

Ottobre 2013



Maurizio Zanella e le sue bollicine per brindare al nuovo anno

Cantina Ca' del Bosco

From the beginning of your career until today: how did you become successful?

Traveling, studying, keeping up to date and being curious: this is what drove me towards where I am today. The real secret is to never be satisfied with what you have accomplished: only by doing so can you go further, go on improving, always aiming at excellence.

When did your passion for sparkling wines start? Ca' del Bosco was my family's country house in the 1950s, initially we planted a vineyard almost for fun, then - after one trip of mine to France to visit the most important caves - I thought would do something bigger, to investigate oenology thoroughly and to try to do what - at that time - was considered impossible: to create a wine cellar of excellence in Franciacorta.

On the most important tables of the world and at the best restaurants. Our products are appreciated worldwide, we are present in about 36 countries. We try to be found

D all'inizio della sua carriera ad oggi: com'è arrivato il successo?

Viaggiare, studiare, informarsi, essere curiosi: questo è quello che mi ha spinto fino a dove sono oggi. Il vero segreto però è non essere mai soddisfatti di ciò che si è ottenuto, solo così si può andare oltre, migliorare costantemente puntando sempre all'eccellenza.

Senza tralasciare la passione per il lavoro che si fa.

Com'è nata la sua passione per le bollicine?

Ca' del Bosco nasce come casa di campagna della mia famiglia, negli anni '60. Inizialmente abbiamo piantato un vigneto quasi per gioco, poi - dopo un mio viaggio in Francia per visitare le più importanti cave - è arrivata l'idea di fare qualcosa di più grande, di approfondire l'argomento enologico e di tentare - per l'epoca - l'impossibile: creare una cantina d'eccellenza in Franciacorta.

Sulle tavole importanti del mondo e nei migliori ristoranti.

I nostri prodotti piacciono in tutto il mondo, al momento siamo distribuiti in circa 36 paesi. Cerchiamo di essere nei migliori ristoranti del mondo, è vero. Ma non solo. Ci piace essere dove veniamo scaltemente apprezzati per la qualità, per la passione, per la fatica che ci mettiamo.



IL PIACERE DEL VINO
a cura di Veronica Alessi

ONE il piacere del lusso

Ottobre 2013



Art and wine: a perfect match also in the wine cellar?

The Cà del Bosco wine cellar is a place where art and the perfection of wine are combined with sculpture and the harmony of the landscape. An open space which offers and presents to the world the magic of nature, skillfully worked and transformed by man into masterpieces of gustatory and olfactory harmonies, combined with the depth of art. Cà del Bosco expresses and represents a different idea of the evolution of wine, creating a privileged relation between the qualities of its structures, territories, men and art.

I have a personal passion for sculpture, which is favoured by a place that is suited, because of its beautiful landscape, to the placing of works of art. But it derives above all from the similitude between wine, a three-dimensional product which involves sight, smell and taste, and sculpture, which stimulates the eye and evokes the senses.

Arte e vino: un matrimonio perfetto anche in cantina?

La cantina di Cà del Bosco è un luogo dove l'arte e la perfezione del vino si uniscono e si fondono con la scultura e l'armonia del paesaggio. Un luogo aperto che offre e presenta al mondo gli incanti della natura, sapientemente lavorata e trasformata dall'uomo in capolavori di armonie gustative e olfattive, unite alla profondità dell'arte. Cà del Bosco esprime e rappresenta una diversa idea di civilizzazione del vino, creando una relazione privilegiata tra le qualità delle sue strutture, territori, uomini e arte.

Ho una personale predilezione per la scultura che è favorita dal luogo che bene si adatta, per il meraviglioso paesaggio, alla collocazione di opere d'arte. Ma soprattutto nasce dalla similitudine tra il vino, prodotto tridimensionale che coinvolge la vista, l'olfatto e la bocca, e la scultura, che stimola l'occhio e coinvolge i sensi.

Meglio l'Italia o i mercati esteri?

Il nostro mercato di riferimento è senza dubbio l'Italia, ma la nostra

94 | ONE - Il piacere del lusso



espansione sui mercati esteri è costante ed è cresciuta soprattutto negli Stati Uniti e in Giappone. Non esiste un "meglio": è importante far conoscere l'eccellenza italiana ovunque.

L'ultimo nato e il suo preferito?

