

ПОДРУЧНАЯ КНИГА БАРМЕНА



Питер Михан

Привет. Я — Михан, но не тот, чей мануал вы держите в руках: я младший брат Джима.

То, что вы сейчас держите, — это как если бы вы взяли голову Джима (а она большая и забита более чем десятилетним, тяжёлым, мирового класса, крайне педантичным знанием о коктейлях) и выжали её, как лайм для *Hemingway Daiquiri*. Это огромное количество времени и чересчур много фактов, сжатых в краткий и хорошо организованный труд.

Я с подозрением наблюдал за тем, как Джим поднимался в международном коктейльном сообществе. Мы оба оказались в мире еды и напитков примерно так же, как, говорят, учителя оказываются в преподавании физкультуры: а что ещё мы, собственно, могли делать? Я писал о том, что ел, вставлял немного ругани, делал вид, что в чём-то разбираюсь. А Джим вскочил на подножку поезда коктейльного возрождения как бродяга — с авторским узелком в руке — ровно в тот момент, когда он начал набирать ход.

Он всегда был более щеголеватым, чем я, поэтому видеть, как он обзаводится подвязками для рукавов, нарядными жилетами и другими манерными атрибутами барменов той эпохи, казалось мне естественным и малозначимым. Я не особо воспринимал всерьёз его растущую репутацию, даже когда начали появляться тому доказательства. Помню, как удивился, когда *Bon Appétit* похвалил одну из вариаций Манхэттена, которую он придумал, или когда люди, не знавшие, что мы братья, говорили, как здорово выпивать в *Gramercy Tavern*, пока он заведовал баром.

Даже после того, как он открыл *PDT*, я не особо признавал его мастерство — до той ночи, когда он зашёл ко мне домой и начал делать коктейли с теми же бутылками, шейкерами и ложками, что были у меня... но получались они у него **намного** лучше. Я никогда особенно не верил в пресуществление на церковных службах в детстве, но разница была именно такая: если мои напитки — это вино, то его — это кровь Христа. Пришлось признать: у парня талант.

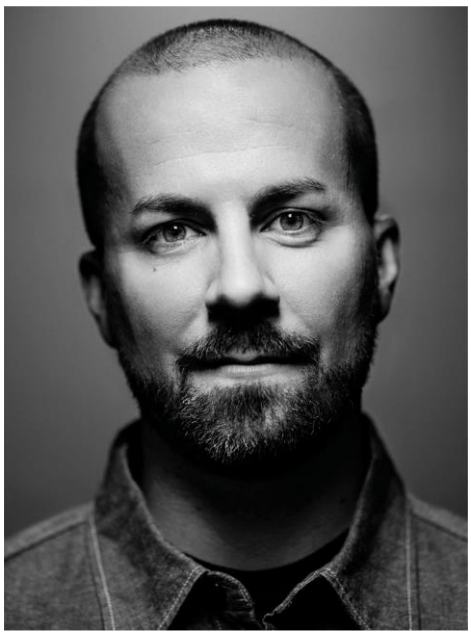
К счастью, мне доводилось писать о талантливых шеф-поварах (а иногда и вместе с ними книги). И вот что я понял: по-настоящему хороший повар, войдя на кухню, первым делом поднимает упавший от соломинки бумажный кончик или замечает какую-то деталь, которую никто другой не видит. В этом и есть суть великой кухни и напитков: внимание к деталям и стремление всё делать правильно. Это неотделимые элементы гостеприимства и вкусного результата.

То, что Джим изложил на этих страницах, — его попытка поделиться **всем**, что он знает. Он хочет вскрыть нам черепа и заполнить их под завязку. Диаграммы баров со всего мира, которые ему нравятся, — это способ сказать: *вот как я вижу пространство*. Он, наверное, замечает мягкость света и правильность музыки, но на самом деле он **видит**, как всё устроено — так же, как кто-то может поднять капот машины и понять, как работает двигатель. И он хочет, чтобы мы научились видеть это тоже.

Может быть, на некоторых страницах вы почувствуете, что вас словно заливают водой из шланга — чересчур длинные пассажи истории и теории. Я понимаю. Но вот что скажу как нерешительный и не слишком быстрый хозяин: знание баек о напитках, спиртах и великих барменах помогает скрыть мою медлительность и заставляет гостей думать, что мои коктейли вкуснее. Попробуйте — у вас тоже получится.

А ещё, как человек, который редко хвалит что-либо, настоятельно рекомендую вам **оценить, насколько чертовски хороши фотографии коктейлей** в этой книге. Может, сделайте вот что: приготовьте коктейль из этой книги — скажем, *East India Negroni* — и сфотографируйте его на телефон. Затем откройте нужную страницу и сравните. Вот это — результат **многолетней** работы: каждое движение, каждая идея коктейля воплощена на практике. Все уроки этой книги — в одном освежающем, горьковатом, бодрящем глотке, который можно осушить меньше чем за минуту. Вот в чём магия великого бармена — искусно скрыть труд и выдать лишь удовольствие. И эта книга научит вас, как делать именно так.

THE South American GENTLE MAN'S COMPAN-ION
CHARLES H. BAKER JR.
UP AND DOWN THE ANDES WITH JIGGER BEAKER & GLASS
COCKTAIL KINGDOM
The FINE ART of MIXING DRINKS
EMBURY
COCKTAIL KINGDOM
THE FLOWING BOWL
WHAT AND WHEN TO DRINK
THE "ONLY WILLIAM"
MUD PUDDLE BOOKS
THE ARTISTRY OF MIXING DRINKS
FRANK MEIER
FRYAM PRESS PARIS
MODERN AMERICAN DRINKS
KAPPELER
MUD PUDDLE BOOKS
HOW TO MIX DRINKS
The Mixiologist
C.F. Lawlor
THE WORLD'S DRINKS AND HOW TO MIX THEM
Wm. Boothby
BULLOCK
THE IDEAL BARTENDER
DRINKS
MUD PUDDLE BOOKS
COCKTAIL KINGDOM
Harry Johnson's Bartenders' Manual and Guide for Hotels and Restaurants Price, $1.00
HOFFMAN HOUSE
BARTENDER'S GUIDE
CHARLEY MAHONEY
COCKTAIL KINGDOM
BARTLES AND COCKTAILS
HARRY K. WYNN
RECIPES OF AMERICAN ICED DRINKS
CHARLIE PAUL



Впервые я наткнулся на *The Bar-Tender's Guide* Джерри Томаса в баре *Pegu Club* — легендарном заведении в Нью-Йорке под руководством Одри Сондерс, который я помогал открывать в качестве бармена в 2005 году. Сегодня *The Bar-Tender's Guide* считается классическим и фундаментальным текстом, но тогда о нём слышали немногие, а уж вживую держал книгу в руках — и вовсе почти никто. Оглядываясь назад, нахождение этой книги, написанной почти сто пятьдесят лет назад, в 1862 году, казалось настоящим открытием — словно я отрыл неведомую главу из Ветхого Завета. Для меня это придало новое значение работе, которая происходила вокруг, под руководством Одри.

Книга Томаса не была единственной на полках за баром *Pegu Club*. Там стояла *The Fine Art of Mixing Drinks* Дэвида Эмбери — первая теоретическая работа по миксологии, впервые опубликованная в 1948 году; переплетённое в кожу издание *The Gentleman's Companion* Чарльза Х. Бейкера (1939), в котором рассказывается о еде и коктейлях, обнаруженных Бейкером и его гурманской компанией в путешествиях; и *The Savoy Cocktail Book* (1930), украшенная позолоченными ар-деко-иллюстрациями — одна из самых красивых коктейльных книг, когда-либо напечатанных. Листая коллекцию книг Одри, я всё больше ощущал, что выбранная мной профессия — это призвание. Иначе зачем бы издатели сто лет назад тратили ресурсы на выпуск столь красивых книг?

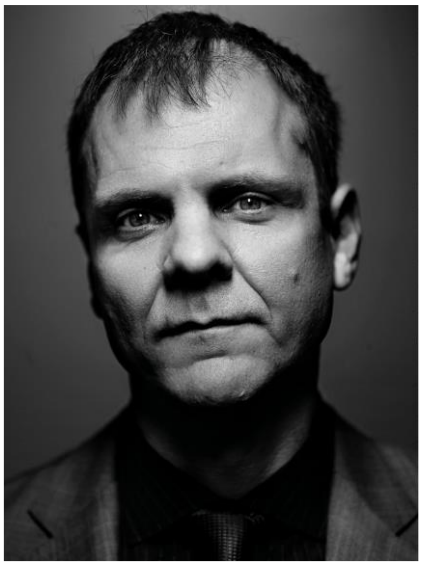
Я видел фотографии этих книг и нередко натыкался на их названия в библиографиях современных коктейльных изданий, но никогда раньше не держал их в руках — тем более не листал за баром, в котором были собраны почти все ингредиенты для воссоздания этих рецептов. В отличие от большинства коллекционеров редких изданий, Одри хранила книги прямо за стойкой, среди команды барменов-энтузиастов, чьи руки почти всегда были мокрыми. Её готовность рисковать их сохранностью ради того, чтобы у нас был доступ к этим источникам вдохновения, до сих пор трогает меня.

Я начал собирать собственную коллекцию книг после прохождения курса *Beverage Alcohol Resource (BAR)* — интенсивной пятидневной программы по спиртным напиткам и миксологии — в 2006 году. Одним из преподавателей был нью-йоркский историк коктейлей Дэвид Уондрич (см. на соответствующей странице). После курса я попросил Дейва составить список самых важных коктейльных книг, и он дал мне одностраничный перечень редких изданий, которые стоит поискать. Я обратился к eBay, Bookfinder.com, Abebooks.com и букинисту по кулинарной литературе по имени Бонни Слотник.

Иногда я чувствовал себя неловко, тратя половину недельной зарплаты на старые барные книги. Но это было в начале возрождения "крафтового коктейля", когда коллекционеры редкостей становились консультантами новых баров и ресторанов. Для меня эти книги были вполне законным вложением в будущее. Сохраняя их для потомков, я чувствовал себя как Ной, собирающий животных для ковчега.

К счастью, сегодняшним барменам не нужно тратить все сбережения на редкие издания. В 2008 году издатель Грег Бём (см. соответствующую страницу) начал выпускать факсимиле многих из вышеупомянутых книг (а также множества других), и теперь винтажные коктейльные издания доступны как никогда — благодаря онлайн-базам данных вроде *Exposition Universelle des Vins et Spiritueux* (www.euvs.org).

АНГУС УИНЧЕСТЕР
Операционный управляющий бара
О ЗНАНИЯХ



«Знания — вещь опасная. Не будем забывать, что это не теоретическая работа. Барменом по книгам не становятся. Из книг можно узнать о спиртных напитках. Теоретически можно представить, как будет на вкус текила из высокогорного региона. Но нельзя научиться понимать людей. Этого не освоишь в ускоренном режиме. Бармены, которые работают на одном месте шесть–восемь месяцев и говорят, что ничего не узнают нового, упускают суть. Возможно, вы не изучаете бутылки на задней стойке, но вы учитесь, как применять профессию на практике и как заставлять людей чувствовать себя хорошо.»

Сегодня проблема заключается не в том, чтобы найти информацию — а в том, чтобы найти **достоверную** информацию. Большая часть современных интернет-исследований по коктейлям напоминает игру в испорченный телефон: она начинается с того места, где остановились другие авторы и журналисты, и уже не опирается на старинные барные книги и оцифрованные газетные статьи в качестве первоисточников. Поисковые системы в интернете не проверяют надёжность данных, поэтому вы должны сами оценивать свои источники, иначе рискуете лишь поддерживать очередной миф — а это, впрочем, не ново: происхождение знаковых рецептов, таких как Margarita, Manhattan и Martini, до сих пор остаётся неясным из-за противоречивых легенд и преданий.

Когда вам всё же удаётся найти (на основе авторитетных источников) оригинальный рецепт — скажем, *Corpse Reviver #2* Гарри Крэддока из издания *The Savoy Cocktail Book* 1930 года — вам, возможно, придётся исследовать исчезнувшие ингредиенты вроде Kina Lillet и устаревшие единицы измерения, например «бокал вина» (wine glass). Затем вам нужно будет осмыслить всё это и решить, как адаптировать рецепт, чтобы он был вкусен по сегодняшним стандартам.

Но простое воспроизведение рецепта слово в слово из исторического текста **не расскажет всей истории напитка**. Допустим, вы изучаете *Champagne Cocktail* из *The Bar-Tender's Guide* Джерри Томаса. Для начала спросите себя: «А каким на вкус было шампанское после долгого, жаркого пути в Сан-Франциско во времена золотой лихорадки?» Первичный источник, возможно, не даст вам точного ответа, но он должен подтолкнуть к новым вопросам и заставить задуматься об истории виноделия, методах транспортировки, дегустационных заметках профессионалов того времени и многом другом. Все эти детали теряются, если вы просто случайно наткнулись на рецепт в интернете, вне контекста. Чтобы получить целостную картину, нам нужно **гораздо больше**, чем поисковая система — нужно отслеживать важные события, изобретения и их авторов.

Учитывая деликатный и зачастую приватный характер взаимодействия между гостем и барменом, история того, что происходит в барах, в основном передаётся устно — сквозь пелену хмельных вечеров. Мы, скорее всего, **никогда** не узнаем, кто первым смешал английский джин с французским вермутом, подавал ли он его с цедрой или с оливками, и кто первым назвал это Martini. В зависимости от собеседника, даже недавние нововведения окутаны тайной.

Именно поэтому я считаю, что **бармены и современные коктейльные историки должны быть более открыты** в отношении своих формул и методов, чтобы сохранить их для будущих поколений. Современные техники, такие как *сухой шейк* для коктейлей с яйцом (см. соответствующую страницу), или рецепты домашних спиртов, приготовленных с помощью роторного испарителя, следует **документировать и делиться ими**, а не хранить в секрете ради конкурентного преимущества.

То, что вы сейчас читаете, — это мой **барный мануал**, вдохновлённый классическими руководствами по барной работе, такими как *Hoffman House Bartender's Guide* Чарльза Махоуни и *Bartenders' Manual* Гарри Джонсона — книги, подобные которым не издавались более века.

Коллекционирование редких старинных коктейльных книг помогло мне осознать, что ценность нашей работы за баром — как и самих этих книг — может исчезнуть, если мы её не сохраним.

О книге

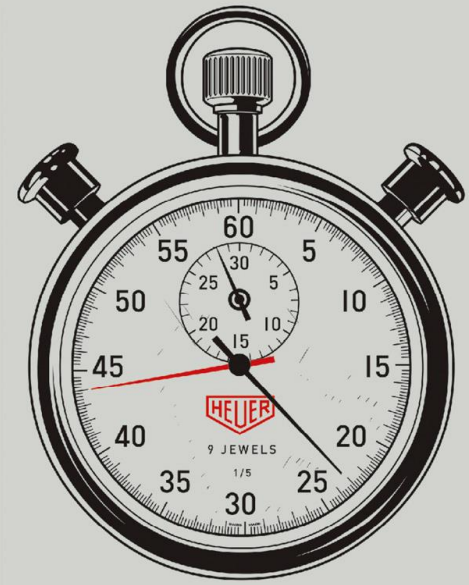
В духе *The Savoy Cocktail Book* Гарри Крэддока, моя первая книга — *The PDT Cocktail Book* — была своего рода моментальным снимком, отражающим, как я надеюсь, важную веху в истории коктейлей. Это, прежде всего, сборник рецептов, фиксирующий популярные ингредиенты и пропорции, использовавшиеся для приготовления классических и современных коктейлей на момент её публикации.

В этой книге я решил не ограничиваться определённым временем и местом, а расширил охват, обратившись к более многослойной теме — **барменскому искусству как таковому**. Начну с главы об истории американского коктейля — от пуншей XVII–XVIII веков до неоклассических коктейлей, которые мы пьём сегодня. Далее следуют главы о дизайне бара, инструментах и техниках, сервисе и гостеприимстве.

Книга **включает коктейльные рецепты** — всего сто, среди которых есть как классика, так и мои авторские композиции, — а также краткие справки по спиртным напиткам, которые помогут укомплектовать бар. Каждый рецепт сопровождается информацией о происхождении напитка, логике, объясняющей, почему он работает, и “лайфхаками” для любознательного бармена.

На протяжении всей книги вы найдёте размышления более чем пятидесяти друзей, коллег и наставников, повлиявших на моё восприятие профессии бармена. Я включил цитаты своих бывших наставников Одри Сондерс и Джимми Брэдли, коллег вроде Джеффа Белла и Дона Ли, легенд индустрии — таких как Дейл ДеГрофф и Дэвид Уондрич, давних друзей, например, Брайана Бартелса и моего брата Питера, а также производителей спиртного, включая Ханса Райзетбауэра и Беппе Муссо. Надеюсь, они вдохновят вас так же, как вдохновили меня.

Я не научился быть барменом по книгам. Барменское мастерство осваивается через **тысячи часов наблюдения, слушания и учёбы у коллег и гостей**. Тем не менее, я надеюсь, что эта книга станет поводом для диалога о том, как и зачем мы работаем за барной стойкой. Некоторые из самых уважаемых мною коллег и друзей (в том числе те, чьи портреты есть в книге) могут не согласиться с изложенной здесь философией и практиками — и я искренне буду рад услышать их мнение. В индустрии бара есть множество путей к успеху. Это — мой.


60
55
5
50
10
45
15
40
20
35
25
30
30
25
5
20
10
15
HEUER
9 JEWELS
1/5

Глава 1

История

Став барменом, вы сталкиваетесь с историей коктейлей уже в **первый час первого дня** на своей первой работе. Всё начинается с простых вопросов: «Кто владелец заведения? Какой он человек? Где ты раньше работал? Когда мы открылись? Почему мы делаем это именно так?» А дальше становится всё сложнее.

Когда вы уже знаете «сюжет» вашего бара, можно начинать задаваться вопросами о **истории улицы, района, города, штата, страны**. Если вас это захватывает, можно углубиться на тысячи лет назад — к самым первым временам, когда люди собирались, чтобы выпить алкоголь. Или сосредоточиться на одной определённой линии, которая вас увлекает. Бармену важно быть связанным с историей своей индустрии, чтобы понимать не только, *где* мы находимся, но и *почему*.

Но, прежде всего, история делает процесс приготовления и употребления коктейлей **куда более интересным**. И если вы сами не находите интереса в смешивании напитков, то почему ваши гости должны находить интерес в их распитии? Классический ромовый пунш или Moscow Mule приобретают совершенно иное значение, если задуматься об эпохе, когда они стали популярны: во времена Великих географических открытий и в разгар Холодной войны с Россией, соответственно. Если вы игнорируете роль рома в мировой колонизации или символику коктейля на основе русского спирта (водки), подаваемого в кружке с изображением вздыбленного мула, вы упускаете **одну из самых интересных частей напитка**.

Вторая, возможно, более очевидная причина изучать историю коктейлей — **извлечение уроков из опыта предшественников**: как из их ошибок (вспомните коктейли 1970-х вроде Harvey Wallbanger, сыгравшие свою роль в падении коктейльной культуры), так и из их успехов. Когда *Hayman's Old Tom Gin* вернулся на рынок США в 2007 году, осведомлённые о его истории бармены сразу поняли: это **другой** джин, и их рецепты Tom Collins и Martinez нужно адаптировать под историческую версию. Когда Дэвид Уондрич выяснил, что *El Presidente* изначально готовили со **сладким белым вермутом**, а не сухим, он раскрыл потенциал напитка: его версия оказалась гораздо вкуснее тех, что мы готовили до этого.

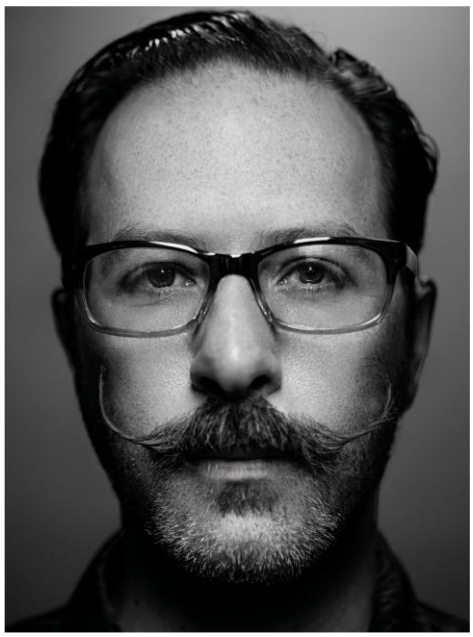
Иногда **неправильное обращение с историей** — попытка её *воссоздать*, а не *понять и переосмыслить* — приводит к тому, что бармены отращивают усы с завитушками и одеваются как персонажи *Boardwalk Empire*. Важно понимать: **история — это архив**, а не место, в которое стоит стремиться вернуться. Единственный способ быть на шаг впереди — **знать, что было в прошлом, и почему это сработало или не сработало тогда**.

Некоторые рецепты нуждаются в обновлении, чтобы их можно было «перенести» из своей эпохи. Например, бармен Джеффри Моргенталер усиливает *Amaretto Sour*, добавляя 0,25 унции бурбона; делает *Grasshopper* более сбалансированным, добавляя 0,25 унции *Fernet-Branca Menta*; и улучшает *Long Island Iced Tea*, убирая оттуда текилу и заменяя сладкую магазинную смесь свежим лимонным соком. Джефф **вернул к жизни** рецепты, которых

давно не касались современные бармены, и сделал это с помощью популярных сегодняшних ингредиентов. Благодаря глубокому знанию прошлого и настоящего он увидел в этих напитках то, что стоит сохранить. Он знал, что, поработав над ними, можно их адаптировать и оживить.

В следующей главе я прослежу **историю смешанных напитков в Америке**: начну с европейских пуншей, перейду через Атлантику к колониальной Америке, затем в Кубу, Париж и другие центры американской коктейльной мысли времён Сухого закона. Я расскажу о значимых напитках, спиртах и тенденциях разных десятилетий — от джулепов до водки и культуры тики — и завершу современной эпохой.

Хотя большинство историков приписывают популяризацию коктейлей именно Америке, **многие из самых влиятельных барменов были иммигрантами**, которые смешивали напитки из ингредиентов, собранных со всего мира. Эта глава — о людях: барменах и бонвиванах, которые сохраняли искусство в периоды расцвета и во времена войн, политических конфликтов и идеологических сдвигов. История — это переполненный бар. Так что держите взгляд на бармене.



ГРЕГ БЁМ
Издатель
О современной истории

«Если говорить об истории того, *что именно* находится в бокале, нужно задать вопрос: *как долго базовые спирты были похожи на те, с которыми мы готовим напитки сейчас?* На мой взгляд, **только с 1940-х годов** спирты стали такими же — и по качеству, и по доступности. Именно поэтому *Bottoms Up* (1951) — одна из моих любимых книг. А *The Fine Art of Mixing Drinks* Дэвида Эмбери, написанная в 1944/45 годах, как раз к концу войны, — отличный инструмент, чтобы понять, что мы сейчас наливаем в бокал.»

ПУНШ: ПРОТО-КОКТЕЙЛЬ

Люди занимаются брожением, дистилляцией и употреблением алкогольных напитков в лечебных и развлекательных целях уже более тысячи лет, но предки современных смешанных напитков появились относительно недавно. Поэтому я начну с момента, когда **пунш впервые появился на американских берегах**. Слово *cocktail* тогда ещё не вошло в английский язык (впервые оно появится в печати позже — в XIX веке).



В своей книге *Punch: The Delight (and Dangers) of the Flowing Bowl* Дэвид Уондрич указывает, что **первое упоминание пунша** встречается в письме двух торговцев Ост-Индской компании в 1632 году. Первое определение напитка появилось через шесть лет в дневнике немецкого авантюриста Йохана Альберта де Мандельсло, который описывал, как в торговом поселении в Сурате (на северо-западном побережье Индии) рабочие пили «некий напиток, состоящий из аквавиты, розовой воды, сока цитрусов и сахара».

Свидетельства той эпохи подтверждают, что **формула раннего пунша** включала *aqua vitae* (устаревший термин для обозначения крепких спиртов, в данном случае, вероятно, пальмовый арак), разведённый цитрусовыми соками, сахаром и специями — мускатным орехом, мускатным цветом, розовой водой или другими доступными приправами. Уондрич называет эту формулу «краеугольным камнем всей современной миксологии».

Пунш распространился по всему миру благодаря **Британскому королевскому флоту**, что примечательно, учитывая, что в то время британцы отдавали предпочтение пиву и вину, а не крепкому алкоголю. Преимущество пунша было в том, что в отличие от пива и вина, такие спирты, как ром, **не портились во время долгих морских путешествий**. Когда корабли возвращались из Индии, Азии и колоний Америки, где выращивали сахарный тростник и дистиллировали ром, они привозили с собой и пунш.

Популярность пунша объясняется разными факторами — от **практических** (облегчённую версию пунша давали морякам для борьбы с цингой) до **патриотических** (каждый ингредиент происходил из какой-либо английской колонии, и пунш становился символом империи). В Америке пунш приобрёл политический окрас, когда Англия приняла **Закон о**

мелассе (Molasses Act) в 1733 году, чтобы регулировать и облагать налогом поток мелассы, используемой производителями рома в Новой Англии. В *The Craft of the Cocktail* Дейл ДеГрофф предполагает, что именно ром, а не чай, стал **настоящим катализатором разрыва с Англией** полвека спустя.

Во времена расцвета пунша выбор базового спирта и доступность компонентов — чая, специй, экзотических цитрусов — зависели от множества факторов: от торговых связей до налогов. **Джин** стал любимым спиртом простолюдинов: он стоил дешевле рома и приобрёл популярность в XVIII веке (возможно, чересчур, если судить по гравюре Уильяма Хогарта *"Gin Lane"* 1751 года, изображающей моральное разложение общества, в отличие от благополучной *"Beer Street"*).

Первоначально **рецепт пунша** состоял всего из **пяти компонентов** (по одной из версий, слово *punch* происходит от хинди *panch* — «пять»): крепкий алкоголь, подсластитель, цитрус, специя и компонент-разбавитель (вода или чай). Со временем появились более изысканные добавки — ароматные щербеты (концентраты на основе цитрусовых масел, сока и сахара), ликёры, вина, и даже амбра (секрет морского кита), добавлявшая густоты.

До середины 1700-х **пунш почти всегда подавался в общей чаше**. Это изменилось во многом благодаря Джеймсу Эшли — самому известному производителю пунша в Лондоне, который в период с 1731 по 1776 год **впервые начал подавать пунш порционно**. Это сделало напиток более доступным — как в финансовом, так и в социальном плане, ведь выбор своего напитка подчёркивал растущее ощущение индивидуальности. Когда общественные вкусы сместились от общих чаш к персональным порциям, рецепты упростились до одного бокала. Например, джин-пунш, который подавал метрдотель отеля *Limmer's* Джон Коллинз, со временем стал известен как *Tom Collins* — по названию джина (*Old Tom*), на котором его готовили. Рецепт добрался до Монреаля в 1860-х.

Со временем пунш утратил популярность, но **никогда не исчезал полностью**. Когда его стали подавать индивидуально, из той же формулы возникли подкатегории смешанных напитков: **sours** (спирт, цитрус, подсластитель), **daisies** (спирт, цитрус, ликёр или кордиал), **rickeys** (спирт, цитрус, сода). Большие чаши отправились в чуланы и доставались по особым случаям — по крайней мере, до недавнего времени, когда исследования Дэвида Уондрича вдохновили на возвращение исторических дистиллятов вроде морского рома и реплик традиционных чаш, половников и бокалов. Возвращение классического пунша — разлитого по чашкам или смешанного в большой посуде — стало **символом возвращения культуры коктейлей к своим истокам**.

НА ЛЬДУ

Хотя сегодня это может не казаться каким-то особенно выдающимся технологическим достижением, **доступ к льду** в своё время изменил ход истории коктейлей. Так же, как решение Джеймса Эшли подавать пунш порционно запустило волну инноваций в XVIII веке, в **первой половине XIX века** популярность смешанных напитков резко возросла — во многом благодаря Фредерику Тюдору. Тюдор не был барменом, а был предпринимателем из Бостона, который создал инфраструктуру для **доставки льда**, собираемого на прудах Массачусетса, по всему миру. Продукт *Tudor Ice Company* из редкой диковинки быстро превратился в **неотъемлемый элемент барной культуры**.

Бармены — от Нью-Йорка до Нового Орлеана — начали создавать изысканные напитки со льдом. И, пожалуй, **ни один коктейль не использовал лёд с большей выразительностью**, чем *Mint Julep* Джона Дабни, бармена из Ричмонда, Вирджиния. В книге Роберта Мосса *Southern Spirits* приводится описание этого джулепа: «огромная серебряная чаша с пирамидой изо льда высотой в фут, причём её стенки тоже были покрыты льдом, отформованным в фигуры и узоры… Это был напиток на несколько персон, и гости вставляли серебряные трубочки сквозь лёд, чтобы пить ледяной ликёр внутри».

Если **пунш был королём миксологии XVII–XVIII веков**, то в XIX веке корону унаследовал **джулеп**. Благодаря Джону Дабни и другим известным барменам — например, Орасмусу Уилларду из нью-йоркского *City Hotel*, которого Дэвид Уондрич называет первым «звёздным барменом», — джулеп стал **самым обсуждаемым смешанным напитком в мире**. В книге *Imbibe!* Уондрич цитирует англичанина Чарльза Огастеса Мюррея, который в своих путевых заметках 1839 года писал, что имя Уилларда «было известно каждому американцу и каждому иностранцу, побывавшему в Штатах за последние тридцать лет».

Американские джулепы, особенно изысканные версии с английским ромом, коньяком и шампанским, стали **первым значимым вкладом Америки в мировую рецептурную классику**. Джулеп **вытеснил английский пунш**, который, по словам Уондрича, «на протяжении десяти поколений считался вершиной искусства миксолога».

РОЖДЕНИЕ МИКСОЛОГИИ

Многие считают, что слово *миксолог* — это современное вычурное изобретение, но на самом деле оно появилось ещё в **XIX веке**, когда **репертуар американских коктейльных рецептов начал стремительно расширяться**. Именно по этой причине многие историки называют этот период «золотым веком американской миксологии».

В книге *The Craft of the Cocktail* Дейл ДеГрофф объясняет рост американской барной индустрии **совпадением нескольких факторов**: массовой европейской иммиграции, сорока лет производства крепких напитков без налогов внутри страны, и эволюцией публичных питейных заведений, вызванной законодательством, которое позволило постоялым дворам подавать алкоголь **без обязательного предоставления жилья**. В городах рестораны и таверны часто поддерживались политическими партиями, которые **покупали напитки в обмен на голоса избирателей**.

В качестве своих штабов партийные лидеры выбирали **роскошные отели**, щедро профинансированные магнатами, сколотившими капиталы во время Второй промышленной революции. Легендарные барные залы, такие как *Hoffman House* в Нью-Йорке, с 1864 по 1915 год неофициально служили домом для представителей *Tammany Hall* и Демократической партии. Наличие политиков, актёров, журналистов и других влиятельных фигур в барной среде вывело **барменов и коктейльное ремесло на сцену**, где оно расцвело, как никогда прежде. В 1856 году появилось **название для бармена, специализирующегося на смешанных напитках**: *миксолог.*

Имперский шейкер

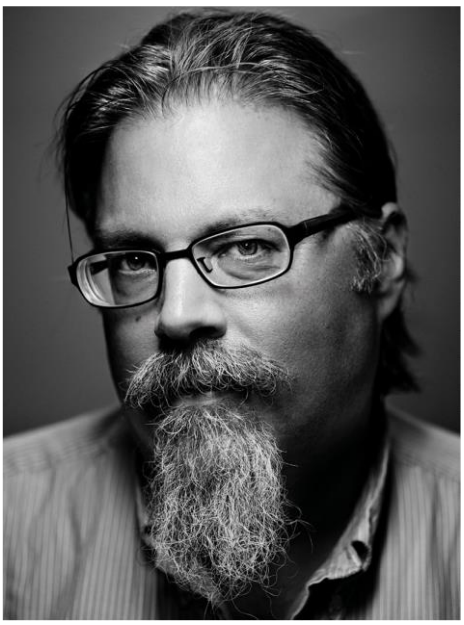


Рецепты и методика, необходимые для соответствия этому статусу, были впервые систематизированы в **первом в своём роде профессиональном барменском руководстве**, написанном в 1862 году легендарным барменом **Джерри Томасом**. Сегодня мы знаем о нём во многом благодаря Дэвиду Уондричу и его книге *Imbibe!* — подробной биографии Томаса и аналитическому обзору его рецептов.

Во времена жизни Томаса его книга **переиздавалась и обновлялась множество раз** — вплоть до его смерти в 1885 году — и широко копировалась по всему миру по мере распространения барных мануалов.

Качество барных книг от времён Джерри Томаса до эпохи Сухого закона отражает **эволюцию барменского ремесла и коктейльного искусства**. Известные бармены, в том числе сам Джерри Томас; Вильгельм Шмидт (немецкий современник Томаса), опубликовавший *The Flowing Bowl* в 1884 году; Том Буллок — афроамериканский бармен из Сент-Луиса, выпустивший *The Ideal Bartender* в 1914 году; и Чарльз Махоуни, ирландец, написавший *The Hoffman House Bar Guide* в 1906 году, — все они создали **блестящие руководства**. Их гениальность заключалась в том, что они **понимали: сервис так же важен, как и качество коктейля**.

Хотелось бы, чтобы больше книг того времени вдавалось в детали барных операций, а авторы **более тщательно указывали источники и аннотировали рецепты**.



ДЭВИД УОНДРИЧ
Историк
О ЛИЧНОСТИ

«Мне нравится писать о напитках, потому что они показывают людей с яркой индивидуальностью, которые живут этим делом. Бармен — это одна из тех прекрасных "человеческих" профессий, где есть удовольствие. Это твой бар — ты можешь выгнать гостя, если он плохо себя ведёт. Ты можешь быть социальным инженером. Вот это и есть **высший уровень барменского мастерства**. Именно поэтому мне нравится история: она показывает, как это работает на деле. Старый рецепт с историей впускает тебя в этот высший порядок, где ты можешь по-настоящему **оценить выдающуюся природу этих колоритных барменов**.»

СУХОЙ ЗАКОН И ДИАСПОРА БАРМЕНОВ

Начало Первой мировой войны в 1914 году и введение Сухого закона шестью годами позже изменили **место и способ**, с помощью которых американцы пили алкоголь — если вообще пили. Удивительно, но во многих источниках **ошибочно продлевают "золотой век коктейлей" на период Сухого закона** или путают эти два явления, считая Сухой закон лучшим временем для потребления алкоголя в истории США. *Спикизи* (нелегальные бары, игнорировавшие Восемнадцатую поправку) принято романтизировать, в то время как насилие и коррупция, на которых держалась их деятельность, чаще всего замалчиваются.

Богатые американцы запасались вином и спиртным в промежутке между принятием поправки в 1919 году и её вступлением в силу год спустя. Те, кто не мог позволить себе таких запасов, сталкивались с нерегулярным доступом к алкоголю, и ассортимент зависел от места жительства. Города, расположенные у границы, такие как Нью-Йорк и Детройт, выигрывали за счёт контрабанды из Европы и Канады. Внутренние центры, такие как Луисвилл, опустошали склады с бурбоном, пока тот не закончился. Появление коктейлей вроде *Corn Popper* (самогон, сливки, яичный белок, гренадин, сода), встречающегося в книге *Here's How* (1927) авторства Judge Jr., показывает, как в ход шло буквально всё, чтобы **маскировать вкус некачественного алкоголя**.

Бармены, оставшиеся в США, практически не имели доступа к хорошим спиртам: американские винокурни были реквизированы для нужд армии в обеих мировых войнах, а на время Сухого закона большинство и вовсе закрылось. В книге *And a Bottle of Rum* Уэйн Кёртис описывает, как предприимчивые владельцы баров **ввозили отличный алкоголь из Канады или с Багам**, а затем «разбавляли одну бутылку хорошего спирта, чтобы получить пять плохих». Если клиенту везло, то спирт, с которым всё это смешивали, хотя бы не был денатурирован токсичными веществами. К сожалению, **тысячи людей отравились и погибли**, не зная, что пьют.

Лучшие бармены эмигрировали, и многие их завсегдатаи последовали за ними — кто на круизных лайнерах, кто на только что появившихся пассажирских самолётах. Сухой закон совпал с рассветом коммерческой авиации, и **жаждущие путешественники дали ей мощный импульс**. Ближайшее место, где можно было легально выпить коктейль мирового класса, — **Куба**, всего в паре сотен миль от побережья Флориды, но многие бармены уехали ещё дальше: в Лондон, Париж и другие города Европы.

Американские коктейли **появились в Европе ещё в 1850-х** и стали набирать популярность, в том числе благодаря освещению на **Всемирной выставке в Париже в 1867 году**. Более того, европейские бармены начали писать свои собственные книги о коктейлях почти одновременно с американцами — например:

1. *Cooling Cups and Dainty Drinks* (1869) Уильяма Террингтона, англичанина;
2. *American Bar* (1904) Фрэнка Ньюмана, англичанина, работавшего в Париже;
3. *Der Mixologist* (1909) Карла Зойттера.

Американская коктейльная культура **могла бы исчезнуть**, если бы **бармены и барные традиции не были приняты за границей**, где кубинцы и европейцы уже практиковали это искусство, развивали и обогащали его. Многие ведущие бармены эмигрировали:

- **Гарри МакЭлхоун** — в Париж,
- **Гарри Крэддок** — в Лондон,

- **Уилл Тейлор** и **Эдди Вёлке** — на Кубу.

Если внимательно изучить барные книги того периода, можно найти **инновационные коктейли**, которые расцвели в Европе — такие как *Rose, Champs-Élysées* и *White Lady*, а также напитки, отточенные на Кубе, как, например, *El Presidente*, вдохновлённый *Manhattan* — с присущей ему **простотой и элегантностью**.

ОТМЕНА И НАЧАЛО СНАЧАЛА

Когда в 1933 году Сухой закон был отменён, **американская коктейльная культура не вернулась к жизни мгновенно**. Напротив, последовала **волна отторжения** в отношении коктейлей той эпохи — что, в общем-то, неудивительно, ведь многие из них готовились с соком, сливками и яйцами, чтобы **замаскировать вкус суррогатного алкоголя**. Как отмечает Тед Хейг в книге *Vintage Spirits and Forgotten Cocktails*, одним из последствий Сухого закона стал «переворот в том, **кто писал книги**. До этого бармены писали для других барменов, а с ростом популярности коктейлей — и для широкой публики».

Но **после Сухого закона профессия бармена уже не считалась столь почётной**, как в начале XX века. Издатели больше не были заинтересованы в издании книг, написанных барменами. **Большинство коктейльных книг**, вышедших в последующие годы, писались журналистами — такими как Чарльз Х. Бейкер, Г. Л. Менкен и Бэзил Уун. **Технические барные мануалы практически исчезли** вплоть до XXI века.

После Сухого закона бармен **перестал быть режиссёром и стал продюсером**, если повезёт; чаще всего он исполнял **эпизодическую роль** в истории, где главным персонажем был гость. Консервативные взгляды, как у Патрика Гэвина Даффи — автора *Official Mixer's Manual* (1934), который писал, что бармен «может сиять отражённой славой своих посетителей», но **не должен с ними разговаривать**, — были очень далеки от фольклорного образа таких барменов, как Джерри Томас.

Пострадало не только **качество и креативность барных книг**, но и **качество спиртных напитков**. После отмены Сухого закона дистиллерии спешно пополняли запасы, а мелкие производители сливались в крупные корпорации, чтобы выжить в конкурентной борьбе.

В книге *Straight Up or on the Rocks* Уильям Граймс отмечает: «Раньше, когда компании по производству алкоголя были небольшими, а рекламная индустрия ещё не овладела тёмным искусством массового убеждения, **лабораторией коктейльных изобретений был местный бар**… Но в послевоенную эпоху источником вдохновения для новых коктейлей становились алкогольные бренды, стремившиеся поднять продажи конкретного продукта».

В издании *Trader Vic's Bartender Guide* 1972 года пионер культуры тики Trader Vic сетует: «Одно из самых вопиющих нарушений процесса изобретательства — это, когда какая-нибудь ликёровая компания хочет, чтобы вы использовали её продукт; и она выдумывает кучу отвратительных напитков, которые невозможно пить, печатает их в буклете — а потом эти рецепты каким-то образом попадают в барные справочники, где им вообще не место».

И хотя эта практика **до сих пор жива** — алкогольные компании по-прежнему используют бюджеты и громкоговорители маркетинга, чтобы влиять на потребителя — **я с оптимизмом смотрю на ситуацию**: кажется, бармены **наконец-то восстановили свои позиции**. Современные рецепты, такие как *Penicillin* (смеси айлайского и блендированного скотча, лимонного сока, имбиря и мёда), созданный нью-йоркским барменом Сэмом Россом, **сегодня готовятся по всему миру — исключительно благодаря их достоинствам**.

КОКТЕЙЛЬНАЯ КУЛЬТУРА В «ЭПОХУ ЭФФЕКТИВНОСТИ»

Появление таких продуктов, как коктейльные смеси *Seven-Eleven,* **подорвало традицию приготовления коктейлей из свежих фруктов**, которая существовала до Сухого закона. Если технологические достижения середины XIX века (в частности, **появление индустрии льда**) способствовали развитию коктейльного ремесла, то во многом **прогресс середины XX века причинил скорее вред, чем пользу**. Еда и напитки стали перерабатываться, позиционировались как результат научно-технического прогресса и рекламировались как способ **облегчить жизнь как семьям, так и барменам**. Дейл ДеГрофф называет это **началом «эры Kool-Aid»** в приготовлении коктейлей: добавить лёд, алкоголь, воду и готовую смесь.



Даже классические методы приготовления не избежали подмен. Уэйн Кёртис отмечает, что **неправильное использование блендера Waring**, изобретённого Фредериком Осиусом, **вместо шейкера** «привело к ошибочному представлению, что правильный *Daiquiri* должен напоминать по консистенции фруктовый сорбет».

Ситуация ухудшилась, когда **правительство США в 1942 году, менее чем через месяц после Перл-Харбора, вывело из эксплуатации винокурни**, заставив их производить промышленный спирт для торпедного топлива. Крепкий алкоголь стал нормироваться, импорт снизился — благодаря немецким подлодкам в Северной Атлантике. Без внешних поставок **рынок виски сократился**, в то время как **продажи рома взлетели**, чему способствовало менее строгое регулирование производства в Пуэрто-Рико.

Чтобы воспользоваться дефицитом, **нечестные дистрибьюторы навязывали оптовикам**: три ящика рома за один ящик виски. Это подготовило почву для **вынужденного возвращения сахарного тростника** и рома в центр внимания миксологии.

Попытки израсходовать весь ром ради получения виски получили мощный импульс благодаря хиту *“Rum and Coca-Cola”* в исполнении *The Andrews Sisters* (1944), который стал популярным как в США, так и за рубежом, где этот напиток поставлялся солдатам. В 1946 году **ром и кока-кола** впервые появились в коктейльной книге — *The Stork Club Bar*

Book Люциуса Биби, где *Cuba Libre* стал **одним из трёх самых популярных коктейлей**. В том же издании впервые были напечатаны рецепты *Moscow Mule* и *Pimm's Cup*.



Эти напитки, сохраняющие популярность и сегодня, **объединяет одна особенность**: *самой вкусной составляющей коктейля становится миксер*, а не спиртное. В книге *And a Bottle of Rum* Уэйн Кёртис пишет, что **«более половины всех американских потребителей не любят вкус алкоголя»**. Это во многом объясняет популярность таких коктейлей, как *Scotch Highball*, *Bourbon Highball* и *Martini* на водке — напитков, активно рекламируемых как «лёгкие», «мягкие» и «сухие».

И **ни один спирт не соответствовал критерию «нейтральности» лучше, чем водка**, чьи продажи выросли с 40 000 ящиков в 1950 году до 1,1 миллиона — уже в 1954. А когда Шон Коннери в фильме *Goldfinger* (1964) заказал свой *vodka martini* «встряхнутый, не размешанный» — **пути назад уже не было**.

Противоположность безвкусию: расцвет культуры тики

Коктейльная тенденция послевоенной Америки, описанная выше, отражает общее настроение нации в послепролибиционный период: американцы, казалось, интересовались лишь **интенсивно разрекламированными, прозрачными, мягкими и безвкусными напитками**, которые легко пились и быстро пьянили. Но в это же время существовало и **другое коктейльное направление**, часто остающееся в тени — культура *тики* и **тропические напитки**.

Недалеко от Голливудского бульвара **Донн Бич** (урождённый Эрнест Рэймонд Бомонт Гантт) открыл *Don the Beachcomber*, где подавались такие коктейли, как *Missionary's Downfall, Sumatra Kula* и его знаменитый *Zombie*. Владелец бара из района залива Сан-Франциско **Виктор Бергерон** был настолько вдохновлён *Beachcomber*, что преобразовал свой бар в Окленде в *Trader Vic's* — по прозвищу, которое он получил за привычку **обменивать еду и напитки на украшения для бара**.



Еда, напитки, экзотические сосуды для подачи, пляжная одежда и эклектичный тропический декор в таких барах способствовали возникновению **полинезийской поп-культуры**, которая повлияла на облик мотелей, автокинотеатров и курортов — включая собственный курорт Донна Бича, открывшийся на Гавайях после его возвращения с войны. Историк Джефф Берри отмечает, что **Донн Бич был лучшим миксологом**, а **Trader Vic — более успешным бизнесменом**. К началу 1960-х у него было 25 заведений по всему миру, несколько изданных книг, а его *Mai Tai* стал **международной классикой**.

И Бич, и Бергерон прославились своим гостеприимством и качеством напитков, но их успех был также подкреплён **ростом туризма на тропические острова**, начавшимся в 1950-х. Американцев захватила тяга к побегу в экзотику — увлечение, разогретое рассказами солдат, например, книгой *Tales of the South Pacific* Джеймса Миченера,

получившей Пулитцеровскую премию. **Полинезийская мания достигла апогея**, когда в 1959 году Гавайи стали 50-м штатом США — после чего культура тики начала угасать. Высокие стандарты, заданные Бичем и Бергероном, со временем были утрачены — после 40 лет процветания.

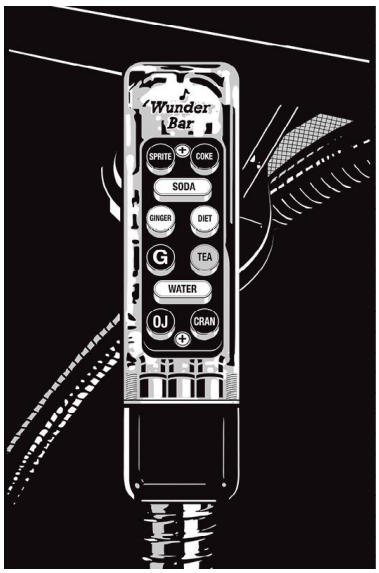
А тем временем в **Карибском бассейне** на волне популярности оказался **Piña Colada** — благодаря появлению в 1954 году *Coco Lopez* — **консервированного кокосового крема**, использованного в отеле *Caribe Hilton* в Пуэрто-Рико. В книге *Potions of the Caribbean* Джефф Берри сравнивает *Piña Colada* с *Cuba Libre*, говоря, что **её «нетипично ромовый» вкус идеально подходит для туристов с настроением «Что ж, я же в отпуске!»**, и потому она быстро стала обязательным элементом тропического отдыха.

В конечном счёте, Берри **критикует коктейль за то, что он дал начало «Эре колотого льда»** — периоду, когда **любой коктейль, независимо от оригинального рецепта и базового спирта, превращался в напиток для блендера**.

Тёмные времена

Большинство историков коктейлей скажут вам, что **коктейль умер в 1960–70-х** — жертва контркультуры, увлечённой наркотиками, «диско»-напитков вроде *Golden Cadillac* (Galliano, crème de cacao и сливки), и популярности баров для знакомств. И они не ошибаются. Но **ещё в конце 1950-х и начале 60-х** коктейльное ремесло стало исчезать из баров — под натиском поколения потребителей, предпочитавших **двух- или трёхкомпонентные напитки**, такие как *Highball, Gimlet* и *Martini*, которые чаще готовили дома, а не в заведении у профессионального бармена.

Неудивительно, что **одной из немногих значимых барных книг 1960–70-х** стала *Playboy's Host & Bar Book* Томаса Марио, изданная в 1971 году и полностью ориентированная на домашних энтузиастов. Марио, начавший писать о еде и напитках для *Playboy* в 1953 году, вовсе **отвергает профессию бармена**, утверждая: «В искусстве смешивания напитков автор исходит из того, что талантливый любитель нередко затмит профессионала по оригинальности и энтузиазму».



Даже **Trader Vic** не особо защищает свою профессию: в переработанном издании *Bartender's Guide* (1972) он заявляет, что его книга «предназначена в основном как руководство для профессиональных барменов», но добавляет: «У меня есть подозрение, что барменство, о котором я говорю в этой книге, **будет происходить дома чаще, чем где-либо ещё**».

Если вы хотите понять, **почему бар был последним местом, куда стоило идти за хорошим напитком в 1970-х**, просто откройте *The American Bartenders School Guide to Drinks* Джека Тиано (1981). Первые две с половиной страницы — это одновременно **неточные** и **покровительственные** заявления: «Смешанные напитки не стали по-настоящему популярными до Сухого закона в 1922 году», и «В 1940-х женщины стали ещё более эмансипированными — работали на военных заводах и при этом воспитывали детей». Затем Тиано утверждает, что «большая часть американских потребителей полюбила сладкое с детства и перенесла эту тягу во взрослую социальную жизнь».

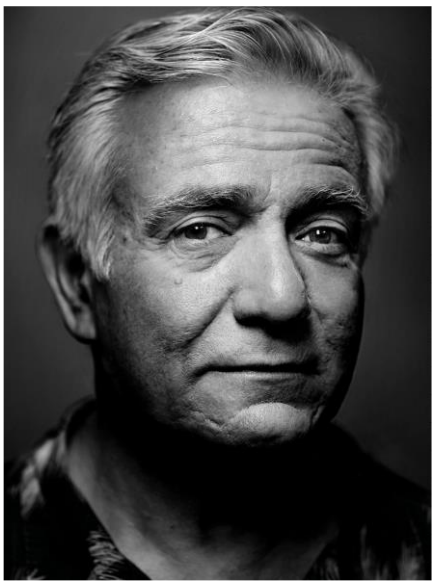
Это объясняет его **восторг по поводу Harvey Wallbanger** (водка, Galliano, апельсиновый сок) и всех «ликёров с экзотическими вкусами» той эпохи. По его словам, именно они **расширили барный репертуар** с 25 напитков в 1940-х до почти 150 на момент написания руководства. Он «смиренно» хвалит себя за «всю ту тяжёлую работу и жертвы», которые

он принёс с 1969 года, открыв 35 школ барменов по всей стране, в которых якобы обучил более 50 тысяч человек — что выглядит довольно тревожно, если предположить, что всех этих барменов **кормили коктейльной версией "Kool-Aid" Тиано**.

Если оглянуться на историю коктейлей, становится ясно, что **(достойная) миксология процветает в эпоху мира и процветания**, и почти исчезает в периоды войн и экономических кризисов. Поэтому **плохое качество коктейлей 60-х и 70-х неудивительно**, учитывая политические потрясения времён администрации Никсона и войну во Вьетнаме. Тем не менее, были и **лучи света**: например, **значимый социальный прогресс для женщин** — как в случае с первым *T.G.I. Friday's* на Верхнем Ист-Сайде Нью-Йорка, где **женщины впервые в истории США могли пить в баре в одиночестве — без осуждения**.

Освобождение произошло и **по другую сторону барной стойки**: к началу 1970-х были отменены послевоенные законы, запрещавшие женщинам работать барменами — ранее принятые под давлением профсоюзов.

Ещё один светлый момент в эпоху, ознаменованную фруктовыми шотами и диско-напитками, — работа калифорнийского бармена **Стенли Джонса**, который в 1977 году выпустил **объёмное одноимённое руководство — *Stan Jones's Bar Guide***, включающее **тысячи исторических рецептов** — как удачных, так и не очень. Как бармен на тонущем «Титанике», Джонс в предисловии **сетует на повсеместность лёгких и безвкусных спиртов** и отстаивает **качественные ингредиенты, контроль порций, баланс и правильный гарнир**. Эта ярко-оранжевая книга — **один из немногих ценных артефактов того времени**.



ДЕЙЛ ДЕГРОФФ
Бармен
О СВОИХ ПЕРВЫХ ГОДАХ

«Было как было. Ты не задумывался о том, что у тебя нет инструментов. Ты вообще ни о чём не думал. Просто делал, что делал, и обходился тем, что было под рукой. Встряхивали нечасто. Всё происходило так, как происходило. Чашки ставили сверху на шейкеры, встряхивали прямо в стакане — так делали очень часто. Даже ложка была не нужна.»

ВОЗРОЖДЕНИЕ РЕМЕСЛЕННОГО КОКТЕЙЛЯ

Большинство миксологов отсчитывают начало **современного коктейльного возрождения** с **1987 года** — а точнее, с *Rainbow Room* и молодого актёра, ставшего барменом, **Дейла ДеГроффа**. *Rainbow Room*, открытая легендарным рестораторaом Джо Баумом, находилась на 65-м этаже комплекса *Rockefeller Plaza* в Мидтауне Манхэттена. Вид на город из окна соперничал с видом на знаменитостей, политиков и светских гостей, которые регулярно посещали заведение.

В стартовом меню ДеГроффа значилось **26 коктейлей**, все из **свежих ингредиентов** — редкость для того времени — с упором на **классические рецепты**, забытые с 1950-х годов. За следующие двенадцать лет, до того как в 1999 году управление заведением перешло группе *Cipriani*, Дейл руководил **командой из более чем десяти барменов** и сделал *Rainbow Room* одним из **самых влиятельных баров мира**. Многие бы на этом остановились, но Дейл продолжил влиять на индустрию, уже в роли **наставника других барменов**, работая консультантом. Одри Сондерс, Джули Райнер, Саша Петраске, Душан Зарич и Джейсон Космас — все они называют влияние ДеГроффа важнейшим в своей карьере. Его авторитет только укрепился после выхода книги *The Craft of the Cocktail* в 2001 году.

Теперь, почти в 70 лет, Дейл ведёт активную гастрольную деятельность: **судит коктейльные конкурсы**, продвигает свои **именные биттеры с ямайским перцем**, поддерживает *Музей американского коктейля* (как один из его основателей), обучает барменов в партнёрстве с *B.A.R.* и выступает как **певец и рассказчик**, вместе с женой Джилл — художницей, нарисовавшей портреты многих выдающихся американских барменов.



Тоби Чеккини

Пока ДеГрофф творил магию классических коктейлей в *Rainbow Room*, **водка занимала львиную долю полок** на барных стойках по всей стране. *Martinis* — обобщающее название для всех смешанных напитков с фруктовыми соками, ликёрами и (иногда) вермутом — стали символом **коктейльной культуры 1980–90-х годов**. Самый известный

пример — **Cosmopolitan Тоби Чеккини**, мгновенно ставший классикой (а также любимым напитком Мадонны и Саманты из *Sex and the City*).

Но уже в 1990-х **на рынке начали появляться новые бренды**, бросившие вызов водке. Среди них — **Bombay Sapphire gin** (1988) и **Patrón tequila** (1989). Журнал *Cigar Aficionado*, запущенный в 1992 году, помог создать **культ знатоков**, что отразилось и на других напитках ручной работы — включая **крафтовое пиво и американское вино**. Начали открываться стилизованные сигарные бары, где предлагались **классические коктейли и выдержанные дистилляты** для сопровождения сигар.

Время было как нельзя более подходящим для американской виски-индустрии. Всего за восемь лет до этого, в 1984 году, появился **первый бурбон с одиночной бочкой — Blanton's**, а в 1992 году другие производители последовали за ним, выпустив **малотиражные бурбоны**, такие как *Basil Hayden's, Booker's, Baker's* и *Knob Creek*. Шотландские дистиллерии начали поставлять на американский рынок свои сингл-молты: *Oban, Talisker, Lagavulin, Cragganmore, Dalwhinnie* и *Glenkinchie*.

Хотя большинство посетителей баров всё ещё тяготели к *фруктовым мартини* и диско-напиткам, **тёмные спирты вновь начали проникать в массовое сознание**, и американцы вдруг осознали: **напиток вовсе не обязан быть сладким или безвкусным**.

К концу 1990-х **послание Дейла ДеГроффа**, его учеников и лидеров движения за ремесленную гастрономию — о том, что **коктейли вкуснее со свежими ингредиентами** — распространилось по всей стране. Бармены вроде **Тони Абу-Ганима** из *Starlight Room* в Сан-Франциско (а позже — из всех 29 баров отеля *Bellagio* в Лас-Вегасе), **Душан Зарич и Джейсон Космас** из *Pravda* и *Employee's Only* в Нью-Йорке, **Джули Райнер** из *CЗ* и *Flatiron Lounge* — **установили новую планку качества**.

Более того, они заставили **замолчать владельцев баров и ленивых барменов**, жаловавшихся, что их рецепты «слишком дорогие» и «занимают слишком много времени» по сравнению с содовыми пистолетами и фабричными смесями.

ВЫХОД СЛЕВА

В 1999 году я прочитал о Дейле ДеГроффе, его протеже Одри Сондерс и их великолепном (но недолговечном) баре *Blackbird*, который они открыли на Ист-49-й улице. Тогда у меня появилась мечта — найти наставника, как он. Спустя три года я переехал в Нью-Йорк. Это было через одиннадцать месяцев после 11 сентября, и террористические атаки тяжело ударили по экономике города, заставив закрыться множество крупных клубов и ресторанов. Парадоксально, но именно тяжёлые времена **расчистили путь для коктейльного ренессанса**, ориентированного на качество. Его возглавили те самые личности, чьи портреты и голоса появятся на следующих страницах.

Однако **одного бармена я не успел расспросить — Сашу Петраске**. Я не работал на Сашу и не стану притворяться, будто мы были близки, но мы были знакомы, и я хорошо знал многих из его команды. Через год после того, как я начал писать эту книгу, он трагически скончался в возрасте сорока двух лет. **Его влияние — как прямое, так и через его бары и учеников — ощущается до сих пор**, и многие (хотя и не все) его ценности прослеживаются на страницах этой книги.

После непродолжительной работы в *Von* в районе НоХо (ещё до того, как западную часть Бликер-стрит стали так называть), **в декабре 1999 года Петраске открыл бар *Milk & Honey*** — крохотное заведение в **немаркированном помещении на улице Элдридж**, южнее Деланси, на Лоуэр-Ист-Сайде. Там он подавал **коктейли золотого века**, взбалтываемые и перемешиваемые вручную, на **льду, вырезанном вручную**. **Места — только по предварительной резервации**, а когда номер телефона попал в СМИ, он сменил его, чтобы публика расширялась лишь по внутреннему кругу. Единственное, что было знаменитее качества напитков — это ** bеременно известный список “Правил”**, вывешенный в уборной. Они жёстко соблюдались и были направлены против токсичного и хищнического поведения, столь обычного и даже поощряемого в барах того времени.

Саша избегал публичности, **отказывался держать водку** (а также клюквенный сок для *Cosmopolitan*), **подавал напитки в классических бокалах-купе**, а не в мартини-бокалах, **одевался, как будто жил в 1920-х**, и **кросс-тренировал всю команду**, чтобы каждый мог работать как за барной стойкой, так и в зале — гарантируя одинаковый уровень сервиса для всех гостей. Затем он открыл второй *Milk & Honey* в Лондоне (2002), *Little Branch* в Вест-Виллидже (2005, с бывшим шеф-барменом Джозефом Шварцем), *The Varnish* в Лос-Анджелесе (с Эриком Алперином), *Dutch Kills* в Лонг-Айленд-Сити (с Ричардом Боккато) — и многие другие проекты. В 2013 году Саша передал оригинальное помещение *Milk & Honey* барменам **Сэму Россу и Майклу МакИлрою**, которые **перезапустили его под именем *Attaboy***.

История Саши — достойное завершение этой главы. Его будут помнить за многое, в том числе за то, что он **взял за основу концепции современного спикизи японский бар *Angel’s Share***, скрытый за немаркированной дверью на втором этаже японского ресторана в Ист-Виллидже. Оба заведения придерживаются **сходной философии сервиса**: ручная работа, интимная обстановка, спокойная атмосфера. Часто забывают — или умалчивают — о том, **насколько радикальной и подрывной была эта концепция**, когда большинство баров оставались шумными местами для флирта и пьянства. Саша **никогда не жертвовал ни качеством напитков, ни целостностью своего видения, ни благополучием команды ради прибыли**, в то время как многие операторы делали из своих баров настоящие денежные машины.

СЛЕДУЮЩИЙ РАУНД

Никогда ещё не было лучшего времени, чтобы быть барменом. Благодаря запретам на курение, введённым в большинстве крупных мегаполисов, бармены больше не рискуют здоровьем каждый раз, когда выходят за стойку. Достижения в производстве, упаковке, дистрибуции и хранении улучшили **качество и безопасность ингредиентов**. Но, пожалуй, ещё важнее то, что у барменов появилась **ясность в отношении того, какие методы следует без сожаления оставить в прошлом, а какие — сохранить в неизменном виде для потомков**.

В этой главе я показал, как **одно из самых признанных кулинарных искусств Америки росло бок о бок со страной**. В этой нации иммигрантов, многие из которых находили работу в сфере гостеприимства вскоре после прибытия, **коктейль стал сплавом уникальных кулинарных традиций, собранных в одном бокале**. Как и джаз — ещё одно американское искусство, основанное на импровизации — коктейли продолжают эволюционировать с появлением новых барменов и ингредиентов. И пока этот процесс продолжается, **я с оптимизмом смотрю в будущее** — особенно если те, кто будет вести это развитие вперёд, **будут обращаться к истории как к источнику вдохновения**.



Глава 2



КРИТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА СОВРЕМЕННЫЙ БАРНЫЙ ДИЗАЙН

Критических обзоров современного барного дизайна почти не существует. Большинство баров проектируются их владельцами совместно с архитекторами и подрядчиками, чьи работы редко попадают в газетные статьи, интерьерные журналы или архитектурные издания. Те немногие, которые действительно заслуживают внимания — например, обзор в *Death & Co* и *The PDT Cocktail Book* — фокусируются на функциональности бара (изнутри наружу) в пределах его четырёх стен, вместо того чтобы начинать с окружающего района и двигаться внутрь.

Я посвятил эту главу изучению того, как следует формировать барную идентичность — как в концептуальном смысле, в контексте других заведений в районе, так и в физическом, в связи со зданием, которое он занимает. Сильная концепция бара должна служить своему району и соответствовать пространству, в котором он расположен. И только после этого можно переходить к брендингу, декору и интерьерному дизайну.

Набор необходимых элементов для работы бара — столы, стулья, зеркала, стойка — почти не изменился за последнее столетие. Это неудивительно, ведь основная функция бара или ресторана — утолять жажду и голод в общественной обстановке — тоже осталась прежней. Что действительно изменилось (и продолжает меняться) — это способы взаимодействия людей в барах. Со временем длина барной стойки сократилась, чтобы освободить место для столиков, кабинок и барных стульев, позволяя гостям сидеть (в то время как ранее предпочитали стоять). И по мере того как меняются традиционные элементы взаимодействия с гостем, планировка рабочих зон и оборудования за стойкой также должна адаптироваться к текущим гастрономическим и коктейльным трендам.

Промышленный дизайнер Дитер Рамс однажды сказал: «Невозможно понять хороший дизайн, не понимая людей; дизайн создаётся для людей». Самые успешные владельцы отелей, баров и ресторанов понимают стремления своих гостей и отвечают на них продуманным дизайном и декором.

В этой главе я расскажу о различных концепциях коммерческих баров, каждая из которых отражает изобретательный подход к дизайну, а также о домашнем баре, в котором на более интимном уровне сочетаются элементы бытового и промышленного дизайна. Я объясню, почему каждый из этих баров работает для меня и как заведение становится институцией с собственной идентичностью. Все приведённые примеры обладают долговечным качеством, потому что их основатели понимали важность эволюции концепции, опираясь на мнения других участников и потребности гостей. Нельзя ожидать,

что новый бар станет институцией в день открытия, но его шансы вырасти в нечто значимое возрастают, если интуитивный дизайн заложен с самого начала.

ЛОКАЦИЯ

Так же как архитекторы обязаны учитывать участок при проектировании здания, владельцы баров должны принимать во внимание расположение, разрабатывая концепцию заведения. Это может происходить двумя способами: либо вы начинаете с концепции и ищете для неё идеальное место, либо начинаете с локации и определяете, какая концепция лучше всего под неё подойдёт. Успешные концепции становятся точками притяжения, ради которых гости готовы ехать через весь город, но лишь немногие достигают этого уровня, не удовлетворяя сначала потребности местной аудитории.

Первым шагом становится анализ ночной жизни района: количество баров, численность населения и туристический поток помогут определить, какую роль будет играть ваш бар. Кроме еды и напитков, люди приходят в бары посмотреть спортивные матчи, поиграть, сходить на свидание, отметить похороны, праздники и множество других событий. Если ваш бар — единственный в округе, вы должны быть готовы удовлетворять более широкий спектр потребностей. Именно поэтому в густонаселённых городах с большим количеством баров появляются высокоспециализированные концепции — например, коктейльный бар, спрятанный за телефонной будкой внутри закусочной с хот-догами. А в менее населённых городках с ограниченными опциями чаще встречаются традиционные таверны и «соседские» бары.

Необходимо также учитывать плотность населения, уровень доходов жителей и их привычки в сфере досуга. В обеспеченных районах люди, как правило, чаще уезжают в поездки и устраивают приёмы дома. Пожилые реже выходят в свет, а люди среднего возраста ищут семейные заведения. Молодёжь часто не располагает средствами на дорогие ужины и коктейли, но тяготеет к трендовым концепциям. Туристы и деловые путешественники, напротив, охотно тратят деньги на яркие впечатления — они могут стать важным источником дохода в периоды, когда местные уезжают.

Просто замерить пешеходный трафик у будущего заведения — недостаточно, если не учитывать, откуда и куда идут эти люди. Концепции высокого уровня, предполагающие, что гость выделит на визит больше времени, лучше работают рядом с отелями или торговыми зонами. Более простые — рядом с офисами (ланчи и «счастливые часы») или транспортными узлами, где люди берут еду и напитки навынос. Для сетевых ресторанов и баров убыточная точка в туристическом месте рядом с музеем может рассматриваться как рекламная площадка, подобно тому, как бутики люксовых брендов. Для малого бизнеса это, как правило, нецелесообразная инвестиция.

Районы с высокой концентрацией баров дают больше простора для разнообразия форматов, если аудитория этого района открыта к новому и другие объекты (стадион, вокзал) не оттягивают на себя всё внимание. Против логики спроса и предложения, иногда лучше выбрать ту же концепцию, что и у соседей, — так как в городах часто формируются неофициальные барные «районы»: клубы, лаунжи или спортбары, между которыми люди любят перемещаться пешком. Чтобы выделиться, достаточно предложить уникальные напитки, блюда, декор или стиль сервиса.

Бары и рестораны с живописными видами — на пляжи, горы или городские панорамы — привлекают гостей, желающих полюбоваться пейзажем, вне зависимости от кухни. Однако в таких удалённых местах жители чаще всего жертвуют доходом ради образа жизни, и найти качественный персонал, сосредоточенный на сервисе, становится сложно. В густонаселённых зонах вдали от достопримечательностей еду, напитки и сервис приходится доводить до совершенства — ведь именно они становятся главным поводом

прийти. Лишь самые дисциплинированные операторы способны открыть рентабельный ресторан высокого класса или бар в туристическом районе с высокой арендой, где туристы часто отпугивают серьёзную аудиторию.

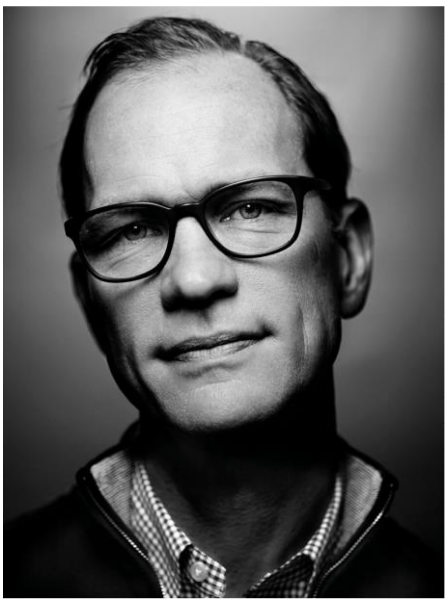
Из-за опасности вождения в нетрезвом виде, крайне важно наличие общественного транспорта — если только вы не в районе, где большинство гостей передвигаются пешком. Города вроде Нью-Йорка, Сан-Франциско и Нового Орлеана, признанные столицы гастрономии и коктейлей, располагают удобным транспортом: метро, трамваями и др. В городах без них необходимы такси и доступные сервисы вызова авто. За пределами городов идеальными точками размещения становятся отели, курорты и B&B, где гости могут выпить, не беспокоясь о поездке домой.

Одно из ключевых решений — войти в уже существующее заведение, потерпевшее неудачу, или реконструировать новое или старое здание под бар или ресторан. Я не суеверен, но верю: некоторые помещения обречены, и стоит тщательно изучить историю объекта, прежде чем убедить себя в успехе. Преимущество существующего пространства в том, что при удачном проекте прошлого оператора можно избежать установки вытяжек, сантехники, электричества, доступов для маломобильных групп и прочих систем.

Тем не менее, придётся вносить изменения и улучшения, чтобы добиться успеха там, где кто-то не справился. Преимущество помещения, никогда ранее не использовавшегося под бар или ресторан, — в возможности спроектировать всё с нуля: от ресепшна до офиса менеджера. Но в таком случае, так как вы вкладываете серьёзные средства в помещение, крайне важно заключить долгосрочную аренду и получить инвестиции от собственника здания.

Когда я стал оператором бара, никто не сказал мне, что я занимаюсь недвижимостью. Наиболее доступные районы для открытия бара — это, как правило, развивающиеся зоны, где владельцы недвижимости привлекают шефов и барменов низкой арендой, поддержкой от властей и упрощённым согласованием разрешений на строительство. Если долговечность — ваша цель с самого начала, и у вас есть возможности, то покупка здания — намного более выгодное вложение, чем аренда.

Успешный бар или ресторан привлекает и других арендаторов, повышая стоимость земли и аренды со временем. Многие арендаторы-бармены сталкиваются с тем, что после завершения первого срока аренды их ждёт повышение ставки и давление со стороны новых жителей района, требующих снизить шум и ограничить поток гостей.



ДЖОН ГЛЕЙЗЕР
Мастер купажа
О ВЕРЕ

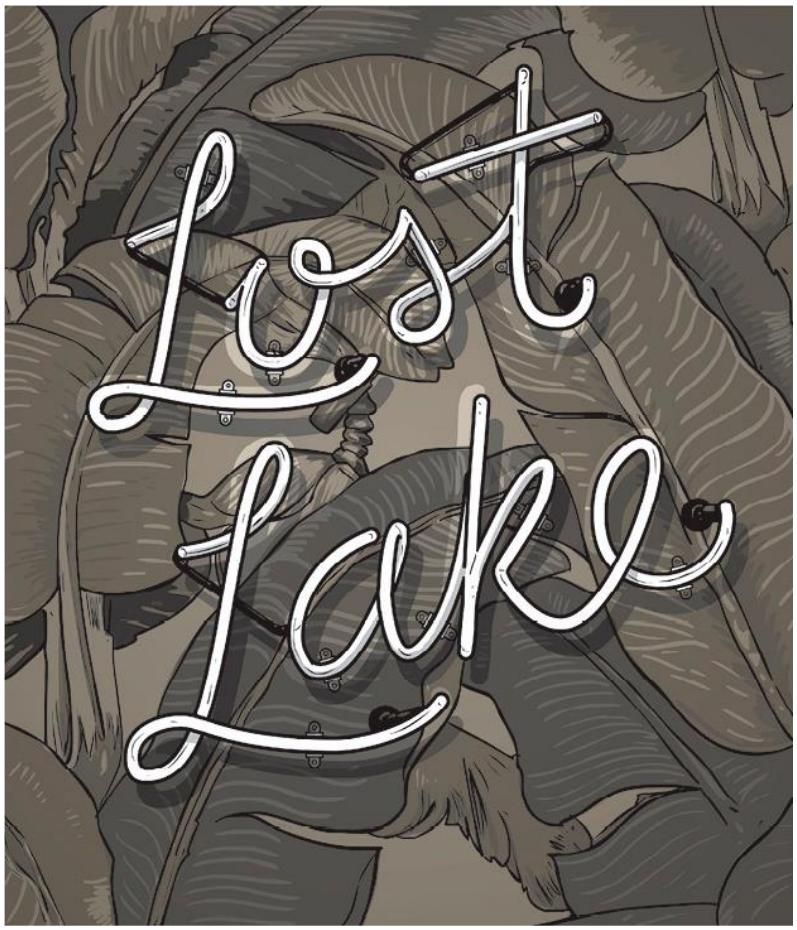
«Одним из важнейших компонентов успеха в собственном бизнесе является высокая степень уверенности в себе и вера в свои силы. Это не означает, что нужно быть высокомерным. В конечном счёте ты должен знать, что прав или, в более широком смысле, движешься в правильном направлении. Мы все со временем меняем курс. Вспоминается цитата Эмерсона: "Плавание лучшего корабля — это зигзагообразная линия из сотен поворотов". Если ты веришь в то, что делаешь, гораздо проще выйти в мир и убедить в этом других».



СЬЮЗАН ФЕДРОФФ
Оператор бара
О СОСТАВЛЕНИИ КОНТРАКТА

«Мы научились с самого начала вести действительно сложные разговоры, чтобы потом не пришлось проводить вместе годы тяжёлого бизнеса. Сейчас мы на том этапе, когда я могу сесть в офисе у юриста с самыми близкими мне людьми и попросить его составить контракт так, будто через пять лет мы, чёрт возьми, возненавидим друг друга — и именно так теперь мы ведём дела. Мы можем посмеяться над этим, да, это немного неловко в течение пары минут, но в итоге все защищены, всем спокойно, мы подписываем договор, откладываем его в папку — и больше никогда не открываем. Ушли годы, чтобы до этого дойти.»

КОНЦЕПЦИЯ



После того как вы изучили окрестности и выбрали помещение, необходимо разработать концепцию — по сути, это просто технический термин для обозначения идентичности. С первого же дня открытия, даже когда вам кажется, что о вашем заведении уже все всё знают, будут приходить новые гости и спрашивать, кто владелец, каков его бэкграунд, когда бар открылся и какие в нём фирменные блюда или напитки. Им хочется понять философию заведения и то, чем оно отличается от других баров и ресторанов поблизости. Позвольте им это узнать.

Открытие бара — акт любви, и если у вас есть страсть или особая область знаний, поделитесь этим с другими. Ваша концепция может быть построена на ваших знаниях о каком-либо винодельческом регионе, стиле пива, категории спиртного или историческом периоде в развитии коктейлей. Это может быть регги, 1980-е годы или культовый фильм. Имейте в виду: остроумная концепция привлечёт внимание прессы и вызовет первоначальный ажиотаж, но чрезмерная специализация может подорвать устойчивость бизнеса после того, как первая волна гостей пройдёт и СМИ переключатся на что-то новое. Честный, неброский бар без стилистических излишеств, с широким ассортиментом напитков и хорошо обученным персоналом, может не произвести фурора на старте, но и не столкнётся с усталостью от тренда, как это случается с модными концептуальными заведениями.

Прежде чем воплощать экзотическую идею — скажем, таверну времён Золотой лихорадки или древнеримский пиршественный зал, — необходимо убедиться, что интерес потребителей будет достаточным, чтобы оправдать закупку или производство всех необходимых атрибутов, способных воплотить концепцию достоверно и рентабельно. То,

что вы любите петанк и пастис, ещё не значит, что американская публика проникнется провансальскими увлечениями. Смелая фантазия — часть творческого процесса, но существует надёжный индикатор перспективности исторических рецептов и концепций: опыт других баров, а также готовность поставщиков и брендов поддержать вашу идею.

Кейсы



Чтобы бар выдержал испытание временем, нужно обладать чутьём на моменты, когда история вот-вот повторится. Прекрасный пример — *NoMad Hotel*, открытый Уиллом Гидара и Даниэлем Хаммом в Нью-Йорке в 2012 году.

Гидара и Хамм почувствовали, что пришло время для района НоМад — всего в десяти минутах пешком к северу от *Flatiron Building*. Несмотря на упадок последних десятилетий, исторически это был центр ночной жизни Нью-Йорка — с такими отелями, как *Hoffman House, Delmonico's* и *Albemarle*. Поэтому Гидара и Хамм открыли собственный «гранд-отель» с рестораном высокой кухни, библиотекой и баром. Концепция оказалась столь успешной, что бренд *NoMad* теперь расширяется по всему миру.

Выбор времени и реализация *NoMad Bar* в районе, которому они помогли вернуть актуальность, — наглядный пример того, как архитектор Людвиг Мис ван дер Роэ описывал свой творческий процесс: «Мы должны понять движущие силы и мотивы нашей эпохи и проанализировать их с трёх точек зрения: материальной, функциональной и духовной. Мы должны осознать, чем наша эпоха отличается от других и в чём она им подобна». Район был готов к заведению более величественного формата (материальный аспект), предлагавшему более утончённое место встречи, чем соседний *Ace Hotel* (функциональный), и управляемому с тем же уровнем гостеприимства, что и четырёхзвёздочный ресторан его владельцев неподалёку (духовный).

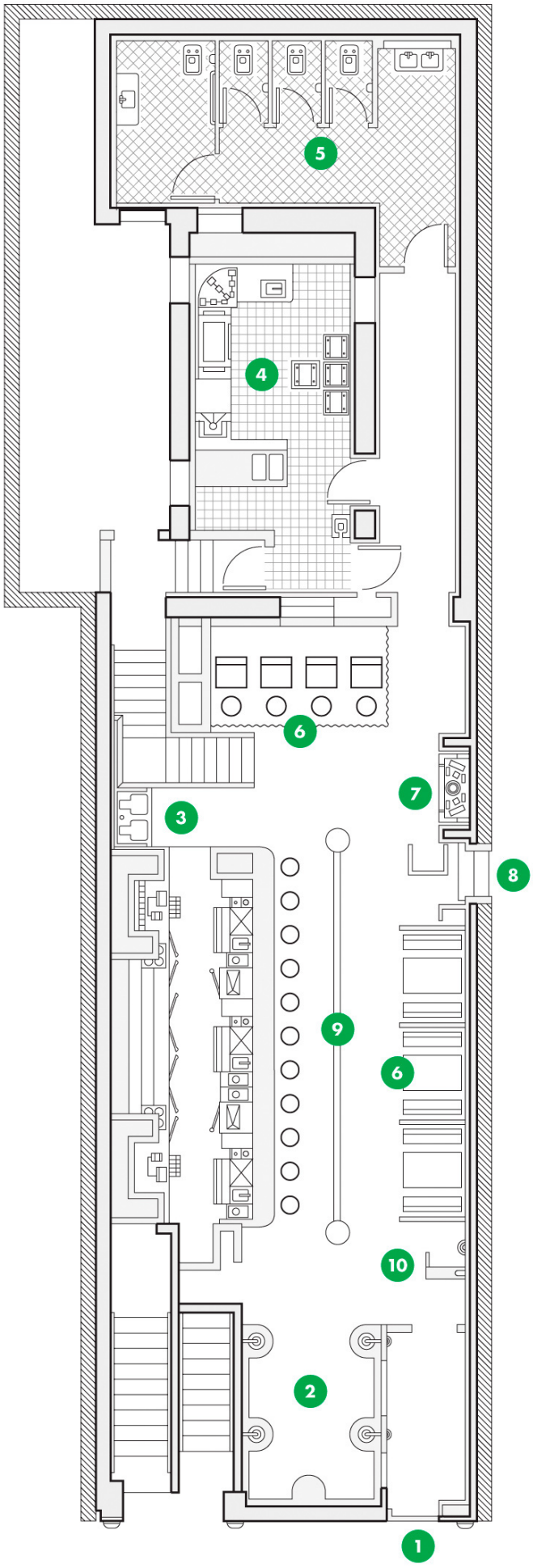
Другой пример, иллюстрирующий тезис Миса ван дер Роэ, — *Dead Rabbit Grocery and Grog* в финансовом районе Лоуэр-Манхэттена. Это историческое здание 1828 года, где на первом этаже размещён паб, подающий пинты пива и сытную еду в зале, стилизованном под вековую давность — с фотографиями Белфаста под потолком и опилками на полу. Основатели Джек МакГарри и Шон Мулдун, ранее работавшие в отмеченном наградами *Merchant Hotel* в Белфасте, открыли на втором этаже амбициозный коктейльный бар, а на третьем — пространство для мероприятий, выполняющее также функции академии

ирландского виски. Все три зоны отражают происхождение и увлечения владельцев и соответствуют запросам местной публики. Заведение находится всего в полумили от прежней территории ирландско-американской банды *Dead Rabbit*, чья жёсткость и решимость вдохновили основателей и дали название концепции.



NoMad Bar и Library | Нью-Йорк, Нью-Йорк

Расположенный в самом центре Манхэттена, отель NoMad удачно сочетает в себе роскошь аптауна и стиль даунтауна — это отражается как в барах, так и в ресторанах. Величественная библиотека, украшенная полками с книгами, которые гости могут читать или взять с собой в номер, идеально подходит для встреч и камерных мероприятий. За занавешенным проходом из библиотеки открываются более оживлённые зоны для еды и напитков — клубный *Elephant Bar* и театральный двухуровневый *NoMad Bar* (представленный на плане этажа), украшенный десятками современных фотографий окрестностей, сделанных Маккензи Канлисом. Залы *Parlour, Atrium* и второй этаж *NoMad Bar* предназначены для гостей ресторана.


5
4
6
7
3
8
9
6
10
2
1

ПЛАН ЭТАЖА NOMAD

- Вход с 28-й улицы расположен за углом от лобби отеля NoMad на 6-й авеню.
- Зона для гостей без посадочных мест с пятью компактными 42-дюймовыми высокими столами для коктейлей и закусок.
- Станция обслуживания под лестницей на второй этаж с отличным обзором на столики.
- Кухня с подачей блюд обслуживает основной зал *NoMad Bar* и обеденный зал на втором этаже.
- Четыре гендерно-нейтральные кабинки с общей пудреницей.
- Кабинки и банкетки размещены на приподнятой платформе для улучшенного обзора.
- Закрытый шкаф с редкими бутылками, подающимися порционно или используемыми в коктейлях из специального меню.
- Проход к *Elephant Bar*, *Library*, *Parlour* и *Atrium* отеля *NoMad*.
- Барная стойка для стоящих гостей освобождает проход для официантов и сохраняет приватность в кабинках.
- Стойка хостес, где принимают и размещают до 78 гостей по принципу живой очереди, и ещё до 65 гостей могут находиться в стоячей зоне.

БРЕНДИНГ

Многие владельцы баров и ресторанов не осознают, что их заведение — это не просто концепция еды и напитков в определённой локации, а бренд. Даже если вы не собираетесь открывать дополнительные точки, выпускать мерч, писать книгу или лицензировать линейку продуктов, стоит оставить такую возможность открытой — выберите уникальное название, которое легко произносится и пишется на других языках и для которого свободны домен и аккаунты в соцсетях. Оплатите домен, даже если пока не планируете им пользоваться. Не стоит надеяться, что, скажем, кафе в Китае с таким же названием согласится его вам уступить. Мы живём в глобальной экономике.



Концепция бизнеса должна отвечать нуждам местного сообщества, но если вы хотите превратить её в бренд, она должна выходить за пределы изначального контекста. *NoMad,* например, назван в честь своего района (*North of Madison Square Park*), что затрудняет его перенос в другую локацию. В то же время, *Dead Rabbit* не вызывает у большинства ассоциаций с местом, несмотря на то что одноимённая банда действовала именно там. Идеально, если название вызывает универсально положительную реакцию. До открытия *Dead Rabbit* организация PETA подвергла критике логотип с изображением мёртвой кролика, опубликовав его в соцсетях.

Многие бары и рестораны называют в честь владельцев — это приемлемо, если они будут присутствовать каждый день. В противном случае такое решение может вызвать трудности. Мой подход к выбору названия начинается с составления списка баров и ресторанов, которые меня вдохновляют, а затем я расширяю его, включая автомобильные бренды, спортивные команды, модные дома и техкомпании — анализируя, что именно в них меня привлекает.

Название нового заведения должно намекать на концепцию, но не раскрывать её полностью. Понять, что вы движетесь в верном направлении, можно по реакции коллег — если они воодушевлены, значит, вы на правильном пути.

Отличительный логотип — неотъемлемая часть превращения бизнеса в бренд. Как только вы выберете название, выделите в стартовом бюджете средства на дизайнера или брендинговое агентство, которое поможет подобрать шрифты, цветовую гамму и

иконографику, визуально воплощающую концепцию. Как говорил дизайнер легендарных логотипов для компаний Bell, AT&T, Minolta и Girl Scouts, Сол Басс: «Символизируй и резюмируй».

Логотип и фирменный шрифт должны быть адаптированы под визитки, папки для счётов, меню и канцелярские принадлежности для открытия, и быть достаточно запоминающимися, чтобы подойти для мерча — даже если вы не планируете его выпускать. Вам не обязательно делать татуировку с логотипом, как это сделал Джек МакГарри перед открытием *Dead Rabbit*, но он должен быть стильным, самобытным и таким, который другие захотят нанести на кожу.



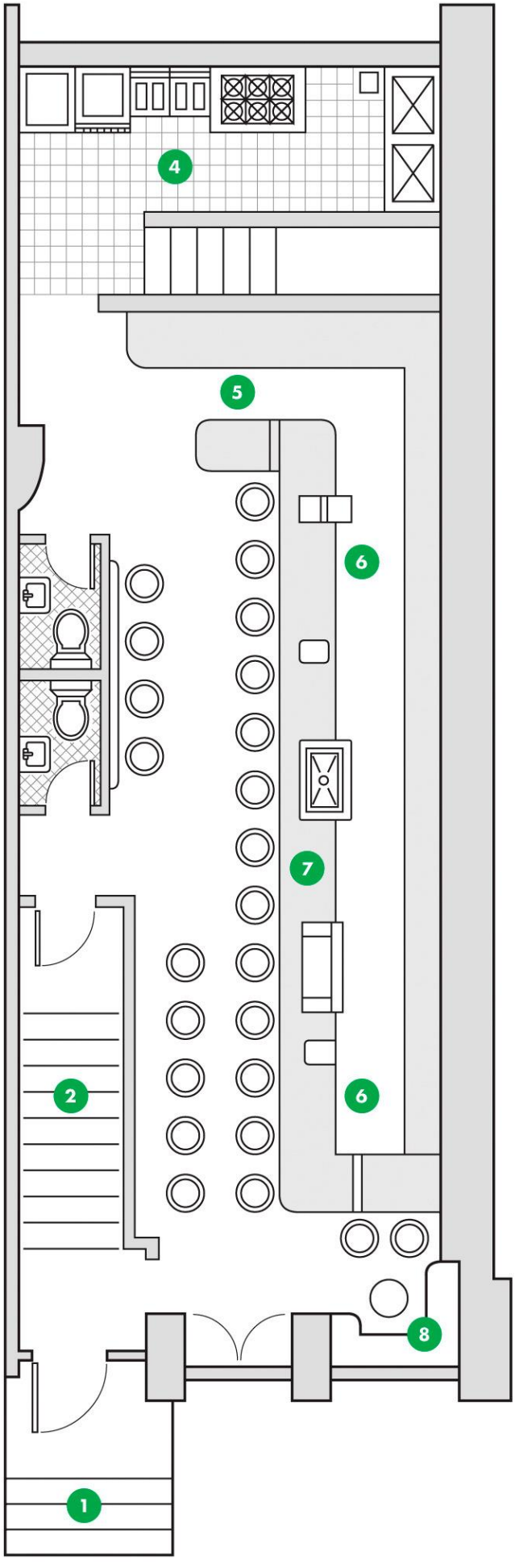
Логотип можно нанести на подставки под напитки, бокалы, мешалки, спички, открытки, мятные конфеты, зубочистки — или даже на «рыбку-гадалку». Но подумайте шире, чем стандартная барная атрибутика. Возможно, вы пока не осознаёте это, но такие исторические напитки, как *Pimm's №1 Cup* и биттер *Peychaud's*, получили свои названия в честь заведений, где они подавались: устерию и аптеку соответственно. Эти продукты стали настолько известными и уважаемыми, что потребители хотели унести их с собой и просили подавать в других заведениях — что те охотно делали, как только напитки стали доступны на рынке. *McSorley's Old Ale House* в Нью-Йорке знаменит тем, что подаёт только два вида пива — *McSorley's Irish Pale Ale* и *McSorley's Black Lager*, которые разливаются, упаковываются и распространяются компанией *Pabst*. Сам паб, возможно, просуществует вечно, а вот от устерии и аптеки остались только *Pimm's* и *Peychaud's*.

Возможно, самое подходящее место для демонстрации брендинга — это вход в заведение. Вне барной сферы вспомните культовые арки *McDonald's*, русалку *Starbucks* и вывеску *7-Eleven* — они столь же узнаваемы, как и гамбургеры, кофе или слёрпи, а то и более. Я десять лет управлял баром без вывески — даже без таблички — и могу с уверенностью сказать: эффектный вход и выход имеют колоссальное значение. Каким бы китчевым и абсурдным ни казался вход в бар через телефонную будку внутри хот-договой, именно это поддерживает постоянную заполненность *PDT*, куда люди с удовольствием приводят друзей, не подозревающих, что их ждёт.



The Dead Rabbit Taproom | Нью-Йорк, Нью-Йорк

Фотографии, прикреплённые к балкам потолка первого этажа *Taproom*, были предоставлены журналом из Белфаста — родного города владельцев заведения. Бар расположен в здании с двухсотлетней историей. Чтобы максимально эффективно использовать пространство узкой прямоугольной комнаты, вдоль всего помещения протянута барная стойка длиной 38 футов, за исключением угловой кабинки у входа, над которой висит портрет бармена Генри Безанта. Перегородка в середине зала визуально разделяет оживлённую переднюю часть и более спокойную заднюю, которая заканчивается низкой стойкой: здесь расположен «продуктовый магазин», где можно приобрести меню, фирменную продукцию и товары, такие как собственная коктейльная книга и купаж для Irish Coffee.


4
5
6
7
6
2
8
1

ПЛАН ЭТАЖА THE DEAD RABBIT TAPROOM

1. Вход с улицы Уотер: через небольшой внутренний дворик, затем вверх по трём ступеням и направо — в вестибюль.

2. Лестница на второй этаж ведёт в *Parlor Bar*, а на третий — в *Occasional Room*.

3. Два гендерно-нейтральных санузла.

4. Кухня обслуживает всё здание, используя подъёмный механизм (лифт для еды) для доставки блюд на каждый этаж.

5. Продуктовая зона включает кофейную станцию и место для DJ, который играет по выходным.

6. Две барные станции обслуживают меню из 18 коктейлей для максимум 60 гостей.

7. Станция бутилированного пунша хранит и охлаждает три вида пунша в наполненной льдом «раковине из Белфаста».

8. Стол на шесть персон в «Уголке Генри», украшенном традиционными ирландскими музыкальными инструментами.

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА

Прежде чем приступить к остальному, необходимо определить, сколько пространства потребуется для офиса управляющего, шкафчиков для персонала, хранения сухих и охлаждённых продуктов, зон подготовки и служебных помещений, включая кухню, бар и станции обслуживания. В городах с высокой арендной ставкой, таких как Нью-Йорк и Сан-Франциско, такие расчёты могут стать решающими между выходом на самоокупаемость и закрытием бизнеса, поэтому их следует проводить совместно с архитектором и подрядчиком (которые подскажут оптимальное расположение сантехники, электрики и вентиляции), а также с ключевыми сотрудниками — шеф-поваром, старшим барменом и управляющим, которые внесут предложения относительно эффективной организации сервиса.

Идеально, если фронтальная часть помещения рядом с окнами отведена под бар или обеденный зал, с предусмотренными обзорными линиями и сочетанием уединённых уголков и открытых пространств для более общительных гостей. Санузлы обычно размещают вне поля зрения — в углу, в задней части зала или в подвале, наряду с зонами хранения, шкафчиками, офисами и помещениями для подготовки. Бар и стойка хоста — у входа, а кухня — в тыльной части ресторана, рядом с черным входом, используемым для прохода персонала и приёма поставок. Если помещение имеет пространственные ограничения — центральные колонны, удалённые туалеты или угловые зоны с панорамным остеклением — потребуется творческий подход к организации пространства.

Архитектор и дизайнер Чарльз Имз определял дизайн как «план по организации элементов, наилучшим образом способствующий достижению определённой цели». В этом смысле дизайн близок к организации сервиса: поведение гостей зачастую формируется примером персонала. Оператор бара или ресторана, мыслящий как Имз, формирует видение желаемого гостевого опыта и соответственно проектирует, строит и оформляет пространство. Как и великие менеджеры, незаметные до момента возникновения проблемы, так и функциональные элементы дизайна, например, скруглённые бортики барной стойки, обычно остаются вне поля зрения, пока не спасут от капель на одежде при случайном проливании напитка.

Люди приходят в бары и рестораны, чтобы быть среди других — иначе они остались бы дома. Поэтому видимость и обзоры — один из важнейших аспектов архитектуры. Всё начинается с фасада: прохожие, увидев гостей за столиками, заинтересовываются и заходят внутрь. Те, кто не готов к полноценному ужину, могут заглянуть в бар для знакомства с атмосферой.

Поскольку большинство барных стоек прямые и вытянутые (в силу технической необходимости размещения оборудования), зеркала помогают посетителям осматривать зал, не разворачиваясь. Зал должен учитывать потребности как тех, кто ищет уединения, так и тех, кто пришёл за общением. Пустой бар — главная угроза атмосфере. Чтобы сохранить энергию зала, крупные бары и рестораны стоит делить на секции разного размера, которые можно закрывать (дверями, ставнями, зеленью) или открывать в зависимости от заполняемости и повода. Такие помещения можно сдавать в аренду под мероприятия, если есть необходимое оборудование и персонал, способный обслуживать их ненавязчиво. У некоторых операторов такие помещения имеют отдельные входы и туалеты, в то время как другие используют доступ из основного зала, чтобы сохранить общую энергетику.

Раньше гостей отводили от бара в скрытую обеденную зону, еду приносили из кухни за закрытыми дверьми. Постепенно пространство открылось — сегодня лучшие рестораны подают блюда прямо на барной стойке или в пределах кухни. Гости всё чаще интересуются процессами приготовления: сырные и коктейльные тележки, тележки для разделки мяса и рыбы, открытые винные станции с графинами привлекают внимание и вызывают интерес к заказу. Многие оценивают еду и напитки визуально, наблюдая за другими столами.

Расположение и размер столов — ещё один ключевой аспект, особенно в маленьких заведениях. Стол должен быть достаточно велик для посуды, напитков и декора, но не настолько, чтобы гости чувствовали себя отстранённо. Общие длинные столы снова в моде, однако практика посадки незнакомцев рядом друг с другом часто приводит к просьбам оставить промежутки, которые потом сложно заполнить. Лёгкие столики можно убрать или объединить в более крупные конфигурации, увеличивая гибкость посадки.

Если у гостей будет выбор, они предпочтут угловое место: оно позволяет быть ближе и наблюдать за залом. Увы, углов мало, а непривлекательные места всё же существуют. Пример предпринимателя Расмуса Ломбора из Lidkoeb показывает, как можно улучшить такие зоны: добавить арт-объекты, модернизировать освещение, улучшить акустику, приподнять платформу для обзора, или выделить официанта, обеспечив тем самым высокий уровень обслуживания. Как бармен «продаёт» напиток, так и хост «продаёт» столик — уверенность важна с момента входа гостей до посадки. Нерешительность вселяет сомнения даже в лучшие места.

Нехватка внимания к дизайну также ведёт к переизбытку персонала. Отсутствие поблизости станций хранения салфеток, посуды и терминалов заставляет официантов покидать свой участок, а каждый дополнительный шаг — это потеря времени, дохода и качества обслуживания. Продуманное размещение таких станций в пределах обзора и доступа позволяет официантам оставаться на месте, повышая выручку и чаевые, а также улучшая гостевой опыт.

Санузел — микромир, отражающий общее отношение заведения к деталям. Энергоэффективные унитазы и сушилки, например компактная Dyson Airblade, экономят средства и ресурсы. Освещение должно позволять нанести макияж или поправить линзы. Рекомендуется предусмотреть по одному умывальнику на каждый туалет или писсуар. Музыка из основного зала часто транслируется и в санузел, но иногда используют альтернативу — например, записи стендапа. Газеты или карикатуры, крючки для одежды, полка для напитка, большое зеркало — всё это улучшает впечатление. И, конечно, не стоит экономить на мыле.

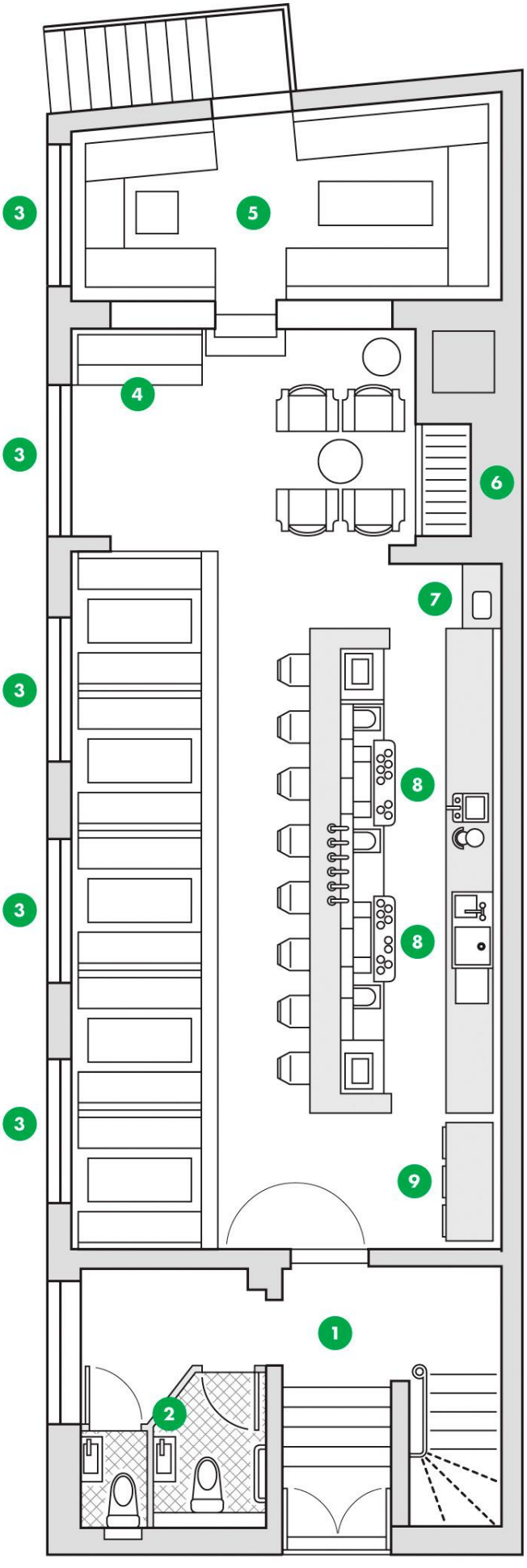


РАСМУС ЛОМБОРГ
Оператор бара
О ЦЕЛЕУСТРЕМЛЁННОСТИ

«Я никогда не думал о том, что нужно быть целеустремлённым. Я просто хотел открывать бары, в которых сам бы хотел сидеть у стойки и чтобы меня обслуживал бармен. Я не считаю целеустремлённостью стремление добиться того, чего уже добились другие. Для меня это нечто совсем другое. Это очень личное. Это не связано с другими людьми. Это взгляд внутрь себя и размышления о том, чего жаждешь именно ты, а не о том, чего хотят все остальные. Думаю, именно тогда это становится по-настоящему хорошим, потому что тогда это искренне и по-настоящему. Это действительно работает для меня».



Lidkoeb | Копенгаген, Дания
Трёхэтажное здание, в котором расположен Lidkoeb (произносится как «Лил-коб»), было построено в 1805 году и ранее использовалось как химическая лаборатория. Огромные чугунные окна и белые стены усиливают естественный солнечный свет, струящийся с внутреннего двора в дневное время, создавая уютную атмосферу при дневном освещении. Кабинки напротив бара приподняты на платформе, чтобы сохранить гостям обзор барменов и свести к минимуму помехи от стоящих сзади посетителей. Места у камина и пианино побуждают гостей пройти в заднюю комнату, где два больших бокса вмещают компании от десяти до пятнадцати человек.


3
5
4
3
6
7
3
8
8
3
3
9
1
2

1. **ПЛАН ПОМЕЩЕНИЯ LIDKOEB**
   Вход через вестибюль, справа лестница в лаунж на втором этаже
2. Две гендерно-нейтральные ванные комнаты

3. Пять семифутовых оконных проёмов с чугунными рамами, открывающих панорамный вид на внутренний двор

4. Пианино Newman Brothers XIX века для выступлений музыкантов

5. Задняя комната с низкими стенами на приподнятой платформе, с возможностью разместить компании по десять и более человек с каждой стороны

6. Камин для дровяного отопления в зимний период

7. Центрально расположенный сервисный пост с отличным обзором на столы

8. Две барные станции для приготовления меню из 15 коктейлей на группу до 60 гостей

9. Деревянный винтажный холодильник размером 6 на 7 футов для демонстрации шампанского и других вин

ДЕКОР

Когда дизайнера Филиппа Старка попросили оправдать его скульптурную металлическую соковыжималку — устройство на трёх длинных, паукообразных ножках, которое охватывает стакан, как массажёр для головы, — он ответил: «Моя соковыжималка не для того, чтобы выжимать лимоны; она должна вызывать разговоры». Возможно, Старк немного шутит, ведь его соковыжималка вполне справляется и с тем, и с другим, но это поднимает важный вопрос о различии между эстетическим и функциональным дизайном. Форма всегда должна следовать за функцией, и именно в декоре дизайнеры могут проявить себя и вдохновить на тот самый диалог, о котором говорит Старк.

