LCPUBLISHINGGROUP
MAG
162 • 17.05.2021

Food outlook
GIRO DI BOA PER L'HORECA

L'intervento
LE NORME CONTRO LE PRATICHE SLEALI DIVENTANO LEGGE

Calici e pandette
RIO DEGLI SGOCCIOLI CINQUE CAMPI, LA CONCRETEZZA DEL LAMBRUSCO

Le tavole della legge
MENÙ A SORPRESA DA SUPERFICIALE

Doppi festeggiamenti per l'azienda vitivinicola dello startupper ante litteram Franco Ziliani che ha sdoganato il consumo di bollicine italiane di qualità, rendendole accessibili

BERLUCCHI LA RIVOLUZIONE DELLA FRANCIACORTA COMPIE 60 ANNI

LE TAVOLE DELLA LEGGE

FOOD OUTLOOK
GIRO DI BOA PER L'HORECA

FOOD BUSINESS
BERLUCCHI, LA RIVOLUZIONE DELLA FRANCIACORTA COMPIE 60 ANNI

L'INTERVENTO
LE NORME CONTRO LE PRATICHE SLEALI DIVENTANO LEGGE

CALICI E PANDETTE
RIO DEGLI SGOCCIOLI CINQUE CAMPI, LA CONCRETEZZA DEL LAMBRUSCO

LE TAVOLE DELLA LEGGE
MENÙ A SORPRESA DA SUPERFICIALE

CRISTINA ZILIANI

BERLUCCHI, LA RIVOLUZIONE DELLA FRANCIACORTA COMPIE 60 ANNI

Doppi festeggiamenti per l'azienda vitivinicola dello startupper ante litteram Franco Ziliani che ha sdoganato il consumo di bollicine italiane di qualità, rendendole accessibili

di francesca corradi

La Guido Berlucchi, nel 2021, celebra i 60 anni del primo Franciacorta. Non staremmo a raccontare questo importante traguardo se il giovane enologo **Franco Ziliani**, nel 1961, non avesse avuto l'idea di creare ex novo una categoria di vini che prima non esisteva, un metodo classico "alla francese", dando vita a una delle zone italiane più apprezzate per le bollicine di qualità. Il successo dell'azienda è diviso 101, ovvero il numero delle persone che ci lavorano: professionisti che contribuiscono a produrre circa quattro milioni di bottiglie all'anno e raggiungere circa 40 milioni di euro di fatturato.
Oltre alla tenacia, da buoni bresciani, qualità, sostenibilità e divulgazione sono stati gli assi nella manica della realtà vitivinicola. A partire dal reimpianto dei vigneti nei primi anni 2000, fino agli investimenti tecnologici, il supporto e la partecipazione a progetti universitari, la fondazione di un vero e proprio "circolo virtuoso del sapere" – l'Academia Berlucchi – e, infine, il primo report di sostenibilità.

Cristina Ziliani, la seconda generazione alla guida della Guido Berlucchi insieme ai fratelli **Arturo** e **Paolo,** racconta a *MAG* questo importante anniversario brindando al futuro.

FOTO STORICA

I FRATELLI ZILIANI

Lei che conosce bene il mondo del vino come si è voluto il settore?
Nel 1961 mio padre, Franco Ziliani, produsse insieme a Guido Berlucchi la prima bottiglia di metodo classico prodotto in Franciacorta, territorio che oggi fa oltre 15 milioni di bottiglie l'anno ed è conosciuto in tutto il mondo. Nel nostro piccolo, l'azienda Berlucchi ha senz'altro contribuito a sdoganare il consumo di bollicine di qualità, fornendo a scaffale un prodotto accessibile, italiano e dal gusto innovativo, perfetto dall'aperitivo al brindisi celebrativo.

Sono passati sessant'anni...
Possono sembrare pochi, ma il panorama nel mondo vitivinicolo si è evoluto incredibilmente, di pari passo con l'evoluzione di una società, molto diversa oggi. Il consumo di vino è calato e la qualità globale si è alzata enormemente, complice la ricerca e le sempre nuove tecnologie, sia in ambito agricolo che produttivo e soprattutto grazie alla crescita di competenza e cultura dei consumatori. La donna ha guadagnato emancipazione e potere decisionale, anche in termini di consumo e acquisto di vino. Questo ha inevitabilmente influito su quello che è stato il trend dei gusti e dei consumi. La preferenza delle ultime decadi è virata su vini più eleganti, leggeri in termini di contenuto alcolico. Nel mondo dello spumante metodo classico si è vista fiorire la tendenza dei vini non dosati, in grado di sottolineare le naturali caratteristiche del territorio senza la "maschera" dello sciroppo di dosaggio. Un altro grande trend, guidato questa volta dall'estero, rimane tutt'oggi il rosé - soprattutto spumante - che si fa apprezzare per la versatilità.

Ci racconta, invece, com'è stato questo ultimo anno per il settore?
Il mondo del vino vive una doppia vita: la prima è legata al ciclo naturale della vite e a quello produttivo, la seconda invece

101

Le persone che lavorano con Berlucchi

85

Gli ettari di terreno monitorati direttamente

comincia quando la bottiglia lascia le nostre cantine e viene venduta, acquistata, consumata. Questa "seconda vita" è stata chiaramente sconvolta dalla pandemia, lo scenario umano ha subito una modifica così profonda che sarà impossibile, in futuro, pensare all'anno 2020 scisso dal Covid-19. Un anno ancora molto difficile – a tratti drammatico – per il canale horeca, uno dei più colpiti. La vite, viceversa, ha proseguito il suo ciclo naturale con inaspettata prorompenza, regalandoci un'annata generosa e qualitativa.

