

11-0691606PQ T 21F 7S135L10
IL SOLE 24 ORE
VIA LOMAZZO 52
20154 MILANO MI
Dir. Resp. GIANNI LOCATELLI
Data: 5 NOVEMBRE 1989

Scienza e tradizione per produrre qualità

Dopo Vittorio Gancia, Angelo Gaja e Ambrogio Folonari scende in campo Maurizio Zanella di Cà del Bosco, uno dei grandi giovani talenti del vino made in Italy. Zanella è sicuramente leader della nouvelle vague imprenditoriale. È un vitivinicolo aperto al mondo, conoscitore come pochi della ristorazione e dell'enologia worldwide. Innovatore profondo ha iniziato la sua azienda con un tecnico francese, quindi ha continuato con un californiano dimostrando che le tavole si conquistano con un linguaggio internazionale. Il suo intervento dimostra ancora una volta la sua apertura così come ogni giorno un'azienda è pronta a sperimentare, a confrontare, a migliorare. Zanella mette in discussione il concetto di tipicità rispetto al sistema produttivo, non è d'accordo sul concetto di crus di Folonari e tira fuori dal cappello una definizione importante sulla quale è possibile allargare ulteriormente questo dibattito: il «Rinascimento Enologico, made in Italy». Un tema sul quale nelle prossime settimane varrà la pena di fermarsi a riflettere. In fine vorrei segnalare un altro importante spunto di riflessione: Zanella sostituisce al vino d'autore il concetto di «civiltà del vino». Un'altra provocazione da non lasciar cadere. (Davide Paolini)

di Maurizio Zanella

«**S**i fa presto a dire... vino tipico»: con questo titolo dell'ormai lontano 24 settembre 1989 dava inizio, caro Paolini, a una querelle che sicuramente ha destato vivo interesse in tutti i lettori e in particolare in noi addetti ai lavori. Condensando le varie opinioni espresse nei sei articoli della sua rubrica, tipicità (riferita ai vini) è intesa per quei prodotti ottenuti con uve provenienti da località storiche riconosciute, da varietà autoctone presenti nelle vigne da più di 200 anni, ottenuti con metodi di vinificazione tradizionali ma aggiornati e migliorati grazie all'uso ponderato delle nuove tecnologie enologiche, utilizzando con maestria in fase di affinamento recipienti di legno di varie dimensioni; l'uso dei recipienti di di-

mensioni ridotte (vedi i barricati ndr) è consigliato solo per alcuni vitigni.

Non sono assolutamente d'accordo che un sistema produttivo — vin santo o metodo champenois a esempio — possa far ottenere la tipicità a qualsiasi prodotto; nello stesso tempo desidero controbattere quanto affermato da Ambrogio Folonari per quanto riguarda i Crus: ritengo infatti necessario identificare la vigna che ha dato origine a quel determinato vino. Solo così sarà possibile differenziare e attribuire i reali valori ai vigneti nell'ambito delle varie zone d'origine. So che non si tratta di un'opera semplice e a breve termine, ma questa ritengo sia la via per riuscire a creare anche in Italia delle micro-appellazioni di grande interesse mondiale.

Seguendo scrupolosamen-

te i concetti di cui sopra, i produttori delle varie zone viticole italiane troverebbero finalmente la soluzione ai loro problemi produttivi? Sicuramente sì, la produzione nazionale migliorerebbe la qualità dei propri vini dandogli anche una precisa identità regionale e made in Italy.

Non sarebbe così più necessario piantare il Pinot nero e lo Chardonnay in Puglia e per assurdo il Nero di Troia o il Bombino Nero in Valle d'Aosta. Questi sono stati dei rimedi temporanei in zone che non avevano saputo creare un'immagine qualitativa di rilievo pur avendo il potenziale produttivo.