Тем не менее, не стоит стремиться полностью декорировать пространство до открытия. Сам по себе запуск ресторана — уже достаточно дорогое мероприятие, поэтому разумно оставить место для приобретения новых предметов искусства, светильников и декоративных элементов позже, когда в бюджете появятся свободные средства. Некоторые операторы выставляют произведения друзей или гостей, фотографии с знаменитостями или членами семьи, а также позволяют поставщикам предоставлять аккуратные рекламные материалы: зеркала, зонтики, ведра для льда.

Жесткие скамейки, неудобные стулья или шатающиеся барные табуреты — не лучший способ отблагодарить гостей за их потраченные деньги. Гостям должно быть комфортно, поэтому обеспечьте им сиденья с хорошей подушкой и поддержкой спины, чтобы они могли расслабиться. Качественная мебель дорога, но, в отличие от лепнины, техники и встроенных элементов, в случае неудачи её можно перевезти в новое заведение или продать.

Винил быстро изнашивается и рвётся, тогда как кожа с возрастом лишь благородно стареет, устойчива к пятнам и влаге. В помещениях с твёрдыми поверхностями — кафельными полами, жестяными потолками и кирпичными стенами — мягкая обивка служит звукоизолятором и удобнее голого дерева. Стулья должны быть достаточно тяжёлыми, чтобы не опрокидываться, если гость, повесив сумку на спинку, встанет.

Тарелки, бокалы, столовые приборы и сервировка должны соответствовать уровню цен на еду и напитки. Это холст, на котором работают бармены и шеф-повара, но помните: такие вещи бьются, поэтому убедитесь, что их не слишком дорого заменить. Лен и скатерти раньше считались обязательными для высоких стандартов, но их дороговизна и вред для окружающей среды способствовали переходу к открытым деревянным столам с аккуратными подставками. Тканевые салфетки предпочтительнее бумажных, которые сползают с колен или скапливаются на столе в неопрятные комки.

То, как выглядит ваш персонал — в униформе или по личному выбору — отражает атмосферу заведения так же, как флаг — страну, а форма — команду. Дизайнер Nike Джон Хоук говорит: «Мы разрабатываем униформы, которые выглядят и ощущаются великолепно, и это не просто экипировка — это символ, олицетворяющий характер, личность и цели команды». Надевание униформы должно превращать сотрудника в исполнителя, готового к своему выступлению.

Хорошо одетый персонал действует, как сплочённая команда, что чувствуется и ценится гостями. Хотя униформу трудно подобрать по размеру и она дорога в пошиве, она помогает отличить сотрудников от гостей. Формальные бары, рестораны и клубы должны предоставлять сотрудникам костюмы, а для более непринуждённых заведений достаточно футболки и бейсболки. Учитывая износ одежды в барной работе, предоставление

фартуков или униформы и компенсация химчистки должны быть отраслевым стандартом, как это практиковалось в Gramercy Tavern.

Некоторые из моих самых запоминающихся ужинов прошли в ресторанах при фермах, таких как Blue Hill Stone Barns в Нью-Йорке, Faviken в Швеции и Ballymaloe в Ирландии, где всё, включая цветы и растения для декора, поступало с собственного участка. Несмотря на мои скромные садоводческие способности, я не могу переоценить влияние зелени на гостей и персонал. Я работал в ресторане Five Points (ныне Vic’s), где знаменитый флорист Престон Бэйли создавал цветочные композиции, и в Gramercy Tavern, где Роберта Бендавид ухаживала за клумбами, как за садом. Растения — это один из лучших способов связать интерьер с сезоном, и гости это обожают. По моему мнению, единственный запах, допустимый в зале помимо аромата еды и напитков, — это аромат свежих цветов.

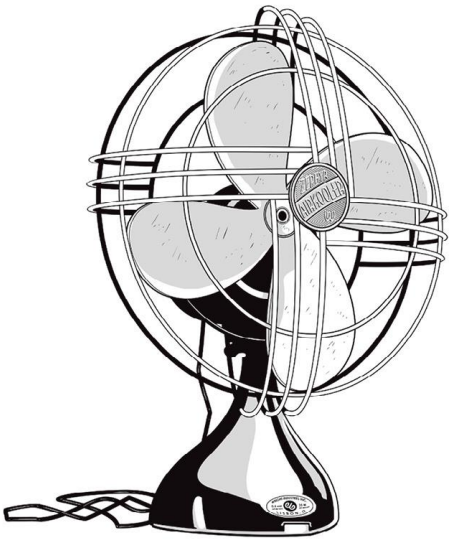


ГАРРЕТТ ОЛИВЕР
Пивовар
О ВНЕШНЕМ ВИДЕ

«Когда меня спрашивают, почему я всегда наряжен, я отвечаю, что однажды встретил Анджело Гайя — в те времена, когда ещё не существовало вин за 200 долларов, а вина Анджело уже стоили 200. Ему тогда было около семидесяти, он был в костюме из акульей кожи, с гривой седых волос — выглядел как лев. И кто-то спросил его: “Анджело, вы всегда так элегантны: почему вы так одеваетесь?” Он ответил: “Ну, если вы хотите, чтобы ваши вина казались вкусными, возможно, стоит выглядеть так же вкусно.” Какой красавец! Обожаю этого парня.»

СРЕДА

В хорошо спроектированном баре или ресторане температура воздуха не должна ощущаться. Но это непростая задача — поддерживать комфортную температуру, когда входная дверь открывается и закрывается всю ночь, а в кухне работает мощная система вентиляции. Особенно трудно, если в кухне есть дровяные печи или грили, а также множество компрессоров, питающих холодильники и морозильники. Лучшие решения — это свежий воздух, потолочные вентиляторы или кондиционирование (через воздуховоды или настенные блоки с возможностью ручной настройки, чтобы в помещении было прохладно, но не холодно). Архитекторы, работающие по стандарту LEED, и грамотные подрядчики могут сэкономить средства владельца, направив тепло и горячую воду на обогрев здания зимой, а также установив правильную теплоизоляцию, окна и вестибюль с продуманной циркуляцией воздуха.



Освещение — ещё один ключевой элемент дизайна бара и ресторана: в дневное время необходимо блокировать солнечные блики, а вечером обеспечить как фоновое, так и рабочее освещение. В зависимости от ориентации фасада и стилистики заведения используют жалюзи, шторы, занавеси и внешние зонты для затемнения и охлаждения помещения. Естественный свет можно направить через световые люки в низких крышах; вечером его нужно дополнять и заменять тёплым светом сверху, снизу и по бокам.

Прожекторы следует настраивать так, чтобы они подсвечивали произведения искусства, еду и напитки на столе, а также облегчали чтение меню. Остальное пространство должно освещаться смесью тёплого света — бра, торшерами и потолочными светильниками, — которые подчёркивают тон кожи гостей и могут регулироваться по яркости, в идеале — с помощью сценария, настроенного дизайнером освещения. Освещение должно позволять гостям делать аппетитные фотографии еды, напитков и друг друга без использования вспышки.



Разнообразие, жанр и стиль музыки — дело вкуса, но они должны отражать концепцию заведения и учитывать предпочтения гостей. Подходите к музыкальному оформлению с тем же вниманием, что и к меню. Иными словами, доверьте это человеку — в идеале диджею или осведомлённому сотруднику, — а не стриминговому сервису. Громкость и темп музыки должны меняться в течение вечера, отражая ритм обслуживания по мере наполнения и опустения зала. Акустический инженер должен установить систему правильно: подобрать колонки и расположить их так, чтобы музыка окутывала гостей звуковой вуалью, обеспечивая приватность разговора, не вынуждая при этом шептать в пустом зале или кричать в переполненном. Добавление акустических панелей на твёрдые стены значительно улучшает слышимость как музыки, так и речи.



Технологии меняют наш образ жизни и способы ведения бизнеса, и их следует продуманно внедрять в барах и ресторанах. Раньше я считал Wi-Fi необходимостью лишь для кофеен в формате читального зала, но теперь понимаю, что он нужен и иностранным гостям — сам я благодарен за него во время поездок. Камеры видеонаблюдения, которые я поначалу воспринимал как знак недоверия владельца, на деле могут защитить барменов от ложных обвинений в краже и помочь гостям, ставшим жертвами преступления, — теперь я не представляю себе работу без них.



ДЭНИЕЛ КРИГЕР
Фотограф
О СВЕТЕ
«Меня вдохновляет свет. Меня вдохновляет смотреть на свет. Думать о свете. Когда я вижу действительно красивый свет, меня тут же к нему тянет. Это может быть даже приглушённое освещение в баре, хотя оно не всегда подходит для фотографии. Но иногда оно идеально подходит для того, чтобы насладиться атмосферой».

ФИЗИЧЕСКАЯ КОНСТРУКЦИЯ БАРА

Физическую конструкцию бара следует рассматривать как с эстетической, так и с функциональной точки зрения, принимая во внимание, как с ней взаимодействуют и гости, и бармены. Цель — найти оптимальный баланс, который будет успешным в обоих аспектах без дорогостоящих уступок.

Возьмем, к примеру, бар NoMad. Под и позади величественной махагониевой стойки и перед подсвеченными полками, демонстрирующими спиртные напитки на тысячи долларов, скрыты от глаз гостей сервисные станции, холодильники и оборудование. Неважно, сколько вы потратите на фасад своей алкогольной «святыни» — если вы не инвестируете в функциональность рабочих мест и качество оборудования для барменов, вы никогда не окупите вложения. Так же как бармены должны сначала обслуживать гостевую зону и двигаться к своей станции, архитекторы и дизайнеры должны проектировать бар, исходя из того, что необходимо подавать изнутри наружу. Рассмотрим все элементы, способствующие оптимальной функциональности.

Барная столешница должна быть достаточно широкой, чтобы вместить все тарелки, бокалы, приправы и столовые приборы, необходимые гостю — включая скругленный бортик, на который гости могут опереться локтем и который предотвращает пролив напитков за пределы бара, и каплесборник из нержавеющей стали, который должен быть достаточно широким (не менее 20 см), чтобы можно было собирать коктейли, устанавливая меньшую часть шейкера перед большей.

Столешницы шириной более 96 см (включая каплесборник и бортик) затрудняют работу барменов ниже 180 см и мешают вести интимный диалог с гостями. Столешницы менее 81 см (включая каплесборник и бортик) слишком узки для полноценной сервировки, если подаётся еда, — такую ширину стоит избегать.

Барная стойка должна быть достаточно мягкой, чтобы бокалы не разбивались при опрокидывании, но достаточно прочной, чтобы на неё можно было встать при необходимости, поэтому большинство стоек делают из дерева. Во многих барах биттеры, сиропы, абсентовые фонтаны и инструменты хранятся на каплесборнике, где ингредиенты коктейлей могут расползаться из-за нехватки места под стойкой. Хотя это обеспечивает барменам удобный доступ к ингредиентам и является поводом для беседы с гостями, такое размещение мешает сервировке, блокирует обзор и затрудняет не связанное с коктейлями общение, поэтому я не рекомендую такой подход.

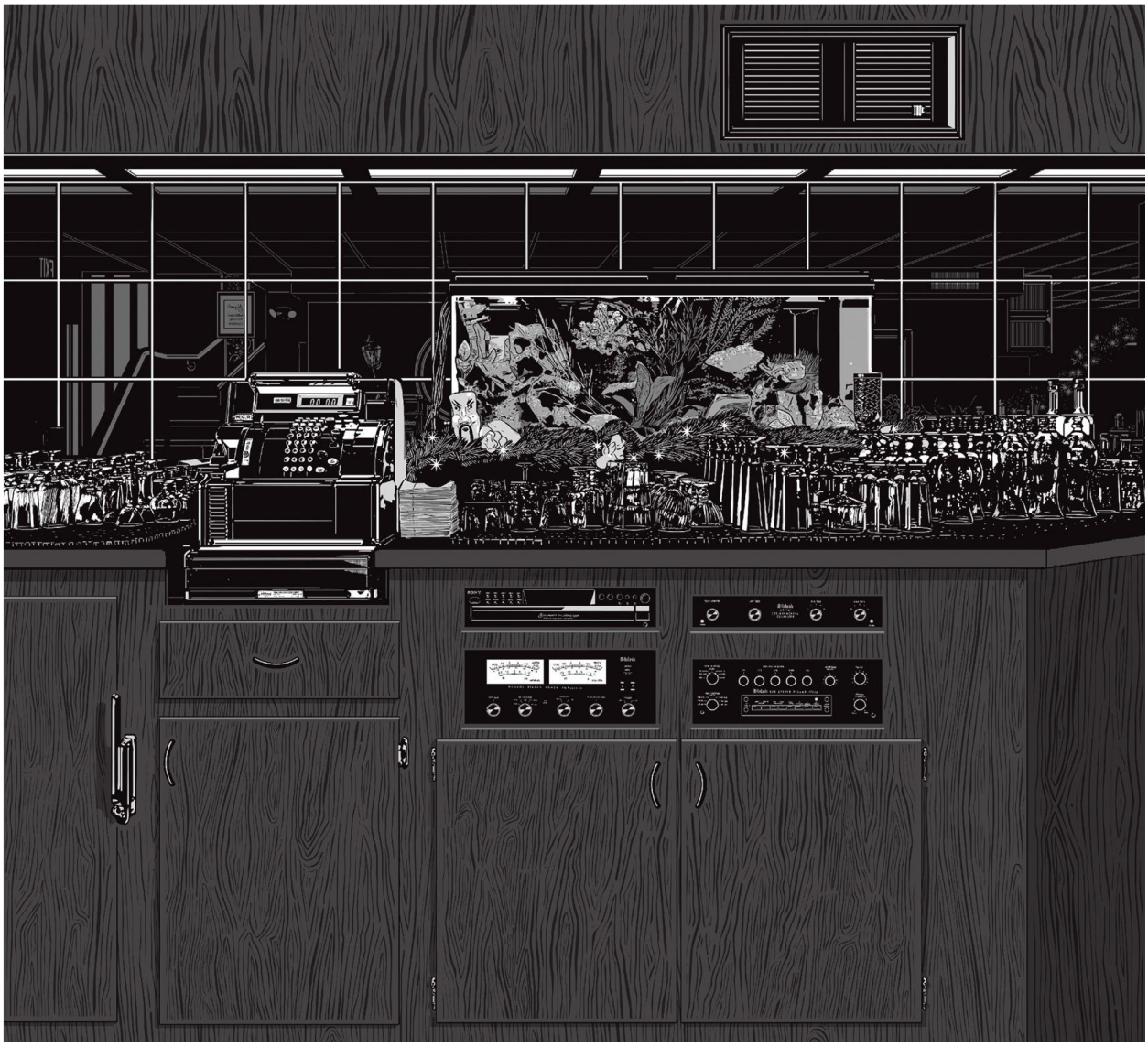
В зависимости от высоты барных стульев бар должен быть примерно 107 см высотой — на уровне талии стоящего гостя ростом от 175 до 188 см. Столешница должна выступать на 30–38 см от стены бара, чтобы у сидящих гостей было достаточно места для ног на стульях высотой от 61 до 81 см с подушкой не менее 30 см и перекладиной не менее чем в 46 см под сиденьем для опоры ног.

Крючки для одежды размещаются между стульями, в зоне, где у сидящего сгибаются колени, чтобы гости не ударялись о них при посадке. По периметру нижней части бара традиционно монтируется подставка для ног на высоте 15–20 см, чтобы стоящие гости могли на неё опираться. Архитектурные элементы внешней стены бара могут быть подсвечены мягкой лентой, встроенной в столешницу над розетками для зарядки телефонов и других устройств.

С обратной стороны стойки столешница должна выступать как минимум на 33 см, чтобы можно было утопить льдогенераторы и оборудование. Стандартный льдогенератор шириной 45 см и полки под бутылки, добавляющие 13–25 см (в зависимости от количества), — утопленное размещение увеличивает досягаемость бармена.

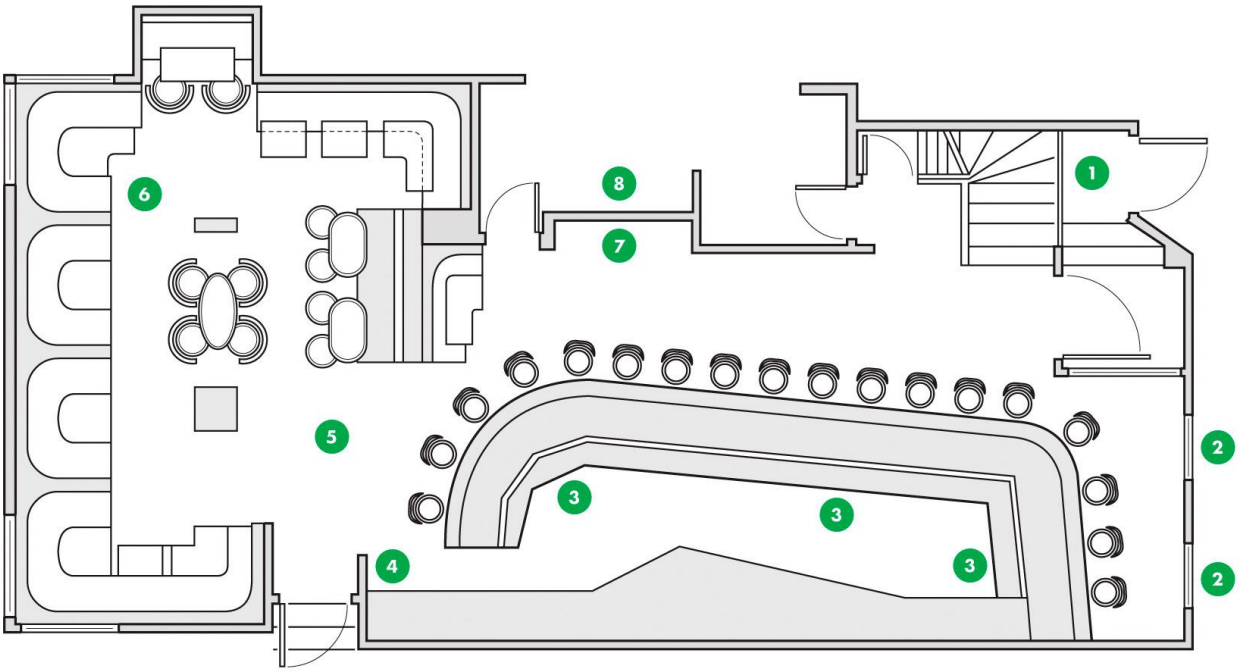
Льдогенератор должен быть установлен на высоте не менее 76 см; 25 см под столешницей (чтобы было удобно черпать), чтобы бармен не наклонялся чрезмерно при извлечении льда из 45-сантиметрового по глубине контейнера с перегородками для хранения разных видов льда и встроенными колодцами для охлаждения соков.

Под столешницей должен быть установлен светильник на диммере, чтобы бармены могли видеть, что находится внизу, и содержать свои станции в чистоте. Вся задняя стенка и пол должны быть облицованы плиткой или покрыты нержавеющей сталью для защиты от влаги и облегчения уборки. Резиновые коврики могут быть уложены поверх плитки для уменьшения нагрузки на ноги и спины сотрудников и для предотвращения скольжения, проливов и разбития стекла во время обслуживания.



Bryant’s Cocktail Lounge | Милуоки, Висконсин

Первый этаж этого двухэтажного лаунджа включает хорошо оборудованный бар, спроектированный с участием самих барменов после пожара, повредившего интерьер в 1971 году. Его плавно изогнутая форма обеспечивает гостям идеальный обзор на процесс приготовления напитков и на других посетителей, наслаждающихся ими. Вместо бутылок и сопутствующих товаров задняя стенка бара оформлена стеклянной посудой, двумя позолоченными антикварными кассовыми аппаратами National, 208-литровым пресноводным аквариумом и стереосистемой McIntosh 1970-х годов. Более двухсот бутылок хранятся под стойкой в индивидуальной трехуровневой системе, протянутой вдоль всего бара. Зоны с лаундж-сиденьями разбиты на отсеки, благодаря чему бар всегда кажется заполненным, даже если кабинки остаются пустыми.



План помещения Bryant’s

1. Вход через вестибюль, справа — лестница на второй этаж с дополнительными зонами для сидения.

2. Окна с жалюзи обеспечивают естественное освещение днем и приватность для гостей бара.

3. Три барные станции позволяют готовить коктейли для до 70 гостей, размещенных по всему лаунжу.

4. Центрально расположенный сервисный узел включает раковину, холодильное оборудование и доступ к кассовому аппарату.

5. Ковровое покрытие усиливает атмосферу лаунжа и гасит звуки, улучшая акустику.

6. Изогнутые кабинки с множеством угловых мест создают приватность и открывают панорамный обзор зала.

7. Вешалка для объемной верхней одежды и пальто.

8. Два санузла, подходящих для любого пола.

Оборудование бара должно быть сконфигурировано по аналогии с кабиной пилота, где всё необходимое находится на расстоянии вытянутой руки. Каждый лёдник должен содержать достаточно льда каждого типа для двух часов работы. В спид-реке должно быть место для всех бутылок, необходимых для приготовления коктейлей из меню, а также для ёмкости с водой для хранения ложек и стрейнеров, урны и контейнера для переработки, размещённых под стойкой, раковины с подключением для шланга (для растапливания льда в конце смены) и распылителя для ополаскивания шейкеров и смесительных стаканов между приготовлениями. Рядом должны находиться раковина для мытья рук с мылом, посудомоечная машина, охладители бокалов на каждую станцию и башня с кранами для пива — всё в зоне быстрой доступности для нескольких барменов.



Изогнутые и подковообразные барные стойки способствуют большему взаимодействию между гостями, однако требуют тщательной индивидуальной настройки из нержавеющей стали, чтобы скрыть под ними рабочие зоны и оборудование, минимизируя расстояние между барменом и краем стойки.

Задняя стенка бара должна находиться в 100–125 см от внутреннего края барной стойки — этого достаточно, чтобы барбэк мог пройти за работающим барменом для пополнения запасов, но не настолько, чтобы бармену приходилось делать более одного шага для того, чтобы взять бутылку с полки, ввести заказ в POS-терминал или выдать сдачу. Как и в других точках розничной торговли, ценная зона (задняя барная стенка) должна быть отведена под демонстрацию продуктов. Это означает, что стеклянная посуда должна храниться ниже уровня стойки в охладителях, рядом с рабочими зонами бармена, или в холодильниках и морозильных камерах под задней стенкой бара. Установите специальную мебель в чистом, сухом и скрытом от глаз месте для хранения фарфора, столовых приборов, запасных спиртных напитков, барных полотенец, салфеток, трубочек, шпажек и других расходников.

Подстольные холодильники для вина и пива должны иметь стеклянные двери, чтобы гости могли видеть ассортимент перед тем, как сделать заказ.

Помимо **POS-терминала** (в идеале — по одному на бармена), утопленного в стойку так, чтобы экран был направлен к потолку, необходимо предусмотреть место для баночки для

чаевых, хранения счётных папок и офисных принадлежностей. Поверхность стойки и шкафы над ней можно использовать для демонстрации бутылок и нескольких оригинальных декоративных элементов. Над или под терминалом установите бесшумный термопринтер для печати чеков и (шумный) ударный принтер в сервисной зоне, чтобы бармен слышал поступающие заказы.

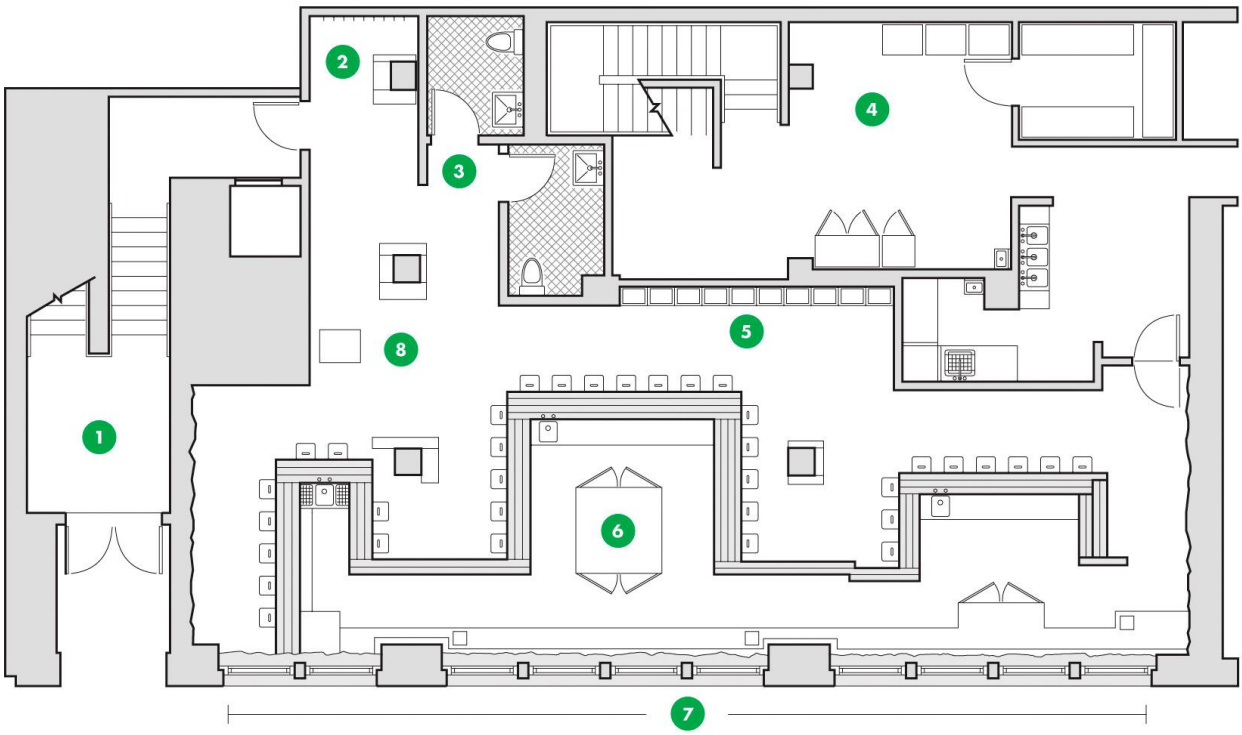
Большинство баров выставляют свои напитки на **многоуровневых подсвеченных полках**, расположенных так, чтобы часть этикетки каждой бутылки была видна сидящим гостям. В заведениях вроде Drink в Бостоне задняя барная стенка остаётся пустой: на каждой станции хранится от 30 до 40 бутылок, соки и креплёные вина размещаются в подстольных холодильниках, а расширенный ассортимент премиальных спиртных напитков хранится в центральных шкафах. Без визуального шума от бутылок в фокусе внимания остаются диалог с барменом и особенности дизайна помещения.



Джон Гертсен
Бармен
О ПРИРОДЕ
«Каждую секунду, когда я не думаю о том, как работает бар — как я могу его улучшить, как сделать его более эффективным — я воспринимаю окружающий мир. Повседневная жизнь должна влиять на наши решения как операторов и дизайнеров. Если я не наблюдаю, как растут листья на деревьях, как летают птицы, как выглядят цвета в аквариуме по сравнению с цветами на стене и как это меняет человеческое восприятие — я не смогу быть хорошим оператором».



Drink | Бостон, Массачусетс
Минималистичный дизайн архитекторов Шерил и Джеффри Кацев подчеркивает индустриальный характер здания в районе Форт-Пойнт — бывшего склада шерсти — за счёт сохранения массивных деревянных балок, оригинального каменно-кирпичного фундамента и бетонных опорных колонн. Бар из белого дуба с радиальным распилом зигзагообразно огибает две центральные колонны, образуя шесть углов с хорошим обзором на барменов, других гостей и сдержанно оформленную заднюю часть бара под рядом окон с видом на Конгресс-стрит. Бутылки, товары для продажи и кассовые аппараты не выставлены напоказ. Вдоль стены напротив бара расположен длинный стеклянный прилавок, в котором хранятся энтомологические коробки начала XX века, которые Кацы нашли после того, как узнали, что бармены используют кошениль в своих фирменных биттерах.



Drink: Планировка помещения

1. Вход с улицы через вестибюль с лестницей: налево — в *Sportello*, направо — вниз, в *Drink*
2. Вешалка для верхней одежды и громоздких вещей
3. Два санузла без гендерного разделения
4. Кухня для подготовки барных и ресторанных блюд, сухое хранение и мойка посуды
5. Стеклянная стойка для напитков стоящих гостей над антикварным энтомологическим шкафом
6. Центральный остров с травяным садом и бутылками с водой наверху; внизу — холодильник и морозильная камера
7. Десять окон вдоль задней стены, обеспечивающие естественное освещение и вид на Конгресс-стрит
8. Станция хостеса, где до 72 гостей принимаются и размещаются в порядке живой очереди

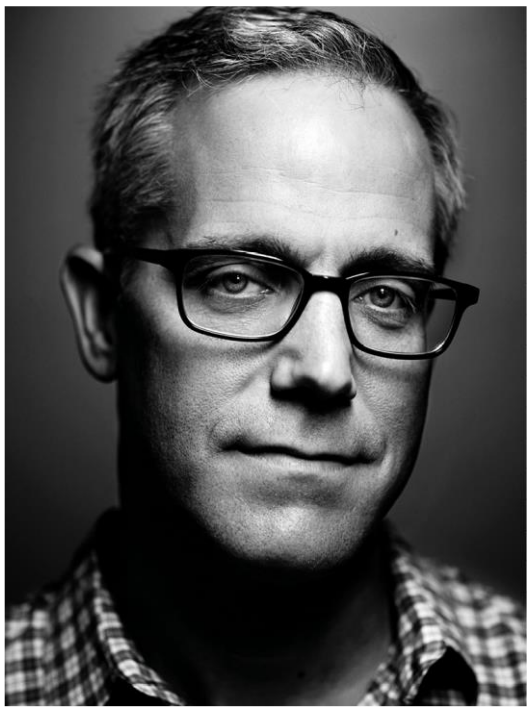
Для баров с амбициозной коктейльной программой необходима отдельная, выложенная плиткой и хорошо освещённая зона подготовки — отделённая от кухни, если в заведении также подают еду. Барный персонал здесь должен иметь возможность собирать лёд от трёх разных машин, выжимать сок, смешивать пюре, варить сиропы, настаивать настои, нарезать гарниры и т. д. Длинная и глубокая рабочая поверхность с множеством розеток будет необходима для оборудования: ротационного испарителя, иммерсионного циркулятора, дегидратора, центрифуги, а также стандартных машин — индукционной плиты, соковыжималки, экстрактора сока и промышленного блендера.

Эта зона должна быть рядом с холодильной камерой, морозильной камерой (где хранятся ледяные блоки) и кладовой для сухих ингредиентов (где хранятся специи). Глубокая двойная раковина из нержавеющей стали с ножной педалью и верхним распылителем, с обширным дренажным пространством с обеих сторон, позволит легко мыть, ополаскивать и сушить продукты и контейнеры.

Большинство баров хранят сухие ингредиенты, миксы, специи и расходные материалы на стеллажах из нержавеющей стали в кладовой, расположенной между зоной подготовки и запираемым складом алкоголя, который желательно размещать в самой прохладной части помещения или даже охлаждать, чтобы предотвратить порчу вин и вермутов. Дополнительная холодильная камера может понадобиться для хранения кегового пива, вин и бутилированной воды — в зависимости от объёма работы заведения. Идеально, если в хранилищах и зонах подготовки соблюдена логичная последовательность, чтобы было легко принимать поставки, размещать продукты, утилизировать упаковку и перемещать необходимые материалы на основной этаж.

Наконец, менеджерский офис (обязательно с возможностью закрытия на замок). Если он будет чересчур уютным, менеджеры будут проводить там слишком много времени в ущерб контролю на зале. Если офис неудобен и плохо оснащён, они станут работать вне бара, что сократит время для общения с персоналом.

Невозможно заранее предусмотреть всё, что потребуется гостям и команде, поэтому дизайн бара должен быть эволюционным и модульным. Независимо от выбранных материалов, зоны с высокой проходимостью (туалеты, полы, двери, стены, стулья и пр.) будут изнашиваться и потребуют ремонта или замены. Ремонт и улучшения следует планировать в периоды ежегодных профилактических закрытий. Энергоэффективные светильники, техника и текстиль дороже на этапе закупки, но сэкономят бизнесу тысячи долларов в будущем и помогут сохранить окружающую среду. Понимая, что концепция заведения всегда будет меняться, лучше проектировать бар с запасом на рост, чем тратить средства на интерьер, который невозможно будет адаптировать в будущем.



БО ХЭГУД

Мастер по мебели

О РАЗНИЦЕ МЕЖДУ ХОРОШИМ И ВЕЛИКОЛЕПНЫМ

«Когда вы составляете смету на строительство дома, многое сводится к деньгам. Поэтому я обычно говорю клиентам: разница между 90 и 100 процентами — это примерно 100 процентов. То есть, чтобы достичь этих дополнительных 10 процентов, потребуется в два раза больше времени, усилий, планирования и денег. Иными словами, разница между просто хорошим и по-настоящему выдающимся — колоссальна. Из всего населения страны только 1–2 процента готовы пойти на такие усилия или вообще замечают результат».

ДИЗАЙН ДОМАШНЕГО БАРА

Мои родители растили меня в доме моих бабушки и дедушки по материнской линии — просторном викторианском особняке в Ривер-Форест, штат Иллинойс. В подвале был оборудован мокрый бар с тремя раковинами, множеством полок для хранения бокалов и стойкой, за которой можно было играть. Дедушка работал в профсоюзе билетных кассиров, основанном его тестем, и за свою жизнь накопил сотни бутылок, подаренных благодарными клиентами. У бабушки по отцовской линии в подвале был еще более роскошный бар.

В то время эти бары казались мне вполне обыденными, но, оглядываясь назад, я понимаю, насколько они были необычны и как сильно повлияли на меня на подсознательном уровне. Учитывая растущий интерес к коктейлям сегодня, я уверен, что домашний бар готов к своему триумфальному возвращению в современные американские дома.

У типичного домашнего хозяина — по крайней мере до того момента, как его «заразит» коктейльная страсть — ингредиенты для коктейлей хранятся где-то на кухне: вино и фрукты в холодильнике, лёд в морозильнике, бокалы в шкафах над рабочей поверхностью, а пыльные бутылки с алкоголем — в труднодоступном шкафчике.

Те, кто пережил момент озарения — скорее всего, в баре или ресторане, где талантливый бармен подал коктейль из свежих ингредиентов и премиального алкоголя — могут в один миг превратиться в увлеченных энтузиастов, и эти бутылки мигом переедут на кухонную поверхность рядом с новыми приобретениями: специальными инструментами, бокалами и книгами с рецептами.

Когда кухня уже не справляется с таким наплывом бутылок и аксессуаров, логично искать другое место для домашнего бара. Перенести бар за пределы кухни — отличная идея: это избавляет от необходимости мыть посуду перед подачей напитков после ужина.

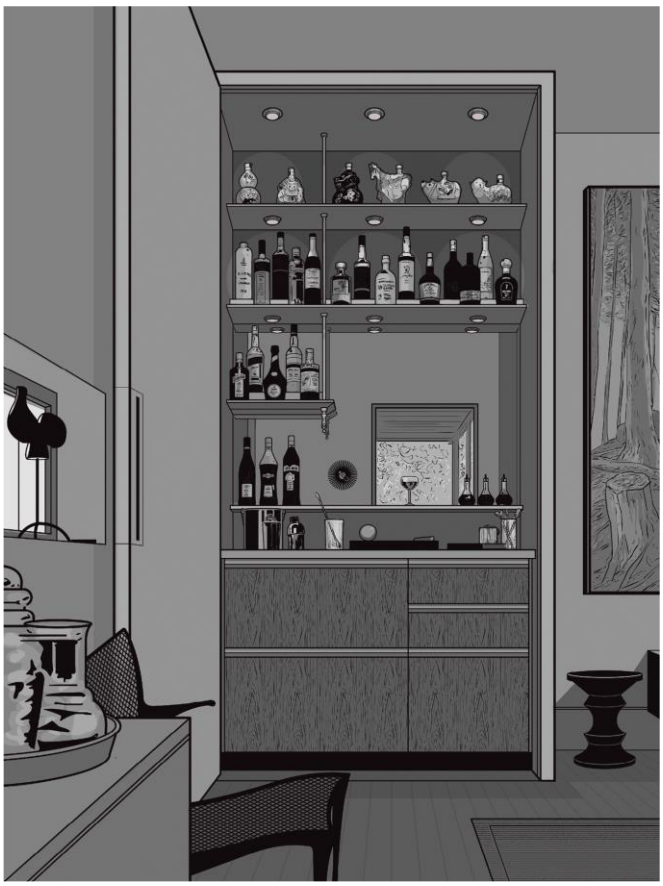
Буфеты и комоды рядом с обеденным столом — логичное решение, но отсутствие водоснабжения и охлаждения ограничивает ассортимент подаваемых напитков. Альтернативой может быть барная тележка — в отличие от комода, она элегантно объявляет о начале коктейльного часа. Тележку можно откатить в сторону после того, как напитки поданы, и хозяин сможет присоединиться к гостям.

Я сотрудничал с мастером по мебели Бо Хэгудом (см. эту страницу), чтобы создать индивидуальный домашний бар для председателя дизайнерского совета Nike Джона Хоука, расположенный в его гостиной. Мы стремились использовать принципы профессионального барного дизайна для создания конструкции, которая могла бы исчезать, как складная тележка. Бар размером с шкаф для верхней одежды скрывается за дверью от пола до потолка, которую можно открыть или закрыть в зависимости от потребностей семьи. Многоуровневые полки обеспечивают отличный обзор каждой бутылки, подсвеченной встроенными светильниками.

Встроенная мебель Бо скрывает холодильник/морозильник, в котором можно хранить бокалы, лёд и миксы. Как и в профессиональных барах, в баре Хоука есть зеркальный бэкбар (чтобы можно было наблюдать за гостями во время приготовления напитков), а также выдвижной поднос, с помощью которого можно подавать коктейли. Архитектурные детали, такие как латунная фурнитура, служащая одновременно выключателем подсветки, выполнены с таким же уровнем утончённости, что и мебель в стиле середины XX века, украшающая остальную часть гостиной.

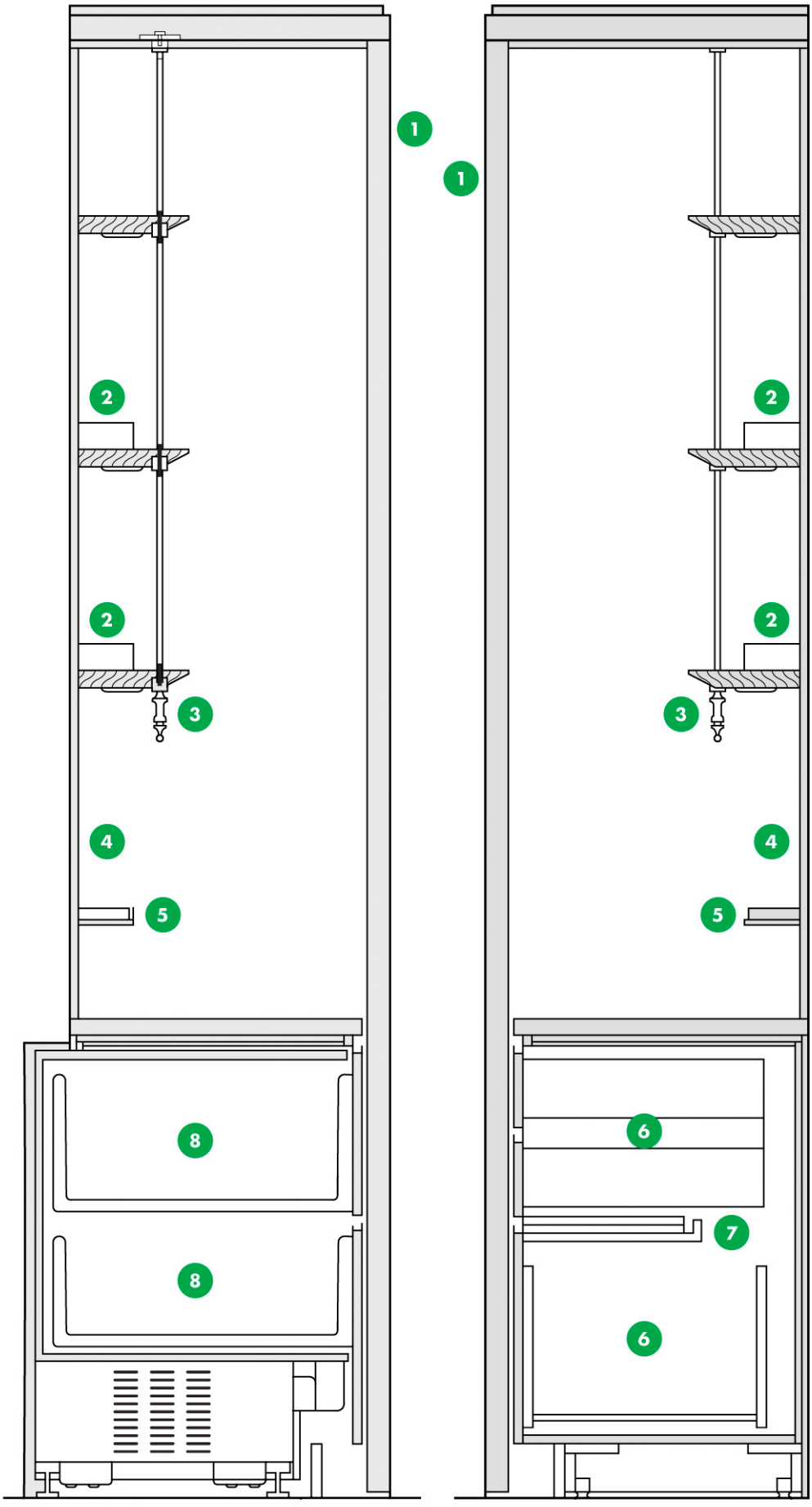
Чтобы обслужить более восьми гостей на коктейльном приёме, придётся либо заранее подготовить напитки в бутылках, либо быть профессиональным барменом с полноценным домашним баром, либо нанять профессионала с барной станцией. Меня не раз озадачивала ситуация, когда я подавал коктейли в арендованных бокалах с пластикового стола, накрытого грязной белой скатертью, в доме, чей винный погреб стоил больше, чем 16-этажное здание, в котором я жил.

Я считаю, что пришло время архитекторам и застройщикам, создающим современные элитные дома, начать выделять ресурсы на домашние бары так же, как они это делают для «шефских кухонь» и винных погребов. По мере того как появляется всё больше инструментов, помогающих потребителям углублять знания, культура коктейля снова расцветёт в домашних условиях, где хозяева смогут контролировать музыку, освещение, атмосферу, декор и меню — и наслаждаться ролью барменов, с гордостью принимающих своих гостей.



Домашний бар Хоуков | Портленд, Орегон

Этот домашний бар выполнен из материалов, традиционно используемых в коммерческих барах: латуни, ореха, камня и зеркального стекла. Простота, пропорции и проработка деталей гармонично сочетаются с современной архитектурой дома семьи Хоук, оформленного культовой мебелью середины XX века и современным искусством. Индивидуально изготовленные элементы включают вручную выточенный латунный навершие, выполняющее роль выключателя, перфорированный латунный поручень для напитков и спрятанный ореховый поднос для сервировки. Бар шириной 140 см и глубиной 56 см размещён в углу гостиной и может быть скрыт за большой белой дверью, позволяющей ему незаметно сливаться с белыми стенами помещения.



Left Side

Right Side

Поперечный разрез домашнего бара Хоуков

1. Белая дверь позволяет бару сливаться с белыми стенами комнаты как в открытом, так и в закрытом положении
2. Облицованные латунью полки для демонстрации, на которых запасные бутылки видны и легко доступны
3. Сенсорный выключатель в виде навершия с тремя уровнями яркости для верхнего и нижнего освещения
4. Зеркальная задняя стенка позволяет хозяину наблюдать за гостями, даже стоя спиной к комнате во время приготовления напитков
5. Латунный поручень для напитков добавляет дополнительную рабочую поверхность для бокалов и бутылок
6. Вспомогательные выдвижные ящики для инструментов, сухих ингредиентов и мусорного ведра
7. Обтянутый кожей ореховый поднос с медными ручками, который хранится незаметно и используется для подачи напитков
8. Холодильник/морозильник Sub-Zero с генератором льда, доступный через выдвижные ящики с деревянными фасадами

ЧАСТЬ 3

Инструменты и техники

Наблюдать за тем, как хорошо слаженная команда барменов обслуживает гостей в разгар вечернего часа, — всё равно что смотреть танцевальный спектакль. Отличный бармен работает быстро, но при этом никогда не выглядит торопливым, двигается максимально экономно, чтобы выполнить заказы. Дисциплинированные бармены никогда не заходят в рабочее пространство коллег — если только неудачная планировка бара не вынуждает их к этому — и постоянно находятся в контакте друг с другом, зачастую даже без слов.

Опытные бармены развивают мышечную память, позволяющую готовить напитки, не опуская головы. После сотен повторений они могут уверенно взять нужный инструмент или бутылку, даже не глядя, — при условии, что всё находится на своём месте. Со временем они учатся быстро и изящно обращаться с бутылками разных форм, высоты, веса, объёма и конфигурации.

Большинство книг по барному делу содержат главу о «технике», разбитую на отдельные действия — например, дозирование, налив, перемешивание, взбалтывание, процеживание. Однако подобное деление предполагает, что каждый метод применяется изолированно и что бармен выполняет их последовательно и без напряжения.

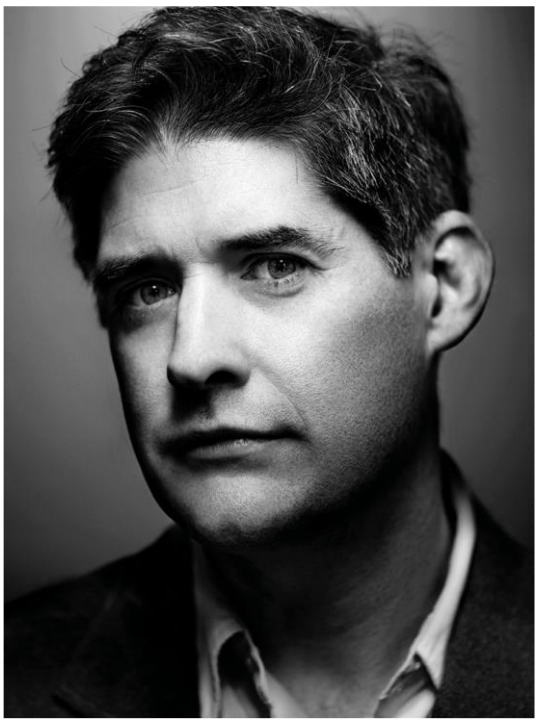
Разумеется, в хаосе загруженного бара это почти никогда не так. Когда поступает шквал заказов, необходимо быстро определить план действий, а затем включить мышечную память. Каждое действие за стойкой совершается после мгновенной оценки того, что в данный момент является наиболее важным.



Поэтому эта глава организована немного иначе — вокруг необычно сложного заказа, который, как оказалось, требует применения всех техник, нужных для приготовления рецептов из этой книги. Сначала я подробно опишу, как мы готовимся к началу смены, а

затем покажу, как выполняется этот заказ: порядок операций и логика действий на каждом этапе.

Заказ, изображённый ранее, может привести в ужас большинство барменов, но для большой компании в уважаемом коктейль-баре он вполне обычен. (Если вы когда-либо задумывались, почему во многих коктейль-барах не принимают компании больше восьми человек, это потому, что такие заказы могут серьёзно затормозить обслуживание.) Заготовка популярных коктейлей перед началом смены ускоряет процесс, но многие владельцы баров неохотно идут на это, так как это лишает процесс барменства театральности. Однако если бар правильно организован, а бармены чётко делят между собой задачи, такой заказ можно выполнить менее чем за шесть минут.



ДЕЙВ АРНОЛЬД
Операционный директор бара
О ХАРИЗМЕ

«Мы тратим много времени на отработку чего-то, так зачем прятать это? Всем нашим барменам нравится кружить жидкий азот в бокале у нас в баре. Почему? Потому что это нравится нашим гостям и придаёт бармену харизмы. К тому же это отличный способ охладить бокал».

ПОДГОТОВКА К СЕРВИСУ

Работа за барной стойкой во время смены — это как покраска комнаты: если вы потратили часы на правильную подготовку, остаётся лишь ровно нанести краску. До того, как поступит хоть один заказ, необходимы часы подготовки, чтобы каждый рецепт можно было выполнить за минуту или меньше. Это включает в себя превращение фруктов и овощей в гарниры, соки и пюре; производство домашних ингредиентов, таких как сиропы, настойки и инфузии; а также смешивание компонентов или, в некоторых случаях, целых коктейлей для ускорения сервиса.

Эта предсменная подготовка настолько трудоёмка, что некоторые коктейль-бары, такие как Dead Rabbit в Нью-Йорке, нанимают для этого отдельного сотрудника. В PDT портеры нарезают гарниры и готовят соки днём, а барбэки занимаются более сложными сиропами и настойками во время смены вечером, когда не заняты уборкой столов и пополнением запасов на баре.

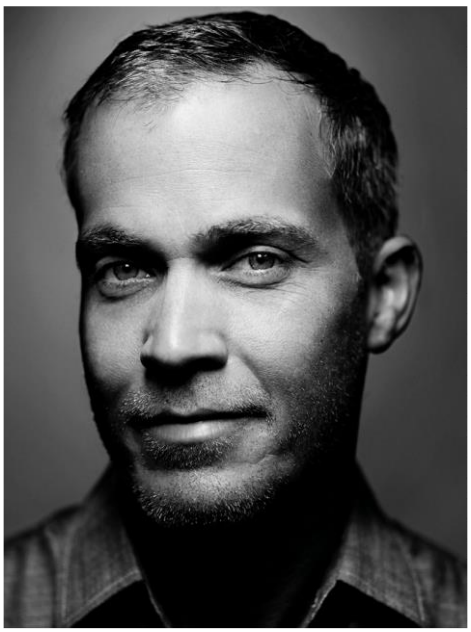


Домашние ингредиенты

Десять лет назад я сам готовил многие ингредиенты: оршад, тоник на цитрусовых корках, лимонной траве и хинном дереве, лаймовый кордиал и гренадин. К счастью, времена изменились: теперь такие бармены, как Дженнифер Коллио (Small Hand Foods, Сан-Франциско), Брукс Рейтц (Jack Rudy, Чарлстон) и Дэниел Шумейкер и Шон Хоард (The Commissary, Портленд) начали производить высококачественные версии этих сиропов коммерчески. Это благо не только для баров и энтузиастов, не имеющих производственного персонала, но и для профессионалов вроде меня, которые теперь могут посвятить это время другим обязанностям.

Несмотря на наличие достойных коммерческих альтернатив, большинство серьёзных коктейль-баров по-прежнему готовят большинство своих сиропов самостоятельно, что позволяет им предлагать уникальные версии классических рецептов и собственные фирменные напитки. Например, рецепт имбирного пива в Pegu Club (адаптированный мной для этой книги под названием «имбирное сусло», поскольку оно не ферментировано) включает имбирь, лайм, коричневый сахар и воду, тогда как в Attaboy имбирный сироп готовят из сока имбиря и сахара. Благодаря этому классика вроде Moscow Mule и Dark and Stormy будет отличаться от бара к бару.

В разделе субрецептов этой книги (начиная со страницы...) я включил десять рецептов домашних миксеров — от простых, таких как взбитые сливки, до более сложных, таких как смесь для Tom and Jerry и орчата. В зависимости от места проживания и времени года вы, вероятно, сможете найти коммерческие версии всех этих ингредиентов, но обычно они содержат стабилизаторы и консерванты, изменяющие вкус и текстуру коктейля. Готовя сиропы самостоятельно, вы обеспечите качество, сможете развить собственный фирменный стиль (в духе Attaboy и Pegu Club) и сведёте к минимуму отходы (особенно дома, где большие бутылки сиропа могут испортиться до того, как будут использованы полностью).

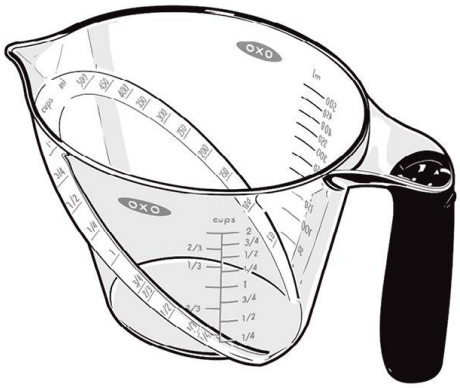


ДЭНИЕЛ ШУМЕЙКЕР
Операционный директор бара
О СОЗДАНИИ ИНГРЕДИЕНТОВ

«Я чувствовал вину за то, что 75 процентов своей карьеры не знал, что делаю. Поскольку я рассматривал это просто как способ заработка, я никогда не сосредотачивался на том, чтобы перенести то, что люблю в кулинарии, в бар. Первое, чему меня научил шеф-повар, — ты не приготовишь хороший гаспачо из плохих помидоров. Тот факт, что я так долго не применял этот принцип в барменском деле, выбил меня из колеи. Есть во мне часть, которая ощущает, что я сейчас искупаю эту вину».

ПРОСТОЙ СИРОП

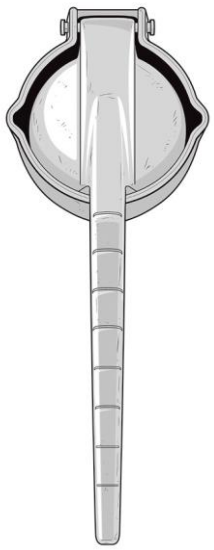
Каждый любитель коктейлей — будь он любителем или профессионалом — должен уметь готовить простой сироп и держать бутылку в холодильнике для коктейльного часа. Но не обманывайтесь названием: как подчеркивает Джеффри Моргенталер в книге *The Bar Book*, глава «Простые сиропы: парадокс простоты» объясняет, что без аккуратности сироп будет отличаться от партии к партии, и это повлияет на рецепты. Многие бары, особенно крупные сетевые, покупают готовый сироп, но я этого не рекомендую: такие сиропы содержат стабилизаторы, искажающие вкус и текстуру коктейля.



Если вы не уверены в консистенции сиропа, можно проверить его с помощью рефрактометра для измерения содержания сахара (brix). Независимо от того, используете ли вы пропорцию 1:1 (сахар:вода), как я, или более концентрированную 2:1, важно использовать тростниковый сахар (не свекловичный) и именно гранулированный (не порошковый, так как в нем обычно содержится кукурузный крахмал). Хотя многие бары измеряют сироп по объему, измерение по весу точнее и обеспечивает стабильность. Выберите метод и следите за тем, чтобы все в баре придерживались его.

СВЕЖЕВЫЖАТЫЙ СОК

Одним из ключевых решений является выбор: отжимать лимоны и лаймы перед началом смены или по заказу. Для выжимания на заказ обычно используют ручной пресс («локоть») или рычажный пресс (Ra Chand или Hamilton Beach). В барах с большим объемом используют механические цитрусовые соковыжималки Sunkist. Есть и более продвинутые модели, как Zumex, которые загружают целиком фрукты, но они дорогие и громоздкие.



При выжимании масло из цедры и горечь из белой части влияют на вкус. Zumex и «локоть» дают больше масел и горечи, тогда как ручной или механический ример дают более чистый вкус, особенно через пару часов после отжима. Соки, отжатые с помощью «локтя», хороши сразу после приготовления: свежие ароматы компенсируют горечь. Каждый фрукт отличается по кислотности и количеству сока, поэтому я считаю, что лучше отжимать сок заранее — так он будет стабильным в течение всей смены. Свежевыжатый сок можно хранить в холодильнике до восьми часов, пока он не станет мутным и не начнет излишне «вяжущим» на вкус.

Для апельсинов и грейпфрутов подойдут большие «локти» или крупные римеры. Важно использовать один сорт фруктов (например, грейпфруты Rio Star или апельсины Valencia), чтобы вкус был стабильным.

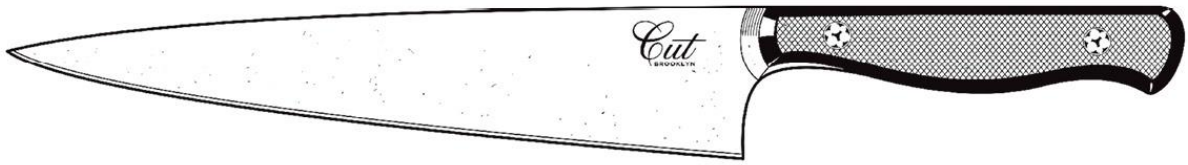


ПАР ПО СОКУ
Чтобы сок не пропадал, бар должен точно знать, сколько нужно на вечер. Все свежеотжатые соки должны быть использованы в течение восьми часов. Оставшееся количество можно выжимать вручную в конце смены. Следите за дневным потреблением, чтобы установить точную норму с учетом дня недели и сезона.

Фрукты и овощи, которые нельзя выжать вручную (например, сельдерей или ананас), лучше обрабатывать экстрактором. Для домашнего использования я рекомендую модели Breville, а для коммерческого — Ruby. Качественная техника справляется даже с твердыми корнями вроде имбиря, свеклы и куркумы. Водянистые овощи и фрукты лучше выжимать непосредственно перед началом смены, так как они быстро окисляются. Отжим за баром не рекомендую — это громко и медленно. После отжима сок нужно процедить или дать осадку осесть, затем перелить в бутылки и охладить.

КОГДА ПРОМЫШЛЕННОЕ ЛУЧШЕ
Хотя я никогда не откажусь от *Bloody Mary* из свежих помидоров в сезон, часто такие напитки больше напоминают бульон. Некоторые ингредиенты — например, томатный сок

— лучше покупать. Я также не стану заменять *Cholula*, *HP* или *Lea & Perrins* в *Bloody Mary* или *Michelada*: замена этих брендов изменит суть рецепта.



ГАРНИРЫ

Некоторые бары держат на стойке миску с фруктами, чтобы вырезать гарниры по заказу. Но в большинстве баров нет времени и места для этого, особенно во время загруженной смены, поэтому гарниры подготавливаются заранее (не более чем за три часа до смены). Чтобы не выбрасывать лишнее, следите за расходом и нарезайте только необходимое. В крайнем случае можно дорезать под конец смены.

Не выбрасывайте поврежденные фрукты — их можно использовать для выжимания сока или маддлинга. Если цедру вы срезаете заранее, используйте оставшиеся фрукты для отжима — особенно потому, что фрукт после снятия цедры быстро высыхает. Большие куски цедры — эффектны, но дают больше масла, поэтому для украшения достаточно меньшего фрагмента.

Храните нарезанные гарниры в закрытых контейнерах, по возможности в холодильнике или в посуде со льдом. Травы храните в воде или в холодильнике. Некоторые бары, как *Milk & Honey*, выкладывают гарниры на колотый лед на барной стойке — как витрину, подобно сырому бару. Это красиво, но требует места, поэтому предпочтительнее холодильные ящики под стойкой.

Более сложные гарниры, вроде *horse's neck* (длинная спираль из цедры с хвостиком от плода), популярны десятилетиями и остаются частью культуры. Если у вас есть навык и желание вырезать произведение искусства из апельсина — пожалуйста, но не в ущерб скорости обслуживания и не забывайте: масло из цедры — часть вкуса. Гарнир должен соответствовать стилю напитка. Если коктейль простой — и гарнир должен быть таким. В случае *tiki*-напитка уместна декоративность. Но гарнир никогда не должен затмевать сам напиток.

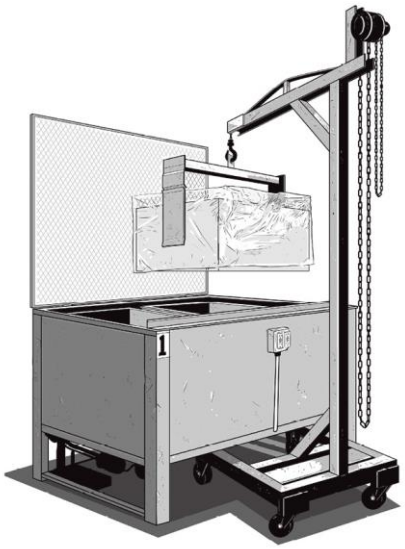
ЛЁД

Лёд — один из четырёх основных элементов коктейля наряду с бокалом, жидкостью и гарниром (если коктейль готовится или подаётся со льдом и имеет гарнир). Дейв Арнольд великолепно раскрывает научный подход к льду в *Liquid Intelligence*, тогда как Джеффри Моргенталер в *The Bar Book* предлагает философское сравнение: «Как опытный шеф-повар использует тепло для приготовления пищи, так профессиональный бармен использует лёд для приготовления коктейлей». Почему вы должны уделять внимание ингредиентам, подбирать красивую посуду, вырезать вручную гарнир — и использовать при этом посредственный лёд?

Как и в случае с бриллиантом, чистота — основной показатель качественного, хорошо приготовленного льда, который усилит привлекательность ваших коктейлей.

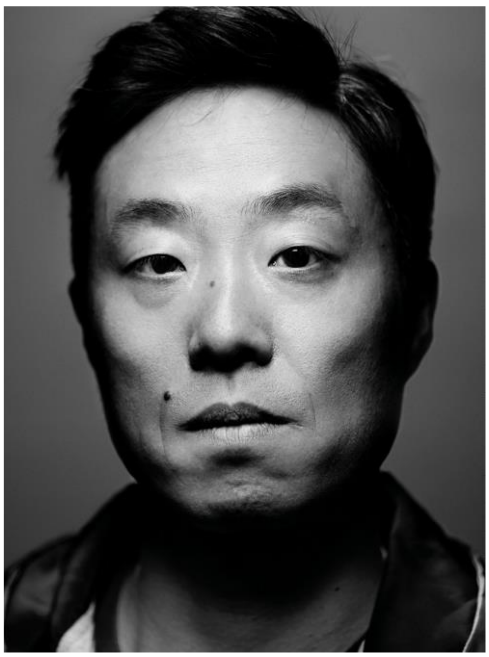
Заготовка льда — последнее подготовительное действие перед началом сервиса, необходимое для выполнения заказа, приведённого на этой странице. Для него, как и для

большинства других, понадобятся кубики, дроблёный или гранулированный лёд, а также более крупные куски. Бар должен приобрести (или, предпочтительно, арендовать при наличии надёжного сервисного контракта) льдогенератор, например, Kold-Draft или Hoshizaki, который производит универсальные кубики размером 1,25 × 1,25 дюйма, и серьёзный измельчитель льда, либо дополнить его льдогенератором Scotsman, производящим гранулированный лёд.



Если после этого в бюджете останутся средства и будет достаточно места для хранения, приобретите льдогенератор Clinebell, который выпускает прозрачные блоки льда, предназначенные для нарезки кубов и льда для подачи коктейлей и крепких спиртных напитков «on the rocks». Во многих крупных городах США существует доставка готовых прозрачных кубов, спиралей и сфер — примерно по доллару за штуку. Однако Clinebell в загруженном коктейльном баре окупится менее чем за год.

Если вы готовите коктейли дома или работаете в заведении, где нет возможности приобрести три льдогенератора (то есть практически в любом), можно использовать силиконовые формы всех размеров и форм для кубиков, плотные мешки и тяжёлые молотки для дробления льда для Mint Julep и swizzle-коктейлей, а также замораживать свои собственные блоки для последующей нарезки с помощью пики, пилы и ножей. Идеально — выделить отдельный морозильный ларь под блоки льда или хранить их в герметичных пакетах, чтобы избежать впитывания посторонних запахов от еды.



СИНТАРО ОКАМОТО
Ледяной скульптор
О МИМОЛЁТНОСТИ
«Когда мы создаём что-то постоянное — скульптуру или живопись — мы всегда думаем о конечном результате. Мы много времени проводим, рассматривая завершённые работы. Но для работающих художников, как только мы чему-то научились, мы не хотим видеть это снова — нам нужно двигаться дальше, и лёд ускоряет этот процесс. В мастерской для нас всё строится вокруг самого процесса; на публике это превращается в опыт. Завораживает наблюдать, как люди смотрят, как он тает, и проживают этот момент: становятся по-настоящему осознанными.»

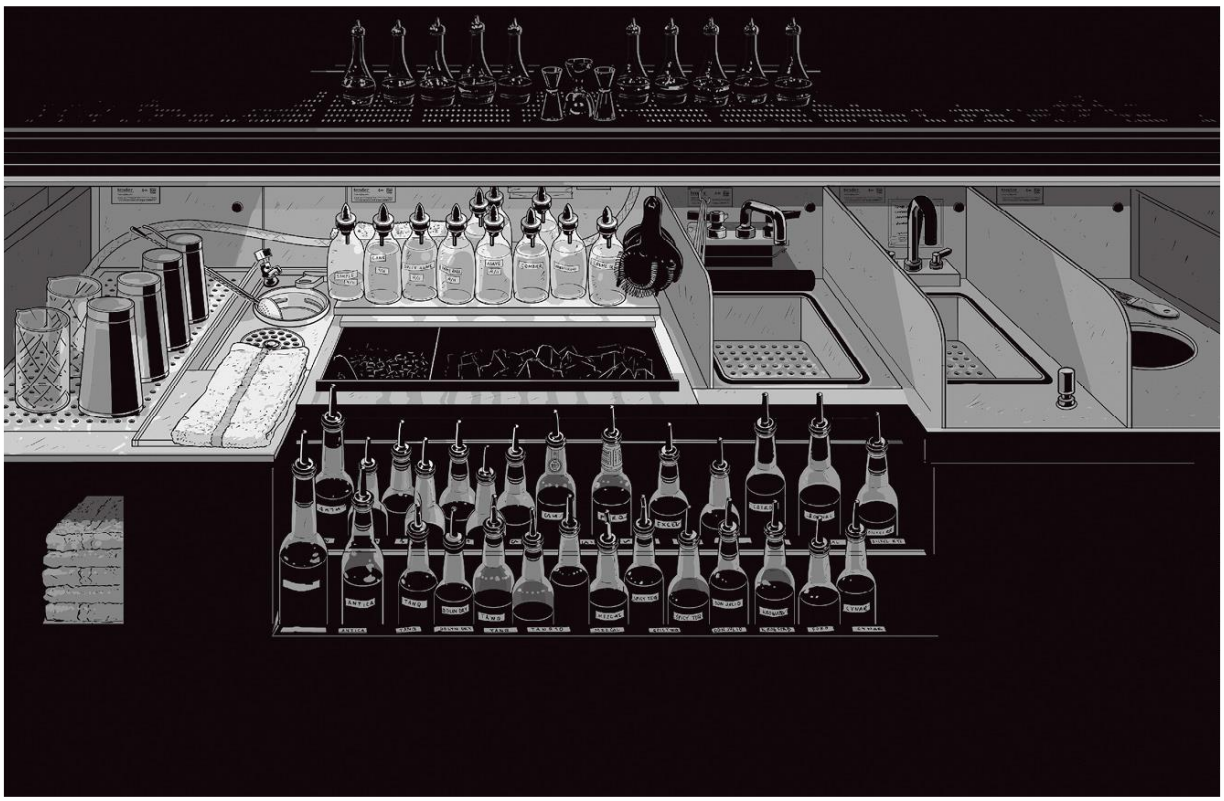
Стеклянная посуда
Так же как и кристально чистый лёд, визуальная красота кружек, бокалов и чашек формирует у человека впечатление о качестве коктейля. Качество и характер выбора стеклянной посуды в баре, как правило, отражают его ценности.

Производители стекла, такие как Riedel, Spiegelau и Zalto, на протяжении десятилетий использовали красоту декоративных графинов из выдувного стекла и создавали бокалы, подчёркивающие аромат и вкус множества сортов винограда и стилей пива. Помимо выбора стеклянной посуды, соответствующей стилю заведения и философии коктейлей, необходимо учитывать её прочность, поскольку бой стекла может обходиться бару в сотни долларов за ночь. Установите норму (par) для каждого типа, чтобы бармены никогда не сталкивались с нехваткой бокалов в разгар вечера.

Ещё одно важное соображение — размер. Большинство рецептов рассчитываются на стандартные размеры бокалов, такие как купе объёмом 160 мл, увеличенные купе объёмом 270 мл для коктейлей с яичным белком, бокалы для абсента объёмом 270 мл, чаши для julep объёмом 355 мл, бокалы double old-fashioned объёмом 385 мл, бокалы для ирландского кофе объёмом 180 мл и бокалы для пильзнера объёмом 355 мл. Ваши гости будут ожидать, что бокал будет наполнен доверху, с небольшим запасом, чтобы избежать проливания, поэтому убедитесь, что вы приобретаете бокалы нужного размера в соответствии с вашими рецептами. Более крупные бокалы требуют более объёмных коктейлей, что может привести к непреднамеренному превышению дозировки и сильному опьянению.



Стеклянная посуда для подачи заказов
После того как вы выбрали стеклянную посуду и закупили достаточное количество бокалов в соответствии с меню и размером вашего бара, следующий шаг — правильное хранение. Бокалы следует вымыть, отполировать чистой салфеткой, а затем поместить в морозильную камеру. Замороженные бокалы становятся хрупкими и легко разбиваются, поэтому во время смены с ними нужно обращаться особенно осторожно. Наливать ледяной напиток в тёплый бокал бессмысленно, поэтому, если морозильной камеры нет, обязательно предварительно охладите бокал льдом (см. соответствующую страницу). При приготовлении горячих напитков бокал или кружку следует прогреть кипятком перед тем, как налить туда коктейль (см. «Как подавать горячие напитки» на этой странице).



Mise en place
Барная станция должна быть организована так, чтобы всё находилось в пределах досягаемости руки, минимизируя ненужные движения. Размещение инструментов в идеальном порядке (то, что повара называют mise en place) будет немного отличаться у каждого бармена в зависимости от ведущей руки и предпочтений по инструментам, но цель должна состоять в том, чтобы станция каждого бармена была зеркально организована. Это позволит другому бармену, в случае необходимости, встать на смену и готовить напитки без потери эффективности. То же касается и бутылок: укажите их местоположение в охлаждаемом лотке с помощью маркировки, чтобы любой, кто незнаком со станцией, знал, где что находится. Кроме того, нужно хранить запас каждой бутылки, которую вы можете закончить в течение вечера, в промаркированном шкафу неподалёку.

Организация барных станций в коктейльных барах становится всё более сложной по мере расширения меню. Несмотря на эту тенденцию, я рекомендую упростить структуру организации бара настолько, насколько это возможно. Когда бармен порезался и ему нужно в больницу, или возникла другая неотложная ситуация, или он уходит с работы (к счастью, в моей карьере это случалось всего один раз), вы будете благодарны за то, что барная станция не была индивидуализирована, и менеджер или официант могут подхватить работу и поддерживать обслуживание на должном уровне.

Барная станция NoMad
Промаркируйте всё (с помощью маркировщика, который печатает чёткую ламинированную ленту) — не только бутылки, но и места в охлаждаемом лотке или запасном шкафу, где они должны находиться.

Обычный охлаждаемый лоток (полка, прикреплённая к бункеру для льда) раньше включал как минимум по одной бутылке каждого базового спирта (водка, джин, ром, текила,

бренди, виски) с несколькими модификаторами (тройной сек, сладкий и сухой вермут, простой сироп). Но в коктейльных барах, где большинство напитков заказываются по меню, охлаждаемый лоток должен вмещать все ингредиенты, необходимые для приготовления напитков из меню; сгруппируйте их так, чтобы все бутылки, необходимые для одного коктейля, находились рядом друг с другом. Я обычно размещаю более высокие бутылки, которые легко опрокидываются и цепляются за фартук, в середине лотка, а меньшие бутылки — по краям.

Ингредиенты для самых популярных коктейлей должны располагаться на концах каждого лотка (если только они не в высоких бутылках), а каждый дозатор (если вы решите их использовать — см. примечание) должен быть направлен внутрь, чтобы вы могли наливать с этикеткой, обращённой к гостю, не разворачивая бутылку в руке в зависимости от наклона дозатора.

Чтобы персонал мог оперативно справляться с разливами с любой стороны бара, аккуратно сложите и разместите влажные и сухие барные полотенца в укромных местах вне поля зрения гостей по всему бару. (Никогда не вешайте полотенце на пояс или фартук, так как это выглядит неопрятно и негигиенично.) Санитарные нормы Нью-Йорка требуют, чтобы влажные полотенца хранились в ведре с водой и добавленным колпачком отбеливателя.

ДОЗАТОРЫ («SPEED POURERS»)
Дозаторы, или «speed pourers», на самом деле выливают жидкость медленнее, чем если наливать прямо из бутылки без них. Главное преимущество дозаторов в том, что они регулируют поток жидкости, позволяя отмерять нужное количество по счёту, без использования джиггера.

Проработав большую часть своей карьеры с дозаторами, я приучил себя наливать без них, что позволяет мне работать быстрее. Я воспринимаю дозаторы как тренировочные колёсики для бармена. Если вы решите использовать дозаторы, имейте в виду, что резиновая манжета вокруг металлического носика со временем разрушается и начинает подтекать — обычно это происходит через несколько месяцев каждодневного использования. Всегда имейте под рукой запасные. Снимайте дозаторы каждую ночь и замачивайте их в горячей мыльной воде, чтобы смыть липкие остатки сахара, которые привлекают фруктовых мушек.

БАРНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
Бостонский шейкер, парижский шейкер, шейкер-«кобблер»
Как и стеклянная посуда, барный инвентарь сочетает в себе стиль и функциональность, и лучшие образцы стоят недёшево. Раньше основным ограничением была доступность, но благодаря компаниям вроде Cocktail Kingdom, качественные барные инструменты теперь доступны по почте по всему миру. В отличие от топовых кухонь, где повара приносят собственные инструменты, в большинстве баров инвентарь предоставляется персоналу. Я считаю, что это должно измениться, потому что профессия достигла такого уровня, при котором бармены должны инвестировать в собственные инструменты и работать с ними.

ШЕЙКЕРЫ



Выбор подходящего коктейльного шейкера раньше зависел скорее от места, где готовится напиток, чем от самого рецепта. В европейских барах, как правило, используют двухсоставный парижский шейкер, по форме напоминающий трёхсоставный шейкер-«кобблер», который популярен в Японии. Большинство американских баров работают с двухсоставным бостонским шейкером — это либо 800-миллилитровый шейкер и 470-миллилитровый закалённый пинтовый стакан, либо второй 530-миллилитровый шейкер (эту комбинацию бармены называют «металл на металл»). У каждого типа есть свои преимущества: бостонский и парижский шейкеры имеют более длинный «замах» (расстояние между концами), чем шейкер-«кобблер», который многие считают самым простым в использовании. Шейкеры-«кобблер» и парижские шейкеры требуют двух рук, тогда как бостонским можно трясти одной или двумя руками. Для заказа, приведённого на этой странице, вам понадобится четыре шейкера, поэтому хорошим ориентиром является наличие не менее четырёх шейкеров в загруженном баре.

МИКСИНГ-ГЛАССЫ



Вы можете размешивать коктейль практически в любой ёмкости, и некоторые бары до сих пор используют 470-миллилитровый пинтовый стакан, который также служит частью бостонского шейкера. Однако в большинстве серьёзных коктейльных баров используют японские миксинг-глассы с носиком: они функциональны, прочны и элегантны. Высокая теплоёмкость стеклянных миксинг-глассов снижает охлаждающую способность льда, если

они хранятся при комнатной температуре, поэтому их нужно либо заранее охлаждать льдом, либо хранить в морозильной камере. Металлические ёмкости — особенно серебряные — имеют низкую теплоёмкость, поэтому их можно хранить при комнатной температуре. Выбирайте миксинг-глассы с гладкими стенками, чтобы лёд не гремел внутри. Если у вас нет изящного японского бокала с носиком, размешивайте прямо в шейкере.

Бармен Эрик Лоринц в сотрудничестве с японской компанией разработал металлический миксинг-гласс с носиком, который удачно сочетает форму и функциональность.

БАРНЫЕ ЛОЖКИ



Хорошо сбалансированная японская барная ложка с плавной резьбой длиной от 30 до 40 см — идеальный инструмент для размешивания. На рынке представлено множество разновидностей, различающихся по насадке на противоположном конце от чашечки. Японские ложки обычно заканчиваются вилкой или округлым утолщением, английские — пестиками для мадлеринга или дисками для наслоения, а некачественные американские ложки часто имеют красный пластиковый колпачок, скрывающий неотшлифованный, грубо нарезанный стержень. Я бы отказался от универсальных моделей и выбрал ложку с самой гладкой резьбой, которая удобно лежит в руке. Я чуть не выбил себе глаз десятки раз, работая в барах с ложкой с вилкой на конце, так что, пожалуйста, не закупайте такие. Серьёзно.

Сито (Strainers)
Сита можно условно разделить на три основных типа: ободковые сита типа Hawthorne, похожие на дуршлаг сита типа julep и конические мелкоячеистые сита. Существует множество разновидностей сит Hawthorne — выбирайте по качеству витой пружины (её толщине и плотности намотки), которая идёт по краю сита, а также по тому, насколько хорошо сито подходит к вашему шейкеру. Сито julep, не имеющее пружины, — уникально американское изобретение: большинство барменов за пределами США его не используют. Выбирайте такое сито, которое хорошо подойдёт к вашему смесительному стакану. Bonzer и Yukiwa выпускают отличные сита Hawthorne, а Cocktail Kingdom — единственное сито julep, которое я могу рекомендовать. Тонкие сита — это, как правило, конические сетчатые ситечки, которые легко найти в любом магазине ресторанного оборудования. Их используют вместе с ситом Hawthorne, когда необходимо добиться идеальной прозрачности напитка.

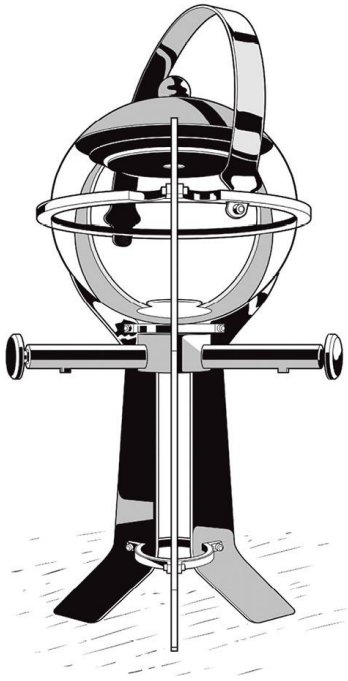
Джиггеры (Jiggers)
Существуют как аргументы «за», так и «против» использования джиггеров для измерения ингредиентов. После многих лет работы с джиггером и без него, я бы больше никогда не стал работать без него — особенно потому, что я больше не использую «speed pourers», медленные и равномерные по потоку носики, с которыми можно было отмерять по счёту. Как и шейкеры или смесительные стаканы, джиггеры бывают разных форм: от самых простых конусообразных мерных чашек, которые можно найти в американских магазинах ресторанного оборудования, до элегантных цилиндров, которые используются в Великобритании, и изящных японских джиггеров различных объёмов.



Предпочтительно иметь джиггеры разного объема, чтобы можно было каждый раз наполнять их доверху, а не пытаться «на глаз» налить меньшее количество. Я использую японские джиггеры от Cocktail Kingdom объёмом 60/30 мл (2 унции / 1 унция), а также 22/15 мл (0,75 унции / 0,5 унции) и аккуратно наливаю 7 мл (0,25 унции) с помощью меньшего конца второго джиггера, потому что ложки для выпечки или джиггера такого размера просто не существует. Многие бармены также работают с третьим джиггером на 45/30 мл (1,5 унции / 1 унция), особенно если такой объём часто встречается в ваших рецептах. Несмотря на то, что я очень люблю мерные кувшины от Oxo на 950 мл (32 унции), я не рекомендую их градуированные джиггеры, которые часто используют как универсальные, — потому что в них каждое измерение приходится определять «на глаз».

Оборудование (Machinery)
Для по-настоящему увлечённых профессионалов существует огромное количество специализированных инструментов и приспособлений для приготовления всё более сложных напитков. Я расскажу лишь о нескольких, которые использовал сам.

Фонтаны для абсента (Absinthe Fountains)



Традиционный абсент содержит от 65 до 72 % алкоголя, поэтому его необходимо разбавлять водой перед употреблением. У дешёвых фонтанов, как правило, текут краники, так что если абсент — важная часть вашей барной карты, инвестируйте в фонтан с качественными прокладками, который легко чистить. Многие уважаемые производители абсента предоставляют эстетично оформленные брендированные фонтаны в бары через своих дистрибьюторов в обмен на размещение их продукции, и если ваш поставщик готов предоставить такой фонтан — я бы на вашем месте с радостью принял это предложение.

Блендеры (Blenders)

Стоимость красивых смесительных стаканов и шейкеров меркнет по сравнению с ценой на качественный блендер — но вы получаете то, за что платите. Блендеры дешевле 200 долларов обычно не справляются с измельчением льда в снежную крошку и нередко протекают. Да, Vitamix стоит недёшево и довольно громоздкий, но это лучший блендер в индустрии. Единственный его недостаток — шум, который он издаёт, так что желательно выбирать модель с шумоизолирующим пластиковым кожухом и устанавливать её под барной стойкой, чтобы она не мешала обзору барменам и гостям. Если в вашем баре готовят много напитков в блендере, придётся приобрести несколько чаш и, возможно, дополнительные блендеры, чтобы не тормозить работу, постоянно моя их между заказами.

ПРИГОТОВЛЕНИЕ ЗАКАЗА

Теперь, когда ваша станция полностью укомплектована инструментами, ингредиентами, стеклом и подготовленными гарнирами, необходимыми для выполнения всех рецептов из вашего меню, а также любых стандартных заказов вне его, я расскажу, какие шаги должны предпринять два бармена, чтобы максимально эффективно выполнить наш примерный заказ.

В этой главе предполагается, что вы уже в определённой степени знакомы с каждым напитком из списка, поэтому я рекомендую уделить немного времени и освежить в памяти рецепты, приведённые в пятой главе:

— Absinthe Drip
— Mint Julep
— Pisco Sour
— Michelada
— Margarita
— Green Thumb
— Negroni
— Bloody Mary
— Piña Colada
— Irish Coffee
— Jimmie Roosevelt

Делегирование

В большинстве баров сервисный бармен готовит все напитки для столиков, а основной бармен (или несколько барменов) обслуживает гостей у стойки. Поскольку в заведении обычно больше столов, чем мест у стойки, напитки за стойкой подаются быстрее, тогда как сервисный бармен с трудом справляется с заказами с зала. Учитывая, что большая часть выручки приходится именно на столы, создание и поддержание такой системы, изначально неработающей, кажется нелогичным. Есть способ лучше.

Если ротация барменов между станциями происходит регулярно — вместо того чтобы всё время ставить самого быстрого бармена на сервис, а самого общительного на «пойнт» — они теряют страх попросить помощи, когда это действительно необходимо. Я исхожу из того, что для выполнения данного заказа у вас есть два бармена, и первый шаг — это логично разделить заказ, поручив часть напитков второму бармену.

Существует несколько способов разделения: можно сгруппировать напитки по способу приготовления или по близости бармена к нужным ингредиентам и оборудованию. После того как заказ поделен, бармены должны работать согласованно и завершить приготовление одновременно, чтобы напитки отправились к гостям в идеальной температуре и степени разбавления. Для этого официант должен быть готов отнести их сразу же после приготовления. Наш примерный заказ слишком велик для одной подноса, поэтому нужно двое официантов, чтобы подать всё к столу.

На мой взгляд, логичнее всего отдать бармену на «пойнте» Green Thumb, Margarita и Pisco Sour (все они встряхиваются), а сервисному бармену — Negroni, Mint Julep, Jimmie Roosevelt и Bloody Mary (они не требуют встряхивания). Остальные коктейли следует распределить по близости каждого бармена к стационарному оборудованию.

Такое оборудование, как фонтан для абсента и пивные краны, как правило, размещается по центру барной стойки и доступно для обоих барменов, поэтому Absinthe Drip и Michelada я поручил бы бармену на «пойнте», а Irish Coffee — сервисному бармену, так как кофе обычно разливают со станции официантов. Piña Colada может приготовить тот, кто ближе к блендеру, хотя если он есть у обоих, логичнее поручить напиток сервисному бармену, ведь именно он отвечает за основной поток заказов.

Таким образом, каждому бармену достаётся по пять или шесть напитков, в зависимости от того, кто берёт на себя Piña Colada. Если бы барменов было больше, я бы разделил заказ ещё сильнее.

Определение порядка приготовления

Если вам нужно приготовить более двух напитков одновременно, как в нашем случае, необходимо определить приоритеты — в зависимости от того, подаётся ли напиток со льдом и, если да, то с каким.

Коктейли со льдом изменяются по мере таяния льда (см. «Разбавление»), поэтому эти изменения должны происходить уже в руках у гостя, а не на барной стойке в ожидании подачи. Коктейли, подающиеся «ап», стоит разливать первыми, так как разбавление в их случае не критично. Сначала стоит готовить напитки, которые размешиваются, затем — те, которые встряхиваются, поскольку последние теряют свою воздушность, если долго стоят. Коктейли с газированными ингредиентами (например, Jimmie Roosevelt с шампанским) следует готовить в последнюю очередь, чтобы сохранить пузырьки, а крепкие и сладкие напитки на одном большом кубе льда, вроде Negroni, напротив, можно приготовить первыми — они выигрывают от дополнительного разбавления.

Существует множество способов выполнить заказ, представленный на этой странице, но если бы у меня было два бармена, я бы поручил им следующую последовательность:

1. **Первая очередь:** Absinthe Drip и Margarita (пойнт), Negroni и Bloody Mary (сервис).
2. **Вторая очередь:** Green Thumb и Pisco Sour (пойнт), Irish Coffee и Mint Julep (сервис).
3. **Третья очередь:** Michelada (пойнт), Jimmie Roosevelt и Piña Colada (сервис) — чтобы шампанское оставалось свежим, а замороженный напиток не успел растаять.

Сбор ингредиентов и оборудования

Для приготовления нашего сета из одиннадцати коктейлей бармен на «пойнте» должен подготовить четыре шейкера для Margarita, Green Thumb и Pisco Sour; охлаждённый бокал для абсента (Absinthe Drip); и охлаждённый хайбол для Michelada, который необходимо заранее обсыпать солью. В данном заказе Margarita подаётся на льду, без соли; если гость попросил солёный ободок, выберите соответствующий бокал (купе или рокс) из охладителя и обсыпьте его сейчас. (Если у гостя не уточнили его предпочтение по соли, стоит заранее покрыть солью только половину ободка — так у него будет выбор пить с солью или без.)

На другой станции сервисному бармену потребуется стакан для блендера (Piña Colada), два охлаждённых смесительных стакана для Negroni и Jimmie Roosevelt (если только у вас нет привычки хранить бутылку коньяка в морозилке специально для этого рецепта), и шейкер для «роллинга» или «троуинга» коктейля Bloody Mary. Mint Julep собирается

сразу в охлаждённой чаше для джулепа, а в бокал для Irish Coffee нужно налить кипяток, чтобы предварительно его нагреть. Добавьте биттеры к кусочку сахара для Jimmie Roosevelt на коктейльной салфетке, чтобы впитать излишки жидкости, и отложите кубик до момента использования.

Чтобы все холодные напитки подавались в максимально охлаждённых бокалах, не доставайте их из охладителя, пока не соберёте раунды и не наполните смесительные сосуды льдом.

ОБОСОЛЕННЫЕ КРАЯ БОКАЛОВ

Чтобы нанести специи на край бокала, протрите внешнюю часть ободка долькой цитруса из рецепта, затем аккуратно прокатите бокал по тарелке со специями, пока весь край равномерно не покроется. Перфекционисты могут подправить край салфеткой, но с коктейлями вроде Michelada не стоит быть излишне щепетильными — щепотка соли лишь усилит вкус напитка.

Отмеривание и наливание

Ингредиенты для коктейлей, готовящихся методом встряхивания, наливаются в меньшую, 18-унциевую металлическую часть шейкера (которая заменяет 16-унциевый пинтовый стакан, используемый во многих американских барах), а за ней размещается большая, 22-унцевая часть, в которую добавляется лёд перед встряхиванием. Такая последовательность (малая перед большой) позволяет видеть содержимое шейкера во время наливания и заранее наполнить его льдом, прежде чем соединить компоненты и приступить к встряхиванию. Если вы работаете только с металлическими шейкерами, собирайте раунд слева направо (или наоборот — по своему выбору), поскольку в металлической ёмкости нельзя визуально контролировать прогресс, и легко сбиться с рецепта. Пока не добавляйте лёд — как только он появится в шейкере, начинается отсчёт времени, и напиток начнёт разбавляться.

Я собираю коктейли, начиная с ингредиентов в меньших количествах и переходя к большим. Если объёмы совпадают, то сначала идут менее дорогие компоненты, затем более дорогие. Это обусловлено тем, что за стойкой вас постоянно отвлекают, и если вы потеряете нить, то сможете сориентироваться по последней использованной бутылке. Кроме того, в случае ошибки вы с большей вероятностью выльете в раковину сахар или сок, а не дорогой алкоголь. При приготовлении раунда вместо того, чтобы собирать каждый напиток по очереди, заливайте общие ингредиенты сразу в несколько шейкеров — например, налейте simple syrup одновременно в шейкеры для Pisco Sour и Green Thumb.

ОПОЛАСКИВАНИЕ И ИЗМЕРЕНИЯ МЕНЕЕ 7 МЛ

Концентрированные ингредиенты, такие как абсент или ароматические биттеры, следует наливать из специального декантера (или использовать пульверизатор, если требуется ополаскивание, чтобы свести потери к минимуму). Коммерческие биттеры снабжены крышками-дозаторами, но размер отверстия у разных брендов отличается, и количество капель зависит от диаметра горлышка и степени наполнения бутылки. Cocktail Kingdom

выпускает специальные насадки — «dasher darts» — которые подходят ко многим коммерческим бутылкам, но я предпочитаю переливать биттеры в отдельные декантеры.

Помимо капельницы, которая необходима для украшения Pisco Sour, декантер для биттеров является самым точным способом дозирования ароматических биттеров. Чайные ложки подходят для измерения небольших объёмов, таких как порошок матча в Green Thumb, а также соусы и специи в Bloody Mary и Michelada. Большинство соусов имеют крайне неточные крышки-дозаторы — ещё менее точные, чем у биттеров, — поэтому для точного и стабильного вкуса измеряйте каждый компонент чистой и сухой чайной ложкой. Если вы планируете готовить несколько Bloody Mary или Michelada, заранее приготовьте и разлейте в бутылки соусы и специи, не требующие охлаждения, чтобы ускорить процесс.





Измерьте вместимость вашей барной ложки — это пригодится при работе с вязкими компонентами вроде яблочного масла или мармелада, особенно если они подаются прямо из банок.



ГЕНРИЕТТА ЛАВЕЛЛ
Импортёр чая
О ТОЧНОСТИ
«Нельзя просто оставить чайный пакетик в чайнике — нужно точно соблюдать пропорции и температуру. Это как любой другой рецепт. Когда вы печёте пирог, вы же не просто бросаете в миску яйца, муку и молоко, ставите в духовку, крутите ручку и выпекаете в течение неопределённого времени. То же самое и с чаем: если вы контролируете соотношение листьев и воды, температуру и время заваривания, вы можете добиться чего угодно. Но сначала позаботьтесь об этих трёх вещах.»

ТЕХНИКА ИЗМЕРЕНИЯ

Держите джиггер ровно, немного выше уровня отверстия вашего смесительного сосуда, чтобы, наполнив его до самого края, вы могли изящно перелить содержимое в стакан. Если вы наливаете со «спид-поурера», у вас будет больше контроля над струёй, и можно наливать с нескольких сантиметров над джиггером — для «стиля». Если вы наливаете без поурера, удобнее всего опереть горлышко бутылки о край джиггера — это даст вам больше устойчивости и поможет справиться с возможным тремором, если вы волнуетесь. В любом случае нужно наливать до самого края джиггера, что требует уверенной руки.

Во время наливания я удерживаю крышку бутылки в ладони при помощи большого пальца. Джиггер я держу между указательным и средним пальцем недоминирующей руки; затем, согнув локоть примерно под углом 45 градусов и держа джиггер на уровне груди (или чуть выше края смесительного стакана), я наполняю его доверху. После этого я поворачиваю кисть против часовой стрелки (остальная часть руки остаётся неподвижной), чтобы аккуратно перелить содержимое в стакан, после чего возвращаю крышку на место, вытираю все капли сухим полотенцем — с бутылки и с барной поверхности — и тянусь за следующей бутылкой. В идеале, поблизости должен быть кран или колодец с проточной водой, чтобы можно было ополоснуть джиггер между рецептами; но даже если этого нет, следует держать рядом три-четыре комплекта джиггеров разных объёмов, чтобы необходимость в ополаскивании не тормозила процесс.

Когда вы научитесь готовить напитки своей доминирующей рукой, начните тренироваться использовать обе руки при наливании и смешивании. Если нужные для рецепта бутылки расположены слева, берите их левой рукой и наливайте в джиггер, удерживаемый в правой руке (и наоборот, если бутылки справа). Амбидекстрия не только ускоряет работу, но и снижает нагрузку на суставы, которые при односторонней нагрузке испытывают чрезмерное напряжение сотни раз за вечер. Если вы потянете или повредите одну из рук, вы будете рады, что умеете готовить коктейли другой.

РАЗДАВЛИВАНИЕ ИНГРЕДИЕНТОВ (MUDDLING)



Раздавливание — это процесс прессования трав, овощей или фруктов для извлечения их сока и эфирных масел. Такие овощи и фрукты, как огурец, нужно прижимать достаточно сильно, чтобы извлечь масло из кожуры и раздавить сочную мякоть, тогда как мяту (и другие нежные травы) следует раздавливать осторожно, чтобы высвободить масло из листьев, не порвав их. Встряхивание напитка с крупными кубиками льда отчасти выполняет ту же функцию, что и раздавливание, поэтому в коктейлях, которые всё равно

встряхиваются — таких как Green Thumb — не нужно чрезмерно усердствовать с мадлером.

Раздавите огурец для Green Thumb и мяту для Julep после добавления сахарного сиропа, но до добавления остальных ингредиентов, поскольку липкий сироп «захватывает» масла, высвобождающиеся при разрушении клеточных стенок. Если в рецепте требуется больше 30 мл подсластителя, многие ингредиенты начинают плавать на поверхности, поэтому в таком случае стоит раздавить с частью сиропа, а оставшуюся часть добавить позже.

Дегустация

Идеальный момент для того, чтобы попробовать напиток — сразу после того, как вы добавили все ингредиенты в сосуд для смешивания, но ещё до того, как добавили лёд. Вам придётся представить, каким будет вкус напитка после охлаждения, разбавления и финальной сборки — навык, который приходит с практикой. Опустите соломинку (предпочтительно металлическую, которую можно мыть и использовать повторно) в жидкость, затем закройте верх соломинки указательным пальцем, превратив её в пипетку. Пробовать каждый напиток замедлит обслуживание, поэтому делайте это только в тех случаях, когда сомневаетесь в качестве заготовки. Пробовать напиток через соломинку из сосуда уже со льдом, но до процеживания — более точный способ понять, каким он будет на вкус у гостя, но в этот момент уже поздно корректировать пропорции. Никогда не пробуйте напиток соломинкой после того, как вы его уже налили перед гостем. Как только напиток налит, он уже не ваш.

БЕЛКИ ЯИЦ

Во многих барах белки и желтки отделяют заранее и хранят белки в бутылочке с дозатором, чтобы легко отмерять их джиггером. Это оправдано, так как каждый яйцо даёт разное количество белка. Однако белок не влияет на вкус коктейля, поэтому я всегда отдавал предпочтение театральности момента, когда яйцо разбивается прямо перед гостем, демонстрируя свежесть продукта и уровень мастерства, необходимый для приготовления рецепта. Я всегда добавляю белок в больший шейкер, а не в меньший, в котором уже находится жидкость. Так, если в белок попадёт желток или кусочки скорлупы, их легко будет вылить и начать заново, не переделывая весь напиток.

В *The Bar Book* Джефф Моргенталер описывает несколько способов отделения белков: метод с использованием скорлупы, при котором белок переливается туда-обратно между половинками скорлупы, пока желток остаётся внутри; ручной метод, когда скорлупу разбивают пополам и белок стекает по пальцам, а желток остаётся в ладони; и метод с инструментом — сепаратором, который устанавливается на шейкер и удерживает желток. Независимо от выбранного метода, вы должны быть абсолютно уверены в своём умении, прежде чем выполнять это перед гостем.

Риск пищевого отравления всегда будет присутствовать в мыслях гостя, когда вы разбиваете свежее яйцо в его коктейль, поэтому ваше обращение с яйцом либо убедит его в вашем профессионализме, либо наоборот. Основной источник загрязнения — скорлупа, поэтому убедитесь, что она чистая, как и ваши руки.

Перед тем как добавлять лёд, коктейли с белком необходимо встряхнуть безо льда, чтобы эмульгировать белок и добиться воздушной текстуры. Можно добиться того же с помощью очень энергичного встряхивания со льдом, но тогда возникает риск чрезмерного

разбавления напитка. Просто перелейте содержимое меньшего шейкера в больший, запечатайте шейкер и встряхните (см. соответствующую страницу).

Добавление льда

Теперь вы готовы к работе со льдом — для бокалов и сосудов для смешивания. Начните с того, что достаньте все нужные бокалы из морозильной камеры и расставьте их перед соответствующими шейкерами или стаканами для смешивания. Надеюсь, вы уже знаете, что бокалы следует держать за ножку (если она есть) или за основание (если ножки нет). Ваши руки (независимо от того, насколько они чистые) не должны касаться той части бокала, к которой прикасаются губы гостя — даже после того, как он допил напиток, и вы убираете бокал. Это может быть непросто, учитывая, что большинство профессиональных морозильников для бокалов загружаются сверху вниз, но это правило обязательно к выполнению. Каждый раз, когда я вижу, как гость (включая любителей вина) держит бокал за чашу, я вздрагиваю: пальцы оставляют жирные отпечатки и нагревают напиток.

При большом заказе важно заранее подготовить все бокалы (нанести ободок, ополоснуть, охладить или подогреть), до того как вы добавите лёд в шейкер или стакан для смешивания, чтобы избежать лишнего разбавления между окончанием встряхивания или перемешивания и моментом процеживания напитка. Для коктейлей, подаваемых с крупным кубиком или шаром льда — например, Jimmie Roosevelt — поместите лёд в бокал заранее: ему потребуется минимум минута, чтобы "дозреть", то есть дойти до нужной температуры, чтобы не треснуть, когда вы зальёте в него напиток. Как только иней начнёт исчезать, можно наливать. Для напитков, готовящихся со стандартными кубиками льда, сначала налейте напитки в бокалы, а лёд добавьте непосредственно перед подачей, чтобы минимизировать разбавление.

Следующий шаг — добавить лёд в шейкеры. Крупные кубики создают более приятную текстуру за счёт лучшей аэрации — как доказал Дейв Арнольд в своих научных экспериментах, о которых он написал в своей книге, — но требуют более длительного встряхивания, чтобы достичь нужного уровня разбавления. Мелкие кубики, напротив, быстро крошатся в шейкере и тают слишком быстро в стакане для смешивания, поэтому их нужно больше, а встряхивать — энергичнее или мешать — быстрее, чтобы добиться необходимой аэрации (в случае встряхивания), охлаждения и разбавления. Некоторые бармены комбинируют лёд разных размеров, используя щипцы, чтобы создать идеальное соотношение крупных кубиков (для аэрации и охлаждения) и мелких (для разбавления).

Щипцы

Я рекомендую использовать одну крупную льдину для аэрации и несколько мелких — для охлаждения и разбавления. Если у вас есть возможность выбрать только один размер, оптимальными будут кубики 3,2 см от льдогенераторов Kold-Draft или Hoshizaki.



Для большинства коктейлей будет достаточно 350–475 мл льда по объёму, или одного стандартного совка, но точное количество зависит от множества факторов: температуры в помещении, температуры самого сосуда, льда, ингредиентов, а также от формы, размера и плотности льда и вашей техники встряхивания или перемешивания. Обычно я регулирую количество льда в зависимости от того, мешаю ли я или встряхиваю один или два коктейля одновременно. (Если я встряхиваю один напиток двумя руками, то использую больше льда, так как легче удержать шейкер запечатанным; если два одновременно — меньше, потому что сложнее удерживать оба шейкера, чтобы не было протечек. В случае с перемешиваемыми напитками всё наоборот: чем больше льда, тем медленнее он разбавляется.)

Главное — постоянно осознавать, что происходит внутри сосуда во время перемешивания или встряхивания, и при необходимости корректировать технику.

Работа с Absinthe Drip



Бармен у стойки (point bartender) должен начать с приготовления Absinthe Drip. После того как вода накапавает в бокал, опустите ложку в жидкость и аккуратно перемешайте, чтобы растворить оставшийся сахар. На этом этапе напиток должен стать молочно-опалесцентным и будет готов к подаче — с ложкой или без неё.

Пока фонтан продолжает капать, бармен у стойки может воспользоваться свободными руками и приступить к встряхиванию Margarita.

Встряхивание

Благодаря исследованиям Дейва Арнольда, изложенным в *Liquid Intelligence*, мне не нужно углубляться в подробное объяснение физики и термодинамики встряхивания (к тому же я совершенно не подготовлен для этого), поскольку его эксперименты (а также мой опыт) показывают, что «с технической точки зрения техника встряхивания не имеет значения… Пока вы встряхиваете от 8 до 12 секунд, ваши коктейли будут примерно одной и той же температуры независимо от того, что именно вы делаете».

