

Vino all'antica e stile nuovo nella tradizionale Franciacorta

Vittorio Moretti, titolare dell'azienda Bellavista, racconta come sia possibile una promozione moderna per una produzione legata ai vecchi canoni della qualità

Nell'affollato panorama produttivo della Franciacorta vinicola, accanto alla Ca' del Bosco di Maurizio Zanella, avviata ormai verso traguardi di qualità e di prestigio di dimensioni internazionali, si stanno mettendo in mostra tutta una serie di aziende di notevole livello, ben organizzate imprenditorialmente e dalle idee chiare.

Possiamo citare Cavalleri a Erbusco e, sempre in questa località particolarmente vocata, sorta di piccola Epernay tra fiume Oglio, lago di Iseo, tracciato dell'Autostrada Milano-Brescia, troviamo l'Azienda Agricola Bellavista, la quale, soprattutto nel campo degli Champenois, è riuscita, dal 1976 ad oggi, ad esprimere prodotti tra i migliori disponibili in Italia.

Curiosa storia quella di Bellavista nata come momento di riscoperta e consapevolezza delle proprie radici contadine da parte del proprietario, e per farcela raccontare, per raccogliere idee e spunti di riflessione su cosa si agiti oggi in Franciacorta, abbiamo incontrato Vittorio Moretti, affermato imprenditore edile, ma concreto e senza fronzoli, fattosi viticoltore dodici anni fa, per amore della sua terra.

Per quale motivo, imprenditore affermato, ha deciso ad un certo punto della sua vita, di creare un'azienda vinicola di qualità?

L'azienda è nata quasi per caso, perché volevo avere una casa in campagna, pensando di darmi un po' all'agricoltura (mio nonno materno era agricoltore e produceva vino qui ad Erbusco), soprattutto in funzione della mia vecchiaia, Avevo acquistato del terreno in questa zona, l'avevo seguita un paio d'anni per vedere la situazione climatica, i venti, ecc..., e avevo costruito la casa.

Una volta stabilito di volersi occupare di vino, come ha pensato dovesse diventare la sua Bellavista?

Volendomi fare agricoltore, volevo esserlo ad un certo livello, perché non mi interessava essere un qualunque, far parte del gruppo. Così ho fatto le mie indagini, constatato che le coltivazioni tradizionali qui in zona non rendevano, né gli allevamenti di bestiame; allora facciamo una cantina, ho detto, cercando di fare del buon vino.

Eravamo nel 1976/77 ed in Franciacorta si stava risvegliando il discorso Champenois: Ca' del Bosco aveva già fatto qualcosa, ma l'esempio veniva dalla Berlucchi. E' stato quasi automatico seguire questa strada, senza dimenticare i vini rossi, dopo avere verificato che i nostri bianchi ben si prestavano alla spumantizzazione. Con la spinta del nostro cantiniere, poi, che seguiva la mia impostazione imprenditoriale, l'azienda ha iniziato a crescere: nuovi vigneti, l'allargamento della cantina, nuove apparecchiature. Io penso di essere, se non un buono, almeno un attento imprenditore, e visto che queste cose costavano un "frego" di soldi, che mi pesano, perché ancor oggi ho grossi impegni con le banche, lavoro molto con i soldi degli altri, memore di mio padre, che mi ripeteva che per riuscire non bisogna avere paura dei debiti, ho dovuto fare i miei conti, scegliere di produrre un certo numero di bottiglie legate ad un certo fatturato, per riuscire a mettere

in quadro l'azienda. Salvo gli investimenti, beninteso, che in situazioni del genere non si ripagano. C'è chi porta denaro i Svizzeri, e c'è chi investe tutto, come se fosse un salvadanaio, in azienda. Io sono un po' esagerato, come mi ricorda spesso mia moglie, perché investo più di quello che ho...

L'azienda ha poi seguito l'iter di qualità che il mercato richiedeva e la sfida ha finito col rivelarsi vincente, perché Bellavista si è affermata.

Concorrenza c'è e forte: Ca' del Bosco l'ho vista nascere, il terreno l'hanno acquistato tramite un mio fratello, libero professionista, la prima casa gliel'ho costruita io, idem la struttura di base della cantina e così ho visto fin dall'inizio le cose positive e quelle negative. Ho così tratto esperienza per dar vita ad una struttura più dimensionata e razionale con minori sprechi in rapporto al lavoro che abbiamo.

La nostra azienda ha oggi 30/35 ettari di vigneto, con l'idea di arrivare a 50: non voglio andare oltre, perché è il numero che ci consente di essere un'azienda né troppo piccola, né eccessivamente grande, un'azienda media che lavora bene, con un fatturato che consente delle soddisfazioni.

Più difficile, a suo avviso, essere un buon imprenditore o un buon produttore di vino?

