

03-1077606PQ T00042F 55 75L33
GAZZETTA DI PARMA
VIA EMILIO CASA 5
43100 PARMA PR
Dir. Resp. BALDASSARRE MOLOSSI
Data: 18.2.1989

mostreanno l'inesattezza di tale supposizione fuorviata dalla precedente, errata individuazione della reggia omonima.

che lo avevano deriso come illuso sognatore.

I preziosi reperti riportati in patria, elu-

ne ed ebbe un giorno la più grande e la più strana visione che sia mai stata offerta a occhi mortali?... ai piedi della monta-

la pianura merito gran

La bottega come fenomeno di cultura

Il vino si può anche raccontare

C'è un'enoteca nel centro di Brescia dove non ci si limita a vendere - Un esercizio commerciale può diventare anche punto di riferimento per il consumatore



L'enoteca «Il Carato» di Brescia

Territorio enoico di una certa quale rilevanza, ormai in campo nazionale grazie alla presenza in Franciacorta di importanti aziende produttrici di vini tranquilli e Champenois, la provincia di Brescia, che pur altre aree vinicole comprende, prima tra tutte quella del Lugana, oggi può vantare anche tra le rivendite specializzate di vino e enoteche, un esercizio davvero esemplare.

Lo troviamo in Brescia città, in centro dalle parti della Stazione, e già dal suo nome, il Carato, ovvero l'equivalente italiano del termine francese *barrique* (la botticella di rovere da 225 litri dove pare sia indispensabile oggi giorno far maturare ogni vino che si rispetti...), comprendiamo come si tratti di un negozio nato da non molto tempo. Due anni di vita, la sua età, ma pur in un lasso di tempo così breve, il Carato è riuscito ad imporsi.

Curiosa storia quella del Carato, storia di incontri fortuiti, di felici coincidenze che fanno via via incrociare un giovane rappresentante di vini e liquori, uscito 13 anni prima da Gaja e Santa Margherita, deciso a raggiungere un portafoglio aziende di alto livello, una nascente cantina di Franciacorta e un patron destinati a conseguire grandissimi risultati, e un operaio metalmeccanico in cassa integrazione, appassionato conoscitore di vino.

Fatta nel 1979 la conoscenza di Maurizio Zanello, che commercializzava per il primo anno il suo Champenois, Roberto Scopo, 35 anni, titolare del Carato, veniva progressivamente introdotto in una dimensione diversa del concepire il vino, caparbiamente orientata al meglio.

Il resto veniva di conseguenza: la rappresentanza per Brescia e provincia di

una Ca' del Bosco sempre più emergente, seguita da quella di nomi come Gaja, Nonino, di Gresy, Philipponat, Felluga, ecc., il rapporto quotidiano con la migliore ristorazione del Bresciano, stimolata a crescere, a credere non solo nel vino di casa, infine il desiderio di fare qualcosa in un settore, l'enoteca, che in Brescia, pur con le deboli intenzioni di alcuni, finiva sempre per l'essere intesa in senso commerciale. E non, com'è anche, quale fenomeno di cultura, di consapevolezza del consumatore.

Si arrivava infine al 1986 e, complice un altro incontro, quello con il giornalista e gastronomo bresciano Enzo Vizzari, che presentava a Scopo Guido Gavazzi, una cinquantina d'anni, operaio disoccupato e grande conoscitore di cantine e vini,

da autentico amatore, il «progetto» Carato prendeva consistenza, sino a realizzarsi. Con una formula preziosa e vincente: Roberto patron addetto alla parte commerciale, alle pubbliche relazioni, ai rapporti con la ristorazione (continuava infatti a svolgere parallelamente la sua attività di rappresentante; Guido in negozio, coadiuvato da due ragazzi, a consigliare il cliente, a proporre l'abbinamento cibo-vino più adatto. Oppure inviato in trasferta, in Langa piuttosto che in Toscana, a visitar cantine, a selezionare crus, produttori poco noti, da inserire progressivamente in listino e proporre in enoteca.

Una attività così bene avviata, da lasciare spazio ad altre iniziative: la selezione ed importazione in esclusiva dalla Francia di champagnes prodotti da

piccoli *récoltants manipulants* e dalla Scozia di alcuni whisky bene invecchiati a gradazione piena, grandi nomi quali Browmore, Ardbeg, Caol'Ila.

Due parole, parlando di questa enoteca bresciana, pensiamo vadano spese per l'arredo, interamente giocato sul legno chiaro, con il bancone originariamente realizzato componendo a mosaico coperchi di casse di grandi vini italiani e francesi, e con ampie scaffalature dove le bottiglie più preziose possono giudiziosamente stare coricate. Questo in un ambiente caldo, luminoso, accogliente, che invita a sostare, a confrontare prezzi, etichette, alternative fra i vari prodotti.

Inutile citare qualche presenza, ricordare qualche grosso nome compreso nel vasto assortimento: i grandi, di Franciacorta e

Italia tutta, ci sono, e 800 qualità merceologiche tra vini, distillati (molto curato il settore), grandi formati, olii, piccole squisitezze di pasticceria e arte conserviera (molte di provenienza langarola) testimoniano ampiamente di quale cura venga messa nel cercare di accontentare i gusti più disparati, ma sempre nel segno della più alta qualità.

Città che vanta ricchezza e potere d'acquisto tra i più elevati d'Italia, eppure città assai tradizionalista e lenta, per non dire diffidente, nell'assimilare e capire il nuovo, Brescia ha però dimostrato di seguire e comprendere il discorso sulla qualità, sulla ricchezza di possibilità offerta da ogni singola regione vinicola italiana, che un negozio come il Carato ha cercato di introdurre e proporre. Rischiano l'impopolarità, perché l'essere Roberto Scopo contemporaneamente rappresentante di vino e commerciante in proprio, sembra fatto apposta per urtare più di una suscettibilità e di un interesse, ma con risultati innegabili.

Oggi i più importanti ristoranti della provincia di Brescia (qualche nome? il *Miramonti* e l'altro di Concesio, *La Sosta* in città, il *XVII Miglio* di Erbuso, *Le Maschere* di Iseo...) si avvalgono della consulenza del Carato per la realizzazione delle loro carte dei vini e la gestione di cantina e, quel che più conta, il negozio di via Solferino è diventato il punto di riferimento in Brescia e provincia per il vero appassionato e conoscitore di vino, che trova in Guido Gavazzi un interlocutore serio e preparato. Un'enoteca dove non solo si vende vino, ma di vino si parla, con misura e intelligenza: questo in soli due anni di vita, il che non è poco.

Franco Ziliani