Ma quante sono le zone viticole italiane che prima del 1965 avevano costruito in Italia e all'estero una reputazione e un'immagine adeguata ai propri vini? Poche, troppo poche e spesso i buoni produttori di queste zone erano sopraffatti numericamente da mercanti e industriali che senza troppi scrupoli badavano unicamente ai propri interessi, dissanguando il patrimonio dell'area in cui operavano, mettendo sul mercato vini immondi.

Nella polemica sulla tipicità del vino italiano interviene un giovane talento aperto al mondo

Identifico nel 1965 un periodo, sicuramente non definibile con precisione, in cui ha inizio in Italia un vero e proprio *Rinascimento Enologico*. Sono un proprietario récoltant Angelo Gaja e un négociant manipulant Piero Antinori che, seppur in maniera diversa, hanno iniziato questo movimento che è stato contemporaneamente supportato anche dallo Stato (vedi legge sulla Doc), dalla tecnica più aggiornata (scuole d'enologia) e dalla stampa (Luigi Veronelli).

Ritengo perciò doveroso ringraziare pubblicamente questi due produttori che

hanno avuto e stanno tuttora avendo per l'enologia italiana una funzione insostituibile di «locomotiva». In seguito, nell'ambito di questo Rinascimento, una schiera sempre più numerosa di produttori ha dato inizio a un nuovo corso e in questo frangente nasce Ca' del Bosco, motivata da un'unica volontà: la qualità nella tradizione.

Sicuramente piantare vigneti a 10 mila ceppi per ettaro non è nella tradizione italiana e tantomeno della Franciacorta, ma era una

delle componenti necessarie per migliorare quel «Bordeaux Magher» che i vecchi contadini di queste zone producevano già nel 1800.

Ma desidererei ora fare alcune considerazioni sulla «qualità». Dalla sua origine, sia nelle prestazioni fisiche che intellettuali, l'uomo è portato al confronto, alla competizione, a misurarsi con il prossimo. Nella sua formulazione più aggiornata questa etica, applicata alla tecnica, si identifica con la ricerca della qualità. In grado di parlare solo per confronti (il chiaro e il buio, il silenzio e il suono) l'uomo ha stabilito prima di tutto un livello (standard) valutando successivamente la fatica (costo) per raggiun-

ragionata, codificata e quindi trasmissibile.

Per quanto mi riguarda, Ca' del Bosco sta cercando di impostare una nuova «civiltà del vino», creando una relazione privilegiata tra la qualità dei suoi vini e quella delle strutture, dei territori, degli uomini.

Fino a oggi tutti coloro che conoscono e frequentano i luoghi «enologicamente ispirati» li considerano complessi evidenti e immobili, ma sono invece, di volta in volta, una fattoria nell'ambito di un territorio agricolo, una residenza elegante ma riservata, un luogo sofisticato di produzione economica aperto sul mercato mondiale e impegnato a guadagnarsi un prestigio importante.

La complementarietà tra queste diverse vocazioni crea una sinergia che, a sua volta, produce un'immagine forte e duratura, «un'immagine di marca e qualità», sia grafica che mentale, culturale ed economica, che partecipa attivamente alla dinamica di un sistema completo di marketing.

Questo principio globale, coerente e flessibile, inventato intuitivamente qualche secolo fa, sembra potersi adattare a tutte le nuove situazioni. Dei falegnami e dei fabbri, degli antiquari, dei vitigni autoctoni, degli chardonnay piantati in Sicilia, dei campi di mais e di girasole, dei grandi industriali che fanno i piccoli produttori, della donna è mattarello, se ne deve parlare e discutere ancora a lungo. Oggi bere un bicchiere di vino è scelta di vita, e non più abitudine. E la scelta del vino premia sempre più la qualità, anche perché nel regno del vino ogni degustatore è Re.

