



Regione Toscana

Diritti Valori Innovazione Sostenibilità

**Fare il vino
e comunicare il vino:
il ruolo pionieristico
di Giacomo Tachis**

Fare il vino e comunicare il vino: il ruolo pionieristico di Giacomo Tachis



Regione Toscana

Diritti Valori Innovazione Sostenibilità

**Fare il vino e comunicare il vino:
il ruolo pionieristico di Giacomo Tachis**

Regione Toscana Giunta Regionale
Direzione Generale dello Sviluppo economico
Settore Funzione strategica trasversale comunicazione

Testo tratto dalla tesi di Laurea in Storia Contemporanea della Comunicazione
Università degli Studi di Firenze
Facoltà di Scienze Politiche "Cesare Alfieri"
Corso di Laurea in Comunicazione Strategica

Di Ilaria Ceccarelli
Relatore: Prof. Zeffiro Ciuffoletti

Catalogazione nella pubblicazione (CIP) a cura
della Biblioteca della Giunta regionale toscana:

Fare il vino e comunicare il vino : il ruolo
pionieristico di Giacomo Tachis

I. Toscana. Direzione generale sviluppo
economico. Settore funzione strategica
trasversale comunicazione II. Ceccarelli, Ilaria
1. Vino toscano – Consumo – Attività
promozionali - Ruolo di Giacomo Tachis
641.220688

Stampa Centro stampa Giunta Regione Toscana
Settembre 2009
Distribuzione gratuita

Presentazione

Una grande regione si racconta anche attraverso i vini che produce. E' per questo che bisogna ringraziare Giacomo Tachis. Attraverso il suo lavoro abbiamo ottenuto dei vini di straordinaria qualità che hanno ben rappresentato in tutto il mondo la qualità della Toscana e dell'Italia.

Giacomno Tachis rappresenta una figura fondamentale per la crescita enologica di tutto il Paese e della nostra regione in particolare. E' per questo che siamo lieti di realizzare questa pubblicazione.

La presenza della vite in toscana è antichissima, dobbiamo agli etruschi la sua introduzione, anche se molto probabilmente le prime pratiche "enologiche" nella nostra regione risalgano all'età del ferro. Certamente in nostro vino è circondato di un' aurea leggendaria che lo rende unico al mondo.

Se è vero quindi che abbiamo una grande tradizione di vini è anche vero che oggi il vino prodotto nella nostra regione è sicuramente di gran lunga migliore di quello che si produceva anticamente e questo lo si deve certamente a uomini come Giacomo Tachis.

Ho aperto questa presentazione affermando che una grande regione si racconta anche con i vini che produce, basti pensare a quando il Barone Bettino Ricasoli grazie alla denominazione del vino Chianti, portò la Toscana in tutto il mondo. Da allora i nostri vini non hanno perso la virtù di un'originalità legata alla qualità particolare del luogo, restando inimitabili da tutti i paesi produttori

del mondo. Questo è stato possibile poiché se è vero che per produrre vini di grande qualità sono necessari processi chimici, fisici, biochimici molto complessi, è altrettanto vero che questi non porterebbero a niente se non vi fossero luoghi di grande vocazione come quelli presenti nella nostra regione e uomini di grande capacità, come appunto Giacomo Tachis.

Claudio Martini

Presidente della Regione Toscana

INDICE

Introduzione	7
1° Capitolo	
LA FORMAZIONE E LE ESPERIENZE	10
1.1 Uno sguardo nel passato	12
1.2 La vita del giovane Tachis	15
1.3 Gli studi ad Alba	17
1.4 I primi impieghi	19
1.5 Dal Piemonte contadino alla Toscana dei nobili	20
1.6 La nascita del fenomeno <i>SuperTuscan</i>	26
1.7 “Vecchi” e nuovi prodotti toscani	30
1.8 In Toscana oltre la porta dell’azienda Antinori	33
1.9 La sua “isola della natura”	37
1.10 Le sfide dell’ “isola della cultura”	45
1.11 Non solo Toscana, Sicilia e Sardegna	51
2° Capitolo	
LA RIVOLUZIONE DELL’ENOLOGO DALLA VIGNA ALLA CANTINA, DALLA CANTINA AL MERCATO	55
2.1 L’enologia come scienza e come professione	56
2.2 Il territorio	63
2.3 L’enologo in vigna	68
2.4 L’approccio in cantina	75
2.5 Le innovazioni in cantina	79
2.6 La voce imperativa del mercato	86
3° Capitolo	
GIACOMO TACHIS, L’ENOLOGO COMUNICATIVO	91
3.1 Essenza comunicativa del vino	91
3.2 Una sintetica panoramica di insieme degli strumenti di marketing del vino	95
3.3 Vizi e pregi del giornalismo del vino	100
3.4 Il rapporto conflittuale tra Giacomo Tachis e il giornalismo	103
3.5 Il personaggio Giacomo Tachis raccontato dall’inchiostro dei giornalisti	106
3.6 La riverenza della stampa straniera	111
3.7 I segreti comunicativi dei grandi vini di Tachis	114
3.8 Riconoscimenti	118
Bibliografia	123

INTRODUZIONE

La cultura enogastronomica sta diventando una realtà sempre più presente, potente ed esigente, e il vino rappresenta una forza economica trainante dell'intero settore agroalimentare italiano, riscoprendo i favori di un pubblico sempre più vasto, selettivo ed attento alla qualità di quella bevanda.

Non è sempre stato così. Questo è un presente reso possibile grazie al coraggio e alla professionalità di uomini, imprenditori, enologi, agronomi, giornalisti, che hanno fatto conoscere una nuova prospettiva al mercato del vino. Lo spartiacque temporale è individuabile negli anni Sessanta del secolo scorso, quando da una logica produttiva corrispondente all'imperativo della quantità si è iniziato ad individuare come obiettivo primario la qualità. Questa è stata l'unica risposta possibile ad una domanda sempre più selettiva da parte dei consumatori, che ha guidato il passaggio dal vino come "alimento" al vino come fonte di "gusto e piacere", con la complicità di una profonda trasformazione delle campagne, conseguente alla fine della mezzadria in Toscana e in altre regioni dell'Italia centrale.

Tra i professionisti che hanno permesso questa rivoluzione enologica un uomo si merita un posto di primo piano: Giacomo Tachis.

Enologo di origini piemontesi adottato dalla Toscana, Tachis, con competenza, lungimiranza, sensibilità e grande cultura, ha indicato all'Italia del vino la strada da perseguire per una rinascita della vitivinicoltura, riprendendo il cammino iniziato dai pionieristici tentativi dell'800.

Analizzando la recente storia enologica italiana risulta evidente come le esperienze di Giacomo Tachis siano state il progetto pilota di tante evoluzioni nelle vigne, nelle cantine e nel mercato degli ultimi quarant'anni.

Non a caso la stampa estera l'ha definito come «l'uomo del Rinascimento del vino italiano nel mondo.»

Il suo agire è stato pionieristico tanto nell'arte del fare che del comunicare il vino. Ha donato alla sua professione un'innovativa interpretazione, opponendosi con forza ad una concezione dell'enologo troppo legata ad una sorta di medico del vino. Non ha mai dispensato ricette da applicare a qualsiasi territorio, a qualsiasi cantina, individuando come agire primario della propria professione l'*assecondare l'opera della natura*. Il vino per Tachis è, infatti, interpretazione umana della natura, e per essere di qualità deve saper raccontare il territorio attraverso le proprie peculiarità organolettiche. Senza la storia tutto perde di significato: questa è la consapevolezza con cui ha affrontato ogni sfida enologica.

L'intuito, la sensibilità e l'amore per la cultura classica sono le caratteristiche dell'enologo che hanno concorso a rendere grande ogni vino nato dalle sue attenzioni.

Rileggere e riesplorare oggi le esperienze professionali di Giacomo Tachis significa, allora, analizzare l'evoluzione dell'enologia italiana. Tachis è, infatti, uno dei principali artefici di quella rivoluzione enologica che ha permesso di esportare, insieme alle bottiglie di vino, un'immagine innovativa dell'Italia evocatrice di qualità.

Proprio con questa consapevolezza nelle pagine che seguono si è cercato di delineare la vita dell'enologo intrecciandola all'evoluzione dell'enologia italiana sulla base di una non vastissima letteratura. Essenziali per una reale comprensione del tema trattato si sono rivelati i numerosi incontri con Giacomo Tachis stesso che ci ha permesso di consultare le molteplici relazioni scritte in varie occasioni, testimoniando che essere "Grandi Uomini" significa prima di tutto essere umili e non gelosi del proprio sapere.

Talvolta all'assenza di una letteratura sufficiente si è sopperito con la lettura di numerosi articoli tratti dalla stampa periodica e quotidiana sia nazionale che internazionale.

Nel primo capitolo dopo una breve esposizione del recente percorso storico dell'enologia italiana evidenziandone le criticità, si delinea la formazione e le esperienze professionali di Giacomo Tachis. Emerge così un percorso professionale ricco di esperienze significative, la principale delle quali si svolse negli anni Sessanta con il suo approdo presso una delle più importanti aziende vinicole toscane. Lavorando per gli Antinori, Tachis arrivò a produrre prodotti enologici innovativi, come il Sassicaia, il Tignanello e il Solaia, considerati vini di eccellenza dai maggiori esperti del vino a livello internazionale.

La seconda regione italiana che ha conosciuto le cure di Tachis è la Sardegna, l'«isola della natura», dedicandole molte attenzioni e guidandola in un'evoluzione enologica fino al suo arrivo impensabile.

Da "enologo corsaro", come Tachis stesso si definisce, ha poi accettato una nuova sfida insulare: la Sicilia. Anche in quell'isola, già famosa per i suoi vini, Tachis è riuscito con arte e tecnica a far scoprire il percorso enologico più adeguato.

Dal primo capitolo emerge così un Giacomo Tachis che ha saputo valorizzare territori tanto diversi tra loro, attraverso un'innovativa interpretazione della vitivinicoltura.

Il secondo capitolo si apre con una breve rilettura storica della professione di enologo. Quindi si analizza il contributo di Tachis nell'evoluzione della professione. Cultura, sensibilità e capacità tecniche sono stati gli strumenti attraverso cui "il principe degli enologi" ha individuato la nuova strada da percorrere: seguire l'intera filiera produttiva dall'inizio alla fine. Ha insegnato che l'enologo, come garante della qualità del vino prodotto, non può non intervenire in ogni fase del processo produttivo: territorio, vigna, cantina e mercato.

Il terzo ed ultimo capitolo mira ad approfondire il ruolo pionieristico di Tachis come enologo dalle indiscusse capacità comunicative. Si affronta, così, da vicino la comunicazione nel mondo del vino.

Dall'analisi della situazione attuale del mercato emerge che non è più sufficiente l'essenza comunicativa insita nel prodotto, ma è necessario progettare efficaci strategie di marketing.

L'esperienza di Tachis ha connotazioni all'avanguardia anche in questo ambito, avendo tracciato le linee guida essenziali con i suoi prodotti, in particolare con il Sassicaia, il vino pioniere della rivoluzione comunicativa. Seguendo questa strada ha saputo valorizzare un territorio fino ad allora inesplorato: Bolgheri.

Dall'analisi del "fare comunicazione" delle aziende vitivinicole è, inoltre, emerso il ruolo di primo piano giocato dal giornalismo nella definizione del mercato. Un giornalismo che Giacomo Tachis conosce profondamente e critica per la facilità con cui sentenzia od esalta particolari etichette. Giornalisti italiani e stranieri stimano comunque l'enologo piemontese e ne hanno seguito con attenzione il percorso professionale, raccontandolo attraverso numerosi articoli.

Nel paragrafo conclusivo si illustrano alcuni dei tanti riconoscimenti nazionali ed internazionali che Tachis ha ricevuto durante la sua lunga carriera, peraltro non ancora conclusa.

1° Capitolo
LA FORMAZIONE E LE ESPERIENZE

*Lentamente muore chi diventa schiavo dell'abitudine,
ripetendo ogni giorno gli stessi percorsi,
chi non cambia la marcia,
chi non rischia e cambia colore dei vestiti,
chi non parla a chi non conosce.*

- Pablo Neruda -

Il vino.

Il vino si “beve” con la vista.

Rosso, nero, viola, rosato, bianco, giallo paglierino, grigio e quanti altri ancora sono i termini cromatici che richiamiamo in nostro soccorso nella ricerca di descrivere un vino che ci attende nel bicchiere.

Il vino si beve con l'olfatto.

Floresale, fruttato, speziato, aromatico, fine, elegante, ricco, si potrebbe continuare all'infinito ad elencare le parole che ne evocano il profumo.

Il vino si beve con il gusto e il tatto.

Secco, dolce, liquoroso, pastoso, fresco, tannico, giovane, maturo sono solo poche delle parole che ne possono narrare l'incontro con il palato.

Il vino si può ascoltare.

Non solo perché gli spumanti “cantano”: è proprio il vino che può raccontare.

Come bevanda del corpo e dell'anima ha saputo accompagnare la storia dell'uomo in ogni epoca, lontana e vicina.

Avvolta da un inebriante alone di mistero è stata ed è protagonista di miti e leggende, di riti e culti, di esaltazioni e demistificazioni.

Medicina, alimento, bevanda e piacere sempre e comunque plasmato dalle mani dell'uomo per assecondarne il gusto e la necessità, in ogni sua metamorfosi il vino non ha mai tradito e rinnegato le proprie radici: la terra.

Tutto questo ce lo insegna Giacomo Tachis, “l'amico del vino, l'amico dell'uomo” che con professionalità, umiltà e cultura ha saputo accompagnare e indicare la strada della rinascita dei vini italiani a partire dalla seconda metà del xx sec.

Era una giornata d'autunno, con il sole che illuminava gli splendidi colori della natura, quando con emozione mi sono presentata alla porta del principe degli enologi. Con l'ansia di non riuscire a trovare l'indirizzo, nonostante mi fossi armata di quell'alienante strumento da automobilista sprovveduto che risponde al nome Tom Tom, e con l'affanno della curiosità mi sono immersa nelle strade della splendida campagna Toscana che mi hanno accompagnata fino alla porta dello studio di Giacomo Tachis.

E sono state le sue stesse mani che hanno aperto la porta dello studio, introducendomi in un universo di libri.

Ogni parete tappezzata di libri.

I primi momenti del nostro incontro mi hanno raccontato molto di quell'uomo di cui tanto avevo sentito parlare e tantissimo avevo letto.

Accende la luce sulla scrivania e indicandomi con lo sguardo il punto in cui il raggio di sole e la luce della lampadina s'incontrano, senza togliere gli occhi da quella magia, mi dice:

«Vedi il contrasto tra l'artificiale e il naturale.»

Un gesto semplice accompagnato da una frase che potrebbe sembrare banale, ma che in realtà rivela la volontà di non dare niente per scontato, una profonda sensibilità e un grande rispetto verso tutto ciò che lo circonda, in primis la natura.

Da enologo ha dovuto e saputo confrontarsi ogni giorno proprio con quel contrasto, trasformandolo in armonia.

È questo uno degli ingredienti insostituibili che si ripete in ogni differente ricetta di Tachis e che gli ha permesso di essere l'artefice di grandi vini come il Tignanello, il Solaia, il Sassicaia, il Terre Brune e tanti altri ancora.

Lavoratore instancabile, Tachis non ha mai trascurato niente, appassionandosi ad ogni nuova sfida.

Se l'enologia esprime il gusto del mondo in un certo momento e l'enologo ha il compito di intuirlo, interpretarlo e tradurlo, Tachis l'ha fatto con successo perché ha saputo osservare e ascoltare l'uomo e la natura con umiltà e tenacia, affinando gli strumenti del mestiere: la conoscenza e la scienza, i sensi e l'intuito.

Forte della consapevolezza che «quando assapori un vino bevi anche un sorso del mito» non ha mai dimenticato di interrogare il passato per trovare risposte nel presente. Questa è una certezza che nasce ad ogni sorso di vino il cui padre diretto e indiretto è Tachis, e quando sono entrata nel suo studio ne ho avuto, appunto, conferma: l'amata libreria, foderata di testi antichi e moderni, è accarezzata dallo sguardo, e ricercata dal cuore non appena se ne presenti l'occasione. Proprio la sua capacità di cercare e trovare nel passato le domande e le risposte per il presente è quella caratteristica che lo ha reso unico, e gli ha permesso di vedere molto più lontano di altri. E quel gusto particolare per la cultura classica è elemento caratterizzante di ogni sua firma.

Ecco perché niente e nessuno saprebbe rispondere meglio alla domanda "Chi è Tachis?" della sua libreria.

Tra quegli scaffali ci sono opere che vanno da De Crescenzi, a Galileo, a Peynaud, illuminati del passato e del presente che lo hanno accompagnato in ogni momento della sua carriera, testi di poeti che hanno saputo mettere nero su bianco la percezione del mondo di Tachis, decine di fascicoli che rappresentano ogni momento, luogo e fatto che ne hanno segnato la sua vita professionale e non.

In questo primo capitolo cercherò di raccontare il percorso formativo e professionale di Tachis, dopo un breve e inevitabile escursus storico nell'evoluzione mondo vitivinicolo italiano

1.1 Uno sguardo nel passato

Oggi il settore vitivinicolo rappresenta uno dei pilastri portanti del sistema agroalimentare nazionale; a testimonianza di ciò i numeri supportati dalla consapevolezza di un livello di eccellenza produttiva e di qualità da primato.

Il giro d'affari è da capo giro: 10 miliardi di euro, con ben 1,2 milioni di lavoratori riconducibili al mondo del vino.¹

Finalmente l'eterno duello con i cugini francesi per la contesa dello scettro del primato non vede più l'Italia perdente in partenza, ma talvolta addirittura favorita e vincente nella battaglia finale a cui partecipano nuove, temibili forze come l'Australia, gli Stati Uniti, l'Argentina, la Repubblica Sudafricana e il Cile. Questo perché la storia e l'esempio degli eterni rivali transalpini ha insegnato che l'arma vincente non è la quantità ma la qualità.

In un passato non troppo lontano sembrava impossibile che il vino italiano potesse acquistare credibilità agli occhi del mercato nazionale e internazionale. Eppure oggi è innegabile il successo e l'interesse per i nostri prodotti sulla scena mondiale.

Nel 2006 l'export ha sviluppato un giro di affari di 3 miliardi di euro con una propensione all'esportazione doppia rispetto alla media agroalimentare², e sono sempre più numerosi i vini italiani che si meritano la collocazione nella top ten stilata da riviste autorevoli come "Wine Spectator".

«In un paese un po' disattento è sempre bene sottolineare che gli attuali straordinari successi del vino italiano vengono da lontano e hanno richiesto studio, impegno, investimenti, ma anche scienza e innovazioni tecnologiche nelle vigne e nelle cantine.»³

Rileggendo le pagine della storia ci si ritrova immersi nell'affascinante romanzo del vino il cui l'inizio e la parola fine sono ancora da scrivere. Nessuno, infatti, possiede la sfera di cristallo che possa svelarne il futuro, e ancora oggi le origini del vino sono oggetto di studi e ricerche: luoghi, periodi e popoli continuano a contendersi l'invenzione.

Se la nascita della viticoltura pare sia riconducibile a 7-8 mila anni fa⁴, dobbiamo attendere le pagine che raccontano del Diciannovesimo secolo per riesplorare la strada percorsa dall'Italia per vedersi nuovamente riconosciuto a livello mondiale l'appellativo di Enotria, trasformando profondamente il settore passo dopo passo.

La fondazione dell'Accademia dei Georgofili nel 1783⁵ ne rappresenta una tappa fondamentale: è allora che l'interesse divenne veramente scientifico e si estese dalla viticoltura alle tecniche di vinificazione e conservazione dei vini. Grazie a quell'iniziativa e tante altre nate nel territorio italiano per opera di singoli o gruppi di

¹ Cfr. AA. VV., *Rapporto sul settore vitivinicolo 2007*, Retecamere, Roma 2007

² ibidem

³ Z. Ciuffoletti, *Il Lungo risorgimento del vino italiano*, in "Italia Oggi", 24 Febbraio 2007.

⁴ «I più vecchi semi finora scoperti e datati con il metodo carbonio provengono dalla Georgia del sud e appartengono al periodo 7000-5000 a.C.», in H. Johnson H., *Il vino. Storia, tradizioni, cultura*, Franco Muzzio Editore, 2003, p. 13.

⁵ Cfr. P.L. Pisani, *Scienza e tecnica nella storia della vitivinicoltura toscana. Il contributo dei Georgofili*, in P. Nanni (a cura di) *Storia della vite e del vino in Italia. Toscana*, Edizioni Polistampa, Firenze, 2008

studiosi, la cultura tecnica del Settecento e dell'Ottocento è ampia e ricca di opere fondamentali che parlano della storia vitivinicola del paese⁶.

I vini italiani, però, continuarono ad essere profondamente carenti da un punto di vista enologico, privi di un mercato internazionale e costretti in una posizione popolare, mentre i preziosi vini dei francesi erano diffusi in tutte le corti europee.

Solo a metà del Diciannovesimo secolo il vino italiano inizia a porsi il problema della qualità. «*Furono alcuni grandi proprietari terrieri piemontesi e toscani come il Barone Bettino Ricasoli o Vittorio degli Albizi a chiamare a raccolta i produttori di vino italiani e ad indicare la strada della riscossa.*»⁷

Due regioni trascinarono l'Italia nel frenetico e vitale periodo del Risorgimento vitivinicolo: la Toscana, soprattutto con la creazione del Chianti Classico, e il Piemonte, con il vino che oggi conosciamo come Barolo.

Furono anni di sperimentazioni e di ingenti investimenti; come attori proprietari terrieri lungimiranti, innovativi, liberi da quella reticenza inconscia alla novità del mondo contadino, portatori di una conoscenza imprenditoriale che applicata al settore vitivinicolo apportò profonde modifiche alla cultura di sussistenza.

Sapevano di poter essere i protagonisti di una vera e propria rivoluzione a livello nazionale, e ognuno di loro era consapevole dell'importanza che una tale rivoluzione poteva significare non solo ai propri investimenti ma al paese intero.

Ecco perché spinti dal desiderio ricercavano continui confronti al fine di trovare insieme, e non individualmente, la strada da percorrere.

Poi dei flagelli sotto forma di malattie colpirono le vigne mettendo in ginocchio l'industria vitivinicola: l'oidio, la fillossera e la peronospora⁸.

La Francia fu la prima a doversi confrontare con l'epidemia, e l'Italia, tra il 1870 e il 1890, sembrò trovarne giovamento, raddoppiando la quantità di vino prodotto per rimpiazzare sul mercato ciò che i francesi non riuscivano a produrre.

Le esportazioni vinicole verso la Francia ebbero però un duro contraccolpo in seguito alla guerra delle dogane scatenata dal governo di Parigi. E agli inizi del novecento le carte si rovesciarono nuovamente: la produzione vinicola francese riprese a livelli incoraggianti, con ulteriori salti di qualità e passi fondamentali nella difesa della tipicità, mentre il vino italiano entrava in una crisi preoccupante. In Italia, infatti, da un lato la crisi causata dall'epidemia delle vite si fece sentire con tutta la sua urgenza, dall'altro la diffusione del vigneto in pianura e verso il meridione, senza la certezza del collocamento commerciale del prodotto, riempì le cantine italiane di eccedenze.

⁶ Cfr. G. Tachis, *La vite e il vino dalle origini ai nostri giorni*, Regione Toscana, Dipartimento dello sviluppo economico, 2000

⁷ Z. Ciuffoletti, *I pionieri del risorgimento vitivinicolo italiano*, Edizioni Polistampa, Firenze 2006, p. 6

⁸ «*Nel 1845 il primo attacco: in una serra presso Londra viene scoperto un nuovo malanno della vite, che due anni più tardi si accerterà essere dovuto ad un fungo (o crittogama, da cui il vecchio nome "crittogama della vite")*, l'*Oidium tuckeri*, importato dall'America del Nord insieme a delle viti americane. *Segue nel 1868 la scoperta nella Francia meridionale di un terribile piccolo insetto pur esso giunto dall'America: la Fillossera della vite (Phylloxera vastatrix)*. *Sempre dal Nuovo mondo, terza in ordine cronologico, arriva la Peronospora (Plasmopara viticola) scoperta nel 1878.*», in I. Eynard, G. Dalmasso, *Viticoltura moderna: manuale pratico: evoluzione della viticoltura*, Hoepli Editore, 1990, p. 13

Col senno di poi appare evidente come quelle epidemie che devastarono i vigneti portarono con sé un fattore positivo⁹. È uno spartiacque fondamentale tra ciò che voleva dire produrre vino fino ad allora sulla scia di un bagaglio di tradizioni e pratiche che derivavano dal mondo dei greci e dei romani e ciò che è oggi: un processo complesso e delicato seguito con attenzione in ogni sua fase da personale qualificato e con il supporto della tecnologia. Il dover affrontare quell'emergenza portò alla firma di un sodalizio inscindibile tra chimica e viticoltura.

Ed è in quel preciso momento che possiamo individuare la nascita o meglio il riconoscimento di professioni prima di allora sottovalutate e in sordina.

Una su tutte: l'enologo.

Fu un periodo lungo e difficile, ma di grande crescita, dove vennero gettate fondamenta finalmente radicate.

Quando le malattie sembravano sconfitte e l'enorme lavoro di reimpianto delle vigne era in atto, il paese dovette affrontare nuove emergenze politiche, sociali ed economiche. «*Gli squarci di cielo sereno nei primi cinquant'anni del Novecento non furono molti, e soprattutto durarono molto poco, perché il cattivo tempo, le guerre, la crisi economica e il fanatismo si unirono per congiurare ai danni del vino.*»¹⁰

Era necessario rilanciare il mercato enologico, rivoluzionandolo in ogni sua parte, dal metodo di coltivazione della vite alla vinificazione, dalla tutela dei vini tipici all'esportazione. Nella prima metà del XX secolo, però, ogni strumento politico, sociale ed economico scelto per far fronte alla crisi del mercato enologico italiano in cui il vino era incatenato, sembrava insufficiente o inadeguato. Dopotutto le emergenze belliche su cui il paese doveva concentrare gli sforzi assorbivano tutte le energie nazionali.

Come ogni pratica della vita umana è nei momenti di maggiori difficoltà che si riesce ad individuare la strada da percorrere, e in questo momento si avvertì ancora più forte la necessità di agire in gruppo. Nacquero le prime "cantine sperimentali", centri di studio e assistenza per razionalizzare la vinificazione e conservazione dei vini, e fiorirono le "cantine sociali", in cui si riunivano i produttori per cercare di fronteggiare la crisi della sovrapproduzione e delle speculazioni.¹¹

Erano state gettate le basi per un profondo cambiamento, ma il reale volto della vitivinicoltura moderna si poté delineare solo dopo il superamento di tutte le storiche situazioni critiche e soprattutto dopo i conflitti che travolsero l'Europa nella prima metà del secolo.

Questo perché, nonostante gli onerosi sforzi da parte di ogni soggetto coinvolto, proprietari, produttori, politici e ricerca, non si era ancora focalizzato il vero e unico obiettivo su cui era necessario concentrare ogni sforzo: la qualità.

Del resto ancora i consumi pro capite annui erano altissimi, più di 170/180 litri a persona in Italia, per puntare sulla qualità.

Ed ecco che una nuova crisi del settore segnerà il punto focale della rinascita.

¹⁰ A. Antonaros, *La Grande storia del vino. Tra mito e realtà, l'evoluzione della bevanda più antica al mondo*, Pendragon, Bologna 2006, p. 231

¹¹ *ivi*, p. 215/217

Siamo nel secondo dopoguerra e i problemi, che i viticoltori si trovarono a dover fronteggiare, si dimostrarono per molti troppo gravosi. Un numero sempre maggiore di braccianti agricoli e mezzadri decise di abbandonare la campagna per cercare nelle città maggior fortuna. I costi di conduzione della vigna divennero troppo elevati, i prezzi dell'uva troppo bassi, acquistare macchinari necessari era impossibile e il consumo di vino pro capite diminuiva esponenzialmente.

Tutto questo portò ad un vero e proprio esodo dalle campagne e dalle colline.

Molti dei vigneti furono abbandonati e si trasformarono in campi di erbacce.

La mezzadria, che nell'Italia centrale e in Toscana aveva determinato per secoli la storia delle campagne e dell'agricoltura, era giunta ormai al capolinea.

Una tradizione, una cultura della coltivazione e sfruttamento della terra che durava da secoli scomparve e s'innescò un'inversione di tendenza che sarà la base di una vera e propria rivoluzione della viticoltura: gli investimenti delle industrie si rivolsero verso la campagna, si ristrutturarono le case coloniche e si riorganizzarono le aziende agricole passate di proprietà ad industriali, commercianti e liberi professionisti.

Eravamo a cavallo tra gli anni sessanta e settanta quando venne tagliato il nastro rosso che inaugurava una nuova epoca: il "Rinascimento del vino".

Da allora il processo produttivo del vino iniziò a richiedere l'attenzione di occhi più esperti, niente poteva essere trascurato dalla vigna alla bottiglia.

Tutto ciò fu accompagnato da una sempre maggiore attenzione alla qualità e da una domanda sempre più selettiva da parte dei consumatori.

Una rivoluzione su due piani fondamentali: la produzione e la percezione.

La svolta tecnico scientifica del mondo enologico è stata, infatti, affiancata da una profonda metamorfosi dell'immaginario collettivo: il vino da alimento e bevanda si trasforma in fonte di gusto e piacere.

È proprio allora che Giacomo Tachis fa capolino nel mondo dell'enologia.

Un giovane tecnico, con la voglia di cimentarsi in un lavoro che gli avrebbe permesso di vivere.

Forte della propria specializzazione in enologia e con una spiccata vocazione per la ricerca del nuovo, nel 1961 entrò a far parte di una grande azienda vitivinicola Toscana, in mano a proprietari lungimiranti e intelligenti: gli Antinori.

1.2 La vita del giovane Tachis

Giacomo Tachis è oggi riconosciuto come il più grande degli enologi italiani, ed è uno dei principali artefici del radicale rinnovamento dell'enologia italiana. Una vera e propria rivoluzione vitivinicola che ha investito ogni settore e soggetto coinvolto e che ancora una volta ha inizio in due regioni: la Toscana e il Piemonte.

Tachis le rappresenta entrambe: toscano d'adozione e piemontese d'origine.

Nasce nel 1933 a Poirino, un piccolo paese della provincia di Torino con quindicimila abitanti in una zona dove non c'è una piantina d'uva, ma solo cereali, frumento e mais.

Niente allora sembrava condurlo al vino se non il gusto appena suggerito dal profumo e il sapore degli acini dell'uva fragola che suo padre lasciava crescere sul pergolato di casa.

L'amore e il rispetto per il vino è nato con il tempo, ma un fuoco ha sempre scaldato il suo cuore: la passione per lo studio.

Scoprire cosa o chi abbia condotto "il principe degli enologi" a quell'incontro con la bevanda di Bacco è stimolo di curiosità. Per questo è d'obbligo uno sguardo alla vita di Tachis prima di intraprendere il suo percorso formativo verso il mondo dell'enologia.

Come lui stesso mi ha detto «*lo andavo a scuola e studiavo sul serio perché mi piaceva. Io amavo studiare*», e ancora «*Sai, lo studio è un po' come la droga, i libri sono come una droga. Mia moglie mi brontola sempre perché dice che compro troppi libri*», chiudendo con un sorriso che lascia aperto a tutto.

Una vocazione che ha sempre condiviso con suo fratello Antonio Mario, scienziato-umanista, e che li portava a scambi di libri e consigli.

Giacomo Tachis aveva per Antonio Mario un'ammirazione infinita, che andava oltre quel sentimento di rispetto e stima che ogni fratello minore ha per il maggiore.

La loro era una famiglia modesta: il padre, Antonio, era meccanico tessile e la madre, Cecilia, casalinga. Questo però non impedì ai due fratelli di alimentare l'amore per lo studio raggiungendo i loro traguardi scolastici.

Antonio Mario si laureò prima in chimica e poi in fisica nucleare, vinse numerosi dottorati e divenne uno scienziato conosciuto a livello mondiale per i suoi brillanti studi facendo carriera a Bruxelles, dove nella sua casa, a testimonianza del suo amore per lo studio, aveva una biblioteca popolata da migliaia di libri e un'intera sezione dedicata a Machiavelli, la ricerca che più di ogni altra faceva palpitare il suo cuore.

«Lui era un genio.»

Giacomo Tachis ne custodisce un ricordo che gli illumina lo sguardo.

Nel suo studio conserva una foto del fratello e alcuni libri che ne hanno contrassegnato il cammino, tra cui uno in particolare che mi ha mostrato con orgoglio: un testo di fisica che sembra accessibile solo ad un ragazzo con un bagaglio conoscitivo almeno universitario. Antonio Mario lo leggeva e rileggeva con naturalezza a soli diciassette anni.

A differenza del fratello, Giacomo non ha capito da subito cosa avrebbe voluto fare da grande.

Di una cosa era certo: voleva assaporare e godere la vita.

Allora come oggi era attratto dai sapori e dal gusto, tanto che la prima professione alla quale pensò fu il macellaio. Nella sua cameretta aveva delle lettere con disegnato il banco del macellaio con sopra tutti i salumi esposti: lui le guardava e fantasticava sul suo futuro dietro quel bancone tra coltelli, insaccati e bisticche da consigliare alle belle signore.

Sua madre, però, aspirava a ben altro per il figlio, e soprattutto desiderava che si concentrasse sui suoi studi senza distrazioni. Questo Tachis lo ricorda bene:

«Mia madre veniva su, mi dava due o tre ceffoni e io riprendevo a studiare. Mia madre è stata molto tenace, dura, ma aveva ragione. Mio fratello invece era molto più mansueto, molto più disciplinato di me.»

La madre è stata una persona fondamentale nella sua vita, ha sempre creduto in lui e non ha mai accettato l'idea di un futuro mediocre per il figlio, anche se non

tutti ancora riconoscevano in lui quel talento che gli appartiene, forse per il suo essere umile e riservato.

Dopo le elementari, seguì le scuole medie in un collegio dei Salesiani, l'oratorio creato da Don Bosco, e allora fu chiaro a tutti il suo temperamento tenace, forte, ribelle e insofferente di fronte all'autorità.

Per ben tre volte scappò dalla scuola perché non poteva sopportare di sottostare all'autorità e alle regole del collegio.

«L'ultima volta che sono tornato era il giorno che tutti scappavano dai militari, 60 anni fa.

Non ho mai sopportato gli eccessi religiosi. Io sono cattolico ma a modo mio. Non potevo stare in collegio. Quando il direttore disse alla mia povera madre «se vuole che suo figlio studi, lo dovrà togliere dal collegio» mi fece una grazia. Quando sono uscito mi alzavo alle cinque del mattino per studiare, non ho mai rotto le scatole a nessuno però.»

Gli anni di studio lo portarono finalmente a focalizzare i suoi interessi, arrivando a percepire l'amore per la chimica e la biochimica delle piante.

Ma ancora niente sembrava legarlo al vino.

1.3 Gli studi ad Alba

Concluse le scuole medie, la scelta divenne non più procrastinabile: cosa fare da grande?

Si iscrisse all'istituto agrario di Alba, con specializzazione in enologia anche se il mondo del vino, ancora, non faceva parte dei suoi pensieri.

La domanda è d'obbligo: allora perché quella scelta?

«lo avevo una famiglia modestissima, e la mia povera madre era cugina del direttore generale della Martini e Rossi in Francia, con sede a Parigi. Era un uomo bravo e molto intelligente.

Le disse:

“Non fargli studiare molto la filosofia, fallo studiare da enologo e poi te lo sistemo io.”»

Un sorriso pieno d'ironia e di gratitudine anticipa ciò che mi racconterà poco più tardi.

Si è iscritto alla scuola di Alba solo per la promessa fatta?

«Per il vino non ho mai avuto passione! Per la chimica del vino, sì! Per la chimica organica, per la chimica delle piante, per la biochimica, ma del vino me ne fregava, come adesso!»

Ascolto e un mito sembra sgretolarsi, ma dette da Tachis quelle parole assumono un tono diverso.

Dunque decisione presa, lui ama studiare la chimica delle piante e nella speranza che la promessa del cugino della madre venga mantenuta, senza tradire la sua anima alchimista, inizia il percorso formativo per poter diventare un giorno enologo.

Sono anni di studio, lavoro e divertimento tra gli alambicchi dei laboratori.

È una strada difficile quella che ha deciso di intraprendere ma la stessa testardaggine dimostrata con le reiterate fughe dal collegio dei salesiani, sarà complice della sua incoronazione a “principe degli enologi”.

Molti degli amici e conoscenti con fare sarcastico dicevano: “Studia per fare il mescolavino”.

Questa espressione, che sa già di storia, è molto cara a Tachis, che ama definirsi proprio così, forse per cercare di demistificare se stesso e aggiungere un sorriso beffardo alla sua professione.

Come ogni momento della sua vita anche questo è fatto soprattutto di persone, di relazioni umane e di affetti.

La maggior parte dei ricordi che lui possiede ed estrae con piacere dal proprio baule di vita sono persone. Infatti, è difficile sentirlo parlare di fatti o cose che lo hanno visto protagonista.

Ecco che nel ricordare alcuni professori, che lo hanno accompagnato nel suo percorso formativo, ripensa con simpatia e gratitudine a quanto gli è stato donato.

«Uno in modo particolare, è venuto addirittura a trovarmi in macchina l'anno scorso prima di morire, immagina: in macchina da Alba. Il professore di chimica, si chiamava Wainer Salati. Mi teneva in grande considerazione, mi voleva proprio bene. Diceva sempre che ero stato l'allievo più vicino a lui, il migliore che avesse avuto nella sua carriera professionale. Mi voleva proprio bene. Era un chimico molto bravo.»

Sarà un caso ma è proprio la chimica la sua passione. *Quella scienza che, usando le parole dello stesso Tachis, si occupa di tutto nella vita, ti porta alla radice delle curiosità della filosofia e della storia, garantisce l'equilibrio fisiologico di ogni corpo.* Questa è una delle magie che sa fare Tachis e che ho imparato a conoscere nei nostri incontri: con le sue parole riesce a rendere semplice e allo stesso tempo romantico qualsiasi cosa.

Altri due professori hanno affascinato e ispirato il giovane Tachis:

«Il professore di zimotecnica, ovvero lo studio degli enzimi, che a me piaceva moltissimo. Lui prima mi dava i voti e poi mi interrogava - ricorda con il sorriso sulle labbra -E poi ce n'era un altro, il professore che mi insegnava erboristeria e aromaterapia. Anche lui era un chimico molto bravo »

Il suo amore per lo studio e il desiderio di conoscenza, però, non gli sparivano con i corsi dell'istituto di Alba. Per questo iniziò ad interessarsi e a seguire con curiosità le ricerche portate avanti in Francia e negli Stati Uniti. Gli studi di un Professore dell'Università di Bordeaux catturarono la sua attenzione e ne fu così affascinato da prendere carta e penna per scrivergli la prima di una lunga serie di lettere. Già sapeva che quell'uomo gli avrebbe potuto insegnare molto.

Si trattava di Emile Peynaud, il padre dell'enologia moderna di Bordeaux, un filosofo oltre che scienziato del vino, colui che ha contribuito in maniera determinante a migliorare la qualità dei vini a livello mondiale.

Le ricerche portate avanti dallo studioso francese sono state una vera e propria ispirazione per Tachis. Quando ne parla l'emozione da un colore speciale ad ogni sua parola come se da sola fosse inadeguata a raccontare un personaggio tanto importante.

«Peynaud! È stato il più grande enologo del mondo. Viveva nella città di Bordeaux, figlio di un carrettiere, intelligentissimo, bravissimo, è stato il più grande enologo del mondo. Guarda i libri di Peynaud...»

Ricerca con lo sguardo e mi indica i testi scritti da Peynaud, custoditi nella sua libreria. Ne prende uno e, con orgoglio e gli occhi lucidi dall'emozione, mi fa leggere la dedica in prima pagina.

«Durante gli studi ad Alba io gli scrivevo sempre per corrispondenza. Ho un inserto dove tengo tutto. Lui era molto bravo, mi ha insegnato moltissime cose. Peynaud era un grande uomo, mi era molto in simpatia, eravamo molto amici. Mia figlia ha ancora i vestitini di quando era bambina, di quando aveva un anno. Sua moglie, quando lui veniva giù da Bordeaux, a Parigi le comprava il vestitino e glielo portava.»

Quando gli domando perché iniziò a scrivere a Peynaud, o cosa lo avesse incuriosito a tal punto da intraprendere quel rapporto epistolare, lui mi guarda, lasciando per un attimo il pensiero sospeso sul silenzio, e poi mi risponde:

« Ubi maior minor cessat! »

1.4 I primi impieghi

Tachis fin da giovanissimo è stato un grande sognatore, la sua mente gli ha permesso di fare lunghi viaggi nel tempo e nello spazio, ma ha sempre avuto la testa sulle spalle e i piedi per terra.

Per questo ancora oggi prova un'enorme gratitudine nei confronti dei suoi genitori che con sacrificio gli hanno permesso di fare ciò che amava più di ogni altra cosa: studiare. Da "bravo ragazzo", però, non ha mai voluto gravare sulle finanze della famiglia. Voleva e riuscì a lavorare fin da giovanissimo, mentre studiava ad Alba.

Ha affrontato a testa alta e con coscienza una gavetta lunga e faticosa che gli fa apprezzare e rispettare ancora più quel mondo che gli ha concesso di vivere nell'agio.

«Io andai subito a lavorare perché avevo bisogno di guadagnare qualche cosina. Ho lavorato subito sodo perché non volevo pesare sui miei. Mio padre faceva l'operaio in una fabbrichetta di tessuti.»

Ma da dove ha iniziato il giovane Tachis? Ripercorrendo con lui gli anni dei suoi primi impieghi si scopre che ancora una volta il vino non lo accompagna fin dall'inizio. Come negli studi anche nel mondo del lavoro quella con il vino è un'amicizia nata nel tempo, mai ricercata in prima persona e forse voluta più da altri che da Tachis stesso.

«Il mio primo lavoro è stato in una fabbrica di tessuti. All'inizio facevo il facchino poi mi offrirono l'opportunità di diventare comproprietario...»

No!

Voglio fare il mescolatore di vino, voglio fare l'enologo.

E piano piano ci sono riuscito. Avevo preso un titolo di studio e volevo sfruttarlo, altrimenti mi sarei sentito un fallito.»

Forse è stato proprio quello il momento in cui Tachis ha acquisito la consapevolezza: voleva fare l'enologo e nient'altro.

Adesso sapeva veramente cosa fare da "grande".

E con questa consapevolezza cercò un percorso lavorativo adeguato.

I suoi primi impieghi, però, non lo portarono direttamente nel mondo del vino, ma già si parlava di bevande e chimica.

Infatti, appena diplomato, mosse i primi passi della professione in una azienda liquoristica. Era un lavoro che amava e gli permetteva di sviluppare la sua passione per l'alchimia.

«Il mio primo impiego è stato in una distilleria, dove facevano i liquori Ballor, dove si produceva la famosa Prunella. Mi piaceva da morire, io amavo molto la chimica, e lì c'era un laboratorio enorme. Quando arrivai, però, l'azienda era già fallita, era in amministrazione controllata. Quando dovetti lasciare quel lavoro, perché la fabbrica aveva chiuso, mi è dispiaciuto moltissimo.»

Finita quell'esperienza a malincuore si rimise subito in carreggiata trovando posto in una Cantina sociale del Piemonte, ma doveva nuovamente sottostare alle direttive di gente modesta.

«Ci stetti sei mesi, mi trattavano e pagavano bene, ma non mi piaceva l'ambiente.» Tachis capì fin da subito che quello non era il suo posto, sentiva la stessa voglia di scappare dei tempi del collegio. Era un leone in gabbia pronto alla fuga non appena se ne fosse presentata l'occasione.

Lo spirito ribelle si ripropose con forza in quel periodo:

«Avevo già in mente di andare in una distilleria. Quando il direttore della cantina mi diceva: "Tachis dobbiamo fare questo e quello", tra me dicevo "Te lo farai da te!".»

Presto cominciò a cercare un nuovo impiego e l'opportunità non si fece attendere a lungo.

Ciò che lo appassionava e desiderava conoscere in profondità era la chimica dell'alcol, così non appena gli fu offerto un lavoro alla distilleria di Imola, Alberti Tommaso, non ci pensò su due volte. Si rimise il camice bianco e in mezzo ad alambicchi e provette produsse alcool per un anno e mezzo, dissetando la propria anima di alchimista.

E la Martini e Rossi? Che fine aveva fatto la promessa del cugino della madre?

«Poverino lui ce la avrebbe messa tutta, ma io ero un tale coglione che andavo a dire che mi piaceva studiare.»

Mai bisogna dire che ti piace studiare! Mai!

Perché gli altri diventano gelosi.

Io, sai, andavo a scuola e studiavo sul serio perché mi piaceva e quando andai da un dirigente della Martini e Rossi a Torino gli parlai degli studi che si facevano in Francia e dimostrai di conoscere bene la chimica dell'enologia. Si sono quasi impauriti e hanno pensato: "ora mi metto dentro la serpe in seno!". Si sono opposti, non mi hanno assunto.

Mi sono dovuto guadagnare il pane da un'altra parte, ma me ne sono fregato, anzi ringrazio il Dio.»

1.5 Dal Piemonte contadino alla Toscana dei nobili

Alla Alberti Tachis credeva di aver trovato la sua strada, la sua professione del presente e del futuro. Faceva il liquorista, un lavoro che gli permetteva di studiare ciò che lo appassionava: la distillazione, l'alchimia del vino. Abitava in una città che amava: l'allegria e vivace Imola. Città che agli occhi del giovane Tachis rappresentava un vero e proprio paradiso di gaudenti: buon mangiare, splendide donne e cultura. Tutto sembrava concorrere a disegnare il cerchio perfetto.

Poi un giorno arrivò una lettera datata 29 marzo 1961 del Professore Giuseppe Dell'Olio, preside dell'Istituto di Alba. Gli scriveva di aver pensato a lui per un'azienda di grande prestigio in Toscana che cercava un enologo. Aveva fatto il suo nome e garantiva per il promettente allievo descrivendolo ai toscani come «*elemento ottimo sotto ogni punto di vista, serio, stimato, studioso e attivo, è preparato a fondo per ogni genere di lavorazione*».

Tachis all'inizio sembrò certo di non voler accettare la proposta: non trovava alcun motivo per abbandonare quello che già aveva. Il vino, solo il vino, non lo attraeva.

«*Gli ho risposto:*

“Io sono a Imola e sto benissimo: mangio, bevo ed è pieno di ragazze. Se devo fare un'esperienza me lo dica, ma io non vado a cercare niente.”»

Il Professore conosceva bene il talento di Tachis e non si arrese di fronte alla sua prima alzata di spalle. Cercò di incoraggiarlo, facendogli sapere che si trattava della Ricasoli, una delle più grandi e rinomate case vinicole toscane.

Il giovane Tachis, però, era tanto disinteressato al mondo del vino da non conoscere l'azienda.

Si informò un po' in giro e dopo tanti momenti passati a pensare al da farsi decise di accettare, anche se in cuor suo ancora non era convinto.

