Prospettiva Muratori: autosufficienza energetica ed enoturismo

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Ottobre 2024

In questa intervista doppia a **Bruno Muratori**, figura di spicco della "vecchia generazione" e suo figlio **Alberto Muratori**, rappresentante della "nuova generazione", esploriamo due grandi temi che stanno plasmando il presente e il futuro di Muratori Franciacorta e del territorio della Franciacorta: **sostenibilità ed enoturismo**. Con una visione lungimirante, Bruno ci racconta le motivazioni alla base del **progetto agrivoltaico**, un sistema che integra produzione agricola ed energia rinnovabile e che permetterà all'azienda di diventare completamente autosufficiente dal punto di vista energetico. Nel frattempo, Alberto ci guida attraverso l'articolata **offerta enoturistica**, dalle degustazioni guidate agli eventi business. Guardando anche alle sfide economiche e geopolitiche

che attendono il settore nei prossimi anni, emerge un racconto autentico di impegno e prospettive concrete per il futuro.

Avete sempre puntato sull'agrivoltaico, nel 2011 avete realizzato il primo impianto su vigna, ora prevedete il raddoppio dell'energia prodotta entro la metà del 2025. Quali sono state le motivazioni dietro questa scelta e quali benefici prevedete di ottenere?

Bruno Muratori (BM) – La nostra filosofia aziendale presta molta attenzione alle risorse, in primis quelle umane e in secondo luogo quelle energetiche. La **risorsa idrica** è importantissima, ogni nostra unità produttiva è dotata di un pozzo con impianto di recupero. Per quanto riguarda l'**agrivoltaico**, nel 2011 abbiamo realizzato il primo impianto su vigna di duemila metri quadrati, composto da 912 moduli fotovoltaici.

L'agrivoltaico è un sistema integrato fra produzione energetica e produzione agricola, per questo abbiamo posizionato i pannelli ad una altezza di 3,5 metri per dare la possibilità ai mezzi agricoli di passare sotto e lavorare i terreni.

Quest'anno raddoppieremo la produzione di energia elettrica rinnovabile, grazie ad un nuovo impianto che sarà ancora più efficiente, 200 kilowatt che andremo a installare sopra la vigna. Inoltre andremo a piazzare altri 90 kilowatt che su un terrazzo e altri 90 kw di batterie di accumulo. In questo modo ci rendiamo **totalmente autosufficienti.**

Crediamo fortemente nelle rinnovabili, si tratta energia preziosa, sostenibile e rappresenta un risparmio economico consistente. L'energia che produciamo direttamente è a costo

zero e quella in eccedenza viene ripagata, con un bilancio economico nettamente positivo.

Qual è la sua visione rispetto all'evoluzione dell'enoturismo in Franciacorta e quali sono le peculiarità identitarie che il vostro territorio dovrebbe comunicare e mettere in luce maggiormente?

(BM) – Sono pienamente convinto che l'enoturismo debba crescere: vedere la vigna e conoscere le tecniche di produzione appassiona le persone e le rende partecipi della filosofia e del progetto aziendale. **Credo che la Franciacorta debba lavorare molto anche al di fuori del contesto vitivinicolo**, perché il suo patrimonio è ancora poco conosciuto, ci sono monasteri, ville, luoghi storici che meritano di essere visti e appagano i visitatori.

L'evoluzione deve essere guidata da una sinergia tra istituzioni, associazioni, aziende, è qualcosa che va costruito insieme ai tanti attori del territorio.

La vostra offerta enoturistica è diversificata: visite in cantina con degustazione guidata, experience e opzioni business. Ci può dare un quadro più dettagliato della vostra proposta?

Alberto Muratori (AM) – Proponiamo visite in cantina e degustazioni e puntiamo sugli eventi business in cantina, abbiamo spazi con oltre 100 posti per meeting, convention, giornate di formazione e approfondimento in vari settori, eventualmente accompagnati da un servizio di catering di alto livello e molto customizzato.

Il fatto che questi eventi abbiano come perno centrale il vino è fondamentale per noi, per questo prevediamo sempre la visita in cantina. **Cerchiamo di evitare di slegare l'ospitalità dalle attività produttive, per poter trasmettere chi siamo e cosa facciamo.**

Crediamo in questo legame e lo concretizziamo anche attraverso **eventi gratuiti e aperti al pubblico come** "Vino e parole", appuntamenti in cantina con degustazione, in compagnia di famosi autori del mondo del vino.

Grazie a queste iniziative, abbiamo portato tante persone a conoscerci, attraverso momenti e appuntamenti culturali. Vogliamo fare in modo che Muratori diventi un luogo di sinergie e raccordo per tante attività, mantenendo sempre il legame con l'attività produttiva.

Rappresentare la nuova generazione comporta rilevanti responsabilità, soprattutto in un contesto economico e geopolitico molto complesso e critico come quello attuale. Quali sono le priorità che avete individuato e le sfide più significative da affrontare nei prossimi 3-5 anni?

(AM) – Gli ultimi cinque anni sono stati caratterizzati da pandemia, blocchi commerciali, instabilità geopolitica ed economica, tutto ciò ci ha fatto capire come possa cambiare tutto repentinamente. Attualmente non avvertiamo segnali critici ma ci stiamo attrezzando con anticipo, preparandoci per affrontare i cambiamenti climatici e quelli legati alle tendenze di consumo.

Questo periodo ci ha insegnato l'importanza di **diversificare e costruire un brand forte** che trasmetta qualità e valore: la

garanzia non è più il singolo prodotto ma il marchio. È vitale avere un **messaggio coerente**, cioè puntare alla massima qualità non solo sui prodotti ma anche su packaging, immagine, eventi: tutto quello che porta il nome **Muratori deve trasmettere eccellenza**.