

La degustazione— L'AROMA DEL RUM CHE VIENE DAL SETTECENTO

Fondata nel 1753, la giamaicana Hampden è tra le distillerie più interessanti del mondo e oggi finalmente i suoi prodotti sono distribuiti Luca Gargano (Velier): "Ecco perché è speciale"

Giovanni Angelucci
Londra

In Giamaica c'è una distilleria che produce un rum autentico e puro dal 1753. Da allora ne è passato di succo di canna da zucchero sotto i ponti ma l'inno all'integralità di Hampden è rimasto lo stesso. Siamo nella regione di Trelawny, nella parte nord occidentale della Giamaica che affaccia sul **Mar dei Caraibi**, in un'area che rappresenta storicamente il gran cru del rum giamaicano, caratterizzata da un'incredibile biodiversità composta da decine di specie autoctone di uccelli e da luoghi in cui vivono ancora gli ultimi coccodrilli del Paese.

La produzione è immersa in questo contesto, a pochi chilometri dalla Cockpit Country, ed è stata fondata a metà del Settecento. Hampden è oggi tra le più interessanti distillerie al mondo e il perché ce lo spiega **Luca Gargano**, tra i massimi esperti di rum in circolazione e artefice della nuova vita di questa realtà produttiva: «L'utilizzo della propria acqua sorgiva nelle diverse fasi di produzione, la fermentazione prolungata con l'utilizzo di lieviti selvaggi, le tecniche produttive in uso sin dal XVIII secolo che determinano un alto valore di esteri e quindi un profilo aromatico unico nel suo genere, la distillazione esclusivamente in pot still (a doppia distillazione con qualità e complessità maggiori) e l'invecchiamento tropicale (in loco, ben differente da chi fa invecchiare il rum in Europa) rendono Hampden davvero speciale».

La sua bontà qualitativa però va oltre il bicchiere e viene traslata in apprezzamento storico, di fatto il suo imbottigliamento avvenuto solo oggi, **dopo 265 anni**, segna una data importante e fa riflettere. Il colonialismo è finalmente tramontato. Ebbene i coloni inglesi attingevano dalle produzioni dei giamaicani e commerciavano il loro rum in Europa e nel mondo a proprio marchio, era una commodity. Questa è stata la consuetudine nella storia del rum e Hampden Estate è tra le ultime distillerie coloniali superstiti a recidere l'antica pratica e a segnare un momento storico nel mondo del rum; finalmente oggi ha le sue due etichette e imbottiglia la propria anima, sua di nessun altro. La fine del colonialismo, l'inizio di un amore.

Un amore in realtà nato molto tempo addietro quello di Gargano, tra i primi italiani alla scoperta di posti dimenticati nel cuore dei Caraibi con l'animo del concittadino Cristoforo Colombo, lo stesso che nel 2004 lo portò a scoprire a Trinidad l'immenso stock di rum Caroni degli Anni 80 e 90 che tra gli appassionati fece nascere la «CaroniMania». Un personaggio come pochi, di quelli che

staresti ad ascoltare neanche fosse l'oracolo di Delphi. Ebbene lui, fondatore e stimolatore di **Velier** (distributore e selezionatore di distillati, nonché principale imbottigliatore indipendente di rum premium nel mondo) ha messo fine al colonialismo organizzando la degustazione del secolo dedicata al rum.

Un pomeriggio a Londra (non a caso nella patria dei colonizzatori) per ripercorrere gli ultimi tre secoli attraverso alcuni imbottigliamenti storici che hanno caratterizzato il lungo percorso che dall'epoca coloniale ha portato ai giorni nostri: per dare il benvenuto ad Hampden, Gargano ha scelto alcune prestigiose etichette direttamente dalla **collezione personale** (composta da 4000 diversi rum).

Un viaggio sensoriale, emotivo e leggendario attraverso gli ultimi quattro secoli: fibrillazione per l'assaggio dell'Harewood 1780 da Barbados, il rum più antico del mondo (**16 bottiglie esistenti**). E ancora il Saint James 1885 di Martinique (tra i più antichi rum venduti), Bally 1924 da Martinique, il primo millesimato del mondo rum agricole (impensabile per quei tempi), lo Skeldon 1978 (Guyana) che rappresenta un mitico imbottigliamento firmato Velier, e infine l'Hampden Estate (Jamaica).

