

# Bresciaoggi

24 Venerdì  
20 Luglio 2001

VINO & BUSINESS. A Erbusco sta sorgendo la maxi cantina che porterà la capacità produttiva oltre quota 1,2 milioni di bottiglie.

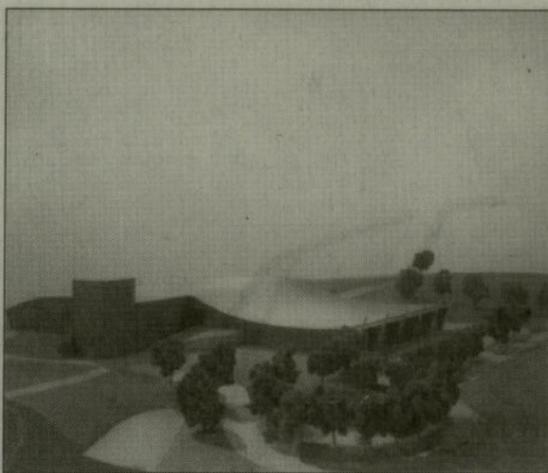
## Cà del Bosco al raddoppio

### Zanella: «Ecco come investiremo 25 miliardi»

E' l'ultimo capitolo di una storia affascinante, che nel giro di poco più di 30 anni ha conosciuto un grande sviluppo: giunta sulla soglia del terzo millennio, Cà del Bosco, una delle principali aziende vitivinicole franciacortine, ha messo in cantiere un nuovo investimento, che nasce da una sorta di perenne stato di insoddisfazione critica nei confronti delle performance aziendali, e che pare scommettere sul futuro della Franciacorta.

«La continua ricerca di miglioramento è un dovere, per una realtà come la nostra - spiega Maurizio Zanella, l'uomo a guida dell'azienda, davanti al plastico che presenta la nuova cantina -: un sogno da 25 miliardi che ha già cominciato a concretizzarsi nella quiete delle colline di Erbusco. Il termine dei lavori è previsto entro la fine del prossimo anno: alla fine, la vecchia «casa nel bosco» dove nel 1965 si stabilì Annamaria Clementi Zanella, madre di Maurizio, diventerà un colosso distribuito su una superficie totale di 20 mila metri quadrati: la capacità produttiva annua lieviterà in breve fino alla soglia di 1,2 milioni di bottiglie. Un bel passo in avanti rispetto alle 900 mila bottiglie che Cà del Bosco prevede di spedire entro la fine del 2001, per un fatturato pari a 19 miliardi.

«Ma i numeri per noi contano fino ad un certo punto - spiega Zanella - . Solo il 35-40% dell'investimento è finalizzato alla crescita quantitativa: il resto è tutto concentrato sul miglioramento della qualità. Perché ciò che ci rende un po' speciali è proprio questa inquietudine sui risultati che otteniamo: siamo sempre contenti e sicuri di aver fatto un buon lavoro, ma crediamo che sia sempre possibi-



A destra Maurizio Zanella, leader della Cà del Bosco di Erbusco. A sinistra il plastico della nuova maxi cantina che aumenterà la capacità produttiva dell'azienda che quest'anno chiuderà con ricavi per 19 miliardi



le migliorare».

Ecco perché un quinto dei soldi investiti andranno nel rinnovamento dei vigneti e dei macchinari agricoli, mentre altri 8 miliardi saranno per le attrezzature di produzione. Sono quindi 11 i miliardi investiti sul fabbricato, del quale risulterà ampliata anche e soprattutto la capacità di stoccaggio, vero asso nella manica per un'azienda di bollicine. «E' un investimento indubbiamente pesante, ma l'azienda ha la capacità di sopportarlo bene - spiega Zanella - . Anche perché parallelamente il capitale sociale versato è cresciuto fino alla soglia dei 10 milioni di euro».

