

I grandi nomi nelle bollicine



Antinori: Famiglia di antica vocazione vinicola, produce spumanti champenois da prima della guerra '15-'18, quando convocò specialisti francesi a dare il loro contributo per la nascita del nuovo prodotto. Nel 1980 la «Marchesi e Antinori» si è costituita in Spa.

Berlucchi: La storia di questo spumante inizia nel 1962, quando l'enologo Franco Ziliani persuade Guido Berlucchi e Giorgio Lanciani a sfruttare il patrimonio costituito dalle cantine del Castello di Borgonate e dalla vasta campagna dedicata alla produzione di uve Pinot. Il risultato è sotto gli occhi di tutti: il primato nel settore degli champenois, con una produzione che nel '91 ha superato i 5 milioni di bottiglie.

Ca' del Bosco: Venticinque anni fa Annamaria Clementi e il marito Albano Zanella acquistano una casa nella campagna bresciana. Nel '68 viene piantato il primo vigneto. Il successo arriva con l'applicazione di una tecnica coraggiosa: affiancare l'attaccamento dei francesi alla tradizionale coltivazione della vigna alla spregiudicata tecnologia in cantina dei produttori californiani. Nel '90, le bottiglie prodotte sono state 435 mila.

Cinzano: Per risalire alle origini, bisogna tornare nel XVIII secolo, quando Carlo Stefano Cinzano inizia l'attività di produzione vinicola. Oggi la società esporta i suoi spumanti in tutto il mondo: uno dei fiori all'occhiello è il Marone Cinzano Pas Dosè, nato nelle cantine di Santa Vittoria d'Alba con uve provenienti da vigneti dell'Oltrepò Pavese.

Ferrari: Cinque le date importanti nella storia di questa azienda. Nel 1902 viene fondata da Giulio Ferrari, gentiluomo educato in Francia alla cultura del vino. Nel 1952, la società passa nelle mani di Bruno Lunelli; cifra pagata: trenta milioni. Nel 1972 gli subentrano i quattro figli: Gino, Franco, Mauro e Giorgio, che poi seguirà solo marginalmente il gruppo. Nel giro di dieci anni, si arriva a un milione di bottiglie vendute. E nel '90 la cifra è triplicata.

Gancia: Nel 1850 il fondatore, Carlo Gancia, crea il primo spumante italiano. In quegli anni, con mille problemi tecnici, applica il «Metodo classico Champenois» alla lavorazione del «Moscato di Canelli»: prende così vita l'Asti Gancia, uno dei simboli dell'enologia italiana. Oggi l'azienda occupa con i suoi brut da vitigno, vedi il Pinot di Pinot, una solida posizione di mercato interno e internazionale.

La Versa: Cesare Gustavo Faravelli, Cavaliere del lavoro per benemerite in campo agricolo, fonda nel 1905 a Santa Maria della Versa (nel cuore dell'Oltrepò Pavese) la sua cantina. Nel '51, modifica la ragione sociale: da coope-

rativa si trasforma in Spa, per affrontare la metamorfosi produttivo-commerciale che si sta delineando nel mercato. Ma la vera svolta è negli anni '70-'80, sotto la presidenza del duca Antonio Giuseppe Denari, che porta La Versa nel gotha della spumantistica nazionale.

Martini & Rossi: Fondata alla fine del XIX secolo, l'azienda mostrò subito la propensione a espandersi oltre i confini italiani, inventando strutture che precorrevano i modelli delle imprese multinazionali. In breve tempo, si svilupparono in numerosi paesi società Martini con realtà finanziarie diversificate. Attualmente lo stabilimento di Pessione di Chieri, a 25 chilometri da Torino, produce 75 milioni di litri l'anno, dei quali il 19,9 per cento è riservato allo spumante.

Riccadonna: Ottavio Riccadonna è il fondatore, nel 1921. In seguito l'attività passa nelle mani dei figli Angelo, Carlo e Ottavio. Fino al '91, quando l'azienda entra a far parte del gruppo multinazionale Bols. Tappa fondamentale per l'evoluzione di Casa Riccadonna, il 1962: dalle cantine di Canelli esce il «President», spumante secco di qualità, ancora oggi leader del settore «riserve».