Come nasce la passione per il vino?
In effetti, per quello che mi riguarda, è stata una sorta di destino programmato. Mio padre, enologo, è stato il primo a produrre spumante, nel 1961, quando ancora la doc Franciacorta era un sogno. Fu chiamato da Guido Berlucchi, discendente della nobile famiglia dei Lana de' Terzi, che produceva un vino bianco chiamato Pinot del Castello. Propose a Berlucchi di creare in Franciacorta un metodo classico "alla francese": fu il primo del territorio.

450

Gli ettari dei partner di Berlucchi

Quest'anno celebrerete il 60esimo anniversario. Mi fa un bilancio?
In 60 anni la Guido Berlucchi, partita da un'idea di un giovane enologo sognatore è diventata quella che oggi conosciamo. E il bilancio è facile, quando c'è amore e passione per quello che si fa non può che essere positivo. Ci sono sacrifici, compromessi, incomprensioni; ma a fine giornata c'è anche tanta soddisfazione per la strada fatta fin qui.

Quanto conta il territorio?
È fondamentale: non è un caso che mio padre abbia scelto di etichettare "Franciacorta" le sue prime bottiglie di spumante metodo classico qui prodotte. I francesi lo chiamano terroir – racchiude in sé sfumature che non sempre vengono colte in lingua italiana. Non si tratta, infatti, solo dell'insieme di suolo e clima ma è anche la mano dell'uomo, che ci vive e fa delle scelte che, dal grappolo alla bottiglia saranno decisive. In questo senso il territorio Franciacorta si è rivelato fondamentale: non bastano il suolo morenico e la brezza del lago d'Iseo per fare un grande vino. Servono anche le mani dei 121 produttori di Franciacorta, serve la coesione nelle decisioni e negli intenti in modo da innalzare, tutti insieme, la qualità del vino da noi prodotto.

FRANCO ZILIANI

LA FAMIGLIA ZILIANI

4

milioni circa le bottiglie prodotte all'anno

22

mila circa

Le bottiglie prodotte all'anno

Ci dà un po' di numeri?
Parto dal più importante, 101: sono le persone che lavorano con noi e senza le quali tutto quello di cui ho raccontato finora non sarebbe possibile. Sono professionisti che ci aiutano nell'impresa di produrre circa quattro milioni di bottiglie all'anno, di accogliere quasi 22mila visitatori e raggiungere circa 40 milioni di fatturato. Insomma, i numeri sono tanti, ma tutti divisibili per 101.

Su cosa avete investito negli ultimi anni?
Qualità, sostenibilità, divulgazione: i fili intrecciati e indissolubili che hanno guidato le nostre scelte. A partire dal reimpianto dei vigneti nei primi anni 2000, fino agli investimenti fatti in cantina nelle migliori tecnologie, il supporto e la partecipazione ai progetti dell'Università Statale di Milano e dello studio agronomico Sata per misurare e incrementare la nostra sostenibilità. Siamo poi arrivati, nel 2019, alla fondazione di Academia Berlucchi, un progetto nato per restituire al territorio un po' di quello che ci ha donato, innestando una rete di condivisione, un vero e proprio "circolo virtuoso del sapere".

A proposito di sostenibilità, cos'è per voi?
Un dovere: verso noi stessi, le persone che abitano il territorio e i nostri figli a cui lasciamo il pianeta. La nostra

è un'azienda familiare, e come tale la proiezione al futuro è insita nel nostro DNA. Il nostro lavoro sulla sostenibilità è iniziato quasi 20 anni fa. Si tratta di un "percorso" che mira a un miglioramento costante. Nel 2020 abbiamo pubblicato il nostro primo report di sostenibilità che raccoglie, in un unico documento, tutto l'impegno del nostro percorso in termini di sostenibilità ambientale, economica e sociale, marcando quello che sarà, per noi, il nuovo punto di partenza per i prossimi sessant'anni.

Lo champagne è ancora il più richiesto nel mondo? È giusto fare il paragone?
Partiamo da qui: la produzione di champagne supera di circa 20 volte quella di Franciacorta, che è un piccolo gioiello da scoprire, una produzione che può essere considerata una nicchia. Entrambi sono grandi vini e come tali godono di identità e caratteristiche distinte, ognuno specchio del proprio territorio.

Cosa fate per farvi conoscere in Italia e nel mondo?
Lavoriamo per creare vini di qualità sempre maggiore, infatti, non c'è modo migliore per farsi conoscere e riconoscere. Il 2021 si è aperto con il punteggio di 93 attribuito alla nostra riserva Palazzo Lana da parte dell'internazionale Wine Spectator: il più alto attribuito a un metodo classico italiano.

40

milioni

Il fatturato

Come siete percepiti dal pubblico internazionale?
In questo momento storico c'è grande curiosità nei confronti del mondo vitivinicolo. Il pubblico, italiano e internazionale, non si accontenta di acquistare un vino, ma vuole saperne la storia e la filosofia produttiva. Nel 2019 abbiamo accolto nelle nostre cantine quasi 3mila enoappassionati esteri e nel 2020, con la chiusura al pubblico, abbiamo creato la possibilità di partecipare a tour virtuali della cantina. Il made in Italy viene percepito molto positivamente e non c'è soddisfazione più grande che confrontarsi con consumatori che hanno assaggiato le nostre bollicine al tavolo di un ristorante dall'altra parte del mondo e hanno deciso di venirci a trovare.

Quali sono gli scenari futuri?
Sono fiduciosa che si potrà tornare presto a fare ciò che ci riesce meglio: brindare al futuro, insieme.