Ключевым моментом является степень аэрации, которую вы хотите достичь при встряхивании, а она будет зависеть от ингредиентов в рецепте, льда, с которым вы работаете, и силы, с которой вы встряхиваете. Чем энергичнее встряхивание — тем больше аэрации. Использование более крупных кубиков льда также способствует аэрации (поэтому если вы используете мелкий лёд, встряхивайте быстро и энергично, чтобы свести разбавление к минимуму и добиться максимальной аэрации).

В этом заказе мы используем **шейкер Бостон**, который можно использовать одной рукой (что позволяет бармену встряхивать два напитка одновременно). После того как вы добавили лёд в большую часть шейкера, соедините обе части под лёгким углом — это позволит легко их разъединить после встряхивания. (Если соединить их под прямым

углом, при встряхивании создаётся вакуум, из-за которого разъединить шейкер потом практически невозможно.) Если смотреть сверху вниз, основание меньшей части шейкера должно указывать на позицию между «5» и «7» часами.

Всегда используйте обе руки, если вы готовите один напиток, и не пытайтесь встряхивать два шейкера одновременно, пока не будете уверены, что контролируете их уверенно и изящно. Как только вы соединили две части шейкера, крепко держите его, расположив ладони по краям, чтобы не допустить разгерметизации во время интенсивного встряхивания. Встряхивайте коктейль так, чтобы большая (нижняя) часть шейкера была обращена к гостю: в случае утечки жидкость разбрызгается в сторону рабочего пространства, а не на гостей. Вы можете встряхивать коктейль через правое плечо, прикрывая большую часть левой рукой, или через левое — прикрывая правой.

Когда вы освоите технику встряхивания двумя руками на доминирующей стороне тела, постарайтесь освоить её и с другой стороны, чтобы снизить нагрузку на ведущее плечо.

Японский шейкер-«коблер» элегантнее всего управляется за счёт движения локтей и запястий, в то время как **парижский** и **Бостон** требуют больше работы плеч, особенно если вы встряхиваете два Бостона одновременно. Небольшое сгибание коленей и выставление вперёд противоположной встряхивающей руке ноги (как у боксёра или бейсболиста) понижает центр тяжести, обеспечивая большую устойчивость и силу.

После энергичного встряхивания (с большой частью шейкера объёмом 830 мл, обращённой наружу), вы можете разъединить шейкер одним из двух способов:

1. Надавить на верхнюю 530-миллилитровую часть вперёд, используя большой палец в положении «6 часов», а остальными пальцами (в позиции «12 часов») зафиксировать обе части.
2. Ладонью нанести уверенный удар по большой части, при этом другой рукой крепко удерживать обе части, зажав их по бокам двумя пальцами каждой руки, чтобы они не разлетелись.

И, наконец, есть элементы техники встряхивания, которые невозможно количественно измерить: **стиль, сила, изящество и эффективность**. Встряхивание — это самая заметная и настраиваемая техника в арсенале бармена. Она многое говорит о человеке, о его отношении к работе и к самому напитку. Автор и бывший бармен Гэри Риган однажды заметил, что выражение лица бармена во время встряхивания совпадает с тем, которое он делает во время занятий любовью! Я не уверен насчёт этого, но точно знаю: я не заказываю коктейли у барменов, которые не демонстрируют страсть к своему делу.

Разбавление

Самый важный элемент, который следует учитывать при приготовлении коктейлей, — это разбавление. В конечном итоге оно способно изменить вкус рецепта: добавленная вода снижает крепость напитка и уменьшает воспринимаемую сладость сиропов, креплёных вин и ликёров. В книге *Liquid Intelligence* Дейв Арнольд также указывает, что «наше восприятие сладости значительно притупляется под действием холода». Для сладких напитков, таких как Negroni, это может означать, что разбавление делает их более приятными на вкус.

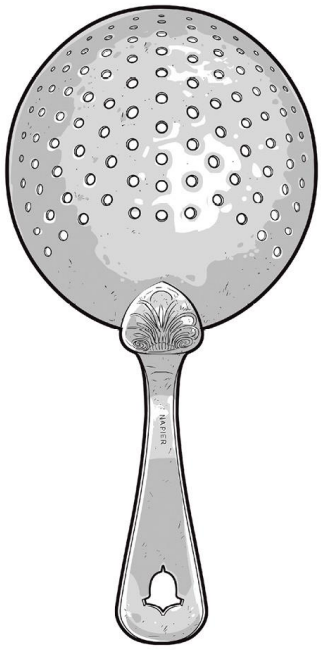
Ингредиенты и пропорции в классических рецептах фиксированы, но степень разбавления — на ваше усмотрение. И помните: чем холоднее (или горячее) напиток, тем меньше вы

его ощущаете на вкус, поэтому стремление охладить коктейль до максимума не обязательно является вашей главной задачей.

Процеживание

Когда бармен у стойки завершает встряхивание Margarita и отсоединяет малую часть шейкера, он размещает на большой части **сито Хоторна** и процеживает коктейль в охлаждённый бокал rocks.

Сито для Julep



Сито управляется с помощью выемки возле ручки, позволяющей скользить ситом вперёд и назад — «открывая и закрывая заслонку», что позволяет бармену процеживать напиток либо через пружину, либо через отверстия в самом сите. Закрытие заслонки (то есть прижатие сита вплотную к краю шейкера) предотвращает попадание в коктейль осколков льда, которые могли отколоться от кубиков при встряхивании.

Раньше эти мелкие осколки льда считались признаком хорошо приготовленного коктейля — для их появления нужно было встряхивать с силой (а это было редкостью среди ленивых барменов прошлого). Но сегодня большинство барменов встряхивают энергично и процеживают все коктейли через **мелкое сито** (также называемое «двойное процеживание»), чтобы удалить мякоть, травы и кусочки льда из готового напитка. Хотя осколки льда поначалу создают приятное ощущение, они быстро тают, разбавляя коктейль и нарушая его баланс.

Процеживание через мелкое сито разрушает более крупные пузырьки, уменьшая аэрацию и текстуру коктейля. Однако поскольку Margarita заказана «на льду», можно предположить, что гость предпочитает дополнительное разбавление, так что в этом случае в двойном процеживании нет необходимости.

Техника «Throwing» и «Rolling»

На служебной станции приготовления коктейлей Bloody Mary может быть выполнен двумя способами — с помощью **«rolling»** или более театральной техники **«throwing»**, которая представляет собой адаптацию древнего китайского метода подачи чая из длинноносого чайника. Согласно *Difford's Guide*, эта техника прошла путь по пряничному пути из Индии в Марокко, где мавры использовали её для насыщения воздухом мяты и полыни в чае, затем распространилась в Страну Басков (для сидра) и дошла до Хереса в Испании, где **вененсиадоры** до сих пор используют её при подаче хереса. Иллюстрации из американских коктейльных книг XIX века показывают, что подобный способ применялся и в США. Эта техника идеально подходит для Bloody Mary, так как при перемешивании напиток получается густым и невыразительным, а при встряхивании — слишком пенистым.

Популярность «throwing» возросла благодаря барменам из бара Boadas в Барселоне, которые готовят Martini этим способом с момента открытия бара в 1938 году.

Чтобы выполнить **throwing**, процедите смесь из шейкера объёмом 530 мл в шейкер объёмом 830 мл (это поможет удалить пряности и хрен), затем добавьте порцию льда. Используйте сито типа julep или парижское сито, чтобы удерживать лёд внутри шейкера во время перемешивания. Возьмите ещё один шейкер на 830 мл и поднимите оба шейкера над головой. Медленно наклоняйте первый, чтобы жидкость текла ровной струёй, и ловите её во второй шейкер, одновременно опуская его как можно ниже, не проливая.

Если верхняя рука остаётся неподвижной, а взгляд сосредоточен на нижнем шейкере, вы сможете поймать весь объём без потерь. (Я видел барменов, которые выливали коктейль с уровня головы в шейкер, удерживаемый на уровне пояса, ещё и вращаясь — но это уже показуха.) Как только первый шейкер освободится от жидкости (в нём останется лёд), верните оба на уровень груди, перелейте содержимое обратно и повторите. Повторите эту последовательность 4–5 раз, после чего процедите напиток в охлаждённый бокал.

Если вы не поклонник театральности, вы можете просто **переливать** коктейль из одного шейкера в другой 5–6 раз — аккуратно, с изяществом и уверенностью. Это обеспечит нужную степень разбавления, аэрации и температуры. Многие бармены готовят Bloody Mary прямо в бокале, из которого подают, но я предпочитаю готовить коктейли (включая Old-Fashioned, хотя он традиционно строится прямо в бокале) в отдельном сосуде, а затем процеживать в чистый и охлаждённый бокал.

Размешивание (Stirring)

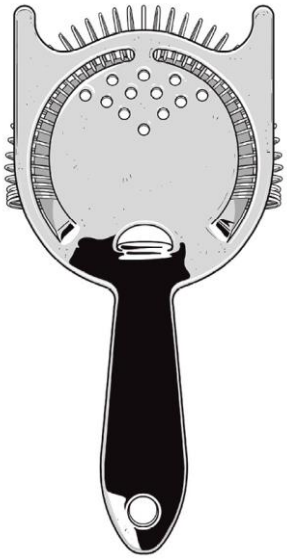
Как только Bloody Mary будет перелит и процежен, бармен может приступить к размешиванию Negroni, предварительно охладив смесительный стакан. Несмотря на кажущуюся простоту, размешивание — одна из самых сложных техник, так как требует длительной тренировки, чтобы средний, указательный палец и большой палец могли легко и быстро вращать ложку по стенке стакана, не создавая пузырьков воздуха.

Расположите заднюю часть чаши ложки вдоль стенки стакана так, чтобы она легко захватывала лёд у дна и двигалась по часовой стрелке. По словам Дейва Арнольда в *Liquid Intelligence*, «основными переменными являются размер кубиков льда и

скорость/длительность размешивания... Если лёд крупнее, потребуется мешать дольше или быстрее, чтобы достичь такого же результата, как с мелким льдом».

Многие бармены заранее охлаждают стакан, а затем приступают к перемешиванию после других операций — это приемлемо при использовании крупных кубиков. Вы можете использовать соломинку, чтобы попробовать напиток в процессе и оценить уровень разбавления и охлаждения.

Температура особенно важна, если коктейль подаётся **без льда**, как Martini, но если напиток подаётся **на крупном кубе**, как Negroni, он выиграет от дополнительного разбавления и охлаждения со временем.



Если стакан слишком лёгкий и скользит, зафиксируйте его у самого основания между указательным и большим пальцем, чтобы уменьшить передачу тепла от рук. (Один из моих любимых стаканов имеет ножку — с ним такой проблемы нет.) Объёма льда должно быть достаточно, чтобы покрыть жидкость — обычно хватает одного стандартного совка.

После того как напиток достаточно охладится и разбавится, процедите его в охлаждённый бокал с помощью **сита типа julep** (традиционного в США при работе со смесительными стаканами), **парижского** или **Хоторна**. Так как цель размешивания — минимизировать аэрацию, важно переливать как можно ближе к краю бокала, чтобы не создавать пузырьков.

Меня всегда удивляет, когда бармен сначала идеально перемешивает напиток, а затем выливает его с высоты полуметра — тем самым стирая весь достигнутый результат.

На этом этапе оба бармена завершили приготовление первой партии напитков и могут либо подать её официанту для украшения на станции, либо, если официант занят, украсить напитки самостоятельно. Затем они должны промыть джиггеры, сита, ложки и шейкеры, чтобы подготовиться ко второй части заказа.

ВТОРАЯ ПАРТИЯ НАПИТКОВ

Как только рабочие станции и инструменты приведены в порядок, бармен у стойки наполняет шейкеры смесью одного крупного кубика льда для аэрации и нескольких мелких кубиков для разбавления, чтобы взболтать Green Thumb и Pisco Sour. Тем

временем бармен, работающий на служебной станции, наполняет кубок для julep — в котором уже находятся мята, бурбон и простой сироп — дроблёным или гранулированным льдом и берёт горячий кофе для приготовления Irish Coffee.

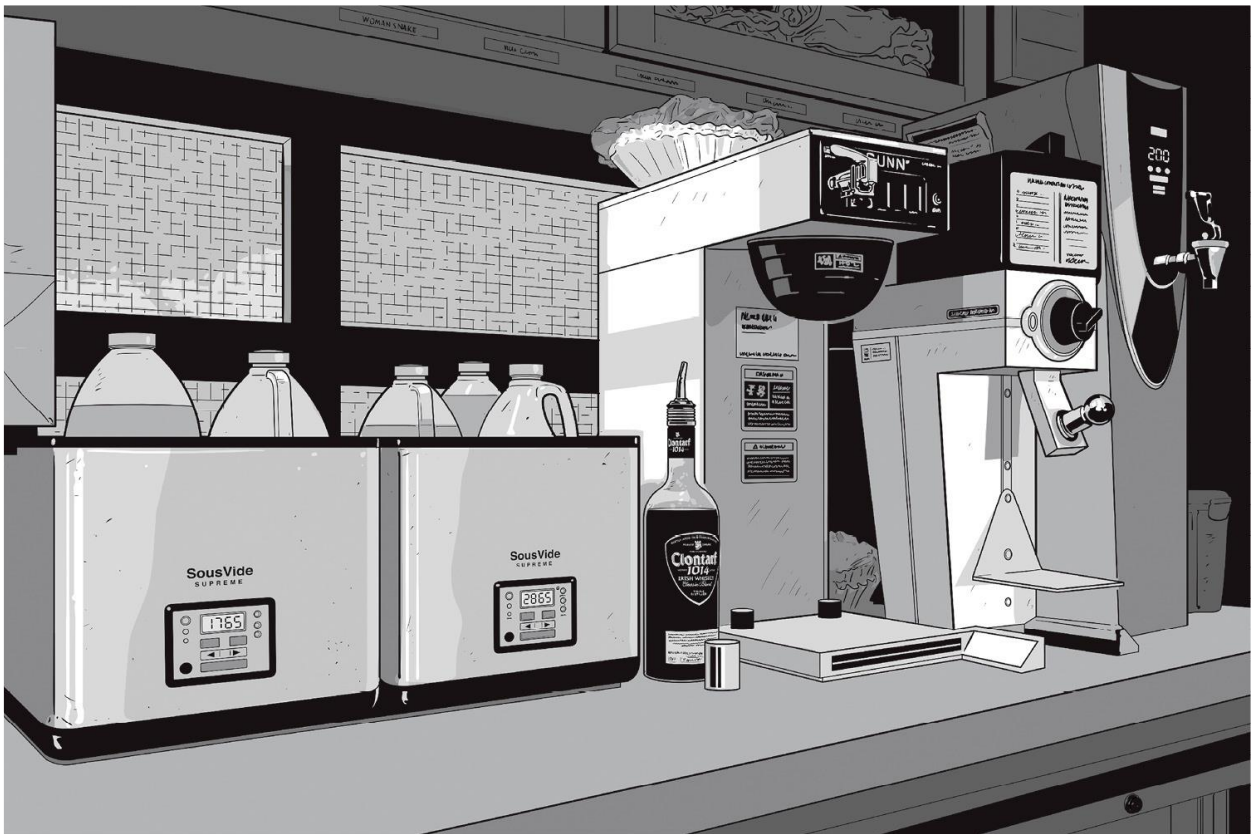
При условии, что для Pisco Sour уже была выполнена **сухая встряска** (без льда) для эмульгирования белка, оба коктейля требуют одинакового типа и продолжительности встряски, чтобы как следует охладиться, разбавиться и насытиться воздухом. Если бармен уверенно работает с двумя шейкерами, он может взболтать оба напитка одновременно. (В некоторых странах встряска двух напитков одновременно считается дурным тоном, но в условиях ограниченного времени эффективность важнее традиции.) Следует проявить особую осторожность при герметизации шейкеров: у вас будет только одна рука на каждый, поэтому держите по два пальца на каждом шейкере в центре, чтобы не допустить разлёта. **Не постукивайте** шейкеры друг о друга перед встряской: это создаёт ненужный шум, выглядит показушно и портит шейкеры.

ПОДГОТОВКА СТАНЦИИ К СЛЕДУЮЩЕМУ РАУНДУ

Допустимо отложить инструменты и сосуды до окончания всей партии, если есть место, чтобы убрать их в сторону. Но если они накапливаются и загромождают рабочее пространство, их нужно вымыть и расставить заново перед следующим раундом. Один из моих первых наставников говорил: *«Чистый бар — счастливый бар»*, а я добавлю: *организованный бар — тоже счастливый бар*. Какой бы метод вы ни выбрали — «убирать по ходу» или «всё разом в конце» — придерживайтесь его постоянно. Без последовательности у вас не выработается мышечная память за баром.

Огурец, размятый в Green Thumb, при встряске разобьётся ещё сильнее, поэтому его нужно **процедить через мелкое сито**. В случае с Pisco Sour решение о процеживании остаётся на усмотрение бармена, но я рекомендую **процеживать большинство шейкнутых коктейлей**, чтобы удалить осколки льда, которые могут привести к излишнему разбавлению напитка. Я видел, как бармены в загруженных барах одновременно процеживали два коктейля через сито. Это требует сложной манипуляции: ручка мелкого сита упирается в край шейкера, корзинка сита улавливает мусор у края, указательный палец управляет «воротами» Хоторна, а само сито удерживается над бокалом. Я бы отказался от этого метода. Вместо этого — держите мелкое сито над охлаждённым бокалом одной рукой, а второй рукой процедите напиток через сито Хоторна прямо в бокал.

Irish Coffee и станция бара Dead Rabbit



В случае с Irish Coffee, если кофе уже подслащен и ждёт в водяной бане, подогреваемой **иммерсионным циркулятором** (см. сноску), всё, что остаётся сделать бармену, — это наполнить бокал почти до края; виски уже был отмерен и налит в бокал заранее. Практически невозможно отмерить горячую жидкость в стальной джиггер — и это небезопасно, поскольку и стекло, и металл быстро проводят тепло. Поэтому, если ваш бокал имеет объём 180 мл, вы можете налить «на глаз» и сверху выложить взбитые сливки. (Вот почему так важно выбирать стеклянную посуду **правильного объёма и термостойкости** для горячих напитков. В качестве альтернативы можно использовать бокалы с чёткой отметкой объёма, например, по верхнему краю ручки.)

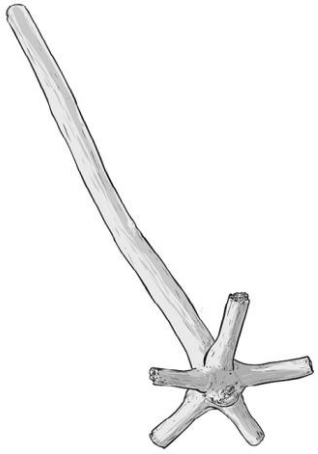
КАК ПОДАВАТЬ ГОРЯЧИЕ НАПИТКИ

В большинстве баров горячие напитки подогревают с помощью паровой трубки кофемашины, в чайнике или на плите. Однако в случае, если жидкость содержит жир, такие методы могут привести к её пригоранию. Приготовление кофе заранее и хранение его на подогревающей плите или в кофейном бойлере тоже не идеальный вариант, так как кофе либо пригорит, либо остынет ниже допустимой температуры подачи. К тому же возникает проблема окисления: чем дольше кофе контактирует с воздухом, тем менее ярким становится его вкус. И, наконец, кофе нужно заваривать при температуре около 93–95 °C, но пить при этой температуре невозможно.

Я почти смирился с невозможностью подавать по-настоящему хорошие Irish Coffee в загруженном баре. (В кафе Buena Vista в Сан-Франциско с этим справляются отлично, но они специализируются на Irish Coffee и подают их большими партиями — до дюжины за один раз.) Но однажды я увидел **иммерсионный циркулятор** за стойкой бара в Dead Rabbit в Нью-Йорке. Там смесь кофе и сахара разливают по бутылкам и хранят в горячей воде, что позволяет **удерживать температуру на уровне 77 °C** в течение длительного

времени без пригорания или окисления. Более того, гость может начать пить напиток сразу, не дожидаясь, пока он остынет.

Иммерсионный циркулятор подходит не только для кофе. Это настоящая находка и для горячих напитков на основе чая, сидра или любых других ингредиентов, которые могут окислиться или пригореть при нагреве паром или на плите.



Swizzling

Палочка Bois Lélé для перемешивания (swizzle)

Закончив с Irish Coffee, самое время довести до готовности **Mint Julep**. Лучший способ достичь нужной степени охлаждения и разбавления в этом коктейле — использовать **палочку для swizzle**, что может удивить традиционалистов.

Наполните кубок для julep почти доверху дроблёным или гранулированным льдом (идеально подойдёт гранулированный лёд размером с горошину, получаемый из машины Scotsman; дроблёный лёд нужно заготавливать вручную перед подачей) поверх смеси из мяты, простого сиропа и бурбона. Затем погрузите палочку для swizzle **ветвистой стороной вниз**, но **только до середины** кубка (если опустить её на дно и начать вращать, мята окажется распределённой по всему объёму). Раскатывайте палочку между ладонями (мягко, чтобы не сдвинуть мяту и не насыщать смесь воздухом), перемешивая лёд, что охладит и разбавит коктейль.

Через 8–10 секунд стенки кубка начнут покрываться инеем снизу вверх — это сигнал, что коктейль достиг нужной температуры. Аккуратно извлеките палочку, не нарушая структуру мяты и льда, затем добавьте сверху **свежую горку гранулированного льда** и осторожно утрамбуйте её чистыми руками. Пока ледяной купол ещё не смерзся, **проткните** его соломинкой. Аккуратно похлопайте **3–4 идеальных веточки мяты** о тыльную сторону ладони, чтобы раскрыть аромат, и вставьте их в отверстие рядом со соломинкой. Это обеспечит то, что при каждом глотке нос гостя будет касаться свежей мяты.

Как и в случае с первой партией, после того как напитки второй партии налиты, их следует разместить на подаче, где официант сможет их украсить, пока готовится третий

раунд. Если официант недоступен, бармен должен сделать украшения сам. **Время имеет критическое значение** для таких напитков, как Mint Julep — он должен быть украшен чистыми руками до того, как лёд смерзнется. Художественные украшения, например, спираль из биттера в Pisco Sour (см. соответствующую страницу), может выполнить и хорошо обученный официант, но я бы не удивился, увидев, что бармен сам доводит дело до конца после всех усилий, вложенных в приготовление напитка.

ТРЕТИЙ РАУНД

После того как инструменты и сосуды, использованные для приготовления второго раунда, были вымыты, а станция приведена в порядок, каждый бармен может приступить к подготовке третьего и последнего раунда.

Так как основное внимание бармена на точке должно быть сосредоточено на гостях, перед ним стоит только одна задача в третьем раунде — приготовить **Michelada** (см. соответствующую страницу). По традиции этот коктейль готовят прямо в бокале для подачи, но я отступаю от традиции и предпочитаю собирать его в смесительном стакане или шейкере. **Piña Colada** и **Jimmie Roosevelt**, которые одновременно будет готовить сервисный бармен на другой станции, отложены на третий раунд, чтобы минимизировать разбавление у блендированного коктейля и сохранить игристость шампанского в коктейле.

Как только Michelada собрана в смесительном стакане, а подготовленный хайбол с украшенным ободком стоит перед ним, остается лишь добавить пиво — из хорошо охлаждённой бутылки или из-под крана. Возьмите смесительный стакан за основание одной рукой и наклоните его на угол **45°** перед тем, как наливать пиво.

Чтобы налить пиво в бокал, держите его под углом 45° под краном или наклоните под тем же углом и аккуратно налейте из бутылки, медленно возвращая бокал в вертикальное положение. При работе с разливным пивом потяните ручку полностью на себя в начале розлива и постепенно закройте её по мере наполнения бокала, чтобы сформировать **шапку пены высотой около 2,5 см**.

Если вы нальёте пиво в стакан перед процеживанием, часть газа улетучится, но вы сможете отфильтровать грубые частицы специй и твердые остатки, избежав мутного и «пюреобразного» коктейля. Michelada — это непритязательный коктейль, который можно приготовить множеством способов. Если вы собираетесь подавать его со льдом (по моему мнению, это необязательно), можно предварительно коротко размешать коктейль со льдом, а затем процедить на свежие кубики, чтобы минимизировать разбавление в бокале. Тем не менее, вы вправе отказаться от предварительного приготовления в шейкере, если вы или ваши гости предпочитаете традиционную подачу.

Пока бармен на точке занимается Michelada, **сервисный бармен** должен приготовить **Piña Colada** и **Jimmie Roosevelt**. Чтобы сохранить как можно больше газа в Jimmie Roosevelt, начните с **Piña Colada**. Просто добавьте лёд в стакан блендера и включите его.

Большинство рецептов блендированных коктейлей не указывают количество льда, хотя это крайне важно: **слишком много — получится густое, алкогольное сорбе**, слишком мало — недоработанный, водянистый напиток. Кубики льда измельчаются медленно (а это приводит к чрезмерному разбавлению), поэтому я рекомендую использовать **гранулированный лёд** из машины Scotsman или тонко дроблёный лёд.

ПРОБЛЕМЫ С ПИВНЫМ КРАНОМ



Две распространённые проблемы с системами разлива пива — **пена** и **недостаточное давление**.

Если пиво слишком пенится, скорее всего, холодильник с кегами слишком тёплый, что может происходить, если дверь холодильника остаётся открытой при приёме поставки или если неисправен компрессор. Если температура в порядке (около 4–7 °C), причина может быть в **неправильно изолированных пивопроводах** между холодильником и краном. Во многих барах устанавливают **гликолевую систему** для охлаждения труб — проверьте её при замене газовых баллонов и промывке линий.

Если пиво стало плоским, скорее всего, пора менять кегу или подключать новый газовый баллон. Если **только одно пиво** теряет газ — дело в кеге. Если **все пива** стали менее газированными — дело в газе. Пивные линии и краны следует очищать **как минимум раз в месяц**.

Ещё одно распространённое заблуждение заключается в том, что для блендированных напитков можно использовать те же пропорции сладких, кислых и крепких ингредиентов, что и для коктейлей, приготовленных методом шейка или стирринга. Как я упоминал ранее, разбавление льдом снижает воспринимаемую сладость, поэтому пропорции необходимо корректировать.

Более того, если вы используете классические пропорции для **6-унциевого** (около **180 мл**) блендированного коктейля, напиток получится **сильно разбавленным** из-за объёма используемого льда — следовательно, необходимо **увеличить количество ингредиентов**. Пока работает блендер, сервисный бармен может приступить к приготовлению **Jimmie Roosevelt**.

Для таких рецептов, как **Michelada** или **Mint Julep**, у которых нет конкретного автора, вы обладаете большей свободой для адаптации и персонализации оригинального рецепта. Но это не относится к **Jimmie Roosevelt**, который был создан **Чарльзом Х. Бейкером**, автором книги *Gentleman's Companion* (см. раздел «Уважение к традиции» ниже). Поэтому я рекомендую следовать технике, изложенной в *Gentleman's Companion*, —

собирать **Jimmie Roosevelt прямо в бокале для подачи**, то есть в охлажденной коктейльной рюмке.

УВАЖЕНИЕ К ТРАДИЦИИ

В книге *Cocktail Technique* известный японский бармен **Кадзуа Уэда** пишет:

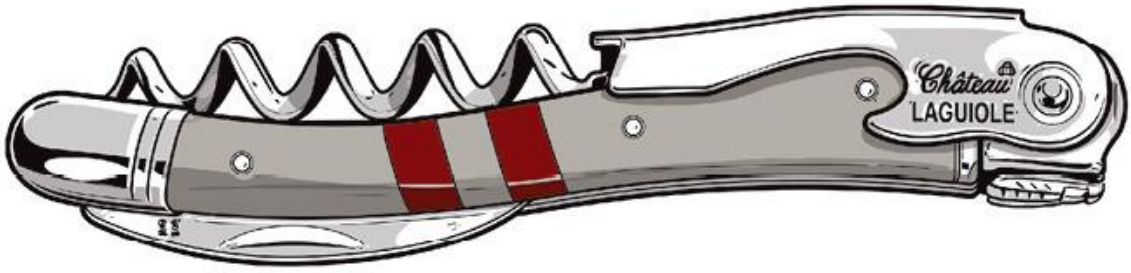
«Каждый коктейль был кем-то придуман, и вы должны представить себе, чего хотел достичь его автор — чего он добивался, что он искал, создавая этот коктейль. Узнайте, где и когда коктейль был придуман, и подумайте, насколько уместно добавить в него свою индивидуальность».

Тем не менее, самым важным участником этого процесса остаётся **гость**. Это не значит, что вы должны менять технику приготовления каждого коктейля под капризы гостей — бармены и владельцы баров прилагают массу усилий, чтобы коктейли **готовились одинаково**, независимо от того, кто стоит за стойкой. Однако если гость ясно указывает, **как именно он хочет получить свой напиток**, вы обязаны учесть его пожелание.

Снова обратимся к словам Уэда:

«Каким бы хорошим ни был ваш коктейль, если он не понравится гостю — в этом нет смысла… Ваша главная задача как бармена — подумать, как приготовить такой коктейль, который гость сочтёт великолепным».

Сначала поместите отложенный **пропитанный биттером кусочек сахара** в охлаждённую рюмку. Если у вас есть **бутылка коньяка в морозильной камере** (что я настоятельно рекомендую, если **Jimmie Roosevelt** входит в меню), используйте охлаждённый коньяк для сборки напитка. Если же коньяк хранится **при комнатной температуре**, предварительно **размешайте его со льдом и процедите в бокал**, чтобы не согреть напиток.



ШАМПАНСКОЕ

Как и пиво, шампанское перед подачей должно быть **хорошо охлаждено (до 4–7 °C)**; в противном случае оно будет **тёплым и пенистым**. Никогда не открывайте **тёплую бутылку шампанского** (если только не вынуждены), поскольку при повышении

температуры давление внутри увеличивается. Также, как и с бутылками пива или кегами, **встряхнутая бутылка шампанского** может взорваться при открытии.

Лучше всего **давать газированным напиткам «отдохнуть» как минимум сутки** после доставки или перестановки, прежде чем открывать их для подачи.

Украшения (гарниши)

Театральные украшения, например поджигаемые элементы, следует добавлять **непосредственно перед подачей** напитков к столу или оформлять уже **на глазах у гостя**, чтобы он мог насладиться зрелищем. Более простые гарниши — коктейльные шпажки с вишнями, дольки лайма и прочее — можно добавлять сразу после завершения приготовления напитков в заказе.

ПОДАЧА ШАМПАНСКОГО

Чтобы **открыть бутылку шампанского**, снимите фольгу и ослабьте проволочную мюзле, удерживая пробку большим пальцем, чтобы она не вылетела неожиданно. Убедитесь, что горлышко направлено **в сторону от вас и гостей**. Если обстановка формальная, накройте пробку льняной салфеткой и, слегка нажимая на неё, аккуратно проворачивайте — так вы откроете бутылку **почти бесшумно**. Пробку можно отложить или предложить гостю. Протрите горлышко бутылки, **проверьте аромат** вина, чтобы убедиться в его качестве, и начинайте наливать.

Наливать шампанское нужно медленно, чтобы избежать образования избыточной пены. При правильной технике вы сможете **наполнить бокал за один подход**, не делая пауз, чтобы дождаться, пока спадёт пена.

Слишком много баров, даже тех, где работают опытные официанты, **настаивают на том, чтобы гарнир добавлял исключительно бармен**, даже когда делегирование этой задачи позволило бы **значительно ускорить обслуживание**. Это проявление ошибочного почтения к бармену, аналогичное напряжению на кухне, где повара уделяют излишнее внимание каждой детали блюда, прежде чем его унесут официанты.

Я понимаю барменов: они гордятся своими коктейлями и хотят довести каждую подачу до совершенства. Но нужно помнить, что **именно официанты — послы вашего бара**, они общаются с гостями и представляют ваше заведение. Позволить им добавлять гарниши, пока бармен завершает остальные коктейли в заказе — **самый эффективный способ** организовать работу.

Техника оформления гарнишей

Устанавливая каждый элемент гарниша (дольки, колёса, соломинки, шпажки, украшения), подумайте, **как гость будет взаимодействовать с бокалом** — с какой стороны подносить к губам, как он увидит напиток спереди, сбоку и сзади. Как правило:

1. Гарнир следует располагать на позиции **два часа** для правшей и **десять часов** для левшей. Это удобно для питья и не требует поворачивать бокал.
2. Соломинку ставьте с противоположной стороны: **на пять или семь часов**.

Как бы очевидно это ни звучало, **руки должны быть чистыми**. Во многих престижных барах Европы, где персонал обучен по стандартам **IBA (International Bartenders Association)**, гарниры накладываются **щипцами**.

Большинство международных санитарных норм требует, чтобы гарниши были **закрыты**, а в некоторых случаях — **хранились в холодильнике**. Пластиковые соломинки должны быть **в индивидуальной упаковке**. На мой взгляд, это **избыточно и неэффективно**, если персонал придерживается норм гигиены.

Металлические соломинки — самый экологичный вариант, но они требуют тщательной и регулярной чистки (и нередко «уходят» из бара вместе с меню). Полосатые **бумажные соломинки** эстетичны, но **дороги** и, как и пластиковые, быстро становятся мусором.

Соломинка должна выступать из бокала **не более чем на 5 см**, чтобы гость мог ощущать **аромат коктейля**. Таким образом, большинству баров стоит запастись **двумя размерами соломинок**: короткими — для напитков в роксе, и длинными — для подач в коллинзе.



Джейкоб Брайарс
Посол бренда
О стремлении радовать
«Ты испытываешь мощный выброс адреналина, когда радуешь людей. Это настоящая цепная реакция. Мой дофаминовый кайф приходит не от шопинга, а от того, что я заставляю людей смеяться, дарю им великолепный вечер и ощущение, что о них заботятся».

Флотирование

Коктейль *Jimmie Roosevelt* завершается флотом из **зелёного шартреза**, который наливается поверх шампанского. Проще всего выполнить флотирование, **медленно выливая жидкость на тыльную сторону барной ложки**, удерживаемой чуть выше поверхности напитка, или **по диску английской барной ложки**, если она у вас есть. Если объём ингредиента меньше 7 мл (0,25 унции), можно использовать **распылитель**, чтобы нанести флот в виде ароматной вуали.

Некоторые ингредиенты флотируют благодаря **разной плотности жидкостей** — как, например, слои в *pousse-café* или пиво Guinness, плавающее поверх Bass в коктейле *Black and Tan*. В других случаях, как с Chartreuse в *Jimmie Roosevelt*, флотируют **ради аромата**. Этот компонент со временем будет постепенно смешиваться с остальными — по мере того как вы пьёте коктейль.

Подобные напитки ведут себя **как выдержанное вино**, эволюционируя в бокале: сахар начинает таять, биттеры и Chartreuse смешиваются с шампанским. Такой коктейль стоит **пить медленно**, наблюдая, как он раскрывается и трансформируется.



Дон Ли
Бартендер
О технике
«Это как в *Матрице*. Как в буддизме. Это кунг-фу. Когда ты поднимаешься на самый верх, ты понимаешь, что правил не существует. Не существует техники. Все техники — это просто техники. Всё, что ты считал непреложным правилом или способом делать что-то — на самом деле зависит от ситуации. Чем больше ты знаешь, тем яснее понимаешь: нет ни одного способа, который был бы универсален. Секрет кунг-фу в том, что кунг-фу не существует. Нужно дойти до уровня, на котором ты выходишь за рамки конкретной техники и видишь все техники».

Форма и функция

Некоторые гарниры, как бумажные зонтики, выполняют чисто декоративную функцию. Другие, как долька лайма на *Margarita* или *Michelada,* — более функциональны. Многие гости предполагают, что любую дольку цитруса на краю бокала нужно выжать в напиток — как это принято с *Gin and Tonic* или *Cuba Libre,* — и делают это, даже не попробовав напиток. А это может разрушить баланс коктейля. Одно из решений — **укладывать цитрусовое колесико прямо на поверхность напитка**: визуальный эффект сохраняется, а лишняя кислотность — нет.

Коктейли вроде *Bloody Mary* обычно сопровождаются целым изобилием гарниров: от цитрусов и солений до оливок, сельдерея и даже бекона. Пышные декоративные украшения восходят к самым ранним временам коктейльной культуры — когда *cobblers* и *juleps* украшались любыми возможными фруктами, зеленью, цветами и прочим. Некоторые бары, например *Nightjar* в Лондоне, стали знамениты своими фантастически оформленными напитками. Они всегда впечатляют, но, по моему мнению, **чересчур сложные гарниры отвлекают от главного — от содержимого бокала**. Любой бар

может купить красивые бокалы, прозрачный лёд и изысканные украшения, но только лучшие бары подают **идеально сбалансированные коктейли снова и снова**.

Те гарниры, которые опускаются на дно — лук, вишня, оливки, — следует **аккуратно насаживать на коктейльную шпажку**. В зависимости от размера гарнира принято использовать либо один, либо три предмета на шпажке — почему так, я не знаю, но почти все придерживаются этой традиции. (Особенно любители коктейлей с оливками или вишней.)

Некоторые утверждают, что **нельзя использовать несъедобные гарниры**, но и здесь есть исключения, которые мне нравятся — например, **лист ананаса в *Piña Colada***. Он не ароматный и не съедобный, но **визуально контрастирует с молочно-белой структурой коктейля**. Можно также добавить колесико апельсина, сбалансировать на нём бумажный зонтик или использовать ярко-красную мараскиновую вишню. Но вот вишню я лично не приемлю — для меня она говорит о том, что бармен воспринимает коктейль как мороженое, а не как авторский напиток.

А вот **свежий лист ананаса**, напротив, даёт понять, что в коктейле, скорее всего, использован **свежевыжатый ананасовый сок**, от которого этот напиток полностью зависит. И это заставляет меня скорее заказать его.



Хидэцугу Уэно
Бартендер
О всесторонне развитом бармене
«Я считаю, что бармен должен быть всесторонне развит. Если ты отлично умеешь что-то одно, но совершенно не справляешься с другим, — это не делает тебя хорошим барменом. Нужно быть хорошим во всём. Уважительно относиться к гостям. Готовить действительно хорошие напитки. Уметь управлять баром. Господин Киси-сан говорил, что мы — как овчарки в баре. Пьяные клиенты блуждают вправо и влево, а мы должны вести их. Нужно стараться быть хорошим во всём — не идеальным. Некоторые готовят прекрасные коктейли, но плохо обращаются с гостями».

Лучшие практики

У многих классических коктейлей существует несколько вариантов гарнира — например, *Negroni* можно украсить как колесиком апельсина, так и цедрой. Если гость не озвучил конкретных пожеланий, я выбираю гарнир, исходя из ингредиентов в составе коктейля. Поскольку в *Negroni* нет сока, я бы предпочёл использовать **цедру**, а не колесико.

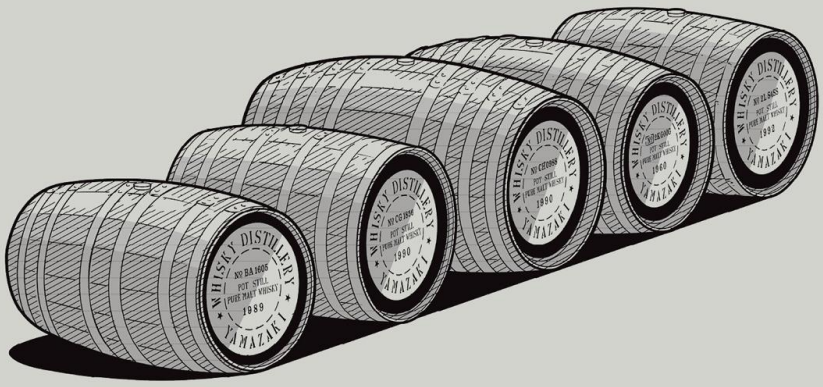
Некоторые бармены предпочитают **поджигать апельсиновую цедру**, зажав её кожурой наружу над горящей спичкой (после того как сгорел серный наконечник). Это распыляет эфирные масла сквозь пламя, которое их воспламеняет, и они опускаются на поверхность напитка.

Однако только один классический рецепт — *Flame of Love*, популяризированный Дейлом ДеГроффом в 1990-х, — прямо требует поджигать цедру. Поэтому я обычно **избегаю поджога цедры**, особенно учитывая, что большинство барменов делают это либо с зажигалкой на бутане, либо пока спичка всё ещё горит с серным запахом. В обоих случаях топливо — серо или бутан — **может испортить вкус цитрусового масла**, если всё выполнено неправильно.

Для гарнира *Negroni* достаточно кусочка апельсиновой цедры **размером с монету** — от пяти до десяти центов. Многие бары срезают длинные полоски кожуры с помощью

овощечистки — получается более эффектно визуально, но **такой кусок не стоит полностью выражать над напитком**, поскольку это может **перебить вкусовой баланс**. Подумайте о цитрусовом масле как об **ингредиенте, требующем дозировки**.

Спиральная цедра, срезанная ножом-каннеллером, идеально подходит для коктейлей, подаваемых в **флюте** — узкий цилиндрический бокал хорошо удерживает форму такого гарнира. При использовании ножа-каннеллера **всегда срезайте цедру над бокалом**, так как именно в этот момент высвобождается наибольшее количество эфирных масел.


WHISKY DISTILLERY
YAMAZAKI
1989
1990
1990
1990
1992

Часть 4



Хотя большинство потребителей выбирают алкогольные напитки, в первую очередь ориентируясь на узнаваемость бренда, интерес к происхождению продуктов питания и напитков неуклонно растет благодаря усилиям шеф-поваров, пивоваров и виноделов, которые просвещают публику о технологиях и географии, формирующих их ремесло. Индустрия крепких спиртных напитков, следуя примеру винодельческой отрасли, теперь приглашает потребителей посещать производственные предприятия, где можно увидеть мастеров за работой и продегустировать продукцию, в результате чего формируется лояльная и осведомленная аудитория.

За последние два десятилетия мне довелось побывать на дистиллериях по всему миру — от крупных ультрасовременных предприятий до сельских семейных хозяйств. Нет лучшего способа познакомиться со спиртом, чем встретиться с его производителями и задать вопросы на месте. Понимание того, как производятся спиртные напитки, поможет вам сделать осознанный выбор при формировании ассортимента.

С этой целью данная глава представляет собой краткий курс о том, как сырье — будь то виноград, агаву, зерно или нечто более экзотическое — превращают в дистиллированный напиток. Существуют целые книги, посвященные этой теме, поэтому в этой главе акцент будет сделан на культурной значимости процесса, а не на его научных деталях. Этот процесс, существующий веками, может быть сложным, технически насыщенным и сильно варьироваться от региона к региону.

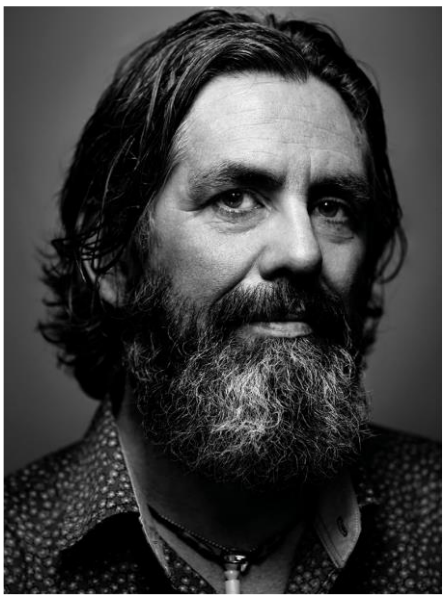
В процессе я приглашу вас на короткие «экскурсии» по дистиллериям, которые я посетил в разных странах мира. Я включил в текст комментарии представителей производств, а также ведущих специалистов отрасли, рассказывающих о каждом этапе процесса создания спирта.

Я сопоставил современные промышленные предприятия с ремесленными производствами, ведь в практически каждой категории спиртных напитков можно найти достойные примеры вне зависимости от масштаба. Размер и качество не являются взаимоисключающими понятиями, и в индустрии алкоголя «меньше» не всегда значит «лучше». Крупные дистиллерии, которые инвестируют прибыль в оборудование, технологии и людей, создают благоприятный цикл экономического роста и инноваций, что в итоге способствует повышению качества их продукции.

Следование традициям или стремление к инновациям также не являются достоверными индикаторами качества. В некоторых категориях — например, текила, коньяк и шотландский виски — процесс производства и маркировки строго регулируется системой наименований по происхождению или влиятельными отраслевыми организациями, что ограничивает возможность внедрения новых исследований, технологий и бизнес-практик. Эти напитки в значительной степени рассматриваются как классика, выдержавшая испытание временем; их воспринимаемая неизменность (реальная или мнимая) — фундаментальная часть их идентичности. В других категориях — джин, пожалуй, самый радикальный пример последнего десятилетия — инновации принимаются охотнее, но сами по себе они не являются гарантией качества.

Я познакомлю вас с традиционалистами, такими как Максимино и Фаустино Гарсия Васкес, которые производят мескаль Chichicapa по технологиям, сохранившимся на протяжении веков, и с новаторами, такими как Лэнс Уинтерс, чья дистиллерия St. George Spirits из Аламеды (Калифорния) расширяет границы таких категорий, как водка, джин, виски и даже абсент.

Переходя от страны к стране и от одной дистиллерии к другой, я буду выделять этапы производства спиртных напитков — такие как купажирование и фильтрация — которые часто упускаются из виду в других руководствах. Стоит отметить, что немногие производители имеют возможность контролировать всю цепочку поставок — от поля до полки, поэтому редко удается увидеть все этапы производства в рамках одного визита.



ДЭВИД БРУМ
Историк
О перегонных кубах
«Всё дело в рефлюксе. Всё дело в потоке и ритме. Насколько быстро? Насколько медленно? Насколько горячо? Насколько холодно? У дистилляторов есть чёткое понимание этих элементов. Они знают, что происходит в каждой части перегонного куба. Они видят, как капли спирта возвращаются, чтобы быть перегнаны снова, в каждой части куба. Они знают, что стекает по трубе очистителя. Они слушают пар. Перегонные аппараты становятся продолжением человека, я считаю. В результате они начинают понимать, какую мелодию можно на них сыграть».

ВИНОГРАДНАЯ ЛОЗА НА ВИНОДЕЛЬНЕ NOVAL
ВЫРАЩИВАНИЕ СЫРЬЯ



Исторически алкогольные напитки производили из наиболее доступного в конкретном регионе источника крахмала или сахара — так, яблоки превращались в кальвадос на севере Франции, зерно — в виски в Шотландии, а виноград, например с почти девяностолетних лоз хозяйства Quinta do Noval (на фото), — в порто в Португалии.

Вообще говоря, в более холодных регионах основой для крепких напитков служили зерновые культуры, а в более тёплых — фрукты или травы. Конечно, в современную эпоху масштабного товарного сельского хозяйства это правило уже не столь строго. Тем не менее многие современные дистилляторы возвращаются к корням своего региона. Например, основатель NY Distilling Company Аллен Катц сотрудничает с фермером из региона Фингер-Лейкс в штате Нью-Йорк, который выращивает старинные сорта ржи, использовавшиеся виски-дистилляторами более ста лет назад.

Эксперименты Катца с различными сортами ржи не только способствуют биологическому разнообразию, но и позволяют создавать виски с уникальным вкусом (хотя многие полагают, что этого можно добиться только с дистиллятами на основе винограда и других фруктов). Фермеры, выращивающие сырьё для производства спиртных напитков, по словам Катца, являются «незамеченными героями нашей отрасли и важнейшими партнёрами для всех, кто не дистиллирует на собственных землях». «Мы не фермеры, — говорит он, — мы дистилляторы. Без талантливых и умных фермеров, которые выращивают наши ингредиенты, у нас ничего не будет».

СБОРОЩИК НА ВИНОДЕЛЬНЕ ESTÉVEZ
УРОЖАЙ



Собирающий аппарат на фото, называемый *cosechadora*, используется для сбора винограда, из которого затем производят херес, на бывших виноградниках Domecq (ныне принадлежащих компании Estévez) в Хересе, Испания.

Традиционный ручной сбор считается предпочтительнее использования современных машин, однако всё не так однозначно. Аппараты вроде *cosechadora* не только снижают затраты на рабочую силу. Как отмечает преподаватель по винам и спиртным напиткам Стив Олсон, в жарком климате, как в Хересе, их эффективность помогает снизить уровень окисления и преждевременного брожения у только что собранного винограда. Кроме того, по словам Сесара Сальданьи из *Consejo Regulador* (регулирующего органа региона хереса), *cosechadora* может собирать виноград ночью, когда температура воздуха гораздо ниже, что выгоднее для виноделов.

Ценность технологий сбора урожая неоспорима, и их не следует отвергать лишь из-за слепой приверженности традициям — однако следует помнить, что ни одна машина не способна самостоятельно принять решение о том, когда, где и как именно следует собирать урожай. Искусные фермеры и хорошо обученные сборщики остаются сердцем и душой производства отличного вина и спиртных напитков — будь то незаметные *химадоры*, собирающие агаву в Халиско, или знаменитый дистиллятор Ханс Райзетбауэр,

лично определяющий идеальный момент для сбора фруктов в семейных садах в Австрии для своих *eaux de vie*.

ТРАНСПОРТИРОВКА: ОТ ПОЛЯ ДО ПРОИЗВОДСТВА



Транспортировка редко обсуждается в контексте производства крепких напитков, но это захватывающий и жизненно важный этап процесса. Время, проходящее между сбором сырья — таких как ягоды, виноград, агава или сахарный тростник — и его переработкой и ферментацией может иметь решающее значение; небрежная или неэффективная транспортировка может привести к окислению, плесени или другим видам порчи, что может нанести вред или фатально отразиться на качестве конечного продукта. Ещё одна логистическая задача, которую необходимо учитывать производителям, — углеродный след и стоимость неэффективной доставки. Я поражаюсь инженерной работе, направленной на организацию этих этапов — от мер безопасности до контроля качества на каждом этапе пути.

Грузовик, изображённый ниже, перевозит сахарный тростник на мельницу, где его моют, измельчают и прессуют для получения сока. Затем сок поступает по внутреннему трубопроводу в ферментационные резервуары на предприятии *Destiladora de Alcoholes y Rones*, где в Гватемале производятся Ron Zacapa и другие бренды рома. После дистилляции ром перекачивают в автоцистерны, которые доставляют его на склад для выдержки в различных дубовых бочках. По завершении выдержки ром снова перекачивают в контейнеры и отправляют на разливочную линию.

САХАРНАЯ МЕЛЬНИЦА: НАЧИНАЕТСЯ ПРЕОБРАЖЕНИЕ

После того как сельскохозяйственное сырьё выращено и собрано, следующим шагом становится его преобразование в алкоголь. В случае волокнистых материалов, таких как агава, этот процесс начинается с измельчения (*milling*), а для более деликатных фруктов, таких как виноград, — с прессования.

Измельчение



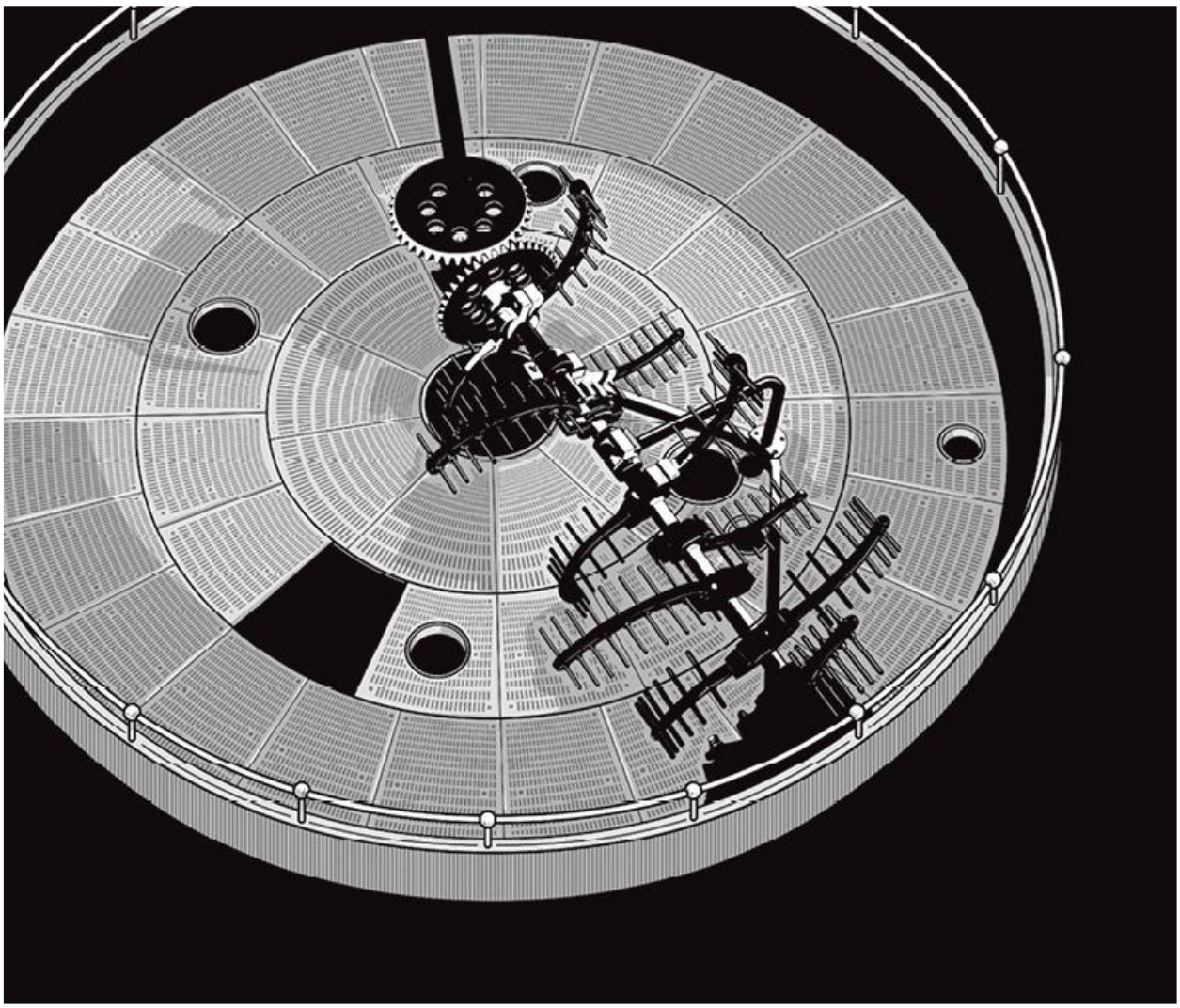
Максимино Гарсия Васкес (на переднем плане) и его отец Фаустино (на заднем), производители мескаля в Сан-Бальтазар-Чичикапа, Мексика, измельчают запечённую агаву сорта *Espadin* при помощи каменного жернова, известного как *molino,* подготавливая её к ферментации. По словам Гейба Бонфанти из Del Maguey, несмотря на физические усилия, этот метод сохраняется, так как он оказывает минимальное давление на волокна *piña* (сердцевины агавы), особенно по сравнению с механическими измельчителями.

Агава — одно из самых трудных сырьевых материалов для измельчения, и, как утверждает Рон Купер из Del Maguey, в каждом *palenquero* (мастере-дистилляторе) можно различить «руку мастера». Однако преимущества бережного измельчения выходят далеко за рамки агавы. Я пробовал виски из зерна, обработанного на вальцовой мельнице, и вино из винограда, отжатого при помощи пневматического пресс-баллона, и убеждён, что щадящее измельчение помогает сохранить яркость и выразительность сырья практически во всех категориях спиртных напитков.

От затора к суслу

Если в исходном сырье изначально отсутствует сахар, как это бывает с виноградом, сахарным тростником или агавой, ферментация невозможна без превращения крахмала в ферментируемые сахара путём нагрева в воде с добавлением ферментов. В производстве виски и пива этот процесс называется *затиранием* (*mashing*), а получаемая жидкость — *суслом* (*wort*).

Меш-тун (заторный чан) с открытым верхом и плоским дном на винокурне *Bruichladdich,* показанный на фото, используется с 1881 года, когда была основана дистиллерия. Современные меш-тун чаще всего закрыты и используют лопасти в форме шпинделей для перемешивания сусла перед его перекачкой в ферментационный резервуар.



Тяжёлые чугунные мешалки внутри этого меш-туна равномерно перемешивают затор, позволяя горячей воде извлекать сахар и вкус из соложёного ячменя, который содержит природные ферменты, необходимые для превращения крахмала в ферментируемые сахара.

Вода

Хотя технически вода не считается отдельным этапом производства, ничто не играет более фундаментальной роли в создании крепких напитков. Большинство спиртов содержит больше воды, чем алкоголя, поэтому характер воды, используемой на стадии затирания и ферментации, а также чистота воды, добавляемой после дистилляции, напрямую влияет на качество конечного продукта.



Источник воды на винокурне Yamazaki
Исторически винокурни строились вблизи водоёмов с чистой водой, которая использовалась для затирания, ферментации, нагрева, конденсации и разбавления готового спирта (не говоря уже об уборке оборудования и обеспечении логистики). Многие пивоварни, винодельни и винокурни используют горячую воду, образующуюся в процессе производства, для обогрева зданий.

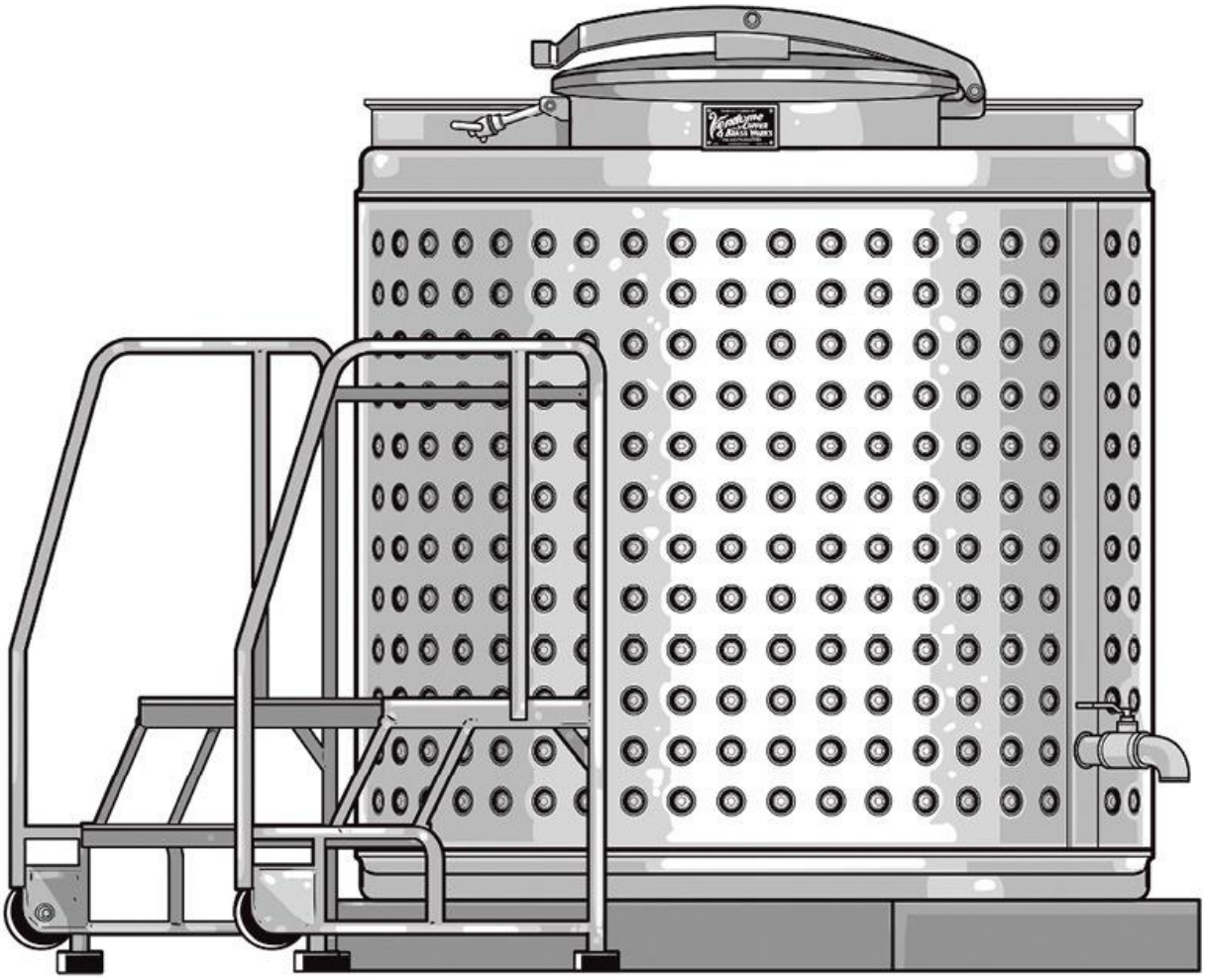
Источник воды, изображённый на фото, расположен у подножия горы Тэннодзан, где в XVI веке мастер чайной церемонии Сэн-но Рикю построил чайный домик, чтобы воспользоваться её чистотой и уникальным характером. Сегодня эта вода подаётся на винокурню Yamazaki и используется для затирания, ферментации и дистилляции односолодового виски.

По словам бывшего мастера-дистиллера компании Suntory на Yamazaki, Майка Миямото, мягкая, чистая вода не требует фильтрации для затирания и содержит минералы, питающие дрожжи во время ферментации, на этом этапе формируется характер спирта. Вода проходит процедуру деионизации перед добавлением к новому дистилляту (свежему, неразбавленному спирту) перед его розливом в бочки, затем повторно — при купажировании выдержанных спиртов, и в третий раз — для доведения крепости перед розливом по бутылкам.

Разведение дрожжей
После затирания сусло перекачивается в ферментационные резервуары (на фото ниже), где в него добавляют дрожжи, предварительно выращенные в одном из таких резервуаров.

Дрожжи — это живые микроорганизмы, питающиеся сахаром в сусле. Они вырабатывают спирт и углекислый газ, превращая крахмалистую жидкость в слабоалкогольную, пивоподобную смесь, называемую *wash*.

Бродильная ёмкость (dona tub) на винокурне Maker's Mark
Хотя дикие дрожжи встречаются повсеместно и возникают естественным образом, для запуска ферментации дистилляторам необходимо развести достаточное количество дрожжей, чтобы задать желаемый вкус и характеристики будущего напитка. Некоторые производители покупают коммерческие дрожжевые культуры, другие — культивируют собственные штаммы.



На фото показан резервуар для размножения дрожжей, называемый *dona tub* у производителей бурбона в Кентукки. Производители вроде Maker's Mark используют такие ёмкости для выращивания собственных дрожжей. По словам главного дистиллера Greg Davis:

«Мы используем чистую культуру семейного штамма Samuels, чтобы сохранять одинаковый вкусовой профиль от партии к партии».

Главный дистиллятор Wild Turkey, Эдди Рассел, говорит:

«Наши дрожжи (используемые как для бурбона, так и для ржаного дистиллята) обеспечивают стабильный вкус, которого мы не смогли бы достичь с коммерческими

дрожжами. Они придают напитку пряные, ореховые ноты, тогда как другие дрожжи дают фруктовые оттенки».

Большинство производителей придерживаются одного штамма дрожжей и одной *mash bill* (рецептуры зерновой смеси для виски), варьируя лишь место и продолжительность выдержки в бочках, чтобы добиться разнообразных вкусов. Например, Four Roses использует пять различных штаммов дрожжей, чтобы создавать разные виды бурбона из двух рецептур *mash bill*.

ФЕРМЕНТАЦИЯ

На фотографии изображены два ферментера объёмом по 7500 галлонов (примерно 28 000 литров), изготовленные из красного кипариса, используемые на винокурне Woodford Reserve в Кентукки. По словам главного дистиллера Кристофера Морриса, «эти ферментеры представляют собой сочетание традиций и практичности: винокурня использует деревянные ёмкости для брожения с 1830-х годов, но поскольку мы бродим немного иначе, чем наши предшественники, мы добавили в их конструкцию охлаждающие змеевики, по которым циркулирует охлаждённая вода, когда это необходимо».

Стандартный срок ферментации в отрасли составляет три дня, но в 1979 году инженеры компании Brown Forman провели эксперименты с длительными брожениями — по пять, семь и девять дней — и выяснили, что при правильном уровне pH длительная ферментация, хоть и рискованна, может привести к выраженному фруктовому профилю благодаря дрожжевым эстерам.

Применив результаты этих исследований, Кристофер создал более компактные ферментеры с охлаждающими змеевиками, поддерживающими низкую температуру брожения, и разработал собственный штамм дрожжей, работающих медленно — в течение шести-семи дней — при более высоком соотношении *sweet mash* к *sour mash*.

ДИСТИЛЛЯЦИЯ



Дистилляция — это процесс, в ходе которого алкоголь концентрируется за счёт испарения (при воздействии тепла и давления), с целью отделения желаемых соединений, которые затем снова конденсируются в жидкость. При нагревании этанола (питьевого алкоголя) первыми испаряются наиболее летучие соединения, называемые «головами» — это эфиры с резким запахом (вроде средства для снятия лака), которые не должны попасть в конечный продукт, поэтому отделяются и подвергаются повторной перегонке.

Следом за ними испаряются желаемые ароматические соединения — «сердце» дистиллята, которое собирается и направляется на выдержку. Последними идут «хвосты» — соединения с неприятными запахами (резина, варёная брокколи), содержащие сивушные масла, их также отделяют и перегоняют повторно.

Искусство дистиллятора заключается в умении отделить нужные вкусо-ароматические вещества от нежелательных. Умение правильно сделать первую «отсечку» (чтобы захватить лучшие верхние ноты из «голов», которые войдут в состав «сердца») и вторую (отделяющую «хвосты»), отличает мастера от ремесленника. Этот процесс похож на уваривание соуса на плите, но с тем отличием, что цель — не концентрировать жидкость, а отобрать желаемые пары, образующиеся при кипении.

Согласно объяснению Майка Миямото (Suntory): «Чем больше перегонный куб и длиннее его горло, тем легче получается дистиллят с большим количеством эфиров благодаря увеличенному контакту с медью. Меньшие кубы с короткими горлышками дают более тяжёлый спирт».
На винокурне Yamazaki используется восемь пар медных перегонных кубов объёмом от 10 000 до 25 000 литров, выполненных в семи разных формах и размерах, что позволяет получать множество различных стилей виски. Медные кубы с газовым подогревом (*wash stills*) на Yamazaki в первой перегонке превращают сусло в спирт крепостью 20–21% ABV.

КОНТРОЛЬ



Посещение операторской на крупных заводах, таких как Cameronbridge в Шотландии, создаёт ощущение, что вы попали на космический корабль — вокруг приборы, экраны и мониторы, транслирующие данные с датчиков, установленных по всей дистиллерии. Все показатели дополнительно записываются вручную в журнал оператора.

Бывший главный дистиллятор Tanqueray Том Никол отмечает:

«Наша компьютерная система в основном используется как визуальный помощник, но она позволяет запускать насосы и регулировать температуру и поток, если настройки заданы вручную».

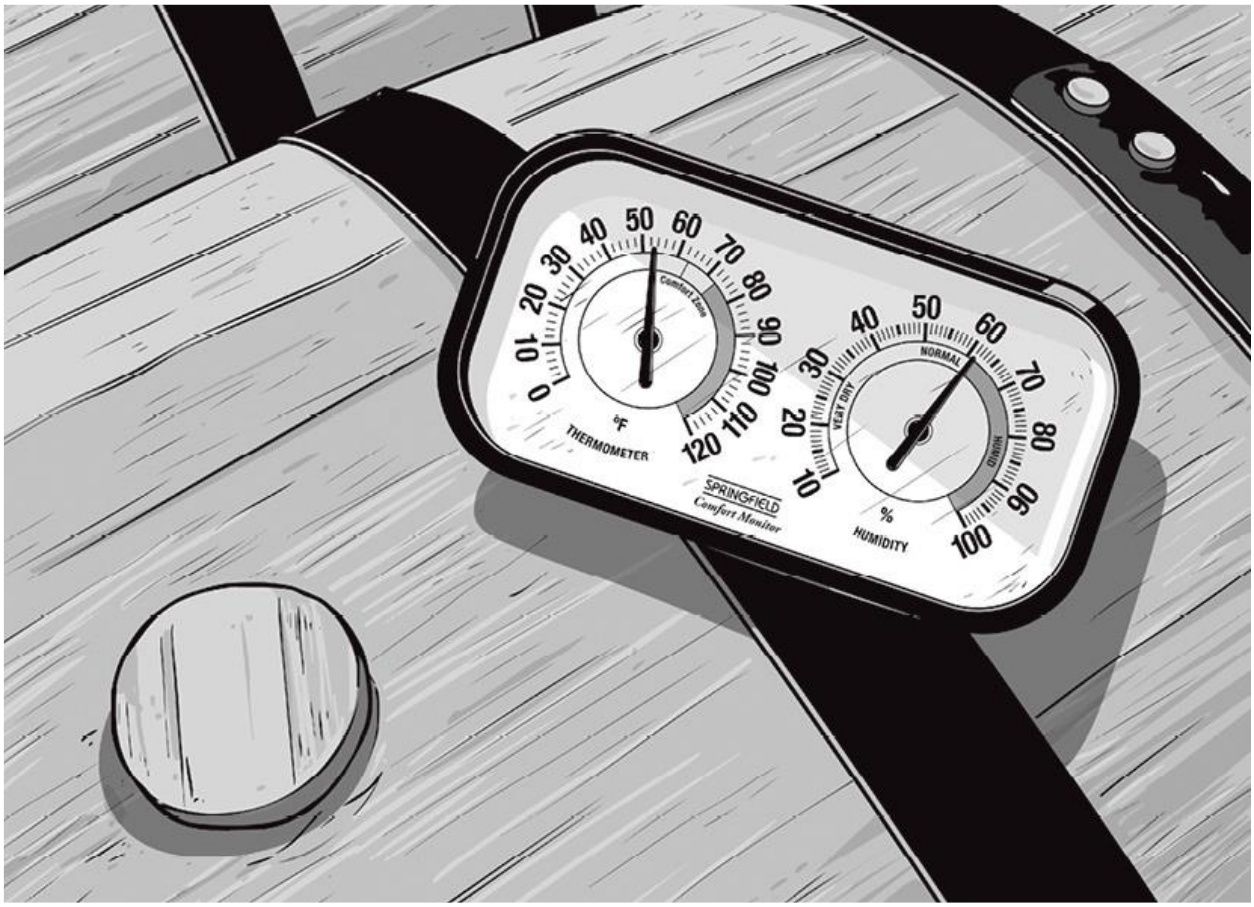
Кроме данных, важен и визуальный контроль:

«Я бы не хотел работать на винокурне, где не видно, что происходит в цеху перегонки, — все органы чувств нужны для дистилляции».

Кристиан Крогстад, мастер-дистиллятор House Spirits, соглашается:

«Дистиллятору по-прежнему нужно принимать решения, основываясь на данных, а также на том, что он видит, слышит и пробует вокруг себя. Было бы крайне сложно и опасно, если бы всё оставалось аналоговым: тогда оператору пришлось бы лезть по лестницам, пробираться под резервуарами, одновременно проверяя уровни жидкости и температуру. Современные системы мониторинга позволяют нам сосредоточиться на продукте, а не бегать по всей дистиллерии».

ВЫДЕРЖКА В БОЧКАХ



После дистилляции спирт, предназначенный для виски, бренди и других выдержанных в бочках напитков, переливается в дубовые бочки для выдержки. Производители бурбона обязаны использовать только новые обожжённые бочки из американского дуба, в то время как производители в Шотландии и Ирландии располагают более широким выбором тары: это могут быть использованные бочки из-под бурбона, а также бывшие винные бочки — например, *sherry butts* или *port pipes* (каждый размер и тип бочки имеет своё собственное название).

По словам Тодда Леопольда из винокурни Leopold Brothers в Денвере, где и была сделана фотография с термометром, во время выдержки происходят три основных процесса: экстракция, редукция и испарение.

Экстракция — это процесс извлечения соединений из бочки, таких как ванилин, танины и эвгенол. Объём экстрагируемых веществ зависит от степени обжига новой бочки и от

количества раз, которое использованная бочка из-под хереса или бурбона была наполнена ранее.

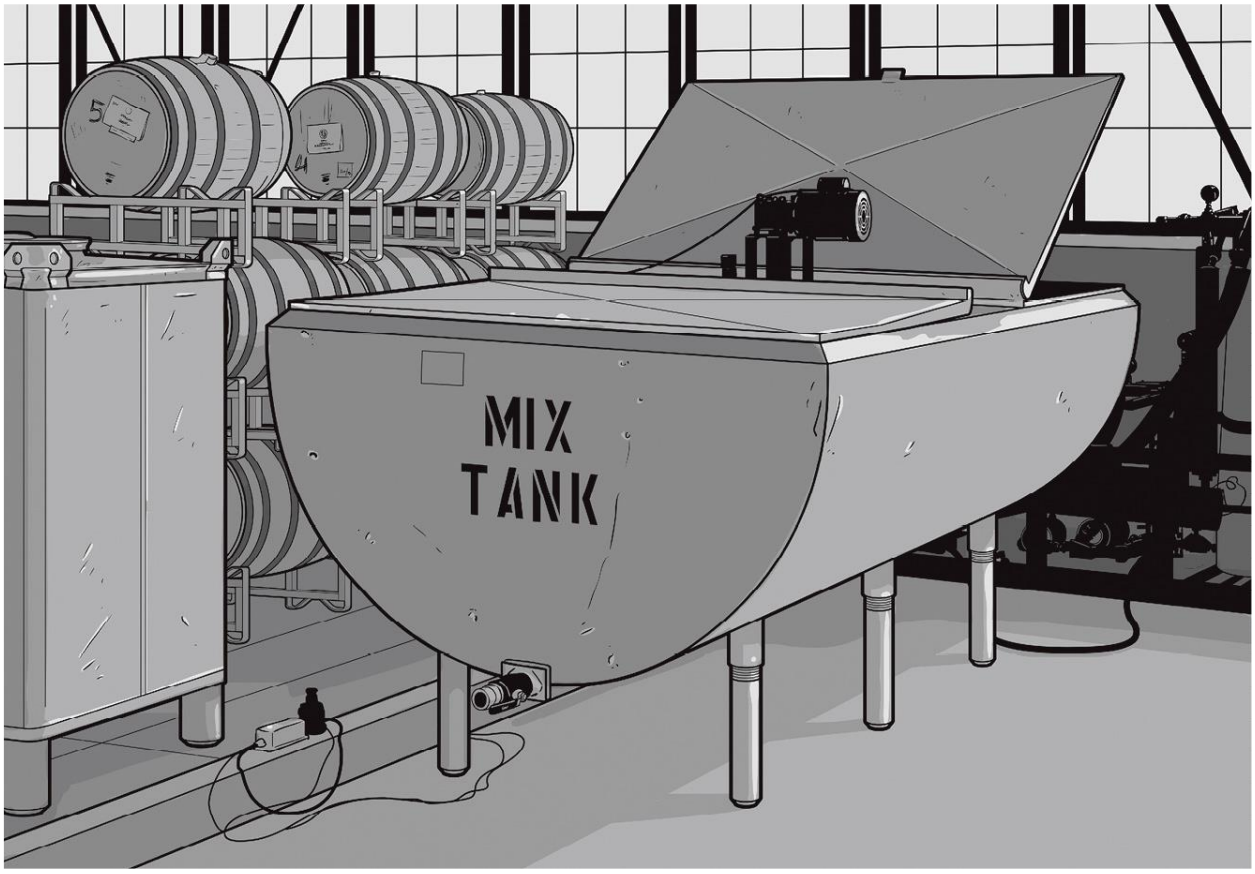
Редукция (её также называют окислением) — это преобразование ароматических эфиров в спирте под воздействием кислорода и взаимодействия с древесиной бочки.

Испарение — это переход части жидкости в газообразное состояние с последующим выходом паров через поры древесины в окружающую среду.

Производители могут управлять этими тремя процессами, используя бочки разного размера. Например, *sherry butt* вмещает около 500 литров виски. Из-за меньшей площади контакта древесины с жидкостью по сравнению с гораздо меньшими бурбонными бочками, в таких бочках наблюдается значительно меньшая экстракция, менее активное испарение и большая редукция.

Говоря в целом, выдержанные в бочках из-под хереса шотландские и ирландские виски получаются менее «древесными» и более «фруктовыми» (благодаря окислению), чем бурбон. Бурбон, напротив, выдерживается в новых 200-литровых обожжённых американских бочках, что обеспечивает более интенсивную экстракцию древесных ароматов, меньшую редукцию и большее испарение по сравнению с шотландским виски.

КУПАЖИРОВАНИЕ



Постоянство вкуса — ключ к формированию лояльной аудитории у бренда крепкого алкоголя, поэтому за редкими исключениями (например, продукты из одной бочки) практически каждый производитель купажирует дистилляты для достижения стабильного

результата. И дистилляция, и купаж — это искусства, но именно купажирование позволяет выделить лучшие качества отдельных дистиллятов.

Большинство мастеров-купажистов согласятся с Лэнсом Уинтерсом, главным дистиллятором калифорнийской винокурни St. George Spirits (на фото — их резервуар для смешивания):

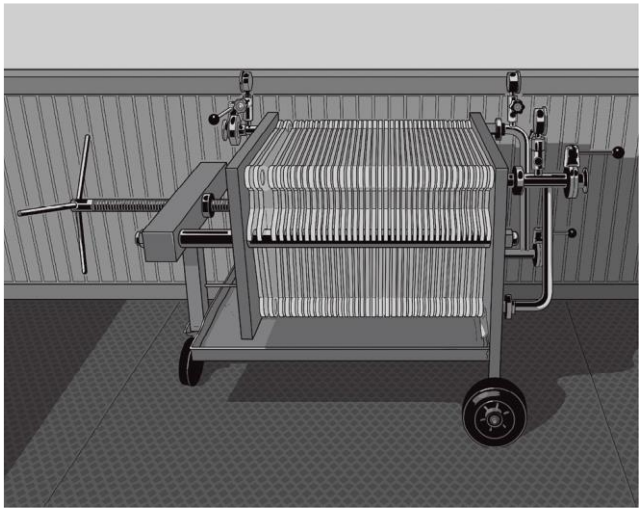
«Не существует “лучших характеристик” без хороших дистиллятов».

Купажирование необходимо не только для обеспечения одинакового вкуса продукта от партии к партии. Смесь различных дистиллятов также позволяет достичь большей глубины и сложности.

Лэнс объясняет:

«Мы купажируем почти всё, что бутилируем на винокурне. Для белых спиртов, таких как *eau de vie*, джин и водка, цель — обеспечить максимальное постоянство вкуса от партии к партии, насколько это возможно при работе с сельскохозяйственным сырьём. В случае выдержанных в бочках спиртов, наша задача — получить максимум от каждой партии, учитывая возможные отличия, если новое купажное решение оказывается лучше предыдущего, — при этом между ними сохраняется узнаваемая связь».

ФИЛЬТРАЦИЯ



Производители крепких спиртных напитков используют различные методы фильтрации перед розливом по бутылкам. Так называемая полировочная фильтрация (*polish filtration*) осуществляется с помощью целлюлозных фильтров с разным уровнем пористости, которые задерживают как крупные органические фрагменты, так и микроскопические частицы. На фото ниже — типичный фильтр пластинчатого типа (*plate and frame filter*), снятый на производстве амаро и граппы Nonino в Италии.

В дополнение к полировочной фильтрации многие производители проводят охлаждающую фильтрацию (*chill filtration*), чтобы предотвратить образование осадка в спиртах (особенно полученных в медных аламбиках), которые становятся нестабильными при температурах ниже 7°C. Такой осадок может проявляться в виде легкой мутности или даже хлопьевидных частиц, похожих на ватные шарики. На порог нестабильности влияет тип сырья, тип перегонного куба, крепость дистиллята и другие факторы. Несмотря на неэстетичный вид, осадок никак не влияет на вкусовые качества напитка, поэтому многие

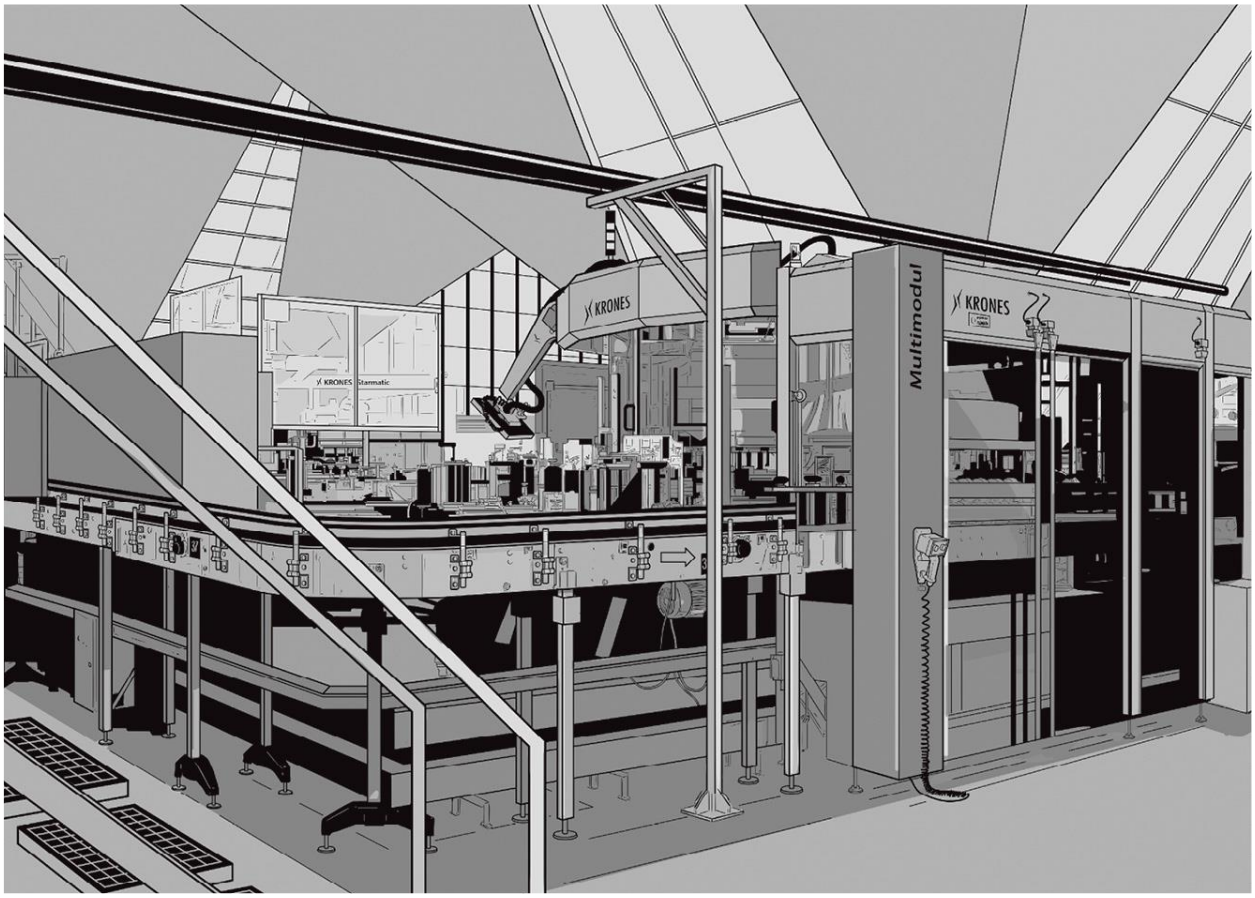
производители виски отказываются от охлаждающей стабилизации и разливают напитки в тёмное стекло, чтобы скрыть возможную мутность.

Тад Систедт (Tad Seestedt), главный дистиллятор Ransom Spirits, предпочитает охлаждать спирт до 10°C, чтобы избежать помутнения на полке, но не использует полную фильтрацию охлаждением, поскольку она может убрать желательные вкусы и ароматы, в том числе жирные кислоты, придающие напитку тело. Также применяются угольная фильтрация, альбумин и другие добавки, которые могут удалять как нежелательные, так и ценные компоненты.

Систедт не скупится на слова:

«Кто говорит, что совсем не фильтрует — либо лжёт, либо не понимает, о чём говорит. Единственное возможное исключение — нейтральный спирт, перегнанный до такой степени, что в нём практически не остаётся сивушных масел, крахмала, полисахаридов или белков».

РОЗЛИВ



По словам основателя Death’s Door Spirits из Висконсина Брайана Эллисона,

«Инвестиции в оборудование для розлива — это вопрос контроля. Вы можете обеспечить более высокое качество, чем контрактный розливщик, и при этом сами определяете, когда и в каком объёме производить розлив в зависимости от спроса».

Зал розлива Bacardi под названием Tultitlán в Мехико был спроектирован архитектором Феликсом Канделой в 1960 году. На иллюстрации показана линия розлива Krones №2 в этом зале, расположенном рядом с офисом, спроектированным Людвигом Мисом ван дер Роэ. Оба здания подчёркивают важность, которую Bacardi придаёт производственным процессам.

Зал не только визуально впечатляющ и приятен в работе — конструкция Канделы не требует колонн, поддерживающих потолок, что даёт максимум пространства для оборудования. Благодаря большим окнам днём не требуется электрическое освещение, а модульная структура здания позволяет расширять его по мере необходимости.

На иллюстрации показан участок линии, где бутылки рома проходят от депалетайзера до этикетировочной машины, которая наносит три наклейки: фирменную этикетку, контрэтикетку и акцизную марку. Примерно дюжина специалистов управляют линиями розлива, которые наполняют, укупоривают, маркируют и упаковывают различные напитки с помощью оборудования, настроенного под каждую конкретную бутылку.

ДЕГУСТАЦИЯ И АНАЛИЗ



На фото — дегустационная комната лондонского офиса Compass Box. Здесь бокалы с виски накрыты *watch glasses* — круглыми стеклянными крышками, аналогичными тем, что используются в лабораториях, — для концентрации аромата. Для добавления воды, раскрывающей ароматические и вкусовые соединения, используются пипетки — многие дегустаторы воспринимают спирт лучше при меньшей крепости.

Лабораторные бутылки с виски, представленные на столе, составляют лишь малую часть из примерно шести тысяч бочек, находящихся на выдержке на складе компании. Основатель Compass Box Джон Глейзер говорит:

«В нашем офисе мы поддерживаем от 500 до 750 “живых” образцов бочек, готовых к использованию, и ориентируемся на эталонные бутылки при сравнении текущих и планируемых купажей».

Разница в бочках даёт разные результаты даже при использовании дистиллята из одной перегонки, выдержанного в одинаковых бочках в течение одинакового времени.

ОЦЕНКА ПРОЦЕССА

Хотя спирты в рамках одной категории могут производиться с применением схожих техник, отдельные элементы процесса играют гораздо более важную роль в формировании характера готового продукта. Например, использование косточковых фруктов, таких как вишня или слива, на пике зрелости имеет решающее значение для создания *eau de vie*, но куда менее важно для винограда, используемого для производства коньяка и арманьяка, где из кислого вина получают выдающиеся бренди благодаря выдержке в бочках и купажированию.

Это утверждение справедливо даже в рамках одной категории, как в случае с запеканием агавы в печи для текилы и обжигом в земляной яме для мескаля: первый метод карамелизует вкусы растения, а второй даёт аромат, будто агаву вытащили прямо с гриля. Чтобы оценить, какие процессы дают наилучшие вкусовые результаты, необходимо рассматривать каждый спирт в контексте его собственной производственной шкалы, а не переносить свои предпочтения, например, от бурбона — на дегустацию скотча.

Однажды коллега заявил о своей новой любви к мескалю как раз перед тем, как мы приступили к оценке ряда текил. Его (в целом негативная) реакция на текилу оказалась вполне предсказуемой. Действительно, многие современные текилы относительно нейтральны по вкусу по сравнению с более ранними релизами, поскольку лишь немногие производители продолжают запекать агаву в печах, измельчать её *тахоной*, ферментировать в деревянных чанах и дистиллировать в медных кубах. Сравнивать такую текилу с мощным, дымным мескалем — всё равно что сравнивать яблоки и апельсины, а не два сорта яблок, например Granny Smith и Honeycrisp.

ОСТАВЬТЕ ПРЕДВЗЯТОСТИ

В начале этой главы упоминалось, что лишь немногие производители обладают масштабом и ресурсами для контроля всех этапов дистилляционного процесса. Большинство производителей джина и ликёров закупают нейтральный спирт и повторно перегоняют его с ботаническими компонентами, импортированными со всего мира, а не изготавливают его с нуля. Самые известные дома французского бренди выдерживают, купажируют и разливают спирты, приобретённые у фермеров, а не производят их самостоятельно. Многие новые бренды в других категориях создают рецептуру, которую затем изготавливают по контракту, или закупают спирты и разливают их под собственной маркой, пока не накопят достаточно средств для запуска собственного производства.

Парадоксально, но те, кто отказывается от так называемых «закупочных» спиртов, зачастую одновременно пренебрежительно отзываются и о крупных брендах, хотя именно крупные производители чаще всего имеют возможность контролировать весь

производственный цикл. Прежде чем выносить суждение, обратите внимание на несовершенное законодательство в сфере маркировки, которое даёт недобросовестным брендам возможность вводить потребителей в заблуждение. Потребители должны иметь право оценивать продукт, основываясь на полной информации, представленной на этикетке.

Также стоит отметить, что я сознательно опустил в этой главе описание общераспространённых косметических приёмов, таких как добавление искусственных красителей, подсластителей и стабилизаторов. То же касается «десертных» спиртов, вин со вкусами фруктов и шоколада, кофеинсодержащих слабоалкогольных напитков и любых продуктов, задача которых — замаскировать дефекты или ввести потребителя в заблуждение.

Мои взгляды сформировались за многие годы работы в индустрии и основываются на опыте, а также разговорах с постоянными гостями, производителями, торговыми представителями и бренд-амбассадорами. Однако самым надёжным способом проверить свои убеждения остаётся визит на саму дистиллерию.

Совершая такую «паломническую» поездку, не делайте предположений о вашем экскурсоводе (независимо от его должности) и всегда задавайте вопросы, когда вам предлагают такую возможность. Если гид не знает ответа, он должен постараться его найти и сообщить вам позже. Некоторые этапы производства настолько сложны, что объяснить их доступным языком бывает почти невозможно.

Возможно, самый важный урок, который я извлёк в ходе своего путешествия в мире спиртов (которое ещё далеко не завершено), — это готовность менять мнение, когда перед вами появляются убедительные новые данные или идеи.

Прежде всего, я стараюсь сохранять позитивный настрой. В мире слишком много по-настоящему вкусных спиртов, достойных традиций, восхитительных техник и блестящих мастеров, чтобы тратить время на то, чтобы осуждать дилетантов.

В следующей главе я представлю подробные обзоры всех основных категорий спиртных напитков: их происхождение и историю, эволюцию производственных процессов, комментарии экспертов и рекомендации по использованию этих спиртов в классических коктейлях.



ЧАСТЬ 5

ПОНИМАНИЕ КОКТЕЙЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ

Чтобы понять, как устроены коктейли и как они «работают», нужно овладеть их базовыми компонентами. Подобно джазовому музыканту, который заучивает мелодию, прежде чем начать импровизировать на сцене, бармен должен твёрдо знать «ноты» классических рецептов — ингредиенты, определяющие их характер, — прежде чем адаптировать рецепт для гостя прямо во время работы.

В эту главу я включил сто рецептов — свой «канон коктейлей». Это число может показаться скромным по сравнению с другими коктейльными книгами, включая одну мою, содержащую более трёхсот рецептов. Но если ваша цель — заложить фундамент для всех барменов, то «больше» не значит «лучше»: важно углубиться и овладеть основами, начиная с классики.

Рецепты в этой главе классифицированы по базовому спирту: аперитивы, водка, джин и женевер, ром и кашаса, текила и мескаль, виски, бренди и *eau de vie*, ликёры. В некоторых случаях моя классификация может вас удивить — например, Michelada (см. эту страницу) включена в раздел аперитивов, а Vesper (см. эту страницу) — в водочный. Эти решения были приняты осознанно.

Хотя Michelada не происходит от европейской традиции аперитивов, как, например, Kir (см. эту страницу), это современный и любимый напиток, который часто заказывают в самом начале вечера — я в том числе. А хотя в составе Vesper больше джина, чем водки, именно водка задаёт тон напитку и отделяет его от джиновой семьи, к которой принадлежит его «мать» — Martini.

Все эти моменты подробно объясняются в описаниях рецептов в разделах «История», «Логика» и «Хаки». Первый раздел говорит сам за себя: коктейли всегда следует связывать с культурным и историческим контекстом их создания. Раздел «Логика» раскрывает «код» рецепта, объясняя, как работают пропорции и ингредиенты. Это даёт вам данные, которые можно «взломать», чтобы адаптировать рецепт под вкус гостя.

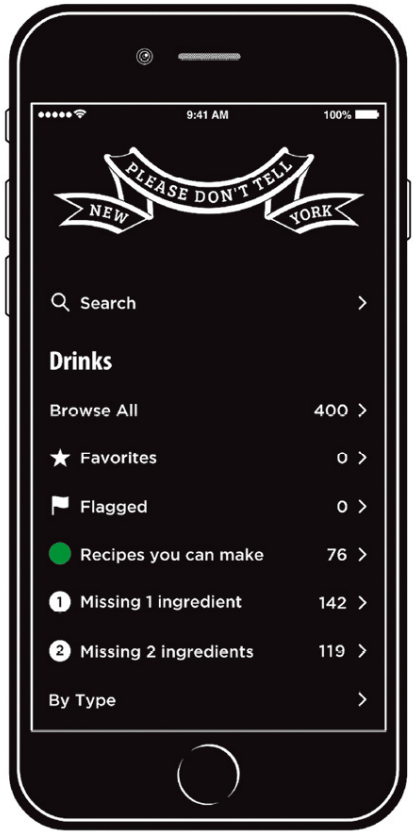
В этой главе также содержатся вводные материалы по истории и производственным особенностям каждой категории спиртов. Сегодня у барменов есть доступ почти ко всем историческим ингредиентам, о которых они когда-либо мечтали, так что вызов теперь не в том, чтобы понять, что такое Old Tom gin, и сымитировать его вкус на основе доступного алкоголя, а в том, чтобы выбрать, какая марка Old Tom gin с вашей полки лучше подходит для Martinez, а какая — для Tom Collins, и почему.

Сегодня существует переизбыток (в основном хороших) ликёров, биттеров, креплёных вин и традиционных базовых спиртов, и у большинства баров просто нет физического места для всех достойных вариантов. Но и не всё так безоблачно. Рост интереса к классическим коктейлям привёл к почти полному исчезновению доступных выдержанных виски, и в ближайшие годы другие категории спиртов, возможно, столкнутся с такими же проблемами.

Покупатели хороших вин инвестируют в выдающиеся урожаи от знаковых производителей — и покупатели спиртных напитков должны использовать тот же подход, особенно в отношении таких категорий, как мескаль, где дикие сорта вроде *Tobola* и

Tepeztate могут исчезнуть из-за высокого спроса. Я также беспокоюсь, что изменение климата в скором времени затронет традиционные регионы производства. И когда я вспоминаю все бутылки, которые я когда-либо открыл, жалею, что не приберёг некоторые из них.

Когда речь идёт о спиртах, я больше ценю культурный терруар — знания, передающиеся от одного поколения производителей к другому, — чем географический. В отличие от вина, дистилляция и выдержка в бочках стирают привязку сырья к месту происхождения. Но существует и человеческое воплощение терруара: я ощущаю его во вкусах алембик-дистиллированных бренди от Дэна Фарбера из Калифорнии, которые я с гордостью размещаю рядом с коньяком, и в солодовом виски Японии, чья преемственность со шотландским виски не вызывает сомнений.



Традиция также может сдерживать развитие категории, как замечает Мартин Кейт в *Smuggler's Cove*; он утверждает, что такая разнообразная категория, как ром, нуждается в системе классификации, позволяющей ей выйти за пределы колониальных корней. В интервью я получил то же впечатление от австрийского дистиллера Ханса Райзетбауэра, который не нашёл вдохновения в традиционных европейских методах производства фруктовых бренди.

Пожалуй, ни одна категория не вызывает столько споров по поводу традиций и инноваций, как агавовые спирты — текила и мескаль. Ярые защитники традиций и корпоративные технологи редко находят общий язык.

Над всеми категориями спиртов витает тень «крафтовой» революции, охватившей отрасль за последние два десятилетия. С десятками новых дистиллерий, ежегодно производящих спирты всех типов по всему миру, становится всё менее логичным ограничивать категории исключительно культурным наследием.

САМОСТОЯТЕЛЬНО, ОСОБЕННО КОГДА РЕЧЬ О НОВЫХ ДИСТИЛЛЕРАХ, ПРОИЗВОДЯЩИХ СТИЛИСТИЧЕСКИ «ТРАДИЦИОННЫЕ» СПИРТНЫЕ НАПИТКИ

Денверский дистиллятор Тодд Леопольд находится в целом часовом поясе от родины бурбона — Кентукки, но немногие производители проявляют больше уважения к устоявшимся традициям этой категории. То, чего ему не хватает в плане локальной традиции в Колорадо, он компенсирует интеллектуальной строгостью, используя исторические технологии производства, такие как уникальный трёхкамерный перегонный куб, чтобы оставить свой след. Он также один из немногих производителей виски в мире (за исключением горстки дистилляторов в Шотландии), кто вручную сушит и переворачивает собственный солод.

В своём эссе 1919 года «Традиция и индивидуальный талант» поэт и эссеист Т. С. Элиот пишет: «Если единственной формой традиции, её передачи, будет слепое или робкое следование путям предыдущего поколения и его успехам, то “традицию” следовало бы решительно отвергнуть». Не скованные строгими законами наименования и традициями, современные дистилляторы вроде Леопольда используют исторические параметры как ориентиры, а не ограничения, вырабатывая критическое чутьё к тому, что стоит перенять из истории, а что оставить позади. Та же философия применима и к барменам, которые создают современные коктейли на основе исторических шаблонов.

Бармены и дистилляторы выступают в роли культурных хранителей обычаев и ритуалов. Например, большинство согласятся, что это прекрасно — иметь возможность купить классические итальянские биттеры вроде Aperol почти в любой точке мира, чтобы приготовить Spritz, но при этом нельзя отрывать сам напиток и его рецепт от культуры аперитивов и Италии в целом. Бармены и дистилляторы несут ответственность за сохранение и продвижение культурного наследия и традиций посредством вдумчивой интерпретации исторических рецептов.

Работая таким образом, бармены и дистилляторы могут незначительно изменять традицию по мере продвижения — или, словами Элиота, «соотношения, пропорции, значения каждого произведения искусства в контексте целого пересматриваются; и именно в этом заключается соответствие между старым и новым».

Сегодня у миксологов столько новых спиртов, что они могут интерпретировать классические рецепты вроде итальянского коктейля Americano (Campari, сладкий вермут, сода), используя полностью американские ингредиенты, например Vya Vermouth и Bruto Bitters, аналог Campari — что позволяет рецепту приобретать новое значение, не отрываясь от наследия.

Писания Элиота остаются актуальными и сегодня, учитывая их исторический контекст. Когда он написал «Традицию и индивидуальный талант», авангардное искусство — от скандальной *Весны священной* Игоря Стравинского (1913) до «Унитаза» Марселя Дюшана (1917) и *Улисса* Джеймса Джойса (публиковался в *The Little Review* с 1918 по 1920 год) — потрясло культурный мир. Можно лишь представить тревогу, которую Элиот и другие художники с классическим образованием и чувствительностью испытывали, наблюдая, как критическое восприятие их ремесла меняется на глазах.

Он настаивал на том, что другие художники должны овладеть своим ремеслом и поместить его в исторический контекст прежде, чем переходить к абстракции или деконструкции — и это сильно откликается мне, поскольку я провёл много лет, изучая

историю барменства, спиртных напитков и коктейлей, прежде чем попытаться создать собственные традиции. Я обучался и получал наставления в эпоху, когда бармен должен был быть любителем-антропологом; у нас не было доступа к тем данным, что есть сегодня, поэтому мы были вынуждены проявлять инициативу.

Меня тревожит, когда я наблюдаю, как легко некоторые принимают информацию сомнительной достоверности. Сегодня так много данных доступно мгновенно через смартфон с быстрым интернетом, что это, похоже, постепенно вытесняет систематическое обучение. Перефразируя Элиота: я верю, что бармены должны трудиться, чтобы обрести чувство традиции, прежде чем адаптировать её под свои нужды.

В этой главе я изложил свои попытки как почтительно сохранить, так и развить традицию, предлагая собственную методологию, которую вы можете адаптировать с уважением по своему усмотрению.



Бернадетт Лангле
Мастер-дистиллятор
О передаче знаний
«Все мастера-дистилляторы передают не только технический процесс, но и ощущения. Когда мы дистиллируем, это одновременно технический и чувственный процесс. Мы должны чувствовать запах и должны прикасаться. И всё это должно передаваться от одного мастера-дистиллятора следующему».



FRANCE

- Chambéry *(Dolin vermouth)*
- Marseillan *(Noilly Prat vermouth)*
- Podensac *(Lillet)*
- Roussillon *(Suze)*
- Pontalier *(Vieux Pontarlier absinthe)*
- Saumur *(Jade absinthe)*
- Thuir *(Dubonnet)* *(Pernod absinthe)*

ITALY

- Canelli *(Alessio vermouth)*
- Cocconato *(Cocchi vermouth)*
- Milan *(Campari)* *(Carpano vermouth)*
- Padua *(Aperol)*
- Pessione *(Martini vermouth)*

SWITZERLAND

- Bern *(Kina L'Aéro d'Or)*

Traditional Production Region · Distillery Site · ★ Capital

Это карта традиционных регионов производства и дистилляционных площадок, связанных с аперитивами и вермутами в Европе, в частности во Франции, Италии и Швейцарии. В нижней части карты приведена легенда с перечнем местоположений и наименований брендов, связанных с соответствующими напитками.

Обозначения:

- 🟩 **Пунктиром** обозначены традиционные регионы производства.
- ⭕ Обозначены дистиллерии.
- ☆ Обозначена столица.

