

**COSTUME**

Un tempo genere popolare d'osteria, ormai il nettare di Bacco è diventato oggetto di culto: i prezzi sono saliti

alle stelle, se ne parla alla tv, i vip lo producono in proprio e tutti si piccano di esperienza in materia...

La rivoluzione è tale che, per stare al passo coi tempi, i produttori devono continuamente aggiornarsi



PANORAMA DI VIGNETI A TORGIANO (UMBRIA)

# Vino

## Bere bene o bere di moda?

di **Gigio Rancilio**

**P**er i nostri nonni il vino era solo una bevanda. Doveva essere genuino, ma sulla sua qualità non si interrogava praticamente nessuno. Bastava averlo in tavola. Per dissetarsi, più che per goderne davvero. Lo si beveva in scodelle di legno o in bicchieri di vetro comune. Al bar serviva per fare atmosfera, per sciogliere le lingue e per scaldare (a volte anche troppo) gli animi. Qualcuno lo metteva perfino nella minestra («per insaporirla un po'»), qualcun altro lo usava per marinare la carne. Negli ultimi 50 anni, però, senza che quasi ce ne accorgessimo, c'è stata una sorta di rivoluzione. E sempre più italiani si sono scoperti appassionati, se non addirittura esperti di vino. Così, da bevanda che era, il nettare di Bacco è diventato sempre più importante e di moda. Col paradosso che se ne beve molto meno di un tempo, ma se ne parla molto, molto di più. Ovunque. In alcuni ambienti è diventato uno *status symbol*. Un «feticcio» da idolatrare. Una bevanda quasi magica che ha bisogno di tanti calici di cristallo di forme diverse, pensati per ossigenare al meglio il vino e liberarne tutti i profumi. Perché è successo tutto questo? «Intanto è importante capire che il vino non è un bene (o un male) facilmente definibile. È economia e cultura, cibo e droga, ebbrezza e dolore, rito religioso e rito pagano, può far piacere ma anche far star male. È festa e quotidianità». Il professor Costantino Cipolla insegna al Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'Economia dell'università di

Bologna. E ha appena curato un imponente volume intitolato *Il Maestro di vino* (Franco Angeli, pp. 496) che punta a diventare un testo di riferimento per il settore enologico. «Soltanto 150 anni fa – spiega – nessuno in Italia immaginava di produrre un vino che costasse, come accade oggi, l'equivalente di 100 euro. Il brunello di Montalcino, cioè la nostra qualità più conosciuta al mondo, non esisteva neppure. Alla fine dell'800 l'epidemia di fillossera, scoppiata in Francia, aveva devastato i 4/5 dei vigneti europei. Le due Guerre mondiali, poi, non aiutarono certo i produttori a crescere per potere magari investire nella qualità. È solo a partire dagli anni Cinquanta che il vino ha cominciato a cambiare: da mero consumo alimentare a più ricercato piacere voluttuario».

**O**ggi, in compenso, è ovunque. Come il cibo in tv. «Tre quarti dei programmi tv sulla cucina sono assurdi. Se andassi a mangiare a casa di Benedetta Parodi, credo che scapperei al secondo piatto... Uno chef pluripremiato come Gianfranco Vissani quando appariva in tv aveva idee intelligenti, anche se era un po' esagerato. Il programma più completo è *Master Chef* perché è votato alla qualità e i tre giudici hanno storie professionali importanti. I piatti che bocciano finirebbero nella spazzatura in ogni ristorante di qualità». Leggendo *Il Maestro di vino* si scopre che la rivoluzione in atto è tale che,

per stare al passo coi tempi, chi produce vino deve allargare sempre più le sue conoscenze. Restare contadino col cuore ma moltiplicare i saperi e le professionalità. «Colui che si occupa a fini professionali del vino deve conoscere il ciclo della vite, che parte dalla terra e finisce sul palato del consumatore finale, il quale ne è il giudice supremo. In mezzo, però, ci sono tanti passaggi (naturali, tecnici, economici, ambientali, commerciali, legislativi, sensoriali, alimentari, di connessione con altri cibi, etici) che non possono essere elusi o ignorati». Per questo, per il professor Cipolla, «tutte le università dovrebbero avere corsi dedicati all'enologia».