L'ultimo prodotto uscito è l'annata 2009 della Vintage Collection. Si tratta in realtà di 3 Franciacorta: brut, dosage zero e netto. Vintage Collection, presentata per la prima volta nell'ottobre dello scorso anno con il millésimato 2008, è la reinterpretazione dei primi tre Franciacorta prodotti da Cà del Bosco a metà degli anni Settanta: "Brut", "Dosage Zero", "Sabbia". Oggi come allora, questi Franciacorta rappresentano la miglior espressione del nostro savoir-faire "in classico", vere e proprie icone, elegante narrazione del nostro straordinario terroir, dell'abilità dell'uomo nel far emergere le naturali potenzialità delle sue vigne. Tre differenti espressioni del Franciacorta per rivelare i tratti distintivi ed unici di ogni annata. Il mio preferito? Il vino che dobbiamo ancora creare!

Preferable the Italian or the foreign markets?

Our main market is surely Italy, but our expansion to foreign markets is constant and is growing, particularly the United States and Japan. "The best" doesn't exist, what is important is to make Italian excellence known everywhere.

Your last product and your favourite?

The last product is the 2009 vintage of the Vintage Collection. It actually refers to three Franciacorta: brut, dosage zero and net. The Vintage Collection, presented for the first time in October 2012, with the wine of 2008, is the re-interpretation of the first three Franciacorta produced by Cà del Bosco in the mid 1970s: "Brut", "Dosage Zero", "Sabbia". Today as then, these Franciacorta represent the best expression of our savoir-faire. True icons, elegant narration of our extraordinary terroir, of man's ability to bring out the natural potentialities of its wine cellars. Three different expressions of Franciacorta, to reveal the distinctive and unique characteristics of each vintage.

My favourite? The wine we have yet to create!


