

Luigi Deserti ha scoperto e importato in Italia lo champagne «Veuve Clicquot» e il tè Twining



Luigi Deserti

## Un impero di brindisi con le bollicine francesi

Non è la storia dello champagne in Italia ma ci va vicino. Il cavalier Luigi Deserti, infatti, è quello che ha scoperto, importato e lanciato il famoso *Veuve Clicquot*, la «Vedova» per gli intenditori, attualmente il più diffuso in Italia. Ma non solo. Sua è la scoperta del tè Twining delle marmellate inglesi, delle cioccolate Droste e, recentemente, del Beaujolais Nouveau: venti milioni di bottiglie solo per il mercato italiano.

DALLA NOSTRA REDAZIONE  
MAURO CURATI

Quanti cin cin nella vita. Adesso è Natale e va bene. Domani Pasqua. Poi ci si laurea. Ci si sposa. Si ha il primo figlio. Si vince un concorso. Si corre felici insomma tra brindisi, sorrisi, bicchieri levati e bollicine al cielo. E chi ci accompagna in tutto questo? Lei, la famosa «vedova», la signora *Clicquot*, lo champagne più venduto nel nostro paese. Ogni anno centinaia di migliaia di bottiglie. Tutte scoppiettanti, allegre. Anelle dell'italica esultanza che non è mai evento sereno (purtroppo per noi) ma sempre esuberante, esplosivo, parentesi gioiosa se non del dolore almeno della tristezza.

Raccontiamo allora la storia del cavalier Luigi Deserti. Colui che ci ha riempito i calici. Ha scoperto questo vino di Francia. Ci ha preso per mano insegnandoci a far correre la lingua dietro al *perlage* con l'idea che il buon gusto e la qualità non sono un fatto per pochi (basta volerlo) ma per tutti. Nel '65 del resto, questo nettare di Reims aveva appena il 6% del mercato. Tren-

tanni dopo il 25%. E in mezzo? In mezzo ci sta un pezzo della sua vita di quella di noi italiani e non ultimo della sua attività di imprenditore. Come dire: cose importanti. Cose serie. Addirittura due cavaliere e l'iscrizione all'Ordine dell'Impero Britannico datagli direttamente dalla Regina Elisabetta II.

Dice il cavaliere «La Vedova? La incontrai nel '65. La mia azienda (la D&C di Bologna che vuol dire Deserti e Company) esisteva dal 27 giugno del '50. Fino ad allora i miei pezzi forti erano il tè Twining (alcune marmellate inglesi), i cioccolatini Droste. Volevo anche un vino francese uno champagne di prestigio. La Vedova andava bene. Aveva una buona produzione (circa 300.000 bottiglie l'anno) ed era disponibile ad aumentare senza contaminare la qualità del prodotto. Ci accordammo con l'impegno che in Italia da quel 6% bisognava passare al 10% entro breve tempo. Una scommessa difficile ma ci credevo. Vinsi».

Mercati supermercati ipermercati, megamercati. Ogni scaffale o

vetrina che si rispetti ha quella bella etichetta arancione in bella vista. Si brnda per strappare una pausa di serenità alla vita. Per un urlo di gioia. Per una vittoria o una sfida. E ad accompagnarci quasi sempre manca appartenesse al mitico immaginario collettivo c'è sempre lei, la signora *Clicquot* con la sua bella panciuta vissuta la crocchia dietro la nuca, la serenità dello sguardo. «Forse», dice il cavaliere, «la parola vedova ci ha aiutato. Negli Usa ad esempio la casa francese fa fatica a vendere. Qui da noi no. Dev'essere un fatto culturale. *Veuve* ci rammenta vedove allegre, cavallini bianchi, operette divertenti. Il giubilo insomma. Oltre Atlantico evidentemente no».

