

01247314PQ T 21F 3S 92L12
IL SOLE 24 ORE
VIA LOMAZZO 52
20154 MILANO MI
Dir. Resp. GIANNI LOCATELLI
Data: 13 GENNAIO 1991

CORSA AL CRU

Inarrestabile
ebbrezza
del Bordeaux

La famosa «appellation» è molto richiesta non solo dai degustatori ma anche dai grandi gruppi internazionali



di Marco Niada

L'ultimo record riferito dalle cronache è stato bruciato nel giugno del '90 a un'asta di Christie's a Londra, dove una cassa da 12 bottiglie di Chateau Latour del 1961 (una delle cinque grandi annate dal dopoguerra a oggi) è stata battuta al prezzo di 5.500 sterline, quasi 12 milioni di lire. Ma la serie di episodi che circola tra gli esperti è lunga e comprende tra l'altro l'acquisto "a termine" a New York di una sola bottiglia di Chateau Petrus di una recente annata a 250 dollari e una corsa alla prenotazione a Londra da Justerini & Brooks di Chateau Margaux en primeur del 1989 (che saranno al loro apogeo non prima del 2.010) a 100mila lire la bottiglia.

Per i grandi vini di Bordeaux i folli anni 80 sono stati senz'altro una manna. Malgrado una crescita senza precedenti delle superfici coltivate, passate da 76.270 a 95.410 ettari tra il 1980 e il 1989 e una potente accelerata produttiva, con un'impenata nello stesso periodo da 2,9 a 5,9 milioni di ettolitri, i prezzi dei grandi vini prodotti lungo il basso corso della Dordogna e della Gironda (siano essi nell'empireo dei magnifici 61 Chateau del Medoc, classificati dal 1855 in cinque cru in ordine decrescente, oppure i migliori St. Emilion, Graves, Pomerol o Sauternes) hanno continuato a registrare una costante ascesa dei prezzi con influssi benefici anche sui più modesti ma non meno apprezzati Bordeaux di denominazione regionale che contano per il 75% della produzione complessiva.

Beneficiari da una fortissima domanda all'esportazione proveniente da Belgio, Gran Bretagna, Germania, Usa, Olanda, Svizzera, Canada, Svezia e Giappone, gli oltre 4mila Chateau hanno visto aumentare il loro prestigio come mai nel passato. Grandi gruppi attivi nel settore delle bevande alcoliche, compagnie d'assicurazione, finanziarie e banche desiderose di ancorare i loro investimenti e fondazioni con alle spalle nomi prestigiosi hanno infatti preso il posto di vecchie famiglie bordesi che a partire dal 1600 avevano edificato, a testimonianza del loro status di

mercanti arricchiti dai traffici marittimi, una nutrita schiera di castelli e castellotti adagiati tra filari di cabernet franc, cabernet sauvignon e merlot, i vitigni che con differenti dosaggi compongono l'alchimia dei Bordeaux.

La corsa al castello non ha risparmiato alcuna preda, ha coinvolto numerosi cacciatori e ha spinto alle stelle i prezzi dei terreni. Il glorio-

so Chateau Latour (Pauillac), uno dei cinque prestigiosi premier cru classificati, è stato ceduto dal gruppo britannico Pearson (proprietario tra l'altro del quotidiano economico «Financial Times») alla Allied Lyons. Per rilevare la quota del 54% detenuta dalla holding finanziaria ed editoriale, il colosso delle bevande alcoliche inglese ha pagato 56 milioni

di sterline, circa 130 miliardi di lire, valutando di conseguenza l'intera proprietà di 46 ettari oltre 200 miliardi di lire. Una cifra iperbolica, considerando che per acquistare la stessa quota di maggioranza la Pearson aveva speso nel 1963 poco più di un miliardo di lire, un centesimo del valore attuale. Sempre tra cittadini di Sua maestà britannica si è consumata lo scorso anno un'altra

folia, con la vendita da parte del gruppo Brent Walker (immobiliare) a una fondazione dell'omonima famiglia del Chateau Rausan-Ségla, un Margaux second cru, per 50 milioni di sterline, pari a oltre 110 miliardi di lire.

