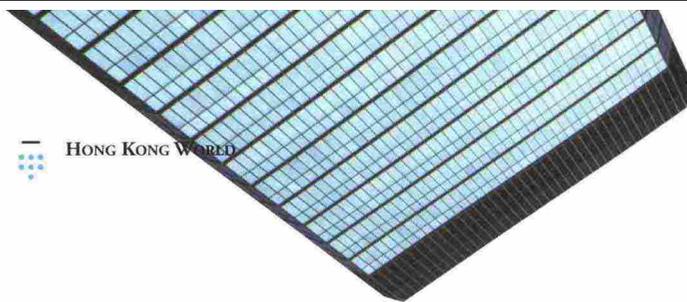


BIBENDA 49 DUEMILAQUATTORDICI



HONG KONG WORLD



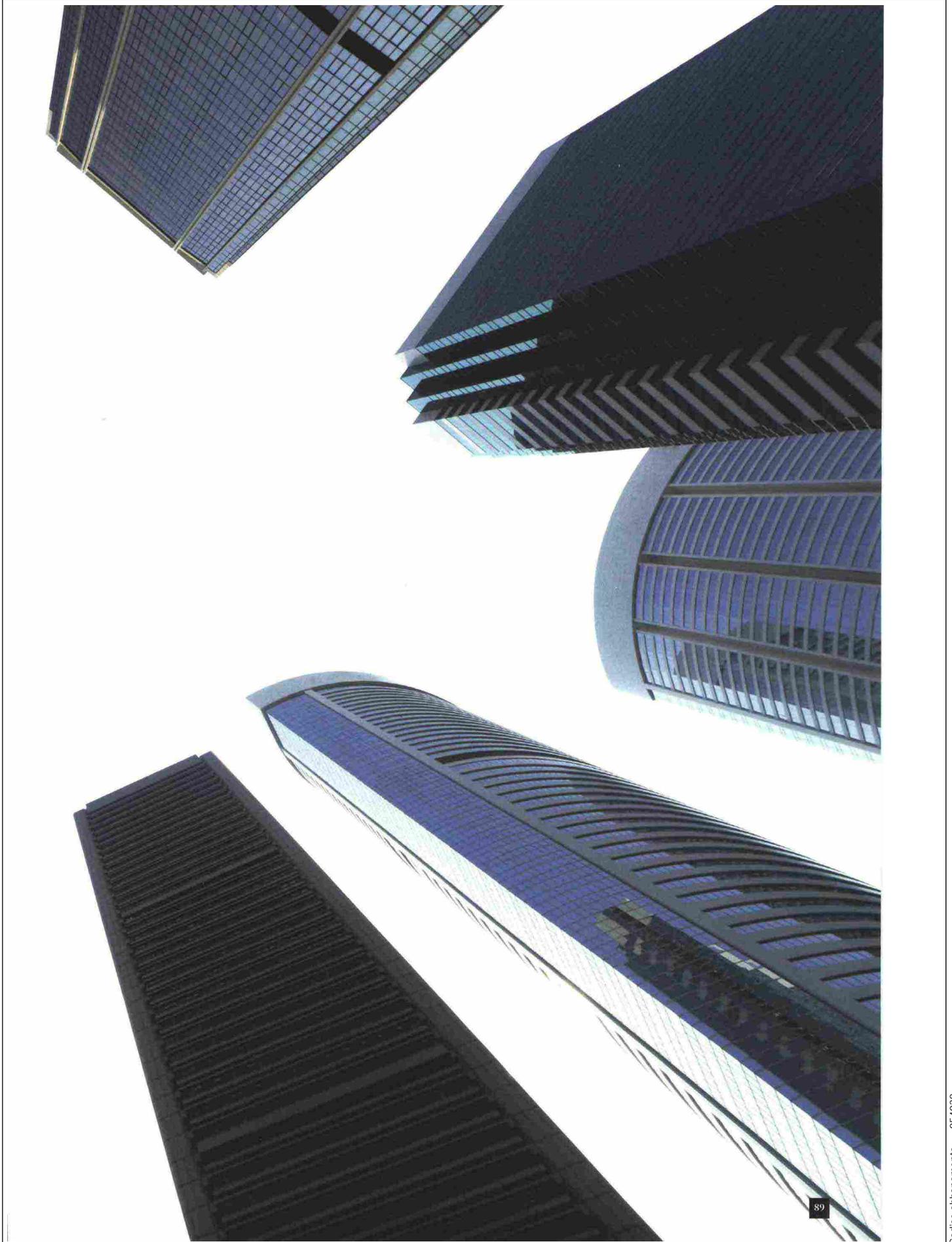
# HONG KONG, WORLD

G I O V A N N I A S C I O N E

PER MOLTI È LA NUOVA CAPITALE MONDIALE, PER ALTRI È SOLO UNA DECISIVA VALVOLA DI SFOGO DELLE RICCHEZZE DELL'ESTREMO ORIENTE, DI CERTO È UNO DEI LUOGHI DEL VINO PIÙ IMPORTANTI DEL PIANETA. DOVE LE TENDENZE DIVENTANO LEGGI DI MERCATO E DOVE LE GRANDI ETICHETTE TROVANO IL PALCOSCENICO PIÙ PRESTIGIOSO. BIBENDA È ANDATA A CARPIRNE GLI UMORI E A TESTIMONIARE LO STATO DI SALUTE DEL VINO ITALIANO.