### Una vita distrutta

Già l'allegria. Chissà quanti sorrisi si sono celebrati sotto quello champagne. Quanti amori, quante passioni. Ad ogni brindisi un tintinnio. Una bottiglia un pensiero felice. Eppure. Già, eppure dietro alle luci o al buio di questo vinello come sempre c'è una croce. Anche il cavaliere porta la sua. Terribile. Si chiama Bruno. Il figlio ventitreenne. Pilota della Ferrari. Se ne andò un giorno di maggio il 25 per la precisione. Si provava a Monza il prototipo per Le Mans. Qualcosa non funzionò. Non riuscì nella curva. Sbatte violentemente contro un albero. Fu una cosa improvvisa. Assassinia. Morì sul colpo. Si era nel '65. Lo stesso anno in cui incontrò lo champagne. Lo stesso in cui con un'altra intrapresa, la Oltremare, il Deserti diede vita alla

costruzione nel terzo mondo di industrie per la lavorazione meccanica dell'anacardio (frutto molto importante per le latitudini equatoriali). Diede lavoro ad oltre 20.000 persone. Offrì a governi e popolazioni locali, chiavi in mano, la possibilità del riscatto del lavoro. Per questo progetto la presidenza della Repubblica lo premiò con il cavaliere di Gran Croce.

E il Twining o twining perché diciamo una volta per tutte che si pronuncia così? Beh, anche questa storia va raccontata. Deserti è un piccolo re Mida del commercio. La sua scommessa? Convince l'Italia del dopoguerra che prima o poi l'emergenza sarebbe finita. «Ne ero convinto», dice dietro la scrivania del suo bellissimo ufficio, «ci ho scommesso tutto. Non a caso nel '48 si vendevano più caramelle al nord che al sud. Chi soffriva di più aveva bisogno di addolcire la bocca. Di una pausa di serenità». Così nel '55 si trova a Londra. «Camminavo lungo lo Strand che porta alla City che vedo un negozio antico che vendeva tè. Entro. Io assaggio mi piace. Chiedo chi lo produce. Mi indicano una piccola azienda a meno di 300 metri. Prendo contatti. Mi dicono Twining in Italia? Già. Erano sorpresi. L'Italia era la guerra, la miseria e poi il tè era roba per inglesi. Ma non mi lasciai influenzare. Si fece l'accordo. Lo vendevano in una lattina da un quarto di libbra (113 grammi). Fu un successo».

Oggi la Twining è un'impresa grossissima. È di proprietà di un iper miliardario sudafricano Gary Weston. Lo stesso che rilevò da

Gardini la sua quota nella British Sugar. In Italia ha il 25% del mercato del tè e l'80% in quello delle lattine. In Usa due stabilimenti produttivi. E tutto questo grazie a quel giorno di quasi quarant'anni fa. A quell'incontro casuale tra lui e il negozio lungo lo Strand. «Del resto», dice, «il tè in bustina non esisteva proprio». E questo ci ha lavorato. Magia del marketing. Tra le cose tantissime portateci dal fiuto di Deserti l'ultima è il *Beaujolais Nouveau*. Anzi il «Le Beaujolais Nouveau est arrivé» come recita la pubblicità. Campeggia da un paio d'anni su tutte le tavole insieme ai due pettirossi che si baciano.

### Milioni di bottiglie

Una grande idea francese — dice —. Noi l'abbiamo presa subito. In pratica è un vino che attraverso un meccanismo che si chiama macerazione carbonica in tre settimane è pronto alla vendita. Venti milioni di bottiglie solo per il mercato italiano. In più il vantaggio dei produttori di non aspettare uno o due o tre anni di invecchiamento prima del ritorno degli investimenti. Realizzano subito i soldi quasi sull'unguento. E i cultori del vino italiano? Gli italianiissimi. Gli sciovinisti alla rovescia. Quelli che dicono «Io? Pifferaio bevo solo italiano». Ride Deserti. Ride e guarda la sua azienda alle porte di Bologna capitanata adesso con cipiglio dalla figlia Marina. «Il vino italiano è buono. Quando iniziamo tanti anni fa molto meno. Lo spazio per il francese ora si è ristretto. È un buon segno. Vuol dire che il pro-

dotto nazionale adesso tiene il mercato».

E ora? Il cavaliere ora a settantannove anni suonati si gode il meritato riposo. È in buona salute, allegro, sereno. Se si guarda indietro è per ricordare il lungo lavoro fatto da quando quindicenne interruppe le scuole per diventare commesso alla drogheria Salus di Bologna. «Un lungo lavoro», dice, «ma un lungo una vita». Gli studi serali, il titolo di ragioniere e poi su su la laurea in Economia e commercio, il fascismo, la guerra, la prigionia in Usa, l'amore per la cultura per la letteratura americana, per tutto quanto era nuovo ed interessante. Infine perché non il gusto per il bello che non è solo un principio estetico ma pure un comportamento di vita (altrimenti come giustificare le sue campagne pubblicitarie, le sue collezioni d'arte, la stessa azienda che presiede che sembra una collina strappata all'Inghilterra?) e poi ancora la presidenza dell'Icp (Industries cooperative project) legata alla Fao e più recentemente dell'Ice (Istituto per il commercio estero).

