

L'importanza di diventare classici

29/09/2014 | NESSUN COMMENTO | Scritto da Fabio Pracchia

Ogni vino ha un destino particolare che in qualche modo esula dalla sua qualità. È difficile poter prevedere quale etichetta prodotta nell'ultima decade potrà entrare nell'immaginario collettivo come simbolo qualitativo di un territorio o di un'idea produttiva.

È divertente provare ad analizzare i meccanismi che permettono a un vino di affermarsi come un classico della nostra enologia. Pensiamo a bottiglie come il Bolgheri Superiore Sassicaia per il quale è stata ritagliata su misura la denominazione di origine: vi è l'enorme qualità, siamo d'accordo, la capacità d'invecchiamento e la continuità produttiva. Ma altri vini, e mi sovviene l'eccellente San Leonardo dell'omonima azienda trentina esibiscono le medesime doti ma non riescono a collocarsi nel mito. Forse c'è bisogno di una particolare coincidenza storica o di un'affermazione perentoria in un contesto internazionale per permettere a un vino di elevarsi dalla "semplice" eccellenza a oggetto di desiderio?



Pensavo a queste cose di ritorno dalla verticale di Caiarossa della scorsa settimana, organizzata presso l'azienda alla quale erano presenti, oltre a numerosi esponenti del settore della comunicazione gastronomica, anche il proprietario Dennis Albada Jelgersma, il direttore dell'azienda Alexander Van Beek e naturalmente Dominique Genot, enologo e responsabile della produzione. L'azienda si trova a Riparbella, zona della denominazione Montescudaio e area molto interessante dal punto di vista delle potenzialità agronomiche.

La verticale riguardava in particolare il lavoro di Dominique, visto che le vendemmie presenti cominciavano dal 2006, prima annata dell'enologo francese, fino al 2011, ultima vendemmia in commercio. Caiarossa è frutto di un assemblaggio di tanti vitigni piantati a più riprese dalla proprietà. Troviamo quindi cabernet franc, merlot, sangiovese, cabernet sauvignon, petit verdot, syrah e alicante. Oggi l'estensione dell'azienda ha raggiunto i 30 ettari.

La degustazione ha rivelato la continuità qualitativa del vino prodotto. Se le prime tre annate vale a dire 2006, 2007 e 2008 hanno evidenziato una pregevole messa a punto dell'assemblaggio con il 2006, a maggioranza sangiovese, un pochino debole, mentre 2007 e 2008 davvero di bella integrità, le ultime tre hanno sbalordito con la grazia e l'energia dei fuoriclasse. Il punto è che a mio giudizio Caiarossa è una delle migliori bottiglie che potete assaggiare sulla costa toscana. Il suo spiccato carattere mediterraneo, dai profumi di macchia e sensazioni balsamiche-iodate, la sua densità materica mai in debito di spinta ed eleganza, lo collocano tra i migliori esempi per capire le potenzialità di questa parte di Toscana.

Diventerà un classico Caiarossa? In questo momento mi pare un vino dalla traiettoria qualitativa eccelsa ma che non abbia ancora sfondato nella consapevolezza del pubblico appassionato. Sarà interessante seguirne il percorso dato che da parte di buona parte della critica, compresi noi di Slow Wine, gode di grande considerazione.



A margine i consigli per gli acquisti. Nel 2009 sono state prodotte da syrah e alicante meno di un migliaio di magnum di un vino chiamato Essenzia. Dominique aveva individuato delle barrique particolarmente buone e le ha isolate dal resto della massa destinata al Caiarossa. Il risultato è strepitoso e vale la pena mettersi alla caccia di questo vino.