

SETTEMBRE 1993

# LA MADIA

E TUTTO QUELLO CHE DI BUONO C'È DENTRO

DIRETTORE ELSA MAZZOLINI

## NON PIÙ SPUMANTE, SOLO FRANCIACORTA

di Gigi De Santis

C'è molto movimento in Franciacorta: dopo anni di successi ma anche di qualche momento di confusione, si è deciso di dare una immagine definitiva a questo lembo di terra ed ai suoi vini ormai famosi.

Finalmente c'è un simbolo, chiaro e leggibile, ed un consorzio «giovane»: presidente e vicepresidente, 70 anni in due, molte idee e l'impegno fisso della qualità. Qualità che dovrebbe essere la salvaguardia non solo dei vini ma di tutta la zona. «Non diventeremo una seconda Brianza», dice Riccardo Ricci Curbastro, il presidente del consorzio.

È un giovane imprenditore che non ostenta il telefonino, anche se deve usarlo continuamente, ha studi classici alle spalle, una origine romagnola, una azienda vinicola che dirige personalmente, un Museo di cultura contadina a Capriolo, tutto da vedere, ricco di oggetti utilizzati in passato per la





coltivazione dei campi.

«La Franciacorta è nata e progredita grazie al vino, sarà probabilmente salvata dallo stesso», dice Maurizio Zanella, vice presidente del Consorzio, di poco più anziano. È uno dei produttori di vino più noti anche all'estero, sempre impegnato in iniziative che portano prestigio alla sua Ca' del Bosco e quindi anche a tutta la Franciacorta. «Da noi non esistono molti muri» dice Maurizio, volendo intendere che ogni azienda è aperta agli altri colleghi. Però ha fatto mettere un bel cancello in bronzo davanti alla sua (vedi box). «Tutto è successo in 25 anni – dice ancora Zanella – prima c'era Berlucchi che è il padre di tutti noi, poi il successo dello spumante ha fatto da traino ai vini veri e propri. Dopo la guerra qui non c'era commercio di vino ma solo un "autoconsumo": le ricche famiglie che in Franciacorta avevano seconda casa e terra si producevano il vino e lo consumavano fra le loro pareti. Era l'epoca del Bordò Magher, il Bordeaux magro, che poi è divenuto nel tempo il Cabernet Sauvignon».

La qualità sembra la parola d'ordine dei produt-



Vigneti Bellavista

tori franciacortini: il pericolo di un inquinamento dei loro prodotti, in seguito al successo improvviso, appare sempre più lontano. «Abbiamo una tipicità costantemente difesa, il nostro laboratorio di analisi è sempre all'erta, dice Vittorio Moretti, titolare dell'azienda Bellavista. Moretti viene da altre attività, fortemente redditizie come i prefabbricati; si è gettato a capofitto nell'avventura vinicola acquistando il terreno una ventina di anni orsono. La sua azienda è una delle perle franciacortine, la prima ad usare i grandi formati con fermentazione in bottiglia e non per travaso. «Crediamo nel territorio, nei controlli continui che facciamo sui nostri prodotti, nel nostro consorzio giovane di età e di idee e nella strada della serietà che abbiamo da percorrere».

Moretti parla della «sua» Franciacorta, come di qualcosa ancora da fare mentre invece la Bellavista è una realtà concreta già da tempo e c'è da credere che crescerà ancora alla fine dell'estate con il nuovo ristorante "l'Albereta", che Vittorio Moretti affida a Gualtiero Marchesi. Ma l'azienda Bellavista è tutta da vedere, dalle cantine agli uffici,

realizzati con soluzioni architettoniche ispiratissime.

