



Brescianaoggi

Sped. in abbonam. postale 45% art. 2 comma 20/B - Legge 662/96 - Filiale di Brescia

Anno 31° - numero 15 - Venerdì 16 Gennaio 2004

■ CURIOSITA'

Vini e cuvée affascinanti e «vincenti»

Dallo storico vertice Usa-Nato di Pratica di Mare ai pranzi ufficiali di Buckingham Palace, passando per alcune fra le più importanti insegne internazionali della ristorazione come Valentino a Santa Monica, in California, o Le Cirque a New York. I vini Ca' del Bosco sono presenze ormai comuni su alcune delle tavole più prestigiose del mondo. Non solo. Il Palmarès dei «Tre Bicchieri» del Gambero Rosso dura dal 1988, anno in cui il riconoscimento venne attribuito al «Maurizio Zanella 1985». Il 2003 è stato un trionfo, soprattutto per la cuvée Annamaria Clementi 1996: Tre Bicchieri. Cinque Grappoli dall'Ais, tre stelle da Veronelli, 18,5 dall'Espresso, per non parlare dell'inclusione nell'annuario dei vini del secolo del francese Michel Dovaz. Il «Carmenero», dal canto suo, è stato inserito in «Vintage Wine», una vera «bibbia» internazionale nella quale Michael Broadbent ha raccolto 50 anni di degustazioni in tutto il mondo.

La rassegna stampa è fitta di articoli: da Town and Country a Die Zeit, da Food and Wine a tutti i quotidiani e i magazine italiani. Piacciono i vini, ma affascina anche la magica cantina nascosta tra boschi, vigneti e magnifiche sculture, alle quali si accede dal mitico cancello di Arnaldo Pomodoro. Tutto pensato per dare al mondo dell'arte e della cultura e a quello del vino l'opportunità di parlarsi. Un ulteriore obiettivo realizzato da Zanella, imprenditore fuori dalle righe il cui segreto è l'equilibrio fra passione e competenza («I cinici puri non fanno molta strada nel mondo del vino»). Manca solo di sapere qual è il suo vino del cuore. «L'Annamaria Clementi è un punto di riferimento per motivi affettivi. Ma quello che preferisco - spiega - sotto il profilo gustativo è il Pinero: un vino agli antipodi di quello che il nuovo consumatore considera un rosso importante...». c.a.

Iniziata la fase-2 del progetto di rinnovamento.

Entro fine anno nuove linee di imbottigliamento e attrezzature all'avanguardia

Ca' del Bosco, l'innovazione in cantina

Investimento da 20 milioni per crescere valorizzando il lavoro e la qualità

di Claudio Andrizzi

La «casa del bosco» di Erbusco sta lentamente, ma inesorabilmente cambiando pelle. Un processo cominciato tre anni fa, che culminerà alla fine del 2004. Con la conclusione dell'anno appena iniziato sarà possibile valutare ed ammirare, nella sua complessità, l'impegnativa opera di rinnovamento alla quale è stata sottoposta una delle più importanti «insegne» della Franciacorta vitivinicola. Un'azienda che, negli anni, si è distinta nell'albo di quel «rinascimento» enologico nazionale che ha posto le basi per il rilancio del vino italiano oggi celebrato un po' ovunque.

Ca' del Bosco è il regno di Maurizio Zanella, forse il volto più conosciuto, intervistato e inseguito della Franciacorta vitivinicola. E' lui ad annunciare le fasi conclusive di un progetto di rinnovamento strutturale, tutto finalizzato al sostegno dell'incremento qualitativo, costato circa 20 milioni di euro, avviato nel 2000 con una prima tranche di lavori (11 milioni di euro) concentrati nell'area dei fabbricati, con la realizzazione

ne della nuova cantina, e dei vigneti, tutti riconvertiti ad un regime di alta intensità da 10 mila ceppi a ettaro.

Terminata questa prima fase a metà del 2003, sono partiti, proprio in questi giorni, i lavori relativi alla seconda fase: riguarderà le opere di completamento e il rinnovamento

delle linee di imbottigliamento e delle apparecchiature, per un investimento di 9 milioni. A regime, Ca' del Bosco diventerà un «colosso» da 155 ettari (108 quelli in produzione a fine 2003) e da 1,3 milioni di bottiglie (contro le 970 mila «spedite» lo scorso anno), con una capacità di stoccaggio che

lieverà fino a 4,5 milioni di bottiglie. La nuova cantina occuperà una superficie totale di 19.200 metri quadrati, dei quali 5.400 riservati ai locali per l'affinamento in bottiglia, 1.500 all'affinamento in legno, 2.300 alle strutture di vinificazione.

