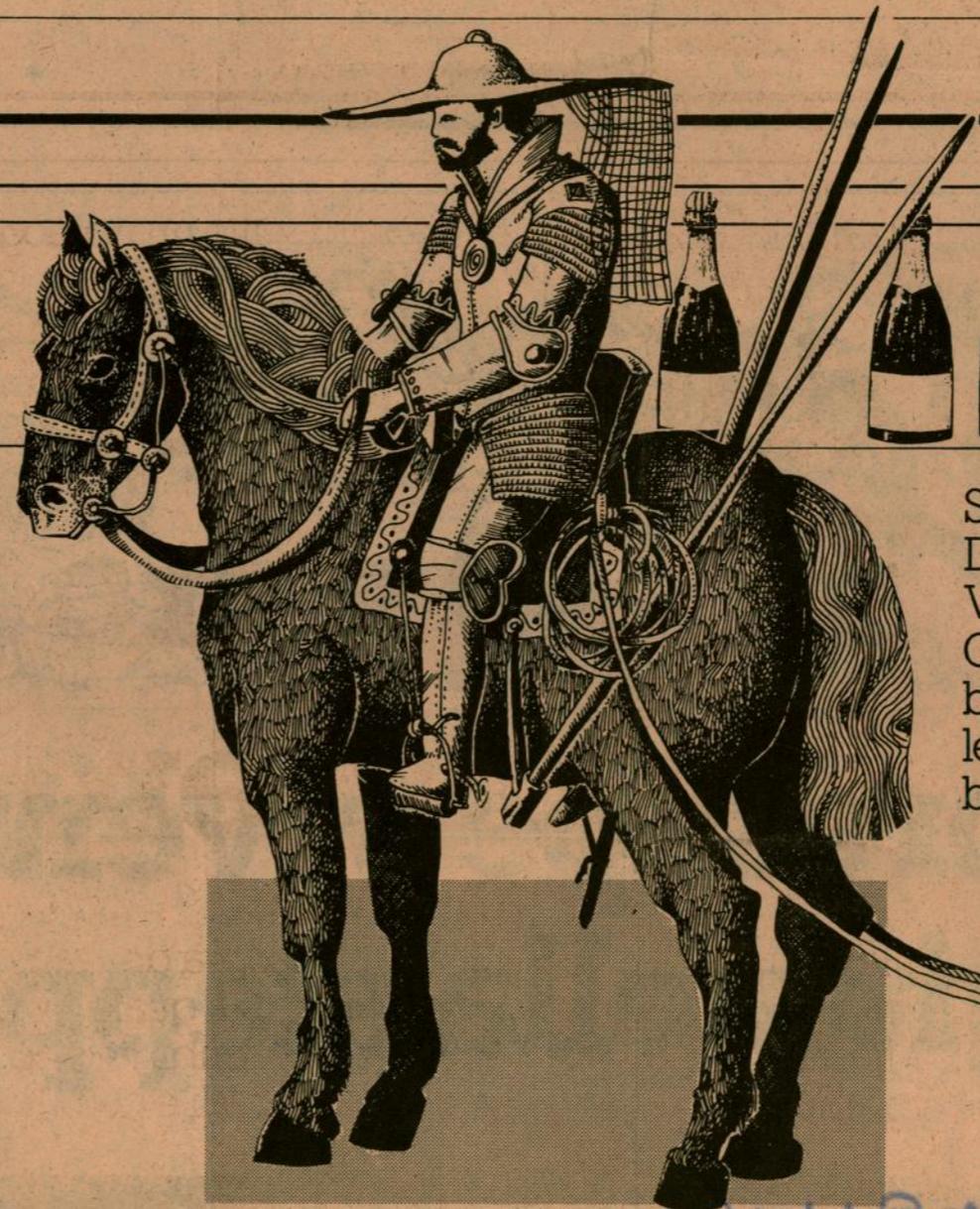
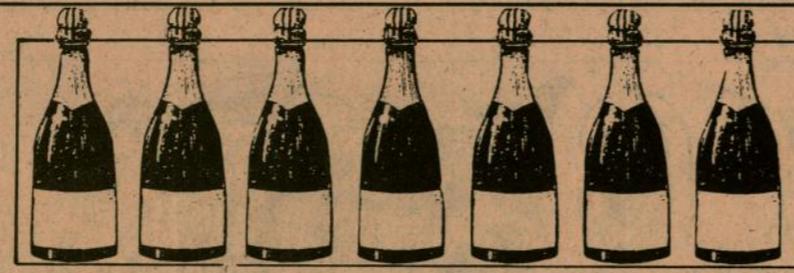


Torte e flute



Si chiamano Pas Dosé, Cremant, Vintage, Pas Opéré, o soltanto brut, ma sono le buone bollicine italiane

