

# Montina, la Franciacorta che sa chi è

scritto da Fabio Piccoli | 12 Novembre 2025



*L'evento del 17 ottobre alla Montina di Monticelli Brusati ha dimostrato come famiglia Bozza, governance solida e accoglienza professionale creino un modello virtuoso. Dalla vigna alla sala, l'azienda esprime l'eccellenza della Franciacorta attraverso spumanti longevi, narrazione territoriale e un metodo che unisce radici, competenze e visione strategica.*

C'è un filo rosso che unisce la storia di famiglia, la competenza tecnica e la cultura dell'ospitalità: alla Montina quel filo diventa **metodo**. L'evento del 17 ottobre, presso la splendida azienda di Monticelli Brusati (Brescia), è stata la dimostrazione concreta di cosa significhi oggi essere un riferimento autorevole in Franciacorta: produrre spumanti di alta qualità e straordinaria longevità, raccontare il

territorio con chiarezza e accogliere in modo professionale, misurabile, memorabile.

## **Radici e visione: la famiglia Bozza**

Montina nasce nell'aprile 1987, dalla volontà dei fratelli Vittorio, Gian Carlo e Alberto Bozza, figli di Fioravante Antonio (Fiore), vignaiolo dalle mani tinte di mosto, e di Vittoria Gaia (Gina), ostessa nel cuore di Monticelli Brusati. È un'origine semplice e nitida: la campagna, il lavoro, l'oste e la **botte**.

Oggi l'azienda è guidata da Michele e Daniele Bozza, affiancati da Romana e Federica Bozza, insieme a una squadra di professionisti che condividono due parole chiave: radici e accoglienza. Dal 2025 l'ingresso della famiglia Bontempi ha allargato il perimetro familiare con nuove energie e competenze, consolidando una **governance** che guarda lontano senza perdere il passo umano.

## **L'accoglienza come mestiere (e come vantaggio competitivo)**

In Italia si parla spesso di "ospitalità", ma troppo di rado la si progetta come attività aziendale complessa, con processi, competenze e obiettivi. Montina lo fa da anni: spazi pensati per l'esperienza, percorsi di visita che uniscono narrazione e misura, un personale formato a dialogare con pubblici diversi (appassionati, buyer, giornalisti, curiosi), e soprattutto una visione che integra cantina e **territorio**.

Il risultato è un'accoglienza professionale che non vive di improvvisazione e che, proprio per questo, diventa leva di reputazione. Alla Montina non "si vede" soltanto una cantina: si comprende un **ecosistema**.

# La forza del territorio: identità e longevità

La Franciacorta è vocata a spumanti di alta qualità; l'esperienza alla Montina ribadisce anche un'altra evidenza: la longevità è una virtù strutturale, non un'eccezione. Qui l'affinamento non è marketing, è **linguaggio**: il tempo sui lieviti, il momento della sboccatura, l'attesa in vetro sono scelte che trasformano la CO<sub>2</sub> da semplice spinta a garante dell'integrità.

L'evento del 17 ottobre lo ha reso palpabile: senza sfoggiare numeri o tecnicismi, la sequenza dei calici ha mostrato come le bollicine di questa terra possano esprimere profilo, riconoscibilità e tenuta lungo gli anni. Non per emulare altri modelli, ma per camminare con le proprie **gambe**.

## Le persone, prima di tutto

Tra i meriti meno fotografabili ma più decisivi di questa impresa c'è la qualità delle risorse umane. Dalla vigna alla sala, si percepisce un'organizzazione che funziona: ruoli chiari, responsabilità, memoria tecnica e desiderio di mettersi in **gioco**.

In questo quadro spicca la figura del presidente Michele Bozza: manager capace e coraggioso, capace di tenere insieme prudenza e ambizione, investimenti e identità. Non è un omaggio di circostanza: la **coerenza** con cui l'azienda ha costruito negli anni la propria credibilità parla per lui.

Senza dimenticare gli agronomi Alceo Totò e Rocco Marino, colonne storiche dell'azienda che hanno avuto un ruolo chiave nel garantire nel tempo da un lato una coerenza produttiva e dall'altro una straordinaria capacità di capitalizzare al meglio le caratteristiche delle diverse unità **vocalionali** della Franciacorta nelle quali sono ubicati i circa 80 ettari vitati dell'azienda.

## La voce giusta: Nicola Bonera

Se la degustazione è stata la “ciliegina dimostrativa”, lo si deve anche alla conduzione di Nicola Bonera. Miglior Sommelier d'Italia 2010, certo; ma soprattutto, da tempo, interprete lucido della Franciacorta. Il suo valore non è nella nozione, bensì nella **divulgazione** comprensibile, nella capacità di mettere in discussione ogni automatismo e di interagire con chi ha davanti.

Questo approccio ha permesso di leggere con semplicità ciò che spesso si complica inutilmente: perché Montina è forte e perché la Franciacorta, oggi, non ha bisogno di confronti per affermare la propria **identità**.

## La degustazione, in una riga

Pochi concetti, niente gergo: eleganza tattile, bolla integrata (non protagonista), profondità più che muscolo, e quella continuità di bevuta che solo i progetti pensati per il tempo sanno garantire. È bastato questo per capire il **resto**.

## Metodo Montina: tre scelte che fanno la differenza

1. Tempo come progetto: affinamenti e sboccature ragionati, non imposti dal mercato.
2. Accoglienza come mestiere: spazi, persone, narrazioni e misurazione dei risultati.
3. Governance familiare allargata: radici forti e nuove competenze (con l'ingresso Bontempi dal 2025).

## Un modello italiano (possibile)

Si dice che l'Italia abbia tutto ma faticchi a “metterlo a sistema”. Montina dimostra il contrario: territorio + persone + metodo generano valore economico e culturale. È un modello

replicabile? Sì, a patto di accettare che l'accoglienza non è un "extra", ma **strategia**; che la qualità non è una foto, ma un film; che la comunicazione non è un megafono, ma ascolto.

Montina è oggi uno degli esempi più virtuosi del Paese nel coniugare grandi bollicine e grande accoglienza. L'evento del 17 ottobre lo ha ricordato con chiarezza: la Franciacorta non deve più dimostrare nulla a nessuno; deve soltanto continuare a fare bene ciò che sa fare, con la serena **consapevolezza** di chi conosce i propri valori e anche i propri limiti. È questa onestà – prima ancora che il prestigio – a rendere credibile un territorio e memorabile un'azienda.

---

## Punti chiave

1. **Montina rappresenta un modello di eccellenza** che unisce tradizione familiare Bozza e governance moderna con l'ingresso Bontempi dal 2025.
2. **L'accoglienza professionale non è improvvisazione ma strategia** aziendale misurata, con spazi, persone formate e integrazione cantina-territorio.
3. **La longevità degli spumanti Franciacorta è virtù strutturale**: affinamento ragionato, sboccature pensate e tempo come linguaggio di qualità.
4. **Michele Bozza guida con coerenza l'azienda**, affiancato da agronomi storici Totò e Marino su 80 ettari vocazionali.
5. **Nicola Bonera, Miglior Sommelier d'Italia 2010**, ha condotto la degustazione dimostrando l'identità distintiva della Franciacorta contemporanea.