

CHAMPAGNE JACQUESSON

Maison d'eccezione

Il raro caso dell'incontro tra classe, stile ed espressione del territorio nel *négoce*

di Samuel Cogliati

Da due secoli, lo champagne vive di due anime: le grandi *maison* e i piccoli *vignerons*. Le aziende eredi della tradizione aristocratico-borghese o, più spesso, i grandi gruppi economici hanno bisogno di uva per produrre il vino. Moët & Chandon, ad esempio, supera 25 milioni di bottiglie l'anno. Dall'altra parte, 15mila viticoltori proprietari del 90 per cento dei vigneti hanno bisogno di vendere l'uva.

Questo sistema complementare funziona con qualche tensione e rivendicazione periodiche da una parte e dall'altra. Nell'inverno del 1911 servì addirittura l'esercito per sedare una rivolta vignaiola, ben motivata ma violenta.

Si è sempre sostenuto che solo le grandi case potessero fare grandi champagne, forti del *savoir faire* ma soprattutto delle loro abbondanti forniture di uve di territori, annate e tipo diversi. Alcuni piccoli produttori – contadini e artigiani – hanno invece dimostrato che lo champagne può esprimere come o meglio di qualunque altro vino la specificità di una piccola zona (i francesi la chiamano *terroir*), del vitigno e dell'annata.

Tra gli appassionati e i commercianti è cresciuto l'interesse per questi vini artigianali, spesso più espressivi e più autentici degli champagne standardizzati della grande distribuzione. Un fenomeno che ha però anche generato un business: a fianco di centinaia di ottimi *récoltant manipulateur* (la legge definisce così questi produttori, riconoscibili dalla sigla RM in etichetta), si trova anche prodotti mediocri che cavalcano l'onda della moda.



© Champagne Jacquesson

Sovranità finita per le grandi case? Niente affatto: se da un lato proprio loro iniziano ad avvertire un consistente calo di vendite (che sinora aveva risparmiato lo champagne), dall'altro occupano comparti crescenti del settore del lusso con strategie e prodotti ben studiati.

Anche le *maison* hanno però le loro eccezioni. Alcune hanno infatti capito che il futuro dello champagne dovrà includere prodotti vicini alla terra, almeno per una nicchia di mercato, e non solo vini agroindustriali di largo consumo.

Maison d'eccezione, di S. Cogliati

Tra di esse spicca Jacquesson, *maison* fondata nel 1798 e tra le prime a lavorare in vigna e in cantina con un'accuratezza tutta artigianale.

Per quanto "piccola" (350mila bottiglie prodotte ogni anno), Jacquesson rimane tuttavia una *maison*, perché acquista da altri viticoltori un quarto delle uve che trasforma. Ed è questo che la rende una mosca bianca nel panorama dello champagne, i cui *négociant* hanno a cuore soprattutto la creazione di un gusto riconoscibile, che fidelizzi il cliente. Come si crea, invece, uno champagne le cui priorità siano originalità, naturalezza, espressione del terroir?



© Champagne Jacquesson

Da vent'anni – e ancora meglio dal 2000 – i fratelli Laurent e Jean-Hervé Chiquet hanno iniziato a prendere le distanze dalle pratiche agricole nocive (fitofarmaci, concimi chimici, diserbanti...) e dall'enologia più artefatta, così diffuse in Champagne. Definiscono "tradizionalista e meticoloso" il proprio lavoro, nell'accezione più nobile di un termine spesso usato a sproposito. Per Jacquesson, la *tradizione* significa arare i suoli due volte l'anno, non usare diserbante né concimi inorganici, ridurre la produzione, privilegiare le vecchie viti. Queste pratiche limitano l'impiego di fungicidi e aiutano la produzione di uve sane e mature, obiettivo per nulla scontato nella regione viticola più settentrionale del mondo. L'azienda ha anche scelto di coltivare in agricoltura biologica 5 dei suoi 31 ettari; l'anno prossimo altri 3 saranno convertiti al bio «e questa superficie crescerà senz'altro in futuro – assicura Jean-Hervé – anche se è molto più difficile fare bio in Champagne che nella valle del Rodano o in Linguadoca», dove il clima è clemente.