Quando l'intero nuovo assetto sarà terminato, la superficie di vigneti, dislocata sui territori di otto Comuni, toccherà i 140 ettari, e Cà del Bosco diventerà l'azienda in pole position del mondo produttivo del Franciacorta targato Docg e Doc.

Ma non c'è nessuna pretesa di egemonia, nei piani di Maurizio Zanella. Anzi. «Più aziende ci sono più il territorio cresce. E noi del territorio abbiamo bisogno. Ma tutte devono essere vocate all'alta qualità: il sistema non può sopportare sbalzi eccessivi tra un produttore e l'altro: il grosso compito del Consorzio nei prossimi anni sarà quello di innalzare il livello generale di qualità, assistendo agricoltori e piccole aziende. Quello che la Franciacorta ha fatto in 30 anni ha del miracoloso - conclude Zanella - . Ma c'è ancora moltissimo da fare per consolidare quel piedistallo che deve rendere solido e tenere in piedi tutto il sistema. Le potenzialità della Franciacorta sono enormi, ma vanno sfruttate da subito: insomma, bisogna pedalare. E noi siamo già partiti».

Claudio Andrizzi

## Il colosso francese degli Champagne ha presentato in città la sua nuova produzione 2001

### Moët et Chandon brinda con Brescia

Un competitor dai grandi numeri, uno stimolo in più per le aziende locali

Mentre il mondo delle bollicine di Franciacorta cresce ed evolve verso nuovi livelli qualitativi e produttivi, può accadere che il colosso degli champagne francesi si spinga fino nel cuore di Brescia per presentare la sua linea produttiva targata 2001. E' successo mercoledì sera nella cornice di uno dei principali punti di riferimento della ristorazione bresciana, il Castello Malvezzi di Mompiano: qui, i responsabili della sezione italiana di Moët et Chandon, marchio conosciuto anche da chi il vino lo frequenta poco, hanno radunato a tavola giornalisti ed addetti ai lavori per presentare in degustazione alcuni dei più ricercati prodotti che la prestigiosa azienda, attiva dal 1743, propone sul mercato. Solo un caso, questa incursione

in terra bresciana? I diretti responsabili non si scompongono, forti anche dei propri numeri: basti dire che Moët è un colosso da 30 milioni di bottiglie, pari a poco meno del 10% della produzione totale di Champagne, pari a ben 320 milioni di bottiglie.

Numeri, ovviamente, ben lontani dai 4 milioni di bottiglie e rotti dell'intera Franciacorta, anche se, come ricorda Maurizio Zanella, «lo Champagne, pur su altro piano, rimane comunque il principale competitor del Franciacorta: cosa che ci impone il continuo miglioramento qualitativo».

Del resto il mercato italiano degli champagne è un affare decisamente più limitato rispetto ai numeri dell'intera produzione francese: circa 7-8 milioni di bottiglie, sui quali però Moët et Chandon vanta, secondo

dichiarazioni degli stessi addetti dell'azienda, una quota di mercato pari all'incirca al 30%. Considerato che gran parte di questo mercato si concentra nelle regioni sviluppate del nord, e soprattutto in Lombardia, è sicuramente significativo che Moët et Chandon abbia scelto proprio Brescia per questo particolarissimo evento: una scelta di ca-

attere concorrenziale, ma anche un riconoscimento ad una città che, anche nell'enogastronomia oltre che nel campo della cultura e degli eventi, sta ormai diventando un autentico punto di riferimento a livello nazionale.

Con la complicità dello staff di Castello Malvezzi, diretto da Enrica Bortolazzi, Moët ha puntato a dimostrare come lo Champagne sia vino adatto a tenere un intero pasto, accompagnando alcune delle sue produzioni (1er Cru, Réserve Impériale, Brut Impérial Millésimé 1995, Brut Rosé) ad alcune ricette studiate appositamente per l'occasione. Missione compiuta, con un arri-vederci a presto ancora a Brescia. Che, a quanto pare, ormai fa davvero gola ai francesi.

