

Franciacorta brinda alle esportazioni

LE BOLLICINE BRESCIANE VINO UFFICIALE DELL'EXPO CRESCONO SIA IN ITALIA CHE ALL'ESTERO GRAZIE ALLE STRATEGIE DEL CONSORZIO CHE HA FATTO LEVA SULL'IDENTITÀ DI TERRITORIO PER DIVENTARE UN BRAND. L'ALLEANZA CON LA CAMERA DELLA MODA

Paola Jadeluca

Milano

«Oltre 145 mila persone hanno visitato il Wine Bar Franciacorta, abbiamo stappato 21 mila bottiglie in questi sei mesi di Expo, e il fatturato totale della mescolta è un milione e mezzo». Maurizio Zanella, presidente del Consorzio Franciacorta nonché fondatore e produttore di Ca' del Bosco — una delle etichette blasonate di questo territorio in provincia di Brescia, controllate dal gruppo Santa Margherita — brinda alla chiusura di Expo 2015, dove Franciacorta è stato il vino degli eventi ufficiali. Più che gli incontri istituzionali è stata la massa di turisti, italiani e stranieri, a fare da volano alla conoscenza di queste bollicine Metodo classico, ovvero prodotte con la rifermentazione in bottiglia, come lo champagne.

Con il padiglione nel Decumano, dove sono passate 22 milioni di persone, era l'unica zona vitivinicola con la propria bandiera che sventava tra quella del Kazakistan, re del gas, e quella degli Emirati Arabi Uniti, re del petrolio. «Come uno Stato», commenta Zanella. Non è un'operazione stile leghista, ma marketing territoriale.

Franciacorta è una denominazione che porta il nome della zona dove si produce e imbottiglia questa Docg, tra Erbusco e gli altri comuni vocati, vicino al lago d'Iseo. Oltre duemila ettari vitati a Chardonnay, Pinot Nero e Pi-

not Bianco, i vitigni tipici che si susseguono tra borghi, castelli e cascine.

Il Made in Italy vince la competizione globale con l'eccellenza. E nel settore vitivinicolo l'eccellenza sono i territori, unici e irripetibili, che legano i vini alla specificità e cultura di ogni triangolo di terra. L'arma con la quale il nostro paese è riuscito a tenere testa ai produttori del nuovo mondo, australiani e neozelandesi in primo luogo, che per anni hanno sferrato l'attacco al mercato con prezzi all'osso e spregiudicate politiche di marketing.

Finora ha funzionato bene con i vini fermi, Brunello, Amaronne, oggi anche Soave, Lugana. Tutti nomi di vini che sono riusciti a diventare brand come Armani e Prada. Ma tra i vini "mos-

si" la confusione è ancora tanta. E Zanella da anni sta conducendo la sua accesa battaglia contro la confusione che si crea sotto la parola comune "spumante". Spumante non è il corrispettivo dello champagne: champagne è solo quello che si produce nella zona vocata con un suo rigido disciplinare.

Il Franciacorta è salito nell'Olimpo dell'enologia mondiale con alcune etichette top: la cuvée Annamaria Clementi di Ca' del Bosco, dedicata alla mamma di Zanella, scomparsa da poco tempo, pioniera nel capire il valore di questo territorio; i millesimati di Bellavista; le edizioni limitate e le riserve di Berlucchi; il biodinamico Barone Pizzini. Ora è tutto il Consorzio, oltre 100 produttori, a fare il grande salto. Il brand di territorio dà for-

za e visibilità a tutti, anche i più piccoli, consentendo ai consumatori di identificare sotto lo stesso nome la provenienza, il disciplinare di produzione, che è in fase di modifica per innalzare ancora di più la qualità. Qui oltre alla Docg si producono due Doc ferme, il Curtefranca Bianco e il Curtefranca Rosso. E un'Igt, Sebino. Vuole la terra, vuole la tecnica, il Franciacorta ha caratteristiche inconfondibili. E anche ecosostenibili: un terzo delle vigne è certificata biologica e il rimanente a basso impatto ambientale. Da quattro anni una partnership con la Camera nazionale della moda ha reso protagonista delle fashion week questo brand. Ma l'attacco, ora, è ai paesi esteri: Giappone, primo per vendite, Usa, Germania e Gran Bretagna. I risultati sono scritti nei bilanci: nel primo semestre 2015 una crescita del 10,6% sullo stesso periodo del 2014. L'export incide per il 12,4% sul totale delle bottiglie vendute e sale dell'8,4%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Maurizio Zanella
presidente del
Consorzio
Franciacorta,
fondatore
e produttore
di Ca' del Bosco

