

Anno XII - Euro 3,30 - Poste Italiane s.p.a. Spedizione in abbonamento postale  
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 - n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano - Contiene I.P.T.



## Maurizio Zanella il pioniere del Franciacorta



**MAURIZIO ZANELLA CONFIDA  
LE STRATEGIE PER ESSERE  
COMPETITIVI NEL MERCATO  
GLOBALE: L'ITALIA DEVE  
PUNTARE SU TRADIZIONE,  
STORIA, CULTURA  
E TERRITORIO**

# La nuova sfida del vino italiano

**G**li scherzi del destino. Quando Carlo Magno, dopo avere conquistato Brescia Longobarda, nel 774 si insediò con un accampamento a Rodengo Saiano, lo champagne francese non era ancora nato. La Franciacorta, terra di colline

tappezzate di vigneti e punteggiate da piccoli borghi, era lontana dall'essere la patria delle bollicine. In quell'anno Carlo Magno aveva giurato di festeggiare a Parigi la festa di San Dionigi. Essendo molto distante risolse la questione affermando che questa

terra era come una "Piccola Francia" e ordinò che così fosse chiamata tutta la zona. L'imperatore carolingio non sapeva che il Franciacorta, 1200 anni più tardi sarebbe stato preferito allo champagne su molte tavole in tutto il mondo.



Uno dei pionieri di questa "conquista" è Maurizio Zanella, presidente di Ca' del Bosco, un uomo che ha sempre creduto nelle potenzialità di una terra piena di sassi che, come dice sorridendo, "provocano le imprecazioni dei contadini ma sono la nostra fortuna perché drenano il terreno, l'acqua scivola via e la vite ne trae beneficio".

Zanella è un personaggio che quando parla di vino non si ferma più. E' un mostro sacro innamorato del suo lavoro, un pioniere delle bollicine...

"Penso semplicemente di avere avuto un

te valorizzare la Denominazione e la provenienza. Franciacorta è la realtà più importante delle bollicine nazionali. E' in questo ambito che si inserisce il mio ruolo; anche altri produttori hanno tuttavia svolto un compito fondamentale per lo sviluppo della nostra zona. Tornando alla terminologia, Franciacorta è perfetto. Franciacorta significa bollicine, spumante, qualità, made in Italy. In un nome racchiudiamo tutto. Ma per alcuni, non parlo dei produttori, ma dei consumatori, non è ancora così naturale che Franciacorta voglia dire tutto questo.

### ***"Ci sono degli ottimi spumanti e poi c'è il Franciacorta che è una cosa fantastica"***

ruolo fondamentale nella crescita della Franciacorta: nell'ambito del mondo delle bollicine è sicuramente la realtà produttiva nazionale più importante in termini qualitativi. Come disegno, come progetto, abbandona la vecchia tipologia che legava il mondo del vino italiano alle bollicine, ancorandolo sempre ad una parola: Spumante, Metodo Champenois e via dicendo.

Una pletora di nomi che non servono a nulla perché, come per tutti i vini, è importan-

Quindi a volte dobbiamo accompagnare la descrizione Franciacorta con una aggettivazione, a differenza dei nostri cugini francesi che hanno 300 anni di storia e non aggiungono alcun termine alla loro produzione. In Italia molte persone dicono: 'Ci sono degli ottimi spumanti e poi c'è il Franciacorta che è una cosa fantastica'. Ormai sta passando questo messaggio, bollicine è una aggettivazione per chi non capisce, ma l'ambizione di tutti i produttori è sicura-

mente quella che Franciacorta diventi anche per il consumatore, in Italia e in tutto il mondo, l'unica parola che sta ad indicare un prodotto".

***La produzione francese non ha bisogno di altre parole. Se talvolta noi dobbiamo aggiungerle, che cosa significa: che c'è un gap o c'è ignoranza?***

"Significa che la storia del Franciacorta a livello di legislazione è iniziata negli anni Novanta. E' insomma da pochi anni che la legge ha vietato di chiamarlo Spumante e già il fatto che in molti, tra gli addetti ai lavori e tra i consumatori, lo identificano è un ottimo successo. Un prodotto che la gente non lega più alla metodologia. Faccio un esempio; è come se di un vino rosso buono, dicessimo: 'Questo è un vino rosso fatto in barrique con le uve di Nebbiolo'. E' meglio dire che è un Barbaresco o un Barolo. Perché dobbiamo chiamarlo per come è fatto? Usiamo il suo nome e cognome e quindi è assurdo legarsi a una tipologia di produzione. Non per niente un altro prodotto che ha un parametro qualitativo diverso dal Franciacorta, ma che sta avendo grande successo, è il Prosecco. Perché? Non è uno Spumante e ha una sua identità. Quindi ogni vino che esprime una identità territoriale, si afferma per le qualità... Finché continueremo a chiamare qualcosa con la tipologia produttiva, l'affermazione non arriverà mai".

