

Bettino Ricasoli e la ricerca del vino perfetto

Recentemente Angelo Gaya, uno dei più colti e stimati produttori italiani, ha scritto che il vino italiano va dove «portano sogno, passione, ambizione, tradizione, innovazione e sì anche i soldi per quei produttori che sono capaci di farli». Senza saperlo Gaya ha fatto il ritratto del barone Bettino Ricasoli, il grande uomo politico e statista del Risorgimento, che dedicò la sua vita alla ricerca di un “vino perfetto”, capace di dare un esempio per portare la vitivinicoltura italiana a far concorrenza a quella francese nel mercato internazionale. L'Italia era da poco diventata una realtà e Ricasoli, da grande politico, aveva capito che una nazione moderna non può non fare ogni sforzo per diventare più forte nell'economia e per reggere al confronto con le altre grandi nazioni europee. L'Italia era, allora, un paese prevalentemente agricolo, ma nemmeno in campo agricolo aveva sviluppato tutte le sue potenzialità. Per questo Ricasoli, che credeva nell'iniziativa privata e nel benefico ruolo del mercato, si rese conto che bisognava che anche i grandi proprietari terrieri si impegnassero nel migliorare e sviluppare le loro aziende per il bene loro, dei loro dipendenti e infine della nazione che miracolosamente si era costruita nel 1861, ma che doveva compiere un enorme sforzo per poter stare, autonoma e indipendente, nel quadro delle più civili e forti nazioni europee. La vitivinicoltura poteva essere un settore economico trainante, specialmente nelle aree più votate come la Toscana, per sollevare l'agricoltura e spingerla alla conquista dei mercati internazionali. Si era, allora, in pieno sviluppo della globalizzazione dell'economia e il vino, come dimostrava la Francia, poteva rappresentare una risorsa fondamentale per un paese mediterraneo come l'Italia. Eppure come dimostra la prima grande esposizione universale italiana, tenutasi a Firenze nel 1861, e

* *Università degli Studi di Firenze*

poi la prima statistica nazionale, quella di Pietro Maestri, anche nel settore del vino la penisola era molto indietro. La maggior parte del vino serviva all'auto-consumo e ad alimentare i mercati cittadini domestici, mentre quel poco che si esportava riguardava il vino meridionale da taglio.

Si esportavano appena 322.841 ettolitri per un valore di 11 milioni di lire, a fronte di una importazione di 208.024 ettolitri per un valore di circa 11 milioni di lire. Negli stessi anni la Francia aveva incrementato notevolmente la sua già forte produzione di vino, passando dai quaranta milioni di ettolitri del 1860 ai sessantotto milioni di ettolitri del 1866. Quel che, però, contava era il fatto che la Francia dominava il mercato internazionale, esportando oltre tre milioni di ettolitri di vino di qualità con un notevole vantaggio per la sua bilancia commerciale e, in generale, per l'economia nazionale. Lo stesso imperatore Napoleone III era molto attento allo sviluppo dell'industria enologica francese e addirittura aveva insediato una commissione, presieduta dal giovane scienziato, ma già celebre, Pasteur per studiare le malattie del vino proprio per migliorare la qualità e favorire la commercializzazione. Bettino Ricasoli sapeva tutto questo, e il giovane marchese Vittorio degli Albizi, da poco rientrato dalla Francia, dove la sua famiglia era esiliata dal tempo dei Medici, per dirigere le aziende della sua famiglia a Pomino e Nipozzano, lo spronò a impegnarsi nello sviluppo del settore vitivinicolo che per le caratteristiche del terreno, del clima e specialmente per le aree collinari poteva rappresentare una risorsa pari o superiore a quella della Francia. Ricasoli, che da tempo aveva posto la sua attenzione e il suo impegno nella conduzione personale delle sue aziende agricole e che aveva tentato imprese pionieristiche nel campo dell'agricoltura meccanicista in Maremma, accettò la sfida che per lui divenne una vera e propria missione: la missione di produrre un vino "perfetto", "sublime", nella sua amata fattoria di Brolio. Ricasoli cominciò con lo studio della vitivinicoltura francese, sia i vitigni che le pratiche di continua, e poi iniziò a chiedere aiuto agli scienziati per tentare di correggere i difetti e specialmente l'acidità che si presentava nei vini rossi di Brolio e che poteva derivare dalle uve, ma anche dalle pratiche di produzione e di invecchiamento. Naturalmente non trascurò il confronto e lo studio dei vini che venivano sempre più esposti e presentati ai concorsi e alle mostre. Alla fine, dopo avere a lungo preparato gli agenti di fattoria e i contadini, arrivò a scegliere la formula del vino di Brolio, concentrando la produzione su tre vitigni: il "Sangiovetto", che poi è diventato la madre di tutti i grandi vini toscani dal Brunello di Montalcino al Nobile di Montepulciano, il Canajolo e la Malvasia, che, però, poteva entrare solo nei vini non destinati all'invecchiamento ma bensì «all'uso della tavola quotidiana». Nel settembre del 1872 Ricasoli, fissava con