Dover andare a vivere «*in mezzo ai boschi, lontanissimo da Firenze*» stonava con la sua voglia di divertirsi.

Allora, «*prima di andare mi informai. Non conoscevo l'ambiente del vino, e il direttore di una grande cantina, vicino a Ravenna, che faceva 300.000 ettolitri mi disse: “aspetta che chiedo all'amministratore delegato dell'Antinori, è un mio amico”, e lui gli rispose: “cerchiamo anche noi un enologo”*».

Così il giovane Tachis a soli 28 anni aveva la possibilità di scegliere in quale delle due migliori aziende vinicole della Toscana andare a lavorare: Ricasoli o Antinori?

Non era facile rispondere a quella domanda, ma fu aiutato dalla necessità; infatti per abbandonare quel lavoro in distilleria che lo appassionava, e Imola, la città che tanto amava, avrebbe scelto razionalmente la proposta migliore.

«*Avevo bisogno di guadagnare qualcosa.*»

Quindi la decisione si basò unicamente sullo stipendio?

Certo che no!

Lo spirito godereccio del giovane Tachis giocò in ogni caso un ruolo fondamentale nella scelta, spingendolo a valutare con attenzione dove fosse ubicata l'azienda. Su un piatto della bilancia aveva la Ricasoli, con sede a Gaiole in Chianti, lontano da Firenze e da Siena, sull'altro le tenute dei marchesi Antinori, adagate sulle colline di S. Casciano in Val di Pesa, che guardano da vicino Firenze.

«*Alla Antinori mi pagavano molto bene. Si pensi che un povero operaio allora veniva pagato 30.000 lire al mese; a me ne davano 200, figurati. Ero un signore. Ma... S. Casciano è vicino a Firenze, o no?*»

Scelta fatta!

«Sono entrato da Antinori e non ho più cambiato fino alla pensione. Non è banale!¹²»

L'8 maggio 1961 viene assunto dagli Antinori, dove lavora con passione come direttore tecnico per trent'anni.

L'uomo che arriva dal Piemonte contadino inizia così a lavorare con i nobili toscani. «A questo punto ho trovato il modo di appassionarmi al vino, prima di tutto per non rendere il lavoro una condanna, seconda cosa mi piaceva la chimica; allora ho cominciato a occuparmi di queste cose, di microbiologia, eccetera, eccetera. Dopo di che mi sono appassionato dello studio dei microbi, dei batteri... da qui è nata la predilezione per il vino. Ho passato tante notti a leggere le cose che mi piacevano. Molti leggono i romanzi, io leggevo i testi di chimica e di microbiologia.»

Dopo aver lavorato per anni per i prodotti finali del vino, liquori e grappe, finalmente Tachis inizia a occuparsi di vino. Dai laboratori delle distillerie si trasferisce nelle cantine: si butta a capofitto tra tini e filari, e presto arrivano i primi successi.

Col senno di poi è possibile affermare che non poteva essere più fortunato: un produttore ambizioso e un territorio che porta nell'anima il seme della viticoltura.

È evidente come sia un connubio perfetto e nato nel momento migliore, quello tra Giacomo Tachis e la famiglia Antinori.¹³ Li accomuna tanto una spiccata vocazione alla lungimiranza e all'innovazione quanto un solido ancoraggio alle tradizioni del passato.

Se da un lato Tachis non dimentica mai di fare un tuffo nella storia interrogando i libri, dall'altro la Famiglia Antinori ha un legame inscindibile con il passato: basta pensare che il loro nome è legato al vino da più di 600 anni. Sono la famiglia dei più antichi vinattieri della Toscana¹⁴.

Nel XVII secolo Francesco Redi ne immortalò i successi nel suo *Bacco in Toscana*, con questi versi incredibilmente moderni:

¹² Come Tachis stesso dice riferendosi alla propria carriera, il suo curriculum è lineare: nel 1961 è stato assunto dall'azienda Antinori come direttore di produzione, e tale è rimasto fino alla sua pensione nel 1992.

¹³ «Se è vero che dobbiamo principalmente agli Antinori la Rinascita del Chianti, è anche vero che gli Antinori hanno potuto realizzarla avendo un enologo come Giacomo Tachis. Così come è vero che Giacomo Tachis è diventato l'enologo più importante d'Italia, e la sua fama si è estesa in campo internazionale, grazie alle possibilità che gli sono state offerte dagli Antinori e alla loro politica innovatrice. Come dire: gli Antinori trovarono l'enologo ad hoc assumendo il giovane Tachis, e il giovane Tachis, piemontese di alba, diplomato all'istituto Enologico di Alba, trovò il produttore ad hoc scendendo in Toscana e accettando di vivere nel Chianti la sua carriera.» in A. Santini, *Chianti, amore mio*, Franco Muzzio Editore, 2005, p. 201

¹⁴ Cfr. P. Nanni, *Vinattieri fiorentini dalle taverne medievali alle moderne enoteche*, Firenze 2003.

Là da'Antinoro in sù quei colli alteri,
 Ch'an dalle Rose il nome,
 Oh come lieto, oh come
 Dagli acini più neri
 D'un Canaiuol maturo
 Spreme un mosto sì puro,
 Che ne' vetri zampilla
 Salta, spumeggia, e brilla!
 E quando in bel paraggio
 D'ogni altro vin lo assaggio,
 Sveglia nel petto mio
 Un certo non so che,
 Che non so dir s'egli è
 O gioia, o pur desio:
 Egli è un desio novello
 Novel desio di bere,
 Che tanto più s'accresce
 Quanto più vin mesce.

Il tuffo nel linguaggio universale e senza tempo della poesia ci riporta direttamente al racconto della vita di Giacomo Tachis, sempre impregnata di terra, cultura, alchimia, musica ed arte.

Nel 1961 Tachis fu ingaggiato da Niccolò Antinori, un uomo che ha sempre ammirato. Lo descrive con la voce rotta dall'emozione: un grande uomo, galante, sensibile, molto intelligente e lungimirante. Un uomo che è stato capace di farlo ricredere su ciò che il mondo del vino rappresentava ai suoi occhi ancora acerbi e inesperti:

«A me non piaceva il mondo del vino, un mondo di contadini, un mondo di ricchi, che oltre i soldi non avevano niente. Andavano all'estero solo perché i genitori li mandavano a prendere il titolo di enologo, ma in testa non avevano niente.»

Quando Tachis arrivò nell'azienda degli antichi "vinattieri" fiorentini, erano anni difficili quanto effervescenti per il vino italiano. Era ancora l'epoca del romantico fiasco, ma il Chianti godeva di una reputazione vicino allo zero.

Il mondo del vino attraversava una profonda crisi economica, con i giovani che fuggivano in città per cercare maggior fortuna e scappare dalla miseria delle campagne, e i vecchi proprietari erano schiacciati sotto il peso dei debiti¹⁵. Molte aziende agricole furono abbandonate e comprate a prezzi stracciati da imprenditori all'avanguardia dalle origini più diverse¹⁶.

¹⁵ «Tante vicende, belle e meno belle: negli anni Sessanta, per esempio, la media e grande proprietà attraversò momenti difficili in cui valutò seriamente la convenienza della coltura della vigna, sia per i costi di gestione, sia per la crisi di mercato, che per la concorrenza straniera nei confronti dei nostri vini, i quali si presentavano al gusto del consumatore internazionale con serie incertezze qualitative.» in G. Tachis, *La vite e il vino dalle origini ai nostri giorni*, Regione Toscana – Dipartimento dello Sviluppo Economico, 2000

¹⁶ cfr. G. Tachis, *I vini nuovi*, in Z. Ciuffoletti (a cura di) *Storia del vino in Toscana. Dagli etruschi ai nostri giorni*, Edizioni Polistampa, Firenze 2000.

La mezzadria era scomparsa¹⁷ e la campagna richiedeva una profonda ristrutturazione.

Tutto ciò che fino ad allora aveva voluto dire produrre vino doveva essere rivisitato e ripensato. Era arrivato il momento di rimboccarsi le maniche e vestirsi d'umiltà per produrre nuovi vini realmente richiesti dal mercato. Sotto la spinta di ingenti investimenti ogni singolo bullone della macchina di produzione del vino fu sostituito. Sono quindi anni di ricerche ed esperimenti, trascinati dalla frenesia del mercato ma con il ritmo della calma e della pazienza che il vino esige.

Quando Tachis arrivò nella campagna toscana, non era il solo a muovere i primi passi della professione. Infatti in quegli stessi anni Niccolò Antinori cominciò a introdurre nell'azienda il figlio Piero, fresco di laurea in economia e commercio, che presto avrebbe preso il suo posto. La personalità di Piero Antinori rispecchia quella del padre: dinamico, sensibile, intelligente, dallo spirito innovativo e innamorato del vino. Tachis ne ha sempre lodato il palato fine.

Così, durante gli anni '60, tutti e tre cominciarono a lavorare in sincronia per cercare di trasformare il vino in un prodotto di qualità capace di sfondare i confini nazionali.

Girarono il mondo, viaggiando soprattutto in Francia, Germania e Stati Uniti, per vedere e assaggiare ciò che i produttori stranieri producevano.

Sapevano che l'immagine del Chianti era ormai deteriorata e non riusciva a competere con quei mercati esteri. Quello di allora era un vino rosso leggero e con aromi fugaci che piaceva ai toscani ma non era in grado di affrontare la concorrenza francese¹⁸.

Dopotutto si ignoravano ancora i segreti più nascosti della struttura del vino.

“Botte vecchia fa buon vino” non era solo un detto, ma pratica quotidiana nella produzione di un vino nato da un mix di uve bianche oltre che rosse, e invecchiato in enormi botti di slavonia. L'arretratezza tecnologica pesava sulle spalle dei produttori e inevitabilmente sulla qualità finale che troppo spesso si dimenticava puntando solo sulla quantità.

Inoltre le conoscenze in microbiologia erano ancora scarse e il ruolo dell'enologo nella maggior parte dei casi si limitava a dover assicurare la stabilità del vino in bottiglia, oppure vestito da santone gli si richiedeva di fare miracoli trasformando uve mediocri in grandi vini.

Gli Antinori volevano produrre un vino di nuovo concetto ed erano consapevoli che il difficile passo da compiere era quello di costruire una nuova cultura enologica.

¹⁷ «Il volto della viticoltura toscana mutò drasticamente dopo la seconda guerra mondiale, quando cominciò ad essere smantellato l'ormai vecchio sistema della mezzadria. Dal XVI secolo ogni grande azienda era stata divisa in varie piccole fattorie, ognuna curata da una famiglia. Il proprietario provvedeva all'investimento finanziario, comperava le sementi, gli attrezzi e quant'altro serviva, mentre i contadini contribuivano con il loro lavoro. Ogni coltivazione, olivo, grano e vino, era divisa tra il proprietario e i suoi mezzadri, i quali potevano vendere quanto sopravanzava alle loro necessità. Una villa padronale, le case dei contadini e la cappella formavano una comunità autonoma. In caso di assenza del proprietario, l'azienda era spesso condotta dal suo fattore, una posizione che spesso passava di padre in figlio. La fattoria toscana dall'inizio del nostro secolo costituiva un esempio di agricoltura di sussistenza autosufficiente.» R. George, *Chianti e gli altri vini della Toscana*, Idealibri, Milano 1991, p.33

¹⁸ cfr. G. Tachis, *op. cit.*

Tachis è l'uomo che con umiltà e intuizione è riuscito a tradurre in tecnica ciò che loro desideravano, esprimendola nella teoria e su cui investivano ingenti somme di denaro.

La carta vincente di questo trio formato da tre grandi uomini è stato il sapersi mettere in gioco e l'aver creduto fino in fondo a ciò che stavano facendo. Hanno esplorato sentieri sconosciuti all'Italia vitivinicola di allora nonostante il tanto scetticismo che li circondava.

Sono stati anni di duro lavoro e profonda trasformazione dell'azienda stessa. Niente poteva essere dimenticato dalla vigna alla commercializzazione delle bottiglie.

«Eravamo umiliati dall'estero e c'è stata subito una reazione a cui ha corrisposto un'azione innovatrice»

Così i primi passi si fecero sulla terra, acquistandola e rivoluzionandola: ad esempio dalla coltura promiscua si passò ai vigneti specializzati, con una maggior densità di piante per ettaro, ma una resa più bassa per ceppo.

Poi fu la volta della cantina che venne trasformata sia nell'architettura che nell'approccio.

Infine non hanno mai dimenticato di curare con grande attenzione la commercializzazione dei loro prodotti, giocando molto sull'immagine che ogni singola etichetta portava, o poteva portare con sé, come valore aggiunto.

Questo è quanto scrisse Tachis negli anni '70 in uno studio accurato sui vigneti toscani, quando la rivoluzione era ormai innescata, e si potevano vedere i primi risultati di tanto lavoro:

«Oggi la Toscana produce più vini di ieri e produce vini che esporta in grande quantità e che potrà esportare ben di più se i produttori riusciranno a migliorarne la qualità, "aggiornandola" alle caratteristiche della richiesta internazionale. Un gran male dei Toscani è l'exasperato tradizionalismo in fatto di agricoltura. Oggi queste cose si sono comprese o stanno per essere comprese e quindi prende il via la ventata di tecnica innovatrice in campo di viticoltura e specialmente di enologia.»¹⁹

Ripercorrendo i momenti significativi che hanno segnato il suo percorso lavorativo dagli Antinori, i pensieri di Tachis ritornano indietro nel tempo, proprio a quegli anni votati all'innovazione.

Ricorda con piacere e con orgoglio la creazione della nuova cantina e così la racconta:

«Quando sono arrivato c'erano due "capannoncini". Si facevano 800/900.000 bottiglie già allora. Quando sono uscito se ne facevano 16 milioni. Allora abbiamo dovuto costruire lo stabilimento nuovo. Ricordo che Niccolo Antinori mi disse: "Tachis, è un dovere civile che noi facciamo la cantina". Ci sono stati dei momenti bellissimi in cui mi sono dedicato anima e corpo.»

Continuando il viaggio nei suoi ricordi ci tiene a sottolineare come gli anni che ha trascorso nell'azienda Antinori sono sempre stati piacevoli ed entusiasmanti, lavorando volentieri e con soddisfazione. Una professione che gli permetteva di studiare la chimica e la microbiologia e spesso gli consentiva di viaggiare, girando il mondo in lungo e largo, alla scoperta di nuovi luoghi e nuovi approcci all'enologia.

¹⁹ G. Tachis, *Studio sui vitigni in Toscana*, San Casciano in Val di Pesa, 4 Aprile 1979

Poi il suo sguardo si illumina e mi racconta con trasporto del suo incontro con Peynaud.

All'inizio del percorso intrapreso, investito di un ruolo fondamentale dalla famiglia Antinori, pensò che per raggiungere l'obiettivo prefisso avrebbe avuto bisogno di un consulente, ma non uno qualsiasi: ne voleva uno molto più bravo di sé.

Tachis, infatti, non si è mai ritenuto un fuori classe e ha sempre avuto coscienza dei propri limiti. Fin da subito sapeva dove orientare la sua ricerca: Bordeaux.

Così chiese agli Antinori di poter andare all'università di Bordeaux per ingaggiare come suo consulente Ribereau-Goyon, il cui "Trattato di enologia" è la bibbia di ogni enologo: *«Marchese, io vorrei un consulente, ma lo vorrei bravo, molto più bravo di me, altrimenti è inutile cercare un consulente. Io vorrei Ribereau-Guyon.»*

Gli Antinori capirono e accettarono la richiesta di Tachis, così lo mandarono nella patria dei vini francesi con la missione di trovare il "consulente perfetto".

Una volta arrivato a destinazione Tachis non riuscì a parlare con Ribereau-Guyon perché era all'estero, ma il caso ha voluto che tra i corridoi dell'università incontrasse Peynaud. Del grande enologo francese Tachis già ammirava le ricerche effettuate e i loro rapporti epistolari andavano avanti fin dai suoi studi all'istituto di Alba. Quando lo incontrò l'impressione positiva che ne aveva e l'ammirazione che provava furono solo confermati, se non esaltati. La sintonia fra i due fu immediata: fin dalle prime parole che scambiarono capirono di viaggiare sulle stesse frequenze. Tachis gli raccontò il motivo del suo viaggio, lo mise a conoscenza delle difficoltà che l'azienda Antinori incontrava e gli chiese: *«Professore vuol fare lei il consulente da noi?»*

Peynaud accettò subito l'invito: *«Avec grand plaisir»*.

Così iniziò la loro collaborazione: Tachis andava una volta ogni due o tre mesi in Francia, mentre Peynaud scendeva nel Chianti almeno una volta l'anno.

Oltre al rapporto lavorativo si instaurò un'amicizia vera e profonda fra i due enologi che ancora oggi emoziona Tachis e gli concede ricordi che lo fanno sorridere.

«Peynaud era consulente delle più grandi aziende del mondo, tutti i nomi sopra la fantasia addirittura.»

Peynaud era un uomo altissimo, grande e grosso, mangiatore straordinario anche lui.

Un giorno vado a Bordeaux, facendo scalo a Parigi, perché ancora non c'era il collegamento diretto, e la valigia va a finire a New York. Sono arrivato a Bordeaux la sera e pioveva moltissimo, ma non avevo niente, allora Peynaud mi prestò il suo impermeabile (ride) che mi arrivava alle caviglie.»

A questo punto ai tre pionieri italiani del Rinascimento del vino si è aggiunta la nota francese del grande Peynaud.

I personaggi della storia sono scritti, non resta che rivivere la nascita dei nuovi vini che con il tempo hanno avuto ragione e hanno segnato il percorso della rinascita del vino italiano.

1.6 La nascita del fenomeno *SuperTuscan*

Il 1968 rappresenta sicuramente un anno fondamentale tanto per la vita del principe degli enologi quanto per il secondo Risorgimento vitivinicolo tutto italiano.

È allora che, dopo l'invito da parte degli Antinori, il giovane enologo si presenta alla porta del marchese Incisa della Rocchetta un po' controvoglia, come Tachis stesso rivela. Un incontro colorato da qualche dissapore iniziale, da cui nasce una grande amicizia e il Sassicaia, il primo grande vino italiano in grado di competere con gli Chateaux d'oltralpe.

«Io mi sono occupato del Sassicaia mio malgrado, perché non avevo mica tanta voglia di occuparmi dei vini. Ho dovuto farlo. Poi siamo diventati grandi amici, soprattutto io e Niccolò Incisa, il figlio di Mario. Lui era un orgoglioso, era un grande marchese, un vecchio marchese, un classico marchese.»

Fu proprio il "vecchio Marchese" Incisa della Rocchetta ad avere l'intuizione madre della celebre etichetta con la stella d'oro a otto punte in campo blu.

Non si può, però, dimenticare di ricordare come oggi non avremmo il piacere di conoscere quella bottiglia se due giovani contessine della antica famiglia dei Della Gherardesca non avessero fatto innamorare un Antinori e un Incisa della Rocchetta. È grazie ai loro matrimoni che un "vinattiere" professionista e un "vinattiere" dilettante arrivarono in Maremma, a Bolgheri, quando ancora quel territorio non conosceva una vocazione enologica. I due sposi iniziarono le loro avventure enologiche in modo autonomo e individuale; infatti Antinori piantò vigne da cui produrre un vino Rosè di tutto rispetto, mentre Mario Incisa della Rocchetta si immerse in un'avventura enologica innovativa, che cercava di rispondere a un'unica esigenza: il proprio gusto.

Il Marchese era piemontese d'origine, e piemontesi erano le radici del suo gusto: come poteva piacergli il Chianti? Troppo rissoso, come i toscani. Amava i grandi rossi di Bordeaux e per molti anni cercò di produrre con le sue vigne un vino per pochi (pensava agli amici) che fosse in grado di soddisfare il suo palato e di competere con la bevanda prodotta dall'amico Barone di Rothschild.

La sua avventura cominciò nel 1944, piantando 1000 barbatelle di Cabernet Sauvignon in una vallata a 350 mt. S.l.m nei pressi di Bolgheri.

I risultati iniziali furono scoraggianti.

Ne fece una prima etichetta nel '58 ma il responso del fattore e degli amici a cui ne offriva un bicchiere era sempre deludente: vino imbevibile, duro e scontroso.

Al Marchese non restò che lasciare quelle bottiglie in cantina.

Ben dieci anni dopo il figlio Nicolò Incisa riprese in mano quelle prime bottiglie e con stupore la stoffa di quei vini fece nascere un entusiasmo dimenticato.

I cugini Antinori, da imprenditori lungimiranti come sono, seppero cogliere la palla al balzo e decisero di investire proprio su quell'outsider prendendo in mano la parte commerciale e "prestandogli" il loro fiore all'occhiello: Tachis.

Eccoci arrivati al 1968 quando Tachis entra a far parte della leggenda del Sassicaia.

All'inizio gli si richiese solo una valutazione tecnica e una degustazione delle bottiglie dimenticate in cantina. Ne fece un blend di diverse annate, che le prime 3000 bottiglie con etichetta 1968 contenevano. È nello spaccio aziendale lungo l'Aurelia dove i primi acquirenti poterono comprare quelle fortunate bottiglie.

Con il tempo Tachis ha iniziato a seguirne completamente il processo evolutivo dalla vigna al vetro e non ne ha mai lasciato la consulenza, neanche quando l'azienda Antinori uscì dal progetto Sassicaia.

Il Sassicaia infatti occupa un posto insostituibile nel cuore di Tachis. Sarà perché Bolgheri è un luogo stupendo, raccontato poeticamente dalle parole di Carducci. Sarà perché l'amicizia con il Marchese Niccolò Incisa della Rocchetta è vera e sincera. Sarà perché è il primo vero successo con la sua firma ed ha insegnato tanto al giovane enologo.

È insindacabile che il Sassicaia sia stato il vino pioniere di tante novità in vigna e in cantina che negli anni '60/'70 potevano sembrare frutto di fantascienza o follia, mentre oggi sono la base dell'enologia italiana: vigne specializzate non più coltivate ad alberello ma con il metodo a cordone speronato, orientamento dei filari non più a nord ma a sud, raccolta dell'uva anticipata, fermentazione a temperatura controllata, fermentazione malolattica, invecchiamento nelle barrique e affinamento in bottiglia.

Fin dalla sua prima uscita nel 1968 conobbe i favori del pubblico e nel corso degli anni l'eccezionale collaborazione Incisa – Tachis ha introdotto miglioramenti che hanno permesso la creazione di un vero mito dell'enologia. Un vino che più di altri sa raccontare la propria leggenda, tra certezze e misteri, e sa essere portavoce dell'eccellenza italiana nel campo della vitivinicoltura. Un vino che nonostante nasca da uve internazionali, Cabernet Sauvignon e Cabernet Franc, è capace di susurrare con i suoi profumi l'essenza toscana della terra da cui proviene. Un vino, inoltre, che ha fatto scoprire un territorio fino ad allora sconosciuto: Bolgheri.

Sono tanti i grandi vini nati proprio da quelle colline che guardano il mare, dopo il successo del pioniere Sassicaia: Grattamarco, Guado al Tasso, Masseto, Messorio, Ornellaia.

Forti del successo riscosso dal Sassicaia i Marchesi Antinori decisero di seguire quella strada anche nel Chianti.

Insieme a Tachis desideravano fortemente valorizzare quel territorio e iniziarono con la Tenuta di Santa Cristina. L'idea era di produrre un vino a base di Sangiovese che fosse capace di oltrepassare i confini nazionali, con un forte carattere tradizionale ma ridipinto nella modernità.

Alla luce del fatto che l'intento era l'immissione nel mercato internazionale, è evidente come il progetto fosse sostanzialmente diverso da quello del Sassicaia, voluto, inizialmente, solo per soddisfare il piacere del Marchese Mario Incisa della Rocchetta.

«E' un progetto nato perché eravamo stufi di sentirci dire che i vini italiani non valevano nulla. Ci prendevano quasi a pesci in faccia tanto il Chianti di allora era degradato.»

Il percorso che seguirono per poter raggiungere l'obiettivo prefisso richiese anni e un totale cambio di rotta rispetto al prodotto tipico di quella zona, fregandosene dei disciplinari e della ricetta²⁰ del "Barone di Ferro", Bettino Ricasoli. Questa scelta

²⁰ Nel 1841, Bettino Ricasoli, dopo molti studi e sperimentazioni effettuate nella Tenuta di Brolio, divulgò la composizione che gli sembrò più idonea per i vini del Chianti: 70% Sangiovese, 15% Lanaiole, 15%

nasceva dalla consapevolezza che quel vino rosso a pronta beve, frizzante e “simpatico” non soddisfaceva il gusto internazionale.

Dopo una prima uscita nel 1971 come Chianti Classico fecero la scelta coraggiosa di eliminare completamente dall'uvaggio (previsto dal disciplinare) le uve bianche.

Fu così inevitabilmente declassato a vino da tavola.

Un'altra carta fino ad allora insostituibile del Chianti fu rimpiazzata: il “governo”.

Tachis, infatti, ne seguì attentamente la fermentazione malolattica che conosceva bene grazie all'esempio francese e californiano. Fecero riposare il vino in piccole botti di rovere francese (le cosiddette barriques) poi affinato in bottiglia.

Quando a tavolino si trovarono di fronte alla scelta del nome da donargli, per valorizzarne la territorialità puntarono al toponimo del vigneto stesso.

Nel 1971 il risultato è quello che oggi conosciamo: il Tignanello, una miscela di Sangiovese e Cabernet.

Un nome sufficiente ad evocare il successo. Il vino che come pochi altri suoi contemporanei ha saputo tracciare la strada del rinascimento enologico e che gli americani hanno chiamato con indubbia efficacia Super Tuscan, cercando di rimediare al “solito pasticcio all'italiana” che lo considerava, per i disciplinari allora in vigore, un semplice vino da tavola.

Oltre oceano riscosse, infatti, fin da subito un gran successo.

In Italia invece non tutti applaudirono a quella creazione, non compresa fin dall'inizio e accusata di offuscare la tradizione toscana. Poi con il tempo è diventata una vera e propria ispirazione per un numero sempre maggiore di vini che ne hanno seguito la scia.

Tra i primi fautori di quell'etichetta si ritrova il grande Veronelli, l'uomo che ci ha insegnato a saper bere il vino e amarlo come espressione della civiltà di un paese.

A questo punto era il momento e la volontà c'era di immergersi in una nuova avventura.

L'idea era di creare un Super Tignanello. Così nel 1978 fece la sua prima apparizione nel mondo del mercato enologico il Solaia, con proporzioni opposte alla bottiglia ispiratrice, il 20 per cento di Sangiovese e il resto di Cabernet, ma con metodi di vinificazione molto simili. Dopo quattro anni di assaggi ed esperimenti nel 1982 esce con la composizione che ancora oggi conosciamo e che le ha regalato un successo unico: 75% Cabernet Sauvignon, 5% Cabernet Franc e 20% Sangiovese.

Nel 2000 il Solaia 1997 è stato protagonista di un duplice primato che rimarrà nella storia: è stato eletto come miglior vino dell'anno dall'autorevole rivista “Wine Spectator” ed è stato il primo vino italiano a sedersi sul gradino più alto di quel podio tanto ambito.

I degustatori-giudici di “Wine Spectator” hanno definito il Solaia '97 come «indimenticabile» e per le loro scelte hanno tenuto conto di quattro criteri: qualità, prezzo, produzione e un «fattore x», definito eccitazione.

A questo punto sarebbe facile accusare Tachis di tradimento alla tradizione toscana.

Malvasia. I disciplinari del secolo successivo prevedevano la possibilità di far entrare nell'uvaggio anche il Trebbiano, fino a consentirne una presenza pari al 30%. Cfr. A. Santini, *op. cit.*

Ad una rilettura superficiale la presenza di uve internazionali (Cabernet) in questi grandi vini, l'utilizzo di metodi in cantina come la fermentazione malolattica e l'invecchiamento in barrique al posto del "governo" e delle grandi botti di slavonia potrebbero essere facili bersagli di critiche di esterofilia.

Non si può trascurare di vedere ciò che veramente è.

Proprio grazie a quelle novità in vigna e in cantina, Sassicaia, Tignanello e Solaia sono vini che hanno saputo e sanno raccontare la Toscana.

Forse è vero che portano con sé l'immagine di una regione un po' diversa da quella del Chianti fino agli anni '60: hanno fatto conoscere una Toscana innovativa, a passo con i tempi, multiforme e con peculiarità tanto forti da rendersi riconoscibile attraverso vitigni "nuovi".

Un esempio?

Quale vino più del Sassicaia ha saputo rivalutare un territorio?

Oggi tutto il mondo conosce Bolgheri grazie a quella bottiglia che ha fatto il giro del pianeta. La Costa degli Etruschi vive un presente economico florido, che 30 anni fa sembrava impossibile, grazie ai tanti investimenti fatti sulle sue terre per piantare e specializzare nuovi vigneti per produrre vini di qualità apprezzati in tutto il mondo. È, inoltre, sempre più meta di turisti italiani e stranieri che vogliono vedere e assaporare il profumo riconoscibile in ogni goccia del suo "sangue".

Basta un'occhiata per veder come Solaia e Sassicaia abbiano una composizione di uve molto simile, ma è sufficiente un sorso per capire che sono due vini completamente diversi, perché capaci di ricordare nel gusto e nel profumo due territori distinti: Bolgheri e il Chianti.

È inutile soffermarsi troppo su ciò che c'è scritto sull'etichetta quando il valore di una bottiglia la si può scoprire solo ed unicamente degustando quel liquido che contiene.

Oggi si sente tanto parlare di Terroir come mix di tradizioni, cultura, clima, storia che un territorio porta con sé e che si ricerca nei vini figli di quello specifico territorio.

Questo Tachis lo insegna.

Ogni sua creazione viene concepita prima di tutto in una attenta rilettura del territorio nel passato e nel presente e con la consapevolezza che la tradizione non deve essere sinonimo di immobilismo, ma riletta in chiave moderna. Solo così la tradizione stessa diventa il vero strumento dell'innovazione.

D'altra parte, come ha scritto Carlo Cambi in modo magistrale, «*la strada maestra è valorizzare le nostre identità-diversità, perché in un mondo che tende a omogeneizzare occorre pensare sì globale, ma agire locale.*»²¹

Dopotutto il primo segno di rispetto è la conoscenza profonda di ciò che si vuol plasmare.

1.7 "Vecchi" e nuovi prodotti toscani

Il risultato del lavoro di Tachis in Toscana non è stato solo la nascita di nuovi prodotti enologici, ma, anche, la rivalorizzazione dei più tradizionali.

²¹ C. Cambi, *Tachis, la mia guida degli autoctoni*, in "Il Sommelier Italiano", Luglio/Agosto 2003

Al prodotto toscano per eccellenza Tachis ha riservato infinite attenzioni: il Vin Santo.

Un vino a cui ha dedicato un testo appassionante, romantico e tecnico allo stesso tempo²².

Non ha saputo resistere al fascino delle leggende che lo circonda.

Già il nome, Vin Santo, è oggetto di contesa storica.

Non esiste bevanda che più del Vin Santo sappia rappresentare la Toscana e le sue identità plurali, sociali e territoriali. Un vino misterioso e affascinante come la terra stessa che rappresenta, difficile da definire una volta per tutte, perché caratterizzato da varietà di colori, uve e percezioni sensoriali.

Tachis lo descrive così: «*il vino dell'ospitalità, dell'amicizia, della cortesia e in più è "il vino di tutte le ore del giorno".*

Chi, in Toscana, non offre infatti un bicchierino di Vin Santo ad un ospite, ad un amico?»²³.

Un vino che oggi apprezza ancora più perché nel mare dell'arroganza, del rumore e della falsa eleganza della società attuale è capace di esprimersi con forza attraverso una semplicità troppo spesso dimenticata. Con parole recenti così lo racconta:

«*Il Vin Santo ha un'anima acuta e vasta che non si arresta ad ogni episodio, ad ogni evento enologico, ma avanza sempre.*

Esso si stanca della stordente attualità vitivinicola, delle produzioni gigantesche e pubblicizzate, rumorose...

Si avvicina al "grande" perché è grande in umile semplicità.»²⁴

Quando ho letto queste parole mi ha sorpreso come tutti gli aggettivi usati per connotare il Vin Santo siano gli stessi che userei senza paura di sbagliare per raccontare chi è Giacomo Tachis oggi. Forse se per gioco gli chiedessi quale vino sarebbe se nascesse come tale direbbe proprio il Vin Santo. Basterebbe ricordare cosa scrisse Cecco da San Salvi nel 1879 per descrivere l'occhio di pernice, uno degli ingredienti più tradizionali e capace di produrre "*vino spritoso da navigazione*".

Quel nettare degli dei, dolce o secco che sia, è portavoce di una toscanità vera, maturata nei secoli nei singoli nuclei familiari più per diletto che per imprenditorialità. Infatti, nonostante conosca una tradizione di secoli, è a partire dagli anni '70 che si è riscoperto il gusto di produrne di qualità grazie alla necessità di individuare alternative destinazioni per l'uva bianca di Trebbiano e la Malvasia eliminate dall'uvaggio dei vini rossi toscani di nuova generazione.

L'audace scelta di abbandonare la ricetta del Barone Bettino Ricasoli del Chianti Classico, di cui Tachis è il promotore, ha avuto come conseguenza ulteriore anche una novità, ancora una volta nata dall'esigenza di riconvertire la funzionalità di quei vigneti colorati da acini candidi, sotto forma di un nuovo prodotto toscano che si è

²² G. Tachis, *Il Vin Santo in Toscana*, Ci. Vin., Siena, 2003

²³ *Ivi*, p. 11

²⁴ G. Tachis, Presentazione del testo, *Il Vin Santo ad Arezzo tra tradizione e innovazione*, Provincia di Arezzo, 2007. Dal 2003 al 2006 Tachis ha infatti partecipato con entusiasmo al progetto sperimentale, con gli enologi Federico Staderini e Giorgio Marone, voluto e finanziato dalla Provincia di Arezzo e dalla Camera di Commercio, industria, artigianato e agricoltura di Arezzo.

affacciato nel mercato enologico degli anni '70: il Galestro, che prende il nome dal tipico terreno roccioso della Toscana centrale.

Un vino bianco leggero e neutro, la cui principale uva è il Trebbiano seguito da Canaiolo e Malvasia, prima, appunto, utilizzate quasi esclusivamente per il Chianti Classico.

A differenza dei SuperTuscans ha conosciuto maggior fortuna in Italia che fuori dai confini nazionali, forse perché, anche se colorato di "bianco", ricorda il gusto di quella bevanda servita per decenni nel fiasco.

Nel tempo ha poi raggiunto livelli di ottima qualità grazie ai miglioramenti nelle pratiche di vinificazione.

Così, grazie a quella scelta in favore di vini rossi più corposi, anche l'uva bianca ha acquistato una precisa personalità e ha individuato un suo esclusivo e nuovo processo evolutivo. E, come ha detto Aldo Santini nel suo testo *Chianti, amore mio: «il Galestro, richiamando sotto l'insegna delle sue etichette tutto il Trebbiano, ingentilendolo magari con altre uve, salvò letteralmente il Chianti rosso.»*²⁵

Sempre in quegli anni turbolenti e frenetici Tachis è stato l'artefice di un'altra innovazione nel panorama dei prodotti enologici toscani²⁶: il Novello.

I viaggi in Francia, le continue ricerche e gli studi relativi alla produzione dei cugini d'oltralpe hanno infatti stimolato molte delle novità introdotte nelle cantine toscane dal principe degli enologi. Proprio al ritorno da un viaggio in Francia alla scoperta del Beaujolais nouveau nel 1975, Tachis propose e decise con Antinori di affrontare una nuova sfida.

Dopo i successi planetari dei grandi vini rossi invecchiati volevano offrire una giusta alternativa agli amanti del nettare degli dei. Una novità che esaltasse i sapori autunnali, un ritorno alla tradizione, ai frutti del bosco, ai funghi, alle more di rovo e alle ballotte: il Novello. Non ci sono parole migliori di quelle di Tachis per descriverne l'essenza: «*Vino novello: sapore di primo autunno, anticipo di caratteri e colori della nuova vendemmia. Attesa tentazione al liquore di Bacco di primo fervore... Tipologia di vino alla "carpe diem", che genera emozioni subitane, che piace al consumatore e che va bene al produttore. Tipologia di vino che non vuole essere il vino nuovo, ossia l'inizio, il rampollo di generazione tradizionale, ma a sé stante: "generazione novello".*»²⁷

Certo Tachis non poteva rimanere a guardare i francesi produrre quel vino che per un suo corretto processo evolutivo richiede una meticolosa attenzione alla microbiologia, la scienza che ha sempre amato. È, infatti, possibile produrre il novello grazie alla macerazione carbonica che esige di essere controllata passo dopo passo.

San Giocondo di Antinori: ecco la risposta all'oligarchia d'oltralpe.

Ancora adesso è uno dei vini novelli più stimati in Italia.

Il San Giocondo è stato l'apripista di un nuovo mercato enologico, vergine e promettente. Nuovo a tutti gli effetti perché conosce una logica e dei tempi completamente diversi. Immeso sul mercato quando ancora i mosti dei vini sono in fermento

²⁵A. Santini, *op. cit.*

²⁶ Negli stessi anni Gaya, un grande imprenditore-enologo, faceva lo stesso nel Piemonte.

²⁷ Fonte www.vinonovello.it

nei chiassosi tini, deve essere bevuto nel giro di sei mesi, ed è prodotto in quantità predefinite. Mi spiego meglio: si basa su prenotazioni di anno in anno, così che già l'anno prima della sua produzione le aziende vinicole sanno quante bottiglie confezionare per gli ordini ricevuti.

Né più né meno il sogno di ogni industriale: produrre su commissione. Un successo su tutti i fronti.

E poi le bollicine...

Tachis e Antinori non si accontentarono di far nascere dalle proprie botti grandi e piccole vini rossi giovani e invecchiati, rosè, bianchi di nuova generazione, novello e Vin Santo.

Nelle cantine toscane, infatti, un'altra novità fa la sua entrata grazie all'intuito di Tachis: il metodo "nature" per produrre spumanti.

È però difficile scoprire o farsi raccontare da Tachis qualcosa in merito perché un ricordo troppo pesante da sopportare si ripropone all'enologo. Come mi ha raccontato con le lacrime agli occhi e le parole cadenzate da pensieri gravi:

«Nel '68 crollò il capannone dove producevamo gli spumanti. Crollando ha schiacciato 8 operai. Due di loro erano padre e figlio, lavoravano insieme negli spumanti. Il figlio è morto. Episodi....!»

1.8 In Toscana oltre la porta dell'azienda Antinori

Per ora ho parlato di Giacomo Tachis e della casa vinicola Antinori. Ma, oggi, basta un'occhiata agli scaffali delle enoteche per accorgersi che tanti produttori hanno seguito quell'esempio. L'offerta di Super Tuscan, di Galesstro, di Novello eccetera, eccetera è sempre più ampia e variegata. Talvolta le aziende hanno saputo interpretare quelle novità nella direzione giusta e il nostro palato gode, altre volte, però, ci troviamo di fronte a bottiglie che vogliono portare nomi che creano aspettative disilluse.

È, comunque, inequivocabile quanto quelle novità introdotte dal fruttuoso matrimonio Tachis-Antinori abbiano giovato alla Toscana vitivinicola, tracciando la strada da seguire per una vera e propria rinascita. Finalmente un mercato che fino ad allora sembrava conoscere una sola direzione ha scoperto di avere le capacità (e che capacità!) per avventurarsi anche in nuove realtà.

Riconoscendogli l'alto valore che gli appartiene tante volte la Regione Toscana ha cercato Tachis, l'ha consultato e inviato in giro per il mondo come fiore all'occhiello, come portavoce della regione stessa. È stato membro del Comitato Vitivinicolo Regionale della Toscana.

Tra l'altro Tachis in Toscana non ha vissuto solo tra le mura Antinori. Anche se fino al 1992:

«Consulenza ad altre aziende?»

No! No! Facevo consulenza alle aziende che ci davano il vino per farlo meglio, cioè per farlo come andava bene a noi. Se meglio o peggio non lo so.»

Durante il suo rapporto con gli Antinori, infatti, Tachis ovviamente non poteva fare consulenza a aziende in competizione diretta con la famiglia. Ma è così ampio il "circuito" Antinori tra parenti impegnati sempre nella produzione del vino e aziende che indirettamente appartenevano alla grande firma. Questo è il motivo per cui

l'enologo ha fatto consulenza a numerose altre case vinicole. Un esempio su tutti è lo stesso Sassicaia.

Era il 1979 quando iniziò a collaborare con Alceo di Napoli, cugino degli Antinori, nelle sue tenute del Castello dei Rampolla, a Panzano in Chianti. Insieme crearono il blasonato Sammarco. Ancora oggi è legato alla famiglia dei principi Di Napoli Rampolla per un affetto di amicizia con il Dott. Alceo Di Napoli Rampolla.

Poi ha collaborato con Castell'in Villa, della Principessa Coralia Pignatelli della Leonessa.

Poi con la tenuta di Argiano in Montalcino della Contessa Noemi Marone Cinzano. Eccetera, eccetera.

Altre volte gli Antinori hanno saputo chiudere un occhio, lasciando che il loro enologo potesse aiutare altri produttori quando si fosse dimostrato sinceramente interessato a nuove esperienze.

Così è stato, ad esempio, per la collaborazione di Tachis con l'azienda vinicola Falchini di San Gimignano. Una collaborazione nata per amicizia, come racconta Tachis stesso:

«Riccardo Falchini è un impresario edile e un giorno l'ho conosciuto perché con il marchese Antinori gli si chiese di costruirci un capannone. Lui ci disse di non avere tempo per i troppi impegni di lavoro, però mi è rimasto simpatico e siamo diventati amici, lui aveva già la fattoria, e dal rapporto umano... da cosa nasce cosa. È così che abbiamo cominciato a produrre insieme.

È nato un rapporto di amicizia tra le famiglie, e la Pasqua di Falchini è diventata la Pasqua di tutti noi. Non esiste Pasquetta che non si vada a pranzo da loro.

Questo è importante!»

Da un'amicizia è nata la collaborazione, e da quella collaborazione è nato un grande rosso (in prevalenza Cabernet accompagnato da una minima percentuale di Merlot): Il Campora.

Quando Tachis arrivò nelle vigne Falchini, nonostante quella fosse terra di Vernaccia, si accorse subito delle enormi potenzialità che quel territorio aveva per la produzione di un vino rosso di spessore: vigne esposte benissimo, in una vallata stupenda da cui si possono vedere le affascinanti Torri di San Gimignano. Iniziarono subito a piantare filari di Cabernet, venne migliorata la cantina e il risultato l'abbiamo già detto, Il Campora²⁸.

Facciamo un salto di anni e arriviamo al 30 aprile 1992, il giorno in cui Tachis si regala e stappa in solitudine una bottiglia di Cartizze²⁹: voleva festeggiare la sua storia in Antinori, la costanza, i successi e soprattutto l'aver mantenuto quella promessa fatta ben 15 anni prima:

«lo andrò in pensione il giorno del mese e dell'anno in cui mi maturerà la pensione.»

²⁸ Carlo Cambi, nel suo testo *Il buon vino*, non dimentica di parlare con piacere di questo *enorme vino*, e descrive lo stesso Riccardo Falchini con parole precise e azzeccate, che mi hanno fatto rincontrare quell'uomo affascinante: *«Riccardo Falchini è un self made manuno che si è sudato la vita con un'impresa edile sulle sue spalle...è un uomo gentilissimo per quanto timido. Ama il vino e la terra, è curioso di tutto... è un'isola di vera umiltà.»*

²⁹ B. Donati, *Giacomo Tachis, enologo corsaro*, Terra Ferma, Vicenza 2005.

Infatti: « *Io stavo benissimo dagli Antinori, ma avevo sempre questo spirito di dipendenza.*

Allora, 15 anni prima dissi all'Antinori:

“Marchese si ricordi bene che mancano ancora 15 anni, ma, se io andrò bene a voi e voi a me, il giorno in cui mi scade la pensione io vi saluto, me ne vado subito.

Non per snobbare lei, ma perché non ho più voglia.”

Sono stato di parola con me stesso, eh?»

Detto fatto!

Senza, peraltro, concepire la pensione come “non lavoro”, ma solo come lavoro non stipendiato.

Con quel Cartize ripercorre 30 anni vissuti tra vigne e cantine Antinori, e si fa una promessa solenne: *«mi promisi davanti allo specchio, senza testimoni, di non fare consulenza da Firenze in su. Una cosa seria!*

Ebbi offerte dalla Cinzano, da Fontanafredda, dalle Generali, da tutti i nomi importanti, ma non ho mai accettato. Ho detto: piuttosto faccio consulenza gratuita a un contadino del sud ma non vado al nord.»

Quando pensava a quella pensione che lo aspettava non sapeva quale nuovo percorso avrebbe intrapreso.

Si sarebbe finalmente dedicato alle sue letture?

Con il sorriso racconta che proprio quella era la sua intenzione. Ma la reale opportunità che nacque quel 30 Aprile è stata il gestire autonomamente, come meglio desiderava, la professione. Essere un uomo libero da contratti e firme.

Enologo è e enologo rimane.

Così da quel giorno Tachis iniziò a vestire completamente i panni del consulente esterno muovendosi a ritmi frenetici tra cantine toscane e non.

Proprio in Toscana ha cominciato a dedicarsi con anima e corpo a quei luoghi che già da tempo studiava e osservava: la Maremma e il suo Arcipelago.

In quel territorio ha collaborato con numerose aziende tra cui l'azienda agricola Alberese. Il simbolo di questa cooperazione è un prodotto che oggi conosce un clamoroso successo: il “Barbicato” (85% San Giovese e 15 % di altri vitigni autorizzati nella zona: Shiraz, Merlot, Cabernet Sauvignon). Un Morellino di Scansano, che mostra la sua bottiglia con orgoglio sia su scaffali di supermercati e che sotto la luce più calda delle enoteche e vede il suo nome luccicare in carte dei vini di ristoranti più o meno blasonati.

Sempre in Maremma ha lavorato nell'azienda Le Pupille del professor Augusto Gentili e di Alfredo Gentili³⁰.

Ha voluto toccare le terra, conoscere il profumo e ascoltare il cuore di quest'affascinante frammento di Toscana.

Per l'oggi e il domani Tachis punta il dito e crede fortemente in un futuro enologico di qualità e successo proprio in Maremma, la patria del vino toscano.

Perché è lì che è nata la progenitrice del Sangiovese: *«i vigneti, insieme alle altre colture, conferiscono un aspetto ridente, solare, invitante, ad un paesaggio che re-*

³⁰ Proprio Gentili è stato tra i primissimi a produrre il Morellino di Scansano, il fondatore si può dire.

ca con sé la storia mitica di un passato talvolta ancora presente come nella vite e nel vino»

Ma non è solo questo ad accendere la sua curiosità e bramosia di conoscenza. Tutto sembra acquistare una seduzione particolare agli occhi di Tachis se nella carta di identità c'è scritto Maremma, «*nome il cui suono affascina quanto la terra che rappresenta*».