La **distribuzione mondiale** di entrambe le referenze è affidata a La Maison&Velier (joint venture internazionale tra il distributore italiano Velier - che si occupa dell'Italia - con la francese Maison du Whisky Velier) dopo un affinamento di più di 7 anni in Giamaica, il che equivale ad un invecchiamento di circa 25 anni in Europa (la perdita di distillato è maggiore in condizioni tropicali).

Un rum particolarmente **aromatico** con esteri molto spiccati, dal colore naturale senza alcuna addizione di zuccheri. È il primo rum con le caratteristiche di un single malt whisky, un prodotto vero, pulito, con una territorialità e integralità notevoli, arcaico e artigianale dove l'aspetto empirico è alla base del suo profilo, basti pensare all'utilizzo che si fa in fermentazione di una madre di aceto di succo di canna grazie alla quale vengono esaltati gli esteri e quindi i profumi. Hampden Estate 46% ABV e Hampden Estate Overproof 60% ABV, il primo facilmente apprezzabile anche da chi è meno frequentatore di questo mondo, morbido, suadente, bilanciato, gustoso; il secondo è più importante in ogni suo tratto, dal grado alcolico alla struttura, dal profilo austero che gli appassionati possono decifrare innamorandosene.

Se oggi degustare **il rum più antico del mondo** è evidentemente un'esperienza riservata a pochissimi, decidere di dedicarsi ai rum moderni come i primi esemplari imbottigliati Hampden, è scelta saggia, oltre che storica. —



1. Sukhinder Singh, direttore del Whisky Exchange and Speciality Drinks, apre la bottiglia del rum Saint-James 1885; 2. Gli alambicchi di Hampden Estate nella regione di Trelawny, in Giamaica; 3. Luca Gargano, presidente Velier e La Maison&Velier (distributore e selezionatore di distillati, nonché principale imbottigliatore indipendente di rum premium nel mondo), che distribuisce il rum Hampden; 4. Da destra: la bottiglia più antica, Harewood 1780 - Barbados, Saint-James 1885 - Martinica, Bally 1924 - Martinica, Skeldon 1978 - Guyana, due Hampden Estate - Giamaica



Dall'8 al 10 ottobre i professionisti della miscelazione provenienti da oltre 70 Paesi si sono incontrati al Bar Convent di Berlino (foto 1) per una tre giorni a base di superalcolici, workshop e acqua minerale (in ogni angolo della fiera c'è un frigo da cui attingere per mitigare l'effetto dell'alcol). Erano presenti 1200 marchi e decine di fuoriclasse della mixology, dal bartender del «secret bar» berlinese Fairytale ai ragazzi dello street bar romano «Freni e Frizioni» (foto 2). Fra gli stand più curiosi vale una segnalazione quello della «Ming River», la start up che vuole diffondere in Occidente il Baijiu dello Sichuan (foto 3)



L'evento— I COCKTAIL DEL MOMENTO TRA MEZCAL E BATHTUB GIN

Italia superstar alla più importante fiera dedicata alla mixology, il Bar Convent di Berlino. E Jack Daniel's sceglie 3 barman romani

Francesco Moscatelli
Berlino

«...taliani do it bitter». Al terzo drink, quando la lancetta dell'orologio è ancora un po' troppo lontana dal mezzogiorno, la battutaccia scappa a un rubicondo sessantenne inglese in giacca, cravatta e bombetta. Tutta colpa della boccettina di digestivo home made XXXL dedicata a John Holmes che i baristi di «Freni e Frizioni» si sono portati nel trolley direttamente da Trastevere insieme ai loro ferri del mestiere: shaker, pinze e jigger.

Lo spritz

Il Bar Convent Berlin 2018, undicesima edizione della più importante fiera europea dedicata ai superalcolici e alla mixology, è la

consacrazione dell'**italianità**. Lo dicono i numeri: 67 aziende tricolori su 433 totali - meglio fanno solo i padroni di casa tedeschi - e la password del wi-fi: «Italy 2018». Ma lo dicono soprattutto gli addetti ai lavori, sicuri che la sbornia di Made in Italy decollata con gli spritz durerà ancora a lungo.

