

L'uomo che ha cambiato la Franciacorta puntando su qualità e innovazione

Annamaria Clementi non è solo il vino più iconico e rappresentativo della maison ma anche il nome della donna che decise di acquistare una casa di collina negli anni '60 divenuta poi una delle più blasonate, avanguardistiche e desiderate cantine d'Italia. Il figlio Maurizio Zanella, classe 1956, unisce la sua vocazione artistica agli studi in agricoltura, formandosi come uomo indipendente e libero dai retaggi locali, in grado di costruire con tenacia e precisione il posizionamento della Franciacorta nel mondo. L'innata capacità nell'individuare il talento altrui lo porta ad affiancarsi ad André Dubois, che diventerà chef de Cave di Ca' del Bosco, una azienda che oggi vanta 270 ettari vitati (di cui 187 di proprietà) e una reputazione inconfondibile. Ma cosa fa di Zanella e dei suoi vini un marchio di autentico successo? Come mantenere la brand reputation Dal noto Ca' del Bosco Cuvée de Prestige, con la sua distintiva bottiglia trasparente e il marchio pulito e chiaro, fino alla punta di diamante Annamaria Clementi, la produzione vive un equilibrio tra scarsità e desiderabilità talvolta interpretabile. Il lusso accessibile del Prestige, sul mercato intorno ai 40 euro, si contrappone alla poca reperibilità dell'Annamaria Clementi (esempio ne è l'annata 1980 RS prodotta in edizione limitatissima, al prezzo di circa 700) permettendo nel tempo la costruzione di una brand reputation tra le più alte nel panorama vitivinicolo. Il tempo e il ventaglio di qualità e prezzi ha aperto le porte ad una penetrazione capillare non solo in Italia, ma anche negli Stati Uniti, riuscendo a competere con la categoria estremamente forte degli champagne. A tal proposito abbiamo potuto assaggiare, privilegio raro, proprio Annamaria Clementi 1980 RS. Un'annata fresca, uve provenienti da terreni morenici (40% Pinot Noir, 21% Pinot Bianco e 39% Chardonnay) e un uso attento del rovere. Questo si riflette nel bicchiere con agrumi ben definiti e vibranti, un'elegante complessità affumicata e un lungo finale gessoso. La seconda fermentazione e l'autolisi sono avvenute in bottiglia sotto sughero naturale per 42 anni. Il bicchiere esprime questa densità, la tostatura e l'ampia consistenza cremosa con bollicine lente e raffinate. Qualità e innovazione per vigne longeve Agli inizi degli anni '90 Maurizio ha scelto il regime agronomico più adatto per la sua azienda: biologico con viticoltura di precisione. Un passo che premia la longevità delle viti in vigna. L'uso di elementi di prevenzione come il rame non rendeva soddisfatto Maurizio in termini di qualità finale del vino, che mancava di espressività del frutto. Per questo ha introdotto la Berry spa, il primo processo di lavaggio delle uve. I grappoli passano in un sistema di tre vasche con un idromassaggio in pressione al fine di togliere i residui di rame o polveri, incluso l'inquinamento ambientale. Nella seconda vasca l'acido citrico permette una sanificazione delicata, nella terza invece l'acqua è microfiltrata per il risciacquo finale. I grappoli vengono poi asciugati con delle turbine. La grande innovazione di Maurizio Zanella ha portato a due valori aggiunti che si ritrovano nei vini: diminuzione dell'apporto di anidride solforosa e maggiore uso delle fecce (anche grosse) per dare volume e peso di palato. La cura maniacale del processo permette di avere sempre livelli qualitativi elevati, senza perdere il legame con il territorio. La cantina come luogo di arte La cantina non è solo luogo di produzione ma anche un centro dove opere d'arte diventano attrazione ed esperienza per il consumatore. Oltre alle installazioni presenti nelle zone di fermentazione e affinamento, la nuova ospitalità è stata studiata come esperienza immersiva e multisensoriale che permette di comprendere a pieno il metodo Franciacorta. Un investimento che ha reso il marchio Ca' del Bosco tra i più famosi e riconoscibili della denominazione, evocativo di un lusso raffinato. Brand nella terra e nelle regole Maurizio Zanella è stato tra i fondatori del disciplinare per la produzione di Franciacorta. Le regole in molti aspetti sono più stringenti e limitanti rispetto a quelle dello champagne, in particolare in termini di affinamento e produzione. Il disciplinare vieta l'uso della menzione spumante in etichetta, proprio al fine di elevare il brand legandolo al territorio invece che al metodo. Le carte vino dei ristoranti, infatti, devono presentare una sezione dedicata alla regione Franciacorta, proprio come avviene ad esempio per il Chianti o la Champagne (anche se qualche sommelier ignora questa norma e inserisce questi vini tra la generica categoria spumanti). Una tale limitazione ha fatto sì che il brand Franciacorta e Ca' del Bosco si trainassero a vicenda enfatizzando la notorietà e reputazione che oggi sono la chiave del successo di entrambi. Maurizio Zanella è considerato unanimemente uno dei leader più apprezzati nel settore. La sua capacità di saper leggere i tempi e in egual misura il suo approccio libero e slegato dalle dinamiche spesso impolverate del vino gli hanno permesso di portare Ca' del Bosco al livello delle grandi maison internazionali. © RIPRODUZIONE RISERVATA Per altri contenuti iscriviti alla newsletter di Forbes.it [CLICCANDO QUI](#) Forbes.it è anche su WhatsApp: puoi iscriverti al canale [CLICCANDO QUI](#)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

114572