I fattori naturali, oltre che culturali, necessari per poter fare grandi vini sono presenti al completo: i profumi del Mediterraneo, la luminosità, il sole, le correnti marine e di montagna. E certo non mancano anche produttori professionisti e appassionati. Tutti elementi che concorrono a far pensare ad un futuro sempre più roseo dell'enologia maremmana, capace di produrre grandi vini rossi che ne sappiano trasportare tutta la magia del territorio.

Per poter arrivare a questo traguardo Tachis ha pronta una ricetta: puntare alla semplicità «*Nel Chianti – dice – prevale ormai spesso la ricerca della bottiglia importante, dimenticando che, a volte, le cose migliori sono quelle più semplici.*»³¹ e insegna che bisogna saper respirare l'aria della storia «*perché il futuro del vino è nella tradizione e nella storia, seppure in edizione moderna.*»

Oltre la costa, nelle acque del generoso Tirreno ci sono delle splendide isole che regalano pittoreschi paesaggi, caratterizzati da rocce, insenature, onde e vigneti che guardano il mare. Tachis non ha mai dimenticato di buttare lo sguardo oltre quel mare per toccare lo stupendo arcipelago toscano. La certezza è che quelle isole producono e possono produrre grandi vini rossi e bianchi a cui non manchino profumo, sapore, struttura e colore. Il sole e il clima costiero sono fattori indiscutibili che donano all'uva che nasce dalle terre insulari un carattere forte e da ricercare. Dopotutto la vigna è una pianta mediterranea e per la sua evoluzione nessun ecosistema è migliore dell'isola.

Forte di questa consapevolezza Tachis molte volte si è fatto portavoce di una riscossa possibile e irrinunciabile del vino dell'Elba e delle sue sorelle. Il carattere delle isole è talmente deciso da conferire al vino la forte essenza della propria personalità. È un'identità così pronunciata che viene trasmessa con energia all'uva custodita su quelle rocce di terra in mezzo al mare. Uva, quindi, che non ha paura della solitudine e nella bottiglia non ricerca la compagnia di vitigni internazionali.

Una su tutte: l'Ansonica.

*«I vini delle isole vanno difesi: la loro identità vuol dire conservare un patrimonio varietale, genetico e vuol dire continuare la storia della vite e del vino. L'uva delle isole è armonia ed il vino è pieno di profumi. La vite è mediterranea ed il prodotto che nasce dalle isole è un vino di isole e di mare. E poi nelle isole ci sono delle rarità, che sono il vero patrimonio della storia enologica»*³².

Se essere isola talvolta ha voluto dire essere dimenticati dalla realtà continentale nei programmi di rivalutazione di enti pubblici e privati, quell'isolamento è stata anche una fortuna perché ha permesso di conservare vitigni locali altrove ignorati.

³¹ Giacomo Tachis rivela i segreti del miracolo dei vini di Maremma, in "La Nazione", 17 Dicembre 2006.

³² Salvaguardare la viticoltura eroica ed umana delle isole del mediterraneo, in www.winenews.it, 6 Ottobre 2000

1.9 La sua “isola della natura”

Quanto Tachis ami il mare non è quantificabile. I miti, le leggende, la storia che il Mediterraneo custodisce tra le sue acque sono sempre state per l'enologo un richiamo irresistibile. Come lui stesso spesso ricorda, ironizzando ancora una volta sul suo personaggio, ama le isole e il mare ma come corsaro ha i suoi limiti perché non ha mai imparato a nuotare. Si accontenta così di lunghe camminate sulle rive che gli regalano emozioni insostituibili, di quelle che ha saputo mettere nel suo scrigno più profondo, per poi tirarle fuori sotto forma di ispirazione e intuizione, dando vita a storie di profumi e sapori sempre nuovi.

Un'isola che nasce dai fondali del Mediterraneo, e sa di Mediterraneo, con la sua macchia, i suoi colori, le dune e le onde ancora libere di trasportare legni levigati da miglia e miglia di mare, la consistenza unica del granito, quasi paragonabile alla testardaggine degli abitanti, l'ha ammaliato e affascinato fin dai primi incontri: la Sardegna.

L'ha battezzata “isola della Natura” perché è capace di risvegliare quel rapporto unico e intimo dell'uomo con la natura che oggi tra asfalto, cemento e tanta tecnologia abbiamo dimenticato. Custodisce luoghi vergini, dove la natura fa da padrona soprattutto nel sud dove si può conoscere la vera anima dell'isola.

«Chiunque – ha detto Tachis - abbia avuto la possibilità di aver gioito del paesaggio della costa sarda nei pressi di Teulada, può ritenersi veramente fortunato. Il mix di aria, sabbia, luce, mare, forme dei colori, che qui ci colgono in un impatto straordinario rendono questo percorso assolutamente incantevole.»

Un'isola che sa di Tachis.

Anche l'antica leggenda della nascita della Sardegna è un mito frammisto di terra, mare ed ironia, proprio come piace all'enologo. Si racconta che il Creatore stesse osservando la sua opera quasi compiuta, quando lo sguardo cadde su un mucchio di terra avanzato, caduto in mare per caso, dove il mare stesso appariva meraviglia. Allora il Creatore decise che quel figlio del destino diventasse testimone della sua opera e ci posò sopra il piede sinistro, dando origine alla perla del Tirreno, che risponde al nome Sardegna.

Spinto dalla grande sensibilità e dal contatto con Madre Natura che lo contraddistingue, quando torna nel continente Tachis avverte immediatamente la mancanza di quel piede sinistro.

Per attenuare il “mal di Sardegna” nel suo giardino tra le colline toscane ha piantato uno splendido cespuglio aromatico di mirto, che con l'odore risveglia il ricordo e addolcisce la malinconia.

Tanto tempo ha trascorso in questa isola unica e scenografica, scoprendone angoli nascosti al turista sprovveduto, attento solo alla moda e al luccichio della falsa favola della Costa Smeralda.

Ma andiamo avanti per passi: la prima volta che Tachis è andato in Sardegna è stato spinto dalla passione per l'archeologia. Non ha saputo resistere al richiamo delle leggende e dei misteri intrisi nei preistorici nuraghi. *«Per questo motivo giungo in Sardegna alla fine degli anni sessanta, per vedere Domus de Janas e i nuraghi. Ne approfitto e visito la cantina sociale di Tortolì dove trovo delle uve veramente eccezionali.»*

Poi, all'inizio degli anni '80 Antonello Pilloni, il presidente della cantina Santadi, lo cercò e gli chiese di essere loro consulente per aiutarli nell'opera di trasformazione e crescita di quel territorio. Fu subito entusiasta all'idea di poter lavorare in quella terra splendida e profumata.

Il contratto monomandatario che aveva con gli Antinori l'avrebbe potuto mettere di fronte a una scelta impossibile.

Lo ricorda bene il giorno in cui andò da Piero Antinori per riferirgli della proposta sarda.

«Avevo un contratto esclusivissimo con gli Antinori: ero un dipendente. Un giorno, però, ad un certo momento della vita, mi vennero a cercare dalla Sardegna.

Allora dissi a Piero: “Guardi Marchese, io avrei questa offerta, mi chiedono una consulenza”.

Piero mi rispose “Ah! Mi complimento con lei!”.

“Loro mi chiederebbero di andare lì 2 o 3 volte al mese, il sabato e la domenica”.

Mi fa: “Rimane tacito tra noi!”

E allora cominciai ad andare in Sardegna.

Quindi, praticamente, che io sono in Sardegna sono 35 anni!»

Il Marchese fiorentino, infatti, accolse la richiesta di Tachis a patto che ciò non avesse interferito con il suo lavoro presso l'azienda Toscana. Tutto questo sottolinea la sensibilità, la lungimiranza e la perspicacia tipica della famiglia Antinori.

Piero Antinori conosceva bene il passionale Tachis e sapeva che sarebbe stato impossibile oltre che ingiusto impedirgli di fare ciò che desiderava. Inoltre, da acuto imprenditore come è, era consapevole che se il suo enologo avesse avuto successo anche in Sardegna avrebbe acquisito un ulteriore riconoscimento, cosa di cui avrebbe inevitabilmente giovato anche l'azienda Antinori.

Così iniziò la sua consulenza in Sardegna, lavorando per la regione nelle vacanze e nei weekends. Lo aspettava un'avventura che gli regalerà tante soddisfazioni, in una terra di cui amava lo spettacolare paesaggio e di cui conosceva la situazione enologica per studi personali: già da tempo apprezzava le importanti qualità dei vitigni sardi, in particolar modo il Cannonau di Tortolì e il Carignano³³.

Le parole che riserva a quella regione dimostrano la forza della potenzialità che ne percepisce:

«La Sardegna è baciata da un clima straordinario e da una luminosità eccezionale. Loro hanno una luce e un sole benedetti da Dio. Pensate al riflesso della luce sull'acqua del mare. Pensate ai terreni sabbiosi che hanno.

Non hanno mai venduto fumo, perché hanno dei vigneti di qualità straordinaria.

Se i francesi lo sapessero correrebbero a comprarli. Gli conviene non dirlo.

Hanno anche delle viti su piede franco con un'età di 150 anni.

Pensate se un francese lo sapesse... Cosa succederebbe?»

Come la stessa Cantina Santadi non dimentica mai di ricordare, l'arrivo di Tachis rappresentò una vera e propria svolta nel loro percorso evolutivo.

³³ Tachis e Antinori facevano parte di quel gruppo numeroso di produttori “del continente” che acquistava quell'uva sarda per aiutare i propri vini ad avere maggior corposità e forza nel taglio.

Fondata nel 1960 la Cantina sociale ha fatto scuola, imboccando per prima la strada della qualità. Gli esordi, però, furono tutt'altro che semplici. Nonostante la lunga tradizione vitivinicola della Sardegna (almeno fin dall'epoca fenicia) era assente una cultura enologica e la pubblica amministrazione aveva fatto ben poco per aiutare la regione a conoscerne una.

Fino ad allora gran parte dei mosti sardi attraversavano il Mediterraneo per raggiungere la Francia e l'Italia settentrionale per arricchire i vini di quelle terre. È quindi comprensibile quanto fosse difficile convincere i contadini che la viticoltura poteva essere una risorsa economica fondamentale del territorio, abituati già a guadagnare con il commercio del mosto.

Solo negli anni Ottanta la Sardegna iniziò il percorso del riscatto che le ha permesso di conoscere il successo dei giorni d'oggi.

Tra i condottieri di questa flotta emerge proprio il nome del corsaro Giacomo Tachis, che ha saputo indicare la rotta dell'eccellenza e dell'eleganza.

L'aver ricercato e voluto la consulenza di un enologo che aveva fatto conoscere la propria stoffa con i successi toscani, mostra come l'inversione di rotta fosse già stata chiamata dai timonieri sardi.

Ancora una volta Tachis si trovò a confrontarsi con una realtà in fermento.

Non poteva chiedere di meglio.

Gli anni '80, infatti, sono un momento fondamentale per la storia vitivinicola della Regione, non solo della Santadi. Proprio in quegli anni si assisteva ad un doppio fronte di azione. Con l'invito della Comunità Europea, all'espianto e alla riconversione dei vigneti (senza diritto di reimpianto) molte aziende agricole e cantine sociali furono ammaliate dagli appetibili incentivi economici. Mentre altre aziende e cantine, come la Santadi appunto, lessero nel momento la svolta da cui partire per una vera e propria riconversione alla qualità, facendo propria la "mission" di puntare sul vino imbottigliato e dare visibilità e identità ai vitigni tradizionali del territorio (per citarne alcuni: Carignano, Vermentino, Nuragus e Nasco).

Il feeling tra Tachis e gli ospitali sardi fu immediato.

Se deve descriverli, gli apprezzamenti non si fanno desiderare: gente buona, leale e valorosa, tenace e lavoratrice, non si tirano mai indietro di fronte alle difficoltà e nonostante l'evidente fortuna che hanno sono modestissimi.

Dunque anche in Sardegna Tachis ha portato l'immaginazione e la scienza in cantina, e ha saputo nuovamente andare contro la moda del tempo.

Negli anni novanta eravamo, infatti, nel pieno del boom dei SuperTuscans, e come conseguenza era diventato impopolare parlare di autoctono; eppure Tachis ha creduto e puntato con molta determinazione su quei tipici e difficili vitigni (carignano, cannonau, bovale, vermentino e nasco solo per citarne alcuni), ottenendo grandi risultati sempre riconosciuti dalla critica.

La battaglia portata avanti da Tachis per far elevare a dignità la viticoltura sarda attraverso quelle viti che ne rappresentano appieno la regione è testimone di come abbia saputo interpretare ogni territorio a partire dalle peculiarità storiche, culturali, geografiche e climatiche.

Così, nelle terre del Sulcis, la Cantina di Santadi, con il fondamentale apporto di Tachis, iniziò un consapevole lavoro di rinnovamento puntando sul vitigno principe

di quel territorio: il Carignano. Quella vite che disegna il profilo delle dolci colline del vergine, misterioso e selvatico Sulcis.

Due sono le aree più adeguate ad una sua corretta evoluzione: la costa dell'Iglesiente, con le sue scenografiche dune bianche delle spiagge di Porto Pino, e Sant'Antioco, la piccola isola non-isola di fronte a Portoscuso, che custodisce un vero e proprio patrimonio unico di viti franche di piede³⁴.

Un vigneto coltivato ad alberello, per affrontare senza cedere il maestrale che soffia quasi tutto l'anno, e capace di regalare un'uva importante, che porta con sé la forza e il calore della luce che la accompagna e il profumo della macchia mediterranea che la avvolge.

Il lavoro che la Cantina di Santadi intraprese per raggiungere l'obiettivo prefisso di una produzione di qualità di vini imbottigliati capaci di rappresentare il sole, la terra, il carattere e la cultura del Sulcis iniziò proprio da una rivalutazione del ruolo della vigna. L'impegno fu tanto di carattere tecnico e colturale quanto culturale. Questo perché fu necessario sensibilizzare, coordinare e indirizzare il lavoro in vigna di ogni socio conferente, con incentivi anche di carattere economico, per promuovere la produzione di uva dalle qualità sempre maggiori, con la volontà di far dimenticare le controproducenti esigenze quantitative. Fin dagli anni Settanta la Cantina di Santadi, inoltre, si interessò con competenza e costanza ai disciplinari in vigore con la consapevolezza che era necessario modificarli radicalmente, perché premiavano produzioni di uva in quantità eccessive a discapito della qualità ed escludevano dal riconoscimento proprio quei vini figli di viti franche di piede, il patrimonio unico e da custodire gelosamente del territorio del Sulcis.

Ecco la descrizione del carignano dalle innamorate parole di Tachis: « è una varietà "gentile", nel senso che ha una grande nobiltà di fondo. Stile e classe non le fanno difetto. Diciamo che da vita a rossi aristocratici, ricchi di polifenoli e di tannini dolci. Allo stesso tempo regala prodotti molto moderni, uno dei motivi per i quali i produttori di Bordeaux venivano in Sardegna a caricare il mosto con le cisterne. Un altro tratto saliente è che si presenta come un vino prettamente marittimo: basti pensare che a Porto Pino le viti sono letteralmente spruzzate dall'acqua del mare, tanto sono vicine alla costa.

Infine ha una "socialità organolettica" assai spinta, si sposa cioè con altri vitigni mantenendo una sua impronta precisa e riconoscibile.»³⁵

Proprio da questa uva accompagnata da un cinque per cento di un altro vitigno locale, il Bovaleddu, e magistralmente addomesticate in barrique dosate con grande saggezza sotto la regia di Tachis, nasce un grande vino rosso, elegante ed emozionante: il Terre Brune.

Un vino pioniere che ha fatto riscoprire una vocazione alla qualità e ha fatto conoscere una Sardegna enologica capace di fare concorrenza a regioni italiane con una storia tecnica e culturale meno recente come Toscana e Piemonte. Un vino che og-

³⁴ A Sant'Antioco, infatti, le viti grazie al loro habitat insulare, con un microclima invidiabile, non hanno conosciuto il terribile parassita della fillossera così salvandosi dal reimpianto di viti innestate in piede americano.

³⁵ G. Gariglio (intervista a cura di), *L'enologo corsaro. Tre domande a Giacomo Tachis*, in "Slowine", Marzo 2007.

gi, nonostante lo scetticismo iniziale, è chiacchierato, desiderato e ricercato in tutti i “salotti che contano”.

Oggi la cantina è produttrice di numerose etichette di cui andare fieri e con cui poter raccontare l’anima sarda del vino.

Da un’attenta cura delle vigne, una fermentazione in tini di acciaio inossidabile, un’evoluzione nelle tradizionali vasche di cemento, un passaggio in piccole botti di quercia nuove e un lungo affinamento in bottiglia, nascono altri grandi vini rossi come il Grotta Rossa e il Rocca Rubia.

La professionalità della Cantina Santadi emerge in ogni momento del processo produttivo, curando con un’attenzione particolare la gestione e selezione delle uve, a tal punto che, come ha affermato Raffaele Cani: «*Da noi non si improvvisa nulla. Per ogni partita conferita da ciascun socio³⁶ conferente conosciamo la bottiglia riempita del vino derivato.*»

La riqualificazione non si è limitata a vini figli di bacca rossa: grazie alla collaborazione Tachis – Santadi sono nati raffinati bianchi che fanno conoscere il piacere di gustare un sorso di Sardegna.

Una nota particolare la merita il magnifico vino da dessert Latinia che nasce da una perfetta evoluzione dell’uva nasco.

I risultati di oggi gratificano Tachis che finalmente vede riconosciuta alla sua amata Sardegna il valore enologico che merita, anche se i sentieri da scoprire sono ancora tanti.

Per ottenere questo ha creduto non solo in ciò che questa splendida terra può donare, ma anche, per non dire soprattutto, al valore di quegli uomini associati, vignaioli di proverbiale pazienza e di gran carattere, sentendo come sue le parole che descrivono il pensiero comune di questi protagonisti:

«Lo spirito innovativo, nel rispetto della tradizione, diventa per i nostri produttori un impegno assiduo e costante, che non solo vuole onorare la stessa Cantina, ma anche salvaguardare un vero patrimonio di tradizione, cultura, gusto, stile e storia.»³⁷

D’altro canto la Sardegna ha visto e creduto nelle sue mani per modellare artisticamente, tecnicamente e fisiologicamente quell’uva che la loro terra gli donava da secoli.

La Sardegna era pronta a regalare nuove sfide e ambiti obiettivi al principe degli enologi.

Sempre a partire dagli anni ’80, infatti, Tachis lavora in perfetta simbiosi con gli Argiolas, una famiglia dall’antica tradizione di vinattieri, con splendide tenute a pochi chilometri dal porto di Cagliari.

Anche loro, come la Cantina Santadi, risposero all’invito della comunità europea, rinnegando la proposta all’espianto e alla riconversione dei vigneti, armati dello spirito vincente: agire con determinazione sulla loro azienda vinicola puntando tutto sulla qualità.

Pina Casulas Argiolas, moglie di uno dei figli del patriarca, lo ricorda bene quel momento e le lascio la parola (in occasione di *Vinitaly 2000*) per il racconto:

³⁶ Oggi la Cantina di Santadi conta quasi 300 soci

³⁷ www.cantinadisantadi.it

«C'è stato un periodo negli anni '80 in cui la CEE incentivava, anzi, sovvenzionava proprio, l'estirpazione delle vigne. E pensate che estirpare oltre 200 ha di vigneti avrebbe voluto dire diventare miliardari! Invece mio suocero, con grande lungimiranza, si è rifiutato. Molti dei nostri vicini ci prendevano per matti: rinunciare a un'occasione simile!

Poi è arrivato Giacomo Tachis, che ama molto la Sardegna e le nostre zone, e ci ha detto: "Voi spiantare con questo clima e vigne esposte in questo modo? Dovreste essere matti!"³⁸

Infatti, forti della consapevolezza dei loro limiti, desiderarono investire non solo in strumenti ma anche e soprattutto in risorse umane. Così si guardano intorno: il minuto piemontese adottato dalla Toscana e appena sbarcato sulla loro isola, conosciuto per il grande entusiasmo, e per le capacità artistiche oltre che tecniche ormai comprovate, cattura la loro attenzione. Gli propongono di collaborare con la loro azienda e Tachis non ha saputo resistere anche a questa seconda sfida sarda. Gli Argiolas, inoltre, sono persone che Tachis ha apprezzato fin dal primo istante sia umanamente che professionalmente: ancora una volta il rapporto interpersonale è determinante.

Così accompagnati dalla consulenza dell'enologo piemontese, nel rispetto delle tradizioni e del territorio a cui appartengono, gli Argiolas iniziano la loro opera di riqualificazione aziendale: adottano nuovi processi di produzione, ristrutturano la cantina, sfruttano le più moderne tecnologie.

È una vera rivoluzione.

E come tutte le rivoluzioni una volta innescate devono raggiungere gli obiettivi prefissi: la nascita di grandi vini.

È in quel momento che prese il via una collaborazione gomito a gomito fra Tachis e la famiglia Argiolas, con l'intento primo di comprendere, poi di creare.

La prima cosa che venne all'evidenza fu che la fortissima connotazione dei vitigni autoctoni rendeva praticamente inutile l'utilizzo di uva internazionale.

Inoltre essendo gli Argiolas dediti alla sperimentazione nelle loro tenute avevano osservato e testato ogni tipo di vitigno sardo.

All'interno di questa varietà l'uva su qui decisero di puntare per prima fu il Cannonau, anche perché fino ad allora il mercato non aveva riconosciuto la qualità e varietà organolettica che appartiene a quel vitigno.

E fu su questa consapevolezza che nacque il primo grande vino: il Turriga.

Lascio nuovamente spazio alle parole della signora Pina Casulas Argiolas che ne ha vissuto da spettatrice la nascita:

«Mio marito imbottigliava vini solo da monovitigno; Giacomo li assaggiava e ne constatava pregi e difetti. Dunque ha iniziato a fare assemblaggi. Del resto lui dice sempre: "Io sono solo un mescolatore di vini."³⁹

Per ottenere questo meraviglioso risultato il nostro "mescolavino" unì al Cannonau il Carignano, il Bovalettu e la Malvasia nera.

Ecco di seguito riportati i ricordi dalla viva voce di Tachis: «il Turriga è nato nel 1988, fu fatto in una stanzuccia dove c'era un piccolo condizionatore d'ufficio in

³⁸ www.acquabuona.it

³⁹ ibidem

casa degli Argiolas. Avevano delle uve eccezionali, in terreni eccezionali ed ecco quel vino eccezionale di nome Turriga.»⁴⁰

Inoltre è doveroso sottolineare come Tachis abbia sempre messo l'accento sulla principale presenza dell'azienda dietro quel grande vino. Degli Argiolas ammira la naturale e costante capacità che hanno di «interpretare le idee, realizzare e portarle a buon fine.».

Quando una giornalista gli ha fatto presente che “Senza l'enologo Tachis non ci sarebbe stato il Turriga.” lui ha replicato con queste parole precise e taglienti:

*«Non è così. Dietro il Turriga, come dietro ogni vino che si rispetti, c'è l'azienda che lo produce. Intanto è fondamentale una uva che va coltivata in un determinato contesto, dove il terreno deve avere la sua qualità, una qualità che nessun enologo - né in terre né in cielo - potrebbe creare o inventare. Occorre un microclima particolare, un determinato sistema di allevamento, una corretta gestione della pianta e del vigneto. E mica è facile gestire correttamente la pianta e il vigneto tutto. Occorre metodo e costanza, attenzione e perseveranza. Gli Argiolas hanno tutti questi requisiti. E poi sanno gestire la cantina. Ecco, solo a questo punto entra in gioco l'enologo. Che può fare un allenatore se non dispone di giocatori capaci? Col Turriga loro hanno avuto una fortuna meritatissima».*⁴¹

Erano passati pochi anni dall'esordio del Turriga, quando nel 1992 Tachis decise di consigliare agli Argiolas un giovane e promettente enologo con cui collaborare: Mariano Murru.

Negli anni successivi nascono molti altri prodotti, dei quali due che si possono fregiare dell'eccellenza: l'Angialis e il Mirse.

L'Angialis è un elegante vino da dessert, ottenuto da uve Nasco di vendemmia tardiva.

Il Mirse non è un vino, ma una rilettura Tachis del tradizionale Mirto di Sardegna, un po' digestivo e un po' aperitivo, profumato dalle bacche e dalle foglie del mirto.

Ma non è finita: la Sardegna è pronta con altre sfide.

Nell'agosto 2002 nasce una nuova realtà. Le premesse hanno il sapore di una leggenda.

I personaggi di questa storia li conosciamo bene e non hanno mai deluso: Antonello Pilloni, il Marchese Niccolò Incisa della Rocchetta, Sebastiano Rosa (manager della tenuta San Guido) e dulcis in fundo Giacomo Tachis.

Proprio Tachis, infatti, è stato l'artefice e il paziente e tenace promotore del matrimonio tra la Tenuta di San Guido e la Cantina Sociale di Santadi, sotto la protezione di Bacco.

In effetti, quella divinità ha sempre avuto un occhio di riguardo per il nostro mescolavino...

Sarà rimasto affascinato dalla sua tenacia, o dalla sua poetica, o forse dal suo voler godere la vita.

⁴⁰ S. Cenni, (intervista a cura di) *Giacomo Tachis e il vino sardo. Brindisi col Turriga di Argiolas*, in “SardiNews”, n° 5 Maggio 2001

⁴¹ Ibidem

Certo è che Tachis quando non aveva sfide dichiarate da vincere se le andava a cercare.

Ed è così che ha fortissimamente voluto questo incontro fra la Toscana e la Sardegna, fra il Sassicaia e il Carignano, i suoi veri amori.

«Eravamo a Bolgheri quando dissi al Marchese Incisa: “C’è una terra bellissima in Sardegna con delle viti stupende, meravigliose. Io la comprerei.”

Come ogni volta che gli propongo qualcosa ci ha meditato su.

Poi gli ho detto: “Credo che non la venderanno a lei perché i sardi sono molto orgogliosi, dovrebbe prenderla insieme a qualcuno della Sardegna.”

A quel punto il Sig. Pilloni si è fatto avanti.

Si sono messi insieme e il resto è storia.»

Siamo arrivati alla nascita dell’Agricola Punica, composta da due tenute, Barrua e Narcao, nel Sulcis meridionale, la culla del Carignano.

Attenzione, in questa sfida dal sapore romantico viene fuori con grande determinazione anche l’altra parte di Tachis, quella concreta e spinta verso la commercializzazione, una ricetta vincente formata da tre ingredienti: profonda conoscenza del territorio, applicazione delle tecniche moderne e comunicazione d’immagine.

Tachis è sempre stato un grande comunicatore, forte del proprio bagaglio culturale, dell’esperienza sul campo e delle intuizioni.

In uno dei nostri colloqui relativamente a questo argomento ha fatto una riflessione, che mi ha colpito:

«Effetto di Lèvi-Strauss: il cibo deve essere pensato buono prima che assaggiato buono. I francesi qui sopra ci marciano moltissimo, sono bravi e noi dovremmo imparare da loro.»

Non è un caso che il primo prodotto dell’azienda, il Barrua, un vero e proprio capolavoro dell’enologia italiana, morbido, elegante oltre che equilibrato, ha suscitato tanta curiosità fin dalla gestazione da conoscere un successo straordinario ancora prima di essere immesso sul mercato.

Come in tutte le cose della vita è fondamentale conoscere quanto siano determinanti non solo nel presente, ma anche nel futuro.

Seguendo questa idea, spinta dalla performance del Barrua, ho chiesto a Tachis quanto conti il nome dell’azienda nel successo di un prodotto.

La sua risposta è stata diretta e chiara a tal punto da risultare quasi disarmante:

«Solo a breve termine, poi per fortuna la natura fa le cose per bene, e viene fuori il vero valore delle cose.» Chiudendo con il solito sorriso, che sa di cose che vanno oltre.

Ed è, appunto, al di là di quel limite che arriva il triplice rapporto Tachis-Bolgheri-Sardegna.

Prima ho parlato di amore: non trovo altro termine per definirlo.

Nello studio del “mescolavino” si sente nell’aria, fuori dal recinto delle parole.

Quello studio dove ormai si definisce un pensionato, mentre in realtà continua a seguire attentamente il mondo del vino.

Durante i nostri incontri il telefono e il fax spesso suonano per ricordargli che il vino vuole la sua regia, e agronomi, amici o conoscenti bussano alla sua porta con in mano fogli che certo non sono auguri di compleanno o di Natale.

Quando gli ho chiesto quali consulenze ancora oggi mantiene mi ha risposto:

«Io ho mantenuto la Sardegna, ho lasciato perdere le Marche, l'Abruzzo, la Sicilia e buona parte della Toscana. Mantengo solo Sassicaia - San Guido - perché Bolgheri è nel mio cuore e poi la Sardegna.» L'altra metà del suo cuore.

Poi però mi confida di aver l'intenzione di lasciare anche l'isola sarda, ma senza abbandonarla: sarebbe impossibile. Per questo ha già in mente chi proporre come suo successore.

«Nei prossimi giorni vado in Sardegna e porto con me il professor Alpi, dell'Università di Pisa, perché, proprio recentissimamente, è stato costruito un consorzio in Sardegna per volere del presidente della regione Soru. Lui vuole portare avanti la Sardegna e mi ha chiesto di occuparmene, vorrebbe che io facessi il coordinatore scientifico del consorzio – un consorzio dalla capacità di tanti miliardi, decine di miliardi! Porto con me Alpi perché dovrà essere il mio successore: io non ho più voglia.»

1.10 Le sfide dell' "isola della cultura"

Come tutti i corsari, anche quelli che non sanno nuotare, Tachis sente nelle isole una carica di storia ed energia dal magnetismo a cui è impossibile opporsi.

L'esperienza della Sardegna gli aveva regalato più del previsto, la sua fama aveva ormai varcato ogni limite territoriale. Cosa chiedere di più alla propria professione? Tachis non voleva chiedere niente: questa era la verità. E incontrò uno dei doni più preziosi che Madre Natura ha fatto al Mediterraneo: la Sicilia.

Nacque un nuovo amore, che poteva far ingelosire tutti gli altri, dando vita ad un ennesimo trionfo.

«Prima il vino era soltanto un frutto del sole, e ne recava tutti gli eccessi e l'infiammata, fragorosa meridionalità. Ora Tachis ne ha ammansito l'irruenza, ne ha forgiato il carattere, costruendone un impeccabile, elegante, invidiato, cittadino del mondo.»⁴²

Per molti anni ha collaborato con la Regione come consulente dell'Istituto regionale della Vite e del Vino, è stato consigliere d'amministrazione delle Case Vinicole di Sicilia, che raggruppano Duca di Salaparuta e Florio ed è stato pura ispirazione per tanti produttori emergenti.

Ma come è nato quel fortunato incontro tra Tachis e la Sicilia?

«Quando sono andato in pensione il vino mi usciva anche dagli orecchi, non ne potevo più.

Dissi "mi dedicherò alle letture". Fino a che un giorno, l'anno prima di andare in pensione, una sera ricevo una telefonata :

"Vorrei parlare con il Dott. Tachis"

"Sono io mi dica pure"

"Ah!? Io sono Diego Planeta. Vorrei chiederle se può fare il consulente da noi, per la regione Sicilia"

⁴² B. Donati, *op. cit.*, p. 13

E io gli ho detto: “No! E sai perché? Prima di tutto sto per andare in pensione, seconda cosa ho un contratto fisso con Antinori, monomandatario, non posso fare il consulente”

“Ma lei ha detto che andrà in pensione.”

“Sì, andrò in pensione ma tra circa un anno.”

“Allora quando lei andrà in pensione, se lei potesse fare il consulente per noi, ci farebbe una cortesia.”

Allora ho dovuto...

La Sicilia mi interessava, non per guadagnare, ma per viaggiare un po'.»

Che non pensasse ai soldi quando ha accettato quell'offerta è vero. Tutto ciò che economicamente poteva chiedere alla sua professione, l'enologo piemontese di origini certo non ricche, l'aveva già ricevuto: viveva nell'agio e da padre premuroso aveva raggiunto il suo obiettivo di comprare casa all'amata figlia Ilaria.

Ma, ad una richiesta di aiuto tanto gentile, di cuore e detta con tale “cortesia” non poteva dire di no.

Inoltre, erano 30 anni che quella terra attendeva di scrivere il capitolo Tachis, con il vino che si metteva in mezzo, arrivando da destra, da sinistra, o dal...cielo.

«Io non conoscevo la Sicilia, anche se avrei dovuto conoscerla già da un pezzo, perché quando mi sono sposato ci dovevo andare in luna di miele, ma non ci sono potuto andare, perché ebbi una disgrazia notevolissima in Antinori.»

Un biglietto aereo di andata e ritorno per Palermo aspetta ancora di essere sfruttato. Un biglietto che portava scritto 30 gennaio 1965, la data del suo matrimonio con la dolce e paziente Maria. Un problema tanto gigantesco quanto impensabile rubò la magia di quel giorno ai due giovani sposini e richiese l'immediata presenza di Giacomo a San Casciano: ci arrivò ancora vestito da cerimonia.

Così dopo la pensione ha potuto riscattarsi di quell'infausto sgambetto del destino, iniziando a lavorare nella impaziente Sicilia.

«Ho iniziato ad essere un mescolatore di vini ambulante con la Sicilia

Mi piaceva da morire, sai? Guarda quanti raccoglitori ho sulla Sicilia.

Io chiamo la Sicilia “l'isola della cultura”, e La Sardegna “L'isola della natura”. Nella mia vita ho dato la preferenza alla Sardegna. Però io ho avuto soddisfazioni enormi dalla Sicilia, proprio enormi. Ed è così bella quella terra che ci vivrei.

È pericolosa!»

Perché pericolosa? Perché Tachis ammette che quella isola è talmente seducente che chiunque la osservi con sguardo sensibile vorrebbe farla diventare la propria casa.

Quella regione dalla natura sensuale e avvolta da una cultura biblica non poteva non ammaliare l'enologo. I suoi studi e le sue ricerche nella storia della vite e del vino l'avevano più volte preso per mano e condotto in letture tanto affascinanti ambientate proprio in quell'isola da ricostruire nella mente scorci di passato. Per l'immagine di sé che la Sicilia esporta in tutto il mondo sapeva che avrebbe incontrato luoghi spettacolari ed emozionanti. E così è stato.

«La Sicilia ha delle cose bellissime; devi andare a Selinunte uno dei posti più belli che io conosca, uno dei posti più spirituali.»

Una sorpresa lo aspettava: il siciliano.

Tachis non conosceva personalmente l'antico popolo dell'Etna. Aveva ascoltato pareri contrastanti, ma come al solito si sarebbe affidato solo ed esclusivamente alla propria capacità di analisi e alla propria intuizione.

«Quando venni a fare la sperimentazione per l'Istituto regionale della Vite e del Vino, trovai una squadra di enologi preparatissimi, affiatati, coinvolti in un progetto.»

Dietro a quella svolta ricercata dal mondo enologico della regione si cela la volontà di far conoscere la vera essenza dell'isola e del suo popolo, con vini di qualità e sostanza, veri e propri strumenti di un concerto nuovo e forte di sé.

Poi si è innamorato ed emozionato in compagnia di quel popolo che conosce il vero segreto della sua terra e ogni giorno la onora tenendo sempre ben unito e teso quel filo che la collega allo straordinario mondo della cultura.

Per questo uno dei ricordi più belli e forti che possiede sa di commozione e gli fa rivivere nei pensieri l'eccitazione adrenalinica:

«Una volta io andai a Segesta. Mi avevano invitato ad una conferenza sul rapporto tra vino e cultura nel Teatro Greco di Segesta. C'erano 1400 persone! Bellissimo! Un'emozione indescrivibile.»

«Mi mancava anche la voce per le emozioni che avevo, che provavo. Pensa che il teatro greco di Segesta non ha mica gli altoparlanti, ha un'acustica fantastica, ti faccio vedere le foto...»

Mentre mi sottolinea il suo stupore per la presenza di un pubblico tanto numeroso, 1400 persone arrivate da ogni angolo della regione, sospira amaro al pensiero di come si è trasformata la sua terra adottiva e mi dice:

«I siciliani sono gente veramente colta, in Toscana... la Toscana passa per la regione più colta, in passato era la regione più colta.»

Dunque, tutto è iniziato nell'agosto del 1992 quando, accompagnato dalla figlia, Tachis è atterrato a Palermo, fedele alla promessa che si fece di fronte allo specchio quando andò in pensione.

Ed ecco l'ennesima sfida affrontata col solito piglio, senza una strategia precisa, e con tutti i ricettori del corpo e dell'anima pronti a imprimersi di quell'essenza che il territorio porta con sé.

Si è affacciato nella Sicilia del vino con l'entusiasmo di un bambino alla ricerca di un tesoro perduto.

La possibilità di sperimentare, cercare e magari scoprire realtà nuove è la scintilla che ha spinto Tachis a non adagiarsi mai sul conosciuto. Ha sempre respinto il demone chiamato abitudine. Con l'animo un po' scienziato e un po' archeologo spesso ricorda come le emozioni più forti gliel'ha regalate proprio la scoperta del nuovo, e niente ha saputo eccitare tanto il nostro enologo quanto la scoperta del nuovo nell'antico.

Quale miglior incentivo di una terra dove *«la vite si coltivava già mille anni fa. Pensa che la zona del Chianti è da questo punto di vista un infante.»*

Finalmente approdato nella splendida isola vulcanica inizia il suo lavoro armato di quaderno dove immortalare ogni sensazione percepita, ogni pensiero ispirato. Così inizia a sperimentare e assaggiare ciò che la Sicilia aveva da offrire.

«Isola fortunata, la Sicilia, in fatto di clima, di terreno e di posizione geografica, per la viticoltura...»

E se la fortuna arride alla vite, certamente il vino se ne avvantaggia. Ma la fortuna bisogna saperla identificare, coltivare e sfruttare nel verso giusto.»⁴³

Con questa consapevolezza dà il via alla rinascita dei vini siciliani, armato di tecnica, esperienza, e, soprattutto, di passione. Ogni impresa di Tachis parte proprio dal cuore.

E partendo dal cuore si è prefisso un obiettivo principe che è stato il filo conduttore della multiforme esperienza siciliana: la qualità.

«Bisogna considerare che il prodotto tipico è quello che corrisponde a una memoria storica, popolare, mentre il prodotto di qualità deve corrispondere a una volontà d'eccellenza e di perfezione.

In breve, ciò a cui miriamo è riuscire a far convergere in un unico punto che si chiama "qualità" la tradizione e la tecnica moderna, il tutto nel rispetto del passato e della realtà viticola attuale, anche se non è convertibile in tempi molto brevi.»⁴⁴

Si fa, così, promotore di una vera e propria rivoluzione. In quell'isola dove, fino ad allora, la produzione maggiore era il vino bianco, ben il 75%, invita i siciliani a percorrere la strada meno scontata e apparentemente più difficile: è arrivato il momento di puntare sui vini rossi, ingiustamente costretti in una posizione di secondo piano.

Si tuffa con uno sguardo attento nelle vigne, del presente e del passato, e incontra una Sicilia ancora troppo legata alle false necessità quantitative prima che qualitative. I Greci la soprannominarono Enotria (appellativo poi guadagnato dall'Italia intera). Per onorare questa sua essenza doveva fare la scelta coraggiosa di abbandonare l'"Arbestrum Gallicum", il sistema di allevamento a tendone, in favore del greco "Sistema Vinea", la coltivazione ad alberello. Questo avrebbe permesso una produzione di uve di qualità maggiore anche se in quantità molto minore. Era la prima e irrinunciabile mossa da compiere, perché senza un'uva di qualità neanche la bacchetta magica ha i poteri necessari per fare il miracolo di un vino importante. Dopotutto che *«il vino nasce dall'uva e l'uva nasce dalla vigna.»* è una certezza pari al calare e al sorgere del sole ogni giorno. Quindi, nessuno si può permettere il lusso di trascurare che la qualità del vino si fa in vigna.

Così tutto è iniziato da una attenta ristrutturazione dei vigneti.

Fondamentali sono stati gli studi effettuati in collaborazione con l'Istituto della Vite e del Vino a cui appartengono persone dalle comprovate competenze che hanno riposto grande fiducia in Tachis, mettendogli a disposizione un supporto determinante di carattere sia tecnico che umano. Tachis, infatti, non dimentica mai, anzi sottolinea l'importanza del sostegno ricevuto durante il percorso da uomini lungimiranti come Diego Planeta, Leonardo Agueci, Vincenzo Melia e Elio Marzullo.

Le ricerche effettuate dall'Istituto della Vite e del Vino hanno assunto una capillarità totale dall'innesto della vite alla vendemmia, tanta attenzione è stata dedicata all'individuazione del momento della giusta maturazione dell'uva al fine di identificare l'epoca della raccolta.

⁴³ G. Tachis, *Vigni e vini di Sicilia*, relazione del 2 febbraio 1993

⁴⁴ G. Tachis, *Studio e sperimentazione per i vini siciliani da commercializzare e vini sfusi siciliani integrativi di qualità*, Vinitaly 1996.

A tal proposito, qualche anno più tardi, nelle vigne dell'azienda Donna Fugata, Tachis ha introdotto una novità che ha suscitato grande interesse e che sa di romantico: la vendemmia al chiar di luna. In realtà nasce da una lettura attenta e razionale dell'isola. Valutando che durante il giorno ci sono enormi escursioni termiche, di circa 10-12 gradi, ha, infatti, pensato che fosse la notte il momento migliore per raccogliere l'uva a una temperatura fresca e costante necessaria per non disperderne profumi e aromi.

I risultati ancora una volta gli hanno dato ragione e altre aziende iniziano a sperimentare quella "curiosa" vendemmia.

Dopo tante letture, esperimenti, e assaggi ha deciso di puntare la sua scommessa del vino Siciliano, su vitigni che già fanno di storia per il connubio perfetto con quel territorio: Nero d'Avola, Frappato, Pinot nero dell'Etna per i rossi, l'Inzolia, il Grillo, il Cataratto e il Caricante per i Bianchi.

Questo elenco fa intuire di quale portata fossero gli studi effettuati da Tachis e da l'Istituto della Vite e del Vino. L'obiettivo dichiarato era cambiare volto alla Sicilia enologica: niente poteva essere trascurato. Nella lista delle cose da fare non c'era spazio per il caso.

Così come Tachis ha raccontato al giornalista Bruno Donati: *«la sperimentazione si è orientata su tre obiettivi principali. Il primo riguarda la produzione di vini bianchi e rossi per la grande distribuzione e per quelle a medio livello. Il secondo si riferisce alla produzione dei grandi vini bianchi e rossi di alto e di altissimo pregio, fino alla "bottiglia bandiera". Il terzo mira alla produzione e alla rivalutazione dei vini dolci siciliani, con particolare riguardo a quelli più importanti da dessert, principalmente provenienti da Pantelleria, Lipari, Noto e da altre zone, mentre il Marsala viene inserito in un programma a parte.»*⁴⁵

Il suo supporto all'isola, inoltre, non si è limitato a individuare la strada da percorrere in vigna e in cantina. Il suo esempio è stato fondamentale anche per capire come valorizzare economicamente i vini. Ha, poi, messo a disposizione dell'isola il suo intuito, la sua inventiva, la sua arte anche per ideare nomi e etichette di bottiglie.

Quando Tachis è sbarcato in Sicilia, ogni regione aveva già scelto quale vitigno mettere sulla bandiera tranne la Sicilia. L'enologo non ha avuto dubbi su quale incoronare imperatore dei siciliani: il Nero d'Avola. E il tempo, ancora una volta, gli ha dato ragione.

Per capirlo è sufficiente leggere la carta dei vini che ci propongono i ristoranti dove andiamo a far godere i nostri palati. Scommettiamo che l'attento ristoratore non l'ha dimenticato?

Poi Tachis ha scelto una nuova sfida personale.

Dove? Sul gigante addormentato: l'Etna.

Cosa? Un Pinot nero capace di primeggiare con quelli prodotti dai cugini francesi.

La geografia, la luce, il terreno e le condizioni climatiche del vulcano glielo hanno suggerito.

⁴⁵ B. Donati, *op. cit.*, p. 37

Come volevasi dimostrare il risultato è stato l'eccellenza: sangue di terra, come fosse sgorgato dalle cicatrici del pianeta, i crateri "in sonno".

«Vi assicuro – ha detto lo stesso Tachis – che è una cosa straordinaria.

Confesso di aver rubato una volta, all'Istituto della Vite e del Vino, delle bottiglie di quel Pinot dell'Etna.

Un giorno vado a pranzo da un mio amico, il ristoratore Latini, e porto quella bottiglia di vino. Era invitato anche un mio amico degli Stati Uniti, il massimo opinion leader del vino.

Glielo ho fatto assaggiare senza rivelargli cosa fosse e lui ha detto: "è un gran Borgogna, vero?"

No caro, questa qui è una bottiglia sperimentale di Pinot dell'Etna.»

E poi un incontro fatale, un colpo di fulmine: Mozia e il suo "grillo".

Sono sufficienti due righe di un suo poetico articolo pubblicato pochi mesi fa su *Ko-rem* per capire quale alchimia esista tra Tachis e questa piccola isola:

«Solo il Mediterraneo con Mozia soddisfa allo stesso tempo corpo e spirito; nessun'altra realtà di ieri e di oggi è al contempo umana e sacra, celebre e familiare.»⁴⁶

E' il grillo, appunto, il vitigno che vive su quella terra da più di mille anni.

Quando Tachis con i piedi su quella terra galleggiante ne ha assaggiato la dolcezza è salito sulla macchina del tempo, ha incontrato i Fenici, ed è tornato tra noi con la missione di creare un vino unico. E così ha fatto.

Dall'idea di far conoscere al mondo quella splendida isola e la sua storia è nato il Vino di Mozia: il suo orgoglio, la sua creazione. Un vino simbolo della civiltà del Mediterraneo, che appartiene a vari regni: della bellezza, della natura, dell'arte dell'uomo e della storia. Nato proprio dalla vinificazione dell'uva bianca "grillo" della millenaria tradizione enologica di Mozia.

Come ha detto alla giornalista Daniela Vassalli:

«È un vino del tutto particolare. Un vino che ha un colore insolito, un colore che se ne frega dell'estetica e della regola dei colori imposta dai consumatori, dai giornalisti specialmente, e dagli enologi. I quali hanno tutti riferimenti fasulli che non rispettano la natura. È un colore che segue l'andamento della natura. Dorato, quasi ambrato. Ha un profumo soave, piacevolissimo, un grado molto elevato che sfiora i 16 gradi. I profumi evocano l'aria della Sicilia, espressi nella maniera più naturale. È un vino non trattato, non filtrato, non snaturato dalla mano dell'enotecnico. I profumi ricordano l'uva che fermenta, che dà un vino che si evolve con un suo grado notevole e diventa non aromatico ma etereo. Il sapore è mediamente dolce, non acidulo, rotondo, che rispecchia il clima e il sole. È un vino di un certo fascino che va bevuto col cervello più che col palato.»⁴⁷

I siciliani si sono così trovati fra le mani un prodotto destinato a rappresentare i migliori nettari dell'isola enoica. Per questo ne hanno voluto fare dono a tutti i grandi

⁴⁶ G. Tachis, *Mozia isola mediterranea*, in "Kalòs", luglio/settembre 2007

⁴⁷ D. Visalli, (intervista a cura di) *Focus sul vino di Mozia, intervista a Giacomo Tachis*, in www.siciliaonline.it

uomini dei nostri tempi: dal Presidente degli Stati Uniti alla Regina Elisabetta di Inghilterra Elisabetta.