Un investimento a lungo termine, che parte non

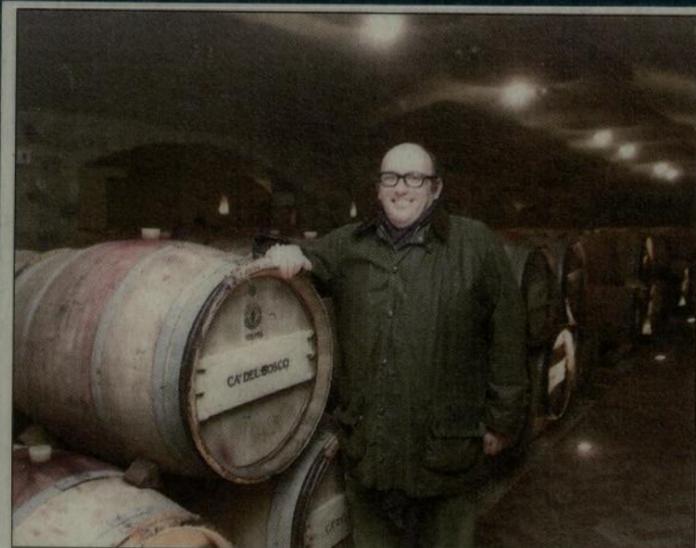
a caso dalla campagna. «È finalizzato a cercare di valorizzare con ogni mezzo il lavoro fatto - spiega Zanella - Non ci focalizziamo solo sulla cantina, che riteniamo complementare a un discorso di agricoltura pura e che per noi è fondamentale. Il nostro è un vigneto suddiviso in 96 parcelle, ovvero 96 schemi, 96 idee ben contraddistinte che contribuiscono con le loro caratteristiche funzionali alla complessità del risultato finale. La cantina deve valorizzare l'atto finale di un processo complesso che dura un anno».

Da qui le particolarità di un progetto che, nel rinnovamento della cantina, si è appoggiato sulla più avanzata tecnologia del settore, con la progettazione di attrezzature pensate in esclusiva per l'azienda il cui obiettivo è anche quello di salvaguardare la natura più autentica di principi produttivi estremamente tradizionali. Il traguardo, come detto, è previsto a fine 2004. Il

2005, quindi, sarà l'anno del rientro di Ca' del Bosco in una dimensione di normale attività anche sul fronte della ricezione e delle iniziative promozionali in azienda (come l'ormai famoso match calcistico che oppone squadre di categorie professionali del settore).

«Viviamo un po' estraniati dal mondo da quasi tre anni - dice Zanella - Abbiamo ovviamente sospeso l'accoglienza per ragioni logistiche. Questo ci ha permesso di iniziare a ragionare sulle politiche future. Stiamo pensando di garantire maggiore fruibilità e apertura della cantina al pubblico rispetto a quelle che sono sempre state le nostre modalità, che hanno sempre previsto la visita su prenotazione».

Insomma, potrebbero esserci anche in questo campo importanti novità, come quelle relative alla nuova cantina che un po' tutto il panorama vitivinicolo internazionale aspetta di osservare e valutare. E questo sta sicuramente ad indicare quanto il marchio Ca' del Bosco continui a rappresentare un sigillo di leadership, un modello di innovazione nelle dinamiche dell'enologia internazionale.

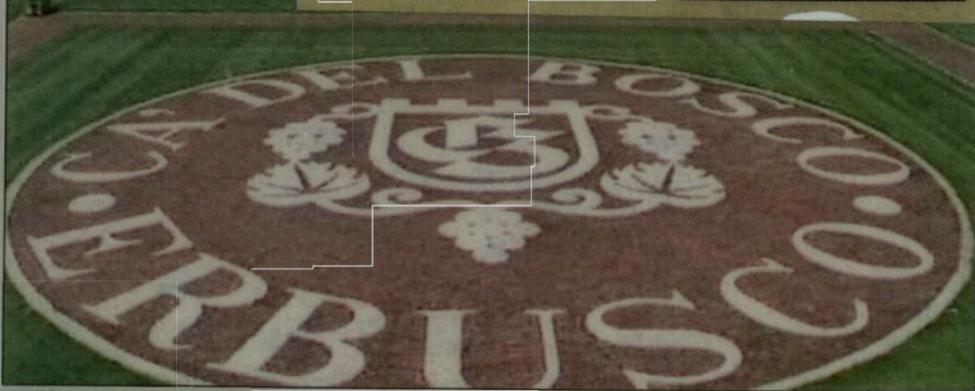


A sinistra una veduta della Cà del Bosco di Erbusco dove quest'anno sarà completato un massiccio programma di investimenti per complessivi 20 milioni di euro iniziato nel 2000. Qui sopra il leader dell'azienda, Maurizio Zanella. Nella foto in alto una veduta interna della cantina (Servizio Brescianaoggi)