**I**l futuro del vino italiano però fa paura a molti. Tanto più che la concorrenza internazionale aumenta sempre più. «Una volta il vino era solo europeo; soprattutto francese e italiano. Poi sono arrivati gli Stati Uniti, l'Australia, la Nuova Zelanda, il Cile...». Ora c'è la minaccia cinese. E la paura di essere travolti da una valanga di vini «copiati» alla perfezione. «Io ho assaggiato un po' di vini cinesi: ero curioso. Quelli che ho provato hanno una qualità priva di identità e con prezzi alti. Forse, alla lunga, se ritoccheranno le cifre di vendita, potranno creare qualche problema ai vini di basso livello. Ma per ora non rappresentano alcuna minaccia per l'importazione, mentre l'esportazione di vino italiano in Cina è destinata a crescere perché la nostra qualità ci salva». Già, la qualità. Parola spesso abusata, ai nostri giorni. Tanto più che leggendo *Il Maestro di vino* si scopre che «la qualità non è un fatto oggettivo, ma una proiezione di valori e di percezioni personali, soggetti nel tempo anche ai cambiamenti». Eppure oltre l'80% degli uomini si reputa un discreto o buon bevitore, di fronte a meno del 70% delle donne. Peccato che una ricerca dell'Università del Hertfordshire (Uk) ha dimostrato «che la gran parte dei consumatori non possiede gli strumenti culturali o fisiologici per definire il livello del vino servito. Essi considerano solo le caratteristiche esteriori quali il nome, l'aspetto dell'etichetta e il prezzo». Capito il paradosso? Parliamo sempre più spesso di vino, lo trattiamo con venerazione, ci sentiamo esperti della materia, ma alla prova dei fatti ne capiamo molto poco. «Il vino – spiega Cipolla – è cultura, scienza e conoscenza. Poi è piacere. La crisi in più ha abbassato l'investimento medio nell'acquisto del vino. E così la battaglia sul mercato è diventata sempre più *fashion*, di aspetto e di moda, più che di sostanza. Ormai conta moltissimo la logica seduttiva di un prodotto. E, non a caso, negli ultimi anni c'è stata l'esplosione sul mercato del prosecco. Che è un vino facile da bere, molto femminile». Insomma, il vino sta diventando come gli abiti: segue le mode. Ma come fa, visto che per produrre bottiglie di qualità

occorre tempo? «È vero che il consumatore determina cosa si fa in vigna, ma è altrettanto vero che per fare un vino di qualità, partendo da zero, ci vogliono 10 anni. Allora si studiano i gusti dei consumatori e si producono vini diversi per mercati diversi. L'America, per esempio, ama vini toscani come il brunello ma li vorrebbe più morbidi. Così gli aggiungono del merlot, che li addolcisce. E i vip e i ricchi americani impazziscono».

**N**on solo, aggiungiamo noi. Negli ultimi anni sempre più vip e ricchi hanno deciso di produrre vino. Negli Usa Francis Ford Coppola, Brad Pitt, Robin Williams, Madonna e Mariah Carey, in casa nostra Mick Hucknall dei *Simple Red* che produce in Sicilia, Sting a Figline Valdarno, Ron nell'Oltrepò pavese, Gianna Nannini e Stefania Sandrelli vicino a Siena, Adriano Celentano nel Chianti, Gerard Depardieu a Pantelleria, Ornella Muti in Piemonte, Gad Lerner e Zuccherò nel Monferrato, Francesco Moser e Jarno Trulli nel Veneto, Ferragamo e l'ex calciatore Paolo Rossi nei pressi di Arezzo, Bulgari in Valdorcia. Non è finita qui. Della pattuglia fanno parte anche stilisti come Cavalli, Renzo Rosso e Missoni, imprenditori come Riccardo Illy, Massimo Moratti, Sperlari e il creatore delle *Geox*, Polegato. Senza dimenticare Al Bano, nato e cresciuto in un'azienda agricola e che non ha mai smesso di occuparsene. Più che una moda, sembra un'epidemia. Tutti vogliono fare vino. Perché? «Per diversi motivi. Chi ha tanto denaro come loro, a un certo punto, non sa più dove metterlo. E visto che il vino è diventato oggetto di culto, ne sono attratti. Avere una propria cantina, poi, fa immagine. Dà un tono. Infine, se ci si affida a grandi enologi – cosa che tutti i vip fanno – i risultati arrivano. Infine la terra è un investimento sicuro: persino il terremoto quasi mai distrugge le vigne. Non a caso già a partire dalla seconda metà dell'800, in Bordeaux, dove si fanno vini eccellenti, hanno investito fior di miliardari come la famiglia Rothschild. Intendiamoci: l'interesse dei vip per il vino è un bene per l'enologia, perché fa arrivare denaro e coinvolge sempre più professionisti con l'obiettivo di realizzare prodotti di qualità». Alla fine torniamo alla qualità. Che, come abbiamo imparato, non è oggettiva e tanto meno facilmente riconoscibile. Come si impara, allora, a bere bene? «Occorre arrivarci preparati, sapendo cosa si sta per bere. Ma dopo il primo sorso, bisogna degustare più con l'emozione che con la mente. Se per definire un vino ci vogliono 42 aggettivi, allora è finita. Perché, come dice una massima: a pensare troppo il vino, lo si uccide».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'enologo Cipolla: «Soltanto 150 anni fa nessuno da noi immaginava bottiglie da 100 euro, il Brunello di Montalcino nemmeno esisteva. La qualità? Certo, ma pochi sanno capirla davvero: spesso è scambiata con l'immagine»**

