

I VINI "SCHIAVA DELL'ANNO" PER CATEGORIA

Alto Adige Lago di Caldaro

- Alto Adige Lago di Caldaro classico superiore Castel Ringberg 2008 - **Elena Walch**
- Alto Adige Lago di Caldaro scelto 2008 - **Produttori Termeno**

Alto Adige Schiava e Schiava Grigia

- Alto Adige Schiava Grigia Sonntaler 2008 - **Cantina Cortaccia**
- Alto Adige Schiava Grigia 2008 - **Produttori Termeno**

Alto Adige Meranese e Alto Adige Val Venosta

- Alto Adige Val Venosta Schiava Sonnenberg 2008 - **Cantina di Merano**

Alto Adige Santa Maddalena

- Alto Adige Santa Maddalena classico 2008 - **Christian Plattner, Tenuta Waldgries**
- Alto Adige Santa Maddalena classico 2008 - **Johannes Pfeiffer, Tenuta Pfannenstielhof**

Schiava Diversa

- Alto Adige Schiava Exclusiv Sarner Hof 2007 - **Cantina San Paolo**

LA VARIETÀ SCHIAVA

Vernatsch (Schiava) è una specie di uva altoatesina autoctona con oltre mille anni di storia. Ha acini relativamente grandi con una buccia sottile. Ne derivano vini non complicati, "beverini", dal rosso piuttosto chiaro. Il Vernatsch è un vino leggero, povero di tannino. Ha un gusto piacevolmente delicato e fruttato. Tra i vini rossi ha il più basso valore di acidità. La Vernatsch è interessante anche come uva da tavola. Nella città di Merano, essa viene utilizzata come "uva di cura". Il nome deriva dal latino *vernaculus* che significa "indigeno". La specie non è da confondere con l'uva Vernaccia italiana, da cui si producono stimati vini bianchi a San Gimignano (Si).

settore alimentare, proprietario del Vigilius Mountain Resort. Il suo motto: l'anima altoatesina si bagna nel Vernatsch;

- Günther Hölzl, negoziante di vini a Merano, fa conoscere con passione i vini di tutto il mondo ai suoi numerosi

clienti. Ha una particolare inclinazione per il vino altoatesino e per il Vernatsch. Il suo motto: il Vernatsch a tavola è un compagno eclettico;

- Othmar Kiem, giornalista enogastronomico noto in tutte le aree viticole d'Italia. Conosce i

grandi vini del mondo ed ha una passione particolare per il Vernatsch. Il suo motto: il Vernatsch ha la sua tradizione in Alto Adige; tuttavia la sua leggerezza e la sua immediatezza lo rendono un vino anche molto moderno.  [cod 10252](tel:035.10252)



Corsi di formazione per baristi.

Caffè e cappuccini decorati con il campione italiano caffetteria.

in collaborazione con



autorizzato da



managed by



trismoka

Info: Tel. 035.913636 - e-mail: info@trismoka.it



Maurizio Zanella Rivoluzione Franciacorta

di Ezio Zigliani

Maurizio Zanella (nella foto) succede a Ezio Maiolini nella carica di presidente del Consorzio di tutela del Franciacorta ed eredita una situazione facile, di un marchio e di un prodotto che godono, sicuramente, di una certa notorietà. È bastato vedere quanta gente fosse concentrata negli stand franciacortini dell'ultimo Vinitaly per capire che oltre ad essere un prodotto, il Franciacorta è anche un brand che ha saputo ottenere il

consenso del consumatore.

Zanella ha la testa da imprenditore. In effetti la "sua" Cà del Bosco è cresciuta vertiginosamente divenendo, in un tempo relativamente breve, uno dei marchi più conosciuti del bere italiano. Inizia nel 1968 come viticoltore nel cuore di quel lembo di terra bresciana chiamato Franciacorta, a Erbusco, ed è oggi a presidente di un'azienda che lavora 160 ettari di vigna.

Cosa ci si dovrà aspettare da questo nuovo incarico? «L'obiettivo è mettere fuori dalla porta presidenti e produttori - esordisce con determinazione Zanella - per lasciare spazio a nuove e diversi ruoli professionali. Non avremo più la figura tradizionale del direttore, ma un procuratore (Davide Basile) che attraverso deleghe operative, quale come se fosse un amministratore delegato, porti avanti un consorzio concepito come una vera e propria

azienda. Ci consideriamo ancora dei debuttanti, non siamo ancora soddisfatti di quanto fatto, ma siamo anche particolarmente ambiziosi.



Vorremmo puntare su una crescita culturale legata a un territorio che può considerarsi ancora giovane».

La Franciacorta, intesa come concetto vitinicolo, esiste da cinquant'anni e fa capo oggi a un consorzio la cui chiave del successo va identificata nella

presenza di produttori tutti "simili", della stessa categoria. Ce lo conferma Zanella: «Non dobbiamo cercare di bilanciare le eventuali esigenze di produttori, vignaioli o imbottiglieri come avviene in altre realtà».

