

L'ECO DELLA STAMPA®

AGENZIA DI RITAGLI E INFORMAZIONI DA GIORNALI E RIVISTE

Direttore: Ignazio Fruguele

L'Argo della Stampa S.r.l.
Via G. Compagnoni 28
20129 Milano
Tel. (02) 76.110.307 (5 linee r.a.)
Cas. post. 12094 - 20120 Milano

C/C postale 12600201
Telefax 7383882 - 76111051
76110346
C.C.I.A.A. 967272
Reg. Trib. Monza N. 14767

01-2925616PM T 1849F 20S145L42
CIVILTA' DEL BERE
VIA GIACINTO GALLINA 8
20129 MILANO MI
DICEMBRE 1989

RICEVUTA IL
30 GEN. 1990

CA' DEL BOSCO

Al Barolo Ceretto III premio Vinarius

Bruno e Marcello Ceretto, con il loro Bricco Rocche Barolo Prapò 1985, si sono aggiudicati il premio per il vino dell'anno 1989, indetto da Vinarius, l'associazione punti vendita specializzati nella scelta e proposta del vino che riunisce circa un centinaio di enoteche in ogni regione d'Italia e alcune anche all'estero. Le precedenti edizioni avevano portato alla ribalta, a partire dal 1982, il Tignanello, il Ferrari Brut de Brut, il Gavi La Scolca, il Brunello Biondi Santi, il Rubesco Lungarotti, il Sassicaia, il Maurizio Zanella Cà del Bosco.

Il primo nucleo delle attuali aziende agricole Ceretto è stato fondato ad Alba da Riccardo Ceretto, al quale sono subentrati negli Anni Sessanta i figli Bruno e Marcel-



lo che successivamente hanno acquistato terreni altamente vocati per Barolo e Barbaresco conquistando vasta notorietà.

Definiti i «Barolo Brothers» dalla rivista americana *Wine Spectator*, i Ceretto con il Bricco Rocche Prapò sono riusciti a conseguire un risultato davvero encomiabile. Vino di grande struttura e longevità, è stato reso pronto per essere bevuto già da oggi. Nato a Serralunga, vinificato a Castigliole Falletto, esprime carattere, raffinatezza e cultura della terra in cui nasce.

● **Nella foto:** Giuseppe Meregalli, a sinistra, presidente della Vinarius, consegna a Bruno Ceretto l'ambita targa per il miglior vino '89 a conclusione della cerimonia al Circolo della Stampa di Milano, alla presenza del prof. Mario Fregoni

lia, Germania e Spagna con 8, Cile con 2 e Libano e Nuova Zelanda con 1) risultavano molto distanziati, il che ci dà un'altra conferma: sul mercato americano della qualità, quello dei cosiddetti «Premium Wines», siamo nettamente superati da Stati Uniti e Francia, ma costituiamo una... terza forza di indubbia rilevanza.

Questa situazione ci favorisce perché, soprattutto nel segmento della qualità, il consumatore (e quindi anche l'intermediario commerciale), che ama ricercare la novità e l'usura di un primato, come ad esempio quello di alcuni vini francesi, potrebbe farsi sentire.

Il fenomeno dell'usura è infatti già molto vivo tra i vini americani, i cui leader sono costantemente bersagliati dai «piccoli», sovente appena nati e che potrebbero anche morire ancora nel periodo della pubertà: per il momento sono però vivi, rumorosi e numerosi (nella sola California più di ottocento).

Analizzando la selezione di *The Wine Spectator* si rilevano, come si vede, dati interessanti; vediamo di ricavare ancora un paio di indicazioni. Nel campo degli «Sparkling Wines» erano presenti 21 Case, ma tra queste una sola italiana (la Ca' del Bosco): gli onori erano divisi tra Champagne (11) e California (9).

