

ECCELLENZA ITALIA  
PROTAGONISTI DELLE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE



# «Il Rinascimento enologico ha salvato il vino di qualità. E c'entra anche l'arte»

di Giuliana Ferraino

Maurizio Zanella, presidente e amministratore delegato di Ca' del Bosco, spiega come un secolo buio (1850-1950) ha rischiato di cancellare una storia millenaria



**Maurizio Zanella, presidente e amministratore delegato di Ca' del Bosco**, parte da oltre 2.000 anni fa: «Il **vino** è stato portato dall'**Impero romano** in tutto il mondo, perciò nessuno ha una storia e una cultura radicate quanto le nostre. Però abbiamo avuto **un secolo di blackout, tra il 1850 e il 1950**, quando per ragioni economiche il vino ha perso le sue radici culturali ed è stato ridimensionato a **semplice alimento**. La cultura e le tradizioni millenarie del vino sono state azzerate da questi 100 anni», spiega il top manager. Così quando la famiglia inizia l'avventura in **Franciacorta**, all'inizio degli anni '70, «lo scenario è piuttosto triste». Racconta Zanella: «Il vino non era più un bene con un patrimonio culturale, ma era un **prodotto di massa**, con il compito di nutrire la gente invece di renderla più felice con prodotti di qualità. Perciò il nostro sforzo è stata di ritrovare il bagaglio di conoscenze e di esperienze dimenticate e riportare in auge la **cultura del vino**».



Papa Francesco: «Pregate per Benedetto XVI che è molto ammalato»

Iscriviti alla newsletter

Ore 18

Ogni sera, alle 18 le notizie più importanti della giornata

ISCRIVITI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

114572



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

114572



 GALLERY: La spa del grappolo

Il percorso di quello che Zanella definisce il «**Rinascimento enologico**» italiano? «Ci siamo avvicinati all'**arte contemporanea** e ai **grandi fotografi**, per allontanare l'idea del vino come di un **prodotto mass market**. Siamo state tra le prime aziende a intuire questo bisogno e dal 1970 al 2000 abbiamo fatto un lavoro straordinario, che ha dato i suoi frutti». Ora lo scenario è totalmente diverso. «Ci siamo riappropriati della dimensione del **vino di qualità**», sostiene Zanella riconoscendo che «Ca' del Bosco è legata soprattutto alla scultura e alla fotografia». Ma se la casa vinicola cerca ancora di «abbinare un buon bicchiere alla cultura», oggi «la cultura sta cambiando». Spiega il manager-imprenditore: «L'obiettivo è soprattutto quello di valorizzare il nostro territorio e di proteggere l'ambiente, per aver una reale biodiversità, per diminuire le emissioni di CO<sub>2</sub>, per **cambiare le regole del gioco**. Il vino Ca' del Bosco è **certificato biologico**, anche se non usiamo la fogliolina verde sull'etichetta. Nell'agricoltura di qualità questo è un lavoro in atto già da 20 anni, perché l'ecosistema è cruciale. **Il territorio è alla base del nostro successo**. Il **terreno** è il nostro asset più importante e va protetto. Perché nonostante tutto il know-how è impossibile replicare un prodotto altrove. Il Franciacorta è in Franciacorta. Dobbiamo valorizzare tutti i processi di sostenibilità e il **capitale umano**. Ogni comprensorio deve fare tesoro dell'esperienza delle singole aziende, condividerle e creare **distretti**. Sono i passi per continuare ad avere successo».

### Il consumatore, ospite gradito

Anche il lusso è cambiato. «Non è più da esibire, ma da gustare. L'evoluzione è in corso», valuta Zannella. «**Non è più il marchio che determina la qualità del vino, ciò che importa è il contenuto**. E oggi il consumatore percepisce meglio di prima che ciò che consuma deve essere di grande qualità. Senza contenuti straordinari, a dispetto del marchio più bello del mondo, non si va lontano. È un cambiamento culturale e **penso che il web abbia contribuito a questa trasformazione**: ha velocizzato la comunicazione e i pensieri; ha aiutato i consumatori ad avere accesso a contenuti che permettono loro di poter giudicare».

In questa nuova cornice **diventa sempre più importante portare i consumatori in azienda**. «Nel 2019 abbiamo avuto 34 mila presenze tra

paganti e ospiti. Dopo il covid, quest'anno siamo intorno a 20 mila: l'80% è fatto da turisti-consumatori, sono in aumento anche quelli provenienti dall'estero, desiderano conoscere la nostra realtà. La visita della vigna e della produzione diventa una modalità di comunicazione esperienziale fantastica».

Il turismo enologico in Franciacorta però è arrivato piuttosto tardi.

«**Quaranta anni fa da noi non entrava nemmeno il Papa, perché eravamo gelosissimi**», ammette Zanella che scopre il business delle visite nei vigneti quando negli anni '80 va per la prima nella **Napa Valley**, in California. E resta folgorato. «Nel 1995 abbiamo spalancato le porte di tutta l'azienda. In 20 anni abbiamo cambiato pelle e testa, aprendoci completamente al consumatore, che è diventato il nostro **ambasciatore**».

### La spa del grappolo

Anche l'**architettura di Ca' del Bosco** è cambiata in funzione di queste visite, per garantire la sicurezza dei lavoratori e dei visitatori». Ad esempio, sono stati creati degli **«acquari»** per permettere ai turisti di vedere il processo produttivo protetti dal vetro. «Siamo diventati più trasparenti, l'obiettivo è far toccare ai consumatori la nostra sostenibilità». Zanella cita il caso della **Berry Spa**: «Per eliminare lo zolfo e il rame spruzzato sui grappoli, gli unici ad essere consentiti nelle coltivazioni biologiche, laviamo l'uva in tre vasche di ammollo e poi l'asciughiamo perché il mosto non risulti diluito. Lo possiamo definire **un vero e proprio idromassaggio dell'uva**. I vantaggi della **spa del grappolo** sono molteplici: la riduzione pressoché totale dei residui di anticrittogamici, idrocarburi, muffe, polvere, terra ed eventuali insetti; una migliore qualità igienica; la facilitazione del metabolismo fermentativo dei lieviti, quindi niente profumi ridotti, niente sfumature inesprese. Questo è un plus da raccontare».

9 dicembre 2022 (modifica il 14 dicembre 2022 | 18:09)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[Leggi e commenta](#)

### CORRIERE DELLA SERA

[Chi Siamo](#) | [Dichiarazione di accessibilità](#) | [The Trust Project](#)

[Abbonati a Corriere della Sera](#) | [Gazzetta](#) | [El Mundo](#) | [Marca](#) | [RCS Mediagroup](#) | [Fondazione Corriere](#) | [Fondazione Cutuli](#) | [Quimamme](#) | [OFFERTE CORRIERE STORE](#) | [Buonpertutti](#) | [Servizi](#) | [Scrivi](#) | [Cookie policy e privacy](#) | [Preferenze sui Cookie](#)

[Codici Sconto](#) | [Corso di Inglese - Francese](#)

Copyright 2022 © RCS Mediagroup S.p.a. Tutti i diritti sono riservati | Per la pubblicità: CAIRORCS MEDIA SpA - Direzione Pubblicità  
RCS MediaGroup S.p.A. - Divisione Quotidiani Sede legale: via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano | Capitale sociale: Euro 270.000.000,00  
Codice Fiscale, Partita I.V.A. e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano n.12086540155 | R.E.A. di Milano: 1524326 | ISSN 2499-0485



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

114572