Enoturismo veneto a Canevel: dove il Prosecco di qualità si racconta

scritto da Lavinia Furlani e Fabio Piccoli | 13 Agosto 2021



Ci sono cornici di legno disseminate in vari punti dell'azienda Canevel. Il quadro è ciò che si osserva attraverso di esse: le straordinarie colline di **Valdobbiadene**. Perchè queste colline siano diventate **patrimonio dell'Unesco** è facile capirlo proprio grazie a Canevel, che **dal 1979 in poi si è accreditata come una delle realtà più impegnate nella qualificazione del Prosecco**. Ed è proprio **il tema della "qualità" del Prosecco la chiave di lettura dell'accoglienza di Canevel**.

Canevel – come ci ha spiegato **Carlo Caramel, figlio del**

titolare dell'azienda – "è nata dall'intuizione e coraggio di mio padre Mario che ha voluto integrare in azienda tutta la filiera produttiva, dalla vigna alla spumantizzazione. Una scelta che oltre quarant'anni fa in questo territorio fu considerata una follia. In realtà **mio padre aprì una strada che all'epoca fu veramente rivoluzionaria** e che ha sicuramente contribuito a quello che oggi possiamo considerare uno dei territori del vino più importanti e popolari a livello internazionale".

Gestire tutta la filiera produttiva ha consentito a Canevel di capitalizzare al meglio le peculiarità produttive di un'uva (la **Glera**) e di studiare le modalità di vinificazione e spumantizzazione più adeguate per esaltare le caratteristiche del Prosecco. Questa affermazione potrebbe apparire ovvia per qualsiasi tipologia di produzione, ma non è così per il Prosecco che, nonostante la grande notorietà, spesso paga lo scotto di essere **percepito sostanzialmente come un prodotto "uguale" a prescindere dal produttore**. Ed è per questa ragione che trovo assolutamente coerente ed efficace che il racconto di Canevel parta proprio dallo spiegare agli ospiti la "ricetta" del Valdobbiadene docg (come hanno deciso di chiamarlo sulle loro etichette).

In quest'ultima direzione si inserisce anche il progetto, a mio parere geniale, "**Setàge**". "Il concetto di "Setàge" – racconta Carlo – nasce dalla fusione delle parole "seta" e "perlage" e consiste nell'ottenere bollicine sottili ed eleganti come la seta, grazie ad un processo lento di spumantizzazione, a bassa temperatura controllata (tra il 12 i 14°C) con l'uso di lieviti selezionati". Un'idea assolutamente efficace sia dal punto di vista produttivo che anche, e soprattutto, in termini di comunicazione. Su quest'ultimo fronte, l'**ingresso dell'azienda nel Gruppo Masi** nel 2016 ha dato un grande contributo allo sviluppo ulteriore della sua immagine.

Un contributo che si sente fortemente anche sul fronte

enoturistico grazie all'ingresso di Canevel in "**Masi Wine Experience**", uno dei più innovativi ed efficaci progetti di sviluppo del turismo del vino in tutte le sue più svariate sfaccettature. Non a caso Masi si è aggiudicata per le sue attività di ospitalità il premio Best of Wine Tourism, entrando così nel network mondiale delle Great Wine Capitals.

"Per noi si tratta di un progetto di grande importanza – spiega **Raffaele Boscaini, direttore marketing e settima generazione della famiglia proprietaria di Masi Agricola** – che abbiamo partorito una domenica del 2005, assieme a mio papà e mia sorella, chiedendoci cosa avremmo potuto fare per dare ulteriore valore al nostro brand. Alla fine **abbiamo deciso di aprire le nostre realtà per far vivere ai nostri ospiti un'esperienza diretta**".

Una scelta vincente che ha portato Masi a costruire **un'offerta enoturistica decisamente vasta** che va dalle visite in tutte le aziende del Gruppo (Cantine Masi e Possessioni Serego Alighieri in Valpolicella, Masi Tenuta Canova a Lazise del Garda, Canevel a Valdobbiadene, Masi Tupungato in Argentina) allo sviluppo di tre progetti "ristorativi" molto originali come il Masi Wine Bar Al Druscié (Cortina d'Ampezzo), il Masi Wine Bar Zürich (Svizzera) e il recentissimo Masi Wine Bar a Monaco di Baviera.

Questo grande impulso all'attività enoturistica si sente fortemente da Canevel, che in questi mesi sta rinnovando ulteriormente sia la sua area produttiva che quella di accoglienza per poter far vivere ai suoi ospiti un'esperienza ancor più ricca.
"È grande il **contributo** che il turismo del vino può dare alle nostre aziende – ha sottolineato Raffaele – ma per me quello **più importante** è quello **comunicativo**. Penso che niente meglio del far vivere un'esperienza diretta in azienda consenta di far toccare con mano l'anima più autentica di un'impresa e questo consente di **sostenere** in maniera straordinaria i **valori del brand**".

Le persone che ci hanno accompagnato

Pare che la zona del Prosecco non sia ancora del tutto pronta per accogliere il turismo del vino. Ma per fortuna ci sono aziende come Canevel che hanno iniziato a costruire pacchetti di accoglienza e di conoscenza del territorio.

Ad accoglierci **Silvia Da Riva, responsabile Hospitality** che da tre anni si prende cura di tutti gli appassionati di Prosecco che arrivano da Canevel.

Silvia mi ha colpito per il suo **amore verso un territorio che conosce perfettamente**. Fa la differenza sentir presentare un territorio dalla voce di chi lo vive da sempre: la narrazione passa non solo attraverso le parole, ma anche attraverso i ricordi. “La sento mia” ci ha detto Silvia parlando dell’azienda.

Durante la degustazione abbiamo avuto la fortuna di ascoltare la presentazione di **Carlo Caramel**, figlio del fondatore dell’azienda, che ha vissuto tutto lo sviluppo dell’azienda e che oggi mette la sua faccia nel progetto Canevel in qualità di **brand ambassador**. Carlo ci ha raccontato una storia piena di sfide che ha avuto come tappa significativa l’ingresso nel 2016 nel gruppo Masi, storico produttore di vini premium in Valpolicella.

Raffaele Boscaini, direttore marketing di Masi e settima generazione della famiglia proprietaria, ha una pacatezza naturale nello storytelling e trasmette molta calma. “Non è solo questione di assaggio, ma anche di percezione”, ci racconta Raffaele.

Sono due i segreti che ha condiviso con noi e che ritengo

efficaci per tutti: il primo è che **mentre stai raccontando l’azienda o un metodo produttivo, se tu stesso ti annoi ascoltando la tua voce, significa che qualcosa non sta funzionando**.

Il secondo è che **non dobbiamo mai avere la volontà di insegnare nulla a nessuno**: l’importante è solo far passare delle belle ore, una bella serata, e che quindi i tuoi ospiti si ricordino di te. E io mi ricorderò di Raffaele e dell’umanità con cui ci ha salutato, parlandoci dei suoi figli e dei loro progetti.