Nel corso dei secoli si sono sempre prodotti grandi vini, in tutte le parti del mondo, ma nessuno sapeva spiegarne scientificamente il perché. Ci sarebbe voluta l'invenzione recente della scienza moderna del vino (l'enologia) per passare dallo stadio dell'intuizione a quello di una conoscenza



— **ENOBATTAGLIE**

Scienza e tradizione per produrre qualità

Dopo Vittorio Gancia, Angelo Gaja e Ambrogio Folonari scende in campo Maurizio Zanella di Cà del Bosco, uno dei grandi giovani talenti del vino made in Italy. Zanella è sicuramente leader della nouvelle vague imprenditoriale. È un vitivinicolo aperto al mondo, conoscitore come pochi della ristorazione e dell'enologia worldwide. Innovatore profondo ha iniziato la sua azienda con un tecnico francese, quindi ha continuato con un californiano dimostrando che le tavole si conquistano con un linguaggio internazionale. Il suo intervento dimostra ancora una volta la sua apertura così come ogni giorno un'azienda è pronta a sperimentare, a confrontare, a migliorare. Zanella mette in discussione il concetto di tipicità rispetto al sistema produttivo, non è d'accordo sul concetto di crus di Folonari e tira fuori dal cappello una definizione importante sulla quale è possibile allargare ulteriormente questo dibattito: il «Rinascimento Enologico, made in Italy». Un tema sul quale nelle prossime settimane varrà la pena di fermarsi a riflettere. In fine vorrei segnalare un altro importante spunto di riflessione: Zanella sostituisce al vino d'autore il concetto di «civiltà del vino». Un'altra provocazione da non lasciar cadere. (Davide Paolini)

di Maurizio Zanella

«**S**i fa presto a dire... vino tipico»: con questo titolo dell'ormai lontano 24 settembre 1989 dava inizio, caro Paolini, a una querelle che sicuramente ha destato vivo interesse in tutti i lettori e in particolare in noi addetti ai lavori. Condensando le varie opinioni espresse nei sei articoli della sua rubrica, tipicità (riferita ai vini) è intesa per quei prodotti ottenuti con uve provenienti da località storiche riconosciute, da varietà autoctone presenti nelle vigne da più di 200 anni, ottenuti con metodi di vinificazione tradizionali ma aggiornati e migliorati grazie all'uso ponderato delle nuove tecnologie enologiche, utilizzando con maestria in fase di affinamento recipienti di legno di varie dimensioni; l'uso dei recipienti di di-

mensioni ridotte (vedi i bariccati ndr) è consigliato solo per alcuni vitigni. Non sono assolutamente d'accordo che un sistema produttivo — vin santo o metodo champenois a esempio — possa far ottenere la tipicità a qualsiasi prodotto; nello stesso tempo desidero controbattere quanto affermato da Ambrogio Folonari per quanto riguarda i Crus: ritengo infatti necessario identificare la vigna che ha dato origine a quel determinato vino. Solo così sarà possibile differenziare e attribuire i reali valori ai vigneti nell'ambito delle varie zone d'origine. So che non si tratta di un'opera semplice e a breve termine, ma questa ritengo sia la via per riuscire a creare anche in Italia delle micro-appellazioni di grande interesse mondiale.

Seguendo scrupolosamen-

te i concetti di cui sopra, i produttori delle varie zone viticole italiane troverebbero finalmente la soluzione ai loro problemi produttivi? Sicuramente sì, la produzione nazionale migliorerebbe la qualità dei propri vini dandogli anche una precisa identità regionale e made in Italy.

Non sarebbe così più necessario piantare il Pinot nero e lo Chardonnay in Puglia e per assurdo il Nero di Troia o il Bombino Nero in Valle d'Aosta. Questi sono stati dei rimedi temporanei in zone che non avevano saputo creare un'immagine qualitativa di rilievo pur avendo il potenziale produttivo.

Ma quante sono le zone viticole italiane che prima del 1965 avevano costruito in Italia e all'estero una reputazione e un'immagine adeguata ai propri vini? Poche, troppo poche e spesso i buoni produttori di queste zone erano sopraffatti numericamente da mercanti e industriali che senza troppi scrupoli badavano unicamente ai propri interessi, dissanguando il patrimonio dell'area in cui operavano, mettendo sul mercato vini immondi.