Analizzando la presenza italiana, scopriamo un predominio netto della Toscana (14) e del Piemonte (11), con presenze puramente simboliche (1 a testa) della Campania (Mastroberardino), della Lombardia (il già citato spumante) e dell'Umbria (Lungarotti).

Il Piemonte ostentava con fierezza le sue denominazioni e cioè cinque Barolo (Conterno Aldo e Giacomo, Marcarini, Pio Cesare e Renato Ratti) e due Barbaresco (Castello di Neive, Cetto, Giacosa, Gresy e Prunotto); il solo Gaja presentava un vino da tavola (lo Chardonnay Gaia & Rey).

Molto più... individualista la partecipazione toscana: accanto a cinque Chianti (Ama, Coltibuono, Frescobaldi-Montesodi, Ricasoli-Brolio e Volpaia) ed a quattro Brunello di Montalcino (Barbi, Biondi Santi, Costanti e Villa Banfi), c'erano ben cinque vini «aziendali» (Antinori-Cervaro della Salla, Castellare-I Sodi di S. Nicolò, Rampolla-Sammarco, Ruffino-Cabreo La Pietra e Vertine-Le Pergole Torte). Come si vede, almeno negli Stati Uniti il fenomeno dei «vini da tavola migliori dei vini Doc» coinvolge prevalentemente la Toscana.

«Wine Experience» è però importante anche per la presenza fisica dei produttori, i grandi nomi che sempre fanno notizia e sovente fanno mito. A dire il vero, alcuni incominciano a ... marinare (ad esempio i Rothschild, pre-



Il soddissfattissimo Marvin Shanker

«*Wine Experience*» è il grande capolavoro di Marvin Shanker, editore di *The Wine Spectator*, il giornale che ha ideato ed organizza la manifestazione. Quest'anno, il successo lo ha costretto ad investimenti impensabili solo due anni orsono. «Abbiamo dovuto raddoppiare gli spazi e quindi anche gli investimenti», ci dice nella hall del grande albergo che ci ospita. «La manifestazione di quest'anno, tutto comprendendo, costa due milioni di dollari e darà un profitto, che andrà alla nostra «Scholarship Foundation», di un quarto di milione. È certamente un record!».

– Faticate, per raccogliere questo esercito di appassionati?

«Assolutamente no. A maggio apriamo le prenotazioni e al principio di giugno dobbiamo già chiuderle, perché tutto è venduto».

– Perché, nelle manifestazioni collaterali, non è mai protagonista l'Italia con qualche degustazione par-

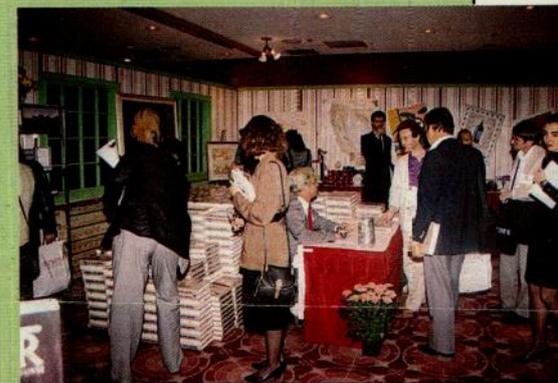
Sentiamo l'organizzatore

Costo 2 miliardi
Profitto 250.000 \$

ticolare?

«Ti darò una risposta che probabilmente non ti piacerà. Il programma viene praticamente elaborato dai partecipanti che all'atto dell'iscrizione compilano un questionario. Non abbiamo nessun riguardo per quello che vorrebbe la produzione o il commercio».

Nella hall, anche una improvvisata ma fornitissima boutique: una fonte di altri preziosi dollari



A sinistra, Robert Mondavi, il più carismatico produttore californiano, è impegnato ad ... auto-degustare un proprio vino. A destra, la mamma del Brunello con le ... madr. di New York: un simpatico gioco di parole per presentare Francesca Colombini Cinelli, a New York assieme alla figliola Donatella, a colloquio con Pino Luongo proprietario di «Le Madri», il ristorante italiano oggi di gran moda a New York



senti solo con i loro vini), ma i presenti sono assolutamente sufficienti a dare lustro a tutta la manifestazione e ad appagare la curiosità dei quattromila americani che, per vederli ed assaggiare i loro vini, pagano fior di dollari.