***Vuole dire che è indispensabile legare l'immagine e la qualità di un prodotto a un territorio come ha fatto per esempio Montalcino?***

"Questa è la sfida vera e nemmeno tanto nascosta che si giocherà tra il Vecchio Continente e il Nuovo Mondo. Francia, Italia e Spagna da una parte, resto del Mondo dall'altra. L'America e la California, parzialmente, stanno cercando di stare con i piedi in due scarpe diverse. Africa, Australia, Cina, Paesi in cui esistono aziende gigantesche, evidentemente non sposano la Denominazione, ma la tipologia, quindi Chardonnay, Cabernet. Si dà risalto alla tipologia con una conseguente massificazione disinteressandosi della provenienza. Questo perché i vitigni si possono piantare dove si vuole, non ci sono limiti, non ci sono leggi.



In un mercato competitivo queste multinazionali producono milioni di bottiglie con una capacità di marketing commerciale straordinaria che sta mettendo in difficoltà il Vecchio Continente. L'Europa, che ha cultura, storia e tradizione, si lega invece alle Denominazioni con dei vincoli produttivi, di superficie, con una regolamentazione che non è obsoleta, ma considera storia e terroir. Lo scontro mondiale sarà tra queste due culture diverse: una verrà premiata per efficienza, prezzo e qualità; l'altra, e cioè la nostra, per la cultura, la storia, la tradizione e la qualità esasperata. Chiaramente quando parliamo di territorio è imprescindibile il legame con la zona e la sua valorizzazione. Con tutto rispetto per i deserti australiani, credo che Montalcino sia molto più bella in termini storici, architettonici e culturali. Una persona colta, o comunque sensibile, al di là di quello che trova dentro al bicchiere, vuole anche una storia e un territorio. E' per questo che, secondo me, alla lunga questi modi diversi di in-

terpretare il vino arriveranno ad essere in competizione tra loro: le produzioni estremamente elevate come qualità saranno appannaggio del Vecchio Continente, quelle più massificate porteranno la firma del Nuovo Mondo".

**E il futuro italiano, in generale, come si configura?**

"Occorre impegnarsi di più in alcune regioni in termini qualitativi, valorizzando i vitigni e il proprio territorio. Oggi ci sono zone più dinamiche e altre più statiche. Tutti possono raggiungere progetti ambiziosi. Serve molto impegno".

**E' realizzabile altrove ciò che ha fatto la Franciacorta?**

"Penso di no e non perché siamo stati i più bravi; abbiamo solo capito al momento giusto quali erano gli sforzi e i sacrifici da fare. Abbiamo deciso di darci regole severe con costi e sacrifici non indifferenti. Penso ai tempi di maturazione del nostro vino: a una bottiglia di champagne sono sufficienti quindici mesi, al Franciacorta ne servono almeno venticinque. Già questo spiega la filosofia con cui abbiamo approcciato il problema, cercando senza mezzi termini di raggiungere un'eccellenza tale da mettere in discussione chi fa vino da trecento anni. Certo, 270 anni di differenza non si cancellano facilmente. Ma Champagne ha un punto debole. La finanza vi è entrata pesantemente e guarda con più attenzione

agli aspetti del marketing che non a quelli del prodotto. Noi siamo invece ancora ingenui, amanti di quello che facciamo, senza dubbio in cerca di affermazione: dobbiamo creare un prodotto di altissima qualità. Dopo arriverà il marketing. Ma ora non possiamo dimenticarci del prodotto per investire sul marketing".

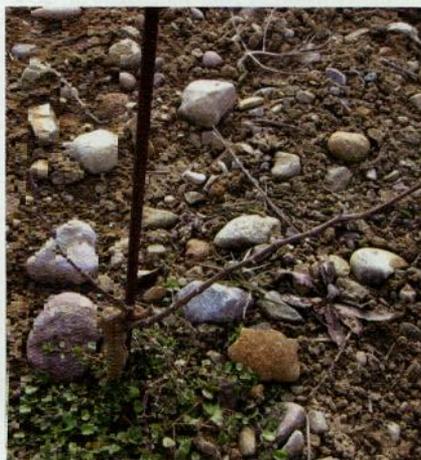
**E quando arriverà il marketing?**

"Quando avremo un prodotto tale che nessuno potrà più dire nulla: comunque non ci vorrà molto. Ora si tratta di sensibilizzare tutti sulle regole da seguire. Regole che vanno anche migliorate. C'è ormai una coscienza in tutti i produttori della Franciacorta positiva in questo senso.

Mi aspetto nel giro di tre o quattro anni di avere un miglioramento del disciplinare di produzione: ne trarrà giovamento il livello qualitativo. E' come un fiume che sta crescendo, sia in qualità, sia in quantità. Ricordiamoci che produciamo sei milioni di bottiglie e questo è il primo polo produttivo nazionale".