La luce di Hong Kong è diversa. Sembra non ci sia, sembra che la condizione naturale sia il buio, che il giorno sia fatto per nascondersi, per tramare, arricchirsi, correre, pensare velocemente, sembra che la vita sia nascosta dalla fretta, sembra. Invece la luce è solo diversa, a volte soffusa, a volte intermittente, sempre artificiale, ma è forte, ed è in grado di ribaltare i valori, di rendere la notte protagonista ed il sole un breve intermezzo. Ad Hong Kong si lavora tanto, di giorno si produce ricchezza come in nessuna altra parte del mondo, si compiono imprese impossibili, ma mai senza scopo. Ad Hong Kong la qualità della vita è un must, la voglia di crescere è strettamente legata a quella di godersi le posizioni acquisite. È un non-luogo con la personalità fortissima, con un'identità ed una cultura monolitiche, in grado di contagiare, o di corrompere, chiunque si azzardi a restarci oltre uno stop-over aeroportuale. Ed in questo posto, in questa piazza virtuale, si scambia di tutto, si muovono ricchezze inimmaginabili, si concentra tutta l'energia affaristica del mondo orientale e di una parte importante di quello occidentale, con una serie di status-symbol ben precisi, in vetta ai quali vi sono il cibo ed il vino. Perché quello che è accaduto negli ultimi dieci anni, ed in particolare negli ultimi cinque, è impressionante, conducendo questo antico porto di commerci





BIBENDA 49 DUEMILAQUATTORDICI



HONG KONG WORLD

a divenirne il primo riferimento mondiale, senza se e senza ma. Un luogo in cui le grandi cucine ed i loro interpreti più importanti non vanno solo a fare passerella ed a rimpinguare il loro conto in banca, ma dove vanno a giocare una competizione vera, dove si impegnano sul serio, dove giocano ed osano, sapendo che la critica più importante non è quella che utilizza l'inchiostro, ma quella che porge e riporge bande magnetiche da passare. E dove i vini cercano il loro raggio di luce, di luce fredda, ma in grado di illuminarne il cammino più di tante altre cose.

#### L'OMBRA DELLA REGINA

Dal 1840, nel corso della Prima Guerra dell'Oppio, al primo luglio 1997, Hong Kong è stata britannica. I segni sono ancora evidentissimi, tanto in alcuni tratti di architettura coloniale che ancora caratterizzano alcune strade cittadine, quanto nella guida a destra ed in mille altre abitudini. Sembrava che questo secolo e mezzo dovesse essere cancellato in un attimo, che la furia dominante del comunismo di stato avrebbe fatto un sol boccone di questo piccolo pezzo di terra abitato da soli sette milioni di abitanti, invece la Cina sta sfruttando ed imparando. Dal punto di vista politico questi mille chilometri quadrati sono una mosca bianca, con uno statuto speciale che conferisce piena autonomia ai governanti locali, tranne che per la politica estera e quella militare. La moneta, il dollaro di Hong Kong, è diversa dallo yuan cinese, così come tutte le leggi economiche e finanziarie che ne conseguono; a partire proprio dalla totale libertà d'impresa, senza che lo stato centrale cinese entri formalmente a farne parte o a condizionarne le danze. Questa situazione dovrà durare mezzo secolo, fino al 2047, in tempo per vedere scenari mondiali e regionali del tutto diversi. Con la certezza che, semmai si dovesse decidere oggi, la quasi totalità dei residenti sceglierebbe di restare ancorati al sistema britannico ed occidentale piuttosto che a quello di Pechino. Del resto, non tutti si rendono conto che è proprio quest'ultima a gestire gli equilibri attuali, a partire dal pilotaggio delle elezioni del governatore, che oggi avvengono tramite un'assemblea di 1.200 lobbisti totalmente controllati e che, solo dal 2017, avverranno con delle elezioni a suffragio universale. La celebre affermazione di Deng Xiaoping un Paese due Sistemi è dunque ancora pienamente viva, a testimonianza di una tenuta delle strategie politiche con pochissimi altri paragoni nel mondo moderno. L'handover, il grande passaggio di mano, non è stato quindi un abbandono del sistema occidentale, ma la sua sublimazione. Hong Kong è passata da uno stato di lontano clone di Londra a suo modello di riferimento, da sua colonia a suo concorrente, con regole del gioco ancora più scaltre e meno rispettose di quell'etica d'affari che, almeno sulla carta, da noi in Europa ancora vige. Per il vino, però, il 1997 non è stata una data particolarmente significativa, perché per almeno altri sette anni le cose sono cambiate poco. Persistevano dei pesanti dazi di importazione, che quasi raddoppiavano il costo iniziale del prodotto, né vi era ancora una spinta culturale a cambiare le cose;



90



come se nella scala di Maslow del paese dovessero prima essere messe apposto le infrastrutture economiche e sociali più importanti, per poi passare a godersi anche la vita. E così, passata la tempesta della SARS, che aveva visto un repentino tracollo di viaggi e scambi di merci tra occidente ed estremo oriente, le data dell'handover enoico è stata il 2007, con il dimezzamento delle tasse di importazione sul vino, seguito l'anno successivo dalla loro totale cancellazione. Intanto, la pentola già stava bollendo da qualche tempo e tutti non vedevano l'ora di darsi alla pazza gioia, smettendo di trovare escamotage per importazioni parallele, come ad esempio attraverso la più aperta Macao. L'inesistenza del requisito della licenza di importazione, quella che ad esempio limita moltissimo gli acquisti di alcuni paesi liberisti come quelli del nord America, ha fatto il resto ed ha permesso a tutti, praticamente a chiunque, di mettere in piedi una fervida attività di importazione di vini. Le danze si sono aperte.