Gli italiani, comunque, c'erano tutti e il più corteggiato questa volta è stato Piero Antinori, ma per motivi assolutamente estranei alla manifestazione. S'era infatti sparsa la voce, poi confermata, che la Buckingham Wiles, distri-

butrice dei suoi vini, era in vendita per il disimpegno dell'inglese Whitebread dal settore degli alcolici e naturalmente sono in molti, negli Stati Uniti, ad ambire a distribuire i vini della grande Casa fiorentina.

A dire il vero, in fatto di notizie, sembrava di essere a Reno, la città dei divorzi: alla notizia della possibile separazione Antinori-Buckingham Wiles (tutto sommato, potrebbe anche non avvenire) è seguita quella, certa, di

DAGLI ANTICHI PODERI DEI CONTI BOLANI.

The Wine Experience

Biondi Santi dall'avv. Calogero Cali: un matrimonio durato meno di un anno.

Ma tralasciamo questa notizia, di cui parleremo diffusamente al momento opportuno, per concludere il discorso su questa «Wine Experience». Come abbiamo visto, era cospicua la presenza degli italiani al Grand tasting, ma era invece stranamente palpabile l'assenza dell'Italia nelle altre manifestazioni, seminari, convegni, degustazioni verticali, ecc. che hanno costellato e riempito le due giornate.

Per fortuna, a riempire questo spiacevole vuoto ha pensato l'Italian Wine & Food Institute che ha sponsorizzato una colazione alla quale hanno preso parte tutti i mille «registrati» da *The Wine Spectator*. Alla sua pratica realizzazione hanno contribuito, finanziariamente e con i propri vini, cinque nostri produttori e precisamente Bolla (Amarone '83), Marchesi di Barolo (Barolo Riserva '82), Martini & Rossi (Asti Spumante), Rocca delle Macie (Riserva di Fizzano '85) e Ruffino (Libaio '88). Una grossa soddisfazione per i cinque produttori perché per un'ora le loro bottiglie hanno campeggiato in mezzo alle tavole di mille influenti consumatori, ma per noi tutti è stato motivo di grandissima gioia l'applauso che hanno ricevuto i loro vini.

Per il resto, per quanto riguarda l'Italia, notte fonda. In mezzo ad una marea di vini californiani, portoghesi, australiani, spagnoli, l'Italia è apparsa una sola volta, con il Chianti del Castello di Rampolla, in una presentazione dei «migliori vini sotto i \$ 20». Onestamente, un po' pochino.

Alla Francia è invece spettato l'onore della chiusura della manifestazione con una degustazione verticale di Château Margaux guidata da Corinne Mentzelopoulos, la proprietaria.

Per chi ama il vino, il sipario è calato su un grande spettacolo che ha solleticato, in chi vi ha partecipato, il desiderio di un «arrivederci». È il più bel complimento che si possa fare a Marvin Shanken; pari soltanto al fragoroso applauso che ha chiuso la degustazione.

Pino Khail

Müller Thurgau Ca Bolani, Vendemmia '88.
Medaglia d'oro Vinexpo Bordeaux 1989.

La tragica scomparsa in Spagna del conte Alberto Marone Cinzano

Aveva 60 anni ● L'auto che pilotava è uscita di strada il 26 ottobre, ad un centinaio di chilometri da Cordoba ● Folla ai funerali a Santa Vittoria d'Alba, presenti le sue maestranze e i più famosi nomi dello spumante ● Scompare uno degli industriali più brillanti

Con profondo dolore si è appresa la notizia della tragica scomparsa del conte Alberto Marone Cinzano, 60 anni, presidente della Cinzano, società che ha portato ad un invidiabile successo commerciale e d'immagine nel mondo, e presidente della Federalimentare.