Opere Trevigiane: Amalia Moretti, imprenditrice trevigiana, ha fondato questa casa vinicola nel 1982; specializzandosi subito nella produzione di spumante. Le cantine hanno sede a Crocetta del Montello, nella palladiana Villa Sandi. Lo spumante è vinificato secondo il metodo champenois.

Bellavista: Fondata nel 1977 da Vittorio Moretti, un costruttore edile, è diventata una delle aziende più importanti nel settore degli spumanti prodotti nella zona di Franciacorta. Dalle cantine di Erbusco (Brescia) escono ogni anno 320 mila bottiglie di brut, gran cuvée e spumante millesimato.

Cavit: Fondata nel 1957 da un gruppo di viticoltori, la Cavit è una delle più importanti cantine trentine. Nel campo degli spumanti produce il Graal e il Firmato.

Equipe Trentina: Azienda trentina con sede a Mezzolombardo. Vinifica Equipe 5 brut, spumante non millesimato con l'80% di uva pinot e il 20% di Chardonnay.

Bolla: La casa vinicola veronese alla tradizionale linea di vini bianchi e rossi da qualche tempo affianca anche spumante. Si tratta del Prosecco Doc venduto con il marchio Torreata. Il metodo non è champenois, ma charmat.

S. Margherita: Anche l'azienda agricola di Portogruaro vinifica spumanti. Sia Prosecco che brut e blanc de blanc. In totale la produzione delle cantine S. Margherita (di proprietà della famiglia Marzotto) supera le 300 mila bottiglie. La S. Margherita è anche proprietaria della Kettmeir, casa vinicola trentina che imbottiglia un gran cuvée e un brut rosé.

Giancarlo Voglino, «è la Casa dell'Asti: un centro congressi costato 800 milioni nel cuore di Asti che dai primi del '92 ospiterà iniziative rivolte sia agli addetti ai lavori che ai consumatori. E nel frattempo lavoriamo sulla qualità della produzione».

Notizie preoccupanti giungono dall'Istituto italiano spumante classico, che da quindici anni tutela i produttori di spumante champenois. Fino all'anno scorso contava su 15 soci e 6 milioni e mezzo di bottiglie vendute; da agosto, i soci sono diventati 12 e i milioni di bottiglie poco più di 3. Ad andarsene sono state im-

portanti dinastie del bere: Gancia, Monte Rosso e Ferrari. Il motivo apparente: la diatriba sull'utilizzo del termine «classico», un incrocio tra «classico» e «massimo» che doveva sostituire sulle bottiglie la parola «champenois» (riservata dalla Cee ai soli francesi). Il motivo vero: una totale divergenza sul futuro dell'Istituto.

Da una parte gli scissionisti caldeggiavano l'apertura ai consorzi, oltre che alle singole aziende; dall'altra Anna Pesenti, direttore dell'Istituto, e altri soci, sostenevano l'impossibilità di tale operazione.

Tra una polemica e l'altra lo spumante naviga nella crisi. La sua unica fortuna è legata alla disgrazia di un altro settore: quello dello champagne. A fine settembre, i dati lo davano in calo del 14,31 per cento sul mercato mondiale e del 15 per cento su quello italiano. «Ma questo non significa che la gente abbia consumato lo spumante al posto dello champagne», precisa Gianni Legnani, del Comitato interprofessionale del Vino Champagne. Vista la situazione, c'è da credergli: resta solo da sperare nell'abbuffata di fine anno.