ONE - Il piacere del lusso | 95



ONE

il piacere del lusso

Magazine di lusso e tendenze
Anno 1 - Numero 3 - euro 4,90



Angelina Jolie Prevenzione ed estetica

CHRISTMAS SHOPPING
A NEW YORK

L'ORO
E I MERCATI DEL 2014

NUNZIA DE GIROLAMO
INTERVISTA AL MINISTRO DELL' AGRICOLTURA

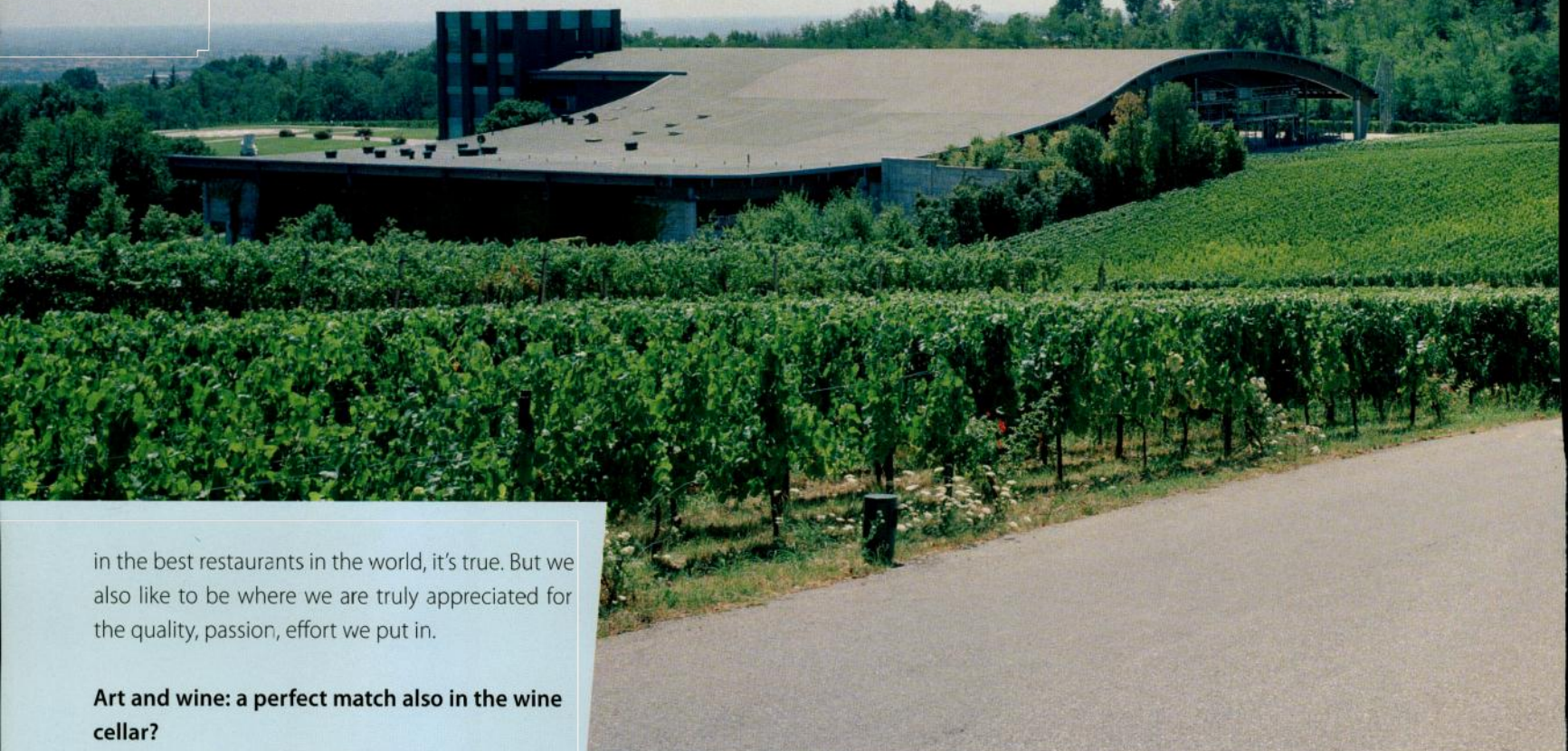
ONOREVOLE BEATRICE LORENZIN
CONSIGLI PER LA SALUTE

ROMANO TAMANI
E I SUOI MENU PER LE FESTE

IL PIACERE DEL VINO

a cura di Veronica Meroni





in the best restaurants in the world, it's true. But we also like to be where we are truly appreciated for the quality, passion, effort we put in.

Art and wine: a perfect match also in the wine cellar?

The Ca' del Bosco wine cellar is a place where art and the perfection of wine are combined with sculpture and the harmony of the landscape. An open space which offers and presents to the world the magic of nature, skilfully worked and transformed by man into masterpieces of gustatory and olfactory harmonies, combined with the depth of art. Ca' del Bosco expresses and represents a different idea of the civilization of wine, creating a privileged relation between the qualities of its structures, territories, men and art.

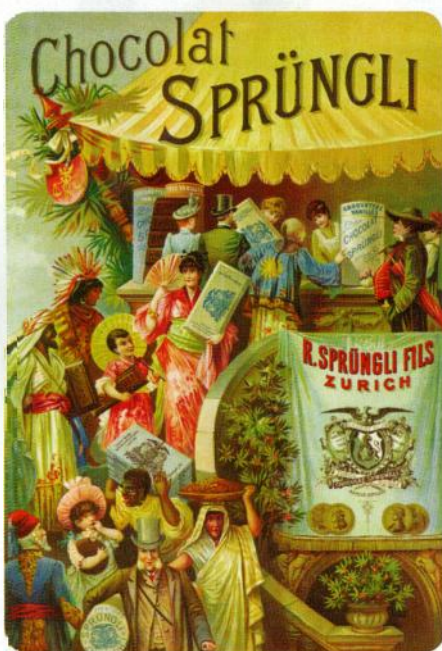
I have a personal passion for sculpture, which is favoured by a place that is suited, because of its beautiful landscape, to the placing of works of art. But it derives above all from the similitude between wine, a three-dimensional product which involves sight, smell and taste, and sculpture, which stimulates the eye and involves the senses.

Arte e vino un matrimonio perfetto anche in cantina?

La cantina di Ca' del Bosco è un luogo dove l'arte e la perfezione del vino si uniscono e si fondono con la scultura e l'armonia del paesaggio. Un luogo aperto che offre e presenta al mondo gli incanti della natura, sapientemente lavorata e trasformata dall'uomo in capolavori di armonie gustative e olfattive, unita alla profondità dell'arte. Ca' del Bosco esprime e rappresenta una diversa idea di civilizzazione del vino, creando una relazione privilegiata tra le qualità delle sue strutture, territori, uomini e arte. Ho una personale predilezione per la scultura che è favorita dal luogo che bene si adatta, per il meraviglioso paesaggio, alla collocazione di opere d'arte. Ma soprattutto nasce dalla similitudine tra il vino, prodotto tridimensionale che coinvolge la vista, l'olfatto e la bocca, e la scultura, che stimola l'occhio e coinvolge i sensi.

Meglio l'Italia o i mercati esteri?