Viaggio in Franciacorta

Alla scoperta dei segreti del «caso» Ca' del Bosco

Andrizzi (a pagina 24)



ECONOMIA BRESCIANA

Bresciaoggi

LA CARTA D'IDENTITÀ

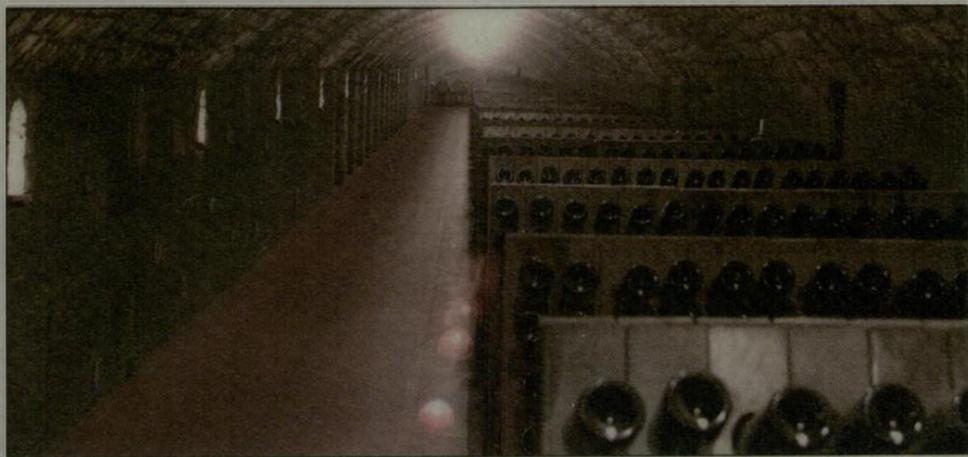
Azienda: Cà del Bosco	Enologo: Stefano Capelli (agronomo Luigi Reghenzi)
Indirizzo: Via Case Sparse 20, Erbusco	Ettari Vitati: 155
Telefono: 030/7766111	Ricevimento: sospeso fino alla conclusione dei lavori della nuova cantina ed in fase di riorganizzazione
Internet: Internet: www.cadelbosco.it	Come si raggiunge: uscita Rovato sull'autostrada Mil-Ve, direzione lago d'Iseo per tre chilometri circa poi svolta a sinistra indicata
Mail: cadelbosco@cadelbosco.com	
Proprietario: Cà del Bosco Spa, presidente Maurizio Zanella	

La carta dei vini:

Bollicine:
Franciacorta Brut S.A, Brut,
Dosage Zéro, Satèn e Rosé
Millesimati, Cuvée Annamaria
Clementi Gran Millesimo

Vini Fermi:
Curtefranca Bianco Terre
di Franciacorta, Chardonnay
Terre di Franciacorta, Curtefranca
Rosso Terre di Franciacorta,
Igt Sebino «Pinero» e «Maurizio
Zanella», Elfo,
Carmenero

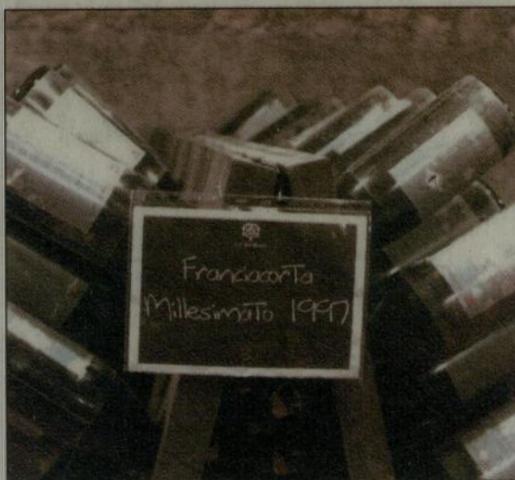
Aga-d'Arco



IL PERSONAGGIO

Maurizio Zanella difende il «gusto» e si schiera con i piccoli produttori

Maurizio Zanella è l'emblema di un uomo di successo. Ma è anche, inaspettabilmente, un uomo preoccupato. Del futuro che si prospetta per i nostri figli, delle trame globali che congiurano per cambiare le carte sulla tavola di quella qualità (dei prodotti come della vita) che per lui è un concetto di libertà. Teme che all'orizzonte si prospetti un impoverimento, che alla fine vincano quelle forze della standardizzazione del gusto a dispetto degli sforzi di chi, come lui, lavora con ogni mezzo per difendere un patrimonio di civiltà come quello rappresentato da un grande bicchiere di vino. Come dire che l'agricoltura, oggi, deve essere anche e soprattutto questo. Ca' del Bosco la concepisce a bassissimo impatto ambientale pur rifiutando la classificazione biologica. Zanella, semmai, è affascinato dai pionieri della biodinamica che anche in enologia stanno facendo miracoli. Pur essendo a capo di una delle grandi realtà della



Il millesimato è uno dei vini prodotti da Maurizio Zanella

Franciacorta, è uno strenuo difensore dei piccoli produttori.