Il conte è morto in Spagna nella tarda serata del 26 ottobre, quando l'auto che pilotava è uscita di strada ad un centinaio di chilometri da Cordoba, dove era atteso per una battuta di caccia alla quale avrebbe dovuto partecipare anche re Juan Carlos, suo cugino acquisito. Trasportato all'ospedale di Pozo Blanco, si è spento poco dopo il ricovero. Tre delle sue sei sorelle, accompagnate da alcuni membri della Casa reale spagnola, si sono recate a Pozo Blanco e hanno accompagnato la salma a Torino e quindi a Santa Vittoria d'Alba, dove sabato 28 ottobre si sono svolti i funerali. Le spoglie sono state infine riportate a Torino e tumulate nella tomba di famiglia.

Alla cerimonia funebre hanno presenziato numerosissime persone d'ogni ceto sociale, dagli operai della Cinzano, anche quelli in pensione, a Gianni Agnelli, di cui il conte era cugino di primo grado. E c'erano, naturalmente, tanti uomini del vino, soprattutto del settore spumantiero, di cui la Cinzano, che quest'anno dovrebbe superare i 157 miliardi di fatturato, è leader assoluta. I Rossi di Montelera, i Vallarino Gancia, i Contratto, i Micca-Bocchino per ricordarne solo alcuni, hanno porto le condoglianze alla vedova, la contessa Cristina Camerana, che il conte aveva sposato nel '54 e dalla quale ha avuto tre figli.

Sarà proprio il secondogenito, Francesco, 30 anni, responsabile del marketing Cinzano per la Spagna, a succedere al padre, perché il resto della famiglia non ha mai seguito da vicino gli affari dell'azienda. Francesco Ma-

rone Cinzano, che ha sposato Marcella Pittaluga, figlia di un alto dirigente della Fiat, ha già dimostrato del resto ottime capacità manageriali.

La sorella Noemi, 32 anni, è sposata con Gelasio Gaetani Lovatelli ed ha due bambini; il fratello minore, Enrico, 26 anni, ha sposato a Francoforte Mafalda d'Assia e ora la coppia vive negli Stati Uniti dove il giovane lavora in un'agenzia di pubblicità.

La storia dei Cinzano ha avuto inizio ai tempi di Emanuele Filiberto quando, nel 1814, Antonio Cinzano aveva messo a punto la formula del vermut. In seguito l'azienda sarebbe diventata leader anche di un altro settore del quale aveva intuito le straordinarie e innovative possibilità: lo spumante.

Fin qui il necrologio che normalmente è cronaca ma, quando l'oggetto è un personaggio di spicco, diventa immediatamente Storia. E quando si riscriverà la storia recente della Casa Cinzano la figura di Alberto Marone occuperà un posto da grande protagonista perché negli ultimi vent'anni, proprio in coincidenza con la sua presidenza, questa impresa ha acquistato un respiro internazionale che onora il

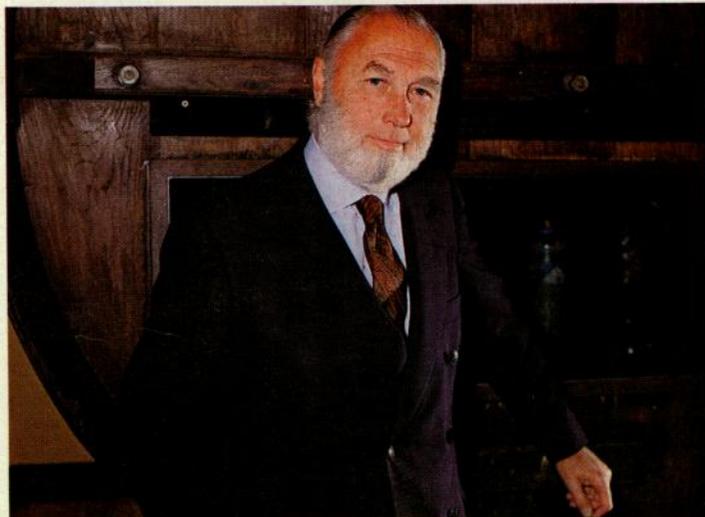
nome d'Italia in tutto il mondo.