Il nostro mercato di riferimento è senza dubbio l'Italia, ma la nostra




All'inizio del '900 i cartelloni pubblicitari del cioccolato scoprirono il fascino dell'esotico e dei viaggi lontani. Le riproduzioni trasmettono un messaggio dal doppio significato: da una parte il cioccolato come provvista per il viaggio e, dall'altra, la materia prima, il cacao, proveniente dai paesi lontani. Le figure colorate si rivolgono invece ad un pubblico più giovane raffigurando scene esotiche ed avventurose. Una serie di figurine Lindt si lanciano verso la fantascienza e le meraviglie dell'anno duemila.

realizza originali creazioni di cioccolato da personalizzare con gli ingredienti preferiti. Immane ovviamente la cioccolateria, dove Lindt propone un'ampia varietà di cioccolate calde dai gusti più ricercati e tanti caffè originali a base di cioccolato.

Il primo prodotto ideato da Lindt e l'ultima novità di quest'anno.

La tradizione del cioccolato Lindt ebbe inizio nel 1879 quando Rodolphe Lindt creò il processo chiamato "conçage", che permise di produrre quel cioccolato finissimo che oggi definiamo *fondente* e scoprire il segreto che lo rende morbido e vellutato, tanto da sciogliersi in bocca. Oggi, come allora, i *Maîtres Chocolatiers Lindt* utilizzano gli stessi segreti per ottenere un fondente unico: pochi essenziali ingredienti e una lavorazione lenta. La ricetta che meglio rappresenta il simbolo della tradizione del fondente di Lindt è la tavoletta Fondente con il 50% di cacao, contraddistinta da un incarto storico che riprende il motivo originale. L'ultima novità di quest'anno, invece, è Lindor Caramello il nuovo capolavoro creato dai *Maîtres Chocolatiers Lindt* per l'autunno 2013: un guscio di finissimo cioccolato al latte racchiude un morbido ripieno al caramello dall'irresistibile scioglievolezza. La nuova boule Lindor permetterà a tutti coloro che amano il cioccolato dell'azienda svizzera di vivere una nuova esperienza di gusto. Lindor Caramello è, infatti, il caramello nella sua forma più morbida, golosa e irresistibile.

 [lindtchocolateworld](https://www.facebook.com/lindtchocolateworld)
www.lindt.it

they have continued to enchant chocolate lovers all over the world, melting their hearts. Creating a refined chocolate requires passion, dedication and enormous commitment, qualities that Lindt's *Maîtres Chocolatiers* have continued to refine over the years. The art of making chocolate requires scrupulous care, starting from the selection of the best raw materials and the excellence of the ingredients, which make it possible to create exquisite, always new and surprising, recipes.

Who created this great empire of quality cocoa for all?

It all started in 1845, when, in a small patisserie in the old town of Zurich, the pastry chef David Sprüngli and his son, the twenty-nine-year-old apprentice Rudolf, decided to do something new: following in the footsteps of the new Italian fashion, they started producing solid rather than liquid, chocolate, which immediately became popular in the wealthy society of the Helvetic capital. The success was revolutionary. Business continued until 1889, when the "Chocolat Sprüngli AG" bought the well-known chocolate brand "Rodolphe Lindt". The company, having taken over the Lindt brand name, changed its name to "Chocolade-fabriken Lindt & Sprüngli AG", with two production locations, one in Bern and the other in Kilchberg. This way the two partners, Lindt and Sprüngli, began managing the new business together.

What single brand Lindt stores are expected to open in the near future?

In Italy there are presently 41 single brand Lindt outlets. The most recent to be opened was the Lindt Shop in Rome, a flagship store located in via della Maddalena, in the old town-centre, just a few steps away from the Pantheon. The Lindt Shop in Rome is designed by the famous designer Franco Costa and its most striking feature is a market area, where you can buy more than 1000 different products, as well as a space dedicated to the *Maître Chocolatier*, who every day comes up with original chocolate creations, that can be personalised with your favourite ingredients. And of course there is the inevitable chocolaterie, where Lindt proposes a large variety of hot chocolates with the most refined tastes and many original chocolate-based coffees.

The first product developed by Lindt and this year's latest product.

The Lindt chocolate tradition started in 1879, when Rodolphe Lindt invented a process called "couching", which made it possible to produce that extra fine chocolate we today call dark and to discover the secret that makes it so soft and velvety that it melts in your mouth. Today, as then, the Lindt's *Maîtres Chocolatiers* use the same secrets to obtain a unique dark chocolate: a few essential ingredients and a slow production process. The recipe which best represents the symbol of the tradition of Lindt dark chocolate is the dark Bar with 50% cocoa, characterized by its historical wrapping that takes up the original motif again.

