

Se i produttori sono vere star enologiche

Una cosa è essere imprenditori del vino, un'altra è avere a che fare con le etichette e gli uomini di Borgogna. Lo sanno bene i Sarzi Amadè, che...

di *Andrea Battilani* foto di *Carlos Jones*

Quando Nicola Sarzi Amadè arriva a Milano dalla campagna mantovana porta con sé il ricordo del vino prodotto dall'azienda di famiglia e nel momento di intraprendere un'attività in proprio, quel ricordo lo spinge nel campo, allora poco frequentato, della distribuzione, appunto, di vini. Sono passati più di 40 anni e oggi la Sarzi Amadè occupa in questo settore una posizione di primissimo piano che, nell'ambito dell'importazione dei vini esteri e dei francesi di Borgogna in particolare, diventa, per il numero e l'importanza delle referenze, quasi una leadership. Questo aspetto è fondamentale per capire chi è Sarzi Amadè: perché una cosa è essere, genericamente, imprenditori del vino, una cosa diversa è lavorare con quelli di Borgogna. Qui occorrono competenze e capacità particolari e, soprattutto, vuol dire perseguire l'obiettivo della qualità assoluta senza eccezioni o compromessi.

Ovvio, non è subito Borgogna perché all'inizio (siamo precisamente nel 1966) c'è il peso dell'impegno economico e manca l'esperienza commerciale così come un portafoglio di clienti adeguato. Si parte, quindi, con i vini italiani (oggi rappresentano circa un terzo del fatturato) prevalentemente da pasto e senza eccessive pretese. «Giustamente», osserva Sarzi Amadè, «in quel periodo l'empirismo dilagava poiché a ogni livello, produzione, commercializzazione e consumo, mancavano

i punti di riferimento e la consapevolezza della qualità». Ma il desiderio di proporre qualità è troppo forte e allora si comincia a guardare al di fuori dei confini nazionali e, naturalmente, alla vicina Francia. Il percorso ha inizio con la Champagne e con un produttore (Maison Goutorbe) ancora oggi presente in catalogo, ma il sopravvento lo prendono presto i grandi châteaux di Bordeaux. Per cominciare occorre accreditarsi dinanzi ai più sofisticati commercianti di vino al mondo, i famigerati négociants, ma anche questo ostacolo è superato perché Sarzi è consapevole che la competenza non basta e serve anche una buona dose di serietà professionale. Siamo agli inizi degli anni 80, Bordeaux è comunque il vino estero più conosciuto in Italia e la fortuna di iniziare con una delle annate, la 1982, più importanti in assoluto della storia di questo vino creano le condizioni per poter proseguire l'avventura.

Una volta entrati, Bordeaux ha poi il vantaggio di muoversi su canali consolidati (non bisogna dimenticare che si tratta, comunque, di canali finanziariamente molto onerosi a causa degli ingenti volumi) e quando, nei primi anni 90, la domanda cresce fino a esplodere l'azienda Sarzi si afferma come una delle realtà più importanti del settore. Questo non appaga affatto, anzi rinvigorisce la voglia di intraprendere nuove sfide e questa volta la meta è la Borgogna. Oggi si potrebbe dire una

Nella pagina a fianco, Claudia e Alessandro Sarzi Amadè: insieme con i genitori Nicola e Gabriella gestiscono l'azienda di famiglia, attiva dal 1966, che riveste attualmente un ruolo di primo piano nell'ambito dell'importazione dei vini esteri e soprattutto dei francesi di Borgogna, oltre a essere leader nel settore per il numero e l'importanza delle sue referenze.