Credo che proprio quel successo abbia regalato una magia in più all'avventura siciliana di Tachis.

«L'esperienza in Sicilia è stata bellissima... pensa io mi sono occupato di Mozia e quella sì che è stata una bella soddisfazione.»

E l'isola lo ha ringraziato facendogli vivere un'esperienza unica e straordinaria: il ritrovamento nel fondale del mare di due cimeli senza prezzo.

Infatti furono rinvenute un'anfora del XIII secolo, ancora sigillata, a San Vito Lo Capo, e una bottiglia di peltro di epoca quattrocentesca, anche questa perfettamente conservata, a Favignana, nelle isole Egadi, ed entrambi contenevano vino⁴⁸.

Immaginatevi con quanto amore e quanta attenzione il nostro mescolavino archeologo abbia seguito gli studi fatti.

Non rimane che dire: grazie Sicilia.

1.11 Non solo Toscana, Sicilia e Sardegna

È vero che la maggior parte della sua vita professionale Tachis l'ha trascorsa tra vigne toscane, sarde e siciliane. La sua esperienza non si limita però a queste regioni. Anche il Trentino Alto Adige, il Piemonte e le Marche hanno voluto e potuto conoscerne l'orma.

Tachis è stato accolto e cercato da un'altra splendida regione italiana, conosciuta in tutto il mondo per le magiche montagne verdi d'estate e bianche d'inverno: il Trentino Alto Adige.

Proprio in uno degli angoli più scenografici del trentino, ai piedi delle maestose alpi, ci sono le tenute del marchese Carlo Guerrieri Gonzaga. Un uomo che, forse educato proprio da quei paesaggi in cui è cresciuto, ha una sensibilità per il bello, per l'armonia e per l'eleganza fuori dal comune⁴⁹. Ne ha fatto una vera e propria filosofia di vita e, grazie alla consulenza di Giacomo Tachis, l'ha trasmesso nel gusto del suo vino principe: il San Leonardo. (60% Cabernet Sauvignon, 30% Cabernet Franc, 10% Merlot)

Anche in questa avventura possiamo parlare di amicizia e il caso ha voluto che i due fuoriclasse si siano conosciuti grazie al Sassicaia. Negli anni '60, fresco di diploma agrario, Carlo Guerrieri Gonzaga venne chiamato proprio da Mario Incisa della Rocchetta per imparare il mestiere tra le vigne e le cantine di Bolgheri. Così conobbe Tachis e i loro percorsi si intrecciarono tra le fila della nascita del Sassicaia. Nel 1974 Carlo torna nella terra d'origine perché il padre era morto e l'azienda di famiglia reclamava la sua direzione. Con amore e convinzione prende in mano la tenuta, accompagnata dalla cultura che Bolgheri gli aveva trasmesso. Subito ha in mente di fare grandi cose. Inizia un duro lavoro in vigna piantando Cabernet e Merlot e fa l'audace scelta di abbandonare la tradizionale coltivazione della vite a percola trentina scegliendo il metodo guyot. Da subito accanto a lui ha voluto il suo amico Tachis e insieme iniziano ad avventurarsi in un terreno fino ad allora scon-

⁴⁸ cfr, AA. VV. *La Sicilia del Vino*, Giuseppe Maiomone Editore, Catania 2003

⁴⁹ G. Coronini, *Il Gran Lombardo*, in "Euposia", Dicembre 2006 – Gennaio 2007

sciuto al Trentino. La certezza di trovarsi nel luogo giusto con gli strumenti adatti era così forte da non perdere mai di vista il loro obiettivo: creare un grande vino bordolese. Erano sordi alle voci invidiose, avevano orecchi solo per la natura. Nasce così il San Leonardo, il primo grande rosso del Trentino. Quando fece la sua comparsa sui mercati lo scalpore fu tanto perché era un vino contro corrente, non imitava nessuno ed era fuori da ogni logica enologica fino ad allora sperimentata in Trentino.

Oggi è un vino simbolo del rinascimento enologico trentino e oggetto di culto per schiere di appassionati. È uno dei più importanti vini italiani, universalmente apprezzato. È sufficiente ricordare che è tra i pochi (sono solo otto) a meritarsi il massimo del punteggio su tutte le guide enologiche italiane.

Poi un'altra regione, una nuova amicizia e un nuovo capolavoro.

Colline armoniose, con una fantastica visione prospettica di vigneti rigogliosi e olivi argentei, dipinte in tutte le tonalità del verde, con quadri marrone intenso per la terra ricca di umus, e grigi ed ocra caratteristici dell'argilla e del tufo, si affacciano su un orizzonte che arriva fino al mare ed oltre: siamo nelle Marche.

La visione è tanto struggente da catturare prima lo sguardo e poi il respiro: impossibile resistere.

Ecco la storia che sa di magia raccontata dalle parole del petroliere Aldo Brachetti immerso nella sfida del vino per diletto:

«Appena acquistata la tenuta di cui su 150 ettari solo 18 erano a vigneto, una nevicata distrusse la vigna intera, allora piantata a "tendone". Credo fosse un segno divino, così come il mio incontro con il marchese Carlo Guerrieri Gonzaga, proprietario della celebre Tenuta S. Leonardo a Borghetto Alto Adige in Trentino. La viticoltura è una scienza esatta come la matematica, e leggendo le analisi dei terreni de Il Pollenza il marchese mi suggerì, convincendomi, che i miei terreni erano congeniali per coltivare vitigni bordolesi come Cabernet Sauvignon e Franc, Merlot, Pinot Noir e Petit Verdeau e che il migliore fra tutti gli enologi, che sapeva creare con queste uve veri e propri capolavori, era Giacomo Tachis»⁵⁰

Il conte non perse tempo, alzò la cornetta del telefono e compose il numero di Tachis per proporgli una consulenza. L'enologo senza mezzi termini gli rispose di no perché non aveva a disposizione il tempo necessario per affrontare nuove avventure enologiche. Con quella telefonata, però, si raggiunse almeno l'accordo di un incontro in Toscana. Così si ritrovarono nello studio dell'enologo per parlare e confrontarsi, da subito assunse i toni di una chiacchierata tra amici di lunga data. A quel punto Tachis non ha potuto rifiutare l'aiuto ad un amico.

Nel raccontarmi l'episodio Giacomo ha sfoderato l'ormai consueto sorriso ironico, ha lasciato per un attimo il pensiero sospeso sul silenzio, e poi mi ha detto:

« E poi, sai, mi vengono a prendere con l'elicottero, il mezzo dei ricchi.»

E nel 1996 inizia l'avventura marchigiana.

Sotto l'occhio attento di Tachis prende il via una vera e propria ristrutturazione dell'azienda: la costruzione di una cantina modernissima, l'impianto di nuovi vigneti di Cabernet, Merlot, Pinot Noir, Syrah, Gewurztraminer e Sauvignon Blanc, oltre che

⁵⁰ *Petroliere e "vigneron", in "Vie del Gusto", Marzo 2007*

il recupero qualitativo di vitigni tradizionali come Trebbiano e Sangiovese. La trasformazione porta alla rinascita di una casa vinicola che oggi è un modello per la realtà marchigiana: Il Pollenza.

In questa impresa Tachis ha portato oltre la sua esperienza anche due dei suoi allievi prediletti: il piemontese Umberto Trombelli e il giovane tecnico siciliano Vincenzo Melia.

Con questo valido team ha creato grandi vini che si sono da subito conquistati un ruolo da protagonisti nel mondo dell'enologia italiana. Il fiore all'occhiello è Il Pollenza, un grande rosso in stile bordolese, un mix di Cabernet Sauvignon e Merlot in cui solo nelle annate giuste entra una piccola percentuale di Sangiovese. Nasce da una attenta fermentazione in tini di cemento vetrificato, poi invecchiato in barrique.

Dal 1992 al 2001 ha fatto da consulente a un'altra azienda vinicola marchigiana: Umani Ronchi. Giusto il tempo necessario per creare, insieme alla famiglia Bernetti, un ennesimo vino che ormai fa parte a pieno titolo dei grandi vini italiani: il Pelago. Nel nome si racchiude l'essenza della bottiglia perché nasce da viti di Cabernet, Merlot e Montepulciano d'Abruzzo che conoscono bene il salmastro.

2° Capitolo

LA RIVOLUZIONE DELL'ENOLOGO DALLA VIGNA ALLA CANTINA, DALLA CANTINA AL MERCATO

*...è finita un'altra giornata,
gli uomini della vigna tornano a casa
credo che molta felicità sia agli uomini
dove si trovano i buoni vini
il buon vino è frutto di fatica,
perché la Terra da sola non basterebbe.*

- Leonardo Da Vinci -

*Il vero viaggio di scoperta
non consiste nel cercare
nuove terre ma nel vedere
con nuovi occhi.*

- Marcel Proust -

Bevanda, cibo, medicina, piacere, sfida, cultura, natura, colori, profumi e lavoro: il vino.

Queste e tante altre cose descrivono solo superficialmente il nettare degli dei.

La varietà eccezionale di tutti questi fattori ha permesso la capillare, costante presenza del vino nella millenaria storia dell'uomo.

E negli ultimi cinquanta anni un tecnico più di altri ha contribuito all'evoluzione dell'enologia italiana: Giacomo Tachis.

Tachis, avvalendosi di una cultura, un ingegno, una conoscenza ed una sensibilità originale, nel labirinto dell'insuccesso in cui l'Italia vitivinicola sembrava intrappolata, ha saputo riprendere il cammino iniziato tanti anni prima dai pionieri del Risorgimento vitivinicolo italiano.

Ipotesi, concetti e tesi innovative, nate nella conoscenza del passato, hanno descritto il suo cammino, rimanendo, però, con i piedi sempre ben piazzati nella consapevolezza della forza della natura, tanto da poter sintetizzare il tutto in un'affermazione di poche parole: il vino è interpretazione umana dell'uva.

Ecco perché è corretto affermare che il dono più prezioso che Tachis ha fatto all'enologia non è né uno strumento tecnico, né un'innovativa formula chimica, ma un nuovo sguardo, figlio di occhi diversi, arricchiti da una cultura classica unica, che ha illuminato nuove strade da percorrere per raggiungere l'obiettivo della qualità e del successo nei mercati.

Tutto questo lavoro, tutta questa energia ha portato all'ammissione generale che Giacomo Tachis è riconosciuto dentro e fuori dal nostro paese come uno dei più grandi enologi contemporanei, anche se il primo ad invitare alla prudenza è proprio lui stesso.

Non ha mai pensato di essere il più bravo e questa è una delle certezze su cui ha costruito la propria carriera. Ancora oggi a 74 anni continua a mettersi in gioco. Non ha mai avuto paura di cambiare opinione. Questo perché è un uomo di scienza e come tale la sua sfida è sempre la scoperta del nuovo, anche rivalutando ciò che aveva affermato in precedenza. Ha sempre voluto conoscere altro, senza cercare consensi di maniera ma lasciando il giudizio finale ai fatti.

L'obiettivo non è mai cambiato: la conoscenza e quindi l'eccellenza.

Per raggiungerlo ha saputo essere umile e tante volte ha bussato alla porta di chi credeva potesse insegnarli il nuovo. Non importava chi fosse al di là di quella porta: persone, fatti, libri o natura; ha avuto orecchi per ascoltare tutti e tutto.

O meglio quasi tutto: ogni qualvolta abbia voluto introdurre delle novità in vigna o in cantina non si è fatto intimorire da coloro che lo indicavano come un pazzo.

Questa è stata la sua forza, il coraggio che gli ha permesso di percorrere sentieri fino ad allora sconosciuti, rendendolo artefice di una rivoluzione professionale.

2.1 L'enologia come scienza e come professione

L'invenzione del vino non porta la firma né di un personaggio, né di un luogo, né di un fatto. Archeologi, storici, scienziati e umanisti hanno perseguito l'obiettivo di poter ritrovare quella prova ancora sconosciuta, che confermi o smentisca le numerose leggende⁵¹ che raccontano il primo incontro tra l'uomo e il vino.

Una cosa è certa: già quel primo risultato doveva essere stato positivo visto che gli uomini hanno lavorato instancabilmente per millenni al fine di replicare ciò che, con tutta probabilità, avvenne in modo casuale. Ecco cosa ha detto a riguardo Giacomo Tachis: «*che l'arte del vino sia stata in tutti i tempi la preoccupazione costante dei popoli agricoli civili è dimostrato dal fatto che ciascuno vorrebbe avvalersi del primato della coltivazione della vite e quindi di essersi saziato per primo del nettare di Bacco.*». Il desiderio di avere il pieno controllo del processo produttivo è storia di ogni popolo che ha conferito al vino un posto centrale nella propria civiltà.

Eppure ancora oggi con le macchine più sofisticate e la tecnologia più avanzata il vino non può essere totalmente domato dalle mani dell'uomo perché è un prodotto che dipende da fattori con cui ci si può solo confrontare: il tempo, la meteorologia, la natura.

Proprio il mistero, l'imprevedibilità e l'autonomia donano al vino il fascino della sfida.

⁵¹ La più citata fra le leggende sulla scoperta del vino è certamente la versione persiana. Si racconta che alla corte di Jamsheed, un semi-mitico re della Persia, l'uva era amata e conservata in vasi per essere mangiata fuori stagione «*ma purtroppo una partita andò a male e l'orcio venne etichettato come veleno. Una delle donne dell'harem, che soffriva di pesanti mal di testa, bevve per errore dall'orcio – o proprio per cercare sollievo dalle “emicranie nervose”, tentò di darsi la morte con questo presunto veleno – cadde in un sonno profondo, da cui si risvegliò miracolosamente guarita. La donna informò dell'accaduto il re, che nella sua saggezza comprese che il “veleno” era in realtà succo d'uva fermentata, cioè vino con effetti medicinali, e dunque ordinò di preparare altri orci di quel “veleno”. Così l'umanità partì per la sua secolare odissea del vino.*», in P.E. McGovern, *L'archeologo e l'uva. Vite e vino dal Neolitico alla Grecia arcaica*, Carocci Editore, Roma 2004, p. 18.

Ancora tanto deve essere scoperto e come ogni realtà della vita dove c'è qualcosa da scoprire è lì che le scienze si incontrano e scontrano, è lì dove si concentrano gli sforzi della ricerca.

Al vino dunque appartiene il fascino della terra ancora da scoprire. Per capirne completamente il potere seduttivo è necessario considerare che questa bevanda ha accompagnato l'uomo nella storia, dagli albori ad oggi. Infatti il vino è stato testimone e strumento dell'avanzata della civiltà: frutto del lavoro e dell'ingegno umano, come merce preziosa e oggetto di scambio ha favorito i contatti fra culture molto lontane fra loro; ha offerto l'occasione a persone estranee di incontrarsi in un'atmosfera di allegria e di apertura mentale⁵². Non è trascurabile anche la connotazione passata e presente del vino come "ponte" fra gli uomini e le divinità.

Ogni popolo che si è cimentato nella produzione l'ha interpretata proprio come un'arte indice del livello di civilizzazione. Dopotutto come disse Victor Hugo «*Dio aveva fatto soltanto l'acqua, ma l'uomo ha fatto il vino!*» e non è opinabile l'affermazione di Ernest Hemingway: «*Il vino è uno dei maggiori segni di civiltà nel mondo.*»

Dunque il vino è un prodotto della natura che, nella forma che conosciamo, non esisterebbe senza l'intervento dell'uomo.

Ha sempre costituito parte integrante del territorio, dell'economia e della cultura, pertanto nel corso dei millenni ha assunto significati e funzioni diverse come espressione delle trasformazioni e dell'interazione fra strutture economiche, sociali, ideologiche e politiche di un certo popolo in un certo momento⁵³.

Ogni disciplina umana ne ha subito il fascino e si è interessata al mondo del vino per studiarne i segreti, per interpretarne l'evoluzione, per rileggerne il simbolismo e per immortalare la funzione sociale. Dopotutto studiare la storia del vino significa studiare la storia dell'uomo.

La presenza capillare e continua della vite e del vino in opere letterarie, nelle arti figurative, nella musica, nei miti, nei proverbi è un evidente documento del forte impatto culturale e sociale esercitato fin dalle epoche più remote.

Come risposta alle esigenze culturali, sociali ed economiche il vino nel corso dei millenni ha conosciuto una profonda trasformazione nel gusto, percepibile solamente dalle tante parole scritte nei secoli sotto forma di trattati, poesie, canzoni, drammi e romanzi. In ogni caso il colore, il profumo e il sapore del vino è stato ed è plasmato dagli occhi, dal naso e dal palato del bevitore, seguendo e testimoniando il cammino dell'umanità. Come bevanda ha sempre dovuto assecondare e soddi-

⁵² Cfr. H. Johnson, *Il vino. Storia, tradizioni, cultura*, Franco Muzzio Editore, 2003

⁵³ «*Il vino e la viticoltura hanno assunto ruoli di fondamentale importanza in campo economico, sociale, politico e ideologico nelle diverse parti del mondo e lungo il corso della storia. Per esempio dal punto di vista economico, è attestato l'uso del vino come moneta di scambio fatto dai romani in Gallia, l'importanza del commercio del vino con l'Europa del nord per gli abitanti di Bordeaux in epoca medievale ... inoltre il vino e la vite si sono caricati di significati e di simbologie importanti, dalla presenza nei rituali bacchici a quella nelle eucaristia cristiana. A tutti questi fattori va aggiunta anche l'importanza politica della viticoltura e del commercio del vino, espressa nel I secolo dal famoso editto di Domiziano ma anche dagli effetti della Guerra dei cent'Anni sul commercio del vino anglo-sassone...*» T. Unwin, *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Donzelli editore, 2002, p.4

sfare tutti i bisogni dell'uomo: la sete, la malattia, la stanchezza fisica e mentale, la celebrazione civile o religiosa o semplicemente il piacere.

Ecco perché il processo produttivo del vino si è evoluto nel tempo adeguandosi e diversificandosi al fine di interpretare l'evoluzione del gusto. L'uomo ha imparato a rispettare il vino, seguendone con attenzione il percorso dalla terra alla bottiglia, dando vita a nuove scienze per studiarne il processo, per scoprirne i segreti e per indicare le nuove strade da perseguire con l'obiettivo di una produzione più consapevole. Proprio questo percorso ha portato alla nascita di numerose professioni con il compito di accompagnare particolari momenti dell'evoluzione: l'agronomo, il cantiniere e l'enologo (per dirne solo alcune).

Con ingegno e costanza, oppure con l'introduzione di pratiche innovative, l'uomo ha cercato di conoscere sempre più approfonditamente quel processo che permette all'uva di trasformarsi in vino.

Fondamentale è stata la realizzazione del primo microscopio composto da parte di Galileo (1590) che ha aperto la strada al grande futuro dello studio dell'uva, del mosto e del vino. Una strada lunga e difficoltosa, percorsa da tanti fino ad arrivare a Pasteur ed agli scenari attuali.

Il XIX secolo rappresenta, infatti, un momento di svolta, perché solo allora, grazie agli esperimenti e ai risultati pubblicati delle ricerche effettuate da Pasteur a partire dal 1863, si arrivò ad una coscienza tecnica e scientifica di cosa fosse la vinificazione. Senza una spiegazione scientifica quel fenomeno sfruttato per millenni al fine di produrre vino rimaneva un processo empirico, esposto ai capricci della natura. L'esperienza aveva insegnato che l'uva pigiata avrebbe subito una fermentazione, trasformandosi in vino, ma prima dei risultati delle ricerche effettuate dallo studioso francese, l'uomo, nel migliore dei casi, riusciva ad esercitare un controllo parziale.⁵⁴

È così nato un rapporto inscindibile tra il vino e la scienza, la chimica e la microbiologia, rapporto che si è poi consolidato in seguito all'emergenza affrontata dalla viticoltura per combattere l'attacco di malattie della vite, quali l'oidio e soprattutto la fillossera, a cavallo tra il XIX e il XX secolo. Questo trauma, infatti, fece riflettere la viticoltura europea e nacque la consapevolezza che le tradizioni tecniche e culturali, ancora fortemente legate all'epoca di Columella, non erano sufficienti a garantirle un futuro. È allora che si sentì con urgenza la necessità di stabilire un legame stabile con la ricerca, la sperimentazione, ed una tecnologia capace di sopperire ad eventuali nuove calamità.

Da allora una professione si è sempre più specializzata, ritagliandosi uno spazio di primo piano nell'intero processo produttivo: l'enologo. Non a caso nel 1876 nasceva a Conegliano (Treviso) la prima Scuola di viticoltura e di enologia d'Europa proprio con lo scopo di formare uomini specializzati e preparati, in grado di seguire e far proseguire, su basi scientifiche, il settore vitivinicolo del giovane Stato appena nato.⁵⁵

⁵⁴ *ibidem*.

⁵⁵ Fonte, www.assoenologi.it

L'enologo è una professione con radici molto antiche, tanto che ai tempi degli antichi egizi il capo cantiniere che seguiva con attenzione il processo produttivo, e sulle anfore che contenevano il vino, accanto all'indicazione territoriale, metteva la propria firma, come segno di riconoscimento e garanzia di qualità del vino stesso⁵⁶.

Inoltre, è innegabile quanto abbiano contribuito allo sviluppo della viticoltura e dell'enologia i popoli antichi che hanno gettato le fondamenta della nostra società: Greci, Etruschi, Egiziani, Fenici, Babilonesi e tanti altri ancora.

«E' stata la tecnica di quelle civiltà – secondo Giacomo Tachis - (allora empirismo più che vera tecnica) la progenitrice della scienza attuale.»⁵⁷

Sono tanti i nomi che si meritano un posto nella storia del vino per le ricerche, gli studi e le intuizioni che hanno avuto in un passato anche molto lontano: Columella, Burgundione, Plinio, Catone, Galeno, De' Crescenzi⁵⁸, Galileo, solo per dirne alcuni. La loro forza e la loro fortuna era proprio l'intuizione, perché ancora nessuno aveva saputo spiegare scientificamente cosa fosse la vinificazione⁵⁹. Eppure molte delle affermazioni e delle pratiche proposte da questi uomini di scienza hanno un nesso diretto con la moderna e attuale enologia.

Ma nella connotazione professionale attuale, l'enologo è una professione relativamente recente.

Nata per introdurre la scienza nella produzione del vino, porta con sé la conoscenza tecnica e scientifica nelle vigne e nelle cantine, ma per poter fare la differenza ha ancora bisogno proprio di quell'intuito.

Con il tempo le competenze e i ruoli che ha rivestito si sono moltiplicati fino a diventare anche strumento di promozione dell'immagine aziendale.

Negli ultimi cento anni ogni cantina, ogni casa vinicola di una certa importanza ha fatto sempre più ricorso a questo professionista. E, a partire dagli anni '60, in Italia il binomio azienda – enologo è stato l'artefice di una vera e propria rivoluzione dell'enologia nazionale per rispondere alle nuove richieste del mercato.

L'enologo ha iniziato a ricoprire ruoli di primo piano e le aziende hanno cominciato a dargli tanta importanza dal momento in cui l'attenzione si è spostata dalla produzione quantitativa alla qualitativa. Quindi, quasi per assurdo, più si è visto diminuire

⁵⁶Quando nel 1922 fu riaperta la porta della tomba di Tutankhamon, morto nel 1352 a.C., l'egittologo Carter si trovò di fronte a un vero e proprio tesoro tra cui trentasei anfore di vino che dovevano accompagnare nel suo viaggio lo spirito del re. *«Su tutte le anfore, salvo le tre più vecchie, è scritto il nome del capocantiniere. Uno di questi, di nome Kha'y, aveva fatto cinque vini della tenuta di Tutankhamon, ma anche uno di quelli della residenza di Aten: ciò fa pensare che questi funzionari dirigessero entrambe le proprietà, oppure che Kha'y fosse un cantiniere tanto abile che, come fa oggi il professor Peynaud a Bordeaux, fosse responsabile di parecchie grandi tenute allo stesso tempo.»*, in H. Johnson, *op. cit.*

⁵⁷G. Tachis, *Considerazioni sul passato, presente e futuro della vitienologia*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, Marzo 1999

⁵⁸ Proprio Piero De Crescenzi è identificabile come il precursore della vitienologia moderna, come ha detto Giacomo Tachis *«l'impiego odierno dei più studiati chiarificanti del vino, la vinificazione dell'uva rossa nei vasi vinari (considerati sul piano tecnico di ultimo grido), ci richiamano agli scritti di quell'illustre studioso di fine '200 che è passato anche per Pisa quando si occupò insieme ad altri giudici della storica tragedia del conte Ugolino.»*

⁵⁹ Un esempio che avvalorava quanto ho detto è il fatto che la prima macchina diraspatrice automatica in legno è stata realizzata nella seconda metà del '400 da Michelangelo Tanaglia (autore di *De Agricoltura*) pur senza conoscere in teoria i principi chimici della cessione dei tannini, delle catechine dal raspo al mosto e al vino che gli conferiscono il sapore amaro e vegetale.

il consumo pro capite di vino, più la professione dell'enologo ha assunto posizioni di rilievo: da semplice trasformatore dell'uva in vino, è diventato interprete del gusto e dei mercati. Non è un caso che la maggior parte delle grandi aziende vitivinicole italiane (dalla Banfi alla Antinori, dalla Corvo alla Florio, dalla Cavit alla Spumanti Ferrari, dalla Fontanafredda alla Marchesi di Barolo) hanno come direttore e responsabile di produzione proprio un enologo, ovvero colui che con esperienza e tecnica deve farsi garante della produzione e della qualità dei vini.

Oggi in Italia la pratica di produrre vino è ben lontana da quella che fino a metà secolo scorso era abitudine. Nel sistema mezzadrile erano i fattori, o gli agenti di azienda, o gli stessi proprietari i veri detentori del sapere: coltivavano la vite con il sistema promiscuo, pigiavano l'uva a piedi nudi in tini aperti di legno e fermentavano il mosto con i raspi, facendo invecchiare il vino per lunghi anni in enormi botti. Raramente si aprivano le porte ai tecnici.

D'altro canto il mercato del momento richiedeva proprio il prodotto di quel processo, figlio della consuetudine.

Come ha detto Peynaud, infatti, «è in qualche modo la qualità del consumatore che fa la qualità del vino. Se ci sono vini cattivi è proprio perché ci sono cattivi bevitori. Il gusto è conforme alla rozzezza dell'intelletto: ognuno beve il vino che merita.»⁶⁰

Riflettendo sulla qualità del vino che si produceva nel passato è, dunque, necessario tenere presente che fino a metà del secolo scorso il consumo pro capite di vino era il triplo rispetto a quello che conosciamo oggi, e nella logica mezzadrile la coltura della vite rispondeva ad esigenze di sussistenza, e il vino prodotto dipendeva quindi da un'uva che oggi definiremo mediocre.

Poi molteplici fattori hanno concorso alla trasformazione del panorama vinicolo italiano: la diminuzione del consumo pro capite e il conseguente aumento della quantità di prodotto eccedente, un mercato estero che non apprezzava i prodotti italiani, la scomparsa della mezzadria e la trasformazione nell'immaginario collettivo del bicchiere di vino da strumento per dissetarsi e nutrirsi a oggetto di culto e piacere.

Così negli anni '60 ha preso il via una nuova epoca del vino, grazie ad una rivoluzione partita dalle fondamenta della struttura enologica che, da allora in poi, non ha lasciato niente al caso.

In quegli stessi anni, però, si aprì la porta anche all'illusione di un'onnipotenza dell'uomo sul vino attraverso una errata interpretazione del ruolo della chimica nella produzione. «La chimica spicciola, quella delle polverine e delle soluzioni miracolose o quella delle "macchine da vino" che recavano danno ai suoi naturali processi biochimici, che lo rendevano limpido e brillante attraverso prepotenti e violenti interventi o lo stabilizzavano senza tenere conto delle esigenze fisiologiche del prodotto, aveva sostituito quanto di delicato e sacro poteva invece fare la natura.»⁶¹

In Italia la professione non godeva ancora di un riconoscimento pari a quello di oggi, ma il terreno era fertile.

⁶⁰ E. Peynaud, *Il gusto del vino*, Bibenda Editore, Roma 2005.

⁶¹ G. Tachis, *Considerazioni sul passato, presente e futuro della vitienologia*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, 13 Marzo 1999.

Proprio allora Giacomo Tachis è arrivato sulle colline toscane e ha iniziato a vestire i panni dell'enologo per l'azienda Antinori.

Proprio Giacomo Tachis, che non perde occasione per sottolineare come l'unica cosa fatta, sempre e comunque, sia stata mescolare vini, è stato uno degli artefici della rivoluzione di una professione prima troppo legata al camice bianco da chimico.

Ha saputo interpretare il "fare l'enologo" secondo una logica integrale, ovvero partendo dalla terra per arrivare alla cantina e al mercato.

Ha insegnato che l'enologia non è la professione della cantina, ma è la professione del vino.

Questo vuol dire che l'enologo, come interprete del gusto del mondo, deve saper vestire non solo il camice bianco da laboratorio: nel proprio guardaroba quotidiano devono essere presenti anche le calosce, le cesoie, e deve saper leggere tanto nel presente quanto nel passato e nel futuro.

L'intuito e la volontà di mettersi in gioco sono stati due strumenti fondamentali del suo viaggio, allo stesso pari della conoscenza e dell'amore per il mondo classico e per la tradizione, ingredienti insostituibili ed unici dei suoi vini. Assaggiando i prodotti nati con la sua collaborazione e ascoltando le sue dirette parole è evidente come abbia voluto interpretare una professione, che potrebbe sembrare asettica e dettata solo dalle leggi della chimica, votandola allo studio e al rispetto della vita, perché il suo obiettivo è sempre stato produrre vini motivo di piacere e di soddisfazione del consumatore.

Ma non solo.

Ha saputo e voluto vedere il vino sia come semplice bevanda, per poterla osservare con gli occhi obiettivi del distacco, che come prodotto della natura con una vita propria.

Questo è stato un fondamento forte e profondo, che lo ha forgiato sia come enologo, che come uomo: Tachis ama e rispetta la vita senza nessuna limitazione.

E amare la vita vuol dire prima di tutto gioire dei doni di ogni giorno.

E il vino è gioia, piacere, godimento a patto di cercare sempre e comunque l'eccellenza, sia nella produzione che nella comunicazione.

«...sulla finezza di una stoffa, sulla linea di un mobile, sulla perfezione di una macchina incidono soltanto il gusto, la soddisfazione o il guadagno del mondo dei produttori e dei consumatori.

L'eccellenza di un vino tocca la gioia, la serenità e la salubrità dell'uomo, sino a rinvigorire il suo umore, ed alleviare le sue pene, attutire il peso della sua età, infondergli speranza, coraggio, risolutezza.

Chi coltiva la vite, più che svolgere un lavoro, coltiva una missione nel campo del buon vivere e dell'etica moderna.»⁶²

È così che Tachis ha vissuto e vive il privilegio, cercato e meritato, di lavorare alla realizzazione di un veicolo di piacere, portandolo ad insegnare che il vino, come ogni cosa che vive di vita propria, deve essere rispettato e maneggiato con coscienza.

⁶² G. Tachis, *Vino: ebbrezza e malinconia*, in Zattini M. (a cura di), *L'ebbrezza di Noè*, Il Vicolo, 2003, p. 28

za, perché ogni dettaglio concorre a definirne il carattere: il paesaggio, la terra, la storia, la cultura, l'arte del contadino, i mestieri di contorno come il bottaio...

L'enologo, dunque, come responsabile di produzione e garante della qualità del vino prodotto deve saper interagire con ogni fattore che influisce nella creazione dell'identità del vino e gestire ogni momento della produzione: dall'idea alla viticoltura, dalla vigna alla vinificazione, dalla vinificazione alla maturazione e dalla cantina al mercato.

Dovendo rappresentare l'enologo con una figura cinematografica, nasce spontanea la similitudine con il regista, perché ha il compito di seguirne il processo dalla gestazione dell'idea alla messa in commercio del prodotto, garantendo coerenza e armonia dal primo all'ultimo ciak.

Per capire il ruolo e le competenze che oggi l'enologo ha, riporto qui di seguito la definizione della professione proposta dall'Associazione Enologi Enotecnici Italiani:

«L'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (Oiv), ossia l'ente intergovernativo che a livello mondiale riunisce i principali Paesi produttori, ha definito l'Enologo e l'Enotecnico persone altamente qualificate, tecnicamente e scientificamente preparate che, dalla coltivazione della vite alla raccolta dell'uva, dalla vinificazione all'imbottigliamento, sovrintendono e determinano quanto serve a garantire, sia pure nei diversi livelli, la qualità del prodotto. L'Enologo e l'Enotecnico sono quindi i professionisti della produzione, la loro professionalità si sviluppa principalmente nella responsabilità e nella gestione di complessi viticoli, enologici e vitivinicoli con grandi ricadute quindi anche sulla salubrità e genuinità del vino e pertanto verso i consumatori.

Formano oggetto della professione di enologo principalmente la direzione e l'amministrazione di aziende vitivinicole dalla trasformazione dell'uva alla commercializzazione dei vini e dei prodotti derivati. Rientra tra le attività professionali dell'enologo e dell'enotecnico anche l'effettuazione dei controlli microbiologiche, enochimici ed organolettici dei vini e la valutazione dei conseguenti risultati. All'enologo in Europa ed in diversi Paesi extracomunitari è demandata la responsabilità delle aziende vitivinicole attraverso la scelta della tecnologia relativa agli impianti del vigneto e degli stabilimenti vinicoli, nonché di alcune specifiche pratiche enologiche, tra cui ricordiamo quelle riferite alle resine scambiatrici di ioni, al ferro-cianuro di potassio, al fitato di calcio, all'acido DL-tartarico. Fa sempre parte dell'attività dell'enologo l'organizzazione aziendale della distribuzione e della commercializzazione dei prodotti vitivinicoli, compresi gli aspetti di comunicazione, di marketing e d'immagine.»⁶³

Queste parole fanno capire la complessità del lavoro svolto dall'enologo e le numerose responsabilità di cui è investito.

Però una cosa fondamentale è assente tra le conoscenze richieste al professionista qui descritto: le scienze umane. L'enologo, infatti, non deve essere solo un tecnico della vite e del vino, deve essere anche un umanista del vino. Questo appunto l'ha insegnato Giacomo Tachis che ha saputo reinterpretare la propria professione capendo e partendo dal concetto fondamentale che il vino è espressione

⁶³ Fonte: www.assoenologi.it

di civiltà. «L'approccio alla bevanda per eccellenza – ha detto - non poteva essere soltanto limitato a studiare il vino dal punto di vista analitico e tecnico, anche se questo mi ha aiutato a conoscere le sue qualità, la sua evoluzione e la sua composizione su un piano prettamente chimico e scientifico. Anche se per anni ho fatto solo questo, non potevo assolutamente, e anche per completezza di analisi, tralasciare l'aspetto culturale che accompagna questa bevanda la cui storia si perde nella notte dei tempi. Se non avessi approfondito lo studio del passato, le leggende e le tradizioni del vino che si legano al vino ... mi sarei sentito un robot. Insomma, non riuscivo a togliermi dalla mente una semplice considerazione: quando assapori un vino bevi anche un sorso del mito. Ne avverti la presenza e senti l'esigenza di approfondire e svelare il mistero che lo circonda. E dall'assaggio che deve nascere la curiosità e poi, come una catena, ti trovi sommerso dai libri alla ricerca del sapere puro. E poi, non posso negarlo ... i miti del vino mi sono stati utili per apprezzare maggiormente i paesaggi che lo hanno reso possibile»

L'enologo dunque non può mai prescindere dal rispetto della natura e della cultura. Questo significa conoscenza. Una conoscenza aperta, estesa e profonda, proiettata nel passato, nel presente e nel futuro, sicuramente con forti radici nel mondo della classicità, intesa come grande serbatoio di esperienze e di cultura.

E la classicità è una peculiarità unica di Tachis: si è formato nel mondo classico, l'ha osservato con la mente e con il cuore e se ne è appropriato.

Il suo appartenere al mondo classico gli ha permesso di saper trovare la giusta mediazione per raggiungere l'armonia che rende unico ogni vino nato con la sua collaborazione.

2.2 Il territorio

«Non esiste un grande vino senza un grande terroir. Il clima, il sole ed il vitigno sono i fattori naturali della qualità ma essi hanno bisogno, per un'adeguata valorizzazione, dei fattori umani e del lavoro umano.»⁶⁴ Questo è quanto affermava con coscienza il grande Emile Peynaud.

Tachis ha fatto proprie le parole del suo maestro, interpretandole e adeguandole alle proprie esigenze, approfondendone la conoscenza attraverso l'esperienza personale e di coloro che hanno vissuto in epoche anche molto lontane dalla nostra. Esperienze che gli hanno permesso di comprendere il vino e quindi interpretare la professione di enologo come quella professione che ha il compito di forgiare l'identità del vino, educandolo e accompagnandolo nel suo processo creativo. Per poter fare ciò una sola strada è possibile: interagire con ogni fattore che intervenga nella creazione dell'identità del vino.

Il primo e potente agente della specificità identitaria del vino è proprio il territorio.

Il rapporto tra territorio e vino è, infatti, ineccepibile.

Oggi se ne fa un gran parlare, dimenticando troppo spesso come non sia una scoperta contemporanea, ma una realtà con una storia antica quanto l'invenzione del vino. I preziosi e numerosi testi antichi che ci sono stati donati dal passato sono

⁶⁴E. Peynaud, *op. cit.*, p. 64

una testimonianza di quanto il concetto di denominazione di origine correlato ai prodotti agroalimentari fosse già pensato, interpretato e sfruttato⁶⁵.

Ulisse ubriacò il ciclope Polifemo (*Odissea*, IX) non con un vino qualunque ma con quello di Ismaras(Tracia). I primi a introdurre l'indicazione geografica del vino, non sono stati i francesi (a cui gli si può attribuire la indubbia capacità di insegnare a ogni lingua del vino il termine "terroir") o gli italiani del secolo scorso, ma gli antichi egizi: Tutankhamon volle e impose che sulle anfore contenenti il vino fosse scritto il luogo di produzione⁶⁶. In tempi più vicini a noi, nel 1685, Redi espose nel suo *Ditirambo in Toscana* un'ampia e particolareggiata rassegna dei vini toscani, con frequenti e caratterizzanti riferimenti alle zone di produzione.

Oggi proprio questo rapporto tra territorio e vino sembra avere molti riflettori puntati addosso: produttori, enologi, legislatori, media e bevitori.

Tante parole spese in merito non sempre sono supportate da una reale conoscenza e consapevolezza del tema. Infatti negli ultimi anni il vino è tornato finalmente di moda, e sfoggiare una conoscenza in merito è diventato gratificante non solo nei salotti più esclusivi; conseguenza ne è che parlare di "terroir" spesso risponde più alla arida volontà di partecipare a chiacchiere mondane che allo sforzo di comprenderne appieno il significato.

Purtroppo in questo modo una delle denominazioni più importanti del vino, per non dire la più importante, assume la forma di una falsa scorciatoia per incapacità enologiche, e quel rapporto, ostentato anche dove non è realmente percepibile, si trasforma in mero (anche truffaldino) strumento di promozione e di garanzia del liquido contenuto nella bottiglia.

Un esempio: ancora oggi, nonostante i numerosi disciplinari oltremodo restrittivi, sul mercato circolano bottiglie che evidenziano sulla fascetta e/o sull'etichetta l'appartenenza ad un territorio, ma contengono uva proveniente da più parti di Italia (in particolar modo il sud Italia).

Per fortuna esistono persone che con professionalità, e quindi con competenza e onestà, fanno il proprio lavoro e smentiscono il luogo comune dell'italiano che fatta la legge trova il modo e il mezzo di eluderla.

Giacomo Tachis indubbiamente appartiene a questa cerchia e il successo non momentaneo ma costante nel tempo dei prodotti nati dal suo lavoro ne sono una inequivocabile testimonianza.

Proprio lui è uno di coloro che hanno permesso al mondo enologico di comprendere cosa si intenda per rapporto tra vino e territorio. E ancora una volta lo strumento più opportuno per arrivare ad una reale proprietà del concetto è la conoscenza.

Per intraprendere nel migliore dei modi l'osservazione di questo rapporto, riporto qui di seguito le parole con cui Tachis ha descritto il Territorio:

⁶⁵ «Erodoto, che ricorda i profumi di Arabia, Orazio che menziona la porpora di Tiro, i vini di Falerno, di Sorrento e di Cos, il marmo di Frigia e la clamide tessuta a Mileto, Marziale che discerne il formaggio etrusco dalla impronta della luna (*caseus etruscus signatus imagine lunae*), ne sono eclatanti testimonianze. Dunque il "Terroir" è stato scoperto ben prima di oggi!», in G. Tachis, *Orchestrato di Gela e i comandamenti della buona tavola*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, 2001

⁶⁶ cfr. H. Johnson, *op. cit.*

«Il territorio è un insieme di componenti del vino e della sua immagine: qualità del terreno, clima, esposizione del vigneto, tradizione, mito, cultura del contadino e del vinificatore, cultura del venditore. Anche il paesaggio, l'arte, la storia e la poesia sono componenti importanti del territorio, così come la cucina, l'ospitalità e persino l'economia locale.

La valorizzazione di un territorio inizia con veri dati di fatto sia per quanto concerne la cultura e il commercio sia per i fattori pedoclimatici. Sovente la valorizzazione di un territorio viene iniziata da personaggi singoli, che in seguito si associano o trovano imitatori interessati a percorrere una certa strada ritenuta valida. Ne consegue così un fatto sociale o di ordine economico, che pian piano con studi, contrasti, accordi e disaccordi, conduce a sviluppi più o meno rapidi. E' importante che tali sviluppi restino al di fuori del dominio delle folle e delle loro passioni, e che vengano affidati alle serene ed equilibrate menti degli uomini di scienza e di diritto. Questo è il territorio.»

Grazie a questa descrizione è intuibile il ruolo fondamentale che gioca il territorio nella costruzione dell'identità del vino, partendo dal concetto che, come per gli uomini, l'identità è memoria: rivela tutto ciò che siamo stati, magari fino a un attimo prima⁶⁷. E, allo stesso tempo, è chiaro quale debba essere il ruolo dell'enologo: valorizzare il territorio nel quale opera, per ottenere dei vini che rappresentino la massima espressione qualitativa della zona, in linea con le nuove e sempre più complesse esigenze del mercato moderno.

Con la parola *territorio* si esprime, infatti, tutto ciò che contribuisce a una produzione enologica di qualità, e tutto ciò che il vino, attraverso pratiche enologiche efficaci, può ricordare al suo degustatore. Rappresenta tanto il punto di inizio, dove il vino viene pensato e prodotto, quanto il traguardo da raggiungere, perché quella bevanda deve essere capace di raccontare il territorio che lo ha generato.

Racchiude in sé l'appartenenza del vino tanto all'emisfero sociale quanto all'emisfero naturale.

Quindi parliamo di terra, dove la vigna getta le proprie radici. Parliamo di clima, di luce che accompagna la maturazione dell'uva. Parliamo di profumi che la natura difonde nell'aria che la vigna respira. Parliamo di uomini che si confrontano con la potenza della natura, coltivando la vite e trasformando l'uva in vino. Quindi parliamo anche di cultura e conoscenze proprie di quegli uomini.

È allora evidente la doppia connotazione del territorio: una fortemente legata alla natura, l'altra direttamente connessa all'uomo.

Se per cultura si intende tutto ciò che è stato manipolato dall'uomo⁶⁸, è assiomatico come il territorio sia dove natura e cultura si fondono nel dialogo, e ne è la più eclatante delle espressioni percepibili: da un rapporto di scambio e rispetto nasce quello che possiamo ascoltare, leggere, respirare, vedere, e gustare.

«Le strade del vino rappresentano un'affermazione umana e culturale di alto ed ampio valore. Come il vino, anche le sue strade fungono da elemento conduttore di incontri, di comunicazioni, di scambi di informazioni e in particolare agiscono sul

⁶⁷ cfr. G. Jervis, *La conquista dell'identità*, Feltrinelli, 1997

⁶⁸ cfr Z. Bauman, *Pensare sociologicamente*, Ipermedium Libri, Napoli, 2000

"palato civile" degli uomini. Le strade del vino inoltre svolgono un altro ruolo importantissimo: non solo rappresentano una fra le espressioni più esplicite dell'influenza dell'attività umana sul paesaggio, ma il loro percorrerle permette all'uomo di apprendere e di avvicinarsi alle "impronte storiche" del passato, il cui ambiente non soltanto è modificato dalle varie attività economiche, ma anche da azioni determinate da una forte motivazione spirituale.»⁶⁹

Così, come gli uomini hanno l'opportunità di "respirare" la storia attraversando le strade del vino, grazie agli inconfondibili segni che le civiltà presenti e passate hanno seminato, nel rapporto di reciprocità tra natura e uomo le vigne hanno la possibilità di "respirare" la cultura dei popoli che le coltivano.

Cercando di concretizzare quanto detto ci dobbiamo porre una domanda: qual è il reale apporto che il territorio ha col vino?

«Il territorio – così ha risposto Giacomo Tachis – apporta più tipi di vantaggi alla qualità del vino:

- 1. vantaggi produttivi e quindi tecnici*
- 2. vantaggi di commercializzazione*
- 3. vantaggi di immagine*
- 4. vantaggi di pubblicità e di conoscenza della zona.*

Il tutto è dovuto alla specifica cultura della zona.»

È incredibile che l'origine e la spiegazione di concetti tanto attuali siano nelle straordinarie deduzioni di grandi uomini del passato come Galileo Galilei⁷⁰ e Leonardo da Vinci. Ecco come Tachis mi ha descritto con poche parole la visione di Leonardo: *«Leonardo da Vinci disse che gli uomini sono felici di abitare in un posto bello: lui infatti abitava in Toscana. Disse anche che i vini sono molto validi se nascono in posti molto belli. Questo vuol dire sole, luce, caldo. Vuol dire soprattutto luminosità.»*

Tachis al primo posto mette proprio i vantaggi produttivi e tecnici, perché anzitutto il territorio, oltre che utile ed efficace strumento di valorizzazione dell'immagine del vino, influisce positivamente sul prodotto se ha quei fattori naturali e culturali che gli sono tanto cari: clima, microclima, luce, terreno, latitudine, altitudine, tecnica colturale e di vinificazione. Accanto agli insostituibili fattori pedoclimatici utili a uno sviluppo qualitativo, sono, infatti, inevitabilmente necessarie tecniche e strumenti enologici modificabili che siano capaci di valorizzare gli elementi naturali permanenti, vale a dire quel mix di natura e cultura di cui ogni grande vino non può fare a meno.

Ed è un mix che Tachis ha ricercato, trovato e interpretato in ogni territorio in cui abbia lavorato, con la consapevolezza di poter fare di quei vini anche uno strumento efficace di valorizzazione territoriale. Questo lo testimoniano i suoi vini e le sue parole. Non è un caso che quando gli viene chiesto di parlare di un vino non apre mai il racconto con le qualità organolettiche, con la composizione chimica della bevanda, ma parla del territorio a cui appartiene, della storia da cui nasce, delle persone che hanno lavorato alacremente per permetterne la nascita.