This year's latest novelty is Lindor Caramel, the latest masterpiece created by the Lindt's *Maîtres Chocolatiers* for Autumn 2013: an shell of extra fine milk chocolate with irresistibly smooth soft caramel filling. The new Lindor ball will enable all those who love the chocolate of the Swiss company to have a new gustatory experience. Lindor Caramel is indeed caramel in its softest, most inviting and irresistible form.



Maurizio Zanella e le sue bollicine per brindare al nuovo anno

Cantina Ca' del Bosco

From the beginning of your career until today: how did you become successful?

Travelling, studying, keeping up to date and being curious: this is what drove me towards where I am today. The real secret is to never be satisfied with what you have accomplished: only by doing so can you go further, go on improving, always aiming at excellence.

When did your passion for sparkling wines start?

Ca' del Bosco was my family's country house in the 1960s. Initially we planted a vineyard almost for fun, then – after one trip of mine to France to visit the most important caves – I thought would do something bigger, to investigate oenology thoroughly and to try to do what – at that time – was considered impossible: to create a wine cellar of excellence in Franciacorta.

On the most important tables of the world and at the best restaurants.

Our products are appreciated worldwide, we are present in about 36 countries. We try to be found

D all'inizio della sua carriera ad oggi: com'è arrivato il successo?

Viaggiare, studiare, informarsi, essere curiosi: questo è quello che mi ha spinto fino a dove sono oggi. Il vero segreto però è non essere mai soddisfatti di ciò che si è ottenuto: solo così si può andare oltre, migliorare costantemente puntando sempre all'eccellenza.

Senza tralasciare la passione per il lavoro che si fa.

Com'è nata la sua passione per le bollicine?

Ca' del Bosco nasce come casa di campagna della mia famiglia, negli anni '60. Inizialmente abbiamo piantato un vigneto quasi per gioco, poi – dopo un mio viaggio in Francia per visitare le più importanti *caves* – è arrivata l'idea di fare qualcosa di più grande, di approfondire l'argomento enologico e di tentare – per l'epoca – l'impossibile: creare una cantina d'eccellenza in Franciacorta.

Sulle tavole importanti del mondo e nei migliori ristoranti.

I nostri prodotti piacciono in tutto il mondo, al momento siamo distribuiti in circa 36 paesi. Cerchiamo di essere nei migliori ristorante del mondo, è vero. Ma non solo. Ci piace essere dove veniamo realmente apprezzati per la qualità, per la passione, per la fatica che ci mettiamo.

