

Consorzio Franciacorta, in arrivo 134 unità geografiche

26 Novembre 2024



ROMA - Le celebrazioni del Natale a Roma, per la stampa del settore agroalimentare, prendono tradizionalmente il via con la cena del Consorzio Franciacorta. Quella di ieri, col presidente **Silvano Brescianini** che si è dichiarato a fine mandato, è stata anche l'occasione per fare il punto sul distretto vitivinicolo lombardo delle bollicine Metodo Classico.

“Ci apprestiamo finalmente a portare le Uga nel disciplinare - ha annunciato - che avevamo chiesto nel 2016. Per lungaggini burocratiche ci siamo arrivati ora individuandone 134, tutti luoghi con delle vigne da duecento anni. È stato un lavoro, con **Alessandro Masnaghetti**, complesso, diciamo più da notaio delle terre e di riconoscimento dei nomi autentici dei luoghi così come vengono identificati da chi ci vive. Non potevamo decidere a tavolino e in futuro vedremo quali saranno le unità geografiche più utilizzate in etichetta”.

Particolare soddisfazione viene espressa per l'accordo triennale, con la guida Michelin negli Stati Uniti, alla luce della recente esperienza di promozione in Texas e gli abbinamenti sperimentati con cucine stellate di ogni tipo, dal barbecue alla cucina messicana. Ora nella sede di Erbusco (Brescia) si lavora per il rinnovo delle cariche ed essendoci più denominazioni sotto lo stesso ombrello, bisogna dare una rappresentatività proporzionale “sempre con l'obiettivo, visto che la macchina è rodata da 35 anni, di puntare alla crescita, frutto di una maturità imprenditoriale” ha assicurato il presidente.

Nonostante le crisi internazionali e i numeri col segno meno dello Champagne “sono ottimista

- ha concluso Brescianini - ci sono mercati piccoli come la Svizzera dove siamo solidi e ci sono nuove praterie da attraversare, con segnali di interesse dopo che ci siamo presentati negli Stati Uniti. Per la rete costruita attraverso la Michelin è chiaro che dovremmo fare un bilancio almeno tra due anni ma ora conosciamo direttamente gli interlocutori che gestiscono gli acquisti di vino nei ristoranti”.

E non mancano le novità in casa come l'avvio del laboratorio di microvinificazione con tecnologie all'avanguardia e la campagna di promozione triennale, grazie a una misura europea, con dei produttori di ostriche francesi certificate Igp per presentarci insieme in Giappone, Singapore e Hong Kong con una programmazione a 36 mesi e non più limitata a 12.