### L'altra faccia della medaglia

Lo accompagnano l'amore per la figlia (che cita spesso con orgoglio) e un cassettone del settecento che sta nel suo ufficio. Lì è l'altra parte della medaglia, il retro della bottiglia dello champagne. Le foto e gli articoli e le lettere e le cose tutte del suo Bruno. L'unica macchia che se ne sta seduta impertinente nell'indelebile azzurro di questo uomo che ha portato lo champagne ed il tè in Italia.

## AAA, vendesi titolo nobiliare

I suoi sogni sono rimasti nobili i suoi conti in banca invece sono diventati popolari. Così il barone Carlo Lagazio di Badolato, 50 anni genovese pensionato ha deciso di mettere in vendita tutto ciò che gli è rimasto il suo rango. Si sa che è difficile fissare un prezzo per la nobiltà ma il barone Carlo ci ha pensato su e poi ha stabilito l'indennizzo: 100 milioni di lire per avere il suo titolo. Len pomengio era tra l'allegro e lo scontento, allegro perché il mondo si sta finalmente occupando del suo caso scontento perché ha ricevuto una sola telefonata da un anonimo signore di Milano. La sua è ovviamente una «nobile impresa» in quanto solo e abbandonato vuole che lo stemma del Badolato sia ancora spolverato da qualcuno. «Ritengo dal fondo della storia», dice, «per rinvigorire il passato. Senza eredi ahimè si estingue il pozzo del tempo».

Per dimostrare l'autenticità del suo blasone Carlo nevoa l'originaria discendenza francese. L'ingresso in Italia a seguito di Carlo d'Angiò conquistatore del regno di Napoli e le gesta di un tal Giovannino nico capostipite del ramo investito da Re Ladislao di molti feudi nel territorio di Otranto tra cui la baronia di Santa Caterina di Badolato. I documenti di famiglia hanno retto l'usura del tempo, lo stemma araldico e di color pietra su sfondo celeste è sovrastato da un elmo e contiene un sole e una «T» gialla nella quale è avvinghiato un serpente. Nella sua esistenza Carlo non ha mai esaltato le sue qualità nobiliari, passando il tempo come un normale cittadino impiegato al porto, assistendo semplicemente sua madre morta a 82 dopo più di vent'anni di malattia. Ho vissuto come il cuore nobile in povertà e onestà, senza carrozze e cavalli. Ci tiene a precisare che non si è mai drogato, non è un giocatore professionista, beve solo latte e deve curarsi di malanni comuni come l'artrosi e la cervicale. Il barone avrebbe un solo desiderio: passare il resto della vita nella sua casa di Corso Montegrappa sulle alture di Genova, in tranquillità e senza dar noia al mondo perché quelle cinque stanze sono per lui come un castello. «Vorrei alzare un ponte levatoio e lasciarmi alle spalle questo brutto mondo fatto di cattiverie».

Ha anche consultato un legale prima di emettere il fatidico annuncio di vendita del rango nobiliare. «Siamo o no una repubblica? I titoli sono diventati privati e così il mio me lo vendo. Tanto più che i Savoia non fanno niente per noi. In fondo essere nobili è qualcosa che si sente dentro e questo qualcosa non lo perderò di certo». Carlo ha staccato le pergamene dal muro del salotto e adesso passa le giornate attendendo una chiamata al telefono, uno squillo giusto che lo priverà del suo alto lignaggio restituendogli però la dignità dei giorni. □ M.F.





**YELLOW**<sup>(R)</sup>

PAGINE GIALLE GIOVANI

**TUTTO IL RESTO E' PREISTORIA.**

YELLOW. La Pagine Gialle più giovani del mondo.  
Suggerimenti, indirizzi, idee per il tempo libero.



È un'iniziativa editoriale per i ragazzi delle città di Torino, Roma, Como, Milano, Bologna, Firenze, Modena, Padova, Genova, Bari, Palermo.