Egli è stato uno degli industriali italiani più illuminati perché, più e prima di altri, ha intuito il rischio di una dimensione pigmea in un mondo di giganti e, superando le riserve e gli ostacoli di quell'orgoglio che nei piemontesi è particolarmente vivo, ha cercato di abbattere, per la sua azienda e i suoi splendidi prodotti, le frontiere della politica e quelle della geografia.

La morte lo ha colto, subdola e repentina, alla vigilia del realizzarsi di un sogno nel quale egli avrebbe coinvolto tutte le forze vive del settore economico nel quale operava. Per questo, probabilmente, aveva accettato incarichi da cui sempre era rifuggito, quali ad esempio quello della presidenza della Federalimentare o della consulenza ad alto livello nel quadro della riforma dell'Ice od altri ancora. Perché sognava che l'Europa, al momento della sua storica nascita unitaria, potesse accogliere tra i suoi protagonisti un'Italia viva e moderna.

È alla realizzazione di questo sogno che stava lavorando. Purtroppo, nel momento della vittoria, per lui probabilmente non ci saranno applausi.

Cdb



Il conte Alberto Marone Cinzano in una recente fotografia

Questa foto potrebbe intitolarsi: «Il sogno americano per l'enologia europea». Per ore e ore, con religiosa attenzione, mille americani hanno degustato i grandi vini del mondo



La «Wine Experience» al Marriott di New York

Più italiani, meno Italia

Dal 27 al 29 ottobre ha avuto luogo a New York, all'Hotel «Marriott Marquis», l'attesa e ormai tradizionale «Wine Experience», la biennale manifestazione organizzata dal giornale statunitense *The Wine Spectator* e che è considerata la più selettiva vetrina della produzione vinicola mondiale.

Quest'anno è stato battuto ogni precedente record, sia per quanto riguarda il numero di produttori, sia per quanto si riferisce alla partecipazione del pubblico, al giro finanziario creato e al profitto conseguito. Tutto questo, anche se in aperto contrasto con l'andamento del mercato vinicolo negli Stati Uniti che è molto calmo e certamente non in crescita, conferma che, indipendentemente dall'andamento generale, l'interesse per i vini di qualità è crescente e questo tipo di prodotto non è assolutamente penalizzato dalla contingenza negativa.

«Wine Experience», come è noto a molti nostri lettori, può essere definita il week-end del vino perché inizia il venerdì sera e si esaurisce alla mezzanotte della domenica. Ed è una «full immersion» veramente totale, con due «Grand tasting», una decina di conferenze, seminari e degustazioni verticali

guidate, tre colazioni in cui l'accoppiamento cibo-vino è naturalmente tenuto costantemente d'occhio e un Gran gala finale al quale partecipano anche i più grandi ristoratori americani.

Come si vede, per uno che è interessato al vino rappresenta veramente una... offerta che non si può rifiutare. Questo sulla carta, perché in realtà la «lista di attesa» di quelli che vorrebbero parteciparvi è sempre più lunga dell'elenco, pur cospicuo, degli ammessi. Un fatto che sembra incredibile se si

Per degustare i vini, 4 mila americani pagano circa un miliardo e mezzo di lire ● 28 dei 179 vini selezionati erano italiani ● Ignorata invece l'Italia nelle manifestazioni collaterali ● Per ovviare, cinque Case dell'Italian Wine Institute sponsorizzano una colazione per mille persone

considera che una singola partecipazione di due ore a uno dei Grand tasting costa 150 dollari e la «registrazione» completa 550 dollari.