Riccardo Bocca

Toh, vince Ferrari ma è il Gran Prix delle bollicine



C'è chi come l'azienda di Trento annuncia di avere già venduto tutto e chi invece si lamenta. In realtà la produzione è aumentata ma gli italiani bevono meno. E solo i grandi nomi trionfano

di RICCARDO BOCCA

Trento, 25 novembre scorso. I fratelli Lunelli, titolari delle cantine Ferrari, hanno una notizia da comunicare alla stampa. Quasi incredibile: «Per il '91 abbiamo chiuso le vendite del nostro spumante. Se ne riparerà a marzo, con il prodotto della nuova annata». Dal giorno dopo, insomma, qualsiasi ordinazione sarebbe stata cortesemente rifiutata. E con un mese di anticipo sul Natale, periodo per tradizione favorevole alle vendite. In clima di feste, si brindava ai tre milioni e 100 mila bottiglie vendute (contro i 3 milioni e 20 mila del '90) con un fatturato oltre i 50 miliardi.

Un miracolo, vista l'aria di recessione. Ma la cosa non ha stupito più di tanto Giancarlo Aneri, da diciotto anni direttore generale della Ferrari. «È la giusta gratificazione per la nostra politica aziendale», si entusiasma, «produrre in quantità limitate puntando sulla qualità». E rilancia: «Non è detto che siamo arrivati al massimo. Peccherò di ottimismo, ma per la prossima stagione prevedo ancora record battuti». Dargli torto è difficile. La storia dello spumante Ferrari è fatta di successi. Nel 1960, il fatturato della società si aggirava sui 40 milioni; dieci anni dopo superava il miliardo, che si moltiplicava per sei nell'80. E con i bilanci, è cresciuto anche il numero delle bottiglie vendute: 90 mila nel '69, un milione nell'83, oltre due milioni nell'87.

Il tutto senza mai investire in pubblicità. O meglio: preferendo una personalissima filosofia di marketing alla semplice promozione a pagamento. L'esempio viene proprio dal bollettino vittorioso di novem-





Solo pochi fanno il botto

Luigi Veronelli giudica la qualità dello spumante italiano

Lo spumante italiano regge il confronto con lo champagne? «In linea di massima no», risponde Luigi Veronelli, giornalista, scrittore e celebre amico del vino. «Nel senso che solo poche aziende producono spumanti davvero ad alto livello. La verità è che soltanto sui vini rossi possiamo permetterci di fare concorrenza alla Francia: sui bianchi ancora non ci siamo».

Una condanna severa...

«Non è un giudizio in assoluto negativo. Voglio solo dire che non ha senso paragonare spumante e champagne, almeno per ora. Li separa il gusto, il sapore. Quello dello champagne è femminile, sensuale, coinvolgente; gli spumanti metodo champenois sono senza dubbio più virili».

Parliamo della crisi. Perché, dopo gli anni del boom, lo spumante italiano non cresce più sotto il profilo delle vendite?

«Un momento: la crisi tocca solo quei produttori che non hanno lavorato seriamente. Quelli che hanno approfittato delle condizioni favorevoli del mercato per vendere bottiglie scadenti. E che adesso pagano la recessione. Gli altri non hanno e non avranno problemi: continuano a proporre prodotti eccellenti e festeggiano persino insperati successi di vendita».

Come vede dunque l'evoluzione del mercato?

«Non ci sarà più spazio per gli spumanti di qualità inferiore. La gente, anche spinta dalla recessione, sarà costretta a scegliere, e punterà solo su chi garantisce serietà».

In Francia esiste un unico consorzio che rappresenta tutti i produttori di champagne; in Italia non c'è un istituto che riunisca tutti i singoli consorzi dello spumante. Perché?

«La zona dello Champagne è una sola, mentre da noi le zone sono diverse e tutte con una lunga tradizione. Farle ragionare insieme non è facile: si sente la mancanza di un coordinamento centralizzato».

Ma lei, Veronelli, con cosa brinda a Natale: spumante o champagne?

«Tutti e due, indifferentemente».

r.b.

bre: Gino, Franco e Mauro Lunelli si affrettano a celebrare la fine delle vendite per il '91. Ma questo non significa che tutte le bottiglie siano già state acquistate dal pubblico; vuol dire, invece, che i grossisti e i negozi hanno già fatto le loro scorte, e che nelle cantine Ferrari non c'è più un goccio di spumante.

