

THE BEST OF ITALY • COLLECTOR'S ISSUE • WITH ENGLISH TEXT

# Condé Nast Traveller

TRUTH IN TRAVEL

SUMMER 2015 • € 3,50

# 100

**LUOGHI MAGICI**

MAGIC PLACES

Toscana/Tuscany  
San Quirico d'Orcia

# WONDERFUL ITALY

## *LA BELLA ITALIA*

La scoperta della **grande bellezza**  
Discovering the great beauty

ISSN 1973-5669

50064



9 771973 566008

**I**l Franciacorta ha 50 anni di vita. Il Consorzio è nato invece nel 1990, e raggruppa le 113 aziende che lavorano i 3.150 ettari di magica terra bresciana, dei 19 comuni che salgono e scendono attorno al Lago d'Iseo. "Siamo giovani, abbiamo due secoli e mezzo meno dei cugini francesi, un bel ritardo ma, in questi anni, abbiamo fatto passi da gigante", racconta Maurizio Zanella, presidente del Consorzio Franciacorta dal 2009, "nel 2000 vendevamo 3,5 milioni di bottiglie, nel 2014 sono salite a 15,5 milioni. In Italia eravamo ultimi, dopo Piemonte, Oltrepò Pavese, Trentino e adesso siamo diventati i primi".

*L'eccellenza nasce dalla terra, dal lavoro, dal...*

"Dal Disciplinare di produzione, il più rigido al mondo, Champagne incluso. Tradotto significa meno produzione di uva, al massimo 95 quintali all'ettaro, la spremitura soffice, lungo affinamento in bottiglia. Noi miriamo solo

*Il Sebino (è)  
"dolce come  
un'egloga di  
Virgilio". George Sand*

*Sebino (is) "as  
sweet as an eclogue  
by Virgil".  
George Sand*

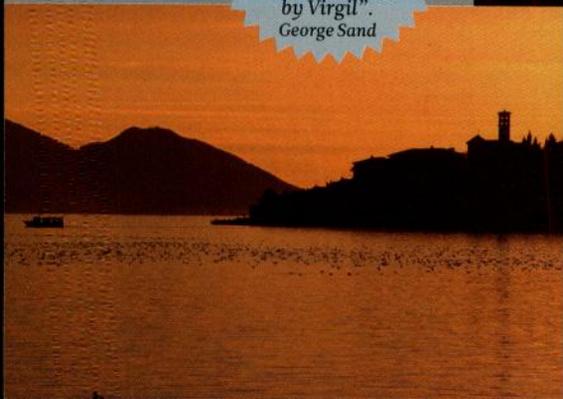


# Franciacorta DA RECORD

Il Consorzio Franciacorta: un vanto  
italiano raccontato dal suo presidente **Maurizio Zanella**

## Record FRANCIACORTA

The Consortium Franciacorta: Italian pride told  
by chairman **Maurizio Zanella**



# L'ITALIA DELLE ECCCELLENZE

SETTE AZIENDE, SETTE STORIE, SETTE ESEMPI  
DI UN **PAESE CHE FUNZIONA**. UN BEL PAESE

## ITALIAN EXCELLENCE

*Seven companies, seven stories, seven examples  
of a country that works. A beautiful country*

**A** tenere alta la bandiera dell'Italian Style non sono solo i grandi marchi del lusso, è anche un fitto tessuto di aziende di dimensioni medie, espressione di tradizioni familiari e competenze consolidate nel tempo ovvero di colpi d'ingegno audaci e a volte temerari. La loro forza sta nell'eccellente qualità di progetto, materia prima, lavorazioni, distribuzione e servizi, cui si accompagnano voglia di innovare, straordinaria versatilità, e la capacità di essere un'"amica" per il cliente. Qui, attraverso le parole di chi le guida, ne raccontiamo sette che ci sono parse particolarmente emblematiche. Appartengono a settori chiave del sistema Italia: moda, bellezza, alta gioielleria, vino, bollicine e birra. Ciò che ci ha colpito nell'ascoltarne i successi è stato il fatto che, a ispirare le loro strategie, è anche l'amore per ciò che di bello c'è ancora, ed è tanto, nel nostro Paese. □

