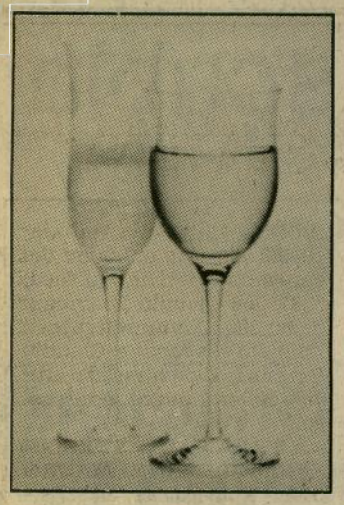
RICEVUTA IL
25 SET. 1990
CA' DEL BOSCO .....



Non convince i produttori bresciani il nuovo nome dello champenois made in Italy

'Classimo', ma senza botto

La necessità di una diversa denominazione imposta dalla Cee dopo le proteste dei vignerons francesi
Zanella (Cà del Bosco): da tre anni solo il nome della cantina - Pasini: non suona granchè bene
Ziliani (Berlucchi): non lo useremo - Il duca Denari (Istituto tutela): indietro non si torna

di GIANNI BONFADINI
e LUCIO DALL'ANGELO

È «Classimo» (con l'accento sulla 'a', prego), ma non fa il botto. Almeno per ora. Il nuovo nome che, dopo anni di riunioni e di elenchi finiti nel cestino, l' Istituto per la tutela dello spumante classico ha scelto per definire lo champenois made in Italy divide i produttori, fa storcere il naso ai creativi, lascia perplessi gli addetti ai lavori. Ma come - dice il tam-tam - non c'era niente di meglio di questo strano connubio tra 'classico e massimo'? Tra i produttori bresciani riuniti nel consorzio di tutela l'atteggiamento prevalente è quello della rassegnazione. Il nome non entusiasma, ma ormai c'è.

E del resto la nascita del nome dello champagne italiano non poteva che essere travagliata e il risultato discusso e discutibile.

«Di solito in Italia viene prima il nome che la sostanza. Per la prima volta le parti vengono rovesciate» ha commentato il ministro Bernini partecipando alla presentazione del nuovo nome avvenuta a Valdobbiadene, in occasione della 27ª Mostra dello spumante. E in effetti era molto difficile trovare un nome che sapesse ben rappresentare un prodotto che si è imposto eguagliando in qualità lo champagne francese.

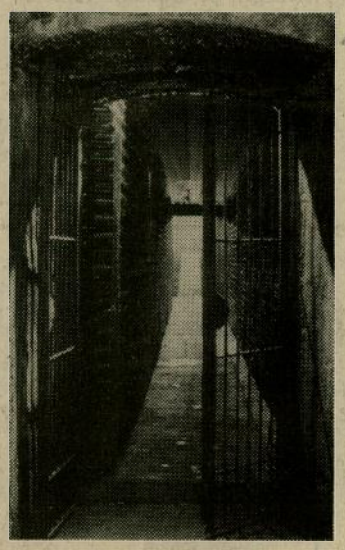
«Non ricominciamo a discutere - taglia corto il duca Antonio Denari, presidente dell'Istituto nazionale dello spumante classico - . Ci siamo spremuti il cervello e alla fine una decisione andava presa». E i tempi, bisogna aggiungere, stavano diventando stretti. Dopo il varo della legge Cee, che nel 1986 aveva accolto un ricorso dei francesi e ordinato alle aziende vinicole italiane di togliere dalle etichette la definzione *metodo classico champenois*, la scadenza del 1992 si faceva sempre più vicina. Ed entro quella data le bollicine nostrane avrebbero dovuto avere un nuovo nome. Non solo. Quel nome avrebbe dovuto avere, pena grosse difficoltà di immagine, una risonanza internazionale. Che cosa succederà adesso? «Innanzitutto la commissione tornerà a riunirsi entro ottobre» fanno sapere dalla sede milanese dell'Istituto. «Le cose da mettere a punto sono ancora molte. Solo nei giorni scorsi abbimo depositato il nome. Ora è necessario definire tutta la parte normativa e procedurale». In sostanza i produttori dovranno decidere la «dimensione» che Classimo deve avere sull'etichetta. Se gli spetta il ruolo del protagonista, accompagnato poi dalla denominazione del luogo (Classimo - Franciacorta) o viceversa. Quanto all'uso del nuovo nome potranno impiegarlo solo i produttori associati all'Istituto, oppure appartenenti ai consorzi di tutela o aderenti alla Camere di commercio di Brescia, Bolzano, Pavia e Trento.

