

## **Franciacorta Extra Brut Sullali**

Idee giovani, per anagrafe e per freschezza, si muovono in Franciacorta. Idee che vedono protagonisti figli d'arte di produttori franciacortini e che testimoniano l'emergere di una nuova generazione che cerca un proprio spazio nel campo del vino e lo fa con linguaggi, iniziative, mezzi decisamente diversi da quelli usati da genitori e nonni.



## **FRANCIACORTA**APPASSIONATI

È notizia di qualche mese fa la nascita dell'Associazione FAN Franciacortappassionati, formata da una cinquantina di giovani franciacortini uniti dalla comune passione per la propria terra e ovviamente per il Franciacorta.

Un'associazione, come efficacemente è stato scritto, composta da "un manipolo di ragazzi che il Franciacorta lo producono (in famiglia, ma anche in proprio) e vogliono raccontarlo in un'altra maniera. Vogliono raccontare il Franciacorta in jeans (però di marca). Il linguaggio dei bar della movida serale, quello dei social network e quello dei blog".

Giovani che vogliono entrare e dire la loro scompaginando alcune certezze acquisite, tipo quella che il Franciacorta è buono, ma è caro. E che si tratta di un prodotto più adatto agli adulti che ai giovani. Un prodotto che, chissà perché, anche nei bar franciacortini, viene proposto da molti gestori, nel "rito" dell'happy hour o dell'aperitivo, molto meno

di sovente di quanto accada con un generico Prosecco.

Che non ha nessun legame con il territorio, ma costa poco (e consente al barista di guadagnare di più) e ha un nome che funziona bene. Anche in Franciacorta.

Questi giovani franciacortappassionati puntano invece a fare simpaticamente, in maniera diretta e non noiosa cultura, ad aiutare a distinguere tra un Satèn e un Extra Brut e un Dosage Zero, a promuovere un'idea di consumo consapevole e orgoglioso. E meritano di essere seguiti, anche sulla loro (poteva forse mancare?) pagina Facebook.

Come non essere del resto d'accordo con loro quando dichiarano che "solo se il Franciacorta inizierà ad essere riconosciuto e bevuto sul nostro territorio, solo quando i ragazzi che escono la sera per bere l'aperitivo chiederanno un Franciacorta con la chiara consapevolezza di cosa stanno bevendo, solo allora si avrà la certezza del successo di un vino e del suo territorio!"?

Tra i più attivi fautori di questa associazione, due autentici figli d'arte, rampolli di quel bravo produttore attivo ad Erbusco nella propria cantina di proprietà e nella "avventura" Derbusco Cives che è Giuseppe Vezzoli. Jessica e Dario Vezzoli non contenti di collaborare con i genitori e di essere insieme ad altri coetanei tra i principali fautori di FAN



Franciacorta Appassionati, hanno pensato bene di “inventarsi” un loro Franciacorta. E lo hanno fatto in maniera del tutto personale, e giovane nel modo di presentarsi del vino, nel suo packaging e nella sua etichetta, che è opera di quel bravo “eno-designer” che è il bergamasco Giacomo Bersanetti, nel nome e nella concezione tecnica del vino. Nelle sue caratteristiche organolettiche.



dall'idea di creare un prodotto che rispecchi a pieno le qualità di una terra straordinaria. La rivisitazione in chiave moderna del Metodo Ancestrale permette a questo Franciacorta di compiere la rifermentazione in bottiglia utilizzando gli zuccheri residui derivanti dalla prima fermentazione”

La scheda tecnica ci dice che il Sullali “è un Franciacorta realizzato mediante l'uso di uve accuratamente selezionate, dalle quali si prende solo il mosto derivante dalla spremitura più soffice dell'acino. Dopo la prima fermentazione e la maturazione in vasche di acciaio, Sullali è imbottigliato con lieviti specifici per la rifermentazione, senza aggiunta di zuccheri esterni.

Alla sboccatura, una piccola aggiunta di liqueur d'expédition, prodotta utilizzando una parte del vino originale, permette di ottenere un prodotto in versione Extra Brut”

Il risultato è un vino che anche grazie al suo nome, che richiama il Nabucco di Verdi, trasmette immediatamente un'idea vincente di leggerezza e di fragranza, un vino che senza indulgere in inutili giovanilismi è giovane, per idea e per gusto, adatto a giovani palati, ma capace di reggere bene l'affinamento in bottiglia.

Colore paglierino brillante molto luminoso, perlage sottile e continuo, presenta un naso molto fresco, fragrante, leggero, delicato, intensamente profumato di fiori bianchi e agrumi, con accenni di crosta di pane e una leggera cremosità.

L'attacco in bocca è fresco, ben secco e deciso, con dinamismo e bolla croccante, una certa consistenza e una notevole continuità, ottimo equilibrio, piacevolezza, acidità ben bilanciata che dà slancio al bicchiere e lo mantiene vivo e ben teso. Una prova d'esordio che lascia bene sperare per il futuro di questa giovane azienda e dei suoi giovani protagonisti.



**S G A**

corporate & packaging  
design

via Sudorno 44  
24129 Bergamo - Italia

Tel. +39 035 26 50 931  
Fax +39 035 26 18 95

[contact@sgaitalia.it](mailto:contact@sgaitalia.it)