

IL GUSTO

I PIACERI DEL GUSTO

LE STORIE

VIAGGI DI GUSTO

VINI E SPIRITI

INGREDIENTI DI GUSTO

I VIDEO

CHI SIAMO

Zanella (Ca' del Bosco): "Momento d'oro per le bolle, ma il marketing non può dettare legge"

di Roberto Fiori



Maurizio Zanella, fondatore e volto simbolo di ca' del Bosco (Foto @Giuseppe La Spada)

Il monito del fondatore dell'azienda: "Non bisogna correre dietro alle mode, solo due anni fa i francesi erano in piena crisi e con le giacenze ai massimi"

01 Luglio 2022 alle 08:45

3 minuti di lettura

C'è il metodo classico per produrre spumanti e c'è il metodo Ca' del Bosco, l'azienda simbolo del Franciacorta che da cinquant'anni insegue ostinatamente l'eccellenza applicando tecnologie diventate ormai quasi leggendarie, come l'esclusivo sistema di lavaggio e idromassaggio dei grappoli dopo la vendemmia, per pigiare uve più sane e pulite e ottenere vini eleganti, dal finissimo perlage. Ma alla base di tutto questo c'è il metodo **Maurizio Zanella**, un ragazzo che all'inizio degli anni '70 aveva **quindici anni** e che, dopo un viaggio in Champagne, ha avuto la fortuna di ricevere la folgorante intuizione di quale avrebbe potuto essere la sua strada a Erbusco nel Bresciano, trasformando una casa immersa in un bosco di castagni in una delle più moderne e avanzate cantine d'Italia e scrivendo così un pezzo significativo del rinascimento enologico italiano.

GREEN AND BLUE



Rinnovabili: con i bonus le batterie di accumulo sono (quasi) gratis

DI ANTONELLA DONATI



Leggi anche

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

114572



Zanella, ora che di anni ne ha 66, è contento dell'azienda che presiede?

“Credo che Ca' del Bosco sia arrivata al 75% del coronamento dei propri sogni e ambizioni. In 50 anni abbiamo fatto passi da gigante, ma non siamo ancora arrivati dove vorremmo essere, crediamo che ci sia ancora un grande margine di progresso complessivo, sotto vari profili. A partire da quello viticolo: possediamo 260 ettari di vigneti in 10 comuni della Franciacorta e sono tutti certificati biologici. Gestirli non è affatto uno scherzo, ma stiamo facendo molti progressi”.

È preoccupato dal riscaldamento globale?

“Come tutti, ci stiamo attrezzando. Stiamo andando più in alto, con vigneti a quote superiori ai 500 metri, che non avevamo mai avuto. Se ci saranno opportunità di ampliamento, le frutteremo, cercando di rispettare e di valorizzare il territorio. Lavoriamo anche sull'**Erbamat**, un antico vitigno autoctono del Bresciano, a lungo dimenticato, che sta dimostrando una grande capacità di adattamento al global warming grazie alla maturazione ritardata e a un carico di acidità elevato. Ma anche in cantina abbiamo ampi margini di miglioramento, stiamo sperimentando soluzioni che ci faranno fare un bel salto in avanti e di esprimere ancora di più la nostra identità”.

Le bollicine sono un fenomeno di successo in tutto il mondo.

Durerà a lungo o teme sia solo una moda?

“Non so quanto durerà l'euforia su questo tipo di prodotto. Gli Champagne sono sold out e anche noi non abbiamo sufficienti bottiglie per arrivare a fine anno. Tutti pensano che sia un settore magico, ma vorrei ricordare che solo due anni fa i francesi erano in piena crisi e con le giacenze ai massimi. Non dobbiamo correre dietro a questi fenomeni ciclici, il vino non può mutare pelle come un camaleonte a seconda delle necessità



Ed ecco come abbinare i vini al menù della settimana



In bici fra le vigne della Barbera Nizza Docg a caccia di balene, fossili e contrabbandieri



Dall'antipasto al dolce, ecco i 5 vini da abbinare

IL GUSTO



Tra valli, cime e dei calici di bianco, la Valle d'Aosta da non dimenticare

DI MATTIA BRIGHENTI

Zanella (Ca' del Bosco): "Momento d'oro per le bolle, ma il marketing non può dettare legge"