Dunque il consorzio può dedicarsi ad altro, senza disperdere tempo e risorse a cercar di mettere d'accordo tante teste: «In futuro - spiega Zanella - vorremmo riuscire a



Oltrepò con grandi propositi

Il neopresidente del Consorzio pavese **Paolo Massone** ha un grande obiettivo: comunicare con il consumatore

Paolo Massone (nella foto) è stato eletto con un'ampia maggioranza, è giovane, a capo dell'azienda Bellaria di Casteggio e segna il primato, in cinquant'anni, di un viticoltore ai vertici del Consorzio tutela vini Oltrepò Pavese.

Cosa significa, in termini pratici, la nomina di un viticoltore?

«Sotto un certo profilo credo lo si dovesse alla categoria, abbiamo atteso tanto. Un po' più presuntuosamente, forse, a farmi eleggere è stato il mio modo di guardare all'Oltrepò Pavese. Chi mi ha scelto l'ha fatto, credo, per premiare la mia visione a 360 gradi della zona di produzione. Per questo, con coerenza, nel mio ruolo mi sforzerò di tener conto di tutte le nostre produzioni. Chiaramente lo farò con un occhio di riguardo per la piccola produzione edonistica, della quale, da anni sono ardente sostenitore».

Quali saranno i progetti di valorizzazione del territorio annunciati?



«Abbiamo un messaggio da diffondere, una qualità percepita da far arrivare a consumatori, appassionati, degustatori e mondo della ristorazione. Negli ultimi anni l'Oltrepò ha vissuto una metamorfosi profonda, molto è cambiato pur nel solco della tradizione. Bisogna lavorare sodo per far conoscere il territorio, ma parallelamente c'è da rendere più chiara e meglio leggibile la nostra produzione. Credo che la strada giusta sia concentrarsi su pochi vini, rappresentativi del territorio. Se riusciremo in questo intento, sarà molto più facile ed efficace far capire al consumatore cosa produciamo e dove. Mi darò da fare per far emergere il binomio vino-territorio».

Riesce ad immaginare lo scenario che si sarebbero trovati produttori e consumatori se l'Ue avesse autorizzato la produzione di vini rosè con miscele di uve da tavola rosse e bianche?

«Il nostro Consorzio, attraverso il direttore Carlo Alberto Panont, ha preso la parola fra i primissimi a livello nazionale quando da Bruxelles si è

ventilato questo scellerato progetto. Nel corso dell'ultimo Vinitaly abbiamo anche annunciato l'intenzione di passare alle vie legali se l'Unione non avesse fatto marcia indietro. Il fronte compatto che abbiamo saputo fare con la Francia alla fine ha premiato. Se così non fosse stato per noi sarebbe stato un vero disastro. Stiamo infatti puntando convintamente

sul Metodo Classico Rosé con il progetto Cruasé, nuovo marchio collettivo che identifica il primo spumante rosato naturale a base Pinot nero. Il via libera europeo al rosé da miscelanea avrebbe fatto male anche a chi come noi sta cercando di crescere, di affermarsi, di acquisire credibilità sui mercati di tutto il mondo. Sarebbe stato un laccio che avrebbe trascinato verso il fondo, avremmo dovuto moltiplicare le energie per emergere. Di più, si sarebbe uccisa una cultura». **Che ruolo intende svolgere il Consorzio all'interno delle novità introdotte dalle Ocm vino? Che scelte andranno ad essere attuate?**

«Personalmente non condivido molte delle scelte, che



far sì che i vecchi consorziati aiutino le aziende giovani ad emergere. Con questo potremo riuscire a creare un comparto ancor più unito».

In vista dell'introduzione dell'Ocm vino a chi il Consorzio affiderà i controlli? «Non abbiamo ancora deciso - ci ha risposto Zanella -. Le strade sono due: o un distacco totale, ma alle nostre condizioni, o un affitto di ramo d'azienda».

Dunque in quest'ottica di cosa si occuperà poi il consorzio? «Facendo uscire i compiti di tutela e controllo il Consorzio si occuperà di portare avanti studi e approfondimenti legati, cito degli esempi, allo studio dei lieviti autoctoni o dei metodi di potatura creando un dipartimento di ricerca e sviluppo tecnico. Sul fronte marketing proseguiamo con le iniziative territoriali introducendo, ma è ancora un'ipotesi al vaglio, l'istituzione di un osservatorio economico che ci permetta di monitorare il mercato del Franciacorta». Fra le ultime iniziative (vedi approfondimento nella box a destra) la prima edizione di un'ambitissima "Caccia ai tesori", in programma nella tarda estate di quest'anno e con un annuncio overbooking di iscrizioni.