**LA STORIA**

**La prima botte è vecchia di 8.000 anni**

**C**om'è nato il vino? Ma soprattutto: quando è nato? «Oggi esiste un'ipotesi condivisa sulla nascita del vino; anche se i racconti differiscono di qualche migliaio di anni, la "trama" è sempre la stessa» scrive Leonardo Ricci, nel volume *Il Maestro di vino*. «Vari autori datano le prime evidenze di addomesticazione della vite vinifera attorno al 7500 a.C. nella zona montuosa del Caucaso compresa fra il Mar Nero e il Mar Caspio. I più antichi strumenti ritrovati per la produzione del vino risalgono attorno al 5/6.000 a.C. nell'area dove oggi c'è la Georgia del Sud. Queste prime vinificazioni sono avvenute all'interno di ampie giare di terracotta di nome *kvevri*, che vengono ancora oggi interrate e utilizzate per la produzione di vino nella zona». Il motivo che ha portato il vino «a diffondersi da quest'area a ovest verso l'Egitto, Grecia e sud della Spagna, per arrivare, attorno al VII secolo a.C. in Italia e da qui in buona parte delle conquiste dell'impero romano, è perché questo prodotto era la risposta al problema dell'acqua potabile, comune a molte popolazioni negli anni pre-moderni. Grazie al suo moderato contenuto di alcool il vino si poteva mescolare all'acqua per renderla potabile, utilizzo talmente consolidato fra i popoli latini tanto che il verbo "mescolare" (versare il vino) deriva dal latino *miscere*, cioè mescolare. La ragione della diffusione di questa bevanda è dunque di origine pratica. In Cina, ad esempio, esistono prove di una produzione significativa di vino già nel III secolo a.C.». **(G.Ran.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**LE REGOLE**

**Prima i vescovi poi le signore, galateo da sommelier**

**T**utti gli appassionati di vino, durante le cene casalinghe, si improvvisano sommelier. Ma quali sono le regole professionali per versare il vino? «Il sommelier – scrive il campione italiano Gualberto Compagnucci – deve avere una buona cultura generale ma soprattutto gastronomica ed enologica. (Deve...) avere bella presenza, igiene totale ma senza profumi invasivi, stile, simpatia, signorilità, eleganza non ostentata, umiltà, educazione». Stappare un vino, in modo professionale, non è semplice. Ma i veri problemi iniziano quando si deve servirlo: «Posizionato a destra il calice all'ospite, il sommelier procederà sempre da destra versando pochissimo vino affinché il cliente possa assaggiarlo». Se a tavola vi saranno diversi ospiti, «una volta effettuato l'assaggio del cliente ordinante si passerà alle seguenti precedenze: in caso di prelati o alti prelati, questi saranno i primi su tutti. Seguiranno le signore, cercando di individuare con molta discrezione quelle più anziane o più importanti, autorità civili e militari si alterneranno a seconda del grado o dell'importanza. Un generale avrà sempre la priorità su un sindaco ma un prefetto la avrà su un colonnello, a meno che questi non abbia incarichi speciali evidenziati dalle mostrine. Frati e monache dovrebbero essere lasciati in ultimo perché hanno fatto voto di rinuncia, cosa che non han fatto i preti. È ovvio comunque che per motivi di rispetto debbano essere considerati al pari di questi, anzi, forse ancor più». **(G.Ran.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**MODERNA CANTINA A MONTEPULCIANO (SIENA)**