#### MAO E PARKER

Hong Kong è Cina, ma non è la Cina. Qui il vino è sempre stato di casa, qui i Premier Cru di Bordeaux hanno storicamente raccolto

soldi dalle casse di legno da esportazione molto più spesso che in tutto il resto del continente asiatico, qui i circoli ufficiali della Corona e le magioni nobiliari hanno sempre avuto piena confidenza con la più alta qualità della vita occidentale. Per questo, non si può certo dire che l'ultimo decennio abbia costituito una rivoluzione inaspettata, semmai il semplice coronamento di un percorso già scritto. Quello che, però, ha sconvolto gli equilibri del nostro settore, è il grande interesse che il vino ha cominciato a riscuotere anche nella Cina continentale, tanto a Pechino e Shanghai, quanto nelle decine di metropoli anonime e milionarie di anime, in cui i ricchi ed ignoti funzionari di partito trovano ben pochi altri appigli, oltre al vino, per mostrare tutto il loro status di multimilionari al riparo delle mura domestiche e dei separé dei ristoranti costosi. Ecco perché quest'ultima, status, è divenuta la parola chiave per capire il sistema. Ed ecco perché la facilità e la rapidità del commercio del vino sono diventate direttamente proporzionali all'appel mediatico dell'etichetta in questione. Nella Cina continentale si vendono solo due tipi di vini, quelli che costano molto poco e che riescono così ad integrarsi al crescente fiume di produzione nazionale, e quelli che co-



stano tantissimo e che possono passare per vini rari e da veri ricchi. Ancor meglio se si tratta di annate più vecchie, quasi in maniera indipendente dalla qualità intrinseca della bottiglia; l'importante è che si venda la rarità. Tornano utilissimi i punteggi di Wine Spectator e, soprattutto, di Parker e della sua squadra, che hanno avuto l'ottima idea di prendere armi e bagagli, riorganizzare i ranghi in maniera più consona ai nuovi obiettivi



commerciali e spostarsi con il quartier generale, dal 2012, a Singapore. Il tutto, non prima di aver ceduto il controllo della casa editrice ad investitori asiatici e la sua guida operativa a Lisa Perrotti-Brown, di base proprio in estremo oriente. Lo scenario della Cina continentale, quindi, rischia di diventare ben presto incomprensibile ad ogni analista, quindi decisamente rischioso. Le correnti sono infatti molto agitate e, difficilmente, le attuali barriere all'entrata saranno abbattute. Oggi vigono ancora le licenze di importazione e la burocrazia resta a livelli record, con dazi all'ingresso ancora decisamente articolati e sempre molto significativi. Lo stato sta puntando fortemente sulla produzione interna; oggi la Cina produce con ritmi di crescita esponenziali, consumando già più vino rosso di ogni altro paese al mondo, Francia, Italia e Stati Uniti inclusi. Distretti vinicoli stanno nascendo come funghi, con una pianificazione a noi ignota, pianificazione che è giunta, nel distretto interno di Ningsia, a mettere in piedi una classificazione identica a quella bordolese del 1855. Nel corso di otto anni si giungerà ad avere i cinque ranghi di cru, con la recente individuazione dei primi dieci produttori, sui cento totali del distretto, che hanno avuto il rango di quinto-cru; poi, ogni biennio, ne verranno promossi alcuni e si rivedrà l'intera classificazione, fino ad avere, nel 2021, anche i primi premier cru. Forse ci viene da sorridere, forse è il senso dello scandalo a prevalere, ma di certo l'immenso mercato cinese continentale sarà sempre più sensibile a questa produzione interna; e, se non dovesse esserlo spontaneamente, ci penserà il governo ad indirizzare in qualche modo le cose. Ma tutto questo è Mainland, non Hong Kong.

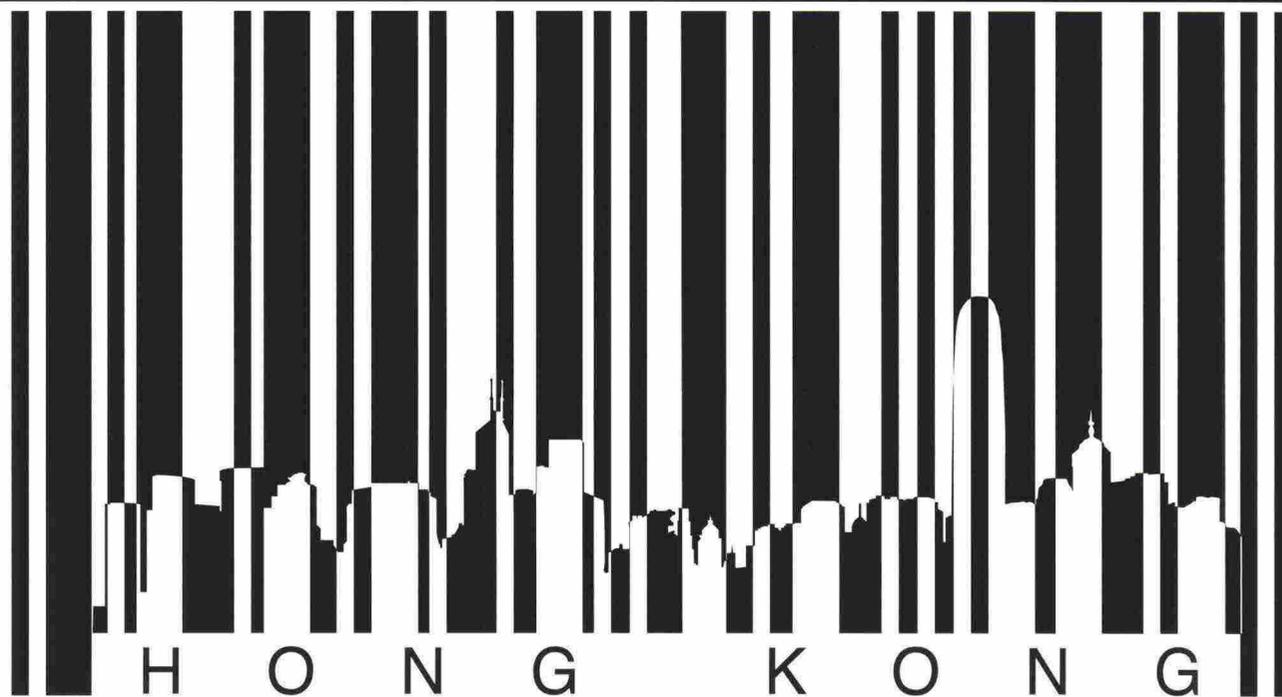
## AGGIUDICATO

Di certo il clima non aiuta a produrre vini, con estati dalle umidità pazzesche e stagioni delle piogge che potrebbero distruggere facilmente tutto; inoltre, sono i terreni a mancare, mettendo per ora il sistema al sicuro da ogni tentazione di piantare vigna. Resta quindi il vino fatto altrove, con un alone di snobismo british, misto a reale com-

