Canevel: spumante contemporaneo nel cuore di Valdobbiadene

scritto da Agnese Ceschi | 30 Ottobre 2024



Canevel, fondata nel 1979 da Mario Caramel, rappresenta un'eccellenza nella produzione di Prosecco Superiore DOCG grazie al suo approccio verticale integrato e all'innovativo metodo Setàge. Dal 2016 parte del Gruppo Masi, Canevel punta su sostenibilità, enoturismo e qualità, mantenendo un posizionamento premium nel mercato nazionale e internazionale.

Canevel in dialetto trevigiano significa "piccola cantina", l'angolo dove sono custodite le migliori bottiglie ed i segreti di produzione. Da questo nome così ambizioso ed evocativo è nata l'azienda **Canevel**, fondata nel 1979 da un imprenditore illuminato, Mario Caramel ed oggi tra le eccellenze della Docg Valdobbiadene, anche per un particolare

metodo di spumantizzazione, e dal 2016 parte del Gruppo Masi.

Federico Girotto, **Amministratore Delegato di Masi Agricola e Canevel**, ci racconta il brand di spumante, le sue novità e le sfide che sta affrontando il Prosecco oggi.

Quando è nata Canevel?

Canevel è stata fondata nel 1979 da Mario Caramel, un imprenditore lungimirante che ha avuto l'interessante intuizione di integrare l'intera filiera produttiva, sradicando la tradizionale divisione tra coltivatori, produttori di vino fermo e spumantisti a Valdobbiadene. Canevel si è caratterizzata da subito come un'azienda con approccio verticale integrato, che parte dal vigneto per realizzare un prodotto premium di ottima qualità facendo dell'Italia il suo principale bacino di sbocco commerciale.

Questo concetto è espresso in modo simbolico dal suo nome: Canevel in dialetto locale significa "piccola cantina", l'angolo dove i vini migliori, con segreti e tradizioni, sono custoditi e conservati gelosamente. Canevel è proprietaria di 26 ettari in zona Valdobbiadene Superiore Docg.

Quando è entrata a far parte del Gruppo Masi?

Il Gruppo Masi è arrivato alla fine del 2016 integrando il 60% dell'azienda e Carlo Caramel, figlio di Mario, è rimasto come socio e brand ambassador, testimone dei valori alla base dell'azienda. Partendo dall'ottimo posizionamento del brand, abbiamo costruito sinergie all'interno del Gruppo, che assicurano un forte coordinamento, pur mantenendo l'indipendenza dell'azienda. Tra il 2017 e il 2018 ciò ha prodotto un riassetto e maggiore sviluppo dell'azienda, fino ai giorni nostri.

Che tipo di interventi sono stati attuati?

L’intervento di riorganizzazione è avvenuto su tutti gli anelli della catena del valore. Partendo dalla coltivazione dell’uva abbiamo ampliato il footprint geografico, andando a comporre un portfolio-vigneti più ampio, rappresentativo di varie aree della Docg per beneficiare di molteplici condizioni pedoclimatiche e avere quindi maggiore eclettismo.

Canevel è stata poi inserita nel protocollo di sostenibilità del Gruppo Tecnico Masi, avviando uno studio sull’approccio agronomico, sulle uve e sui lieviti. In quest’ottica di miglioramento del processo produttivo, sono stati fatti interventi di aggiornamento tecnologico e di cantina sperimentale per studiare il processo di spumantizzazione *charmat* e di evolverlo anche con una batteria di micro autoclavi: abbiamo quindi creato *Setàge*, il nostro protocollo *di* spumantizzazione *charmat*, che rende le bollicine soffici come la seta.

Può spiegare meglio di cosa si tratta?

Il concetto di “Setàge” nasce dalla fusione delle parole “seta” e “perlage” e consiste nell’ottenere bollicine sottili ed eleganti come la seta. Questo protocollo di spumantizzazione garantisce un’effervescenza fine e delicata, grazie a una fermentazione più lenta e a bassa temperatura, con l’utilizzo di lieviti selezionati.

Quali sono le novità in termini di prodotto in casa Canevel?

San Biagio Brut Nature Valdobbiadene DOCG è l’ultimo spumante lanciato lo scorso Vinitaly. Ottenuto da uve Glera in purezza provenienti dai vigneti collinari di Valdobbiadene e realizzato con il metodo “s*ur lie*”, che esprime l’essenza del

patrimonio enologico e della tradizione vinicola del territorio: il Prosecco cosiddetto “sui lieviti” o “col fondo” è infatti il più antico vino frizzante prodotto a Valdobbiadene.

