

ECCELLENZE LOMBARDE Un convegno per celebrare il mezzo secolo della Denominazione di origine controllata e progettare il domani di un prodotto unico al mondo

Franciacorta, 50 anni Doc guardando al futuro

«Abbiamo lavorato perché questo territorio diventasse famoso a livello internazionale. Ora vogliamo disegnare i prossimi dieci anni»



IL DIBATTITO

A Erbusco erano presenti, da sinistra, Federico Quaranta, Osca Farinetti, Roberta Garibaldi, Roberto Maroni, Domenico De Masi, Maria Latella, Vittorio Moretti, Andrea Illy, Karin O'Keefe, Andrea Rea

(gmc) Cinquant'anni di Doc e un futuro tutto da scrivere. Franciacorta celebra il mezzo secolo della denominazione d'origine controllata progettando il proprio domani, attraverso una ricerca condotta con il sociologo **Domenico De Masi**, orientata a tracciare un orizzonte da qui al 2027.

«Come imprenditori vitivinicoli della Franciacorta abbiamo lavorato con determinazione e visione, perché questo territorio diventasse una eccellenza a livello internazionale. Con le nostre vigne abbiamo ridisegnato il territorio, conferendogli un sapore unico. Abbiamo investito nella terra e nelle cantine con l'obiettivo di offrire alla nostra clientela la certezza di gustare un prodotto di grande qualità, che dà gioia e piacere. Ora, con questa ricerca, vogliamo guardare in prospettiva e disegnare il nostro futuro nei prossimi dieci anni», ha ricordato **Vittorio Moretti**, presidente del Consorzio Tutela Franciacorta, aprendo il convegno organizzato presso L'Albereta a Erbusco (Bs) per presentare i risultati della ricerca.

L'incontro, moderato da **Maria Latella**, ha visto la partecipazione di imprenditori come **Andrea Illy** (presidente Altagamma) e **Oscar Farinetti** (fondatore di Eataly), docenti come **Roberta Garibaldi** (Università degli studi di Bergamo) e **Andrea Rea** (Università Bocconi di Milano), giornalisti

enoici come **Federico Quaranta** (Decanter Rai Radio Due) e **Karin O'Keefe** (Wine Enthusiast). A rappresentare le istituzioni c'era il presidente di Regione Lombardia **Roberto Maroni**.

Programmare il futuro è fondamentale, ha sottolineato il sociologo Domenico De Masi, illustrando i risultati: le oltre 1.000 affermazioni contenute nella ricerca e articolata su una dozzina di temi diversi - che dal vino spaziano al processo di produzione e distribuzione, dal territorio al turismo, dal marketing alla comunicazione - «fanno emergere un ottimismo che non ho mai avuto modo di riscontrare in altri contesti».

Il cammino già compiuto sin qui è estremamente ricco di risultati positivi: «In Franciacorta siete stati bravissimi a copiare i nostri cugini francesi, arrivando a gareggiare in qualità con gli Champagne - ha affermato Farinetti - Ora bisogna riuscire a fare un ulteriore salto, aggiungendo al prodotto qualcosa di identitario, che faccia la differenza, che sia fortemente legato al territorio». Valorizzare il territorio è anche l'obiettivo che in questi anni ha perseguito un progetto come **East Lombardy**, come ha spiegato Roberta Garibaldi.

Franciacorta come emblema dell'eccellenza del Made in Italy. A sottolinearlo nel suo intervento è stato

Andrea Illy: «Non può essere il Prosecco a rappresentare la qualità, la tradizione, l'alto di gamma. Questo ruolo tocca al Franciacorta». Quanto ai mercati ai quali rivolgersi, prima della Cina, Rea e O'Keefe suggeriscono entrambi gli Stati Uniti.

Federico Quaranta ha raccontato il sondaggio lanciato attraverso Decanter, che ha coinvolto circa 1 milione e 200mila persone, da cui è emerso che il 23% vuole un Franciacorta biologico, il 18% sostenibile, il 17% che sia etico, estetico e parli del territorio, il 10% identitario: «Occorre però lavorare ancora perché il 12% non conosce il Franciacorta».

«La nostra regione è conosciuta per il suo dinamismo industriale - ha sottolineato Maroni - Ma le potenzialità della Lombardia in ambito agricolo, turistico e culturale sono straordinarie». In questa direzione si colloca il Ptra di Franciacorta, approvato all'unanimità nel luglio scorso dal Consiglio regionale: «Uno strumento con cui governare questo territorio, valorizzandone la specificità di area produttiva di vino e olio. Un provvedimento condiviso con 22 comuni, che mette al centro la vocazione agricola della Franciacorta». «Al Consorzio chiedo di essere - ha concluso Maroni - non solo uno strumento di tutela ma anche di promozione, in una virtuosa sinergia pubblico-privato».

