# Vittorio Moretti: la visione imprenditoriale dietro il successo del Gruppo Terra Moretti

scritto da Fabio Piccoli | 11 Giugno 2024

**Vittorio Moretti**, Presidente di Holding Terra Moretti e storico fondatore di **Bellavista**, è stato uno dei grandi protagonisti del successo della Franciacorta, oggi riconosciuto a livello mondiale come uno dei maggiori territori per la produzione di **bollicine di prestigio**. A 83 anni, Moretti continua a dimostrare come l'età possa ingannare, proiettandosi sempre avanti con nuovi progetti. La sua capacità visionaria e "multidisciplinare" l'ha fatto diventare tra i più dinamici imprenditori del vino del nostro Paese. Le sue aziende non producono solo vini di alta qualità, ma sono anche **esteticamente affascinanti**, riflettendo la sua

passione per il bello e il legame tra la qualità del prodotto e la qualità della vita.

## Vittorio Moretti è stato un protagonista assoluto dello sviluppo qualitativo e dell'immagine della Franciacorta e delle sue "bollicine". Quali sono stati i fattori che l'hanno ispirata inizialmente nel suo percorso di successo?

La Franciacorta è la nostra casa, io sono nato per "sbaglio" altrove, ma sono un franciacortino da generazioni. Mi sono messo a produrre vino per gioco, pensando di fare qualcosa per me e per gli amici, perché la Franciacorta stava iniziando a diventare una grande terra di produzione del vino. Negli anni '70 andai in Francia per capire lo Champagne e rimasi estasiato dal **valore** del concetto di terroir. Capii che un territorio diventa significativo attraverso il prodotto che produce e che questo prodotto può coinvolgere un'intera regione, le sue genti, la sua cultura e le sue attività. Così iniziai a pensare al **territorio** della Franciacorta, che prima di diventare terroir avrebbe dovuto diventare un luogo **attrattivo, ispirazionale**. Costruii così un campo da golf che rappresentò la prima occasione importante della Franciacorta per presentarsi sul mercato, per attirare turisti e per farsi conoscere. Negli anni '80, la Franciacorta era pressoché sconosciuta, nemmeno a Milano la conoscevano. Successivamente immaginai le infrastrutture, e in particolare un Resort a 5 stelle, e progettati L'Albereta, con la Spa, le camere immerse nel verde della collina e una cucina importante. Una sera a Milano, a tavola con Gianni Brera, conobbi Gualtiero Marchesi, un'intesa a prima vista: un amico che rimase con noi per 20 anni. La sua cucina, legata alla qualità del prodotto e soprattutto unita alla bollicina di alto livello, ebbe un ruolo determinante nel rendere questo albergo un punto di riferimento internazionale ed attrarre in Franciacorta coloro che, oltre al vino, cercavano un'esperienza culinaria stellata.

Io credo che un elemento molto importante che ci ha fatto crescere e continuare ad investire in Franciacorta, sia il sentimento dell'emulazione, che contraddistingue gli imprenditori che vedono nei competitor una sfida alla qualità. Una "gara" che non sfocia nell'invidia, ma porta ad una sana e onesta competizione, ove ci si sente uniti nel creare e fare cose belle, nel prendersi cura tutti insieme della propria terra. Bellavista è stata, per tanti versi, pioniera di un approccio all'artigianalità, alla cura e alla ricerca del bello, che ha sicuramente fatto scuola e noi abbiamo sempre accolto con favore tutti coloro che ci seguivano, perché dimostrava che stavamo andando nella direzione corretta. Ho sempre pensato così e lo penso anche adesso. Bisogna sempre puntare in alto ed aprire nuove strade, alzare l'asticella e credere nell'impossibile, nei propri sogni, negli ideali e nell'eccellenza senza se e senza ma. E se ci seguono, allora saremo stati anche generosi.

## Vittorio Moretti rappresenta un modello ideale di imprenditore italiano capace di abbinare la qualificazione del prodotto all'esaltazione del bello, dell'estetica. Quanto conta l'immagine, anche quella estetica, nello sviluppo di un brand?

Penso che il bello sia alla base di tutto. Il bello è quello che **attira**. Se vogliamo che i nostri vini siano a livelli alti, dobbiamo inserirli in un contesto importante, che sia bello e che dia anche la gioia di vivere. Abbiamo sempre guardato avanti. La bottiglia disegnata da me nel '96/'97 era già un **riferimento**, diversa dal solito, e all'inizio la scambiavano per una bottiglia di profumo. Anche la nostra etichetta dedicata al Teatro alla Scala è una dimostrazione di questo, il nostro impegno è quello di diffondere sempre la cultura del bello. Seguire una strada di valore nella vita è fondamentale. E in questa tensione dedicata all'arte e alla cultura, ho fatto incontri meravigliosi, che hanno accompagnato me e Bellavista in giro per il mondo.