**The flag for Italy is flown not only by the big luxury brands, but also by a dense network of medium-sized businesses, an expression of family traditions and time-honored skills or bold and sometimes reckless strokes of genius. Their strength lies in the excellent project quality, raw materials, manufacturing, distribution and services, which are accompanied by a desire for innovation, exceptional versatility, and the ability to look like a "friend" to customers. Here, through the words of their leaders, we tell the story of seven businesses that we consider to be particularly emblematic. They belong to key sectors of the Italian system: fashion, beauty, fine jewelry, wine, sparkling wine and beer. While listening to their stories, we were impressed by the fact that their strategies have always been inspired by their love for the beautiful side – still a huge part – of our Country. □**



Qui si sono trovati vinaccioli risalenti al Neolitico.

Some seeds from the Neolithic have been found here.

alla qualità, costi quel che costi. Incluso il lavoro dei nostri agricoltori”.

**È il bello dell'Italia. Che ha anche altre frecce. .**

“Gli italiani, per esempio, e la loro fantasia, il buon gusto, la capacità di risolvere i problemi, i colpi di genio che servono anche a superare gli scogli. Ma soprattutto l'intransigenza. E un esempio è proprio il Consorzio Franciacorta, non è facile, in Italia, fare sistema, ma ci stiamo riuscendo. Il nostro slogan ‘Unione di

Passioni’ non è solo parole ma una realtà verificabile nei numeri, nei risultati”.

**E l'Italia che non convince?**

“Appunto: il pressapochismo, la non programmazione, l'accontentarsi della comodità, la mancanza di orgoglio, il rifiutare l'intransigenza, schivare il rigore, dire spesso: ma si va tutto bene così, cosa vuoi far fatica a cambiare...”.

**Guardando la cartina d'Italia quali sono i suoi luoghi amici?**

“Alcira: Sorrento e tutta la Costiera Amalfitana è

magia... di fronte c'è l'Isola del Gai, il rifugio di Nurejev... Ma mi piace anche l'Alta Badia. San Cassiano un nome per tutti. Però lo voglio sottolineare a me piace la Franciacorta per intero, i suoi paesaggi, i suoi castelli, un habitat che vogliamo proteggere dalla deturpazione, dalla follia delle costruzioni inutili. Siamo per il totale riutilizzo, il recupero di quello che già c'è, vogliamo che il territorio sia l'esatto riflesso di quello

che vedo nel bicchiere, il sapore, la luce, la purezza. A giugno, il 13 e il 14, ci sarà Franciacortando, un weekend ricco di gite guidate, a piedi, a cavallo, in bicicletta con degustazione nelle nostre Cantine. E a settembre, il 19 e 20, si terrà il Festival di Franciacorta in Cantina. Da non perdere”.

ENGLISH TEXT NEXT PAGE

A SINISTRA: Maurizio Zenella, presidente del Consorzio di Franciacorta che raduna 113 produttori di vino della zona.

IN ALTO: i vigneti che campiscono le dolci colline della Franciacorta.

A DESTRA: Provaglio d'Iseo, il monastero di San Pietro in Lamosa fondato nel 1083.

LEFT: Maurizio Zenella, president of the Consortium of Franciacorta that gathers 113 wine producers in the area.

ABOVE: the vineyards covering the rolling hills of Franciacorta.

RIGHT: Provaglio d'Iseo, the monastery of San Pietro in Lamosa founded in 1083.





Piazza della Loggia a Brescia con la Loggia, finita nel 1574. A DESTRA: la Riserva Naturale delle Torbiere del Sebino (Lago d'Iseo) con il monastero di San Pietro in Lamosa.

Piazza della Loggia in Brescia with the Loggia, finished in 1574. RIGHT: the Natural Reserve of the bogs of the Lake (Lago Iseo) with the monastery of San Pietro in Lamosa.