petenza diffusa, che non fa ancora vedere di buon occhio le operazioni di produzione di massa in corso presso i connazionali del nord. Per capire come vanno le cose, si devono subito distinguere due mercati ben diversi tra loro, per protagonisti e regole del gioco. Da un lato vi è il commercio di vino orientato ai consumer, cioè alla clientela che beve il vino ad Hong Kong, dall'altro il mondo delle aste. Quest'ultimo sta vedendo arrivare una quantità infinita di bottiglie di varia dimensione, non di rado in grandi formati, da tutto il mondo. È l'arena competitiva delle grandi case d'asta, Christie's e Sotheby's, con le loro prestigiose sezioni specializzate nel vino, oppure di Ackel-Merral-Condit e Zachys, che fanno questo come mestiere principale. Le quotazioni medie dei vini d'asta, ma anche i prezzi fissati sulla place bordelaise, sono decisi qui: da residenti, ma soprattutto da miliardari e fondi di investimento provenienti sia dall'estremo oriente sia dallo stesso occidente. Sappiamo bene che una grande bottiglia di vino, prima di essere aperta, ha ormai fatto tanti chilometri, spesso più volte il giro del mondo; ebbene, tanto la velocità quanto la frequenza di viaggio hanno raggiunto livelli inimmaginabili, con Hong Kong sempre hub principale. Basti pensare che, nella graduatoria dei paesi da cui si importa, la Svizzera e la Gran Bretagna sono sempre state ai primissimi posti nelle statistiche ufficiali degli ultimi anni. La prima ha addirittura scalzato, a volte, la seconda dal posto d'onore, dopo la Francia. E, ovviamente, questo immenso volume d'affari, alcune centinaia di milioni di dollari, non ha riguardato certo le bollicine del Kent o i bianchi del Vallese, ma solo migliaia e migliaia di rarissimi flaconi di vino transalpino, provenienti dai più

nascosti caveau della vecchia Europa. Spesso, poi, queste bottiglie riprendono la strada di casa proprio perché comprate da hedge-fund dedicati ai vini rari, rimandando sine-die il loro consumo. Questo sistema non poteva non alimentare mercati paralleli non del tutto leciti. Senza contare i furti ed altre pratiche criminali, un altro fenomeno che si è sviluppato di pari passo con il mercato di vini rari è quello dei falsi. Ovviamente, nessuno ha idea della sua reale portata, così come nessuno ha interesse a capirlo. Di certo, se si facesse una rilevazione puntuale di tutte le bottiglie rare ancora chiuse e commercializzabili al mondo, queste supererebbero di parecchie volte la loro produzione all'origine. Il fenomeno è deflagrato, salvo poi di nuovo rientrare mediaticamente, con la scoperta degli imbrogli del famoso miliardario americano di origine indonesiana Rudy Kurniawan. Era un mito, giovane, colto, espertissimo, intervistatissimo, eppure si è scoperto che passava il tempo chiuso in casa a stamparsi etichette di Petrus e Romanée-Conti, fino a quando ha davvero esagerato mettendo in commercio bottiglie mai prodotte, ad esempio dei Clos St. Denis di Ponsot tra 1945 e il 1971 (ma il vino viene

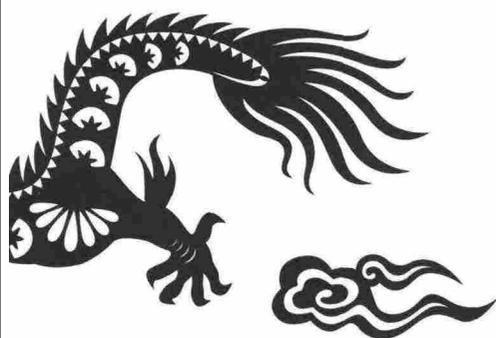
prodotto solo dal 1982) oppure dei Bonnes Mares di Roumier del 1923 (mai prodotti prima del 1924). Senza voler entrare troppo nel dettaglio, resta la certezza che molte bottiglie rare in circolazione sono semplicemente false, con spesso al loro interno vini di buon livello, ma falsi. La paura è quindi entrata nel sistema, con gli uffici stampa e i media che hanno cominciato a gettare acqua sul fuoco e con un sistema che sembra tenere, pur con una spinta esplosiva che sta progressivamente rallentando e cambiando i punti di riferimento. La monoliticità di Bordeaux, infatti, si è ormai incrinata. I parossismi dei Lafite 2008, con stilemi che ammiccavano alla Cina, sembrano già lontani, ora il faro è puntato sulla Borgogna dei rossi, sul suo mosaico di cru, con un'apertura alla complessità che comincia a dare le prime, significative avvisaglie di avvicinamento alle produzioni italiane. Se le nostre bandiere hanno tenuto bene il campo e l'onore, con il Masseto in primis, forse potrebbe cominciare a toccare ben presto alle Langhe, con le migliori annate di Conterno e Giacosa a veder schizzare verso l'alto quotazioni e domanda, finendo per azzeccare il già contratto panorama di grandi vini alla portata degli umani.





