

omnitel

il lunedì de la Repubblica

Fondatore Eugenio Scalfari

Direttore Ezio Mauro

omnitel

Anno 5 - Numero 25 L.1500

Lunedì 29 Giugno 1998

SEDE: 00185 ROMA, Piazza Indipendenza 11/b, tel. 06/49821, Fax 49822925. Spedizione abbonamento postale, articolo 2, comma 20/b, legge 662/96 - Roma - Il prezzo al pubblico è di complessive: lire 2.200 col supplemento D; lire 2.900 con D e IL VENERDI.

PREZZI DI VENDITA ALL'ESTERO: Austria Sc. 26; Belgio F.B. 75; Canada \$ 1,5; Danimarca Kr. 15; Egitto Pt. 700; Finlandia Fmk 10; Francia F. 12; Germania D.M. 3,5; Grecia Dr. 450; Lussemburgo F.L. 75; Malta Cents 50; Monaco P.F. 12; Norvegia Kr. 15; Olanda

Fl. 4; Portogallo Esc. 350 (Isola 370); Regno Unito Lst. 1,30; Rep. Ceca Kc 56; Spagna Pts 250 (Canarie 300); Svezia Kr. 15; Svizzera Fr. 2,80; Svizzera Tic. Fr. 2,5; Ungheria Ft. 250; U.S.A. \$ 2,50. La Repubblica (Usps 005783) Published daily for \$ 845 yearly.

Periodicals postage paid at L.I.C.N.Y. and add. offices. Address changes Speedimex USA, Inc. 35-02 48th Av. L.I.C., NY 11101-2421. Pubblicità concessionarie: A. Milano - via Nervesa

la rivista che forma gli esperti fiscali

il fisco

in edicola

la Repubblica

AFFARI & FINANZA

la rivista

il fisco

per essere sempre aggiornati

in edicola

ANNO 13
NUMERO 24

SUPPLEMENTO DI ECONOMIA, INVESTIMENTI E MANAGEMENT A "IL LUNEDÌ" DE LA REPUBBLICA" DEL 29 GIUGNO 1998

AFFARI & FINANZA

LOMBARDIA NORD EST

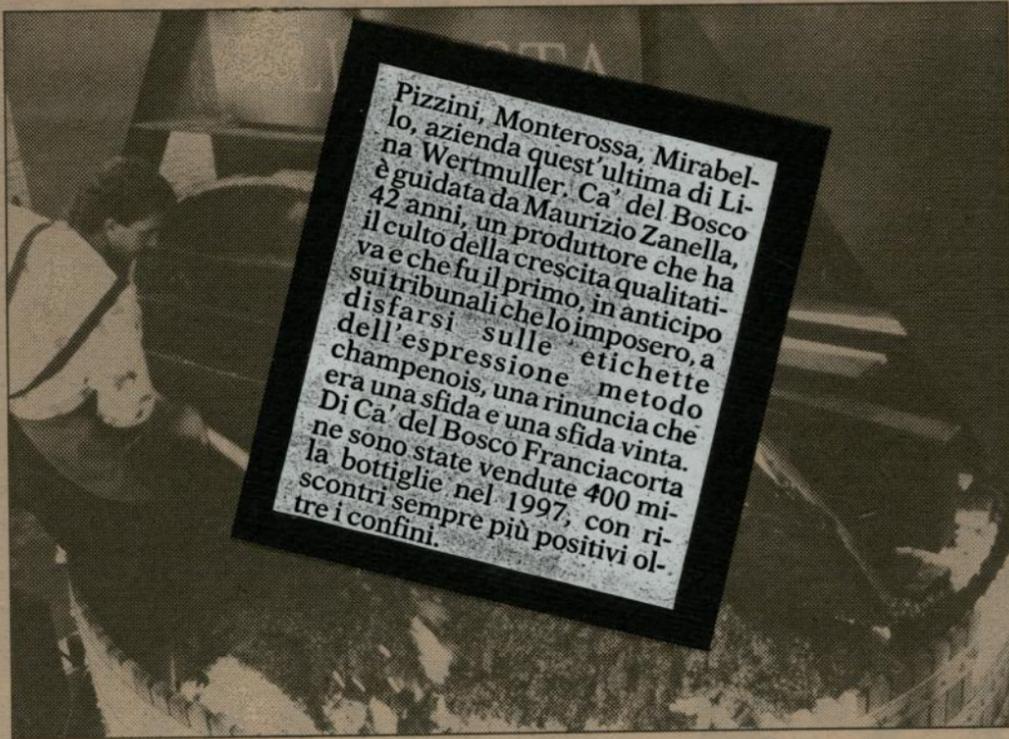
DALLE COLLINE DEL BRESCIANO UN FATTURATO CHE RAGGIUNGE I 110 MILIARDI DI LIRE

Franciacorta, bollicine dei miracoli

di GUIDO VIGNA

La Franciacorta è un coriandolo della grande provincia bresciana. È ricamata dalle colline. E i vigneti ricamano queste colline facendone terra tra le più sontuose: un ettaro, 10 mila metri quadrati, cento metri per cento coltivato a uva da trasformare in vino impreziosito dalla scritta Franciacorta sulle etichette, vale da 250 a 270 milioni di lire. È un valore virtuale, sia chiaro, perché se in tanti vorrebbero comperare, nessuno o quasi si azzarda a vendere. Non perché prenda di più, ma per attaccamento alla terra. Anche per orgoglio. Perché questi ricami di tralci non sono avari di soddisfazioni: in Franciacorta una media azienda vinicola con una buona rete commerciale riesce a strappare da un ettaro coltivato a vite ricavi lordi per 70 milioni di lire l'anno. Nell'ultima vendemmia l'uva in media è stata pagata duemila lire il chilogrammo; nell'Oltrepò pavese, per dire, pochi viticoltori hanno spuntato più di 1.200 lire il chilogrammo.