Ho conosciuto **Pavarotti**, un amico che esprimeva al meglio il bello dell'arte della musica e con lui abbiamo organizzato una bellissima tourné in giro per il mondo. Nel 2000 abbiamo fatto un concorso di scultura a livello internazionale con la straordinaria partecipazione di tantissimi scultori internazionali. Oggi continuiamo a coltivare l'essenza dell'artigianalità, uno dei valori più importanti nei nostri prodotti. Non si tratta solo di ricercare sempre il bello, ma significa credere alla forza della tradizione, investire nel capitale umano e lasciare che gesti conosciuti si ripetano incessanti nel tempo. Le donne e gli uomini di Bellavista hanno il dovere di mantenere viva la storia e nello stesso tempo di cercare sempre nuovi orizzonti. Qualcuno mi ha detto che questa è un'utopia concreta.

## Vittorio Moretti rappresenta anche un imprenditore che è stato capace di distinguersi in diversi comparti. Quanto hanno inciso le sue "contaminazioni" imprenditoriali nel suo percorso all'interno del comparto del vino?

Sono un costruttore dentro, nato costruttore in una famiglia di costruttori. Ho sempre avuto la mania di fare "**bello e bene**", perché le costruzioni sono i luoghi in cui viviamo, le nostre case, le nostre architetture. Un costruttore guarda a tutti gli aspetti e cerca di fare tutto al meglio. Ho avuto il tempo di crescere e migliorarmi, dedicando tempo al lavoro. Ho 83 anni ma **non mi sono mai sentito stanco**. Quando fai quello che ti piace, non hai problemi di stanchezza. Uno degli obiettivi che non dobbiamo avere è quello del mero denaro. Pensare a fare le cose bene, significa non dover pensare solo all'utile, mantenendo ovviamente un equilibrio, ma senza cedere alla mediocrità o alla banalità. Ho visto tanti imprenditori che, una volta in pensione, non sanno come spendere i soldi guadagnati. Io guardo ancora avanti, vedo tante cose ancora da fare. Il denaro è uno strumento, non un fine, deve essere continuamente re-investito, non accumulato:

e quindi io continuo a progettare.

## Siamo in una fase complessa, per certi aspetti rivoluzionaria, che sta condizionando anche il settore vitivinicolo. Alla luce della sua esperienza, quali sono i fronti che maggiormente preoccupano Vittorio Moretti e le opportunità che ritiene siano ancora a disposizione per le imprese del vino italiane?

Negli ultimi tempi abbiamo vissuto situazioni strane, **imprevedibili** come il Covid, che ha creato nuove problematiche sui mercati. Ma il freno è dettato anche da una questione **culturale**. In Italia, c'è poca cultura del vino. I giovani arrivano al vino in età avanzata. Dobbiamo lavorare molto sulla base, incrementando la cultura del prodotto e garantendo la sostenibilità, che è un argomento caro alle nuove generazioni, che li spinge a fare o non fare acquisti. Dobbiamo contrastare chi alimenta le campagne contro il vino, è necessario spiegare che nella giusta misura è un alimento naturale, che fa parte della nostra storia, e che dà un piacere sano, equilibrato, confortevole.

Lavorare sulla **comunicazione** efficace, come facciamo con Contadi Castaldi, per avvicinare i giovani al vino è una strada. Durante il Festival Franciacorta, abbiamo 10.000 presenze in due giorni, giovani ragazzi con le loro famiglie vengono nella nostra cantina e si divertono, abbiniamo al vino cibi sani, momenti di spensieratezza a momenti di educazione. È una formula che per quanto ci riguarda ci sta dando grandi soddisfazioni.

## Vittorio Moretti è stato tra i primi imprenditori del vino italiani ad investire in diversi territori vitivinicoli. Quali sono state le linee

## guida che l’hanno ispirato in questa scelta?

Siamo nati in Franciacorta, ma sentivamo la necessità di allargarci per produrre un vino rosso importante. Abbiamo guardato a Bolgheri, ma abbiamo preferito **Val di Cornia**, che aveva una vocazionalità per certi aspetti superiore. Abbiamo fatto un lavoro straordinario e continuiamo a rivalutarla. Anche in Sardegna, con Sella & Mosca, abbiamo fatto un’operazione legata alla bellezza e alla qualità, rimettendo in piedi un’azienda con una visione di altissima qualità. In meno di sette anni, abbiamo rifatto 360 dei 550 ettari di vigneti. Ora abbiamo un vigna da manuale in **Sardegna** e prodotti di altissimo pregio. Sarà il mercato a dirci se siamo stati bravi, ma oggi abbiamo già ottimi riscontri.

## Vittorio Moretti è sempre stato un imprenditore che ha guardato avanti. Quali sono i suoi sogni nel cassetto per il prossimo futuro?

Alla mia età, i grandi progetti sono difficili, quello che però quotidianamente continuo a progettare è come **migliorare** le nostre imprese affinché possano costantemente garantire l’**eccellenza**. Possiamo fare ancora tanto per crescere e lasciare ai nostri eredi una grande qualità. Al tempo stesso dobbiamo lavorare sempre di più per innalzare la cultura legata al vino perché questa è alla base del futuro delle nostre imprese, del nostro settore.