## SUONA LA MARSIGLIESE

Tutto diverso è il mercato di consumo, che pure vede livelli assoluti molto alti, per quanto con statistiche ufficiali che non riescono a distinguerlo da quello dei vini rari battuti nelle aste. Chi domina è ovviamente la Francia, presente in forze già ben prima dell'handover e sempre più attenta all'estremo oriente, sia a livello di singoli produttori, che in maniera aggregata. Stabilmente, sue sono ben sei bottiglie su dieci, contro meno di una per l'Italia. A casa si beve molto meno vino, rispetto alle nostre abitudini, ed i privati acquistano soprattutto per momenti conviviali, più che per un consumo quotidiano. Del resto, non aiutano i ritmi di vita forsennati e la voglia di alternare con uscite al ristorante i pranzi veloci da ufficio che distruggono gli apparati epatici e digerenti della maggior parte dei lavoratori qualificati di Hong Kong. Il tiro, rispetto ai vini rari, è decisamente diverso. Il Nuovo Mondo si prende la rivincita e fa pesare decisamente il fattore casalingo, con i vini australiani e neozelandesi ancora in grande spolvero. Infatti, se il fenomeno aussie ha avuto una brusca inversione di tendenza a livello planetario, in particolare con un netto arretramento delle posizioni in nord America, qui è considerato quasi come un vino domestico, con un'elevata conoscenza specifica delle sue regioni e quindi anche con una notevole apertura nei confronti dei tanti piccoli produttori che ne stanno guidando la riscossa. Il vino australiano, ancor più di quello della Nuova Zelanda, oggi vede una vera e propria esplosione, soprattutto mediatica, di aziende di taglia piccola o piccolissima, con un'impronta decisamente artigianale e nulla delle famose economie di scala che hanno segnato il successo di inizio secolo (e che ancora, purtroppo, sembrano ispirare le politiche dei burocrati dell'agricoltura comunitaria). Per questo, Hong Kong è davvero una bella arena competitiva, ma tra il difficile e l'impossibile per la produzione in piccola scala. Un luogo dove solo in parte possono essere giocate le carte dell'originalità e dell'artigianalità, un luogo ben diverso da New York, dove sono invece le chicche italiane ad essere particolarmente ricercate. Il grosso del mercato continua ad essere guidato dai vitigni, con carte dei vini dominate da paginate di Cabernet Sauvignon, Merlot e Chardonnay, ma anche sempre più di Syrah, Riesling e Pinot Nero. In queste carte il pianeta diventa veramente piccolo e si trovano fianco a fianco vini del Beaujolais, dell'Oregon, dell'Alto Adige, della Central Otago, della McLaren Vale o di Costantia. Il vino ha un consumo poco religioso, veloce, con una percentuale altissima di servizio al bicchiere e tutto il potere nelle mani di chi predispone l'offerta. Ad Hong Kong, il sommelier o il wine director sono persone importanti, influenti e corteggiate, unica porta d'accesso al successo di un'etichetta. Sono loro che decidono, e lo fanno fondamentalmente sul principio della capacità di portare reddito; mai perdere tempo prezioso, bisogna proporre quello che si vende subito, che è facile da capire e che regala alte soddisfazioni all'acquirente. Parte di queste, del resto, continuano a venire dalla rassicurazione data da una certa critica, ovviamente quella anglosassone, con ancora carte che espongono accanto al prezzo i punteggi in centesimi,





cosa ormai divenuta quasi rara negli Stati Uniti. Ed i vini che rispondono meglio a queste esigenze sono ancora quelli varietali, delle solite varietà, solo parzialmente incrociati con la nazione di provenienza. Poco spazio per i Timorasso, i Refosco, i Pignoletto, i Cesanese, i Piedirosso o i Perricone, poco spazio per storie complicate, poco spazio per le eccezioni, dove l'unica regola resta la pura legge del mercato e dove decenni di lavoro hanno portato le regioni francesi ad essere infinitamente più note ed identificate rispetto a quelle italiane, Chianti, Brunello e Barolo inclusi. Certo, il vento sta progressivamente cambiando e la proliferazione di piccoli e aggressivi importatori interessati a fare affari con i nostri vini sta aumentando, ma la strada è lunga ed il gap non automaticamente destinato a colmarsi. Basti come esempio la semplice rilevazione empirica dell'affluenza all'ultimo VinExpo di Hong Kong. Nel primo giorno, riservato agli operatori, la sezione italiana e francese si equivalevano, quanto a dimensioni e affluenza; nel secondo e terzo giorno, quando i cancelli erano aperti anche al pubblico, gli stand francesi avevano almeno il triplo di avventori. Di sicuro chi si trova in una fase magica è la Spagna, che sta arrivando in massa, ap-

profittando di un ruolo di outsider ed andando a cavalcare la continua e crescente voglia di novità. I suoi vini vengono vissuti come meno difficili dei nostri e decisamente più accessibili dal punto di vista economico. Restano la scarsa confidenza con le regioni e l'assenza di attrattività del vitigno, ma c'è il fervore dell'ultima tendenza, a tutto discapito delle opportunità delle nostre regioni minori.

#### IL VELLUTO È ANCORA DI MODA

Non si può dire che la fortissima tendenza mondiale verso alimenti maggiormente naturali veda Hong Kong in prima fila. Ci sono segnali, qualcuno anche di una certa significatività, ma si tratta di dati di estrema nicchia, commercialmente e culturalmente non dominanti. Se a Sidney o New York si discute diffusamente delle teorie e degli interventi dei coniugi Bourguignon e ci sono locali ed esperti che conoscono il mondo del vino naturale alla perfezione, qui si resta sui cosiddetti valori sicuri. Le fughe in avanti si fanno sulla finanza, non sulle abitudini di consumo. I marchi dominanti della moda sono rigorosamente parigini e milanesi, ed il vino rispecchia le gerarchie conclamate, privilegiando anche stili primordiali, rispetto



alle sfumature che noi siamo in grado di cogliere e che cerchiamo incessantemente. Le acidità continuano a essere un freno, i tannini pure, mentre la vaniglia e il frutto scuro non fanno ancora scandalizzare. Il vino ad Hong Kong è status e lo status è rassicurazione, assenza di rischio. Ecco perché i nostri mille autoctoni vedono campo fertile nelle capitali occidentali, ma molto meno da queste parti. Ecco perché alcuni evergreen della fine degli anni Novanta qui trovano ancora il pieno delle luci della ribalta. Sembra di guardare un album di qualche anno fa, ma i colori non sono ingialliti, tutto è vivissimo e le polemiche stanno a zero. *Conta, vince e domina chi vende, il resto no.*

