

La leggenda di Zino Davidoff

L'uomo che ha cambiato la storia dei sigari: un personaggio fuori dal comune che ha sempre scelto la strada della passione per dar vita a un marchio che oggi è simbolo di eccellenza in tutto il mondo

Aveva appena vent'anni Zino Davidoff quando scoprì il suo amore per le “marea vegetali”, le grandi piantagioni di tabacco cubano che scuotono le loro criniere nelle valli dell'isola. Anche se il profumo acre del tabacco orientale aveva imparato a conoscerlo fin da bambino, quando nella bottega di Kiev, il padre Henri fabbricava a mano sigarette dal bocchino dorato e commerciava sigari nonostante i divieti delle autorità. Era una bottega speciale quella, ricorderà qualche anno più tardi Zino Davidoff, fondatore di una marca oggi rinomata in tutto il mondo, simbolo del massimo piacere del buon sigaro, che tra gli habituè del piccolo negozietto ricorda José Martí, l'uomo che liberò Cuba e, esiliato, faceva pervenire ai suoi fedeli dei messaggi arrotolati nei sigari. Ancora non lo sapeva ma quel profumo lo avrebbe accompagnato per tutta la vita. Anche durante il travagliato viaggio che insieme alla famiglia lo portò a Ginevra, dove il padre nel 1911 aprì una tabaccheria nel Boulevard des Philosophes e dove il giovane Zino, che tra i primi clienti non può non ricordare un certo Vladimir Iljitsch Ul'janov, meglio noto con il nome di Lenin, apprese l'arte del miscelare tabacchi per sigarette e pipe. Una passione quella per il tabacco che, una volta terminate le scuole, lo portò a partire per il Sudamerica: Argentina, Brasile e poi ovviamente Cuba, terra per la quale partì “come un giovane ellenista si porta in Grecia - o un seminarista a Roma - ricorda qualche anno dopo Zino Davidoff -. Ci ho passato due anni, in una vera eccitazione di tutti i sensi. Ho lavorato in una “finca” - una fattoria - e mi sono iniziato a tutti gli aspetti della fabbricazione del “puro”, il sigaro : dal trapianto delle pianticella fino alla messa in scatola, passando per la raccolta della foglia, la fermentazione, l'essiccazione, la scostolatura,



“Ho fornito ai re, ai principi, ai miliardari l'occasione di meditare voluttuosamente sulla loro sorte e su quella del mondo. Gentildonne sono venute nella mia retrobottega a fiutare gli ultimi arrivi. Ho dovuto congedare dei grooms, perché un uomo per bene non fa acquistare i suoi sigari da un domestico. E quando apro i registri delle ordinazioni, mi rendo conto che nessun uomo su questa terra ha avuto, nella sua clientela e fra i suoi amici tanti re, duchi, miliardari, avventurieri, celebrità o vedettes. Tra loro e me si sono stretti dei veri legami; il sigaro avvicina gli esseri”



l'arrotolamento”. Per il giovane Zino nessun sigaro era uguale all'altro: lo scoprì interrogando i vecchi operai dell'Havana, testimoni nella giovinezza dei primi sforzi dei coloni per imporre il proprio prodotto sul mercato e raccogliendo l'esperienza di chi era cresciuto tra quelle terre rosse. Tanto che quando tornò in Europa non ebbe dubbi: il suo futuro era ormai indissolubilmente legato al commercio e alla lavorazione di quelle ampie e profumate foglie. Al suo rientro in Svizzera nel 1930, l'imprenditore diventato negli anni una vera e propria leggenda nell'universo del “fumo lento”, ampliò l'attività del padre aggiungendo un reparto dedicato ai sigari e dotato di una speciale cantina in cui potevano essere immagazzinati i pregiati tabacchi, che così conservano intatte le loro qualità. Era il precursore dell'attuale humidor. Dieci anni dopo l'avvento al potere di Fidel Castro, gli esperti della Cubatabaco, l'organismo responsabile di tutto il commercio del tabacco a Cuba, gli proposero di fabbricare una gamma di sigari con il suo nome. Da qui Davidoff ha iniziato a scrivere la sua storia. Era il 1969 e sei mesi più tardi Zino riprese il cammino dell'Avana per conoscere ciò che portava il suo nome: “Era stata creata una nuova fabbrica che aveva reclutato i migliori operai – ricorda l'imprenditore in uno scritto -. Io vidi allora su una grande tavola una pila di cassoni contenenti dei sigari dorati, rivestiti da un fascia di