Il fascino irresistibile del Bordeaux non poteva ovviamente non attrarre i capitali giapponesi, che da qualche anno ronzano insistentemen-

te attorno ai cru più prestigiosi. Così, nel 1983, il gruppo Suntory, uno dei giganti delle bevande alcoliche del Sol levante, ha rilevato per 80 milioni di franchi (circa 18 miliardi di lire) i 112 ettari a vigna del Chateau Lagrange (St. Julien) un troisième cru in declino che molti esperti vedevano or-

mai scivolare pericolosamente verso il quattresimo cru. Per ridare smalto al blasone delle bevande alcoliche del Sol levante, ha rilevato per 80 milioni di franchi (circa 18 miliardi di lire) i 112 ettari a vigna del Chateau Lagrange (St. Julien) un troisième cru in declino che molti esperti vedevano or-

mai scivolare pericolosamente verso il quattresimo cru. Per ridare smalto al blasone delle bevande alcoliche del Sol levante, ha rilevato per 80 milioni di franchi (circa 18 miliardi di lire) i 112 ettari a vigna del Chateau Lagrange (St. Julien) un troisième cru in declino che molti esperti vedevano or-

mai scivolare pericolosamente verso il quattresimo cru. Per ridare smalto al blasone delle bevande alcoliche del Sol levante, ha rilevato per 80 milioni di franchi (circa 18 miliardi di lire) i 112 ettari a vigna del Chateau Lagrange (St. Julien) un troisième cru in declino che molti esperti vedevano or-

mai scivolare pericolosamente verso il quattresimo cru. Per ridare smalto al blasone delle bevande alcoliche del Sol levante, ha rilevato per 80 milioni di franchi (circa 18 miliardi di lire) i 112 ettari a vigna del Chateau Lagrange (St. Julien) un troisième cru in declino che molti esperti vedevano or-

mai scivolare pericolosamente verso il quattresimo cru. Per ridare smalto al blasone delle bevande alcoliche del Sol levante, ha rilevato per 80 milioni di franchi (circa 18 miliardi di lire) i 112 ettari a vigna del Chateau Lagrange (St. Julien) un troisième cru in declino che molti esperti vedevano or-

mai scivolare pericolosamente verso il quattresimo cru. Per ridare smalto al blasone delle bevande alcoliche del Sol levante, ha rilevato per 80 milioni di franchi (circa 18 miliardi di lire) i 112 ettari a vigna del Chateau Lagrange (St. Julien) un troisième cru in declino che molti esperti vedevano or-

Regione del Bordeaux



Mappa dei grandi vini Bordeaux; sotto uno degli Chateau contesi dalle holding finanziarie

la Société des Domaines des Barons Rothschild (la prestigiosa famiglia che tra l'altro possiede due dei cinque premier cru del Medoc, il Chateau Lafite e il Chateau Mouton), ha nuovamente colpito acquistando i 13,5 ettari di proprietà del Chateau de l'Evangile a Pomerol. La casa di champagne Deutz ha acquistato il Chateau Verneuil nel Medoc. Ma la corsa al Chateau non è stata solo appannaggio degli specialisti. Il gruppo finanziario Novalliance ha portato a 65 ettari il totale delle proprietà nella regione. Il colosso assicurativo Axa-Midi ha messo a segno a sua volta una serie di colpi da maestro con l'acquisizione del Chateau Pigeon Longueville Comtesse Lalande, un Pauillac second cru esteso su 69 ettari, per 200 milioni di franchi (circa 50 miliardi) e del Chateau Cantenac-Brown (un Margaux troisième cru esteso su 39 ettari), portando il totale dei suoi possedimenti nel Bordeaux a oltre 300 ettari in produzione. La Paribas Domaines, una finanziaria immobiliare legata all'omonimo gruppo bancario, ha da parte sua speso oltre 30 milioni di franchi (circa 7 miliardi) negli ultimi tre anni portando il totale delle sue proprietà a 450 ettari.