«Senza niente togliere al dato che comunque resta positivo», dice Nicola Dante Basile, esperto del settore agroalimentare del *Sole 24 Ore*, «va fatta un'altra precisazione. Lo spumante Ferrari venduto nel '91 è quello che risale alla vendemmia di tre anni fa, visto che tale è l'invec-

chiamento del prodotto. E l'88, pur essendo stato un buon anno, con i suoi 60 milioni di ettolitri di vino, non è stato molto generoso in quantità. È comprensibile dunque che le cantine Ferrari abbiano esaurito prima del solito le scorte».

Di certo, in casa Ferrari l'importanza della comunicazione conta quanto le uve. «Vogliamo che il nostro spumante sia presente sulla tavola delle persone importanti», spiega Giancarlo Aneri, «il fatto che venga apprezzato è la miglior réclame del mondo». Così nell'86 Bettino Craxi, durante una

cena ufficiale all'ambasciata italiana di Pechino, pasteggiava con «Ferrari» al fianco di Zhao Ziyang, primo ministro della Repubblica popolare cinese; due anni prima, lo aveva voluto al pranzo del summit dei sette paesi più industrializzati del mondo a Venezia. E ancora: Ronald Reagan e Margaret Thatcher, amanti delle bollicine, hanno scritto a Trento per elogiare lo spumante dei fratelli Lunelli. Mentre nell'82, ai Mondiali di Spagna, la nazionale celebrava sul campo la coppa vinta a botti di Ferrari. Ma il vero colpaccio, che ha fatto venire la bile ai cugini francesi, Aneri lo ha strappato nell'85, portando il Ferrari nella lista degli champagne del mitico Lido di Parigi: un risultato prestigioso e senza precedenti italiani.

Oggi l'impero del gruppo «Ferrari», 150 dipendenti e 230 ettari di aziende agricole, non si limita più allo spumante: produce e commercializza l'acqua minerale Sorgiva, il vino bianco Lunelli Villa Margon e la grappa Segnana. In totale, un fatturato annuo di 70 miliardi.

La festa del «Ferrari», dunque, continua. Meno quella degli altri spumanti italiani. Basta leggere la relazione di Giuseppe Martelli, direttore dell'Associazione enologi enotecnici italiani (che riunisce l'80 per cento dei tecnici del settore): «I dati confermano un'espansione di produzione ma non di commercializzazione e consumo», scrive Martelli. «A fine anno, arriveremo ai valori del dicembre '89: senza un significativo decremento, ma anche senza un interessante incremento».

In sostanza: attualmente le ditte italiane producono circa 220 milioni di bottiglie di spumante, delle quali 100 milioni sono di spumanti dolci (e in particolare 80 milioni di Asti), 100 milioni di Charmat (fermentazione in autoclave) e poco meno di 20 milioni di Champenois (tra i quali il «Ferrari»). Il venduto, per quanto riguarda l'Italia, è invece inchiodato sui 120 milioni di unità: due bottiglie a testa circa. E per l'esportazione, 100 milioni di bottiglie annue, c'è il pessimismo di Leonardo Montemiglio, responsabile dell'ufficio Vini e bevande dell'Ice (Istituto commercio estero). «Nell'86, anno del nefasto scandalo del metanolo, la vendita all'estero dello spumante ha accusato una flessione netta di circa 200 mila ettolitri, pari al 23 per cento rispetto all'anno precedente», commenta. «E ancora oggi l'Italia non riesce a recuperare le posizioni».

«Intanto», rincarare la dose Pino Khail, direttore



III

Khail, direttore della rivista *Civiltà del bere*, «il mercato mondiale degli spumanti è passato dal 1975 a oggi da un miliardo scarso di bottiglie a più di un miliardo e mezzo. Con la Francia che ha superato i 400 milioni di bottiglie e la Germania che si avvia al sorpasso con 450 milioni. Un'espansione di 600 milioni di bottiglie alla quale l'Italia ha contribuito con una percentuale ridicola».