Ma nonostante questi costi da capogiro, ai quali vanno aggiunte per metà dei partecipanti le spese del viaggio aereo e dell'albergo (moltissimi fatti vengono da lontano, soprattutto dalla California), il «tutto esaurito» viene realizzato in meno di un mese, tra maggio e giugno. E questo «tutto esaurito» significa 3 mila biglietti per il Grand tasting e mille registrazioni complete.

Possiamo così già fare un po' di conti in tasca all'amico Marvin Shanker, editore del *The Wine Spectator*: con cinque mesi di anticipo incassa un milione e centomila dollari, pari a un miliardo e mezzo di lire. A questi vanno aggiunti gli incassi per sponsorizzazioni e per vendite di libri e oggetti vari «garantiti» dal giornale: tra questi c'erano quest'anno anche speciali frigoriferi per la conservazione a temperatura differenziata dei vari vini.

Queste cifre danno una dimensione... pirotecnica a tutta la manifestazione: sono veramente quarantotto cre di fuochi d'artificio, contrappuntati da una effervescenza che ci riporta ai mo-

menti felici degli Anni Settanta quando ogni evento vinicolo in terra americana era intriso di goliardico entusiasmo.

Il successo sta però, come sempre succede, corrodendo ideologicamente l'iniziativa, partita sei anni fa come una manifestazione estremamente selettiva ed oggi già incrinata da palese elefantiasi. Tanto per fare un esempio, i sessanta o settanta vini della prima edizione sono diventati quest'anno centototantatré: si tratta sempre di vini importanti ma chiaramente, in mezzo ed essi, incomincia ad esserci qualche gioiello di minor caratura.

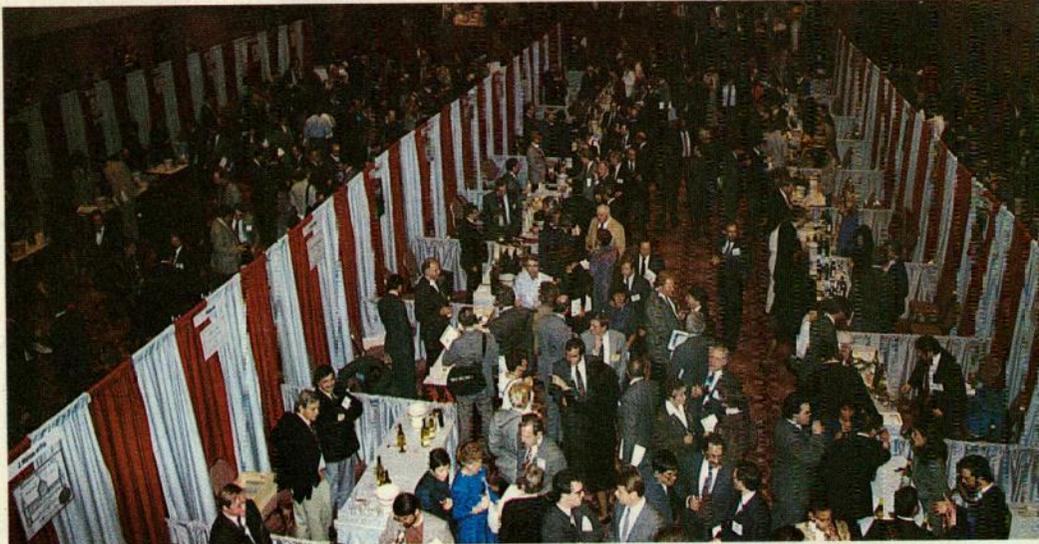
Inoltre, l'aumento dei produttori ha creato problemi di spazio per cui quest'anno il «Grand tasting» ha dovuto svolgersi in due saloni ubicati in piani diversi. E questa necessità ha creato, agli organizzatori, un altro problema: quello di dover evitare ad ogni costo che uno dei due saloni potesse prevalere l'altro. La soluzione adottata ha sacrificato l'omogeneità ed è saltato qualsiasi tipo di logica nella collocazione fisica dei vini per cui non solo si potevano trovare due vini piemontesi in piani diversi, ma un Barolo vicino ad uno Champagne, seguito da un Porto e da un «bianco» australiano. Da questo punto di vista, proprio un bel pasticcio, una grande confusione.

