

# Civiltà del bere

Dal 1974.

La rivista italiana di vino  
e cultura gastronomica

€ 7,00

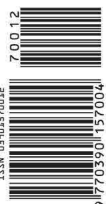
2017

6

Vini Mito



**AUTOCTONI** da riscoprire in **LOMBARDIA** ♥ **WINE DAYS** le tematiche emerse  
Grandi interviste **FRANCESCO VALENTINI** ♥ Luci e ombre della **VENDEMMIA 2017**  
**MOULIN-À-VENT** un cru in ascesa ♥ **ISTANBUL** capitale wine&food ♥ Birre dell'**UMBRIA**





L'INTERVISTA

## Barbara Banke la signora del Vérité



Gestisce la Jackson Family Wines, un impero da 750 milioni di dollari, ed è considerata la donna del vino più potente al mondo › Ha investito in molti Paesi e anche qui da noi nel Chianti Classico › Ora guarda a Bolgheri e Piemonte

di **Aldo Fiordelli**

Con i vini **Vérité** ha preso i 100/100 di Robert Parker 13 volte. Se tre prove fanno un indizio, 13 – al netto di come la si pensi in merito – sono una condanna all'eccellenza. La metafora legale non è casuale perché **Barbara Banke** nasce avvocato. Nel 1980 incontra **Jess Jackson** del quale diventa partner come esperta di real estate e poi nella vita: «Sposati nel business del vino», dice. Quando lui nel 2011 è scomparso, a 81 anni, dopo aver lottato per tre contro il cancro, lei era già a capo di **Jackson Family Wines**, il primo gruppo Usa di fascia premium, dopo aver condiviso col marito dalla metà degli anni Ottanta la crescita di questo impero vitivinicolo. Lui, da ex squalo della finanza, era solito adocchiare vigne e aziende rivali per comprarle, e lei riusciva a trovare gli strumenti legali e finanziari perché ciò potesse realizzarsi. Abbastanza da portare la JFW a **oltre 6 mila ettari** di vigne in tutto il mondo, 1.500 dipendenti, 47 tra Cantine ed etichette, 60 milioni di bottiglie prodotte all'anno e vendute a una media di oltre 15 dollari l'una, con un fatturato di 750 milioni. Trucco pressoché impercettibile, con un mezzo tacco, in tailleur di quasi religiosa sobrietà, Barbara Banke è la donna del vino più potente al mondo. L'unica vanità che sembra lasciar trasparire l'imprenditrice americana è quella per i suoi cavalli da corsa, per due volte vincenti ad Ascot (cittadina inglese famosa per il suo ippodromo e per le corse, ndr). Destino che l'accomuna alla grande famiglia del vino italiano dei marchesi Incisa della Rocchetta.

### **Che cosa produce in Italia**

All'Italia è legata anche come produttrice di Chianti Classico nonché proprietaria della Tenuta di **Arceno** e **Arcanum**, all'interno del comune di Castelnuovo Berardenga, in provincia

IN APERTURA Tenuta di Arceno, nel comune di Castelnuovo Berardenga (Siena), è stata acquisita dal gruppo nel 1994  
IN QUESTA PAGINA un momento dell'intervista di Aldo Fiordelli a Barbara Banke



di Siena. «In Italia ci sono voluti 15 anni per investire. Era una mia follia, mi ero innamorata di questa regione, ma non riuscivamo a trovare qualcosa di interessante per noi. Che fosse cioè abbastanza grande da creare la giusta massa critica». Dal 2010 infatti la JFW ha investito per acquistare vigneti in tutto il mondo. Un mantra ricorrente di Barbara Banke era che «nei prossimi 5-10 anni la domanda del vino renderà l'offerta insufficiente». Una previsione dimostratasi esatta, soprattutto in fascia alta dove l'azienda è leader. «Ad Arceno stiamo lavorando su due fronti. Un'espansione delle vigne intorno all'attuale tenuta e un ampliamento della cantina». Pungolata su possibili nuovi investimenti in Italia, la Banke ha risposto: «Siamo interessati a Bolgheri e al Piemonte. Abbiamo effettuato delle visite in quelle zone e pensiamo a una ulteriore espansione. Ma non adesso», ha poi chiosato. Gli investimenti della JFW nei vigneti di **Oregon, Sudafrica** e ovviamente **California**, dalla quale sono partiti, sono stati fatti fino a quando i prezzi degli ettari vitati erano più bassi, «oggi costano troppo cari, Italia compresa», ha aggiunto. Le battaglie all'orizzonte sono dunque più a breve termine. La prima, ci voleva il pragmatismo di un'americana per lanciarla. «In Italia è necessario aprire all'irrigazione di soccorso anche nei vigneti a Docg come quelli di Arceno. Senza irrigazione è difficile produrre vino in annate come l'ultima. Troppo secche, troppo calde. Un eccesso di caldo che ci ha lasciati senza Merlot, ad esempio».

#### **Gli investimenti ora li fa nelle aree più fresche**

Per lo stesso motivo tra i possibili nuovi investimenti si guarda anche al Sud dell'Inghilterra, dove l'azienda sta pensando alla produzione di uno *sparkling wine*. Poi ci sono i nuovi mercati. Come la Cina, sulla quale Barbara Banke sembra confermare l'analisi pubblicata da *Civiltà del bere* (settem-

bre-ottobre pag.58). «Stiamo registrando una crescita, senza dubbio, ma non drammatica, noi abbiamo un piccolo giro d'affari in quel Paese». Poi ci sono i brand. Primo su tutti quello con **Pierre Seillan** e i vini **Vérité**.

Un'altra delle scommesse vinte da JFW è stata quella di puntare sull'enologo francese, che segue cinque Cantine del gruppo (ovvero Anakota, Arcanum, Château Lassègue, Château Vignot e Vérité).

A Sonoma dove appunto i tre cru La Joie, La Muse e Le Désir hanno fatto registrare gli eccezionali risultati citati, la capacità di Seillan di sfruttare il clima più fresco rispetto alla Napa Valley conferisce a questi vini una straordinaria classicità, eleganza da vendere e un tannino che non risulta mai asciugante come quando si è costretti a vendemmiare per la stagione calda o secca.

Uvaggi bordolesi, con spazio al Cabernet Franc, altrimenti poco usato in California. Vitigno per il quale lo stesso Seillan ha tessuto le lodi della Toscana, molto più vocata al Cabernet Franc di quanto lo stesso Chianti Classico sia disposto a riconoscere, ha spiegato. «A Sonoma c'è una topografia come quella della Toscana», ha aggiunto l'enologo. **Cardinale** è uno dei primi brand lanciati da Jess e Barbara Jackson nel 1982 e anche in questo caso da una delle zone fresche della Napa.

Una visione, questo è quello che impressiona di Barbara Banke e della JFW, che non ha mai smesso di guardare oltre e che non ha quasi mai sbagliato nei propri investimenti. L'ultimo, nella sostenibilità. Non per slogan, non per marketing. Non c'è azienda che non lo sostenga oggi. Ma concreto. L'azienda sta portando avanti una sperimentazione con l'*US Department of Agriculture* su una farina ottenuta dai vinaccioli. Per ora sugli animali, in futuro si vedrà.