⁶⁹ G. Tachis, *Introduzione a I. Pisciolla, Le Strade del vino e dei sapori*, Ci.Vin, Siena, 2004

⁷⁰ «Il vino è un composto di umore e luce»

Alla luce di tutto ciò diventa indispensabile sapersi guardare intorno e vedere non solo quello che è vino o vigne ma anche ogni altra cosa che identifichi e definisca la memoria di quello specifico territorio. Altrimenti come imprimere al vino stesso un carattere che possa essere riscontrato al primo sorso? Un esempio che vale più di tante parole è la Sardegna, in particolare il Sulcis. Qui Tachis ha saputo cogliere la potenzialità della natura grazie al racconto che fa di sé non solo attraverso i magnifici vitigni, ma anche con tutte le altre piante come i grandi ulivi, che hanno messo le radici su quella terra oltre mille anni fa, e ancora oggi non hanno nessuna intenzione di abbandonarla. Quindi è necessario sia saper osservare che ascoltare la natura, al fine di intuirne e rispettarne ogni minima manifestazione.

E proprio il rispetto della natura è la necessità primaria che la professione di enologo ha insegnato a Tachis. La sua forza, la sua potenza esigono che l'uomo si pieghi al suo volere: non sarà mai la natura a modellarsi sull'uomo.

Certo con le conoscenze e la tecnologia di oggi si può fare quasi tutto ciò che si vuole, ma se l'obiettivo è l'eccellenza questa è una regola a cui nessuno si può sottrarre, perché quel quasi equivale ad un tutto o ad un niente.

Produrre vino interpretando il territorio significa allora coltivare la vite ascoltando le esigenze della pianta e le particolarità pedoclimatiche che quel territorio ha da offrire. Ma non solo.

Significa anche rispettare la tradizione, la cultura dei popoli che ci vivono, rileggendo il passato con gli occhi del presente e lo sguardo puntato nel futuro.

Tachis ha sempre un profondo e sincero rispetto delle culture locali e lo dimostra con il suo lavoro e la sua conoscenza. Studia e interpreta il territorio proprio nella ricerca di mantenere le tradizioni che gli sono proprie, rileggendole in chiave moderna.

Il fondamentale concetto di partenza è che le tradizioni sono cose ben diverse dalle semplici ed a volte noiose consuetudini. *«E' ben vero che non si può "buttar via" il passato, in quanto la tradizione ha diritto al massimo rispetto, ma bisogna che essa sia valida e abbia un legame giustificato con l'innovazione... Anzi, a volte la tradizione, come ha detto Oscar Wilde, è una innovazione ben riuscita.»*⁷¹

Tutto ciò è storia perché altrimenti non si spiegherebbe l'evoluzione del vino nel corso dei secoli. È evidente come il ventre materno del vino sia sempre stato la terra, eppure nel tempo si è modificato nel gusto proprio perché plasmato dalle mani dell'uomo che in ogni epoca gli ha trasmesso il proprio sapere culturale oltre che tecnico-scientifico, cercando di trasformare il frutto della vigna secondo le proprie esigenze e gli strumenti a disposizione.

Dalla profonda attenzione e rispetto del territorio nasce l'amore, la passione e la predilezione di Tachis per un territorio: il Mediterraneo, *«il bacino della storia e della cultura del passato, ed è qui che la vite ha avuto la sua culla.»*

Il Mediterraneo, infatti, rappresenta tanto l'habitat ideale per la vite (luce, sole, clima sono quelli che richiede), quanto quel luogo ricco di storie da raccontare che ne forgiano il carisma.

⁷¹ G. Tachis, *Presentazione* in AA. VV., *La Sicilia del vino*, Giuseppe Maimone Editore, Catania 2003

«Il Mediterraneo antico è considerato la culla della civiltà occidentale, il luogo reale e virtuale di incontro e di interconnessione fra tutti i popoli conosciuti. L'incontro fra cultura e natura, fra saggezza spirituale dei suoi abitanti e purezza selvaggia di alcuni suoi paesaggi, costituisce il suo più grande fascino e "riscalda alla vita". La sua unità geografica si riscontra nella natura sincronica delle terre, come nel ritmo uniforme dei climi. Nella ripartizione zonale delle terre coltivate quella mediterranea prende la qualifica di "regione della vite e dell'olivo", piante che crescono dall'uno all'altro termine di questo mare... esso vanta una concentrazione di paesaggi naturali e umanizzati e un patrimonio culturale unici al mondo.»⁷²

La miglior testimonianza di quanto ho detto in questo paragrafo è la degustazione dei vini nati sotto gli occhi attenti e vivi di Tachis, ma ogni parola sarebbe insufficiente e forse anche inadeguata a descrivere le sensazioni.

Allora il miglior epilogo di questo paragrafo è quanto ha detto l'enologo Carlo Casavecchia⁷³:

«Si capisce assaggiando i vini che Giacomo Tachis più che un grande enologo è colui che ha cambiato il modo di interpretare il vino. Io faccio parte dei suoi vecchi allievi, ed è lui che mi ha insegnato a interpretare un territorio. Non parliamo soltanto di concentrazione, di polifenoli, ma cerchiamo di interpretare una zona indipendentemente dai vitigni. Quando si è in un luogo dobbiamo immedesimarci e cercare con il vino di trasmettere quelle sensazioni, in modo tale che ogni persona beva quel vino in qualsiasi posto del mondo possa ricordare quel luogo con la mente.»

2.3 L'enologo in vigna

Giacomo Tachis, il principe degli enologi, non ha dubbi: *«la qualità del vino si produce in vigna»*.

Da enologo e quindi da alchimista, biologo, scienziato e umanista ha voluto far capire all'enologia italiana che la vera arte della sua professione non può e non deve essere il trasformare un'uva mediocre in un grande vino, perché qualsiasi ricetta chimica, qualsiasi elemento artificiale o naturale non è capace di un tale miracolo. L'enologo deve lavorare in perfetta sintonia con i viticoltori e in cantina deve essere capace di estrarre le qualità organolettiche insite nell'uva: la bravura risiede non nel migliorarle ma nel non peggiorarle. Si può, infatti, dire che la vinificazione rivela il profumo primario e la fermentazione il profumo secondario, entrambi nascosti ma presenti nel frutto.

Innumerevoli volte Tachis ha scritto e detto che:

«Il valore reale di un vino si basa su due elementi:

- 1. la qualità dell'uva nel senso più completo del termine (soprattutto intendo la ricchezza dei suoi caratteri specifici);*
- 2. l'espletamento dei processi microbiologici ed enzimatici a partire dalla bacca al momento della vendemmia.*

Tutte le altre operazioni tecnologiche incidono più o meno profondamente, ma non quanto i due elementi appena menzionati.»

⁷² G. Tachis, *Introduzione in Piscolla I.*, op. cit.

⁷³ Carlo Casavecchia è oggi l'enologo dell'azienda vinicola siciliana Duca di Salaparuta.

Di questo Tachis si è fatto portavoce tanto convinto e irremovibile da assumere talvolta le sembianze del cavaliere di una crociata.

Del resto il concetto di vigna come fonte primaria della qualità del vino era già stato intuito e sottolineato da altri illuminati del passato ma vissuti in epoche che non potevano né volevano accettare questa realtà.

Un esempio: Plinio Il Vecchio.

Osservando l'arcaica Italia vitivinicola, Plinio Il Vecchio non aveva remore nell'imputare la colpa della perduta fama dei vini italiani alla negligenza e ignoranza dei coltivatori.

Andando alla ricerca di un secondo illuminato illustre facciamo un salto non di anni, ma di secoli, fino ad incontrare Galileo Galilei che in anni ancora sterili alla qualità enologica arrivò a una deduzione di una modernità assoluta, che solo un uomo dalla sensibilità e intelligenza pari alla sua poteva avere, ovvero: «*il vino è un composto di umore e luce*».

Poi gli anni a cavallo tra Settecento e Ottocento hanno visto accendersi i riflettori proprio sulle pratiche agricole e in particolare la coltivazione della vite, grazie alle ricerche portate avanti da numerosi studiosi e a tante iniziative nate per far incontrare quelle menti e sviluppare un'evoluzione corale.⁷⁴

L'incipit era stato generato dall'osservazione dei vini che i francesi riuscivano a produrre e commercializzare nonostante non avessero sempre una fortuna territoriale, quindi pedoclimatica e culturale, pari a quella italiana⁷⁵.

Nel 1774 Ferdinando Paoletti⁷⁶, nel suo *L'arte di fare il vino perfetto e durevole da poter servire all'esterno commercio*, scriveva con semplicità e chiarezza: «*A formare un vino prezioso, e durevole contribuisce in primo luogo, anzi essenzialissima è la buona cultura procurata alle piante che lo producono.*»

Sempre nel '700 un altro toscano, Cosimo Villifranchi, affermava con fermezza che i prodotti vinicoli presenti sul mercato rispondevano ad esigenze di quantità che mal si allineano con la qualità⁷⁷.

Nella prima metà dell'800, l'agronomo e parroco di San Gimignano, Don Ignazio Malenotti scriveva «*la scarsità dei raccolti crea disamore e disattenzione verso la terra, così il circolo diventa vizioso; per sopravvivere si tira via e si bada più alla quantità prodotta che alla qualità. Si origina quindi per la vite in particolare un mec-*

⁷⁴ Non si può dimenticare di citare almeno la pubblicazione di Thomas Henry, *Esperienze ed osservazioni sui fermenti e le fermentazioni*, la fondazione nel 1778 del *Diario economico di agricoltura* a Roma, nel 1783 fu fondato a opera del dottor Luigi Targione il *Magazzino Georgico*, nel 1786 fu pubblicato a Firenze il *Giornale di Agricoltura, Arti, ecc.* ad opera di Adamo Fabroni

⁷⁵ Già nel XVII secolo infatti a Firenze fu pubblicato un opuscolo anonimo intitolato *Sul modo di fare il vino alla francese*.

⁷⁶ Ferdinando Paoletti era pievano di San Donnino a Villamagna, accademico dei Georgofili, il suo studio *L'arte di fare il vino perfetto e durevole da poter servire all'esterno commercio* fu approvato e pubblicato dall'Accademia dei Georgofili nel 1774. Il titolo di questa ricerca testimonia la centralità che aveva la questione della stabilità dei vini, che dovevano affrontare viaggi oltreoceano e con il suo studio Paoletti allargava il discorso dalle pratiche in cantina alla viticoltura.

⁷⁷ «*coltivatori che valutano più la quantità che la qualità del vino.*» G.C. Villifranchi, *Oenologia toscana o sia memoria sopra i vini ed in specie toscani*, Firenze, 1773, vol. I, p. 68

canismo di frenetica coltivazione scarsamente controllata e di bassissima qualità: il vino finisce per essere smerciato nelle bettole e nelle taverne.»⁷⁸

Il rapporto conflittuale tra quantità e qualità era, dunque, già conosciuta da secoli, ma la quantità di vino richiesta dal mercato era tale da non permettere una messa in atto di una politica riduzionistica di produzione delle uve e quindi del vino. Il bicchiere di vino sulle tavole, dopotutto, era parte integrante del nutrimento delle persone, e non conosceva la connotazione odierna di “status symbol”. Inoltre la cultura promiscua delle campagne toscane, anche se rappresentava la principale causa della scadente qualità delle produzioni enologiche dei secoli scorsi, era una necessità oltre che una virtù.⁷⁹ *«Il concetto di vino come nutrimento dominava la tecnica produttiva della vigna e della cantina e la vecchia formula “pauperis coena pane, vinu, radic”, concorde con Orazio (un po’ di pane, un po’ di vino e qualche legume è quanto occorre per vivere) si è protratta per molti secoli, quasi fino al nostro nella fascia media e bassa della popolazione.»⁸⁰*

Proprio per rispondere a queste esigenze di quantità gli errori più gravi compiuti nella pratica enologica sono riscontrabili nella coltivazione della vite destinata a una convivenza forzata con altre colture arboree e erbacee, con un uso alla rinfusa delle varietà di vitigni, e se talvolta erano selezionati, la scelta cadeva sulla pianta più resistente e produttiva.

Tutto in vigna rispondeva ad esigenze quantitative: dalla scelta dei vitigni, alla potatura lunga, alla coltivazione a vite alta. Questa era una politica che permetteva di raggiungere l’obiettivo di una produzione a quantità elevatissime, ma il vino che ne derivava era un vino incerto e debole, con un gusto mai costante da un anno all’altro, commercializzato e bevuto “nelle bettole e nelle taverne”. Fino alla scomparsa della mezzadria negli anni sessanta la cultura esclusiva della vite, ancor più la cultura specializzata in vigna, era un’eccezione riservata alla produzione di vini pregiati destinati alle tavole aristocratiche o alla sperimentazione di pochi illuminati. La diagnosi era quindi esatta e dichiarata ormai da secoli, ma la svolta è stata resa possibile solo dal momento in cui il mercato ha iniziato a voltare pagina chiedendo una qualità di vino fino ad allora sconosciuta in Italia.

Dobbiamo quindi attendere gli anni ’60 per assistere ad una vera e propria rivoluzione della coltivazione della vite, quando la scomparsa della mezzadria ha lasciato lo spazio all’innovazione. È inequivocabile come, grazie all’esempio e alla costanza di lungimiranti e illuminati, quali il Barone Ricasoli e Vittorio degli Albizi, già a partire dalla seconde metà dell’800 l’Italia vitivinicola iniziò a percorrere una strada inno-

⁷⁸ I. Malenotti, *Manuale del vignaiolo toscano*, Tipografia Pacini e figli, Siena, 1831, ristampa anastatica a cura del Comune di San Gimignano nel 2001.

⁷⁹ «...legame originario tra il prodotto del podere e la sussistenza della famiglia colonica, costituiva il carattere fondante della mezzadria, poiché obbligava il mezzadro alla massima erogazione di lavoro per raggiungere il duplice ma non contraddittorio scopo di conseguire la maggiore e insieme più variata produzione possibile. La quantità era indispensabile per sfamare la famiglia, la varietà per garantire una dieta accettabile oltre che per difendersi dall’andamento del clima.», C. Pazzagli, *Età Lorenese*, in Nanni P. (a cura di) *Storia della vite e del vino in Italia, Toscana*, Ed. Polistampa, Firenze 2007, p. 71.

⁸⁰ G. Tachis, *Considerazioni sul passato, presente e futuro della viticoltura*, Università di Pisa, 13 marzo 1999

vatrice. Comunque, come già detto, è solo a partire dagli anni Sessanta che la rivoluzione enologica assunse un piano nazionale.⁸¹

È allora che il vino italiano ha iniziato a dar voce alla propria essenza di “composto di umore e luce”.

Come sottolineato ripercorrendo le esperienze professionali di Tachis in Toscana, è proprio nella vigna che a cavallo tra gli anni sessanta e settanta si è iniziato a rivoluzionare il mondo enologico, trasformando profondamente il paesaggio agrario toscano. Zone con una consolidata tradizione vitivinicola come il Chianti hanno iniziato a cambiare volto, e luoghi a cui non era attribuita una vocazione enologica di qualità, come Bolgheri, hanno cominciato a conoscere una nuova realtà su cui poter costruire il proprio futuro.

Ha così preso il via un lavoro duro e ininterrotto di reimpianto delle vigne: vigneti specializzati, con maggior densità di piante per ettaro, ma una resa più bassa per ceppo.

La parola d'ordine finalmente era la qualità e quindi: produrre meno e meglio.

Questo perché non può esistere eccellenza in bottiglia senza l'eccellenza in vigna.

Con questa consapevolezza i vini toscani e soprattutto il Chianti si sono lanciati verso il futuro, trainando nel tempo l'intera vitivinicoltura italiana.

Come ha detto Tachis: *«Finalmente, dopo anni, di percorsi paralleli l'enologia ha sposato la viticoltura. Mi spiego meglio. L'enologo per decenni è stato lo stregone e il viticoltore era il modesto agricoltore che produceva l'uva. Il suo ruolo finiva un metro dopo la vigna.*

*L'enologo non può disconoscere la viticoltura, il suo ruolo si valorizza soltanto se sa perfezionare e trasformare ciò che ha fatto il viticoltore. Queste due figure devono viaggiare in sintonia, solo dalla collaborazione e fusione tra viticoltura ed enologia ci sarà una crescita nel mondo del vino.»*⁸²

Siamo ai giorni nostri: nello scenario attuale dove l'enologo ha una visibilità pari a nessun'altra professione del vino (sono sempre più numerosi i produttori che sul biglietto da visita accanto al nome dell'azienda mettono quello dell'enologo), e Tachis non ha dubbi a chi vada attribuito il merito dell'eccellenza dei vini prodotti: l'agronomo.

«L'agronomo deve essere superiore all'enologo. Solo che, a differenza dell'enologo, non mette il camice bianco, e il colore del bianco fa medicina. E ancora oggi il medico è una figura carismatica.»

Dunque enologo e viticoltore devono operare in perfetta armonia, perché il loro difficile compito è interagire con la natura, ascoltandola e guidandola.

E poichè i grandi vini devono avere la capacità di trasmettere armonia ed eleganza, questo è un risultato ottenibile esclusivamente con un processo, appunto, armonico dove ogni professionista lavora in sintonia con l'altro. L'enologo è il maestro

⁸¹ «Dopo la fine del secondo conflitto mondiale la coltura specializzata in Toscana, ad esempio, interessava ancora solo 30.600 ettari contro i 500 mila a coltura promiscua». R. Bandinelli, M. Borselli, P.L. Pisani, *Vitigni e portainnesti*, in P. Nanni (a cura di) *Storia della vite e del vino in Italia, Toscana*, Ed. Polistampa, Firenze 2007, p. 327.

⁸² È quanto ha risposto alla domanda *Dottor Tachis, qual è il ruolo dell'enologo oggi?* Dell'intervista pubblicata il 17 Luglio 2000 sul portale www.winenews.it

d'orchestra e come tale ha l'oneroso compito di garantire che ogni strumento si armonizzi agli altri seguendo il ritmo della "sinfonia vino".

Ma non basta.

Infatti, dato ormai per scontato che deve essere capace di rispettare ed esaltare le qualità dell'uva, l'enologo deve essere pronto a sporcarsi le scarpe con la terra della vigna, per curarla come un figlio e conoscerne l'evoluzione dall'innesto alla maturazione. Solo così tornando in cantina gli sarà possibile estrarre dall'uva quei profumi primari e secondari nascosti nel frutto.

E la vigna non scherza, perché è proprio in vigna che enologi e agronomi incontrano molteplici difficoltà: è lì che si vive il duro confronto con la natura.

Usando le parole dello stesso Tachis, *la natura è difficile, esigente e potente.*

«E' tutto. Ricompensa e punisce se stessa. Rallegra e tormenta se stessa. È ruvida e mite, amabile e terribile, fiacca e onnipotente. Tutto è sempre presente in essa.»⁸³

Sicuramente la conoscenza, la competenza e l'esperienza sono necessarie e insostituibili, ma, come ha detto Tachis, la differenza tra un agronomo e un enologo bravo e meno bravo la fa la sensibilità, che, seppure innata, deve essere curata ed alimentata incessantemente.

Per produrre grandi vini è, dunque, fondamentale un'uva coltivata in un determinato ambiente che deve avere qualità che non possono essere né create, né inventate, ma solamente percepite da enologi ed agronomi preparati da ogni punto di vista e con le "antenne" ben alzate. Queste qualità offerte direttamente da madre natura sono: un microclima, un sole e soprattutto una luminosità particolare.

Occorre poi una corretta gestione della pianta e del vigneto, operazione che richiede ancora una volta e prima di tutto sensibilità, poi metodo, costanza, attenzione e perseveranza.

«L'agronomo è superiore all'enologo – ha detto Giacomo Tachis - per questa ragione, perché non è questione di vitigno. Io posso dimostrare alla società che il vitigno conta ma fino a un certo punto. E' il clima, è la luce, è l'ambiente che fa la differenza.

Se un toscano va a abitare in Sicilia prende la mentalità siciliana.

Si tratta di saper coltivare la vite, di saper essere sensibile all'ambiente e scegliere il vitigno che reagisce meglio a quell'ambiente. Ovvero quello che respira meglio, quello che vegeta meglio, quello che, in un certo senso, produce meglio. E' difficile, non è una cosa semplice. Parlo di sensibilità!»

Quella sensibilità che lo ha portato anche a veri e propri scontri sull'argomento.

Le parole che riporto di seguito ne sono un esempio forte come il carattere di Tachis:

«È inutile che si produca San Giovese in certe zone come negli Stati Uniti. È inutile che si produca Nebbiolo in zone come Bolgheri. Io l'ho provato e non è venuto bene. Perché la natura è sempre più forte dell'uomo.

⁸³ G.C. Tobler, *La natura*, pubblicato nel 1783 sul *Tiefurther Journal*, e in tutte le opere scientifiche di Goethe perché ne rispecchia le concezioni. È, inoltre, un testo che Tachis ama e spesso rende partecipi i suoi ascoltatori.

La vita insegna molto, soprattutto le botte sul naso insegnano.

Noi possiamo fare tutto quello che vogliamo, spostiamo vitigni, portiamo Cabernet, Merlot. Ma mi volete dire che un Cabernet prodotto in Veneto è uguale al Cabernet del Sassicaia, prodotto in Toscana in genere o in Sicilia o in Sardegna, eh?!»

Arrivato in Toscana negli anni '60, la forza di Tachis è stata proprio quella di capire, in stretta collaborazione con i viticoltori, che il vino prodotto dalla regione e soprattutto nel Chianti, era un vino con qualità organolettiche deboli e instabili, e questo era il risultato di uno sfortunato connubio tra una viticoltura quantitativa e una tecnica enologica priva di sensibilità⁸⁴.

Quando intraprese la sua professione di enologo si trovò, infatti, a dover gestire uva nata da piante non selezionate, a cui era ancora richiesta una produzione eccessiva.

Dopotutto in Toscana c'era un vitigno dalla tradizione consolidata e con una potenzialità pari a pochi: il Sangiovese.

Ma ancora una volta ci troviamo davanti al problema numero uno della vecchia filosofia produttiva: la quantità.

Infatti fino ad allora le scelte vitivinicole non riuscivano ad essere svincolate da prospettive di grandi quantità, rendendo quell'uva incapace di espletare le proprie potenzialità anche in un territorio in cui luce, sole, clima e cultura sono oggetto di invidia di tante terre meno fortunate.

Tachis, forte di una preparazione adeguata e di una sensibilità già sufficientemente sviluppata, si è fatto promotore di una nuova corrente di pensiero, partecipando con passione a molti studi e ricerche per una miglior selezione clonale del Sangiovese, selezione sulla quale non ha mai avuto il minimo dubbio: *«Il Sangiovese rimarrà il “vigneto rosso” della Toscana: un Sangiovese perfezionato più grasso e più rotondo, con tannini dolci, ma pur sempre Sangiovese.»*

E il Sassicaia gli ha insegnato che, nell'attesa di una maggior fortuna qualitativa del Sangiovese, per ridar respiro alla vitienologia toscana era necessario dare inizio a una nuova generazione di bottiglie di qualità elevata, capaci di oltrepassare i confini nazionali con l'apporto dei così detti vitigni internazionali.

Di fronte al successo di quella bottiglia di Bolgheri, con un uvaggio di Cabernet Sauvignon (85%) e di Cabernet Franc (15%), nata dalla collaborazione del Marchese Mario Incisa della Rocchetta e di Giacomo Tachis, l'ipotesi ha ceduto il passo alla certezza: per poter permettere una ripresa dell'immagine qualitativa della vitienologia toscana era giusto diffondere con coscienza e saggezza nelle vigne anche vitigni alloctoni.

A quel punto la consapevolezza parlava non solo del dovere, ma anche del poter produrre un prodotto diverso, con pratiche in cantina innovative e complementari, solo grazie alla coltivazione di un uva di nuovo concetto.

Ancora e ancora prima la vigna, poi la cantina.

Non ha mai avuto paura di affermare che il Sangiovese dà il meglio di sé quando ha un supporto, perché proprio in assemblaggio con altri vitigni riesce ad esprimersi con maggiore qualità.

⁸⁴ Cfr. A. Santini, *op. cit.*

D'altra parte la scelta di accompagnare questa uva nella bottiglia con il frutto di vitigni così detti internazionali è stata necessaria per far fronte ad un Sangiovese ancora povero, e quindi inadeguato alle richieste del mercato.

E, tra i vitigni chiamati in supporto, *il Cabernet è stato il primo ed il suo ruolo iniziale, a parte il Sassicaia, fu – appunto – quello di entrare in “vinaggio” con il “sangiovese e fratelli” delle zone del Chianti, quale integratore, in un vino esile e smagrito, di sostanze estrattive, di colore, di profumo, di spessore e di sostanza.*⁸⁵

Questo è proprio ciò che Tachis ha fatto per gli Antinori, ideando e producendo il Tignanello.

Questo vino nasce da un uvaggio di Sangiovese in maggioranza accompagnato da Cabernet. Un vino che ha fatto storia e, insieme al Sassicaia, ha proclamato la nascita del fenomeno *Supertuscan*.

Lo scetticismo e le aride critiche di tradimento alla tradizione toscana⁸⁶ rivolte a Giacomo Tachis non si fecero attendere, ma i successi raggiunti nel tempo hanno avvalorato quella scelta coraggiosa. Dopotutto il risultato positivo ottenuto da questi vitigni non ha dimostrato altro se non il fatto che la Toscana è una grande terra da vite e da vino, con peculiarità territoriali uniche e abitata da uomini dalla grande professionalità e sensibilità.

Grazie alle innovazioni in vigna, e di conseguenza in cantina, volute e introdotte con consapevolezza da Tachis, sono nati nuovi prodotti enologici toscani che hanno accompagnato e indicato all'Italia del vino la strada della riscossa, portando, fra l'altro, la nascita del fenomeno chiamato *Supertuscans*, la rinascita di un Chianti più sicuro di sé, più consistente e ricco⁸⁷, grazie, anche, all'estromissione dal proprio uvaggio dell'uva a bacca bianca, l'introduzione nel mercato di nuovi prodotti come il *Galestro*, e la rivalorizzazione del Vin Santo toscano.

Poi l'esperienza nelle altre regioni italiane ha fatto innamorare Tachis di altri vitigni: il Carignano, il Cannonau e il Vermentino in Sardegna, il Nero d'Avola e il Grillo in Sicilia e tanti altri ancora.

Da quell'amore sono nati grandi vini che ancora cavalcano le onde del successo ottenuto.

La professione era ormai ben strutturata e comprovata dal mercato, che ricambiava gli sforzi di Tachis apprezzando sempre e comunque le nuove etichette proposte.

Forte di tutto ciò ogni volta che è approdato in un nuovo territorio, non ha mai portato con sé una ricetta enologica, ma la stessa consapevolezza che gli ha permesso di giocare le scommesse vincenti in Toscana: non è il vitigno in sé che può fare la fortuna delle bottiglie, ma è il rapporto inscindibile di quell'uva con quella vigna, con

⁸⁵ G. Tachis, *I vini nuovi*, in Ciuffolotti Z. (a cura di), *op. cit.*, p. 261

⁸⁶ Vale la pena ricordare, a proposito di queste varietà, ciò che Cosimo Villifranchi scriveva nel 1773: «...se come storicamente si ammette, non certamente da fonte francese, che la coltivazione della vite in Francia risale all'epoca della prima invasione dei Galli in Italia, che in seguito ad un editto dell'imperatore Domiziano furono tutte spiantate le viti in Francia e che dopo l'imperatore Probo si prese cura di trasportare le più scelte viti che si coltivavano e le fece piantare dalle sue stesse legioni, bisogna convenire che l'importazione dei vitigni francesi in Italia sia una restituzione.»

⁸⁷ Più ricco sia da un punto di vista delle note cromatiche e olfattive, sia da un punto di vista economico, infatti grazie all'emanazione della legge 930 (intorno al 1968) sulla Tutela dei vini a Denominazione di origine, e grazie al suo nuovo volto il prezzo di mercato del Chianti cominciò a salire.

quell'ambiente, con quella luce e quindi la capacità di viticoltore e enologo di capire quale vitigno produrre in quale territorio, come e dove. Non esiste in assoluto un miglior vitigno o un miglior metodo di coltivazione, ma ha senso parlare di vigna solo come rapporto di reciprocità tra territorio e uva.

Così parlando della Sardegna ha affermato:

«La vite è una pianta capricciosa, fa buoni vini solo dove il clima è più adatto, dove il clima si presta meglio alla pianta stessa, perché vuole un determinato clima, esige una determinata luce. Il Carignano viene molto bene nel Sulcis. Se lo portassi in Gallura verrebbe sicuramente meno bene.»

E ricordando l'esperienza in Sicilia ha detto:

«Il Nero d'Avola è un gran vitigno. Tra i vitigni rossi è il più bel vitigno della Sicilia, meglio anche del Cabernet. In più il Nero d'Avola ha un carattere di sicilianità che non hanno gli altri vini.

Se noi assaggiamo una bottiglia di Cabernet o di Merlot sono comunque buonissimi, perché vengono sempre baciati dalla luce di Galileo. Ma se non aggiungiamo un po' di Nero d'Avola rimangono solo dei grandi vini non siciliani. La sicilianità gliela da proprio il Nero d'Avola.

La natura fa le cose proprie bene.

La natura paga l'uomo con la sua autorità, con la sua capacità. È la natura che insegna molte cose all'uomo, non viceversa.

Io ho provato a portare il Nero d'Avola a Bolgheri, ed è stato un fallimento. Proprio un vero fallimento.

Un vitigno che viene bene al caldo, ha bisogno del caldo. Dopotutto anche noi siamo così, se ci abituiamo a un certo clima poi ne abbiamo bisogno.

Non possiamo condizionare la natura. La natura se ne frega di noi. È tutto lì.»

Credo che Tachis, nell'accezione di cultura come tutto ciò che viene manipolato dell'uomo, sottoscriverebbe queste parole del sociologo Bauman: *«nessuna cultura richiede una obbedienza incondizionata come la natura.»*⁸⁸

2.4 L'approccio in cantina

Solo adesso, dopo aver analizzato il rapporto tra Tachis e il territorio, e dopo averlo osservato a lavoro nelle vigne, è giusto parlare di cantina.

Abbiamo detto a più voci che il percorso impostato ogni volta che ha dovuto affrontare un nuovo progetto enologico non è mai partito dalla cantina.

Infatti solo dopo aver interrogato gli esperti del passato, aver conosciuto i cittadini di quel territorio, averne respirato l'aria, aver parlato con l'agronomo e osservato la vigna, Tachis apre quella porta.

«Ritengo – ha detto - che l'ottenimento della qualità attraverso vie naturali, ovvero attraverso una tecnica viticola corretta e mirata in vigna e poi in cantina, costituisca il sistema migliore sul piano organolettico in primis e anche su quello commerciale.»

Non ha mai interpretato la sua come la professione della cantina.

Seguire il processo produttivo a partire dal seme piantato, o meglio dalla vite innestata, senza tralasciare niente è proprio ciò che l'enologo deve saper fare per af-

⁸⁸ Z. Bauman, *op. cit.*, p. 152

frontare consapevolmente l'avventura della vinificazione, e, quindi, per intuire cosa sia necessario fare in cantina per ottenere il meglio dall'uva, senza profanare tutto quanto è stato assorbito durante l'intero percorso. Grandi vini eleganti e non scontrosi possono essere figli solo di un processo evolutivo armonico, che non abbia conosciuto bruschi cambi di rotta o aritmiche pause che inevitabilmente storpierebbero la melodia del "walzer del vino".

Un'uva nata da una vigna in un territorio vuole percorrere il suo processo evolutivo e non quello di qualcun altro. È lì che le competenze, prima sensibili poi tecniche, dell'enologo sono richieste per poter scegliere il miglior percorso dell'uva in vino.

Ascoltando Tachis si capisce che questo è ciò che ha cercato di fare.

E, pur non avendo mai vestito quel professionalizzante camice bianco (caro e utile a tanti suoi colleghi), è stato proprio Tachis a introdurre tante delle novità che quaranta anni fa hanno fatto parlare, borbottare e anche indignare, ma che alla fine hanno fatto fischiare il treno su cui l'enologia italiana stava viaggiando, ed oggi fanno parte della pratica enologica quotidiana.

Come sempre è il concetto di partenza che ha fatto la differenza.

La più importante innovazione introdotta nelle cantine italiane da Tachis non è stata una particolar tecnica di fermentazione, di vinificazione, di maturazione o di affinamento del vino. Ha saputo interpretare al meglio l'enologia, le tecniche e gli strumenti disponibili alla professione grazie a un concetto tanto semplice quanto disarmante: *il vino è vivo e come tale va trattato e rispettato*. Ed è sempre con questa idea, tanto rivoluzionaria quanto classica, che apre la porta delle cantine all'uva appena vendemmiata.

Ecco le parole di Tachis: *«L'affascinante processo di fermentazione in vendemmia e dell'evoluzione del vino poi, è ancora oggi suscettibile di rievocare nei vignaioli e negli appassionati talune immagini che ricordano alla lontana i miti antichi: il vino è considerato natura vivente, che dal ribollire caotico dell'adolescenza, gradualmente, piano piano, giunge alla chiarezza e alla forza.»*⁸⁹

Per questo non ha mai accettato la figura dell'enologo come medico del vino: non può esistere un'unica ricetta valida per ogni vino, come non può esistere una persona che abbia un percorso di vita identico a un altro.

L'unica ricetta che potrebbe suggerire Tachis è: *sapersi adeguare alla natura e cercare di guidarla*.

Il coraggio è stato proprio di ammettere che l'uomo, ancora oggi, ha solo un parziale controllo dell'evoluzione dell'uva in vino. Le conoscenze acquisite attraverso la chimica e la biologia applicata all'enologia sono sicuramente approfondite e conoscono una capillarità e una precisione che cinquanta anni fa non si immaginava nemmeno. Questo, però, non significa essere i *Creatori* del vino. Il vino, appunto, è *natura vivente*, e l'enologo deve essere capace di ascoltarlo grazie alle peculiari caratteristiche enochimiche. In questo processo gioca un ruolo fondamentale anche un altro professionista: il cantiniere, che *«deve essere intelligente – come afferma Tachis - e sensibile. Deve capire quando il vino sta bene o non sta bene, quando il vino fa cedimento o il vino si muove.»*

⁸⁹ G. Tachis, *Vino: ebbrezza e malinconia*, cit., p. 32

Ecco come Tachis spiega, ad esempio, quale debba essere la ragione della scelta del contenitore dove far invecchiare il vino: «*Parlando specialmente di vini rossi non è che l'enologo scelga a suo desiderio la botte o il fusto. Il tecnico deve decidere esclusivamente in base a caratteristiche enochimiche ben definite del vino che è da invecchiare, in certo senso si può dire che l'enologo lascia la scelta al vino, in funzione della sua composizione chimica e organolettica.*»⁹⁰

Ciò che l'enologo può e deve fare con il vino è educarlo, come un padre con il proprio figlio, cercando di guidarlo verso certe direzioni, ma non può (e non deve) avere il pieno controllo di quella vita.

Quanto appena detto è uno dei concetti che ha portato Tachis, come uomo e studioso da sempre amante della chimica, a criticare e disconoscere con fermezza quell'enologia riduttiva e controproducente, che ha creduto di poter fare ciò che voleva con «*polverine e soluzioni miracolose*».

L'approccio che ha con l'uva, il mosto e il vino in cantina è sicuramente concreto, razionale, tecnico e scientifico; infatti è indubbio come sia uno dei massimi esperti del processo microbiologico, ma quando entra in cantina non lascia mai a casa irrazionalità e romanticismo.

Tachis ama la vita, la musica e la cultura classica, ed è per questo che sa descrivere le arti del suo mestiere con parole così intonate:

«Viene da pensare persino che esista una impercettibile, misteriosa simpatia tra i diversi vini che si evolvono durante la loro maturazione...

*Anche per questa ragione potrebbe giustificarsi il così detto "vinaggio", pratica consistente nell'assemblare alcuni vini di qualità affini, allorché hanno già trascorso da soli un certo periodo di maturazione nel vaso vinario. Operazione, questa, diversa dal così detto "uvaggio", ossia della mescolanza delle varietà di uva ancor prima di ammostarla oppure dal "taglio", cioè la mescolanza tra vini generalmente diversi di gradazione alcolica, per rinforzare i più deboli.»*⁹¹

Sono molti i giornalisti e i colleghi che lo definiscono come "il maestro del taglio" (talvolta anche con fare sarcastico e con una punta di invidia...) e proprio questa sua seducente abilità di colorare di romantico anche la pratica più razionale è la sua unicità. Certo, quando è necessario, è capace di trasformare quel romanticismo in numeri.

Dunque non ci possiamo stupire se ciò che più affascina Tachis dell'arte della vinificazione è l'insita imprevedibilità. Alla base, infatti, c'è, e ci deve essere sempre, un preciso e definito progetto del vino che si desidera immettere nel mercato, senza mai dimenticare che solo lo stappo finale della bottiglia farà conoscere il prodotto reale.

Insomma, il vino è proprio come un figlio e l'enologo da padre sceglie un certo percorso educativo sapendo quale futuro desidererebbe per la sua prole. Ma quante volte al desiderio non corrispondono i fatti?

⁹⁰ G. Tachis, *Italia: il legno e il vino dalla botte alla barrique*, Regione Toscana -Direzione Generale Sviluppo Economico, 2006, p.594

⁹¹ G. Tachis, *Vino: ebrezza e malinconia*, cit.

Come ha affermato Peynaud spiegando come vengono preparati i tagli e le partite del vino: « *Si rimane a volte stupiti sulle evoluzioni del taglio sia in senso migliorativo che peggiorativo. Un capo cantina di nostra conoscenza diceva: "Queste sono le sorprese del matrimonio".*»⁹²

L'esperienza è sicuramente uno strumento fondamentale, un supporto eccezionale ad ogni scelta enologica, e gli errori commessi sono i miglior maestri.

La stessa esperienza ha insegnato a Tachis che come di uno stesso vino non esistono due annate identiche, a maggior ragione ogni vino ha una storia evolutiva unica: niente è riproducibile.

È questione di "naso": intuito, olfatto e gusto.

Per intuito intendo il risultato della somma di conoscenza e sensibilità.

Con olfatto e gusto mi riferisco proprio a quei sensi umani che permettono di individuare e conoscere odori, profumi e sapori. È inequivocabile come siano strumenti di lavoro necessari e insostituibili per ogni enologo; l'obiettivo ultimo, dopotutto, è la produzione di vino che – usando le parole di Tachis - *è un insieme di enzimi e di microrganismi che esprimono il loro modo di vivere con aromi e sapori e una biologia biochimica*. Ecco perché il ruolo dell'enologo è gestire e seguire l'evoluzione della bevanda, garantendone l'equilibrio desiderato dei componenti chimici e delle sostanze contenute, a cui sono imputabili i caratteri fondamentali, ossia pregi e difetti, permettendo al bevitore di percepirne i profumi ed i sapori (oltre al colore e alla consistenza) da cui dipenderà inevitabilmente la gradevolezza o meno, secondo l'affinità al proprio gusto.

E, man mano che lo studio della chimica analitica e della microbiologia avanza sempre più, paradossalmente l'intima composizione del vino si complica di pari grado, rendendo contemporaneamente più lontane e più vicine le interpretazioni e le spiegazioni.

Anche in cantina *«allo stato attuale delle nostre conoscenze, è quindi più sicuro e più semplice sottoporre il vino alla degustazione piuttosto che pretendere di analizzarlo per determinarne la qualità.»*⁹³

Adesso diventa indispensabile entrare, anche solamente per un istante, nell'uomo, prima ancora che nell'enologo.

Tachis ci ha descritto con calore lo scambio di empatia fra vini, valorizzando la parte non dimostrabile e romantica del processo.

Allo stesso modo Tachis scende nel puro tecnicismo, dicendo quanto segue:

«Non ho titubanze a ripetere che l'enologia, oggi ancor più di ieri, è per massima parte microbiologia applicata al vino, concetto più volte ribadito dal professor Peynaud.

L'attività microbiologica che l'enologo gestisce in questo ciclo dovrebbe essere mirata. Mi riferisco ai lieviti ed ai batteri ed in particolare a quest'ultimi che sovente fanno confondere, pensare e soffrire ...

*Il lievito conferisce fragranza e profumo al vino dopo la fermentazione: i cosiddetti aromi secondari non sono altro che i fugaci profumi prodotti dal metabolismo cellulare dei fermenti alcolici.»*⁹⁴

⁹² E. Peynaud, *op. cit.*

⁹³ Ivi, p. 158

Tachis ha la visione dell'insieme, grazie alla grande cultura e alla non meno importante sensibilità che lo contraddistingue.

Questo gli conferisce una forza ed una sicurezza, non certo priva di umiltà, che gli permettono di scendere nel paradosso senza esitazione.

La cantina, come meta del processo produttivo, mette all'evidenza la statura globale (nel senso buono del termine...) di Tachis.

2.5 Le innovazioni in cantina

Dai primi passi mossi da Tachis nel mondo dell'enologia ad oggi le novità introdotte nelle cantine del vino si sono rincorse a velocità elevate. Per poterne capire la portata è sufficiente «*pensare che* – ha detto Tachis - *negli anni '60 la chimica dei polifenoli non era conosciuta*», mentre oggi costituisce fondamento insostituibile dell'enologia.

Con questo paragrafo certo non ho la presunzione di poter descrivere ogni novità che è entrata nelle cantine italiane negli ultimi cinquanta anni, ma cercherò di descrivere quelle tecniche e quegli strumenti che hanno contribuito al cambiamento dell'enologia italiana.

Questa profonda evoluzione è stata resa possibile grazie a una attenzione e uno spazio sempre maggiore donato a studi e sperimentazioni, anche se, purtroppo, spesso i pionieri sono stati paesi come la Francia, la California, la Australia, e non l'Italia.

Tachis, ovviamente, da insaziabile studioso non ha mai smesso di guardarsi attorno e ha sempre mantenuto contatti stretti con quei paesi che potevano insegnargli il nuovo.

In Francia hanno vissuto due grandi enologi, Emile Peynaud e Jean Riberau Gayon, che – usando le stesse parole di Tachis - *hanno insegnato a tutto il mondo*. Come ho già detto più volte, in Francia il suo miglior corrispondente è stato proprio Emile Peynaud, con cui, dopo rapporti prettamente professionali, ha instaurato un'amicizia vera e profonda, che ancora oggi lo commuove. Grazie a lui ha imparato tanto: ha approfondito le sue conoscenze nel campo della microbiologia, la gestione dei tannini e dei polifenoli attraverso un saggio utilizzo delle barrique, il ruolo della fermentazione malolattica, l'importanza delle mescolanze e dei tagli per realizzare equilibrio e complessità nei grandi vini, l'affinamento in vetro, e tanto altro ancora.

In California ha trovato alcune delle più autorevoli fonti per approfondire e comprendere al meglio la fermentazione malolattica. A tal proposito le ricerche sviluppate da Ralph E. Kunkee, professore della scuola di enologia UC Davis della California, hanno significato molto per Giacomo Tachis.

Ha sempre guardato con grande curiosità anche alle ricerche portate avanti in Australia. Oggi osserva quel popolo con particolare attenzione visto che proprio gli Australiani stanno studiando ciò che Tachis aveva proposto a diverse università italiane, ovvero «*lo studio tramite, un approccio "biologico-molecolare", di tipologie nuove del microrganismo che opera la trasformazione dello zucchero dell'uva non in al-*

⁹⁴ G. Tachis, *Considerazioni sul passato, presente e futuro della vitienologia*, cit.

cool, bensì in prodotti di gentilezza e di "grasso" del vino, come glicerolo e simili. Infatti tutti i viticoltori ormai "potano corto", ottenendo quantità ridotta di uva, ma più ricca in alcool e polifenoli che dà al vino ad alto tenore estrattivo, vino che "riempie la bocca" come vogliono gli americani (specialmente i loro giornalisti); vini rossi ricchi di colore e di tannino, non da "fiasco", come si dice da noi.

In questo caso l'uso della flora autoctona diventa quasi ridicolo. Importanti diventano, poi, anche i batteri criofili malolattici e alcool resistenti.

Con l'introduzione di essi, quanta energia si risparmierebbe nelle cantine (e quanto denaro!): oggi riscaldare a lungo le cantine costa parecchio.»

Tachis è convinto che questa sia una strada da percorrere, ma l'Italia tradizionalista e cieca non è stata capace di cogliere l'occasione per prima.

Ovviamente non dobbiamo mai dimenticare che Tachis non ha mai smesso di riservare uno sguardo privilegiato alle esperienze enologiche del passato, anche a quelle dei popoli più antichi.

Infatti, come già detto, ha sempre affermato con convinzione che molte delle pratiche enologiche moderne sono legate direttamente a quelle di un passato anche lontano, nonostante allora non esistesse la conoscenza scientifica di oggi.

Queste sono le sue parole riguardo a ciò:

«Fondamentale è capire il punto di origine della vitienologia per prevedere e supportare dove essa andrà domani.»

Adesso non resta che osservare da vicino le innovazioni introdotte da Tachis nelle cantine italiane.

La prima in ordine cronologico è stata oggetto di contesa di una delle dispute più famose e chiacchierate nel mondo del vino: i tini in acciaio per la fermentazione.

In terra di Bolgheri i due protagonisti del litigio erano *«due piemontesi* – ha detto Tachis stesso - *testoni più che mai*»: Giacomo Tachis e il Marchese Mario Incisa della Rocchetta.

Era il 1968 quando Tachis arrivò a Bolgheri per aiutare il Marchese nel suo progetto enologico di un vino in stile bordolese, figlio di Cabernet Sauvignon e Cabernet Franc, e sui sistemi di vinificazione, in particolar modo la fermentazione, avevano due idee distinte sul da farsi. Mario Incisa, infatti, voleva far fermentare l'uva in tini di legno aperti, che credeva capaci di dare maggior sapore al vino. Tachis, invece, vedendo che in quei tini il vino era instabile, si ossidava facilmente e andava su di acidità volatile inacidendosi, suggeriva caldamente di introdurre tini metallici per poter controllare al meglio il processo, e in una lettera datata 9 luglio 1975 scriveva: *«Per quanto riguarda l'acquisto di tini in legno per la vinificazione sono spiacente di esprimervi il mio fermo dissenso. Già qualche tempo addietro vi proposi una fermentazione in tino metallico, in acciaio inox o acciaio e resina epossidica, per la possibilità di contenere le temperature di fermentazione, cosa che non si può ottenere con il legno. Anche i più prestigiosi Chateaux del Bordolese e le migliori cantine spagnole fermentano i loro mosti nel metallo proprio perché si ottengono risultati migliori di sapore e profumo...»*⁹⁵

⁹⁵ Fonte, www.sassicaia.com

Alla fine l'ultima parola toccò al nostro enologo e i vasi vinari in acciaio presero il posto dei tini in legno⁹⁶.