Ma a prescindere da questi aspetti di dettaglio, che potranno tutt'al più diventare rilevanti in futuro, questa manifestazione è un termometro importante per tastare il polso del mercato americano, capirne gli umori e misurarne lo stato di salute; serve inoltre, a noi italiani, per verificare il livello di attualità e l'indice di notorietà del nostro vino e delle nostre principali marche su quell'importante mercato, sia nell'ottica, ristretta ma influente, di un giornale e del suo staff redazionale.

Per quanto riguarda il primo punto, lo abbiamo già detto all'inizio, se potessimo giudicare l'umore del mercato dall'entusiasmo dei partecipanti a questa manifestazione, potremmo stare tranquilli per i prossimi vent'anni. Sappiamo che invece non è così, ma «Wine Experience» conferma comunque che - in un mercato vocato alla stabilità - il vino di pregio è in sviluppo. Ed è già una conclusione importante.

La selezione dei vini dà però altre indicazioni interessanti. A dominare sono i vini americani (62, di cui 53 californiani), seguiti però molto da vicino dai francesi (52). In pratica, il 64 per cento dei vini selezionati erano americani o francesi. Non irrilevante la «quota» italiana che, con 28 vini selezionati, rappresentava il 16 per cento dei partecipanti. Tutti gli altri Paesi (Portogallo con 9 partecipanti, Austra-

Cinque produttori dell'Italian Wine Institute hanno avuto il merito di sponsorizzare un pranzo ufficiale. Eccoli, soddisfatti, con il presidente dell'Istituto Lucio Caputo. Da sin. Italo Zingarelli (Rocca delle Macie), Ambrogio Folonari (Ruffino), Pierfrancesco Bolla e Paolo Abbona (Marchesi di Barolo). Manca nella foto Augusto Rivelli della Martini & Rossi



Così si presentava uno dei due saloni che ospitavano il «Grand tasting». Ogni produttore aveva un proprio tavolino con alle spalle una gigantografia del vino in degustazione

Storie di matrimoni (e di divorzi)

Nella foto a destra, Piero Antinori brinda con Henri Krug: l'italiano con una flûte di Champagne, il francese con un bicchiere di Tignanello. Come si sa, gli Antinori distribuiscono in Italia il Krug: il loro, nonostante alcune chiacchiere, è un matrimonio solido e il cordiale brindisi vuole solo confermarlo.

Divorzi in vista, invece, in altri campi, sia in casa Antinori che in casa Biondi Santi (nella foto sotto, Jacopo Biondi Santi mette al corrente delle novità il notissimo sommelier Giorgio Lingero del S. Domenico di New York e Lucio Caputo, presidente dell'Italian Wine Institute). Antinori potrebbe lasciare, negli Stati Uniti, la Buckingham Wiles, quando questa verrà «passata di mano» dagli inglesi della Whitebread, mentre si è già definitivamente sciolto il matrimonio tra la famiglia dei Brunello e l'avv. Calogero Cali, principe dei commercialisti milanesi e proprietario della toscana Rocca di Castagnole.