*"Brescia, sdegnosa  
d'ogni vil pensiero".*  
Vincenzo Monti

*"Brescia, disdainful  
of all vile thinking".*  
Vincenzo Monti

## Who's Who

**Maurizio Zanella**, bolzanino di nascita, ha studiato agraria a Piacenza e poi si è perfezionato in enologia in Borgogna e a Bordeaux. Fu in quel periodo che decise che la sua professione sarebbe stata quella di produrre grandi vini nel luogo dove viveva: la Franciacorta. Missione compiuta, tant'è che il Franciacorta è stato designato Official Sparkling Wine dell'Expo 2015.

*Maurizio Zanella, born in Bolzano, studied agriculture in Piacenza and then specialized in oenology in Burgundy and Bordeaux. At that time he decided that his profession would be to produce great wines in his homeland: Franciacorta. Mission accomplished, in such a brilliant manner that Franciacorta was designated as the Official Sparkling Wine of Expo 2015.*

**F**raciacorta is 50 years old. The Consortium was born in 1990 and collects 113 companies that work 3,150 acres of the magical land of Brescia, covering the 19 municipalities spread up and down around Lake Iseo. "We are young, two and a half centuries younger than French bubbles, we have come quite late but, in recent years, we have made giant steps", says Maurizio Zanella, president of the Consortium Franciacorta since 2009, "In 2000 we sold 3.5 million bottles, in 2014 the numbers rose to 15.5 million. In Italy, we were

the last, after Piemonte, Oltrepò Pavese, Trentino. Now we are the first".

**The excellence comes from the ground, from work, from...**

"From the production regulations, the most rigid in the world, including Champagne. That means, I produce fewer grapes, no more than 95 quintals per hectare, I squeeze them less, and I keep them in bottle. That's what it is, our only aim is quality, whatever the cost. And let's not forget about the quality of our farmers' work".

**That's the beauty of Italy.**

Una piccola grande meraviglia: le Torbiere del Sebino.

A great little wonder: the bogs of Lake Iseo.



**Which also has other strengths...**

"The Italians, for example, and their imagination, good taste, the ability to solve problems and their strokes of genius that are necessary to overcome the pitfalls. But above all, intransigence. And a proper example is the Consortium Franciacorta. It is not easy to build a system in Italy, but we are succeeding in doing this. Our slogan 'Blend of Passions' is not only made of simple words, but a reality verifiable in numbers and results".

**And what about the**

**deterrent side of Italy?**

"That's the point: carelessness, lack of scheduling, settling for convenience, lack of pride, refusing intransigence, dodging rigor, often saying: yeah, everything's all right, why should we make an effort to change...".

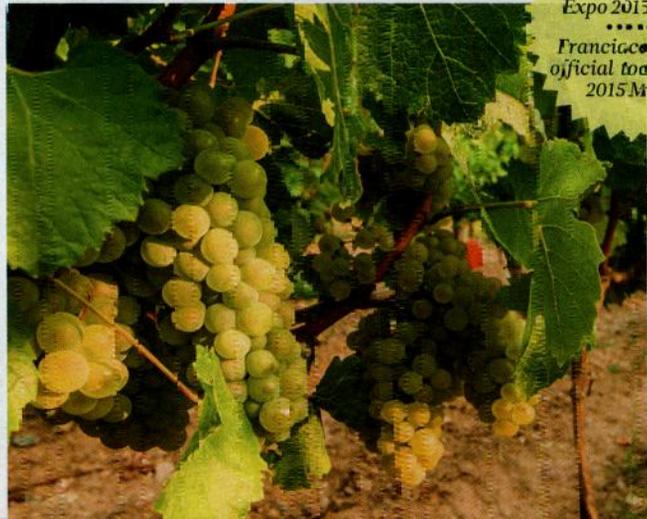
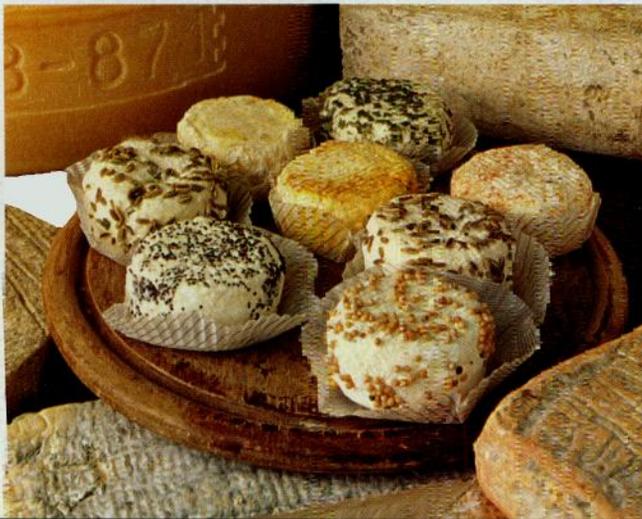
**Looking at the map of Italy, what are your favorite places?**