Grazie a quell'esempio tante cantine italiane hanno scelto di fermentare la propria uva in tini di acciaio che permettono, appunto, un controllo costante della temperatura, un fattore essenziale per lo sviluppo e l'attività di lieviti ed enzimi, e quindi una gestione esterna di quel processo di trasformazione degli zuccheri contenuti nel mosto in alcool, anidride carbonica e numerosi prodotti secondari. Gli investimenti economici a cui le aziende si sono dovute sottoporre per potersi adeguare a quegli strumenti sono stati ingenti, soprattutto dove, oltre a comprare i nuovi vasi vinari, è stato necessario trasformare anche nell'architettura la cantina per poter accogliere quei tini di dimensioni e proporzioni molto diverse rispetto ai precedenti. Oggi con occhi più esperti sta rivalutando quella scelta; certo non tornerebbe ai tini aperti di legno, ma la sua preferenza cade su materiali diversi dall'acciaio:

«Ho commesso tantissimi errori – ha detto – , dovrei coprirmi il capo di cenere.

L'acciaio inossidabile l'ho portato io in Italia.

Ho fatto un grave errore a pensare che il vino volesse abitare in quella casa fredda, con la microossigenazione. Ho sbagliato. Il comodo talvolta diventa scomodo.

Il vino ama il cemento, ama il muro o il legno.

Tu vivresti in una capanna di legno o in una capanna di metallo, di lamiera? »

Questo non significa che Tachis abbia completamente rivalutato il ruolo dell'acciaio durante il processo fermentativo, ancora oggi lo riconosce come strumento utile per un corretto controllo delle temperature, oltre che per l'igiene, e con queste parole semplici e intuibili me lo ha spiegato:

«Non ho fatto il volta gabbana riguardo all'acciaio inossidabile, perché la fermentazione viene comunque benissimo in un tino metallico. L'acciaio, infatti, è un ottimo conduttore di temperatura (però non bisogna farne un contenitore per migliorare o invecchiare il vino).

Il vino che fermenta è come l'uomo che digerisce. Noi abbiamo bisogno di particolari temperature per digerire, così come il vino per evolversi, per stabilizzarsi, ecc.

La digestione deve avvenire al tiepido. Se subito dopo aver mangiato una persona va al freddo è possibile che prenda una congestione, perché lo stomaco ha bisogno di enzimi e gli enzimi lavorano bene ad una temperatura di 18°/20° ma anche di 22°/25°. Più o meno è la stessa cosa per il vino durante la fermentazione, e nella cella ossidabile si controlla molto bene la temperatura. Il vino deve stare a una buona temperatura per poter svolgere tutte le sue funzioni microbiologiche, biochimiche ecc. Insomma, è come il corpo dell'uomo.»

I problemi nascono per caratteristiche dell'acciaio a cui il vino non può adeguarsi:

- 1- effetti elettrochimici;
- 2- impermeabilità all'aria

«Il vino è sempre inquieto nell'acciaio inossidabile.

Questo perché l'acciaio determina delle correnti elettrochimiche, e il vino non ama, anzi non sopporta affatto l'elettrochimica.

⁹⁶ Nonostante la partita persa, il Marchese Mario Incisa della Rocchetta non abbandonò completamente il suo progetto iniziale, infatti si mise a produrre addirittura un suo anti-Sassicaia.

Un esempio: se una persona sale in macchina con il vento e le scarpe di gomma è molto probabile che prenda la scossa, è energia fisica.

Inoltre l'acciaio inossidabile è impermeabile all'aria, anche alla più piccola quantità di ossigeno. Quindi il vino in quella casa non respira. Tornando all'idea che il vino è come l'uomo, se quando ti alzi al mattino non apri la finestra non respiri aria buona. I chimici allora hanno inventato il processo di micro-ossigenazione.

Tutto questo inevitabilmente incide sul vino.»

Allora, oggi che la tecnologia è avanzata e le possibilità di controllare la temperatura nelle cantine sono sempre più varie ed efficaci, la sua preferenza cade su materiali come cemento e legno. «*Certamente posso consigliare cemento e legno – ha detto Giacomo Tachis - laddove esistano le più adeguate condizioni climatiche. E tra i due preferisco il cemento perchè non cede polifenoli, sapori.*»

Inoltre sempre più si parla e si certifica una reale possibilità di fermentazione a temperature più elevate, alla stregua del fatto che due caratteri fondanti della qualità del vino come colore e sapore vengono estratti proprio attraverso il calore.

All'interno degli stessi tini, in acciaio, in cemento o in legno che siano, successivamente alla fermentazione alcolica il vino (in particolar modo quel vino destinato poi a una maturazione in barrique e a un affinamento in vetro) viene sottoposto a un secondo processo: la fermentazione malolattica. Proprio questa è una delle pratiche innovative che Tachis ha introdotto per primo nel processo di vinificazione toscano, ancora una volta grazie al Sassicaia e agli insegnamenti di Emile Peynaud.

La fermentazione malolattica è quella pratica che ha reso possibile l'eliminazione del tradizionale "governo" alla toscana, ovvero l'aggiunta di uve appassite al mosto per indurre una seconda fermentazione allo scopo di ridurre l'acidità e per stabilizzarlo sul piano biochimico.

Per fermentazione malolattica si intende infatti quel processo microbiologico che sotto un'attenta cura di enologo e cantiniere permette di far fermentare l'acido malico, grazie a una specifica attività batterica, trasformandolo in acido lattico per ottenere un carattere più rotondo⁹⁷ del vino, come richiesto dal mercato. È un processo che come ogni altro in cantina, deve aver ragione di esistere secondo il progetto definito, aiutando il vino a far conoscere le proprie caratteristiche strutturali. Così, come ha detto Peynaud, «*la fermentazione malolattica non è solo un mezzo per ammorbidire i grandi vini, ma anche un procedimento di affinamento del profumo in quanto accentua il carattere vinoso, a giusta ragione viene considerata come una tappa della maturazione dei vini destinati all'invecchiamento.*»

Un altro punto di svolta nelle cantine toscane, che ha permesso una rivoluzione qualitativa dell'enologia italiana, è costituito dall'evoluzione del vino: se fino a tutti gli anni '60 il vino invecchiava in grandi e vecchie botti per lunghi anni assumendo un colore mattonato, oggi il vino evolve il suo patrimonio fenolico e tannico in legno

⁹⁷ «Per effetto di questa conversione biologica, al vino viene conferito un gusto più morbido, grazie alla sostituzione dell'anione malico, di sapore aspro, con l'anione lattico, molto più dolce.» M. Vincenzini, L. Granchi, *Fermentazione Malolattica*, in P. Nanni (a cura di), *Storia regionale della vite e del vino in Italia, Toscana*, Edizioni Polistampa, Firenze 2007, p.549

nuovo o seminuovo, in piccolo⁹⁸ fusto e/o in media botte per uno o due anni al massimo e poi si affina in vetro.

L'avvento della barrique è stato infatti uno degli elementi di svolta fondamentale dell'enologia moderna. Giacomo Tachis è stato il primo a portarle in Italia, ed è l'enologo che meglio interpreta questo strumento all'interno del processo evolutivo del vino. Questo perché i tanti studi dedicati alla chimica del legno gli hanno permesso di comprendere appieno quali possano essere (e quali potevano essere) i vantaggi e gli svantaggi che questo elemento porta con sé.

«A me piaceva molto studiare il legno, la chimica del legno – ha detto - perché il legno è una cosa viva, è una cosa vitale. Come tutto quello che è vitale fa parte della natura e noi ne sappiamo molto poco. Per questo mi interessava e affascinava. Poi è entrato a far parte di un aspetto fondamentale del vino nella sua evoluzione.»

Qual'è il primo vino italiano fatto con l'impiego della barrique? Ancora una volta il vino pioniere è stato il Sassicaia, poi seguito da tanti altri come Tignanello e Solaia, fino a diventare un vero e proprio fenomeno di qualità imitato da molti in Italia, talvolta con i presupposti tecnici e culturali adeguati, altre volte, purtroppo, solo come controproducente imitazione alla moda.

Così proprio Giacomo Tachis, colui che ha voluto e portato nelle cantine italiane le barriques per arricchire il patrimonio strutturale e polifenolico di certi vini conferendo loro caratteri organolettici speciali e maggiore spessore, senza tante remore dice:

«Oggi l'uso delle barrique è una moda e cominciano a rompere le scatole. In un'ottica di false scorciatoie percorse da un'enologia insensibile, le barrique sono come la cipria o il rossetto per le labbra delle donne: un trucco.»

In realtà già negli anni Ottanta Tachis metteva in guardia produttori ed enologi italiani, come testimoniano le sue stesse parole in un articolo pubblicato nel giugno del 1985 su *L'Enotecnico*:

«Desidero esprimere un concetto che oggi ritengo addirittura più utile di ieri, perché l'impiego del piccolo fusto, ossia della barrique, se si vuole peccare di francesismo, a volte rischia di scivolare in abuso e, mi si consenta, in ridicola moda.

Troppa leggerezza e faciloneria, unitamente ad umana ambizione commerciale, spingono il tecnico, il produttore e il commerciante ad esprimere giudizi e tematiche di insicura e tanto fragile conoscenza tecnica su argomenti così delicati, complessi e non del tutto conosciuti persino da quelli che li studiano ancora più di chi lavora in cantina.

È troppo facile, quanto economicamente e tecnicamente pericoloso, contagiarsi di esteromania specialmente francese e americana (californiana) se alla nostra base non c'è una materia prima sicura e adatta ai nostri progetti.»

Il concetto fondamentale e a cui nessun enologo o produttore può voltare le spalle è che il vino deve essere buono di suo, non deve e non può diventare interessante solo per il passaggio barrique, perché, come detto nel paragrafo precedente, è la vigna la madre della qualità.

⁹⁸ La capienza minore delle barrique, 225 l, è una caratteristica che permette al vino contenuto di ossigenarsi (fenomeno di cui ha bisogno per processo evolutivo), e non di ossidarsi (fenomeno frequente all'interno delle grandi botti).

La progettualità a monte deve quindi prevedere che sono le caratteristiche intrinseche del vino a indurre alla scelta di un particolare processo di invecchiamento. Dopotutto, «*il legno nuovo assale il vino e se esso non possiede una sufficiente quantità di sostanze estrattive a carattere polifenolico positivo, che agiscono da parafulmine, dal contatto prolungato con il legno ne esce organoletticamente perdente.*»⁹⁹

Per reggere la barrique sono allora necessari vini rossi molto robusti o mosti bianchi i cui lieviti svolgano il ruolo di scudo. Altrimenti è come sollevare pesi senza avere i muscoli per farlo: pericoloso.

Dunque nel percorso dell'intera progettualità è sempre in vigna che sono richiesti gli sforzi maggiori, per cercare di produrre uva capace di dare vini di questo genere, e i fattori che concorrono in questo ruolo sono molteplici: dalla resa limitata di produzione, al clima dell'annata, al clone, all'epoca di vendemmia, alla nutrizione della pianta, al sistema di vinificazione e altro ancora¹⁰⁰.

Tutto ciò si rende ancora più facilmente intuibile grazie a due principi di immediata comprensione enunciati da Tachis:

1. *è la vigna che produce l'uva da barrique.*
2. *è completamente errato pensare di ottenere un grande vino semplicemente acquistando barriques, senza disporre di una base di partenza adatta a siffatto processo evolutivo.*

In cantina, se ciò che è richiesto all'enologo è di guidare il vino all'interno di uno specifico processo evolutivo che sappia esaltare i profumi naturali di quelle uve, la scelta delle barriques deve essere consapevole e devono essere gestite e dosate con sensibilità perché c'è sempre un equilibrio finale da dover rispettare, dove l'odore di legno non deve cancellare gli altri profumi.

Come ha detto Peynaud, in un certo senso, «*nei vini bisogna utilizzare il legno, come le spezie in cucina, solamente per dare risalto agli altri gusti.*»¹⁰¹

Il vino che esce in commercio non dovrebbe far sentire il legno nel sapore e nel profumo, la sua nota non dovrebbe essere immediatamente identificabile, ma rimanere discreta, in secondo piano.

Eppure come ha detto Tachis: «*Quasi tutto il mondo produttivo impiega la barrique per conferire al vino il sapore e il profumo di legno – vino da “olfattoteche”*»

E questo è il risultato di un'errata interpretazione delle barriques¹⁰², dovuta soprattutto a una propaganda mediatica priva di coscienza enologica, portando il consumatore internazionale a formarsi il palato in un'unica direzione, appunto le “olfattoteche” di Tachis.

Con uno sguardo non contagiato dalla moda e con il suo solito coraggio nell'andare contro-corrente, Tachis è convinto che il legno nuovo dovrà essere sempre meno presente nelle cantine, grazie all'evoluzione che continua ad avanzare in vigna in

⁹⁹ G. Tachis, *I vini nuovi, cit.*, p. 259

¹⁰⁰ G. Tachis, *Italia: il legno e il vino dalla notte alla barrique, cit.*

¹⁰¹ E. Peynaud, *op. cit.*, p. 71

¹⁰² Queste botti di legno nuovo dalla capienza di 225 l sono nate in Francia grazie a dei produttori che avevano notato e considerato che il legno contiene molti acidi ellagici e quindi tannino gallico che arricchisce, rinforzandolo il vino.

una complementarità rispetto all'ambiente (soprattutto sole e luce) sempre più ricercata, e quindi grazie alla produzione di uva con caratteristiche intrinseche di qualità sempre maggiori.

«In una buona cantina – ha detto - ci deve essere il 20 % di legno nuovo, domani sarà solo il 15 o 10 %, perchè il gusto del legno viene a noia.»

Questo è quanto ha potuto capire anche grazie alle esperienze lavorative nelle isole del sud, dove il sole e la luce sono tali da fare ciò che nelle altre regioni viene richiesto alle barriques.

«In Sicilia come in Sardegna c'è un sole che né Francia, né Piemonte, né Toscana, a parte la Maremma, hanno. Tutto quello che noi possiamo avere di grande vantaggio nelle isole del sud è proprio questo: i vini provengono da viti vissute con questo sole, che in parte già polimerizza l'uva prodotta. Polimerizzarsi significa arrotondarsi, togliere le spigolature, togliere le punte che stridono al palato. Il sole della Sardegna e della Sicilia, anche se a volte è esagerato, rinforza i vini. Significa, allora, produrre un vino che in altri territori otteniamo soltanto con il legno, con l'uso delle barriques. I vini delle isole, allora, possono fregarsene del legno, e testimoniano che il vero sapore del vino non viene dal legno.»

Con occhi disincantati Tachis è capace di muovere accuse pungenti che fanno riflettere anche su un piano non più prettamente enologico, ma che spiegano molto:

«I prezzi del legno e delle barriques sono aumentati costantemente. Mi ricordo che i caratelli costavano 12.000 delle vecchie lire, poi 25, poi 50, poi 100. Oggi un fusto di legno costa 1 milione e mezzo (sempre in Lire).

Ma sono cifre a vantaggio del vino o del portafoglio di chi lavora e commercializza il legno?»

L'introduzione nelle cantine toscane di questa nuova interpretazione dell'evoluzione del vino all'interno di botti dosate e lavorate è nata per la necessità di far sviluppare anche in Toscana un vino di nuovo concetto, non più di "pronta beva", come si era soliti produrre fino agli anni Settanta, ma un vino con qualità organolettiche particolari, che non terminano il loro ciclo evolutivo nelle cantine delle aziende, ma proseguono anche tra le mura delle case dei consumatori. Ecco perché nel processo produttivo enologico si è aggiunta una nuova tappa, che ha regalato un valore fino ad allora sconosciuto alle bottiglie: l'affinamento in vetro.

Le bottiglie e i tappi sono il regalo più grande che il diciassettesimo secolo ha fatto al vino. O meglio, i tappi di sughero in realtà erano già usati ai tempi dei Romani per chiudere ermeticamente le anfore che contenevano il vino, ma con l'arrivo delle botti celtiche nell'alto medioevo l'anfora e il tappo di sughero furono dimenticate in cantina fino al diciassettesimo secolo¹⁰³.

Finalmente con l'introduzione delle bottiglie di vetro chiuse ermeticamente con i rispolverati tappi di sughero la società ha potuto riscoprire il gusto del vino "invecchiato".

Ma in Italia tale tecnica non fu applicata con la giusta attenzione per decine e decine di anni. Infatti dobbiamo attendere la seconda metà del XX secolo per fare

¹⁰³ Cfr. A. Antonaros, *La grande storia del vino. Tra mito e realtà, l'evoluzione della bevanda più antica al mondo*, Pendragon, Bologna 2006

dell'affinamento in vetro un'arte, di cui Tachis è maestro. Questo perché finché non sono state coltivate le vigne in un certo modo, finché non è stato fermentato il mosto in un certo modo, finché non è stato invecchiato il vino in botti in un certo modo, non esisteva un vino capace di far scoprire le sue qualità organolettiche dopo un attento affinamento in vetro.

Fino ad allora la bottiglia di vetro in Italia rappresentava solo il contenitore con cui far arrivare il vino dissetante sulle tavole degli italiani. Oggi sono oggetto di grande attenzione sia da parte dei produttori che da parte dei consumatori consapevoli, perché è inutile avere grandi vini con caratteristiche adatte all'affinamento in vetro se tali bottiglie non vengono poi conservate al giusto grado di temperatura ed umidità.

2.6 La voce imperativa del mercato

«Italiani un po' più sobri, decisamente bravi a selezionare le eccellenze, saldamente leader del mercato mondiale e, alla fine, più ricchi grazie all'industria vitivinicola.»¹⁰⁴

Queste poche parole raccontano perfettamente quale sia la situazione odierna del settore vitivinicolo italiano. Un mercato in continua evoluzione, con soggetti economici, sociali e politici sempre più numerosi che desiderano partecipare a questa partita dove la posta in gioco sembra elevata.

Come protagonista e artefice del processo produttivo del vino ogni enologo, oltre a dover fare i conti con le difficoltà tecniche e scientifiche del proprio lavoro, non può esimersi dal confronto con un mercato tanto complesso. Come ha detto Tachis infatti l'obiettivo primario, e ultimo allo stesso tempo, di ogni enologo è *«produrre per il mercato. È inutile impostare un vino che non appartenga al mercato.»*

Il concetto base è semplice: il vino non va solamente prodotto, ma soprattutto venduto.

Questo significa in prima istanza produrre vino che rispecchi il gusto del consumatore. Ecco perché è necessario che dietro ogni vino esista un preciso progetto enologico, in linea con le richieste del mercato. Nonostante sembri scontato questa è una realtà con cui il vino ha iniziato a interagire negli ultimi cinquanta anni, prima era soprattutto una bevanda che solo per abitudine si ricavava dalla terra.

Ogni innovazione in vigna o in cantina è stata una risposta necessaria alla rivoluzionaria trasformazione del significato della bottiglia di vino nell'immaginario collettivo: non esiste più il concetto di bere vino per dissetarsi, oggi è prima di tutto piacere, fino a rappresentare un mezzo di identificazione, uno "status symbol".

Tachis ha saputo essere sensibile alla società e capire prima di tanti altri questa trasformazione, diventando a tutti gli effetti il pioniere del "Rinascimento della vitivinicoltura italiana".

Quando ha iniziato la sua professione di enologo, la richiesta da parte del mercato di prodotti enologici di maggiore qualità era recente e le aziende vinicole ancora non erano riuscite ad adeguarsi a questa domanda.

¹⁰⁴ AA. VV., *Rapporto sul settore vitivinicolo 2006*, Retecamere, Roma 2007

Come affermato nel paragrafo precedente l'enologo è il garante della qualità del vino prodotto.

Una riflessione di partenza si rende dunque necessaria: cosa si intende per qualità del vino?

È sicuramente importante che quella bevanda prima di tutto non contenga sostanze nocive alla salute dell'individuo, ma in questo caso ci riferiamo alle qualità igieniche, irrinunciabili ma non uniche, che l'enologo ha il dovere di sorvegliare. È poi possibile parlare di qualità organolettiche del vino, ovvero i profumi, i sapori e i colori che è capace di far conoscere al degustatore. Ma siamo ancora su un piano meramente fisico del prodotto.

Per capire a cosa si faccia riferimento parlando di qualità ricercata in un vino è necessario affrontare altre discussioni e approcciarsi al vino con uno sguardo antropologico, sociologico ed economico.

Solo così è possibile capire che la qualità non è un dato a priori.

La qualità esiste in rapporto alla persona che beve il vino, dipende dal suo apprezzamento, cioè dal suo gusto, dal suo piacere, dalle sue preferenze¹⁰⁵. Affinché il mercato del vino esista e sopravviva è fondamentale che sia un concetto onnipresente.

Dunque, se produrre un vino significa soddisfare i bisogni e il gusto delle persone, è fondamentale domandarsi cosa è ricercato nel bicchiere di vino.

Oggi il consumo di vino è sostanzialmente diverso da quello che era fino a metà secolo scorso, sia da un punto di vista quantitativo che qualitativo (appunto).

Attualmente il consumo annuo di vino in Italia è di circa 50 litri a persona¹⁰⁶ e non rappresenta più un alimento necessario ma un bene voluttuario. Dunque il vino non è più strumento per dissetarsi: è oggetto di ricerca di piacere.

E cosa intendiamo per "piacere"?

Sicuramente vuol dire soddisfare le nostre preferenze gustative. Il gusto è infatti un elemento fondamentale della qualità del vino, e come volevasi dimostrare anche il gusto non può che dipendere direttamente dalla persona. Come ha detto lo storico Montanari:

*«Il cibo non è "buono" o cattivo" in assoluto: qualcuno ci ha insegnato a riconoscerlo come tale. L'organo del gusto non è la lingua, ma il cervello, un organo culturalmente (e perciò storicamente) determinato, attraverso il quale si imparano a trasmettere i criteri di valutazione. Perciò questi criteri sono variabili nello spazio e nel tempo: ciò che in una determinata epoca è giudicato positivamente, in un'altra può cambiare di segno; ciò che in un luogo è ritenuto una ghiottoneria, in un altro può essere rifiutato come disgustoso. La definizione del gusto fa parte del patrimonio culturale delle società umane.»*¹⁰⁷

¹⁰⁵ cfr. E. Peynaud, *op. cit.*

¹⁰⁶ Dai dati pubblicati nel *Rapporto sul settore vitivinicolo 2007*, realizzato da Unioncamere con la collaborazione dell'Istituto Guglielmo Tagliacarte Nomisma, nei dieci anni dal 1995 al 2005 il consumo interno italiano è diminuito del 10,4%, nonostante ciò l'Italia ha visto lievitare, fino a raddoppiarsi, il saldo della bilancia commerciale del vino, passato da 1,68 a 3,38 miliardi di dollari. Sono dati che fanno riflettere.

¹⁰⁷ M. Montanari, *Il cibo come cultura*, Editori Laterza, Bari 2006, p. 73

Dunque produrre vini di qualità significa produrre vini che sappiano ascoltare e interpretare il gusto delle persone, quindi vuol dire conoscere la società in cui si vive e le necessità culturali delle persone che ci vivono.

Oggi si fa un gran parlare di mondo globalizzato, ma l'osservazione della società ha fatto capire che globale non significa solo rendere meno determinanti i confini geografici fisici grazie ai mezzi di trasporto e ai mezzi di comunicazione che ne diminuiscono la forza. Abitare in un mondo in cui, con estrema facilità, è possibile incontrare e parlare con persone che appartengono a culture molto diverse e lontane dalla nostra significa anche ricercare un'appartenenza identitaria locale più forte, per rendersi riconoscibile e riconoscersi in ciò che ci circonda. Voler dialogare con società altre significa voler conoscere e assaporare la loro identità¹⁰⁸.

Ecco che anche il vino non può sottrarsi a questa realtà "glocale" e in un mercato dove sono sempre più numerosi i competitors e gli acquirenti stranieri, la ricerca di una identità territoriale forte nei vini è un'urgenza improcrastinabile.

Da profondo conoscitore delle scienze umane e da appassionato osservatore e ascoltatore della società come è, Tachis ha sempre saputo tutto ciò, e non lo ha mai dimenticato, chiudendo sempre e comunque alla perfezione il cerchio con cui possiamo identificare il mondo del vino.

Insomma, da dove partire?

La prima risposta che salta agli occhi è il mercato con le sue richieste imperative e insindacabili, ma sondabili.

E dove finire?

La risposta è sempre la stessa: nel mercato, perché è quello il "luogo" a cui il vino prodotto è destinato.

Ecco perché l'interlocutore privilegiato di ogni enologo è proprio il mercato, e il suo gusto.

Come ha detto Peynaud, «*il vino si evolve come si evolve la nostra civiltà, prima di tutto nel gusto, e poi nella tecnica.*»

In Italia una svolta importante è stato il fatto che da un mercato prettamente nazionale, se non locale, si è iniziato a dover fare i conti con un mercato internazionale. Questa era una condizione *sine qua non* era impossibile garantire un futuro alle aziende vinicole.

Tachis, con l'azienda Antinori, ha saputo intuire che quel mercato internazionale nel frattempo non amava bere vini rossi aciduli, magri pur con un grado alcolico elevato, ma vini più rotondi, corposi con un patrimonio polifenolico consistente e con tannini meno aspri, caratteristiche queste che si ottengono a partire dalla vigna.¹⁰⁹

Questa consapevolezza l'hanno tradotta in pratiche enologiche modificando la composizione delle varietà di uva (in particolare diminuendo la presenza dell'uva bianca nell'uvaggio rosso, fino all'eliminazione), e riducendo la varietà delle uve rosse che hanno una buccia povera di tannino dolce e di sostanze estrattive in generale.¹¹⁰

¹⁰⁸ cfr. B. Vecchi (a cura di), *Zygmunt Bauman, Intervista sull'identità*, Editori Laterza, Roma-Bari 2005

¹⁰⁹ cfr. G. Tachis, *I vini nuovi*, cit.

¹¹⁰ cfr. A. Santini, *op. cit.*

Così dagli anni '70 agli anni '80 e '90 sono nate molte e diversificate tipologie di vino in Toscana, dai Supertuscans alle numerose appellazioni Docg, Doc e Igt, con l'obiettivo di esportare prodotti di qualità capaci di adeguarsi al gusto dei consumatori internazionali. Vini, quindi, in grado di veicolare un'immagine del territorio toscano evocatrice di qualità e ricchezza culturale.

Mentre Tachis lavorava per l'azienda Antinori e muoveva i primi passi della sua pionieristica visione di ciò che doveva essere produrre vino, anche le istituzioni politiche iniziarono a voler supportare una possibile rinascita del mercato enologico. L'introduzione, nel 1963, della Denominazione di origine dei vini ha contribuito in modo positivo alla valorizzazione delle produzioni, oltre che alla loro tutela. Il DPR 193 del 12.07.1963 aveva, infatti, lo scopo di offrire precise garanzie di tutela ai viticoltori e ai consumatori dei vini prodotti in zone esattamente definite, con vitigni, tecniche tradizionali e caratteristiche enologiche stabiliti dai rispettivi disciplinari¹¹¹. La normativa intendeva proprio di evitare che vini di scarse qualità danneggiassero l'immagine di vini pregiati portandone il nome e quindi facessero diminuire la domanda e i prezzi di quelli originali. I risultati furono quelli sperati, ma questo bilancio positivo iniziale ha fatto interpretare nella direzione sbagliata, sia da parte di produttori che di politici, lo strumento legislativo. Infatti da un lato si è assistito a un sempre maggior utilizzo di quella carta di identità come mezzo di promozione e riconoscibilità dei vini, dall'altro lato i funzionari dello stato hanno operato rendendo sempre più numerosi, ma restrittivi quei disciplinari fino a diventare uno scomodo vestito per le bottiglie.

L'enologo deve inevitabilmente confrontarsi e adeguarsi anche a questi strumenti, ma non sempre è tanto necessario quanto possa sembrare.

Tachis ha avuto la forza e la capacità di capire che, in un'ottica di continuo aggiornamento alle mutevoli e plurime esigenze del mercato, talvolta la strada migliore da percorrere è quella solitaria, senza il supporto di immagine che i disciplinari possono offrire.

E così ha fatto ogni qualvolta abbia proposto al mercato nazionale e internazionale prodotti innovativi di qualità, che hanno aperto la strada a vini di nuovo concetto, e a nuovi mercati possibili per l'enologia italiana.

La consapevolezza nasce da un concetto semplice:

«Non decide la legge. È il palato che decide tutto.

Noi siamo figli di un'eccessiva tradizione, l'uomo è libero solo quando non ha vincoli e obblighi.

Perché la vite è nata libera, la natura è libera, e la vite deve essere guidata dalla natura.»

¹¹¹ cfr. P.L. Pisani Barbacciani, P. Nanni, *La viticoltura toscana negli ultimi cinquanta anni*, in Ciffoletti Z. (a cura di) *Storia del vino in Toscana. Dagli Etruschi ai nostri giorni*, cit.

3° Capitolo
GIACOMO TACHIS, L'ENOLOGO COMUNICATIVO

*Noi uomini dobbiamo al vino la prerogativa di essere i soli
esseri viventi che bevono pur senza avere sete.*

- Plinio II Vecchio -

*L'uomo è un animale che si ciba di carne, di vegetali e
di immaginario.*

- Lévy Strauss -

3.1 Essenza comunicativa del vino

Il vino ha una potente forza comunicativa. Questo l'ha dimostrato in ogni epoca e implicitamente ne spiega la presenza costante nella storia della civiltà mediterranea.

La sua essenza comunicativa si sviluppa attraverso due canali principali:

- le qualità organolettiche
- la carica simbolica attribuita

Iniziando dal primo punto è indubbio come **un canale di comunicazione preferenziale tra vino e degustatore è rappresentato da tutte quelle qualità che gli appartengono e che lo rendono riconoscibile come tale.** Il vino, infatti, si racconta al proprio degustatore attraverso colori, profumi, sapori, e struttura. Proprio quelle peculiarità rappresentano la voce del vino attraverso la quale si crea l'intimo rapporto dialogico con l'uomo, che a sua volta **ha a disposizione i sensi, strumenti insostituibili per conoscere soggettivamente quella bevanda.**

«La degustazione rappresenta una specie di lettura, ed i vini costituiscono i testi.»¹¹² Per poter leggere questi testi nessuno dei nostri sensi è escluso dal compito di decodificarne i segni, ma sicuramente l'olfatto ha il privilegio di veicolare alla nostra mente molte, se non la maggior parte, delle informazioni, traducendole in ciò che è percepibile come il gusto del vino.

Tachis non solo è cosciente di questo, ma ne è anche testimone, da uomo e da enologo: «L'olfatto è una vista strana: evoca paesaggi sentimentali attraverso un disegno improvviso del subcosciente intellettuale, spirituale e anche organolettico...»¹¹³

Così nel mondo occidentale contemporaneo, nella cosiddetta "società dell'immagine" che ha attribuito alla visione il privilegio in campo conoscitivo, il vino ci permette di ridare la giusta collocazione al senso da cui deriva la nostra percezione del mondo fin dai primi secondi di vita. Eppure, per rendere evidente l'ingannevole primato della vista sugli altri sensi, sarebbe sufficiente ricordare

¹¹² E. Peynaud, *op. cit.*, p. 32

¹¹³ G. Tachis, *La nostalgia di sapori e profumi nel mondo contadino*, Università degli Studi di Pisa, maggio 2007

l'origine del verbo "sapere": deriva dalla parola latina "sapio" che significa "assaporare, gustare" e anche "aver odore"¹¹⁴.

Il vino, insieme a tutto ciò che è nato intorno al mondo enologico negli ultimi decenni, e alla riscoperta del piacere come elemento fondante del desiderio di bere questa bevanda, inducono a rileggere come volontà di rieducare la nostra percezione degli odori, nel "silenzio olfattivo" del mondo contemporaneo¹¹⁵.

Profumi e sapori, dopotutto, sono quelle caratteristiche del vino che lo identificano e al degustatore danno la facoltà di giudicarlo, determinandone l'affinità o meno ai propri gusti: è buono o non è buono.

Sono, infatti, qualità che emergono dalla degustazione, e permettono una classificazione all'interno di quella lunghissima e variegatissima (infinita direi) lista di vini possibili: bianco, rosso, o rosè; giovane o maturo; secco o dolce ecc. ecc. Questa inesauribile capacità del vino di assumere "forme" diverse non ci deve stupire alla luce di quanto detto nel capitolo precedente, ovvero che il vino è un prodotto sociale che nasce da un'infinita possibilità di combinazioni di due principali fattori (da cui ne derivano molti altri): uomo e natura, cultura e uva.

Oggi la riqualificazione del prodotto vino è resa possibile grazie anche alla nascita di una vera e propria cultura "enogastronomica"¹¹⁶: abbinare i vini ai cibi nel miglior modo possibile è diventata una ricerca costante in tutto il mondo. E ancora una volta il gusto è il padrone della scelta: sapori e profumi devono incontrarsi armonicamente non solo nel piatto, ma anche nel matrimonio combinato tra forchetta e bicchiere.

Come ha affermato Massimo Montanari: «*Accostare i cibi ai vini, assaporare un vino a tavola, valutarne il colore, il profumo, il sapore sono gesti divenuti consueti.*»¹¹⁷

Riassumendo quanto detto finora le qualità organolettiche sono prima di tutto quelle peculiarità che permettono a una bevanda di essere chiamata vino; in secondo luogo ne rappresentano i caratteri denotativi che hanno permesso all'uomo di conoscere e di innamorarsi (a patto di non essere astemi...) di quella bevanda che l'ha accompagnato nell'evoluzione della civiltà. Il vino "comunica" se stesso prima con il palato, poi con la mente e infine con lo spirito delle persone.

L'incommensurabile mole di possibili sapori, profumi e colori che un'unica bevanda è capace di trasferire dalla bottiglia al bicchiere, dal bicchiere al palato, è uno dei motivi che ha portato alla nascita di professioni con il compito di gestire o comunicare quella sua peculiare essenza. Sto pensando all'enologo, colui che cura e garantisce la qualità del vino, e al sommelier, colui che racconta e ritualizza il semplice ma tanto significativo gesto di bere un bicchiere di vino.

¹¹⁴ A. Gusman, *Antropologia dell'olfatto*, Laterza, Roma-Bari 2004, p. 12

¹¹⁵ Cfr. A. Le Guèrer, *I poteri dell'odore*, Bollati Boringhieri, Torino 2004.

¹¹⁶ Il passaggio da cultura semplicemente enologica a cultura enogastronomia già in passato fu motivo di riqualificazione del prodotto vino nel mercato. Un esempio: Adolfo Laborel Melini, un vero pioniere nell'aprire al vino toscano la strada dell'esportazione, intuì «*nel periodo di Firenze capitale (1865-1870) l'importanza di combinare vino e cibo, trasformando i fiaschetteria, che aveva nella capitale, in un ristorante assai rinomato.*» Z. Ciuffoletti, *Storia del vino in Toscana. Dagli Etruschi ai nostri giorni*, Edizioni Polistampa, Firenze 2000, p. 171

¹¹⁷ M. Montanari, *Il vino a tavola*, introduzione in A. Antonaros, *op. cit.*, p. 9

La professione del sommelier, proprio come l'enologo, ha una storia lunga e affascinante. Il vino, dopotutto, ama profondamente i rituali, o meglio l'uomo ha sempre condito questa bevanda con rituali più o meno eclatanti. E se ci voltiamo indietro nel tempo e nello spazio possiamo incontrare gli antenati dei nostri sommelier al tempo dell'antica Grecia, che tanto ha amato il vino, rendendoci partecipi di questa passione attraverso le molteplici testimonianze scritte che ci ha lasciato in eredità. Le tecniche vitivinicole di quel popolo producevano una bevanda che nel gusto e nel grado alcolico non incontravano i favori dei bevitori, e così fecero del "taglio" una vera arte: la calibrata aggiunta di acqua (dolce o salata), di spezie, di resine e di melasse era fondamentale per poter godere appieno dei piaceri del vino¹¹⁸.

Facendo salti temporali molto ampi si ritrovano figure molto simili anche nelle taverne romane e poi medievali, nelle osterie più recenti, fino ad arrivare ai sommelier che conosciamo oggi, a cui è demandato il compito di raccontare e servire il vino, per apprezzarne appieno le qualità. Un vino che, oggi, viene percepito come prodotto finito e non più come materia prima. Il fatto che questa figura professionale, ma soprattutto questo modo di rapportarsi al vino stia conoscendo sempre maggiori favori (in Italia il numero di iscritti all'Associazione Nazionale di Sommelier e il numero di frequentatori di corsi atti a insegnare l'arte di degustare il vino è in continua crescita¹¹⁹) è un evidente segno di come oggi l'approccio alla bevanda nasce non per un bisogno fisico di dissetarsi, ma per soddisfare il palato, con la volontà di conoscere più intimamente il vino. Se da un lato, allora, si tende a confinare il vino nell'ambito del piacere gustativo, dall'altro si cerca sempre più di comprenderne i significati più ampi che possiede e possedeva nelle civiltà premoderne.

Eccoci al secondo canale comunicativo proprio del vino: i molteplici significati, valori e ruoli attribuiti dall'uomo.

Abbiamo detto che il vino è fondamentalmente un'interpretazione umana del frutto della vite, e questo ha permesso all'uomo nel corso dei secoli di immergerlo consapevolmente in un sistema di "segni", di forme e contenuti di vaste e variegata proporzioni.

Attraverso la rilettura della storia del vino emerge che «*Vite e vino sono fra i più importanti simboli sociali emersi lungo le coste del Mediterraneo.*»¹²⁰

La vite, ad esempio, grazie alla sua stessa natura, fin dai tempi più remoti si è prestata ad una rappresentazione simbolica della fertilità e dell'immutabile ciclo vitale. La sua morte apparente durante l'inverno e la rigogliosa rinascita primaverile sono eventi che l'uomo ha sempre osservato con partecipazione spirituale e simbolica.

A tal proposito riporto qui di seguito le parole di Giacomo Tachis, che testimoniano la profonda conoscenza della natura con cui ha dialogato in tutto il suo percorso professionale, ma soprattutto testimoniano la sua cultura: «*L'albero è da sempre*

¹¹⁸ Cfr. A. Antonaros, *op. cit.*

¹¹⁹ Come afferma la stessa AIS in un comunicato stampa del 2006 sono oltre 32.000 il numero di iscritti all'Associazione di cui il 38% è costituito da giovani e da donne sotto i 35 anni, e come mi ha detto Franco Ricci, presidente di "Bibenda", ogni anno nella loro sede centrale di Roma sono più di 100.000 le persone che in un anno frequentano la loro associazione.

¹²⁰ T. Unwin, *op. cit.*, p.10

l'amico più sincero della nostra vita. Esso, secondo le credenze popolari e non popolari, è il simbolo stesso dell'uomo, della sua vita, del suo destino, delle sue speranze oltre la morte. L'albero è per eccellenza misura del tempo: segna infatti il dissolversi delle stagioni... conosce la sofferenza, viene offeso e maltrattato dalle intemperie, ma esso non cede. Nei rigori dell'inverno infatti sembra morire, invece prepara la primavera.»¹²¹

Anche il vino, come prodotto della vite, è entrato a far parte di questo ambito simbolico assumendo un ruolo di primo piano in tutte quelle celebrazioni civili o religiose che si riferivano alla fertilità della terra.

Ogni religione antica ha individuato una divinità specifica da collegare al vino – il Dioniso dei Greci e il Bacco dei Romani, solo per portare due esempi – e anche se i nomi erano diversi li accomunava il fascino della sfida: «*possono distruggere l'uomo ma anche innalzarlo a vette impensate.*»¹²²

Questo è ciò che rappresentava il vino grazie ai possibili effetti che può avere sul fisico e sulla mente. Le civiltà premoderne interpretavano lo stato di euforia dovuta all'alcool come una partecipazione umana al mistero della natura. Il vino diventava così un "ponte" tra l'uomo e gli dei. In virtù di questo la bevanda di Bacco è stata caricata ancor più di simbolismo. I conseguenti significati che gli sono stati attribuiti sono soprattutto di ordine religioso.

Ogni religione infatti ha identificato nel vino una precisa simbologia¹²³.

In particolare nella tradizione Cristiana ha sempre rappresentato metaforicamente il "sangue della Terra": bere vino per avvicinarsi a Dio. Non a caso nei tempi più remoti all'eucarestia partecipava tutto il pubblico, poi nel Medioevo, quando il vino scarseggiava, è nata la tradizione che conosciamo oggi, ovvero il "sorso di Cristo" è prerogativa del Prete.

«Ecco allora dispiegarsi – così la chiameremmo in termini moderni – una straordinaria promozione di immagine: il vino diventa un simbolo centrale della nuova fede, vincente e potente; contestualmente all'affermarsi di questa nuova fede, l'uso e la produzione del vino si allargano nel continente europeo.»¹²⁴

Anche nelle arti più profane al vino sono stati attribuiti particolari significati, e talvolta evocare la parola vino è stata la metafora migliore per raccontare stati d'animo complessi.

Dopotutto il vino per millenni ha rappresentato per l'uomo lo strumento attraverso cui lenire le proprie sofferenze fisiche e mentali. Fin dai tempi del greco "simposio" il vino, inoltre, era la bevanda per eccellenza da bere in compagnia, conversando, divertendosi e innamorandosi con spirito più libero.

In ultima analisi, ma non ultima come importanza, il vino ha sempre avuto una valenza di "status symbol". In epoche remote era una prerogativa di pochi sia nel desiderio che nella fattibilità; infatti la produzione qualitativa era in quantità così infini-

¹²¹ G. Tachis, *La socialità delle piante*, Università degli Studi di Pisa – Facoltà di Agraria, Maggio 2005

¹²² M. Montanari, *Il vino a tavola*, cit., p.9

¹²³ cfr. G. Tachis, *L'immagine del vino nell'antichità*, 1 Giugno 1990; e G. Tachis, *Nel vino il mito. La sacralità del vino e i suoi rapporti con Dioniso*, Se gesta – Teatro Greco, 28 Agosto 2002

¹²⁴ Ivi, p.9

tesimale da rendere la stessa conoscenza del prodotto “diverso” alla portata dei più facoltosi.

Oggi il mercato del vino è soprattutto questione di “status symbol”: la volontà di affermarsi e di distinguersi è complice nella scelta di una bottiglia particolare.

3.2 Una sintetica panoramica di insieme degli strumenti di marketing del vino

Nonostante il vino abbia un'intima essenza comunicativa, saper comunicare è una facoltà che ancora oggi appartiene a poche aziende vitivinicole italiane. La complessità di segni e significati propri del vino è una delle cause delle difficoltà incontrate nella progettazione e attuazione di strategie comunicative efficaci ed adeguate.

Nella società contemporanea dove *non si può non comunicare* il mondo del vino sembra allora che debba compiere ancora molti passi in questo ambito. Basti pensare che più del 50% delle aziende dedicano alla comunicazione una spesa inferiore al 5% del proprio fatturato¹²⁵. Con questo non intendo dire che la spesa in comunicazione è indicatore di qualità comunicativa, ma di fronte a evidenti risposte poco gratificanti e poco controllate del mercato iniziare a investire maggiormente in questo campo, con l'imperativo della competenza e della professionalità, potrebbe essere una via da percorrere. Strumenti di marketing efficaci ed adeguati sono necessari per conquistare significative “quote” di mercato in un panorama come quello attuale dove la concorrenza è sempre più numerosa, i vini di aziende diverse offerti al mercato tendono ad assomigliarsi sempre più (anche come effetto perverso dei disciplinari in vigore che tentano di regolare troppo nello specifico una fetta sempre più ampia di mercato), e la domanda diminuisce in quantità, ma richiede una qualità sempre maggiore¹²⁶. Come emerge dal *Rapporto sul Settore Vitivinicolo, 2007* elaborato da Nomisma le aziende, dopotutto, hanno chiaro che oggi la competizione si gioca su un duplice equilibrio basato non solo sulla qualità del prodotto ma soprattutto sulla capacità di venderlo: la qualità del prodotto è un criterio essenziale, ma se non è affiancata da una strategia di marketing adeguata non è sufficiente per vendere quantità significative. Insomma, la qualità deve essere percepita dal cliente coerentemente al *marketing mix* del prodotto che include un prezzo, un canale distributivo ed una comunicazione¹²⁷. Questo perché il consumatore ogni qualvolta debba scegliere quale vino comprare, tra gli elementi che terrà in considerazione inevitabilmente ci sono: la disponibilità del prodotto, il modo in cui viene presentato, il suo prezzo, il suo aspetto e la comunicazione relativa.

Questo è tanto più vero oggi che la maggior parte delle bottiglie (almeno il 60%¹²⁸) vengono acquistate sugli scaffali “muti” della grande distribuzione. Ogni cliente è inevitabilmente portatore di una propria conoscenza del mondo del vino, ma spesso

¹²⁵ Cfr. R. Pastore, *Il marketing del vino e del territorio: istruzioni per l'uso*, FrancoAngeli, Milano 2006, p. 135

¹²⁶ Cfr. Ismea, Panel agroalimentare: *Il sistema competitivo della trasformazione vitivinicola in Italia, 2005*

¹²⁷ Cfr. E. Rouzet, G. Seguin, *Il marketing del vino. Il mercato, le strategie commerciali, la distribuzione, Ed agricole*, Bologna 2006.

¹²⁸ Cfr. Ismea, Panel consumi: *Acquisti domestici vini e spumanti, 2000-2004*

non è sufficiente per scegliere il prodotto tra i tanti proposti su quelle vetrine. Come detto, infatti, sono i sapori e i profumi le qualità da cui deriva il nostro compiacimento, o meno, nel degustare la bevanda, e la bottiglia rappresenta una promessa di ciò che potremmo scoprire nel bicchiere. Ecco perché tanta attenzione è dedicata alla progettazione comunicativa e alla regolamentazione di quei contenitori. Sugli scaffali dei supermercati è la bottiglia che da sola dialoga con l'acquirente, deve allora essere diretta e interessante nel modo di comunicare, poiché il cliente farà la prima scelta proprio in base all'insieme complesso di informazioni che quella bottiglia gli comunica.

Le stesse bottiglie, peraltro, nelle loro molteplici forme hanno la potenzialità di far rimandare immediatamente a un certo tipo di vino.

Le etichette, le contro-etichette e le fascette (la cui redazione è regolata dalla legge) sono una fonte insostituibile di informazioni per il consumatore.

Un'indagine condotta nel 2006 da Nomisma ha evidenziato proprio che per i consumatori contano soprattutto la presenza di una DOC/DOCG e il nome della regione o del produttore conosciuto¹²⁹.

Ecco allora l'importanza che i disciplinari hanno nel dialogo con il consumatore. Anche se la maggior parte degli acquirenti non sanno tutto ciò che è previsto da quel dato disciplinare, il solo fatto che una bottiglia porti un nome, o una indicazione particolare (vino da tavola, doc, docg o igt¹³⁰), dona una garanzia precisa alla qualità del liquido contenuto.

E con ciò si spiega perché dall'indagine effettuata da Ismea nel 2006 «ben il 91% delle aziende del Panel appartenenti al comparto vitivinicolo ha dichiarato di possedere almeno un riconoscimento tra DOC, DOCG e IGT.»¹³¹

Così proprio le denominazioni e le indicazioni geografiche diventano uno strumento fondamentale di comunicazione soprattutto per quelle aziende che hanno un nome ancora non sufficientemente risonante per garantire da solo la qualità del vino prodotto.