«Contiamo sull'utilizzo massicio del nome», spiegano ancora all'Istituto. «Solo così lo si potrà imporre e finirà per entrare nella consuetudine». Nessun obbligo, per contro, verso i produttori che intendono mantenersi indipendenti. Chi vuole proporsi al mercato con il proprio nome lo può fare.

«Rassegnati» e in ordine sparso, quindi. Questa l'impressione che abbiamo ricavato da un rapido giro di telefonate per verificare il «tasso di gradimento» che il Classimo raccoglie fra produttori vitivinicoli e operatori bresciani del settore. L'avvio è d'obbligo: la Franciacorta. Per due ordini di ragioni: è la zona a più alta vocazione spumantistica della provincia oltre che aver dato, di recente, una dimostrazione di compattezza e sagacia in materia di denominazione decidendo di chiamare «Franciacorta» *tout court* lo spumante Doc prodotto con metodo tradizionale. **Maurizio Zanella** della **Cà del Bosco** di Erbusco è esplicito: *«a me non piace. È una questione di pelle. Peraltro* - ricorda Zanella - *sulle nostre bottiglie da 3 anni ormai non utilizziamo più la denominazione 'champenois' chiamandole semplicemente col nome della cantina»*. Più disponibile, anche se non entusiasta, **Vittorio Moretti**, titolare della **Bellavista**, pure di Erbusco: *«Un nome vale l'altro. L'importante è quel che si mette in bottiglia. Le polemiche sul Classimo? Inevitabili quando si tratta di fare queste scelte»*. Cambiamo zona, andiamo sul Garda, a **Puegnago**, alle **Cantine Pasini**. *«Mi sforzo d'immaginarlo in etichetta e ancora non mi torna»*. **Diego Pasini** non usa perifrasi: *«Classimo non mi piace. Oddio, sarà una pure mancanza di abitudine al nuovo termine ma, per ora, ripeto, Classimo non mi suona granchè bene»*. Ancora in Franciacorta, a Borgonato, da **Franco Ziliani** che, con la sua **Guido Berlucchi** è il maggior produttore italiano (con poco meno di 5 milioni di bottiglie l'anno vendute) di champenois. Esplicito, com'è nel carattere dell'uomo: *«Classimo non va. E noi non lo useremo. Sulle nostre etichette toglieremo, come legge impone, la dizione 'champenois' limitandoci a evidenziare il 'metodo tradizionale'. Resto dell'avviso* - conclude Ziliani - *che il miglior riferimento per il consumatore sia quello geografico oppure, come nel nostro caso, il marchio dell'azienda»*. Il nostro sondaggio è chiuso da **Giovanni Creminati**, delegato provinciale dei 250 aderenti all' Associazione italiana sommelliers: *«Mi pare si stia buttando alle ortiche una immagine faticosamente costruita. Classimo non va. Ma perchè, piuttosto, non s'è ricorso all'elegante 'Classico' o al tradizionale 'Spumante'?»*