Spumante nobile scaccia il villano

di Davide Paolini

Cin cin brindo a te... cin cin... A chi alziamo il calice, ai produttori di barricato che ci diletano il palato ogni giorno? O brindiamo a chi continua imperterrita a far nouvelle cuisine perché nessuno gli ha ancora comunicato che non va più di moda? Brindiamo a chi continua a mettere in menu il raviolo aperto o il branzino in salsa di peperone perché ha sentito che un tempo lo faceva Gualtiero da Milano o Morini from Imola, pardon New York? Brindiamo a chi, in nome del barricato aumenta i prezzi del vino e scrive in etichetta «barrique», facendo credere che si tratta di un nuovo tipo di uva? Ebbene no. Non brindo a nessuno di questi signori: il mio cin cin lo dedico agli eroici produttori made in Italy di spumante (metodo champenoise) che sono rimasti sulla breccia. A loro brindo con un calice di spumante italico perché hanno resistito alla seria offensiva dello champagne made in France che, dopo anni di tregua (o di debacle), sono tornati nuovamente alla ribalta con prodotti qualitativamente di grande lignaggio, e con prezzi competitivi, grazie al ritocco della normativa Cee.

Infatti da settembre l'Iva sullo champagne è scesa dal 38% al 19%; lo champenoise made in Italy è passato dal 18% al 19%. Dunque i concorrenti sono stati allineati sulla stessa linea di partenza... E allora perché brindo idealmente ai produttori italiani di spumante? Perché chi si è salvato nelle recenti vendite

natalizie dimostra di avere numeri tali da poter reggere il confronto con i rivali d'Oltralpe. Le notizie che ci giungono, ahimè, non sono confortanti: sembra che gli scaffali di botteghe di delicatessen ed enoteche siano ricolme di bollicine made in Italy, mentre le bottiglie targate France siano scivolote via

tranquille come il prodotto che contengono. Peccato. Anni fa su queste colonne abbiamo fatto una facile profezia sui problemi che avrebbe incontrato il trionfalismo italiano sullo spumante. Scrivemmo allora: «Può succedere che la moneta cattiva scacci quella buona...». Non è successo proprio così ma la verità è che oggi non sentia-

mo più discorrere molto dello champenoise, made in Italy. Sembra che sia calato il sipario! Chi ha salvato l'onore delle bollicine italiane è il gruppo delle aziende sane, valide e serie che hanno mantenuto, in questi anni, un trend senza scosse. Gli improvvisati o i boom facili, se Dio vuole, cominciano a scomparire; così pure un mo-

do di far comunicazione assai artigianale (e senza strategia). Ma chi si salva? Innanzitutto Ferrari from Trento a cui addirittura la guida sui vini d'Italia (Gambero rosso editore) assegna tre bicchieri (the best). Questo punteggio è andato a Giulio Ferrari riserva del Fondatore 1980. Quindi il gruppo di Franciacorta ca-

pitanato da Maurizio Zanella con lo Champenoise cremant e con l'ottimo Dosage zero, l'azienda Bellavista con lo Champenoise Pas Opéré e il Cremant. Sempre valido il Gran Spumante de la Versa (Cantina sociale di Santa Maria della Versa), il Contratto reserve for England, l'extra brut Antinori.

Un discorso a parte è da farsi sui grandi produttori. Più volte abbiamo sostenuto che quando si producono grandi numeri è possibile, volendo, ottenere anche risultati qualitativi notevoli. La Cinzano raggiunge ottimi livelli proprio con uno champenoise: il Marone Cinzano Pas Dosé. È sicuramente uno dei migliori spumanti italiani

Disegno di Andrea Pedrassini dal volume «Champagne e Spumanti» di Antonio Piccinardi e Gianni Sassi

fin dalla prima annata. Grandi cose arrivano anche da Canelli dove Vittorio Gancia ci sorprende continuamente con bottiglie di grande stoffa: il Gancia dei Gancia e lo spumante Vintage '86. Per quanto riguarda il rapporto qualità-prezzo non ci sono dubbi che Martini riserva Montelera detiene la palma del primato.

Un'ultima considerazione: chi produce con standard di qualità notevoli e continui come Ferrari viene premiato da oltre un milione di bottiglie di champenoise vendute nel 1988, così pure chi mantiene un passo costante come le grandi aziende non subisce alti e bassi. Chi scompare invece dal panorama sono i produttori improvvisati che, dopo una qualche stagione fortunata, pagano il prezzo del successo facile e strombazzato. Comunque, a parte questi dettagli, ora che lo champenoise made in Italy ha raggiunto la maturità e la sdrumatura (è un termine Censis) di mercato è in atto, c'è necessità di approntare tecniche marketing e di comunicazione serie e meditate per «combattere» il ritorno dello champagne.

Ca' del Bosco