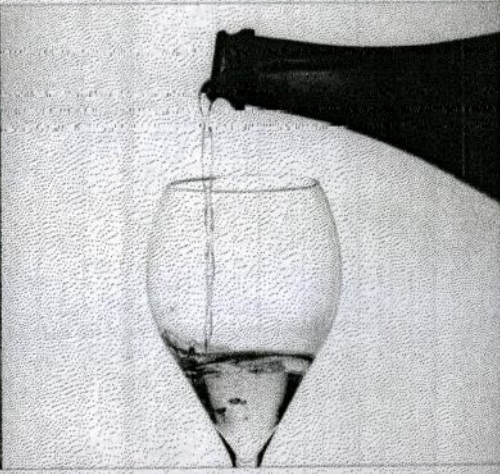


MERCATIVINO

Quando l'unione fa la forza

SEGUIRE UN INDIRIZZO UNICO E LAVORARE CON COERENZA, DAL CAMPO AL MARKETING. È LA STRADA INDICATA ALLE PROPRIE CANTINE DAL CONSORZIO DEL FRANCIACORTA. PER PROSEGUIRE LO SVILUPPO DIMENSIONALE MA SOPRATTUTTO QUALITATIVO AVVIATO NEGLI ULTIMI ANNI

Mariangela Molinari



E un dato inconfutabile, confermato anche da una recente indagine condotta da Cermes-Bocconi: il Franciacorta Docg gode di ottima salute e cresce senza soste, mettendo a segno incrementi a doppia cifra sul fronte delle vendite e conquistandosi un'immagine sempre più positiva nel vissuto del consumatore.

Tagliato, quindi, il traguardo dei suoi primi 50 anni, lo stesso Consorzio è ora pronto a intraprendere una nuova strategia di business, coerente e unitaria, che consenta di perseguire (e proseguire) uno sviluppo non solo dimensionale ma soprattutto qualitativo. «Dopo soli 50 anni di storia – osserva **Maurizio Zanella, presidente del Consorzio** – l'appeal del Franciacorta è riuscito a conquistare sempre più autorevoli consensi, come confermano i dati delle vendite, che fanno registrare lusinghieri apprezzamenti anche all'estero, in particolare in Giappone e negli Stati Uniti. Il 2011, infatti, è stato un anno di grandi soddisfazioni, con oltre 11 milioni di bottiglie vendute e un aumento a due cifre. Ora più che mai siamo pronti per confrontarci anche a livello internazionale».

**Chiarezza nella denominazione
e un regolamento rigoroso sono le chiavi del successo**

Ma quali fattori e scelte strategiche, evidentemente azzeccate, hanno portato queste bollicine a ottenere in breve tempo risultati tanto positivi? «In primo luogo – afferma Zanella – la chiarezza, il fatto di avere identificato una tipologia di prodotto con il nome di origine, dimenticando tutti quegli orpelli che si riferiscono



Maurizio Zanella, presidente del Consorzio del Franciacorta, che oggi conta 106 cantine aderenti

I NUMERI DEL CONSORZIO

- 106 cantine aderenti
- 80 viticoltori
- 11 milioni circa di bottiglie prodotte nell'ultimo anno
- 2.800 ettari coltivati a Franciacorta
- 7,5% di quota export

alla metodologia e tornando alle regole del vino di qualità, dove il Chianti è Chianti, il Brunello Brunello e il Franciacorta, per l'appunto, Franciacorta. Quindi i fatti: l'aver adottato un disciplinare con parametri che hanno obbligato i produttori a giocare la partita a un livello qualitativo molto elevato».

