uno a cinque (dove uno è il minimo e cinque è il massimo), in questo caso è quattro virgola nove. In seguito inizia una sorta di elenco dove troviamo tutte le pubblicazioni delle recensioni, prima il nome dell'utente che l'ha pubblicata, poi il punteggio e infine la descrizione. Anche la tempistica è un aspetto importante, spesso chi legge queste valutazioni osserva anche quanto tempo fa sono state pubblicate per verificare l'attendibilità, più sono recenti, più sono veritiere.

★★★★★ una settimana fa **NUOVA**

10-20 €

Eccezionale cocktail bar in centro a Vicenza, con personale veramente cortese e sempre pronto a soddisfare le proprie richieste. Il tema del locale si rispecchia nel menù, unico nel suo genere, e i prezzi sono giusti per la qualità del servizio e dei cocktail stessi. Graditissimo il tocco della piccola caraffa d'acqua sempre piena e riempita a costo zero, sin da quando si entra nel locale.

**Cibo: 5/5 | Servizio: 5/5 | Ambiente: 5/5**

35

<sup>34</sup> TESTATA RECENSIONI GOOGLE

<sup>35</sup> RECENSIONE GOOGLE

★★★★★ 3 mesi fa

Recentemente ho avuto il piacere di visitare ZEST, il mio frequentatore, e devo dire che è sempre un'esperienza eccezionale! Il servizio è impeccabile e voglio rivolgere un ringraziamento speciale a Leonardo e al resto dello staff del bar. Erano cordiali, attenti e hanno fatto di tutto per assicurarsi che mi divertissi.

Il gin tonic che ordino è uno dei migliori che abbia mai avuto. Era perfettamente bilanciato, con la giusta quantità di gin Prince Edward e un tocco rinfrescante di cetriolo. Anche la presentazione è stata fantastica, servita in un bicchiere ghiacciato con abbondante ghiaccio. È un drink perfetto per una serata rilassante.

Leonardo mi fa sentire un ospite stimato e i suoi consigli sono esatti. L'intera atmosfera di ZEST è calda e invitante, rendendolo il luogo ideale per rilassarsi con gli amici o godersi un drink da soli. Non vedo l'ora di tornarci e provare altro dal loro menu. Altamente raccomandato!

Cibo: 4/5 | Servizio: 5/5 | Ambiente: 5/5

★★★★★ 4 mesi fa

20-30 €

barista molto gentile e comprensibile, non riusciva a decidere un cocktail quindi ne ha preparato uno in base ai gusti che mi piacevano (era incredibile), l'atmosfera era fantastica e l'arredamento è molto bello e interessante

Servizio: 5/5 | Ambiente: 5/5

★★★☆☆ un anno fa

1-10 €

Pagare una coca cola a 5 euro è troppo capisco che sia un locale dove si dovrebbe bere cocktail ma secondo me così non va bene!

Cibo: 5/5 | Servizio: 3/5 | Ambiente: 3/5

★★★★★ 11 mesi fa

Non esiste posto migliore in città se si vuole bere qualcosa di veramente buono. Ambiente e servizio impeccabili. Tappa obbligatoria se si passa per Vicenza.

Cibo: 5/5 | Servizio: 5/5 | Ambiente: 5/5

36

Analizzando tutte le recensioni è emerso che novantotto di esse sono positive esprimendo un punteggio di cinque stelle su cinque. Una sola recensione risalente all'anno precedente risulta invece non positiva con due stelle. La recensione negativa esprime il giudizio valutando i prezzi eccessivi per alcuni prodotti di uso comune. Non essendoci alcuna risposta in alcuna recensione da parte dell'impresa, abbiamo richiesto personalmente la loro posizione rispetto alle valutazioni. L'azienda risulta essere molto soddisfatta e orgogliosa del pensiero della clientela, aggiungendo che solitamente le recensioni negative vadano ripercorse cercando di far ritornare a rivivere l'esperienza a chiunque non si sia trovato bene. Tuttavia in quell'unico e specifico caso hanno preferito non controbattere poiché si trattava di un cliente molto giovane, probabilmente che non aveva ben compreso la tipologia di servizio offerto.

## CONCLUSIONE

La miscelazione di oggi è in continua evoluzione grazie a nuove scoperte che vengono messe in campo per cercare di servire il drink più originale di tutti. Ma ancor di più è possibile osservare la sua metamorfosi studiando il passato. Molti dei classici più antichi vengono serviti nei Bar più moderni e si utilizzano ancora i prodotti che abbiamo visto nascere tra l'ottocento e l'epoca moderna, dall'Angostura Bitter per molti cocktails come "l'Old-fashioned" (Bourbon whiskey, Angostura Bitter e zucchero), al celebre vermouth francese Noilly Prat per il Martini Cocktail.

Nel corso della nostra analisi abbiamo inoltre riconosciuto i grandi maestri che hanno segnato il Mondo del Drink come il contributo di Jerry Thomas, Harry Johnson, Ada Coleman, Donn Beach e Trader Vic, ognuno analizzato in un determinato momento storico e in un preciso luogo. Ma non si può di certo menzionare personaggi di questo calibro senza citare le loro creazioni come l'Hanky Panky e il Blue Blazer. Come questi grandi classici, anche molti altri sono stati oggetto del nostro percorso come il tenace Negroni o il rinfrescante Daiquiri.

