

DOLCE VITA – Una serata con gli “sgranocchiatori”

ET VOILÀ LE CHOCOLAT



PERSONAGGI FAMOSI E CULTORI DELLA MATERIA IN UN ESCLUSIVO CIRCOLO PARIGINO DEDICATO AL CIOCCOLATO: DENTRO, 150 ELETTI CHE GUSTANO E GIUDICANO LE CREAZIONI DEI MIGLIORI “PÂTISSIER” DI FRANCIA; FUORI, UNA LISTA D’ATTESA LUNGA DIECI ANNI

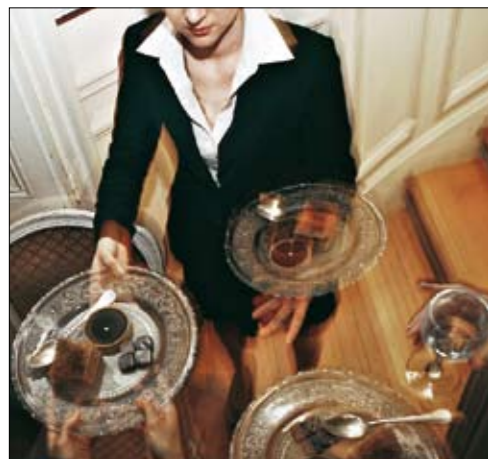
TESTO – *Elisa Conti* da Parigi
FOTOGRAFIE – *Simone Perolari* per **IL**
MUSICA – *D. Reinhardt & S. Grappelli* · *Minor Swing*

Ogni francese ama godere di qualche privilegio. È il modo in cui dimostra la sua passione per l’uguaglianza», sosteneva Charles de Gaulle. L’affermazione del generale si adatta perfettamente a spiegare **le due anime** (quella democratica e quella elitaria) di un club passato in due decenni da consesso tra amici ad accademia internazionale del gusto. Perché se è vero che al **Club des croqueurs** (sgranocchiatori) **de chocolat**, cioè “il” club degli estimatori del cioccolato per eccellenza, chiunque può essere ammesso e ogni socio è uguale agli altri, nel suo insieme questa accolta di “cultori della materia” gode di prerogative esclusive: **assaggiare in anteprima** le creazioni dei più noti *mâitre chocolatier*, giudicare le novità presentate all’annuale Salone del cioccolato, influenzare i consumatori più *chic* del mondo e,

pubblicando la “Bibbia” del settore, decretare quali siano i 100 migliori atelier di Francia.

«Siamo diventati un punto di riferimento perché siamo stati i primi a dedicarci al cioccolato e perché abbiamo fondato il nostro club a Parigi, il luogo da cui nascono quasi tutte le mode», spiega **Philippe Court**, membro fondatore e attuale vicepresidente. Nel 1980 Court, allora presidente della *maison* di champagne Taittinger, si trovava a cena in un ristorante parigino quando, alla richiesta di un cameriere sul dessert, lui e i suoi commensali risposero unanimi: «*Pleyel* al cioccolato». «Di qui l’idea di un sodalizio per dedicarci al nostro piacere quotidiano. Diventare influenti non era nelle nostre intenzioni. Siamo stati spinti dall’interesse esterno a fare ordine. Improvvisamente tutti erano patiti del cioccolato e si professavano esperti. **Occorreva mettere dei paletti**».

La selezione più rigorosa non è rivolta so-



lo alle creazioni ad alto contenuto di cacao ma anche ai membri del club, il cui numero massimo è fissato in 150. Tra i soci attuali si contano attori, giornalisti, imprenditori, manager e parecchi *pipòl* (da *people*), cioè **vip in salsa francese**: dal produttore e presentatore tv Stéphane Bern alla stilista Sonia Rykiel, da Christian Constant, *chef* stellato del Ritz e del Crillon, a Robert Linxe, patron de La Maison du chocolat, forse il miglior *chocolatier* del mondo e probabilmente uno dei più cari.

Ogni anno le domande per **entrare al club** sono centinaia, con una lista d'attesa di una decina d'anni, quando va bene. A esaminare i candidati è un triumvirato composto dal presidente Jacques Pessis, da Valérie Vrinar, segretario generale, e da Apollonia Poilâne, *gourmand* e figlia d'arte, dato che il padre possiede alcune panetterie di alta classe. «Ci basta un colloquio per capire se il candidato è adatto – spiega Pessis –. Si tratta di capire se ha un gusto abbastanza spiccato, se ha approfondito lo studio delle tecniche di lavorazione e delle materie prime e se ha una sensibilità affine a quella dei soci». Traduzione per i non francofoni: no a chi vuole entrare al club per concluderci affari e no a chi desidera associarsi perché fa già parte di altri club blasonati. Ma, soprattutto, gli amanti degli **ovetti Kinder** e delle barrette Mars non hanno