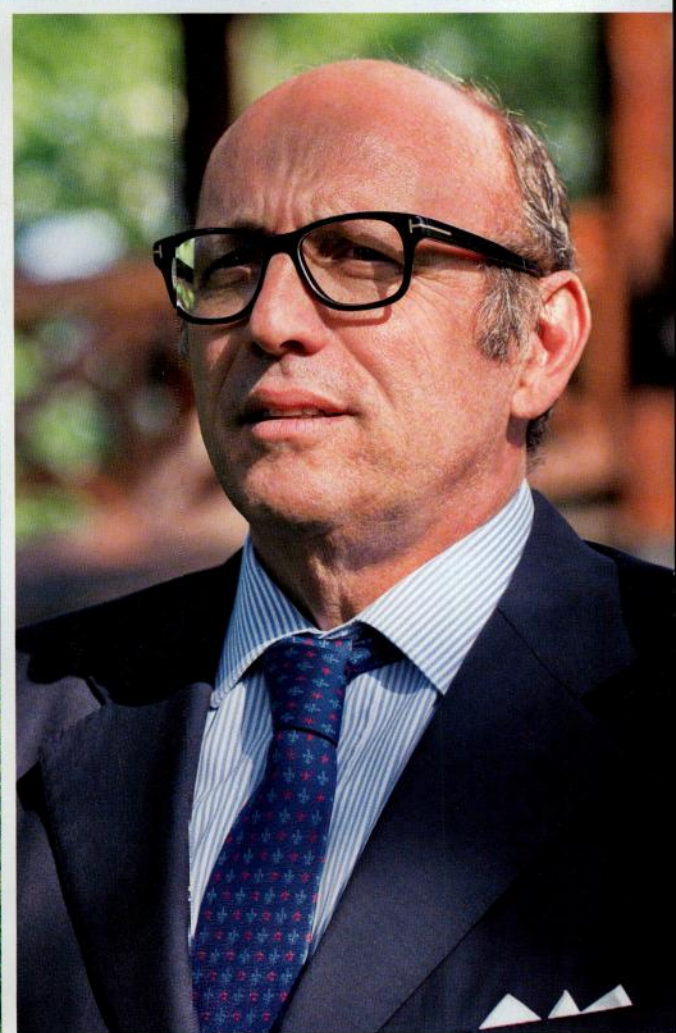


espansione sui mercati esteri è costante ed in crescita soprattutto negli Stati Uniti e in Giappone. Non esiste un “meglio”: è importante far conoscere l'eccellenza italiana ovunque.

L'ultimo nato e il suo preferito?

L'ultimo prodotto uscito è l'annata 2009 della Vintage Collection. Si tratta in realtà di 3 Franciacorta: brut, dosage zéro e satèn.

Vintage Collection, presentata per la prima volta nell'ottobre dello scorso anno con il millesimo 2008, è la reinterpretazione dei primi tre Franciacorta prodotti da Ca' del Bosco a metà degli anni Settanta: “Brut”, “Dosage Zéro”, “Satèn”. Oggi come allora, questi Franciacorta rappresentano la miglior espressione del nostro savoir-faire “in classico”. Vere e proprie icone, elegante narrazione del nostro straordinario *terroir*, dell'abilità dell'uomo nel far emergere le naturali potenzialità delle sue vigne. Tre differenti espressioni del Franciacorta per rivelare i tratti distintivi ed unici di ogni annata. Il mio preferito? Il vino che dobbiamo ancora creare!



Preferable the Italian or the foreign markets?

Our main market is surely Italy, but our expansion to foreign markets is constant and is growing, particularly the United States and Japan. “The best” doesn't exist: what is important is to make Italian excellence known everywhere.

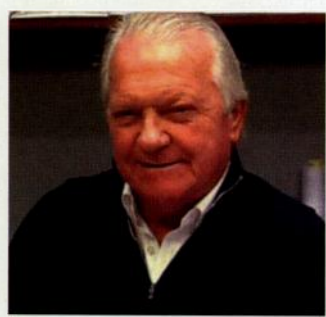
Your last product and your favourite?

The last product is the 2009 vintage of the Vintage Collection. It actually refers to three Franciacorta: brut, dosage zéro and satèn. The Vintage Collection, presented for the first time in October 2012, with the wine of 2008, is the re-interpretation of the first three Franciacorta produced by Ca' del Bosco in the mid 1970s: “Brut”, “Dosage Zéro”, “Satèn”. Today as then, these Franciacorta represent the best expression of our savoir-fair. True icons, elegant narration of our extraordinary *terroir*, of man's ability to bring out the natural potentialities of its wine cellars. Three different expressions of Franciacorta, to reveal the distinctive and unique characteristics of each vintage.

My favourite? The wine we have yet to create!



UNA Poggio dei Medici Golf & Resort



Paolo Leopoldo Rosatti

TRA SPORT, BENESSERE, CULTURA E NATURA.

Il golf è uno sport sempre più apprezzato e praticato dagli italiani e ormai non più di nicchia. Basti pensare che nel 2007 sono stati oltre 90 mila i giocatori, di qualsiasi età, che si sono cimentati in questa attività sportiva. In Toscana il golf significa stile di vita, emozioni e sentimenti che nascono da uno sport giocato in una terra dove regnano natura e cultura, piacere e benessere. Una regione dove sono presenti ben 16 campi certificati, 9 campi a 18 buche e 7 campi a 9 buche, numerosi campi promozionali e campi pratica. Il luogo ideale dove muovere i primi passi, allenarsi o gareggiare, immersi in scenari paesaggistici che offrono le sensazioni più diverse per 12 mesi all'anno. Per chi gioca a golf, ama gli spazi aperti ed il contatto con la natura, è impossibile non rimanere affascinati da questi luoghi dove il silenzio è rotto solo dal calpestio dei propri passi o dal fruscio della pallina. Tra i nove campi certificati a 18 buche c'è anche quello del prestigioso UNA Poggio dei Medici Golf & Resort, nel Comune di Scarperia, a soli 30 minuti da Firenze nel cuore del Mugello, della catena alberghiera toscana UNA Hotels & Resorts. Si tratta di un campo da golf con al centro un elegante resort con piscina e centro benessere composto da una serie di antichi casali completamente ristrutturati