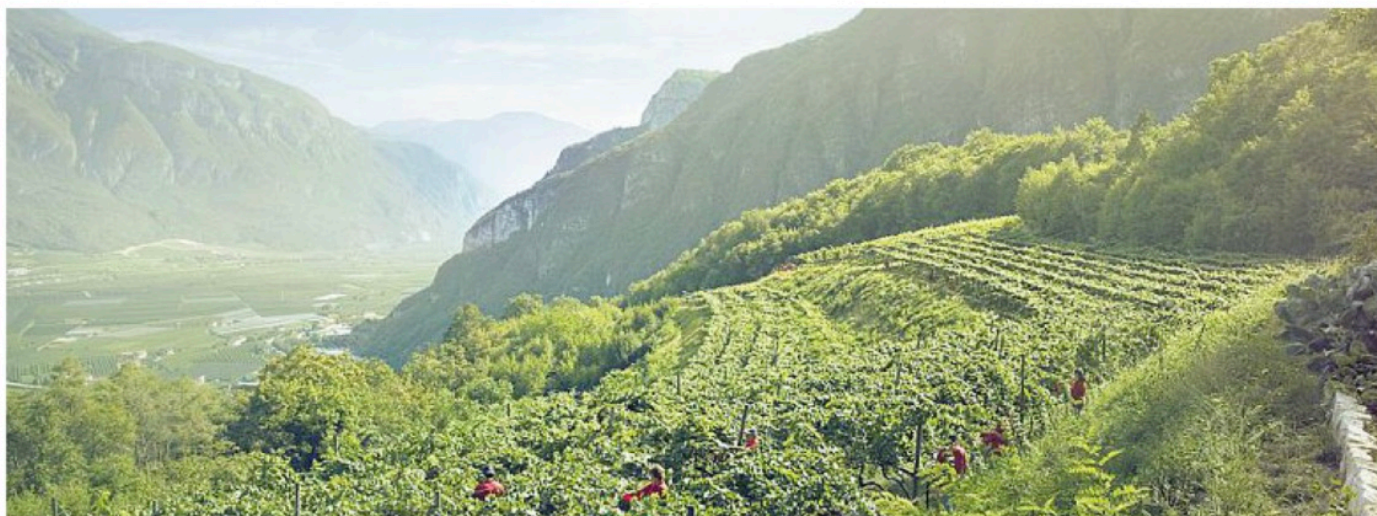


## FOOD&amp;WINE



di Francesca Negri

I Trentodoc deve ingranare la quinta, darsi una mossa, soprattutto in termini di comunicazione. E avere più coraggio: «Potremmo imbottigliare già adesso il doppio delle quantità di metodo classico trentino che attualmente facciamo, vale a dire 16 milioni di bottiglie, ma manca il coraggio di investire». A dirlo è Mauro Lunelli, fondatore assieme al fratello Gino dell'Istituto Trentodoc, di cui è stato presidente per molti anni. Un commento, scivo da polemiche e pieno di spirito costruttivo, che arriva a seguito di quanto emerso dalla ricerca commissionata dal Consorzio Franciacorta al sociologo Domenico De Masi per celebrare i 50 anni della Doc Franciacorta. «Da qui al 2027 il Franciacorta si distinguerà dal generico panorama degli spumanti nazionali. Se a livello internazionale il ruolo di leader assoluto del metodo classico rimarrà in mano allo champagne, il Franciacorta ne diventerà leader a livello italiano e il marchio riuscirà a estendere la sua influenza positiva anche ad altri prodotti locali food», ha fatto sapere De Masi nel corso della presentazione dei risultati dell'indagine «Franciacorta 2027» condotta su un campione di 35 produttori di bollicine bresciane. E se non bastasse, anche Andrea Ily, presidente di Altagamma, ha ribadito l'eccellenza del Franciacorta durante la giornata di celebrazione del cinquantenario della Doc: «Non può essere il Prosecco a rappresentare la qualità, la tradizione, l'alto di gamma. Questo ruolo tocca al Franciacorta» ha dichiarato Ily. «I francesi sono più avanti nella finanza e nella distribuzione, ma a livello di prodotto abbiamo una marcia in più. La Franciacorta e il Franciacorta possono rappresentare la dolce vita italiana. Lasciamo pure al Prosecco l'aperitivo e allo Champagne le grandi occasioni» ha chiarito Ily.

## La contesa

C'è stato un tempo in cui il Trentino era ritenuto la Champagne d'Italia, non solo per via delle condizioni climatiche e territoriali, ma anche per la notorietà e la qualità delle bollicine che qui vengono prodotte a partire da quel Giulio Ferrari che nel 1906 era riuscito a vincere con la sua produzione di metodo classico la Medaglia d'Oro all'Esposizione Internazionale di Milano di inizio secolo scorso. Ma le lacune di comunicazione degli spumantisti di casa nostra, secondo Lunelli, hanno fatto perdere posi-

Bollicine, il Franciacorta insidia il primato di Lunelli & Co. I bresciani vogliono incarnare l'alta gamma italiana tout court. I produttori regionali però non mollano il colpo e rilanciano: «Potremmo già imbottigliare il doppio, ma manca coraggio»