I problemi dei produttori sono tanti, a casa nostra prima che all'estero. A partire dalla diminuzione del consumo di alcolici: «Trent'anni fa gli italiani bevevano 115 litri di vino pro capite, vent'anni fa 92, oggi soltanto 70», dice Luigi Papo, presidente dell'annuale Mostra nazionale dello spumante di Valdobbiadene. «È un crollo verticale e incontrollabile». Certo, non siamo grandi bevitori di spumante, con una media pro capite di 1,5 litri, contro i 3 litri dei francesi e i 3,5 dei tedeschi. Mala ragione dello stallo è soprattutto un'altra: l'incapacità dei produttori di mettersi d'accordo per definire un'immagine e una politica comune a tutto il settore dello spumante.

Secondo Giuseppe Mantovani, segretario di presidenza dell'Associazione italiana sommelier, «manca una campagna d'informazione che faccia conoscere al consumatore non le singole etichette ma la qualità del prodotto». Gli ostacoli però sembrano infiniti.



ti. Il consumatore, per esempio, è un animale misterioso, sulle cui scelte non esistono ricerche minuziose. Persino sapere quante sono le ditte produttrici di spumante è praticamente impossibile: non esiste un catasto vinicolo complessivo, e la legislazione italiana permette a chiunque abbia quattro soldi e buona volontà di produrre il proprio spumante. Senza eccessivi controlli e indicazioni di minima e massima per il prezzo.

Per avere la certezza della qualità bisogna fare i grandi nomi, da Asti a Berlucchi, da Gancia a Cinzano e così via. Oppure rivolgersi ad aziende più piccole, ma altrettanto serie, che al fianco dei fratelli maggiori si sono riunite in consorzi, a seconda delle zone di

produzione. «Ogni consorzio è nato in aree con una solida tradizione di spumanti», dice Giorgio Giusana, direttore commerciale della Martini & Rossi, «e ciascuno si sente il migliore. Così è difficile lavorare insieme».

Per quanto ha potuto, il Consorzio per la tutela dell'Asti spumante (60 milioni circa di bottiglie vendute all'anno con 7.376 nuclei di produzione distribuiti tra le province di Cuneo, Asti e Alessandria) ha combattuto una battaglia per la promozione del prodotto nazionale. «Uno dei risul-

CONOSCERE LO SPUMANTE

Bouquet: L'insieme delle sensazioni olfattive di un vino che ha completato la maturazione.

Brut: Spumante con un contenuto zuccherino compreso tra 1 e 15 grammi per litro.

Coupage: La mescolanza di vini che provengono da zone o vigne diverse.

Cuvée: Taglio e assemblaggio di vini base di varia provenienza e annate differenti per ottenere uno spumante dal gusto omogeneo.

Dégorgement: La sboccatura, l'eliminazione dei depositi creati dalla fermentazione in bottiglia con il metodo champenoise.

Fermentazione naturale: Indica che l'anidride carbonica, nello spumante è dovuta a un naturale processo di fermentazione.

Magnum: Bottiglia con capacità di 1,5 litri.

Metodo champenoise: Spumantizzazione in cui sarà poi commercializzato il prodotto.

Metodo charmat: Spumantizzazione in cui la fermentazione avviene in autoclavi che resistono a elevate pressioni.

Millesimato: Spumante che presenta sull'etichetta l'anno della vendemmia.

Giancarlo Aneri
e Gino Lunelli
delle Cantine Ferrari
di Trento: hanno annunciato
l'esaurimento delle scorte
ancor prima di Natale



E.G. 1075 • N. 52/27 DICEMBRE 1991/LIRE 3000

MANGIA QUESTI SEMI, CAMPERAI CENT'ANNI

Dal Brasile arriva la pianta del Guaranà che allunga la vita A pag. 6

Europeo

RCS



I grandi nomi nelle bollicine

Ca' del Bosco: Venticinque anni fa Annamaria Clementi e il marito Albano Zanella acquistano una casa nella campagna bresciana. Nel '68 viene piantato il primo vigneto. Il successo arriva con l'applicazione di una tecnica coraggiosa: affiancare l'attaccamento dei francesi alla tradizionale coltivazione della vigna alla spregiudicata tecnologia in cantina dei produttori californiani. Nel '90, le bottiglie prodotte sono state 435 mila.

di RICCARDO BOCCA