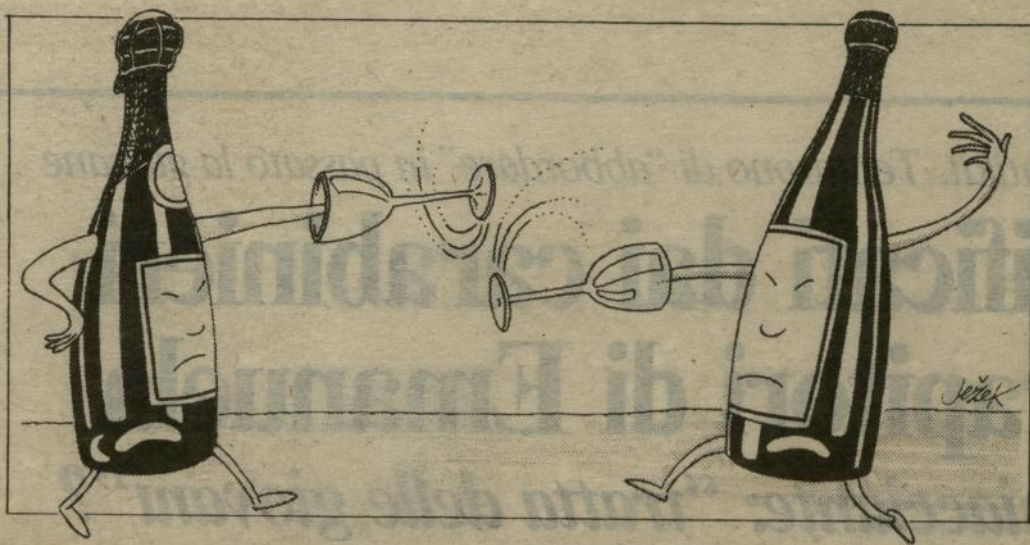


La birra incalza soprattutto perché piace ai giovani, non c'è legge che tuteli il prodotto di qualità, la battaglia sui mercati mondiali è sempre più difficile ma alla mostra di Bordeaux i nostri vini hanno avuto molto successo



Quei bianchi e quei rossi che “attaccano” la Francia

di GIANNI MURA

BORDEAUX, luglio — Se al Sial di Parigi, l'anno scorso, un discreto bevitore italiano aveva ampi spazi di vergogna, al Vinexpo di Bordeaux le cose sono andate decisamente meglio. Accanto ad improbabili vermouth confezionati nell'hinterland milanese, una partecipazione ben più qualificata: dallo stand Vide (associazione vitivinicoltori italiani come Vallania, Schiopetto, Lanza, Conterno), a Giorgio Lungarotti, «sono il bulldozer dei vini umbri», che oltre frontiera c'è sempre andato volentieri, allo stand subito ribattezzato dei tre re. Giocando con garbo sul rosso, il verde, il bianco, si sono messi assieme i Nonino di Percoto (grappe), Angelo Gaja (barbresco) e Maurizio Zanella (spumanti).

Un grande successo complessivo, non misurabile in vendite, per ora, ma in promozione. Certo, occorre sapere che quella signora poco vistosa, che esalava un «for-mi-da-ble» su un calice di Ca' del Bosco Dosage Zéro era madame Bise Leroi (Romanée Conti, per capirci); e che il candido vecchietto che sorvegliava Vuisinier era monsieur Laberdolive, che produce Bas Armagnac eccezionale; e che i fratelli Troisgros, dell'omonimo ristorante, erano molto attratti dal Sori Tildin. E intanto Lungarotti parlava con importatori di Norvegia, Canada, Singapore e distribuiva in-

viti per il banco d'assaggio dei vini d'Italia, che si terrà a fine ottobre a Torgiano.

Ce ne sono, di cose, in diecimila metri quadri d'esposizione. Desta commenti variegati la presentazione, da parte della Moët et Chandon, una delle più antiche ditte produttrici di champagne, del Perlant Impérial, un frizzantino assemblato con uve di Savoia, Touraine, Entre Deux Mers, bottiglia brutta, tappo a pressione, cinquemila lire di costo. «Proprio loro...». «Che c'entra, il mercato ha le sue leggi». Quanto alla rinuncia al sughero, avverte Angelo Gaja: «Tra dieci anni il vero, grosso problema non sarà il vino, saranno i tappi. I produttori aumentano, le querce da sughero no, anzi diminuiscono. Oggi ce n'è solo in Sardegna, in Spagna, in Portogallo e in una piccola zona delle Lande». Lui problemi non ne ha: un tappo su misura, 63 millimetri di lunghezza, fabbricato apposta a Calangianus.