Sviluppo del fatturato del gruppo Oettinger Davidoff a partire dal 2000

Anno	Fatturato tot.	Impiegati tot.	Impiegati in Rep Dom.	Produzione sigari
2000	2.122*	1.984	887	
2001	2.000*	2.074	906	16,9
2002	2.061*	2.635	988	17,9
2003	2.134*	2.611	956	18,3
2004	2.384*	2.710	1.095	21,8
2005	2.420*	2.856	1.219	24,3
2006	1.261	3.053	1.415	26,6
2007	1.273	3.344	1.522	30,8

fatturati in milioni di franchi - * fino al 2005 i dati includono anche le sigarette Davidoff - Produzione sigari in milioni

sogno, dai quali si sprigionava un profumo meraviglioso. Li assaggiava. Dire che cosa rappresenti per me questo momento è qualcosa di impossibile. La gentilezza di questa gente, e l'onore che mi si faceva erano il più prezioso dei tesori”. Fu allora che nacquero i rinomati «Davidoff n. 1», «Davidoff n. 2» e «Ambassatrice». A quel tempo risale anche la prima edizione dell'ormai famoso «L'Amatore del Sigaro» del 1967. A dire la verità Zino inizialmente non voleva saperne di redigere una sorta di summa filosofica per gli «aficionados» dei sigari. Ma quando la casa editrice gli affiancò un ghost-writer, Davidoff iniziò a svelare le sue conoscenze, la sua competenza e il suo charme senza risparmiarsi. L'opera è ormai un classico per i fumatori di sigari ed è stata venduta in oltre 200 000 copie tradotta in molte lingue. “Ho fornito ai re, ai principi, ai miliardari l'occasione di meditare voluttuosamente sulla loro sorte e su quella del mondo – ricorda tra le pagine de “L'Amatore del Sigaro” -. Gentildonne sono venute nella mia retrobottega a fiutare gli ultimi arrivi. Ho dovuto congedare dei grooms, perché un uomo per bene non fa acquistare i suoi sigari da un domestico. E quando apro i registri delle ordinazioni, mi rendo conto che nessun uomo su questa terra ha avuto, nella sua clientela e fra i suoi amici tanti re, duchi, miliardari, avventurieri, celebrità o vedettes. Tra loro e me si sono stretti dei veri legami; il sigaro avvicina gli esseri. A Cuba si dice che non può esistere l'odio sulle terre delle piantagioni”. Ed è proprio l'amore per il sigaro e per l'universo che vi è legato che spinge Zino ad abbattere ogni confine, siglando con il suo amico di vecchia data Ernst Schneider una partnership che segnò l'inizio del successo di Davidoff come marchio mondiale. Era il 1970 e il dottor Ernst Schneider, che condivideva la filosofia imprenditoriale e anche la filosofia di vita dell'amico Zino, sviluppò un concetto di marketing internazionale: per realizzarlo mise a disposizione come centro organizzativo il gruppo Oettinger di Basilea e nel 1991 creò la «nuova generazione di sigari Davidoff», lanciandola su scala mondiale. I sigari, composti di una scelta dei più pregiati tabacchi dominicani, hanno ben presto conquistato gli estimatori e la «nuova generazione di aficionados». Sono lavorati al cento per cento a mano da specialisti dominicani che hanno fatto della loro abilità una vera e propria arte, senza mai dimenticare le parole di chi in quelle terre ha trovato la propria vocazione. Di chi ha scritto pagine indimenticabili nella storia dei sigari: “Terre di tabacco nero io vi rivedo così, nell'ora delle fantasticherie, fra le volute del fumo azzurro – scrive Zino Davidoff - : Bahia, Alquizar, Candelaria, San Luis Padron, Corojo, Atoquia, Pinar del Rio nel cuore della celebre Vuelta, quadrilatero consacrato ai colori ocra-rosso. Mie



terre naturali, mie terre d'elezione. Io venivo dall'Est, dal freddo, dalle pianure battute dai venti della steppa. Ho scoperto il vostro profumo e il vostro calore sensuale come un adolescente scopre in una donna ardente che lei sa tutto quello che lui ancora ignora”. |



DOPO TUTTO UN'OPERA D'ARTE NON SI REALIZZA CON LE IDEE, MA CON LE MANI.
PABLO PICASSO



WWW.ITAGENCY.IT
WWW.DAVIDOFF.COM