L'APPUNTAMENTO
Nella pagine di questo servizio realizzato da *IL*, una serata di degustazioni del Club des croqueurs de chocolat ospitata nei saloni dello Yacht club di Parigi. Il circolo è nato nel 1981

speranza. Anche se parecchi degli attuali membri del club spiegano la loro ammissione con il sostegno di padrini eccellenti (per presentare la propria candidatura occorre la raccomandazione di due membri) non pare infatti del tutto incredibile la leggenda che vuole i candidati soggetti a un **fuoco di fila di domande** impegnative, che spaziano dal significato del termine "creolo" (è la più pregiata tipologia di cacao, proveniente da Messico, Nicaragua e Guatemala) a questioni trabocchetto, quali: «Che cosa cerca sull'etichetta quando compra la cioccolata al supermercato?». Ecco, per far parte degli **happy few** occorre saper discettare di **percentuali di cacao** (mai comunque sopra il 70%), tecniche di produzione e aree geografiche. Ma nel caso specifico la risposta più azzeccata è questa: «Non compro la cioccolata al supermercato». Ed eccoci ai dogmi: 1) il cioccolato francese è eccellente (alla pari con quello svizzero, ammettono alcuni a denti stretti); 2) gli *chocolatier* francesi sono i migliori del mondo.

Per rafforzare la loro fede, i *croqueur* si impegnano ad assaggiare e discutere le creazioni di alcuni artigiani in ognuno dei loro *rendez-vous* (solitamente ospitati nel Pavillon Lenôtre sugli Champs Elysées). Nella serata a cui ha partecipato anche *IL* (eccezionalmente allo Yacht club di Avenue Foch) a

contendersi i favori dei soci erano due esponenti di **scuole opposte**: quella più tradizionale, incarnata dalla Maison Boissier, e quella più innovativa dell'emergente Jacques Génin. Della prima sono state servite file di *religieuse*, *bélissaire* e panciute *éclair*, le cui venature di crema azzurra hanno regalato **godimenti celestiali** a chiunque abbia ignorato la parola "diabete". Poi è stata la volta dei vassoi con *mille-feuilles*, *tarte au chocolat* e *bonbon* di Génin: *beau ténébreux* (con ganache), *tonka teck* (speziati), *tiarei* (alla vaniglia) e *amante* (alla menta). Divisi a gruppetti, i presenti hanno comparato e commentato ripieni e glassature, *texture* di sfoglie e creme, e l'abbinamento tra vari sapori, regolato da **affinità elettive** di cui i più neppure sospettano l'esistenza. Come spiega Apollonia Poilâne: «Conoscenza e gusto procedono di pari passo: dunque parlare con i migliori *pâtissier* e farsi spiegare i motivi delle loro scelte aiuta ad apprezzare meglio quello che si mangia». In pratica, la sua teoria ricalca l'approccio verso molta arte contemporanea: il primo impatto appare una questione di sensibilità e, insomma, un'opera può piacere o no. Ma se uno parla con i critici e si informa sugli artisti, ha nuovi elementi per riconsiderare quegli stessi oggetti con occhi diversi.

Grazie al club, sulla strada verso la sua per-

sonale **illuminazione estetica**, questa ventiquattrenne il cui budget mensile per il cioccolato sfiora quello per gli abiti, e che nondimeno appare snella ed elegante, ha trovato pigmalioni di lusso, come i *pâtissier* **Pierre Hermé** e **Jean-Paul Hevin**. «Hermé mi ha insegnato che il cioccolato amaro è perfetto per molte preparazioni, come quelle con lo *yuzu* (specie di cedro giapponese, ndr), mentre frutto della passione o albicocca si abbinano meglio con il cioccolato al latte». L'arte di Jean Paul Hevin si sublima invece in un mix di cioccolato al latte e *crème de marron*, per cui si va in pellegrinaggio fino al suo negozio di Rue Saint-Honoré.

A prescindere dai possibili accostamenti, esiste tuttavia un genere di cioccolato **unanimente aborrito** da tutti i *croqueurs*: quello bianco. «Contiene troppo burro di cacao», spiega Pessis. E dire che proprio in difesa di questo ingrediente qualche hanno fa i membri più combattivi del club sono andati a **picchettare** gli uffici della Comunità europea, rea di autorizzare la sua sostituzione con altri grassi in una percentuale del cinque per cento.