Nella polemica sulla tipicità del vino italiano interviene un giovane talento aperto al mondo

Identifico nel 1965 un periodo, sicuramente non definibile con precisione, in cui ha inizio in Italia un vero e proprio Rinascimento Enologico. Sono un proprietario récoltant Angelo Gaja e un négociant manipulant Piero Antinori che, seppur in maniera diversa, hanno iniziato questo movimento che è stato contemporaneamente supportato anche dallo Stato (vedi legge sulla Doc), dalla tecnica più aggiornata (scuole d'enologia) e dalla stampa (Luigi Veronelli).

Ritengo perciò doveroso ringraziare pubblicamente questi due produttori che

hanno avuto e stanno tuttora avendo per l'enologia italiana una funzione insostituibile di "locomotiva". In seguito, nell'ambito di questo Rinascimento, una schiera sempre più numerosa di produttori ha dato inizio a un nuovo corso e, in questo frangente nasce Ca' del Bosco, motivata da un'unica volontà: la qualità nella tradizione.

Sicuramente piantare vigneti a 10 mila ceppi per ettaro non è nella tradizione italiana e tantomeno della Franciacorta, ma era una

delle componenti necessarie per migliorare quel «Bordeaux Magher» che i vecchi contadini di queste zone producevano già nel 1800.

Ma desidererei ora fare alcune considerazioni sulla «qualità». Dalla sua origine, sia nelle prestazioni fisiche che intellettuali, l'uomo è portato al confronto, alla competizione, a misurarsi con il prossimo. Nella sua formulazione più aggiornata questa etica, applicata alla tecnica, si identifica con la ricerca della qualità. In grado di parlare solo per confronti (il chiaro e il buio, il silenzio e il suono) l'uomo ha stabilito prima di tutto un livello (standard) valutando successivamente la fatica (costo) per raggiun-

ragionata, codificata e quindi trasmettibile.

Per quanto mi riguarda, Ca' del Bosco sta cercando di impostare una nuova «civiltà del vino», creando una relazione privilegiata tra la qualità dei suoi vini e quella delle strutture, dei territori, degli uomini.

Fino a oggi tutti coloro che conoscono e frequentano i luoghi enologicamente ispirati li considerano complessi evidenti e immobili, ma sono invece, di volta in volta, una fattoria nell'ambito di un territorio agricolo, una residenza elegante ma riservata, un luogo sofisticato di produzione economica aperto sul mercato mondiale e impegnato a guadagnarsi un prestigio importante.

La complementarità tra queste diverse vocazioni crea una sinergia che, a sua volta, produce un'immagine forte e duratura, un'immagine di marca e qualità, sia grafica che mentale, culturale ed economica, che partecipa attivamente alla dinamica di un sistema completo di marketing.

Questo principio globale, coerente e flessibile, inventato intuitivamente qualche secolo fa, sembra potersi adattare a tutte le nuove situazioni. Dei falegnami e dei fabbri, degli antiquari, dei vitigni autoctoni, degli chardonnay piantati in Sicilia, dei campi di mais e di girasole, dei grandi industriali che fanno i piccoli produttori, della donna e del mattarello, se ne deve parlare e discutere ancora a lungo. Oggi bere un bicchiere di vino è scelta di vita, e non più abitudine. E la scelta del vino premia sempre più la qualità, anche perché nel regno del vino ogni degustatore è Re!



quel livello. Oggi la sua evoluzione gli suggerisce l'idea del rispetto verso stesso e il prossimo. La qualità, in senso generale, è un'entità soggettiva, relativa e progressiva, concettuale e ideologica, ed è affermata e valutata dalla maggioranza con i suoi sensi retroattivi, cioè a posteriori.