A tal proposito è interessante notare come dall'indagine condotta da Ismea nel 2005 risulti che le aziende attribuiscono particolare importanza alle attività di comunicazione soprattutto per quei prodotti che non appartengono a una determinata denominazione¹³².

Alla luce del fatto che il mercato enologico italiano è sempre stato caratterizzato da una forte frammentazione (accanto a poche grandi aziende il numero delle piccole aziende rappresenta il numero più alto nel panorama), sono nati numerosi Consorzi

¹²⁹ AA.VV. *Rapporto sul settore vitivinicolo, 2007*, Retecamere, Roma 2007, p. 51

¹³⁰ In Italia i vini sono divisi in base alla legge n.164 del 1992 in due grandi gruppi: da tavola e VQPRD. Fra i vini da tavola sono compresi un'ampia varietà di prodotti: dai cosiddetti *commodity* (vini primo prezzo) agli IGT (categoria che comprende bottiglie molto semplici e bottiglie molto importanti come i Super-tuscans). I vini VQPRD si trovano nella parte superiore della piramide delineata dalla legge 164 e comprendono la categoria dei DOC e dei DOCG (460 denominazioni). I vini di Denominazione di Origine Controllata e Garantita sono soggetti a regole più restrittive e ad un controllo degustativi e chimico prima dell'immissione sul mercato.

¹³¹ Panel Agroalimentare Ismea, *Le imprese della trasformazione vitivinicola nei confronti di certificazioni, marchi collettivi e denominazioni di origine*, Ottobre 2006

¹³² Cfr, Panel agroalimentare Ismea, *Il sistema competitivo della trasformazione vitivinicola in Italia*, cit.

sul territorio italiano con l'obiettivo di fornire alle piccole aziende un supporto oltre che tecnico anche comunicativo e una visibilità nazionale ed internazionale che altrimenti non avrebbero potuto permettersi viste le limitate risorse economiche di cui ogni singolo produttore dispone.

E la visibilità deve essere progettata e strutturata nel migliore dei modi, stabilendo con attenta analisi uno dei parametri più importanti: il prezzo.

Proprio l'argomento prezzo è in continua evoluzione e sempre più oggetto di dibattiti.

Prezzo che dipende da tre variabili principali: la domanda, la concorrenza e il prezzo di costo. Per una politica aziendale adeguata nel determinare il valore di quell'etichetta è necessario tenere di conto che il cliente interpreterà il prezzo nel quadro di una forbice di accettabilità. Questo perché nel cambiamento del modo di consumo il vino non è più un prodotto di prima necessità, nei confronti del quale la variabile prezzo è capitale, ma un prodotto di piacere, di risposta a dei bisogni di appartenenza sociale, di riconoscenza e di stima¹³³.

In questa ottica il cliente attribuisce implicitamente alla bottiglia un valore di qualità percepito a seconda del prezzo esposto.

Come emerge da indagini condotte da Nomisma, il controllo del produttore è comunque relativo, poiché le tasse e il costo della rete distributiva incidono per il 60% sul prezzo finale delle bottiglie.

Questo dato sommato al fatto ormai certo che la vendita diretta rappresenta solo un'infinitesimale percentuale del vino in bottiglia commercializzato, rende il canale distributivo attraverso cui far arrivare il prodotto imbottigliato sugli scaffali accessibili al cliente finale un elemento fondamentale, da gestire con attenzione sempre maggiore da parte delle aziende.

Le stesse aziende adesso sono coscienti del problema, tanto che, come rilevato da Nomisma, l'85,7% di loro indicano come primo fattore determinante per la crescita del fatturato la necessità di individuare e creare una rete distributiva efficace¹³⁴.

Come detto, nonostante le difficoltà incontrate nello sviluppare adeguate strategie di comunicazione, le aziende che si affidano a professionisti della comunicazione sono, comunque, sempre più numerose.

Gli strumenti accessibili e sfruttati per una promozione di immagine si moltiplicano e si specializzano, e in estrema sintesi sono riassumibili in:

- strumenti classici di comunicazione diretta
- eventi locali, nazionali o internazionali
- comunicazione tramite i media

Gli strumenti principali della comunicazione diretta gestita dai produttori sono i dépliant e la scheda prodotto distribuiti insieme agli stessi prodotti, o in parte meno significativa attraverso siti internet, mailing e comunicazioni informative periodiche¹³⁵.

¹³³ Cfr., E. Rouzet, G. Seguin, *op. cit.*

¹³⁴ cfr. AA. VV., *Rapporto sul settore vitivinicolo 2007*, cit.

¹³⁵ Cfr. R. Pastore, , *op. cit.*

Il canale di comunicazione scelto dalla maggior parte delle aziende vitivinicole è la presenza, se non la promozione, di eventi e fiere di settore. Proprio gli eventi che hanno come oggetto/soggetto realtà enogastronomiche stanno acquistando una diffusione e capillarità temporale oltre che territoriale sempre più ampia. La varietà di questi stessi eventi è molto variegata e numerosa: dalle feste paesane a Vinitaly, dalla presentazione in anteprima della produzione di un'annata di un consorzio o di un territorio alle fiere internazionali.

Gli eventi su base locale conoscono una tradizione consolidata nella realtà enologica e con i secoli questi hanno assunto forme e obiettivi diversi: dal doversi ingraziare i favori della dea della fecondità, al dover spettacolarizzare lo stappo delle prime bottiglie dell'anno, al voler sfruttare momenti di possibile ritrovo paesano per promuovere il vino di uno specifico territorio.

Le fiere su scala nazionale e internazionale hanno una storia molto più recente. Sono nati e hanno acquistato un ruolo di primo piano dal momento in cui le vie di comunicazione, in particolare i trasporti ferroviari, si sono evoluti, dando la possibilità di realizzare una maggior e miglior circolazione dei prodotti enologici. L'altro elemento fondamentale era la necessità di trovare nuovi mercati dove collocare i prodotti eccedenti, diretta conseguenza della diminuzione esponenziale dei consumi interni.

A questo punto il mercato doveva assumere una connotazione sempre più soprannazionale: la necessità di trovare l'adeguato mezzo per farsi conoscere oltre i confini nazionali si è trasformata in elemento essenziale per la sopravvivenza aziendale.

Era il 1862 quando l'Italia (nata da appena un anno) ha partecipato per la prima volta a una mostra internazionale (organizzata a Londra) per promuovere il commercio dei propri vini¹³⁶: ha rappresentato un vero e proprio momento di svolta e l'inizio di uno sguardo consapevolmente interessato a un mercato più internazionale in cui poter trovare una collocazione ai propri prodotti.

Il primo evento organizzato su scala nazionale sul territorio italiano fu la Mostra Mercato del Vino Tipico Italiano, che si tenne a Siena nel 1933, ed ebbe da subito un gran successo di pubblico e di partecipanti.

Con gli anni si è evoluto e trasferito a Verona, diventando l'Evento Vinitaly che oggi conosciamo: la più importante vetrina italiana in cui far apparire i propri prodotti enologici.

Come ha affermato l'economista Riccardo Pastore: «*Le fiere (ma spesso "una" fiera, il Vinitaly) si confermano il mezzo notoriamente privilegiato dai produttori per "informare su di sé" i clienti potenziali ed attuali e dare un segnale di "presenza competitiva" anche ai concorrenti.*»¹³⁷

Un altro elemento complice della fortuna di queste fiere è la consapevolezza da parte delle aziende che la partecipazione, oltre ad essere strumento di comunicazione, rappresenta un momento importante di confronto con la realtà vitivinicola nazionale e quindi un possibile elemento di spunto per innovazioni e nuovi approcci al prodotto vino.

¹³⁶ Cfr., A. Antonaros, *op. cit.*

¹³⁷ R. Pastore, *op. cit.*, p. 135

Riguardo al terzo punto rimando al paragrafo successivo dove ne analizzerò criticità e pregi.

Fin ora ciò che ho descritto si limita a una visione di insieme degli strumenti attraverso cui informare, ma un elemento fondamentale da pensare e progettare all'origine per ottenere un'adeguata e efficace strategia comunicativa, e che sappia veicolare un'immagine coordinata dell'azienda, è "cosa comunicare".

A tal proposito oggi sta acquistando una posizione sempre più di primo piano il rapporto tra vino e territorio perché aziende e enti ne hanno intuito la potenzialità comunicativa.

Per territorio, ovviamente, si intende quell'insieme di molteplici componenti del vino che concorrono nella definizione della sua immagine: qualità del terreno, clima, esposizione del vigneto, tradizione, mito, cultura del contadino e del vinificatore, cultura del venditore, il paesaggio, l'arte, la storia, la poesia, la cucina, l'ospitalità...

Un vino, infatti, si differenzia da un altro grazie alle sue qualità organolettiche di cui abbiamo parlato, ma la sua territorialità e in particolare la sua storia «*permette di ricondurlo ad una dimensione affettiva e di raccontarlo con la sua quota di sogno.*»¹³⁸

Ed è proprio questo il valore aggiunto che il cliente ricerca sempre più nella bottiglia da acquistare.

Da questa consapevolezza è nato un vero e proprio fenomeno, basato su tre elementi fondamentali: vino, territorio e turismo. Dopotutto è indubbio come esista un doppio filone di comunicazione:

- il vino può raccontare il territorio
- il territorio, attraverso il paesaggio e i fattori antropici, può raccontare il vino.

Come ha affermato Donatella Cinelli Colombini, fondatrice del "Movimento Turismo del vino", «*tutto inizia nel 1993 con un gruppo di amici produttori convinti, come me, che il turismo crei opportunità commerciali e d'immagine per le cantine e i loro territori.*»¹³⁹

Da quel primo momento sono nate tante iniziative sotto forma di itinerari turistici come "le strade del vino" od eventi come "le cantine aperte".

Così si è sviluppato il fenomeno del turismo del vino che, a poco più di dieci anni dalla sua nascita, è divenuto un comparto economico con un giro di affari di due miliardi e mezzo di euro l'anno, e i dati alla mano ne promettono una crescita esponenziale.

Le cifre in continuo aumento e il numero di servizi e eventi sempre più elevato sono un segno eclatante di come quella sia una strada da perseguire e da far evolvere nella giusta direzione. Questo perché ha potenzialità enormi e offre vantaggi sotto vari punti di vista: principalmente la valorizzazione del vino e del territorio.

È infatti evidente come le varie iniziative sul territorio (strade del vino, cantine aperte, feste del vino) siano un potenziale strumento di comunicazione e promozione

¹³⁸ E. Rouzet, G. Seguin, *op. cit.*, p. 42

¹³⁹ D. Cinelli Colombini, *Il marketing del turismo del vino. I segreti del business e del turismo in cantina*, Agra Editrice, Roma 2007, p. 37

del prodotto vino, facendolo conoscere attraverso gli occhi, le parole e i percorsi adeguati anche ad un'educazione culturale del consumatore.

La messa in atto di progetti di quel tipo è anche un valido strumento per valorizzare il territorio attraverso la progettazione di adeguate infrastrutture, servizi e qualificanti iniziative culturali.

In conclusione, e forti di quanto sopra analizzato e descritto, possiamo affermare che tutto ciò può rappresentare per i territori e per il mondo del vino una nuova, importante fonte di reddito.

3.3 Vizi e pregi del giornalismo del vino

Il "fare comunicazione" da parte delle realtà vitivinicole oggi è indispensabile per sopravvivere in un mercato tanto concorrenziale. Come abbiamo visto nel paragrafo precedente gli strumenti disponibili per effettuare una comunicazione diretta tra azienda e possibile acquirente sono molteplici.

Eppure oggi sembra che uno degli strumenti per eccellenza scelto dalle case vinicole per comunicare sé e proporre i propri prodotti al mercato sia la stampa, nelle sue diverse forme: guide enologiche, riviste tematiche o generiche, supplementi dei quotidiani nazionali o regionali. Questa è una realtà che non appare dalle numerose ricerche statistiche effettuate per studiare il complesso mercato enologico, ma emerge da una lettura attenta dei risultati delle stesse analisi, oltre che dalla voce di chi vive e lavora in questo contesto.

Ad esempio dal rapporto del settore vitivinicolo del 2007 effettuato da Nomisma risulta che, a detta delle stesse aziende, tra le strategie adottate (nel periodo 2003-2005) quelle che hanno influenzato in maggior valore la crescita aziendale sono: l'affermazione del marchio e la crescita di immagine e notorietà. Eppure la spesa destinata a progetti di comunicazione specifici non ha subito un aumento complementare.

Questo è possibile con strategie comunicative atte a far apparire la propria azienda sui media che richiedono investimenti economici meno importanti rispetto ad altre strategie promozionali. E' vero che ci sono professionisti di pubbliche relazioni e gestione di uffici stampa, ma con occhio indiscreto si nota come il contatto tra stampa e aziende vitivinicole avviene soprattutto attraverso rapporti personali tra giornalisti e proprietari o enologi delle stesse aziende.

Quello che le stesse aziende hanno saputo capire è che la stampa di settore è uno dei più immediati veicoli di visibilità nei confronti del cliente, anche se il rapporto che così si costruisce nasce con l'intermediazione del giornalismo.

Un'ulteriore testimonianza indiretta dell'importanza acquisita dal giornalismo del vino è il continuo proliferarsi di nuovi soggetti "parlanti": riviste, guide enogastronomiche, siti internet specializzati, blog eccetera, eccetera. Per averne conferma è sufficiente osservare le edicole e lo spazio sempre maggiore destinato ad accogliere queste realtà, o navigare per pochi minuti su internet, magari inserendo la parola vino in uno dei tanti motori di ricerca disponibili.

Dopotutto è indubbio come il numero degli amanti del vino sia sempre maggiore, che comprare un vino di cui si conosca provenienza e produzione è motivo di soddisfazione, e presentarsi a una cena con una bottiglia adeguata è sempre più cosa

gradita. Insomma, il mondo del vino italiano sta crescendo sotto il profilo della cultura.

Ma la pluralità di prodotti offerti dal mercato è tanto vasta e varia che talvolta trovarsi di fronte a scaffali carichi di bottiglie mette a disagio nella scelta se la conoscenza non è approfondita, e supporti fondamentali ad una scelta ragionata risultano proprio quelle guide dei vini, riviste e articoli scritti da coloro che per professione degustano vini e ne scrivono “sentenze”.

«La scelta del vino, che dipendeva in passato dai consigli degli amici e dei rivenditori, è oggi indirizzata dalle guide, con il Gambero Rosso in posizione leader.»¹⁴⁰

E come afferma la giornalista Di Martino talvolta si tratta di un *«fantasioso linguaggio delle guide enologiche italiane prodotte da Luca Maroni, Espresso, Gambero rosso, Ais, Veronelli: bibbie del vino tanto autorevoli da decretare con i loro punteggi il successo o l'insuccesso di un'etichetta e dell'enologo che c'è dietro»¹⁴¹*

Ne è diretta conseguenza che il giornalismo del vino si trova a giocare un ruolo di primo piano nella stessa definizione del mercato enologico. Un giornalismo che, troppo spesso, diventa un vero e proprio protagonista del mondo del vino e non una testimonianza come dovrebbe essere. Sono sempre più in minoranza i professionisti dell'informazione che fanno cronaca e informazione e non critica e recensione. Tutto ciò comporta anche una delegittimazione del giornalismo stesso perché talvolta ci si trova di fronte ad articoli che ricordano troppo da vicino un messaggio pubblicitario dell'azienda.

Pochi mesi fa in Francia è accaduto un fatto che deve far riflettere. Il Tribunal de Grande Instance di Parigi in data 20 Dicembre 2007 ha deciso di assimilare gli articoli giornalistici sul vino alla pubblicità, e per questo dovranno rispondere degli stessi diritti e doveri. Così recita l'istanza: *«Toute communication en faveur d'une Boisson alcoolisée, telle qu'une série d'articles en faveur du Champagne, constitue de la publicité et tombe donc sous le coup du code de la santé publique.»¹⁴²*

L'obbligatorietà successiva di dover apporre sugli articoli la scritta *«L'abus d'alcool est dangereux pour la santé»*

risulta eccessiva e in realtà sintomo di un'inefficace educazione dei consumatori nel rapportarsi al bicchiere di vino. E come ha detto Tachis: *«L'euforia, l'ebbrezza da vino è ben diversa dall'ubriachezza. È gaia l'euforia da vino, loquace, tenera, canora, affettuosa, ottimista.*

L'alcolismo invece è cupo, chiuso, collerico, malinconico, strano, iracundo.

A voler guardare nel profondo della natura viene da pensare che una guerra al vino...ancora più oggi diventa una guerra alla letizia di vivere. Lo spettacolo della gioia a volte può diventare meno sopportabile dello spettacolo del dolore...»¹⁴³

Ciò che al momento ci interessa sottolineare è che quella “sentenza” ha messo sullo stesso piano articoli giornalistici e messaggi pubblicitari. Credo che il giornalismo del vino, oltre a firmare giuste petizioni contro quella decisione, dovrebbe riflettere sul punto di non ritorno dove si trova ad agire al momento.

¹⁴⁰ Ivi, p. 19

¹⁴¹ A. Martino, *Tempi duri per il vino?*, in “Il Mondo”, 19 Novembre 2003

¹⁴² fonte, www.asso.anpaa.fr

¹⁴³ G. Tachis, *Vino: ebbrezza e malinconia*, cit., p. 29

Deve rivalutare il proprio ruolo e ricominciare a fare informazione come ha insegnato il grande Gino Veronelli: raccontare il vino non significa dare punteggi, ma informare il lettore di tutto ciò che rappresenta quel vino a partire dal lavoro tra le vigne, la storia che ne è artefice, il paesaggio, le persone. Deve essere un'informazione che va oltre il valore dell'etichetta.

Come ha detto Massimo Lucchesi, il presidente dell'ordine dei giornalisti toscani: *«Una sana iniezione di fiducia per il nostro patrimonio enologico è doverosa, ricordando che ciascuno apprezza in ogni vino quello che conosce e sa leggervi. Sapere come sia stato realizzato un grande vino è quindi fondamentale per la sua ottimale degustazione. È per questo che, forse, il desiderio più immediato e selettivo per i consumatori e, ancor più per gli esperti e gli appassionati, non è solo quello di conoscere le caratteristiche organolettiche di un vino, ma anche le modalità viticole ed enologiche del suo ottenimento... Compito dei media, di tutti i mezzi della comunicazione sociale, giornali, radio, tv, internet, cogliere questa esigenza. Senza dimenticare che a noi giornalisti occorrono adeguate, corrette fonti di informazione e una preparazione da cronisti, innanzi tutto, e da specialisti del settore all'altezza di quanto richiestoci. Sfida accolta, credo, con intelligenza, pizzichi di umiltà e disponibilità professionale da tanti colleghi.»*¹⁴⁴

E' questa la strada da percorrere da parte del giornalismo per fare informazione nel modo più adeguato.

Una ulteriore conseguenza dell'attuale giornalismo del vino è che le aziende vitivinicole vedono proprio nel giornalista il cliente più importante da dover conquistare, e il gusto da dover interpretare nella produzione del vino diventa, pertanto, il gusto dei giornalisti.

A questo punto si viene a delineare un ruolo molto recente acquisito dall'enologo: intrattenere rapporti con i giornalisti.

È imperativo che ci sappia dialogare perché nella logica perversa che si è innescata (perché di questo si tratta), più l'enologo riuscirà ad essere nei favori dei giornalisti, più i suoi vini avranno la capacità di presentarsi buoni prima ancora di essere degustati, e più il giornalista si predisporrà favorevolmente nei confronti di quella bottiglia che degusterà e recenserà nell'articolo dedicato.

Nell'attuale mercato del vino italiano, caratterizzato da una polverizzazione dell'offerta con migliaia di etichette, per poter conquistare uno spazio in enoteca o al ristorante è necessario che il vino sia conosciuto, e a far conoscere i vini sono i giornalisti del settore che recensiscono le diverse bottiglie.

Una conseguenza di questa realtà è che oggi gli enologi stanno assumendo un ruolo sempre più di primo piano nella costruzione dell'immagine aziendale: talvolta mettere nella propria brochure promozionale il nome di un enologo vale più di qualsiasi altra mossa comunicativa per poter catturare l'attenzione di un giornalista e conseguentemente di chi legge, sia questo a metà o alla fine della filiera distributiva.

¹⁴⁴ M. Lucchesi, *Parlare di vino un po' come fare la storia della Toscana*, in "Wine Tuscany" supplementi di "Gola Giocanda", n°1, 2006

Concludo questo paragrafo con le parole proprio di uno di quei giornalisti che, grazie alla cultura che gli appartiene, in modo encomiabile racconta il mondo del vino, Carlo Cambi:

«Il vino è come la poesia: tutti possono leggerla, tutti possono emozionarsi per un verso. Poi ci sono coloro i quali riescono a comprenderne i significati più profondi, riescono a parteciparne più compiutamente il senso e il mistero. Ma nessun poeta ha mai scritto per pochi. I contadini toscani mandavano a memoria la Divina Commedia eppure nessuno di loro faceva il critico di Dante. Sentivano quei versi come un loro patrimonio ed erano appagati dalla metrica e dall'epos. E a loro bastava. Alcuni, nei decenni andati, hanno imparato a leggere soltanto Dante, ma nessuno si è mai permesso di insegnar loro come leggerlo. Quando si è negata questa via popolare è successo che non si sa neppure più declamare l'incipit dell'Inferno. E non so se ci sia stato guadagno. Così vale per il vino. Lasciamo che egli parli con le sensazioni che suscita perché in questo saper comunicare con chiunque sta la sua magia, la sua universalità.»¹⁴⁵

3.4 Il rapporto conflittuale tra Giacomo Tachis e il giornalismo

Tachis non “ama” la maggioranza del giornalismo attuale, ma il giornalismo “ama” Tachis.

E quando gli viene chiesto un commento sulle tante riviste e guide specializzate che vogliono “educare” il consumatore, così risponde:

«è un'“educazione” che va dal modesto al pessimo, sul piano tecnico “non salottiero”, né commerciale.

Esse, riviste anche inutili, guide di “convenienza”, orientano solo in salotto e in mercato o al ristorante “mondano”. Il produttore segue il motto “Ubi maior...”

Pochissimi produttori di uva e di vino sanno essere “distaccati” da questi “maghi”. Potrei includere anche qualche enologo...»

Inoltre, quando descrive il giornalista che beve e scrive di vino, le metafore pungenti non mancano:

«I giornalisti sono i cosiddetti “tromboni” ovvero “altoparlanti”, che svolgono un ruolo importante per l'industria e per il commercio del vino come “commessi viaggiatori”».

Certo Tachis non dimenticata che anche oggi ci sono grandi giornalisti che sanno affrontare la propria professione nella direzione più adeguata, trovando lo strumento migliore di ogni loro articolo scritto nella conoscenza.

Come sempre i nomi li fa malvolentieri, e preferisce lasciare in sospeso la risposta. Però è indubbio come alcuni giornalisti, anche se pochi e solitari, potrebbero fare scuola perché sanno raccontare attraverso le loro parole il vino non solo come bevanda, non solo attraverso punteggi controversi. Sanno raccontare il vino nel complesso della sua essenza, con un'attenzione adeguata a storia, territorio e persone, senza tralasciare le qualificanti particolarità organolettiche, e se un giudizio diventa necessario questo non può andar oltre il dire “per me è buono, o non è buono”, come afferma Carlo Cambi.

¹⁴⁵ C. Cambi, *Il buon vino*, Istituto Geografico De Agostani, Novara 2005, p. VIII

Il numero di bottiglie, di asterischi e quant'altro venga attribuito ai vini degustati da giornalisti che si fanno portavoce di un gusto pubblico, quali riferimenti hanno se non il gusto personale del giornalista stesso?

Questo è il circolo vizioso in cui il mercato enologico oggi sembra intrappolato. Da un lato la stampa appare come uno degli strumenti più efficaci, e anche più facili da sfruttare, per promuovere l'immagine e i prodotti aziendali, ma il rovescio della medaglia è che il rincorrere continuamente i favori della stampa significa produrre vini che rispondono al gusto giornalistico che si arroga (talvolta a torto) del diritto di essere portavoce del gusto della società. Si vengono così a creare delle maglie troppo strette per l'agire aziendale (il giudizio giornalistico e i disciplinari) e come sempre sono le realtà di dimensioni minori quelle che più difficilmente riescono a svincolarsi da una tale briglia mediatica.

Tutto ciò Tachis lo sa molto bene, ne conosce sia i paradossi che le potenzialità.

Con gli occhi esperti di chi ha investito tutto se stesso nell'evoluzione dell'enologia italiana, Tachis analizza e descrive due nodi cruciali dell'attuale realtà vitivinicola, con le seguenti parole:

«Autoctoni: è una parola che è stata applicata al vino, così come si può applicare all'uomo per una certa zona.

Suona bene sul piano "giornalistico", ma dice ben poco.

È una parola che inganna e attrae, è un fenomeno di marketing.

Le strategie, a mio avviso, sono relative: questi autoctoni, che io insisto a interpretare per "locali", servono più per il giornalista o per il venditore, che non per altro...ma la propaganda conta!»

Proprio colui che ha introdotto per primo le barrique nelle cantine toscane è fautore di dure critiche verso un utilizzo non consapevole e spesso puramente propagandistico delle stesse barrique.

«Quasi tutto il mondo produttivo impiega la barrique per conferire al vino il sapore e il profumo di legno – vino da "olfattoteche". Il grande vino di barrique non deve affatto sapere di barrique!

Ma la moda, la propaganda, il "non capire" tecnicamente, organoletticamente e commercialmente queste cose (ignoranza culturale tecnica e storica, umanistica etc.) ha portato il consumatore internazionale a formarsi il palato alla francese: se il vino sa di barrique è valido (se sa di legno).

Da questa stortura è nata la "storpiezza" dei chips, avvalorata da una incompetente "scienza universitaria".»

La profonda conoscenza della realtà giornalistica gli ha permesso di saper interagire con quello strumento fondamentale di promozione e di comunicazione di immagine. Ha saputo rendersi disponibile, scegliere con chi dialogare, facendo sentire la sua viva voce in interviste gestite saggiamente e in numerosi articoli scritti di suo pugno.

La sua voce è sempre stata forte e chiara, e non ha mai conosciuto mezzi termini quando gli è stato chiesto di dare una propria opinione.

Questo gli ha portato aspre critiche da parte di coloro che sono solamente spettatori del mondo del vino e vorrebbero sentirsi dire sempre e comunque ciò che pensano: lontani da una vera partecipazione all'intero percorso produttivo non riescono

ad accettare la reale e disincantata visione dell'enologia che appartiene a chi ha vissuto e agito con professionalità in quel contesto.

Tachis non si è certo fatto intimorire da queste critiche aride e improduttive, rendendo ancora più autorevoli i suoi pensieri e le sue parole agli occhi dei protagonisti della vitivinicoltura internazionale.

Così lo abbiamo sentito raccontare con franchezza realtà scomode anche sullo stesso giornalismo, come nell'intervista rilasciata al "Sommelier italiano" quando ha affermato: *«la gente purtroppo non legge attraverso la penna dell'enologo, ma attraverso quella del giornalista. E il giornalista che sia bravo, o meno, basta che scriva.»*¹⁴⁶

Al giornalista Andrea Cappelli ha raccontato con parole dirette quali siano i pericoli che il mondo del vino in Italia oggi sta correndo: *«Non voglio fare condanne a nessuno, io non sono mai stato un produttore o un imprenditore ma un 'garzone', un servitore del vino. Ma, come dice il Vangelo, il pane si ottiene guadagnandolo col sudore e non sedendosi sulle botti a farsi fotografare...»*

E poi prosegue:

*«Credo che in questi anni i signori del vino abbiamo guadagnato molto, ora bisogna iniziare ad accontentarsi di meno, non si può fare il vignaiolo viaggiando con macchine costosissime e cravatte di Hermes: se vuoi fare il vignaiolo, devi farlo sul serio. Bisogna ricominciare da capo e farlo con correttezza, togliendosi la cravatta per tornare in vigna, senza pensare che il prezzo alto fa qualità. Facciamo un passo indietro, cancelliamo ciò che c'è stato di fasullo, ripartiamo dalla vigna, non dall'osmosi inversa.»*¹⁴⁷

Proprio il tema dei prezzi del vino tante volte ha fatto parlare e intervenire con parole dure Giacomo Tachis, in un modo che forse dal padre del Sassicaia non ci si attenderebbe. Così come viene riportato su un articolo pubblicato il 14 Dicembre 2004 sul quotidiano "L'Unità", l'enologo piemontese non ha avuto dubbi nell'accusare una parte della filiera del vino dicendo: *«Si è esagerato sui prezzi del vino. Sulle grandi etichette ci sono degli speculatori...il vino nasce povero. Se dovessi comprarne una bottiglia a caro prezzo non la prenderei. I miei vini, ad esempio, non sono cari alla partenza, ma sul Sassicaia ci sono dei corvi. Il suo prezzo giusto sarebbe tra i 30 e i 40 euro»*¹⁴⁸.

In un'intervista rilasciata al portale www.verdeuropa.it ad una richiesta di descrivere il mercato e i rischi ha risposto: *«Questa che stiamo vivendo è una crisi, a mio modesto parere, che non desta preoccupazioni di sorta. A dire il vero le cause sono da ricercare nell'effetto boomerang provocato dalla comunicazione. Mi spiego meglio, nel mondo della comunicazione del vino si sta esagerando. Continuamente nascono nuove riviste e sempre più giornalisti esaltano le caratteristiche di questo o di quell'altro vino, mettono con troppa facilità, oserei dire dall'oggi al domani, questo o quel produttore su un piedistallo, lodandolo fino all'inverosimile. Troppi giudizi in*

¹⁴⁶ D. Urso, *Giacomo Tachis, il bibliofilo del vino*, in "Sommelier italiano", n° 71, settembre – ottobre 2006.

¹⁴⁷ A. Cappelli, *Via la cravatta e torniamo in vigna*, in "Wine Tuscany" supplemento del mensile "Gola Gioconda", Gennaio 2006.

¹⁴⁸ AA. VV., *Cresce la concorrenza straniera, a rischio il vino toscano*, in "L'Unità", 14 Dicembre 2004

ascesa solo per riempire pagine di giornali senza nessun senso di ponderatezza. Tutto questo si riflette a ritroso sui prezzi eccessivi di vino e se ci aggiungiamo anche l'ascesa dei vini stranieri, capiamo il perché dell'attuale periodo di flessione. I vini che arrivano dal Cile, dalla Nuova Zelanda, dal Sudafrica, dall'Argentina stanno diventando sempre più competitivi, e, tra le altre cose, non sono esaltati dalla stampa tanto da far lievitare i loro prezzi. Devono ancora farsi il loro nome. Non bisogna neanche trascurare l'effetto provocato dai listini dei ristoranti: a vini mediocri corrispondono, con grande errore che si ripercuote sul mercato, prezzi altissimi. Anche i ristoratori con i loro eccessivi ricarichi creano vortici vertiginosi nel mondo del vino, ma è ancora una volta il mondo della comunicazione a favorire questo processo.

Ma comunque, non c'è da preoccuparsi, perché gli alti e bassi fanno parte della storia del vino.

Un modo per affrontare serenamente la crisi che sta attraversando il mercato del vino è quello di produrre vino in nome della tipicità, maggiore consapevolezza e assoluta qualità. Solo così un produttore potrà vincere, insieme alle sfide del mercato i momenti di flessione propri della storia del vino. Chi la conosce lo sa.»¹⁴⁹

Oggi nel mondo del vino si sta assistendo a un fenomeno sempre più dilagante, ovvero la costruzione di cantine epocali, dirette dalla firma di veri e propri maestri dell'architettura (Fuksas, Piano, Botta), con investimenti da capogiro. Tutto rientra nella logica di costruzione di immagine aziendale, e di offrire servizi e accoglienza sempre più ammalianti all'amante del vino. Tachis osserva con occhi sospetti questa tendenza mondiale e come ha affermato in un articolo pubblicato il 6 Marzo 2005, in "Corriere della Sera": «*La grande architettura non sta nell'artificio delle cantine, ma nel vigneto. Il vino non dà spettacolo, nasce povero, dà emozioni di profumi e colori, questo non va dimenticato.*»¹⁵⁰

3.5 Il personaggio Giacomo Tachis raccontato dall'inchiostro dei giornalisti

Giacomo Tachis è un persona rispettata e amata nel mondo enologico italiano e internazionale, sono numerosi i giornalisti che si sono prodigati nel trovare le parole migliori per descriverlo. La sua presenza sulla stampa italiana, sia di settore che generalista, è stata costante, e l'immagine dipinta da tante parole scritte è di un uomo che con umiltà, passione e cultura ha saputo far conoscere all'Italia un presente enologico insperato fino a quaranta anni fa.

Le metafore e gli aggettivi che questi giornalisti hanno chiamato in loro soccorso per poter rendere facilmente fruibile quel controverso e affascinante personaggio sono numerose.

Una di queste metafore ha conosciuto particolare fortuna sia perché ben esplicativa che come la più citata in articoli successivi. L'autore è Bruno Vespa, e a tal proposito riporto un estratto di un suo articolo ispirato dalla degustazione di una bottiglia di "Terre Brune" e pubblicato su "Panorama" il 13 Aprile 2007: «*Mida, re della Fri-*

¹⁴⁹ AA. VV., *Giacomo Tachis, niente allarmismi per la crisi del vino*, in www.verdeuropa.it, 27 gennaio 2005

¹⁵⁰ M. Remondino, *Musica, design, arte. Le cantine reinventate dai grandi architetti.*, in "Corriere della Sera", 06 Marzo 2005

già, aveva avuto in dono da Dioniso il potere di trasformare in oro quel che toccava, ma non potendo poi sfamarsi tornò alle comuni facoltà umane. Giacomo Tachis è stato assai più fortunato. Poiché Dioniso (Bacco per i romani) è il dio del vino, Tachis ha avuto da lui il dono di trasformare in eccellenza il prodotto di una qualsiasi vigna tocchi.

Molti anni fa andò a Bolgheri, dove si faceva un discreto rosato, e ottenne dalle vigne di Niccolò Incisa della Rocchetta nientemeno che il Sassicaia. Da allora ha disseminato di miracoli l'Italia intera. Da quando l'incontrarono, i gestori della Cantina sociale di Santadi (Cagliari) hanno visto la loro produzione trasformarsi da lana in seta. Il prodotto migliore è un Carignano del Sulcis denominato Terre Brune (38 euro in enoteca). Vedo che il mio giudizio di questi giorni (annata 2003) è identico a un assaggio vecchio di quattro anni: mi parve allora un vino magnifico, profondo, sincero e impenetrabile come il carattere dei sardi. Rilevo oggi una personalità netta, ma poco ostentata. Insomma, un prodotto di grandissima classe.»¹⁵¹

Un giornalista (che già numerose volte ho citato) ha dedicato particolari attenzioni all'agire di Giacomo Tachis: Carlo Cambi. Sono molteplici gli articoli da lui firmati che raccontano vini, fatti e territori dove uno dei protagonisti è proprio Tachis. Adesso mi limito a riportare due affermazioni del giornalista, che possono suggerire il contenuto di quegli articoli:

«Devo tutto a Giacomo Tachis, mi ha insegnato ad amare, a capire, ad ascoltare il vino.»¹⁵²

«Io cerco di raccontare il vino come un marcatore del territorio, come un valore delle comunità, come un'attrattiva del territorio. Ma c'è stato molti anni fa un incontro folgorante: quello con Giacomo Tachis. Non mi interessa qui parlare dell'enologo Tachis, ma dell'uomo Tachis, dell'uomo di cultura che mi ha fatto scoprire il senso della civiltà nel vino e con il quale ho condiviso e condiviso l'idea che senza la storia tutto perde di significato.»¹⁵³

Tra coloro che ne hanno sostenuto a gran voce il ruolo pionieristico nell'arte di fare e comunicare il vino, in prima fila c'è sempre stato il prof. Zeffiro Ciuffoletti che gli ha dedicato numerosi articoli e testi come il libro "I pionieri del Risorgimento vitivinicolo italiano", e in un articolo pubblicato su "Italia Oggi" ha riassunto con poche ma significative parole quel percorso storico ancora in atto, chiamato *Secondo Risorgimento vitivinicolo italiano*, nato grazie all'esempio di Giacomo Tachis: «Se il primo Risorgimento del vino made in Italy si dovette a una passione di nobili natali come quella del barone Bettino Ricasoli, l'inventore del Chianti, il secondo Risorgimento del nostro vino, quello degli ultimi decenni, si deve a Giacomo Tachis, un enologo piemontese, diplomato all'istituto enologico di Alba, e poi trasferitosi in Toscana a lavorare presso antichi "vinattieri" fiorentini come gli Antinori.

Oggi Giacomo è diventato l'enologo più importante d'Italia, artefice della rinascita dei vini delle isole, della Sicilia come della Sardegna. Padre diretto o indiretto di grandi vini come il Tignanello, il Solaja, il Sassicaia, il Terre Brune e altri ancora che

¹⁵¹ B. Vespa, *Vigne italiane: ecco il re Mida... Dalla Toscana alla Sardegna, le eccellenze di Tachis...*, in "Panorama", 13 Aprile 2007

¹⁵² C. Cambi, *Tachis, la mia guida degli autoctoni*, cit.

¹⁵³ F. Ziliani (intervista a cura di), *Carlo Cambi, o del vino come passione*, in www.winereport.it

fanno di lui il più famoso artefice del miracolo del vino italiano a livello internazionale. Un grande, instancabile lavoratore che meglio di ogni altro può confermare che nulla di nuovo e di buono si può creare se non si impara dal passato e se non si smette mai di guardare ai migliori e allo studio delle tecniche più innovative. Si definisce, con i suoi capelli bianchi, un "pensionato", ma dal suo studio segue ogni movimento nel mondo del vino ed è richiesto di consigli e pareri da ogni parte d'Italia. Non si dà arie, affabile, cordiale, ironico, Giacomo Tachis guarda le cose anche le più complicate con un certo distacco, ma quando si accorge di qualche banalità o sciatteria diventa severo e tagliente. Come spesso dice, il vino viene dalla vite, dalla terra e dal sole, gli uomini possono solo aiutare o sciupare ciò che la natura ci ha dato.»¹⁵⁴

Questo è ciò che nessun giornalista, anche il più scettico, non dimentica mai di riconoscere a Tachis. Dopotutto è sufficiente rileggere le pagine delle recente storia enologica italiana per capire che le esperienze di Tachis sono state il progetto pilota di tante evoluzioni nelle vigne e nelle cantine italiane degli ultimi quaranta anni. Per questo il giornalista Andrea Cappelli ha scritto come incipit dell'intervista pubblicata sul supplemento "Wine Tuscany" della rivista "Gola Gioconda" di gennaio 2006:

«È inutile presentarlo, di lui è già stato scritto molto, e poi quando pensi a "l'enologo" ti viene in mente il suo nome, quello di Giacomo Tachis, che - con il suo fare umile e sommesso - è riuscito a dare dignità al vino toscano e italiano portandolo a competere alla pari con i grandi vini del mondo. E' lui uno dei principali protagonisti del "rinascimento" enologico toscano. Lo abbiamo incontrato nel suo studio di San Casciano Val di Pesa circondato da libri, parla piano 'il maestro' e parla anche con gli occhi.»¹⁵⁵

Dunque Tachis ha saputo ridare dignità al vino toscano, ma non solo, e i giornalisti lo sanno bene. Molta attenzione è stata dedicata al rapporto tra Tachis e la Sardegna e, quindi, a quei prodotti che ne sono derivati. Un esempio è l'articolo redatto da Daniela Scrobogna e pubblicato sul mensile "Bibenda" di Dicembre 2006, il cui titolo ne riassume perfettamente il senso: "Le Tre T: Tachis, Turriga e Terre Brune". Ne riporto un estratto:

«L'amore per questa terra Tachis lo ha dichiarato sempre apertamente, come sempre ha dimostrato la sua attrazione per i profumi di Sardegna. Ma poi, quando un enologo del suo calibro ci lavora su, mette in campo opere di questo prestigio.

Una terra meravigliosa, un uomo straordinario, depositario della più pura e vera enologia; due vini immensi e profondi, fatti con vitigni locali: questi i protagonisti della storia che vi raccontiamo, una vicenda iniziata tanti anni fa...

La Sardegna, isola dai sapori forti e patria delle emozioni più profonde, che si arricchisce della luce per trasmetterla al vino, ci regala due capolavori, ottenuti grazie alle intuizioni di uomini di rara esperienza. Nascono da queste viscere due grandi vini: Turriga e Terre Brune, con la supervisione di Giacomo Tachis...

¹⁵⁴ Z. Ciuffoletti, *Il lungo Risorgimento del vino italiano*, in "Italia Oggi", 24 Febbraio 2007

¹⁵⁵ A. Cappelli, *Via la cravatta e torniamo in vigna*, in "Wine Tuscany" supplemento del mensile "Gola Gioconda", Gennaio 2006.

... Il Turriga è figlio del sole e della luce, non può essere ombroso. È solare, caldo, aperto. Per questo ha colore, spessore, gentilezza e femminilità.

Il Terre Brune è un vino più solido, voluminoso, con due facce, è un gemelli: una parte è la struttura, il corpo, l'altra è l'anima. Certamente più virile, maschile.

Giacomo Tachis è l'intelligenza, la simpatia, il vigore e la cultura secolare.»¹⁵⁶

Un altro prodotto sardo, nato con la supervisione di Tachis, che ha coltivato un importante successo sia nel mercato che nella stampa fin dalla sua prima uscita è il Mirse, un mirto firmato dall'azienda Argiolas. In un articolo del periodico "Il Corriere Vinicolo" viene raccontata con queste parole "La mano di Tachis sul neonato Mirse": «Sono la passione per l'alchimia, che non lo ha mai abbandonato, e l'amore per le isole, con i loro profumi e sapori, che hanno dato vita a una delle recenti creature di un grande del vino come Giacomo Tachis. Dagli alambicchi della distilleria Alberti Tommaso di Imola, dove aveva mosso i primi passi subito dopo il diploma, a quelli della distilleria Tremontis dei fratelli Argiolas di Serdiana c'è di mezzo l'intera vita professionale del padre del Sassicaia ma anche del Turriga delle cantine Argiolas e del Terre Brune della Cantina di Santadi, simbolo di una Sardegna enologica che ha saputo conquistarsi larghi spazi nel mercato internazionale.

In Sardegna, Giacomo Tachis è di casa, non solo.»¹⁵⁷

Giacomo Tachis è di casa non solo in Sardegna ma anche in Sicilia dove con professionalità, arte e scienza ha saputo indicare ai vignaioli locali la strada da perseguire. Così il giornalista Nino Aiello, descrivendo la fortuna odierna del vitigno siciliano Nero D'Avola, non dimentica che:

«Come tutte le belle storie anche questa ha un mentore, saggio e rispettato, il padre nobile dell'enologia italiana, un vero mito del settore, autore di alcuni dei più celebri vini italiani. È Giacomo Tachis, fra l'altro brillante e spiritoso letterato, che ama autodefinirsi "enologo corsaro". Un uomo generoso e mentalmente libero, che ha fatto tanto per la Sicilia, dispensando suggerimenti, consigli tecnici, incoraggiamenti.»¹⁵⁸

"La Repubblica" del 7 Ottobre 2001 ha pubblicato un articolo scritto con competenza dal giornalista Enrico Del Mercato; ciò che racconta è proprio l'importante ruolo giocato da Giacomo Tachis nella rivalutazione della viticoltura siciliana, e in apertura ne fa una descrizione ammaliante che rivela di conoscere in profondità l'uomo prima dell'enologo:

«Giacomo Tachis è un marinaio. Nonostante sia nato in provincia di Torino: mais a perdita d'occhio, il mare che è solo un'illusione lontana. E il sole che è un lampo al parabris (come canta Paolo Conte). Il re degli enologi italiani, l'uomo che ha inventato il Sassicaia, naviga sull'oceano del vino con lo stesso misto di amore e di timoroso rispetto che i marinai portano verso il mare. Ne beve pochissimo, spesso lo "taglia" con l'acqua («nessuno scandalo ognuno nel suo bicchiere fa quel che gli pare») e, volentieri al bar ordina una birra. Eppure lui, Giacomo Tachis, è il vino. Un

¹⁵⁶ D. Scrabogna, *Le Tre T: Tachis, Turriga e Terre Brune*, in "Bibenda", n°22 Dicembre 2006, p. 48-53

¹⁵⁷ AA.VV., *La mano di Tachis sul neonato Mirse*, in "Il Corriere Vinicolo", 30 Ottobre 2006

¹⁵⁸ N. Aiello, *il Nero d'Avola? Una bella bruna.*, in "Terrà", n° 4, luglio-agosto 2005, p. 47

po' alchimista e un po' scienziato. Sicuro conoscitore della chimica e curioso viaggiatore per i sentieri della storia e della letteratura.»¹⁵⁹

Molti giornalisti hanno raccontato quel miracolo enologico siciliano reso possibile grazie alle tante cure e attenzioni amorevoli di Tachis. Bruno Donati ha scritto un libro, *“Giacomo Tachis, enologo corsaro”*, dove racconta proprio quella decennale esperienza siciliana dell'enologo piemontese adottato dalla Toscana, senza tralasciare niente dalla tecnica al cuore. Dalla lettura emerge con forza il suo essere prima uomo poi enologo, prima archeologo poi alchimista, prima bibliofilo poi tecnico, che ha saputo interpretare la Sicilia e farla conoscere al mondo intero con il volto di un'enologia di qualità. Riporto qui di seguito un passo del suo libro, dove descrive quel personaggio di cui si è innamorato:

«Basterebbe un solo nome Sassicaia, per dire molte cose di Giacomo Tachis, l'esteta degli enologi, il più famoso, il più rispettato, il più ricercato, il più amato, forse il tecnico italiano più conosciuto a livello internazionale, il professionista ritenuto al di sopra delle parti da tutti i suoi colleghi, forse anche il più pagato. Un uomo schivo, gentile, di grande cultura, che ha dato qualcosa di più di creare vini che mandano in visibilio critica e pubblico d'ogni continente: prima della Sicilia ha fatto crescere la Toscana, ha profeticamente rilanciato la Sardegna. Ha accompagnato tanti produttori nel paradiso del massimo pregio e dello stile più elegante, ha regalato momenti di estasi ai consumatori colti, cosmopoliti, mai contenti, con vini che il tempo si dimentica di rendere vecchi, complessi come i labirinti di Borges, ma decifrabili anche dall'assaggiatore frettoloso che, all'improvviso, si trova sorpreso e attonito al cospetto del capolavoro.»¹⁶⁰

Un'ulteriore descrizione rende giustizia all'esperienza quasi cinquantennale di Tachis, evidenziando che non è solamente il padre del Sassicaia:

«Giacomo Tachis è conosciuto in tutto il mondo come il padre del Sassicaia, ma nella sua lunghissima carriera si può tranquillamente affermare che sono stati molti i suoi “figli” capaci di riscuotere successo planetario. Dopo molti anni passati alla corte del marchese Antinori e dopo avere raggiunto l'età della pensione, il “nostro” decise di iniziare a girare l'Italia e di dedicare la maggior parte dei suoi sforzi a dare lustro ai vitigni delle isole italiane. Per questo qualcuno l'ha soprannominato l'enologo corsaro...»¹⁶¹

E come corsaro è arrivato sulle isole tanto amate, la Sicilia e la Sardegna, ottenendo sempre il raggiungimento delle mete più ambite:

«E' Giacomo Tachis il vate delle isole: molti dei suoi vini, divenuti famosi, saliti alla ribalta dalla Sicilia e dalla Sardegna portano infatti il suo zampino, pardon il suo naso!»¹⁶²

Nel 1995 (in tempi ancora non sospetti) è stato pubblicato un libro scritto con professionalità dal giornalista Aldo Santini, *Chianti Amore Mio*, dove la storia del Chianti vitivinicolo viene ripercorsa attraverso il racconto delle persone che hanno

¹⁵⁹ E. Del Mercato, *Tachis il re del vino*, in “La Repubblica”, Palermo, 07 Ottobre 2001

¹⁶⁰ B. Donati, *op. cit.*, p. 29

¹⁶¹ G. Gariglio, *Dal carbone alle vigne*, in “Slowine” supplemento del periodico edito da Slow Food, marzo 2007

¹⁶² D. Paolini, *Vino: la Sardegna è in movimento*, in “Il Sole 24 Ore”, 02 Marzo 2001

contribuito all'evoluzione passata e presente. Ampio spazio l'ha dedicato a Giacomo Tachis riconoscendogli il merito del suo agire pionieristico come enologo dell'azienda Antinori, un agire che ha contribuito ad una profonda trasformazione nella cultura, nella tecnica e nell'immagine del Chianti. Non a caso il paragrafo interamente dedicato a Tachis si intitola: *Giacomo Tachis – Il Chianti gli deve la Rinascita*.