"Well, Sorrento and the Amalfi Coast are magic... in front of it is the Isle of Galli, Naejev's refuge... But also like Alta Badia, San Cassiano. But I have to emphasize: I like every inch of Franciacorta,

its landscapes and castles, a habitat that we want to protect from the defiguration and the madness of unnecessary constructions. We promote the total re-use and recovery of what is already available, we want the territory to be the exact reflection of what I see in the glass: taste, light, purity. Franciacorta too, a weekend full of guided tours, walking, hiking, cycling and tasting in our cellars, will be held on June 13-14. And then, the Festival Franciacorta in Cantina on September 19-20. An event not to be missed".

IN BASSO: i vigni di Franciacorta sono lo Chardonnay, il Pinot Nero e il Pinot Bianco. Per garantire l'eccellenza, il Disciplinary consortile prevede una produzione di 1,5-2 kg per ceppo con minimo 4.500 piante/ha. IN BASSO A SINISTRA: altro prodotto tipico del territorio sono i formaggi.

BELOW: the vines of Franciacorta are Chardonnay, Pinot Nero and Pinot Bianco. To ensure the excellence of wine, the Disciplinary consortium plans to produce 1.5-2 kg per plant with minimum 4,500 plants/ha. BOTTOM LEFT: another typical product of the territory is cheese.



Franciacorta e i brindis: ufficiale di Expo 2015 Milano  
 Franciacorta is the official toast of Expo 2015 Milano.

**A**ndrea Miranda è nato a Napoli nel 1963, studiare gli piaceva e si è diplomato in Ragioneria con ottimi voti. Fu solo l'inizio. Si mise subito al lavoro, gli piaceva come studiare e forse anche di più. Nei primi anni '90 affianca i fratelli Claudio e Francesco che stanno intraprendendo i primi passi nella produzione di una linea di abbigliamento e mette a disposizione l'esperienza amministrativa, contabile e commerciale maturata in importanti aziende nazionali. L'imprinting duale, amministrativo e commerciale, lo rende un imprenditore capace di dialogare su complesse operazioni societarie, finanziarie e commerciali. È solo l'inizio, la creazione, la nascita di quella che oggi è la realtà di Kocca. Che, diciamolo subito, è un marchio assolutamente geniale, il top dell'empatia e non solo del marketing. Kocca è geniale nel nome ma non sempre questo è sufficiente, ci vuole altro nella vita, cioè: *come avete fatto a diventare un'eccellenza*

Nel 1481 re  
Ferrante I chiamò  
a Napoli il monaco  
Francesco da Paola.

.....  
In 1481 King Ferrante  
I called on monk  
Francesco da Paola  
in Naples.



## *Napoli che* **FA MODA**

Partito come artigiano di genio, **Andrea Miranda** ha fatto di Kocca un marchio di dimensione internazionale

*Neaples makes FASHION*

Started as a genius craftsman, Andrea Miranda has turned Kocca into a trademark of international importance