DI ROBERTO FIORI

Ricordate Prunella e Fantozzi? Oggi nasce la seconda vita della Ballor

DI MAURIZIO TROPEANO

Tropea e Pizzo, una coppia di perle sul Tirreno calabrese

DI EUGENIO FURIA

[leggi tutte le notizie di Il Gusto >](#)

di mercato. Se una zona è vocata per produrre ottimi rossi, non può diventare da un giorno all'altro spumantistica per salire su un carro che sta correndo veloce. Ben venga la sperimentazione, ma ci vuole rispetto, cultura: il marketing non può dettare legge come per un detersivo”.



Il Franciacorta, però, continua a faticare nell'imporsi all'estero.

“È vero, la nostra denominazione cresce abbastanza lentamente nell'export, anche perché si pone come alternativa a una denominazione come quella dello Champagne che è monolitica a livello di presenza su mercato. Il vino ha bisogno di tempo, esperienza e noi siamo comunque riusciti a raggiungere una quota di esportazioni del 20%, posizionandoci su valori simili se non superiori a quelli dei francesi e ottenendo molte soddisfazioni in Paesi come Svizzera e Giappone, mentre gli Stati Uniti sono un'opportunità sempre più concreta”.

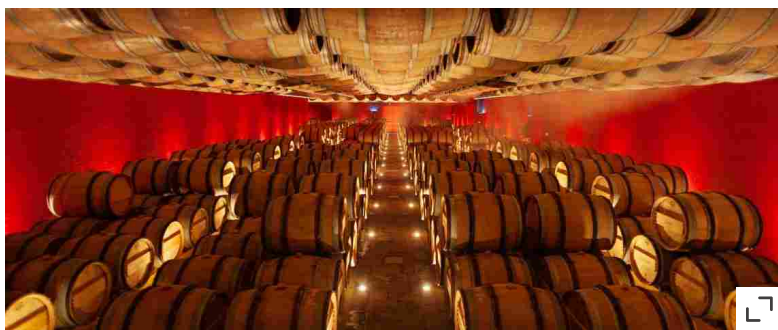
Meglio se cresce il brand o tutta la denominazione?

“Più forte è la denominazione, meno fatica facciamo noi singoli produttori. Non si può andare da soli, è importante che tutto il Franciacorta vada nella stessa direzione. Per fortuna siamo una denominazione viva, che si pone obiettivi ambiziosi sia a livello di produzione che di immagine: non cerchiamo una crescita dimensionale, ma qualitativa. L'unico limite che abbiamo è la tradizione”.

In che senso?

“Qui si fanno bottiglie da 60 anni, un periodo corto per il mondo del vino. Abbiamo già fatto molta strada, ma il progresso enologico di tutta la zona è solo all'inizio soprattutto in termini di tradizione e di cultura. Ogni vendemmia ci fa crescere culturalmente e non dobbiamo avere fretta, ma poche zone in Italia hanno la possibilità di vantare un'impostazione

qualitativa reale come la nostra. Viaggiamo su una corsia veloce e ne siamo fieri”.



Qual è la sua soddisfazione più grande, guardando Ca' del Bosco?

“Essere riuscito a creare un'azienda in cui tutti sono intrisi in una corta di perenne "insoddisfazione", per cui ognuno sa di dover sempre fare di meglio. Ca' del Bosco è una macchina che sa di non essere ancora arrivata al traguardo e che può permettersi di sperimentare cose che magari qualcuno considera blasfeme, rompendo dogmi enologici secolari come quando abbiamo iniziato il lavaggio delle uve. In termini di prodotto siamo abbastanza monolitici, ma anche qui ci sarà presto una novità: l'opportunità di assaggiare vini che fanno parte di una libreria storica che finora è rimasta piuttosto privata e che invece diventerà un po' più accessibile, consentendo di andare indietro anche di 20 o 30 anni”.

Argomenti

[Vini e spiriti](#)[Cantine e vini](#)

© Riproduzione riservata