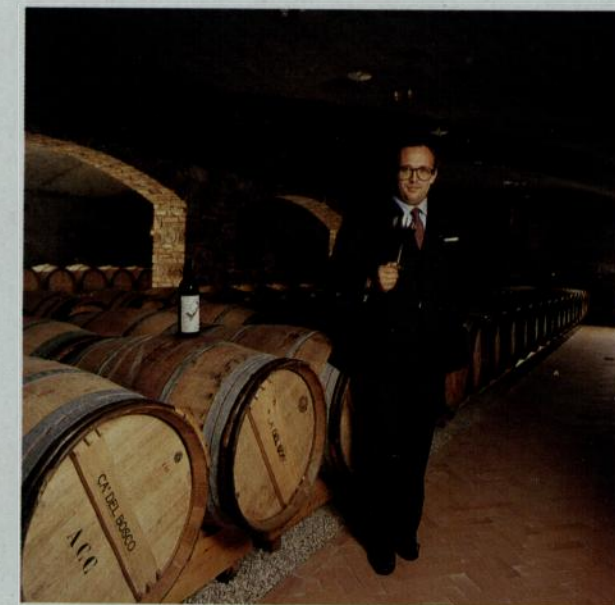
«Lo spumante Franciacorta ha spuma fitta e continua, come vedi, perlage persistente e quasi minuto, un sapore secco ed esaltante. Si chiamerà d'ora in poi Franciacorta, la parola spumante sparirà. I vini qui prodotti bianchi e rossi si chiameranno Terre di Franciacorta». Sorvegliando uno squisito Franciacorta (che fino a due minuti prima chiamavo spumante) ascolto queste notizie da Monica Guarischi, giovane donna del vino, titolare dell'azienda Guarischi che ha rilevato lo storico complesso Contessa Maggi.

Parliamo nel gran salone di un palazzo cinquecentesco affrescato da Lattanzio Gambara. Monica è partita in quarta dopo un travolgente esordio al Vinitaly '93: l'azienda produce, oltre l'ottimo Franciacorta che gustiamo, un bianco notevole ed una sua versione "barriquata", battezzata da Gino Veronelli *Le Solcaie*, oltre ad un buon rosso. Se Ca' del Bosco e Bellavista sono la continuità, i colossi della Franciacorta, l'azienda Guarischi e quella del giovane presidente consortile possono già pre-

Vigneti Bellavista

sentarsi come un futuro, però molto presente. Monica è un architetto e collabora con il padre Giampiero nella impresa di costruzioni di famiglia; pur essendo giovane e fresca di studi, mostra piglio e sensibilità manageriale. È singolare come dietro ogni esponente di punta franciacortino ci sia un'attività condotta in altri campi con vera managerialità: Moretti ed i prefabbricati, Ricci Curbastro con una azienda agricola a Lugo di Romagna e la presidenza dell'Associazione Nazionale Giovani Agricoltori, Guarischi con l'impresa di costruzioni. Terra singolare e fascinosa la Franciacorta, dove oggi vivono le nuove generazioni di antiche dinastie, giovani imprenditori consci di un potenziale enologico rispettabile, forse ancora non del tutto espresso. Ettari ed ettari di vigneti splendidi, situati su terreni morenici, asciutti, elevati ed acclivi, con clima mediamente ventilato, un'umidità relativa, ottima esposizione ed una piovosità limitata, particolarmente adatti ad una viticoltura di pregio.

Pregio e qualità voluta e cercata con puntiglio dai giovani presidente e vicepresidente e ribadita da Vittorio Moretti: un segno che traspare anche dalle opere artistiche che qui si incontrano ovunque, dal Museo Agricolo dell'azienda Ricci Curbastro alle avveniristiche strutture di Bellavista, dal «cancello solare» di Ca' del Bosco agli affreschi stupendi di Lattanzio Gambara nell'azienda Guarischi.



Maurizio Zanella



**Consorzio tutela vini Franciacorta DOC**

Nasce nel marzo '90 come momento di aggregazione fra produttori convinti che la Franciacorta abbia bisogno di una struttura consortile autonoma e snella, in grado di fornire supporto logistico ed immagine uguale e forte per tutti. La partecipazione è ricca e multiforme: piccoli viticoltori, produttori vinificatori grandi, medi e piccoli, nomi conosciuti nel mondo intero ed anche piccolissime aziende specializzate, ricche di amore per la viticoltura franciacortina. Al consorzio Franciacorta DOC aderiscono 79 produttori che rappresentano 662 ettari di vigneti iscritti all'albo per una produzione di uva DOC pari a 62.247 quintali, corrispondenti a 42.610 ettolitri di vino.

**Zanella Maurizio**

Uomo simbolo della Franciacorta, materializzatosi dal nulla una ventina di anni orsono come produttore di grande qualità. Definisce la sua azienda «casa di vetro», senza segreti; ha grandi estimatori in Italia ed all'estero e qualche ciarliero nemico. Il successo dura da tempo: una decina di anni fa il New York Time ha scritto: Ca' del Bosco, from Franciacorta, may be the best of all Italian Sparklers».