Bastano le cifre per raccontare il miracolo del vino della Franciacorta. Si esprime, la Franciacorta, per 18 mila ettari e i vigneti la esaltano per 1.550; buona parte di questi, poco meno di 1.250, con l'aureola dell'appartenenza a una delle zone considerate tra le più straordinarie d'Italia. Il luogo comune ha spinto a fare di questo brano del Bresciano — che per verde, colori del cielo e dolcezza di ondulazioni della terra rammenta la To-



La pigiatura dell'uva in un'azienda vinicola della Franciacorta (Fotogramma)

scana — la Champagne d'Italia, espressione contesa al Trentino. Maurizio Zanella, forse il più geniale interprete dei regali che la natura ha fatto alla Franciacorta, sicuramente e per sua definizione il più matto nel pulviscolo dei 168 produttori locali, non sa che farsene di questa etichetta. «Noi — dice con ironia che lascia il segno — vogliamo soltanto essere la Franciacorta».

Il miracolo Franciacorta si spiega con lo spumante metodo classico, tre parole che però sono state messe al bando. Gianluigi Comolli, direttore del Consorzio per la tutela dei vini con denominazione d'ori-

gine Franciacorta, è inappuntabile nel suo ruolo. «Qui — spiega — non si fa spumante metodo classico. Si fa Franciacorta». È questione di intendere: lo spumante metodo classico, in virtù della legge, da queste parti è chiamato Franciacorta, come nella Champagne ha il nome di champagne e nel Trentino di Trento Doc. Il nome Franciacorta docg (denominazione di origine controllata e garantita) spetta soltanto a chi fa parte del consorzio e chi ne fa parte deve rispettare regole rigide che coinvolgono la produzione delle uve, Chardonnay, Pinot nero e Pinot

bianco; e massimo 10 quintali per ettaro; la resa della pressatura, 100 litri di vino base per 153,85 chilogrammi di uva; la maturazione, almeno 18 mesi di fermentazione sui lieviti in bottiglia e 25 mesi dalla vendemmia alla vendita dello spumante metodo classico, pardon del Franciacorta ottenuto.

Il miracolo ha un autore riconosciuto: Franco Ziliani, un enologo con il diploma conquistato ad Alba, ammaliato dal mito champagne eppure convinto di poterlo ripetere. Nel 1954 Ziliani fu assunto alla Berlucchi, storica azienda vitivinicola di Borgonato, vo-

Non solo spumanti (però che spumanti)

tata alla produzione di Pinot bianco. Sette anni dopo dalla Berlucchi s'avviava verso il mercato il primo spumante metodo classico, un millesimato creato da Ziliani. Si iniziava un'avventura imprenditoriale che in pochi anni avrebbe portato i Berlucchi al primato tra i produttori italiani delle più nobili tra le bollicine, eccitando — tra i tanti viticoltori della zona che non volevano rassegnarsi all'anonimato — una gran smania di imitazione.

Oggi il Berlucchi, indiscusso re del mercato italiano delle bollicine più preziose, è venduto per poco meno di 4 milioni di bottiglie l'anno e ha una capacità produttiva di oltre 5 milioni di bottiglie. Sulle sue etichette non compare Franciacorta perché il Berlucchi, che pure ha parecchie decine di ettari nella zona vocata, si alimenta di uve doc che arrivano anche dall'Alto Adige, dal Trentino e dall'Oltrepò pavese. Del resto, tutta l'uva doc della Franciacorta, Chardonnay, Pinot nero e Pinot bianco, non basterebbe a saziare il Berlucchi. Ziliani fa comunque parte del consorzio Franciacorta con l'Antica Fratta, circa 100 mila bottiglie l'anno.

Il nome Franciacorta impreziosisce in compenso le etichette di molte altre cantine diventate sinonimo di raffinatezza: Ca' del Bosco e Bellavista in particolare e poi Boschi, Fratelli Berlucchi, Barone

Pizzini, Monterossa, Mirabello, azienda quest'ultima di Lina Wertmuller. Ca' del Bosco è guidata da Maurizio Zanella, 42 anni, un produttore che ha il culto della crescita qualitativa e che fu il primo, in anticipo sui tribunali che lo imposero, a disfarsi sulle etichette dell'espressione metodo champenois, una rinuncia che era una sfida e una sfida vinta. Di Ca' del Bosco Franciacorta ne sono state vendute 400 mila bottiglie nel 1997, con riscontri sempre più positivi oltre i confini.

Bellavista è di Vittorio Morretti, un imprenditore con molti interessi e che s'è azzardato nelle bollicine per passione. Mattia Vezzola dirige la cantina e s'è imposto un limite, non più di 550 mila bottiglie l'anno di Franciacorta. L'anno scorso sono

state 500 mila. La vendemmia 1998 dovrebbe permettere di arrivare a 550 mila. La Franciacorta non è soltanto bollicine con il proprio nome. Si racconta anche con vini tranquilli con la doc Terre di Franciacorta venduti nel 1997 per poco meno di 3,6 milioni di bottiglie. Franciacorta e Terre di Franciacorta coinvolti nello stesso consorzio sono significativi di un fatturato di 54 miliardi di lire, 39 nel primo caso e 15 nell'altro. Se si aggiungono 56 miliardi circa della Berlucchi si ottengono 110 miliardi di lire regalati dal vino, un grande vino. E questo è il miracolo Franciacorta.

L'avventura cominciò nel 1954 col metodo classico