Ma nessuna forma di risparmio, legato appunto all'uso di grassi fino a dieci volte più economici del burro di cacao, può consolare i puristi parigini dall'abbassamento qualitativo del loro alimento prediletto. «Specie adesso che →

QUI PIOVONO PRALINE

MONTRÉAL
– 20-22 novembre 2010

Una manifestazione che punta soprattutto sul cioccolato e sui *chocolatier* del Québec, eredi della grande tradizione europea ma che nei secoli di distacco dalla madrepatria hanno saputo elaborare una loro linea creativa.

salonpassionchocolat.com

GLENDALE
– 5-7 febbraio 2010

I *chocoloholic* vanno a Glendale (Arizona), dove nell'edizione 2009 si sono ritrovati in 100mila. Al sindaco viene donato ogni anno un cuore di cioccolato da 181 chili.

glendaleaz.com/events/index.cfm

CITTÀ DEL MESSICO
– 11-14 febbraio 2010

L'ultima edizione ha avuto oltre 10mila visitatori, con corsi di cucina tenuti da chef internazionali, una Spa al cioccolato e sculture a base di cacao. Per il 2010 sono attesi almeno 15mila visitatori.

thechocolateexperience.com.mx

TORINO
– svolgimento previsto tra marzo e aprile 2010

Cioccolatò è uno degli eventi più amati a Torino, dove il cioccolato è un culto: cene, spettacoli, tavole rotonde e laboratori per una dolce kermesse.

cioccola-to.com

CIOC-BOUTIQUE



BARCELLONA
– *Cacao Sampaka*,
Conseil de Cent 292

Tra i migliori indirizzi di Spagna, certo il più sperimentale, con abbinamenti a fiori ed erbe.

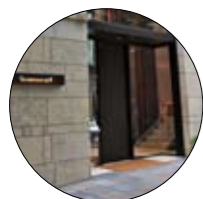
🌐 cacaosampaka.com



GINEVRA
– *Chocolaterie du Rhône*,
Rue de la Confédération 3

Il meglio della tradizione svizzera e dell'arte francese, amato anche da De Gaulle.

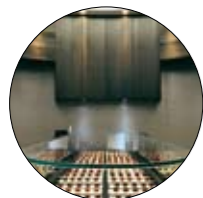
🌐 du-rhone.ch



TOKYO
– *Le Chocolat de H.*,
6-12-4 Roppongi

Il maestro Hironobu Tsujiguchi presenta qui le sue creazioni, abbinata a una tazza di tè verde.

🌐 lcdh.jp



BRUXELLES
– *Pierre Marcolini*,
Rue des Minimes 1

È un'istituzione da non mancare. Molto apprezzato, in particolare, il suo gelato al cioccolato.

🌐 marcolini.be



Abbinamenti che i "pâtissier" spiegano con cura: «Non c'è piacere senza conoscenza»

abbiamo tante paure verso ciò che ci mettiamo in bocca, la regola dev'essere: **back to basics** – afferma Court –. Le sperimentazioni hanno fatto il loro tempo: quello che ci serve ora non sono bizzarrie creative, ma ingredienti eccellenti». Per questo, forse, la crisi non pare intaccare la propensione all'acquisto dei patiti di *nougatine* d'autore. A rivelarlo è il socio **Michel Cottet**, che ha una certa dimestichezza sia con i soldi che con il cioccolato: il suo primo lavoro, infatti, è quello di direttore fidi di una banca; il secondo, di proprietario di negozi dedicati al cioccolato artigianale. «La mia idea è stata di aprire punti vendita che funzionano **come le gallerie d'arte**. Invece di esposizioni a tempo, io offro una selezione di artigiani *chocolatier* a tempo», racconta. Nell'ultimo anno, i suoi affari non sono andati male: è diminuito il volume dei prodotti, ma è rimasto uguale il valore degli incassi. Insomma, gli appassionati spendono **le stesse cifre di prima**, anche se portano a casa

meno *bonbon*. Il che però non è neanche male, dato che, prosegue Cottet, «la produzione artigianale è per forza limitata. Se la domanda del pubblico sale troppo, l'offerta non riesce a starle dietro». Unico a vedere un lato positivo nella crisi, Cottet afferma che la frequentazione del club ha reso più eclettico il suo gusto.

Coerentemente, interrogato sulle **degustazioni della serata**, dichiara di preferire il talento emergente e la sua riproposizione di preparazioni tradizionali. Identico sembra anche il parere generale: le *éclair* di Boissier, in particolare, sono parse ad alcuni un pò troppo zuccherate. Ma dato che i soci sono il pubblico di riferimento, le critiche vengono poi riferite al maestro? «Se una creazione ci piace lo diciamo: se no, tacciamo», liquida la questione madame Vrinat. Per evitare spiacevoli discussioni con i *pâtissier* amici o addirittura soci del club, d'altra parte, anche le barrette, usate a mo' di **stelle Michelin** nelle prime guide delle *chocolaterie* di culto, sono state eliminate. Ora entrano nella guida del club **solo gli indirizzi migliori**. Gli altri, semplicemente, non esistono. Potenza dello snobismo transalpino, che riesce a farsi capire anche quando tace o, come in questo caso, omette. D'altra parte, è uno dei tratti dello stile dei francesi far sembrare comunque **inimitabili le loro scelte**. Per dirla con il comico americano Steve Martin: «Ragazzi, i francesi! Sono così originali che usano una parola diversa per qualunque cosa». □