Ancor di più la trasformazione di questo variegato ramo della gastronomia, la possiamo notare dagli anni sessanta del novecento dove lo stile era completamente differente rispetto a cento anni prima, più dozzinale, veloce, che puntava alla quantità, esattamente l'opposto odierno. Oggi infatti si preferisce prediligere qualità, attenzione ai dettagli, competenza e convivialità per l'ospite che si siede sui nostri banconi. Questi valori li abbiamo potuti osservare soprattutto nella stravagante proposta di Zest, che nel suo piccolo, si impegna a garantire il benessere per tutti coloro che vogliono vivere un'esperienza diversa. Questo grazie anche alla sua capacità di comunicare, sempre presente su molti Social Network con la sua offerta accattivante, iniziative attraenti per il consumatore, post esplicativi dell'essenza di questo Cocktail Bar che gioca con qualità e divertimento. La comunicazione è un aspetto fondamentale per le aziende, non solo per i Bar ma per chiunque voglia riscuotere successo in qualsiasi settore. I cocktail bar moderni non si limitano a creare esperienze attraverso le loro proposte, ma utilizzano anche in modo strategico le piattaforme mediatiche per costruire e consolidare la loro identità, attirare una clientela specifica, fidelizzare i clienti e raccontare storie. Gioca un ruolo fondamentale il *coinvolgimento emotivo* che avvalorà il concetto di ironia e convivialità

di Zest che ritroviamo sfogliando i post su Instagram e Facebook. Le immagini curate e i video accattivanti non solo promuovono i cocktail, ma trasmettono valori.

La miscelazione, quindi, non è più soltanto un'arte culinaria, ma un linguaggio che si esprime anche attraverso la comunicazione digitale e non. La capacità di sfruttare efficacemente queste piattaforme può determinare la differenza tra un'attività che si distingue e una che resta nell'ombra. In un mercato sempre più competitivo, la comunicazione rappresenta uno strumento essenziale per costruire un marchio forte e riconoscibile.

## **BIBLIOGRAFIA**

Jared Brown, Anistatia Miller, *Viaggio di Spirito Vol. 1*, Readrink, Bisceglie, 2015, pp. 180.

Jared Brown, Anistatia Miller, *Viaggio di Spirito Vol. 2*, Readrink, Bisceglie, 2016, pp. 277

Dario Comini, *Mixology Reloaded*, Gribaudo, Verona, 2021, pp. 384

Maria Pia Favaretto, *La strategia di comunicazione nell'era postdigitale*, Vincenzo Bona s.p.a., Torino, pp. 222.

## **SITOGRAFIA**

Redazione 4writing, *Instagram per lavoro: quante aziende lo usano*, 2023, <https://www.4writing.it/social-media/instagram-per-lavoro>

[consultato il 3/08/2024]

## **RINGRAZIAMENTI**

Al termine del mio lavoro e percorso universitario desidero ringraziare tutti coloro che sono stati importanti per me, e continuano ad esserlo.

In primo luogo grazie al professor Del Fante che mi ha accompagnato nella stesura di questo elaborato, seguendomi e comprendendo il mio progetto.

La mia famiglia, che mi ha permesso di studiare e mi ha sostenuto con amore e pazienza dal primo giorno. In particolar modo mamma Chiara e papà Fabio, che mi hanno insegnato il valore dell'impegno e del sacrificio, che mi insegnate ogni giorno che si può arrivare ovunque e fare qualsiasi cosa con la gentilezza. Un caloroso ringraziamento anche alla famiglia Baldo, che mi accolgono ogni giorno come un figlio e un fratello.

La mia compagna Francesca, la mia più grande "fan", che fa il tifo per me sempre e comunque. Grazie per avermi sempre dato sicurezza e forza quando nemmeno io credevo di averla. Grazie per donarmi ogni giorno il tuo amore.

La mia amica Maria, che senza di lei non avrei mai superato nemmeno il primo esame. Grazie per tutte le ore di studio che abbiamo condiviso, per tutti i consigli, gli aiuti e le prove che abbiamo affrontato insieme. In te ho ritrovato un'importante amica su cui contare davvero.

Un gigantesco GRAZIE a tutto il team di Zest che mi ha ospitato e tutt'ora mi ospita. Da Zest non solo ho trovato un luogo di lavoro, ma una seconda famiglia, una casa, una prospettiva per il mio futuro, dei fratelli. Un ringraziamento speciale voglio dedicarlo a Leonardo che ogni giorno mi trasmette l'amore per questo mestiere, la voglia di crescere insieme e migliorare per inseguire il nostro sogno. E come dimenticare Patrick, un'altra persona importantissima per la grande casa di Zest, con le sue follie che ci accompagnano quotidianamente. Grazie perché con te sto imparando cosa significa essere un professionista, a non essere mai stanco delle persone, a saper distinguere il lavoro dall'affetto. Con voi percorrerò quella strada che ci porterà lontano.

Un ringraziamento speciale anche a Samuele, il mio migliore amico da sempre. Grazie per il tempo, la pazienza e la comprensione che mi hai regalato per insegnarmi la matematica. Grazie per aver condiviso insieme dei momenti indimenticabili della nostra adolescenza.

Per tutti i momenti speciali che abbiamo condiviso insieme vorrei ringraziare Andrea, il mio primo titolare e grande amico. Grazie per avermi fatto comprendere dal primo giorno che i risultati si ottengono con il sudore della fronte e la forza della schiena, grazie per avermi reso il lavoratore che sono. Grazie perché mi sono divertito tanto insieme e spero di farlo ancora. Sono sicuro che insieme faremo le follie più grandi e divertenti della nostra vita.

Ultimo ma per nessun motivo al mondo meno importante degli altri, il mio carissimo amico Edoardo che con il suo estro e la sua pazzia, mi insegna che non si ha mai finito di imparare. Grazie di tutte quelle volte che ci siamo divertiti tanto insieme.