Con i prezzi che corrono, un ritorno sul valore della terra raramente superiore al 2%, una tassa annua sulla proprietà dell'1% e imposte di successione del 40%, le vecchie famiglie bordesi che da generazioni si tramandano gli Chateau non potevano non seguire la piega degli avvenimenti con sorpresa e costernazione. La logica dei grandi gruppi e dei megainvestimenti sembra infatti non avere risparmiato neppure i gloriosi vignobles di Francia. Fortunatamente, come in ogni impresa che si rispetti, il denaro non è tutto e senza le capacità tecniche, le tradizioni e la dedizione secolare alla terra, un Chateau abbandonato a se stesso rischia di rovinare nella polvere nell'arco di pochi anni. Così, come è accaduto per molte imprese in altri settori, i vecchi proprietari, dopo avere incassato un lauto compenso per la vendita del domaine, sono rimasti al loro posto come dirigenti o esperti. Come a dire, tutto è venduto fuorché l'onore.

VINI DEL SOLE 24 ORE

Giù il cappello al signor Tignanello

di Davide Paolini

È ormai un copione. Ti arriva sul tavolo la lista dei vini, scori velocemente l'offerta qualitativa, guardi i prezzi e via riflettendo a voce alta: «è possibile che ci siano tanti prodotti mediocri, magari barricati (non in casa o in trincea, ma nelle botticelle d'oro e d'argento) che costino oltre le 40.000 lire, mentre Lui resiste sotto questo livello?». Ci sembra inutile precisare che la scena si svolge al ristorante (uno qualsiasi con dignità "vinicola"). Aggiungiamo anche che Lui è il signor Tignanello di Santa Cristina (Mercatello Val di Pesa), nato per sfruttare al meglio le uve di Toscana (o meglio quelle che contribuiscono all'assemblaggio del Chianti), concepito da uno dei più grandi enotecnici d'Europa, Giacomo Tachis, voluto da Piero Antinori, uno dei protagonisti del Rinascimento Enologico made in Italy.

Il signor Tignanello, o ancor meglio Monsieur Tignanello è il simbolo del new deal made in Italy. È un vino che ha dato la marcia in più a tutta la produzione nostrana. Proprio per questo ho deciso di presentarlo per primo tra i vini top che, di volta in volta, appariranno su questa pagina. Forse qualcuno potrebbe «contestarmi» che trattasi di vino affinato in barriques.

Non c'è dubbio che Monsieur Tignanello maturo in questo modo. Ma sarebbe sciocco non fare un distinguo, come tra l'altro ho sempre sostenuto, tra vini buoni o addirittura eccellenti e vini cattivi. Dunque fino a quando i vini in barriques, mediamente, saranno pessimi, continuerò a sostenere a spada tratta le mie opinioni. Il giorno in cui la media buona supererà le barriques, allora cambieremo partito o colore. Ma voglio ricordare che diversi anni fa, nel mio primo articolo sui «barricariati» feci un distinguo che diceva pressappoco così: «nel panorama dei vini affinati in barriqueato salvo: Tignanello, Sassicaia, Maurizio Zanella, Bricco dell'Uccellone e tutti i vini

Tutti i pregi di
un protagonista
dell'enologia
made in Italy

TIGNANELLO



di Gaja". All'epoca il Maurizio Zanella e il Bricco dell'Uccellone erano ancora sconosciuti.