«So bene che la logica del futuro è quella della concentrazione, ma credo che una Franciacorta fatta di 20 grosse aziende invece che delle 70 o 80 attuali sarebbe triste - dice -. La nostra è un'identità vivace e multicolore. Credo che questo sia un

bene: i piccoli produttori sono un punto di forza, non di debolezza. Sono quelli che danno alla zona le sue sfumature. Tantissime aziende medio piccole sono coinvolte in un percorso di crescita. E comunque, paragonata alle realtà di altre zone vocate d'Italia, anche Ca' del Bosco è una piccola azienda».

Zanella nella Franciacorta crede in maniera totale. Per lui è un progetto vincente, dalle potenzialità enormi. «I francesi consumano 150 milioni di bottiglie di Champagne - dice -. Basterebbe arrivare almeno a un decimo di quel volume. Quindici milioni di bottiglie non sono certo un traguardo inarrivabile: credo che entro il 2007 potremmo arrivare già a dieci milioni».

La crescita è possibile, ma occorre anche imparare a rendere il vino più «facile» - «Abbiamo esagerato perché giovani, riversando sul consumatore tutta la nostra esperienza di crescita» -, pena la perdita della strada che deve portare alla riconsiderazione ragionata del consumo. «Il Franciacorta può essere un vino quotidiano - spiega -. Gli italiani possono cambiare le loro abitudini, ma dobbiamo fare di tutto perché il termine Franciacorta si sostituisca al termine Champagne nel lessico e nell'immaginario nazionale. Un passaggio assolutamente fondamentale». c.a.

LA STORIA: UN'AVVENTURA INIZIATA NEL 1965

Dalla tenuta di Annamaria Clementi al progetto simbolo della Franciacorta

Era il lontano 1965 quando Annamaria Clementi si stabilì per la prima volta nella grande casa nel bosco di Erbusco. Allora, la tenuta poteva contare su un solo ettaro vitato, nulla lasciava presagire gli sviluppi che avrebbero portato Ca' del Bosco a diventare una delle insegne simbolo del made in Italy vitivinicolo. Un'azienda da 12 milioni di fatturato (realizzato per il 23% all'estero: Germania, Usa, Giappone ed altri 38 paesi) che, nel 2003, ha praticamente esaurito tutte le scorte a disposizione spedendo nel mondo oltre 970 mila bottiglie. Oggi la signora Annamaria dà il proprio nome al vino di punta dell'azienda, la cuvée «gran millesimo» letteralmente adorata dai critici, costantemente sul podio delle guide specializzate (è fra le prime 30 etichette italiane secondo la Guida dell'Espresso) e considerata uno dei prodotti simbolo della Franciacorta vitivinicola.

A questa attualità fatta di grande prestigio e consensi, Maurizio Zanella,



Il cancello dell'azienda firmato da Arnaldo Pomodoro

figlio di Annamaria, è arrivato mettendosi in cammino nel 1968, approfondendo la sua cultura enologica attraverso due anni di studi in Francia alla Station Enologique de Bourgogne a Beaune e all'Università di enologia di Bordeaux destinati a diventare fondamentali nella sua formazione quasi quanto un'ormai miti-

ca visita studentesca del 1973 al Domaine della Romanée-Conti, uno dei templi dell'enologia mondiale.

Sono nati così i primi germi del progetto Ca' del Bosco, cresciuto col tempo e con corpi investimenti fino alle dimensioni attuali: quelle di un'azienda che impiega 56 dipendenti fissi, 24 sta-

gionali, che in occasione di ogni vendemmia cerca oltre 120 addetti a tempo determinato ed è ormai pronta alla nuova svolta che prevede, tra l'altro, il sensibile allargamento della base produttiva fino alla soglia di 1,3 milioni di bottiglie.

Una crescita che può contare sulla solidità dei consensi acquisiti finora, ben dimostrati dall'andamento di un 2003 del quale l'azienda si dice pienamente soddisfatta a dispetto di quel fenomeno euro che ha agito con effetto domino sul sistema, toccando innanzitutto il consumatore. Ca' del Bosco rivendica sotto questo profilo la trasparenza di una politica dei prezzi che, pur collocando l'azienda in fascia alta, non ha mai abusato in ritocchi, mirando semmai a mantenere la giusta proporzione con la complessità della realtà aziendale, dei suoi investimenti e della sua politica. Una scelta che, Zanella ne è sicuro, alla fine ha pagato contribuendo al grande successo di Ca' del Bosco. c.a.