

L'INDIPENDENTE



MARTEDI' 6 LUGLIO 1998

ADESSO ANCHE NELLE FESTE SI BADA ALLE SPESE: NON SI BRINDA PIÙ CON LE BOLLICINE DI MARCA. E SULLA TAVOLA IMPAZZA LO SPUMANTE

La crisi stanga anche lo champagne

JANUARIA PIROMALLO

MILANO. "Champagne per brindare a un incontro" mitico ritornello della canzone di Peppino di Capri, a quante cene a lume di candela, con secchiello in bella vista e Moët et Chandon in freddo, ha fatto da sottofondo? Tante. Ma oggi lo champagne non è più di moda, perché simbolo del rampantismo degli anni '80. E tutto quello che, nel bene e nel male, evoca quel decennio di eccessi e di frivolezze viene irrimediabilmente messo al bando. Il grido d'allarme viene proprio da Reims, capitale francese dello champagne, la cui esportazione mondiale nell'ultimo anno ha subito un calo del 25%. Nuovola passeggera o forti venti di recessione che hanno colpito tutti i generi di lusso in una più generale crisi economica? I dati parlano chiaro: dopo aver toccato la punta di 250 milioni di bottiglie di champagne esportate in tutto il mondo nel '89, si è scesi nel '92 a 210 milioni di bottiglie. L'Italia che ne consumava oltre dieci milioni, oggi ne consuma otto scarsi. Ancora peg-

gio è andata a Germania, Inghilterra, Stati Uniti e anche alla stessa Francia, le cui vendite hanno subito una flessione più netta. Albert Mimouni, direttore della "Sopexa", ente milanese di promozione dei prodotti agricoli francesi, ha una sua spiegazione: «I prezzi dello champagne sono aumentati perché in Francia è aumentato vertiginosamente il costo dell'uva. In Italia poi si è aggiunto il fattore crisi e svalutazione della lira. Le marche più vendute rimangono sempre il Moët et Chandon e il Veuve Cliquot, il cui prezzo oscilla intorno alle trentamila lire».

Ma riprenderà quota la più celebre delle bevande con perlage? «Proprio per l'effervescenza delle sue bollicine lo champagne nel modo di vivere di oggi non è più in, ma addirittura come qualcosa di effimero», spiega Davide Paolina, critico enogastronomico e titolare di un'agenzia di comunicazione, la Idea Plus - «Stiamo assistendo ad una trasformazione dalla società dell'apparire a quella dell'essere. Ciò non toglie che lo champagne rimane un prodotto straordinario da bere a



tutte le ore, in tutte le occasioni e a tutto pasto».

E suggerisce: «Mai bere lo champagne sul dessert, sarebbe un sacrilegio. Pasteggiare con Philipponat, Krug, o Bollinger (costo dalle 50mila alle

120mila a bottiglia), le mie marche preferite, è una vera delizia». Ma quali sono gli accostamenti da attrazione fatale, forse quello fragole e champagne, ordinato da Richard Gere per sedurre una

deliziosa "Pretty Women"? «Mi piace accompagnare lo champagne con mortadella, parmigiano e una bella donna», sorride ironico Paolino. In questa crisi chi riuscirà a mantenere una nicchia di mercato? «Solo alcuni champagne, quelli di qualità».

«Solo alcuni champagne, quelli il cui rapporto prezzo-qualità è più che accettabile, rimarranno a galla», conclude - quegli spumanti made in Italy che nella lotta dei listini non rispetteranno questo rapporto andranno a picco. E saranno soltanto alcuni come il Ca' del bosco, Bellavista e Rotary».

dei diciotto anni di mia figlia Diamante servii solo spumante. Tra i premiati ricordo anche Umberto Nordio, ex presidente dell'Alitalia, che su tutte le linee aeree aveva abolito gli champagne francesi e il calcato? «Solo alcuni champagne, quelli di qualità».

Paolo Rossi che al suo onio aveva festeggiato spumante». Salvo poi un peccatuccio di quando per Natale champagne d'annata che lo beve e nota. Direttore Alberto Rutinuncia: «Sono fatto rigoro spumante no- tempi, meglio prodotti made in Italy». Anche il blasonato Lord Willy Cavendish, presidente della "Whitehall Italia", prodotti farmaceutici, è tra i bevitori pentiti: «Una volta mi piaceva, oggi è segno di tracotanza, di finta opulenza e di sfida al buon senso. Adesso preferisco una sana bottiglia di vino rosso, o, se proprio voglio darmi delle arie, di Chateau Margaux».