Франция:

- **Chambéry** — *Dolin vermouth*
- **Marseillan** — *Noilly Prat vermouth*
- **Podensac** — *Lillet*
- **Roussillon** — *Suze*
- **Pontarlier** — *Vieux Pontarlier absinthe*
- **Saumur** — *Jade absinthe*
- **Thuir** — *Dubonnet, Pernod absinthe*

Италия:

- **Canelli** — *Alessio vermouth*
- **Cocconato** — *Cocchi vermouth*
- **Milan** — *Campari, Carpano vermouth*
- **Padua** — *Aperol*
- **Pessione** — *Martini vermouth*

Швейцария:

- **Bern (Берн)** — *Kina L’Aéro d’Or*

АПЕРИТИВЫ

Слово *аперитив* происходит от латинского глагола *aperire* — «открывать»; как правило, такие спиртные напитки и ароматизированные вина имеют терпкий и яркий вкус с горьковато-сладкими нотами, пробуждающими аппетит, что делает их идеальным выбором перед ужином. В книге *Aperitivo* автор Мариса Хафф описывает, как *час аперитива* — как его называют в Италии — стал ритуалом в таких городах, как Флоренция, Турин, Милан и Венеция. Аперитивы, пишет она, «собирают людей вместе, чтобы расслабиться в компании друзей за бокалом вина или коктейля и чем-то легким к нему». В разных регионах существуют свои традиции аперитива: *Spritz* в Венеции, *Manzanilla sherry* в Кадисе, *pastis* в Марселе.

В этом разделе я опишу традиционные ингредиенты коктейлей-аперитивов: вермут, кинкины, биттеры и аперитивы, абсент blanche и verte, игристое вино, вино, пиво и сидр, а также креплёные вина. Я рекомендую подавать напитки гостю по курсам, начиная с сухих и менее крепких вариантов; аперитивы отлично подходят для этого.

Вермут

История современных итальянских аперитивов начинается в конце XVIII века, когда туринский ликёровар Антонио Бенедетто Карпано зарегистрировал торговую марку *vermouth*, производную от верхненемецкого слова *wermut* (полынь). Вместо того чтобы продавать свою фирменную травяную настойку как лекарство, он смешал её с высококачественным вином на основе Moscato и начал продавать аристократам при дворе Сардинского королевства.

По мере того как популярность вермута росла, портовые города вроде Марселя, Генуи и Венеции — центры торговли экзотическими специями — начали создавать собственные региональные рецепты. Когда в середине XIX века была проведена граница между современной Францией и Италией, сухой белый стиль, популяризированный *Noilly Prat,* стал ассоциироваться с «французским вермутом», а сладкий красный стиль, прославленный *Martini & Rossi*, стал известен как «итальянский вермут» на экспортных рынках.

Со временем производители расширили ассортимент: французские фирмы начали выпускать сладкий красный вермут, итальянские — собственный сухой белый вермут, а также более сладкие формулы белого вермута. Сегодня я использую французский вермут *blanc* (а не *dry*) почти во всех коктейлях начала XX века, где указан французский вермут, поскольку более сладкая формула из Шамбери — именно та, что использовалась во многих коктейлях той эпохи, например, *El Presidente, Algonquin* и *Brooklyn*.

Сегодня у нас есть доступ к невероятному количеству вермутов итальянского стиля: исторические *vermouths alla vaniglia* (с ванилью), такие как *Cocchi Vermouth di Torino*; *vermouths con bitters*, такие как *Punt e Mes*; и *vermouth chinatos*, популяризированные в Пьемонте, например *Alessio*. Современный западный стиль, разработанный калифорнийскими производителями, такими как *Quady* в конце 1990-х, содержит меньше трав, что делает вермут более винным по характеру, с использованием местных ботаникалов.

Кинкины
В ответ на растущее число погибших среди солдат Французского Иностранного легиона во время вторжения во Французский Алжир в 1840-х годах французское правительство объявило конкурс на создание формулы на основе вина с добавлением хинина — чрезвычайно горького экстракта коры перуанской хинного дерева, который врачи прописывали от малярии и лихорадки. Жозеф Дюбонне и другие винодельческие компании откликнулись, создав похожие на вермут формулы под названием *quinquina*, ароматизированные корой хинного дерева, травами и специями. Сегодня кинкины производятся на основе красного или белого вина, укреплённого нейтральным спиртом, затем подслащенного и настоянного на горьких травах и специях. Большинство из них выдерживаются в больших дубовых бочках и разливаются в бутылки с содержанием алкоголя от 14% до 17%.

Интерес к кинкинам возрос в последние годы благодаря классическим коктейлям вроде *Vesper*, который был заново открыт широкой публике после выхода в 2006 году голливудской экранизации романа Яна Флеминга *Casino Royale*. Помимо *Lillet*, формула которого была изменена в 1986 году (многие спорят, содержит ли она до сих пор хинин), к кинкинам также относятся *Kina L'Aéro d'Or*, *Bonal* и *Byrrh*.

В 2010 году пионер импорта вин и спиртных напитков Эрик Сид начал поставлять продукцию *Cocchi* в США, включая их великолепную белую формулу *Americano*, которую до сих пор ошибочно относят к кинкинам. На самом деле *Americano* — это подкатегория ароматизированных вин, названная в честь французского слова *amer* («горький»), в которых корень горечавки является основным горьким компонентом. Для меня травяной характер этой формулы делает её неподходящей заменой *Lillet* в *Vesper*, что наводит на мысль: не выпустит ли *Lillet* когда-нибудь оригинальную формулу вновь?

Биттеры и аперитивы
После успеха винного вермута от *Carpano* итальянские бары, кафе и рестораны начали нанимать собственных специалистов, чтобы создавать уникальные биттеры ручной работы. Самым известным из них был Гаспаре Кампари, который создал легендарный красный биттер и популяризовал его, подавая с ледяной газированной водой из-под крана. Благодаря растущей популярности коктейля *Negroni* и его родственников, таких как *Boulevardier* и *Rosita*, компании *Luxardo*, *Contratto* и *Martini* теперь экспортируют собственные красные биттеры за пределы Италии.

Подкатегория этих биттеров — аперитивы — включает формулы вроде *Aperol*, *Contratto* и *Select*. Обычно аперитивы содержат вдвое меньше алкоголя, чем биттеры типа *Campari*, и включают менее горькие растительные компоненты. *Campari* приобрела *Aperol* в 2004 году, и, отчасти благодаря маркетинговым усилиям, коктейль *Spritz* — смесь аперитивного ликёра и игристого вина — распространился по всему миру.

Absinthe Blanche и Verte
Абсент назван в честь основного ботаникала — большой полыни (*Artemisia absinthium*), использование которой в медицине восходит к Древней Греции. Доктор Пьер Ординэр разработал первую коммерческую формулу и начал продавать её как лечебный тоник в 1792 году. Как и многие спиртные напитки в категории аперитивов, абсент изначально назначался в медицинских целях, особенно французским солдатам в Северной Африке, прежде чем стал популярным напитком.

Абсент стал самым популярным спиртным напитком во Франции, отчасти благодаря художникам и интеллектуалам вроде Шарля Бодлера и Анри де Тулуз-Лотрека, которые его прославили, а также из-за филлоксеры — тли, уничтожившей виноградники Франции во второй половине XIX века.

Абсент до сих пор производится в предальпийских районах Франции и Швейцарии путём мацерации ботаникалов (включая полынь, семена фенхеля и зелёный анис) в нейтральном спирте с последующей дистилляцией в специальном перегонном кубе *bain marie*, который предотвращает пригорание трав.

Традиционная крепость абсента — 65%, 68% и 72% об. алкоголя — обусловлена концентрацией спирта до дистилляции; высокая крепость нужна для сохранения эфирных масел, извлечённых из ботаникалов. Если напиток бутилируется прозрачным, он называется *absinthe blanche*; при повторной мацерации с ботаникалами получается натурально зелёный *absinthe verte*.

Традиционный способ подачи абсента — разбавление холодной водой с добавлением ложки сахара. (Вопреки популярному мифу, абсент никогда не предназначался для поджигания.) Обычно абсент используется в очень малых количествах в коктейлях — например, в *Corpse Reviver #2* и *Sazerac*. Анис, преобладающий вкус абсента и его родственников, таких как *pastis* и *Herbsaint*, воспринимается в США неоднозначно. Его нужно совсем немного, поэтому я рекомендую выбрать одну из классических высококачественных формул, импортируемых *Tempus Fugit Spirits* или *Jade* Теда Бро.

Игристое вино
Во многих барах и ресторанах для популярных коктейлей, таких как *Mimosa, Bellini, Venetian Spritz* и *French 75*, используют самое дешёвое игристое вино из имеющихся. Я не согласен с этим подходом, поскольку характер вина и структура пузырьков напрямую влияют на коктейль. Качественное игристое вино можно найти по доступной цене — главное, знать, что искать.

Prosecco, производимое из местного итальянского сорта винограда *Glera*, выращенного во Фриули-Венеция-Джулия и Венето, — самое популярное и доступное игристое вино для коктейлей. Обращайте внимание на *prosecco* из апелласьонов *Valdobbiadene* и *Conegliano* недалеко от Тревизо, где сорт винограда и методы производства сертифицированы по стандарту D.O.C.G.

Champagne, разумеется, первое, что приходит на ум при упоминании игристого вина. При покупке шампанского вы платите не только за имя: сложность вина, утончённость пузырьков и затраты на производство и бутилирование входят в цену, как и бренд, если он вкладывается в рекламу. Производство шампанского контролируется по апелласьону и осуществляется по трудоёмкому методу *méthode champenoise*, при котором вино — обычно смесь *Chardonnay, Pinot Noir* и *Pinot Meunier* из разных урожаев — бутилируется и подвергается вторичной ферментации в бутылках, перевёрнутых вниз горлышком под углом 45°, чтобы осадок собирался в горлышке. Затем осадок удаляется (процесс *dégorgement*), добавляется сахар (по желанию), и бутылку укупоривают пробкой, фиксируемой мюзле и фольгой.

Я попросил сомелье Джордана Сальсито подобрать различные шампанские для коктейлей в этой главе, чтобы показать, как шампанское может дополнять вкус других ингредиентов.

Большинство баров не может позволить себе подавать несколько видов шампанского на бокал, поэтому ищите универсальный вариант. Я рекомендую *brut* (сухое), *N/V* (без указания года) *cuvée* от *grower-producer* (виноградаря, который сам производит вино, в отличие от дома, закупающего виноматериалы), предлагающего полбутылки по разумной цене — так вам не придётся хранить открытую бутылку на следующий день.

Вино, пиво и сидр
Хотя обычные вина, пиво и сидр играют ограниченную роль в рецептах этой главы, наличие интересного ассортимента столь же важно для бара, как и для ресторана. Хорошо составленное коктейльное меню с тщательно подобранными спиртными напитками в сочетании с небрежным винным и пивным листом отправляет гостям противоречивый сигнал.

Я рекомендую держать в наличии минимум три стиля пива: хрусткий *pilsner* или другой *lager*, солодовое или охмелённое *ale* и насыщенное или сухое *porter*. Меняйте сезонные сорта: например, весной — *maibock*, летом — *saison*, осенью — *Oktoberfest*, зимой — *barley wine*. Сидр — как правило, сложный игристый яблочный сидр из Нормандии — я подаю с осени до весны.

Рестораны и бары, предлагающие кухню регионов без ярко выраженной пивной культуры, могут смело формировать пивную карту, выходящую за рамки географии.

Хотя большинству гостей достаточно самых популярных красных и белых вин, стоит подумать о менее известных сортах — например, французский *aligoté*, использовавшийся в оригинальном рецепте *Kir* и более доступный по цене, чем большинство *chardonnay*.

Уделите время дегустации продукции небольших поставщиков, ориентированных на качество. Такие поставщики, как правило, работают с производителями, которые инвестируют большую часть ресурсов в само производство, в отличие от крупных брендов, вкладывающихся в маркетинг. Если вы хотите выстроить репутацию тонкого знатока, сделайте приоритетом посещение дегустаций портфелей и установление отношений с вашими представителями.



ДЖОРДАН САЛЬСИТО
Сомелье
О САМОБЫТНОСТИ
«Для меня вино невозможно свести к чему-то одному. Вино — это история, вино — это география, это геология, это антропология, философия и социология. Это всё сразу».

Креплёные вина
Херес, мадера и портвейн — это вина, «укреплённые» дистиллятом, чаще всего виноградным спиртом. Они постепенно завоёвывают популярность в коктейльном сообществе. Херес, креплёное вино из южной Испании, сегодня считается одним из самых востребованных ингредиентов в коктейлях. Это не впервые: считается, что *Sherry Cobbler* был самым популярным коктейлем середины XIX века (возможно, благодаря тому, что он стал одним из первых коктейлей, подававшихся со льдом и трубочкой!). В отличие от контролирующих советов других регионов по производству изысканных вин, которые не ориентируются на барменов, **consejo regulador** региона Херес уже много лет активно продвигает херес в коктейлях, в том числе благодаря программам, разработанным американскими экспертами Стивом Олсоном и Энди Сеймуром.

Херес (или *jerez*, произносится как «хере́с») производится в трёх основных городах андалусийской провинции Кадис: **Херес-де-ла-Фронтера**, **Санлукар-де-Баррамеда** и **Эль-Пуэрто-де-Санта-Мария**. Местные микроклиматы позволяют создавать широкий спектр стилей — от сухих минеральных *manzanilla* и *fino* до ореховых *amontillado* и *oloroso*, а также сладких разновидностей из винограда *Pedro Ximénez* или *Moscatel*. Для поддержания стабильного фирменного стиля и обеспечения дрожжей *flor* питательными веществами, которые препятствуют окислению сухих белых вин, херес выдерживают по системе *солера*, при которой молодые вина смешиваются со старыми.

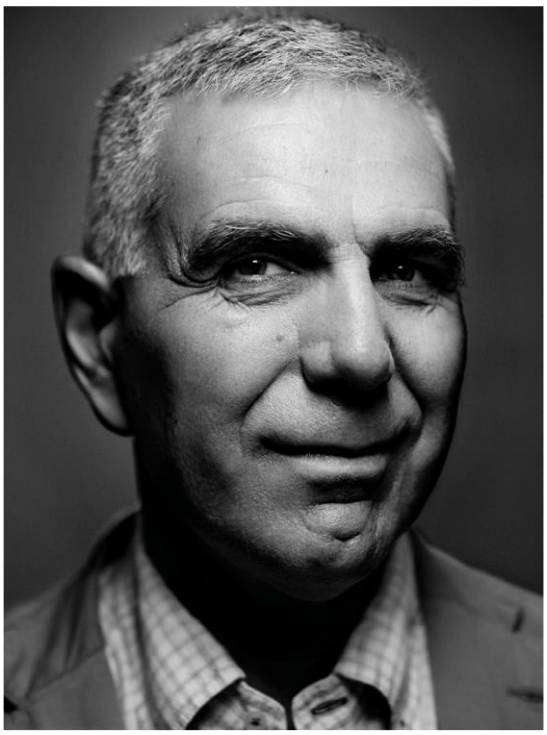


Чтобы херес сохранял свежесть после открытия бутылки, его следует хранить в холодильнике до месяца. Большинство барменов используют херес в коктейлях так же, как вермут, хотя существуют и классические рецепты, такие как *Bamboo* и *Sherry Cobbler*, в которых он упоминается напрямую. Благодаря растущей популярности в коктейльных барах и ресторанах, количество производителей и стилей хереса резко возросло за последние годы. Он по-прежнему остаётся сравнительно доступным, особенно по сравнению с другими изысканными винами, хотя с ростом популярности цены, безусловно, будут расти.

Мадера — ещё одно популярное креплёное вино, названное в честь острова у побережья Марокко. Существует четыре основных стиля: относительно сухие *Sercial* и *Verdehlo*, а также насыщенные, мёдовые *Bual* и тягучая *Malmsey*, которые могут выдерживаться веками. Продажи мадеры так и не восстановились после вспышки филлоксеры,

уничтожившей виноградники острова в XIX веке. Как и в случае с хересом, в этой категории можно найти отличное соотношение цены и качества.

Возможно, самым известным креплёным вином является **портвейн**, происходящий из древних террасных виноградников региона Дору в Португалии. Здесь из пяти сортов красного винограда производят множество стилей — от фруктовых *ruby* до землянистых *tawny* и выдержанных *late bottled vintage* (LBV). Нейтральный виноградный спирт добавляют до завершения брожения, благодаря чему в вине остаётся натуральный остаточный сахар. Это делает портвейн идеальным как десертное вино, а также как компонент коктейлей, таких как *Coffee Cocktail*. Как и вина многих великих винодельческих регионов Европы, портвейн активно развивался при участии британцев и часто заменял французские вина во времена их конфликтов с Францией. В отличие от хереса и мадеры, портвейн со временем не утратил своей ценности, и лучшие образцы стоят слишком дорого, чтобы их использовали в коктейлях.



Беппе Муссо
Мастер купажа
О фрагментах пазла

«Продукт — это большой пазл из тысяч фрагментов. Каждый фрагмент незаменим, чтобы завершить картину. Моя команда — часть этого пазла. Люди, знания, технологии и процессы — это фрагменты. Роль мастера купажа заключается в том, чтобы знать все элементы пазла и гарантировать, что каждый находится на своём месте, чтобы картина сложилась.»



Absinthe Drip

Происхождение: По словам Петера Шафа из Tempus Fugit, армия Франции поручила дистиллерии Pernod Fils поставлять абсент в лечебных целях войскам, сражавшимся в Алжире в 1830-х годах. Питьевая вода в пустынных и тропических регионах, как известно, была небезопасна, поэтому в качестве альтернативы часто употреблялись вино, пиво или разбавленные спирты. Назначаемая доза возрастала, и со временем процесс перевернулся: врачи обнаружили, что травяной алкоголь облегчает страдания войны.

Логика: Добавление холодной воды к абсенту вызывает реакцию, в ходе которой эфирные масла, содержащиеся в ботаникалах, выпадают из раствора, высвобождая аромат. Важнейшее условие — использовать как можно более холодную воду, поскольку лёд не следует добавлять непосредственно в бокал с абсентом ни до, ни после разбавления. *Brouilleurs*, или «капельницы» (см. иллюстрацию), были популярнее в Испании и США (особенно в Новом Орлеане), чем во Франции, где главенствовал фонтан. Капельница заменяет ложечку на бокале: в нижнюю часть устройства кладётся кусочек сахара, затем капельница наполняется колотым льдом и устанавливается на бокал с абсентом. В капельницу наливается вода, и она медленно капает в бокал, разбавляя абсент.

Трюки: Процедуру можно аккуратно выполнить при помощи кувшина с ручкой или, в более традиционном варианте, используя фонтан. До появления кускового сахара абсент обычно подслащивали анисовым ликёром, оргеатом или сахарным сиропом. Некоторые предпочитают не использовать сахар вовсе, поэтому всегда спрашивайте об этом заранее.

Состав:

- 45 мл Vieux Pontarlier absinthe
- 135 мл ледяной фильтрованной воды
- 1 кусочек сахара
- Гарнир: отсутствует

Налейте абсент в охлаждённый бокал. Поместите абсентную ложечку с прорезями на край бокала и положите сахар на ложку. С помощью абсентного фонтана или кувшина медленно капайте воду на сахар, позволяя ей стекать в бокал. По мере растворения сахара наблюдайте за тем, как «гидрофобный» слой неразбавленного абсента поднимается вверх. Напиток готов, когда смесь становится полностью мутной. Подавайте с ложечкой или без неё.



\

Champagne Cocktail

Происхождение: Этот рецепт был опубликован в издании *The Bar-Tenders Guide* Джерри Томаса в 1862 году и восходит как минимум к десятилетию ранее. В ту эпоху его предпочитали состоятельные люди как утренний напиток.

Логика: Некоторые осудят вас за добавление биттера, сахара и цедры в бокал шампанского, а другие спокойно пьют Pétrus с кока-колой. Работа бармена — приготовить лучший возможный коктейль в рамках существующих условий. Если бюджет не ограничен, используйте лучшее шампанское, которое доступно. Когда стоимость имеет значение — а так бывает почти всегда — стоит дважды подумать, прежде чем готовить этот коктейль *без* шампанского, как делают во многих барах. Самым изящным способом подачи я считаю следующее: капнуть Angostura на кусочек сахара, положенный на коктейльную салфетку (чтобы впитать излишки), и аккуратно опустить его щипцами в бокал уже после того, как вино налито. Для подачи в бокале-купе подойдёт дискообразная цедра лимона, но в флюте удобнее использовать спираль, срезанную ножом-каннеллером.

Хаки: Парадоксально, но именно шампанское — ингредиент, вынесенный в название, — чаще всего заменяется. Если вы не хотите или не можете использовать шампанское, выбирайте игристое вино, изготовленное по методу *méthode traditionnelle*. Существует множество отличных вин, приготовленных этим методом, которые порадуют любого ценителя.

Рецепт:

- 150 мл шампанского Bollinger brut NV
- 1 кусочек сахара, пропитанный биттером Angostura
- Гарнир: спираль из лимонной цедры

Налейте шампанское в охлаждённый бокал флют, затем добавьте кусочек сахара с биттером. Украсьте спиралью лимонной цедры.



Kir

Происхождение: Коктейль получил своё название в честь бывшего мэра Дижона Феликса Кира, который угощал им официальных гостей после Второй мировой войны, продвигая регион.

Логика: Kir — коктейль, который редко встретишь в книгах по миксологии, но его более известная вариация, Kir Royale (на основе шампанского), до сих пор пользуется популярностью. Этот рецепт — отличный пример того, как коктейли могут использоваться для продвижения региона. Помимо горчицы, Дижон славится своими винами и ликёром из чёрной смородины — crème de cassis. Шардоне — благородный белый сорт винограда Бургундии, но здесь используется шардоне местного производства: без выдержки в дубе, из Нью-Йорка (Scuttlehole от Channing Daughters), создающий чистый, хрустящий фон, подчеркивающий фруктовость cassis. Используйте только что открытое вино и храните cassis в холодильнике — он быстро окисляется, поэтому лучше покупать его в бутылках меньшего объёма.

Хаки: Замените белое вино на шампанское — получится Kir Royale. Или попробуйте оригинальный вариант с алиготе, другим белым сортом винограда из Бургундии. Сомелье Джордан Сальсито рекомендует Domaine A. & P. de Villaine aligoté. Обратите внимание: Оберт и Памела де Виллен также делают вино для легендарного хозяйства Domaine de la Romanée-Conti — пожалуй, самого знаменитого винодельческого поместья Бургундии, чьи вина не стоит смешивать ни с каким ликёром.

Рецепт:

- 150 мл шардоне Channing Daughters Scuttlehole
- 7,5 мл Lejay crème de cassis
- Гарнир: твист из лимонной цедры

Соберите ингредиенты прямо в охлаждённом бокале для белого вина. Украсьте твистом из лимонной цедры.



Venetian Spritz

Происхождение: Я нашёл этот рецепт на обратной стороне первой бутылки Aperol, попавшей ко мне в руки в 2003 году, и оставил его в барной карте Pace, которым тогда управлял, до тех пор, пока не закончился весь запас контрабанды. Aperol официально вернулся на рынок США в 2006 году.

Логика: В книге *Spritz* Талии Байокки и Лесли Паризо происхождение сочетания игристого вина, газировки и биттера прослеживается до 1920-х годов. До 1980-х годов в рецептах “spritz con l’amaro” использовали множество различных биттеров, но с упадком многих брендов их разнообразие исчезло. Prosecco появился в рецепте только в 1990-х; до этого использовали просто белое вино, биттер и содовую. Именно Aperol превратил региональную традицию в глобальное явление благодаря своей доступной цене, мягкому вкусу и низкому содержанию алкоголя, из-за чего этот коктейль легко заказывается повторно.

Хаки: Select — биттер, выпущенный в 1920 году на венецианском острове Мурано, считается первым, который использовали в этом рецепте, но его сложно найти за пределами Тривенето. Когда Aperol стал продвигать коктейль как собственный, они заменили классический в Венеции гарнир в виде оливки на половинку дольки апельсина. Если хотите придерживаться традиции, добавьте оливку; Байокки предпочитает использовать оливки сорта Castelvetrano.

Рецепт:

- 60 мл Aperol

- 30 мл prosecco Follador
- 30 мл содовой воды
- Гарнир: половина дольки апельсина

Соберите коктейль в охлаждённом бокале рокс, затем добавьте кубики льда. Украсьте половиной дольки апельсина.



Torino Torino

Происхождение: Этот тонкий вариант классического коктейля Milano Torino, созданного в 1860-х годах в Caffè Camparino в Милане, был подан мне (и переименован мной) во время экскурсии на производство вермута Martini в 2015 году.

Логика: Milano Torino — это сочетание Punt e Mes из Турина и Campari из Милана, подаваемое со льдом и апельсином; своё название он получил по городам происхождения ингредиентов. До того как итальянская кухня стала популярной в США благодаря шеф-поварам вроде Марио Батали, в Америку экспортировались лишь немногие вермуты, биттеры и амаро. Сегодня, когда на рынке множество достойных сладких вермутов и биттеров, многие бармены заменяют Punt e Mes и Campari на продукты Martini, особенно их биттер, окрашенный натуральной кошенилью, как когда-то и Campari. Главный купажист Martini Беппе Муссо и ботаник Bacardi Ивано Тонутти называют свой взболтанный вариант Milano Torino — Americano Shakerato, поскольку взбалтывание со льдом даёт разбавление и аэрацию, схожие с содовой. Лично мне ближе более игривое название — Torino Torino.

Хаки: Классические вариации — добавление содовой (Americano), джина (Negroni) или просекко (Spagliato), но ни один из них не стоит взбалтывать. Contratto из Пьемонта выпускает превосходный вермут и биттер, так что их можно смело использовать как замену по мере расширения рынка Milano Torino.

Рецепт:

- 45 мл сладкого вермута Martini Grand Lusso
- 45 мл биттера Martini

- Гарнир: долька апельсина

Взболтайте с льдом, затем процедите через сито в охлаждённый винный бокал, наполненный льдом. Украсьте долькой апельсина.



Sherry Cobbler

Происхождение: Джерри Томас включил рецепт этого напитка в своё издание *The Bar-Tenders Guide* 1862 года, сопроводив его одним из немногих иллюстративных изображений. Он подчёркивал, что «cobbler не требует особого мастерства в приготовлении, но чтобы сделать его приятным не только на вкус, но и на вид, необходимо проявить вкус при оформлении бокала».

Логика: В книге Томаса после Sherry Cobbler приводится ещё шесть вариантов cobbler'ов, однако именно версия на хересе пользовалась наибольшей популярностью. За исключением Champagne Cobbler, в котором используются цедра лимона и апельсина, все остальные (кроме Whiskey Cobbler) предполагают дольки апельсина и сезонные ягоды, что указывает на обязательность апельсина и относительную новизну ягод. Томас не указывает конкретный тип хереса, оставляя выбор стиля на усмотрение бармена. Если использовать более насыщенные стили, такие как cream sherry или East India, то можно обойтись без сахара, предусмотренного в оригинале. В этом рецепте акцент сделан на качестве хереса, а не на экзотических украшениях, но, следуя наставлению Томаса, вы вполне можете использовать эффектную подачу в стиле Nightjar.

Хаки: Во всех рецептах cobbler'ов у Томаса указан трубочка; на фото она опущена, чтобы не скрывать гарнир, но Дэвид Вондрич считает, что именно Sherry Cobbler ввёл в обиход трубочки в коктейлях. В некоторых рецептах ягоды встряхиваются вместе с апельсином, а не только используются как украшение, что делает напиток более фруктовым, по сравнению с предложенным здесь винным вариантом.

Рецепт:

- 50 мл хереса Lustau Solera Reserva Deluxe "Capataz Andrés" cream
- 30 мл хереса Valdespino Deliciosa manzanilla
- 7 мл хереса Lustau East India Solera

- Гарнир: ½ дольки апельсина и сезонные ягоды (малина, голубика или ежевика)

Встряхните со льдом, затем процедите через мелкое сито в охлаждённый бокал-гоблет, наполненный дроблёным льдом. Украсьте фруктами.



Pimm’s Cup

Происхождение: Джеймс Пимм открыл популярную устерную в Лондоне, которую затем превратил в сеть модных ресторанов по всему городу. Его напиток под названием #1 Cup, который подавался в оловянных кружках, стал настолько популярным, что в 1860-х годах он начал продавать его на вынос.

Логика: Pimm’s Cup впервые появляется в исторической коктейльной литературе лишь в *The Stork Club Bar Book* Люциуса Биби в 1946 году — примерно в то время, когда этот напиток был принят в баре Napoleon House в Новом Орлеане. Сейчас коктейль наиболее известен как фирменный напиток турнира Уимблдон, где его подают графинами с цитрусовыми, огурцом, клубникой и мятой. В этом рецепте огурец входит непосредственно в состав коктейля, а не только используется как украшение, а в качестве топа предлагается сухой имбирный эль вместо лимонада или bitter lemon soda, более привычных в Англии. Pimm’s — это освежающий горьковатый аперитив с крепостью 25%, идеально подходящий для летнего напитка.

Хаки: Этот рецепт является вариацией New Orleans и London Cups, популярных в своё время. Сегодня Letherbee Distillers выпускает травяной ликёр, похожий на Pimm’s, исключительно для чикагского бара Pub Royale; к сожалению, он пока не поступил в массовую продажу. До тех пор Pimm’s #1 Cup и огуречный гарнир — незаменимые элементы этого коктейля.

Рецепт:

- 60 мл Pimm’s #1 Cup
- 20 мл лимонного сока
- 15 мл сахарного сиропа (см. соответствующую страницу)
- 30 мл имбирного эля Q (долить)
- 3 ломтика огурца

Разомните 2 ломтика огурца с сиропом, затем добавьте Pimm’s и лимонный сок. Встряхните со льдом, процедите через мелкое сито в охлаждённый хайбол, наполненный льдом. Долейте имбирный эль и украсьте оставшимся ломтиком огурца.



Bamboo

Происхождение: В издании *The World's Drinks and How to Mix Them* 1908 года Билл Бутби приписывает создание Bamboo американскому бармену Луису Эппингеру из отеля Grand Hotel в Йокогаме. В книге *Imbibe!* Дэвид Вондрич прослеживает происхождение коктейля ещё дальше — в 1880-е годы, когда он начал появляться в барных меню по всей территории США.

Логика: Bamboo выглядит и ощущается как классический коктейль, но по уровню алкоголя ближе к бокалу вина, что делает его идеальным аперитивом. В рецепте Бутби указаны «французский вермут» и «херес», что оставляет простор для интерпретаций. Под «французским вермутом» обычно подразумеваются сухие версии от Dolin или Noilly Prat, но более сладкий *blanc* от Dolin лучше сочетается с выдержанными спиртными в коктейлях этой эпохи. Для варианта Bamboo, похожего по духу на Manhattan, выберите сухой выдержанный херес типа олоросо, амонтиладо или пало кортадо, как в этом рецепте, и соедините его с Dolin blanc. Если гость предпочитает коктейль в стиле Martini, выберите херес фино или мансанилья и сухой вермут; в этом случае сократите количество Angostura до одной капли.

Хаки: Замена сухого вермута на сладкий превращает коктейль в более насыщенный Adonis. Если решите украсить коктейль оливкой, как рекомендует Бутби, пусть это будет испанская оливка — в знак уважения к происхождению хереса.

Рецепт:

- 45 мл вермута Dolin blanc

- 45 мл хереса Lustau palo cortado
- 2 капли биттера Angostura
- 1 капля биттера Regan’s

Украшение: цедра лимона

Перемешайте со льдом, затем процедите в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсьте цедрой лимона.



Nurse

Происхождение: Я назвал этот аперитив *Nurse* («Медсестра») благодаря его восстановительным свойствам, которые я ощутил на себе после похмелья, с которым проснулся после посещения производства Noilly Prat в Марсейане, Франция, вместе с Людовиком Мизагой и Джейкобом Брайарсом в 2015 году.

Логика: Винная основа оригинального сухого вермута Noilly Prat выдерживается в бочках более двух лет до добавления ботаникалов, что делает его одним из самых сложных ароматоизированных вин в мире. Я был поражён универсальностью Noilly Prat в сочетании с традиционной кухней региона (устрицами и моллюсками) во время визита. Вместо лимона, с которым его подают в Марсейане, я предпочитаю использовать ломтик огурца — он подчёркивает ботаникалы и добавляет дынные ноты.

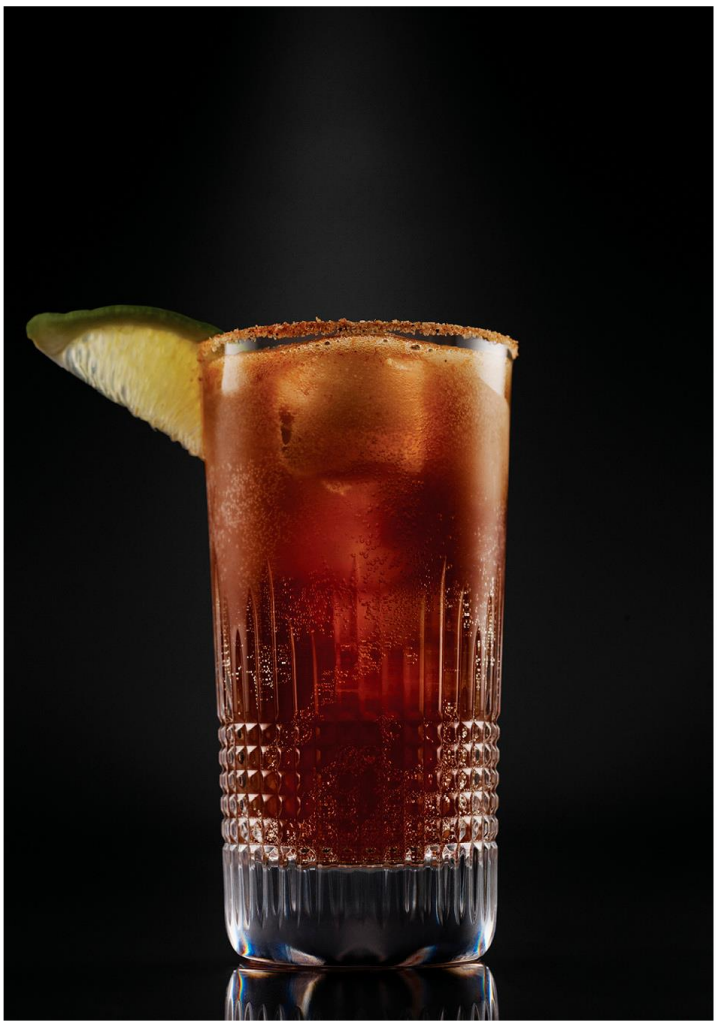
Хаки: Формула *extra dry* от Noilly Prat изготавливается на винной основе, не прошедшей выдержку в бочке, и не обладает ореховыми, окисленными нотами оригинала. Для фото мы нарезали ломтики огурца в форме креста — как намёк на «целебную ценность» коктейля.

Рецепт:

- 90 мл сухого вермута Noilly Prat
- 30 мл содовой

Украшение: ломтик огурца

Соберите коктейль в охлаждённом бокале для вина, наполненном льдом. Украсьте ломтиком огурца.



Michelada

Происхождение: Я не стану распространять мифы об истоках этого рецепта. Название *michelada* складывается из *chela* (сленговое «пиво») и *ada* от *helada* («холодное»), с добавлением *mi* («моё»), образуя фразу «моё холодное пиво».

Логика: В Мексике существует множество региональных вариантов этого рецепта, подобно тому, как в США существуют тонкие различия в барбекю. Переменные ингредиенты включают острые соусы, соусы умами (Worcestershire, Maggi или HP), томатный сок или Clamato. Неизменными остаются: пиво (лёгкий лагер или солодовое), сок лайма, лёд и бокал с соляной каймой — такую версию многие называют *chelada*. Однако соль часто дополняется чили, цитрусовыми или сушёными червями (*sal de gusano*), как это подали мне в Оахаке. Не стоит слишком беспокоиться о том, если соль попадёт в стакан — она только обогатит вкус напитка.

Хаки: Чистоплотные пуристы, предпочитающие собирать напиток прямо в бокале, могут возмутиться (особенно из-за углекислоты — будто напиток простоит дольше минуты), но я предпочитаю готовить всё в смесительном стакане и затем процедить через сито, удаляя грубые частицы, в бокал со свежим льдом. Текила или мескаль, которыми часто сопровождают Michelada, также отлично сочетаются прямо в напитке.

Рецепт:

- 360 мл пива Negra Modelo

- 45 мл сока лайма
- 15 мл острого соуса Valentina
- 2 барные ложки (5 мл) соуса HP
- 1 барная ложка (2.5 мл) соуса Maggi
- Соль и *sal de gusano* для оформления ободка

Украшение: долька лайма

Соберите ингредиенты в смесительном стакане, затем процедите через сито в охлаждённый хайбол, наполненный льдом и украшенный каймой из соли и *sal de gusano*. Украсьте долькой лайма.


Norwegian Sea
SWEDEN
Gulf of Bothnia
FINLAND
Koskenkorva
NORWAY
Helsinki
Stockholm
Mariefred
RUSSIA
ESTONIA
Moscow
LATVIA
Åhus
DENMARK
LITHUANIA
Baltic Sea
North Sea
Kaliningrad
RUSSIA
Bialystok
BELARUS
NETHERLANDS
Warsaw
Żyrardów
POLAND
BELGIUM
GERMANY
CZECH REP.
UKRAINE
SLOVAKIA
AUSTRIA
FINLAND
Koskenkorva (Finlandia)
POLAND
Bialystok (Zubrowka)
Żyrardów (Belvedere)
RUSSIA
Kaliningrad (Stolichnaya)
Moscow (Smirnoff Black)
SWEDEN
Åhus (Absolut)
Mariefred (Karlsson's)
Traditional Production Region
Distillery Site
Capital

На карте изображены традиционные регионы производства водки в Восточной и Северной Европе, а также конкретные места расположения известных винокурен. В нижней части карты представлена легенда с указанием стран, городов, брендов и их географического расположения. Вот расшифровка:

ФИНЛЯНДИЯ

- **Koskenkorva** — *Finlandia*

ПОЛЬША

- **Białystok** — *Żubrówka*
- **Żyrardów** — *Belvedere*

РОССИЯ

- **Калининград** — *Stolichnaya*
- **Москва** — *Smirnoff Black* (столица обозначена звёздочкой)

ШВЕЦИЯ

- **Åhus** — *Absolut*
- **Mariefred** — *Karlsson's*

Условные обозначения:

- Заштрихованные области — **традиционные регионы производства**
- Чёрные кружки — **места расположения винокурен**
- Звезда — **столица**

Эта карта подчёркивает богатую историю и разнообразие водочной культуры в этом регионе, демонстрируя как промышленные центры, так и исторические корни напитка.

ВОДКА

Россия претендует на звание родины этого напитка, но больше доказательств указывает на Польшу, где слово *wodka* впервые упоминается в рукописи 1405 года. Это слово означает «маленькая вода» в обоих языках: *voda* по-русски и *woda* по-польски — «вода», а *-ka* — уменьшительный суффикс. Монахи были среди первых, кто дистиллировал водку с добавлением трав и специй, используя её как для внутреннего приёма, так и в качестве наружного лекарства.

В XVI веке дистилляция вышла за пределы монастырей, и напиток стал использоваться в рекреационных целях. Дистилляторы использовали злаки — пшеницу, ячмень, овёс и рожь — в качестве основы для водки, ароматизируя её мёдом, фруктами, травами и специями. К ранним стилям относятся *Goldwasser* — анисовая водка с золотыми хлопьями; *Krupnik* — пряная водка, подслащённая мёдом; и *Żubrówka* — водка с травой зубра, которая остаётся одним из немногих классических стилей, представленных в США.

Дистиллерии разработали десятки уникальных формул, которые экспортировались по всему региону Чёрного моря и Восточной Европе. В XIX веке производители водки начали применять технологии непрерывной дистилляции и инновационные методы фильтрации, такие как угольная, чтобы очистить дистиллят. Эти достижения позволили получать более приятную на вкус водку, которую больше не нужно было подслащивать или прятать за специями.

Хотя водка была представлена западным потребителям после Сухого закона, дипломатическая напряжённость между Востоком и Западом препятствовала экспорту большинства традиционных водок, производившихся за «Железным занавесом». Некоторые водки начали поступать после его падения, но разрозненные и слабо финансируемые государственные монополии восточных стран не смогли представить их западным потребителям как напитки, способные быть столь же выразительными и насыщенными, как и культура, из которой они происходят.

Сегодня американские нормы определяют водку как «безвкусный, бесцветный и без запаха спирт». Регламенты ЕС столь же расплывчаты: «спирт, в котором органолептические свойства сырья избирательно снижены». К огорчению производителей традиционной водки, которые ценят качество исходного сырья — обычно злаков, таких как пшеница, рожь и ячмень, или картофеля — законодательство ЕС допускает использование винограда и сахарной свёклы, тогда как в США источником крахмала может быть всё, на что хватит фантазии.

Поскольку нейтральность — явно закреплённое определение в США и подразумеваемое в ЕС — считается главной характеристикой водки, существуют два стиля чистой (неароматизированной) водки. Более распространённый западный стиль, представленный многими «суперпремиальными» брендами, делает упор на дистилляцию, фильтрацию и чистоту воды, в результате чего получается нейтральный спирт с минимальным жжением. Восточный стиль, сохраняющийся в странах «водочного пояса» и принятый рядом американских крафтовых производителей, демонстрирует, как сырьё может наделить водку телом, тонким характером и стойким послевкусием.

Водка не появлялась в западных коктейльных книгах до конца 1920-х годов в Европе и не получила популярности в США до окончания Сухого закона, когда нейтральный стиль, производимый в Америке, стал основой для рецептов вроде Moscow Mule. С тех пор история водки переплетена с историей маркетинга спиртных напитков — от глянцевых

рекламных кампаний Smirnoff, доведённых до совершенства Absolut, до появления в фильмах о Джеймсе Бонде и нелепых заявлений о миллионах бутылок водки, «сделанных вручную одним человеком и его собаками в Техасе».

Современное производство водки

Для производства водки может использоваться любой крахмалосодержащий продукт, пригодный к брожению, но традиционно в качестве сырья выбираются рожь в Польше, ячмень в Финляндии, пшеница в Скандинавии и России, а также картофель в Польше. В странах за пределами «водочного пояса» производители, как правило, отдают предпочтение самым дешёвым доступным ингредиентам — например, кукурузе в США, сахарной свёкле во Франции и мелассе на экваториальных островах, где в избытке выращивают сахарный тростник.

В отличие от виски, мескаля и рома, перегоняемого в перегонных кубах, длительное брожение которых формирует сложный вкусовой профиль, процесс превращения сырья в спирт при производстве водки проводится быстро, чтобы избежать образования ароматных побочных соединений. Водка должна быть перегнана до крепости 96% ABV, что потребовало бы множества перегонов в кубе, поэтому сначала применяются более эффективные колонные и непрерывные перегонные установки; затем, по желанию производителя, спирт может быть повторно перегнан в перегонном кубе — процесс, называемый ректификацией.

В таких странах, как Великобритания, производители обязаны закупать «нейтральный зерновой спирт» (NGS) у промышленных производителей — иногда у самого государства — после чего они могут ректифицировать, разбавить, разлить и представить его в соответствии со своими стандартами. Бывший бренд-амбассадор водки 42 Below Джейкоб Брайарс отмечает: «Большинство водки в США производится из нейтрального зернового спирта, поступающего от четырёх агропромышленных концернов, в то время как в таких странах, как Финляндия и Польша, государство снабжает дистиллерии спиртом».

Это обычная практика для производителей джина и ликёров, использующих нейтральную спиртовую основу в качестве холста для других вкусов. Однако в случае водки это вызывает споры, поскольку при таком подходе с ней почти ничего не делают — бюджетные бренды просто добавляют воду — прежде чем разместить своё имя на этикетке. Если вы покупаете водку премиального сегмента, стоит обратить внимание на производителей, которые контролируют весь процесс от зерна до бутылки — как крупные бренды вроде Absolut, так и небольшие вроде Woody Creek — а не на тех, кто лишь ректифицирует и разбавляет NGS.

Водка выходит из перегонного аппарата крепостью 96% ABV, а в бутылку поступает с содержанием алкоголя от 37,5% (минимум по законодательству ЕС) до 40% в США (существуют также водки с крепостью 50%), то есть более половины содержимого бутылки составляет вода. Глобальный директор бренда Absolut Elyx Миранда Диксон поясняет: «Использование природной минеральной воды или арктической талой воды с айсбергов не имеет большого значения, поскольку перед разбавлением вода в любом случае должна быть деминерализована. Чем чище источник, тем меньше требуется обработки, так что в заявлениях о том, что чистая вода даёт лучшую водку, есть доля правды».

В производстве водки применяются два вида фильтрации. Водка западного стиля очищается путём перколяции через древесный уголь или другие минералы — кварц,

песок, а иногда даже алмазы — чтобы избавиться от вкуса и аромата. Польская фильтрация заключается в пропускании водки через хлопковые или целлюлозные фильтры различной плотности для удаления осадка и твёрдых частиц, что помогает сохранить прозрачность без потери вкуса.

Добавки, такие как сахар, глицерин (для придания телесности) и лимонная кислота — натуральный консервант с лимонным вкусом — разрешены законом и применяются для маскировки недостатков водок, изготовленных из посредственного сырья. Производители не обязаны указывать наличие добавок, которые практически не ощущаются, особенно если водка смешивается с другими ингредиентами, обладающими ярким вкусом. Если вы чувствуете лимонные нотки или замечаете, как жидкость разделяется на две волны при стекании обратно в дно бокала при вращении, скорее всего, в водке присутствуют добавки.

водкам, которые практически не обладают ни вкусом, ни ароматом. В таких случаях бармену приходится отходить от традиционных коктейльных шаблонов, создавая уникальные сочетания вкусов, подчёркивающие или усиливающие даже самые едва уловимые ноты спирта.

В 1986 году Stolichnaya выпустила цитрусовую водку Limonaya, а Absolut представила водку с ароматом перца — Peppar, а затем, в 1988 году, и цитрусовую Citron. С этого момента ароматизированные водки начали стремительно набирать популярность в США. За цитрусом последовали персик, черника, малина, манго и чёрная смородина в начале 90-х, а затем начались и более эксцентричные эксперименты: в последние десять лет в продаже появились водки с ароматом бекона, кексов, взбитых сливок, энергетиков и других неожиданных вкусов.

Несмотря на давнюю историю настоек водки на травах, специях и фруктах, обладающих как вкусовыми, так и лекарственными свойствами, некоторые источники утверждают, что именно Stoli и Absolut изобрели ароматизированную водку. Это, конечно, абсурд, однако в этом утверждении есть доля истины: именно эти бренды первыми утвердили сомнительную идею о том, что «натуральный» вкус можно синтезировать в лаборатории, а не добыть из природы.

Бюро по налогам и торговле алкоголем США (TTB) разрешает использование сахара и искусственных ароматизаторов в ароматизированной водке, при этом крепость может составлять всего 30% ABV вместо 40% для чистой водки. Это открывает путь для продуктов, больше похожих на ликёры, чем на водку. К счастью, на рынке существует немало натуральных альтернатив. Например, польская Żubrówka, водка с ароматом бизоньей травы (используемая в коктейле Tatanka), производится путём мацерации высушенной травы в чистой водке на ржаной основе в течение трёх дней. Полученный экстракт фильтруется, добавляется в водку и разливается по бутылкам с травинкой внутри при крепости 40%.

В 2002 году Лэнс Уинтерс из St. George Spirits стал одним из первых современных производителей, выпустивших линейку натуральных ароматизированных водок под маркой Hangar One. Его опыт в производстве фруктовых дистиллятов (eau de vie) подтолкнул его к решению дистиллировать такие ингредиенты, как цитрусовая цедра, и мацерировать цветы и листья, подобно тому, как это делают производители джина, ликёров и вермута. Это привело к появлению необычных и вкусных ароматизированных водок, таких как Buddha’s Hand, которую автор использовал в коктейле Parkside Fizz до продажи бренда.

За исключением необходимости иметь цитрусовую водку для приготовления Cosmopolitan, большинство современных коктейль-баров избегают использования коммерчески ароматизированных водок, предпочитая работать с базовыми спиртами, в которых вкусовая сложность достигается через миксологию. Однако поскольку водки от производителей вроде St. George изготавливаются по тем же методам, что и джин, многие из них хорошо работают в коктейлях на основе джина, таких как Southside, вдохновивший создание Parkside Fizz.

Несмотря на свою репутацию и расплывчатое определение как «нейтрального» спирта, чистая водка на самом деле является одним из самых сложных ингредиентов для создания коктейлей. Если цель коктейля — дополнить характер базового спирта (а именно в этом автор и видит суть), бармен должен подбирать деликатные ингредиенты, которые подчеркнут тонкие ноты водки, а не использовать традиционные мощные модификаторы вкуса, такие как цитрус, вермут, биттеры и ликёры, которые почти всегда перекрывают её.

Так, чтобы подчеркнуть перечные ноты водки Karlsson’s, автор выбрал структуру рецепта старомодного коктейля (спирт, сахар, биттеры, цедра), обычно предназначенного для более выразительных выдержанных спиртов, таких как виски и бренди. А чтобы дополнить ванильные ноты водки Woody Creek, он использовал йогуртовый напиток манго ласси — пример того, как иногда приходится выходить за рамки классических коктейльных форматов.

Если только вы не сомелье по воде и не умеете связывать минеральность бутилированных вод с конкретной водкой (я только наполовину шучу), этот подход к созданию коктейлей не применим к нейтральным водкам.

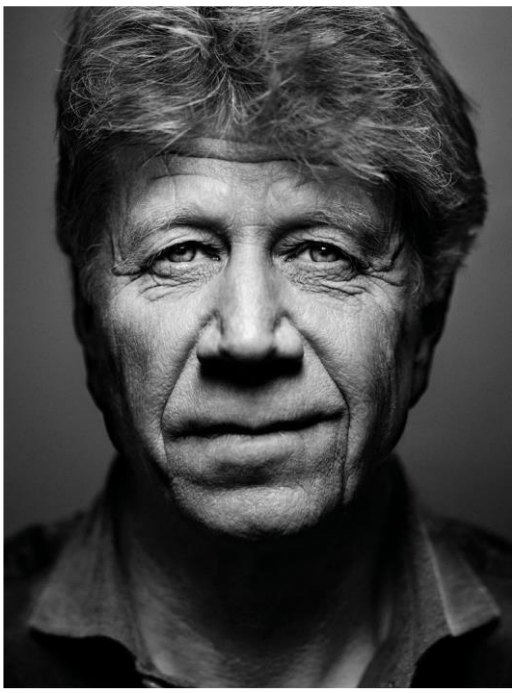


водки, которые служат чистым холстом для настаивания на свежих ингредиентах — как это делали многие бармены во времена «мартиновой» мании 1990-х — или как идеальный спирт для добавления в миксы без искажения их вкуса, например, в насыщенную смесь для Bloody Mary или имбирное пиво с цитрусом в Moscow Mule.

У водки есть и другая, необычная и недооценённая функция: она может выступать в роли связующего звена между более выразительными ингредиентами, как в коктейлях Vesper и Peaches and Cream (моя вариация на тему Vesper). Для поклонников Martini на водке, вроде Джеймса Бонда — вымышленного супершпиона Яна Флеминга, или гостей бара, которые настороженно относятся к насыщенным вкусам джина или бренди из персика, водка смягчает эти ноты, не разбавляя коктейль до водянистого состояния.

Что касается сочетания с едой, ничто так не демонстрирует функциональность водки, как традиционная кухня Восточной Европы, где методы консервирования — соление, копчение и вяление — играли жизненно важную роль в сохранении продуктов на долгую зиму. Вино и пиво не обладают той способностью очищать вкус между блюдами с жирной, солёной и копчёной едой, как водка. Именно поэтому она традиционно подаётся к закускам (закуски) в России — таким как свёкла, сельдь, икра и мясные пироги — и употребляется в виде глотков или стопок, сопровождаемых тостами между курсами.

Дегустация таких продуктов, как Polugar — предшественника современной водки, рецептура которого была возрождена в России, — вызывает у меня ностальгию по её истории и надежду на то, что будущее водки будет переписано с оглядкой на прошлое. Надежду внушают производители, обладающие смелостью и видением переосмыслить водку в её культурном контексте. Что иронично, ведущими в этом движении стали западные бренды, такие как Woody Creek, OYO и Koval, — и, возможно, это станет одним из главных достижений движения крафтовой дистилляции.



КРИСТЕР АСПЛУНД
Главный дистиллятор
О СТАБИЛЬНОМ РАЗВИТИИ
«В 1997 году мы начали оказывать давление на наших поставщиков, чтобы они сократили своё влияние на окружающую среду. Мы начали активно работать с фермерами, стремясь к устойчивому земледелию — не обязательно органическому. Органическое земледелие не сможет прокормить всех людей на Земле. Поэтому нам нужно найти эффективный путь устойчивого ведения сельского хозяйства. С тех пор мы добавили и другие инициативы. Транспорт — ещё одна область, в которой мы стараемся находить более экологичные решения. Например, к 2016 году, начиная с проекта трёхлетней давности, мы сократили выбросы CO_2 от внутренних перевозок на 50 процентов. Устойчивость всегда шла рука об руку с нашим стремлением к совершенству во всём, что мы делаем на производстве».



МИРАНДА ДИКСОН
Директор по развитию бренда
О ТРАДИЦИИ
«Даже сегодня, заходя в ресторан в Польше, вы увидите на столе бутылку объёмом 375 или 500 мл. Так что если двое идут поесть традиционное блюдо вроде рульки, вы увидите, как они пьют водку из бокалов на ножке — не залпом — и, возможно, рядом стоит стакан яблочного сока или пива, если захочется пить. Это единственный способ, каким водку обычно пьют в Восточной Европе… Именно поэтому их водка обладает характером и вкусом, и люди привыкают к определённому вкусу водки, который сочетается с едой — в отличие от очень пресного спирта для смешивания напитков».



ВЕСПЕР
Происхождение: Джеймс Бонд заказывает этот вариант сухого Мартини, названный в честь его возлюбленной Веспер Линд, в романе Яна Флеминга *Казино Рояль*, опубликованном в 1953 году.

Логика: Немногие киногерои повлияли на алкогольные тренды так, как Джеймс Бонд, и его Веспер стал своего рода двойным агентом в «холодной войне» между любителями водки и джина в Мартини. Обычно выступающая как нейтральная основа, водка здесь работает как модификатор, объединяющий растительные ноты джина с апельсиновыми оттенками и хинином в Lillet. Я согласен с рекомендацией Бонда использовать более нейтральную водку на основе зерна — например, изготовленную из озимой пшеницы, как у 86 Company, — а не более насыщенную по вкусу картофельную. Я также придерживаюсь его пропорций джина и водки (три к одному). Удвоенное количество Lillet придаёт коктейлю больше тела, а перемешивание (вместо знаменитого «встряхнуть, но не смешивать») подчёркивает его структуру.

Хаки: В 1986 году Kina Lillet была переиздана как Lillet blanc. Компания утверждает, что рецепт не изменился, но многие полагают, что содержание коры хинного дерева (cinchona), благодаря которой напиток относился к категории quinquina, было снижено — что открыло возможность использовать в рецепте Kina L’Aéro d’Or вместо Lillet. Тем не менее, лично я предпочитаю Lillet в этом коктейле.

Рецепт:
67 мл Plymouth gin
22 мл Aylesbury Duck vodka
15 мл Lillet blanc
Украшение: твист из лимонной цедры

Перемешайте со льдом, затем процедите в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсьте твистом из лимонной цедры.



МОСКОВСКИЙ МУЛ
Происхождение: Этот коктейль был совместно разработан Джеком Морганом из голливудского паба *Cock 'n' Bull* и Джоном Дж. Мартином из компании *Heublein*, дистрибьютора водки Smirnoff, в 1940 году. Он упоминается в *The Stork Club Bar Book* Лушеса Биби в 1946 году — в тот же год, когда был запущен франчайзинг имбирного эля *Cock 'n' Bull* и начато продвижение рецепта.

Логика: Морган и Мартин испытывали трудности с продажами своих товаров. Девушка Мартина, Озалин Шмидт, унаследовала медеплавильный завод после смерти отца, и их медные кружки не пользовались спросом. Чтобы исправить ситуацию, они разработали рецепт водочного «бака» (высокий коктейль с имбирным элем и лаймом), используя продукцию друг друга, и назвали его *Moscow Mule*. Для продвижения рецепта Мартин приобрёл только что изобретённую камеру Polaroid и фотографировал барменов с бутылкой водки в одной руке и коктейлем в другой. Одну фотографию он оставлял бару, а другую показывал другим заведениям, предлагая ввести коктейль в меню. Вскоре голливудские знаменитости начали заказывать *Moscow Mule*, и остальное стало историей. Эта история — классический пример того, как коктейли помогают распродать залежавшийся товар, а также выживают благодаря удачному маркетингу.

Хаки: Хотя я предпочитаю подавать этот коктейль с имбирным суслом (см. соответствующую страницу), традиционно используется коммерческий имбирный эль, поэтому он указан в рецепте ниже. При желании можно использовать другую водку, если вам не важна историческая точность. Подавать *Moscow Mule* в обычном стакане, а не в медной кружке, для меня — сомнительное решение, ведь именно кружка является важной частью культурного наследия коктейля.

Рецепт:
120 мл имбирного эля Fentimans
45 мл водки Smirnoff
15 мл сока лайма
Украшение: половинка лайма, засахаренный имбирь

Соберите ингредиенты в охлаждённой медной кружке, затем наполните её кубиками льда. Украсьте половинкой лайма и кусочком засахаренного имбиря на шпажке.



PARKSIDE FIZZ

Происхождение: Я создал этот коктейль для коктейльного меню *Gramercy Tavern* в 2005 году.

Логика: В то время новаторские дистиллеры, такие как Ланс Уинтерс из *St. George* и Марко Каракасевич из *Charbay*, привлекали внимание на национальном уровне благодаря своим натурально ароматизированным водкам, а бары и рестораны, ориентированные на фермерские рынки, такие как *Gramercy Tavern*, стали их первыми сторонниками. Ланс выбирал необычные сорта фруктов для ароматизации водки Hangar 1, такие как кафрский лайм, мандариновые цветки и цитрус Будды (*Buddha's Hand*), и мне нравилось готовить напитки для неподготовленной аудитории, не привыкшей к водке с характером. Ноты марципана в ароматном ливанском оргеате, который я закупал в местной лавке *Kalyustan's*, смягчали парфюмированный характер водки, а мята добавляла приятное травянистое измерение. Рецепт — простая вариация классического *Southside Fizz* (см. *The Artistry of Mixing Drinks*). Я назвал его в честь трёх парков в районе — *Madison Park* к северу, *Gramercy Park* к востоку и *Union Square* к югу.

Хаки: Hangar 1 была куплена и реформулирована, а такие бармены, как Джен Коллио из Сан-Франциско, занялись производством сиропов, благодаря чему высококачественный оргеат из бланшированного миндаля стал новым стандартом. Водка DSP CA 162 — ближайший аналог оригинальной формулы Hangar 1 *Buddha's Hand*.

Рецепт:
60 мл водки DSP CA 162 Buddha's Hand
30 мл сока лимона
15 мл оргеата Small Hand Foods

8 листьев мяты (и 1 веточка для украшения)
30 мл содовой

Разомните мяту с оргеатом, затем добавьте водку и лимонный сок. Встряхните со льдом и процедите в охлаждённый бокал рокс, наполненный кубиками льда. Долейте содовую. Украсьте веточкой мяты.



BLOODY MARY

Происхождение: В 1934 году Фернан Петийо из нью-йоркского *King Cole Bar* в отеле *St. Regis* подал гостям из Чикаго пряный коктейль на основе томатного сока. Они сказали, что он напоминает им официантку по прозвищу Bloody Mary — и имя закрепилось. Владелец отеля Винсент Астор не одобрял название, поэтому в меню коктейль появился под именем *Red Snapper*.

Логика: Подобно лаймовому кордиалу в *Gimlet* или тонику в *Gin and Tonic, Bloody Mary* — продукт промышленного томатного сока, который начал консервировать бренд *College Inn Food Products* в 1928 году. Уже к 1936 году влиятельные бармены, такие как Франк Мейер из отеля *Ritz* в Париже, рекомендовали использовать консервированный сок. Он писал в *The Artistry of Mixing Drinks*, что консервированный томатный сок предпочтительнее, поскольку свежие томаты доступны не всегда и не везде. Это справедливо и сегодня: вязкость промышленного сока обеспечивает нужную текстуру напитка, достигаемую за счёт *роллинга* или *трэвинга* коктейля — никогда не встряхивания. Смесь для *Bloody Mary* становится вкуснее после настаивания, поэтому её стоит готовить заранее — утром перед дневным бранчем или накануне вечером, если планируется завтрак.

Хаки: Я настороженно отношусь к барменам, которые тратят больше времени на украшение, чем на сам напиток. Вместо того чтобы отвлекать внимание вычурным гарниром, я сосредотачиваюсь на специях, соусах и марке томатного сока. Я предпочитаю процедить коктейль через мелкое сито, чтобы убрать остатки специй и хрена.

Рецепт:
120 мл томатного сока
45 мл водки Belvedere
7,5 мл лимонного сока
7,5 мл сока лайма

7,5 мл соуса Lea & Perrins Worcestershire
½ ч. л. хрена Gold’s
½ ч. л. специи La Boîte Bloody Mary
¼ ч. л. острого соуса Cholula
Украшение: стебель сельдерея

Соберите ингредиенты в шейкере, наполните его кубиками льда. Перелейте напиток из шейкера в тини (или другой сосуд), затем обратно, повторите 3–4 раза (роллинг). Процедите через мелкое сито в охлаждённый хайбол, наполненный льдом. Украсьте стеблем сельдерея.



PEACHES AND CREAM

Происхождение: Я создал этот коктейль для меню PDT весной 2013 года.

Логика: В 2009 году Ангус Уинчестер пригласил меня в Копенгаген, чтобы помочь запустить коктейльную программу в роскошном отеле *Nimb* у садов Тиволи. На предоткрывающем совещании шеф-повар Томас Херман, который тогда возглавлял ресторан высокой кухни при отеле, угостил нас маринованными мини-персиками и предложил подавать их как барные закуски. Яркие и солоновато-пряные, они, как мне показалось, идеально подошли бы на замену оливке в *Martini*. Спустя годы, когда мне удалось раздобыть достаточное количество этих плодов, чтобы включить их в меню PDT, я придумал вариацию *Martini*, чтобы выделить этот гарнир. Название коктейля, отражающее ингредиенты, отсылает к шестому треку на альбоме Бека *Midnight Vultures* (1999 года). Мне нравится добавлять поп-культурные отсылки в «ботанские» коктейли — это придаёт им лёгкость.

Хаки: Я выбрал премиальную водку *Absolut Elyx* как дань уважения скандинавскому шефу, познакомившему меня с маринованными персиками, но подойдёт и любая качественная водка на основе зерна. Когда вы достанете эти редкие маринованные персики, следующей задачей станет найти выдержанный дистиллят из персика (*peach eau de vie*, а не ликёр под маркировкой “peach brandy”). *Peach Street Distillers* стали одними из первых, кто возродил подлинный напиток, который не производился более века. Если достать маринованные персики не удастся, замените их небольшой оливкой, например сорта *Lucques*.

Рецепт:
60 мл водки Absolut Elyx
15 мл хереса Lustau Solera Reserva “Capataz Andrés” Deluxe cream
15 мл персикового бренди Peach Street Distillers
15 мл Lillet blanc
Украшение: маринованный мини-персик

Перемешайте все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсьте маринованным персиком.



GOLD COAST

Происхождение: Я создал этот вариант *Old-Fashioned* на водке зимой 2009 года после поездки на полуостров Бьяре в южной Швеции, где выращивают картофель, используемый для перегонки водки *Karlsson's*.

Логика: До знакомства с *Karlsson's* большинство известных мне брендов водки подчёркивали нейтральность вкуса, а не характер. После посещения полей и дегустации винтажных образцов, изготовленных из разных сортов картофеля, я вдохновился на создание коктейля в стиле *Old-Fashioned*, который большинство миксологов готовят на крепких выдержанных спиртах, но я решил использовать для этого ароматизированную водку, подслащённую и приправленную вкусами Швеции. Вместо сахара и специй я добавил немного цитрусов и ликёра на основе арака под названием *Swedish punsch*, а также укроп и чёрный перец — традиционные ингредиенты шведской кухни. Я использовал эссенцию чёрного перца в распылителе, а не толчёные зёрна, чтобы сохранить прозрачность коктейля, который следует подавать с крупным прозрачным кубом льда.

Хаки: Настойку чёрного перца можно приготовить, настоив перец в высокоградусной водке, а затем процедив настой, если у вас нет готовой перцовой эссенции. *Kronan Swedish punsch*, широко представленный в США, более насыщенный по вкусу, чем *Carlshamns,* поэтому используйте его в два раза меньше.

Рецепт:
60 мл водки Karlsson's Gold
15 мл Carlshamns Flaggpunsch

1 веточка свежего укропа (плюс 1 для украшения)
Украшение: эссенция чёрного перца Aftel

Разомните укроп с *Flaggpunsch*, затем добавьте водку. Перемешайте со льдом, процедите через мелкое сито в охлаждённый рокс, наполненный крупным кубом льда. Украсьте двумя распылениями эссенции чёрного перца и веточкой укропа.



TATANKA

Происхождение: Согласно *Difford's Guide*, коктейль *Tatanka*, что в переводе с языка лакота (одного из индейских языков) означает «буйвол», обрёл популярность после выхода фильма *Танцующий с волками* в 1990 году.

Логика: В оригинальном рецепте используется польская водка на бизоньей траве, *ŻŻubrówka*, которая смешивается с яблочным соком и подаётся в хайболе. Сегодня добавление яблочного сока может показаться необычным, но стоит вспомнить рецепты того времени, например коктейль *Treacle* Дика Брэдселла, в котором тёмный ром сочетается с кленовым сиропом и биттером. Вместо того чтобы «утопить» ароматную водку в приторном соке, я переосмыслил оригинальный рецепт, создав аналог *Stone Fence* с использованием сухого нормандского яблочного сидра, чьи землистые и фруктовые ноты идеально сочетаются с травяным характером водки. Польский друг поделился со мной сушёными стеблями бизоньей травы, которые я использовал в качестве украшения, чтобы подчеркнуть орехово-травяной характер напитка и сделать его визуально интереснее.

Хаки: Если вы хотите придерживаться оригинального рецепта, рекомендую использовать свежевыжатый зелёный яблочный сок и украсить напиток долькой яблока, плавающей в пене. Если бизоньей травы нет, подойдёт веер из тонких яблочных долек.

Рецепт:
90 мл сухого яблочного сидра Dupont

60 мл водки ZŻubrówka (на бизоньей траве)
Украшение: стебли бизоньей травы

Соберите коктейль прямо в охлаждённом коллинзе, наполненном кубиками льда. Украсьте несколькими стеблями бизоньей травы.



CZECHMATE

Происхождение: Я создал этот коктейль для семинара в Праге, который проводил весной 2015 года вместе с лондонским барменом Беном Ридом.

Логика: По приглашению Алеша Путы, владельца Hemingway Bar в Праге, я приехал в Чехию от лица бренда Absolut Elyx, чтобы рассказать местным барменам о нью-йоркской барной сцене. Бен Рид представлял Лондон. По окончании лекции нас попросили приготовить коктейль, и я решил сделать вариацию на *King Carl Collins* — коктейль, созданный мной в Швеции в честь правящего монарха, в формате коллинза, чтобы подчеркнуть шведское происхождение бренда. В Стокгольме я использовал шампанское и шведский пунш; в Праге же адаптировал рецепт, заменив шампанское на местное пиво и добавив Becherovka — травяной ликёр с доминирующей нотой корицы. Когда водка сочетается с деликатными миксерами, она может заявить о себе. В противном случае она либо объединяет ингредиенты (как в *Vesper*), либо служит чистым холстом для вкусов, как в этом рецепте.

Хаки: Идеальной заменой Absolut Elyx станет водка чешского происхождения — это объединит все алкогольные компоненты под одним флагом. Дополнительные баллы — за тематическое оформление с шахматной символикой.

Рецепт:
45 мл водки Absolut Elyx
45 мл светлого лагера Czechvar
30 мл лимонного сока
15 мл ликёра Becherovka
15 мл сахарного сиропа
Украшение: долька лимона

Встряхните водку, ликёр, сок и сироп со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал для пильзнера, наполненный льдом. Долейте пиво. Украсьте долькой лимона.



COCKTAIL CULTURE

Происхождение: Я создал этот коктейль весной 2014 года для фестиваля Food and Wine Classic в Аспене, штат Колорадо.

Логика: После посещения дистиллерии Woody Creek в Аспене в 2013 году я решил использовать их ароматную картофельную водку в индийском ласси — и подал этот коктейль на мероприятии в рамках фестиваля в следующем году. Дрожжевые, ванильные ноты водки прекрасно сочетаются с кремовой текстурой местного колорадского йогурта, который редко используется в коктейлях. Большинство потребителей знакомы с цитрусовой кислотой в напитках, но для баланса сладости можно использовать и другие кислоты: молочную (из молочных продуктов), уксусную (из уксуса) и яблочную (из яблок). Название “Culture” — игра слов, отсылающая как к популярности крафтового пива и крепких напитков в Колорадо, так и к закваске йогурта.

Хаки: Хотя рецепт был разработан для водки Woody Creek, её можно заменить на другую полнотелую водку (желательно на основе ржи или картофеля). Йогурт с маракуйей от Noosa можно использовать вместо пюре. Ванильный экстракт должен быть качественным — его требуется совсем немного.

Рецепт:
52 мл водки Woody Creek
22 мл йогурта Noosa с мёдом
15 мл пюре маракуйи Boiron
7 мл ванильного сиропа
Бурбонский ванильный экстракт
Украшение: отсутствует

Встряхните все ингредиенты со льдом и процедите в охлаждённый бокал купе. Распылите 2 капли ванильного экстракта на поверхность.



COSMOPOLITAN

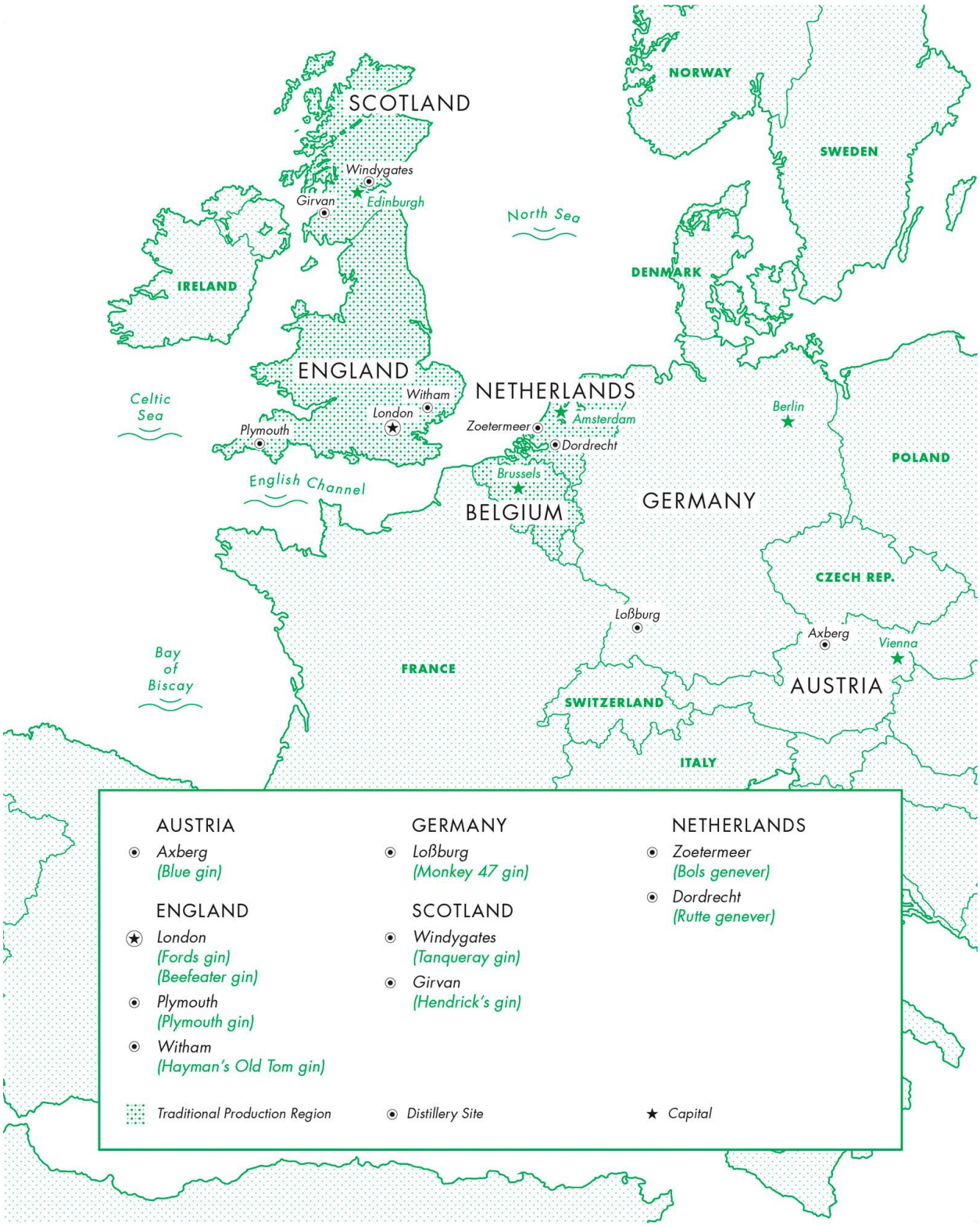
Происхождение: Тоби Сескини создал этот коктейль осенью 1988 года в баре Odeon в Нью-Йорке.

Логика: Коллега Тоби рассказала ему о коктейле, который заказывали её друзья из Сан-Франциско: водка, лаймовый кордиал Rose’s и гренадин, взболтанные и поданные в бокале для мартини. Название ему понравилось, но вкус — нет. Тогда он переработал рецепт как разновидность *daisy*, заменив гренадин на немного клюквенного напитка Ocean Spray и использовав недавно выпущенную водку Absolut Citron. Напиток быстро полюбился персоналу, и его начали предлагать завсегдатаям бара, среди которых были Лу Рид, Кит Харинг, KRS-One, Сэм Шепард, Джонни Депп и Мадонна. Регулярные появления Cosmopolitan в сериале *Sex and the City*, начиная со второго сезона, закрепили его культовый статус в поп-культуре конца XX века.

Хаки: Тоби готовит свой вариант с равными частями лайма, клюквенного напитка и Cointreau, украшая коктейль лимонной цедрой, но я предпочитаю подчеркнуть апельсиновую ноту в Cointreau, а не лимонную во вкусе водки. Свежий клюквенный сок слишком кислый, поэтому я добавил немного сахарного сиропа.

Рецепт:
60 мл Absolut Citron
22 мл Cointreau
22 мл сока лайма
15 мл несладкого клюквенного сока
7 мл сахарного сиропа
Украшение: апельсиновая цедра

Встряхните со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал купе. Украсьте апельсиновой цедрой.


SCOTLAND
Windygates
Girvan
Edinburgh
North Sea
NORWAY
SWEDEN
DENMARK
IRELAND
ENGLAND
Witham
London
Plymouth
Celtic Sea
NETHERLANDS
Amsterdam
Zoetermeer
Dordrecht
Berlin
POLAND
Brussels
English Channel
BELGIUM
GERMANY
CZECH REP.
Loßburg
Axberg
Vienna
Bay of Biscay
FRANCE
AUSTRIA
SWITZERLAND
ITALY
AUSTRIA
Axberg
(Blue gin)
ENGLAND
London
(Fords gin)
(Beefeater gin)
Plymouth
(Plymouth gin)
Witham
(Hayman's Old Tom gin)
GERMANY
Loßburg
(Monkey 47 gin)
SCOTLAND
Windygates
(Tanqueray gin)
Girvan
(Hendrick's gin)
NETHERLANDS
Zoetermeer
(Bols genever)
Dordrecht
(Rutte genever)
Traditional Production Region
Distillery Site
Capital

На карте изображены традиционные регионы производства и дистиллерии джина и женевера в Европе. Внизу приведена легенда, где указаны страны, города, производители и соответствующие бренды:

АВСТРИЯ
• Axberg — *Blue Gin*

АНГЛИЯ
• Лондон — *Fords Gin, Beefeater Gin*
• Плимут — *Plymouth Gin*
• Уизем — *Hayman's Old Tom Gin*

ГЕРМАНИЯ
• Loßburg — *Monkey 47 Gin*

ШОТЛАНДИЯ
• Windygates — *Tanqueray Gin*
• Girvan — *Hendrick's Gin*

НИДЕРЛАНДЫ
• Zoetermeer — *Bols Genever*
• Dordrecht — *Rutte Genever*

Также карта выделяет:

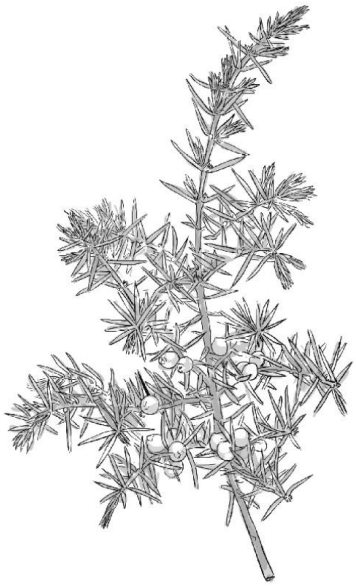
- **Традиционные регионы производства** (обозначены штриховкой)
- **Дистиллерии** (кружки)
- **Столицы** (звёздочки)

Карта подчёркивает географическое разнообразие производства джина в Европе и его корни, особенно в Англии, Шотландии и Нидерландах.

ДЖИН И ЖЕНЕВЕР

Среди всех базовых спиртов — водки, джина, рома, текилы, виски и бренди — джин редко заказывают в чистом виде или со льдом, что делает его единственным базовым спиртом, который подают исключительно в составе коктейлей. Лучшие марки из других категорий, как правило, предназначены для употребления в чистом виде или с несколькими кубиками льда, тогда как немногие бармены откажутся использовать даже самый качественный джин в смешанных напитках. Подобно аперитивам и ликёрам, которыми начинается и заканчивается эта глава, ботанические компоненты сухого джина раскрываются ярче всего в сочетании с другими ингредиентами.

Слово *gin* является англицированной формой слова *genever*, так голландцы произносили старофранцузское *genevre*, которое, в свою очередь, происходит от латинского *juniperus*, обозначающего можжевельник. Таким образом, по этимологии названия можно проследить происхождение сухого джина: от голландского женевера до Брюсселя (отсюда и французское происхождение), где он впервые был дистиллирован с использованием можжевеловых ягод — своего тезоимённого ботанического компонента.



История джина и его раннее применение тесно связаны с медицинским использованием алкоголя. Историк спиртных напитков Дэйв Брум (см. соответствующую страницу) в книге *Gin: The Manual* прослеживает использование можжевельника вплоть до Древнего Египта, ссылаясь на *Папирус Эберса* (ок. 1550 г. до н.э.), в котором он упоминается как средство от желтухи. В 1269 году появляется первое упоминание можжевельника в сочетании с алкоголем — в труде *Der Naturen Bloemein*, где бельгийский автор Якоб ван Маерлант описывает можжевеловые ягоды, «приготовленные в вине», как лекарство.

Вино оставалось основой для спиртных напитков, дистиллированных с можжевельником, до XVI века, когда серия неурожайных лет в испанских Нидерландах (ныне территория современных Нидерландов и Бельгии) вынудила дистилляторов заменить его на кислое пиво, рожь и соложёный ячмень. Это произошло незадолго до того, как импорт вина был прекращён в связи с началом Восьмидесятилетней войны в 1568 году. К этому времени изменилось и назначение напитка: англичане, присоединившиеся к голландцам в их восстании против испанцев, ввели термин *Dutch courage* («голландская отвага»), наблюдая, как солдаты пили женевер перед боем.

Ещё до того, как в 1601 году испанцы запретили дистилляцию зерна в Нидерландах, дистилляторы начали покидать страну. Один из примечательных примеров — семья Берсиус, которая сначала обосновалась в Кёльне, а затем переехала в Амстердам (не находившийся под контролем Испании), где с 1575 года начала производить ликёры под именем *Bols*. Их переезд оказался своевременным, так как в 1602 году была основана Голландская Ост-Индская компания, которая начала доставлять в Амстердам корабли с экзотическими специями и фруктами. Лукас Болс стал акционером компании в 1700 году, что оказалось весьма удобно для производителя, нуждавшегося в специях для создания ликёров и женевера (с 1664 года), а также в инфраструктуре для их распространения.

Потоки специй направлялись в Амстердам, который завоевал репутацию центра по производству ликёров, в то время как зерно поступало в порт Схидам, который стал известен своим *Korenbrandwijn* (зерновым бренди). В отличие от более ранних можжевеловых спиртов на винной основе, женевер развился из зернового спирта, дистиллированного из ржи, кукурузы и пшеницы, называемого солодовым вином (*malt wine*). Специи, включая можжевельник, добавлялись, чтобы сделать этот крепкий напиток, напоминающий односолодовый виски, более приятным для знати, представители которой были лишены доступа к французскому бренди во времена частых войн.

В 1688 году голландский протестант Вильгельм Оранский сменил Якова II на английском престоле и объявил войну католической Франции. В 1690 году его парламент принял закон, снижающий пошлины на отечественные спирты из кукурузы и запрещающий импорт французского бренди. Новый закон оставлял лазейку, позволяя практически каждому заниматься дистилляцией или смешиванием спиртных напитков, что более чем удвоило производство джина за последующие два десятилетия. Так началась *джиновая лихорадка* в Англии, а общественное пьянство достигло небывалых масштабов, пока в 1751 году не был принят *Закон о джине*, запрещавший дистилляторам продавать продукцию неавторизованным торговцам, что привело к закрытию сомнительных лавок.

По словам Дэвида Уондрича из *Bar Smarts*, после того как самогоноварение и кустарное производство были вытеснены решением парламента, в Лондоне начали появляться изысканные *джиновые дворцы*, призванные создать более цивилизованную — и налогооблагаемую — обстановку для употребления национального напитка. Женеверные пунши на основе джина стали популярным напитком среди британской знати, а для защитников Империи в далёких тропиках Индии и Африки джин с хининовой водой стал предпочтительным тонизирующим (в медицинском смысле) средством.

Сочетание новой законодательной базы и неурожаев зерна в 1757–1763 годах сделало производство джина чрезвычайно дорогим, что привлекло в эту сферу обеспеченных предпринимателей — таких как семьи Гордонов, Бутов, Бордов и Карри, которые придали категории оттенок респектабельности. После 1780-х годов дистилляторы вроде Джеймса Стейна из Файфа (Шотландия) и семьи Коутс из Плимута (Англия) начали производить джин за пределами Лондона, что внесло географическое разнообразие и новые производственные подходы в английскую категорию джина.

Историк женевера Филип Дафф утверждает, что «богатое, виски-подобное солодовое вино оказалось слишком сложным для неопытных лондонских дистилляторов, поэтому женевер упростили до зернового спирта с добавлением ботанических компонентов, зачастую просто настаиваемых, а не повторно дистиллированных». Ситуация начала исправляться (игра слов с *rectified* — «очищенный»/«ректифицированный») в 1827 году, когда шотландец Роберт Стейн установил свой новый непрерывный перегонный аппарат на винокурне *Kilbagie*. Его конструкция была усовершенствована ирландцем Энеасом

Коффи в 1830 году, и вскоре более чистый спирт стал новой платформой для раскрытия вкуса можжевельника и других ботанических ингредиентов.

В начале XIX века английские джины подслащивались розничными торговцами, которые закупали их у ректификаторов, дистиллировавших спирт с добавлением ботаники. Согласно исследованиям Уондрича, дистиллерия *Hodges* в лондонском Холборне стала первой, кто начал продавать свой джин без добавления сахара — в 1826 году. После многолетнего использования сахара английскими дистилляторами с целью скрыть качество спиртовой основы (неумелые попытки имитировать солодовый женевер, по словам Даффа), на первый план наконец вышли ботанические компоненты, благодаря более чистой и сухой базе.

С этого момента джин начал эволюционировать от напитка солдата, применявшегося для улучшения вкуса военных лекарств вроде биттера Ангостура (в коктейле Pink Gin), лаймового сиропа Rose's (в коктейле Gimlet) и хинина (в Gin and Tonic), к напитку, достойному офицера или джентльмена в клубе — в составе изысканных коктейлей американского типа, пришедших из бывшей британской колонии. В начале XIX века коктейли в Америке готовились с использованием голландского джина (*Holland gin*) вплоть до появления в рецептах джина Old Tom и лондонского сухого джина примерно в начале XX века.

Подкреплённый новой технологией дистилляции, благодаря которой джин стал одним из самых дешёвых (и быстро производимых) спиртов, английским производителям джина вскоре составили конкуренцию дистилляторы из Америки и других стран, начавшие отвоёвывать долю рынка у «голландского» стиля, по мере того как вкусы сместились в сторону более лёгкого английского джина. По мере того как пунш — напиток, качество которого зависит от ароматной, перегоняемой в аламбиках основы, такой как солодовый женевер — утратил популярность, на смену ему пришли индивидуальные коктейли, смешанные с вермутом и биттерами, которые используют многие из тех же ботанических компонентов, что и английский джин, стали популярны.

Когда в конце XIX века французских производителей бренди поразила эпидемия филлоксеры, дистилляторы джина, чья зерновая база не пострадала, расширили свои рыночные позиции. Джин быстро был принят американскими барменами, которые продолжали получать поставки английского джина, направлявшиеся к бутлегерам в Канаду и на Багамы, а оттуда распространявшиеся мафией. Во времена Сухого закона по США прокатилась собственная «джиновая лихорадка»: отчаявшиеся потребители прибегали к токсичному «ванному джину», смешанному из технического спирта и экстракта можжевельника.

В 1940–50-е годы фруктовые коктейли на основе джина эпохи Сухого закона, вкус которых маскировался сливками и яйцами, были отвергнуты в пользу простых и строгих классиков, таких как Martini. Моё любимое описание той эпохи принадлежит Бернарду ДеВото, автору хвалебного эссе в честь Martini под названием *The Hour*, где он отвергает все напитки, кроме «глотка виски» и сухого джинового Martini. В рецензии на переиздание книги в *The New York Times* Уильям Граймс саркастически замечает: «Первый, конечно, вообще не является коктейлем. А ко второму ДеВото прилагает больше оговорок и инструкций, чем в руководстве по ремонту автомобиля».

Консервативный подход ДеВото к миксологии не продержался долго: хорошо финансируемые компании по производству водки начали активно продвигать свои

продукты в американском потребительском сознании с помощью инновационной рекламы и PR. К 1954 году продажи водки превысили миллион коробок в год, а в 1967 году она обогнала джин по продажам в США. Используя фирменный коктейль джина — Martini, компания Smirnoff продвигала водку как «напиток без вкуса», который «оставляет вас без дыхания». Это стало ударом по можжевельнику, последствия которого ощущались в маркетинговой стратегии джина десятилетиями.

Импортер водки Absolut в США Мишель Ру привнёс свой «царский» маркетинговый подход в категорию джина, когда в 1987 году запустил суперпремиальную линейку Bombay под названием Sapphire. Используя исторический дистиллятор *Carter Head*, в котором ботаника подвешивается в корзине над спиртом, позволяя проходить только парам — Bombay создал более мягкий джин, который пришёлся по вкусу любителям водки. Его броская синяя бутылка выделялась на полках, как маяк.

К 2000 году продажи Bombay Sapphire достигли миллиона коробок в год, но этот успех мало повлиял на остальную категорию, поскольку джин продвигался как суперпремиальная водка. В том же году шотландская компания William Grant выпустила «странный джин» под маркой Hendrick's, дистиллированный с лепестками роз и огурцами, в бутылке, стилизованной под аптекарскую посуду с пробковой крышкой.

Ни Hendrick's, ни Bombay Sapphire не соответствовали традиционному можжевеловому стилю London Dry, как, например, Tanqueray или Beefeater, которые оставались непопулярными вплоть до 2004 года, когда в Нью-Йорке появился обаятельный английский бренд-амбассадор Саймон Форд (см. стр. ...), представлявший малоизвестный исторический бренд Plymouth. Вместо того чтобы продвигать только свою марку, он начал обучать барменов истории и применению джина во всей категории.

И Форд, и Шарлотта Войси (см. стр. ...), амбассадор джина Hendrick's, переехавшая в Нью-Йорк из Лондона в 2006 году, сыграли ключевую роль в том, чтобы вернуть джин в барное меню, наряду с Одри…

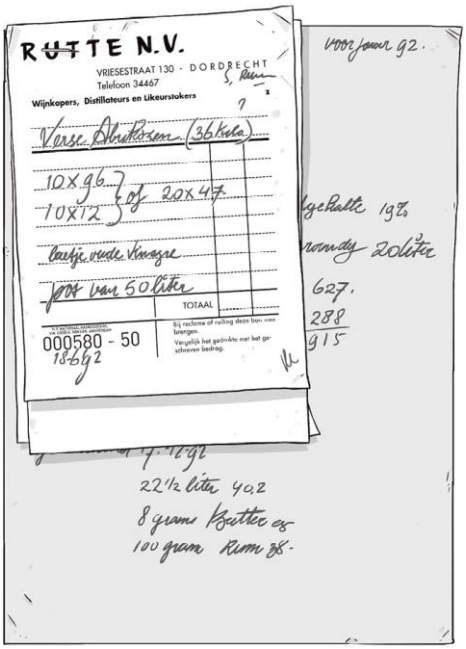
Джен Сандерс (см. на этой странице), чья коктейльная программа в Pegu Club была сосредоточена на джине, начала менять отношение публики. Почти через двадцать лет после запуска Bombay Sapphire, Сандерс убедила барменов и гостей, что можжевеловые ноты классического джина — это не то, чего следует избегать, а то, что стоит ценить.

Категория начала стремительно расти в следующем десятилетии, отчасти благодаря появлению инновационных "ново-западных" (new Western) джинов, известных использованием местных ботанических ингредиентов — например, Aviation, запущенный в 2006 году. Вслед за этим последовали переиздания исторических рецептур, чтобы воссоздать классические коктейли: Hayman's Old Tom gin в 2007 году, Plymouth sloe gin в 2008 году и Plymouth navy-strength в 2012 году. В 2008 году компания Bols выпустила джиневер с высоким содержанием солодового дистиллята в бутылке из копчёного стекла, выполненной по образцу их традиционных керамических бутылок коренвейна, таким образом замыкая исторический круг категории.

Джиневер

Согласно закону, джиневер должен содержать можжевельник, однако ягода не обязана играть доминирующую роль во вкусовом профиле, как в случае с джином. Это оставляет пространство для других ботанических компонентов и солодового вина — дистиллята, полученного в перегонных кубах из смеси ржи, пшеницы, кукурузы и соложёного ячменя

— чтобы они формировали характер напитка. Многие производители хранят компоненты — нейтральный спирт, солодовое вино и дистиллят с ботаническими ингредиентами — отдельно, а затем смешивают и выдерживают их перед розливом, в зависимости от марки и стиля дома.



В 1950-х годах был выпущен новый, более сухой стиль с меньшим содержанием солодового вина, обозначенный как *jonge*, чтобы конкурировать с водкой, так как насыщенные, выдержанные *oude* джиневеры и коренвейн утратили популярность. Различия между этими двумя стилями по характеру и применению весьма значительны, что, по моему мнению, вызвало кризис идентичности, который до сих пор сохраняется на рынке. Такие бренды, как Bols, вернулись к более высоким пропорциям солодового вина в своём джиневере, в то время как другие, такие как Rutte, больше полагаются на ботанические компоненты.

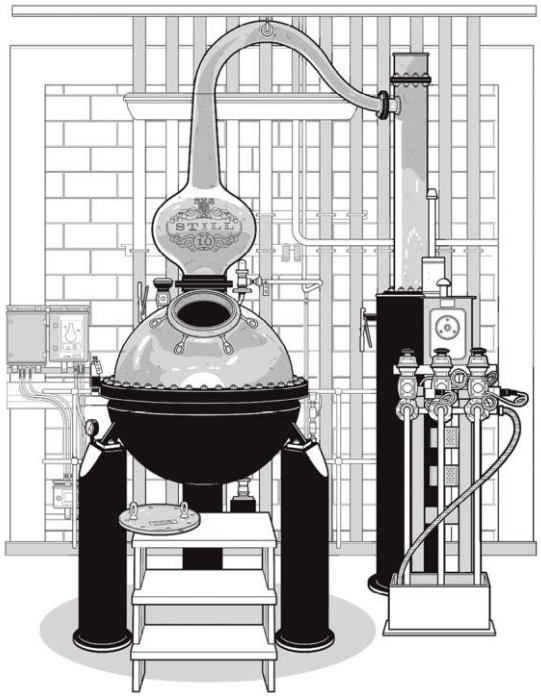
Рецепт Genever от Rutte

Ароматный солодовый дистиллят, перегнанный в медном кубе, хорошо сочетается в коктейлях, которые традиционно готовят на основе виски (особенно ирландского, в котором выражены зерновые ноты), таких как Improved Old-Fashioned, классический пунш и его производные, например Tom Collins. Невыдержанные версии с высоким содержанием солодового вина, такие как у Bols, плохо сочетаются в коктейлях с вермутом и горько-сладкими ликёрами, ботанические профили которых лучше сочетаются с марками с меньшей долей солодового вина, такими как Old Simon от Rutte.

Сухой джин

Большинство коктейлей в этой книге готовятся на основе лондонского сухого джина (London dry gin), который получают путём перегонки крепкого нейтрального спирта — как правило, зернового — с ботаническими ингредиентами, включая можжевельник, в перегонном кубе до минимальной крепости 70% об. После перегонки может быть добавлен нейтральный спирт того же типа, но не допускается использование красителей и подсластителей. Некоторые производители перегоняют ботанические компоненты отдельно и смешивают их, но большинство дистиллирует их вместе за один перегон,

затем разбавляет до приблизительно 44% об. и разливает по бутылкам без дальнейшей обработки.



Tanqueray #10 Still

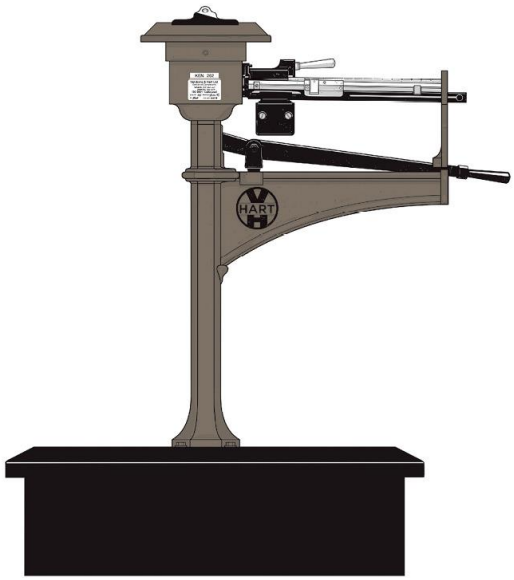
Лондонский сухой джин — это признанный в ЕС стиль джина, не имеющий географической привязки, поэтому он может производиться в любой точке мира. Требования к производству гораздо мягче, если продукт обозначен как «distilled gin» (дистиллированный джин), поскольку в этом случае разрешается добавлять искусственные ароматизаторы, красители и подсластители. «Американский джин» допускает добавление ботанических ароматизаторов (компаундирование) без дистилляции, при условии, что можжевельник остаётся доминирующим ароматом в конечном продукте и крепость составляет не менее 40% об.

Тип используемого нейтрального спирта высокой крепости (например, из пшеницы, винограда или кукурузы) и тип перегонного аппарата (наиболее распространены перегонные кубы, аналогичные тем, что применяются для виски, и аппараты Carter Head) также варьируются, особенно с появлением новых технологий, таких как вакуумная дистилляция и сверхкритическая экстракция.

Казалось бы, незначительные нюансы — такие как способ размещения ботанических компонентов (настаивание в жидкости или подвешивание над кипящей смесью) и скорость перегонки — существенно влияют на итоговый продукт.

Ботанические ингредиенты джина, такие как можжевельник, кориандр, кардамон, корни ириса и дягиля, цитрусовая цедра, ягоды кубебы и другие, — это органические продукты, характеристики которых меняются от урожая к урожаю. Это требует от мастеров-дистилляторов корректировки рецептуры с учётом сезонных различий. В этом плане исторические бренды, такие как Beefeater, Plymouth, Tanqueray и Bombay, имеют преимущество перед новыми производителями благодаря многолетним отношениям с поставщиками ботаники и столетиям опыта в дистилляции.

Если вы чувствуете, что теряетесь в тонкостях производственного процесса и состава ботанических ингредиентов при выборе джинов для своего бара, попробуйте каждый кандидат в классических коктейлях, таких как Martini или Negroni, а также с тоником, чтобы понять, как он проявляется. Нетрадиционные ингредиенты, такие как малина или цветы бузины, могут звучать привлекательно, но зачастую диссонируют в исторических рецептах.



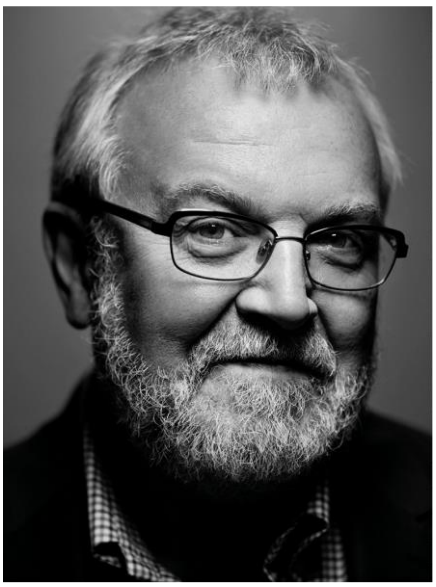
Для гостей, которые колеблются перед заказом коктейля на джине, современные бренды, такие как Bombay Sapphire и Tanqueray #10, делают акцент на доступных вкусовых нотах, например, цитрусовых, уравновешивающих можжевельник, и хорошо работают в классических коктейлях, таких как лимонный Gimlet. Более самобытные марки с необычными ингредиентами, например, Hendrick’s и Monkey 47, лучше всего раскрываются в рецептах за пределами классического коктейльного канона, с ингредиентами, характерными для региона их производства, как в моём коктейле *After Nine* (см. на этой странице).

Большинство современных переизданий исторических стилей джина являются интерпретациями, поскольку характер оставшихся образцов значительно изменился за прошедшее столетие. Из-за отсутствия единого мнения о том, каким должен быть вкус таких джинов сегодня, у барменов остаётся большое пространство для творчества — чтобы создавать новые рецепты, как в моём *Hans Solo* (см. на этой странице), и адаптировать старые, как я сделал в рецепте *Last Word* (см. на этой странице), в котором используется джин крепости navy strength.



МИРИАМ ХЕНДРИКС
Мастер-дистиллятор
О находчивости

«В Северной Европе у нас есть зерно, поэтому мы перегоняем зерно. А в Карибском бассейне — сахарный тростник, значит, перегоняют тростник. В Германии, Англии и Голландии все перегоняют зерно. Всё началось в Голландии, где активно торговали вином. Если вино прокисало, его можно было перегнать и не выбрасывать. Говорят, что голландцы очень бережливые. Они не хотели ничего выбрасывать, поэтому перегоняли вино и называли это *brandewijn*, что означает "жжёное вино". Потом они поняли, что могут делать то же самое со своим пивом, и стали называть это *corenwijn*. *Coren* — это ещё одно слово для "зерна" (а не кукурузы), так что дословно это "зерновое вино".»



ТОМ НИКОЛ
Мастер-дистиллятор
О смирении

«У тебя должно быть достаточно страсти, чтобы довести дело до конца и сделать его хорошо. Важно не искать лёгких путей, придерживаться того, что ты знаешь, а если чего-то не знаешь — спроси у того, кто знает. И не возносись слишком высоко. Всегда найдутся люди ниже тебя по положению, которые могут предложить дельную идею. Так что прими этот факт.»



ДЕСМОНД ПЕЙН
Мастер-дистиллятор
О постоянстве

«Если ты — бренд, тебе необходимо быть последовательным. Создавать новые джины — сравнительно легко. Легко сделать что-то по-другому. Сложно — делать что-то стабильно одинаково. Ты создаёшь один и тот же джин, чтобы, добавляя его в коктейль, точно знать, что ты получаешь — благодаря тому, что работаешь с перегонными кубами одинаково, делаешь отсечку в нужном месте, особенно ближе к хвостам в конце перегона. Нет ни одного прибора, который подскажет нам, как поступить, кроме носа дистиллятора.»



МАРТИНИ

Происхождение
Несколько рецептов, включающих различные пропорции джина, сухого вермута и апельсиновой горечи, появились на рубеже веков под разными названиями, поэтому установить точное происхождение коктейля Martini сложно. Франк Ньюман упоминает «Dry Martini», приготовленный с сухим вермутом марки Martini, в своём французском барном гиде *American Bar* 1904 года, что, по моему мнению, свидетельствует о том, что именно репутация марки вермута сыграла роль в закреплении названия.

Логика
До того как слово «коктейль» стало универсальным термином для всех смешанных напитков (десятилетие назад), «мартини» означал смешанный напиток, подаваемый в V-образном бокале. На протяжении века рецепт варьировался между джином и водкой, смешанными в разных пропорциях с сухим вермутом, с гарниром из оливок, лимонной цедры или их комбинацией. Термины «wet» (влажный) и «dry» (сухой) обозначают желаемое количество вермута: больше или меньше соответственно. «Dirty» означает добавление рассола от оливок. Коктейль Martini встряхивали, перемешивали, охлаждали до состояния льда и наливали без разбавления в бокалы, предварительно сбрызнутые вермутом, — поклонники напитка практиковали все эти способы в течение нескольких поколений. Поэтому существует широкий диапазон допустимых вариантов. Если у вас есть свобода действий, сосредоточьтесь на подборе джина и вермута с гармонирующими ботаникалами, а в водочном Martini уменьшите количество вермута, чтобы сохранить текстуру основного спирта. Правильно подобранные пропорции, достаточное разбавление при перемешивании и идеальная температура (ледяная) — всё это отличает великолепный Martini от просто хорошего.

