

IN REGALO
L'AGENDA TASCABILE
1988

Gente Money

RUSCONI EDITORE
Anno IV - Numero 11 - Novembre 1987 LIRE 4.500
Sped. in abb. postale gruppo III/70

NOVELLI ITALIANI

IN VINO NOVITAS

La loro gloria dura lo spazio di qualche mese. Ma la loro fama sta conquistando i mercati mondiali. I Nouveaux made in Italy hanno tutte le carte in regola per insidiare il predominio dei Beaujolais. A partire dai nomi dei produttori. Che sono illustri

Vino Novello batte Beaujolais Nouveau: la notizia, pubblicata dal Sole 24 ore del 16 settembre, ha certamente fatto battere il cuore a parecchi produttori italiani. Anche perché si riferiva a un mercato naturalmente francese come viene considerato il mercato canadese della regione del Quebec. In breve, la Société des Alcools du Quebec, l'ente incaricato dell'importazione e della distribuzione nel paese di vini e bevande alcoliche, per contenere il prezzo del Beaujolais Nouveau aveva chiesto che il vino venisse spedito per nave invece che per via aerea. Doveva, quindi, essere pronto per il 6 novembre. Clausola che i francesi si sono ben guardati dal sottoscrivere, preferendo rinunciare a vendere montagne di bottiglie.

I canadesi si sono allora rivolti al mercato italiano. Perché no, certo che saremo pronti, hanno risposto i produttori di casa nostra tutti contenti. Così, in Canada almeno, il vino novello italiano batterà di sicuro la concorrenza francese, anche perché il detentore del titolo sul ring non c'è.

Sullo stesso quotidiano economico, lo stesso giorno, un altro articolo parlava di "boom di prenotazioni per il novello italiano" persino dalla Francia. Fa piacere. È giusto che anche i nostri giovani, prodi vini escano di casa, a farsi le ossa su banchi di prova molto qualificati.

Le prime bottiglie della vendemmia '87, di Novello o di Nouveau, sono già sugli

scaffali dei negozi o stanno per arrivare. Puntuali e attesissime, come le ferie, la primavera, il carnevale. C'è una regia precisa dietro il fenomeno, che crea la suspense, che scandisce il conto alla rovescia. "Mancano dieci, nove, due giorni all'uscita del Beaujolais Nouveau", strillano giornali e locandine, in Francia e un po' anche in Italia. E finalmente: "Le

Beaujolais Nouveau est arrivé", di solito il terzo giovedì di novembre, è l'annuncio al mondo. Sui tavoli di ristoranti e bistrot la notizia è stampata su cartoncini; nelle enoteche e nei negozi striscioni e coccarde colorate la ripetono mille volte, per improbabili distratti.

Il déblocage scatta alla mezzanotte in punto della data stabilita dall'INAO (Istituto Nazionale delle Appellazioni di Origine francese). La capitale del Beaujolais Nouveau è Villefranche-sur-Saône, lì è anche il cuore della festa, canti e balli en attendant l'ora x. Arrivano ospiti da tutto il mondo, con i mezzi più diversi, auto d'epoca e motociclette sidecar, aerei e camper. Motori accesi, aspettando il via. Le dogane fanno gli straordinari: che niente rallenti il viaggio delle prime bottiglie verso l'appuntamento. Sì, perché intanto a New York, a Londra, a Monaco, si prepara l'accoglienza, con feste in piazza e nei locali famosi. A Milano i ristoranti scommettono con i clienti sull'ora di arrivo dei primi camion. A Trafalgar Square vince un premio chi per primo mostra una bottiglia di Nouveau. A Parigi prima dell'alba gli assaggi sono già diventati bevuta collettiva. Euforia esagerata? Forse. Ma giù il cappello signori, questo è un capolavoro di marketing. Non significa solo influenzare i consumi, ma



tizzato verso vini classici veri.

Azienda leader in spumanti e grandi rossi, la Ca' del Bosco presenta quest'anno il suo ultimo Novello. "Se avessimo grandi potenziali di produzione potremmo continuare a farlo, perché è un vino che ha una sua collocazione gastronomica", dice Maurizio Zanella, proprietario. "Ma la filosofia dell'azienda si è evoluta. Troviamo più stimolante, e gratificante, destinare le nostre uve a rossi più durevoli e strutturati".

Ancora in Toscana, zona di Montalcini.