«A livello globale c'è una grande attenzione per la qualità e per il recupero del passato - spiega Leonardo Leuci, socio dello speakeasy romano Jerry Thomas e fondatore del «Vermouth del professore», fratello maggiore di tutti i vini liquorosi aromatizzati nati dal 2010 a oggi - . Prima il bere di un certo tipo era una faccenda elitaria, adesso questa cultura si sta diffondendo: la gente vuole sapere cosa c'è dentro il bicchiere, è curiosa, vuole sperimentare. In questa ricerca è inevitabile che l'Italia e i suoi prodotti la facciano da padroni: penso al grande ritorno degli amari, negli Stati Uniti il **fernet** è lo shot dei bartender, oppure al

Negrini, che è il drink più diffuso al mondo. Le nostre bottiglie rappresentano lo stile italiano: dal **vermouth** al Barolo al bathtub gin, che prevede un'infusione a freddo di erbe e bacche di ginepro umbre e toscane. È ispirato al periodo del proibizionismo».

I piccoli produttori

All'interno dell'ex stazione ferroviaria dove all'epoca del Kaiser Guglielmo II arrivavano nella capitale i convogli partiti da Dresda, il «dress code» dietro al bancone prevede baffi o barba curatissimi, grembiulone di cuoio e, per i più integralisti, anche coppola o Borsalino alla Al Capone.

Anche l'estetica è **Anni Venti**: bottiglie smerigliate, etichette vintage, cubetti di ghiaccio dalle dimensioni di un iceberg e acque toniche aromatizzate. Nel padiglione che riunisce una ventina di micro produttori italiani si discute di cocktail fatti con la grappa - «ai giovani piace, l'immagine dell'alpino nostalgico che la beve liscia ormai è solo una parte della storia» - e del boom dei gin regionali. «Io faccio tre gin agricoli piemontesi: il Blagheur con le erbe da vermouth, il Gadan ai fiori e l'Evra, che profuma di lamponi - racconta Franco Cavallero di Scurzolengo, nell'Astigiano - . Per distillare parto da botaniche locali e all'estero vanno pazzi per questa cosa. L'export sta crescendo giorno dopo giorno, specialmente nei mercati asiatici».

«Il valore dei nostri prodotti artigianali è ormai riconosciuto in tutto il mondo - aggiunge Camilla Negri, responsabile marketing della società di forniture per bar RgMania - . In più è chiaro che la miscelazione sta rivolgendo l'attenzione su prodotti sì ricercati ma anche facilmente comprensibili».

I protagonisti

L'accento sulla tradizione, sulle materie prime e sui prodotti di nicchia ha contagiato anche i big del settore. Non è un caso che il Consejo Regulador del Tequila messicano abbia puntato su due italiani, Roberto Artusio e Cristian Bugiada, come ambasciatori mondiali del mezcal, il distillato a base di agave che è il vero trend del momento. «Il mezcal si può fare in nove regioni e si possono usare 34 diverse varietà della pianta - chiarisce Artusio, che sul mezcal potrebbe scrivere un'enciclopedia - . Nel disciplinare della tequila è prevista solo la qualità «azul» e l'area di produzione è limitata a 5 regioni. Il primo ha una nota affumicata, dovuta alla cottura nei forni sotterranei». O che un marchio americano che più americano non si può come Jack Daniel's abbia scelto tre bartender romani come testimonial per lanciare i suoi nuovi prodotti «rye» (**whiskey con una maggiore percentuale di segale**) e lo slogan «straight from the distillery».

«Come nel mondo della ristorazione anche in quello dei bar stiamo finalmente uscendo dal periodo buio degli anni Ottanta - raccontano Manuel Di Cecco, Emanuele Ansuini e Damiano Balzerani, impegnati a shakerare un George Best (4 cl di Rye, 0,75 cl di Crème de Noyaux e 1,5 cl di sciroppo alla vaniglia fatto in casa) - . Per dirla con Hollywood siamo passati da **Cocktail con Tom Cruise** al remake del **Grande Gatsby con Leonardo DiCaprio**. Non serve avere una laurea in cinematografia per capire che le cose stanno migliorando». —