Jacquesson sceglie inoltre con cura i propri fornitori, non esita ad abbandonare quelli che ritiene inadeguati e pressa direttamente con i propri torchi solo uve intere (scelta essenziale per valutare la reale qualità dei mosti).



Dal 2002, la "linea base" della casa divennero le etichette denominate "700", frutto di pochi vigneti ben identificati e basate su una singola vendemmia cui si aggiunge poco vino di altre annate. «Questa prima tappa, senz'altro la più importante – spiega Jean-Hervé –, ci permise di abbandonare il concetto di un *brut sans année* classico [spumante che prevede il taglio di molti vini, ndr], a favore di una cuvée ben identificata, numerata e datata, la cui unica esigenza è di essere il miglior assemblaggio possibile, non di imitare l'assemblaggio venduto l'anno precedente». Una piccola

rivoluzione, in Champagne, dove la continuità stilistica – quasi la serialità dei vini – è fondamentale.

La strategia Jacquesson sta andando oltre. Dal 2011, anche gli champagne millesimati (cioè frutto di una sola vendemmia) scompariranno dalla gamma. Al loro posto, ci saranno quattro prodotti fatti con sole uve di altrettanti vigneti ben delimitati, ad Avize, Dizy e Ay, tra i migliori comuni viticoli della regione. Una scelta che porta i fratelli Chiquet ancor più nella direzione di un vino “di *terroir*”, espressione cioè del suo luogo di nascita, che dovrebbe essere il presupposto di ogni vino a denominazione d'origine.

Per produrre un grande vino, il lavoro nel vigneto è insostituibile, ma occorre molta cura anche in cantina. L'inizio di una vinificazione di qualità è la pressatura delle uve intere con macchine verticali, che estraggono un succo più fine e limpido. La bontà del mosto consente di evitare successivi trattamenti fisico-chimici. I vini fermentano soprattutto in botti grandi, dove subiscono un delicato scambio di ossigeno, ma senza assorbire il gusto di legno. In queste botti, si conserva le fecce dei lieviti, smuovendole di tanto in tanto (*bâtonnage*) per ottenere vini più complessi e usare meno solfiti (agenti protettivi tossici molto diffusi in enologia).



© Champagne Jacquesson

I vini Jacquesson

Quando si parla di champagne, il pensiero corre immediatamente al tappo che salta, alle bollicine, a stravaganti calici (le *flûte*), ai brindisi. Ma quelli di Jacquesson sono champagne che appartengono indiscutibilmente alla famiglia del vino, sono *vini di Champagne*.

Il rispetto del vigneto, una vinificazione accurata e più naturale possibile, una produzione limitata danno vita ad alcuni degli spumanti più eleganti e complessi in circolazione.

A cominciare dai prodotti “base”: le **cuvée n°732** e **n°733**, ultime nate in casa Jacquesson, sono vini potenti e golose. Entrambi espressivi, ma dissimili tra loro – vivido e rigoroso il primo; più immediato, generoso, quasi “mediterraneo” il secondo – a dimostrazione che la teoria dei fratelli Chiquet si trasforma in risultato tangibile.

Quando si entra nel novero delle *cuvées* di riserva, gli champagne Jacquesson varcano la soglia dell'emozionalità, anche grazie a produzioni venti o trenta volte inferiori a quelle della linea “700”.

L'**Avize Grand Cru 2000** è un *blanc e blancs* (ovvero 100% chardonnay) dal sapore accogliente, trascinante, di grande spessore gustativo e di fenomenale persistenza aromatica.

Il **Brut Millésimé 2000**, nel quale lo chardonnay convive con il pinot nero, è un vino di grande classe, complesso e imprevedibile, con un'intensità impressionante. Sprigiona aromi di carne, di spezie, zafferano e gin.