Ne riporto un breve passo:

*«Tachis mi piace molto non solo perché è un grande enologo e ha creato il Tignanello, il Solaia, ha coadiuvato Mario Incisa, a Bolgheri, nello sviluppo del Sassicaia, e ci ha dato altri vini di classe, ma soprattutto perché, essendo un grande enologo, non si dà arie, è modesto, affabile, e cordiale, tutto il contrario di molti enologi delle ultime leve che non sono grandi e si danno molte arie.»*¹⁶³

Proprio questa è una peculiarità di Tachis, che lo fa amare da giornalisti e appassionati del vino: nonostante l'esperienza e i tanti successi raggiunti è umile, perché è un vero uomo di cultura. Non si è mai messo il professionalizzante camice bianco come non ha mai scelto nel dizionario tecnico le parole per il dialogo, ciò che cerca sempre e comunque è un dialogo vero. Il grande rispetto che prova ogni persona che si relazioni a lui, specialista o non del mondo del vino, è una diretta conseguenza del suo essere vero. Non ha mai costruito a tavolino il suo personaggio e mai ha cercato quell'alone che *«circonda le professioni che evocano a sé un sapere specialistico e vengono viste come un regno inaccessibile i cui abitanti usano una terminologia che sembra fatta apposta per confondere il profano.»*¹⁶⁴

Questo l'ho imparato dalla mia stessa esperienza: durante i numerosi incontri con Tachis mai mi sono sentita inadeguata, perché lui ha la capacità di mettere a proprio agio chiunque si metta nella posizione di cercare un dialogo.

Devo ammettere che nessuno era riuscito a farmi vedere con occhi da amante la conoscenza tanto quanto Tachis. Ogni volta che sono tornata a casa dopo averlo incontrato il primo desiderio che ho sentito è di cercare nella libreria un libro, sedermi per assaporarlo nella lettura, per conoscere nuovi saperi, e non perché mi sia sentita ignorante, ma perché ho avvertito il desiderio della conoscenza.

3.6 La riverenza della stampa straniera

Tachis possiede una peculiarità che, sommata alle sue indubbie capacità tecnico-scientifiche enologiche, ha portato tanti sguardi stranieri in terra italiana, bramosi di osservare con la massima attenzione ogni sua mossa, ascoltando ogni sua singola parola con un'attenzione che ricorda quella riservata dai popoli della Magna Grecia e dell'antica Roma ai loro grandi oratori: la cultura classica. Infatti l'approfondita conoscenza del mondo enologico arricchita da cultura e anima classica è quel di più che crea un fascino particolare ad ogni parola, ad ogni racconto, ad ogni descrizione che il principe degli enologi impartisce. In tanti anni di professione Tachis non ha mai scritto o parlato di ricette, e quando gli viene data la parola si fa ascoltare attraverso storie, racconti, mitologie classiche.

¹⁶³ A. Santini, *op. cit.*, p. 201

¹⁶⁴ A. Giddens, *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna 2004, p. 94

Il giornalista Andrea Ciappi in un articolo pubblicato su "La Nazione" il 14 Ottobre 2001 descrive proprio questo peculiare potere carismatico di Giacomo Tachis che ammalia e cattura l'attenzione di popoli lontani di origini anglofone:

«A un certo punto Giacomo Tachis apre una bordolese di Castell'in Villa, pregiato rosso di Castelnuovo Berardenga. Tachis è enologo conosciuto per la bravura in tutti gli angoli della terra dove può crescere anche una sola vite. Gli americani lo sanno.

Questo gruppo di una quindicina di persone viene dall'Arizona, è un'associazione di appassionati del vino che si riunisce una volta ogni 15 giorni per fare degustazioni. Si stringe attorno a Tachis mentre l'enologo, con l'abituale ottima descrizione sui vini che fa innamorare anche chi li vede solo come bevande (sbagliando), spiega il "corpo" del Classico, del fine rosso dei Rampolla (clou del Sangiovese), dei californiani Rochioli, dei vini sardi e siciliani.

Traccia un ponte, coi pilastri sui vini, tra culture. Un ponte che unisce ciò che la tragedia delle Torri e della guerra oggi divide.»¹⁶⁵

I giornalisti stranieri conoscono molto bene Giacomo Tachis, la sua professionalità, le sue esperienze, i suoi vini. Non a caso nel passato i primi a riconoscere le qualità di quei prodotti innovativi sono stati proprio i giornalisti oltre-Oceano. Un esempio su tutti il Sassicaia.

Sfogliando le autorevoli riviste redatte e pubblicate oltre il confine italiano, non è inusuale leggere il nome di Giacomo Tachis sempre ricordato come colui che ha permesso la rinascita dell'enologia italiana.

Così, in un articolo pubblicato sul periodico anglosassone "Decanter", il giornalista Stephen Hopley con queste parole riassume la figura e il ruolo di Tachis nell'enologia italiana:

«The eminent Italian oenologist, Giacomo Tachis ... Tachis is world famous for his pioneering work with Antinori (Tignanello and Sassicaia, for example) and more recently for his work in bringing wineries in Sicily and Sardinia to international attention.»¹⁶⁶

Nel Settembre del 2003 sempre sulla rivista Decanter è stata pubblicata una lunga e appassionante intervista al nostro enologo, dove la giornalista Michèle Shah introduce e chiude l'articolo con queste parole:

«Giacomo Tachis, known to all as at the "father of supertuscan wines", the man behind illustrious labels such as Sassicaia, Tignanello and Solaia, modestly shies away from such titles. Sitting behind a pile of ancient manuscripts stacked high on his desk, he meets my questions with an amiable smile and a twinkle in his eye...

...The final impression is not of a guru imparting wisdom to lesser mortals. I left with the image of a man of charm, wit and understanding. The father of great Italian wines is a man of simple tastes, even in the modesty of the wines he himself would choose to drink.

¹⁶⁵ A. Ciappi, *Un magico ponte tra Usa e Italia*, in "La Nazione", 14 Ottobre 2001.

¹⁶⁶ S. Hopley, *Phoenician wine reborn*, in "Decanter", February 4, 2000

*A final word of advice from Tachis: not to forget that wine must reflect its origins and terroir as a whole, that is its physiological characteristics such as climate, terrain, light, as well as the cultural aspects related to man and his traditions.»*¹⁶⁷

Nel 2005 Michèle Shah ha pubblicato un articolo su “Harpers” e questa volta racconta nel particolare l’esperienza di Tachis nella Regione Sardegna, e afferma:

*«Giacomo Tachis, the revered consultant winemaker and father of top Italian wines such as Sassicaia, Tignanello and Solaia, was instrumental to the success of placing quality wines from Sardinia on the world wine map when he started some 20 years ago consulting for both Cantina Sociale di Santadi and Argiolas. Tachis’ art of blending and ageing wine in barrique brought these wineries to top international levels of praise.»*¹⁶⁸

In un articolo pubblicato sul quotidiano statunitense “The New York Times” il giornalista Frank Prial ha ripercorso la storia degli Antinori dagli anni ’60 al momento del pensionamento di Tachis; ne riporto una frase significativa:

*«With the assistance of Giacomo Tachis, an enologist and a close adviser for more than 30 years, Antinori has done no less than preside over a second Risorgimento – a rebirth of the wines of Tuscany.»*¹⁶⁹

In un articolo pubblicato nell’Ottobre del 2005 sulla Rivista più quotata a livello internazionale, “Wine Spectator”, il giornalista Bruce Schoenfeld definisce Tachis come il *«pioneering enologist of the 1970s and ’80s»*, e afferma che gli enologi italiani di oggi *«learned at the feet of Giacomo Tachis, who was the first to blend Sangiovese with Cabernet Sauvignon and Merlot, the first to place the old chestnut casks with oak barrels and the first to understand the latent greatness of Tuscany.»*¹⁷⁰

In modo diretto e carismatico il giornalista James Suckling ha così descritto Tachis: *«the veteran wine-guru who helped create such super Tuscan legends as Solaia and Tignanello and who honed Sassicaia to perfection.»*¹⁷¹

Nel 1990, inoltre, la casa editrice inglese Sotheby’s Publications ha pubblicato il libro *“Chianti and the Wines of Tuscany”* redatto da Rosemary George. Si tratta di uno studio attento e completo della Toscana vitivinicola, che ne ripercorre con competenza le vicende storiche complici dell’evoluzione capillare. Come afferma lo stesso Tachis nella prefazione da lui curata: *«Rosemary George ha “captato” tutti questi movimenti, tutti questi “fermenti” e li ha trasformati in un’opera sapiente e ricca al tempo stesso; un’opera che non solo ci onora, ma è utile anche a noi che operiamo in questa terra, amica di chi è appassionato e colto di vigna, di vino e di tutta l’arte del bello.»*¹⁷²

Rosemary George ha voluto che fosse proprio Tachis a scrivere l’introduzione del suo testo, perché da attenta conoscitrice del Chianti e della sua storia, è consape-

¹⁶⁷ M. Shah, *Interview with Giacomo Tachis*, in “Decanter”, Settembre 2003

¹⁶⁸ M. Shah, *Local Flavour*, in “Harpers”, 14 Giugno 2005

¹⁶⁹ F. Prial, *Wine; the Merchant of Tuscany*, in “The New York Times”, 28 Novembre 1993

¹⁷⁰ B. Schoenfeld, *Transforming Tuscany*, in “Wine Spectator”, 31 Ottobre 2005

¹⁷¹ J. Suckling, *A Uniquely Tuscan Style Regardless of Grape Variety*, in “Wine Spectator”, 15 Dicembre 1998

¹⁷² G. Tachis, *Introduzione*, in R. George, *op. cit.*, p. 7

vole del ruolo fondamentale giocato da quell'enologo, un ruolo che viene raccontato con competenza attraverso le pagine del suo lavoro, e quando arriva al racconto dell'azienda Antinori nello specifico, afferma che:

«Il suo enotecnico, Giacomo Tachis, ha il merito di molte delle innovazioni accennate nelle precedenti pagine. La modestia sembra essere la qualità dominante nella personalità del dottor Tachis: come enotecnico si colloca tra i massimi, ma come uomo è cordiale e disponibile, ben lontano dal personaggio autorevole e altero che mi aspettavo. Non è esagerato dire che Antinori e Tachis hanno fatto più di ogni altro per l'indirizzo dell'attuale vinificazione in Toscana.»¹⁷³

3.7 I segreti comunicativi dei grandi vini di Tachis

I grandi vini nati grazie alle attenzioni di Giacomo Tachis sono vini che hanno insegnato molto alla viticoltura italiana da un punto di vista tecnico – scientifico, come approccio e come processi produttivi.

Questi vini (e quindi il suo agire) sono stati pionieri anche nel percorso scelto per comunicarsi, e i risultati ne sono un'eclatante testimonianza. Ogni suo prodotto ha conosciuto tanto nella produzione quanto nella promozione un progetto unico, ma alcuni elementi ritornano e rendono riconoscibile il suo operato: semplicità, classicità, territorio, storia, natura e persone.

Come ha detto Carlo Cambi:

«...esistono grandi vini e i vini eccellenti. I primi sono quelli che hanno una storia, che comunicano al massimo grado i valori immateriali, che hanno una loro unicità, i secondi sono i vini che sono soltanto ottimamente buoni. E oggi gran parte dei vini sono ottimamente buoni, ma pochissimi sono quelli grandi.»¹⁷⁴

In un certo senso, allora, il valore della bottiglia è dato dal sogno che essa racchiude, e Giacomo Tachis ha saputo individuare e valorizzare proprio quei valori immateriali, oggi sempre più ricercati dai consumatori.

Ancora una volta maestra è stata l'esperienza del Sassicaia.

Quel vino ha insegnato che prima di tutto è richiesta una caratteristica insostituibile, e senza di cui niente è possibile fare: la qualità. Banale, potremmo dire, ma purtroppo ancora oggi non è così scontato.

Una qualità dunque figlia di un processo produttivo sensibile, intelligente e consapevole dell'obiettivo da raggiungere. E la strategia comunicativa del vino deve radicarsi nel suo percorso evolutivo, non può nascere nel momento della progettazione dell'etichetta che vestirà la bottiglia ormai prossima ad essere immessa sul mercato. Solo così è possibile pensare e scegliere il nome adatto a quella precisa bottiglia, che ne sappia raccontare almeno in parte l'essenza. Allora, Sassicaia suona bene, no?

“Sassicaia” è il toponimo del vigneto da cui nasce, ne racconta l'origine e la peculiarità del terreno, appunto roccioso. Se pronunciato da un toscano riesce anche ad esprimere perfettamente la sua toscaneità: “*il Sassihai*”.

¹⁷³ R. George, *op. cit.*, p. 89

¹⁷⁴ C. Cambi, *op. cit.*, p. VII

E da quel vino, seppur ideato per il puro piacere e diletto del Marchese Incisa della Rocchetta, dopo una prima commercializzazione nella spaccio aziendale sulla via Aurelia, è nato un progetto commerciale internazionale.

Due elementi sono sempre stati essenziali: la degustazione, ovviamente, e il racconto della storia da cui nasce. Una storia affascinante dove si parla di amori, Marchesi, cavalli, diletto ed anche litigi, nel pittoresco contesto delle colline maremmane che guardano il mare.

Attraverso una comunicazione semplice ma vera, legata profondamente al suo territorio, un vino dalle qualità inimitabili nato in una cantina tutt'altro che appariscente, originariamente era una serra per la coltivazione di bulbi di giaggiolo, è diventato un fenomeno, dando vita anche a vere e proprie leggende legate, appunto, alla sua storia. È particolarmente affascinante quella che racconta come tra i profumi del Sassicaia si possa ancora individuare un lieve sentore di giaggiolo: non è vero, ma alimenta il mito di quel vino, senza nulla togliere alla sua reale, incontestabile qualità.

Quella bottiglia ha conosciuto i favori di appassionati del vino, capaci di spendere cifre da capogiro per acquistarne una particolarmente ambita (alle aste internazionali è stata valutata per una cifra al di sopra dei 6 mila Euro).

Si racconta, ad esempio, di un episodio che ha dell'inverosimile ed una spilla appuntata sulla giacca di alcuni canadesi, amanti del vino, la ricorda con un orgoglio tutto particolare, portando la scritta: *«I froze my ass for the 81 Sass.»*

Infatti, un gruppo di appassionati canadesi quando venne a sapere che alla Maison du Vin sarebbe stato messo in vendita il Sassicaia 1981, per paura di arrivare troppo tardi, si mise in fila davanti all'ingresso dello smercio fin dalla notte precedente, sfidando la rigida temperatura canadese, pur di acquistare poche bottiglie di quel blasonato vino.

Certo questo episodio va oltre i canoni dell'umana accettabilità, ma proprio nella sua eccessività è spiegato quanto quel nome, *Sassicaia*, sia riuscito a costruire. Nel giro di pochi anni ha saputo fare ciò che altri grandi vini sono riusciti a mettere in pratica solo con una biografia secolare.

Quell'etichetta, inoltre, è considerata come un vero e proprio case history di marketing territoriale, perché ha saputo inventare un terroir, quello di Bolgheri, oggi meta ambita di tanti turisti amanti del vino, e di tanti imprenditori vitivinicoli che desiderano avere tra le loro produzioni anche una figlia di quel territorio.

La consapevolezza con cui Tachis ha affrontato le esperienze successive è ben spiegata dalle sue dirette parole:

«Il "fenomeno Sassicaia" è esportabile entro certi limiti, non certo come imitazione di un prodotto unico, ma piuttosto "sotto altre forme di iniziativa, di fantasia commerciale, di creatività diversa dalla precedente", ossia "ripetibile sì, ma non riproducibile per identità".»

Così ha fatto con l'azienda Antinori sulle colline del Chianti, inventando nuovi prodotti enologici come Tignanello e Solaia, che hanno ridato al territorio toscano prestigio a livello internazionale.

Un altro fenomeno ha, così, investito la Toscana del vino: i Supertuscans.

Come afferma Tachis:

«Dagli anni '70 agli anni '80 e '90 sono nate molte tipologie di vino in Toscana, dai Supertuscans agli Igt ecc... Tutto questo è stato necessario per raggiungere il mercato internazionale ed esportare un prodotto adeguato organoletticamente alle esigenze del "consumatore internazionale importante" e adatto anche ad accompagnare la ricchezza culturale del territorio toscano, la cui immagine nel mondo è andata di pari passo con quella del vino e di altri importanti prodotti come l'olio extra vergine di oliva.»

Da questa affermazione emergono tre fattori fondamentali che ogni vino nato dalle attente cure di Tachis possiede:

- qualità
- adeguatezza alle esigenze del consumatore
- capacità di accompagnare la ricchezza del territorio da cui proviene.

La consapevolezza è che in assenza di questi caratteri, con la qualità sul piedistallo superiore, il vino prodotto sarebbe incapace di comunicarsi al consumatore, e anche la più attenta strategia comunicativa non sarebbe capace di colmare quel vuoto.

Un concetto che le parole di Tachis esprimono con inimitabile chiarezza:

«Il vino, come l'uomo, nasce sempre povero, il bambino neonato è povero.

Se poi diventa buono, il vino, come l'uomo, può farsi strada e può diventare celebre per le sue caratteristiche organolettiche particolari, per la sua esigua quantità, ecc.: ma alla base c'è proprio e solo la sua intrinseca qualità; il suo carattere organolettico in esclusiva.

Questo significa "farsi strada", e diventare "Supertuscan".

Da questo concetto derivano molte cose. La qualità del vino, si può fare anche in "capanna", l'architetto di prestigio non serve. E servono poco anche i mezzi di comunicazione od una "nascita" in ambienti prestigiosi: se una persona nasce "demente", non c'è mezzo attuale che serva a renderlo normale. La stessa cosa è per il vino.

Supertuscan è il grande vino che nasce grande di suo. L'enologo, conta, ma non come e quanto si dice e si pensa veramente. Conta di più chi coltiva la vigna!

Infatti, il vino si fa nella vigna: soprattutto il Supertuscan.

Il Supertuscan è una forza trainante, se vale davvero, altrimenti deve essere "trainato" anch'esso...»

L'essere comunicativo di Giacomo Tachis si riassume in due concetti che lo hanno guidato nel suo percorso professionale, e ci permettono di comprendere nel profondo ogni suo agire da enologo:

- Il buon vino come «il buon cibo, già diceva Levi-Strauss, deve essere "buono da pensare" ancor prima di diventare "buono da mangiare".»¹⁷⁵

- «Lo strumento è la scelta propria, il palato e la scelta. Ognuno ha la propria confidenza con il bicchiere.»

Ogni vino di cui Tachis sia padre diretto o indiretto è, infatti, un vino che racchiude in sé quei valori immateriali che lo fanno percepire buono ancor prima della degu-

¹⁷⁵ G. Tachis, *Archestrato di Gela e i comandamenti della buona tavola*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, 16 Maggio 2001

stazione. E la degustazione, con il supporto fondamentale della qualità della bevanda, diventa qualcosa di più complesso e affascinante del semplice “bere vino”, che lascerà il ricordo di un piacere da desiderare.

Dopotutto, il percorso produttivo attento a esigenze territoriali, tecniche e culturali dona la qualità, e il racconto crea quella cornice con cui esporre la propria opera.

Ogni qualvolta Tachis descriva uno di questi vini non ne elenca i componenti chimici, i polifenoli, i tannini, i metodi di vinificazione..., ma racconta il territorio da cui deriva.

Un esempio: Mozia.

Un progetto esemplare e unico, perché pensato proprio e solo come progetto di valorizzazione territoriale.

Un vino su cui si leggono articoli scritti da giornalisti la cui penna è inevitabilmente condizionata dalla sua essenza ed origine: *«al di là delle sue caratteristiche organolettiche è un vino che colpisce l'immaginazione perché nasce su un piccolissimo fazzoletto di terra circondato dal mare, ricchissimo di storia, di fascino e di mistero.»*¹⁷⁶

E quando Tachis prende la parola per descriverlo, come è solito fare, ne racconta la territorialità:

*«Abbiamo studiato insieme agli agronomi e agli enologi dell'istituto un vino che rispecchiasse il più possibile i criteri dei Fenici. La testimonianza più dettagliata è quella del De agricoltura di Catone il Censore, che ci parla di vini ottenuti da uve “percoctae”, cioè stramature. È stato quello il nostro testo-guida... È un vino di un certo fascino, che va bevuto col cervello più che col palato »*¹⁷⁷

Un ulteriore esempio sono le parole che ha usato per descrivere la Sardegna in un articolo, dedicato all'azienda Argiolas, pubblicato su “Bibenda”:

«...Isola quasi imprigionata dai suoi meravigliosi lidi e dalle sue pittoresche bellezze naturali... Isola di rifugiati, silenziosa, che racchiude lotte infinite di pastori erranti, di contadini, di nomadi, di coltivatori sedentari e solitari. Isola di dolcezza e crudeltà, di ospitalità e di generosi abitanti che a volte si nutrono persino di miele amaro. Terra del famoso “risus sardonicus” che ha espresso a suo tempo la durezza di questa particolare vita isolana. Isola di indipendenza e di indipendenti, quella abitata dai sardi e finalmente isola di grandi vini e di grandi cuori che hanno fatto di questa terra un giardino di vitigni unici, atti a rendere emozionante ogni loro bicchiere, insieme ai piatti che primeggiano in bontà per la loro semplicità di creazione.»

Nonostante tra queste parole nessuna descriva un profumo, un colore o un aroma di vino, il desiderio di degustare i prodotti di quella terra nasce con emozione. Questo perché è proprio il racconto del territorio il miglior mezzo per evocare i piaceri che un buon bicchiere di vino è capace di far provare.

¹⁷⁶ In “Vite Vino e Qualità”, Numero 7, Settembre 2006, p. 129

¹⁷⁷ Ibidem

3.8 Riconoscimenti

Giacomo Tachis è un uomo che porta con sé il suo essere caporale, non idoneo a caporal maggiore, e lo racconta con divertimento.

«Quando nel 1959 sono andato in congedo – racconta col sorriso - così hanno scritto, quindi io non farò mai carriera nello stato!»

Giacomo Tachis, quell'uomo che con il cuore e l'anima ama la musica (non è inusuale vederlo camminare tra i filari, o analizzare il vino ascoltando i grandi classici), ma non ha potuto fare il cantante di professione.

«Andavo in una scuola di coro ma ero stonatissimo, una volta poi il maestro di musica se ne è accorto e mi mise fuori.»

Giacomo Tachis, quell'uomo che da bambino sognava di fare il macellaio, ma quel bancone non si è rivelato il suo futuro.

Giacomo Tachis, quell'uomo che amava fare il liquorista tra gli alambicchi della Alberti Tommaso, ma ha dovuto riporre il camice bianco da alchimista nell'armadio.

Proprio quel Giacomo Tachis è colui che ci ha dato l'opportunità di goderci momenti di pura estasi degustando quei grandi vini nati dalla sue attenzioni, guidate primariamente da gusto e cuore.

Proprio lui è universalmente dichiarato come il più grande enologo italiano.

Il viaggio nel tempo e nello spazio delle pagine precedenti racconta quanto Tachis abbia regalato alla terra e all'enologia del nostro paese, e questo l'Italia lo sa bene: non ha dimenticato di ringraziarlo con numerosi premi e riconoscimenti che gli sono stati attribuiti nel corso degli anni.

In 45 anni di professione sono così tanti i successi con la sua firma inconfondibile che ricordarli tutti sarebbe forse impresa impossibile, e se cercassi di elencarli è probabile che ne dimenticherei qualcuno facendo un torto al trascurato.

Insomma, una carriera invidiabile sotto ogni punto di vista: soddisfazioni, lezioni, amicizie, luoghi scoperti...

Avrebbe ogni diritto di andare in giro con i blasoni, ma Tachis è Tachis, non lo ha mai fatto. Allo stesso tempo non ha potuto evitare che il resto del mondo abbia glorificato la sua carriera, e se da un lato questo è stato ed è umanissimo motivo di orgoglio personale, dall'altro ha sempre cercato di prendere le distanze persino dagli encomi.

Nei lunghi anni del suo percorso professionale, come abbiamo visto, i giornalisti lo hanno descritto e raccontato con termini e aggettivi dai colori più svariati: il saggio dell'enologia, uno sciamano in giacca e cravatta, il maestro, un mito, il re mida del vino, il mentore, il padre nobile dell'enologia, l'esteta, il "grande vecchio" del nostro mondo enologico, e via così dicendo. Insomma tanti termini che si rincorrono, veri e azzeccati, ma che nascondono Tachis dietro un alone di sacralità in cui non si riconosce. Per questo ogni volta che gli viene attribuito il merito di vini sinonimo di eccellenza ricorda il ruolo centrale e insostituibile giocato da imprenditori, agronomi e Natura:

«Ci tengo a dire che non è merito dell'enologo. Il vino è microbiologia e per fare un buon vino bisogna conoscere questa materia. Ma la vite è frutto dell'agricoltura, dell'agronomia, e il prodotto per il vino si prepara nella vigna. I meritevoli non sono solo gli enologi, sono soprattutto gli agricoltori.»

«Il vino nasce dall'uva e l'uva nasce dalla vigna. L'enologo trasforma l'uva in vino e diciamo che se l'uva è buona il vino deve riuscire bene, mentre se l'uva è mediocre, il tecnico ha più problemi. Il vino si fa in vigna e si sciupa in cantina. Da un'uva molto buona si può ottenere un vino eccellente o un vino cattivo, da un'uva mediocre si può soltanto ottenere del vino scadente. La natura prevale sempre sull'uomo, e l'enologo è già bravo se non sciupa quello che ha fatto la natura.»

Insomma, non è mai Tachis a ricordare la sua paternalità di vini come Sassicaia, Tignanello, Solaia, Solengo, Turriga, Terre Brune, San Leonardo, eccetera, eccetera. «*Sono solo un mescolavino!*», parola di Tachis.

Forse potrebbe fare sua questa frase: l'uomo lascia il personaggio, ma non la professione.

Nel suo studio gli chiedo di raccontarmi dei numerosi premi che ha ricevuto e mi porta a vederne alcuni:

«Questo è un tralcio di vite di un'artista siciliano.. anche questo... Belli vero?»

Poi sorride e con l'ironia che lo contraddistingue dice:

«Vedi, io adesso li uso per appoggiarci i capelli.»

Irriconoscenza?

Arroganza?

Niente di tutto questo: è solo la prova che ci troviamo di fronte a un uomo che non si sente e non si vuole sentire arrivato, il demone dell'abitudine ne sarebbe la logica, inaccettabile conseguenza.

Come mi ha raccontato è sempre stato così fin da giovanissimo.

«Quando vai a scuola ti danno i premi, no? Io non sono mai andato a ritirarli. Mandavo sempre mia madre, lei ci teneva, era contenta, ne era proprio felice. Mi ricordo che un giorno c'è stato un premio particolare e le ho detto "se vai tu bene, senò non vado". Allora è andata lei alla premiazione per non passare da snobbatori, ma non me n'è mai fregato.»

Se c'è un riconoscimento che Tachis ha voluto e ricercato durante tutta la sua carriera è il vedere i vini prodotti con la sua collaborazione apprezzati dagli amanti del vino. Vedere ciò che ha fatto con il suo percorso diventare utile ai territori che ama. Uno sguardo a targhe, targhette, pergamene e attestati è però d'obbligo come ulteriore testimonianza dell'alto valore del nostro enologo.

Tra i più recenti c'è la Targa d'Oro Giuseppe Morsiani. Un prestigioso riconoscimento che gli è stato consegnato a Verona in occasione di Vinitaly 2007 da Andrea Sartori. Il presidente dell'Unione Italiana Vini (UIV) si è dichiarato «*onorato di premiare un personaggio che ha riscritto la storia del vino*» con un riconoscimento andato negli anni «*a grandi uomini che si sono distinti nella ricerca viticola ed enologica*»¹⁷⁸.

Nelle motivazioni del premio si descrive Tachis come enologo dalle indiscusse qualità, «*uno dei padri della moderna enologia, winemaker di prestigio mondiale, artefice di alcuni tra i più prestigiosi prodotti delle vitivinicolture italiane*»¹⁷⁹.

¹⁷⁸ Servizio Stampa Veronafiere, *Giacomo Tachis insignito della Targa d'oro Giuseppe Morsiani*, Comunicato stampa, Verona 31 Marzo 2007

¹⁷⁹ Ibidem

Nel Settembre del 2005 è stata la Regione Sicilia a voler ringraziare Giacomo Tachis per la dedizione che ha regalato ai vini dell'isola, giocando un ruolo di punta nel rilancio della viticoltura, indicando la strada da seguire per raggiungere livelli di qualità e credibilità prima impensabili. Roberto Merra così l'ha descritto:

*«Non solo un grande tecnico, come lo sono alcuni altri enologi italiani, ma anche un uomo di grande cultura. Un corsaro, un archeologo, un poeta. Un vero principe dei vini. In Sicilia, Tachis ci ha messo non solo la sua esperienza ma anche il suo cuore. Un poeta della vigna.»*¹⁸⁰

Sempre nel 2005, il 19 giugno con precisione, ha ricevuto un altro premio con i riflettori accesi di tutti i media italiani: l'Oscar del Vino, un evento organizzato con la collaborazione della rivista Bibenda, della guida Duemilavini e della Rai, dove lo show è andato interamente in onda.

Sul palco del grande show, di fronte a un numerosissimo pubblico di personaggi del mondo del vino, dello spettacolo e della cultura, è stato Bruno Pizzul a consegnare il Premio Speciale della Giuria a Tachis.

Ecco la motivazione:

*«Primo artefice del rinnovamento dell'Enologia italiana, i prodotti da lui realizzati hanno raggiunto i massimi livelli del pianeta vino. Oggi è l'autore, di grande successo, delle considerevoli innovazioni di Sicilia e Sardegna, terre elette ed esaltate dal suo lavoro, dal suo ingegno. Qualcuno lo ha definito "il pirata" per la sua indomita volontà di colonizzare la qualità e di "assalire" gli irresponsabili. Ma anche per l'audacia delle sue scelte, determinate dalla grande abilità professionale e dalle sue straordinarie intuizioni.»*¹⁸¹

Nel 2004, inoltre, un sondaggio del portale on line www.winenews.it l'ha proclamato Principe degli Enologi. Gli 8.894 enonauti, non solo italiani, non hanno avuto dubbi sul nome da indicare per l'incoronazione.

Nel 2001 è arrivato un riconoscimento internazionale tutto personale. L'autorevole rivista americana "Wine Spectator", infatti, ha festeggiato il suo venticinquesimo compleanno con un numero da collezione dove Matthew DeBord ha pubblicato la "Hall of fame" dei personaggi che hanno contribuito a delineare il mondo del vino in quei 25 anni. Sono quattro gli italiani presenti nella sua galleria di personaggi: Angelo Gaja, Ezio Rivella, Piero Antinori e il nostro Giacomo Tachis. Secondo il giornalista un filo conduttore, oltre il vino ovviamente, lega i personaggi che nomina, ovvero *«nessuno di loro ha accettato lo status quo, e ognuno di loro ha lasciato un'impronta durevole»*¹⁸².

Di Piero dice: *«personificazione del rinascimento enologico italiano: se il nobile fiorentino non avesse guardato avanti nella gestione dell'azienda vinicola di famiglia, il vino italiano non sarebbe risorto.»*¹⁸³ Mentre Tachis lo descrive così: *«l'enologo a capo della rischiosa, ma necessaria, rivoluzione enologica che ha investito l'Italia alla fine degli anni '60 nonché inventore dei super Tuscans.»*¹⁸⁴

¹⁸⁰ Giacomo Tachis, *Sicilia d'autore*, in "Il mio vino", Settembre 2005

¹⁸¹ www.bibenda.it

¹⁸² M. DeBord, *Hall of fame*, in "Wine Spectator", Gennaio 2001

¹⁸³ Ibidem

¹⁸⁴ Ibidem

Come non dargli ragione?

Un riconoscimento dal valore speciale è arrivato nel 1999. L'Università di Pisa ha voluto onorare il Giacomo enologo, il Giacomo agronomo e il Giacomo uomo, conferendogli una laurea honoris causa in Scienza Agrarie e avvalendosi della sua collaborazione didattica. Nella motivazione si legge:

*«poche persone possono affermare di aver dedicato una vita alla civiltà del vino come Giacomo Tachis... interpreta al meglio il valore culturale dell'enologia italiana, a livello nazionale ed internazionale...Costituisce uno straordinario esempio della nostra cultura enologica.»*¹⁸⁵

Sì, Tachis ha fatto anche il docente. Dietro alla sua scrivania conserva tutti gli appunti che preparava per gli studenti, sulla chimica del legno, del vino ecc. ecc.

«Ho dei bei ricordi anche di Pisa. Quando facevo il docente, docente per modo di dire. Gli studenti venivano volentierissimo.»

E come sempre non sono i fatti a essere raccontati dalla voce di Tachis, ma persone, amici e affetti.

«Io sono molto amico del Professor Alpi: è bravo, un galantuomo, una persona seria e capace. Lui insegna fisiologia, è un biochimico.

Io facevo il docente proprio perché me lo aveva chiesto Alpi»

Un riconoscimento dal valore unico gli è stato attribuito nel 2006, quando proprio i suoi amici toscani gli hanno dedicato un libro: *I Pionieri del Risorgimento vitivinicolo italiano*. È un libro di scritti rari di quegli uomini che con scienza, conoscenza e cultura imprenditoriale nella seconda metà dell'800 indicarono la strada della riscossa ai produttori di vino italiani. Un cammino interrotto nella prima metà del '900 ma che Tachis ha saputo riprendere.

Nella dedica di apertura del libro si legge: *«Serietà professionale e cultura sono tratti distintivi di Giacomo Tachis, l'uomo che ha guidato la rinascita del vino italiano nella difficile e dura competizione per la conquista del mercato internazionale...*

*...Tutti noi¹⁸⁶ dedichiamo, quindi, questo volume a Giacomo Tachis nel segno della nostra amicizia, che, come scrisse un grande cuoco napoletano del '700, Vincenzo Corrado: è una «dolce, amabile, signorile, divina virtù... rara a trovarsi» e che, sovente nasce intorno ad una buona tavola e ad un buon bicchiere di vino.»*¹⁸⁷

Alla fine di tutto una domanda sorge spontanea: quali sono state le scelte della sua vita determinanti per il suo brillante successo internazionale?

La risposta racconta molto di quello che è Giacomo Tachis:

«Scelte di vita...

Ho iniziato a lavorare nel vino per necessità economica, perché provengo da una famiglia molto modesta economicamente. Siccome però temevo che il lavoro diventasse una specie di "condanna", ho fatto di tutto per appassionarmi allo studio

¹⁸⁵ AA. VV., *Verbale della seduta del consiglio di facoltà*, Facoltà di Agraria – Università di Pisa, delibera n°8, 30 Aprile 1998

¹⁸⁶ Nella dedica si firmano: Zeffiro Ciuffoletti, Torello e Sonia Latini, Mauro Pagliai, Amedeo Alpi, Paolo Nanni, Carlo Cambi, Cosimo Ceccuti, Stefano Cordero di Montezemolo, Leonardo Casini, Augusto Marinelli, Massimo Lucchesi, Susanna Cenni, Francesco Ricasoli, Tiziana Frescobaldi, Stefano Barzagli, Fernando Cattani, Ettore Falvo, Manuela Villimburgo, Giovanni Piscolla, Vieri Bufalari, Sandro Vannucci, Gino Salica, Vittorio Chierroni, Fabio Azzardi, Vincenzo Vettori, Carlo Salvatori, Paolo Cocchi.

¹⁸⁷ Z. Ciuffoletti, *I pionieri del Risorgimento vitivinicolo italiano*, Edizioni Polistampa, Firenze 2006

dell'enologia, che in fondo è biochimica e microbiologia: due campi che mi hanno appassionato e appagato moralmente e intellettualmente.

Il successo "puzza" di ambizione, specialmente se all'estero. Quindi preferisco autonomarmi "mescolatore di vino" di paese e di campagna. Altro che internazionale!

Ora, in pensione, leggo saggistica, storia e umanistica, dato che mi sentivo molto "ignorante" in materia.»

In realtà Tachis è, come suo fratello, un raffinato bibliofilo. Ama i libri e si è contornato di una "congrega" di amici che come lui si potrebbero definire gente che sa di non sapere e quindi ama i libri specialmente quelli più antichi, rari e meno noti. Non per snobismo, ma per una certa diffidenza nei confronti dei libri di successo e per fastidio del conformismo che in Italia si respira specialmente nel mondo della cultura, da salotto e da televisione.

Bibliografia

- AA.VV., *Bacco e le Muse. Quando il vino ispira... poesie, racconti dipinti*, Pendragon, Bologna 2004
- AA.VV., *Il piacere del vino*, Slow Food Editore, Bra 2005
- AA.VV., *Il Vin Santo ad Arezzo tra tradizione e innovazione*, Provincia di Arezzo – Assessorato all'Agricoltura, 2007
- AA.VV., *La guida della strada del vino, Costa degli Etruschi*, Grosseto 2007
- AA.VV., *La Sicilia del vino*, Giuseppe Maimone Editore, Catania 2003
- AA.VV., *Rapporto sul settore vitivinicolo 2007*, Retecamere, Roma 2007.
- AA.VV., *Viaggio in Toscana. Alla scoperta dei prodotti tipici*, Giunti, Firenze 2001
- A. ANTONAROS, *La Grande storia del vino. Tra mito e realtà, l'evoluzione della bevanda più antica al mondo*, Pendragon, Bologna 2006
- R.P. BAGOZZI, *Fondamenti di marketing*, Il Mulino, 2001
- C. BAKER, *Il vino spiegato ai miei figli*, Ci.Vin, Siena
- V. BALDACCI, *Gli itinerari culturali. Progettazione e comunicazione*, Guaraldi, Rimini 2006
- Z. BAUMAN, *Pensare sociologicamente*, Ipermedium libri, Napoli 2000
- G. BECHELLONI, *Svolta comunicativa*, Ipermedium libri, Napoli 2001
- R. BICHI, *L'intervista biografica. Una proposta metodologica*, V&P, Milano 2002
- BURGUNDIONE DA PISA, *Libro sulla vendemmia*, Ars Antiqua Editrice Milano, 2005
- C. CAMBI, *Il buon vino*, Istituto Geografico DeAgostini, Novara 2005
- C. CAMBI, *Il Gambero Rosso 2007*, Newton Compton Editori, Roma 2006
- C. CAMBI, *Le Ricette e i vini del Gambero Rosso 2007*, Newton Compton Editori, Roma 2006
- G. CAPORALI, *I poeti del vino. Cinquanta secoli di poesia dall'Epopea di Gilgamesh all'Ode al Vino di Pablo Neruda*, Editrice Le Balze e Protagon Editori, Siena 2007
- D. CINELLI COLOMBINI, *Il marketing del turismo del vino*, Agra, Roma 2007
- Z. CIUFFOLETTI (a cura di), *Storia del vino in Toscana. Dagli Etruschi ai nostri giorni*, Edizioni Polistampa, Firenze 2000
- Z. CIUFFOLETTI E G. PINTO, *Desinari nostrali. Storia dell'alimentazione a Firenze e in Toscana*, Edizioni Polistampa Firenze, 2005
- Z. CIUFFOLETTI, *I Pionieri del Risorgimento vitivinicolo italiano*, Edizioni Polistampa, Firenze 2006
- S. CORDERO DI MONTEZEMOLO, *I profili finanziari delle società vinicole*, Firenze University press, 2005
- B. DONATI, *Giacomo Tachis enologo corsaro. Dieci anni di rivoluzione siciliana*, Terra Ferma, Vicenza 2005
- I. EYNARD, G. DALMASSO, *Viticultura moderna*, Hoelphy Editore, 1990

- R. GEORGE, *Chianti e gli altri vini della Toscana*, Idealibri, Milano 1991
- A. GIDDENS, *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna 2004
- A. GUSMAN, *Antropologia dell'olfatto*, Laterza, Roma-Bari 2004
- H. HANNERZ, *La diversità culturale*, Il Mulino, Bologna 2001
- G. Jervis, *La conquista dell'identità. Essere se stessi, essere diversi*, Feltrinelli, 1997
- H. JOHNSON, *Il vino. Storia tradizione cultura*, Franco Muzzio Editore, Padova 1991
- A. LE GUÉRER, *I poteri dell'odore*, Bollati Boringhieri, Torino 2004
- C. LÉVI-STRAUSS, *Il crudo e il cotto*, Il Saggiatore, Milano 1974
- J.F. LYOTARD, *La condizione postmoderna*, Feltrinelli, Milano 2002
- I. MALENOTTI., *Manuale del vignaiolo toscano*, Città di San Gimignano, 2001
- P. E. MCGOVERN, *L'archeologo e l'uva. Viti e vino dal Neolitico alla Grecia arcaica*, Carocci, Roma 2006
- MINISTERO DELL'AGRICOLTURA E DELLE FORESTE, *Per la tutela del vino Chianti e degli altri vini tipici toscani / relazione della Commissione interministeriale per la delimitazione del territorio del vino Chianti*, Bologna, 1932
- S. MONDINI, *I vitigni stranieri da vino coltivati in Italia*, Barbera editore, Firenze 1903
- M. MONTANARI, *Il cibo come cultura*, Editori Laterza, Roma-Bari 2006
- A. MONTERUMISI, *Turismo e Strade del Vino*, Guardaldi, 2005
- P. Nanni, *Vinattieri fiorentini dalle taverne medievali alle moderne enoteche*, Firenze 2003.
- P. NANNI (a cura di), *Storia della vite e del vino. Toscana*, Edizioni Polistampa, Firenze 2007
- F. PAOLETTI, *L'arte di fare il vino*, ristampa anastatica dell'edizione del 1774, Firenze, 2003
- L. PARONETTO, *Il Magnifico Chianti (note per una storia del vino chianti)*, Enostampa editrice, Verona 1967
- D. PAPI, *Guida per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari tipici*, Arsia, 2006
- R. PASTORE, *Il marketing del vino e del territorio: istruzioni per l'uso*, FrancoAngeli, Milano 2006
- E. PEYNAUD, *Il gusto del vino. Il grande libro della degustazione*, Bibenda Editore, Roma 2004
- I. PISCOLLA, *Le Strade del Vino e dei sapori d'Italia*, Ci.Vin, Siena 2004
- E. ROUZET, G. SEGUIN, *Il marketing del vino. Il mercato, le strategie commerciali, la distribuzione*, Edagricole, Bologna 2006
- A. SANTINI, *Chianti, amore mio. Storie, personaggi e avventure del famoso vino e della sua terra*, Franco Muzzio Editore, Padova 1995
- A. SASSU, S. LODDE, *Tradizione e innovazione nel settore vinicolo in Sardegna*, Crenos, 2003
- C. SORRENTINO (a cura di), *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Carocci Editore, Roma 2005
- G. TACHIS, *Archestrato di Gela e i comandamenti della buona tavola (intorno ai suoi tempi)*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, 16 Maggio 2001
- G. TACHIS, *Considerazioni sul passato, presente e futuro della viticoltura*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, 13 Marzo 1999

- G. TACHIS, *I vini delle piccole isole del Mediterraneo*, Regione Toscana – Dipartimento dello Sviluppo Economico, 2003
- G. TACHIS, *Il Vin Santo in Toscana*, Ci.Vin, Siena 2003
- G. TACHIS., *Italia: il legno e il vino dalla botte alla barrique*, Regione Toscana – Direzione Generale Sviluppo Economico, Settembre 2006
- G. TACHIS., *La nostalgia di sapori e profumi nel mondo contadino*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, Maggio 2007
- G. TACHIS, *La socialità delle piante*, Università di Pisa – Facoltà di Agraria, 5 Maggio 2005
- G. TACHIS, *La vite e il vino dalle origini ai nostri giorni*, Regione Toscana – Dipartimento dello Sviluppo Economico, 2000
- G. TACHIS, *L'immagine del vino nell'antichità*, 1 Giugno 1990
- G. TACHIS, *Nel vino, il mito. La sacralità del vino e i suoi rapporti con Dioniso*, Segesta – Teatro greco, 28 Agosto 2002
- G. TACHIS, *Studio e articolo sui vigneti in Toscana*, San Casciano Val di Pesa, 4 Aprile 1979
- T. UNWIN, *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Donzelli Editore, Roma, 1993
- B. VECCHI (a cura di), *Zygmunt Bauman, Intervista sull'identità*, Laterza, Roma-Bari 2005
- M. ZATTINI (a cura di), *L'ebbrezza di Noè. Sedici artisti per San Gimignano*, Il Vicolo, San Gimignano 2003

Riviste e quotidiani

Bibenda	Italia Oggi
Civiltà del Bere	L'Unità
Corriere della Sera	La Nazione
Decanter	La Repubblica
Divine	La Stampa
Euposia	Panorama
Gola Gioconda	SardiNews
Harpers	Slowine
Il Corriere Vinicolo	Terrà
Il Giornale	The International Wine Review
Il Messaggero	The New York Times
Il Mio Vino	Veronelli
Il Mondo	Vie del Gusto
Il Sole 24 Ore	Vinum
Il Sommelier Italiano	Vite Vino e Qualità
Il Tirreno	Wine Spectator

Sitografia

www.acquabuona.it
www.assoenologi.it
www.cantinadisantadi.it
www.chianticlassico.com
www.enopress.it
www.enotime.it
www.ismea.it
www.sardinews.it
www.siciliaonline.it
www.teatronaturale.it
www.tigulliovino.it
www.toscanapromozione.it
www.unioncamere.it
www.verdeuropa.it
www.veronelli.com
www.viedelgusto.net
www.vinitaly.com
www.vinoinrete.it
www.winecountry.it
www.winenews.it
www.winereport.com