**Ultime novità:** quello che dovrebbe a breve scadenza cambiare nella terminologia dei vini franciacortini.

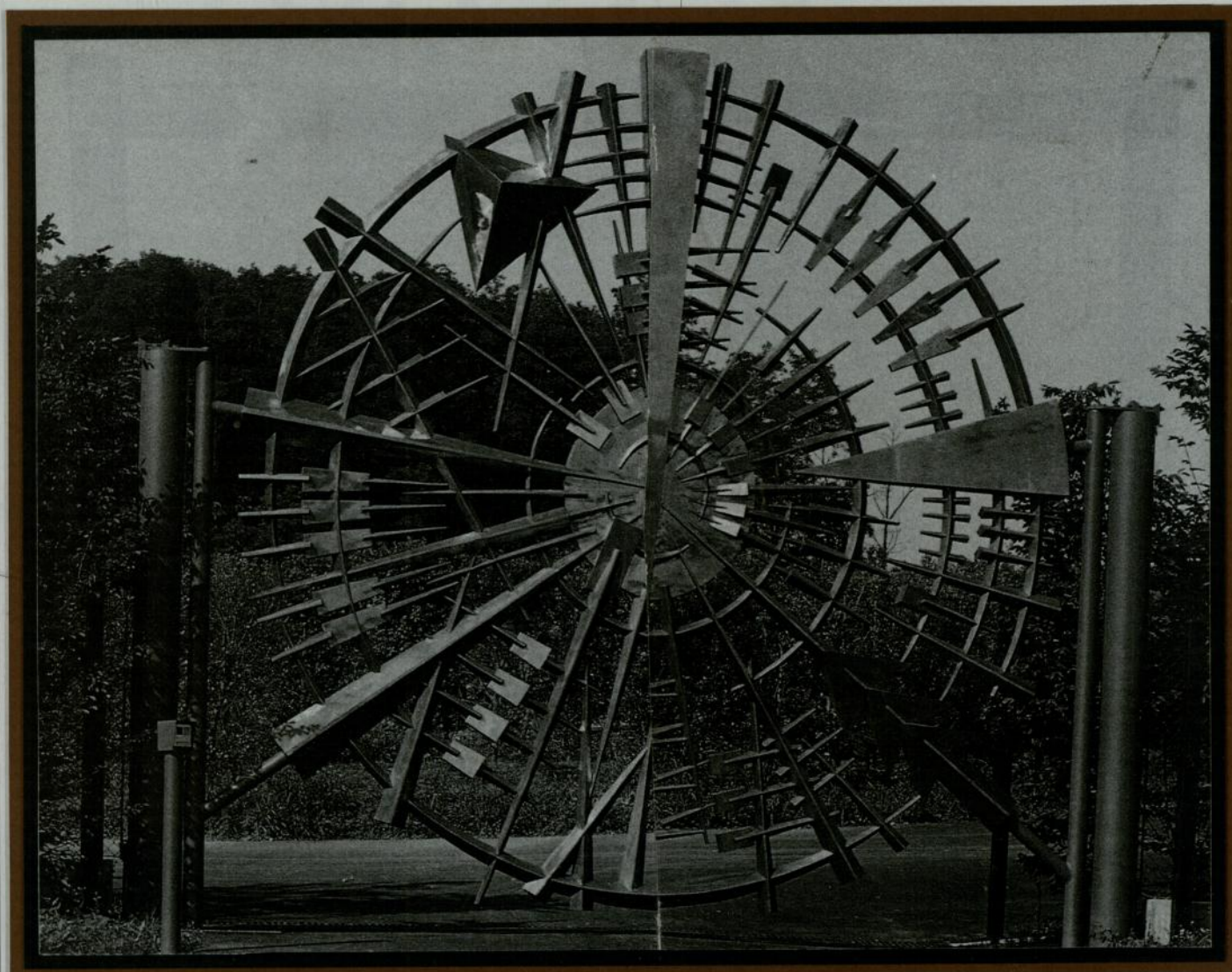
**Spumante:** parola che non esisterà più. Verrà sostituita dalla dizione Franciacorta DOCG.

