

Beverage



0 Comments febbraio 25, 2020

Il vino secondo Maurizio Zanella: la parola magica è territorio

MAG incontra uno dei grandi protagonisti del risascimento enologico italiano e racconta la favola di Ca' del Bosco. Un piano di investimenti di 82 milioni per conquistare nuovi mercati

di francesca corradi

Gli italiani non brindano più a **Champagne** ma a **Franciacorta**. Emblema del territorio, la casa vinicola bresciana **Ca' del Bosco** inizia il suo viaggio negli anni Sessanta con l'imprenditore delle grandi sfide **Maurizio Zanella** che scommette sull'enorme potenziale della zona.

Dopo un viaggio in Francia per visitare le più importanti *caves*, il re delle bollicine italiane ha tentato l'impossibile per l'epoca creando una cantina d'eccellenza che negli anni ha saputo trasformare in una delle più moderne del territorio, con una "spa dell'uva".

Padre della rivoluzione enologica degli anni '60 - insieme ad aziende come **Mario Schioppetto**, **Marco Felluga**, **Marchese Incisa della Rocchetta**, **Giacomo Bologna**, **Gaja**, **Ceretto**, **Marchesi Antinori** e **Biondi Santi** - per Maurizio Zanella è stato decisivo l'incontro con lo scrittore e filosofo **Luigi Veronelli**, che ha cambiato la visione del cibo e del vino italiano.

Oggi mister Ca' del Bosco guida un impero con 245,40 ettari di vigneti, interamente convertiti a biologico, 1,8 milioni di bottiglie e un giro d'affari che, nel 2019, ha superato i 40 milioni di euro in vendite, il 19% realizzato all'estero. La corsa di Zanella non si arresta e con un piano di investimenti di 82 milioni di euro, l'azienda punta a espandersi e conquistare nuovi mercati.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

114572



Azienda Ca' del Bosco-Erbusco

Senza pronunciare mai il termine champagne, che sostituisce con un più generico "denominazione francese", a MAG un entusiasta Maurizio Zanella racconta il ruolo chiave della docg - con il disciplinare più rigido al mondo: dalla genesi del termine bollicine all'affermazione della denominazione d'origine sul metodo.

Tra meno di due anni celebrerete 50 anni dalla prima bottiglia di Ca' del Bosco venduta, mi fa un bilancio?

È cambiato tutto. Nato come un hobby, con un vigneto di due ettari, oggi l'azienda è vicina ai 250 ettari. C'è stato un grande sviluppo sia per la cantina che per il mondo del vino italiano.

Quant'è contato essere tra i primi ad aver creduto nel Franciacorta?

Berlucchi è stata la prima, insieme a quattro o cinque aziende nobiliari della zona, a investire nel territorio e fare bollicine. Noi abbiamo cominciato dopo e da "stranieri", non essendo nativi di Erbusco, ma abbiamo dato un contributo importante verso la qualità che oggi è sinonimo della Franciacorta. In ogni modo il timing è stato essenziale perché se l'avessimo fatto dieci anni prima nessuno ci avrebbe capiti.

Maurizio Zanella, ha trasformato una piccola casa in Franciacorta in una delle cantine più avanzate del territorio...

Tra i fattori fondamentali ci sono sicuramente i contributi umani. Mi riferisco, ad esempio, allo scrittore e filosofo Luigi Veronelli che ha fatto tanto per il cibo e il vino italiano aprendo gli occhi agli italiani e aiutandomi a comprendere i meccanismi non tecnici, ma filosofici per capire cosa vuol dire qualità.

Cosa intende?

Nel nostro Paese, fino agli anni Sessanta il vino era un prodotto massificato e copriva le esigenze interne. La gente si nutriva di vino mediocre. Nel 1961 si stima che gli italiani bevessero 119 litri di vino procapite che, esclusi bambini e anziani, corrisponde a un litro al giorno circa. Il grande cambiamento avviene tra il 1965 e il 1975 quando, le prime aziende, nel novero anche Ca' del Bosco, riportano il mondo del vino alla qualità e il prestigio di cui godevano agli inizi del Novecento.

Un'attenzione che si sposta dall'industria all'agricoltura...

Sì, la qualità dovrebbe essere associata all'agricoltura e non all'industria della cooperazione com'è stato fatto in passato.

La Francia del vino ha un altro passato...

I francesi sono stati bravi e sono riusciti a mantenere i capisaldi, anche nei periodi più bui, e non svendere il vino. Hanno investito molto sulla politica della

qualità del territorio, dell'immagine e della valorizzazione, a differenza nostra. Se parliamo di export, il loro vino viene venduto, al litro, quasi tre volte il nostro prezzo.



Cosa vuol dire essere protagonista del rinascimento enologico italiano?

Aver contribuito alla rinascita del vino ed essere passati dalla quantità alla qualità.

Quali altre aziende hanno cambiato il "modo di fare" vino?

Mario Schioppetto...

CONTINUA A LEGGERE LA NOTIZIA SUL MAG 136 (A PAG.134).

Foto by Giuseppe La Spada

Share



Tags

- Mario Schioppetto
- Marco Felluga
- Marchese Incisa Della Rocchetta
- Giacomo Bologna
- Biondi Santi
- Ca' Del Bosco
- Berlucchi
- Luigi Veronelli
- Erbusco
- Franciacorta
- Bollicine
- Ceretto
- Champagne
- Gaja
- Biologico
- Marchesi Antinori
- Slider

Vota questo articolo



Articoli che potrebbero interessarti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.