Хитрости
Большинство гостей, заказывающих Martini, либо делают его дома, либо точно знают, каким он должен быть. Поэтому креатив лучше проявить в других напитках. В качестве

изящного жеста можно подать коктейль в небольшом бокале, а остальное — в карфе на льду, с отдельной тарелочкой для оливок.

Рецепт:
• 67 мл джина Fords
• 22 мл сухого вермута Dolin
• Лимонная цедра
Украшение: 1 оливка

Перемешайте с льдом, затем процедите в охлаждённый бокал-купе. Выжмите цедру лимона над поверхностью напитка и украсьте оливкой.



ДЖИН-ТОНИК

Происхождение
Хинин, экстракт из коры хинного дерева, применялся в качестве средства против малярии по всей Британской империи с 1820-х годов. Чтобы улучшить вкус этого горького лекарства, его начали добавлять в креплёные вина и тоники, которые солдаты смешивали с джином. В книге *Straight Up or on the Rocks* Уильям Граймс приписывает популяризацию напитка в Америке тонику Canada Dry, поданному на Всемирной выставке 1939 года в Нью-Йорке.

Логика
В 2004 году Брайан Ван Фландерн привлёк внимание национальных СМИ своим сиропом на основе коры хинного дерева, который он использовал в Gin and Tonic в ресторане *Per Se* Томаса Келлера в Манхэттене. Этот сироп вдохновил и других барменов — Брукса Рейтца, Тома Рихтера и Дженнифер Коллио — на создание коммерческих тоников, которые можно смешивать с содовой или использовать как кордиал в других коктейлях. После экспериментов с собственным сиропом в *Gramercy Tavern*, я пришёл к выводу, что предпочитаю текстуру современных бутилированных тоников, таких как Q, по сравнению с составленными вручную. Найти идеальное соотношение джина и тоника и правильно подать напиток — налить его при госте или подать компоненты отдельно — вот что делает этот, казалось бы, простой коктейль действительно выдающимся.

Хитрости
Во многих барах, особенно в Испании, представлено несколько марок тоника, чтобы бармены могли сочетать их с джинами, дистиллированными с подходящими ботаникалами. Такие коктейли часто подают в округлых винных бокалах с гармонирующим гарниром.

Рецепт:
• 120 мл тоника East Imperial Burma

• 60 мл джина Plymouth
Украшение: долька лайма

Соберите коктейль в охлаждённом хайболе, затем наполните льдом. Украсьте долькой лайма.



GIMLET

Происхождение
Автор книги *To Have and Have Another* Филип Грин приписывает любимый коктейль Хемингуэя в сафари доктору Томасу Гимлетту, корабельному хирургу Королевского флота, который «вдохновлял моряков смешивать джин с лаймовым соком около 1880 года».

Логика
Достаточно взглянуть на обратную сторону бутылки Rose’s Lime Cordial, чтобы понять, почему популярность Gimlet пошла на спад: концентрат лаймового сока утопает в кукурузном сиропе с высоким содержанием фруктозы, метабисульфите натрия и красителе FD&C Blue №1. Я рискну предположить, что оригинальная формула Лохлина Роуза, запатентованная в 1867 году, содержала натуральные ингредиенты, именно поэтому я предпочитаю готовить свой собственный вариант. Учитывая военно-морское происхождение рецепта, джин крепостью Navy Strength с дистилляцией на свежей лаймовой цедре прекрасно подходит. Первая опубликованная версия рецепта — в *ABC of Mixing Cocktails* Гарри МакЭлхона (1922) — предлагает равные части джина и лаймового кордиала, что покажется слишком сладким современному вкусу.

Хитрости
Наиболее распространённый трюк — добавить немного свежего сока лайма, чтобы сбалансировать сладость кордиала. Это, безусловно, понравилось бы моряку, страдающему от цинги, но возникает вопрос: остаётся ли напиток в этом случае Gimlet'ом? Вы можете попробовать оригинальную версию с Rose’s, если желаете, но мне лично такой вариант трудно перенести.

Рецепт:
• 60 мл джина Tanqueray No. Ten
• 15 мл лаймового кордиала (домашнего приготовления)
Украшение: колесико лайма

Перемешайте ингредиенты со льдом, затем отфильтруйте в охлаждённый бокал-купе. Украсьте колесиком лайма.



FRENCH 75

Происхождение
Рецепт French 75, опубликованный в книге *Here's How* (1927) авторства Judge Jr., представляет собой усовершенствованную версию коктейля "75" из *Cocktails — How to Mix Them* Роберта Вермеера (1922). У Вермеера он готовился на джине, кальвадосе, лимонном соке и гренадине. Он пишет: «Назван в честь знаменитой лёгкой полевой пушки и был представлен Генри из знаменитого парижского Henry's Bar».

Логика
В *Here's How* напиток предлагается собирать прямо в высоком стакане со льдом и указывается: «Если вы используете содовую вместо шампанского — у вас получится Tom Collins». Однако кубики льда нарушают текстуру пузырьков, поэтому большинство барменов подают French 75 безо льда — в купе или флюйте. Важно соблюдать пропорции ингредиентов: если хотите, чтобы джин звучал ярко, не заполняйте бокал доверху шампанским после добавления шейканой части. Используйте настоящее шампанское, а не дешёвое игристое. Сомелье Джордан Сальсито рекомендует *Savart l'Ouverture* из 100% Пино Нуар (Blanc de Noir), чтобы сбалансировать цитрус.

Хитрости
Дейл ДеГрофф указывает в книге *The Craft of the Cocktail*, что French 75 можно готовить на бренди, а в *The Essential Cocktail* — на джине Plymouth или коньяке. Это открывает возможности для современных интерпретаций. Хотя исторически преобладает версия с джином, в знаменитом баре French 75 в Новом Орлеане коктейль делают с коньяком — что подтверждает право на оба варианта.

Рецепт:
• 30 мл джина Tanqueray
• 15 мл лимонного сока
• 15 мл сахарного сиропа

• 30 мл шампанского Savart l’Ouverture
Украшение: отсутствует

Встряхните джин, лимонный сок и сироп со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал для fizz. Долейте шампанское.



AVIATION

Происхождение
Рецепт впервые был опубликован Хьюго Энсслином в его книге *Recipes for Mixed Drinks* в 1916 году.

Логика
Коктейль Aviation был вновь открыт Полом Харрингтоном и Лаурой Морхед, которые написали о нём в 1998 году в книге *Cocktail: The Drinks Bible for the 21st Century*. Влияние этой книги, одной из первых, исследовавших антропологическое значение коктейлей, трудно переоценить — она стала важной частью гастрономического поворота в США. В отличие от популярных напитков своего времени, классические коктейли, такие как Aviation, перекликались по философии и вкусу с движением New American Cooking, которое изменяло мир высокой кухни от Сан-Франциско до Нью-Йорка. Вдохновившись американскими шефами, исследующими новые кулинарные традиции, бармены стали изучать и свою историю, что привело их к таким книгам, как *Savoy Cocktail Book* Гарри Крэддока, где была опубликована версия Aviation без crème de violette. Позже Дэвид Уондрич обнаружил более раннюю версию с фиалкой у Энсслина — в одной из последних книг до наступления Сухого закона.

Хитрости
Как и многие «потерянные» ингредиенты, crème de violette вновь появился благодаря росту интереса к дореволюционным рецептам. Крэддок опубликовал Aviation без него — и не зря: коктейль легко начинает «мылить», если переборщить с количеством. Тем не

менее, название напитка, вероятно, намекает на цвет неба, и без фиалки этот визуальный образ теряется.

Рецепт:
• 60 мл джина Tanqueray
• 22 мл лимонного сока
• 15 мл ликёра Luxardo Maraschino
• 7 мл ликёра Rothman & Winter Crème de Violette
Украшение: отсутствует

Встряхните все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал купе.



20TH CENTURY

Происхождение
О рецепте из редчайшей *Café Royal Cocktail Book* 1937 года, составленной W. J. Tarling, знали бы единицы, если бы не Тед Хейг, который восторженно описал его в *Vintage Spirits and Forgotten Cocktails* в 2004 году. Тарлинг собрал коктейли членов Гильдии барменов Великобритании (UKBG), включая этот, приписываемый C. A. Tuck. Позже Так опубликовал свою книгу *Cocktails and Mixed Drinks* в 1967 году, после семнадцати лет работы шеф-барменом в лондонском отеле Piccadilly.

Логика
Хейг связывает название и вдохновение для рецепта с поездом *Twentieth Century Limited*, известным как «величайший поезд в мире». Он полагал, что многие лондонцы в то время видели фильм *Twentieth Century* 1934 года с Джоном Бэрримором и Кэрол Ломбард, незадолго до того, как в 1935 году паровоз поезда был переоборудован и назван *Commodore Vanderbilt*. Ажиотаж вокруг линии продолжался, когда железная дорога New York Central наняла знаменитого промышленного дизайнера Генри Дрейфуса для создания нового локомотива J-3, завершённого в 1938 году, спустя год после публикации рецепта. По мнению Хейга, вся эта шумиха подготовила почву для воображения Така. В духе Дрейфуса он модернизировал *Corpse Reviver #2* Гарри Крэддока, заменив Cointreau на crème de cacao и отказавшись от абсента, который в то время был запрещён.

Хитрости
Мощные джины, такие как Tanqueray, хорошо выдерживают сладость crème de cacao,

который стоит брать у таких французских производителей, как Brizard, Giffard или Cartron. При использовании более насыщенного по вкусу кинкинá, например Kina L’Aéro d’Or, можно уменьшить количество ликёра для сохранения баланса.

Рецепт:
• 45 мл джина Tanqueray
• 22 мл белого ликёра Marie Brizard crème de cacao
• 22 мл Lillet blanc
• 22 мл лимонного сока
Украшение: отсутствует

Встряхните все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал купе.



LAST WORD

Происхождение
В книге *Imbibe!* Дэвид Уондрич прослеживает происхождение этого коктейля, впервые опубликованного в *Bottoms Up* Теда Сосье в 1951 году, до визита водевильного артиста Фрэнка Фогарти в Detroit Athletic Club в 1915 году.

Логика
Бармен из Сиэтла Мюррей Стенсон включил этот коктейль в меню Zig Zag Café в 2002 году. В то время его бар был одним из немногих в США, где использовались редкие исторические ликёры и биттеры для воссоздания дореформенных рецептов. Благодаря блогерам-первопроходцам — Роберту Хессу (*drinkboy.com*), Полу Кларку (*cocktailchronicles.com*) и Джейми Бодро (*spiritsandcocktails.com*) — рецепты начали распространяться. Стенсон, прозванный “Mur the Blur” за невероятную скорость работы, стал знаменит благодаря этому коктейлю, требующему точной дозировки и мастерского баланса насыщенных вкусов. Он рассказал, что включил напиток в меню после того, как соседний бар полностью скопировал их карту. Один из способов выделить своё заведение — использовать уникальные ингредиенты.

Хитрости
Зелёный Chartreuse — спирт с ярким, неповторимым вкусом, которому невозможно подобрать замену. Чтобы сохранить баланс, его стоит сочетать с крепким джином, например navy-strength, или увеличить долю джина в рецепте.

Рецепт:
• 22 мл джина Perry’s Tot (navy-strength)
• 22 мл ликёра Luxardo maraschino
• 22 мл зелёного Chartreuse
• 22 мл сока лайма
Украшение: отсутствует

Встряхните со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал купе.



RAMOS GIN FIZZ

Происхождение
Как указано в *Imbibe!*, Генри Чарльз Рамос (также известный как Карл) впервые подал этот напиток в баре Imperial Cabinet Saloon в 1888 году, а в 1907 году перенёс своё заведение в Stag Saloon напротив отеля St. Charles. Коктейль был настолько популярен, что Рамос нанимал более десятка помощников, чтобы справляться с наплывом заказов.

Логика
Многие гости ожидают, что вы будете встряхивать этот коктейль до двенадцати минут — миф, укрепившийся благодаря легенде о его воздушной, эфирной текстуре. Бармен Дон Ли, который помогал оформлять коктейли для этой книги, советует разделять встряхивание на этап охлаждения и этап создания пены. «CO_2 из содовой создаст достаточно пены. Вместо того чтобы добавлять содовую в конце (что даёт неустойчивую “грибовидную” форму), налейте коктейль поверх содовой, уже налитой в стакан. Дайте жидкости немного стечь с пены — это придаст ей более устойчивую форму».

Хитрости
Прежде чем зациклиться на технике, не забудьте об одной важной проблеме этого напитка — воде из цветков апельсина. Большинство коммерческих брендов имеют мыльный, синтетический вкус по сравнению с гидрозолями, которые продаёт Атеф Булааби в SOS Chefs в Нью-Йорке.

Рецепт:
• 60 мл джина Beefeater
• 45 мл содовой
• 22 мл жирных сливок

• 22 мл сахарного сиропа
• 15 мл сока лайма
• 15 мл сока лимона
• 5 капель апельсиновой цветочной воды
• 1 яичный белок
Украшение: отсутствует

Налейте содовую в охлаждённый бокал коллинз. Встряхните остальные ингредиенты без льда (dry shake), затем встряхните с двумя кубиками льда размером 3 см, пока они полностью не растворятся. Налейте содержимое поверх содовой, не процеживая. Дайте пене немного осесть у края бокала (примерно 2 минуты), затем медленно влейте остаток коктейля в центр, чтобы сформировать пышную пенную «шапку».



MARTINEZ

Происхождение
Рецепт появляется в *The Modern Bartenders' Guide* О. Х. Байрона (1884) сразу после Manhattan Cocktail №1 и №2, без указания ингредиентов — только пометка: «То же, что Manhattan, только вместо виски используется джин». Напиток часто считают предшественником сухого Martini, но аннотация Байрона предполагает иное происхождение.

Логика
С ростом популярности Aviation в начале возрождения коктейльной культуры, редкость мараскинового ликёра сделала Martinez настоящим сокровищем. В 2006 году рецепт Martinez появился в *The Museum of the American Cocktail Pocket Recipe Guide*, где предполагалось, что он был предшественником Martini. В 2007 году Hayman's выпустили историческую версию джина Old Tom, а в 2008 году Эрик Сид начал импорт этого продукта в США, запустив волну интереса к воссозданию Martinez. В 2009 году Ransom выпустили выдержанный в бочках Old Tom gin при участии Дэвида Вондрича, предложив барменам более насыщенный вариант джина для рецепта, изначально основанного на виски.

Хитрости
Настоящие биттеры Boker's всё ещё трудно найти, но надёжные рецепты можно найти в интернете, если вы стремитесь к подлинности. В противном случае используйте каплю биттера Regan's с выраженным кардамоном и каплю Angostura. Некоторые рецепты предлагают использовать цедру лимона, но, как и в случае с Manhattan, я предпочитаю округлость, которую даёт апельсиновая.

Рецепт:
• 45 мл джина Hayman’s Old Tom
• 45 мл вермута Martini Rosso
• 7,5 мл ликёра Luxardo maraschino
• 2 капли биттера Boker’s
Украшение: цедра апельсина

Размешайте со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал coupe. Украсьте апельсиновой цедрой.



CORPSE REVIVER #2

Происхождение
Этот рецепт впервые появился в книге *The Savoy Cocktail Book* Гарри Крэддока, изданной в 1930 году.

Логика
Крэддок с юмором предупреждает: «Четыре таких, выпитых подряд, снова сведут покойника в могилу». Необычное название рецепта отсылает к *Corpse Reviver #1*, в котором смешиваются виноградный и яблочный бренди со сладким вермутом и который, по словам автора, следует пить «до 11 утра или всякий раз, когда нужны сила и энергия». Поскольку никакой логики или единой структуры, объединяющей ингредиенты и пропорции этих напитков, не прослеживается, остаётся лишь признать, что *Corpse Reviver* — это не семейство коктейлей, объединённых общими компонентами или техникой приготовления, а любой напиток, который подают утром с похмелья. В отличие от многих других рецептов из почти вековой книги, этот отлично сбалансирован в оригинальной пропорции.

Хитрости
Для сухой и «чистой» версии используйте Lillet blanc — современного наследника Kina. Или же придерживайтесь Kina L’Aéro d’Or от Tempus Fugit: его горько-травяной профиль и остаточная сладость придают коктейлю более яркий вкус.

Рецепт:
• 22,5 мл джина Fords
• 22,5 мл Cointreau
• 22,5 мл Tempus Fugit Kina L’Aéro d’Or
• 22,5 мл лимонного сока
• Vieux Pontarlier absinthe — для ополаскивания бокала
Украшение: отсутствует

Встряхните все ингредиенты со льдом и процедите в охлаждённый бокал coupe, предварительно ополоснутый абсентом.



OLD FRIEND

Происхождение
Я создал этот коктейль для осеннего коктейльного меню в Chef's Club в Аспене, штат Колорадо, в 2012 году.

Логика
Мимолётные ингредиенты и лимитированные релизы спиртных напитков всегда находили путь в мои рецепты. Оглядываясь назад, я жалею, что не создал больше таких коктейлей, как этот доступный Gin Sour! Его цвет, характер, себестоимость, название и низкое содержание алкоголя делают его привлекательным для всех — от новичков в мире джина до бухгалтера бара. Каждый ингредиент легко найти. Это дальний родственник коктейля Old Pal на основе виски (с Campari как единственным прямым перекрёстком), где смелые вкусы достигают согласия, создавая интимную связь с тем, кто пьёт — отсюда и название.

Хитрости
Beefeater прекрасно работает, но и другие джины в стиле London dry также подойдут. Подойдут белый, жёлтый или красный грейпфрут — главное, следите за кислотностью, так как сладость варьируется в зависимости от сорта. Luxardo, Martini или Contratto можно использовать вместо Campari при необходимости. Я пока не пробовал ни одного бузинного ликёра, который мог бы сравниться со St-Germain, так что держите его под рукой.

Рецепт:
• 45 мл джина Beefeater
• 22,5 мл сока грейпфрута
• 15 мл Campari

• 7,5 мл St-Germain
Украшение: твист из лимонной цедры

Встряхните все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал coupe. Украсьте твистом из лимонной цедры.



WHITE LADY

Происхождение
Коктейль White Lady на основе джина впервые появился в *The Savoy Cocktail Book* Гарри Крэддока, изданной в 1930 году.

Логика
Крэддок подавал White Lady без яичного белка — именно так его готовит и владелец токийского бара Bar High Five Хидэцугу Уэно (см. эту страницу), который недавно заменил в своём рецепте джин Beefeater на Tanqueray. Тем не менее, объединить цитрусовые ноты джина (различные цедры в сочетании с другими ботаникалами), Cointreau (цедра сладкого и горького апельсина) и лимонный сок гораздо проще с яичным белком, который придаёт смеси гладкую текстуру. Уже в 1946 году в *The Stork Club Bar Book* Люциуса Биби рецепт появляется с яичным белком. Поскольку Cointreau суше других трипл-секов и обладает крепостью 40% ABV, если вы решите отказаться от яичного белка, добавьте 7,5 мл сахарного сиропа для баланса кислотности лимонного сока.

Хитрости
Коктейли с яичным белком могут обладать характерным затхлым ароматом, поэтому твист из лимонной или апельсиновой цедры поверх напитка станет приятным штрихом. В версии Макэлхона, опубликованной в *ABC of Mixing Drinks* (1922) и *Barflies and Cocktails* (1927), в состав входили бренди, крем де мент и Cointreau.

Рецепт:
• 60 мл джина Beefeater
• 30 мл лимонного сока
• 22,5 мл Cointreau

• 1 яичный белок
Украшение: отсутствует

Сначала выполните «сухой» шейк (без льда), затем встряхните со льдом и процедите через



NEGRONI

Происхождение
Бартендер Фоско Скарселли из флорентийского Caffe Casoni впервые подал графу Камилло Негрони коктейль Americano с джином вместо содовой где-то между 1917 и 1920 годами — с тех пор граф заказывал его как «обычное».

Логика
По словам Луки Пикки в книге *Negroni Cocktail*, «Камилло выбрал джин, который значительно увеличил крепость напитка, но при этом не изменил его цвет и добавил приятное сухое и чистое ощущение, усилив его неповторимым горьким вкусом можжевельника». При приготовлении Negroni всегда важно учитывать крепость, сладость и баланс всех ботаникалов. Подача со льдом смягчает сладость и крепость напитка за счёт разбавления. Лучше всего подходит джин с крепостью не менее 46% ABV — например, Beefeater, чьи апельсиновые ноты хорошо сочетаются с Campari, если вы готовите коктейль в равных частях.

Хитрости
Я часто увеличиваю долю джина относительно сладкого вермута и биттера для гостей, предпочитающих крепкие и сухие напитки, и подаю коктейль без льда, чтобы контролировать разбавление. Можно поэкспериментировать с различными марками джина, вермута и биттера.

Рецепт:
• 37,5 мл джина Beefeater
• 37,5 мл Campari
• 37,5 мл вермута Martini Rosso
Украшение: твист из апельсиновой цедры

Перемешайте со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал rocks, наполненный льдом. Украсьте твистом из апельсиновой цедры.



HANS SOLO

Происхождение
Я создал этот коктейль осенью 2013 года после того, как PDT получил выделенную партию фирменного бутилирования Blue gin от Ханса Райзетбауэра, выдержанного шесть лет в австрийской винной бочке.

Логика
Я всегда открыто восхищался дистиллятами Ханса Райзетбауэра, и он предоставил мне возможность первым предложить выдержанный Blue gin в PDT. После дегустации джина бочковой крепости при разных показателях, мы пришли к идеальной крепости — 52% ABV — и он выпустил бутылку с моим именем на этикетке. В знак признательности я создал уникальный коктейль, название которого отсылает к более известному Хану. В качестве шаблона я использовал коктейль Prince of Wales (коньяк, шампанское, мадера, кюрасао и биттер), и разработал эту вариацию — не зная тогда, что Жан-Марк Руло и Ханс — хорошие друзья.

Хитрости
Ханс уже выдерживает новую партию джина, которая будет выпущена в своё время. Единственное, что можно улучшить — использовать более выдержанную мадеру и потратиться на более изысканную кюве шампанского. Этот коктейль задуман как смесь лучших творений двух — а если учесть Руло, то трёх — хороших друзей.

Рецепт:
• 30 мл выдержанного в бочке Blue gin от Reisetbauer
• 30 мл шампанского Robert Moncuit Grand Cru brut
• 22,5 мл мадеры Blandy’s Sercial 5-летней выдержки
• 7,5 мл абрикосового ликёра Domaine Roulot L’Abricot du Roulot

• 1 дэш биттера Tempus Fugit Abbott’s
Украшение: отсутствует

Перемешайте джин, мадеру, ликёр и биттер со льдом, затем процедите в охлаждённую коктейльную рюмку. Долейте шампанское.



HANKY-PANKY

Происхождение
Ада Коулман, главный бармен отеля Savoy с 1903 по 1926 год, создала этот коктейль для актёра Чарльза Хотрея, который, попробовав его, воскликнул: «By Jove! That is the real hanky-panky» («Вот это настоящий хэнки-пэнки!»).

Логика
Оригинальный рецепт в *The Savoy Cocktail Book* предписывает равные части сухого джина и итальянского вермута с парой капель Fernet-Branca и требует, чтобы коктейль встряхивали, а не перемешивали. Я немного изменил пропорции: добавил ещё 15 мл джина и увеличил количество Fernet-Branca, чтобы тот выполнял в коктейле роль, аналогичную Campari в Negroni, а не Angostura в Manhattan. При использовании сладкого вермута вроде Carpano Antica Formula напиток получается слишком насыщенным, поэтому я предпочитаю Cocchi vermouth di Torino.

Хитрости
Существует бесконечное количество комбинаций джинов, сладких вермутов и вернетов, которые можно использовать вместо приведённых марок. Оригинальные пропорции лучше подойдут для аперитива, а количество Fernet-Branca можно увеличить, если коктейль подаётся в качестве дижестива.

Рецепт:
• 60 мл джина Tanqueray
• 45 мл вермута Cocchi vermouth di Torino
• 7,5 мл Fernet-Branca
Украшение: цедра апельсина

Перемешайте все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсьте апельсиновой цедрой.


Gulf of Mexico
Atlantic Ocean
THE BAHAMAS
Havana
San José
CUBA
DOMINICAN REPUBLIC
HAITI
MEXICO
JAMAICA
Siloah
Kingston
Cataño
San Juan
ST. CROIX
Frederiksted
PUERTO RICO
GUATEMALA
HONDURAS
Guatemala
Le François
MARTINIQUE
Le Carbet
Fort-de-France
Caribbean Sea
EL SALVADOR
NICARAGUA
Bridgetown
BARBADOS
San Andrés Villa Seca
COSTA RICA
PANAMA
Pacific Ocean
Panama
Herrera
VENEZUELA
COLOMBIA
BARBADOS
Bridgetown (Mt. Gay)
CUBA
San José (Havana Club)
GUATEMALA
San Andrés Villa Seca (Zacapa)
JAMAICA
Kingston (Myers's) (Wray & Nephew)
Siloah (Appleton)
MARTINIQUE
Le Carbet (Neisson)
Le François (Clément)
PANAMA
Herrera (Caña Brava)
PUERTO RICO
Cataño (Bacardi)
ST. CROIX
Frederiksted (Cruzan)
Traditional Production Region
Distillery Site
Capital

На карте представлены **традиционные регионы производства рома** и расположения **дистиллерий** в Карибском бассейне и Центральной Америке. В нижней части карты — легенда с обозначениями:

Условные обозначения:

- Пунктирная заливка — **традиционные регионы производства**.
- Кружок — **расположение дистиллерии**.
- Звезда — **столица страны или региона**.

Дистиллерии по странам и регионам:

Барбадос

- **Bridgetown**: *Mt. Gay*

Куба

- **San José**: *Havana Club*

Гватемала

- **San Andrés Villa Seca**: *Zacapa*

Ямайка

- **Kingston**: *Myers's*, *Wray & Nephew*
- **Siloah**: *Appleton*

Мартиника

- **Le Carbet**: *Neisson*
- **Le François**: *Clément*

Панама

- **Herrera**: *Caña Brava*

Пуэрто-Рико

- **Cataño**: *Bacardi*

Сент-Круа (St. Croix)

- **Frederiksted**: *Cruzan*

РОМ И КАШАСА

Ром — это побочный продукт производства сахара: он дистиллируется из сиропа сахарного тростника или патоки почти во всех тропических и субтропических странах, где выращивают тростник. В Бразилии и французских заморских территориях в Карибском регионе, таких как Мартиника, вместо сиропа используется свежий сок сахарного тростника, из которого производят кашасу и rhum agricole.

Ром — одна из самых разнообразных категорий спиртных напитков: он может быть прозрачным, янтарным или черным, а вкусовая палитра варьируется от почти нейтрального до крепкого и насыщенного. В отличие от многих других спиртов, цвет рома почти ничего не говорит о его возрасте, поскольку карамельный краситель часто добавляют как в молодые «золотые» ромы, так и в выдержанные, чтобы сохранять одинаковый внешний вид от партии к партии. Темные ромы получают цвет (и сладость) за счет патоки — её густой цвет и мощный вкус скрывают истинный возраст напитка. Парадоксально, но большинство белых ромов выдерживается в бочках для придания телесности и характера, а затем фильтруется через активированный уголь для удаления цвета.

История рома неразрывно связана с работорговлей. Когда ранние европейские исследователи, такие как Колумб, не нашли короткого пути на Дальний Восток, они быстро переключили внимание на разграбление полезных ископаемых и других природных ресурсов в Вест-Индии и Бразилии. Богатая вулканическая почва этих регионов идеально подходила для выращивания сахарного тростника — сырья, равного по ценности нефти своего времени. Корабли с африканцами, порабощёнными беспощадными торговцами, отправлялись в Вест-Индию, обменивали рабов на патоку, затем плыли в Америку, чтобы обменять патоку на ром, который возвращали в Европу и снова обменивали на рабов.

Этот ужасающий круговорот получил название «треугольная торговля». Испанцы, голландцы, португальцы, французы и англичане были одинаково виновны в поддержании этого преступления на протяжении более трёхсот лет, вплоть до войны 1812 года, когда англичане начали освобождать своих рабов. Увы, наследие рабства живо и по сей день в бедных странах, где выращивают тростник: многие производители продолжают его, выплачивая низкие зарплаты и обеспечивая работникам отвратительные условия. История рома немыслима без признания наследия рабства — пятна, которое невозможно смыть.

Производство рома из патоки на Барбадосе стало коммерчески значимым в конце XVII века. Первые, грубые по качеству ромы не отличались особым вкусом, но уже в следующем столетии было издано множество трактатов от плантаторов, распространявших знания о технологиях и способствовавших улучшению качества.

Плантаторы Ямайки первыми стали выделяться среди остальных английских колоний, овладев искусством длительной ферментации с использованием «дандера» — остаточной жидкости, остающейся в перегонном кубе после дистилляции. Эта практика придавала рому фруктовые эфиры и насыщенный, сернистый характер с фирменной «вонью» — англизированной формой французского *haut goût*, что означает «высокий вкус», как у мяса, выдержанного на воздухе перед запеканием.

В 1687 году английский Королевский флот начал выдавать каждому моряку по полпинты такого рома в день вместо пива, которое быстро портилось в жару на борту корабля. Несмотря на крепость 58% ABV («крепость для флота»), моряки пили его неразбавленным

до 1740 года, когда адмирал Эдвард Вернон приказал разводить ром и подавать его с сахаром и лаймом, чтобы бороться со скорбутом. Вернон носил плащ из грубого грограма, за что получил прозвище «Старик Грог» (*Old Grogram, Old Grog*), а приготовленная им смесь получила название «гроз» (*grog*) — один из самых ранних ромовых коктейлей, о которых известно.





БЕН ДЖОНС
Директор бренда

О ПАТРИОТИЗМЕ
«Мой дядя первым сказал мне, что моя работа — не только для нас, но и для всех производителей Мартиники. Он сказал: “Ты добьёшься успеха, если сделаешь мартиникский ром коньяком Карибского региона. Всё получится только в том случае, если ты поставишь Мартинику на карту; и она останется на карте лишь тогда, когда ромы с Мартиники добьются успеха, потому что у нас больше ничего нет.”»

Rhum Agricole
В начале XIX века, когда Франция в ходе наполеоновских войн перешла на производство свекловичного сахара, субсидируемое государством, цены на тростниковый сахар рухнули. В результате многие мелкие производители сахара на Мартинике (и в других регионах) лишились рынка сбыта и, соответственно, мелясы для производства промышленного рома. Это побудило землевладельцев начать производство рома непосредственно из сахарного тростника, как это сделал основатель Rhum JM Жан-Мари Мартен в 1845 году.



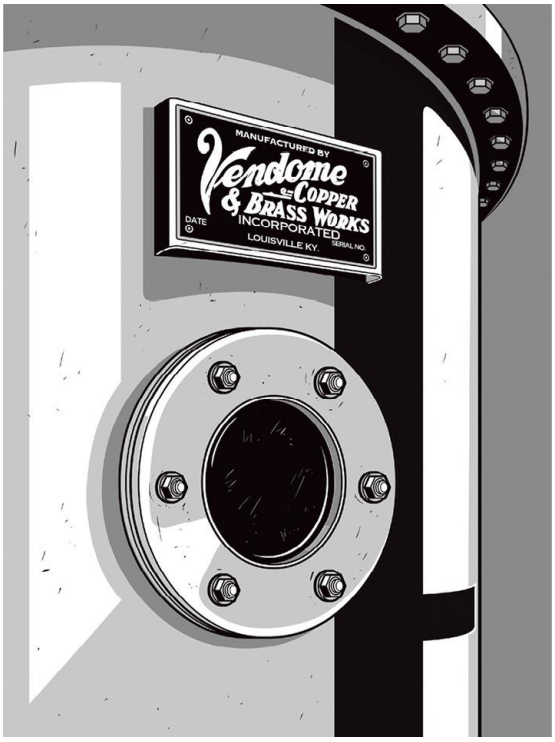
Уборка тростника
В 1996 году ром агриколь с Мартиники получил статус *appellation d'origine contrôlée* (AOC) — французскую сертификацию, присваиваемую определённым сельскохозяйственным продуктам, происходящим из конкретных географических регионов.

AOC rhum agricole производится из сахарного тростника, выращенного в одной из двадцати трёх утверждённых коммун Мартиники, исключительно из свежевыжатого сока, без добавления сиропа или мелясы. Он должен быть дистиллирован в колонне при крепости от 65% до 75% ABV и разлит в бутылки с крепостью не менее 40%. Белый ром (*rhum blanc*) выдерживается не менее трёх месяцев перед розливом, соломенно-жёлтый ром (*rhum paille*) — не менее года в дубовых бочках, а выдержанный ром (*rhum vieux*) — минимум три года в бочках объёмом не более 650 литров.

Ром агриколь является уникальным в мире спиртных напитков, поскольку он входит в число немногих категорий, способных выражать терруар: различные вулканические почвы и океанические микроклиматы формируют вкусы, отчётливо различимые в отдельных релизах. Огненный (*обычно 50–55% ABV*) *rhum blanc* — вкус, к которому стоит привыкнуть, лучше всего через культовый островной коктейль *Ti' Punch*, рецепту которого в 2005 году меня научил импортер rhum agricole Эд Гамильтон. После визита на остров с Бенджамином Джонсом из Rhum Clément я понял, что этот коктейль вполне допустимо готовить и с выдержанными ромами — и с тех пор не возвращался к белому.

Ron: ром Кубы
К середине XIX века на Кубе насчитывалось более тысячи винокурен. Будучи относительными новичками в отрасли, кубинцы имели доступ к технологиям, которые были недоступны другим островам на момент их становления как производителей рома. В результате Куба известна своим более современным стилем рома, дистиллированного в колоннах.

До XIX века Куба экспортировала большую часть своей мелясы на перегонку за рубеж (в особенности на винокурни Новой Англии). Но когда испанское правительство осознало прибыльный потенциал собственного производства рома, оно предложило гранты на развитие новых технологий для совершенствования кубинского рома.



Самым известным новатором был каталонский иммигрант по имени Факундо Бакарди Массо, который в 1862 году приобрёл винокурню в Сантьяго-де-Куба. Он начал использовать быстроферментирующие дрожжи для получения лёгкого рома, который затем фильтровал через древесный уголь — как это с конца XVIII века практиковали производители водки. Помимо популяризации угольной фильтрации рома, кубинцы также выдерживали его в бочках из американского белого дуба, что ещё больше улучшало его характер.

Кубинский ром обрёл широкую популярность во времена Сухого закона, когда американские туристы влюбились в такие коктейли, как Daiquiri, Mojito и El Presidente. Сегодня стиль кубинского рома, прославленный Bacardi, включает лёгкие белые ромы, которые приобретают текстуру в процессе выдержки, прежде чем их очищают от цвета, а также насыщенные выдержанные ромы с качествами, схожими с бренди.



АЛЕКСАНДР ГАБРИЕЛЬ
Мастер купажа
О ТЕРРУАРЕ
«Терруар трудно описать, но для меня он ясен. Это геология, климат и знания. Нельзя исключать знания из понятия терруара. Дело не только в возвращении к природе и чистоте; а как же производитель? Искусство — это результат человеческой деятельности. Это взаимодействие человека со своей средой. Терруар — это человеческое явление. Это не только дожди и подпочва: важно, что ты с этим сделаешь. Если ты думаешь, что дело только в почве, тогда можешь просто съесть кусок мела».

Будущее рома
Сегодня многие бренды Карибского бассейна отказываются от линеек ароматизированного рома и снижают содержание добавленного сахара в пользу премиальных ромов, отражающих традиции производства на каждом конкретном острове. Ведутся обсуждения новых стандартов производства — включая более универсальные нормы маркировки, которые будут давать потребителям больше информации о происхождении и способе изготовления рома. Всё это свидетельствует о грядущем прогрессе в данной категории.

Кашáса
Существуют упоминания о перегонке сахарного тростника в Бразилии уже в XVI веке — на целое столетие раньше первых записей о роме в Карибском регионе. Кашáса, в дословном переводе «горящая вода», производится исключительно в Бразилии, которая является крупнейшим в мире производителем сахарного тростника.

Хотя основная доля рынка принадлежит нескольким крупным компаниям, производящим крепкую невыдержанную «индустриальную» кашасу из мелассы, тысячи мелких производителей изготавливают «ремесленную» кашасу из свежесрезанного тростника. Согласно закону, такая кашаса должна перегоняться при крепости не выше 54% об. — как правило, в медных аламбиках — и разливаться в бутылки при крепости от 38% до 48%, чтобы сохранить аромат и характер тростника. Если содержание сахара превышает 6 г на литр, напиток должен быть промаркирован как «подслащённая кашаса».

Ремесленная кашаса, как правило, выдерживается в нейтральных бочках или в резервуарах из нержавеющей стали, которые не влияют на цвет напитка; такая продукция маркируется как *classica, tradicional* или *prata*. Кашасы, выдержанные в деревянных бочках и получившие цвет и дополнительные вкусовые характеристики, маркируются как *ouro, envelhecida* или *premium*, если выдержка составляет не менее года в бочках объёмом до 700 литров, и *extra-premium* — после трёх лет выдержки. Используются бывшие бочки из-под бурбона и коньяка, а также различные сорта древесины местного происхождения, что, к сожалению, часто делает такую продукцию не пригодной для импорта в США.

Первое знакомство гостей с кашасой чаще всего происходит в составе *Caipirinha* (см. соответствующую страницу), приготовленной на резком, вызывающем похмелье индустриальном дистилляте. Второе по популярности применение — *Batida*, как правило, бленд из кашасы, сгущённого молока и свежих тропических фруктов. *Cachaça* («ка-ша-са»), *Caipirinha* («кай-пи-ри́нья») и *Batida* («ба-чи́-да») почти всегда неправильно произносятся англоязычными гостями с первого раза, поэтому барменам стоит быть готовыми к этому и заранее предлагать подсказки и мягкие исправления.



ПУНШ С ЗЕЛЁНЫМ ЧАЕМ

Происхождение

Я придумал этот пунш для подачи на стенде рома Banks на Bar Convent Berlin осенью 2010 года.

Логика

Книга Дэвида Уондрича *Punch*, опубликованная в тот же месяц, когда я создал этот рецепт, популяризировала пунши на крупных мероприятиях в мире миксологии, где готовить порции на заказ было практически невозможно. Классический пунш состоит из пяти компонентов: крепкий алкоголь, сахар, цитрус, специи и более объёмная жидкая составляющая — например, чай или вино. В этом рецепте травянистый японский сенча подчёркивает травяные нотки в роме, а мята придаёт свежесть. Дэйв делает лучшие пунши, что я когда-либо пробовал, и одним из признаков его мастерства является уровень разбавления: напиток пьётся как лимонад, а не как классический кислый коктейль — благодаря этому пунш становится центром общения на его вечеринках.

Хитрости

Если у вас нет изысканной пуншевой чаши с чашками и большим (в идеале прозрачным) куском льда для поддержания температуры, можно подать напиток из кувшина. Обязательно достаньте лёд из морозильника за 45 минут до подачи, чтобы он акклиматизировался — иначе он треснет при погружении в пунш. Если я разливаю пунш сам, я украшаю каждую порцию свежемолотым мускатным орехом.

ОБЪЁМ: 80 унций (примерно 2,4 л)

- 760 мл рома Banks 5-Island
- 330 мл заваренного чая сенча (4 г чая, заваренного в 360 мл воды в течение 5 минут, затем процеженного)
- 330 мл мятного настоя (3 г листьев, заваренных в 360 мл воды в течение 1,5 минут, затем процеженного)
- 240 мл сока лайма
- 1 чашка (220 г) нерафинированного тростникового сахара

- Гарнир: свежемолотый мускатный орех

Смешайте оба чая и размешайте в них сахар до полного растворения. Добавьте 4 чашки (примерно 950 мл) дроблёного льда для охлаждения. Влейте ром и сок лайма. Охладите пунш перед подачей, затем перелейте в чашу с большим куском льда. Разливайте по маленьким чашкам, наполненным льдом, и украсьте мускатным орехом.



МОХИТО

Происхождение
Коктейль Mojito упоминается как “Rum Mojo” в редком кубинском барном справочнике Хуана А. Ласы *Libro de Cocktail* 1929 года, а десятилетием позже — в книге Чарльза Х. Бейкера *The Gentleman’s Companion* как “Sloppy Joe’s Mojito”, приготовленный с золотым ромом Bacardi Oro и украшенный спиральной цедрой лайма.

Логика
Mojito вновь обрёл популярность в 2002 году, когда Пирс Броснан (в роли Джеймса Бонда) предложил Хэлли Берри (в роли Джинкс) сделать глоток его Mojito в фильме *Die Another Day*, когда она вышла из кубинских волн. Большинство американских барменов, никогда не бывавших в Гаване и не имевших доступа к обучающим видео в раннюю эпоху интернета, не имели ни малейшего представления о том, как правильно приготовить этот коктейль — не говоря уже о правильных инструментах и ингредиентах. До сих пор можно увидеть, как неопытные бармены перемалывают мяту на дне стакана, словно взбивают масло, совершая при этом целый ряд других миксологических ошибок, из-за которых коктейль так же быстро вышел из моды, как и вошёл в неё. Избегайте всей той показной церемонии, что окружает родственников Mojito вроде Mint Julep. Вместо этого встряхните листья мяты с ромом, лаймом и сахарным сиропом и процедите получившуюся смесь через мелкое сито, чтобы избежать засорения коктейля листьями.

Хитрости
Кубинцы слегка разминают весь мятный стебель (аккуратно, большим мадлером) с сахаром и соком лайма на дне бокала коллинз, а затем добавляют остальные ингредиенты. Я предпочитаю более чистый внешний вид и упрощённую технику приготовления своего варианта, но уважаю традицию. Золотой ром, как в рецепте Бейкера, — приятное дополнение.

Рецепт

- 60 мл выдержанного 3 года рома Caña Brava
- 30 мл сахарного сиропа
- 22 мл сока лайма
- 8 листьев мяты (и 1 веточка для украшения)
- 30 мл содовой

Разомните мяту с сахарным сиропом, затем добавьте ром и сок лайма. Встряхните со льдом и процедите через мелкое сито в охлаждённый бокал коллинз, наполненный льдом. Долейте содовую и украсьте веточкой мяты.



DAIQUIRI А-ЛЯ ХЕМИНГУЭЙ

Происхождение
Константино Рибалаига опубликовал свой Daiquiri №4 под названием “E. Hemiway Special” в издании коктейльной книги *La Florida* 1937 года. По словам Филипа Грина, написавшего целую книгу о любимых коктейлях Хемингуэя, к 1947 году напиток увеличился в объёме, получил больше грейпфрутового сока и стал известен как Papa Doble.

Логика
Бармены вроде Рибалаиги использовали блендер как кисть художника, овладев искусством охлаждения, разбавления и аэрации напитков с помощью этой инновационной машины. В романе *Острова в океане* Хемингуэй описывает Daiquiri как коктейли, “в которых не чувствуется алкоголь, а ощущение от их употребления такое же, как при катании на лыжах по снежной целине с ледника...” Важно учитывать сладость используемого грейпфрутового сока: maraschino должен уравновешивать кислотность, не подавляя характер рома. Для напитков из блендера используйте дроблёный или мелкий лёд и точно отмеряйте его объём, пользуясь мерными черпаками или стаканом блендера с разметкой.

Хитрости
Я также подаю этот коктейль в шейканном варианте: 60 мл рома, 22 мл сока лайма, 15 мл ликёра maraschino и 15 мл грейпфрутового сока. До того как коктейль стал ассоциироваться с Хемингуэем, Рибалаига называл его Daiquiri №4 и добавлял в него 7 мл сахарного сиропа. Если вам покажется, что этот вариант слишком сухой, добавьте сироп и оговорите это при заказе.

Рецепт

- 105 мл белого рома Bacardi Heritage
- 60 мл грейпфрутового сока
- 45 мл ликёра Luxardo maraschino
- 30 мл сока лайма
- 830 мл дроблёного льда (по объёму)
- Украшение: кружок лайма

Смешайте все ингредиенты в чаше блендера и взбейте до однородной текстуры. Перелейте в охлаждённый бокал купе. Украсьте кружком лайма.



ЗЕЛЁНЫЙ ПАЛЕЦ (GREEN THUMB)

Происхождение
Я создал этот коктейль весной 2013 года для pop-up бара PDT в Park Hyatt New York Bar в Токио.

Логика
Когда PDT открывался в других странах, я вместе с командой разрабатывал коктейли, подчёркивающие вкусы фруктов, овощей, специй, вин и спиртных напитков страны-хозяина — так же, как мы поступаем с меню в Нью-Йорке, используя ингредиенты со всего северо-востока США. К счастью, рядом с PDT находится отличный японский магазин Sunrise Mart, где Джефф Белл, Джон деБарри и я нашли почти все традиционные ингредиенты, чтобы создать токийское меню PDT. В этом рецепте травянистый характер матча подчёркивает землистые нотки рома и сельдерея. St-Germain добавляет свежести, а огурец выступает в роли ароматического украшения: кожура — горькая и овощная, мякоть — дынная и ароматная. Название отсылает к способности объединять все зелёные ингредиенты в гармоничную смесь — как у садовника с «зелёным пальцем».

Хитрости
Большинство белых ромов в кубинском стиле подойдут для этого рецепта, изначально он готовился с Brugal Especial Extra Dry. Если у вас нет соковыжималки для сельдерея, можно размять отрезок стебля длиной около 8 см, но это потребует усилий. Обязательно отмеряйте порошок матча точно — его нужно совсем немного.

Рецепт

- 60 мл рома Caña Brava 3 года
- 15 мл сока лайма
- 7,5 мл ликёра St-Germain
- 7,5 мл сока сельдерея
- 7,5 мл сахарного сиропа
- ⅛ ч. л. порошка чая матча
- 1 кружок огурца (плюс ещё 1 для украшения)

Разомните кружок огурца с сиропом, затем добавьте остальные ингредиенты. Взбейте без льда, чтобы равномерно смешать чай, затем встряхните со льдом и процедите через сито в охлаждённый бокал купе. Украсьте вторым кружком огурца.



КАЙПИРИНЬЯ (CAIPIRINHA)

Происхождение
Португальское слово *caipirinha* переводится как «маленькая крестьянка» и восходит, по данным эксперта по кашасе Фелипе Жаннуччи, к 1856 году. Он обнаружил упоминание рецепта, найденное историком в документе, написанном инженерами во время эпидемии холеры в регионе Парати, где производят кашасу.

Логика
По словам бармена из Портленда Эндрю Бойера, определяющей особенностью традиционной бразильской Кайпириньи является то, что её следует готовить прямо в стакане. Он уточняет, что в Бразилии предпочитает такой способ, но дома привык, что напиток встряхивают и подают без процеживания после мадлера. Это немного сложнее, чем спор о приготовлении Old-Fashioned с сахарным кубиком или сиропом: встряхивание помогает растворить сахар, что важно для извлечения масла из кожуры лайма, но также вызывает аэрацию и разбавление. Вместо того чтобы гадать о предпочтениях гостя, лучше предложить ему выбор. Использование промышленной кашасы допустимо, но Жаннуччи (и я) предпочитают невыдержанную ремесленную кашасу или выдержанную в нейтральной бразильской древесине. Подавайте напиток с металлической соломинкой или палочкой для размешивания, чтобы гость мог перемешать лайм и сахар.

Хитрости
Если заменить кашасу водкой, напиток называется *Caipiroska*, с ромом — *Caipirissima*. Если вместо персидского лайма использовать другие фрукты или травы, напиток называется *Caipifruta*. Многие бармены используют сахарный сироп вместо мелкокристаллического сахара, чтобы быть уверенными, что он полностью растворится, что логично, но нарушает дух оригинального напитка.

Рецепт

- 60 мл кашасы Leblon

- 1 персидский лайм (также известный как Таити)
- 2 барных ложки (1 ч. л.) мелкого сахара

Срежьте кончики лайма и разрежьте его вдоль пополам. Вырежьте белую сердцевину и четвертуйте каждую половинку. Поместите кусочки лайма в стакан рокс с кожурой вниз, добавьте сахар. Аккуратно разомните, чтобы извлечь масла из кожуры и сок из мякоти. Добавьте кашасу и лёд, затем перемешайте.



ПИНЬЯ КОЛАДА (PIÑA COLADA)

Происхождение
В книге *Potions of the Caribbean* исследователь тики-культуры Джефф Берри прослеживает рецепт до 1954 года, когда менеджер бара отеля Caribe Hilton Рикардо Гарсия заменил домашние сливки из кокоса на только что появившийся Coco Lopez в легендарном приветственном коктейле отеля, который стал известен как Piña Colada.

Логика
Идеально приготовленный коктейль в блендере — это эквивалент лучшего мороженого от выдающегося кондитера: его текстура столь же важна, как и вкус. Чтобы добиться правильного охлаждения, разбавления и текстуры, лёд должен измеряться как полноценный ингредиент. Если льда недостаточно, получается жидкая, несбалансированная консистенция; если его слишком много — замороженная смесь, напоминающая сорбет, которую лучше есть ложкой. Использовать цельные кубики льда нельзя — необходимо добавлять дроблёный или гранулированный лёд, пока в блендере не появится «центральная воронка с изогнутыми струями напитка, похожими на складки подушки, загибающиеся друг в друга», как описывает Джефф Моргенталер в *The Bar Book*.

Хитрости
Большинство Piña Colada готовят из консервированного ананасового сока и кокосового крема Coco Lopez, который по вкусу и виду напоминает солнцезащитный крем. Хотя можно было бы использовать тот же подход, что и к покупному томатному соку в *Bloody Mary*, я принимаю этот напиток только с домашними кокосовыми сливками или сорбетом и свежевыжатым ананасовым соком. Более ароматный ром не улучшает вкус напитка.

Рецепт

- 120 мл белого рома Bacardi Heritage
- 90 мл ананасового сока
- 90 мл кокосового сорбета
- 30 мл сока лайма

- 530 мл (по объему) дроблёного льда
- Украшение: лист ананаса

Смешайте все ингредиенты в чаше блендера и взбейте до однородной текстуры. Перелейте в охлаждённый бокал hurricane. Украсьте листом ананаса.



TI’ PUNCH

Происхождение
В книге *Potions of the Caribbean* Джефф Берри указывает, что первое упоминание «yon Ti’ Punch» на английском языке встречается в 1890 году в книге *Two Years in the West Indies,* написанной писателем-путешественником Лафкадио Хирном во время его пребывания на Мартинике.

Логика
Импортер рома Эд Хамилтон популяризировал этот рецепт в Нью-Йорке, уговаривая бары подавать его с аутентичными палочками для взбивания — le boi lélé — которые он привозил с острова вручную. «Ti» — это креольское сокращение от французского «petit», то есть «маленький», и обозначает «маленький пунш», который местные жители обычно пьют с травянистым белым ромом крепостью 100 proof (50%). Ключевая особенность версии Эда Хамилтона — это «щечка» лайма: диск, срезанный с боковой части лайма так, чтобы в нем было равное количество кожуры и мякоти. Его необходимо выжать прямо в бокал, чтобы извлечь как сок, так и эфирные масла. Взбивать напиток энергично не нужно — достаточно медленного и устойчивого движения, чтобы охладить и смешать ингредиенты.

Хитрости
В 2008 году, когда я впервые заказал Ti’ Punch на Мартинике, мне подали комнатной температуры ром агриколь в бокале, установленном на блюдце, с половинкой дольки лайма, пакетиком сахара и кофейной ложкой для перемешивания. Этот опыт, как и многие другие в путешествиях, подтверждает: происхождение великого рецепта достойно уважения, но его исполнение может быть улучшено барменами в других странах. Я предлагаю использовать Neisson Réserve Spéciale вместо более крепкого традиционного rhum blanc.

Рецепт

- 60 мл rhum agricole Neisson Réserve Spéciale
- ½ ч. л. сиропа из сахарного тростника Petite Canne
- 1 диск лайма (по размеру как серебряный доллар, с кожурой и мякотью)
- Украшение: отсутствует

Выжмите лаймовый диск с обеих сторон (чтобы извлечь сок и масла) в охлаждённый бокал рокс и опустите его внутрь. Добавьте остальные ингредиенты и наполните бокал дроблёным льдом. Аккуратно перемешайте с помощью swizzle stick, затем добавьте ещё льда и снова перемешайте.



EL PRESIDENTE

Происхождение
Фернандо Кастельон обнаружил первое печатное упоминание этого рецепта в книге *Manuel del Cantinero*, изданной Джоном Б. Эскаланте в 1915 году и хранящейся в Национальной библиотеке Кубы. В книге *Imbibe!* Дэвид Вондрич приписывает авторство рецепта Константино Рибалайгуа из бара La Florida на Кубе, который сам заявил о своём авторстве в интервью 1937 года. Ранее считалось, что коктейль был создан американцем Эдди Вельке.

Логика
В рецепте Константино отсутствуют биттеры и гренадин, которые позже стали стандартом, и используется равное количество вермута и рома — это эквивалент *Fitty-Fitty Martini* в ромовом каноне. Несколько лет назад Вондрич установил, что французский вермут, использовавшийся в то время на Кубе, был сладким в стиле Шамбери. Если вы раньше готовили этот коктейль с сухим вермутом, попробуйте использовать вермут blanc — это значительно улучшит вкус. Даже если вы используете белый ром, как в оригинале, ложка гренадина мало повлияет на цвет коктейля. Поскольку кубинские белые ромы обычно выдерживаются и фильтруются через уголь для удаления цвета, я рекомендую использовать выдержанный ром.

Хитрости
В равных пропорциях ром и вермут создают очень питкий коктейль, но его можно «усилить», увеличив количество рома до 60 мл и уменьшив вермут до 30 мл. Поскольку кубинский ром всё ещё трудно достать в США, можно заменить Havana Club на Bacardi 8. Для версии Константино используйте белый ром с ярким вкусом, например Banks 5-Island, и исключите биттеры и гренадин.

Рецепт

- 45 мл рома Havana Club Añejo 7 Años
- 45 мл вермута Alessio bianco
- 7,5 мл сухого кюрасао Pierre Ferrand

- ½ ч. л. гренадина Jack Rudy
- 1 капля биттера Angostura
- Украшение: цедра апельсина

Размешайте все ингредиенты со льдом, процедите в охлаждённый бокал купе. Украсьте цедрой апельсина.



DAIQUIRI

Происхождение
Самое раннее упоминание Daiquiri встречается в рецептурном справочнике Жака Страуба *Drinks* 1914 года, хотя сочетание рома, лайма и сахара существовало задолго до того, как западные барные книги начали фиксировать такие формулы.

Логика
К сожалению, сегодня большинство Daiquiri подаётся из огромных автоматов со спиртовыми снежными шейками, поэтому первое, что следует прояснить — о каком именно Daiquiri идёт речь. Хотя рецепт кажется простым, у каждого гостя есть предпочтения по рому и вкусу. Крепость, характер и сладость рома (в некоторых случаях) требуют разного количества лайма, кислотность которого также варьируется, особенно если вы выжимаете каждый лайм по заказу, и сахара, содержание мелассы в котором может отличаться. Богатые сиропы, приготовленные из нерафинированного сахара, например Демерары, придают заметный вкус и вязкость, особенно если их делать в соотношении с высоким содержанием сахара. Такие сиропы требуют более продолжительного взбалтывания для правильной степени разбавления.

Хитрости
Многие предпочитают использовать вместо сиропа барную ложку мелкого сахара, но это усложняет приготовление, так как весь сахар необходимо растворить — что не всегда удаётся. Во времена расцвета коктейля Daiquiri его часто готовили в блендере, а это требует совершенно других пропорций ингредиентов для правильного баланса.

Рецепт

- 60 мл белого рома Bacardi Heritage
- 22,5 мл сока лайма
- 22,5 мл простого сиропа (см. соответствующую страницу)
- Украшение: ломтик лайма

Встряхните со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал купе. Украсьте ломтиком лайма.



FIVE ISLAND FLAMINGO

Происхождение
Я создал этот рецепт для белого рома Banks 5-Island летом 2010 года.

Логика
Одной из моих главных задач как первого барного амбассадора Banks rum было разработать запоминающиеся, простые в приготовлении коктейли для продвижения бренда в барах. Вдохновляясь классическими хайболами, которые стали знаковыми благодаря удачным сочетаниям с новыми миксерами — как, например, Cuba Libre (Coca-Cola и Bacardi) и Moscow Mule (имбирное пиво Cock 'n' Bull и Smirnoff), — я выбрал для сочетания с ромом розовую грейпфрутовую газировку Ting с Ямайки. В составе рома Banks есть значительная доля ямайского рома, что усиливает это сочетание. Я назвал коктейль Flamingo из-за его розоватого оттенка и «выпустил его из гнезда» в надежде, что он полетит.

Хитрости
Успех упомянутых выше хайболов во многом связан с популярностью используемых миксеров, а это зависит от хорошей дистрибуции. Хотя ром распространился по всему миру, Ting по-прежнему трудно найти, поэтому, вероятно, придётся использовать другую марку розовой грейпфрутовой газировки.

Рецепт

- 90 мл розовой грейпфрутовой газировки Ting
- 60 мл белого рома Banks 5-Island
- 22,5 мл сока лайма
- Украшение: долька лайма

Соберите в охлаждённом бокале коллинз, затем наполните льдом. Украсьте долькой лайма.



MAI-TAI

Происхождение
Когда Trader Vic подал этот коктейль своим друзьям из Таити в 1944 году, они сделали глоток и воскликнули: «Maita‘i roe a‘e» (в переводе с таитянского — «нечто неземное — лучшее»).

Логика
Такой отклик не должен удивлять: оригинальный рецепт Вика был основан на 17-летнем роме Wray & Nephew, который, безусловно, был божественным. Когда запасы рома иссякли и его стало невозможно указывать в меню, Вик разработал купаж, имитирующий его вкус, с использованием более молодых ромов с Ямайки и Мартиники.

Хитрости
В своей книге Cate сравнивает перевёрнутую половинку лайма, отжатого для коктейля и оставленного в бокале рядом с веточкой мяты, с «маленьким тропическим островом с пальмой». В моей версии кожура лайма не используется, а насыщенный миндальный вкус достигается с помощью орже, приготовленного из бланшированного миндаля, а не искусственных ароматизаторов — именно такой «ореховый и яркий» вкус и искал Вик, подбирая замену старому Wray & Nephew.

Рецепт

- 30 мл Clément Premiére Canne rhum

- 30 мл Appleton Estate Reserve rum
- 22,5 мл сока лайма
- 22,5 мл орже Small Hand Foods
- 15 мл Pierre Ferrand dry curaçao
- Украшение: веточка мяты

Взболтайте со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал рокс, наполненный дроблёным льдом. Украсьте веточкой мяты.



AIRMAIL

Происхождение
Дэвид Вондрич вновь ввёл этот рецепт в оборот в своей первой книге *Esquire Drinks* в 2002 году. Оригинальный рецепт был опубликован в брошюре Bacardi 1930-х годов под названием *Bacardi and Its Many Uses*.

Логика
Коктейль вновь появляется в *Here's How* У. С. Уитфилда в 1941 году — примерно через тридцать лет после того, как по всему миру началась первая коммерческая доставка почты самолётами. Этот изысканный ромовый коллинз сам по себе становится средством «доставки»: ром с Кубы, шампанское из Франции, лайм из тропиков. Способность коктейля переносить нас в пространстве и времени — одна из самых стойких его черт. Следует учитывать стиль используемого шампанского: полусухие сорта вносят значительную сладость, которую необходимо сбалансировать.

Хитрости
Выбор мёда с цветочным профилем, подходящим к ромовому характеру напитка, — приятное дополнение. В оригинале коктейль готовится с Bacardi Gold и подаётся в хайболле со льдом без украшений. Придерживайтесь этой версии, если нет повода делать подачу нарядной.

Рецепт

- 45 мл рома Bacardi 8-летней выдержки
- 15 мл сока лайма
- 15 мл мёдового сиропа (см. рецепт на соответствующей странице)
- 45 мл шампанского Bollinger brut NV
- Украшение: отсутствует

Взболтайте ром, сок и сироп со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал-гоблет. Долейте шампанским.



EAST INDIA NEGRONI

Происхождение
Я создал эту ромовую вариацию на тему Negroni осенью 2009 года.

Логика
Ром традиционно ассоциируется с кубинскими и тики-коктейлями, поэтому я выбрал Negroni в качестве отправной точки, чтобы показать барменам, насколько универсален этот спирт. East India sherry — это бленд хересов олоросо и педро хименес, выдержанный в жарком и влажном погребе в особой системе солера, имитирующей условия, в которых вино находилось бы при трансатлантических морских путешествиях XVII века. Такие хересы наверняка были на борту кораблей капитана Кука и прекрасно заменяют сладкий вермут.

Хитрости
Херес East India — ключевой ингредиент этого коктейля, что отражено в его названии. Если вы решите заменить ром, выбирайте выдержанный ром английского стиля, например, Appleton Reserve или Mount Gay Black Barrel. Bitters от Martini, Luxardo и Contratto подойдут, но Campari найти проще всего.

Рецепт

- 60 мл рома Banks 5-Island
- 22,5 мл хереса Lustau East India Solera
- 22,5 мл Campari
- Украшение: цедра апельсина

Перемешайте со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал рокс с одним крупным кубиком льда. Украсьте цедрой апельсина.



PLÁTANOS EN MOLE OLD-FASHIONED

Происхождение
Этот коктейль был вдохновлён десертом, который мне подали в Гватемале во время поездки на производство рома Zacapa. Я создал его для подачи на Международном кулинарном конгрессе StarChefs.com летом 2010 года.

Логика
Я всегда внимательно слежу за сочетаниями вкусов, особенно за границей. У шефов и сомелье есть фраза: «Что растёт вместе — сочетается во вкусе». Такие пары, как мюскаде и устрицы, бароло и дикий кабан, херес и хамон иберико, имеют не только гастрономическую, но и культурную связь. Поэтому я стараюсь ужинать в ресторанах с традиционной кухней, чтобы открывать новые вкусы и находить сочетания с крепким алкоголем. В данном случае открытием стало сочетание землистых шоколадно-коричных биттеров для моле с ромом Zacapa.

Хитрости
Разделять эту «группу» — сложная задача. Если что-то и менять, то только на столь же насыщенный ром. Обязательно оставьте Xocolatl mole bitters от Bittermens. Перец чили (тот же, что используется в Mezcal Mule) я покупаю в магазине мексиканских продуктов Zaragoza в Ист-Виллидже.

Рецепт

- 60 мл рома Zacapa 23
- 7,5 мл ликёра Giffard Banane du Bresil
- 12 капель (1/8 ч. л.) биттера Bittermens Xocolatl mole
- Украшение: щепотка молотого чили

Перемешайте со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал рокс с одним большим шаром льда. Украсьте щепоткой чили.


UNITED STATES
MEXICO
Gulf of Mexico
Arandas
Tequila
Amatitán
Guadalajara
Atotonilco el Alto
Mexico City
Santiago Matatlan
Santa Catarina Minas
San Luis del Río
BELIZE
GUATEMALA
HONDURAS
NICARAGUA
Pacific Ocean
MEXICO
Amatitán (Partida tequila)
Arandas (El Tesoro tequila) (Siembra Azul tequila) (L&J tequila)
Atotonilco el Alto (Siete Leguas Tequila)
Santiago Matatlan (Sombra mezcal)
Tequila (Casa Dragones tequila)
Santa Catarina Minas (Del Maguey Minero mezcal)
San Luis del Río (Del Maguey Vida mezcal)
Traditional Production Region
Distillery Site
Capital

На карте изображены традиционные регионы производства текилы и мескаля в Мексике, а также конкретные места расположения дистиллерий. В нижней части карты представлена легенда с названиями производителей и их локациями:

МЕКСИКА

- **Amatitán** — *Partida tequila*
- **Arandas** — *El Tesoro tequila, Siembra Azul tequila, L&J tequila*
- **Atotonilco el Alto** — *Siete Leguas Tequila*
- **Santiago Matatlán** — *Sombra mezcal*
- **Tequila** — *Casa Dragones tequila*
- **Santa Catarina Minas** — *Del Maguey Minero mezcal*
- **San Luis del Río** — *Del Maguey Vida mezcal*

Обозначения на карте:

- Точками помечены места расположения дистиллерий
- Заштрихованные области — традиционные регионы производства
- Звёздочкой отмечена столица (Mexico City)

ТЕКИЛА И МЕСКАЛЬ

Агава (от греческого слова «королевский» — *agavacea*) — это семейство суккулентов, среди которых наиболее известна *Agave tequilana Weber var. azul*, единственный сорт, из которого разрешено производить текилу. Название текилы происходит от одноимённого городка в штате Халиско, известного своим мескалем ещё в конце XVIII века. Текила — это к мескалю то же самое, что коньяк к бренди: наиболее знаменитый, регулируемый по происхождению агавовый дистиллят, разрешённый к производству только в пяти мексиканских штатах — Халиско, Гуанахуато, Тамаулипас, Наярит и Мичоакан.

Мескаль (от науатльского *mexcalmetl*, что означает «варёная агава») — это название всей категории агавовых спиртов, хотя на практике им чаще всего обозначают дистилляты, произведённые в Оахаке и восьми других мексиканских штатах, признанных *Denominación de Origen* (обозначение происхождения): Герреро, Дуранго, Сан-Луис-Потоси, Сакатекас, Гуанахуато, Мичоакан, Тамаулипас и Пуэбла. В отличие от текилы, мескаль может производиться более чем из тридцати видов агавы, включая (но не ограничиваясь) сорта: Эспадин, Барриль, Купреата, Аррокеньо, Папаломе, Тепестате, Тобазиче и Тобала. Они могут использоваться как по отдельности, так и в купаже.

К другим мексиканским спиртам на основе агавы относятся баканора, райсилья, сотоль, тукска и комитеко, которые экспортируются в США в ограниченных количествах. Хотя большинство стран с законами об апелласьоне признают *Denominación de Origen* Мексики, крупнейший экспортный рынок — США — этого не делает. Отсутствие правовой защиты способствует, а не препятствует фальсификациям, вынуждая производителей, экспортирующих *mixto* (самый продаваемый тип текилы, содержащий лишь 51% сахара из агавы, а остальное из других источников, таких как патока, с добавлением карамели), полагаться не на закон, а на добросовестность.

Согласно книге *Viva Tequila* Люсинды Хатсон, археологические исследования историков, таких как Мигель Клаудио Хименес Вискарра, показывают, что спирты из агавы производились неподалёку от Текилы, в вулканических террасах города Аматитан, с использованием глиняных перегонных кубов — технологии, которую, как полагает географ Генри Дж. Бруман, могли привезти филиппинские моряки ещё до испанцев. Эта технология до сих пор применяется в некоторых регионах центральной и южной Мексики, изолированных от испанского влияния.

Испанцы привезли с собой перегонную технологию в 1519 году, когда Кортес высадился в Мексике. До этого ацтеки пили *пульке* — напиток, получаемый путём брожения *aguamiel* (сока агавы), собранного из шести разных видов агавы, которые не используются для производства текилы или мескаля. Этот кислый и вязкий напиток непригоден для перегонки, и он практически исчез после появления пива в начале XX века.

Первая коммерческая лицензия на дистилляцию в городе Текила (Халиско) была выдана в 1795 году Хосе Марии Гуадалупе де Куэрво, чьи потомки превратили марку в лидера категории. В 1858 году фермер по имени Дон Сенобио Сауса переехал в Текилу и начал работать с Куэрво, а в 1873 году приобрёл собственную винокурню. Сауса стал первым дистиллятором, экспортировавшим мескаль в США, и одним из первых, кто стал отстаивать достоинства голубой агавы сорта Вебер как основы для текилы.

Согласно исследованиям Дэвида Вондрича, Сауса получил золотую медаль на Всемирной выставке в Чикаго в 1893 году за «мескальный бренди», а также награду на Международной выставке в Сан-Антонио в 1910 году, однако ни одна из них не вызвала

серьёзного интереса у американских потребителей — до наступления Сухого закона. надежде на то, что американцы, страдающие от нехватки виски, согласятся на всё, что можно достать. Сауса начал маркировать свою текилу как «Мексиканский виски — подлинно выдержанный», чтобы привлечь внимание северных соседей, лишённых доступа к спиртному.

Среди тех, кто ринулся через границу за легальным алкоголем, были голливудские знаменитости, благодаря которым Tequila Sunrise — фирменный коктейль известного ипподрома и курорта Agua Caliente в Тихуане — стал первым популярным текильным напитком в США. Вслед за ним в народную любовь вошёл *tequila daisy* — коктейль 1930-х годов, который бармены того времени готовили как текильный сауэр с добавлением гренадина или апельсинового кюрасао. Слово *margarita* на испанском означает «маргаритка», и именно оно в итоге закрепилось за этим коктейлем в барах по всей Америке.

Несмотря на популярность Tequila Sunrise и Margarita, текила появлялась лишь в немногих значимых коктейльных книгах вплоть до публикации *Café Royal Cocktail Book* в Лондоне в 1937 году, где содержалось десять рецептов на основе текилы, включая *tequila daisy*, названный *Picador*. Первой крупной книгой, посвятившей текиле целую главу, стал пересмотренный выпуск *Trader Vic's Bartender's Guide* 1972 года, где текилу называли спиртом будущего в миксологии — важнее даже водки.

В 1949 году в Мексике был принят первый стандарт, определяющий текилу как спиртной напиток, произведённый исключительно из голубой агавы Вебера, выращенной в Халиско. Однако череда неурожаев агавы, вызванных болезнями растений и ошибками в планировании, вынудила производителей сократить содержание агавового сахара до 70% уже к середине 1960-х годов. В 1970 году, за четыре года до вступления в силу обозначения происхождения, минимальную долю снизили до 51%; остальное разрешили разбавлять спиртами из других источников сахара, таких как сахарный тростник или кукуруза.

Таким образом, получившаяся *mixto* текила стала единственным видом, доступным в американских барах — если не считать контрабандную *Herradura*, которую предпочитали голливудские актёры, включая Бинга Кросби, — вплоть до 1980-х. Именно тогда Боб Дентон и Мэрилин Смит, работавшие в индустрии, обнаружили на ипподроме в Тихуане *Caliente blanco tequila*. Они были настолько впечатлены, что полетели в Тамаулипас на встречу с дистиллятором Гильермо Гонсалесом, чтобы обсудить импорт в США. Там они обнаружили его четырёхлетнюю текилу *Chinaco* и заключили сделку по экспорту обеих.

Chinaco стала не только первой 100% агавовой текилой, ввезённой в США в 1983 году, но и первым суперпремиальным añejo-релизом, который Дентон и Смит подавали в снифтерах, как изысканный бренди. Голливудская элита приняла напиток с восторгом, и спрос быстро превзошёл предложение. До того как внешние обстоятельства вынудили Гонсалеса закрыть дистиллерию, Дентон и Смит начали искать нового производителя для бренда *Chinaco*, что привело их к семье Камарена, владельцам дистиллерии *La Alteña* в высокогорном городке Арандос.

Дон Фелипе Камарена отказался производить текилу для *Chinaco*, но согласился создать новый бренд — *El Tesoro de Don Felipe*, из агавы, выращенной на собственных плантациях, и с использованием традиционных методов. Первые бутылки появились в США в конце 1980-х, начиная с *blanco*, которую Дентон и Смит обозначили как “silver”, за ней последовали характерные выдержанные версии, по которым пара была известна.

Вскоре архитектор Мартин Кроули и предприниматель Джон Пол Джонс ДеХориа создали бренд *Patrón*, используя текилу, произведённую на дистиллерии *Siete Leguas* в Атотонилько-эль-Альто. *Patrón* стремительно набрал популярность, отчасти благодаря Джону Полу...

предпринимательскому чутью и опыту Джона Пола в прямых продажах, но многие связывают успех бренда с тем, что производители сознательно отказались акцентировать внимание на происхождении продукта как текилы, вместо этого позиционируя его как «лучший в мире премиальный спиртной напиток».

В 1990-х годах художник Рон Купер (см. соответствующую страницу), работая в Оахаке, настолько проникся местным мескалем, что начал путешествовать по отдалённым деревням, чтобы познакомиться с его производителями. Их традиционные, бескомпромиссные методы напомнили Куперу о тех же принципах, которыми руководствовались он и его коллеги в искусстве. Купер ввёл термин *single-village mezcal* — мескаль одного села — для описания напитков своих любимых производителей и начал импортировать их в США, изначально — в кругу друзей и художников, под брендом *Del Maguey*.

Первые, кто оценил мескали Купера, были сомелье, хорошо знакомые с понятием *merруара* — уникального сочетания природных и человеческих факторов, влияющих на вкус напитка. Популярность *Del Maguey* во многом была обусловлена успехом таких текильных брендов, как *Chinaco*, *El Tesoro* и *Patrón*, которые подняли всю категорию агавовых спиртов на новый уровень. Тем не менее, путь был не из лёгких: Куперу пришлось восстанавливать репутацию мескаля, подмоченную дешёвыми бутылками с червями (на самом деле — личинками моли, *gusano*), которые помещались в бутылку якобы в доказательство смертельной крепости напитка.

Без поддержки барменов Нью-Йорка, таких как Фил Уорд, мескали категории *single-village* стоимостью более $50 могли бы так и не стать популярными. Его коктейль *Oaxaca Old-Fashioned*, приготовленный из текилы *reposado* с добавлением мескаля *Del Maguey*, стал хитом в баре *Death & Co* в 2007 году и привёл к открытию *Mayahuel* — коктейль-бара, посвящённого агавовым напиткам. Подобно тому как *Tommy's Margarita* (см. соответствующую страницу) способствовала популяризации 100% агавовой текилы, мескальные коктейли Уорда и других барменов проложили путь ремесленному мескалю в современную барную культуру, где он стал одним из самых востребованных спиртов.

Tequila: Источник

Город Текила расположен севернее Гвадалахары в высокогорной долине у подножия вулканического массива, на высоте около 1200 метров над уровнем моря. Восточнее находятся ещё более возвышенные районы — *Los Altos* — где агавы растут на высоте до 2100 метров. Жаркие дни и прохладные ночи создают условия для более сладких и крупных растений по сравнению с агавами из долины. (Если на бутылке не указано, что текила произведена из агавы с одного хозяйства, скорее всего, использовалось сырьё как из долины, так и с возвышенностей.)

Вся агава собирается вручную опытными *химадорами*, которые с помощью специального инструмента *coa* (похожего на мотыгу с круглым лезвием) срезают жёсткие листья (*pencas*), обнажая *piña* — «сердцевину» растения, напоминающую ананас. Её выкапывают из земли и загружают в грузовики. Голубая агава Вебера достигает зрелости за 6–12 лет, в зависимости от региона произрастания, и в зрелом виде весит от 27 до 68 кг. Каждое

растение созревает с разной скоростью, и химадоры определяют готовность исключительно по внешнему виду, опираясь на многолетний опыт.

После сбора и очистки агавы доставляют на дистиллерию, где её необходимо подвергнуть термообработке — «приготовить» — чтобы расщепить сложные сахара (сахарозу) на сбраживаемые глюкозу и фруктозу. Крупные *piñas* обычно разрезают на части, после чего готовят в одном из трёх типов установок: в традиционной каменной печи *horno* (наиболее предпочтительный способ), в промышленном автоклаве (паровой стерилизатор) или в диффузоре, где используется химическая обработка парами.

После обжарки в *horno* (каменной печи), которая может длиться до двадцати четырёх часов, и последующего остывания в течение ещё одного дня, *piñas* извлекаются и помещаются в яму, где их либо измельчают при помощи *tahona* (каменного жернова), либо пропускают через мощный вальцовый пресс, чтобы извлечь весь сок из жареных волокон. Полученное пюре (с волокнами или без) затем перекачивается в стальные или деревянные ёмкости, куда добавляют воду и дрожжи для начала ферментации. Спустя до десяти дней сусло с содержанием алкоголя 4–6% готово к перегонке.

Jimador

Традиционные текилы перегоняются дважды в медных аламбиках при относительно низкой крепости (от 40 до 70% ABV), что позволяет сохранить характер агавы в готовом спирте. Несмотря на это, лишь немногие производители текилы — включая *El Tesoro, Siete Leguas, Astral* и *Siembra Azul* — по-прежнему используют долгую ферментацию и перегоняют напиток вместе с волокнами агавы в традиционных перегонных аппаратах. Это печально, ведь после ожидания в течение шести лет и более, пока агавы созреют, большинство производителей спешат пропустить их через дистиллерию, чтобы как можно быстрее превратить сахар в алкоголь.



За исключением таких текил, как *El Tesoro*, которые перегоняются до необходимой крепости, большинство *blanco* разбавляются до минимальной разрешённой крепости 40% ABV и разливаются без выдержки. Текила, выдержанная от двух до двенадцати месяцев в дубовых ёмкостях любого размера, маркируется как *reposado*. Текила, выдержанная минимум один год в дубовых бочках (обычно бывших бурбонных) объёмом не более 600 литров, обозначается как *añejo*. В 2006 году была введена новая категория — *extra añejo*, для которой требуется, чтобы самая молодая текила в купаже была выдержана не менее трёх лет в бочках объёмом до 600 литров. Благодаря жарким дням и прохладным ночам мексиканской пустыни, текила стареет быстрее по сравнению с напитками, выдержанными в других климатических условиях.

Существуют два типа текилы, но выше описан только процесс производства текилы из 100% агавы, поскольку именно этот стиль используется в уважающих себя коктейльных барах. Как уже упоминалось ранее, наибольшим спросом на рынке пользуется *mixto* — текила, в которой до 49% сбраживаемых сахаров может происходить не из агавы, а, например, из мелассы. Такие продукты маркируются как *Gold* или *Joven Abocado* (молодая и дополненная).

Производство текилы контролируется *Consejo Regulador del Tequila* (CRT), который присваивает каждой дистиллерии *Norma Oficial Mexicana* (NOM — Официальный мексиканский стандарт), а также следит за процессом производства, проводит тесты на безопасность и обеспечивает соблюдение производственных регламентов в категории. Несмотря на множество достоинств, организация подвергается критике за то, что крупные производители имеют в совете непропорциональное влияние, что мешает эффективно защищать качество текилы от недобросовестных участников рынка.

Многие марки текилы, представленные в США, фактически производятся по контракту на дистиллериях, которые поставляют спирт для десятков разных брендов. Хотя большинство из них не представляют интереса, некоторые контрактные бренды, такие как *Corazon, Astral* и *Siembra Azul*, разрабатываются с использованием инновационных методов и подчёркивают уважение к традициям. Другие, например *Casa Dragones*, формируют современный, премиальный имидж текилы, представляя её как символ будущего Мексики, а не только как напиток её великого прошлого.

Мескаль

Большая часть мескаля производится в юго-западном штате Оахака (произносится как «ва-ХА-ка»), расположенном более чем в 1500 метрах над уровнем моря — примерно на той же высоте, что и высокогорья Халиско. Этот труднопроходимый регион населяют шестнадцать этнолингвистических групп с тысячами субкультур. Как пишет Шанталь Мартино в книге *How the Gringo Stole Tequila*, здесь можно встретить сапотеков и микстеков, говорящих на десятках различных диалектов. Такое культурное разнообразие находит отражение и в мескалях, производимых из почти тридцати различных агав на примитивных дистиллериях — *palenques* — разбросанных по удалённым уголкам региона.

Horno в Санта-Каталина-Минас

Многие традиции, применяемые на этих *palenques* — включая ручной сбор агав, как и в производстве текилы, — практически не изменились за последние сто лет, и это полностью устраивает тех *mezcaleros*, с которыми я встречался. Помимо более широкого спектра разрешённых к использованию агав — самой распространённой из которых

является *Espadín* — основное отличие мескаля от текилы заключается в методе приготовления *piñas* (сердцевин агав).



Если для производства текилы *piñas* готовят на пару в автоклавах или запекают в кирпичных печах *hornos*, то для мескаля их запекают в глубоких земляных ямах, выложенных камнями, разогретыми с помощью дров. Сверху их накрывают соломенными матами, засыпают землёй и оставляют под землёй на несколько дней или недель. За это время тепло превращает сложные сахара агавы в простые — фруктозу и глюкозу. Этот процесс придаёт агаве землистый, дымный характер, напоминающий вкус соложёного торфяного ячменя в некоторых сортах шотландского виски.

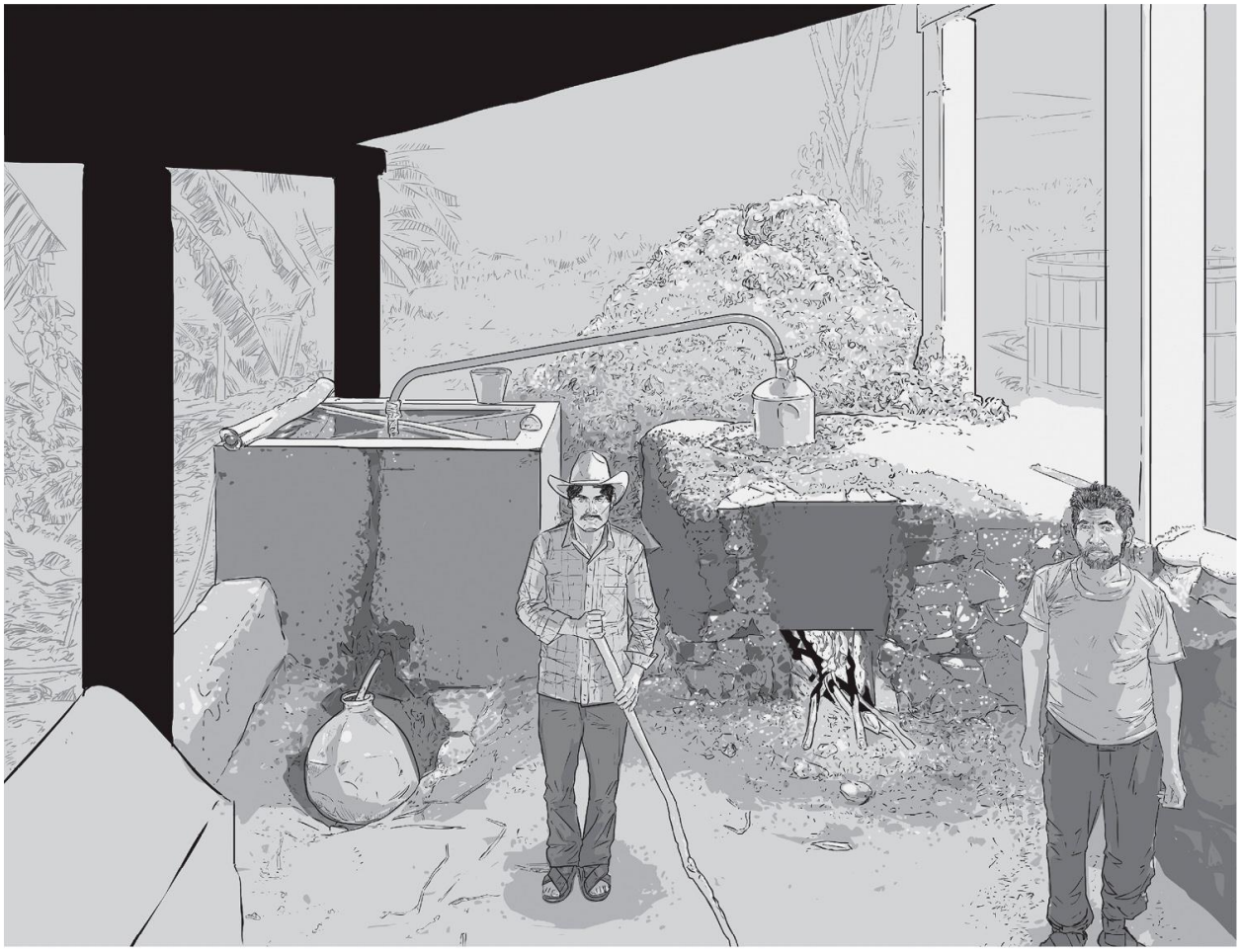
После запекания агаву оставляют остывать на неделю — в это время начинается естественная ферментация. Затем её измельчают в каменных ямах при помощи жернова *molina*, запряжённого ослом, либо вручную, с помощью тяжёлых деревянных пестов, чтобы извлечь *aguamiel* — сладкий сок. Оттуда его переливают в деревянные чаны, где на диких дрожжах, обитающих в *palenque*, происходит брожение. В зависимости от температуры ферментация занимает от пяти дней до месяца.

Когда сусло достигает около 5% ABV, твёрдые частицы и волокна агавы переносят в перегонный куб — медный или керамический, объёмом в среднем 25 галлонов (около 95 литров). В течение последующих десяти-двенадцати часов смесь медленно нагревается на дровах, испаряется, конденсируется с использованием родниковой или речной воды под тщательным контролем. Полученный перегон, называемый *ordinario*, перегоняется повторно в течение ещё десяти-двенадцати часов, и крепость готового спирта составляет от 50% до 60% ABV. Для традиционного мескаля вода после перегонки не добавляется, а выдержка в бочках для *single-village* мескаля — редкость.

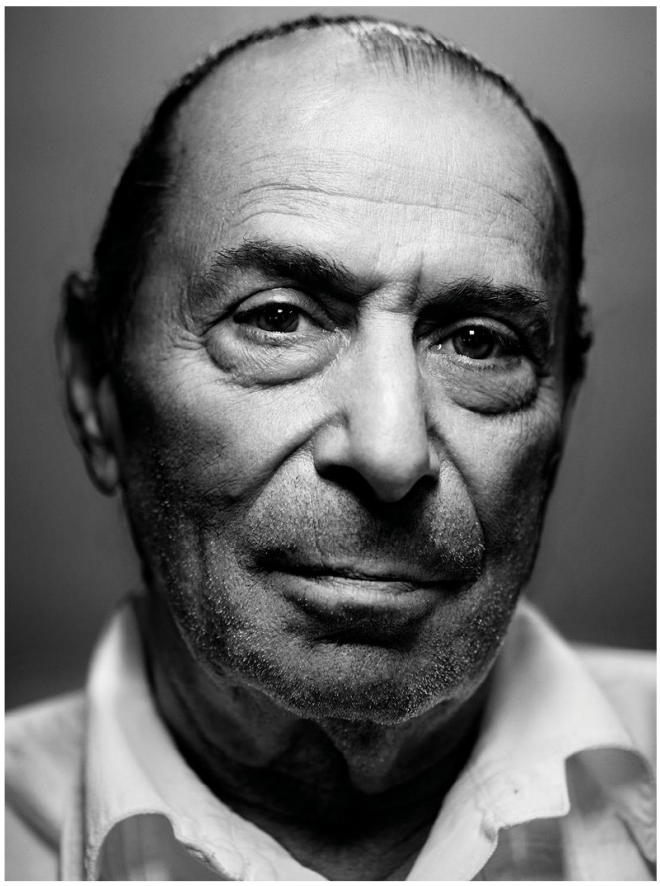
Как и у производителей текилы, деятельность мескальеров регулируется NOM, которая вступила в силу в 2005 году после создания *Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del*

Mezcal (Мексиканский совет по регулированию качества мескаля), известного как *Comercam*. Весь сертифицированный мескаль должен иметь номер NOM, разливаться по бутылкам на месте производства и не может экспортироваться наливом, как это разрешено для *mixto* текилы. Допускается производство мескаля с добавлением неагавовых сахаров, и многие по-прежнему разливаются с личинками моли (*gusano*), обитающими на агаве.

В отличие от производителей текилы, которые экспортируют (и получают прибыль) от собственных брендов, большая часть мескаля, распространяемого за пределами деревень, покупается и разливается по бутылкам иностранцами, такими как Рон Купер. В течение почти двадцати лет Купер был одним из немногих *négociants* (по аналогии с французскими винными негоциантами, которые скупают и разливают вино мелких производителей), но после того как Фил Уорд и другие бармены нашли способ использовать *single-village* мескаль в коктейлях, к нему присоединилось не менее десятка других. Они заполнили рынок *single-village* мескалями. Хочется надеяться, что новые негоцианты останутся столь же щедрыми и дальновидными, как Купер.

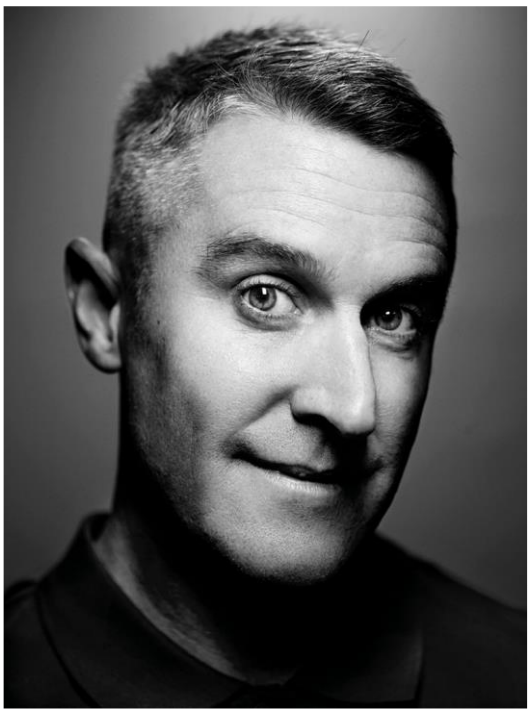


Фаустино Васкес



РОН КУПЕР
Художник

О отдалённых деревнях
«Я люблю большие города; люблю вкусно есть, общаться с людьми и обмениваться идеями. Город — это место торговли и интеллектуального обмена. Идеи и торговля — вот что такое город. Но города существуют ради коммерции, обмена, материального капитала и идей. Именно так развивается культура. Противоположность этому — маленькая деревня, в которой ты живёшь своей жизнью. Ты связан с землёй. Видишь восход и закат. Видишь звёзды. Пробуешь вкус. Чувствуешь запахи. У городов есть своё предназначение, но они не лучше и не хуже деревень. В этих отдалённых местах есть источник интеллектуальной и духовной энергии.»



РИЧАРД БЕТТС
Сомелье

О данных и догмах
«Мне бы хотелось, чтобы индустрия вина и крепких напитков стала более вдумчивой, и один из способов добиться этого — задаваться вопросом: мы говорим о данных или о догмах? К сожалению, огромное количество энергии тратится на пустословие ради того, чтобы быть услышанным или выделиться. Это продиктовано исключительно эго и не способствует настоящему знанию или постановке осмысленных вопросов. Вместо категоричных заявлений нам стоит обсуждать как то, что мы знаем, так и то, чего не знаем, чтобы перейти к подлинному исследованию и обучению. Этот поиск настоящих знаний и образования имеет значение: он создаёт прозрачность и может сделать нас лучше на многих уровнях.»



ПАЛОМА
Происхождение: Согласно одной из версий, этот рецепт впервые появился в брошюре *Popular Cocktails of the Rio Grande* — однако её нет ни в одном из известных собраний или баз данных. Также в числе возможных авторов упоминается легендарный Дон Хавьер Дельгадо Корона из бара *La Capilla* в городе Текила, известный как создатель похожего коктейля *La Batanga* (на основе колы), — но сам он отрицает авторство *Paloma*.

Логика: Я впервые увидел этот рецепт в оформленной в виде flipbook книге *Killer Cocktails* Дэвида Уондрича (2005), как раз в то время, когда в США начали включать коктейли на текиле, отличные от *Margarita*, в барные меню. Ни сочетание ингредиентов, ни само название не встречаются ни в одном рецептурнике до этой публикации, несмотря на то что напиток *Squirt* начали импортировать в Мексику ещё в 1955 году, а на сайте производителя утверждается, что он стал популярным миксером в коктейлях вроде *Paloma* в 1950-х. По словам Уондрича, «в 1940-х в Мексике начинают появляться упоминания “changuirongo” — это просто текила, разбавленная содовой — любой, от имбирного эля до колы». Он прислал мне рекламный плакат *Squirt* от 1977 года, на котором было написано: «Squirt делает вашу любимую текилу бодрой, пикантной и немного сумасбродной» — но не было ни слова о коктейле *Paloma*.

Хаки: В оригинальном рецепте используется гарнир из лайма, но долька грейпфрута — логичная альтернатива. Ободок бокала можно сделать с использованием специй, цитрусов, чили или *sal de gusano*. Также допустимо добавить немного свежего грейпфрутового сока. Если использовать сок вместо газировки, получится близкий по духу коктейль *Cantarito*. Бланко-текилы прекрасно подходят для *Paloma*, а выбор грейпфрутовой газировки остаётся за вами. Обратите внимание на мексиканский *Squirt* с сахаром из тростника или на фруктовые альтернативы вроде *Ting* или *Jarritos*.

Рецепт:
90 мл газировки *Squirt*
60 мл текилы *Siete Leguas Reposado*

15 мл сока лайма
Гарнир: долька грейпфрута

Соберите коктейль в охлаждённом стакане тумблер с ободком из кошерной соли, затем добавьте лёд. Украсьте долькой грейпфрута.



TOMMY’S MARGARITA
Происхождение: Между 1987 и 1988 годами Хулио Бермехо (см. соответствующую страницу), владелец второго поколения ресторана *Tommy’s Mexican Restaurant* в Сан-Франциско, создал современную вариацию *Margarita*, заменив апельсиновый ликёр на нектар агавы. Рецепт получил широкую известность благодаря лондонским барменам Дре Массо и Генри Безанту, которые включили его в коктейльные меню по всему миру.

Логика: По словам Бермехо, на момент создания этого рецепта коктейли *Margarita* различались в основном по качеству апельсинового ликёра (Cointreau и Grand Marnier боролись за доминирование), а не по текиле, поскольку большинство баров предлагали низкокачественные купажированные сорта (mixto). *Herradura* была одной из немногих текил из 100 % агавы, официально поставлявшихся в США, а ограниченные партии *Chinaco, Caliente* и *El Tesoro* лишь начинали появляться на рынке. Однажды обнаружив сироп агавы в местной лавке здорового питания, Бермехо решил использовать его для усиления агавового характера *Margarita* вместо сладости апельсинового ликёра. С тех пор в фирменной *Margarita* ресторана *Tommy’s* используется только текила из 100 % агавы от мексиканских производителей и компаний.

Хаки: Если в *Tommy’s* вы не укажете предпочтительную текилу, бармен выжмет в блендер чашку лайма, добавит 60 мл репосадо текилы, 30 мл фирменного сиропа из агавы и лёд, затем встряхнёт всё прямо в блендерной чашке и перельёт без процеживания в тяжёлый стеклянный бокал. Ни соль, ни трубочка, ни гарнир, ни апельсиновый ликёр не отвлекают от вкуса текилы.

Рецепт:
60 мл текилы *L&J Reposado*
30 мл сока лайма

30 мл сиропа из агавы (см. соответствующую страницу)
Гарнир: отсутствует

Встряхните со льдом, затем перелейте без процеживания в охлаждённый стакан рокс.



MARGARITA
Происхождение: Этот рецепт впервые появился под названием *Picador Cocktail* в *Café Royal Cocktail Book* У. Дж. Тарлинга, изданной в 1937 году.

Логика: По определению, *daisy* — это коктейль типа сауэр, подслащённый кюрасао или гренадином. *Margarita* — это испанское слово, означающее «ромашка». Что касается самого рецепта и способа приготовления, то вариаций *Margarita* столько же, сколько и рецептов от простуды, и каждый считает себя экспертом. Я всегда спрашиваю у гостя, хочет ли он коктейль на льду или без, с солью на ободке бокала, без неё или с солью только на одной половине, и предпочитаемую марку и выдержку текилы. Нужно помнить, что, как и с *Daiquiri*, некоторые ожидают, что *Margarita* будет фруктовой и приготовленной в блендере. Я бы рекомендовал использовать только текилу из 100 % агавы, кошерную соль для ободка и *Cointreau* в качестве трипл-сека. Если вы заменяете апельсиновый ликёр на сироп агавы, уточните, что это *Tommy's Margarita*.

Хаки: *Margarita* с *Grand Marnier* называется *Cadillac Margarita* — вкусный вариант; по просьбе можно добавить немного мескаля. Много лет я с особым тщанием наносил соль только на внешнюю сторону бокала для *Margarita*, пока не понял, что соль (в небольшом количестве) усиливает вкус! Немного соли в самом бокале улучшает коктейль, так что старательность лучше оставить для полировки стекла.

Рецепт:
60 мл текилы *El Tesoro Platinum*
22 мл *Cointreau*
22 мл сока лайма
7 мл сиропа из агавы (см. соответствующую страницу)
Гарнир: долька лайма

Встряхните со льдом, затем процедите в охлаждённую бокал-коктейль с половинкой ободка, покрытой кошерной солью. Украсьте долькой лайма.



ROSITA
Происхождение: Я нашёл этот рецепт в издании *The Museum of the American Cocktail Pocket Recipe Guide* 2006 года, которое было моим главным источником рецептов во времена до смартфонов, когда я работал барменом в *Gramercy Tavern* и *Pegu Club*. Позже я проследил его происхождение до издания *Mr. Boston Official Bartender's Guide* 1974 года, опубликованного Грегом Бёмом.

Логика: Название *Rosita* в переводе с испанского означает «маленькая роза» и, безусловно, отсылает к алому оттенку, который придаёт напитку *Campari*. Оригинальный рецепт включает равные части текилы, *Campari* и смесь сухого и сладкого вермута, что делает его более похожим на вариацию *Negroni*. Через семнадцать лет в книге *The Bartender's Bible* Гэри Ригана рецепт появился с теми же пропорциями и добавлением капли биттера. Ещё через пятнадцать лет в упомянутом выше карманном справочнике рецепт адаптировали до пропорций, которые использую я, а также предложили современный способ приготовления — не перемешивать на дроблёном льду в бокале, а охладить и разбавить в смесительном стакане и подать на свежем льду. Ни один из оригинальных рецептов не уточняет тип текилы, предоставляя выбор вам.

Хаки: Во всех трёх ранних версиях напиток подаётся на льду с твистом из лимона, но я предпочитаю подавать его без льда и украшать апельсиновой цедрой, как *Manhattan*. Логичной вариацией будет использование бланко текилы и оригинальных пропорций (без биттера), подача на льду, как *Negroni*. Если вам по душе лимонная цедра — история на вашей стороне.

Рецепт:
45 мл текилы *Partida Reposado*
15 мл вермута *Martini Rosso*

15 мл сухого вермута *Dolin*
15 мл *Campari*
1 капля *Angostura bitters*
Гарнир: цедра апельсина

Перемешайте со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал-коктейль. Украсьте цедрой апельсина.



21st CENTURY
Происхождение: Я создал этот коктейль для меню *Pegu Club* в 2007 году при участии Одри Сондерс.

Логика: Инновационный характер коктейля *20th Century* (см. эту страницу), созданного Таком, стал символом своей эпохи. С началом XXI века я хотел заявить о себе с напитком-преемником. Эти годы можно сравнить с золотой лихорадкой в мире современной миксологии, и текила оставалась одной из немногих неизведанных территорий. Несмотря на то, что *Margarita* сделала текилу одной из самых популярных категорий спиртного в стране, классических коктейлей на её основе было совсем немного. Я знал, что она отлично сочетается с шоколадом. В 2007 году был снят запрет на абсент, и во многих рецептах стали использовать ополаскивание бокала или каплю абсента — чтобы проверить, улучшит ли это коктейль. Я использовал *Pernod* (не абсент, а пастис), чтобы подчеркнуть растительные ноты текилы.

Хаки: Рецепт хорошо работает с большинством бланко текил из 100% агавы. Главное — обратить внимание на вкус белого *crème de cacao*, так как у брендов *Giffard, Brizard* и *Cartron* шоколадные ноты выражены по-разному, поэтому стоит попробовать и при необходимости скорректировать дозировку.

Рецепт:
60 мл текилы *Siete Leguas Blanco*
22,5 мл белого *crème de cacao* (*Marie Brizard*)
22,5 мл лимонного сока
Pernod — для ополаскивания бокала
Гарнир: отсутствует

Встряхните текилу, *crème de cacao* и лимонный сок со льдом, затем процедите через мелкое сито в охлаждённый бокал, предварительно ополоснутый *Pernod*.



WITCH’S KISS
Происхождение: Я создал этот коктейль для меню PDT осенью 2008 года.

Логика: Один из моих любимых продавцов на воскресном фермерском рынке в парке Томпкинс-сквер, рядом с PDT, — Red Jacket Orchards, где я покупал яблочное масло, напоминавшее мне детские поездки в Мичиган, когда мы намазывали его на тосты за завтраком. Хотя текила особенно хорошо проявляет себя летом в коктейле Margarita, выдержанные версии этого дистиллята прекрасно сочетаются с осенними фруктами и овощами — такими как яблоки, груши, тыква и кабачки. Взяв Margarita за основу, я заменил Cointreau на Strega (в переводе с итальянского — «ведьма») и лимонный сок на лаймовый. Название отсылает к коктейлю *Widow’s Kiss*, в котором сочетаются французские аналоги Strega — жёлтый *Chartreuse* и *Bénédictine* — с яблочным бренди.

Хаки: Когда один из помощников ошибочно настоял целую коробку текилы на корице, я решил попробовать её в этом рецепте — и с тех пор готовлю только так. Просто добавьте 7–8 см палочку корицы в бутылку текилы на 24 часа, затем удалите.

Рецепт:
60 мл текилы *Siete Leguas Reposado*
22,5 мл лимонного сока
15 мл ликёра *Strega*
1 барная ложка (½ ч. л.) агавового сиропа
1 барная ложка (½ ч. л.) яблочного масла *Red Jacket*
Гарнир: цедра лимона

Встряхните все ингредиенты со льдом, затем процедите через мелкое сито в охлаждённый бокал. Украсьте цедрой лимона.



EL DIABLO
Происхождение: Грег Бём нашёл брошюру *Ronrico Rum* конца 1930-х годов с рецептом коктейля *El Diablo*, который позже был включён в книгу Марко и Хаймана *The How and the When*. В 1947 году Trader Vic опубликовал вариацию этого напитка под названием *Mexican El Diablo*, заменив ром *Ronrico* на текилу.