**Mordace:** nuova definizione dell'extra Brut.

**Saten** (attenzione con *e*): è il vecchio Cremant con pressione non superiore a 4-5 atmosfere.

**Franciacorta riserva:** è il millesimato, può essere messo in consumo solo dopo 37 mesi dall'inizio della vendemmia.

*Il cancello solare di Arnaldo Pomodoro  
(foto Carlo Orsi - Milano)*



Cioè il diritto collettivo all'uso della denominazione d'origine è uguale e simile per tutti, la differenza sta nella formulazione di aspettative e di scelte tipologiche di prodotto. In questo i Colli Piacentini e la Franciacorta sono un esempio calzante: le due zone sono simili, cioè non molto estese, con una viticoltura specializzata e non molto produttiva, in aree collinari e pedocollinari, ma sono assai diverse sul tipo di prodotto: vini frizzanti la prima, vini fermi e spumanti (non lo dirò più!!) la seconda.

**Il suo lavoro è quindi solo di gestione della tutela o più ampio?**

Siamo in un periodo transitorio ancora, in cui il Consorzio può svolgere sia attività di tutela che di promozione, seppur il futuro dovrà essere solo di tutela. Ma per fare una tutela valida e significativa c'è bisogno di molte cose. Innanzitutto i rapporti associativi fra i soci e dei soci con il Consorzio, i-

noltre l'esercizio di vigilanza diventa non uno strumento repressivo, ma preventivo che, attraverso i controlli tecnici-produttivi nel vigneto, in cantina e sui vini, serve per migliorare la situazione generale e per far maturare tutta la zona. In questo senso le necessità di Piacenza sono diverse da quelle di Brescia; la prima con una tradizione viticola di oltre 2000 anni ancorata a scelte antiche, vitigni autoctoni e soprattutto nazionali; la seconda molto più recente con una specializzazione di vitigni di importazione per produrre vini di gusto internazionale.

Anche questa differenza "storica" è stata un motivo fondamentale che ha favorito l'accettazione dell'incarico. Inoltre c'è una particolare differenza nell'impostazione dell'immagine sul marchio e sul Consorzio.

Ho scartato altre precedenti proposte di collaborazione, perché provenienti da zone troppo simili a quelle di Piacenza.

**La sua prima impressione sulla Franciacorta, il suo lavoro e le sue prospettive per la zona?**

La Franciacorta negli ultimi anni ha fatto passi da gigante sul piano del marketing e dell'immagine. Qualcuno (leggere; consumatori) recentemente mi ha fatto notare che ha sempre pensato che la Franciacorta fosse un marchio di impresa!! Non scandalizzatevi.

Anzi, credo che sia un ottimo risultato, perché vuol dire che si è riusciti a fare una operazione di marketing di ampio respiro dove il singolo marchio aziendale è stato messo in secondo piano, almeno nella comunicazione globale. In questo chi chiede un vino "Franciacorta" è sicuro di avere "quel" prodotto, indipendentemente dalla cantina produttrice. E questo, in una fase di crisi, è un elemento di supporto molto significativo. Inoltre quasi tutte le cantine sono ottimamente attrezzate, i vigneti sono ben tenuti e ben governati. Il regolamento tecnico produttivo che si sono dati i soci del consorzio è uno dei migliori d'Italia e sicuramente molto più orientato verso opzioni qualitative rispetto a molti altri disciplinari DOC.

**Sono 10 anni che si interessa di vino: quale futuro del settore le consente di prevedere la sua esperienza?**

Siamo in una fase di grande rivoluzione, per non usare termini più forti. Abbiamo un generalizzato calo dei consumi, una legge quadro recentissima che necessita di decreti chiarificatori, una CEE che sta discutendo una riforma, un piano vitivinicolo nazionale difficile da far decollare, un Ministero dell'Agricoltura in via di abolizione, un sistema regionalistico eterogeneo soprattutto per la viticoltura, un problema sulla deroga allo zuccheraggio dei vini, un uso discriminante dell'obbligo della distillazione per tutti i produttori italiani indipendentemente da chi produce per l'eccedenza, da chi non ha eccedenze. Eppure i vini di qualità, i vini a D.O. italiani ottengono sempre più riconoscimenti internazionali, il consumatore incomincia a riconoscerli e a chiederli, alcune zone di produzione e alcuni produttori hanno scelto una strada difficile in salita, ma ottengono buoni riscontri. Per esempio in Franciacorta esportano vini in Francia e nelle aree più note. Ecco, questo potrà essere il futuro dei vini a D.O. italiani: fare scelte locali chiare e trasparenti, poche regole ma certe e facilmente verificabili, controlli seri e severi ma realistici, eliminare le concorrenze sleali, fare accordi interprofessionali, sostenere il mercato con prezzi equi e rapportati alla qualità produttiva.