simo compito di spiegare ai clienti che, per esempio, i domaine Méo-Camuzet e Leflaive sono esauriti da tempo. Il loro è un coro unanime, benedetta Borgogna, ma che fatica perché qui non basta onorare gli impegni, qui bisogna continuamente lavorare sulla relazione personale. Molti produttori sono oramai delle vere e proprie star internazionali e sebbene ci tengano a mantenere il profilo basso è fondamentale il rapporto diretto per non correre il rischio di vedersi ridurre l'allocatione anche solo di una cassa: il che vorrebbe dire, per certi vini, scontentare una mezza dozzina di clienti. Parlando di relazioni personali quella forse più profonda è, ci spostiamo in Alsazia, con Léonard Humbrecht (domaine Zind-Humbrecht), figura emblematica a cui molto si deve della rinascita di questa nobile regione vinicola. Sarzi intuisce il potenziale di questa azienda e investe su di essa in modo così importante da diventarne nel giro di qualche tempo addirittura il secondo distributore al mondo. Humbrecht lo ripaga mantenendo la fornitura inalterata a dispetto della crescente richiesta frutto di una notorietà oramai planetaria e, soprattutto, introducendo Sarzi ad altri importanti produttori d'Oltralpe e garantendone l'assoluta professionalità (per esempio Bernard Dugat-Py). Zind-Humbrecht è anche uno dei produttori simbolo della biodinamica, così come i domaine Leflaive e Michel Chapoutier altre stelle distribuite da Sarzi il quale parla della biodinamica in termini molto positivi, ma senza considerarla una strada obbligata per fare qualità. Questo rimane il criterio fondamentale

scelta scontata, ma in verità in quegli anni la Borgogna cominciava appena a uscire da un periodo piuttosto oscuro durante il quale solo alcuni nomi eccellenti erano riusciti a mantenere vivo l'interesse degli appassionati continuando a produrre i più grandi vini del mondo. Emblematico quanto accadde a uno dei primi produttori inseriti a listino, il domaine Armand Rousseau, l'intera produzione del millesimo 1993 impiega parecchi mesi prima di essere venduta e Sarzi si ripresenta al riassortimento quando ormai è in uscita l'annata 1995. Chi frequenta la Borgogna può immaginare la risposta: «Caro Monsieur Sarzi, l'aspettavo lo scorso anno, ora il vino è finito». Per fortuna una lunga opera di ricucitura diplomatica ha fatto sì che Rousseau sia ancora rappresentato da Sarzi e oggi i vini di questo glorioso produttore sono praticamente esauriti ancora prima della vendemmia. Una lezione che comunque deve essere servita, perché la crescita della Borgogna è stata esponenziale e sempre mirata su produttori di altissimo profilo. Ciò ha reso l'attività aziendale più complessa sia sul fronte dei fornitori sia su quello dei clienti e a un certo punto ad affiancare Nicola e la moglie Gabriella arrivano i figli Alessandro e Claudia. Dopo tante vacanze passate a selezionare vino in Francia arriva anche il loro momento, che per Alessandro vuol dire accompagnare il padre nelle frequenti visite ai produttori e per Claudia svolgere l'ingrato e delicatis-

Papà Nicola è sempre alla ricerca di un buon Riesling in giro per il mondo

nella selezione dei nuovi produttori che sono cresciuti di numero fino a raggiungere quasi quota 400, di cui più di 200 bordolesi, spaziando da altre regioni francesi come la Loira e la Linguadoca, alla Spagna e il Portogallo fino agli Stati Uniti. E bisogna anche aggiungere svariati distillati provenienti da tutto il mondo. C'è il rischio di correre troppo perché uno dei problemi maggiori è quello di trovare collaboratori che condividano questo entusiasmo e clienti disposti a darti fiducia anche su prodotti meno conosciuti (al contrario l'insistenza sui vini famosi cresce fino a sfiorare l'arroganza). La cosa bizzarra è che a percepire questo rischio sono più i figli Alessandro e Claudia, nelle cui mani la continuità aziendale è più che garantita, del papà Nicola ancora così attratto da nuove sfide da, come noterete, mancare l'appuntamento con il nostro fotografo perché alle prese con un repentino viaggio in Germania alla ricerca di qualche buon Riesling. 🍷

Sarzi Armadè

Via N. Oxilia 25/27 - 20127 Milano; tel. 02.26113396 - fax 02.26113397; info@sarziarmede.it - www.sarziarmede.it.

Qui sopra, Claudia e Alessandro Sarzi Amadè appoggiati a casse accatastate di Cheval Blanc 2005: la società milanese si occupa della distribuzione di circa 400 produttori, dei quali più di 200 bordolesi cui si aggiungono cantine di altre regioni francesi, come per esempio la Loira e la Linguadoca, quelle di Paesi come Spagna, Portogallo e, Oltreoceano, Stati Uniti.