Nel corso dei secoli si sono sempre prodotti grandi vini, in tutte le parti del mondo, ma nessuno sapeva spiegarne scientificamente il perché. Ci sarebbe voluta l'invenzione recente della scienza moderna del vino (l'enologia) per passare dallo stadio dell'intuizione a quello di una conoscenza

— ENOBATTAGLIE —

Scienza e tradizione per produrre qualità

Dopo Vittorio Gancia, Angelo Gaja e Ambrogio Folonari scende in campo Maurizio Zanella di Cà del Bosco, uno dei grandi giovani talenti del vino made in Italy. Zanella è sicuramente leader della nouvelle vague imprenditoriale. È un vitivinicolo aperto al mondo, conoscitore come pochi della ristorazione e dell'enologia worldwide. Innovatore profondo ha iniziato la sua azienda con un tecnico francese, quindi ha continuato con un californiano dimostrando che le tavole si conquistano con un linguaggio internazionale. Il suo intervento dimostra ancora una volta la sua apertura così come ogni giorno un'azienda è pronta a sperimentare, a confrontare, a migliorare. Zanella mette in discussione il concetto di tipicità rispetto al sistema produttivo, non è d'accordo sul concetto di crus di Folonari e tira fuori dal cappello una definizione importante sulla quale è possibile allargare ulteriormente questo dibattito: il «Rinascimento Enologico, made in Italy». Un tema sul quale nelle prossime settimane varrà la pena di fermarsi a riflettere. In fine vorrei segnalare un altro importante spunto di riflessione: Zanella sostituisce al vino d'autore il concetto di «civiltà del vino». Un'altra provocazione da non lasciar cadere. (Davide Paolini)

di Maurizio Zanella

«**S**i fa presto a dire... vino tipico»: con questo titolo dell'ormai lontano 24 settembre 1989 dava inizio, caro Paolini, a una querelle che sicuramente ha destato vivo interesse in tutti i lettori e in particolare in noi addetti ai lavori. Condensando le varie opinioni espresse nei sei articoli della sua rubrica, tipicità (riferita ai vini) è intesa per quei prodotti ottenuti con uve provenienti da località storiche riconosciute, da varietà autoctone presenti nelle vigne da più di 200 anni, ottenuti con metodi di vinificazione tradizionali ma aggiornati e migliorati grazie all'uso ponderato delle nuove tecnologie enologiche, utilizzando con maestria in fase di affinamento recipienti di legno di varie dimensioni; l'uso dei recipienti di di-

menzioni ridotte (vedi i barricati ndr) è consigliato solo per alcuni vitigni. Non sono assolutamente d'accordo che un sistema produttivo — vin santo o metodo champenois a esempio — possa far ottenere la tipicità a qualsiasi prodotto; nello stesso tempo desidero controbattere quanto affermato da Ambrogio Folonari per quanto riguarda i Crus: ritengo infatti necessario identificare la vigna che ha dato origine a quel determinato vino. Solo così sarà possibile differenziare e attribuire i reali valori ai vigneti nell'ambito delle varie zone d'origine. So che non si tratta di un'opera semplice e a breve termine, ma questa ritengo sia la via per riuscire a creare anche in Italia delle micro-appellazioni di grande interesse mondiale.

Seguendo scrupolosamen-

te i concetti di cui sopra, i produttori delle varie zone viticole italiane troverebbero finalmente la soluzione ai loro problemi produttivi? Sicuramente sì, la produzione nazionale migliorerebbe la qualità dei propri vini dandogli anche una precisa identità regionale e made in Italy.

Non sarebbe così più necessario piantare il Pinot nero e lo Chardonnay in Puglia e per assurdo il Nero di Troia o il Bombino Nero in Valle d'Aosta. Questi sono stati dei rimedi temporanei in zone che non avevano saputo creare un'immagine qualitativa di rilievo pur avendo il potenziale produttivo.