**Consorzio tutela vini Franciacorta DOC**

Nasce nel marzo '90 come momento di aggregazione fra produttori convinti che la Franciacorta abbia bisogno di una struttura consortile autonoma e snella, in grado di fornire supporto logistico ed immagine uguale e forte per tutti. La partecipazione è ricca e multiforme: piccoli viticoltori, produttori vinificatori grandi, medi e piccoli, nomi conosciuti nel mondo intero ed anche piccolissime aziende specializzate, ricche di amore per la viticoltura franciacortina. Al consorzio Franciacorta DOC aderiscono 79 produttori che rappresentano 662 ettari di vigneti iscritti all'albo per una produzione di uva DOC pari a 62.247 quintali, corrispondenti a 42.610 ettolitri di vino.

**Zanella Maurizio**

Uomo simbolo della Franciacorta, materializzatosi dal nulla una ventina di anni orsono come produttore di grande qualità. Definisce la sua azienda «casa di vetro», senza segreti; ha grandi estimatori in Italia ed all'estero e qualche ciarlierio nemico. Il successo dura da tempo: una decina di anni fa il New York Time ha scritto: Ca' del Bosco, from Franciacorta, may be the best of all Italian Sparklers».

**Ultime novità:** quello che dovrebbe a breve scadenza cambiare nella terminologia dei vini franciacortini.

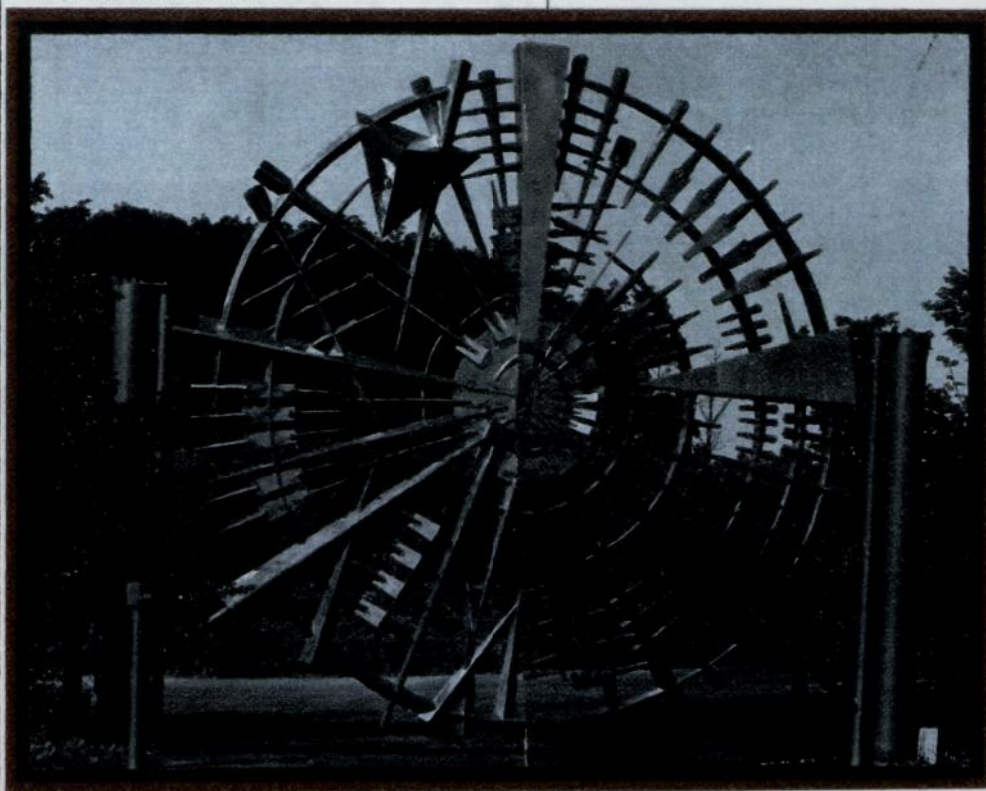
**Spumante:** parola che non esisterà più. Verrà sostituita dalla dizione Franciacorta DOCG.

