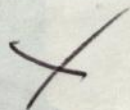


W



WIJNWIJS
BRUNO VANSPAUWEN

FRANCIACORTA

'Toni Etneo heeft fantastisch werk verricht om onze schuimwijn hier in de markt te zetten', zegt Maurizio Zanella. 'Ik weet hoe moeilijk dat is in jullie land van champagnedrinkers.'

Ik zit in het Genkse restaurant La Botte naast de 55-jarige eigenaar van het domein Ca' del Bosco, tevens de voorzitter van het consortium der wijnproducenten van Franciacorta. Deze streek in de Italiaanse regio Lombardije verwerft stilaan bekendheid als 'de Champagne van Italië'. Maar zelfs als je schuimwijnen van dezelfde druiven en volgens dezelfde methode maakt als in de Champagne, dan nog mag je ze geen champagne noemen. Dat mag alleen als de druiven uit de gelijknamige Franse streek afkomstig zijn, en als de schuimwijn er gemaakt wordt.

De merknaam champagne, met alle status en emoties die daarmee geassocieerd worden, blijkt zo sterk te zijn dat mensen zelfs slechtere champagne verkiezen boven betere schuimwijn uit een ander land. Hoe vaak je daar ook op wijst, je krijgt het er niet uit geramd: er moet en zal 'champagne' op het etiket staan. In die koppigheid is ons land een koploper.

Toni Etneo, de Belgische invoerder van Ca' del Bosco, slaagde erin om dat enigszins te doorbreken. Er wonen natuurlijk veel nazaten van Italiaanse migranten in ons land, en hijzelf is ook een telg van een Italiaanse migrantenfamilie, dat helpt. Daarnaast heeft Toni niet alleen een neus voor wijn, maar ook — als een echte Italiaan — voor zaken. Ik herinner me hem nog in zijn begindagen, toen hij helemaal alleen, onvermoeibaar enthousiast, met zijn kleine wijnstandje van evenement naar evenement trok. Hij wurmde zich ook binnen in het sportmilieu, onder meer in het voetbal en het wielrennen. Sommige wijnliefhebbers vinden die sporten wellicht te populair voor hun nobele drank, maar Italianen denken daar anders over. Toen AC Milan landskampioen werd, zeulden feestende spelers voor het oog van de camera rond met een enorme fles Ca' del Bosco. Ook Maurizio Zanella blijkt zijn connecties in de sportwereld te hebben.



*Elke week maakt
Bruno Vanspauwen je wat
(eigen)wijzer over wijn.*

Naast Ca' del Bosco is nog een ander domein de grote vaandeldrager van Franciacorta: Bellavista, eigendom van de succesrijke bouwondernemer Vittorio Moretti. Daar wordt een heel andere strategie toegepast om naamsbekendheid te verwerven: Bellavista sponsort de Scala van Milaan. Die strategie weerspiegelt zich in het glas: Ca' del Bosco wordt gekenmerkt door een toegankelijke, rijke, romige stijl, terwijl Bellavista mikt op finesse en fraîcheur. **BEIDE MOGEN GERUST TOT DE TOP VAN DE ITALIAANSE SCHUIMWIJNEN GEREKEND WORDEN.** Ze hebben het imago van spumante (Italiaans voor schuimwijn) definitief veranderd en hun prijzen liggen dan ook in de klasse van Franse champagne: 30,75 euro voor Ca' del Bosco, 28 euro voor Bellavista.

Om zich op de internationale markt commercieel te meten met champagne, is het echter nog wat vroeg. 'Pas sinds 1995 is de naam

Franciacorta strikt voorbehouden voor onze schuimwijnen', zegt Zanella. 'Qua naamsbekendheid heeft de Champagne dus een grote voorsprong.' Ook in het aanbod is er een groot verschil: Franciacorta telt in totaal 2.000 hectare (waarvan Ca' del Bosco en Bellavista er samen ongeveer 370 hebben), terwijl Champagne 35.000 hectare beschikbaar heeft en nog aan uitbreiding denkt. Geen wonder dat beide domeinen hun schuimwijnen voornamelijk voor 80 tot 90 procent in Italië zelf verkopen.

Over welke schuimwijnen de beste zijn, de Franse of de Italiaanse, daar kan lang over gediscussieerd worden. Maar één zaak is zeker: Franciacorta heeft ook rode en witte wijnen, onder de appellatie Terre di Franciacorta, en die overtroeven die van de Champagne moeiteloos.

Invoerder Ca' del Bosco: www.svi.be

Invoerder Bellavista: www.tgfinewines.be