Giù il cappello dunque al Tignanello. Aggiungo ancora che qualche naso raffinato potrà sostenere che l'annata 1986 è forse inferiore alle eccezionali annate 1975, 1983 e 1985. Potrebbe essere anche vero, ma quello che conta è innanzitutto la straordinaria continuità di questo vino dal 1971. Lo standard è un parametro troppo spesso ignorato nel settore enogastronomico, dove troppo spesso viene premiata la discontinuità artigianale. «Il tipo, lo standard è in funzione della riproduzione meccanica in serie. Benché possa sembrare un paradosso, lo standard è una garanzia del rispetto dell'autenticità dell'ideazione e un rimedio contro il pericolo della monotonia», così scriveva Walter Gropius a proposito della Bauhaus. Sottoscrivo in pieno questo *modus cogitandi* trasferendolo pari pari al vino, dove spesso vengono portati in gloria etichette di produttori che un anno mettono sul mercato prodotti da beatificazione, mentre l'anno seguente non raggiungono standard di qualità accettabili. La continuità è sicuramente un parametro determinante per giudicare o una casa vinicola o un piccolo produttore o una semplice etichetta. Ecco perché glorifichiamo il Tignanello di Antinori, di cui ricordiamo alcune annate non disponibili, il 1976 e il 1984, perché non giudicate in regola con lo standard.

La considerazione iniziata era sul prezzo, o meglio sul rapporto qualità prezzo. Su questo indicatore il signor Tignanello è certamente il re. Basta, come ho già detto, scorrere la voce prezzi di tanti altri vini dove l'improvvisazione annuale è il parametro vincente. Provate a fare questa esercitazione: mettete in un panierino (figurato) i vini che costano di più del prodotto Antinori... vi accorgete che sicuramente ci sono vini migliori, ma a parità di prezzo vince il campo dei prodotti di minor affidamento.

A ME MI PIACE

Osteria è «chic»

Confesso di non aver mai compreso la vera differenziazione tra la ristorazione d'America e quella made in Italy, nonostante tante visite negli Stati Uniti. Poi è arrivata la folgorazione. È giunta la luce attraverso la lettura di un volume che non parla di vino&Cibo, bensì del mondo della moda: «Chic sauvage» di John Fairchild, potentissimo editore di Women's Weas Daily in grado di decretare in America il successo o il fallimento di qualsiasi signor Griffe (=stilisti). Il volume di Mr. Fairchild è una divertente cavalcata attraverso la classe dominante degli Stati Uniti (la Nouvelle Society). Ebbene leggendo questo pamphlet ho scoperto che i ristoranti giocano un ruolo determinante nella vita della nouvelle society.

Il potere o l'appartenenza a un clan si misura a seconda della frequentazione di un locale piuttosto che un altro o addirittura dal disporre di un tavolo fisso nel ristorante "in". «Vedere la nouvelle society in azione cbsta soltanto il prezzo di un pranzo al Le Cirque», scrive Fairchild. Descrivendo le usanze degli "habitues", aggiunge, «Ogni giorno, quando arriva al paniere (figurato) i vini che costano di più del prodotto Antinori... vi accorgete che sicuramente ci sono vini migliori, ma a parità di prezzo vince il campo dei prodotti di minor affidamento.

piace di salutare chiunque gli passi accanto. Insieme con la moglie, Claudia Cohen, si mantiene ai margini della Nouvelle Society, registrandone gli apparentemente instancabili andirivieni». Il signore in questione è Ronald O. Perelman della Revlon, uno degli uomini più ricchi d'America. Sempre sul libro si apprende che a un tavolo fisso di Le Cirque avviene la compravendita di appartamenti sopra i 3 milioni di dollari, ovviamente cadauno. Oppure si legge che tra i *separé* del Four Seasons, alla Le Grenouille o al La Côte Basque si decidono i destini degli imperi o degli stati. Insomma sistema di potere americano l'ho visto. Il signor Sirio Maccioni, patron del ristorante di Le Cirque gioca un ruolo straordinario.

In questo paese, invece, un ruolo simile viene recitato dalle osterie. Non è un caso che Carlin Petrini abbia varato una guida alle osterie presentato regione per regione, proprio da personaggi famosi, in qualche caso equivalenti a quelli raccontati da Mr. Fairchild nel suo libro. Sono così giunto alla conclusione che negli Stati Uniti i ristoranti «in» sono importanti, in Italia lo sono le osterie. Così è se mi piace! (D.P.)