**Mordace:** nuova definizione dell'extra Brut.

**Saten** (attenzione con e): è il vecchio Cremant con pressione non superiore a 4-5 atm.

**Franciacorta riserva:** è il millesimato, può essere messo in consumo solo dopo 37 mesi dall'inizio della vendemmia.

*Il cancello solare di Arnaldo Pomodoro  
(foto Carlo Orsi - Milano)*



Cioè il diritto collettivo all'uso della denominazione d'origine è uguale e simile per tutti, la differenza sta nella formulazione di aspettative e di scelte tipologiche di prodotto. In questo i Colli Piacentini e la Franciacorta sono un esempio calzante: le due zone sono simili, cioè non molto estese, con una viticoltura specializzata e non molto produttiva, in aree collinari e pedocollinari, ma sono assai diverse sul tipo di prodotto: vini frizzanti la prima, vini fermi e spumanti (non lo dirò più!!) la seconda.

**Il suo lavoro è quindi solo di gestione della tutela o più ampio?**

Siamo in un periodo transitorio ancora, in cui il Consorzio può svolgere sia attività di tutela che di promozione, seppur il futuro dovrà essere solo di tutela. Ma per fare una tutela valida e significativa c'è bisogno di molte cose. Innanzitutto i rapporti associativi fra i soci e dei soci con il Consorzio, i-

**La sua prima impressione sulla Franciacorta, il suo lavoro e le sue prospettive per la zona?**

La Franciacorta negli ultimi anni ha fatto passi da gigante sul piano del marketing e dell'immagine. Qualcuno (leggere; consumatori) recentemente mi ha fatto notare che ha sempre pensato che la Franciacorta fosse un marchio di impresa!! Non scandalizzatevi.

Anzi, credo che sia un ottimo risultato, perché vuol dire che si è riusciti a fare una operazione di marketing di ampio respiro dove il singolo marchio aziendale è stato messo in secondo piano, almeno nella comunicazione globale. In questo chi chiede un vino "Franciacorta" è sicuro di avere "quel" prodotto, indipendentemente dalla cantina produttrice. E questo, in una fase di crisi, è un elemento di supporto molto significativo. Inoltre quasi tutte le cantine sono ottimamente attrezzate, i vigneti sono ben tenuti e ben governati. Il regolamento tecnico produttivo che si sono dati i soci del consorzio è uno dei migliori d'Italia e sicuramente molto più orientato verso opzioni qualitative rispetto a molti altri disciplinari DOC.

**Sono 10 anni che si interessa di vino: quale futuro del settore le consente di prevedere la sua esperienza?**

Siamo in una fase di grande rivoluzione, per non usare termini più forti. Abbiamo un generalizzato calo dei consumi, una legge quadro recentissima che necessita di decreti chiarificatori, una CEE che sta discutendo una riforma, un piano vitivinicolo nazionale difficile da far decollare, un Ministero dell'Agricoltura in via di abolizione, un sistema regionalistico eterogeneo soprattutto per la viticoltura, un problema sulla deroga allo zuccheraggio dei vini, un uso discriminante dell'obbligo della distillazione per tutti i produttori italiani indipendentemente da chi produce per l'eccedenza, da chi non ha eccedenze. Eppure i vini di qualità, i vini a D.O. italiani ottengono sempre più riconoscimenti internazionali, il consumatore incomincia a riconoscerli e a chiederli, alcune zone di produzione e alcuni produttori hanno scelto una strada difficile in salita, ma ottengono buoni riscontri. Per esempio in Franciacorta esportano vini in Francia e nelle aree più note. Ecco, questo potrà essere il futuro dei vini a D.O. italiani: fare scelte locali chiare e trasparenti, poche regole ma certe e facilmente verificabili, controlli seri e severi ma realistici, eliminare le concorrenze sleali, fare accordi interprofessionali, sostenere il mercato con prezzi equi e rapportati alla qualità produttiva.

oltre l'esercizio di vigilanza diventa non uno strumento repressivo, ma preventivo che, attraverso i controlli tecnici-produttivi nel vigneto, in cantina e sui vini, serve per migliorare la situazione generale e per far maturare tutta la zona. In questo senso le necessità di Piacenza sono diverse da quelle di Brescia; la prima con una tradizione viticola di oltre 2000 anni ancorata a scelte antiche, vitigni autoctoni e soprattutto nazionali; la seconda molto più recente con una specializzazione di vitigni di importazione per produrre vini di gusto internazionale.