Логика: Помимо того, что Trader Vic стал пионером в создании коктейлей на основе рома, он также первым посвятил целую главу коктейлям на основе текилы в переработанном издании своего *Bartender's Guide* 1972 года. Данный рецепт — гибрид *Buck* (или *Mule*, если используется водка) и *Tequila Sunrise*, который в 1930-х годах в отеле *Biltmore* в Финиксе готовили из кассиса, лайма и содовой — до того, как в классическую версию вошли гренадин и апельсиновый сок.

Хаки: Для удлинения коктейля до хайбола можно использовать газированный имбирный эль, но имбирный экстракт придаёт ту самую остроту, которую так ценят любители текилы. Дозревание в бочке сглаживает и смягчает характер *blanco*-текилы, которую при необходимости можно использовать вместо *reposado*.

Рецепт:
60 мл текилы *Siembra Azul Reposado*
30 мл имбирного экстракта (ginger wort)
22,5 мл лимонного сока
15 мл ликёра *Giffard Crème de Cassis*
Гарнир: кружок лимона, кусочек засахаренного имбиря и ежевика

Встряхните все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал рокс, наполненный кубиками льда. Украсьте лимонным кружком, на который нанизаны засахаренный имбирь и ежевика.



MEZCAL MULE
Происхождение: Я создал этот коктейль для основателя *Sombra mezcal* Ричарда Беттса зимой 2008 года.

Логика: В то время меня увлекала идея того, как торфяной виски и мескаль придают коктейлям дымчатость, и я использовал этот рецепт, чтобы исследовать как можно больше вкусов. Аромат маракуйи напоминает о диких ароматах измельчённой агавы во время естественного, открытого брожения. Огурец подчёркивает растительный характер, лайм и имбирь добавляют кислотность и пряность. Щепотка мексиканского перца чили, который часто подают с хикамой и апельсинами в мезкалериях, придаёт остроту и землистую глубину, уравновешивая дым. При правильном балансе коктейль получается крепким, сладким, кислым, дымным, растительным, острым и даже немного цветочным — благодаря ароматному гарниру из огурца.

Хаки: Изначально Ричард получал мескаль с паленке Рона Купера в Сан-Луис-дель-Рио. Когда он сменил поставщика, а Рон начал производить *Vida* там же, я перешёл на *Vida*, так как предпочитаю этот коктейль с мескалем именно из Сан-Луис-дель-Рио. Это рецепт с минимальным пространством для замен.

Рецепт:
45 мл мескаля *Del Maguey Vida*
30 мл имбирного экстракта (ginger wort)
22,5 мл сока лайма
22,5 мл пюре маракуйи *Boiron*
15 мл агавового сиропа
3 ломтика огурца (плюс 1 для гарнира)
Гарнир: засахаренный имбирь, щепотка молотого мексиканского чили

Разомните огурец с агавовым сиропом, затем добавьте остальные ингредиенты. Встряхните со льдом и процедите через мелкое сито в охлаждённый бокал рокс, наполненный льдом. Украсьте засахаренным имбирём, нанизанным на ломтик огурца, и посыпьте щепоткой чили.



SAN MIGUEL
Происхождение: Я создал этот коктейль весной 2014 года для *Casa Dragones*, когда они выпустили свою blanco-текулу.

Логика: Первое, что я делаю при создании коктейля — пробую базовый спирт, чтобы определить, какие ноты можно усилить другими ингредиентами. Я уловил аромат грейпфрута, поэтому выбрал масло грейпфрута из цедры, а для свежих травяных нот, дополняющих растительные оттенки текилы, добавил сельдерейные биттеры. Аромат грейпфрута перебивает тонкий аромат текилы, если выжать цедру над готовым коктейлем, поэтому я выжимаю масло прямо в стакан перед тем, как влить напиток — как при ополаскивании абсентом. Мне хотелось подчеркнуть прозрачность коктейля, которая сохраняется даже после добавления всех ингредиентов, поэтому цедру я не использую как гарнир.

Хаки: Вы можете использовать другую текулу, но *San Miguel* — это родина бренда *Casa Dragones*. *Miracle Mile* — единственные биттеры на рынке на тот момент, передающие вкус свежего сельдерея, а не семян, так что подбирайте замену внимательно.

Рецепт:
60 мл текулы *Casa Dragones blanco*
1 барная ложка (½ ч. л.) агавового сиропа
2 дэша сельдерейных биттеров *Miracle Mile*
1 цедра грейпфрута
Гарнир: отсутствует

Выжмите масло из грейпфрутовой цедры в охлаждённый бокал рокс, затем выбросьте цедру и добавьте большой ледяной шар. Перемешайте остальные ингредиенты со льдом и процедите в подготовленный бокал.



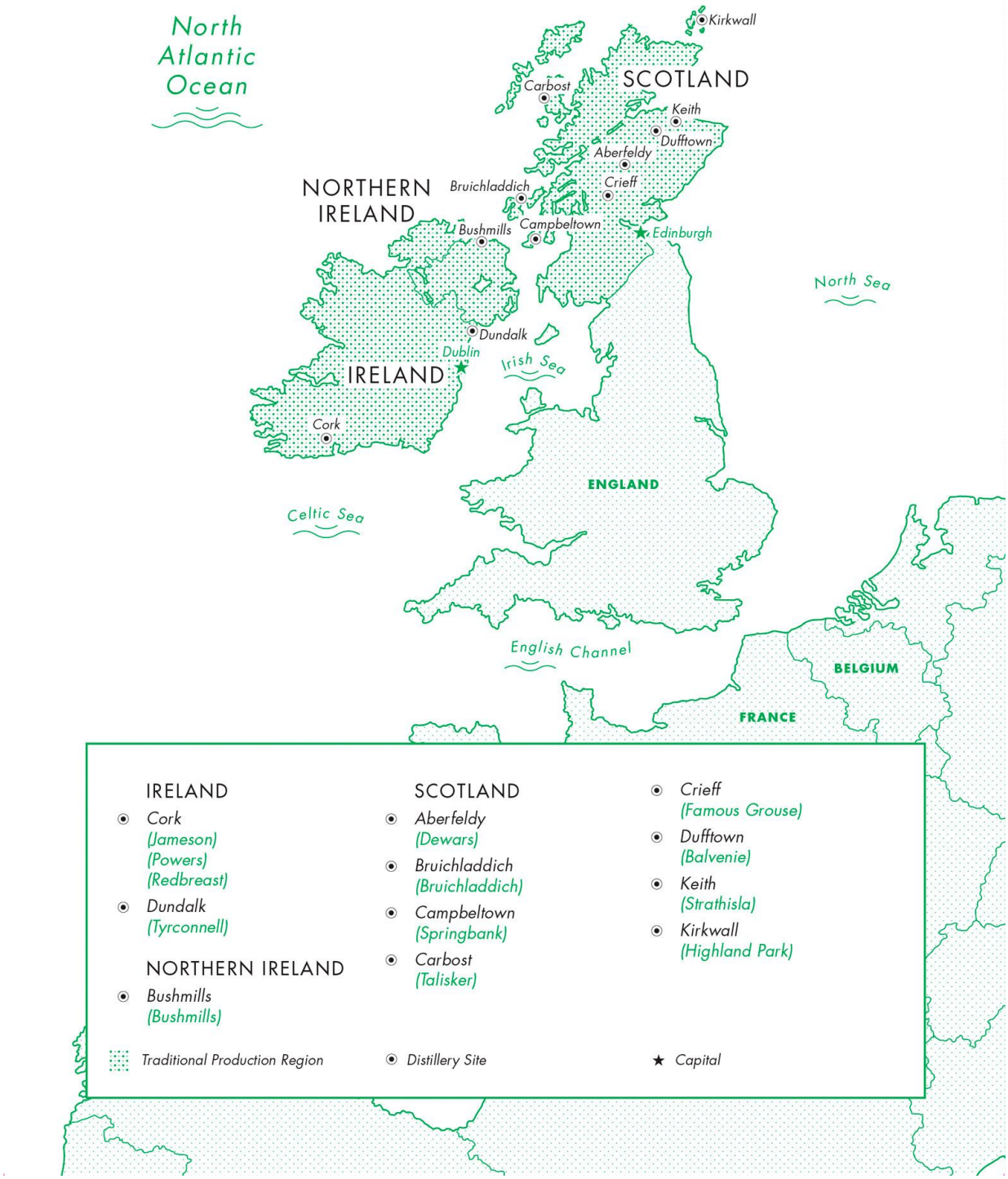
MECHUGA
Происхождение: Я придумал этот коктейль летом 2015 года для Мисти Калкофен, которая попросила меня создать напиток на основе одного из *single-village* мескалей Del Maguey.

Логика: *Minero* мескаль дистиллируется во флоренсийской деревне Санта-Каталина-Минас Флоренсио Карлосом Сармиенто, который также производит знаменитый мескаль *pechuga* для Del Maguey. Чтобы имитировать третью перегонку *minero*, во время которой в перегонный куб добавляют яблоки, сливы, бананы, миндаль и ананас, а куриную грудку подвешивают под конденсатором, я добавил джин, настоянный на сливе дамсон, в качестве фруктовой ноты, а также специи и херес, чтобы передать умами-качества. Апельсиновая цедра с гвоздикой — элемент из *Café Brulot* из Нового Орлеана, придаёт коктейлю праздничный вид и аромат. Название *Mechuga* — игра слов, соединение «my» и «pechuga».

Хаки: Этот рецепт можно адаптировать с другими *single-village* мескалями, но тогда теряется логика ингредиентов и игра слов в названии. Разрешается также замена на другие сорта хереса *palo cortado* и формулы биттеров Abbott's. *Averell Damson gin liqueur* с крепостью 33% идеально балансирует между джином и ликёром.

Рецепт:
60 мл мескаля *Del Maguey Minero*
30 мл ликёра *Averell Damson gin liqueur*
22,5 мл хереса *Lustau Palo Cortado Península*
1 дэш биттера *Tempus Fugit Abbott's*
Гарнир: апельсиновая цедра с гвоздикой

Перемешайте все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённый бокал рокс, наполненный двумя ледяными сферами. Украсьте гвоздикой, воткнутой в апельсиновую цедру.


North Atlantic Ocean
Kirkwall
SCOTLAND
Carbost
Keith
Dufftown
Aberfeldy
Crieff
NORTHERN IRELAND
Bruichladdich
Campbeltown
Bushmills
Edinburgh
North Sea
Dundalk
Dublin
Irish Sea
IRELAND
Cork
ENGLAND
Celtic Sea
English Channel
BELGIUM
FRANCE
IRELAND
Cork (Jameson) (Powers) (Redbreast)
Dundalk (Tyrconnell)
NORTHERN IRELAND
Bushmills (Bushmills)
SCOTLAND
Aberfeldy (Dewars)
Bruichladdich (Bruichladdich)
Campbeltown (Springbank)
Carbost (Talisker)
Crieff (Famous Grouse)
Dufftown (Balvenie)
Keith (Strathisla)
Kirkwall (Highland Park)
Traditional Production Region
Distillery Site
Capital

На этой карте изображены традиционные регионы производства виски в Ирландии, Северной Ирландии и Шотландии, а также обозначены конкретные места расположения известных винокурен.

Легенда карты:

- Точками обозначены **дистиллерии**.
- Штриховкой показаны **традиционные регионы производства**.
- Звездами отмечены **столицы**.

ИРЛАНДИЯ

- **Cork**
  - *Jameson*
  - *Powers*
  - *Redbreast*
- **Dundalk**
  - *Tyrconnell*

СЕВЕРНАЯ ИРЛАНДИЯ

- **Bushmills**
  - *Bushmills*

ШОТЛАНДИЯ

- **Aberfeldy**
  - *Dewar’s*
- **Bruichladdich**
  - *Bruichladdich*
- **Campbeltown**
  - *Springbank*
- **Carbost**
  - *Talisker*
- **Crieff**
  - *Famous Grouse*
- **Dufftown**
  - *Balvenie*
- **Keith**
  - *Strathisla*
- **Kirkwall**
  - *Highland Park*

ВИСКИ

В последние десятилетия рост популярности классических коктейлей (виски в них уступает лишь джину), ренессанс крафтового дистилляционного производства (где лидируют производители виски) и поддержка локальных производителей со стороны движения за осознанное потребление способствовали значительному увеличению продаж виски. Категория не демонстрировала таких объемов сбыта с 1970-х годов.

Виски требует как минимум нескольких лет выдержки, чтобы стать приемлемым на вкус, и от шести до двенадцати лет — чтобы раскрыть свой потенциал. Пока виски плохо продавался, найти зрелый продукт было несложно, но с ростом спроса многие производители, ранее гордившиеся своими возрастными указаниями, начали убирать их с этикеток в надежде, что смогут сохранить цены, опираясь лишь на престиж бренда.

Слово "виски" (whiskey, когда речь идет об ирландских и американских напитках, и whisky — когда речь о канадском, шотландском или японском продукте) происходит от гэльского *uisge beatha* — «вода жизни». Историк Дэйв Брум указывает, что дистилляция виски упоминается уже в XIV веке, в *Кентерберийских рассказах* Чосера. Хотя термин "виски" тогда еще не использовался, канонир описывает «кукурбиты и аламбики» (дистилляционные сосуды и перегонные кубы), а также такие ингредиенты, как «масло тартра», «глазурный квасец», «дрожжи» и даже «сусло» — пивоподобную заготовку, являющуюся предшественником виски.

Политические потрясения заставили тысячи ирландцев и шотландцев эмигрировать в Северную Америку в XVIII веке, принеся с собой навыки дистилляции. Ранние американские виски, многие из которых производились голландскими и немецкими иммигрантами, делались из ржи — неприхотливого злака, который часто использовали для восстановления истощенных табачных полей. Позже ситуация изменилась, когда правительство США стало поощрять выращивание кукурузы. В 1776 году губернатор штата Вирджиния (включавшего тогда территорию нынешнего Кентукки) предложил поселенцам бесплатную землю при условии её расчистки и засевания кукурузой.

После введения в 1791 году первого в истории США налога на производство спиртных напитков и подавления Вискиного восстания в западной Пенсильвании в 1794 году, многие дистилляторы переместились дальше на запад, чтобы избежать налогов и армии Вашингтона.

Вода, проходящая через известняковый пласт плодородных земель Кентукки (за пределами Аппалачей и досягаемости налоговиков), фильтруется от примесей, обогащается кальцием и приобретает уровень pH, благоприятный для ферментации. Доступ к чистой воде — общее условие для многих удаленных и живописных регионов, где зарождаются традиции производства виски. Однако такие описания часто опускают тот факт, что труднодоступная местность привлекала и самогонщиков, стремившихся укрыть перегонный куб от налоговых служб.

Со временем именно технологии, а не уклонение от налогов, стали двигателем роста глобальной индустрии виски. Некоторые достижения были получены благодаря кропотливому методу проб и ошибок — как, например, метод *sour mash* (кислого затора), разработанный шотландским иммигрантом доктором Джеймсом Кроу. Он сохранял часть отработанного сусла (в котором еще оставались живые дрожжи), чтобы предотвратить рост нежелательных бактерий и поддерживать стабильный pH в следующей партии.

Другое новшество, не прижившееся за пределами Теннесси, появилось в середине XIX века, когда основатель Jack Daniel’s Альфред Итон начал фильтровать свежеперегнанный спирт через древесный уголь из сахарного клена, чтобы удалить из него конгенеры до выдержки. Этот процесс стал отличительной чертой теннессийского виски по сравнению с бурбоном.

Самое ценное качество бурбонского виски — вклад обожжённого дуба в его вкусовой профиль — было впервые замечено дистиллерами благодаря покупателям в Новом Орлеане, которые начали заказывать виски из округа Бурбон в штате Кентукки по названию.

К моменту, когда кукуруза собиралась в конце лета, сбраживалась и перегонялась, реки уже замерзали, вынуждая производителей ждать весны, чтобы отправить бочки. Внутри бочки предварительно обжигались, чтобы удалить запахи от предыдущего содержимого. Когда виски прибывал в Новый Орлеан по реке Огайо, он уже обладал приятными характеристиками, приобретёнными от обожжённого дуба.

Пивовар Томас Молсон установил первый в Канаде перегонный куб для виски в 1801 году. С 1820-х годов к нему присоединились мельники, такие как Gooderham & Worts, Генри Корби и Джозеф Сиграм, которые начали дистиллировать виски, чтобы извлечь выгоду из излишков зерна, выращенного на их больших сельскохозяйственных землях. Детройтский бакалейщик Хайрам Уокер построил свою винокурню в Виндзоре (Онтарио) в 1858 году.



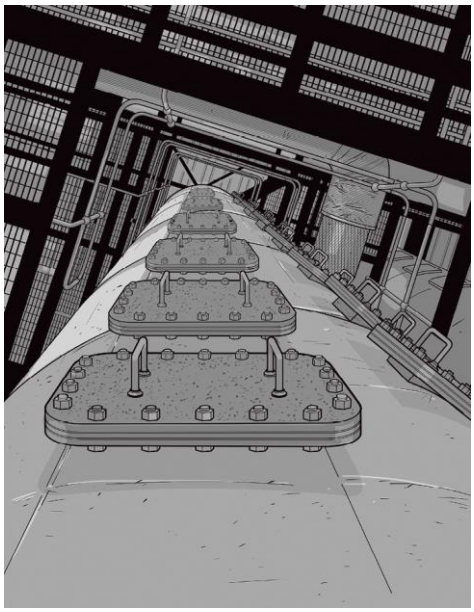
В 1887 году Канада первой на законодательном уровне ввела минимальный срок выдержки виски — один год, который был увеличен до двух лет в 1890 году. Впоследствии это подтолкнуло и другие страны к аналогичным мерам. В 1915 году в Великобритании был принят закон *Scotch and Irish Whisky Immature Spirits Act*, требовавший минимальную трёхлетнюю выдержку для всех виски, с оговоркой, что выдержка шотландского виски может проходить только в Шотландии.

Несмотря на важность выдержки в бочках, самым значительным технологическим прорывом в истории виски стало изобретение в 1827 году перегонного аппарата непрерывного действия шотландцем Робертом Стейном. Ирландский налоговый инспектор Энейс Коффи усовершенствовал и запатентовал его в 1830 году.

Аппарат Коффи позволял непрерывно производить более лёгкий по вкусу спирт с более высокой крепостью, чем традиционные перегонные кубы. Производители водки, джина и рома сразу оценили его возможности, но многие ирландские дистилляторы отвергли его для производства виски. Обладая крупнейшими в отрасли перегонными кубами, ирландцы уже создавали чистый, но насыщенный спирт и предпочитали сохранять характер напитка.

В то время большая часть виски в Великобритании продавалась невыдержанной, прямо из куба — через посредников, таких как шотландец Эндрю Ашер, агент Glenlivet в Эдинбурге. В 1853 году он создал первый купажированный солодовый виски (из нескольких односолодовых сортов). В 1860 году стало легально смешивать виски из перегонных кубов с виски, полученным на колонных аппаратах. Торговцы, такие как Chivas Brothers, John Walker, William Teacher и John Dewar, превратили шотландскую индустрию виски в мирового лидера, ориентированного на бренды, а не на географическое происхождение.

Многие ирландские и американские дистилляторы не знали, что думать о практически безвкусном зерновом спирте (перегнанном почти до крепости водки), который использовался для производства виски, и продолжали придерживаться традиционных методов. Согласно книге *Spirits Distilled*, шотландские, ирландские и американские производители обратились в королевскую комиссию с жалобами, но только в США был принят закон...



Закон *Bond Act* 1909 года в США потребовал чёткого разграничения между «straight» (чистыми) и «blended» (купажированными) виски. Канада приняла подобные меры раньше остальных, однако большинство ирландских производителей сопротивлялись до 1930-х годов.

Сухой закон стал серьёзным препятствием для ирландской виски-индустрии, особенно если сравнивать с шотландскими дистиллерами, которые, напротив, активно увеличивали

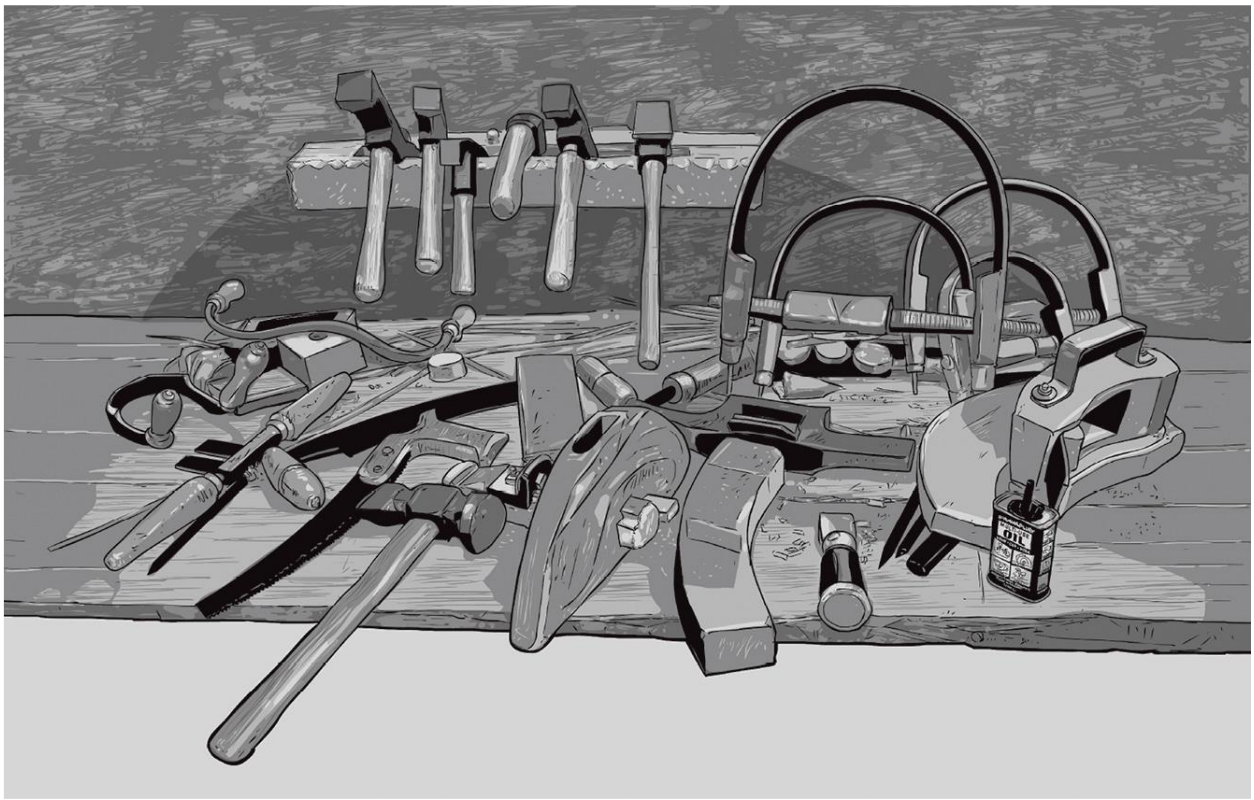
свою долю на американском рынке в это время. Когда сухой закон был отменён, у Канады и Шотландии уже имелись обширные запасы выдержанного виски, в то время как производители бурбона в Кентукки таких запасов не имели и оказались в невыгодной позиции.

На другом конце света японская виски-индустрия сделала первые шаги в 1923 году, когда Масатака Такэцуру, выходец из семьи сакеваров, вернулся из стажировки в Шотландии, чтобы помочь Синдзиро Тории открыть дистиллерию Yamazaki в Киото. В 1929 году они выпустили свой первый виски, после чего Такэцуру покинул компанию и основал собственную — *Dai Nippon Kaju* («Великая Японская Соковая Компания») на острове Хоккайдо, где начал с производства яблочного сока и вина. Первый виски он выпустил в 1940 году, а в 1952 переименовал компанию в *Nikka Whisky*.

Ирландский виски

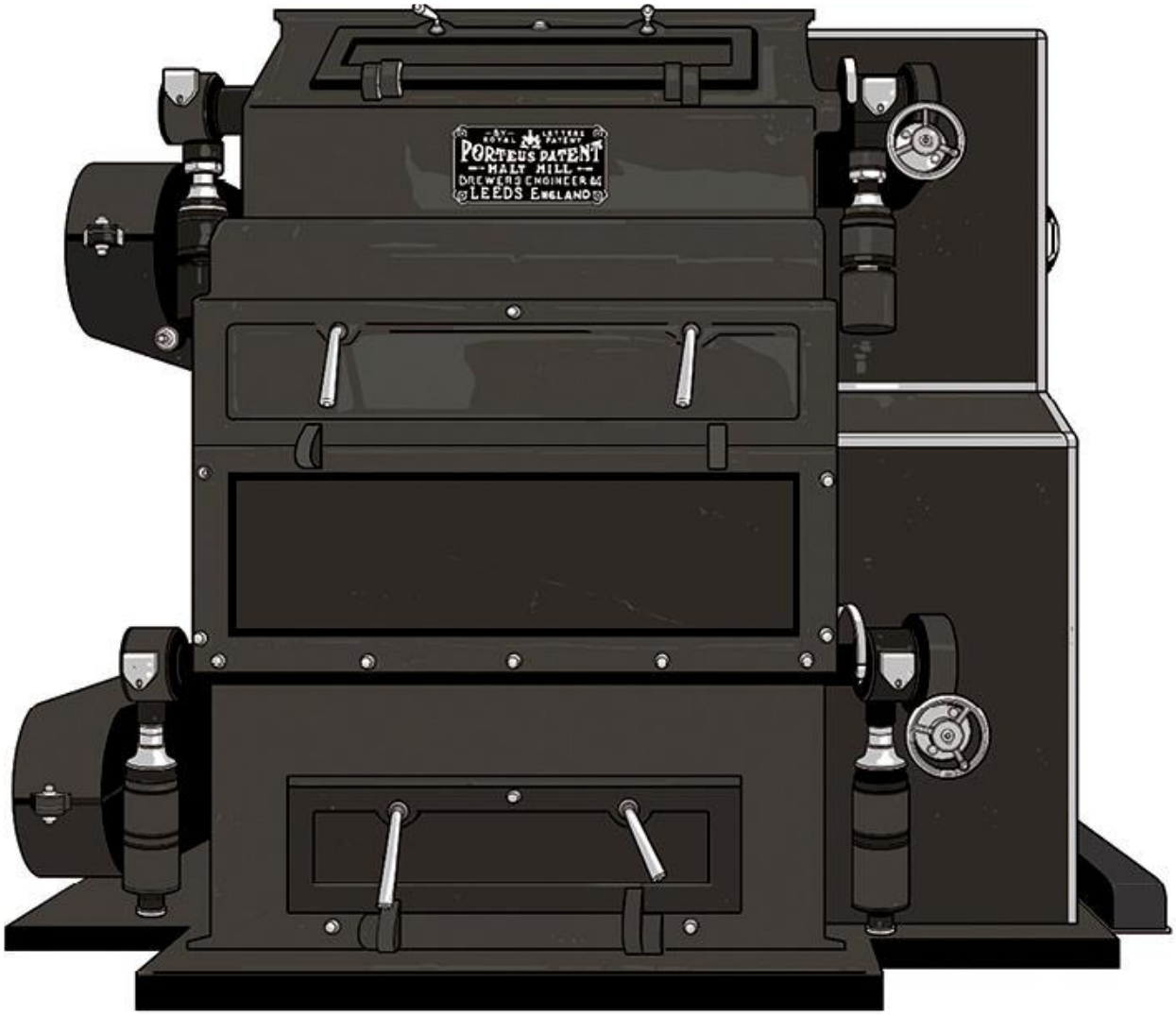
Ирландский солодовый виски — включая так называемый *pure pot still* (чистый перегонный) виски, производимый из смеси соложёного и несоложёного ячменя — перегоняется дважды или трижды в крупных медных кубах, что даёт более лёгкий дистиллят по сравнению с более приземистыми шотландскими перегонными аппаратами. Зерновые виски на основе кукурузы дистиллируются в колоннах до высокой крепости и используются для купажей, которые обязаны выдерживаться минимум три года в деревянных бочках — обычно это бывшие бурбонные, хересные или винные бочки. Указание возраста на бутылке относится к самому молодому спирту в составе.

К 1978 году в Ирландии осталось всего две винокурни: *Midleton* в графстве Корк и *Bushmills* в графстве Антрим. Обе принадлежали компании *Irish Distillers Ltd* (IDL). Спустя десятилетие Джон Тилинг открыл винокурню *Cooley*. Сегодня же в Ирландии насчитывается более двадцати новых производств различного масштаба, включая новые дистиллерии *Teeling* в Дублине и Дандолке, *Tullamore*, *Slane Castle*, *West Cork* и *Dingle*.



Шотландский виски

Blended Scotch (купажированный шотландский виски) производится из зернового виски, дистиллированного в колоннах из кукурузного или пшеничного сусла, с добавлением до 40% солодового виски, перегнанного в медных аламбиках. В Шотландии работают восемь зерновых и более ста солодовых винокурен, свободно обменивающихся спиртами между собой, что даёт купажистам огромный выбор. Весь скотч должен выдерживаться минимум три года; если на бутылке указан возраст, он относится к самому молодому компоненту в купаже.



Single malt (односолодовый) скотч должен быть произведён на одной винокурне исключительно из соложёного ячменя, который может быть высушен с использованием торфа. Его характерный дымный вкус сохраняется при двойной или тройной перегонке в аламбиках до крепости не более 70%. Форма, размер перегонных кубов и наклон отводящей трубы (*lyne arm*) сильно влияют на аромат и вкус спирта. Минимальный срок выдержки — три года, но чаще встречается выдержка от двенадцати лет. Купажи солодовых виски из разных винокурен называют *blended malts*, и они подчиняются тем же правилам.

Односолодовые виски не экспортировались за пределы Британии до 1960-х годов, поэтому классические коктейли со скотчем, как правило, готовились на купажированных версиях. Премиальные купажи с высоким содержанием солодового виски обычно

выдерживаются от 12 лет. Цены на шотландский виски могут быть высокими, поэтому стоит обращать внимание на менее известные бренды от независимых бутилировщиков, таких как Compass Box, Gordon MacPhail или Murray McDavid. Несмотря на индустриализацию, винокурни Balvenie, Springbank и Bruichladdich продолжают использовать традиционные методы производства с участием большого количества работников.

Американский виски

Термин *бурбон* относится к стилю виски, который может производиться только в США. Лучшие образцы всё ещё создаются рядом с округом Бурбон в штате Кентукки — единственном штате, который может быть указан на этикетке бурбона. Рецептура сусла должна содержать не менее 51% кукурузы, дополненной пшеницей или ржаным зерном по выбору производителя, а также соложёным ячменем для запуска брожения с использованием уникальных штаммов дрожжей. Добавки для усиления цвета или вкуса запрещены.



Все категории straight (чистый) бурбона, ржаного, кукурузного и теннессийского виски по закону должны перегоняться при крепости не выше 80% и разливаться в бутылки при крепости не ниже 40%, хотя на практике чаще встречается крепость около 50%.

Straight rye (чистый ржаной) виски изготавливается по тем же правилам, что и бурбон, но должен содержать не менее 51% ржи. Теннессийский виски практически идентичен бурбону, за исключением одного ключевого этапа — *процесса округа Линкольн*, при

котором свежеперегнанный спирт фильтруется через древесный уголь из сахарного клёна для удаления примесей (а значит, и части вкуса) перед заливкой в бочку.

Вермуты и ликёры, подавляющие тонкость теннессийского виски в коктейлях.

Прямые виски из Кентукки и Теннесси должны выдерживаться как минимум два года в новых обожжённых дубовых бочках объёмом 200 литров в хранилищах, подверженных влиянию климатических условий — холодных зим и жаркого лета, что способствует максимальному извлечению вкусов из древесины. Первоначально налог на виски, «бутылированное под залог» (bottled in bond), выплачивался только после выхода напитка из хранилища. Сегодня этот термин обозначает четырёхлетний виски, произведённый на одном и том же предприятии и бутилированный при крепости 50%. Бондерованные ржаные виски, такие как Rittenhouse, и бурбоны, например Old Grand-Dad, любимы барменами за их насыщенный характер, способный пробиться сквозь другие компоненты коктейля.



Бары обычно различают «пшеничные» виски, такие как Maker’s Mark, где пшеница используется в качестве основного дополнительного зерна к кукурузе в заторе, и виски с рожью, которая придаёт больше пряности. Важным фактором качества является также крепость: виски крепостью 80 proof (40% ABV, что является минимально допустимым по закону) не может сравниться по интенсивности с бондерованными релизами, такими как Old Grand-Dad, или виски крепости бочковой выдержки, например Booker’s. Возраст имеет меньшее значение для прямых американских виски, поскольку выдержка в новых дубовых бочках в климате с сильными перепадами температуры и влажности обеспечивает быстрое развитие вкуса.

Канадский виски

Канадский виски производится из свежего спирта, полученного из кукурузы, ячменя, пшеницы или ржи, осахарённых с помощью ячменного или ржаного солода; перегоняется в перегонных кубах или колонных аппаратах и выдерживается отдельно не менее трёх лет в бочках объёмом не более 700 литров, после чего купажируется и разливается по бутылкам. До 9,09% от объёма смеси может составлять добавка других спиртов, таких как бренди или вино. При таких мягких регламентирующих нормах, качество конечного продукта полностью зависит от добросовестности и амбиций мастера купажа.

Канадские виски в народе часто называют ржаными (rye), хотя большинство из них содержит лишь незначительное количество ржаного спирта. Несколько ярких, насыщенных виски — особенно ржаных — ранее предназначались для купажа с лёгкими зерновыми спиртами, но теперь выпускаются без купажирования, как, например, Lot 40, который я использую в коктейле Toronto (см. соответствующую страницу). Спрос на ржаной виски застал многих кентуккийских производителей врасплох после роста популярности классических коктейлей, поэтому некоторые американские бренды — такие как Whistle Pig и Lock, Stock and Barrel — закупают ржаной спирт в Канаде, где зрелого виски в избытке.

Японский виски

Крупнейшими производителями японского виски являются компании Suntory и Nikka. С 2001 года Япония стала одним из самых признанных регионов в мире виски, когда её односолодовые и купажированные виски начали побеждать шотландские образцы на международных конкурсах. В отличие от шотландцев, японские производители не обмениваются между собой спиртами, поэтому каждый дом выпускает широкий ассортимент виски из импортированного солода (с дымом и без) и кукурузы, дистиллируемых в перегонных кубах и колоннах разных форм, размеров и конструкций. Молодой спирт выдерживается в разнообразных бочках — включая японский дуб мизунара — на складах по всей территории страны.

Эксперт по японскому виски Стефан Ван Эйкен (Stefan Van Eycken) отмечает, что, хотя японские производители вдохновляются традиционной шотландской методикой, они, в отличие от шотландцев, не стремятся к стабильности от года к году, а следуют философии кайдзен — «непрерывного совершенствования».

Государственные нормы производства даже мягче, чем в Канаде, поэтому создание качественного виски в Японии — это акт доброй воли, а не соблюдение жёстких регламентов. За последние годы цены на японский виски стремительно выросли, сделав зрелые односолодовые и купажированные виски недоступными для использования в коктейлях.

Пару слов о крафтовом виски

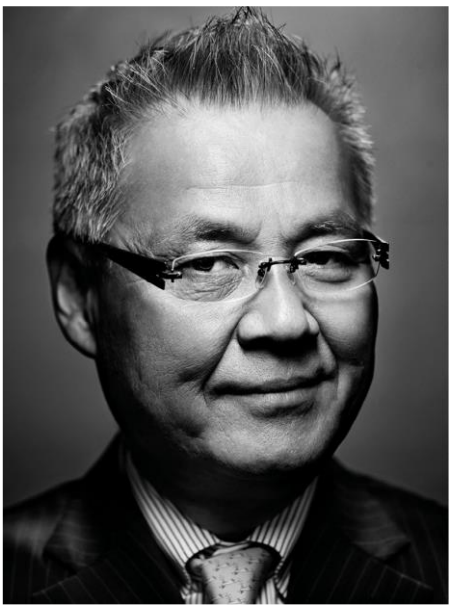
Вы можете задаться вопросом: где же обзор крафтового виски? Короткий ответ — пока особо нечего сказать. За исключением нескольких производителей, начавших с Anchor в 1993 году, большинство новых брендов виски существует менее десяти лет, а это, в пересчёте на виски-время, как младенческий возраст.

Ситуация ещё более усложняется, если учитывать компании вроде Whistle Pig, Bulleit, High West и Angel’s Envy, которые разливали виски, закупленный у сторонних производителей, под своим брендом, пока строили собственные дистиллерии или ждали, пока их собственный спирт достигнет зрелости.

Пройдёт ещё много лет, прежде чем можно будет сравнить покупной виски с тем, что дистиллируется и выдерживается на месте, и сделать какие-либо окончательные выводы. Некоторые производители, такие как Hudson из Нью-Йорка, обходят традиционные сроки выдержки, используя маленькие дубовые бочки, чтобы увеличить площадь контакта спирта с древесиной; другие, как Death’s Door, выпустили невыдержанный виски, рассчитывая, что потребители помогут покрыть расходы на производство.



Несмотря на то что именно крафтовики сегодня являются двигателем инноваций, слишком рано говорить о том, какие методы приживутся надолго. В конечном итоге главное условие производства качественного виски — это время. Мастер купажа Hiram Walker, Дон Ливермор, нашёл интервью 1895 года, в котором сам Хайрам Уокер признавался, что не стал бы строить дистиллерию (которая впоследствии стала крупнейшей в Северной Америке), если бы знал, что виски нужно выдерживать минимум два года: «необходимый капитал на сырьё и оборудование был бы слишком велик». Это урок для начинающих производителей и напоминание о том, что хороший виски приходит к тем, кто умеет ждать.

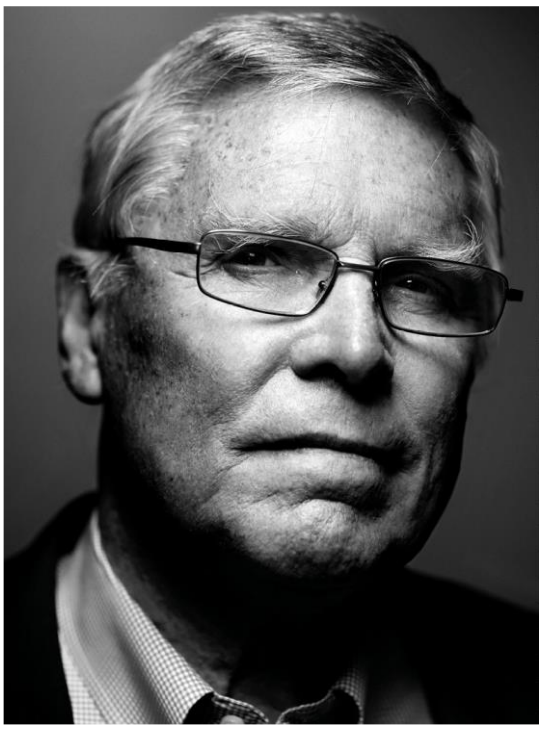


МАЙК МИЯМОТО

Мастер-дистиллятор

О ДИПЛОМАТИИ

«В последнее время у меня складывается ощущение, что наш виски всё чаще сочетается с другими вещами. Японская культура впитывает в себя элементы европейской, западной, китайской и индийской культур. Мы научились делать виски у шотландцев, но теперь производим виски в японском стиле. Японский виски, кажется, стремится к объединению с другими вещами. Японцы всегда стараются быть дружелюбными с окружающими. Мы очень миролюбивы, доброжелательны, скромны и с уважением относимся к своим соседям. Как виски, мы не стремимся завоевать мир. Мы предпочитаем, чтобы нас принимали мягко и с удовольствием.»



БИЛЛ СЭМЮЭЛС
Директор компании
О РЕМЕСЛЕННЫХ СПИРТНЫХ
«Когда вы говорите "ремесленный", я думаю о смелости. И о периоде с 1950 по 2000 год, когда в стране была всего одна ремесленная бурбон-дистиллерия — наша. Это либо было по-настоящему глупо, либо это была хорошая идея, но время для этого было ужасное. Или же это действительно было хобби отца, и его это не волновало, пока виски получался вкусным. И, думаю, всё-таки было последнее.»



ХАЙБОЛ

Происхождение

Происхождение хайбола и значение самого слова, вероятно, восходят к Ирландии или Шотландии. Вместо того чтобы распространять мифы, я обращу ваше внимание на 1940-е годы, когда скотч с содовой — хайбол — начал развиваться в отдельную категорию смешанных напитков.

Логика

В издании *The Fine Art of Mixing Drinks* 1948 года Дэвид Эмбери определяет хайбол как «любой высокий охлаждённый напиток (объёмом 180 мл или более), состоящий из основного ингредиента (алкогольного или безалкогольного), смешанного с газированным напитком, с или без добавления красителей и ароматизаторов, но определённо без лимонного или лаймового сока. Если добавляется цитрусовый сок, напиток становится Buck, Collins или Rickey, и больше не считается хайболом». Далее он пишет, что хотя можно использовать колу или имбирный эль, в классическом хайболе ожидается простая содовая вода. Примерно в это же время компания Suntory начала продвигать хайбол в Японии как способ подачи своего виски, и этот формат остаётся популярным по сей день. В лучших японских барах хайбол подают с различными марками японского виски и сверхгазированной водой из горных источников, в тонкостенных стеклянных бокалах, охлаждённых большими кристально чистыми кубиками льда.

Хаки

Хайбол стал настолько популярен в Японии, что его можно купить в банках из торговых автоматов. Компания Suntory создала специальную машину, которая подаёт его сверхохлаждённым с приятными пузырьками мельчайшего размера для избранных изакая (японских пабов). Обычно хайбол готовят на основе купажированного виски, но мне он

больше нравится с односолодовым. Если вы хотите украсить хайбол с японским виски, будьте сдержанны: максимум — листик мяты или долька лимона. Если вместо газированной воды используется негазированная, такой напиток называется Mizu-wari.

Рецепт
90 мл содовой воды
60 мл японского виски Yamazaki 12 лет
Украшение: отсутствует
Собрать в хайбольном бокале, наполненном крупными кубиками льда.



РОЗОВЫЕ ЩЁЧКИ

Происхождение

Я создал этот рецепт для статьи о праздничных приёмах для *Playboy*, которую редактировал Хью Гарви зимой 2012 года.

Логика

Хью попросил меня придумать праздничный пунш, который его читатели могли бы легко приготовить и подать во время каникул. Фотоотдел поставил условие: напиток должен быть красным. Как и в случае с большинством рецептов, публикуемых в национальных журналах, ингредиенты должны быть легко доступны. Sloe gin от Plymouth — ликёр на основе джина, настоянного на ягодах терна, — придаёт напитку цвет, а шампанское символизирует торжество и уравновешивает сладость ликёра. В 2012 году Tempus Fugit выпустили свой декадентский шоколадный ликёр, который подчёркивает ноты какао в ирландском виски из чистого перегонного куба и создаёт ощущение знакомого вкуса для менее искушённой публики. Праздничные коктейльные вечеринки — не лучшее место для сложных напитков, поэтому важно сосредоточиться на доступных, понятных вкусах. Если вы подаёте этот коктейль как пунш, не добавляйте шампанское до прихода гостей, чтобы сохранить его игристость.

Хаки

Каждый из этих ингредиентов — лидер в своей категории. Праздничные вечеринки — отличный повод потратиться, и в данном случае это действительно того стоит, так что заменяйте с осторожностью. В этом рецепте нет ничего сугубо сезонного, поэтому я подаю его круглый год.

Рецепт

60 мл шампанского Robert Moncuit Blanc de Blancs
22,5 мл ирландского виски Redbreast 12 лет

15 мл Plymouth sloe gin
15 мл тёмного шоколадного ликёра Tempus Fugit crème de cacao
15 мл лимонного сока
Украшение: колесико лимона

Смешать виски, sloe gin, шоколадный ликёр и лимонный сок со льдом, затем процедить в охлаждённый винный бокал, наполненный крупным кубиком льда. Долить шампанское. Украсить колесиком лимона.



STONE FENCE

Происхождение: В книге *Imbibe!* Дэвид Вондрич прослеживает происхождение рецепта до победы при форт Тикондерога во время Войны за независимость США в 1775 году, где его подавали как «дикую смесь» новоанглийского рома и сидра. Почти век спустя он появляется в *The Bar-Tenders Guide* Джерри Томаса 1862 года как бурбон-кулер, разбавленный нефильтрованным сидром.

Логика: Между временами Войны за независимость и эпохой Томаса бурбон завоевал популярность в Америке, тогда как сидр утратил былое значение. Дипломатичный Вондрич отдает должное Томасу за «утонченную и гладкую» версию, но упрекает его за «слабое» родство с «жидким мужеством», которое вдохновляло освободителей. Гибкость рецепта позволяет выбрать между двумя образами: утонченный напиток, достойный веранды с видом на каменный забор, или грубая смесь, поднимающая боевой дух перед штурмом вражеских укреплений. К счастью, в наши дни нефильтрованный сидр из старинных сортов яблок и насыщенные ароматом хого пот-стил рома вновь в моде, так что у вас есть множество вариантов помимо благородного бурбона.

Хитрости: Я добавил к версии Томаса кленовый сироп для глубины вкуса и воздержался от добавления биттера Angostura — но это не значит, что и вам стоит держать себя в руках. Если вы все же добавите биттер и замените бурбон на насыщенный ром, получится длинная версия классического коктейля Dick Bradsell — Treacle.

Рецепт:

- 90 мл нефильтрованного яблочного сидра

- 60 мл бурбона Old Grand-Dad bonded
- 7,5 мл кленового сиропа Grade A dark amber
- Гарнир: веер из яблока

Соберите все ингредиенты в охлажденном стакане коллинз, затем наполните льдом. Украсьте веером из яблока.



BROWN DERBY

Происхождение: Дейл ДеГрофф включил этот рецепт, впервые опубликованный в *Hollywood Cocktails* издательства Buzza & Cardozo в 1933 году, в свою книгу *The Craft of the Cocktail*. Он приписывает его заведению Vendôme Club — популярному месту среди знаменитостей в Голливуде, которое подавало коктейль в честь расположенного по соседству ресторана Brown Derby с куполообразной крышей на бульваре Уилшир.

Логика: Автор книги *Southern Spirits* Роберт Мосс провел собственное расследование и обнаружил, что Джордж Базза не нашел этот рецепт ни в Brown Derby, ни в Vendôme Club. «Самый первый (Absinthe cocktail) и самый последний (Zazarac) рецепты в книге — это дословные заимствования из *The Savoy Cocktail Book*, как и десятки других между ними», — говорит Мосс. Он считает, что Базза просто переименовал коктейль De Rigueur из книги *Here's How* Джаджа Джуниора в Brown Derby. В самой ранней версии использовался скотч, но Краддок и Базза оставили выбор алкоголя открытым. Поэтому я, как и Дейл, предпочитаю смешивать его с бурбоном.

Хитрости: Этот рецепт хорошо работает с различными видами виски, включая односолодовый скотч, ржаной виски или бурбон. Качество коктейля зависит от соотношения грейпфрутового сока и медового сиропа, которое можно адаптировать под вкус гостя. Сок Ruby Red гораздо слаще, чем желтый грейпфрут, но уступает по аромату редкому белому грейпфруту, который прекрасно сочетается с медом из полевых цветов.

Если заменить грейпфрутовый сок на лимонный в бурбоновой версии, получится коктейль Gold Rush; а если заменить мед на малиновый кордиал в ржаной версии — получится Blinker.

Рецепт:

- 60 мл бурбона Maker’s Mark
- 30 мл грейпфрутового сока
- 22,5 мл медового сиропа
- Гарнир: отсутствует

Встряхните с льдом, затем процедите через сито в охлажденный бокал-купе.



MINT JULEP

Происхождение: Джулепы (в отличие от этого варианта) восходят к XIV веку. Те, что представляют для нас интерес, появились в XVIII веке, когда к классическому Sling (спиртное, сахар, вода) начали добавлять мяту.

Логика: Лед превратил эту смесь в национальное достояние в начале XIX века — и стал одной из причин её упадка в XXI. Традиционные кубики льда тают слишком медленно, чтобы должным образом разбавить Julep, и их поверхность недостаточна для того, чтобы быстро охладить напиток и сохранить его структуру во время неспешного употребления. Идеальный лед для подачи Julep — это лед, раздробленный молотком и либо повторно замороженный, либо добавленный в предварительно охлажденную кубок. Лед в виде «гальки» из машины Scotsman не такой холодный, но равномерно тает и охлаждает, а также не прилипает к бокалу, как это делает колотый лед. Для баланса вкуса рекомендуется использовать бурбон повышенной крепости и исключительно свежую мяту. Металлическая трубочка — приятная деталь.

Хитрости: Джулепы XIX века, описанные, например, в *The Bar-Tenders Guide* Джерри Томаса, готовились с использованием благородных вин, французских бренди, выдержанных женевров и насыщенных ямайских ромов. В качестве гарнира использовались не только мята, но и фрукты и ягоды. Всё это до сих пор допустимо в виде замен. Я бы отказался от фруктов и слегка присыпал листья мяты сахарной пудрой, если оформление должно быть особенно изящным.

Рецепт:

- 75 мл бурбона Booker’s
- 15 мл сахарного сиропа
- 8 листьев мяты (плюс 3 веточки мяты для украшения)

В охлаждённом кубке для Julep разомните листья мяты с сахарным сиропом, добавьте бурбон и наполните кубок льдом в виде «гальки». Перемешайте (swizzle), затем добавьте еще льда. Украсьте букетом мятных веточек.



BLOOD AND SAND

Происхождение: Этот коктейль был назван в честь немого фильма с одноимённым названием, премьера которого состоялась в 1922 году в театре Rialto в Лос-Анджелесе. Рецепт впервые опубликован в *The Savoy Cocktail Book* Гарри Крэддока в 1930 году.

Логика: Рудольф Валентино исполняет роль обречённого матадора, чья любовь мешает его рассудительности на арене, что и становится причиной его гибели. Оригинальный рецепт предусматривает равные части всех ингредиентов, но, на мой взгляд, такая пропорция делает напиток водянистым. Лучше увеличить долю скотча и выбрать купаж или солод, достаточно выразительный, чтобы не теряться на фоне остальных компонентов. Апельсиновый сок зачастую губит коктейль, и важен способ его получения: используйте ручной пресс или соковыжималку Sunkist, чтобы избежать горечи от белой части кожуры.

Хитрости: Кроваво-красный апельсиновый сок был бы эффектным символическим дополнением, но тогда следует уменьшить количество сладкого вермута и вишнёвого ликёра, чтобы сбалансировать сладость. Cherry Heering работает отлично, но также стоит попробовать Cazottes или Luxardo Sangue Morlacco с ярким вкусом свежей вишни. Апельсиновая цедра — приятное дополнение; подойдут и вишни в бренди.

Рецепт:

- 45 мл купажированного скотча Johnnie Walker Black

- 22,5 мл апельсинового сока
- 15 мл Carpano Antica Formula (сладкий вермут)
- 15 мл Cherry Heering

Встряхните с льдом и процедите через мелкое сито в охлаждённую коктейльную рюмку.



HOT WHISKEY

Происхождение: Этот рецепт представляет собой гибрид Irish Whiskey Punch Джерри Томаса — приготовленного из «чистого ирландского виски», горячей воды и лимонного олео сакхара, — и его Whiskey Skin, подаваемого с виски, горячей водой и лимонной цедрой без сахара. Обе версии впервые опубликованы в *The Bar-Tenders Guide* 1862 года. Дэвид Уондрич датирует первое упоминание hot toddy (как сегодня мы называем этот напиток) 1750-ми годами и называет его «неотъемлемой частью американского питейного быта более века» в *Imbibe!*.

Логика: Когда я впервые оказался в Ирландии в 1997 году, в пабе в Голуэе в дождливый день я заметил, как посетитель потягивал этот тёплый напиток, который местные называли “hot whiskey”, — и заказал себе такой же без колебаний. Будучи уроженцем Среднего Запада и барменом, воспитанным в Висконсине, я знал толк в toddy, но никогда не пробовал его с лимонной долькой, утыканной гвоздикой, — она исполняет ту же функцию, что и пенка у Irish Coffee: смягчает пар и сохраняет тепло. Поскольку алкоголь закипает при температуре ниже, чем вода, при прямом добавлении кипятка в алкоголь начинается испарение, которое отталкивает всех, кроме самых смелых. Лимон всплывает и блокирует пар, а тепло активизирует аромат гвоздики.

Хитрости: Я предпочитаю ирландский виски, перегнанный в традиционных pot still, но подойдут и выразительные купажи. Почти любой выдержанный дистиллят будет хорош в toddy. Можно подсластить напиток сахаром, сиропом агавы или кленовым сиропом, а вместо воды использовать чай. Во времена Томаса toddy украшали мускатным орехом, но гвоздика и корица тоже отлично работают.

Рецепт:

- 120 мл горячей воды
- 45 мл ирландского виски Powers

- 30 мл мёдового сиропа

Украшение: долька лимона, утыканная 3 гвоздиками
Соберите ингредиенты в предварительно подогретой термостойкой кружке. Украсьте лимонной долькой.



IRISH COFFEE

Происхождение: Кофе по-ирландски был придуман Джо Шериданом для группы американских пассажиров, чей рейс был задержан из-за непогоды на авиабазе Фойнс в 1942 году. Рецепт получил широкую известность благодаря тревел-писателю Стэнтону Делаплейну, который позже попробовал напиток в аэропорту Шеннон и в 1952 году привёз его в бар The Buena Vista в Сан-Франциско, где его подают и по сей день.

Логика: Большинство барменов готовят этот напиток с лёгким купажированным ирландским виски, чьи тонкости теряются на фоне кофе, особенно если его перегреть на плите, что приводит к окислению и жжёному вкусу. Чтобы избежать этого, в Dead Rabbit варят насыщенную кофейную смесь, смешивают её с сахаром, разливают по бутылкам и хранят в водяной бане при нужной температуре, предотвращая окисление и перегрев. При подаче в стакан наливают виски и подслащённый кофе, а затем сверху аккуратно выливают жирные сливки, взбитые до консистенции, позволяющей им плавно лечь на поверхность. Сливки придают напитку бархатистость, смягчают температуру и задерживают испарение алкоголя.

Хитрости: Традиционно подаётся в бокале на ножке объёмом 180 мл, поэтому объём кофе стоит сократить до 90 мл, а виски — до 37 мл, чтобы осталось место для сливок. Можно посыпать свежевзбитые сливки щепоткой мускатного ореха, как это делали раньше в Dead Rabbit.

Рецепт:

- 120 мл сваренного кофе
- 45 мл ирландского виски Redbreast 12 лет
- 15 мл сахарного сиропа

- Свежевзбитые сливки — для слоя сверху

Украшение: отсутствует
Соберите кофе, виски и сироп в предварительно подогретой термостойкой кружке. Сверху аккуратно влейте сливки.



BOBBY BURNS

Происхождение: Этот рецепт впервые появляется под названием “Baby Burns” в издании *Fancy Drinks* компании Bishop & Babcock 1900 года, которое чередует страницы с ценами и рецептами. Затем он упоминается как “Robert Burns” с ирландским виски (!), сладким вермутом и абсентом в *Jack’s Manual* (1910) и *Drinks* (1914), а в *Recipes for Mixed Drinks* (1917) появляется уже в более разговорной форме — “Bobby Burns” с оригинальной рецептурой. В *The Fine Art of Mixing Drinks* (1948) Дэвид Эмбери ещё больше усложнил ситуацию, представив “Bobbie Burns” с Drambuie вместо Bénédictine и добавлением биттера.

Несмотря на то что коктейль назван в честь поэта Роберта Бёрнса — национального героя Шотландии, напиток трудно назвать локальным, если учитывать происхождение сладкого вермута и его ключевую роль в рецепте. Связь между Bobby Burns и Rob Roy подобна связи между Brooklyn и Manhattan: ликёры в одном случае заменяют биттеры в другом, выполняя ту же связующую функцию между вермутом и виски.

Хитрости: Изначально напиток украшался цедрой лимона, но Дейл ДеГрофф в 1990-х начал подавать его в Rainbow Room в Нью-Йорке с шотландским песочным печеньем на День Роберта Бёрнса (25 января), и эта традиция прижилась. Учитывая разнообразную историю коктейля, допустимы разные версии, но основное внимание стоит уделить гармонии между скотчем, вермутом и Bénédictine.

Рецепт:

- 60 мл шотландского купажированного солодового виски Compass Box Oak Cross
- 22 мл сладкого вермута Martini Rosso
- 7 мл ликёра Bénédictine
- Песочное шотландское печенье (по возможности Walker’s) — к подаче

Украшение: отсутствует
Смешать все ингредиенты со льдом, процедить в охлаждённый коктейльный бокал.
Подавать с печеньем на стороне.



BROOKLYN

Происхождение: Этот коктейль впервые появился в *Jack's Manual* Джека Грохуско в 1908 году, в оригинальной версии с использованием сладкого вермута. Позже, в *Drinks* Жака Штрауба (1914), сладкий вермут был заменён на сухой — в этом виде рецепт дошёл до нашего времени.

Логика: В 2004 году *Brooklyn* был включён в книгу Теда Хейга *Vintage Spirits and Forgotten Cocktails*, став одним из тех «потерянных» рецептов, которые вновь заинтересовали барменов, в том числе благодаря упоминанию Amer Picon — биттера, который до сих пор официально не поставляется в США. Многие манхэттеноподобные коктейли начала XX века (включая *El Presidente, Algonquin* и *Blackthorn*), в оригинале приготовленные с сухим вермутом, на практике лучше звучат с более сладким и нейтральным Chambéry blanc — таким, как Dolin Blanc. Окисленные ноты сухих вермутов (например, Noilly Prat) плохо сочетаются с фруктовыми компонентами: вишней, ананасом и терном.

Хитрости: Современный Amer Picon имеет пониженное содержание алкоголя и ослабленную горечь. Его можно заменить на Bigallet China-China или Amaro Cora, обладающие ярким апельсиновым вкусом и богатой горечью. Эта формула породила немало вариаций, названных в честь районов Бруклина, включая *Red Hook* Энцо Эррико из Milk & Honey.

Рецепт:

- 60 мл ржаного виски Rittenhouse bonded
- 22 мл вермута Dolin blanc
- 7 мл ликёра Luxardo maraschino
- 7 мл ликёра Bigallet China-China Amer

Украшение: отсутствует
Смешать со льдом, процедить в охлаждённый коктейльный бокал.



MANHATTAN

Происхождение: Согласно *Imbibe!*, этот коктейль уже пользовался широкой популярностью к моменту публикации *The Modern Bartenders' Guide* О. Х. Байрона в 1884 году. Хотя точное происхождение не подтверждено, считается, что он был создан в Manhattan Club в Нью-Йорке.

Логика: Байрон приводит два рецепта Manhattan: оба включают сироп гумми и биттер Angostura; в первом используется французский вермут, а во втором — итальянский вермут и кюрасао. Гарнир не указан. Ранние вариации коктейля представляли собой адаптации *Improved Whiskey Cocktail*, но с заменой части ингредиентов на вермут — это и стало новаторским шагом. Сегодня при выборе рецепта главное — подобрать вермут с ботаническими нотами, хорошо сочетающимися с характером используемого виски. Биттер служит связующим элементом.

Хитрости: В Employees Only Manhattan подают с 15 мл кюрасао — это вкусная отсылка к ранним рецептам. Хотя вишня считается традиционным гарниром, скрученная цедра апельсина может стать достойной заменой, особенно если в баре нет настоящих бренди-вишен. Кислотно-красные вишни из супермаркета лучше оставить к мороженому.

Рецепт:

- 60 мл бурбона Buffalo Trace
- 30 мл вермута Martini Rosso
- 2 капли биттера Angostura

Украшение: 3 бренди-вишни
Смешать со льдом, процедить в охлаждённый бокал-купе. Украсить вишнями на шпажке.



BOULEVARDIER

Происхождение: Этот рецепт был опубликован в *Barflies and Cocktails* в 1927 году вместе с личными рецептами преданных завсегдатаев бара Гарри Макэлоуна. По его словам: «Пора всем хорошим барным мухам прийти на помощь вечеринке, ведь Эрскин Гвин представил свой Boulevardier: ⅓ Campari, ⅓ итальянского вермута, ⅓ бурбона». Гвин был американским экспатом в Париже и основал литературный журнал *The Boulevardier* в том же году.

Логика: Раздел с коктейлями, придуманный гостями бара, был беспрецедентным на тот момент. В *Harry's ABC of Mixing Cocktails* рецепт указан с Canadian Club — вероятно, тогда именно его наливали по умолчанию, когда заказывали коктейль с ржаным виски.

Хитрости: Я предпочитаю использовать двойную порцию ржаного виски, но можно смешивать в равных частях с бурбоном, как делал Гвин, или использовать Canadian Club — как это делали в Harry's. Рецепт допускает широкий диапазон замен: подойдут разные виски, вермуты и биттеры. Ботанические ноты вермута di Torino прекрасно сочетаются с выдержанными в дубе американскими виски. Замените сладкий вермут на сухой — и получится Old Pal.

Рецепт:

- 60 мл ржаного виски Wild Turkey 101
- 30 мл вермута Cocchi di Torino
- 30 мл Campari

Украшение: цедра апельсина
Смешать со льдом, процедить в охлаждённый бокал со сферическим льдом. Украсить цедрой апельсина.



SAZERAC

Происхождение: Согласно *Imbibe!*, коктейль Sazerac получил популярность благодаря Уильяму Х. Уилкинсону в начале XX века в Sazerac House Bar, принадлежавшем Thomas H. Handy & Co., которая также производила Handy’s Bitters по рецепту, приобретённому у A. A. Peychaud.

Логика: Этот коктейль — яркий пример пространственного наслаивания вкусов в бокале, подобно тому, как шеф-повар выстраивает композицию блюда. Ополаскивание бокала абсентом (вместо добавления его в сам напиток) создаёт ароматную атмосферу, которая затем объединяется с коктейлем при первом глотке. Далее лимонное масло, выжатое из твиста, покрывает поверхность напитка и взаимодействует с абсентом. Эта ароматическая «глазурь» приглушает крепость алкоголя ровно настолько, чтобы дать гостю время на адаптацию к сложной вкусовой композиции, которая раскрывается с каждым глотком. Многие гости имеют чёткие предпочтения относительно Sazerac, поэтому всегда уточняйте, предпочитают ли они только Peychaud’s или в сочетании с Angostura, а также какой подсластитель — сахарный кубик или сироп.

Хитрости: До легализации абсента в 2007 году коктейль часто готовили с Herbsaint — местным новоорлеанским анисовым ликёром, который отлично справляется с ролью зелёной феи. Возможность заменить ржаной виски на коньяк, или использовать его в тандеме, как дань французскому наследию Нового Орлеана, часто вызывает восторг у гостей.

Рецепт:

- 60 мл ржаного виски Sazerac
- 1 кусочек тростникового сахара (Demerara)
- 3 капли биттера Peychaud’s
- 2 капли биттера Angostura
- Абсент Jade Nouvelle Orleans для ополаскивания

- Цедра лимона

Размять сахар с биттерами, добавить виски. Перемешать со льдом и процедить в охлаждённый бокал, ополоснутый абсентом. Выжать цедру лимона над напитком и выбросить её.



OLD-FASHIONED WHISKEY COCKTAIL

Происхождение: Впервые коктейль был определён 6 мая 1806 года в *The Balance and Columbian Repository* как «бодрящее спиртное, состоящее из любого вида алкоголя, сахара, воды и биттера». К тому моменту, когда он впервые появился в профессиональном барном руководстве — *The Bartender's Manual* Теодора Прукса в 1888 году — его уже называли «старомодным».

Логика: Дэвид Уондрич прослеживает первое появление рецепта до 1833 года, где в основе был ром, женевер или бренди — виски тогда считался слишком грубым для употребления в приличном обществе. Сегодня лучше уточнить у гостя, предпочитает ли он классическую подачу, или ожидает версию с апельсином и вишней. Во втором случае половинку дольки апельсина и пару вишен обычно разминают вместе с сахаром и биттером, а напиток процеживают в бокал без мякоти. Коктейль можно приготовить прямо в бокале, в котором он подаётся, либо в смесительном стакане и затем процедить на свежий лёд. Некоторые бармены используют сахарный кубик, другие — сироп; также используются разные виды цитрусовых цедр.

Хитрости: Единственное, что по-настоящему священно в этом рецепте, — это его простота. Базовый спирт можно комбинировать, тип сахара — варьировать, а цедру можно брать лимонную, апельсиновую, грейпфрутовую или лаймовую — в зависимости от используемого алкоголя. Благодаря лаконичности рецепта, именно он стал «матерью всех коктейлей». Так что лучшее стекло и идеальный лёд здесь будут как нельзя кстати. Для снобизма оставьте другой коктейль.

Рецепт:

- 60 мл ржаного виски Wild Turkey 101
- 1 кусочек сахара
- 2 капли биттера Angostura
- Украшение: цедра лимона и апельсина

Размять сахар с биттером, добавить виски. Перемешать со льдом, затем процедить на крупный ледяной шар в охлаждённый бокал. Украсить цедрой лимона и апельсина.



TORONTO

Происхождение: Рецепт коктейля под названием Fernet Cocktail, в котором смешивали равные части фернета и либо коньяка, либо ржаного виски, впервые был напечатан в книге Роберта Вермейра *Cocktails: How to Mix Them* в 1922 году с примечанием: «этот коктейль особенно ценится канадцами из Торонто».

Логика: Похожий рецепт под названием King Cole Cocktail появился ранее — в 1916 году в книге Хьюго Энсслина *Recipes for Mixed Drinks* с бурбоном вместо ржи и украшением из апельсина и ананаса. Гарри Краддок, позаимствовавший множество коктейлей из справочника Энсслина, предложил версию с ржаным виски или Canadian Club: оба варианта King Cole использовали фернет вместо биттера Angostura, придерживаясь пропорций Old-Fashioned. В издании *The Fine Art of Mixing Drinks* 1948 года Дэвид Эмбьюри сделал коктейль крепче, увеличив долю виски, и закрепил за ним название Toronto вместо Fernet, Canadian или King Cole. Эмбьюри готовил коктейль с канадским виски, без биттера Angostura, с апельсиновой цедрой по примеру Краддока, в отличие от лимонной у Вермейра.

С учётом насыщенного вкуса Fernet-Branca и мягкости большинства канадских виски, его следует использовать в небольшом количестве. Канадский Lot No. 40 из 100% ржаного солода, дистиллированный в перегонных кубах, обладает достаточной мощью, чтобы выдержать горечь фернета. Если канадский ржаной виски недоступен, подойдёт американский Kentucky straight rye, например, Wild Turkey или Rittenhouse.

Хитрости: Канадец Джейми Будро подаёт коктейль с подожжённой апельсиновой цедрой. В дополнение к различным ржаным виски стоит поэкспериментировать с новыми фернетами на рынке США, например, Leatherbee из Чикаго или Contratto из Италии. Лимонную цедру по-прежнему можно использовать — она тоже хорошо сочетается.

Рецепт:

- 60 мл канадского ржаного виски Lot No. 40
- 7 мл Fernet-Branca
- 7 мл сиропа из Демерары
- 2 капли биттера Angostura
- Украшение: апельсиновая цедра

Перемешать со льдом и процедить в охлаждённый бокал-купе. Украсить апельсиновой цедрой.



BROWN BOMBER

Происхождение: Я создал этот коктейль для меню PDT весной 2008 года.

Логика: Suze не импортировался в США до начала 2012 года, но благодаря популярности White Negroni от Уэйна Коллинза (с Plymouth gin, Lillet blanc и Suze) у нас всегда была бутылка под рукой, а международные гости часто привозили её нам. Джин и виски из Теннесси — оба сухие, крепкие, ароматные спирты, которые отлично сочетаются с Lillet и Suze, поэтому я заменил джин на виски и дал коктейлю новое имя. Название отсылает к его крепости (олицетворённой боксёром Джо Луисом, прозванным Brown Bomber), а также к выражению "getting bombed" (перебрать с алкоголем) и к янтарному оттенку коктейля.

Хитрости: Коктейль хорошо работает с большинством Kentucky straight bourbon вместо Dickel No. 12. Я бы посоветовал придерживаться Lillet, так как Cocchi Americano редко удачно его заменяет, а Kina L’éro d’Or слишком сладкий для этого рецепта. Suze можно заменить на Avèze Gentiane при необходимости.

Рецепт:

- 60 мл Tennessee виски George Dickel No. 12
- 22,5 мл Lillet blanc
- 15 мл Suze Saveur D’Autrefois
- Украшение: цедра лимона

Перемешать со льдом и процедить в охлаждённый бокал-купе. Украсить лимонной цедрой.



PURPLE RAIN

Происхождение: Я создал этот коктейль осенью 2013 года, чтобы подать его перед ужином в McCrady’s, организованным шефом Шоном Броком в рамках гастрономического фестиваля *Cook It Raw* в Чарлстоне, Южная Каролина.

Логика: Основная идея *Cook It Raw* — собрать шефов со всего мира, чтобы они изучили кулинарные традиции региона, где проходит событие, и применили их в своём собственном стиле, готовя для местного сообщества. Я создал этот вариант bourbon sour в честь истории ресторана McCrady’s, здание которого было построено в конце XVIII века импортером мадеры, а также в дополнение к ярко-зелёному коктейлю, предложенному барменом заведения Райаном Кейси. Название “Purple Rain” — отсылка к знаменитой песне Принса — обыгрывает фиолетовый оттенок Crème Yvette и мадеры *rainwater* (исторический стиль, произведённый из винограда Verdelho с добавлением двух выдержанных партий Tinta Negra Mole), которая добавляет кислотность и балансирует сладость.

Хитрости: Мадера *rainwater* — ключевой ингредиент, её лучше не заменять. Crème Yvette более сбалансирован, чем crème de violette, но последний допустим как замена. Лучше использовать бурбон на основе пшеницы, например Maker’s Mark или W. L. Weller. Консервированный ананасовый сок использовать не стоит.

Рецепт:

- 45 мл бурбона Maker’s Mark
- 22,5 мл мадеры Rare Wine Co. *rainwater*
- 15 мл Crème Yvette
- 15 мл лимонного сока
- 15 мл ананасового сока
- Украшение: коктейльная вишня в бренди

Встряхнуть со льдом и процедить через мелкое сито в охлаждённый бокал-купе. Украсить вишней.



CAMERON’S KICK

Происхождение: Этот рецепт появляется в издании *ABC of Mixing Cocktails* Гарри Макэлоуна 1922 года с примечанием «Orgeat Syrup is manufactured with almonds» («Сироп оргеат производится из миндаля») вместо информации о том, кто такой Кэмерон, где и кем был создан коктейль — хотя многие другие рецепты в книге сопровождаются подобными сведениями.

Логика: Необычность и запоминаемость этого коктейля — в использовании оргеата как единственного подсластителя и в спиртовой базе, разделённой между ирландским и шотландским виски. В коктейлях того времени было более привычным сочетание спиртов из разных категорий. «Kick» (удар, толчок) в названии очевидно отсылает к мощи двух видов виски, и выбранные бренды сильно повлияют на вкус напитка. Можно предположить, что изначально использовались более лёгкие купажи, но применение более выдержанных блендов, односолодовых, чисто ирландских pot still или торфяных виски даст совершенно разные «удары».

Хитрости: В тексте ясно указано, что оргеат должен быть произведён из миндаля, поэтому искусственный миндальный сироп не подойдёт. В оригинале не предусмотрено украшение, но лимонная цедра будет уместна.

Рецепт:

- 30 мл шотландского виски Dewar’s White Label
- 30 мл ирландского виски Bushmills Original
- 22,5 мл лимонного сока
- 15 мл оргеата Small Hand Foods
- Украшение: отсутствует (по желанию — цедра лимона)

Встряхнуть со льдом и процедить через мелкое сито в охлаждённый бокал-купе.



FOR PEAT’S SAKE

Происхождение: Джефф Белл и я создали этот коктейль для осеннего меню PDT в 2011 году.

Логика: Всё началось с типичной для барменеджера задачи: необходимость «разгрузить» избыточный продукт, чтобы снизить инвентарную стоимость. В тот раз таким продуктом оказался абсент Pernod, который требует сильных партнёров, чтобы раскрыться, и тщательно подобранного рецепта, позволяющего всем ингредиентам зазвучать. Мы взяли за основу коктейль *Last Word*, заменили джин — который «терялся» на фоне абсента — на один из самых торфяных солодов и вместо лайма добавили сельдереевый сок, чтобы объединить морской характер скотча с травяными нотами других компонентов. Пропорции 1:1:1:1 не сработали, и мы скорректировали их.

Хитрости: У Luxardo maraschino и зелёного Chartreuse практически нет достойных замен, но марку абсента, точные пропорции и выбор торфяного солода можно варьировать в зависимости от предпочтений гостя. Оригинальный рецепт готовился с Ardbeg 10-летней выдержки. Подбирать баланс между скотчем и абсентом — почти как лавировать между Сциллой и Харибдой. Что касается названия — если сможете придумать игру слов получше, дерзайте; ведь всё было ради инвентаря.

Рецепт:

- 45 мл сельдереевого сока
- 30 мл шотландского виски Bruichladdich Octomore
- 15 мл зелёного Chartreuse
- 15 мл ликёра Luxardo maraschino
- 7,5 мл абсента Pernod
- Украшение: отсутствует

Встряхнуть со льдом, затем процедить через мелкое сито в охлаждённый бокал-купе.



ДЖОРДЖ ВАШИНГТОН

Происхождение: Я создал этот коктейль для меню PDT летом 2013 года.

Логика: Время от времени появляется продукт, который просто взрывает сознание. Так произошло, когда независимый бутилировщик и импортер спиртного в США Николя Палаззи познакомил меня с ликёром из диких вишен Cazottes. Я умолял продать мне всё, что возможно, и на фоне скромного объема производства (всего 600 бутылок в год) мне досталось лишь двенадцать 375-миллилитровых бутылок. Я хотел создать коктейль, который бы подчеркнул этот ликёр. Вместо того чтобы взять готовый рецепт с вишнёвым ликёром, вроде *Blood and Sand*, я выбрал *Tompkins Square* — вариацию на тему *Vieux Carré*, в которой кирш заменяет коньяк. Мне понравилось, как работает вишня в этом контексте, и я переработал рецепт, сделав яблочный бренди со-базой, а ликёр из диких вишен — заменой Bénédictine.

Хитрости: Я пробовал этот коктейль с чистым яблочным бренди, но больше нравится с яблочным дистиллятом (applejack). В качестве замены Wild Turkey подойдут любые крепкие ржаные виски из Кентукки, но мой выбор — за Turkey. Allspice Dram от St. Elizabeth подойдёт, но Bitter Truth, как ни парадоксально, менее горький. Достать ликёр Cazottes сложно, поэтому рекомендую искать менее известный *Sangue Morlacco* от Luxardo.

Рецепт:

- 30 мл яблочного дистиллята Laird’s Applejack
- 30 мл ржаного виски Wild Turkey 101 proof
- 22,5 мл вермута Cocchi Vermouth di Torino
- 22,5 мл ликёра из диких вишен Cazottes

- Алспайс-ликёр Bitter Truth Pimento Dram — для ринса
- Украшение: 3 вишни в бренди на шпажке

Смешайте все ингредиенты, кроме алспайс-ликёра, со льдом, затем процедите на один крупный куб льда в охлаждённый рокс, ополоснутый Bitter Truth Pimento Dram. Украсьте вишнями.



DUBOUDREAU COCKTAIL

Происхождение: Я создал этот коктейль для меню PDT весной 2009 года.

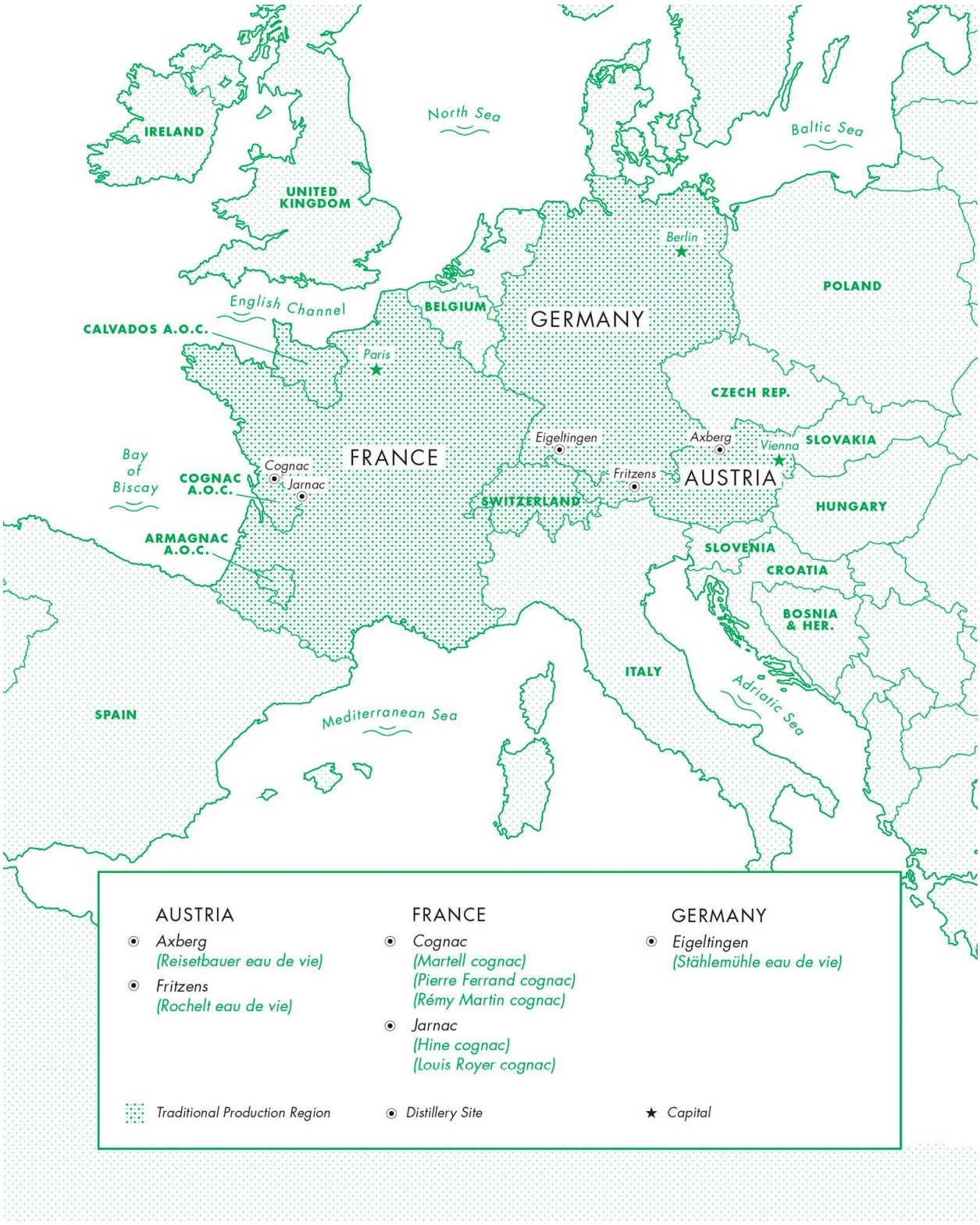
Логика: Один из самых запоминающихся коктейлей, с которыми я столкнулся, работая заместителем редактора *Food & Wine Cocktails 2008, — Cooper's Cocktail* Джейми Будро. Этот горько-сладкий коктейль был назван в честь основателя St-Germain Роба Купера и готовился из ржаного виски, St-Germain и Fernet-Branca, подавался в коктейльном бокале с цедрой апельсина. Мне понравилось сочетание вкусов, но я счёл, что Fernet и St-Germain подавляют виски, поэтому переработал рецепт в вариацию на тему *Brooklyn*, заменив вермут на Dubonnet. Это позволило мне использовать свой школьный французский: *DuBoudreau* значит «из Будро».

Хитрости: Подойдёт любой крепкий ржаной виски, особенно бутильный. Стоит поэкспериментировать с заменой Dubonnet на сладкий вермут, херес, мадеру или другие кины. Можно также устроить сравнительную дегустацию французского и американского Dubonnet (французский в США не импортируется). Если заменяете Branca, оставайтесь с St-Germain и используйте более сухой ферне.

Рецепт:

- 60 мл ржаного виски Rittenhouse Bonded
- 22,5 мл Dubonnet Rouge
- 7,5 мл Fernet-Branca
- 7,5 мл St-Germain
- Украшение: цедра лимона

Смешайте все ингредиенты со льдом, затем процедите в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсьте лимонной цедрой.


North Sea
Baltic Sea
IRELAND
UNITED KINGDOM
Berlin
POLAND
English Channel
BELGIUM
GERMANY
CALVADOS A.O.C.
Paris
CZECH REP.
Eigeltingen
Axberg
Vienna
SLOVAKIA
Bay of Biscay
Cognac
Jarnac
FRANCE
Fritzens
AUSTRIA
COGNAC A.O.C.
SWITZERLAND
HUNGARY
ARMAGNAC A.O.C.
SLOVENIA
CROATIA
BOSNIA & HER.
ITALY
Adriatic Sea
SPAIN
Mediterranean Sea
AUSTRIA
Axberg
(Reisetbauer eau de vie)
Fritzens
(Rochelt eau de vie)
FRANCE
Cognac
(Martell cognac)
(Pierre Ferrand cognac)
(Rémy Martin cognac)
Jarnac
(Hine cognac)
(Louis Royer cognac)
GERMANY
Eigeltingen
(Stählemühle eau de vie)
Traditional Production Region
Distillery Site
Capital

На представленной карте показаны традиционные регионы производства крепких спиртных напитков во Франции, Австрии и Германии, а также конкретные дистиллерии в этих странах. Внизу карты находится легенда, поясняющая обозначения:

Франция

Традиционные регионы:

- **Cognac A.O.C.** (обозначен около городов Cognac и Jarnac)
- **Armagnac A.O.C.**
- **Calvados A.O.C.**

Дистиллерии:

- **Cognac:**
  - *Martell cognac*
  - *Pierre Ferrand cognac*
  - *Rémy Martin cognac*
- **Jarnac:**
  - *Hine cognac*
  - *Louis Royer cognac*

Австрия

Дистиллерии:

- **Axberg** – *Reisetbauer eau de vie*
- **Fritzens** – *Rochelt eau de vie*

Германия

Дистиллерии:

- **Eigeltingen** – *Stählemühle eau de vie*

Обозначения на карте:

- Заштрихованные области — традиционные регионы производства (например, A.O.C. зоны во Франции)
- Круг с точкой — расположение дистиллерии
- Звезда — столица страны

БРЕНДИ И EAU DE VIE

Слово "бренди" происходит от голландского *brandewijn*, что в буквальном переводе означает «сожжённое вино» — это отсылка к процессу дистилляции вина в *eau de vie* (фр. «вода жизни»). Некоторые из самых известных бренди в мире производятся в городе Коньяк, который благодаря своему расположению на реке Шаранта, недалеко от порта Ла-Рошель, в XVI веке получил лёгкий доступ к голландским торговым судам.

Сегодня бренди производится по всему миру, однако наиболее ценные образцы — это выдержанные в бочках коньяки и арманьяки из винограда, кальвадос из сидра, а также прозрачные *eau de vie* и шнапсы из спелых ягод и косточковых фруктов — все они производятся в странах Европейского Союза.

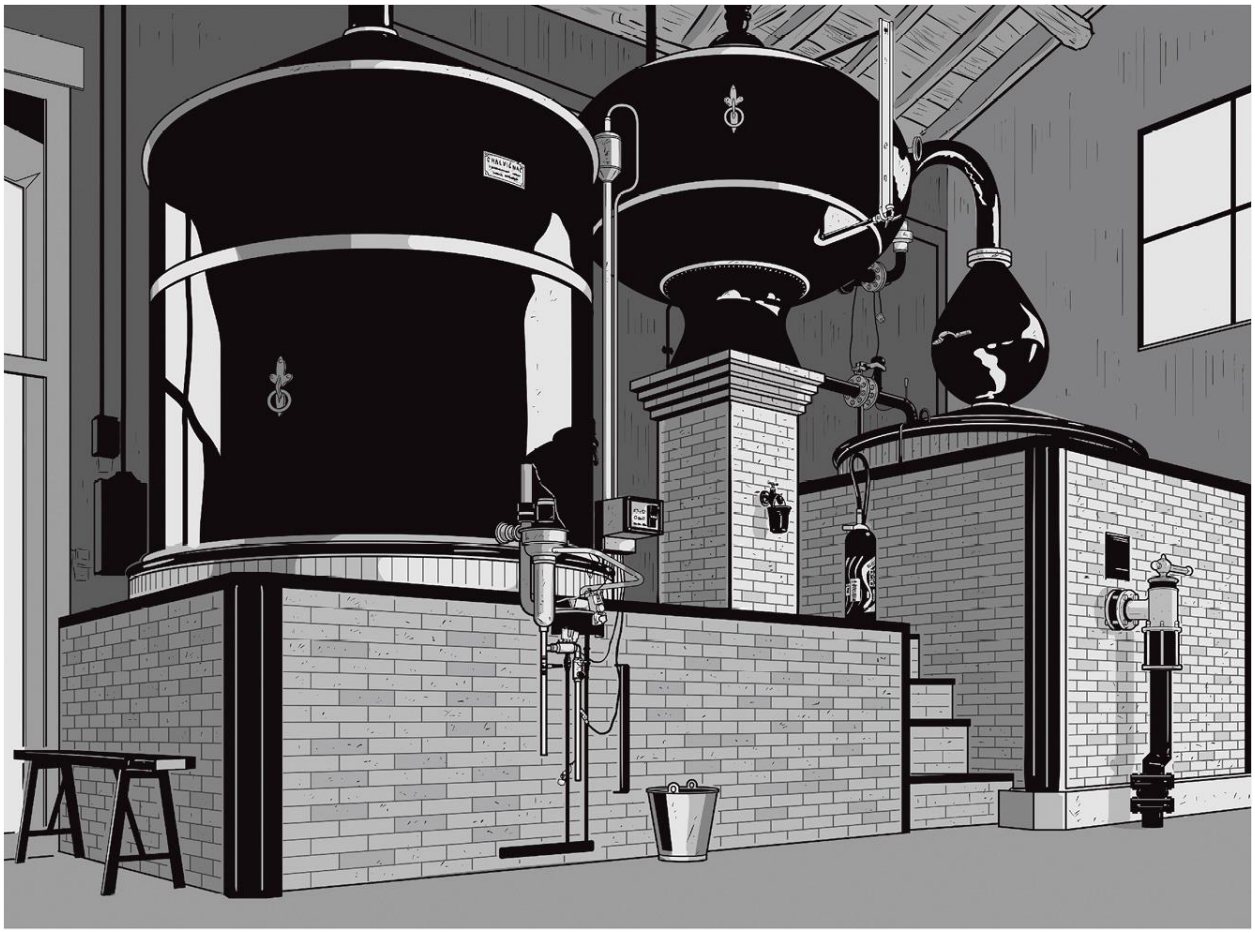
Ещё в IV веке римляне высаживали плодовые деревья и производили вино и сидр из яблок, груш и винограда на территории современной Франции. Согласно книге Марка Риджуэлла *Spirits Distilled*, вина и сидры этого региона приобрели популярность лишь в Средние века, после того как нормандский король Генрих II в 1152 году женился на Элеоноре Аквитанской. В последующие триста лет англичане развили ненасытную жажду к французским винам и сидрам.

Эта жажда вскоре распространилась и на французские спирты, поскольку дистилляция, распространившись из Испании, дошла до остальной Европы в Средние века. Благодаря близости к Испании виноделы Гаскони стали одними из первых, кто освоил дистилляцию, за ними последовали виноделы в Шаранте и производители сидра в Нормандии. В дневнике нормандского дворянина Жиля де Губервиля от 1558 года упоминается производство *eau de vie de cidre* — «воды жизни» из сидра.

В это же время испанская Армада оккупировала южноамериканский порт Писко (в современном Перу), где были посажены винные сорта винограда, включая Торронтель и различные виды Муската в засушливых тропических долинах. Согласно статье Эвы Пельцер, вина этого региона стали настолько популярными, что в 1641 году испанская корона запретила их экспорт, чтобы устранить конкуренцию с производством вина в метрополии. В условиях отсутствия экспортного рынка южноамериканские фермеры начали перегонять вино для моряков, курсировавших вдоль побережья.

В Северной Америке переселенцы высаживали яблоневые деревья в прохладных климатических зонах, где зерновые культуры, используемые для пивоварения, не приживались. Уже к 1670-м годам сидр стал наиболее распространённым ферментированным напитком на северо-востоке. До того как дистилляция стала повсеместной, *applejack* производили путём удаления льда с поверхности бочек с сидром, оставленных на морозе, тем самым концентрируя алкоголь.

Тем временем во Франции голландские импортеры, отдававшие предпочтение винам приморской провинции Шаранта, начали дистиллировать вино, чтобы оно не скисало во время морских перевозок, за что их прозвали *winjbranders* («сжигатели вина»). К 1630 году виноделы Шаранты начали перегонять вино дважды, что снижало выход продукта, уменьшало транспортные расходы и улучшало качество *eau de vie*. По словам историка коньяка Жака Блана, в 1638 году английский писатель и купец Льюис Робертс назвал *eau de vie* из Шаранты «cogniacke», а пятью годами позже Филипп Ожье основал компанию *Cognac Augier*. После того как война прервала голландскую торговлю в 1701–1713 годах, регионом заинтересовались купцы из других стран, в том числе Жан Мартель с острова Джерси, Ричард Хеннесси из Ирландии и Томас Хайн из Англии.



Около 1817 года торговцы коньяком начали классифицировать свои выдержанные в бочках бренди, используя обозначения VOP (Very Old Pale — «очень старый светлый») и VSOP (Very Special Old Pale — «очень особенный старый светлый»). К середине XIX века производители коньяка стали разливать бренди по бутылкам и отгружать его уже в этом виде, что способствовало развитию стекольных заводов, типографий и производителей пробок по всей Франции. Для сравнения: яблочные бренди из кальвадоса по-прежнему поставлялись в Париж в бочках вплоть до середины XX века.

Севернее, в Австрии, императрица Мария Терезия, правившая Габсбургской империей в середине XVIII века, ввела закон, разрешавший каждой семье ежегодно производить до 200 литров дистиллированных спиртов. Землевладельцам разрешалось перегонять до 300 литров. Помимо увеличения поступлений в казну от фруктовых дистиллятов, императрица тем самым способствовала формированию свободного рынка, где начали ценить качество.

Между 1875 и 1880 годами французское виноделие оказалось в кризисе: на виноградниках распространился филлоксера — сельскохозяйственный вредитель, поедающий корни виноградных лоз. К 1893 году только 10% французских лоз остались незатронутыми. В этот период производство сидра в Нормандии утроилось и временно заменило вино на французском столе. Восстановление виноградников заняло почти целое поколение, и хотя индустрия вина и бренди уже не так велика, как прежде, её продукция стала лучше благодаря строгим стандартам производства.

В начале 1980-х годов первая волна ремесленных дистилляторов в США дала начало революции в бренди, вдохновлённой работой Юбера Жермена-Робена и Энсли Коула, которые объединили традиционные французские методы дистилляции, выдержки и

купажирования с новаторским подходом американского виноделия. Их последователи — Дэн Фарбер (Osocalis), Лэнс Уинтерс (St. George) и Стив Маккарти (Clear Creek) — с тех пор способствуют поддержанию качества бренди и *eau de vie* по обе стороны Атлантики.

Коньяк

Самый известный в мире бренди производится в провинции Шаранта во Франции более чем двумя тысячами независимых дистилляторов, которые выращивают виноград, делают вино и, в большинстве случаев, перегоняют *eau de vie* на условиях контракта для крупных негоциантов, таких как Hennessy, Martell и Courvoisier, занимающихся выдержкой, купажированием и бутилированием. Независимые производители, такие как Pierre Ferrand, Frapin, Guillon Painturaud и Paul Beau, имеют собственные бренды, но у них нет таких же возможностей дистрибуции и маркетинга, как у крупных игроков.

Сорта винограда Ugni Blanc, Colombard, Folle Blanche, Montils и Folignan, выращиваемые в мягком морском климате на меловых почвах, дают вина с высокой кислотностью и низким содержанием алкоголя, что делает их идеальными для дистилляции. Перегонка осуществляется в традиционных медных аламбиках шарентского типа с прямым подогревом. В результате получают два типа *eau de vie*:



Первичный дистиллят, *brouillis* (25–27% ABV), получается при первой перегонке, а **вторичный дистиллят**, *bonne chauffe,* — при повторной перегонке (около 71% ABV). Eau de vie выдерживается в 350-литровых бочках из французского дуба. По словам Дэна Фарбера, основателя Osocalis: «Дуб *Quercus robur* из Лимузена с крупной текстурой даёт наиболее мощные танины, придающие структуру бренди, в то время как более мелкозернистый дуб *Quercus petraea* из леса Тронсе создаёт более выразительный аромат». Бочки хранятся в старинных подвалах для длительной выдержки (до 80 лет), после чего дистиллят переливается в стеклянные бутылки, покрытые плетёной лозой, называемые *bonbonnes*, которые затем помещают в закрытую камеру в погребе, известную как *paradis*.

Более чем какие-либо другие производители бренди, производители коньяка выделились благодаря строгим нормативам и коллективному маркетингу. В 1936 году Франция установила стандарты качества для коньяка, определив разрешённые сорта винограда,

географические обозначения виноградников и требования к процессам дистилляции и выдержки. В 1946 году был основан Межпрофессиональный бюро коньяка (BNIC), выполняющий регулирующие и маркетинговые функции отрасли.

Производители коньяка купажируют молодые спирты с небольшим количеством гораздо более старых дистиллятов и разбавляют их до 40% ABV перед розливом по бутылкам. Добавление сахара разрешено и в некоторых купажах придаёт остаточную сладость. Коньяки категории VS и «три звезды» выдерживаются не менее двух лет, VSOP — не менее четырёх лет, XO — не менее шести лет, но на практике средний возраст спиртов в купажах, как правило, значительно выше. Винтажные и бутилированные при крепости бочки коньяки встречаются крайне редко.

Писко

Писко, национальный напиток Перу и Чили, происходит от слова на кечуа, обозначающего «маленькую птичку», и изначально применялось к субтропической пустыне между подножием Анд и тихоокеанским побережьем Перу. Перуанский писко может быть произведён из восьми ароматных и неароматных сортов винограда, включая Quebranta, Mollar, Italia, Moscatel и Torontel.

После естественной ферментации, продолжающейся от недели до десяти дней, виноградный сусло перегоняется в медных аламбиках до крепости от 38% до 48% ABV. После дистилляции спирт выдерживается не менее трёх месяцев в нейтральных глиняных, стальных или стеклянных сосудах — без окрашивания, подслащивания, выдержки в бочках или разбавления водой — и затем бутилируется в исходной крепости.

Перуанский писко делится на три стиля: *puro* (из одного сорта винограда), *acholado* (из смеси сортов) и *mosto verde* (из частично сброженного сусла, для которого требуется значительно больше винограда). По моему опыту, купажи с неароматными сортами, такими как Quebranta, необходимы для баланса с более цветочными сортами и придания структуры коктейлям вроде *Pisco Sour* и *Pisco Punch*.

Яблочный бренди

В северо-восточной части Нормандии вокруг города Кана производят три стиля кальвадоса с обозначением AOC. Для производства сидра используются яблоки четырёх типов, которые смешивают, отжимают и ферментируют вместе до получения сидра с низким содержанием алкоголя, без добавления сахара. Естественная ферментация длится до месяца, затем сидр выдерживают в бочках до дистилляции.

Кальвадос AOC может быть перегнан в аламбике или в колонне и должен выдерживаться не менее двух лет. *Calvados Pays d'Auge* перегоняется дважды в аламбике из сидра, содержащего не более 30% груш, и выдерживается минимум два года в дубовых бочках. *Calvados Domfrontais* производится из сидра, в котором не менее 30% составляют груши, перегоняется однократно в непрерывной колонне и выдерживается не менее трёх лет. Хотя иногда используется новая древесина, основная масса кальвадоса выдерживается в старых дубовых бочках, что способствует развитию землистых, *rancio*-нот в напитке.

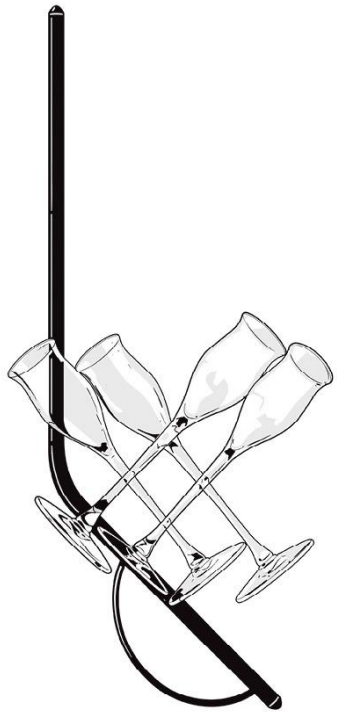
Землистые ноты кальвадоса, который появился на рынке США только в 1970-х, не сочетаются с чистыми фруктовыми вкусами классических коктейлей, таких как *Jack Rose* и *Pink Lady*. Для этих и других рецептов американские бармены традиционно использовали купажированный яблочный бренди — *applejack*.

До недавнего времени единственным брендом яблочного бренди в США оставался *Laird's*, который производит сидр из сортов Red и Golden Delicious, Jonathan, Gala, Fuji, Stayman и Winesap, сбраживая его с использованием собственной дрожжевой культуры в течение одной-двух недель в зависимости от погодных условий. Полученный сидр перегоняется в гибридном аламбике с ректификационной колонной до крепости 80% ABV и выдерживается в бочках из-под бурбона второй заполнения.

Eau de Vie

Eau de vie — в переводе с французского «вода жизни» — это термин, используемый для обозначения виноградного дистиллята до его выдержки в бочке (т. е. до превращения в бренди), а также для крепких фруктовых дистиллятов, произведённых из ягод, косточковых и других фруктов. В альпийских регионах Шварцвальда на юге Германии, Эльзаса, Швейцарии, Австрии и северо-восточной Италии этот напиток иногда называют *шнапсом*; в Венгрии — *палинка*.

Большинство *eau de vie* производится на небольших фермах и в частных дистиллериях из распространённых фруктов, таких как слива, груша, малина и вишня, а также из редких плодов, например айвы, рябины и смородины, которые в виде спирта зачастую вкуснее, чем в свежем виде.



В Австрии Ханс Райзетбауэр дистиллирует в среднем 50 фунтов (около 23 кг) вручную собранных фруктов с семейного сада в Аксберге для получения одного литра *eau de vie*. Он настолько щепетилен в вопросе минерального состава воды, с которой замешивает фруктовое пюре, что привозит её с альпийского пастбища в Мюльфиртеле. После того как

сахара превращаются в спирт, он дистиллирует массу в медном аламбике и собирает только *сердечную* фракцию (heart cut).

В отличие от выдержанных в бочках спиртов, цель *eau de vie* — зафиксировать суть фрукта на пике его зрелости, без добавления сахара. После дистилляции *eau de vie* выдерживают в нейтральных стеклянных или стальных ёмкостях не менее шести месяцев, хотя некоторые производители выдерживают его десять лет и более перед розливом.

Из-за высокой стоимости производства *eau de vie* — один из самых дорогих спиртов, которые можно подать. К счастью, всего 7,5 мл (*0.25 унции*) *eau de vie* от таких производителей, как Reisetbauer, способны ярко проявиться в коктейле, добавляя свежую фруктовую ноту к другим спиртам. Американские производители, такие как Clear Creek из Орегона и St. George из Калифорнии, выпускают достойные версии по более доступной цене.

В отличие от джина, виски и рома, которые имеют долгую историю использования в коктейлях, у бренди в современности, пожалуй, «открытые отношения» с миксологией. Помимо коньяка категории VS, перуанского писко и американского *applejack*, многие из вышеописанных бренди слишком дороги для повседневного применения в барах. Препятствием является не только цена — ведущие бренды арманьяка, кальвадоса, испанского бренди и *eau de vie* трудно найти за пределами крупных мегаполисов.

Я надеюсь, что ситуация изменится в ближайшие годы благодаря сотрудничеству производителей и регулирующих советов, которые помогут барменам научиться ценить эти благородные бренди и использовать их в коктейлях. Благодаря таким пионерам, как бармен Тад Воглер из Сан-Франциско — родины американского бренди, который закупает кальвадос и арманьяк напрямую для своих коктейльных программ в барах *Trou Normand* и *Bar Agricole,* — и таким, как Салливан До, продвигающий французские спирты в парижском баре *Le Syndicat*, будущее этого направления выглядит многообещающе.



Дэн Фарбер
Мастер купажа

О выдержке
«Величайшие из великолепных бурых бренди живут в бочках на протяжении временного отрезка, сравнимого с человеческой жизнью, и проходят сквозь жизненные этапы — от рождения к детству, юности, зрелости, среднему возрасту и почтенной старости. Именно в этих рамках следует размышлять о характере выдержанного бренди и оценивать его.

Разумеется, нельзя ожидать утончённой беседы от ребёнка, как нельзя ждать детской энергии от уважаемого старца. Тем не менее, в обоих случаях можно найти красоту и вдохновение — хотя и разного рода.»



Ханс Райзетбауэр
Мастер-дистиллятор

О начале пути
«В 1994 году я пришёл домой к жене и сказал: "Мы начнём дистиллировать", — а она ответила: "Ты с ума сошёл? Ты же ничего не понимаешь." И я сказал: "Я действительно ничего не понимаю."

Тогда я купил все книги, какие только нашёл, и прочитал девять тысяч страниц за три месяца. Купил свою первую дистилляционную установку. Получил её шестнадцатого сентября. До этого я ни разу не видел дистиллятор.

Я начал с 800 килограммов груш сорта Вильямс с пятнадцати старых деревьев. Это было моё первое сусло. Ферментация длилась всего четырнадцать дней, и ребята спросили, дистиллировал ли я его уже. Они сказали, что это невозможно, потому что процесс должен длиться месяцами. Я ответил, что в нём нет сахара, а если нет сахара — значит, оно готово. Они сказали, что я сумасшедший, а я сказал, что они — придурки.»