Penso che le cose si equivalgano: quando uno



Una delle speciali bottiglie per la Franciacorta.

decide di fare le cose bene nella vita, le fa sia da imprenditore che da produttore di vino. E' un sistema di vita, il fare bene le cose in una certa maniera. Naturalmente mi sono accorto che queste idee non ti vengono a venti anni, ma iniziano a maturare col tempo, si affacciano sui trenta, per mettersi a fuoco sui quarant'anni.

Imprenditori approdati al vino, avete portato uno stile nuovo: com'è stato l'impatto con le realtà agricole persistenti in Franciacorta?

Ca' del Bosco ha fatto da traino per alcuni discorsi, noi l'abbiamo fatto per al-

tri. In Franciacorta abbiamo introdotto un nuovo modo di fare, uno stile imprenditoriale e anche i contadini, che nel contempo sono diventati meno contadini, hanno acquisito questa mentalità, hanno capito che se volevano conseguire certi risultati, anche economici, dovevano muoversi diversamente.

In quale misura un certo spirito di sfida, di forte concorrenza imprenditoriale, entra a suo avviso a determinare le vicende produttive e umane della Franciacorta?

Diciamo che questo discorso di "concorrenza" vale soprattutto tra Ca' del Bosco e noi. Io sono forse il personaggio meno toccato da questo stato di cose, ma se Mattia Vezzola, mio enotecnico e braccio destro, sente che Ca' del Bosco ha fatto un certo quale prodotto particolare, va a guardarci dentro, vuole capire.

Io la vedo in maniera più distaccata: cerchiamo di fare il meglio, il resto, gli altri, non contano, perché se noi abbiamo fatto quello che potevamo abbiamo la coscienza a posto.

Mi sembra invece che la parte opposta sia un po' più attenta a questo aspetto, questione di carattere, loro sono diversi da noi, non sono bresciani, vengono da altre parti.

Noi siamo poco invidiosi e attenti alle vicende degli altri, ma altrettanto non si può dire di altre

aziende della zona, che non riescono a fare il passo che Bellavista e Ca' del Bosco hanno compiuto, per mancanza di imprenditorialità e di portafoglio.

Così restano abbastanza sul sospettoso, nutrono invidie che non consentono di porre in essere determinati discorsi.

Ad esempio?

L'idea di un Consorzio di Franciacorta, che stanno portando avanti proprio le aziende che avrebbero meno interesse a farlo. Io sono convinto che questo concorso potrebbe giovare a tutti, ma gli altri nemmeno ci pensano a fare, secondo, niente da fare, credono che se noi proponiamo loro questo consorzio, è perché prevediamo di ricavarne dei vantaggi a senso unico, o perché pensiamo di schiacciarli. Se noi andiamo però in qualsiasi zona vinicola importante della Francia, tipo la Borgogna, la Romanée Conti, vediamo che iniziative del genere sono all'ordine del giorno e giovano a tutti i produttori.

Dato il continuo sorgere di aziende vinicole non sempre di grande qualità, non teme che il marchio Franciacorta possa essere svalutato?

Il nostro interesse alla realizzazione di questo Consorzio nasce anche da preoccupazioni del genere: se domani il nome Franciacorta perdesse credito, ci vedremmo costretti a proporre i nostri vini con il semplice nome di Bellavista, lasciando ca-

dere la denominazione Franciacorta. Abbiamo un grosso svantaggio in Italia: la spaventosa ignoranza nel campo del vino: per fortuna la Franciacorta non è fatta solo di aziende che producono bene, ma nasce da un bel nome, che piace alla gente e che resta in mente.

Sicuramente non si può negare che Bellavista dedichi una cospicua attenzione alla promozione della propria immagine, con una serie di iniziative mondane, spettacolari, culturali, che vanno da grandi feste a concerti, premi giornalistici, sponsorizzazione di mostre d'arte. Promozionale va bene, ma non c'è il rischio di un eccessivo "presenzialismo" in un'azienda che in fondo dovrebbe solo occuparsi di fare vino?

Bellavista vuol dire anche Gruppo Moretti Spa e il gruppo Moretti, per ragioni di amicizia, non può dire di no a tanta gente, e quindi deve accogliere, dire di sì a tante cose, vedendo che queste siano di ritorno a Bellavista, che necessita di una immagine, e non al Gruppo Moretti costruzioni, dove ci si basa ancora sul lavorare bene e sull'essere produttivi.

Lei giustamente mi obietterà che queste iniziative, una Ca' del Bosco, ad esempio, non le promuove, ma sinceramente io non farei quello che fa Ca' del Bosco... Fin da quando abbiamo iniziato a produrre vino, abbiamo pensato, da imprenditori, che fosse inutile farlo se nessuno lo conosceva: abbiamo capito che il vino ha bisogno di molti supporti, immagine, promozione, ecc., per imporsi; io non sono capace di dire di no quando mi propongo di sponsorizzare e promuovere determinate iniziative e forse non so curare molto bene le pubbliche relazioni...

Franco Ziliani