Con queste premesse, anno dopo anno il Franciacorta consolida la propria immagine, facendo comunque i conti, come sottolinea Zanella, con i difetti che sono propri della gioventù: delle piante, dei produttori e della sua stessa storia, che conta, come si diceva, 50 anni appena, davvero nulla nel mondo del vino. «Stiamo però guadagnando velocemente terreno - nota Zanella -, grazie all'indirizzo unitario adottato dai produttori, che ci consente di bruciare le tappe nella crescita della zona. A mancarci ancora sono cultura e tradizione, che il Consorzio, però, sta cercando di infondere negli associati, per giungere a ragionare tutti in uno stesso modo e agire in coerenza. Riassumendo, dunque, il successo del Franciacorta è strettamente legato, secondo il mio parere, a questi due fattori: il nome, che ha cancellato aggettivi e coniugazioni legate al metodo di produzione, e un regolamento rigoroso che ha obbligato tutti ad andare nella direzione della qualità».

Una crescita coerente con il mercato

Se questo è lo stato dell'arte, quali prospettive di ulteriore sviluppo si possono prevedere per i prossimi mesi? «Il nostro obiettivo non è la crescita a ogni costo, ma uno sviluppo sulla base di quanto il mercato riuscirà ad assorbire» afferma Zanella. L'intento, comunque, non è tanto una crescita quantitativa ma qualitativa, non un incremento delle

dimensioni ma un ulteriore rafforzamento di qualità e percepito, come dimostra l'impegno del consorzio a portare ancora più cultura ai produttori, per accrescere il livello dei vini. «Al momento i nostri investimenti sono rivolti molto più all'interno che all'esterno - spiega Zanella -, grazie all'organizzazione dei corsi 'Essere Franciacorta', che, indirizzati ai produttori e alle diverse figure professionali che operano nelle aziende, affrontano problematiche inerenti la produzione in tutte le sue fasi, dal campo alla cantina, fino al marketing. È un modo per imparare a parlare tutti la stessa lingua, sviluppare la consapevolezza del proprio ruolo anche sul territorio, seguire un indirizzo unico e lavorare con coerenza. È complesso, visto che siamo in 106 cantine, ma è la direzione in cui siamo incamminati: creare cultura all'interno della produzione, per colmare il più velocemente possibile il gap costituito per noi dalla mancanza di tradizione». ■

CON IL SISTEMA ITA.CA IL TERRITORIO SPOSA LA SOSTENIBILITÀ

GLI OBIETTIVI SONO CHIARI: CONTROLLARE E OTTIMIZZARE I CONSUMI, E CONTENERE, COSÌ, ANCHE I COSTI DI PRODUZIONE, grazie alla misura della propria sostenibilità e la proposta di programmi di miglioramento, con cui accrescere ulteriormente anche credibilità e autorevolezza presso i consumatori. È per perseguire queste finalità che il Consorzio Franciacorta si è dotato - per primo e per ora unico in Italia a livello territoriale - di **Ita.Ca, un metodo di autocontrollo che monitora le emissioni di gas serra** e fornisce le indicazioni per rendere la produzione più sostenibile da un punto di vista ambientale. Derivata dalla precedente formula **iwcc (International wine carbon calculator)** e revisionata dallo **studio agronomico Sata e Wfa (Winemaker's federation of Australia)**, Ita.Ca è il primo calcolatore di emissioni specifico per la filiera vitivinicola. Le emissioni di gas a effetto serra dovute alle varie fasi della produzione sono analizzate e suddivise per attività in campo, in cantina e nella rappresentanza, quindi trasformate in unità equivalenti di CO₂, per ottenere l'impronta carbonica del processo produttivo. In tal modo **le aziende aderenti potranno disporre di concrete indicazioni operative per migliorare gli aspetti agronomici, enologici, qualitativi e ambientali dell'intera filiera.** Le esperienze già maturate e i lavori in corso porteranno a fissare l'obiettivo minimo raggiungibile nel prossimo quinquennio a una riduzione di emissioni pari a 1.200 tonnellate di CO₂ equivalenti in pratica l'utilità espressa, in termini di abbattimento dell'effetto serra, di un bosco di 100 ettari gestito correttamente.