la sapienza e l'esperienza, la sua formula del Chianti di Brolio. Non si trattava di un disciplinare rigido, ma un disciplinare saggio come chi sa che sono le stagioni e non le formule astratte a decretare la buona riuscita annuale di ogni vino che risente delle stagioni, del sole, come della pioggia. Dal Sangiovese il vino di Brolio, diceva Ricasoli riceveva la «dose principale del suo profumo (a cui io miro particolarmente) e una certa vigoria di sensazione; dal Canajolo l'amabilità che tempera la purezza del primo». Quello di Ricasoli fu un impegno totale, una missione, un sogno, ma ebbe successo. Le scelte e le pratiche di Ricasoli furono imitate in Toscana e in Italia e così già a fine Ottocento la vitivinicoltura italiana aveva compiuto la sua prima rivoluzione.

Ma alla fine dell'Ottocento la produzione di vino in Italia aveva raggiunto i 37 milioni di ettolitri e l'esportazione in soli venti anni era passata dai 260 mila ettolitri del 1870 ai 629 mila ettolitri del 1887.

Ricasoli aveva anche fatto capire ai produttori italiani quanto fosse importante non solo seguire al massimo tutti i perfezionamenti nella vigna e in cantina, ma anche l'impegno nel marketing per qualificare, distinguere e vendere al meglio i vini di qualità, soprattutto nei più evoluti mercati esteri, dove i vini francesi dominavano incontrastati.

Per una serie di ragioni, comprese quelle di natura normativa relative al ritardo nella regolazione del prodotto e sulla tipicità in rapporto al tipo di vino, al territorio e all'azienda, i vini italiani, dopo il primo grande impulso dell'Ottocento, non continuarono a perfezionarsi. Ci volle il secondo dopoguerra per assistere a un nuovo Risorgimento vitivinicolo. Allora, sull'onda di un enologo geniale e di mente aperta come Giacomo Tachis, superando le pratiche tradizionali e le rigide normative dei disciplinari si riuscì a produrre, riguadagnando il tempo perduto, dei «nuovi» e grandi vini, come il Sassicaia o il Tignanello, capaci di salire alle vette più alte delle classifiche mondiali e a riaprire la strada all'ascesa dei nostri vini sul mercato internazionale. Ancora una volta la Toscana era stata di impulso a un movimento di produttori grandi e piccoli capaci di rilanciare in maniera clamorosa la vitivinicoltura italiana, che oggi contende ai vini francesi il primato nella produzione e nella qualità. Lo dimostra, ancora una volta, il Chianti prodotto da Francesco Ricasoli nella storica fattoria del Castello di Brolio. Il Chianti negli ultimi anni stava perdendo terreno e quote di mercato, per questo ci voleva una nuova scossa. Il «Castello di Brolio», Chianti Classico del 2006, prodotto da Francesco Ricasoli, erede del Barone di Ferro, proprio in occasione del bicentenario della nascita del grande imprenditore agricolo e protagonista del Risorgimento italiano, è stato classificato al quinto posto della classifica mondiale dei cento migliori vini al mondo selezionati dagli esperti della rivista «Wine Spectator».

Un successo storico, tanto più significativo in tempi di crisi economica, ma anche una sfida per tutti i produttori toscani e italiani che oggi devono affrontare i problemi connessi non solo alla ripresa del mercato, ma anche quelli connessi all'assetto produttivo e al marketing.