San Biagio, con il suo metodo di produzione antico e attuale al tempo stesso, riafferma l’ancoraggio di Canevel al territorio di Valdobbiadene. San Biagio rappresenta quindi un ‘omaggio alle origini’, ma realizzato dalla Canevel di oggi, pienamente calata nella contemporaneità e orientata al futuro.

Leggi anche: San Biagio Brut Nature: Canevel Spumanti celebra le origini di Valdobbiadene con un Prosecco ‘col fondo’



Quali sono gli obiettivi sul fronte marketing e commerciale?

Canevel è entrata a far parte della infrastruttura digital e media del Gruppo Masi e ne ha giovato sul fronte della

promozione, pur mantenendo una sua identità distinta. La dimensione dell'azienda è raddoppiata e nel 2023 ha registrato 8 milioni di fatturato, con prodotti che hanno un prezzo premium. Abbiamo avviato un ampliamento del nostro network distributivo nel canale Horeca., segmentando la distribuzione con reti-vendita diverse da quelle di Masi.

Siamo cresciuti sia nel mercato domestico che all'estero: oggi il marchio Canevel è distribuito in 40 Paesi, con una quota export di oltre il 40%. I principali mercati di sbocco sono Stati Uniti, Svizzera, Russia. Vogliamo continuare a crescere, pur in una fase difficile come questa, facendo leva sui nostri assets: territorio, brand e posizionamento premium.

Che plus ha aggiunto l'introduzione di un brand di Prosecco Docg nel portfolio del Gruppo Masi?

Il Prosecco Docg è sicuramente un tirante importante in un portfolio di prodotti, pur nella consapevolezza che lo spumante ha un *business model* diverso rispetto ai vini fermi. Questo ci ha dato una forte complementarità di portfolio, ma anche delle *skills* diverse a livello di struttura organizzativa: siamo un'azienda più multi-tasking rispetto a una volta.

Quali sono i punti di forza del marchio Prosecco nel mondo?

In primis la facilità di consumo dal punto di vista organolettico-palatale e questo il consumatore lo richiede costantemente oggi. Inoltre, è un prodotto democratico e accessibile a livello di prezzo, oltre che estremamente funzionale alla mixology.



Quale minaccia vede all’orizzonte per questo prodotto?

La minaccia che ravviso è la leva prezzo. L’effetto per cui la moneta cattiva scaccia la moneta buona. Purtroppo, c’è una tendenza ricorrente ad andare al ribasso sui prezzi.

Sul fronte enoturismo, quanto punta Canevel su questo ambito?

L’enoturismo è fondamentale per avere un contatto diretto con il consumatore finale, spiegare il marchio, la qualità e il territorio. Inoltre, da un punto di vista di business, ci sono ottime opportunità a Valdobbiadene, che è una realtà che può solo crescere in futuro.

In quest’ottica bisogna lavorare sulla qualità del servizio per elevare la percezione del brand e creare una connessione con il consumatore. L’elemento centrale per noi è gestire il

CRM con i contatti, farli sentire parte di una famiglia e a quel punto diventano i nostri primi brand ambassador. Per fare questo, esperienze come un assaggio del nostro San Biagio ci aiutano molto a creare un racconto che incuriosisce il consumatore.

Punti chiave:

1. **Storia e Filosofia di Canevel**: Fondata nel 1979 da Mario Caramel, Canevel si distingue per un approccio verticale integrato che copre l'intera filiera, dalla vigna alla bottiglia, puntando a realizzare un Prosecco premium che esprima l'autenticità del territorio di Valdobbiadene.
2. **Parte del Gruppo Masi dal 2016**: Nel 2016 il Gruppo Masi ha acquisito il 60% di Canevel, mantenendo l'identità dell'azienda e migliorando il coordinamento e lo sviluppo grazie a sinergie interne al gruppo, soprattutto per quanto riguarda la promozione e la distribuzione.
3. **Metodo di Spumantizzazione Setàge**: Canevel ha sviluppato il metodo "Setàge", un innovativo processo di spumantizzazione charmat che crea bollicine sottili ed eleganti, grazie a una fermentazione lenta e a bassa temperatura.
4. **San Biagio Brut Nature Valdobbiadene DOCG**: Questo nuovo spumante è realizzato con il metodo "sur lie" e rappresenta un omaggio alle origini, combinando tradizione e innovazione per riaffermare il legame con il territorio di Valdobbiadene.
5. **Sfide del Prosecco e Espansione Internazionale**: Canevel sottolinea che la principale sfida per il Prosecco è la pressione sui prezzi, mentre per crescere continua a espandersi nei mercati internazionali, con una quota export superiore al 40%, soprattutto verso Stati Uniti,

Svizzera e Russia.