Ma quante sono le zone viticole italiane che prima del 1965 avevano costruito in Italia e all'estero una reputazione e un'immagine adeguata ai propri vini? Poche, troppo poche e spesso i buoni produttori di queste zone erano sopraffatti numericamente da mercanti e industriali che senza troppi scrupoli badavano unicamente ai propri interessi, dissanguando il patrimonio dell'area in cui operavano, mettendo sul mercato vini immondi.

Nella polemica sulla tipicità del vino italiano interviene un giovane talento aperto al mondo

Identifico nel 1965 un periodo, sicuramente non definibile con precisione, in cui ha inizio in Italia un vero e proprio Rinascimento Enologico. Sono un proprietario récoltant Angelo Gaja e un négociant manipulant Piero Antinori che, seppur in maniera diversa, hanno iniziato questo movimento che è stato contemporaneamente supportato anche dallo Stato (vedi legge sulla Doc), dalla tecnica più aggiornata (scuole d'enologia) e dalla stampa (Luigi Veronelli).

Ritengo perciò doveroso ringraziare pubblicamente questi due produttori che

hanno avuto e stanno tuttora avendo per l'enologia italiana una funzione insostituibile di «locomotiva». In seguito, nell'ambito di questo Rinascimento, una schiera sempre più numerosa di produttori ha dato inizio a un nuovo corso e in questo frangente nasce Ca' del Bosco, motivata da un'unica volontà: la qualità nella tradizione.

Sicuramente piantare vigneti a 10mila ceppi per ettaro non è nella tradizione italiana e tantomeno della Franciacorta, ma era una

delle componenti necessarie per migliorare quel «Bordeaux Magher» che i vecchi contadini di queste zone producevano già nel 1800.

Ma desidererei ora fare alcune considerazioni sulla «qualità». Dalla sua origine, sia nelle prestazioni fisiche che intellettuali, l'uomo è portato al confronto, alla competizione, a misurarsi con il prossimo. Nella sua formulazione più aggiornata questa etica, applicata alla tecnica, si identifica con la ricerca della qualità. In grado di parlare solo per confronti (il chiaro e il buio, il silenzio e il suono) l'uomo ha stabilito prima di tutto un livello (standard) valutando successivamente la fatica (costo) per raggiun-

ragionata, codificata e quindi trasmissibile.

Per quanto mi riguarda, Ca' del Bosco sta cercando di impostare una nuova «civiltà del vino», creando una relazione privilegiata tra la qualità dei suoi vini e quella delle strutture, dei territori, degli uomini.

Fino a oggi tutti coloro che conoscono e frequentano i luoghi «enologicamente ispirati» li considerano complessi evidenti e immobili, ma sono invece, di volta in volta, una fattoria nell'ambito di un territorio agricolo, una residenza elegante ma riservata, un luogo sofisticato di produzione economica aperto sul mercato mondiale e impegnato a guadagnarsi un prestigio importante.

La complementarietà tra queste diverse vocazioni crea una sinergia che, a sua volta, produce un'immagine forte e duratura, «un'immagine di marca e qualità», sia grafica che mentale, culturale ed economica, che partecipa attivamente alla dinamica di un sistema completo di marketing.

Questo principio globale, coerente e flessibile, inventato intuitivamente qualche secolo fa, sembra potersi adattare a tutte le nuove situazioni. Dei falegnami e dei fabbri, degli antiquari, degli autoctoni, degli chardonnay piantati in Sicilia, dei campi di mais e di girasole, dei grandi industriali che fanno i piccoli produttori, della donna e del mattarello, se ne deve parlare e discutere ancora a lungo. Oggi bere un bicchiere di vino è scelta di vita, e non più abitudine. E la scelta del vino premia sempre più la qualità, anche perché nel regno del vino ogni degustatore è Re!

Nel corso dei secoli si sono sempre prodotti grandi vini, in tutte le parti del mondo, ma nessuno sapeva spiegarne scientificamente il perché. Ci sarebbe voluta l'invenzione recente della scienza moderna del vino (l'enologia) per passare dallo stadio dell'intuizione a quello di una conoscenza

