

dal 1901

N° 39

L'ECO DELLA STAMPA®

AGENZIA DI RITAGLI E INFORMAZIONI DA GIORNALI E RIVISTE

Direttore: Ignazio Frugiuele

L'Argo della Stampa S.r.l.
Via G. Compagnoni 28
20129 Milano
Tel. (02) 71.01.81 - 71.31.62
Cas. post. 12094 - 20120 Milano

C/C postale 12600201
Telegr. Ecostampa - Milano
Telefax gr. III - 7383882
C.C.I.A.A. 967272
Reg. Trib. Monza N. 14767

LEGGASI A TERGO

12-3859628PQ T00019F 5S205L29
IL GIORNO
PIAZZA CAVOUR 2
20121 MILANO MI
Dir. Resp. LINDO RIZZI
Data: 28 DICEMBRE 1988

Primo bilancio dopo pranzi e cene di Natale: spumanti tengono botta ma è stato l'anno della rivincita per il prestigioso vino francese

Scacciata la paura della crisi mezza Italia ha brindato a champagne

Nell'83 le importazioni avevano registrato addirittura un tracollo - Nel giro di un lustro Dom Perignon e soci hanno recuperato brillantemente

di FELICE CAMPANELLO

Saltano i tappi ma nelle bordate dell'artiglieria di fine anno è lo champagne che ha la meglio e che ha avuto una strepitosa rivincita. Oltre 8 milioni di bottiglie importate nel 1988. L'avanzata degli spumanti sembrava avesse fermato l'invasione degli champagne; nell'83 si era addirittura arrivati a un tracollo: l'importazione era scesa a 3 milioni e 500mila bottiglie, ma sono bastati 5 anni per riguadagnare le po-

sizioni perdute. E adesso, nelle due enoteche più frequentate di Milano, dei fratelli Solci in via Morosini e da Gigliola Gaviglio in via Speronari, la gente non si accontenta delle solite marche, Moët&Chandon, Veuve Clicquot, Mumm, Gordon Rouge, Pommery, Bollinger, ma vuole le cuvée speciali. Le riserve della casa, le annate millesimate, le bottiglie che costano oltre le 50mila. Non si bada alla spesa e si cerca la qualità. Con qualche punta di snobismo. Sempre molto ricercato il

Clos des Goisses Philipponat (76mila la bottiglia) che, a quanto dicono i soliti esperti, è lo champagne prediletto da Gianni Agnelli.

Niente da dire. Qualche anno fa, evidentemente, non era in crisi lo champagne ma l'economia italiana e, come sono cresciuti gli indici di sviluppo, c'è stato un inevitabile spostamento verso le raffinatezze nel bere. Le cifre parlano chiaro e l'antagonismo fra spumante e champagne va definitivamente archiviato. Meglio non parlarne mai più. Si

tratta di due vini completamente diversi e che non vanno in alcun modo confrontati. Non è solo questione di bollicine e di metodo di lavorazione. Tra i due ci sono quattro secoli di differenza e da Dom Perignon, l'abate del Perigord, a oggi, lo champagne si è perfezionato fino a diventare un'opera d'arte, qualcosa che non è più vino, come dicono i francesi, un liquido quasi immateriale come un'onda magnetica. Gli spumanti italiani si sono moltiplicati negli ultimi tempi e hanno fat-

to miracoli. C'è un mercato in crescita (17 milioni di bottiglie prodotte col metodo classico champenois nel 1988) e uno scrupolo sempre maggiore nella scelta di uve particolari e nella vinificazione, ma champagne e spumante restano due fratelli separati, con una vaga somiglianza. Identificare uno con l'altro è un errore che possono commettere soltanto gli incompetenti.

Ma la «diversità» degli spumanti non pregiudica il loro successo e la disponibilità a categorie meno ab-

bienti, ciò che è proibitivo, invece, per lo champagne. Un buon spumante di case affermate, Antinori, Berlucchi, Carpené Malvolti, Cinzano, Contratto, Ferrari, Fontanafredda, Gancia, La Versa, Martini e Rossi, tanto per fare qualche nome, costa dalle 15 alle 18mila lire. Ma anche tra gli amanti dello spumante c'è ormai chi cerca le specialità, il prodotto selezionato e più fine, come le riserve datate e numerate o le versioni cremant con una spuma più delicata, meno appariscente. Ca' del

Bosco e Bellavista, entrambi della Franciacorta bresciana, forse il più bel pezzo d'Italia a vocazione spumantiera, sono le due ditte più affermate in fatto di cremant. Prezzo: 38mila la bottiglia.

Un salto di qualità su tutta la linea degli champagne e dello spumante, ecco che cosa si avverte entrando nelle bottiglierie milanesi. Una clientela più esigente e non a corto di denaro. Che trascura lo spumantino dolce per quello secco, brut, «pas dosé», come dice oggi anche chi non conosce il significa-

to di queste parole. Almeno a fine anno si vuole avere la certezza della qualità e di uno stacco da quel che si beve abitualmente. Il frizzantino da 4000-4500 lire la bottiglia non viene preso in considerazione. C'è, a fine '88, una presa di coscienza di natura enologica. Prima bastava che lo spumante facesse un bel colpo, che il tappo saltasse in aria. Adesso tutti fiutano nel bicchiere e schioccano la lingua con aria da intenditori, badando che la spuma abbia una grana fine e persistente.

L'ECO DELLA STAMPA MILANO