PISCO SOUR

Происхождение
Виктор Моррис, открывший американский бар в Лиме в 1916 году, сделал этот напиток знаменитым. Однако в брошюре 1903 года под названием *“Nueva Manual de Cocina a la Criolla”* авторства С. Э. Ледесмы уже приводится первый опубликованный рецепт Pisco Sour под названием «коктейль». За то, что истина нарушила красивую легенду, мы можем поблагодарить Фернандо Кастельона (через Дэвида Вондрича в *Imbibe!*).

Логика
Характер писко зависит от виноградного сорта или купажа, из которого он дистиллирован, поэтому после того как вы предложите гостю варианты на выбор, основные задачи сводятся к следующему: сбалансировать коктейль, правильно эмульгировать яичный белок и изящно украсить пенную шапку. После сухого взбивания достаточно стандартного шейка; можно использовать двойную фильтрацию без ущерба для текстуры. Перелейте биттер в бутылочку с капельницей — это обеспечит точный контроль формы и размера украшения из биттера. Пока пена плотная, как у Guinness, биттер останется на поверхности и не повлияет на вкус напитка. Помимо украшения, биттер также скрывает землянистый аромат яичного белка.

Хитрости
Слово *“lime”* по-испански — *limón*, так что Pisco Sour часто готовят с лимонным соком — он тоже хорошо работает. Когда я был в Перу в 2009 году, все мои Pisco Sour готовили в блендере с (чрезмерным количеством) сиропа гумми и ароматизировали перуанским биттером Amargo Chuncho — отличная деталь.

Рецепт
60 мл писко La Diablada

22 мл сока лайма
22 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)
1 яичный белок
Украшение: биттер Angostura

Сначала взбить без льда (dry shake), затем встряхнуть с льдом и процедить через мелкое сито в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсить каплями Angostura, закрученными с помощью трубочки.



PISCO PUNCH

Происхождение
Pisco Punch стал легендарным благодаря шотландскому бармену Дункану Николу, который в 1893 году приобрёл исторический бар *Bank Exchange Saloon* в Сан-Франциско вместе с фирменным рецептом пунша и хранил его в секрете — несмотря на всеобщее восхищение и настойчивое любопытство публики — до самой своей смерти в 1926 году.

Логика
Приведённый здесь рецепт адаптирован на основе версии, которую Дэвид Вондрич обнаружил в журнале *California Historical Quarterly* за 1973 год — он был записан одним из бывших менеджеров бара Никола и опубликован в книге *Imbibe!*. Привлекательность утраченного рецепта заключалась не только в его популярности, но и в слухах о наличии секретного ингредиента.

В книге *Drinking the Devil's Acre* автор и производитель писко Дагган Макдоннелл делится, что изначально многие полагали, будто волшебным ингредиентом пунша была всего лишь камедь (gum arabic), которую вновь ввела в обиход сан-францисская бармен Джен Коллиау — теперь она выпускает её под маркой Small Hand Foods. Но также ходили слухи, что секретным ингредиентом Никола был кокаин, что, возможно, объясняет, почему он разрешал каждому гостю не более двух порций.

Хитрости
Недовольный тем, что секретным ингредиентом считают ананасовую камедь, Дагган Макдоннелл выдвигает убедительное предположение: кокаин мог присутствовать в форме Vin Mariani — креплёного вина из Бордо, настоянного на листьях коки. Ссылаясь на описание «красного напитка» у Редьярда Киплинга, Макдоннелл готовит свой Pisco Punch

с добавлением бордосского вина-киники Lillet rouge — удачная находка и убедительный пример миксографического подхода.

Рецепт
60 мл писко Campo de Encanto
30 мл ананасового сиропа камеди (Small Hand Foods)
22 мл лимонного сока
15 мл ананасового сока
Украшение: кусочек ананаса

Размешать со льдом, затем процедить в охлаждённый хайбол. Украсить кусочком ананаса.



SIDECAR

Происхождение
Этот рецепт появляется под названием «Side-Car» в книге Роберта Вермеера *Cocktails: How to Mix Them* (1922). В инструкции говорится: «Этот коктейль очень популярен во Франции. Впервые его представил в Лондоне МакГарри, знаменитый бармен клуба Buck’s».

Логика
В рецепте Вермеера используются равные пропорции ингредиентов, без добавления сахарного сиропа или сахарной каймы. В моём варианте, наоборот, используется сахарный сироп, но без каймы. Сегодня Sidecar, название которого до сих пор вызывает вопросы, готовится как *daisy* вместо более вычурного *Brandy Crusta*, откуда и пошла идея сахарной каймы.

Главная задача при приготовлении *daisy*-коктейлей, включая Margarita и White Lady, — уравновесить кислотность цитрусов с Cointreau. Последний недостаточно сладкий, чтобы смягчить резкость сока, если они используются в равных пропорциях. Вместо того чтобы заменять Cointreau менее качественным апельсиновым ликёром или добавлять сахарную кайму, лучше добавить немного сахарного сиропа — он выравнивает вкус, не повышая крепость (Cointreau содержит 40 % алкоголя) и не заглушая коньяк избыточным апельсиновым ароматом.

Хитрости
Хотя рецепт не предусматривает украшения, цедра лимона или апельсина станет удачным акцентом, подчеркивающим вкус лимонного сока или апельсинового ликёра. Я бы скорее использовал арманьяк или один из более выдержанных аламбичных бренди из Калифорнии, таких как Osocalis или Germain-Robin, чем искал замену трипл-секу.

Рецепт
60 мл коньяка Rémy Martin VSOP
22 мл лимонного сока
15 мл Cointreau
7 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)
Украшение: нет

Встряхнуть со льдом, затем процедить через мелкое сито в охлаждённую коктейльную рюмку.



JACK ROSE

Происхождение
Происхождение названия остаётся неясным, но первый рецепт Jack Rose был напечатан в *Jack's Manual* в 1910 году. Он предполагал использование «яблочного бренди», соков лимона, лайма и апельсина, подслащивание малиновым сиропом и мелким сахаром, подачу со льдом и дополнение содовой. Через четыре года в книге *Drinks* Жака Страуба рецепт был упрощён до яблочного бренди, сока лайма и гренадина — именно в таком виде он дошёл до наших дней.

Логика
Applejack всё ещё остаётся скорее диковинкой, но Тед Хей выступил в его поддержку в знаковом издании *Vintage Spirits and Forgotten Cocktails* 2004 года, где Jack Rose стал вторым опубликованным рецептом. В 2005 году Одри Сондерс (см. на этой странице) убедила Лизу Лэрд (см. на этой странице), представительницу девятого поколения семьи, управляющей Laird & Company, наладить поставки их яблочного бренди в Нью-Йорк, чтобы использовать его в коктейлях в баре *Pegu Club*.

Следуя примеру Одри, как классический applejack, так и более насыщенный, нефильтрованный яблочный бренди крепостью 50% обрели популярность в коктейльных меню Нью-Йорка и за его пределами. Ещё одним фактором возрождения коктейля стала настойчивость Хея в том, что гренадин должен быть на основе граната, в отличие от распространённых марок, не содержащих сока. К 2005 году гранатовый сок POM Wonderful (основан в 2002 году) стал широко доступен, и многие бармены начали готовить домашний гренадин на его основе.

Хитрости
Applejack, кальвадос и чистый яблочный бренди придают коктейлю Jack Rose разный яблочный характер. Кальвадос — более землистый и сложный, чистый яблочный бренди крепостью 50% — яркий и чистый, а applejack теряется на фоне цитруса и граната. В оригинальном рецепте используется сок лайма.

Рецепт
60 мл яблочного бренди Laird’s
22 мл лимонного сока
22 мл гренадина Jack Rudy
Украшение: нет

Встряхнуть со льдом, затем процедить через мелкое сито в охлаждённую коктейльную рюмку.

CHAMPS-ÉLYSÉES



Происхождение
Мартин Дудорофф проследил происхождение этого рецепта до лондонского издания 1925 года *Drinks—Long and Short* авторства писательницы детективов Нины Той и кулинарного обозревателя А. Х. Адаира.

Логика
Я наткнулся на этот рецепт в переиздании *The Savoy Cocktail Book* и добавил его в меню *Gramercy Tavern* в 2006 году, когда в старых коктейльных книгах ещё оставались «новые» рецепты, которые можно было «открыть». После того как Дэвид Вондрич в предисловии к переизданию малоизвестного руководства *Recipes for Mixed Drinks* Хуго Энсслина, выпущенному Cocktail Kingdom в 2009 году, разоблачил Гарри Крэддока за заимствование 146 рецептов, я стал подозревать, что коктейль Champs-Élysées тоже не был его авторства.

В 2014 году Мартин Дудорофф начал работу над масштабным индексом происхождения тысяч рецептов в формате приложения. Он обнаружил шесть рецептов из *The Savoy Cocktail Book*, включая Champs-Élysées, в книге *Drinks—Long and Short*, где они были представлены в масштабе на шесть порций и дословно воспроизведены Крэддоком. Увы, Той и Адаир не указывают, кто создал коктейль, и не уточняют, использовать ли зелёный или жёлтый Chartreuse. Поэтому можно экспериментировать с обоими вариантами.

Хитрости
Версию, которую я подавал в *Gramercy Tavern*, я подслащивал сиропом из чая дарджилинг и использовал выдержанную версию зелёного Chartreuse VEP — это резко увеличивало себестоимость. Когда цена и прибыль не имеют значения, я готовлю этот

коктейль так, как, по моему представлению, его подают на роскошных Елисейских полях: с коньяком XO и зелёным Chartreuse VEP.

Рецепт
60 мл коньяка Pierre Ferrand 1840
22 мл лимонного сока
15 мл зелёного Chartreuse
7 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)
1 капля (dash) биттера Angostura
Украшение: нет

Встряхнуть со льдом, затем процедить через мелкое сито в охлаждённую коктейльную рюмку.



NEWARK

Происхождение
Мы с Джоном Дерагоном создали этот коктейль для меню PDT осенью 2007 года.

Логика
В то время вариации коктейля Brooklyn были на пике популярности. Red Hook от Энцо, Greenpoint от Микки, Little Italy от Одри, Bensonhurst от Чада и Slope от Джули подавались по всему Манхэттену, и мы с Джоном тоже захотели внести свой вклад. Выбирать было уже почти не из чего — все районы были заняты. Мы размышляли об оставшихся вариантах за бокалом и под давлением дефицита ржаного виски, поставки которого ограничивали дистрибьюторы из-за высокого спроса на классические виски-коктейли в городе.

Как и положено манхэттенцам, мы обратили взор через реку — и придумали этот вариант на основе яблочного бренди из Нью-Джерси. Мы заменили Amer Picon (не импортируется в США и теперь отличается по составу от оригинального) на Fernet-Branca, а сухой вермут — на сладкий. Получился крепкий и горький напиток, который, по нашему мнению, вполне достоин того, чтобы носить имя Ньюарка.

Хитрости
Ищите яблочный бренди Laird’s крепостью 50% (в идеале — старую версию Bottled-in-Bond) — он обеспечит прочную основу и уравновесит мощные вкусы остальных ингредиентов. Хороший кальвадос тоже подойдёт, но тогда теряется связь с Нью-Джерси.

Vya — вермут с ярко выраженным винным характером, но и Cocchi Vermouth di Torino отлично подойдёт.

Рецепт
60 мл яблочного бренди Laird’s
30 мл сладкого вермута Vya
7 мл Fernet-Branca
7 мл ликёра Luxardo maraschino
Украшение: нет

Размешать со льдом, затем процедить в охлаждённую коктейльную рюмку.



ROSE

Происхождение
В своей книге *ABC of Mixing Cocktails* Гарри МакЭлхон приписывает этот рецепт Джонни Митте из парижского *Chatham Bar*.

Логика
В оригинальном рецепте используется *sirop de groseille* — сироп из красной смородины, что ограничивает возможность приготовления коктейля всего несколькими летними неделями, пока ягоды в сезоне. Тед Хей ввёл этот редкий коктейль в канон в издании 2004 года *Vintage Spirits and Forgotten Cocktails*, предложив готовить его с сухим французским вермутом и малиновым сиропом — блестящая находка. Цветочный характер малинового сиропа оживляет землистые ноты вишнёвой водки (eau de vie).

Я пришёл к выводу, что сладкий вермут blanc из Шамбери идеально уравновешивает этот рецепт, в то время как сухие вермуты с выраженным ботаническим профилем больше подходят для коктейлей на основе джина.

Хитрости
Вишнёвая водка от Ханса Райзетбауэра придаёт Rose воздушность и изящество. До появления малинового сиропа гумми от Small Hand Foods я готовил коктейль с барной ложкой малинового варенья Bonne Maman, процеживая смесь через мелкое сито. Не портите коктейль дешёвыми вишнями — ищите бренди-вишни сорта Морелло или *griottines*, как их называют во Франции.

Рецепт
60 мл вермута Dolin Blanc
30 мл вишнёвой водки (eau de vie) Reisetbauer

7 мл малинового сиропа гумми (Small Hand Foods)
Украшение: 1 вишня в бренди

Размешать со льдом, затем процедить через мелкое сито в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсить вишней.



JIMMIE ROOSEVELT

Происхождение
Чарльз Бейкер опубликовал этот рецепт вместе с замечательной историей в книге *The Gentleman's Companion* в 1939 году.

Логика
Одри Сондерс включила этот коктейль в стартовое меню бара *Pegu Club*, и мне всегда нравилось, как он раскрывается в бокале. Если подать его в коктейльной рюмке и флотировать Chartreuse, травяной ликёр будет доминировать в аромате, поскольку пузырьки поднимают его вверх. По мере того как вы пьёте, пропитанный биттером сахар начинает растворяться, добавляя одновременно сладость и горечь. Чтобы смягчить сладость, рекомендуется использовать шампанское категории extra brut, которое также можно долить в бокал по просьбе гостя.

Я часто подаю коктейль на дроблёном льду — он охлаждает и постепенно разбавляет напиток, пока его пьют. Но можно использовать и ледяной шар — особенно если коньяк не заморожен, а охлаждён льдом перед подачей.

Хитрости
В зависимости от повода и доступных ингредиентов, выдержанный коньяк, Chartreuse VEP и шампанское класса *tête de cuvée* могут превратить этот напиток из выдающегося в по-настоящему возвышенный.

Рецепт
60 мл шампанского Robert Moncuit Blanc de Blancs
30 мл охлаждённого коньяка Hine H
7 мл зелёного Chartreuse

1 кусочек сахара Демерара, пропитанный биттером Angostura
Украшение: нет

Поместите пропитанный биттером кусочек сахара на дно охлаждённой коктейльной рюмки, сверху положите ледяной шар. Добавьте коньяк, затем шампанское, и флотируйте сверху Chartreuse.



FRENCH MAID

Происхождение
Я создал этот коктейль для открытия художественной выставки, организованной Джоном Пеллатоном из Hine Cognac осенью 2007 года.

Логика
Этот рецепт был придуман как дополнение к коктейлю *Old Maid* моего коллеги по *Pegu Club* Сэма Росса — он готовил его в *Eastside Company Bar* в 2005 году на основе джина, огурца, лайма и мяты. Более известная вариация с бурбоном — *Kentucky Maid* — подавалась в *Milk & Honey*.

Тогда коктейльный мир был настолько мал, что у нас были одни и те же гости, и мы часто подавали коктейли друг друга. Взяв триаду Сэма — мята, огурец и лайм — за основу, я использовал слово *maid* в названии и доработал рецепт: заменил содовую на имбирный отвар, а фалернум добавил для пряности и сладости.

Хитрости
French Maid происходит от *Old Maid*, тот — от *Mojito*, а тот, в свою очередь, — родственник *Julep*. Осторожно относитесь к тем, кто говорит, что «создал» коктейль из ингредиентов, существовавших до их рождения. Бармены импровизируют на основе рецептов так же, как джазовые музыканты варьируют мелодию — и Сэм в этом мастер.

Рецепт
45 мл коньяка Hine H
30 мл имбирного отвара (см. на этой странице)
22 мл сока лайма
15 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)
7 мл Velvet Falernum (John D. Taylor’s)
3 кружка огурца

5–7 листьев мяты (и 1 для украшения)
Украшение: ломтик огурца

Размять огурец, мяту и сироп, затем добавить остальные ингредиенты, кроме украшения. Встряхнуть со льдом, процедить через мелкое сито в охлаждённый бокал коллинз, наполненный кубиками льда. Украсить листиком мяты и ломтиком огурца.



JAPANESE COCKTAIL

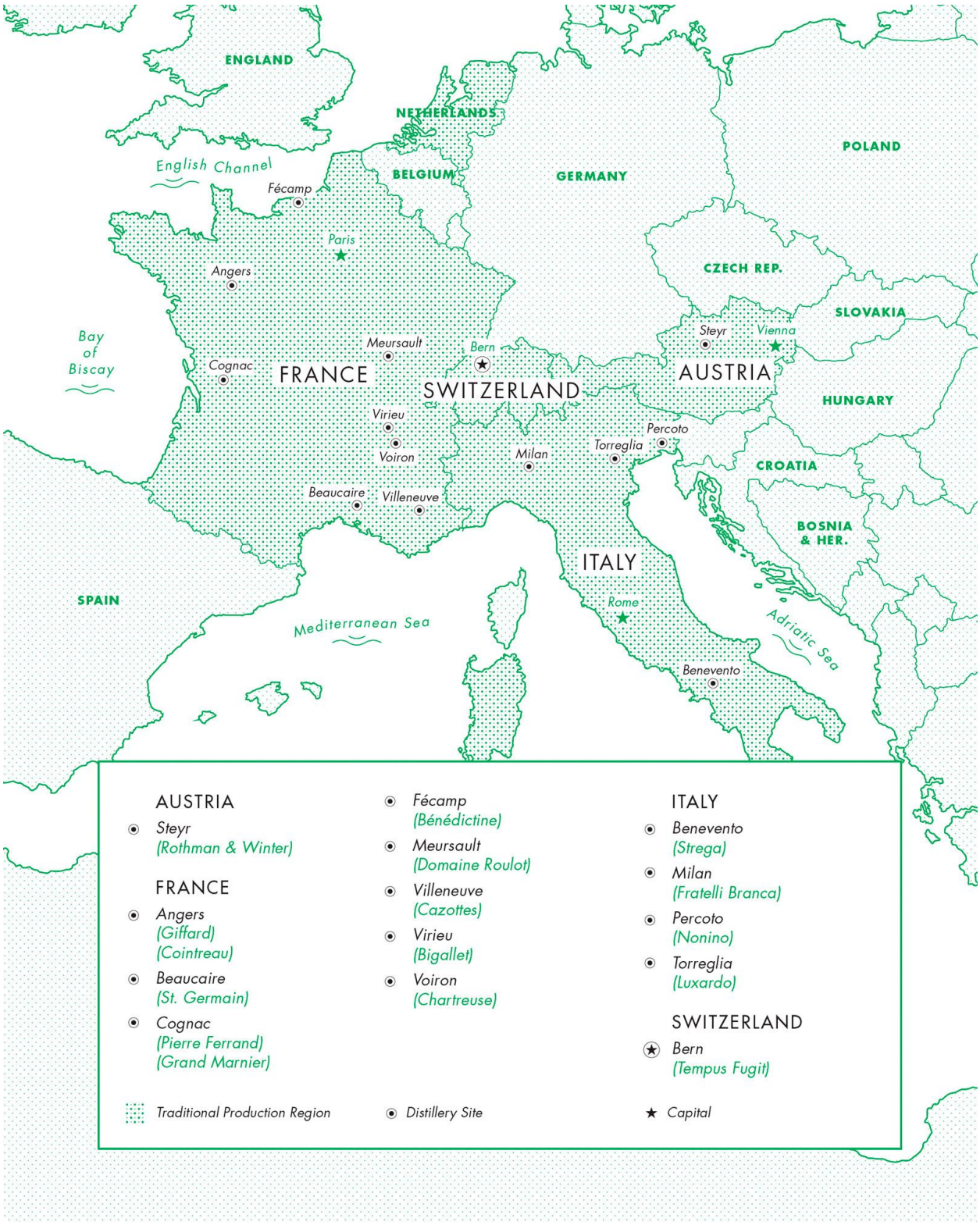
Происхождение
Согласно книге *Imbibe!*, Джерри Томас создал этот коктейль в 1860 году для японской делегации, остановившейся в *Metropolitan Hotel* — прямо напротив его бара по адресу 622 Broadway. Он включил рецепт в *The Bar-Tenders Guide*.

Логика
Дэвид Вондрич выделяет *Japanese Cocktail* как один из двух коктейлей, действительно придуманных Томасом (второй — *Blue Blazer*), который оставался популярным вплоть до Сухого закона. В приложении Кристиана Шульца к изданию 1862 года указывается, что оргеат должен готовиться естественным способом — из очищенного миндаля, сахара и апельсиновой цветочной воды. Поэтому современные миндальные сиропы с искусственным ароматом не подходят. Добавление биттера и цитрусовой цедры (в оригинальном рецепте — сразу двух) помогает сбалансировать насыщенность оргеата с его ореховым вкусом.

Хитрости
Изначально коктейль подавался на льду после перемешивания. На фотографии автор подаёт его в бокале coupe с лимонным кружком под ледяным шаром — для эстетики. Если использовать две цедры, попробуйте заменить одну лимонную на апельсиновую, чтобы смягчить аромат.

Рецепт
60 мл коньяка Louis Royer Force 53
15 мл оргеата (Small Hand Foods)
½ чайной ложки биттера Boker’s
Украшение: цедра лимона

Размешать со льдом, затем процедить на крупный ледяной шар в охлаждённый бокал рокс. Украсить цедрой лимона.


ENGLAND
NETHERLANDS
POLAND
English Channel
BELGIUM
GERMANY
Fécamp
Paris
Angers
CZECH REP.
SLOVAKIA
Steyr
Vienna
Bay of Biscay
Meursault
Bern
Cognac
FRANCE
SWITZERLAND
AUSTRIA
HUNGARY
Virieu
Percoto
Torreglia
Voiron
Milan
CROATIA
Beaucaire
Villeneuve
BOSNIA & HER.
ITALY
SPAIN
Rome
Mediterranean Sea
Adriatic Sea
Benevento
AUSTRIA
Steyr (Rothman & Winter)
FRANCE
Angers (Giffard) (Cointreau)
Beaucaire (St. Germain)
Cognac (Pierre Ferrand) (Grand Marnier)
Fécamp (Bénédictine)
Meursault (Domaine Roulot)
Villeneuve (Cazottes)
Virieu (Bigallet)
Voiron (Chartreuse)
ITALY
Benevento (Strega)
Milan (Fratelli Branca)
Percoto (Nonino)
Torreglia (Luxardo)
SWITZERLAND
Bern (Tempus Fugit)
Traditional Production Region
Distillery Site
Capital

На этой карте изображены дистиллерии и традиционные регионы производства ликёров и крепких напитков в Западной Европе. Приведены производители из Австрии, Франции, Италии и Швейцарии. Карта показывает географическое распределение известных брендов, чьи продукты часто используются в классических и современных коктейлях.

Ключевые производители по странам:

Австрия

- **Steyr** — *Rothman & Winter*

Франция

- **Angers** — *Giffard, Cointreau*
- **Beaucaire** — *St. Germain*
- **Cognac** — *Pierre Ferrand, Grand Marnier*
- **Fécamp** — *Bénédictine*
- **Meursault** — *Domaine Roulot*
- **Villeneuve** — *Cazottes*
- **Virieu** — *Bigallet*
- **Voiron** — *Chartreuse*

Италия

- **Benevento** — *Strega*
- **Milan** — *Fratelli Branca*
- **Percoto** — *Nonino*
- **Torreglia** — *Luxardo*

Швейцария

- **Bern** — *Tempus Fugit*

Карта также отмечает:

- ● — места расположения дистиллерий
- ▒ — традиционные регионы производства
- ★ — столицы

ЛИКЁРЫ

Первое известное упоминание слова «алкоголь» относится к XII веку и связано не с питьевыми спиртами, а с производством парфюмерии и косметики. Само слово происходит от арабского *al-kuḥul*, где *al-* — определённый артикль «the», а *kuḥul* восходит к *kahala*, что означает «окрашивать» или «наносить краску». Речь шла о порошке для глаз, получаемом путём испарения металлической основы и используемом для окрашивания век.

Первыми дистилляторами алкоголя в том виде, в каком мы знаем его сегодня, были монахи, применявшие знания в области траволечения для создания спиртовых эликсиров с лечебными свойствами — ликёров, от латинского *liquifacere* («расплавлять», «делать жидким») — в Средние века.

Обосновавшись в торговых пунктах по всей Франции и Италии, монахи получали ботанические ингредиенты со всего мира и использовали их для создания лекарственных ликёров. Они фиксировали такие свойства, как способность фенхеля облегчать менструальные спазмы, свёклы — снижать давление, алоэ — восстанавливать клетки, а кожуры горького апельсина — действовать как слабительное. Монахи документировали лечебные свойства листьев, кожуры, мякоти, семян, цветов и корней растений, а также лучшие способы сохранить их целебные свойства, цвет и аромат.

В XVI веке, когда специи вроде апельсиновой кожуры, ванильных стручков и имбирного корня стали поступать в Европу на кораблях торговых гигантов вроде Голландской Ост-Индской компании, дистилляторы в Голландии и другие, кто торговал с ними, начали производить ликёры не только в лечебных, но и в гастрономических целях. Голландские производители прославились такими напитками, как *orange curaçao* и *advocaat*, но также создали сотни менее известных рецептов, посвящённых свадьбам, рождению детей и другим значимым событиям.

Эксперт по крепким спиртным Филип Дафф различает французских и итальянских монахов-дистилляторов, которых он называет «ремесленниками, одержимыми качеством и высочайшим мастерством», и голландских производителей, которых он описывает как «предпринимателей, перенявших индустриализированные процессы у французов и итальянцев». Он также отмечает, что хотя уважаемые фирмы, такие как *Bols* и *De Kuyper*, работают уже много веков, они неоднократно меняли фокус с ликёров на другие категории в зависимости от рыночной конъюнктуры, а не по причине преемственности поколений. В отличие от них, производители ликёров во Франции и Италии, такие как *Chartreuse* и *Campari*, переживали смену мод, сохраняя при этом своё направление.

Сегодня производители, как правило, используют самые дешёвые и доступные местные источники спирта и сахара для производства ликёров по всему миру. В Европейском союзе, где производится почти все классические ликёры мира, установлены точные нормы содержания сахара и спирта для каждого стиля, но допускается гибкость в способах придания вкуса и цвета, что открывает возможности для использования промышленных экстрактов.

Все ликёры, за исключением молочных, должны содержать минимум 15 % алкоголя и не менее 100 граммов сахара на литр, за исключением ликёров на основе горечавки, таких как *Suze*, и вишнёвых ликёров, таких как *maraschino*. *Crème*-ликёры должны содержать минимум 250 граммов сахара на литр, за исключением *cassis* (чёрная смородина), который должен содержать не менее 400 граммов.



Комната перегонки Cointreau

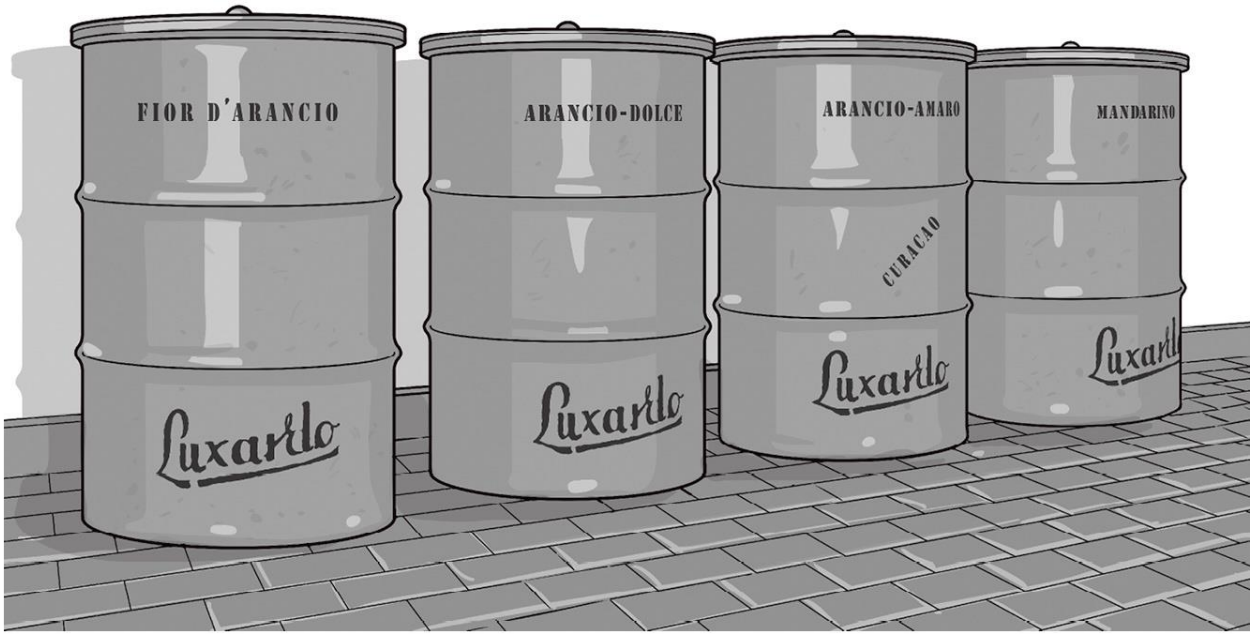
Наиболее распространённый способ экстракции при производстве традиционных ликёров — мацерация, то есть настаивание, при котором алкоголь используется как растворитель. В книге *Distilled Knowledge* Брайан Хёфлинг отмечает: «Хотя ароматические соединения обычно плохо растворяются в воде, в этаноле они чувствуют себя превосходно... вот почему мир полон ароматизированных спиртов».

Фруктовые ликёры ароматизируют путём мацерации свежих фруктов в нейтральном спирте с последующим подслащиванием полученной «настойки» перед фильтрацией и розливом. На качество и характер экстракции влияет крепость и тип спирта, температура настаивания и его продолжительность.

Вместо длительной мацерации некоторые производители пропускают алкоголь (горячий, холодный или в виде пара) через ботанические ингредиенты, подвешенные в перколяторе — высоком узком сосуде с запорным клапаном на дне. Такой способ обеспечивает более целенаправленную экстракцию. Именно так *Tempus Fugit* извлекает кофе для *crème de moka*, чайные листья для *crème de thé* и листья мяты для *Fernet Angelico*. Основатель Джон Троя объясняет: «Если бы мы использовали мацерацию, вкус был бы горьким и мутным. Мы пропускаем спирт через ботанические ингредиенты, потому что хотим получить только верхние ароматические ноты».

Дистилляция необходима для экстракции цитрусовых нот кориандра или для отделения горьких свойств полыни от более желанных травяных аспектов. Большинство производителей мацерируют листья, семена, цитрусовые корки, корни, кору и цветы в спирте разной крепости в течение до двадцати четырёх часов, а затем дистиллируют их для изоляции нужных эфирных масел. Низкое содержание влаги в тщательно высушенных ботанических ингредиентах имеет решающее значение для максимального извлечения

эфирных масел, качество и объём которых тестируются по образцам партий, отправляемым в лабораторию производителя.

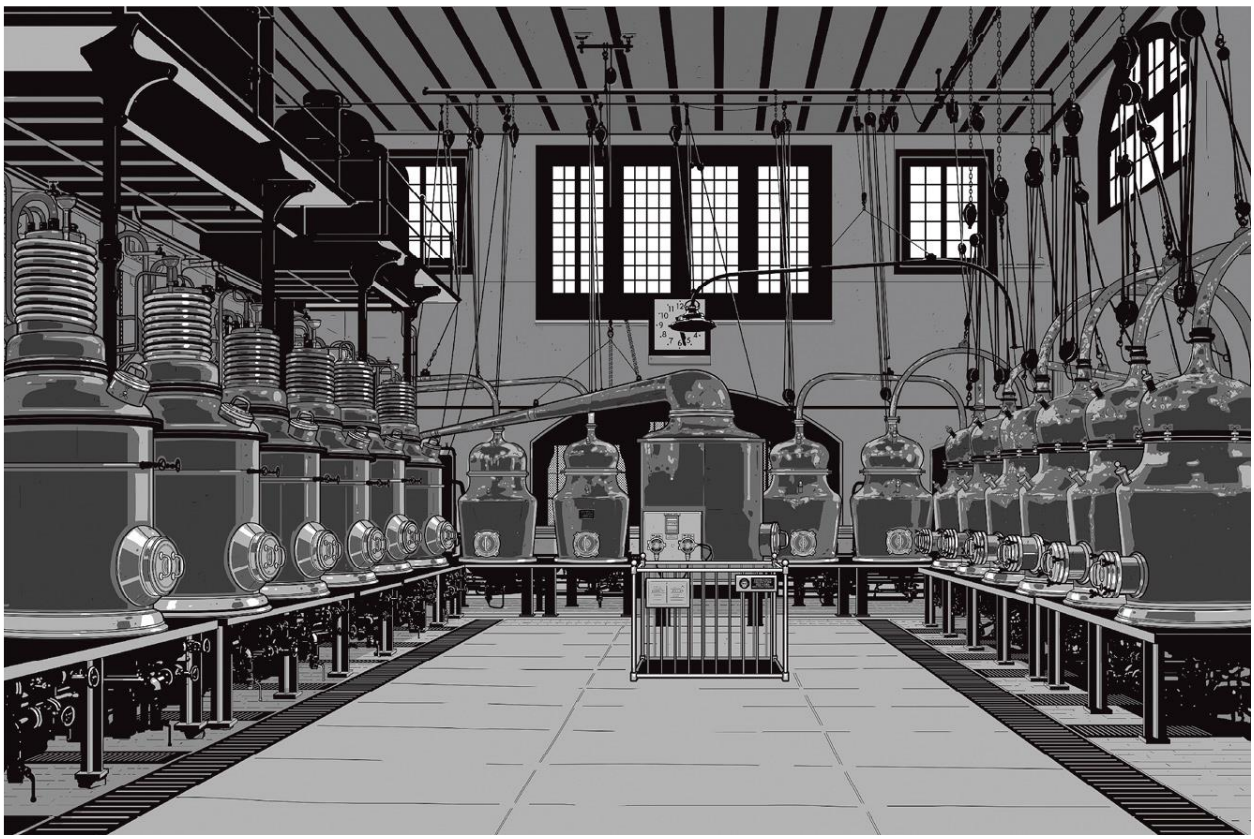


Цитрусовые ботанические ингредиенты Luxardo

Надпись на этикетке ликёра *crème de cacao, cassis* или *menthe* не означает, что шоколад, чёрная смородина или мята — единственные ингредиенты в рецепте (помимо сахара и воды). Многие классические рецептуры включают более десятка дополнительных ботанических компонентов — часто нескольких разновидностей основного ингредиента — с добавлением сопутствующих, поддерживающих вкусов. Поскольку каждый травяной компонент имеет свой оптимальный метод экстракции, большинство из них обрабатываются отдельно, а затем смешиваются. Производители, как правило, хранят двухлетний запас каждого ботанического компонента на случай неурожая.

Итальянские амари и французские травяные ликёры — одни из самых сложных в производстве. Например, формула *Bénédictine*, восходящая к XVI веку, представляет собой смесь мацерированных, дистиллированных и дважды дистиллированных компонентов, выдерживаемых в дубе в течение восьми месяцев. Затем состав подслащивают мёдом, ароматизируют шафраном, нагревают до 55°C, снова выдерживают в дубовых бочках в течение четырёх месяцев, фильтруют и разливают. Весь процесс занимает почти два года из-за длительной мацерации и выдержки, необходимых для гармонизации аромата и вкуса двадцати семи ботанических ингредиентов, включая дягиль, иссоп и мелиссу, которые раньше собирали на склонах вокруг аббатства.

Помимо медицинского происхождения (о чём также говорится в разделе о аперитивах), ликёры тесно связаны с кулинарией: они использовались в трюфелях и выпечке ещё с XVIII века — компания *Cointreau* производила кондитерские изделия до того, как начала делать ликёры. В XIX веке бармены начали использовать небольшие количества ликёров — так же, как и кулинары — для улучшения *Old-Fashioned* и обогащения пуншей.



В XX веке роль ликёров расширилась — от средства добавления сложности в коктейли до полной замены сахара, как, например, в коктейлях категории *daisy*, где вместо сахара использовался кюрасао в составе кислой основы. Так появились *Sidecar, White Lady, Margarita* и более изощрённые рецепты, в которых сочетаются сразу несколько ликёров, такие как *Aviation* и *Last Word*. Когда бармены начали готовить *Old-Fashioned* с добавлением вермута (что дало начало *Martini* и *Manhattan*), рядом с ним часто оказывались кюрасао или ликёр мараскино.

Ликёры стали ключевым компонентом крепких, сладких, насыщенных коктейлей, известных как *nightcaps* — вечерние напитки перед сном, восходящие к началу XIX века, когда было принято выпить чего-нибудь крепкого, прежде чем надеть ночной колпак и лечь спать в холодную ночь. В книге *The Essential Cocktail* Дейл ДеГрофф описывает *Stinger* как «ночной колпак — взрослую версию мятной конфеты после ужина», который возник в 1890-х и был заключительным напитком вечера для многих игроков высокого уровня. «Единственный коктейль, который может следовать за *Stinger*, — это ещё один *Stinger*. Но вы не можете сидеть и пить их один за другим, потому что это чистый алкоголь — очень, очень крепкий — так что одного вполне достаточно».

Это кратко и точно подводит итог назначению, функции и подаче коктейлей категории *nightcap*. Однако дело было не только в бренди — ДеГрофф настаивает, что использовать нужно коньяк не ниже категории VS — но и в высокой цене ликёров. До тех пор, пока не появились замкнутые, хорошо финансируемые ароматические лаборатории вроде *Givaudan, Firmenich* и *IFF*, снизившие затраты на производство за счёт применения «натуральных» экстрактов, разрешённых законодательством ЕС в качестве заменителей настоящих фруктов, трав, семян, специй и бобов, ингредиенты для изысканных ликёров делали их одними из самых редких и дорогих спиртных напитков в мире.

Хотя исторически ликёры могли выступать в роли базового или со-базового спирта — как в *Stinger, Rusty Nail* и *Negroni*, — я обычно использую их в меньших дозах, чтобы не

перегружать напиток сладостью. В этом разделе — ввиду того, что существует относительно немного рецептов, где ликёр является главным вкусовым элементом коктейля, — я разделил обзор их типов и предназначения между главами, посвящёнными аперитивам и ликёрам. Также я собрал насыщенные рецепты, включающие молочные ингредиенты, зимние согревающие напитки и коктейли, количество которых следует ограничивать из-за их крепости или высокого содержания сахара.



Элизабетта Нонино
Мастер-дистиллятор

О поставках
«Если посмотреть на последние три-четыре сотни лет, можно заметить, что северные амари, такие как *Jägermeister, Underberg* и *Zwack*, довольно горькие. Амари с юга — гораздо слаще. Почему? Потому что ликёры были связаны с теми ингредиентами, которые можно было найти в конкретной местности.

Северо-востоку Италии повезло — у нас есть Венеция, один из важнейших портов Европы, и доступ к специям и шоколаду с Востока... Многие из ингредиентов, которые мы используем в наших амари, были связаны с тем, что мы могли достать.»



Джон Троя
Директор компании

О модернизации
«Трудо- и времязатратные процессы, благодаря которым в XIX веке создавались выдающиеся версии исторических *crème*-ликёров и ликёров, практически полностью были забыты. Вместо них начали использовать масла, экстракты и даже искусственные ингредиенты, которые просто добавляют в нейтральный спирт и подслащивают сахаром из тростника, свёклы или кукурузы.»



COFFEE COCKTAIL

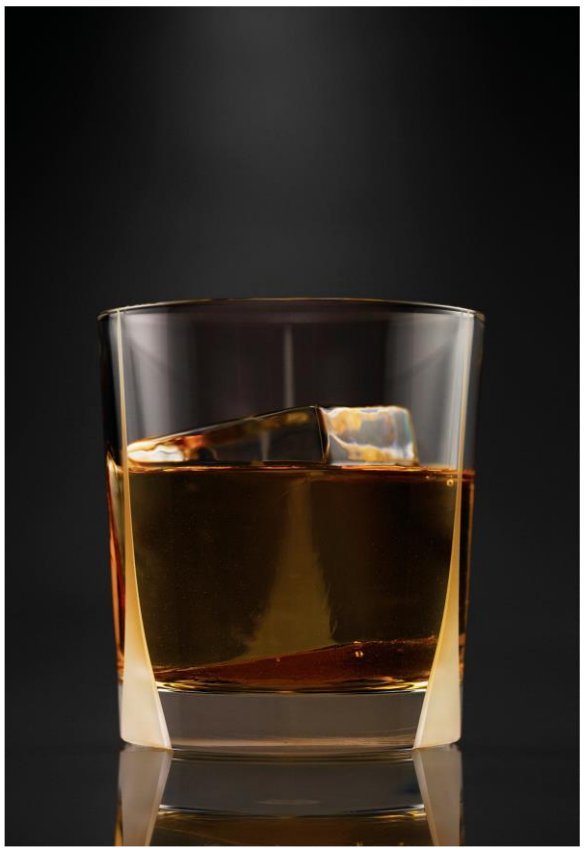
Происхождение
Этот рецепт появился в посмертном издании 1887 года книги Джерри Томаса *The Bar-Tenders Guide* с примечанием: «Название этого напитка — ошибка, так как кофе и биттер в его состав не входят, но он выглядит как кофе, если приготовлен правильно, вероятно, отсюда и пошло его название».

Логика
Я «открыл» этот рецепт в 2005 году в факсимильном издании книги Томаса, работая барменом в *Gramercy Tavern*, где подавали полдюжины портвейнов по бокалам в сопровождение к сырной тарелке. Раньше я никогда не готовил коктейль с портвейном или целым яйцом и не мог поверить, что такое сочетание вообще пригодно для питья, не говоря уже о том, чтобы оно напоминало кофе. Любопытство пересилило — я взбил коктейль и был поражён, насколько он оказался вкусным. На удивление сбалансированный, он напоминал молочный коктейль с нотами шоколада и тёмных ягод. Никакого сходства с кофе ни по виду, ни по вкусу — зато он идеально подходил в качестве *nightcap*, особенно в тот момент вечера, когда гость обычно заказывает чашку кофе.

Хитрости
После экспериментов с ингредиентами я пришёл к выводу, что фруктовые портвейны, например, молодые *ruby* или *Quinta do Noval Black*, особенно хорошо сочетаются с коньяками категории VSOP. Портвейны *tawny* двадцатилетней выдержки, танинные *late bottle vintage*, а также XO-коньяки с выраженным *rancio*-характером не улучшают коктейль — их лучше оставить для пития в чистом виде. Аромат мускатного ореха помогает замаскировать землистые нотки яйца и подчёркивает древесные тона коньяка, но щепотка свежемолотого кофе тоже подойдёт.

Рецепт
45 мл коньяка Hine H
45 мл портвейна Quinta do Noval Black
7 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)
1 целое яйцо
Украшение: тёртый мускатный орех

Встряхнуть без льда (dry shake), затем встряхнуть со льдом и процедить через мелкое сито в охлаждённый бокал хайбол. Украсить мускатным орехом.



RUSTY NAIL

Происхождение
Дэвид Вондрич прослеживает первое сочетание скотча и Drambuie (под названием *B.I.F.*) до 1937 года. За ним последовали множество вариаций, пока рецепт не закрепился под названием *Rusty Nail* в 1960-х. Один из первых, кто включил его в печатное издание, — Стэн Джонс в своей книге *Jones' Complete Barguide* (1977).

Логика
В 1746 году, в знак благодарности за помощь в бегстве от королевских солдат на острове Скай, принц Чарльз Эдвард Стюарт (Бонни Принс Чарли) передал вождю клана МакКиннонов рецепт своего личного эликсира. Этот рецепт перешёл к Джону Россу, который производил и продавал напиток в отеле *Broadford*, где он и получил имя *Drambuie*.

Выдержанный ликёр на основе шотландского виски ароматизируют смесью трав и специй, а подслащивают вересковым мёдом. Логика коктейля повторяет структуру сочетания Bénédictine и бренди: соединение базового спирта ликёра с самим ликёром даёт более крепкий и сухой напиток. Если только вы не подаёте коктейль как десерт или человеку с явной тягой к сладкому, используйте Drambuie умеренно — дайте виски раскрыться.

Хитрости
Я слегка отжимаю цедру апельсина над поверхностью коктейля — это освежает аромат. Подаю напиток на одном большом кубе льда, как *Old-Fashioned,* — это придаёт ему весомость. В особых случаях можно использовать пятнадцатилетний Drambuie (он суше — дозу можно увеличить до 22 мл) и Talisker десятилетней выдержки, чтобы отдать дань острову Скай.

Рецепт
60 мл шотландского виски Dewar’s 12-летней выдержки
15 мл Drambuie
Украшение: нет

Размешать со льдом, затем процедить на один крупный куб льда в охлаждённый бокал рокс.



STINGER

Происхождение
В книге *Imbibe!* Дэвид Вондрич приписывает этот рецепт машинописному приложению к *American Bartender* Билла Бутби примерно 1905 года. По данным научного приложения *Martin's Index* Мартина Дудороффа, первое печатное появление коктейля относится к книге *Drinks* Жака Страуба (1914).

Логика
Я долгое время недооценивал этот коктейль, пока не узнал, что он является тайным удовольствием Дейла ДеГроффа и Дэвида Вондрича — это произошло во время работы под их началом над проектом *BarSmarts* от имени Pernod Ricard. Как и в случае с другими крепкими «дуэтами», по классификации Гэри Регана из *The Joy of Mixology*, ключ к балансу — уменьшить количество ликёра и выбрать выразительный базовый спирт.

До того как *Tempus Fugit* в 2011 году выпустили прозрачный *crème de menthe*, а линейки ликёров от *Giffard* и *Marie Brizard* стали широко доступны, большинство баров предлагали только дешёвый зелёный *crème de menthe* для коктейлей типа *Grasshopper*, а Stinger готовили с мятным шнапсом. В те «тёмные времена» Дейв приготовил мне *Stinger* с французским *crème de menthe* марки *Get* (произносится как «джет») 27 — он не импортируется в США — и с коньяком *Martell Cordon Bleu*, и я моментально стал поклонником этого напитка.

Хитрости
В обеих своих книгах Дейл — главный вдохновитель моего интереса к этому коктейлю — предлагает встряхивать *Stinger* и подавать его в бокале рокс с дроблёным льдом. В *The Craft of the Cocktail* он использует соотношение два к одному (коньяк : ликёр), а в *The Essential Cocktail* — поровну. Мне же нравится подавать его *up* — в небольшой коктейльной рюмке с контролируемым разбавлением в смесительном стакане бармена или разливать по бутылкам и подавать прямо из морозильника как *nightcap*, вместо десерта.

Рецепт
60 мл коньяка Martell Cordon Bleu
7 мл прозрачного *crème de menthe* (Tempus Fugit)
Украшение: листик мяты

Размешать со льдом, затем процедить в охлаждённую коктейльную рюмку. Украсить листиком мяты.



GRASSHOPPER

Происхождение
Версия *pousse-café* (многослойного напитка) из равных частей *crème de cacao* и *crème de menthe* приписывается Гарри О'Брайену из отеля *Palace* в Сан-Франциско и опубликована в книге Билла Бутби *World Famous Drinks and How to Mix Them* (1908). Современный вариант с добавлением сливок (или мороженого) приписывается Филиберу Гишету из *Tujague's* в Новом Орлеане — он начал подавать его в баре до введения Сухого закона, в 1919 году.

Логика
Традиция вынуждала меня готовить бесчисленное количество *Grasshopper* на основе мороженого, когда я работал барменом в *Paul's Club* в Мадисоне, штат Висконсин. Бар был знаменит своими десертными вариациями коктейлей *Grasshopper* и *Pink Squirrel* (в последнем *crème de noyaux* заменяет *crème de menthe*). Я думал, что покончил с этим напитком, пока бармен Джефф Моргенталер не вернул его в 2014 году, открыв бар *Pépé le Moko* в Портленде и представив фотогеничную версию в бокале для содовой на серебряном подносе с полосатой трубочкой и салфеткой.

Ключ к моему рецепту — качественное ванильное мороженое и превосходный прозрачный *crème de menthe* от *Tempus Fugit*. Чтобы придать напитку традиционный цвет, я добавляю каплю зелёного пищевого красителя. Джефф готовит коктейль с помощью тихого погружного блендера, а не шумной барной машины.

Хитрости
Часть привлекательности рецепта Моргенталера — добавление *Fernet-Branca Menta*, который привносит ментоловую горечь и уравновешивает сладость. Некоторые считают,

что добавление ингредиентов в классический рецепт — это почти святотатство, но успех таких напитков, как *Amaretto Sour* с бурбоном или *Grasshopper* с ферне, доказывает, что иногда стоит выйти за пределы традиции, чтобы вдохнуть в классику новую жизнь.

Рецепт
240 мл ванильного мороженого Häagen-Dazs
30 мл *crème de menthe* (Tempus Fugit, прозрачный)
30 мл *crème de cacao* (Giffard, прозрачный)
1 капля зелёного пищевого красителя
Украшение: веточка мяты

Собрать все ингредиенты в чаше блендера и взбить до кремовой текстуры. Перелить в охлаждённый бокал для содовой. Украсить веточкой мяты.



TOM AND JERRY

Происхождение
Джерри Томас приписывал себе авторство этого рецепта, с которым он стал широко известен. Однако в книге *Imbibe!* Дэвид Вондрич указывает на более раннее упоминание — в статье *Salem Gazette* от 1827 года, за три года до рождения Томаса.

Логика
Я помню, как в конце 1990-х готовил *eggnog* и *Tom and Jerry* в Висконсине — с дешёвым бренди, горячей водой и ложкой желеобразной смеси *Connolly's Tom and Jerry*, вычерпанной из пластиковой ванночки. Я относил это к числу причуд культуры Висконсина, которые я полюбил за время, проведённое там. Но всё изменилось, когда Одри Сондерс вернула меня (и Нью-Йорк) к этому напитку в *Pegu Club*. Этот рецепт основан на её версии — лучшей из всех, что я пробовал.

Если у вас есть доступ к стационарному миксеру вроде *KitchenAid*, взбивайте яйца с его помощью. Храните смесь вместе с молоком на водяной бане, чтобы избежать пригорания при подогреве перед подачей.

Хитрости
Можно сделать коктейль легче, заменив молоко на горячую воду или изменив пропорции теста, но от насыщенности этого напитка никуда не деться. Если хочется заменить алкоголь, Джефф Моргенталер предлагает прекрасный вариант *eggnog* на *añejo* текиле и хересе *amontillado* — они отлично заменяют коньяк и ром.

Рецепт
180 мл цельного молока

60 мл теста Tom and Jerry (см. на этой странице)
22 мл коньяка Rémy Martin VSOP
22 мл рома Bacardi 8-летней выдержки
Украшение: тёртый мускатный орех

Собрать ингредиенты в предварительно прогретой термостойкой кружке, размешать. Украсить мускатным орехом.



AFTER NINE

Происхождение
Я создал этот коктейль для зимнего меню *PDT* в 2012 году.

Логика
Горячий шоколад с зелёным Chartreuse — классический *après ski* коктейль в Альпах, где многие из растений, используемых для производства этого знаменитого травяного ликёра, растут в дикой природе. Вдохновившись *Verte Chaud* (его вкусовой профиль — шоколад и зелёные травы — напомнил мне конфеты *After Eight*, на которых я вырос и от которых произошло название коктейля), я выбрал лавандово-мятный чай и хвойный джин, чтобы подчеркнуть альпийский характер Chartreuse, а *crème de cacao* заменил насыщенный горячий шоколад.

Поскольку в коктейле нет сливок или лимонного сока, которые могли бы замедлить испарение алкоголя (иначе напиток будет пахнуть чистым этанолом), его следует подавать тёплым, а не горячим.

Хитрости
Джин *Blue* от Ханса Райзетбауэра, дистиллированный в часе езды от Альп, хорошо заменяет *Monkey 47*, если тот недоступен. Я также успешно подавал этот коктейль в холодном виде как пунш, но для этого нужно скорректировать пропорции, чтобы сбалансировать крепость и сладость при пониженной температуре.

Рецепт
240 мл заваренного лавандово-мятного чая
30 мл джина Monkey 47
15 мл *crème de cacao* (Brizard, белый)

7 мл зелёного Chartreuse
Украшение: веточка лаванды

Собрать ингредиенты в предварительно прогретой термостойкой кружке. Украсить веточкой лаванды.

CAFÉ ARROZ



Происхождение
Я создал этот рецепт весной 2008 года для *Gran Centenario Tequila* (она также отлично подходит для этого коктейля).

Логика
Орчата — освежающий напиток на основе рисовой воды с корицей, часто обогащённый молоком — показалась мне идеальной заменой сливок в вариации *White Russian* на текиле. Боттлинг *Kahlúa Especial* имеет более высокую крепость и выраженный кофейный вкус по сравнению с «оригинальной» версией, что делает его идеальным компонентом, объединяющим мексиканское происхождение всех ингредиентов.

Этот рецепт — ещё один пример того, как правило *"what grows with it goes with it"* («что растёт рядом — сочетается в бокале») воплощается в коктейле, и подтверждение тому, насколько вдохновляют поездки в регионы производства.

Хитрости
Рецепт разрабатывался для текилы *reposado*, но отлично работает и с *blanco*, и с *añejo*. Вы можете адаптировать рецепт орчаты — в традиционную версию, например, не добавляют молоко — и экспериментировать с марками текилы и кофейного ликёра на свой вкус. Нет смысла чрезмерно усложнять вариацию *White Russian*.

Рецепт
60 мл орчаты (см. на этой странице)
45 мл текилы Partida Reposado
15 мл Kahlúa Especial
Украшение: тёртая корица

Встряхнуть со льдом, затем процедить через мелкое сито на крупный куб льда в охлаждённый бокал рокс. Украсить тёртой корицей.



MILK PUNCH

Происхождение
Практически идентичный рецепт встречается в *The Bar-Tenders Guide* Джерри Томаса.

Логика
Ещё один драгоценный рецепт XIX века, который сохранился в классике благодаря заведениям вроде *Brennan's* в Новом Орлеане, где его достаточно долго подавали, чтобы он не исчез из пантеона смешанных напитков. Из-за своей насыщенности я указываю его как напиток после ужина, хотя классически в Новом Орлеане его подают на бранч!

Если только вы не ищете пару к свежим бенье или французским тостам, я бы рекомендовал подавать этот коктейль в качестве десерта. Это маловероятно, но всё же убедитесь, что гость, заказавший *Milk Punch*, не ожидает версию, приготовленную по технике XVII века, когда молоко специально сворачивали в составе пунша, затем процеживали через фильтр, чтобы получить бархатистую текстуру.

Хитрости
Классическая основа — бренди (лучше использовать качественные аламбичные бренди), но бурбон тоже популярен и вкусен. В таком случае советую использовать мёд или кленовый сироп — они компенсируют горько-сладкий характер патоки в роме *Myers's*. По моему опыту, сливки слишком тяжёлые, а молоко с жирностью 2% — слишком лёгкое, поэтому лучше всего подходит цельное молоко или *half-and-half* (половина сливок, половина молока).

Рецепт
45 мл цельного молока
30 мл коньяка Pierre Ferrand Ambre
30 мл тёмного рома Myers's Original
22 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)
Украшение: тёртый мускатный орех

Встряхнуть со льдом, затем процедить через мелкое сито на один крупный куб льда в охлаждённый бокал рокс. Украсить мускатным орехом.



BLACK FLIP

Происхождение
Я создал этот коктейль для зимнего меню *PDT* в 2007 году.

Логика
Коктейль вдохновлён главой о флипах начала XVIII века из книги Уэйна Кёртиса *And a Bottle of Rum: A History of the New World in Ten Cocktails*, изданной летом 2007 года. Позже в том же году я посетил дистиллерию *Cruzan Rum* на острове Сент-Круа и обнаружил, что их *Black Strap rum* по вкусу точно соответствует описаниям рома времён колониальной Америки. Кёртис упоминает, что ранние флипы готовились на основе крепкого пива, поэтому сезонный *black chocolate stout* от *Brooklyn Brewery* (с крепостью 10%) идеально подошёл. Шоколадные солодовые ноты отлично сочетаются с поджаренной патокой в этом напитке, напоминающем по вкусу тесто для кекса. В старину такие напитки подогревали с помощью раскалённого металлического стержня, известного как *loggerhead*.

Хитрости
Дэйв Арнольд (см. на этой странице) создал современную версию *loggerhead*, которую он называет *Red Hot Poker*. Хотя мне бы и хотелось попробовать этот коктейль, после того как в него опустят стержень, нагретый до 800°C, я, пожалуй, воздержусь — из соображений безопасности. Я адаптировал эту формулу с разными сортами пива, спиртными напитками и подсластителями для создания других флипов, но для аутентичности стоит придерживаться оригинальных продуктов.

Рецепт
60 мл *Brooklyn Brewery Black Chocolate Stout*
45 мл *Cruzan Black Strap rum*

15 мл сиропа Демерара (см. на этой странице)
1 целое яйцо
Украшение: тёртый мускатный орех

Добавить все ингредиенты в шейкер и слегка взболтать, чтобы удалить углекислоту из пива. Встряхнуть без льда (dry shake), затем встряхнуть со льдом и процедить через мелкое сито в охлаждённый бокал для вина. Украсить мускатным орехом.

СУБРЕЦЕПТЫ

Орчата
(используется в Café Arroz)
Выход: 950 мл

- 1 стакан белого длиннозёрного риса (сырого)
- 1200 мл фильтрованной воды
- 300 мл цельного молока
- ½ ч. л. экстракта бурбонской ванили
- ½ ч. л. молотой корицы
- 3 ст. л. сахара Демерара

В блендере соедините рис и воду, измельчайте около 1 минуты, пока рис не начнёт распадаться. Переложите в нейтральную по химическому составу ёмкость и оставьте при комнатной температуре на 12 часов. Процедите рисовую воду (примерно 600 мл) обратно в блендер, рис выбросьте. Добавьте молоко, ваниль, корицу и сахар, взбейте до полного растворения сахара. Уберите в холодильник. Перед подачей перемешать.



Тесто для Tom and Jerry
(используется в Tom and Jerry)
Выход: 1,4 л

- 6 крупных органических яиц (отделить белки от желтков)
- 450 г мелкого сахара
- 30 мл рома Bacardi 8-летней выдержки
- ½ ч. л. молотой корицы
- ½ ч. л. молотой душистого перца

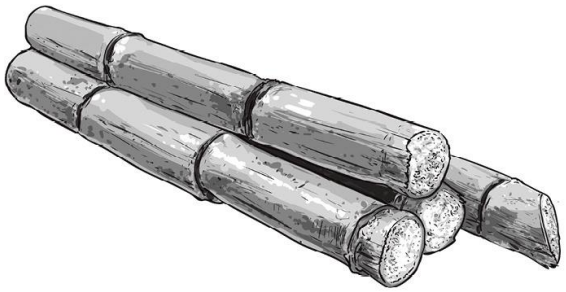
- ¼ ч. л. молотого мускатного ореха
- ¼ ч. л. молотой гвоздики
- 2 капли биттера Angostura
- 1 ст. л. ванильного экстракта

Желтки взбить в миске до полной однородности, затем добавить сахар, ром, специи, биттер и ваниль. В отдельной миске взбить белки до крепких пиков. Соединить обе массы и взбить до гладкости. Перелить в бутылку и хранить в холодильнике между подачами.

Сахарный сироп
(используется в Pimm's Cup и других)
Выход: 750 мл

- 480 мл фильтрованной воды
- 2 стакана мелкого сахара

Подогревать воду с сахаром на среднем огне (примерно 70°C), пока сахар не растворится. Остудить и перелить в бутылку.



Сироп Демерара
(используется в Toronto и других)
Выход: 975 мл

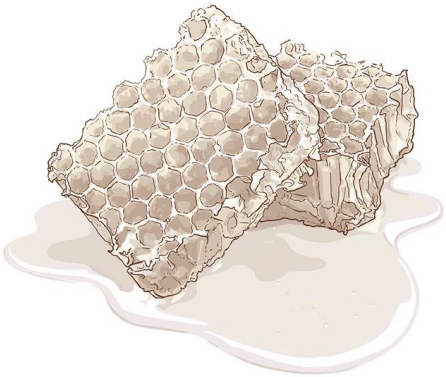
- 480 мл фильтрованной воды
- 330 г сахара Демерара (примерно 3⅓ стакана)

Подогревать воду с сахаром на среднем огне (примерно 80°C), пока сахар не растворится. Остудить и перелить в бутылку.

Медовый сироп
(используется в Airmail и других)
Выход: 950 мл

- 480 мл фильтрованной воды
- 720 мл мёда

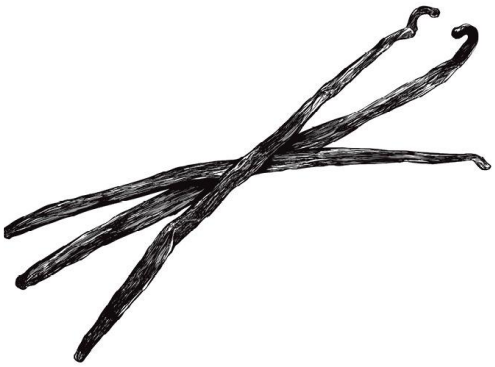
Подогревать воду с мёдом на среднем огне (примерно 80°C), пока мёд полностью не растворится. Остудить и перелить в бутылку.



Ванильный сироп
(используется в Cocktail Culture)
Выход: 600 мл

- 480 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)
- 120 мл пасты из бурбонской ванили

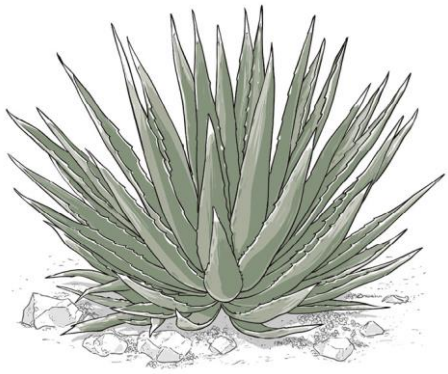
Смешать сироп и ванильную пасту в сотейнике и прогревать на слабом огне, помешивая, до полной однородности. Остудить и перелить в бутылку.



Сироп агавы
(используется в Tommy's Margarita и других)
Выход: 740 мл

- 385 мл фильтрованной воды
- 565 мл нектара агавы

Подогревать воду с нектаром агавы на слабом огне (примерно до 50°C), пока нектар полностью не растворится. Остудить и перелить в бутылку.



Имбирный отвар (Ginger Wort)
(используется в French Maid, Mezcal Mule и других)
Выход: 740 мл

- 720 мл фильтрованной воды
- ⅓ стакана измельчённого свежего имбиря
- 2¼ ст. л. светлого коричневого сахара
- 22 мл сока лайма

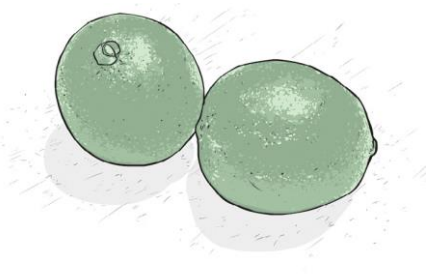
Довести воду до кипения. Влить её в ёмкость с имбирём и сахаром (использовать нейтральную по химическим свойствам посуду), накрыть крышкой и настаивать 90 минут. Процедить через *chinois* (или мелкое сито), тщательно отжав имбирь. Добавить сок лайма, перелить в бутылку и хранить в холодильнике.



Лаймовый кордиал
(используется в Gimlet)
Выход: 710 мл

- 12 лаймов
- 710 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)

Снять цедру с лаймов при помощи *microplane*. Смешать цедру с сиропом в нейтральной ёмкости и настаивать 10 минут. Процедить через мелкое сито, перелить в бутылку и хранить в холодильнике.



Взбитые сливки
(используются в Irish Coffee)

- 90 мл жирных сливок
- 7 мл сахарного сиропа (см. на этой странице)

Взбить сливки с сиропом в миске до мягкой пены, которую можно вылить на поверхность напитка.


the Dead Rabbit
MORRIS PEASE · A MAN ON A MISSION · LEWIS
SPRING SUMMER
WINTER FALL
EIGHTEEN FIFTY · FIFTY ONE

ЧАСТЬ 6



МЕНЮ

О целых книгах написано о том, что отличает выдающийся дизайн меню в барах и ресторанах от простых перечней. В книге *Menu Design in America* (2011), выпущенной издательством *Taschen*, исполнительный редактор Джим Хайман и давний арт-директор *New York Times* Стивен Хеллер собрали более четырёхсот страниц репродукций меню, достойных музейной экспозиции, охватывающих период с 1850 по 1985 год. Это визуальный архив примеров, где художественная типографика и графический дизайн органично сочетаются с основной функцией меню — быть кулинарным ориентиром для гостей.

Современные инструменты настольной верстки значительно упростили процесс обновления меню для баров и ресторанов, но в то же время подорвали традиционное искусство их оформления. В этой главе я рассматриваю меню как бизнес-план, помогающий операторам направлять гостя в его гастрономическом опыте. Помимо эстетики (которая критически важна для создания атмосферы и чёткого донесения замысла), меню выполняет роль программы к представлению, которое вот-вот начнётся. Даже отсутствие меню может быть осознанным жестом — знаком того, что бармен или официант открыт к импровизации, а гость должен быть готов активно участвовать в процессе.

ПРОСТРАНСТВО И ЗАТРАТЫ

Прежде чем составлять меню, следует оценить логистику вашего барного пространства. Сколько у вас места? Это включает:

- рабочие поверхности за и на барной стойке для бутылок и декантеров,
- охлаждение для скоропортящихся продуктов, соков, сиропов, вин, пива и других напитков,
- шкафы под стойкой для хранения крепкого алкоголя.

Чем меньше у вас пространства, тем компактнее должно быть меню, особенно если ожидается высокий поток гостей. Один из способов этого достичь — ограничить разнообразие базовых спиртов. Это позволит перераспределить пространство и бюджет на

более широкий ассортимент «модификаторов», необходимых для разнообразного коктейльного меню. Например, я люблю французские бренди, такие как кальвадос, арманьяк и марк, но, поскольку их в основном пьют в чистом виде, я не держу их в баре *PDT* круглый год.

Многие операторы до сих пор используют модель расчёта себестоимости налива (*pour cost*), унаследованную от до-ренессансного коктейльного периода. Эта модель лучше подходит для демократичных заведений с упором на объём и дешёвые напитки. Современная модель требует применения ценовой структуры из высокой кухни, где напитки стоят дорого, продаются в меньших объёмах, но при этом обеспечивают аналогичную валовую прибыль. Это трудная концепция, пока не осознаешь, какую гордость приносит работа с качественным продуктом.

В коктейльном баре вроде *PDT*, где более 85% заказов приходится на напитки из меню, особенно важно стабилизировать себестоимость именно этих позиций — в отличие от вне-меню заказов (классические коктейли, чистый алкоголь, хайболы), стоимость которых нужно рассчитывать индивидуально. Хотя предугадать спрос точно невозможно, контроль себестоимости коктейлей из меню — один из лучших способов нормализовать расход алкоголя (переменной величины в барах с широким выбором), чтобы привести его в соответствие с фиксированными расходами — аренда, коммунальные услуги, налоги и зарплаты.

Барные заведения, такие как *PDT*, устанавливают фиксированную цену на все коктейли в меню, в то время как другие, например *Teardrop Lounge* в Портленде, используют переменные цены, зависящие от стоимости налива каждого коктейля. У каждой из этих структур есть свои плюсы и минусы, но в конечном счёте всё сводится к восприятию ценности клиентами. В популярных барах больших городов цены на коктейли часто стандартизируются, как стоимость билета в кино или пачки сигарет, в то время как коктейльные бары в меньших рынках должны конкурировать за бюджет развлечений своих клиентов, поэтому они публикуют переменные цены, чтобы создать ощущение стоимости.

Однако коктейли — не единственный элемент меню, который влияет на восприятие ценности. В *PDT* мы подаем хот-доги по $7 вместе с коктейлями за $16, вместо более дорогой барной еды, такой как вяленое мясо или устрицы, что создает баланс и снижает средний чек. Когда хот-доги стали популярны, мы пригласили местных шеф-поваров, начиная с Давида Чанга из *Momofuku*, чтобы добавить топпинги, которые приводили наши «фастфуды» в соответствие с философией нашего напиточного меню, ориентированной на артезианские и рыночные продукты. Шефы предоставляют топпинги взамен на барный счёт, что помогает нам заполнять места людьми из индустрии, одновременно не увеличивая цену на гурманские хот-доги, передавая их щедрость гостям.



ШОН МУЛДУН
Оператор баров

О напитках
«На одном из выступлений *Connoisseur's Club* в Белфасте в 2008 году Саша Петраске задал аудитории несколько вопросов: "Что такое хороший опыт для клиента в баре и как его измерить?" "Что заставляет клиента уйти с ощущением, что этот вечер был отличным?" Некоторые говорили о сервисе, другие — о атмосфере и напитках. Саша, чьи бары были известны своими коктейлями, выделил напитки и сказал, что они всего лишь один элемент отличного опыта. Он сказал: "Если у вас есть десять различных критериев для оценки бара, напитки составляют лишь десять процентов того, что делает опыт действительно хорошим."»

РАЗРАБОТКА ОСНОВНОГО МЕНЮ

Как только вы определили концепцию своего бара (см. главу 2), наступает время для составления меню. Сбалансированное коктейльное меню включает основную коллекцию фирменных рецептов, которые подаются круглый год, а также сезонные коктейли для тёплой и холодной погоды и рецепты с коротким сроком жизни, которые периодически появляются в меню в зависимости от сезонности. В *PDT* мы ежегодно возвращаем несколько самых популярных сезонных коктейлей, что помогает создавать ожидание изменений меню на протяжении года. Мы также разрабатываем ограниченные серии коктейлей, использующих гиперсезонные продукты или спиртные напитки с маленькими партиями, которые привлекают любителей новых вкусов и СМИ, всегда ищущих новшества.

Хотя сезонные и ограниченные коктейли разнообразят меню, радуют постоянных клиентов и укрепляют репутацию вашей коктейльной программы, именно фирменные рецепты, за которые ваш бар будет известен, должны обеспечивать бизнес. В идеале один конкретный коктейль, такой как *Irish Coffee* в *Dead Rabbit* в Нью-Йорке, *Daiquiri* в *El Floridita* в Гаване или *barrel-aged Negroni* в *Clyde Common* в Портленде, станет визитной карточкой бара — напитком, о котором говорят, который вдохновляет новичков на посещение. Остальные коктейли должны быть составлены из разных базовых спиртов, принадлежать к различным типам рецептов (например, суры и физы), иметь разные вкусовые профили, крепость, цвета и текстуры и подаваться в каждом типе стеклянной посуды, которая есть в вашем баре в достаточном количестве. Такой подход может показаться слишком широким, но альтернатива — это случайное составление меню, в котором окажутся рецепты одного стиля, потому что вы не продумали структуру до начала разработки рецептов. Я сам попадал в такую ловушку.

Было бы замечательно открыть бар с уже готовым меню из фирменных рецептов, но это не так работает. Фирменные коктейли проверяются временем и предпочтениями гостей, которые должны быть отслежены и учтены в меню. Некоторые бары и рестораны, особенно те, которые ориентированы на сезонность, меняют всё меню несколько раз в год. Однако я осторожен с этим подходом: нужно дать рецептам время, чтобы «дышать», а постоянные изменения списка (даже если это привлекает внимание СМИ) могут сбить с толку постоянных клиентов. Представьте себе гостя, который наслаждается отличным коктейлем, возвращается, чтобы провести вечер с друзьями, и обнаруживает, что всё, что ему нравилось, теперь уже недоступно.

Я научился этому на своём опыте и переработал свои меню вокруг трёх основных позиций. Основа — это популярные коктейли, подаваемые круглый год, не требующие ингредиентов с коротким сезоном роста или спиртов, производящихся ограниченными партиями. Дополняю их сезонными предложениями, которые соответствуют времени года, например, свизлы в жару и тоди в холод. Самым динамичным элементом являются коктейли, приготовленные с эпемерными продуктами, такими как виноград *Concord* или кровавые апельсины, смешанные с ограниченными сериями спиртов, которые на время появляются и исчезают из меню.

РАЗРАБОТКА РЕЦЕПТОВ

В большинстве случаев лучше всего начинать с классических рецептов, а затем добавить несколько коктейлей лучших местных барменов (с их разрешения, конечно). Однако как

только команда бара освоит начальное меню, они наверняка захотят разрабатывать свои собственные творения. Для этого есть несколько стратегий, которые помогут направить процесс.

Самый элементарный способ создать «новые» коктейли — и я ставлю «новые» в кавычки, потому что создать что-то действительно новое почти невозможно, если только вы не работаете с недавно выпущенным ингредиентом или редкими продуктами и миксерами — это теория смешивания напитков, которую бармен Фил Уорд называет *Mr. Potato Head* в книге *Death & Co*.

Используя взаимозаменяемые части *Mr. Potato Head* — глаза, уши, нос и одежду — как модель для структуры рецепта, бармен может смешивать и сочетать ингредиенты, пока использует ингредиент, эквивалентный части тела, той же классификации. Например, классическая формула *daisy* состоит из спирта, цитруса и ликёра или кордиала. *Sidecar* (бренди, лимон, трипл сек), *Margarita* (текіла, лайм, трипл сек) и *White Lady* (джин, лимон, трипл сек) — это всё *daisy* с взаимозаменяемыми базовыми спиртами (бренди, текила, джин) и цитрусами.

Ключ к теории — правильно классифицировать каждый ингредиент коктейля. Это довольно просто, когда речь идет о замене основных «частей тела», таких как джин в *White Lady* или текила в *Margarita*, так как это сухие спирты крепостью 40%, которые в основном отвечают за алкогольную крепость коктейля. Используя эту аналогию, заменив лимонный сок на текилу в *Margarita*, вы поступаете так, будто бы поставили ухо или руку вместо носа.

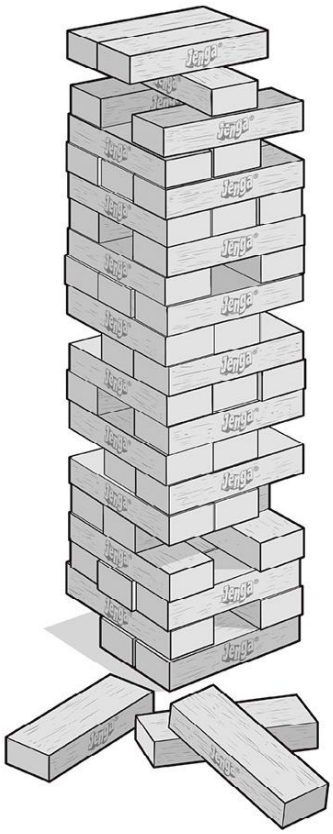
Сладость, крепость или кислотность ингредиента — или их отсутствие — может усложнить процесс выбора. Если вы замените *triple sec*, такой как Cointreau, который одновременно сладкий и крепкий, на текилу в *Margarita*, то вам нужно будет заменить два компонента (возможно, глаза в очках?). По этой причине я использую аналогию с игрой в *Jenga*, потому что качество коктейля зависит от баланса.

РАЗРАБОТКА РЕЦЕПТОВ И СОЗДАНИЕ МЕНЮ

Каждый раз, когда вы убираете один ингредиент из основного рецепта и заменяете его чем-то другим, вы рискуете разрушить всю структуру коктейля. Хорошим примером является коктейль *White Lady*, который является вариацией *daisy* с добавлением *Lillet blanc* и абсента. Чтобы создать правильный баланс, необходимо уменьшить количество джина и трипл сек, добавив лишь несколько капель абсента, который в противном случае может затмить более деликатные ноты других ингредиентов. Это рецепт классического коктейля *Corpse Reviver #2*, который балансируется за счёт тщательно подобранных ингредиентов.

Многие бармены подходят к разработке коктейлей так же, как шеф-повара, черпая вдохновение из сезонных продуктов (при этом ингредиенты часто занимают приоритетное место перед спиртными напитками). Вместо того чтобы разрабатывать новый коктейль на основе джина, они приносят на бар ревень или черемшу и хотят, чтобы эти ингредиенты стали главной частью рецепта. Это и является основой таких коктейлей, как свежие фруктовые «мартини», «дакири» и «бельлини», где водка, ром и просекко служат нейтральными алкогольными основами, позволяя свежим сокам доминировать. (Я беру эти названия в кавычки, потому что существуют традиционные ингредиенты для каждого из этих рецептов.)

Прежде чем идти по этому пути, важно учитывать, как лучше всего подготовить ингредиенты, чтобы раскрыть их вкус в алкогольных коктейлях. Для ягод, косточковых фруктов и большинства дынь ключевым моментом является спелость, прежде чем вы начнете их отжимать, разминать или перетирать. Такие ингредиенты, как тамаринд, требуют замачивания и очищения, а зрелые кокосы нужно открывать с помощью дрели и готовить для получения их сливок. Волокнистые фрукты и овощи, такие как ревень, сельдерей и яблоки, нужно извлекать и использовать в течение нескольких часов до того, как окисление начнёт уменьшать их яркость.



Сезонные продукты с рынка могут быть непредсказуемыми. Например, персики, помидоры и ягоды могут иметь разную кислотность, сладость и текстуру. На одной неделе вы найдете идеально спелые фрукты, а на другой — они будут покрыты плесенью, кислые или вовсе отсутствовать. В старые времена, до холодильников, современные транспортные технологии и теплицы позволяли многим фруктам и овощам быть доступными круглый год, и бармены использовали сахар для консервирования свежих фруктов, уксус для создания *shrubs* и крепкие спиртные напитки для настоек. Множество шеф-поваров по-прежнему маринуют и консервируют такие овощи, как помидоры и черемша, делают варенья и сорбеты из винограда *Concord*, инжира и т.д. Барменам стоит делать то же самое. Инвестирование в местные фермерские продукты важно для поддержания и расширения пищевых традиций, которые помогают бороться с господством крупных корпораций.

Вы должны следить за сезоном роста продуктов, склонных к плесени и гниению, таких как малина, косточковые фрукты, которые требуют недельного тепла для созревания, и поздние урожаи, такие как замерзающие виноградники сорта *Concord*. Вместо того чтобы использовать генетически модифицированные продукты, которые выглядят красиво, но почти не имеют вкуса, попробуйте чередовать коктейли с этими ингредиентами, подаваемыми в меню в короткие периоды — два-три месяца.

В Соединённых Штатах мы делим год на четыре сезона — зиму, весну, лето и осень, но они редко совпадают с сезонностью продуктов, которые мы используем для создания коктейлей. Вы можете искать «сезоны в сезонах» или использовать другие календари, такие как японская система *Sekki*, которая делит год на двадцать четыре равных периода, для вдохновения.



Несмотря на то, что спирты, такие как какаса и текила, ассоциируются с тёплой тропической погодой, а арманьяк и виски с острова Айла напоминают о холодных ночах у камина, при разработке меню вы можете использовать их транспортирующую силу, чтобы вызывать в памяти атмосферу определённых мест. Мои летние коктейли обычно включают лёгкие, освежающие напитки, основанные на продуктах, а зимние — более насыщенные и спиртовые, с добавлением сушёных специй и консервированных фруктов.

Когда дело касается сезонных продуктов, думайте о сочетаниях вкусов, например, клубника с ревенем или огурец с укропом. *The Flavor Bible* Карен Пейдж и Эндрю Дорненбурга — отличный ресурс для такого вдохновения. Ещё лучше — внимательно следить за тем, что готовят талантливые шефы, бармены, бариста или сомелье. Я никогда не забуду гелё, состоящий из малины, розы и личи, который шеф-кондитер *Gramercy Tavern* Нэнси Олсон привезла мне из пекарни Пьера Эрме в Париже в 2006 году. Комбинация этих вкусов вдохновила меня на создание коктейля под названием *R&R*, состоящего из размятых малины, розовой воды, бурбона и холодного чая.

Шефы и сомелье часто говорят: «Что растёт рядом, то и сочетается», и эта стратегия отлично работает и с коктейлями. Стратегия для коктейля *R&R* как раз придерживается этого подхода: и сладкий чай, и бурбон широко распространены на американском Юге и идеально сочетаются по вкусу. Это логика за классическими рецептами, такими как *Cuba Libre*, *Venetian Spritz* и *Paloma*, а также вдохновение для коктейлей, которые я создавал с орчатой и текилой, соррелом и ромом, мате и писко.

НАЗВАНИЯ КОКТЕЙЛЕЙ

Часто бармены решают, как назвать рецепт коктейля, уже после того как они завершили работу над пропорциями, ингредиентами, посудой, гарниром и логистикой приготовления. Многие из них могут создавать коктейли с лёгкостью, но не могут придумать для них название, упуская тем самым шанс на долгосрочную популярность рецепта, если бы только название было ярким и запоминающимся. Название коктейля —

это его маркетинговый план, и без этого коктейль обречён на анонимность (или, что ещё хуже, может быть приписан другому бармену, который придумает для него яркое название).



Названия коктейлей часто несут в себе обещание: способность заставить нас почувствовать себя лучше (как в случае с *Penicillin*), более изысканно (например, *Cosmopolitan*), более опытно (например, *Old Cuban*) или более весело и привлекательно (например, *Hanky-Panky*). То, что мы пьём, отражает наше настроение, наши проблемы, желания и представления о себе. Название — это маркетинговый план, который использует все эти элементы для того, чтобы привлечь внимание к напитку.

Герб семьи Михана



Коктейли, которые проходят проверку временем, имеют запоминающиеся названия. Некоторые из них связаны с личностями, как *Negroni* (назван в честь знаменитого графа), или с местами, такими как *Manhattan* и *Moscow Mule*. Названия с элементом шока также имеют долгую историю — от современного *Porn Star Martini* до коктейля *Bosom Caresser* из XIX века, которые обещают больше, чем просто поднятие бровей. Стиль напитков, который вы подаёте, олицетворённый их названиями, подсказывает вашей аудитории, как они должны себя вести. Лично я предпочёл бы пить *Moscow Mule* с графами, а не *Porn Star Martini* с «обнимающими грудь».

Один из самых известных брендов-амбассадоров (Майкл Джордан) может не согласиться с этим мнением, но даже если вы вложите душу в первые несколько своих творений, постарайтесь избежать соблазна назвать коктейль в свою честь (если, конечно, у вас нет такой фан-базы, как у *Air Jordan*). Другие распространённые ошибки новичков включают перевод самого очевидного названия на иностранный язык (что будет неловко, если рецепт попадёт туда, и, вероятно, трудно для вашего местного аудитории, чтобы произнести) и использование Wikipedia как единственного источника вдохновения. Большинство названий рецептов становятся популярными, потому что история, стоящая за ними, стоит того, чтобы её повторяли снова и снова, или потому что они очевидны.

Последний практический совет: перед тем как окончательно утвердить название, проверьте его в Google, чтобы убедиться, что вы не первый, кто придумал такую комбинацию или название. Также проверьте правописание и, если название основывается на исторической анекдоте, изучите несколько источников (не всё, что вы читаете в интернете, является фактически верным).



Директор компании
О СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ
«Меня в это втянули. Мы тихая семья. Мы не распускаем слухи о себе... Я пришёл в бизнес и занимался переработкой, контролем качества, бухгалтерией, был помощником казначея, а потом перешёл в продажи. Я работал в каждом отделе компании и учился, чтобы понимать весь бизнес. Я не хотел заниматься продажами. Мне нравилось производство. Я хотел делать продукт. Мой отец сказал, что я — единственный Лэрд, кто может это сделать. Ты должен это сделать. Помню, как я дрожал, но я всё ещё нервничаю каждый раз, когда представляю что-то. Но я научился любить это. Каждый раз, когда я путешествую и встречаю новых людей, я снова чувствую, как сильно люблю свою работу и как горжусь компанией».

ВЫХОД НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНК

Раньше коктейлю требовались годы, чтобы стать популярным по всему миру, но благодаря социальным сетям и положительному прессу, которое получают многие бармены и коктейли, рецепт может быстро путешествовать по всему миру. Если у вас есть международные амбиции для ваших коктейлей, используйте хорошо известные спирты с глобальным распространением, чтобы вам редко приходилось беспокоиться о дефиците или нехватке. Одно, что объединяет все классические коктейли, это ингредиенты, которые можно найти по всему миру.

Если вам повезёт, ваши рецепты будут опубликованы, и если они станут популярными, вас могут пригласить готовить их в других городах, на барных шоу или на гостевых сменах. Чем более универсальным будет рецепт — как, например, *Negroni*, который можно приготовить с различными джинами, сладким вермутом и биттерами — тем больше вероятность того, что и вы, и рецепт будете популярны в разных странах. С другой стороны, чем больше настоек, домашних ингредиентов и лимитированных спиртов вы используете в рецепте, тем меньше места для одежды в багаже и меньше времени для туристических мероприятий после прибытия, поэтому разрабатывайте свои рецепты с учётом этого.

Для большинства барменов — которые работают без личного пресс-секретаря и в заведениях, уже вышедших из медийного цикла — два лучших способа продвинуть новые рецепты — это участие в коктейльных конкурсах и работа с недавно выпущенными продуктами, которые поддерживаются маркетинговыми ресурсами во время их запуска. Компании, производящие спиртные напитки, всегда ищут рецепты, чтобы продвигать свою продукцию, поэтому убедитесь, что их представители знают о ваших усилиях, отмечая их в социальных сетях и взаимодействуя с маркетинговыми и торговыми отделами.

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОГРАММЫ НАПИТКОВ

Каждый элемент вашей напиточной программы имеет значение. Нет смысла создавать сложное коктейльное меню, если вы потом предлагаете обычные пиво и вино. Какой смысл наливать премиальные спирты, если вы смешиваете их с пастеризованными соками или «тоните» их в содовой с кукурузным сиропом, которая подаётся из автомата? Многие бары и рестораны тратят все силы на создание программы вин, спиртных напитков и коктейлей, а затем, предлагая последнюю напиточную опцию вечера, подают эспрессо из капсулы или чай, заваренный в пакетике, склеенном и скрепленном степлером. Должен ли это быть их последний впечатляющий момент?

Множество часов тратится на создание алкогольной части меню, но когда назначенный водитель, беременная женщина, гость, принимающий антибиотики, трезвенник или тот, кто решил взять перерыв от алкоголя, смотрит на меню, их выбор почти всегда менее привлекательный. Точно так же, как шеф-повара гордятся своими вегетарианскими дегустационными меню и способностью удовлетворить потребности гостей с аллергиями, директора по напиткам должны также посвятить себя безалкогольным вариантам меню с таким же энтузиазмом.

ПЕЧАТНОЕ МЕНЮ

Хотя коктейльные меню публикуются барами более века, в настоящее время они стали модными благодаря таким пионерам, как Дейл ДеГрофф, чье меню в *Rainbow Room* стало сенсацией в городе, когда он запустил его в 1987 году. В то время большинство баров не предлагали печатных меню — не говоря уже о двадцати четырёх коктейлях, шести шампанских напитках и пяти безалкогольных опциях — что остаётся впечатляющим даже по сегодняшним стандартам.

БЕЗ МЕНЮ: ОПЫТ И УСЛУГИ

Несмотря на популярность меню, некоторые бары обходятся без них, полагаясь на высококвалифицированных официантов, которые проводят гостей через омакансоподобный опыт. Этот стиль обслуживания был наиболее ярко воплощён в легендарном баре Саши Петраске *Milk & Honey* в Нью-Йорке. Здесь бармены задавали гостям серию вопросов, чтобы угадать идеальный напиток для каждого из них. Вопросы включали предпочтительный базовый спирт (например, джин, ром или текила), стиль коктейля (например, лёгкий и освежающий или крепкий и размешанный) и другие вопросы, помогающие бармену выбрать рецепт из каталога бара.

Парадоксально, но отсутствие меню требует больше обучения и логистики, чем наличие меню. Это не значит, что создание печатного меню — это легко! Операторы должны уделять столько же внимания деталям своего меню, сколько они уделяют бизнес-плану. Многие меню, особенно коктейльные и винные карты, остаются на столе во время обслуживания, и разливы или брызги могут испачкать или навсегда повредить их, поэтому я рекомендую защищать страницы в водоотталкивающих чехлах.

Инвестиции в книги или папки с ламинированными страницами могут быть не обязательными, если ваше меню меняется каждый день и его необходимо выбрасывать в конце ночи. Но независимо от того, хотите ли вы, чтобы ваши меню служили несколько дней или недель, вы должны инвестировать в продуманный профессиональный дизайн. Многие бары и рестораны инвестируют тысячи долларов в дизайнеров, которые выбирают шрифты, создают логотипы, интегрируют изображения и делают типографические решения — от размера шрифта до длины строк, интервала и цвета.

Мой совет — доверить эти решения профессионалу, даже если у вас есть хороший вкус или программное обеспечение для самостоятельного дизайна меню. Профессиональный дизайнер учтет такие моменты, как читаемость при слабом освещении и чистоту компоновки, которая поможет гостям быстро принять решение. Инвестиции в хороший дизайн окупаются.

Стоит отметить, что некоторые поставщики напитков, включая компании по производству содовой, вина и спиртных напитков, а также их дистрибьюторов, предлагают услуги по дизайну и печати меню, если вы согласны включить их продукцию в меню. Эта опция может быть привлекательной, но я советую отказаться от неё — вы теряете контроль не только над содержанием и внешним видом меню, но и над возможностью перепечатывать его, когда заканчиваются запасы какого-либо товара или меняется винтаж, стиль или бренд определённого продукта.

В некоторых случаях хорошо спроектированное меню может стать товаром, который продаётся в вашем баре, как сезонное меню *Dead Rabbit*. Конечно, чем более «коллекционным» будет ваше меню, тем выше риск того, что его украдут («соберут», если

быть щедрым). В *PDT* каждую неделю крадут хотя бы одно меню в кожаном переплёте, но износ и повреждения ограничивают срок службы меню в коктейльном баре, поэтому это просчитанный убыток.

Один из способов уменьшить воровство — это указать розничную цену меню на видном месте; это сигнализирует гостям, что оно имеет материальную ценность. Если ваши гости, после нескольких напитков, всё-таки решат забрать меню как сувенир, хотя бы можете поздравить себя с тем, что у вас есть хорошее меню (в конце концов, кто-то готов пойти на риск быть пойманным за кражу).

Необходимо учитывать размер, тяжесть и количество страниц в меню в соотношении с размерами ваших столов или барной стойки; гостям нужно достаточно места для того, чтобы комфортно просматривать меню, не мешая обзору друг друга. Подумайте о том, хотят ли ваши гости держать в руках меню с вином или коктейлями.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ И ФИЛОСОФСКИЕ СОБЛЮДЕНИЯ

Не забудьте предусмотреть, будет ли достаточно места для меню, если гости решат оставить его на столе после заказа — например, на столе, сверху или в специальной нише под столом.

Последним важным аспектом является количество меню, которое нужно распечатать и иметь под рукой. Определение оптимального количества меню (пара меню) требует планирования — и бюджета, если ваши меню дорогие. Я считаю, что лучше всего иметь одно меню на каждого гостя и одно дополнительное, которое останется на столе после того, как заказ сделан, чтобы хосты никогда не ждали, когда появятся новые меню для посадки гостей. Большую часть меню следует хранить на стойке хоста, но также стоит предусмотреть сухое и доступное место для хранения в обслуживающих тумбочках и за барной стойкой, чтобы официанты могли легко предоставить новый экземпляр меню, если это необходимо.

ФИЛОСОФСКИЕ СОБЛЮДЕНИЯ

Физическая презентация меню имеет большое значение, но ещё более важен его контент. Французское слово для «меню» — *carte*, что переводится как «карта» — и действительно, лучшие меню помогают гостям ориентироваться среди предложений заведения. Краткий выбор опций, тщательно подобранных по качеству и ценности, предпочтительнее длинного каталога, который большинство гостей сочло бы неудобным для навигации.

Хорошие карты имеют ключ, и аналогично меню должно иметь заголовки и чёткую организацию, которая помогает гостям понять концепцию и идеологию заведения, будь то ресторан с новой американской кухней, английский гастро-паб или французская брассерия. Меню также может помочь выразить более специфическую тематическую направленность, как в ресторане *Frantzén/Lindeberg* в Стокгольме, который вдохновлён городами, производящими сыры вдоль маршрута *Tour de France*, или коктейли, вдохновлённые видами на *Route 66* в баре *Pouring Ribbons* в Нью-Йорке.

Некоторые меню исследуют ингредиенты и традиционные методы приготовления, уникальные для своего региона, как новая северная кухня в *Noma* в Копенгагене, кухня *Low Country* в *Husk* в Шарлстоне или каджунская еда в *Cochon* в Новом Орлеане.

Винные карты следуют нескольким популярным конвенциям, которые коктейльные меню могут использовать, включая организацию списков от самых лёгких (по телу, вкусу или содержанию алкоголя) к самым насыщенным (обычно возрастные коктейли на основе спирта с горькими компонентами, крепкими ликёрами, насыщенными подсластителями или молочными продуктами) или группировку каждого стиля коктейля, так же как винные карты группируют по регионам, производителям или сортам. В то время как на винных картах пары с винами — это стандарт, пары с коктейлями остаются в основном неизведанной территорией. Я думаю, что предложение пар — это приятное дополнение, но настоятельно требовать их может привести к конфликту с гостем.

Мне не нравятся часто встречающиеся заметки о дегустации на винных картах. Легко можно оттолкнуть вашу аудиторию и подорвать процесс открытия, заранее рассказывая им, как что-то будет на вкус. Я не раз сталкивался с тем, что гости возвращали блюда, потому что они не имели описанного вкуса, что неудивительно, поскольку у каждого из нас разный вкус и восприятие.

Одной из сложных задач при написании меню является решение, насколько подробно его сделать. Чаще всего гость не закажет что-то, если не знает, что это, так что есть очевидные преимущества в том, чтобы указать происхождение или объяснить менее известные ингредиенты. Большинство гостей знают, что такое виноградный сок и бренди, но они не знают, что *Pineau des Charentes* — это смесь этих двух компонентов, известная как митель или *vin de liqueur* из Коньяка. Несколько предложений, объясняющих, как это сделано, могут стать решающим фактором при выборе гостя.

Тем не менее, ваше меню должно оставлять место для официанта, чтобы тот мог строить отношения с гостем через беседу. Вы можете многое узнать из хорошего меню, но оно никогда не должно быть дидактическим — и хорошо осведомлённый персонал должен быть в состоянии ответить на любые вопросы, которые может вызвать интересное меню.

ПОДХОД К СОЗДАНИЮ МЕНЮ

Я предпочитаю думать как журналист, когда составляю меню: я включаю информацию о том, кто, что, когда, где, как и почему, а также объясняю малоизвестные ингредиенты, чтобы официанты тратили меньше времени на ответы на вопросы гостей и больше времени на помощь в выборе лучшего напитка, основываясь на их личных предпочтениях.

Дополнительный текст, который аннотирует элементы меню, традиционно пишется от первого лица шефом, сомелье или главным барменом, или же рассказывается менеджеру или другому сотруднику, который переписывает элемент в стиле заведения. Первый личный рассказ более интимен, чем третий, который часто используется, когда консультанты или корпоративные директора, не работающие в заведении, создают меню для группы. Шефы редко приписывают себе авторство блюда или рецепта, так как кухонные коллективы работают совместно, но бармены обычно работают индивидуально с барменеджером, поэтому их рецепты должны быть указаны в меню.

СМОТРЯ В БУДУЩЕЕ

В то время как существуют рестораны, где меню пищи строится вокруг библиотеки редких вин, гораздо более распространено, когда коктейльная программа ресторана подстраивается под еду, и это тот подход, который я поддерживаю. Существует более чем

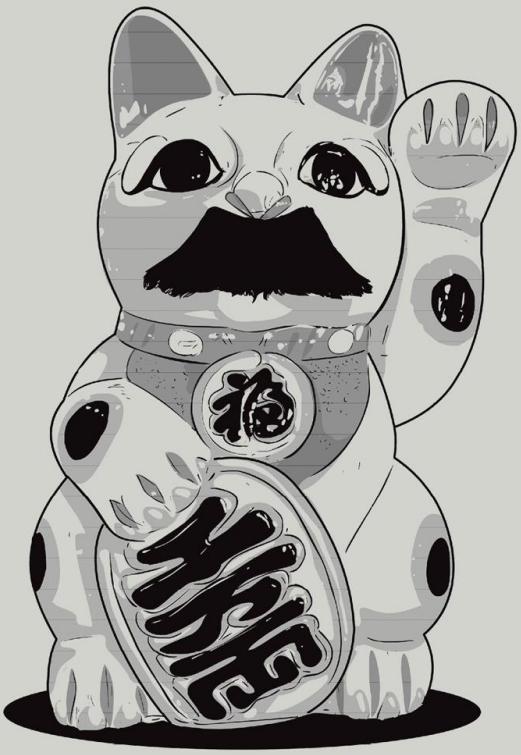
столетняя мудрость в сочетании пищи с вином, но для коктейлей нет чётких правил сочетания. Ренессанс коктейлей зародился в коктейльных лаунжах, но инновации теперь активно происходят в барах, принадлежащих шеф-поварам, таким как Грант Ачац (Aviary), Барбара Линч (Drink) и Даниэль Хумм (NoMad bar).

Все чаще искусство приготовления коктейлей включается в учебные программы кулинарных школ. Это означает, что коктейльные программы могут в будущем интегрироваться в кухню, поскольку подготовка для обслуживания и выполнения заказа похожа как по умственному, так и физическому процессу на работу на кухне. Как и повара, бармены должны готовить обширный список скоропортящихся соков, сиропов и гарниров и должны заранее планировать их количество для успешного обслуживания.

Меню ресторанов, которые указывают происхождение каждого ингредиента — и каждого фермерского поставщика или провайдера, использующегося для подачи блюда — в последние годы стало немного предметом насмешек. Это редко бывает правдой для коктейльных меню, которые обычно включают общие описания ингредиентов коктейлей. Вы никогда не заплатите премиальную цену за бутылку вина в ресторане, не зная производителя, региона и винтажа, так почему же бармены такого же уровня скрывают бренды спиртных напитков, как будто их гости не интересуются этим?

Одна из последних границ для движения за мастерские коктейли — это большая прозрачность. Я не говорю, что вам нужно указывать источник для таких основных ингредиентов, как сахарный сироп или дольки лайма. Однако многие из лучших баров мира получают значительное субсидирование от компаний, производящих спиртные напитки (если это не запрещено законом), но при этом не делают никаких попыток раскрывать, как выбираются элементы меню.

Гость имеет право знать, что, хотя шеф и заплатил премиальную цену за оленину, а сомелье умолял за allocation вашего красного бургундского, бар принял тысячи долларов и бесплатный продукт, чтобы включить джин в ваш аперитив или стать эксклюзивным поставщиком бутилированной воды. Я верю в создание симбиотичных деловых отношений, но я предпочитаю пить и есть в заведениях, которые выбирают каждый компонент того, что я употребляю, скорее на основе качества, чем на основе прибыльности; я готов заплатить за это на счете сам.



ЧАСТЬ 7



ЭТИКЕТ И ГОСТЕПРИИМСТВО

Я не рос с книгами Эмили Пост или в учебных заведениях по этикету, но мои родители учили меня важности хороших манер, и я бы сказал, что их основная цель — возможно, неожиданно — заключается в том, чтобы заставить людей чувствовать себя комфортно. Я помню, как впервые сидел за формальным ужином и видел на своём столе дюжину предметов (настоящих) столовых приборов, не зная, как их использовать.

Этикет предписывает сервировать (и убирать) стол с использованием подходящих столовых приборов для каждого блюда, начиная с самых внешних, что не только легко запомнить, но и логично. Вопрос гостей, хотят ли они оставить пальто при входе, отодвигание и поднимание стульев, когда они садятся или встают, а также перефолдинг салфетки, когда они покидают стол, — всё это не просто показуха; эти жесты подтверждают важность присутствия ваших гостей и ваше стремление предугадывать их потребности.

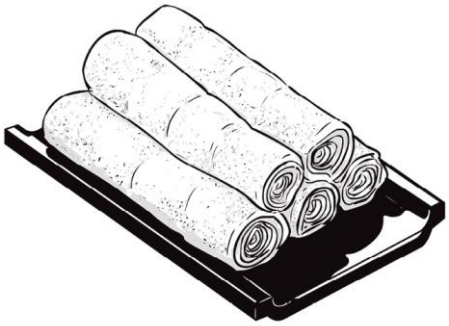
Кажущиеся формальности, такие как представление пробки для бутылки вина, были введены не только для шоу, но и для проверки на дефекты и защиты от подделок. Предложение декантировать вино, которое выигрывает от аэрации, подача хайбола с миксером на стороне для того, чтобы гость мог добавить его по своему вкусу, или вопрос, хочет ли гость маргариту с солью или без, — всё это примеры того, как можно предвидеть их желания и потребности.

Чистота — ещё один способ, с помощью которого мы заставляем гостей чувствовать себя комфортно. Вот почему правильное обслуживание включает захват тарелок снизу и по бокам (в стороне от поверхности, на которой лежит еда) или стаканов по ножке (в стороне от ободка, к которому прикасаются губы гостей). В свою очередь, безупречная форма, аккуратное рабочее место и чистая ванная комната также связаны с тем, в какой обстановке должны быть приготовлены еда и напитки, и именно поэтому менеджеры внимательно следят за состоянием этих элементов во время обслуживания.

Каждый бар и ресторан имеет свой стиль обслуживания, но независимо от того, подаете ли вы холодные бутылки *Bud* в дайв-баре или соль-крустированного камбалу в ресторане высокой кухни, существует определённый цикл обслуживания, которому следует следовать. Вы можете стандартизировать эти жесты, не делая обслуживание слишком заученным, но примите к сведению: я не пытаюсь исключить спонтанность органичных взаимодействий. Как и при размещении множества столовых приборов на формальном

обеденном столе, моя цель — раскрыть логику, стоящую за обслуживанием. Ничто из этих предложений не должно вас удивить, так как все они являются результатом многолетнего наблюдения за процессом, который разворачивается каждую ночь, когда гость приходит в ресторан или бар.