#### I POSTI GIUSTI

Ad Hong Kong ci sono cinque ristorante tristellati. Di questi, solo uno è italiano, l'8½ Bombana, a Central; si uniscono alla compagnia delle stelle altri locali della nostra cucina, il Milione, L'Altro ed il Tosca, oppure cucine di gran livello prossime al riconoscimento, come il Messina o l'Isola. Tutto sommato una percentuale decisamente bassa rispetto agli oltre 700 ristoranti italiani, soprattutto se si considera il rapporto esistente per la cucina francese, che vede alcuni chef di grande rilievo aver eletto qui il quartier generale mondiale, Robuchon in testa. Certo, i ristoranti top di alberghi di lusso come Conrad, Hyatt e Shangri-La sono italiani, ma la qualità media, espressa in dollari, della cucina transalpina resta più alta. La cucina spagnola cavalca un'onda di popolarità, ma resta ancora molto indietro, per numero di locali e popolarità complessiva. La vetrina costituita dai ristoranti è di rilevanza assoluta. Entrare nelle carte è difficilissimo, ma quando ci si riesce i risultati sono di elevato spessore strategico, ben oltre la cifra d'affari sviluppata direttamente. A Hong Kong passano ogni anno oltre 55 milioni di presenze esterne, per affari o puro turismo. I suoi ristoranti sono meta stessa di turismo da parte della Cina continentale e di altri paesi del Far East. Inoltre, i Sommelier e i Food and Beverage Manager sono ricercati in tutto il mondo e, facilmente, dopo pochi anni di esperienza, vanno in altre strutture di lusso di altri paesi al doppio dello stipendio. La cultura di Hong Kong è dominante e trascina direttamente o indirettamente quella di Singapore, della Corea del Sud, del Vietnam, e di tanti altri paesi dell'area, oltre che quella della stessa Cina continentale. Le carte dei vini sono fatte per produrre reddito, non per impressionare con la loro profondità, quindi è difficile vedere tomi da enciclopedia. Se il cibo costa relativamente poco, con ristoranti top a prezzi mediamente inferiori a quelli di ristoranti italiani di pari rango, il vino subisce ricarichi più importanti. A parte il peso del trasporto, che per la rapidità dei commerci spesso vede addirittura il mezzo aereo invece di quello marittimo, e a parte il ricarico di un importatore, che tende a raddoppiare o moltiplicare di una volta e mezzo il prezzo di acquisto, la percentuale di ricarico di un ristorante è normalmente fissa e vede un moltiplicatore di 3,5 (leggermente più di New York e meno della maggior parte delle piazze europee). Resta molto presente anche l'utilizzo di bottiglie portate





dalla propria cantina privata, con corkage-fee estremamente differenziati, secondo del livello del locale, ma sempre possibili e mai disincentivanti. Le enoteche hanno un ruolo decisamente minore, quasi come se la frenesia della vita di Hong Kong togliesse ogni voglia di scoprire da soli e concedersi del tempo. Nei wine-shop, comunque, il vino italiano non perde posizioni rispetto a quello francese e di altri paesi, mentre scompare quasi del tutto nei supermarket, dove a scaffale si trovano solo vini facilissimi, tanto ai livelli più bassi, quanto a quelli più alti di prezzo.

#### E ALLORA?

Tutti i produttori di vino che esportano hanno una presenza a New York, quasi tutti in California, molti in Giappone, quanti ad Hong Kong? E, soprattutto, quanti ci vanno? Tutti i grandi nomi lo fanno spesso, mettono sul tavolo le fiches più importanti e si giocano la partita del futuro fino in fondo, non foss'altro che per una sana diversificazione rispetto al maturo mercato nordamericano. Antinori,

Ornellaia, Banfi, Santa Margherita hanno tutti dei resident area manager che, da qui, seguono il mercato dell'intera regione e portano avanti con costanza il delicato lavoro di brand ambassador. E tutto ciò nella quasi assenza di iniziative di carattere pubblico che, quando ci sono, sono ancora fatte per il puro compiacimento dei partecipanti, oltre che per ritorni propagandistici in madrepatria. Missioni aperte, concrete al punto giusto, se ne vedono poche, con la conseguente enorme difficoltà per il sistema del vino italiano, soprattutto delle regioni più frastagliate nell'offerta, nel cambiare in maniera decisa il verso delle cose e guadagnare posizioni, finché ancora possibile. Hanno così crescente successo appuntamenti come quelli organizzati da James Suckling, che raggruppa ad ogni edizione sempre più aziende italiane. Si tratta delle grandi firme, degli ambasciatori, di coloro che dovrebbero abbattere le barriere e far posto a tutti, anche ai piccoli, a quegli artigiani che, colpi di fortuna a parte, forse continueranno a sentirsi a casa al Village, ma che difficilmente ci riusciranno a Wan Chai.

## I PORTABANDIERA

酒

A PARTE IL SELETTIVISSIMO MERCATO DELLE ASTE, CHE VEDE PER ORA SOPRATTUTTO LE GRANDI ANNATE DEI SUPERTUSCAN PIÙ STORICI A TENERE ALTA LA PRESENZA ITALIANA, IL MERCATO DI HONG KONG RESTA ABBASTANZA TRADIZIONALE, CON ALCUNE REGIONI MEGLIO PIAZZATE DELLE ALTRE. QUESTO DIPENDE DA MOLTI FATTORI, NON ULTIMA LA CAPACITÀ IMPRENDITORIALE DI ALCUNI PRODUTTORI, COME NEL CASO DELLA SICILIA, CHE CONTENDE A TOSCANA, VENETO E PIEMONTE I PRIMI POSTI IN QUANTO A VISIBILITÀ. LA LISTA DEI DIECI PORTABANDIERA NON SI BASA SU STATISTICHE DI VENDITA, MA SU INTERVISTE CON OPERATORI LOCALI. VUOLE TRASMETTERE LA FOTOGRAFIA DELL'ITALIA DEL VINO SU QUESTO PALCOSCENICO COSÌ IMPORTANTE E STRATEGICAMENTE DELICATO PER GLI EQUILIBRI FUTURI DEL VINO MONDIALE, MA NON È PER NIENTE ESAUSTIVA E TIENE FUORI TANTE ALTRE ETICHETTE CHE PURE HANNO SVOLTO APPIENO QUESTO RUOLO. L'INTERO LAVORO DI APPROFONDIMENTO SU HONG KONG HA AVUTO TANTI AIUTI LOCALI, UNO SU TUTTI PAOLO FASSINA, COUNTRY MANAGER CASTELLO DI BANFI PER IL FAR EAST, FINE ESPERTO DI VINI E DI MERCATO.

