



EVENTI

Il ritorno di Bordeaux

Una giornata speciale a Milano firmata Sarzi Amadè, con 39 tra i più prestigiosi Châteaux

DI LUCIANA ROTA

Bordeaux conquista Milano ed è un successo a prescindere. Con due città che rispettano il mito, quello enologico, e lo celebrano con un evento, lo scorso 24 marzo, al Westin Palace. L'appuntamento straordinario è firmato Sarzi Amadè, riferimento storico nella distribuzione di grandi vini d'Oltralpe. La "sfida" la vincono soprattutto i vini di Bordeaux, che parlano francese ma seducono i milanesi (e gli stranieri), protagonisti di una giornata memorabile con 39 tra i più prestigiosi Châteaux, anche occasione per esplorare da vicino lo stato di salute del mercato bordeaux, oggi protagonista di una rinnovata attenzione internazionale. "Il recente passato per i vini di Bordeaux ha significato molto più di qualunque altro vino, un fenomeno speculativo così forte da renderli più dei beni da investimento che beni di consumo, allontanandoli da una grossa fetta di clientela a causa dei prezzi, divenuti accessibili solo a una ristretta élite", spiega Alessandro Sarzi Amadè. "Ne è conseguita una considerevole contrazione delle vendite dei vini bordeaux, determinata anche dalla parallela ascesa della Borgogna. Non è stato facile ma si assiste ad un'incoraggiante ripresa del mercato di Bordeaux,

innescata da una sensibile riduzione dei prezzi – fondamentale elemento di rilancio – a fronte di annate, come la 2022 e la 2023, di alto profilo qualitativo, ma anche da svolte a livello produttivo che hanno reso questi vini decisamente più in linea con il gusto dei consumatori". Aggiunge Claudia Sarzi Amadè: "Se l'inversione è avvenuta grazie ad una riduzione sensibile dei prezzi, più in linea con il mercato e a due annate di altissimo profilo qualitativo come la 2022 e la 2023, poi c'è il tema di una rinnovata attenzione al gusto contemporaneo, con vini meno opulenti, più freschi e agili, adatti ai nuovi stili di consumo. Ora ci vuole stabilità e coerenza nel tempo senza perdere la propria identità". Vedere rosso sul vino rosso significa coscienza del cambiamento. "La regione di Bordeaux è riconosciuta principalmente per i suoi grandi vini rossi, il calo di consumo va analizzato bene. Il cambio delle abitudini, soprattutto tra le fasce di età più basse, ha spostato l'interesse su altre tipologie di bevande per la mixology: vini spumanti, liquori e superalcolici, ma in generale si consuma sempre meno vino, rosso soprattutto, in particolare durante i pasti anche perché i momenti di socializzazione non sono più a cena: oggi il rito dell'aperitivo è diventato la principale occasione d'incontro



tra i più giovani". È sempre di più una questione di cultura come affermato a Milano. Bordeaux terra di enoturismo: "La Regione non ha mai smesso di essere una delle mete più ambite dai grandi appassionati di vino, anche per la bellezza del suo paesaggio, la maestosità ed eleganza dei suoi Châteaux e l'accoglienza esemplare. L'enoturismo, che in questa zona è caratterizzato da un'offerta ampia ed estremamente articolata, è un elemento di forte sostegno alle altre azioni di rilancio introdotte dal mercato bordeaux negli ultimi anni. Il segreto della riscoperta di Bordeaux risiede però in una serie di fattori: il fascino di una storia plurisecolare con testimonianze storiche disseminate qua e là; un'offerta gastronomica per gli amanti della buona cucina, accessibile a tutte le tasche e a tutti i gusti". Sui target c'è molto da fare, tuttavia, e soprattutto sui giovani. Claudia Sarzi Amadè ha le idee chiare: "Si dovrà investire maggiormente sulla diffusione della cultura del vino fra i più giovani, per contrastare la tendenza all'omologazione nei consumi e incentivare la riscoperta della varietà, della particolarità e della qualità a livello enologico". La sfida, però, non si limita alla sola Bordeaux: "È l'intero comparto dei vini rossi a vivere un momento complesso. Le abitudini cambiano rapidamente, soprattutto tra le nuove generazioni. Fondamentale trovare un equilibrio tra la salvaguardia dell'identità e la capacità di adattarsi. E proporre vini più leggeri, con gradazioni contenute, senza rinunciare alla profondità e all'eleganza che hanno reso celebri i rossi bordeaux". Poi ci sono le politiche internazionali, sempre più orientate verso forme di protezionismo. Alessandro Sarzi Amadè dice: "Guardiamo con una certa preoccupazione a quanto sta accadendo alla politica commerciale che vorrebbe boicottare l'importazione di prodotti esteri attraverso l'imposizione di dazi. L'Italia è un Paese produttore di eccellenze – il vino è una di quelle – e si parla di un importante giro d'affari. L'adozione di misure così penalizzanti fa immaginare ripercussioni gravissime sulla nostra economia". Ed è anche una questione filosofica: "La libera circolazione delle merci va di pari passo con la circolazione di idee, innovazione e integrazione culturale, mentre le politiche protezionistiche producono spesso rallentamenti della crescita produttiva e, in definitiva, stagnazione economica. Non nutro fiducia nell'efficacia di misure ritorsive, che potrebbero avere un effetto boomerang e innescare una spirale senza fine di provvedimenti protezionistici, abbattendo le esportazioni anche di quei settori al momento non interessati dall'imposizione di dazi. Credo, invece, che sia fondamentale una politica di dialogo e confronto per cercare di ritrovare la ragionevolezza, impegnandosi parallelamente nella ricerca di nuovi mercati e nel rafforzamento delle vendite all'interno dei Paesi europei. È auspicabile un ritorno al dialogo". In questo scenario, Italia e Francia – storiche rivali e partner in ambito enologico – si ritrovano accomunate da valori condivisi: la ricerca della qualità, la varietà produttiva, la profondità delle rispettive tradizioni. Una sfida che è opportunità di crescita comune. **P**

In foto: Alessandro e Claudia Sarzi Amadè

WINEcOULTURE