Corinne Mentzelopoulos, è la proprietaria del famoso Château del Médoc, durante la degustazione

UN GRANDE CHÂTEAU MINUTO PER MINUTO

Cronisti d'eccezione Gaja e Antinori

«Wine Experience '89» si è conclusa con un'eccezionale degustazione «verticale»: quella di dieci «millesimi» di Château Margaux illustrati dalla proprietaria della Cantina, Corinne Mentzelopoulos. Ho avuto una fortuna sfacciata: quella di sedere tra Angelo Gaja e Piero Antinori. Da loro autorizzato, ho raccolto i singoli commenti, che riporto con grande fedeltà. Un'esperienza unica: li ringrazio.

P.K.

1986

GAJA - Colpisce per la sua austerità. Ha tannino e acidità sostenuti. Privo dell'opulenza dell'85, sarà più longevo. Grandissima classe.

ANTINORI - *Eccezionale, grandissimo equilibrio, al limite già bevibile. L'eccezionale concentrazione di tannini e polifenoli non ne pregiudica la longevità. È la caratteristica dell'annata. Grande vino.*

1985

GAJA - Il vino è più rotondo, ma il merito è dell'annata. Promette meno dell'86. È più facile da capire.

ANTINORI - *Colore molto brillante, profumo più aperto dell'86. È più precoce e sarà meno longevo. Lo si capisce dalla «spina dorsale».*

1983

GAJA - Dei primi tre è quello che mi piace di più. Bouquet molto pronunciato.

ANTINORI - *A me piace particolarmente. Denuncia una astringenza che amo (tannini ancora verdi). Ricorda la Toscana.*

1982

GAJA - Riflette la vendemmia abbondante. È tannico, aggressivo. Non ha del tutto mantenuto quanto promesso in vendemmia.

ANTINORI - *Era considerata un'annata del secolo (Bordeaux ne denuncia diverse...): grande quantità e qualità. Ci avevo creduto al punto che avevo comperato, per la mia famiglia, parecchie bottiglie. Oggi, con un filo di delusione, possiamo dire che le promesse non vengono sempre mantenute.*

1978

GAJA - Rispecchia lo stile degli Anni Settanta. Prima comparsa di profumi animali. Si cercava ancora, per garantire maggiore longevità, un'acidità più elevata. È

comunque la prima annata lavorata dalla famiglia Mentzelopoulos.

ANTINORI - *Interessante, perché dopo 11 anni il vino si autoidentifica veramente quale Bordeaux.*

1979

GAJA - Più pronto del '78. Si ritrovano i profumi spezia.

ANTINORI - *Gradevolissimo, molta grazia. Ha però meno personalità del '78, meno «goût de terroir». Più anonimo.*

1962

GAJA - Magro, sottile, leggermente squilibrato.

ANTINORI - *Denuncia limiti di età. Un po' povero per essere un Bordeaux. Non porta bene i suoi anni.*

1959

GAJA - È un bellissimo vino per appartenere ad un'annata media, piena di piogge, muffe e problemi. Riflette lo stile degli anni pre-Settanta. Prevale il terreno; profumi meno definiti con qualche impressione di confusione. Forse si avverte la presenza di barrique usate.

ANTINORI - *Tra quelli assaggiati, per me è il migliore. Sta ancora bene insieme, con tutti gli elementi uniti. Ottimo bouquet.*

1961

GAJA - Opulento. Figlio di una vendemmia eccezionale. È stata veramente un'annata storica.

ANTINORI - *Eccezionale. Assolutamente privo di stanchezza. In questo vino si sente davvero il talento dell'uomo, non solo la ricchezza della natura.*

1953

GAJA - Un vino mal decantato. Non è proprio giudicabile.

ANTINORI - *Ha un piede di là... È ingiusto averlo inserito in una simile degustazione.*

Pino Khail, il nostro direttore, ha avuto la grande fortuna di degustare dieci grandi annate del celebre Château con il commento, «minuto per minuto», di Angelo Gaja e Piero Antinori. Alla degustazione hanno partecipato anche Ambrogio Folonari-Ruffino e Sergio Manetti, proprietario di Monte Vertine (foto a destra).