## → TIGNANELLO ANTINORI

I supertuscan sono in gran forma ad Hong Kong, tanto nel mercato delle aste quanto in quello quotidiano della ristorazione. Il Tignanello è considerato a tutti gli effetti un grande classico del vino italiano e vede una parte importante delle oltre trecentomila bottiglie messe in commercio ogni anno raggiungere questi lidi, incarnando non un vissuto di modernità, quanto essenzialmente di tradizione. La sua presenza in questa short-list è anche un omaggio all'immagine ed all'impegno profuso dalla famiglia Antinori nell'intero estremo oriente. Ma alferi altrettanto importanti sono vini come il Masseto, icona delle aste, il Sassicaia, l'Ornellaia, o il fratello di scuderia Solaia.

## → CHIANTI RUFINA RISERVA CASTELLO DI NIPOZZANO

Probabilmente l'etichetta che svetta maggiormente dell'intero distretto del Chianti è un proprio un Rufina, soprattutto per il grande sforzo che la famiglia Frescobaldi ha sempre dedicato a questo mercato. Una parte significativa del quasi milione e mezzo di bottiglie prodotte ogni anno viene stappata nei ristoranti di Hong Kong, al pari di tante altre etichette chiantigiane dei più grandi produttori toscani, come ad esempio Fontodi o Ricasoli. Ma l'offerta del più esteso e noto territorio toscano è anche estremamente frammentata, con una marea di etichette che si fa concorrenza a suon di promozioni di ogni tipo, pur di entrare nei servizi al bicchiere dei principali wine-bar. Inutile dire che la qualità media espressa non è delle più soddisfacenti e che, al di là dello stile di riferimento, l'immagine del Chianti non sempre ne esce al meglio.

## → BRUNELLO DI MONTALCINO BANFI

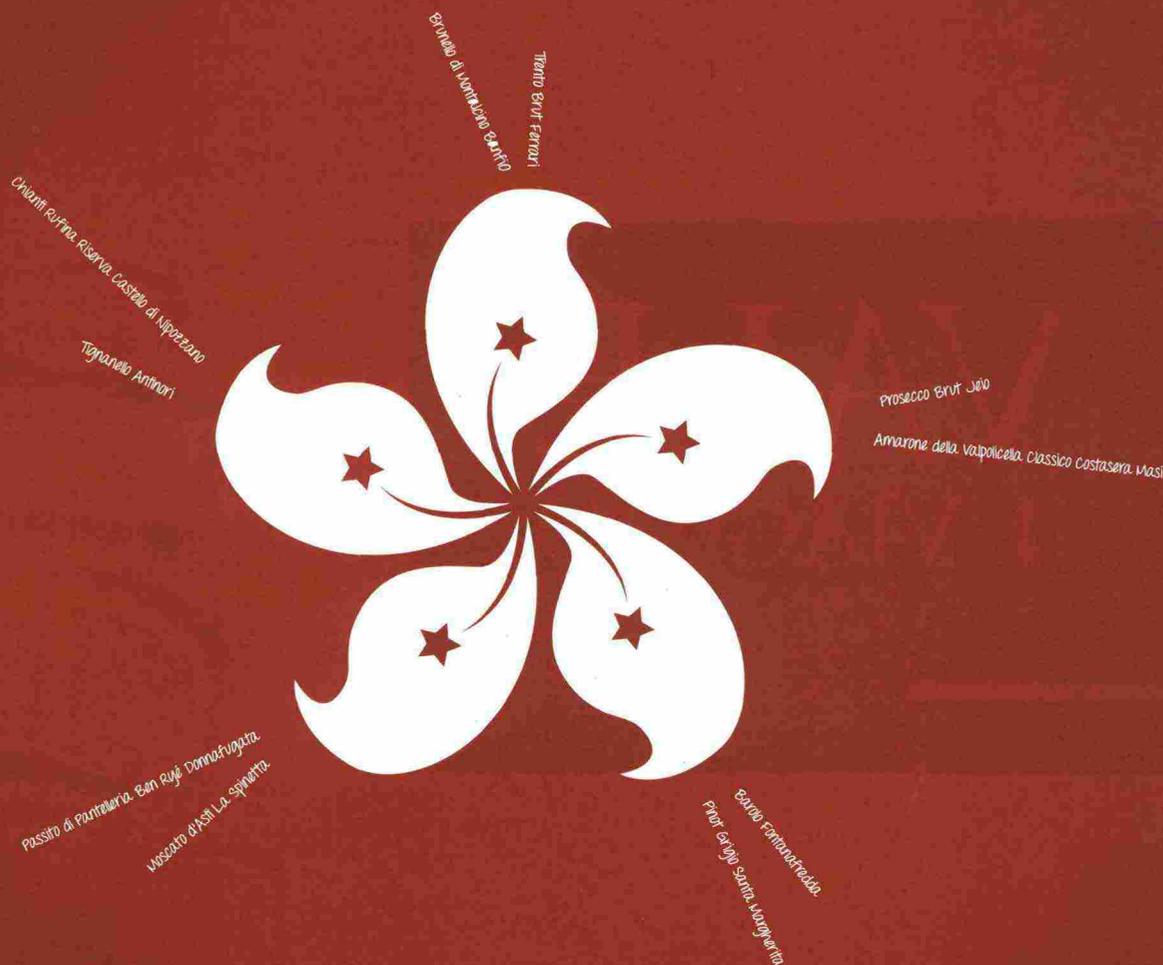
Il Brunello continua a cavalcare un'onda infinita, con una popolarità intatta ed un'immutata capacità di essere in linea con quanto vuole il mercato. Castello Banfi, all'estero, soprattutto in alcuni mercati, è sinonimo stesso della denominazione, dote che utilizza per veicolare tantissime altre etichette, toscane e non. Ricopre questo ruolo di portabandiera con altri prodotti di grandi aziende, Castelgiocondo di Frescobaldi su tutti. In grande spolvero anche i Brunello di Antinori (Pian delle Vigne), di Casanova di Neri o di Castello di Romitorio. Purtroppo, anche in questo caso, accanto a quelli dei produttori più importanti vi è una serie di vini a noi spesso del tutto sconosciuti, frutto solo di operazioni commerciali di imbottigliamento speculativo, che non fanno altro che minare la qualità media della denominazione.