Anche questa differenza "storica" è stata un motivo fondamentale che ha favorito l'accettazione dell'incarico. Inoltre c'è una particolare differenza nell'impostazione dell'immagine sul marchio e sul Consorzio.

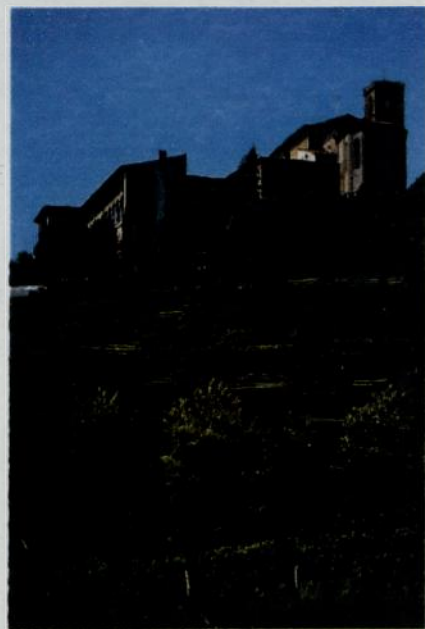
Ho scartato altre precedenti proposte di collaborazione, perché provenienti da zone troppo simili a quelle di Piacenza.



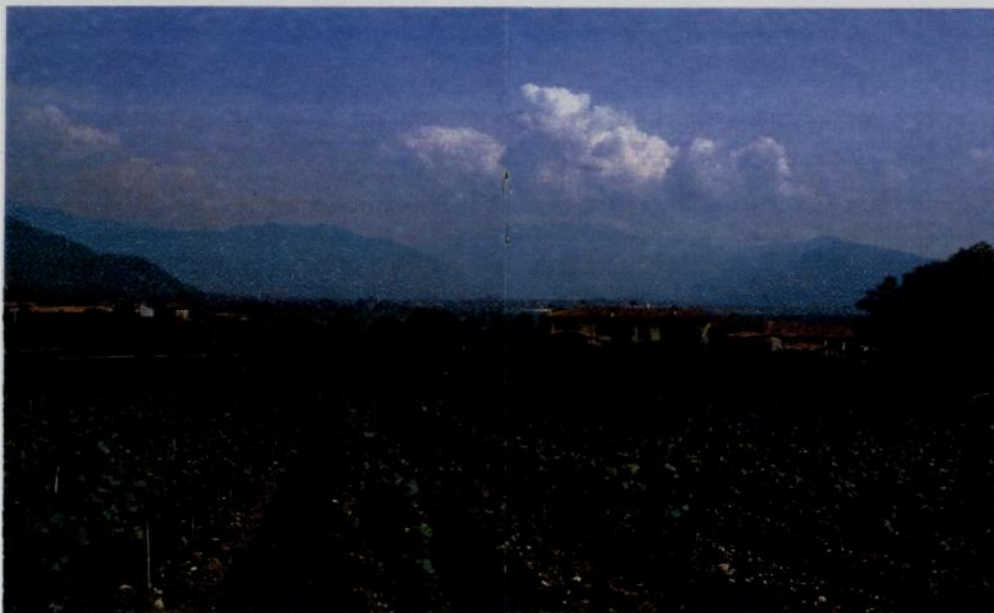
coltivazione dei campi.

«La Franciacorta è nata e progredita grazie al vino, sarà probabilmente salvata dallo stesso», dice Maurizio Zanella, vice presidente del Consorzio, di poco più anziano. È uno dei produttori di vino più noti anche all'estero, sempre impegnato in iniziative che portano prestigio alla sua Ca' del Bosco e quindi anche a tutta la Franciacorta. «Da noi non esistono molti muri» dice Maurizio, volendo intendere che ogni azienda è aperta agli altri colleghi. Però ha fatto mettere un bel cancello in bronzo davanti alla sua (vedi box). «Tutto è successo in 25 anni – dice ancora Zanella – prima c'era Berlucchi che è il padre di tutti noi, poi il successo dello spumante ha fatto da traino ai vini veri e propri. Dopo la guerra qui non c'era commercio di vino ma solo un "autoconsumo": le ricche famiglie che in Franciacorta avevano seconda casa e terra si producevano il vino e lo consumavano fra le loro pareti. Era l'epoca del Bordò Magher, il Bordeaux magro, che poi è divenuto nel tempo il Cabernet Sauvignon».