ПРИВЕТСТВИЕ ГОСТЕЙ



Два самых важных момента контакта с гостем — это когда они приходят в ваше заведение и когда уходят. Убедитесь, что ваш фасад и тротуар чисты и вымыты, с блестящими окнами, без пыли на лампах и чистым навесом. Тёплый приём у двери, установив зрительный контакт, и вежливое прощание, обычно после того, как вас спросят о впечатлениях, — это два из самых эффективных способов убедиться, что ваши гости чувствуют себя признанными и уважаемыми за их посещение. В ресторанах это обычно осуществляется хостом, который мог быть первым контактным лицом на телефоне. Но в барах это может быть швейцар, гардеробщик или даже бармен, который должен быть обучен вежливо передавать это сообщение, одновременно выполняя свои другие обязанности.

Контрольная точка для любого хорошо организованного ресторана — это стойка хоста, где находятся хост или менеджер, а также книга бронирований, телефон, меню, визитки, подставки для шатких столов, гардеробные квитанции и различные другие инструменты, связанные с обслуживанием. Независимо от того, записано ли это в письменной форме или с помощью сервиса бронирования, такого как Open Table, ценная информация о гостях должна собираться, фиксироваться и передаваться, включая важные заметки о причине их визита и предпочтениях в еде. Чем больше вы знаете о госте и причине их визита, тем больше вероятность, что вы сможете оправдать или даже превзойти их ожидания.



ОСНОВЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ

Многие операторы совершают ошибку, заполняя весь ресторан сразу по открытию, что приводит к тому, что все заказы поступают одновременно, вся еда подаётся одновременно, все чеки запрашиваются одновременно, и за этим следует новый поток заказов. Вся команда обслуживания должна постоянно общаться между собой, чтобы столы можно было подготовить для следующего сеанса или оставить занятыми, чтобы комната оставалась полной. Когда зал опустевает, трудно восстановить ту энергию, которую создаёт полная комната счастливых людей, чтобы привлечь новых клиентов.

Необходимо тщательно продумать схему рассадки, принимая во внимание предпочтения гостей, способности серверов и общую атмосферу заведения. Большинство *maître d'* сажают гостей вначале поближе к фронту, чтобы создать эффект волнения, а затем равномерно распределяют их по залу, чтобы распределить нагрузку среди официантов. Здесь важно проявить интуицию, так как одни гости захотят интимный опыт, а другие — весёлую атмосферу для праздника. Не стоит размещать слишком много больших компаний в одном разделе зала, сажать пары рядом с одиночками, сидящими на барных стульях, или оставлять маленький столик для большой компании — такие ошибки в рассадке могут повлиять на позитивный опыт гостей с самого начала.

После того как гость зарегистрировался и был усажен, следующим этапом будет контакт с барменом или официантом. Я считаю, что официанту не обязательно представляться по

имени, но зрительный контакт, тёплое приветствие и меню — это обязательные элементы. Официант должен сначала дождаться, пока группа получит полное внимание, а затем подойти с той стороны стола, с которой будет проще всем видеть и слышать его.

Если в наличии есть бутилированная вода, её следует предложить до подачи воды из крана, а также при представлении специальных предложений или других позиций, не входящих в меню. Некоторые гости любят немного времени, чтобы расслабиться и пообщаться с компаньонами после того, как сели, в то время как другие хотят сразу услышать о меню, поэтому важно следовать их сигналам — например, если они читают меню или игнорируют его — чтобы понять, как быстро они хотят обсудить варианты.

Несмотря на лучшие попытки официанта начать диалог с гостями, некоторые из них почти невозможно заинтересовать, и они не чувствуют необходимости взаимодействовать. Так же важно уметь определить таких гостей и адаптировать подход к обслуживанию, как и умение завести дружескую беседу с теми, кто хочет общения.

Когда бар занят, у официанта не будет роскоши позволить гостям задавать темп; именно в этот момент они должны установить, что они обслуживают, а не просто ждут. Различие тонкое, но суть в том, чтобы мотивировать гостей быть восприимчивыми к официанту, когда тот подходит к столу. Это возможно только тогда, когда официант продумано выбирает момент для подхода, избегая ненужных прерываний.

Некоторые гости наслаждаются вниманием официанта, но если он слишком долго остаётся за столом, это заставляет гостей за другими столами (и тех, кто сидит у бара) задуматься, почему им не уделяют такого же внимания. За баром посетителей следует обслуживать в том порядке, в котором они пришли, без исключений, и каждого нужно встретить зрительным контактом, приветствием и предложением меню.

Шеф Джимми Брэдли (см. эту страницу) однажды объяснил мне, что диалог официанта с гостем за столом (и за баром) по поводу меню — это искусство «входа и выхода». Информация о еде и напитках — это как айсберг: покажешь слишком мало — гость врежется в него, и будет искать больше; покажешь слишком много — они просто обойдут вас, жалея, что вообще спрашивали. Цель — отвечать на вопросы, но кратко, чтобы оформить заказ как можно быстрее и эффективнее.



ОРГАНИЗАЦИЯ МЕНЮ И ОБСЛУЖИВАНИЕ ГОСТЕЙ

Начните с объяснения структуры меню, включая любые нестандартные особенности обслуживания, такие как порции «для всей семьи», когда блюда подаются на общий стол, или предупреждение, что кухня не может делать замену ингредиентов. Обязательно поинтересуйтесь о возможных аллергиях у гостей и ответьте на вопросы по произношению необычных названий блюд. Подтвердите предпочтения гостей по степени прожарки мяса, гарнирам, а также методам приготовления и гарнирам для напитков. Будьте внимательны к уровню запасов, чтобы не рекомендовать последний бутылку вина или порцию спиртного, если гость захочет заказать ещё одну порцию. Для удобства создайте список низких запасов и «86» (товаров, которых нет в наличии), чтобы все официанты могли к нему обращаться и обновлять информацию.

Процесс приёма заказов

Примите заказы на первый раунд напитков сразу для всех гостей и подавайте напитки одновременно. Для последующих заказов принимайте их, как только гость закончит свой напиток. Не ждите, пока весь стол закончит первый раунд, так как если гость долго сидит с пустым стаканом, он, скорее всего, будет ожидать, пока его спутники закончат пить, что приведёт к упущенной продаже и потере возможности адаптировать время обслуживания для каждого гостя. Убирайте пустые стаканы на поднос до подачи нового напитка на свежем салфетке или подставке. Пополняйте запасы закусок, пока гости не откажутся от них.

Процесс обслуживания

После того как заказ принят, оставьте гостям коктейльное меню или винную карту (если на столе есть место), затем сразу внесите заказ в систему. Возвращайте лишние меню хосту. Очистите стол от лишних предметов, чтобы было достаточно места для тарелок, столовых приборов и бокалов, а также для личных вещей гостей, таких как мобильные телефоны. Осторожно убирайте испачканные или мокрые салфетки, крошки, пролившуюся жидкость и любой мусор, например, упаковки от жевательной резинки. Наполняйте бокалы с водой и вино до того, как они опустеются, если только гость не попросит налить самому. Наполняйте стаканы с водой даже после того, как напитки были поданы и убраны.

Подача пищи и напитков

Вместо того, чтобы волноваться о старомодных правилах, касающихся того, с какой стороны подавать или убирать блюда, убедитесь, что каждый гость видит тарелку или стакан, который подаётся или убирается, чтобы избежать столкновений (и разливов). Если у вас есть выбор, следуйте традиции: еду и напитки подают с левой стороны стола, а убирают с правой — или по часовой стрелке за круглым столом — начиная с женщин и детей, затем мужчин. Каждый элемент должен быть заказан официантом с номером позиции, чтобы тот, кто будет подавать блюдо, знал, кому его подавать, не задавая лишних вопросов.

Поддержка команды

Когда у вас большое количество гостей, официанты должны работать с коллегами, чтобы помочь доставить еду или напитки, чтобы не заставлять гостей ждать своих компаньонов

для начала еды. Если официант не может обслужить всех сам, он должен попросить помощи.

Подход к сервировке напитков

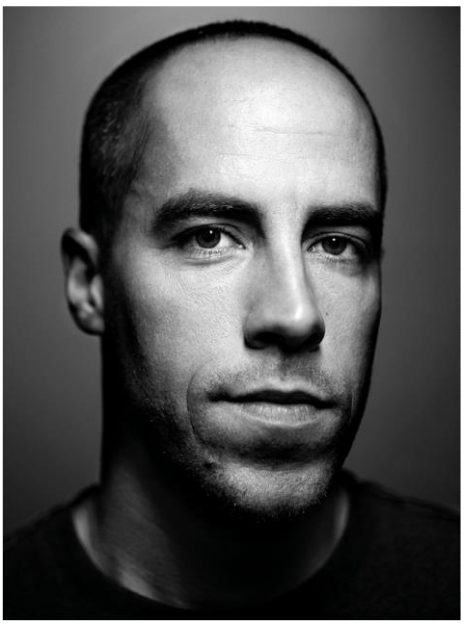
Когда вы ставите блюдо или наливаете напиток, делайте это «открытой рукой», чтобы не показывать спину руки гостю. Это требует подачи напитков для гостей слева правой рукой, а для гостей справа — левой. Гостям, сидящим за пределами вашего досягаемости, вежливо предложите передать им стакан или тарелку, чтобы вам не пришлось неудобно тянуться через стол.

Размещайте каждую тарелку и стакан так, чтобы композиция блюда или напитка была обращена к гостю так, как задумал шеф или бармен. Украшения коктейлей размещаются на ободке бокала в 2 часа, а сам напиток — в 7 часах относительно стакана с водой, который следует поставить на правую сторону тарелки, если она есть.

Меню и сервировка

Напитки без ножки — такие как стаканы для *old-fashioned* или *collins* — должны подаваться на коктейльных салфетках, с логотипом или надписью, направленными правильно. Напитки в бокалах с ножкой не нужно подавать на салфетке, так как ножка помогает избежать конденсации. Меняйте салфетки, если они намокли, но избегайте ненужных прерываний и следите за экологической составляющей.

Если гость убирает соломинку или украшение, аккуратно уберите их. Если гость заказывает тот же напиток снова, спросите, хочет ли он, чтобы соломинка или украшение были исключены. Левые гости часто переносят свои напитки на левую сторону, и при подаче второго раунда следуйте этому. Если другие сотрудники занимаются обслуживанием стола, пусть сообщат официанту, чтобы избежать лишних прерываний.



БРАЙАН БАРТЕЛС
О ПЕРВОМ ВПЕЧАТЛЕНИИ

«Самый важный шаг в обслуживании — это приветствие. Люди должны быть замечены, когда они входят в помещение. Это может быть *maître d'*, который их узнаёт, или менеджер, работающий на зале, или бармен или официант, работающие поблизости. Приветствие — это волшебный момент. Оно задаёт тон всему. Я учу всех своих барменов: независимо от того, что ты делаешь — даже если ты прямо в процессе приготовления коктейля — остановись, скажи «привет» гостю, дай ему меню и стакан воды. Я большой поклонник стакана воды и меню, потому что это даёт тебе время вернуться к тому, что ты делаешь, и заставляет гостей чувствовать себя ценными и приветливыми».

КОММУНИКАЦИЯ

Я никогда не буду предполагать, что нужно прописывать разговор официанта с гостями, но вы должны избегать неподобающих фраз, таких как «Вы всё ещё работаете с этим?» (как будто еда — это труд) или «Вы всё ещё наслаждаетесь этим?» Всегда говорите «Можно мне?» вместо «Могу я?» — и помните, что многие вопросы можно задать невербально через зрительный контакт.

Оставайтесь рядом после того, как подали еду или напиток, чтобы убедиться, что всё в порядке, что обычно можно сделать без прерывания их процесса.

Если возникают проблемы с едой или напитком, спросите, что не так, передайте информацию на бар или в кухню, а затем немедленно замените блюдо. Если блюдо было приготовлено неправильно, предложите переделать его или предоставьте меню, чтобы гость мог выбрать что-то другое. Лучший способ избежать этого — спросить о предпочтениях гостя перед заказом и предложить варианты, когда он выбирает блюдо.

Если гость не знаком с ингредиентом или вряд ли оценит его, сделайте осторожный вопрос, чтобы подтвердить его интерес к заказу. Избегайте явного «обучения» гостя; попытайтесь передать незнакомую информацию с помощью аналогии с чем-то, что ему более знакомо. Не давайте личных рекомендаций, если вас об этом не просят, и делайте всё возможное, чтобы помочь гостю выбрать блюда, которые подойдут его вкусу.

Независимо от того, правильно ли был приготовлен напиток, гость имеет право вернуть его один раз, и официант или бармен не должен принимать это на свой счёт. Вы не можете контролировать, как гости воспримут вашу еду и напитки, но если они почувствуют, что вы на их стороне, они будут более склонны оценить ваши предложения, потому что они уважают и доверяют вашим намерениям.

ОБСЛУЖИВАНИЕ В БАРЕ

Обслуживание в баре, где гости едят и пьют в непосредственной близости от рабочего места бармена, гораздо более интимное и доступное, чем обслуживание за столом, где официанты работают на расстоянии. Хотя многие всегда предпочитали пить в баре, сегодня всё более популярным становится ужин за баром; это требует от барменов большей грамотности в обслуживании пищи, и именно поэтому я уделяю этому столько внимания здесь.

Я мог бы написать целую книгу о разговорах, которые происходят между гостем и барменом, но на данный момент буду кратким. Не вводите религию и политику в разговор, и держите свои личные ценности и убеждения при себе, пока не станет очевидным, что их оставление в стороне будет неуместным. Отличный бармен должен обладать моралью судьи, дипломатией посла и моральными принципами министра и всегда направлять взаимодействие с гостем на более высокую ноту.

Ваши гости хотят, чтобы их выслушали больше, чем чтобы они услышали, что вы хотите сказать, даже если это кажется иначе. Будьте активным слушателем, поощряющим их делиться, и используйте то, что вы узнали о них, чтобы проводить их через опыт, который, по вашему мнению, они хотят испытать. Никогда не ругайтесь, не кричите, не

унижайте и не позорьте своих гостей или коллег за баром, даже если вам кажется, что это всё в хорошем настроении.

ОБСЛУЖИВАНИЕ И ПОДДЕРЖАНИЕ ЧИСТОТЫ

Как бармен, вы должны особенно внимательно следить за чистотой вашего рабочего места, так как оно находится в полном поле зрения ваших гостей. Рабочая станция должна поддерживаться в чистоте снаружи внутрь, то есть в первую очередь вы должны сосредоточиться на чистоте барной стойки, убирая и организуя её от области, доступной гостям, к самой станции. Скрывайте чистые влажные и сухие полотенца от глаз гостей, чтобы быстро и аккуратно вытирать конденсат и пролившиеся жидкости. Когда вы находитесь в поле зрения гостя, поворачивайтесь спиной только если это необходимо, и никогда не ешьте, не используйте личный телефон и не трогайте волосы или лицо голыми руками. Если вам нужно отойти от бара, извинитесь перед гостями, а если вы предполагаете, что вам предстоит выполнить запрос, сообщите об этом коллегам.

Как официанты, так и бармены должны следить за тем, чтобы не создавать лишнего шума в процессе обслуживания. Кладите пустые бутылки в контейнер для переработки, чтобы они не звенели. Ставьте тарелки в корзины для посуды. Не открывайте пробки от игристого вина — откручивайте их спокойно. Избегайте громких звуков при закрытии шейкеров на барной стойке или при их столкновении для плотного закрытия. Закрывайте холодильники тихо. Минимизируйте случайные разговоры с коллегами и никогда не ведите их перед гостями или в их слышимости. Телевизоры (если они есть) должны быть настроены на приемлемую громкость. Работайте с кофейными мельницами и паровыми трубками в местах, где их шум можно заглушить. Когда бар или ресторан наполнен людьми и обслуживание на пике, все звуки сливаются в гул, который можно уменьшить с помощью продуманного, незаметного обслуживания.

ПРИМЕЧАНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНО ГОСТЕЙ

Когда гости получили все, что они заказали, обратите внимание на то, как окружающая обстановка может на них повлиять. Создаёт ли музыка приватность и атмосферу уюта, или она слишком громкая, заставляя гостей кричать? Есть ли у них достаточно пространства, или соседи повернули свои стулья, заставляя гостей отодвигаться? Сильно ли гости, стоящие позади, пытаются общаться с ними через них? Достаточно ли света, или они тянутся за свечой, чтобы прочитать меню? Хотели бы они сдать свитер в гардероб, который они только что сняли? Нужно ли им зарядить мобильный телефон? Нужен ли им код от Wi-Fi? Нужно ли их познакомить с кем-то рядом или лучше сохранить их личное пространство? Это те вопросы, которые бармены должны учитывать, готовясь вмешаться, если потребуется, с помощью менеджера и коллег.

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ СЧЁТА

Счёт всегда должен быть актуален, включая все заказы гостей, чтобы коллега мог его представить, если официант отсутствует на своём месте, когда он запрашивается. Как только счёт запрашивается, хост должен быть уведомлён, чтобы он мог поприветствовать гостей у двери и подготовить коллег для быстрой перерассадки столов для следующей партии, если это необходимо. Если за столом ожидается резервация, и время ожидания разумное, счёт можно представить, как только гости подтвердят, что они закончили есть и пить.

Если гости не оплачивают счёт в разумные сроки, предложите перенести счёт в бар, чтобы продолжить их опыт там. В случае спора о том, кто оплачивает счёт, избегайте выбора стороны, если только не очевидно, кто является хозяином, и он настаивает на своём праве заплатить. Как только деньги или карта поступят, счёт должен быть обработан, чтобы оплата не задерживала уход гостя.

Необходимо принимать все возможные способы оплаты, и никому не следует отказывать в возможности разделить счёт; зачем так усердно работать, чтобы угодить гостям, а потом отказать в платеже, оставив это одним из их последних впечатлений? Благодарите гостей, когда счёт передан, затем после внесения оплаты, третий раз — когда он возвращается с чеком или карточным чеком, и в четвёртый раз — когда они встают, чтобы уйти. Каждое «спасибо» должно быть адресовано всей компании, а не только тому, кто платит, и постарайтесь помочь в случае необходимости забрать пальто, прежде чем гости встанут.

ПОСЛЕ ОПЛАТЫ СЧЁТА

Как только счёт подписан или деньги оставлены, заберите их немедленно; не стоит ждать, пока гость покинет заведение. Так вы сможете оперативно исправить ошибку, если она возникнет, прямо за столом, а не на улице — если, конечно, вам удастся их поймать до того, как они уйдут. Если гости долго остаются за столом после того, как оплатили счёт и нет партии, ожидающей посадки, предложите им ещё один напиток или кофе. Как только гости уходят, очистите и уберите со стола или места в баре, даже если это конец рабочего дня и никто больше не сядет за этот стол, из уважения к оставшимся посетителям. Однако не торопитесь с уборкой рабочих станций, делайте это как можно более незаметно, если гости ещё присутствуют, чтобы они не почувствовали, что им пора уходить.

Если закон или установленные часы работы заведения не запрещают этого, никогда не просите гостей покидать бар или ресторан против их воли — особенно если они ещё едят или пьют. Однако в определённый момент заведение имеет полное право попросить освободить места, если другие гости ждут своей очереди на посадку за стол, где предыдущие гости уже завершили прием пищи, оплатили счёт и ушли.

УВАЖЕНИЕ К ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ

Никогда не нарушайте конфиденциальность между официантами и их гостями. Официанты не должны сплетничать о своих столах во время или после работы и никогда не должны раскрывать, кто ел и пил в их ресторане или баре, что они заказывали или когда это происходило, если только это не связано с законом. Каждый заслуживает конфиденциальности, включая гостей, которые приходят с разными спутниками в разные ночи, или бизнес-entities, которым не будет приятно узнать о других клиентах. Подобно клятве врача сохранять конфиденциальность о пациенте или привилегии адвоката/клиента, официант обязан не раскрывать секреты гостей другим людям и не осуждать их поведение, если оно не наносит вред другим.

РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТОВ

Если конфликты не управляются дипломатично, бармен может потерять контроль над ситуацией. Декорум — это ответственность бармена, поэтому если вы не скажете что-то,

когда кто-то кричит, ругается, стучит по барной стойке, трогает своего спутника или другого гостя или говорит что-то оскорбительное в пределах слышимости других, гости будут считать это допустимым поведением. Загруженный бар воспринимает сигналы от бармена, который должен оставаться спокойным, собранным и хладнокровным в разгар активности.

Постарайтесь решать конфликты, не теряя терпения. Извинение должно быть произнесено для того, чтобы признать и уменьшить недовольство возмущённого гостя, прежде чем предложить решение проблемы твёрдым, дипломатичным тоном. Идеально, если это будет сделано менеджером, который вмешается, или сотрудником, чья станция находится далеко от гостя (например, роль "хорошего полицейского, плохого полицейского").

Сотрудник, работающий в пределах слышимости от нарушителя, не должен быть тем, кто даёт корректирующее предложение. Никому не нравится, когда ему говорят, что он ведёт себя неподобающим образом, поэтому следует ожидать защитную реакцию и отклонить её с помощью сострадательного извинения, чтобы избежать конфликта, но не отступать от своего решения.

Я всегда даю гостю немного времени и пространства, чтобы обдумать моё предложение. Все сотрудники должны поддерживать непрерывный контакт с гостем, избегая угроз, так чтобы он мог поверить, что никаких обид нет, а желание — двигаться вперёд.

Если ситуация перерастает в конфликт с барменом, менеджер или другой сотрудник должен вмешаться, выслушать гостя и попросить его выйти за пределы слышимости других гостей, чтобы избежать сцены. Эти ситуации часто возникают, когда гость выпил слишком много и ему отказано в обслуживании, или когда конфликт за столом был перенесён на официанта. Ключ к исправлению их опыта — это активное слушание и сочувствие их позиции, даже если вы с ней не согласны. Важно не допустить эскалации ситуации и сохранять декорум, чем быть правым, поэтому не позволяйте конфронтации становиться личной.

Ещё одной сложной ситуацией может стать случай, когда гости предлагают купить напиток для других гостей, которых они не знают, или для работающих сотрудников. Разрешение гостям покупать напитки для сотрудников создаёт ложное чувство общности и искажает причину их работы: деньги, а не напитки. Чаще всего этот жест искренен, но лучше согласовать его с менеджером, прежде чем просить разрешение у получателя, чтобы избежать неловкой ситуации, организованной барменом.

РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТОВ

Большинство конфликтов и проблем, возникающих в баре или ресторане, сложны — именно поэтому я всегда описывал управление баром как «освоение серых зон». Я никогда не писал руководство, потому что в баре всегда есть исключения для каждого правила, и это место, обычно наполненное гостями и сотрудниками с артистичным бунтарским настроем. Как и в политике, для того чтобы две стороны работали вместе, требуется компромисс; исследуя эту ситуацию с самого начала, обе стороны могут сохранить свою гордость после недоразумений. Предположите добросердечность ваших гостей и коллег, но не удивляйтесь, если они разочаруют вас время от времени. Мы все люди.

Один из самых распространённых способов сгладить ситуацию — это использование «компенсации», когда заведение снимает с чека, например, блюдо, которое пришлось

переделывать. Многие бары и рестораны снимают один раунд с особенно большого чека — это называется «покупка». Привилегия — а не право — давать и получать компенсации и покупки должна быть закреплена в политике компании, чтобы избежать ложного чувства правомерности среди клиентов и персонала.

ПРИЗЫВ К ОСТАНОВКЕ

Прежде всего, здоровье и безопасность гостя — это ваша главная ответственность, как в процессе обслуживания, так и после того, как он покинет заведение. Никогда не подавайте алкоголь гостю, который выглядит пьянным, независимо от того, как сильно он настаивает. Признаки опьянения включают невнятную речь, раздражительность, замедленную реакцию, шаткую походку и игнорирование общественного порядка.

С течением вечера вы должны учитывать, что перед вами не первый напиток гостя, поэтому небольшие разговоры о его ночи помогут оценить, сколько он выпил до прихода. Возраст, опыт в употреблении алкоголя, масса тела и крепость подаваемого напитка должны быть учтены при оценке.

Чтобы смягчить опьяняющий эффект алкоголя, подавайте напитки с водой, рекомендуйте еду и замедляйте обслуживание после третьего напитка. Когда гость начинает проявлять признаки опьянения, я вежливо игнорирую его запросы на дополнительные напитки, как будто не слышал, или говорю, что напиток скоро будет, но никогда не приношу. Скорее всего, он поймёт и поблагодарит вас позже!

Стоит отметить, что всё это предполагает, что гость не собирается за руль. Пить и водить запрещено, и в некоторых штатах и странах заведение, а также бармен могут быть привлечены к ответственности за преступления, совершённые гостем, который ушёл из вашего заведения в нетрезвом виде. Если вы обнаружите, что гость, слишком сильно выпивший, планирует поехать на машине, сообщите об этом менеджеру и разработайте план, чтобы этого избежать. Это может быть вопросом жизни и смерти.

ЗАВЕРШЕНИЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Запоминание имён, лиц, посещений и любимых напитков сделает вас незабвенным в барно-ресторанной сфере. И забывание плохого чаевых, прощение резкого комментария и прощение неловкой ошибки помогут вам не сойти с ума в работе, которая базируется на методично повторяющихся действиях, ночь за ночью.

Каждая деталь в цепочке событий, составляющих опыт в баре или ресторане, важна, но ничто не оставляет такой неизгладимый след в памяти гостя, как завершение, которое оставляет его впечатление.

Меня всегда расстраивает — и удивляет — когда отличное гастрономическое и питейное переживание заканчивается плохой чашкой кофе или чая, после чего гости сталкиваются с трудностями в попытках получить счёт, проблемами с методами оплаты и полным отсутствием гостеприимства после завершения транзакции.

Независимо от того, что происходило в процессе обслуживания гостя, никогда не оставляйте у него неприятное послевкусие, расслабляясь после того, как счёт оплачен. Поблагодарите гостей, пригласите их вернуться и попросите оставить отзыв. В Японии мне неоднократно доводилось, чтобы бармены и официанты провожали меня до тротуара, помогали вызвать такси и махали мне на прощание, пока я не скроюсь из виду. Вот это сервис.

ЧАСТЬ 8



Гостеприимство как основа обслуживания

Хотя понятие отличного обслуживания может варьироваться в зависимости от типа бара, в котором вы находитесь, желание угодить гостям — гостеприимство — это инстинкт, который либо развивается, либо подавляется задолго до того, как гости переступят порог заведения. В отличие от обслуживания, которое является хореографированным набором навыков, которые можно развить через программу обучения, гостеприимство — это чувство, которое формируется (или игнорируется) у нас с самого детства. Проницательные операторы понимают, что их самый важный актив — это их сотрудники, и поэтому они нанимают людей, которые проявляют доброту и совершенствуют свои навыки гостеприимства.

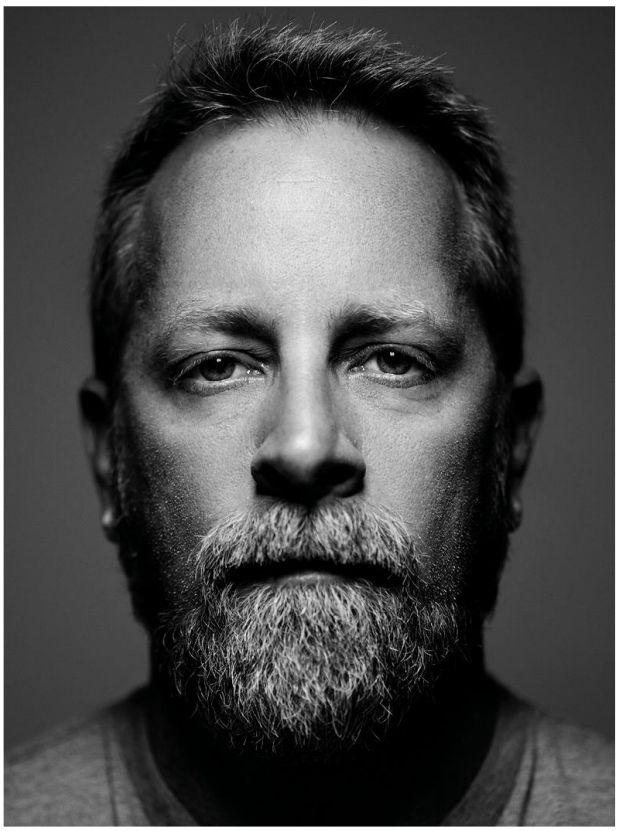
Инстинкт официанта угодить другим должен быть направлен через надлежащее обучение. Это то, что отличает хороших операторов от легенд, чьи бары становятся учреждениями. Я рассказал о тонкостях обслуживания; в этой главе я исследую способы создания гостеприимной атмосферы, потому что без гостеприимства обслуживание теряет всякий смысл.

У всех нас есть инстинкт гостеприимства, но он дается легче некоторым людям, чем другим. Мой наставник, Стив Олсон (см. эту страницу), который провел десятилетия, работая в ресторанах, а затем основал свою компанию по консультированию в области вина и спиртных напитков, описывает людей, которые тяготеют к профессиям в сфере обслуживания, как тех, кто имеет «болезненную потребность» делать других людей счастливыми. Он говорит о людях, которые получают больше удовольствия от того, чтобы дарить подарки, чем получать их, и кто процветает в окружении, где существует открытая обратная связь, как в баре или ресторане, наполненном гостями. Эти люди чувствуют себя как рыба в воде в праздничной атмосфере, но предпочитают работать на вечеринке, а не быть её частью. Даже в свои выходные они тратят свои кровно заработанные деньги в барах и ресторанах, потому что они так же любят еду и напитки, как и цирк обслуживания.

В книге *Setting the Table* ресторатор Дэнни Мейер говорит, что гостеприимство «начинается с настоящего удовольствия от того, чтобы делать что-то хорошо, с целью доставить удовольствие другим людям». Будь вы любителем, который готовит еду и напитки у себя дома, или профессионалом, который делает это на заказ, цель ваших усилий должна быть угодить людям. Я напоминаю своему персоналу и другим барменам, что мы не подаем напитки людям; мы подаем людям напитки. Это тонкое различие: хотя нам нравится готовить напитки, мы здесь для того, чтобы угодить интересам гостя, а не чтобы почитать платонические идеалы миксологии.

Годы назад, когда я ещё не до конца понял этот принцип, один из гостей за столом, которому я обслуживал, попросил вернуть его тарелку, которая была приготовлена по его просьбе, на переделку в условиях плотного утреннего шефа. По дороге на кухню я рассказал генеральному менеджеру, как нервничаю, что нужно будет попросить шефа-повара ресторана переделать еду. Шеф был гениальным, жестким и старомодным наставником, который часто ругал сотрудников за ошибки. Хотя я не сделал никакой ошибки, я знал, что мне достанется за то, что я вернул тарелку. Генеральный менеджер спросил меня, кто мой начальник. Когда я растерянно ответил, он сказал, что мой начальник — гость, и нужно вернуть тарелку.

Как упрямый молодой бармен, я тоже не любил переделывать коктейли, которые мне отправляли обратно. Я жалею, что не понял и не принял тот факт, что у каждого из нас свой вкус и предпочтения, и что это не личное. Если бы я использовал коктейль, который мне вернули, чтобы сузить выбор, у меня было бы больше шансов вернуть гостя коктейлем, адаптированным под его вкус.



КЕН НАЙ
Оператор кофейни
ОТКАЗ ОТ УСЛУГИ

«Движение "эспрессо на вынос" было начато Ninth Street Espresso. Мы были первыми, кто сказал "нет эспрессо на вынос", а затем первыми, кто вернулся и стал подавать эспрессо на вынос. Знаете почему? Этот маленький стаканчик на 4 унции стоит на прилавке. Так кто же я, чтобы сказать "нет" клиенту, который прошел мимо трех других кафе ради моего кофе? Это хуже плохого обслуживания, но мне понадобилось много времени, чтобы понять это. Я появился на сцене с большой популярностью как тот самый ворчливый парень, который говорит "нет", а потом понял, что у этого был свой момент, но теперь он прошел».

ПОЧЕМУ МЫ ХОДИМ В РЕСТОРАНЫ

Ключ к гостеприимству — это понимание, почему гости выбирают пойти в ресторан или бар. В *Setting the Table* Дэнни Мейер пишет: «Главная причина, по которой гости хотят вернуться в ресторан, заключается в том, что, приходя туда, они чувствуют себя увиденными и признанными». Мне потребовались годы, чтобы понять, что мы не в бизнесе еды и напитков; мы в бизнесе людей и отношений. Мы ходим в ресторан или бар не только потому, что голодны или хотим пить, но и потому, что хотим быть частью чего-то. Отличные официанты заставляют своих гостей чувствовать, что они принадлежат этому бару или ресторану, что они являются частью сообщества гостей, чьи ценности подтверждаются философией бизнеса.

С учетом ограниченного времени и денег, которые большинство гостей могут потратить на развлечение, ночь в ресторане или баре должна предоставить больше, чем просто то, что указано в счете. Вместо того чтобы идти в кино, на спортивное мероприятие или в театр, многие гости выбирают посетить ваш бар или ресторан, и это должно быть настолько запоминающимся, чтобы они могли поделиться этим опытом с друзьями и семьей. Встретиться с друзьями или завести новых, познакомиться с новым ингредиентом или продуктом или открыть для себя лучшую версию знакового напитка или блюда — вот те моменты, которые гости охотно расскажут другим на следующий день.

Гостеприимство не бывает универсальным, его нужно адаптировать в зависимости от сигналов от гостей. Иногда отличное гостеприимство означает дать столу пространство и уединение; в других случаях это требует персонализированного опыта с частыми взаимодействиями. Обращайте внимание на физические вещи, которые гости приносят с собой, такие как портфель, завернутый подарок или чемодан, чтобы лучше понять, откуда они пришли или куда направляются. Когда есть время для разговоров, попытайтесь найти общие интересы, такие как спорт, музыка, еда или литература, а затем свяжите этого гостя с другими официантами или постоянными клиентами бара, которые разделяют этот интерес. В этом смысле бармен работает как пчела, опыляющая цветы. Бармены не просто смешивают напитки, они также смешивают людей.

УПРАВЛЕНИЕ

Бизнес по культивированию и поддержанию отношений в баре начинается с верхнего уровня, когда владельцы задают тон. Когда я сам становлюсь гостем в баре, прежде чем судить об обслуживании бармена, я часто задаю себе вопрос: что за менеджер у этого бармена, как коллеги относятся друг к другу и как они все влияют друг на друга в зависимости от того, как операторы управляют бизнесом. Булинг широко распространен в барной и ресторанной индустрии, и он оказывает разрушительное воздействие на настроение тех, кто на передовой. Великолепное обслуживание начинается с того, как люди общаются и относятся друг к другу за кулисами, и это излучается к гостям.

Успешный бар или ресторан имеет культуру подотчетности: каждый участник процесса, от посудомойщика до генерального менеджера, может доверять, что каждый коллега будет выполнять свои обязанности. Это означает, что обязанности каждого сотрудника четко определены — и это возвращает нас к управлению.

Как менеджер, первое, что я всегда спрашиваю себя, когда один из моих коллег не выполняет ожидаемое, это: знал ли он, что я ожидаю, что он это сделает? Второй вопрос: был ли он обучен делать это так, как следует? Никто не хочет терпеть неудачу, и в

большинстве случаев сотрудники делают ошибки не потому, что не хотят, а потому, что не были должным образом обучены или не понимают, что от них ожидается.

УПРАВЛЕНИЕ И РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ

Ошибки происходят, потому что сотрудники не были должным образом обучены или управляемы. Я всегда даю шанс на первый раз, если это не кража или другое преступление, и затем следую за этим письменным предупреждением, которое дает сотруднику контроль над его судьбой.

В конечном итоге, что бы ни пошло не так в баре или ресторане, это ответственность оператора. И когда все идет правильно, это потому, что персонал оправдал или превзошел ожидания и обучение своих менеджеров. Когда моя карьера в индустрии начинала набирать обороты, я принимал на себя заслугу за то, что шло хорошо в барах, в которых я работал, чтобы на меня обращали больше внимания. Я не осознавал, что свет, который привлекала моя хорошая работа, отбрасывал темную тень на моих коллег, которые начали меня ненавидеть, несмотря на мои искренние намерения.

С тех пор я сделал своей целью перенаправлять внимание на людей, которые делают мой успех возможным, чтобы они получали заслуженное признание. Великолепное руководство должно быть незаметным, если нет проблемы, которую нужно решить.

Одно из самых ценных открытий, касающихся решения проблем, которое я извлек за годы, возникло во время разговора с Дэнни Мейером, когда я еще работал в Gramercy Tavern. Он прояснил, что цель ресторана не была в достижении совершенства; скорее, это было стремление к совершенству. В книге *Setting the Table* он пишет: «Совершенство невозможно в бизнесе. Как политика компании, идея совершенства может быть опасной, и глупость стремления к нему может затормозить готовность вашей команды принимать разумные риски». Люди совершают ошибки, когда выходят за пределы своей зоны комфорта, но если их за это наказать, они перестанут пытаться. Лучше помочь людям, когда они спотыкаются, чем злиться на них.



ДЖЕК МАКГЭРРИ
Бармен
О Негативе

«Я не хочу, чтобы в этом баре было негативных людей, и это касается как гостей, так и сотрудников. Вы приходите в бар, чтобы найти позитив. Вы не приходите сюда, чтобы стать еще более негативным. В мире барного бизнеса есть разные стили управления. Есть люди типа "я", и есть те, кто работает как "вы" или "команда". Как только я захожу в бар, я могу почувствовать, есть ли там негатив. Конечно, первое, что важно — это, хороший ли этот бар? Заботятся ли операторы о нем? Но потом, вы также можете почувствовать отношение оператора. Он оптимист или позитивный человек? Вы быстро увидите, что эта черта будет отражена в их сотрудниках.»

СОЗДАНИЕ КОМАНДЫ

Вы можете научить всем техническим навыкам, необходимым для выполнения работы, но вы не можете научить человека заботиться, быть сознательным, поступать с достоинством и быть добрым к другим. На основе моего опыта лучший способ набрать новый персонал — это использовать уже существующих сотрудников, которые могут подтвердить ценность этой должности (если вы выполняете свои обязательства) и могут стать заместителями менеджера для ускоренной интеграции кандидата в команду.

Когда вы открываете заведение, ищите кандидатов, которые заинтересованы в создании репутации бизнеса и готовы учиться на этом пути. После того как ваша репутация будет укреплена, вам нужно дополнить первую группу сотрудников второй волной, которая поможет вам поддерживать и развивать бизнес.

Ваши стартовые сотрудники — это спринтеры: эквивалент высокорисковых акций с высокой отдачей; они ищут повышение и возможность учиться, готовы работать через хаос открытия ресторана, чтобы достичь этих целей. Вторая группа найма — это марафонцы: эквивалент надежных акций с низким риском; они ценят стабильную зарплату и безопасность работы выше, чем нестабильный период, пока ресторан не выйдет на стабильные рельсы.

В большинстве случаев команда, которая поможет вам достичь целей, не будет той, которая удержит вас на достигнутом уровне. Тем не менее, я пытался удержать как можно больше сотрудников первой волны в барах, которыми я управлял, что помогает сохранить традиции в каждой последующей генерации сотрудников.

Работать с коллегами, которые обладают навыками, которых у вас нет, или лучше справляются с определенными аспектами бизнеса, — это смирение. Лучшие менеджеры остро осознают свои сильные и слабые стороны и нанимают людей, которые могут их дополнить. Например, я ценю двуязычных сотрудников (так как говорю только на английском), полагаюсь на коллег, которые хорошо разбираются в компьютерах, для решения технических вопросов, и держу на оплату рабочего, который занимается еженедельным обслуживанием, включая сантехнику, электрику и износ в баре.

Кроме того, я стремлюсь поддерживать культурное разнообразие, чтобы привлекать самую широкую аудиторию клиентов. Если у вас есть сомнения, что это важно, начните более внимательно следить за отношениями между персоналом и гостями баров.

Клубы нанимают привлекательных сотрудников и привлекают похожих клиентов; бары, где часто случаются драки, нанимают агрессивных охранников для работы на входе; коктейльные бары нанимают поклонников миксологии, которые привлекают таких же клиентов. Чтобы привлечь разнообразную аудиторию (если ваш бар находится в многонациональном районе), убедитесь, что различные возрастные группы, расы, полы и сексуальные ориентации представлены в вашем коллективе.

Когда ваше руководство найдёт свою опору и бизнес приобретет авторитет, вы обнаружите, что новые рекруты начинают не только хотеть работать с вами, но и работать для вас. Есть огромная разница между наймом лучшего кандидата для работы, который ищет лучшую работу, и наймом человека, который потратил время на посещение вашего бара, ознакомился с тем, как вы работаете, попробовал то, что вы подаете, и познакомился с вашей командой и гостями. Вы можете обучить человека, который ищет работу, но вы

не сможете быть для него наставником, если он не хочет узнать больше о том, как вы и ваша команда работаете и почему.



ДЖУЛИ РАЙНЕР
О БРУТАЛЬНОЙ ЧЕСТНОСТИ

«Моя репутация строится на жесткой честности. Никакой ерунды; я скажу тебе точно, что я думаю. С персоналом это не для того, чтобы заставить их чувствовать себя плохо; всегда важно помочь в контексте общей картины.»

КУЛЬТУРА КОМПАНИИ

Легендарный отельер Сезар Риц однажды сказал: «Мы — дамы и господа, обслуживающие дам и господ», что я интерпретирую как «Если вы хотите, чтобы люди вели себя как дамы и господа, вы должны обращаться с ними соответственно и стремиться быть такими же». Персонал задает тон в баре или ресторане, воплощая в себе поведение, которое они хотят видеть в своих гостях. Одевайте сотрудников формально, если хотите, чтобы люди чувствовали себя комфортно, приходя прямо с работы, или одевайте их неформально, чтобы привлечь посетителей, которые не носят костюм или платье на работу.

Когда гости не следуют вашему примеру, станьте тем изменением, которое хотите видеть в своем баре. Если вы окружите себя разнообразной командой, скорее всего, среди ваших сотрудников будет кто-то с нужным темпераментом, подходом и навыками общения, чтобы сгладить почти любую ситуацию. Именно поэтому я люблю обучать сотрудников работе в разных должностях: бармены работают на зале, официанты — за баром, а все иногда выполняют роль хостов. Это помогает избежать умственного и физического выгорания, развивает эмпатию и понимание проблем коллег и увеличивает шансы на то, что вопросы гостей будут отвечены с должной экспертизой.

Обучение — еще один ключ к гостеприимству, и существует множество подходов, которые работают в зависимости от стиля и концепции вашего бизнеса. Ваши сотрудники будут процветать в среде, где они знают, что делать и как это делать — и ваши гости точно это оценят. Но с годами я стал настороженно относиться к строгому обучению и множеству правил.

Консистентность имеет огромное значение, и каждый должен понимать, что делать и почему, но техника предоставляет сотрудникам возможность самовыражаться, поэтому слишком строгая регламентация подавляет как личное выражение, так и шанс на то, что кто-то найдет лучший способ сделать что-то, потому что их поощряли к экспериментам. Я трачу меньше времени на обучение всего персонала и больше времени работаю с теми, кто не достигает требуемых результатов и теми, кто активно ищет дополнительное обучение.

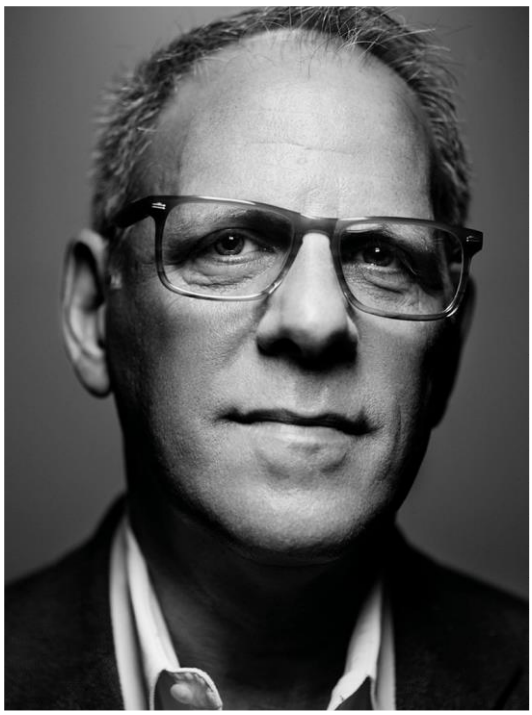
Какой смысл нанимать разнообразных сотрудников и ожидать, что все они будут следовать одинаковым методам? Когда менеджеры всегда «нависают» над сотрудниками, придираются, вмешиваются в каждый вопрос с гостем и слишком много времени тратят на то, чтобы убедиться, что никто не делает то, что не должен, ошибки неизбежны. Если вы постоянно там, чтобы исправлять ошибки своих сотрудников, они не развивают навыки решения проблем. Если вы будете обращаться с людьми как с детьми или преступниками, то рискуете сделать так, что ваше поведение станет самосбывающимся пророчеством. Большинство сотрудников баров и ресторанов имеют в себе творческую и бунтарскую жилку; лучше не усугублять это чрезмерным контролем.

Я обнаружил, что с правильной командой — как у меня в PDT — лучший подход для меня как менеджера — это подождать до утра, чтобы понять, важно ли то, что я собирался сказать или сделать. Я перестал проводить собрания для обсуждения вопросов, касающихся только нескольких сотрудников; вместо этого я трачу больше времени на общение с ними один на один. Вместо того чтобы оценивать работу своих сотрудников своими глазами, я оцениваю их работу через мнение наших постоянных гостей и коллег, которые ценят, что я запрашиваю их точку зрения, так как она так же важна для успеха бизнеса, как и моя собственная.

ОБОРАТ ПЕРСОНАЛА

Хотя вы будете стараться сделать все возможное, чтобы удержать лучших сотрудников, наступит момент, когда вы даст им все, что могли, и они захотят работать в другом месте, чтобы реализовать свой полный потенциал. Я прошу своих сотрудников отработать у меня как минимум год, чтобы я мог обучить и наставить их, а затем второй год, чтобы они могли «отдать» все, что я им дал, и в этот момент я говорю, что мы уравнялись. Часто они начинают работать на вторую работу на третьем году, чтобы расширить свои навыки и получить новое окружение, что дает им перспективу и освобождает смены для тех сотрудников, которые ждут новых возможностей.

Я поощряю сотрудников не только помочь найти своего замену, когда они готовы уйти, но и обучить его до того, как они уйдут. Старое спортивное правило — «заканчивать на сильной ноте» — это то, что я проповедую, когда они отрабатывают последние смены, потому что это момент, когда передается эстафетная палочка или она теряется, с долгосрочными последствиями как для одной стороны, так и для другой.



ДЖИММИ ЕЙДЖЕР Ресторатор

ОТНОШЕНИЕ К ПРАВОТЕ

«Я требую от людей, которые решают работать со мной, чтобы они оставили необходимость быть правыми любой ценой. Потому что "я должен быть правым" — это корень всех проблем в нашем мире, от самых маленьких до самых больших. В рабочей среде это невероятно токсично. Вместо этого я говорю людям, просто и ясно, сосредоточьтесь на результатах. Результаты дадут вам всю информацию о том, насколько успешно вы справились. Как только вы отпускаете нужду быть правым, вы становитесь креативным, и ваш путь к результатам обычно не является прямой линией. Я использую результаты, чтобы понять, над чем мне нужно работать».

САМОЗАБОТА И УХОД ЗА СОТРУДНИКАМИ

Наверное, вы задаетесь вопросом, когда я буду говорить о том, как все это влияет на гостей. Для меня гостеприимство начинается задолго до того, как гость входит в помещение. Отложить свои собственные желания и потребности на шесть-восемь часов, чтобы сосредоточиться полностью на потребностях других людей, требует огромных усилий как личных, так и коллективных. Помните ли вы часть в демонстрации безопасности на коммерческих самолетах, когда вам говорят сначала надеть кислородную маску на себя, а потом помочь другому, с изображением матери, которая сначала надевает маску на себя, а затем на своего ребенка? Вот это подход, который вам нужно принять для успеха в индустрии гостеприимства.

Когда я начал работать барменом в 1990-х, большинство людей, работающих в барах, делали это лишь до середины двадцатых лет, а затем находили себе «настоящую работу». Но я влюбился в эту индустрию и решил сделать ее своей карьерой за несколько лет до того, как современная коктейльная революция превратила то, что многие считали сомнительным решением, в «умный» выбор. Двадцать лет спустя работа в баре воспринимается как легитимный карьерный шаг. Однако это означает, что бармены

превращают то, что раньше было временной работой, в карьеру на десятилетия, и если вы не хотите выгореть, вам нужно думать на долгосрочную перспективу.

В *Cocktail Technique* пожилой японский бармен Казуо Уеда пишет: «Болезнь мешает сосредоточиться. Поэтому помните: не пейте слишком много и следите за своим здоровьем». Эти слова — самое точное описание работы бармена, ведь для некоторых быть в праздничной атмосфере бара может размывать границы между работой и отдыхом, а когда это происходит, «болезнь» в виде алкоголя или наркотиков мешает барменам реализовать свой потенциал. Работая как в барах, где разрешалось пить за стойкой, так и в тех, где этого не было, я настоятельно рекомендую операторам и барменам воздерживаться от употребления алкоголя во время смены.

Лучший способ для барменов поддерживать баланс — исключить потребление алкоголя в других частях своей жизни. Для меня это означает исключение шотов, водяного пива в свой выходной и питья дома — не говоря уже о пьянстве с целью опьянения. Если вы пьете, чтобы напиться, возможно, вам стоит пересмотреть свой выбор работы в индустрии алкоголя.

Учитывая, что большинство серверов работают во время традиционных обеденных часов и поздно ночью, им трудно поддерживать здоровое питание. К сожалению, большинство баров и ресторанов, гордящихся качеством своей кухни, не предоставляют сбалансированное питание своему персоналу до и после смены. Серверам следует инвестировать в полезные закуски, чтобы подпитывать себя во время смены, и избегать алкоголя и снеков после работы, когда усталость от ночной смены снижает их дисциплину. Это не гламурно, но лучшая вещь, которую можно сделать после смены, — это гидратация с большим количеством воды, растяжка и поднятие ног на стену, чтобы дать телу шанс восстановиться.

Помимо внимания к питанию и физическим нагрузкам, Грузия ван Тиель, консультант по здоровью и фитнесу, рекомендует барменам быть дисциплинированными в получении полноценного сна и снижении стресса, который усиливается алкоголем, кофеином и наркотиками, с помощью медитации, музыки, добавок, таких как магний и омега-3, и секса. Я с этим согласен.

Как спортсмен перед важным соревнованием, я начинаю каждый день перед работой с визуализацией своего вечера в обслуживании, чтобы подготовиться умственно, физически и эмоционально к предстоящим вызовам. Помимо того, что я представляю, как все будет идти по плану в течение вечера, я представляю, как решать сложные взаимодействия с гостями и коллегами. Как я уже говорил, великие менеджеры предвидят проблемы, и, прокручивая сценарии в своем разуме перед сменой, мне легче выбрать правильное решение в процессе работы.

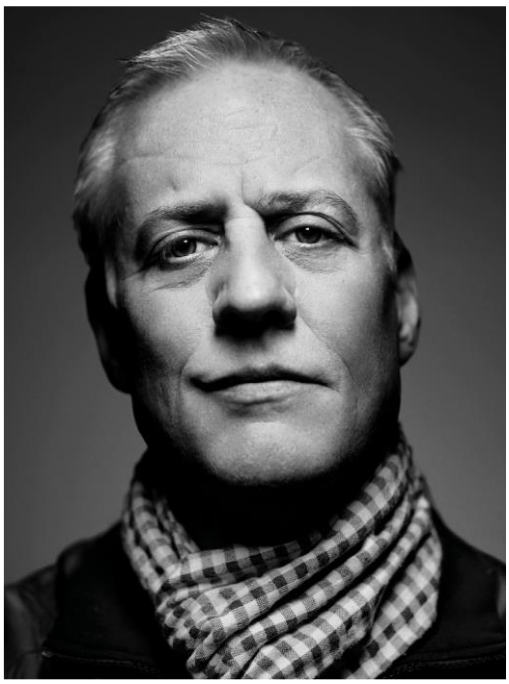
Эффективность таких подготовок повышается, если вы приходите на работу вовремя, так как это позволяет вам сделать все необходимые приготовления до начала смены, чтобы вы могли сосредоточиться на том, чтобы быть в моменте. Конечно, ваша подготовка теряет смысл, если вы опаздываете.

Образ жизни вне индустрии, включая семью, друзей или даже питомца, дающий вам достойные причины просыпаться с ясной головой и стремиться к личностному росту, — это один из верных путей избежать пагубных рисков.



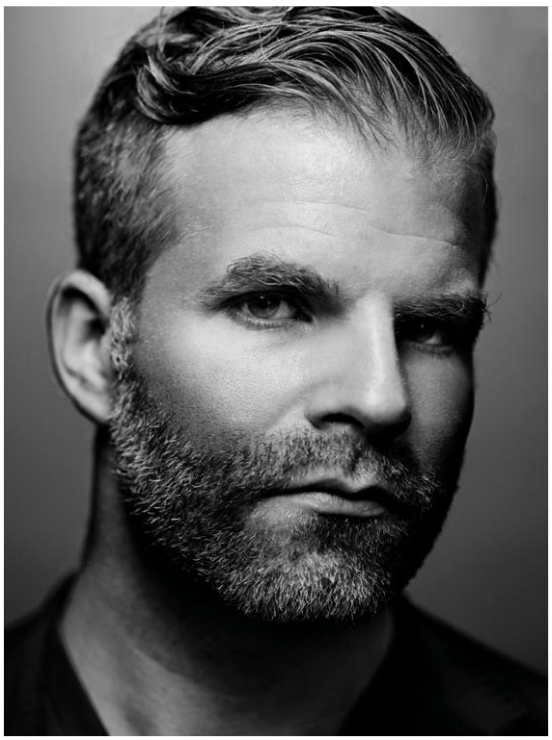
Бобби Стаки (сомелье) о дисциплине

«Я знал, что если я хочу стать великим, мне нужно быть дисциплинированным. Я пришел из спортивной среды… Бег стал основой моей карьеры сомелье. Именно благодаря бегу я прошел программу для получения титула Мастера Сомелье. Я думаю о многом, когда бегаю. Многие практики, которые мы внедрили в ресторане, пришли от моих пробежек. Меню на понедельник появилось благодаря пробежке. Серия ужинов с приглашенными шефами тоже родилась во время бега. Что касается алкоголя на работе, я, как и все, люблю поймать легкое опьянение, но это влияет на то, что ты пытаешься сделать. Поэтому чаще всего я пью только одно пиво за смену. Или всего один бокал вина на ужин. Этого достаточно — и вдруг все начинает складываться.»



Джимми Брэдли (шеф-повар) о командообразовании

«Хочу ли я, чтобы моя команда была однородной или динамичной? Здесь нет правильного или неправильного ответа, но я хочу, чтобы моя команда была разнообразной. Когда я строю свою команду, должен ли я делать только то, что хочу, или я делюсь этим? И если я делюсь, то делюсь ли только с другими тренерами и менеджерами или с всей командой? Разрешаю ли я команде высказаться по поводу того, что будет происходить? Это самая трудная форма управления, и я выбрал именно её. Это также форма, наиболее близкая к демократии. Я хочу, чтобы мои люди чувствовали, что они важны для успеха команды.»



Лео Робитшек (бармен) о неуверенности
«Часть нашего успеха в том, что мы никогда не хотим проигрывать и всегда хотим быть отличными, и мы всегда очень неуверенные, потому что чувствуем, что не знаем, что делаем, и поэтому все время все подвергаем сомнению. И это позволяет нам быть очень открытыми для перемен. Когда нет изменений, когда все стабильно, и нет хаоса, ты начинаешь скучать по этому хаосу. Для нас изменения — это нормально. Когда все идет хорошо, мы думаем, что мы неудачники или зашли в зону комфорта.»



ЭПИЛОГ

За решеткой

Сегодня у талантливых барменов есть больше карьерных возможностей, чем когда-либо. Им больше не нужно выбирать между выгоранием и полным уходом из индустрии. Те, кто ушел, теперь поддерживают барменов через проницательную журналистику; как преподаватели, обучая барменов и потребителей, как готовить коктейли и оценивать спиртные напитки; и как консультанты, внедряя более сложные концепции баров (которые нанимают и обучают барменов) в заведения, которые десять лет назад даже не думали использовать свежевыжатые соки. Коктейльные бары становятся все более популярными, владельцы, операторы и бармены получают свои выгоды.

Когда я начал работать в этой сфере в Мэдисоне, штат Висконсин, в 1995 году, ситуация была иной. Большинство моих коллег тогда были студентами, работающими неполный рабочий день, потому что гибкий график позволял им посещать занятия днем, или людьми, работающими неполный день в других областях, которые хотели подработать. Многим было трудно отказаться от нестандартного графика и высокой почасовой оплаты (где практикуются чаевые), чтобы перейти на полную ставку в своей основной профессии, но большинство в конечном итоге все равно уходили. Несмотря на потерю дохода при смене работы, было социальное давление продолжать двигаться дальше, так как многие считали работу в баре временным выбором для тех, кто не смог найти себя в «реальном мире».

Представьте себе недоуменные взгляды, которые я получил, когда сказал друзьям и семье, что буду продолжать работать барменом после того, как закончу колледж с двумя дипломами в 2001 году. Я знал, и они знали, что это будет сложный путь. Быть профессиональным барменом означает работать в часы приема пищи и праздников, а также поздно ночью, что сказывается на близких, детях и самих барменах. Но мой план не был в том, чтобы оставаться за баром навсегда; я работал у многих независимых операторов, которые строили свой график в соответствии с личной жизнью, и я хотел следовать их примеру. Мой план был открыть свой бар с помощью инвесторов к тридцати годам.

Конечно, мой двадцатилетний я не вполне осознавал финансовые проблемы, с которыми сталкиваются операторы, не владеющие своим зданием, такими как дорогие переделки, которые нужно окупить за относительно короткие сроки аренды с минимальной защитой. В итоге я решил перейти в управление и консультирование, что дает мне чувство удовлетворения от операционной работы без ответственности (и непредсказуемых катастроф) владения.

Кроме работы с барами, я дополняю свой доход написанием статей для журналов (этот диплом по английскому языку в конце концов пригодился), консультированием по спиртным напиткам и коктейлям, а также получаю роялти с продуктов, которые помогал создать, начиная от барной сумки и заканчивая линией специй.

Любой, кто говорит, что переход от полного рабочего дня бармена в управление или схожую роль — это «продажа себя», ошибается — и, вероятно, не имеет ни творческого подхода, ни уверенности, чтобы справиться с новыми вызовами. Есть невероятные, вдохновляющие бармены, работающие всю жизнь, такие как Мюррей Стенсон из Сиэтла, Марко Дионисос из Сан-Франциско, Колин Филд из Парижа и Казуо Уеда из Токио — но эти люди исключительные, одаренные аутсайдеры. Мы, простые смертные, не должны планировать повторить их долголетие.

Как спортсмены, большинство барменов достигают пика в свои тридцатые и начинают снижаться, когда физические и эмоциональные нагрузки на работу начинают накапливаться. Повторяющиеся движения при встряхивании, размешивании, наклонах для набора льда и все часы стояния негативно влияют на суставы и приводят к травмам от повторяющихся нагрузок. Есть и психологическая нагрузка: большинство барменов по-прежнему подвергаются десяткам унижений каждую ночь от гостей, которые не учитывают уязвимость, требуемую для отличного обслуживания.

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

Хотя нет короткого пути к овладению ремеслом, существует много новых ресурсов, которые могут ускорить этот процесс. Хотя эти ресурсы полезны, они не являются бонусом, а настоящей необходимостью: современные бармены должны расширять свою учебу за пределы основ, чтобы стать мастерами навыков, выходящих за рамки бара, и завоевать популярность за свою работу за ним.

Респектабельные бары обучают своих сотрудников тому, как работать в их системе, но бармен, который стремится к карьере в индустрии, должен постоянно развивать свои профессиональные навыки, от обучения продуктам до совершенствования техники.

Моё поколение училось коктейлям по книгам, таким как *The Joy of Mixology* Гари Ригэна, *Vintage Spirits and Forgotten Cocktails* Теда Хейга и *The Craft of the Cocktail* Дейла Дегроффа задолго до того, как спиртовые компании начали инвестировать в образовательные программы, такие как BarSmarts, и торговые организации, такие как United States Bartender’s Guild (USBG), начали обучать и сертифицировать барменов как миксологов.

Сегодня большинство молодых барменов, которых я встречаю в США и за рубежом, учат своё ремесло через онлайн-видеоуроки на YouTube задолго до того, как они прочитают такие книги, как мой первый барный гид *The PDT Cocktail Book*.

Независимо от того, исследуют ли они информацию онлайн или в печатных изданиях, современные бармены имеют в два-три раза больше материала для изучения, чем предыдущее поколение, так как объем контента в различных медиа значительно увеличился.

Чтобы быть в курсе всего, я просматриваю Grub Street, Eater, Punch, Tasting Table и Difford’s Guide онлайн для контента, связанного с едой и напитками, и читаю раздел о еде в *New York Times* каждую среду. Раньше выходило одно-два коктейльных или спиртных

издания в год, но теперь это число утроилось, и новые книги фокусируются на напитках через призму истории, культуры, экономики и политики, в дополнение к книгам с коктейлями и обзорам отдельных категорий спиртных напитков. Я поглощаю журналы, посвящённые напиткам, такие как *Imbibe!* и *The Cocktail Lovers*; пролистываю кулинарные журналы, такие как *Food & Wine, Bon Appétit* и *Saveur*; и заглядываю в журналы о стиле жизни, такие как *Vogue, Marie Claire, GQ, Playboy* и *Esquire*, чтобы увидеть, что мои гости узнают о коктейлях и спиртных напитках.

Ознакомьтесь с продуктами, которые существуют на рынке, и учите больше, чем просто названия и формы бутылок. Посещайте лекции и тренинги от дистиллеров и бренд-амбассадоров спиртных напитков, таких как Саймон Форд и Шарлотта Войзи, которые в своих предыдущих ролях с Plymouth и Hendrick’s gins соответственно обучали барменов истории всей категории джинов, а не только их брендов, и тому, как каждый стиль можно применять в классических и современных коктейлях.



ШАРЛОТТА ВОЙЗИ
Портфельный амбассадор
О ДИПЛОМАТИИ

"Внезапно термин 'бренд-амбассадор' стал интересным и привлекать внимание прессы, и люди начали называть бренд-менеджеров 'амбассадорами', надеясь, что успех последует за этим титулом. Конечно, мы знаем, что назвать кого-то 'амбассадором', так же как и называть себя 'мастер-миксологом', не означает, что вы им являетесь. Быть 'амбассадором' требует дипломатии: это то, как вы взаимодействуете с людьми. Это точка баланса между 'какая у нас цель' и 'что нужно нашей аудитории'. Это слово всегда было мне близко."

БРЕНД-АМБАССАДОРЫ

Форд и Войзи были повышены и теперь курируют более крупные портфели спиртных напитков в своих компаниях; однако их инновационные образовательные кампании установили новый стандарт в индустрии. Их успех как маркетологов вдохновил производителей, импортеров и дистрибьюторов нанимать барменов-«амбассадоров» для работы на неполный и полный рабочий день, полагаясь на их идеи для дизайна упаковки, разработки новых спиртных напитков, маркетинговой стратегии, связей с общественностью, образования, продаж и других областей.

С учетом их разнообразных обязанностей, бренд-амбассадоры являются "швейцарским ножом" индустрии спиртных напитков, так как все эти роли обычно относятся к маркетинговому бюджету, несмотря на обязанности в других сферах. В то время как большинство брендов нанимают известных, уважаемых барменов с лояльной аудиторией для ролей бренд-амбассадоров, некоторые предпочитают кандидатов с формальным обучением в области маркетинга, продаж и связей с общественностью.



ОДРИ СОНДЕРС
Бармен
О ПРИСУТСТВИИ

«Я нашла силу в работе и исследованиях. Наличие таких форумов, как Drink Boy и eGullet, было огромным, потому что люди онлайн были единомышленниками. Не так важно, как они воспринимают меня; важно, как они воспринимают мою работу. Быть на онлайн-форуме защищает: ты можешь делать то, что задумал, потому что не сталкиваешься с полным залом людей и не переживаешь, что они о тебе подумают. Я не хочу, чтобы люди знали, что я в комнате, просто увидев меня. Я хочу, чтобы они узнали, что я в комнате, через мои напитки.»

КОКТЕЙЛЬНЫЕ МЕДИА

Национальные газеты и журналы начали нанимать барменов и энтузиастов для освещения темы спиртных напитков и коктейлей, и консультационные услуги теперь доступны не только коктейльным «светилам», но и их подопечным.

Одним из вознаграждений за то, что ты остаешься в курсе всех событий и иногда опережаешь их, является возможность быть процитированным в качестве источника для статьи в СМИ. Секрет успеха прост: быть доступным по телефону или электронной почте в любое время и немедленно отвечать на запросы журналистов. Большинство писателей почти опаздывают с дедлайном, когда связываются с потенциальными источниками, и их издатели не всегда выделяют бюджет на съемку фотографа, поэтому лучший способ гарантировать, что твоя работа будет включена — это всегда быть готовым к ответу, с организованными рецептами, текстом и профессиональной фотографией.

Слух о том, что ты надежный и оперативный источник, быстро распространяется среди авторов, пишущих о напитках. Многие журналы и газеты теперь вставляют видео в свои онлайн-статьи, поэтому участие в съемках дополнительного контента требует от барменов большей уверенности перед камерой. Годы назад я подшучивал над актерами, ставшими барменами, а теперь мне бы хотелось обладать их навыками и обучением!

Для барменов, у которых нет корпоративных пиарщиков, чтобы продвигать их работу, и которые хотят поговорить на темы, не охватываемые традиционными СМИ, самопубликация — отличный способ заявить о себе. Онлайн-форумы, такие как eGullet, блоги, такие как у Джеффри Моргантала, подкасты, такие как The Steve Schneider Show, радиопрограммы, такие как The Speakeasy на Heritage Radio Network с Дэймоном Боэлтем, и Drinks Tube от Джейми Оливера на YouTube расширили каналы, через которые бармены и потребители узнают о спиртных напитках и коктейлях, а их ведущие стали культовыми фигурами в барной среде.

Социальные сети, такие как Twitter, Facebook, Instagram и Snapchat, тоже играют ключевую роль; каждый бармен и бар имеют свою индивидуальность, поэтому ты можешь передать свою через подходящую социальную платформу (делиться множеством мыслей на Facebook, публиковать остроумные высказывания в Twitter, делать красивые фотографии в Instagram или вовлекать людей в свою вселенную через видео в Snapchat).

Многие бармены и эксперты, такие как Дэвид Уондрич, Йорг Майер, Бобби Хьюгел и Джузеппе Гонзалес, построили свою репутацию благодаря своей активности в социальных сетях и количеству подписчиков.

СЕТЬ

С развитием информационных технологий, которые объединяют индустрию в глобальное сообщество, путешествия становятся важными для установления и поддержания отношений за рубежом. Следить за любимыми барами и барменами в социальных сетях полезно, чтобы быть в курсе их предложений и событий, но ничто не заменит личных встреч и времени, проведенного за их баром.

Большинство барменов компенсируют расходы на эти поездки, устраивая гостьевые смены, мастер-классы и pop-up мероприятия, поддерживаемые гостиничными группами или компаниями-производителями спиртных напитков, которые оплачивают их перелет и проживание в обмен на их патронаж.

Можно многому научиться, сидя за баром в хорошем месте, если быть внимательным, но нет ничего лучше, чем работать с лучшими барменами мира, если они готовы пригласить тебя. Наши гости тоже путешествуют все чаще, что делает барменов, которые могут быть еще и консьержами, более ценными для их работодателей.

Помимо посещения известных баров и барменов во время своих поездок, я записываю посещения авторитетных ресторанов, чтобы увидеть, как шеф-повара формируют кулинарный ландшафт. В течение дня я посещаю фермерские рынки, магазины вина и спиртных напитков, специализированные магазины. В зависимости от того, куда ты путешествуешь, можно найти уникальные сосуды, инструменты, спиртные напитки и аксессуары для коктейлей, характерные для каждого региона, которые станут отличными сувенирами для украшения своего бара или подарками коллегам, которые заменяли тебя на смене.

Где это возможно, я организую визиты на винодельни, пивоварни и дистиллерии, чтобы расширить свои знания о процессе производства и укрепить связи с поставщиками. Когда это уместно, я делаю записи о своих любимых впечатлениях в социальных сетях, чтобы поблагодарить людей и места, которые меня приветствовали, и призвать других посетить эти места.



ДЖУЛИО БЕРМЕХО
ОПЕРАТОР БАРА
О ПУТЕШЕСТВИЯХ

«Ты должен зарабатывать деньги на том, что делаешь, чтобы платить по счетам, налоги и заботиться о своей семье, но клянусь Богом, если ты посмотришь на жизнь, то поймешь, что все сводится к тому, какие у тебя впечатления и сколько времени ты можешь провести с людьми. В конечном итоге это всегда оказывается полезным».

КОНВЕНЦИИ, СЕМИНАРЫ И КОНКУРСЫ

Появление международных коктейльных конвенций, таких как Tales of the Cocktail в Новом Орлеане, Bar Convent Berlin и London Cocktail Week, проложило путь для ряда коктейльных специалистов, которые начали строить свою репутацию не за баром, а на настоящей сцене. Среди пионеров — сын легендарного автора, получивший образование в Оксфорде (Ангус Уинчестер, см. эту страницу); ирландец Фил Дафф, который долгое время работал в Амстердаме, а затем переехал в Нью-Йорк, где курирует выбор семинаров для Tales of the Cocktail; и новозеландец Джейкоб Бриарс (см. эту страницу), который работал барменом, учась в юридической школе, а затем выбрал спиртную индустрию вместо адвокатской практики. Каждый из них направил свои таланты как выдающихся ораторов, проницательных советников и искусных маркетологов на карьеры в индустрии, в которую сегодня тянутся другие, талантливые бармены.

Помимо семинаров, гостевых барменов и возможностей для сетевого общения с коллегами и энтузиастами, коктейльные шоу проводят церемонии награждения, которые поднимают профили баров и барменов в глазах широкой публики. Некоторые награды, такие как те, что вручаются на Bar Convent Berlin, ориентированы на местные рынки, в то время как другие, такие как Tales of the Cocktail в Новом Орлеане и London Cocktail Week, признают барменов и бары по всему миру на престижных церемониях Spirited Awards и World’s 50 Best Bars.

Поскольку в индустрии нет аналогов бригад независимых судей, как в случае с Мишленовскими звездами, процесс голосования, определяющий финалистов, больше отражает популярность, чем эмпирическое превосходство, но само существование этих спектаклей и внимание, которое они привлекают, повысили осведомленность среди потребителей. В 2012 году Фонд Джеймса Бирда, чья церемония награждения проводится с 1990 года, начал ежегодно присуждать награду за «Выдающуюся барную программу», что помогло утвердить коктейли как кулинарное искусство.

Интерес и признание, которые генерируют коктейльные шоу и награды, создали потребительскую базу, которая помогает многим барменам получать финансирование для того, чтобы выйти за рамки образования, маркетинга или продаж и стать предпринимателями. Пионеры, которые сделали этот шаг возможным до того, как награды сделали барменов маленькими знаменитостями, включают Дэвида Непова, который начал производить и продавать мадлеры Mr. Mojito в 2002 году; Гари Ригана, который запустил свои апельсиновые биттеры в партнерстве с Sazerac в 2005 году; Райана Мэгариана, который запустил Aviation Gin с House Spirits в 2006 году; и Джен Коллиау, которая основала Small Hand Foods в 2008 году.

Каждый из них увидел возможность создать продукты, которые нужны барменам, и капитализировать свою репутацию. Благодаря успеху этих начинаний бывшие бармены, такие как Дюшан Зарик и Джейсон Космас, имеют свою линейку спиртных напитков (The 86 Co.), Брукс Рейтс имеет свою линию ликеров (Jack Rudy), Эрик Лоринц имеет свои японские барные инструменты (Birdy), а Шон Хорд и Дэниел Шумейкер имеют собственную службу доставки свежих соков, сертифицированную FDA (The Commissary).

Коктейльные конкурсы — это еще одна возможность для молодых барменов, которые не работают в высокопрофильных барах крупных мегаполисов, заявить о себе. Барменов и коктейли судят и награждают уже более века, как можно увидеть по портретам всех медалистов в «The Hoffman House Bartender’s Guide» (1905), но мир барменов никогда не видел таких многомиллионных маркетинговых мероприятий, проводимых Diageo и

Bacardi, которые признают лучшего бармена (World Class) и коктейль (Legacy) соответственно.

Хотя барменство — это командный вид спорта, и самые престижные конкурсы тестируют индивидуалов, строгость испытаний и шумиха вокруг победителей стали преобразующими для карьеры таких барменов, как Эрик Лоринц из Лондона, Шинго Гокан из Нью-Йорка и Чарльз Джоли из Чикаго, и привели к уникальным возможностям для каждого из них развиваться за пределами бара.

В 2011 году бармены Нью-Йорка Айви Микс и Линетт Марреро основали коктейльный конкурс под названием Speed Rack, который они разработали, чтобы повысить осведомленность о барменах-женщинах в коктейльной индустрии и в процессе собрать деньги для исследований и профилактики рака груди. В 2010 году консалтинговая фирма Josh Harris и Scott Baird из Сан-Франциско Bon Vivants организовала благотворительное мероприятие под названием Swig & Swine, которое собирает деньги для чартерных школ, где бармены, которые участвуют в мероприятии, волонтерят накануне. Это два примера благотворительных инициатив в сфере коктейлей, которые дают барменам платформу для демонстрации своих талантов и создания союзов между гостями, поварами, СМИ, поставщиками и рестораторами по всему городу, улучшая при этом жизнь других.

Когда они не занимаются благотворительностью или не управляют собственными операциями в Trick Dog в Сан-Франциско, Bon Vivants работают с клиентами на месте и вне его, разрабатывая барные программы, совместно развивая бренды спиртных напитков и вовлекая отрасль через образование и мероприятия. Похожее агентство, основанное барменами, Proof & Co. в Сингапуре, не регулируемое законами, которые запрещают дистрибьюторам спиртных напитков работать в своих собственных барах, принимает участие в брендах спиртных напитков еще более активно, являясь их импортером и дистрибьютором, а также управляя своими собственными знаменитыми барами, включая 28 Hong Kong Street.

Proof & Co. недавно открыли магазин алкоголя с демонстрационным баром, который может использоваться для образовательных семинаров и в качестве лаборатории для разработки коктейлей барменами компании, которые используют его для создания новых коктейлей для своих клиентов.

По всему миру сегодня бармены делятся тем, что они узнали за баром, с брендами спиртных напитков и другими операторами, чтобы улучшить индустрию, что помогает барменам повысить свою репутацию и зарабатывать на жизни новыми способами.



САЙМОН ФОРД
Портфельный посол
О СООБЩЕСТВЕ
«Я пытался объединить людей, чтобы продвинуть нашу индустрию вперед, и ключевым элементом этого было образование. Я привозил барменов из Америки в Англию, чтобы они познакомились друг с другом, но это не обязательно должно было быть так. Я мог бы просто провести барменов на экскурсию по Плимуту, чтобы показать им дистиллерию. Но это лишило бы цели — заставить всех встретиться, поделиться идеями, завести дружбу и развить сеть единомышленников для продвижения индустрии вперед. Я постоянно пытался поддерживать индустрию через такие решения.»



ДЖЕФФ БЕЛЛ
Бармен
О КОНКУРСАХ КОКТЕЙЛЕЙ
«Я вижу, как много людей записываются на конкурсы, потому что хотят стать известными. Это может ускорить процесс, но не приведет вас на следующий уровень, если вы не будете работать с этим. Конкурсы — это движущаяся дорожка. Вы можете стоять на движущейся дорожке и все равно увидеть, как люди обгоняют вас на беговой дорожке. Множество людей расслабляются, думая, что они на быстром пути.»

ПРЕХОД К НОВОМУ УРОВНЮ

Многие из тех, кто стал свидетелем или принял участие в изменениях в индустрии, обеспокоены тем, что бармены тратят меньше времени на овладение своим ремеслом, прежде чем перейти к связанным возможностям, таким как продвижение брендов или консультирование. Они жалуются, что некоторые бармены становятся «стартерными звездами», не отработав достаточно времени в профессии, и что компании по производству спиртных напитков забирают таланты из баров, которые инвестировали в их обучение и наставничество.

Как оператор, который проработал за барной стойкой более десяти лет, прежде чем люди перестали спрашивать меня, что за «настоящая работа» у меня, я разделяю эти беспокойства. Тем не менее, эти новые возможности привлекли совершенно новую группу образованных, общительных, самостоятельных кандидатов в индустрию, которые не интересовались барменством, когда я начинал работать.

Оглядываясь на свою карьеру, я бы сказал, что самым важным активом, который я накопил, являются отношения, которые я выстроил за это время. После того как я пережил бурный опыт обучения на одной из первых ресторанных должностей, су-шеф, увидев мой трудный момент, отозвал меня в сторону и настоял, чтобы я, независимо от того, как решу ситуацию, не сжигал мосты. Это был лучший совет, который мне когда-либо давали, и хотя я и попадал в неприятности и сжигал несколько мостов, я передам его дальше: Делайте все возможное, чтобы не компрометировать отношения с коллегами и гостями. Если, как и я, вы страстно и открыто выражаете свое мнение о том, что делаете, вам время от времени предстоит попадать в сложные ситуации, и это значит, что нужно быть более самосознательным и готовым извиниться, когда эмоции мешают здравому смыслу.

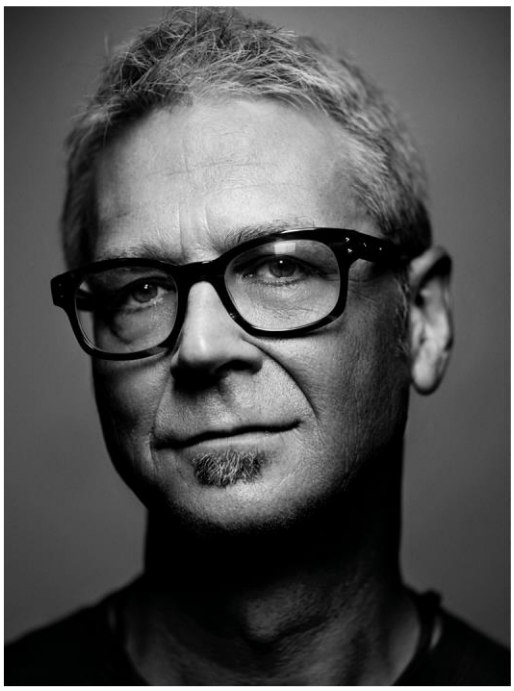
Благодаря большему количеству талантливых кандидатов, приходящих в индустрию, у гостей появилось больше баров и барменов на выбор. Если перед ними окажется два бармена с похожими навыками, они почти всегда выберут того, с кем им будет приятнее общаться. Бармены, которые продвигаются в менеджмент, уходят в продажи или амбасадорство, или становятся предпринимателями, не всегда являются самыми успешными; наоборот, это те, кто выстраивает отношения с гостями и коллегами.

Хотя теперь я держу сотрудников в своих барах гораздо дольше, чем раньше, многие из них все равно уходят в другие карьеры. Когда они уходят, я не могу не гордиться тем, что они научились в процессе: обслуживанию клиентов, командной работе и управлению конфликтами. Я согласен с известной поговоркой «каждый должен поработать в сфере обслуживания хотя бы раз в жизни». Я бы даже пошел дальше и сказал, что быть барменом — это лучшее обучение для множества профессий. Бармены — это и мастера своего дела, и продавцы: они создают что-то, а потом продают это вам.

Неудивительно, что многие из них становятся предпринимателями. Представьте себе своего любимого бармена за окном почтового отделения, сидящим за стойкой в прокатной компании или регистрирующим вас на рейс в аэропорту. Теперь скажите честно, не существует ли десятков других профессий в сфере обслуживания и продаж, которые могли бы выиграть от чувства срочности, дипломатии и неутомимой трудовой этики отличных барменов? Отличные бармены — и бывшие бармены — обладают природной способностью быть полностью в моменте с клиентом, при этом не забывая о своей ответственности обслужить других.

Прошло много лет после моей последней смены, но я все еще с ностальгией пишу «бармен» в анкеты как свою профессию, потому что я никогда не переставал думать и вести себя как бармен, и мне трудно объяснить, чем я занимаюсь, людям, которые не знакомы с этой индустрией. Хотя я больше не работаю за барной стойкой регулярно, я все еще создаю и подаю коктейли, развлекаю гостей в барах и провожу большинство своего свободного времени с коллегами по барному бизнесу.

Для меня работа в барном и ресторанном бизнесе — это призвание, не менее благородное, чем работа других публичных служащих, потому что она дает мне возможность улучшать жизни других. Когда мне предложили возможность служить своему сообществу за пределами бара, я с радостью согласился и никогда не оглядывался назад. Это также заставило меня быть благодарным за каждую возможность снова работать за барной стойкой сегодня.



СТИВ ОЛСОН
Преподаватель
О НАСТАВНИЧЕСТВЕ

«Я ищу блеск в ваших глазах, когда вижу, что вы поняли. Когда я вижу, что эта лампочка загорелась, и вы поняли, для меня я выполнил свою работу. Я живу ради этого момента. Я был человеком, работающим в сервисе, и мне нравилось быть на полу. Люди говорят: „Неужели ты не скучаешь по этому?“ Я отвечаю: „Скучал, но больше не скучаю“. Потому что я понял, что могу достичь гораздо большего числа людей. Вместо того чтобы обслуживать шестерку, или двадцать человек на своей станции, или сто пятьдесят в своем ресторане, я могу достичь тысяч, проводя лекции, работая на телевидении и радио. Я могу достичь большего количества людей и помочь им научиться принимать свои собственные решения, давая им информацию. Мне нравится делиться».



ДЖОРДЖИЯ ВАН ТИЕЛ
Консультант по здоровью и фитнесу
О СЧАСТЬЕ
«Не забывайте о счастье. Когда вы в дороге, скорее всего, у вас полны энергии, потому что вы делаете то, что любите. Качество жизни действительно важно. Вы говорите с многими людьми, работающими в гостиничной индустрии, и спрашиваете их по шкале от 1 до 10, насколько они счастливы? И многие из них скажут 8. Если вы спросите человека, работающего в корпоративной среде или сидящего за столом, ответ будет ниже 6. Есть что-то действительно важное в счастье. Сон, рутина и наличие хоть какого-то нормального образа жизни важны, но нормальность не так важна, как счастье».

БИБЛИОГРАФИЯ

Арнольд, Дэйв. *Liquid Intelligence: The Art and Science of the Perfect Cocktail*. Нью-Йорк: W. W. Norton & Co., 2014.

Байокки, Талия. *Sherry: A Modern Guide to the Wine World's Best-Kept Secret, with Cocktails and Recipes*. Беркли: Ten Speed Press, 2014.

Байокки, Талия, и Лесли Паризо. *Spritz: Italy's Most Iconic Aperitivo Cocktail, with Recipes*. Беркли: Ten Speed Press, 2016.

Бейкер, Чарльз Х., мл. *The Gentleman's Companion: Being an Exotic Drinking Book, or Around the World with Jigger, Beaker, and Flask*. Нью-Йорк: Crown, 1946.

Бава, Роберто. *Futurist Mixology: Polibibite, The Autarkic Italian Answer to the Cocktails of the 1930s*. Маппано, Италия: Cocchi Books, 2014.

Бебе, Люсius. *The Stork Club Bar Book*. Нью-Йорк: Rinehart & Co., 1946.

Берджерон, Виктор Жюль. *Trader Vic's Bartender's Guide: Over 1000 Recipes for the Newest Drinks and Most Popular Stand-Bys, Including 143 Trader Vic Original Exotic Mixed Drinks*. переработанное издание. Гардн-Сити, Нью-Йорк: Doubleday & Co., [1947] 1972.

Бери, Джефф. *Beachbum Berry's Potions of the Caribbean: 500 Years of Tropical Drinks and the People Behind Them*. Нью-Йорк: Cocktail Kingdom, 2013.

Beverage Alcohol Resource LLC. *BarSmarts Workbook 6.0*. Пёрчейз, Нью-Йорк: Pernod Ricard USA, 2011.

Бутисби, Уильям Т. *The World's Drinks and How to Mix Them*. Сан-Франциско: Boothby's World Drinks Co., [1908] 1934.

Брум, Дейв. *Gin: The Manual*. Лондон: Mitchell Beazley, 2015.

———. *Rum: The Manual*. Лондон: Mitchell Beazley, 2017.

———. *Whiskey: The Manual*. Лондон: Mitchell Beazley, 2014.

Буллок, Том. *The Ideal Bartender*. Сент-Луис: Buxton & Skinner Printing & Stationery Co., 1917.

Байрон, О. Х. *The Modern Bartenders' Guide*. Нью-Йорк: Excelsior, 1884.

Катэ, Мартин, и Ребекка Катэ. *Smuggler's Cove: Exotic Cocktails, Rum, and the Cult of Tiki*. Беркли: Ten Speed Press, 2016.

Крэддок, Гарри. *The Savoy Cocktail Book*. Лондон: Constable & Co. Ltd., 1930.

Кертис, Уэйн. *And a Bottle of Rum: A History of the New World in Ten Cocktails*. Нью-Йорк: Broadway Books, 2007.

ДеГрофф, Дейл. *The Craft of the Cocktail: Everything You Need to Know to Be a Master Bartender, with 500 Recipes*. Нью-Йорк: Clarkson Potter, 2002.

———. *The Essential Cocktail: The Art of Mixing Perfect Drinks*. Нью-Йорк: Clarkson Potter, 2008.

Диффорд, Саймон. *"Difford's Guide for Discerning Drinkers."* Odd Firm of Sin, Ltd. www.diffordsguide.com

Дудорофф, Мартин. *"Martin's Index of Cocktails."* Mixology Tech, Version 1.2 (2016). mixologytech.com/martinsindex

———. *"Vermouth 101."* Vermouth 101. N.p., 2011. Web. 14 Mar. 2017. www.vermouth101.com

Даффи, Патрик Гэвин. *The Official Mixer's Manual*. Нью-Йорк: Long & Smith, 1934.

Эдмондс, Лоуэлл. *Martini, Straight Up: The Classic American Cocktail*. Балтимор: Johns Hopkins University Press, 1998.

Эмбюри, Дэвид А. *The Fine Art of Mixing Drinks*. Гардн-Сити, Нью-Йорк: Doubleday & Co., [1948] 1958.

Энсслин, Хьюго Р. *Recipes for Mixed Drinks*. Нью-Йорк: самиздат, 1917.

Гейл, Хайман, и Джеральд Ф. Марко. *The How and When*. Чикаго: Lincoln Printing Co., 1937.

Гельтен, Том. *Bacardi and the Long Fight for Cuba: The Biography of a Cause*. Нью-Йорк: Viking, 2008.

Грин, Филип. *To Have and Have Another: A Hemingway Cocktail Companion*. Нью-Йорк: Perigee Books, 2012.
Граймс, Уильям. *"'The Hour,' Famous Cocktail Guide, Is Reissued."* New York Times, 8 June 2010.
———. *Straight Up or On the Rocks: A Cultural History of American Drink*. Нью-Йорк: Simon & Schuster, 1993.
Грохуско, Джек. *Jack's Manual*. Нью-Йорк: напечатано частным образом, 1910.
Гроссман, Харальд Дж. *Grossman's Guide to Wines, Spirits, and Beers*. Нью-Йорк: Scribner's, 1964.
Гросс, Мэтт. *"Crystal Clear: A Guide to Real Schnaps,"* Saveur. (Декабрь 2010): 49.
Хэйг, Тед. *Vintage Spirits and Forgotten Cocktails: From the Alamagoozlum to the Zombie and Beyond*. Глостер, Массачусетс: Rockport Publishers, 2004.
Харрингтон, Пол, и Лаура Мурхед. *Cocktail: The Drinks Bible for the 21st Century*. Нью-Йорк: Viking, 1998.
Хайман, Джим (ред.), Стивен Хеллер, и Джон Мариани. *Menu Design in America*. Кельн: Taschen Books, 2011.
Хемингуэй, Эрнест. *Islands in the Stream*. Нью-Йорк: Scribner's, 1970.
Херлихи, Патриция. *Vodka: A Global History*. Чикаго: University of Chicago Press, 2012.
Хесс, Роберт, и Анистатия Миллер (ред.). *The Museum of the American Cocktail Pocket Recipe Guide*. Лондон: Mixellany Limited, 2006.
Хоффлинг, Брайан Д. *Distilled Knowledge: The Science Behind Drinking's Greatest Myths, Legends, and Unanswered Questions*. Нью-Йорк: Abbeville Press, 2016.
Хосански, Юджин А. *"The Current Scene: Film Posters."* Print, 19, no. 4 (1965): 20.
Хафф, Мариса. *Aperitivo: The Cocktail Culture of Italy*. Нью-Йорк: Rizzoli, 2016.
Хатсон, Люсинда. *Viva Tequila! Cocktails, Cooking, and Other Agave Adventures*. Остин: University of Texas Press, 2013.
Ласа, Хуан А. *Libro de Cocktail*. N.p., 1929.
Джонсон, Харри. *Bartenders' Manual*. Нью-Йорк: самиздат, 1900.
Джонс, Стэн. *Jones' Complete Barguide*. Лос-Анджелес: Barguide Enterprises, 1977.
Джадж мл. *Here's How!* Нью-Йорк: John Day Co., 1927.
Каплан, Дэвид, Ник Фошолд, и Алекс Дей. *Death & Co: Modern Classic Cocktails*. Беркли: Ten Speed Press, 2014.
Ледесма, С. Э. *Nuevo Manual de Cocina a la Criolla*. Лима: Ledesma, 1903.
Махони, Чарльз С. *The Hoffman House Bartender's Guide: How to Open a Saloon and Make It Pay*. Нью-Йорк: Richard K. Fox Publishing Co., 1912.
Марио, Томас. *Playboy's Host & Bar Book*. Чикаго: Playboy Press, 1971.
Мартино, Шанталь. *How the Gringos Stole Tequila: The Modern Age of Mexico's Most Traditional Spirit*. Чикаго: Chicago Review Press, 2015.
Матус, Викторино. *Vodka: How a Colorless, Odorless, Flavorless Spirit Conquered America*. Гилфорд, Коннектикут: Lyons Press, 2014.
МакДоннел, Дагган. *Drinking the Devil's Acre: A Love Letter from San Francisco and Her Cocktails*. Сан-Франциско: Chronicle Books, 2015.
МакЭлхоу, Гарри. *ABC of Mixing Cocktails*. Лондон: Odhams Press, 1922.
———. *Barflies and Cocktails*. Париж: Lecram Press, 1927.
Миис ван дер Роэ, Людвиг. *Inaugural Address as new head of the Department of Architecture, Illinois Institute of Technology, Chicago, IL, 20 November 1938*.
Мейер, Дэнни. *Setting the Table: The Transforming Power of Hospitality in Business*. Нью-Йорк: HarperCollins, 2006.
Миллер, Анистатия, и Джаред Браун. *Cuban Cocktails: Drinks and the Cantineros behind Them, from Cuba's Golden Age*. Лондон: Mixellany Limited, 2012.
Миллер, Анистатия, Джаред Браун, и Миранда Диксон. *My Absolut: What the Bartender Saw*. Лондон: The Absolut Company, 2010.

Моргенталер, Джеффри, и Марта Холмберг. *The Bar Book: Elements of Cocktail Technique*. Сан-Франциско: Chronicle Books, 2014.
Мосс, Роберт Ф. *Southern Spirits: Four Hundred Years of Drinking in the South, with Recipes*. Беркли: Ten Speed Press, 2016.
Нил, Чарльз. *Calvados: The Spirit of Normandy*. Сан-Франциско: Flame Grape Press, 2011.
Ньюман, Франк П. *American Bar: Recettes des Boissons Anglaises et Américaines*. Париж: Société Française D'imprimerie

БЛАГОДАРНОСТИ

Я упомянул всех, кто помог мне достичь финишной черты, насколько это было возможно в тексте книги, но, конечно, не хватило места, чтобы поблагодарить всех, поэтому не стесняйтесь напомнить мне, если я кого-то забыл. Большинство из вас, скорее всего, уже планировали это.

Прежде всего, я хочу поблагодарить тех, кто согласился на интервью и портреты. Эти друзья, коллеги и наставники ответили на бесчисленные письма, звонки и сообщения по поводу информации, которую большинство считают конфиденциальной.

Эта книга не существовала бы без моего брата Питера, который предложил мне встретиться с Эмили Такудес, чтобы обсудить книги о коктейлях в Phaidon. Хотя в итоге мы не начали работать вместе, я благодарен ей за то, что она первой признала ценность этой книги.

В конечном итоге, Ким Уитерспун привела меня к Аарону Уэнеру, чья безупречная команда и преданность делу публикации лучших коктейльных книг мира обеспечили успех. На протяжении трех лет Ким и Аарон помогали поддерживать проект, за что я им бесконечно благодарен.

Эмили Тимберлейк подтвердила мой выбор: структурировать свободный рассказ в книгу, ставя меня на путь к становлению лучшим писателем и человеком в процессе. Уильям Каллахан помогал мне разбираться в её правках, мотивируя меня держать голову высоко и работать усердно.

Бетси Стромберг преобразовала кучу старых автомобильных руководств и винтажных книг о коктейлях в красивую рукопись, интегрируя сотни изображений и тысячи слов. Эмма Кэмпион делала замечания по пути, а Джейн Чин занималась трудной работой с принтером.

Кристи Хейн и Даг Оган внесли разумные текстовые изменения, чтобы прояснить мои намерения, а Джефф Белл, Дэйв Брум, Уэйн Картис, Шон Хоард и Дэвид Вондрич проверили мои исследования и написание. Особая благодарность Джеймсу Лукас за шлифовку финального текста.

Эллисон Рензулли, Эрин Уэлке и Уинди Доррестейн помогли мне создать пакет и рассказать историю, которой читатели будут восхищаться еще много лет.

Я благословен и навсегда в долгу перед Дороном Гилдом (при поддержке Дона Ли) и Джанмарко Магнани, чьи безвременные произведения искусства поддерживают этот проект таким образом, который невозможно выразить словами. Их приверженность этому делу была такой же непреклонной, как и моя.

Особая благодарность Брайану Шебайро и нашей команде в PDT, Лиз Коханседг из American Express и моим коллегам в Banks Rums и Moore & Giles за поддержку в течение работы над книгой.

Татьяне Мартушев, Крису Метро, Эрин Стоунбернер и Кэти Фуллер, которые помогли мне восстановить силы после переезда в Нью-Йорк; Биллу Дейли, который поднял меня, когда мой дух был ослаблен; и Брэду Парсонсу, который стал моим другом и литературным психологом.

Симисам и Миханам: особенно нашим родителям, которые привили мне ценности, которые я пытался вложить в этот текст. И всем нашим друзьям в Портленде, особенно Шону Хоарду и Ханне Скотт, которые приняли нас в нашем новом доме.

Наконец, моей жене Валери и нашей дочери Оливии, которые поставили свою жизнь на паузу почти на три года: без вашей поддержки я не смог бы сделать это. И наконец, нашему сыну, который должен родиться на той неделе, когда книга выйдет в свет.

Дорону Гилду: я посвящаю свои усилия любви всей моей жизни, Ана Жованчевич. Спасибо за вашу непоколебимую поддержку и терпение: это было бы невозможно без вас. Спасибо Крису Полински, Мете Озерену и Дэвиду Миао за вашу помощь в завершении изображений: ваша тяжелая работа была неотъемлемой частью запечатления всех цветов. И Дейлу ДеГроффу, Филиппу М. Добарду, Джил Бенсон и Дженни Меррилл из SoFAB в Новом Орлеане за возможность использовать ваше пространство.

Джанмарко Магнани: я хочу поблагодарить Джима за предоставленную возможность проиллюстрировать эту книгу, за его уверенность и профессионализм на протяжении этих лет работы вместе, и особенно хочу поблагодарить Даниеллу за веру в меня, поддержку каждого решения и за постоянное толкание меня вперед.

• • •

Большинство иллюстраций книги были созданы по снимкам моих личных вещей или инструментов и механизмов, с которыми я столкнулся в процессе исследований. Благодарю моих друзей и коллег за предоставленные изображения: Даниела Кригера и Энди Симора за фотографии меня; Кэтрин Ларайя, Кэтрин Шотик и Музей Дрихауса за изображение Романского Пунша Тиффани; Джейсона Кроули за Имперский шейкер; Тоби Чеккини за изображение самого себя; Джулио Бермехо за доску меню Tommy’s; be-pôles за изображение библиотеки NoMad; Stonehill и Taylor, Jacobs, Doland, Beer Design, и Sydell Group за план этажа NoMad; Эндрю Киста за Taproom Dead Rabbit; Нила Мунте-Брун за Likdoeb; Лейси Ландре за Bryant’s Cocktail Lounge; Эрика Маки за план этажа Bryant’s; Ян Хольцер за Drink; Эзры Стара, Шона Фредерика, Джеффри и Шерил Кац и Джордана Биссета за план этажа Drink; Боу Хагуда за схему Hoke Home Bar; Луиса Андермана за масштаб; Шинтаро Окамото за ледяную машину Clinebell; Дейва Смита за миксинг-танк St. George; Робина Робинсона за комнату дегустации Compass Box; Жиля де Бошена за Noilly Prat Salle des Secrets; Мириам Хендрикс за рецепт Rutte Genever; Джейд Оливера за Bundaberg Molasses Well; Мисти Калкофен за Санта-Катарину Минус Хорна; Пола О’Коннора за Фауста Васкеса и помощника; Меган Мелош за Grain Harvester; Бруно Делессарда за Maison Ferrand Paradis; Тьерри Дешуша за Cointreau Still Room; Матео Лукардо за Luxardo Citrus Botanicals; Шона Мулдуна за меню Dead Rabbit; Эрин Поммер и Александра Джойс за Frasca Host Stand и Open-Handed Pour; Райана Хубера и Сэма Паркера за Medicine Ball; Райана Портной за Moore & Giles Sidecar и Meehan Bag; Дженнифер Митчелл за Bar Show Credential.

Я благодарен за многочисленные другие вклады: Камперу Инглишу с сайта Alcademics; Лиз Брюске, Карлу дуХоффману, Георгиане Грин, Алану Кропфу, Лиз Стейно и Биллу Жену из Anchor; Уилкину Кабрере и Дженни Сзе из Baccarat; Колину Аппиаху, Карлосу Аргамасилья, Кристяне Фанчотто, Джузеппе Галло, Мануэлю Греко и Иану Макларену из Bacardi; Диего Лорет де Мола из Barsol; Дэну Коэну, Гарднеру Данну, Адаму Харрису, Такахиро Итога, Кейт Кенни, Джейми Макинзи, Памеле Пинкоу, Дейву Пудло и Дайсуке Цукахара из Beam Suntory; Крису Даунхауэру, Джоанне Глас и Майюру Суббаорао из Blueprint; Мэй Матта-Алия из B.N.I.A.; Эрику Хею из Breakthru; Бекки Кодд, Саймону Коулгину, Аллану Логану, Линн МакЭван и Карлу Риви из Bruichladdich; Элизабет Колтон, Кейтлин Крисан и Дейву Карракеру из Campari; Тремейну Аткинсону из CH; Дебби Берк-Смит и Керрину Эгалке из Compass Box; Питеру Коннеллу и Робу Куперу (R.I.P.) из Cooper Spirits; Джону Дерагону; Кэтрин Ань, Трейси Гилберт, Джесс Слевин и Мелиссе Вудбери из Diageo; Кевину Лоу-Смиту из East Imperial; Кейт Крадер и Сюзи Майер из Food & Wine; Тиму Мастеру из Frederick Wildman; Меган Хуртук из Gemini; Джеки Паттерсон Брэннер и Кэдж Хаккинен из Giffard; Роберту Боору и Даниэль Харрис из Grand Cru; Дэвиду Хьюзу и Эрику Сиду из Haus Alpenz; Лауре Брюс, Дейву Миттону, Райану Пауэллу и Раме Зуниге из Hiram Walker; Себастьяну Беквиту из In Pursuit of Tea; Мэре Коффи и Брайану Нейшн из Irish Distillers; Кристиану Глике из Karlsson’s; Лиору Серсарзу из La Boîte; Нэнси Макафи из Laird’s; Стивену Луттману и Уитни Пик из Leblon; Мелани Ашер и Элизабете Датриндейд из Machu Pisco; Оливеру Маттеру из Matter Distillery; Лиз Барретт, Канчан Кинкаде, Антонелле Нонино, Бонито Нонино, Джанноле Нонино и Марино Вернон из Nonino; Шону Келли и Лоре Пьяцца из Pernod Ricard; Бенжамину Галаису, Гийому Лами и Мануэле Савоне из Pierre Ferrand; Андреасу Мюльбёк из Reisetbauer; Нэйтану Бурдетту, Альфреду Куантро, Кайлу Форду, Ричарду Ламберту и Джоанне Марчене из Remy-Cointreau; Энтони Бассо из Rhum Clément; Бену Карлотто, Альберту Де Хееру, Марку де Кёйперу и Марку де Витте из Rutte; Джону Бику и Адаму Шуману из Skurnik; Джону Монетте из Small Hand Foods; Кэти Кавенее и Элли Винтерс из St. George; Кейт Лауфер Горенштейн из Sydney Frank; Мишель Данник и Энн Туеннерман из Tales of the Cocktail; Алексу Микасу из Vintus; Асеме Бектемессовой и Дженнифер Вальехо из Żubrówka.