Ma tra le *cuvées* che abbiamo potuto assaggiare, il **Brut Millésimé 1997** dimostra di avere una marcia in più, di sapere esprimere la grandezza del *terroir* e il fascino emozionante, inimitabile di un vecchio champagne. Eccitante, puro e



© Samuel Cogliati

raffinatissimo, questo 1997 in cui si incrociano aromi di zenzero e madeira, menta e benzina, è la dimostrazione che i monumentali spumanti del Nord hanno bisogno di tempo, e che bere uno champagne giovane è sempre un peccato d'impazienza.



La purezza dei vini Jacquesson è la riprova di quanto questo produttore sia preoccupato di esprimere l'immenso potenziale del territorio. Eppure, la *maison* non rinuncia a conferire ai propri champagne uno *stile*, segno distintivo di un grande *négociant*, proprio come fanno celebri colleghi quali Krug, Bollinger o Salon.

Ciò che caratterizza tutte le cuvée, nonostante le loro diversità, sono la potenza, la *matericità* del vino e la sua elegante speziatura. Espressivi, "fisici", minerali, questi

Maison d'eccezione, di S. Cogliati

champagne di sostanza non nascondono qualche accenno di "smargiasseria", un esibizionismo che si perdona volentieri, data la loro generosa complessità.

Per tutti questi motivi, Jacquesson si distingue dalla grande maggioranza delle marche di champagne – senza rinnegare l'appartenenza alla categoria – e merita che se ne parli come di una *maison* che fa caso a sé.

© Samuel Cogliati

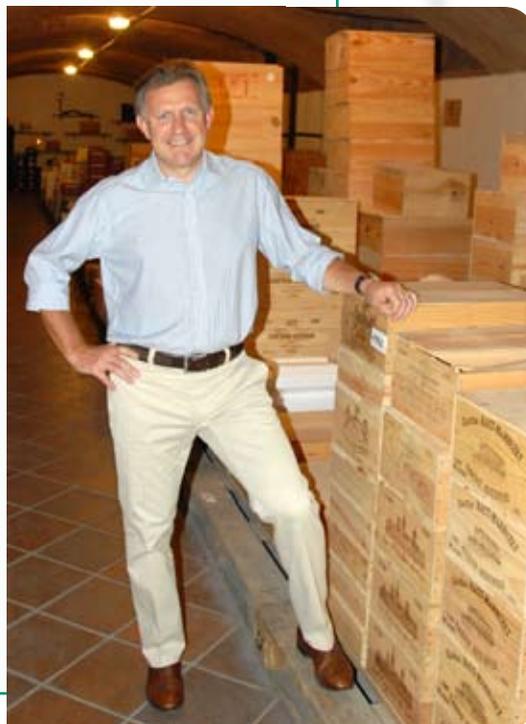


Il prezzo dei vini Jacquesson può variare da un'enoteca all'altra. Indicativamente, la Cuvée n°733 costa attorno a 50 euro, l'Avize Grand Cru sui 90 euro, i millésimati sui 110/120 euro. La gamma include anche una prestigiosa linea di vecchie annate, chiamata Dégorgement tardif, ovviamente più costose.

L'importatore italiano

Pellegrini Spa importa Jacquesson in Italia dal 2002; lo ringraziamo di averci messo a disposizione i campioni degustati. L'azienda di Cisano Bergamasco ha una lunga storia, ma soprattutto quella pragmatica malleabilità orobica che ha permesso alle successive generazioni della famiglia di mettersi in discussione, aprirsi a nuove ipotesi, investire con oculatezza. Così, dal bisnonno Pietro, oste a Cisano, i Pellegrini sono diventati grossisti di vino sfuso, produttori in Puglia e in Toscana, in fine distributori e importatori di distillati e vini di pregio. Oggi, la Pellegrini spazia dal whisky ai vini di mezza Europa, fino ai grandi bordeaux, ai borgogna, a una selezione di champagne molto mirata, persino al sidro artigianale.

Al di là della proverbiale efficienza bergamasca, Pietro Pellegrini, amministratore delegato insieme al fratello Angelo, è un uomo di consapevole visione imprenditoriale, ma anche di sincera cultura e sensibilità per il vino. Doti in verità non così diffuse, persino tra i professionisti del settore.
www.pellegrinisp.net



© Samuel Cogliati