## Sfida al Trentodoc

### «Occorre visione»

## Scenario

In occasione delle celebrazioni per i cinquant'anni della Doc Franciacorta il sociologo Domenico De Masi ha sottolineato come le bollicine bresciane siano destinate a diventare i leader italiani del metodo classico, sulla base dell'indagine «Franciacorta 2027». Un pronostico che i trentini non sono disposti ad accettare a cuor leggero, anche se per ora i numeri danno ragione alla concorrenza lombarda. Nel 2016 dalla Franciacorta sono arrivati sul mercato 17,4 milioni di bottiglie, contro gli 8 milioni venduti dai produttori del Trentodoc

zioni alla pregiata produzione di «bollicine di montagna» (così recitano sempre le campagne pubblicitarie istituzionali del Trentodoc) a favore del Franciacorta, che nell'immaginario del grande pubblico ha conquistato ormai un posto di favore. Anche a livello di produzione, il sorpasso è avvenuto da alcuni anni e continua inesorabile. Nel 2016 le bottiglie di Franciacorta vendute sono state 17,4 milioni e fanno sapere dal Consorzio, «sul mercato la domanda ha espresso un consenso crescente verso il Satèn, tipologia esclusiva del Franciacorta che fa rilevare un incremento del 14% e del Rosé che cresce del 11%. Il 2016 si è dimostrato un altro anno di crescita per Franciacorta, sia in Italia ma soprattutto all'estero con un aumento dell'export del 15%. Il principale mercato si conferma il Giappone, che oggi costituisce il 22% del totale, seguito dalla Svizzera con il 15,2%. Interessanti le performance di crescita dei vari paesi: la Germania (13,2%) supera gli Usa (12,4%) con una crescita di oltre il 24%, mentre il Giappone registra un ulteriore +16%. Le bottiglie di Trentodoc vendute nel 2016 sono state invece circa 8 milioni, +10% rispetto al 2015. Il fatturato del comparto, fanno sapere dall'Istituto Trentodoc, «è di 88 milioni di euro, con una crescita a valore del 13% rispetto al 2015. L'Italia rappresenta l'80% delle vendite, mentre l'export aumenta negli Stati Uniti, Asia e Europa registrando invece una lieve flessione. Nel 2016 sono aumentati i Millesimati e le Riserve (+16,6% a volume) nonché i Rosé (+14%)».

## Le reazioni

«Non commento gli obiettivi di Franciacorta, che sono legittimi. Se cresce il metodo classico in Italia fa piacere a tutti. Anche come Trentodoc abbia-



mo obiettivi in costante crescita, confermati dai trend degli ultimi anni, che vedono la nostra produzione aumentare in termini di volumi e ancor più di valore, perché stanno crescendo sempre di più le Riserve, i Rosé e i Millesimati». Non raccoglie le provocazioni lom-

## In quota

In alto, alcuni vigneti di proprietà della famiglia Lunelli per la produzione del Trentodoc (foto sotto)



Verso il rinnovo  
Il presidente dell'Istituto Zononi respinge la provocazione: «Il metodo classico cresce? Bene»



L'analisi  
Il patron delle cantine Ferrari: «I francesi hanno una mentalità da imprenditori, noi meno»

**48**  
Il numero di produttori associati all'Istituto vinicolo Trentodoc

**8**  
I milioni di bottiglie di Trentodoc vendute nel corso del 2016

**17,4**  
I milioni di bottiglie di Franciacorta vendute nel corso del 2016

barde Enrico Zononi, presidente dell'Istituto Trentodoc, che a gennaio voterà i nuovi vertici: «Non so se mi ricandiderò — fa sapere Zononi — ho già fatto due mandati e se ci fosse qualcuno che vuole prendere il mio posto ne sarei felice. Ma è un argomento a cui ancora non abbiamo pensato, sia io sia il consiglio siamo impegnati in molte attività per il Trentodoc, e sono queste le nostre priorità». Tornando al Franciacorta, Zononi ammette che «da denominazione lombarda gode in questo momento di una posizione più importante. Noi siamo comunque soddisfatti, i riconoscimenti qualitativi sono costanti e i nostri obiettivi sono di crescita, a partire dagli associati, che oggi hanno raggiunto quota 48. Tante aziende del Trentodoc, specie le più piccole, hanno ampi margini di ampliare la loro presenza sul mercato italiano e per me è proprio l'Italia quella su cui ci dobbiamo concentrare. Poi, certamente si guarda anche all'export: da tre anni abbiamo un progetto di promozione negli Stati Uniti con una decina di aziende».

## Le prospettive

Parla di boutade franciacortina Mauro Lunelli, che però osserva: «I produttori della Franciacorta hanno una mentalità imprenditoriale diversa da quella del Trentino, dove chi fa vino viene per lo più dal mondo contadino o dalla cooperazione. A Brescia sono più preparati, sanno come muoversi sul mercato». Ormai alcuni anni fa Lunelli aveva dichiarato proprio al *Corriere del Trentino* che il Trentodoc poteva arrivare a produrre almeno 30 milioni di bottiglie l'anno, molte più di Franciacorta, numeri però mai raggiunti. Come mai? «I piccoli produttori non hanno il coraggio di investire, manca una mentalità imprenditoriale adeguata per fare questo salto e avviare la competizione sui mercati, senza dover pensare necessariamente solo alla concorrenza del Franciacorta. La spumantistica sta guadagnando spazio a livello mondiale, noi abbiamo tutti gli strumenti per crescere e sfruttare questa occasione» spiega Lunelli. Insomma, ora o mai più il Trentodoc deve accelerare, altrimenti la profezia del fondatore di Eataly Oscar Farinetti, lanciata sempre durante il summit per i cinquant'anni del Franciacorta, si avvererà: «Franciacorta — aveva dichiarato Farinetti — riuscirà a diventare il metodo classico italiano per eccellenza e tutti gli altri, Trento, Alta Langa & Co, gli andranno dietro maleducendo questi bresciani che sono riusciti a cambiare marcia».