Mentre Gaja e Zanella vanno a battere il Médoc alla caccia di

barriques (botti da 220-225 litri, in quercia del Limousin) colgo a volo la Giannola Nonino, che torna da un giro nel Cognac e nell'Armagnac: «Bisogna documentarsi, noi della povera grappa, sulle acqueviti nobili. Siamo già stati, io e Benito, in Scozia e in Alsazia, questa zona ci mancava. Sono entusiasta e arrabbiatissimo. Entusiasta perché ho visto tanti piccoli grandissimi produttori lavorare come Dio comanda; arrabbiatissimo perché una volta di più mi sono resa conto che la legislazione ha avuto parte decisiva nell'affermazione del prodotto. Nel Cognac, una legge del 1909 obbliga a lavorare bene, da noi una legge la stiamo ancora aspettando, e a questo punto farò la mia marcia su Roma. Noi non vogliamo produrre di più, i nostri 600 mila litri l'anno bastano e avanzano. Ma vogliamo una legge seria, restrittiva, non piena di buchi che servono solo alle grandi industrie per produrre delle cose che non meriterebbero nemmeno di chiamarsi grappe». Atten-

zione, ministro, Giannola morde.

Severo, quasi ascetico, Gaja annota: «I grossi professionisti francesi stanno guardando a noi con attenzione e interesse. Ricordo i primi stages, a Montpellier, una ventina d'anni fa. I francesi ridevano del lambrusco: adesso non ridono più. La nostra ovviamente è un'altra fascia di mercato e l'esperienza di Bordeaux, senz'altro positiva, ci spinge a essere presenti ai prossimi appuntamenti: Parigi, Colonia, New York, Bristol, forse anche il Giappone».

Dice Zanella: «Siamo come dei rompighiaccio d'una certa mentalità. Io, coi miei spumanti, non mi sono mai sognato di conquistare la Francia. Ma siccome l'immagine dello spumante italiano all'estero è quella di un Asti gassificato, ci tengo a far capire che anche in Italia si può produrre qualcosa di valido».

Già che si parla di vino, tiriamo fuori i dati Istat: nel 1970, in Italia, 117,7 litri pro capite, oggi scesi a 85, e la birra continua a salire

(12,8 litri nel '75; 20,6 oggi). È un dato allarmante? «Lo è» dice Alberto di Grèsy, produttore langarolo «ed è spiegabile coi gusti dei giovani, che considerano il vino un prodotto obsoleto. Però trovo sbagliato inventare un vino che piaccia solo a loro. Poi, è questione di mentalità per quanto riguarda i prezzi. Qui in Francia ho mangiato, bene, un menù da 32 franchi. La bottiglia di bianco, scadente, era 60 franchi. I francesi, che hanno ben altra educazione al bere, pagano. Mentre in Italia l'obiezione più frequente del consumatore è: buono, 'sto vino, ma è caro...». E Marta Galli, veronese: «L'immagine del vino equiparato a una droga può aver avuto il suo peso, in questo calo. E poi molte, troppe mode finiscono per sconcertare la gente, ultima quella del vino giovane, giovanissimo, neonato. Io sono convinta che lo spazio per il vino buono ci sarà sempre, ma venendo in Francia ci si accorge che loro sono bravissimi a tenere il pas-

so della tradizione e sono compatti, mentre noi ci becchiamo come i polli di Renzo».

«Aggiungiamo» dice Lungarotti «che quelli della birra hanno veramente azzeccato la campagna, con Arbore. Ma per loro è facile trovare l'accordo, sono 18 aziende in tutta Italia, e noi del vino 25 mila... Mi consolo pensando che Arbore, me l'ha confessato lui, produce vino».

Chiude Angelo Gaja: «Da anni diciamo che la viticoltura deve premiare la collina, non la pianura, che bisogna diffidare dalle abbondantissime rese per ettaro, perché alla lunga la moneta cattiva scaccia quella buona. Se bere meno equivale a bere meglio, il calo dei consumi è positivo, e d'altra parte non si può pretendere che i giovani bevano vino, se non hanno ricevuto un'educazione al vino. Sicuramente è sceso il consumo del bottiglione corrente, da supermercato, comprato da donne che devono far quadrare i conti».

I consumi di vino sono calati anche in Francia, con proporzioni molto simili a quelle italiane. Aumentano invece negli Stati Uniti, nei paesi anglosassoni e in quelli del Benelux. E su questi mercati che si giocherà il grande gioco: per adesso mettiamoci seduti, aspettando la prossima «guerra del vino» tra Italia e Francia.