## → TRENTO BRUT FERRARI

Le bollicine italiane da metodo classico non avranno il peso complessivo dello champagne, ma si difendono comunque molto bene ad Hong Kong. Il gettonatissimo Brut, insieme con la serie dei Perlé, è un must soprattutto per i locali di fascia alta. È quasi sorprendente notare come questi vini siano davvero molto amati, senza che soffrano particolari complessi di inferiorità rispetto a vini di pari stile transalpini. Del resto, è molto attiva ed in vista anche la pattuglia dei Franciacorta, che vede in testa classici come Bellavista e Ca' del Bosco, ma anche nomi come Barone Pizzini o Majolini.

## → PROSECCO BRUT JEIO BISOL

L'azienda della famiglia Bisol è uno dei marchi del vino italiano più affermati all'estero, vero portavoce dell'impressionante fenomeno Prosecco di questi ultimi anni. Forse per i livelli di prezzo, forse per lo stile decisamente meno impegnativo, forse per le mille occasioni di consumo in più rispetto alle bollicine da metodo classico, oppure forse per il solo fattore moda, fatto sta che un altro comparto che sembra inarrestabile è quello dei vini provenienti dai colli di Valdobbiadene e Conegliano. I marchi che si possono citare sono tanti, alcuni



dei quali sconosciuti nel nostro paese e fatti solo per l'export; tra quelli più in vista ad Hong Kong sono da evidenziare sicuramente anche Carpené Malvolti, Col Vitoraz e Sacchetto.

→ **AMARONE DELLA VALPOLICELLA CLASSICO COSTASERA MASI**

Il matrimonio tra lo stile dell'Amarone ed i gusti dominanti ad Hong Kong è frutto di vero amore. Su tutti, due nomi, quello dell'azienda della famiglia Boscaini e quello degli Allegrini. Due vere e proprie icone, imancabili nelle wine list dei ristoranti che contano. Trovano spazio anche tutti gli altri produttori, sia di fascia alta che più accessibili, spesso anche con altre etichette di supporto, in particolare con i Ripasso. Il più famoso è quello di Zenato, ma sono in molti a voler respirare l'aria dell'Amarone a prezzi e strutture meno impegnativi, tanto da vederne costantemente aumentata la presenza nelle carte.

→ **BAROLO FONTANAFREDDA**

I Barolo della storica azienda di Serralunga sono tra i più presenti ad Hong Kong, anche se il mercato dei vini delle Langhe è particolarmente frammentato e non vede delle leadership dominanti. Del resto, il Piemonte dei grandi rossi in questo mercato si posiziona ancora leggermente dietro la Toscana, pur con tassi di crescita di mercato e di notorietà forse più elevati. Altri nomi molto presenti sono Pio Cesare, Michele Chiarlo, Ceretto, La Spinetta, che si aggiungono ad altri grandi classici di rilevanza internazionale, come Gaja, Sandrone o Scavino. Inevitabile, poi, quando si passa al mondo dei vini rari e delle aste, aggiungere altri nomi, come Conterno o Bruno Giacosa.

→ **PINOT GRIGIO SANTA MARGHERITA**

In realtà ad Hong Kong il best seller mondiale di Santa Margherita non ha

tutta la visibilità e la leadership di cui gode in altri mercati, America del nord in primis. Ma rappresenta un ampio mondo di vini bianchi italiani che hanno un gran bel mercato e che godono di un ottimo stato di salute. Tra i Pinot Grigio, PiGi per tutti, sveltano anche quelli di Livon, Alois Lageder, Cavit, quest'ultima sempre con volumi particolarmente degni di nota. Fanno parte di questa categoria virtuale anche i Gavi ed i Soave, che vincono nettamente la sfida interna con altri importanti bianchi italiani, come i Verdicchi, le Vernacce, i Fiano ed i Greco.

→ **MOSCATO D'ASTI LA SPINETTA**

La gamma di Moscato de La Spinetta è un buon simbolo del successo e dell'apprezzamento che questo delicato vino piemontese sta meritatamente riscuotendo in tutto il mondo. Le chiavi di lettura sono tante, di sicuro la facilità di beva e la capacità di intercettare un amplissimo mercato, fatto di neofiti o di consumatori disimpegnati. In tal senso gioca l'unicità nel panorama mondiale, eppure i Moscato piacciono anche agli appassionati più impegnati, con una ricerca di abbinamenti che va ben oltre la tradizione italiana delle paste lievitate dolci e che trova nelle cucine fusion più esotiche e creative parecchi punti di appoggio e di conseguente soddisfazione.

→ **PASSITO DI PANTELLERIA BEN RYE DONNAFUGATA**

Il grande passito della famiglia Rallo è una sorta di uomo solo al comando, in grado di reggere sulle sue spalle la rappresentatività dell'intera compagine del vino siciliano e meridionale. Ad Hong Kong non mancano altri nomi del sud, ma sono soprattutto le grandi cantine siciliane a svettare, con una presenza che allinea tanto bianchi quanto rossi, con la punta di diamante rappresentata proprio dai dolci. Le altre regioni meridionali sono vive soprattutto grazie al lavoro specifico di singoli produttori, con marchi che inevitabilmente sono più forti del territorio che rappresentano.