

Ca' del Bosco, l'accoglienza "cult"

scritto da Fabio Piccoli | 7 Luglio 2021



Non è facile pianificare l'accoglienza di un'azienda di alto prestigio. Si potrebbe immaginare il contrario, ma non è così. Se, infatti, alle realtà meno note si può a volte perdonare un po' di improvvisazione e di disorganizzazione, **le aziende costantemente sotto i riflettori vengono giudicate anche nei piccoli particolari,** nelle sfumature.

In queste tipologie di imprese, che sono ovviamente pochissime e che possono fregiarsi dell'allure dell'esclusività, c'è

sicuramente [Ca' del Bosco](#) – nata nel 1964 grazie ad una donna coraggiosa, **Anna Maria Clementi**, e alle intuizioni di suo figlio **Maurizio Zanella** – che possiamo ritenere da tempo **il brand più noto della Franciacorta**.

Visitare Cà del Bosco, pertanto, rappresenta un'ottima occasione anche per comprendere come viene gestita l'ospitalità in un'azienda cult.

Innanzitutto fin da subito a Ca' del Bosco percepisci di essere in un **luogo "speciale"**. La nuova area di accoglienza dell'azienda – nel 1994 entrata a far parte del **Gruppo Zignago**, della **famiglia Marzotto**, mantenendo però sia la compartecipazione di Maurizio Zanella (attuale Presidente dell'azienda) sia la propria identità e autonomia – ti dà fin da subito una **percezione di maestosità**, in qualche misura anche di soggezione.

Come pure non si può non essere colpiti dall'eleganza del luogo che si apre con il magnifico **Cancello Solare** (una scultura in bronzo ed anima in acciaio, del diametro 5 m che si apre in due semicerchi di 25 quintali ciascuno) **un'opera straordinaria del grande Arnaldo Pomodoro**.

Ma le numerose opere d'arte disseminate nel parco di Ca' del Bosco sono coerentemente a supporto dell'elegante identità di questa azienda. **Nulla è stato lasciato al caso, tutto è stato studiato per dare risalto all'immagine dell'azienda con una coerenza assolutamente perfetta**.

Anche in altre aziende del vino sono inserite opere d'arte, ma **è raro trovare una realtà dove tutto l'insieme diventa opera d'arte**. Ed è stato sicuramente l'imprinting di Maurizio Zanella a consentire a Ca' del Bosco di diventare un'azienda simbolo della Franciacorta. Non è un quindi un caso che, sempre grazie al suo grande contributo, la Franciacorta sia diventato il distretto spumantistico più prestigioso del nostro Paese.

Ma l'estetica di Ca' del Bosco è assolutamente strumentale ad esaltare il grande investimento nella qualificazione del prodotto.

La visita quindi è un continuo connubio tra la bellezza del luogo e la descrizione delle tecnologie utilizzate in cantina (a partire dalla nota Spa del vino) volte a **conseguire il massimo della qualificazione delle bollicine realizzate in azienda.**

Qualcuno potrebbe obiettare che le visite a Ca' del Bosco sono magari troppo standardizzate, ma questo non tiene conto della necessità di garantire che l'immagine complessiva dell'azienda sia sempre tutelata e valorizzata nel miglior modo possibile. Le **"personalizzazioni"** nell'accoglienza di una realtà come Ca' del Bosco possono essere pericolose a meno che non venga definito uno specifico programma per dei target ben definiti (es. visita di media, opinion leader, ecc.).

C'è un aspetto che è emerso durante la nostra visita nella prestigiosa azienda di Erbusco e che mi piacerebbe enfatizzare: **la sua genesi semplice** (qualcuno potrebbe affermare addirittura "povera"). Tutto parte, infatti, da una piccola casa in collina, immersa in un fitto bosco di castagni (veniva chiamata appunto nel dialetto locale "Ca' del bosc"), dove a metà degli anni Sessanta non c'era nemmeno l'elettricità.

Immaginare cosa è diventata nel tempo Ca' del Bosco non può che dimostrare ancora una volta il genio e l'intraprendenza italiana. Ma fanno molto bene a ricordare, durante le visite, che il successo non arriva mai per caso: è frutto di un percorso irto di difficoltà, di ostacoli che spesso appaiono insormontabili.