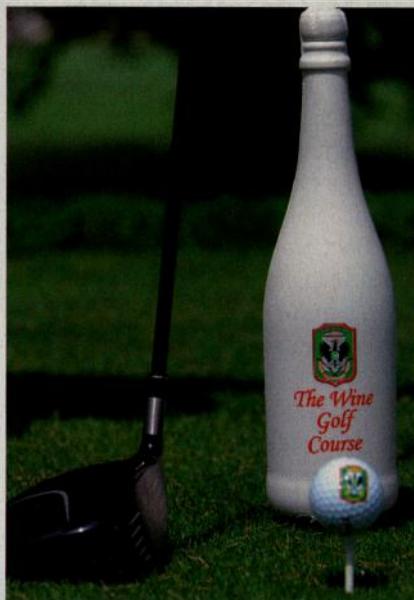
La vendita delle bottiglie di questa bollicina italiana ha visto delinearsi, negli ultimi sei anni, una crescita costante con un incremento annuo del 17% sulla produzione. Crescita che è andata a braccetto anche con il notevole aumento del numero di cantine. Oggi, infatti, sono quasi cento. «Sì, è vero, è più difficile guidare una barca divenuta grande - ha commentato Zanella -, ma non soffriamo di ansie da prestazioni in termini quantitativi. Ci preoccupiamo principalmente della crescita qualitativa di questo prodotto».

Oggi il Franciacorta porta sui mercati quasi 10 milioni di bottiglie. La potenzialità? 22 milioni. «Questo però non è un traguardo - ha concluso Zanella - ma un'opportunità. È il mercato, con la sua domanda, che eventualmente ci porterà a produrre tanto». Certo è che si è ben lontani dalle 340 milioni di bottiglie di... No, a Zanella non è proprio riuscito a pronunciare il nome di quella regione francese... [cod 10749](#)

Quando golf e bollicine promuovono il territorio

In occasione della "Gara del Presidente" è partito il progetto "The Wine Golf Course" che sancisce l'alleanza tra il Franciacorta Golf Club di Corte Franca e il Consorzio per la tutela del Franciacorta con l'obiettivo di sostenere la promozione del territorio di Franciacorta verso un pubblico, nazionale e internazionale, che ama lo sport, la natura e l'enogastronomia. Il progetto, presentato nell'occasione dal presidente del Golf Club, Carlo Borghi, vede l'adesione di 18 fra i marchi più noti della produzione vitivinicola della Franciacorta: Antica Fratta, Azienda Agricola Fratelli Berlucchi, Barone Pizzini, Bellavista, Berlucchi Guido, Bersi Serlini, Ca' del Bosco, Castello Bonomi Tenute in Franciacorta, Contadi Castaldi, Ferghettina, Il Mosnel, Lo Sparviero, Lovera Betella, Majolini, Monte Rossa, Montenisa, Quadra e Villa.

Si realizza così anche in Italia



un'esperienza già collaudata con successo in altre aree europee vocate alla viticoltura, a cominciare dalla Borgogna. Nel concreto, ogni cantina lega il proprio nome ad una delle buche del Franciacorta Golf Club, che viene così battezzato "The Wine Golf Course". Il percorso di gioco viene contrassegnato dalle denominazioni di altrettante tipologie di "bollicine": "Brut", "Satèn" e "Rosé". La Club House, totalmente rinnovata, ospita un'esposizione permanente dei vini delle cantine aderenti e li inserisce nelle proprie proposte di menu del suo raffinato ristorante e nella carta della sua ricca enoteca. Infine ogni cantina promuove, all'interno del calendario del Club, gare ed eventi fra i propri clienti all'insegna del connubio golf-vino.

Ma il progetto "The wine golf corse" non si ferma qui. Entro la fine dell'anno saranno ultimate le 9 nuove buche che portano il percorso a 27 buche complessive, inserite in un parco di oltre 70 ettari. E, accanto alle cantine, l'obiettivo dei vertici del Franciacorta Golf Club, diretto da Jennifer Allmark, golfista professionista di ottimo livello oltre che qualificata manager di grande esperienza, è quello di dare un ulteriore sviluppo alla promozione territoriale coinvolgendo anche gli hotel e i ristoranti stellati della Franciacorta. [cod 10464](#)

CACCIA AI TESORI VINCI LA MASERATI

Un modo nuovo e divertente per conoscere la Franciacorta? A settembre prende il via la Caccia ai tesori in Franciacorta: una gara in automobile attraverso tutto il territorio franciacortino. Tra i tanti premi: la nuova Maserati Quattroporte, una Fiat 500 e un viaggio a New York per due. Caccia ai tesori in Franciacorta, è la novità annunciata da Maurizio Zanella e da Giulio Pastore, responsabile mercato Italia Maserati. [cod 10564](#)



Franciacorta
DOCG
Consorzio per la tutela del Franciacorta