**Il Consorzio è stato importante?**

"E' stato fondamentale come organo, uno dei pochi in Italia, non politicizzato; qui si fanno solo gli interessi dei produttori. Noi le lobby non le abbiamo mai volute perché ritenevamo che avendo un comun denominatore simile, non occorre gente esterna per mettere d'accordo tutti. Nelle altre realtà produttive nazionali esiste il contadino che coltiva l'uva, la cantina che produce il vino e a volte il commerciante. La cantina sociale e l'industria, quindi una piattaforma di persone che sono nello stesso business ma con interessi opposti: l'industria vuole pagare l'uva il meno possibile, il viticoltore è colui che dopo avere lavorato, giustamente vuole guadagnare, desidera essere ripagato. Questi scontri atavici non consentono ad alcune zone di svilupparsi sulla qualità. E' un problema conflittuale tra tre elementi: produzione, industria e cooperazione. E' un ostacolo insormontabile per



***"Questi sassi fanno imprecare i contadini  
ma sono la nostra fortuna"***

### *“L'Ais ha avuto un ruolo fondamentale nel Rinascimento enologico italiano”*

disegnare un progetto comune di sviluppo di una zona. La Franciacorta ha invece avuto la fortuna di avere sedute al tavolo figure identiche che fanno l'uva, la trasformano e la vendono. Quindi è stato semplice mettersi d'accordo tra produttori. Non voglio nascondere, ci sono stati duri confronti. L'obiettivo è sempre stato tuttavia unico: valorizzare il nostro lavoro”.

#### *L'orientamento di Ca' del Bosco per il futuro?*

“Abbiamo vari progetti: con la cantina realizzata negli ultimi anni ci siamo posti all'avanguardia. E' un qualcosa di unico nel panorama enologico italiano e, forse, europeo. Abbiamo una larga percentuale di vigneti con diecimila ceppi/ettaro che daranno il meglio della loro vita nei prossimi anni. Per quanto riguarda il prodotto penso che abbiamo fatto qualcosa di fantastico: sono convinto che darà un risultato positivo su tutti i fronti. La politica dell'azienda è puntare sul Franciacorta e continuare nella valorizzazione di vini che sono stati, senza usare parole altisonanti, pionieri in Italia: mi riferisco a Chardonnay e a Pinot Nero. Abbiamo sfornato vini che sono diventati pietre miliari nel panorama enologico italiano e che hanno segnato la storia dell'enologia in quello che io chiamo il Rinascimento enologico italiano. Non vogliamo incrementare la loro quantità perché è già curioso che un'azienda produttrice di Franciacorta riesca a imporsi anche con vini di qualità, di quantità e di prezzo. Su questi vini non abbiamo progetti di espansione; vogliamo mantenere le posizioni che ab-

biamo, sviluppando ulteriormente la qualità”.

#### *E' il Franciacorta che nel suo sviluppo deve ringraziare altri vini o sono gli altri vini che nel mondo sono conosciuti grazie al Franciacorta?*

“In questa zona, e parlo di preistoria, un medico, Girolamo Conforti, nel 1570 scrisse un libro intitolato 'Libellus de Vino Mordaci': parlava di un vino mordace, c con le bollicine. Ripeto: 1570 prima cioè dell'abate Perignon. Quindi in Franciacorta, se vogliamo essere precisi, si parla di vini effervescenti in epoca antecedente a quella dell'abate. E' storia. Cosa succede? Dopo l'abate la produzione si è sviluppata; qui è invece rimasta appannaggio delle famiglie nobili che mai si sono sognate di vendere il vino: lo producevano ed era talmente buono che se lo bevevano. Questa zona si è seduta, produttivamente parlando, ed ha continuato a fare il suo vino solo per il consumo, con vitigni prevalentemente rossi che in dialetto si chiamavano 'Bordomagher', Bordeaux magro. Si è andati avanti con questa autoproduzione fino agli anni Sessanta con la quinta Doc italiana. Con che cosa? Con un vino Rosso, uno Bianco e uno Spumante, ed uso questo termine perché stiamo parlando di preistoria. All'inizio si vendevano Bianco e Rosso in misura maggiore rispetto allo Spumante. Poi lo Spumante ha preso il largo ed è cresciuto; anche i vini hanno visto un incremento ma non con lo stesso ritmo dello Spumante. Per rispondere alla domanda, i vini hanno aiutato il Franciacorta nella fase iniziale,



quando c'è stata la nascita della zona, poi sono diventati comprimari. Per noi di Ca' del Bosco i vini sono sempre stati importantissimi in funzione del Franciacorta, soprattutto all'estero. E' infatti grazie agli altri vini che il Franciacorta ha varcato i confini italiani”.

#### *A proposito di espansione e quindi anche di comunicazione: quale sarà in questo senso il ruolo del sommelier?*

“L'Ais ha avuto secondo me un ruolo fondamentale e insostituibile nell'ambito del Rinascimento enologico italiano, nel periodo che va dagli anni Settanta agli anni Ottanta. L'Associazione ha dato un enorme impulso. Oggi la funzione del sommelier è fondamentale e acquisterà una importanza sempre maggiore. Occorrerà certamente definire il suo ruolo, dargli maggiore visibilità nei ristoranti, nei supermercati, nelle enoteche, nei wine bar.”

*Paolo Pirovano*