La qualità sembra la parola d'ordine dei produt-



Vigneti Bellavista



Vigneti Bellavista

tori franciacortini: il pericolo di un inquinamento dei loro prodotti, in seguito al successo improvviso, appare sempre più lontano. «Abbiamo una tipicità costantemente difesa, il nostro laboratorio di analisi è sempre all'erta, dice Vittorio Moretti, titolare dell'azienda Bellavista. Moretti viene da altre attività, fortemente redditizie come i prefabbricati; si è gettato a capofitto nell'avventura vinicola acquistando il terreno una ventina di anni orsono. La sua azienda è una delle perle franciacortine, la prima ad usare i grandi formati con fermentazione in bottiglia e non per travaso. «Crediamo nel territorio, nei controlli continui che facciamo sui nostri prodotti, nel nostro consorzio giovane di età e di idee e nella strada della serietà che abbiamo da percorrere».

Moretti parla della «sua» Franciacorta, come di qualcosa ancora da fare mentre invece la Bellavista è una realtà concreta già da tempo e c'è da credere che crescerà ancora alla fine dell'estate con il nuovo ristorante "l'Albereta", che Vittorio Moretti affida a Gualtiero Marchesi. Ma l'azienda Bellavista è tutta da vedere, dalle cantine agli uffici,

realizzati con soluzioni architettoniche ispiratissime.

«Lo spumante Franciacorta ha spuma fitta e continua, come vedi, perlage persistente e quasi minuto, un sapore secco ed esaltante. Si chiamerà d'ora in poi Franciacorta, la parola spumante sparirà. I vini qui prodotti bianchi e rossi si chiameranno Terre di Franciacorta». Sorvegliando uno squisito Franciacorta (che fino a due minuti prima chiamavo spumante) ascolto queste notizie da Monica Guarischi, giovane donna del vino, titolare dell'azienda Guarischi che ha rilevato lo storico complesso Contessa Maggi.

Parliamo nel gran salone di un palazzo cinquecentesco affrescato da Lattanzio Gambara. Monica è partita in quarta dopo un travolgente esordio al Vinitaly '93: l'azienda produce, oltre l'ottimo Franciacorta che gustiamo, un bianco notevole ed una sua versione "barriquata", battezzata da Gino Veronelli *Le Solcaie*, oltre ad un buon rosso. Se Ca' del Bosco e Bellavista sono la continuità, i colossi della Franciacorta, l'azienda Guarischi e quella del giovane presidente consortile possono già pre-

sentarsi come un futuro, però molto presente. Monica è un architetto e collabora con il padre Giampiero nella impresa di costruzioni di famiglia; pur essendo giovane e fresca di studi, mostra piglio e sensibilità manageriale. È singolare come dietro ogni esponente di punta franciacortino ci sia un'attività condotta in altri campi con vera managerialità: Moretti ed i prefabbricati, Ricci Curbastro con una azienda agricola a Lugo di Romagna e la presidenza dell'Associazione Nazionale Giovani Agricoltori, Guarischi con l'impresa di costruzioni. Terra singolare e fascinosa la Franciacorta, dove oggi vivono le nuove generazioni di antiche dinastie, giovani imprenditori consci di un potenziale enologico rispettabile, forse ancora non del tutto espresso. Ettari ed ettari di vigneti splendidi, situati su terreni morenici, asciutti, elevati ed acclivi, con clima mediamente ventilato, un'umidità relativa, ottima esposizione ed una piovosità limitata, particolarmente adatti ad una viticoltura di pregio.

Pregio e qualità voluta e cercata con puntiglio dai giovani presidente e vicepresidente e ribadita da Vittorio Moretti: un segno che traspare anche dalle opere artistiche che qui si incontrano ovunque, dal Museo Agricolo dell'azienda Ricci Curbastro alle avveniristiche strutture di Bellavista, dal «cancello solare» di Ca' del Bosco agli affreschi stupendi di Lattanzio Gambara nell'azienda Guarischi.



Maurizio Zanella