La regina indiscussa resta la Francia. Dalle caves d'Oltralpe escono, ogni anno, circa 450 milioni di bottiglie di spumante. L'Italia - pur essendo primo produttore enoico mondiale con 60/80 milioni di ettolitri di prodotto - è al terzo posto con 220 milioni l'anno di bottiglie di spumante commercializzato preceduta dalla Germania Federale che riesce a piazzare sui mercati più di 320 milioni di bottiglie di sekt, lo spumante tedesco. Nella classifica dei produttori mondiali di vino spumante non manca, pur se distanziata, la Russia, con 50 milioni di bottiglie. Delle 220 milioni di bottiglie italiane (8 milioni sono bresciane), 140 trovano sbocco sul mercato, le restanti sui mercati esteri: Germania e Stati Uniti su tutti. Il settore della spumantistica ha un mercato del tutto particolare: tre quarti delle vendite sono infatti concentrate nel periodo natalizio. Una distorsione di mercato che ha favorito il diffondersi di non pochi operatori improvvisatisi spumantisti.

Lente bollicine e la mano felice dell'abate Perignon



Forse sono trascorsi alcuni millenni da quando l'uomo ha appreso a sfruttare i processi naturali delle fermentazioni per riuscire a conservare cibi o bevande altrimenti deperibili e più difficilmente commestibili. Il pane, il vino, la birra, i formaggi ne sono esempi tipici connaturati ormai alla stessa civiltà dei popoli ed entrati nell'uso comune di una tradizione che si ripete immutata nelle sostanze e semmai perfezionata solo nella forma.

Ma a volte anche la forma assume estrosità e raffinatezze tali da mutare le stesse caratteristiche tradizionali del prodotto ottenuto. A siffatte riflessioni doveva esser giunto anche il benedettino francese Dom Pierre Perignon (Dom per gli amici), abate di Batvillers, (1648 - 1715) che, dopo aver a lungo provato e riprovato, nella primavera del 1678 si dice presentasse al duca di Vendome la prima bottiglia di vino bianco spumante ottenuto mediante fermentazione di mosto spremuto da uve nere. Vini spumanti se ne conoscevano certamente prima d'allora ma la fermentazione in bottiglia ne intorbidiva il colore impedendo la limpidezza di quelli bianchi soprattutto.

Dom Pérignon presentò al duca un prodotto assolutamente limpido, capace di mantenere a lungo le bollicine e di liberarle lentamente e regolarmente nelle trasparenze ambrate e bionde di una coppa di cristallo. Dalla corte di Vendome a quella di Versailles il passo era breve e Luigi XIV, il re Sole, fu talmente entusiasta di questo incontro da pretendere la rapida costituzione di una riserva reale nelle cantine del palazzo, a disposizione degli ospiti illustri nei pranzi di gala, ma anche, si assicura, per allietare i suoi personali desinari giornalieri.

Queste cronache piuttosto fantasiose, sono giunte a noi per tradizione, forse romanzata, visto che di Dom Pierre Pérignon nessuno è riuscito a produrre qualche testimonianza storica circa le sue doti di enotecnico. Di sicuro si sa che Dom Pierre Pérignon, dopo gli studi religiosi vestì il saio benedettino entrando nell'Abbazia di Hautvillers, ove la sua firma, su un documento autografo del 23 maggio 1668, è seguita dal titolo di procuratore che, secondo la regola dell'ordine, corrispondeva anche a quella di cantiniere con un ritratto di profilo professionale così concepito: «saggio, di spirito severo e discreto, sòbrio e parco, né altero, né turbolento, né ingiurioso, né lento, né prodigo, ma timorato di Dio e aperto a tutta la comunità con il compito e l'ufficio di padre».

Fu solo dopo la metà del XVIII secolo che il processo di produzione, originario dalla Champagne, di diffuse anche in altre regioni di Francia, di Germania e d'Italia. A Canelli, in Piemonte, nel 1865 Carlo Gancia iniziava la produzione industriale dell'Asti spumante col metodo Champenoise e negli anni successivi tale produzione si diffuse sostanzialmente per produrre un vino dolce da dessert soprattutto ottenuto dall'uva Moscato.