

**fancy**

# MARIA LAVINIA ZANELLA

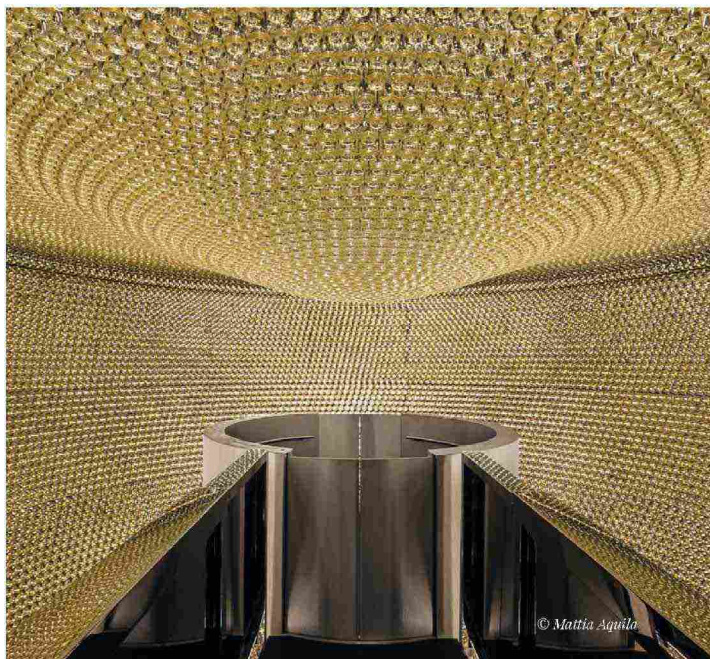
La brand ambassador di Ca' del Bosco si racconta:  
dalla gelosia per la cantina che le portava via papà Maurizio  
quando era bambina ai nuovi paradigmi di comunicazione del vino.  
Storia di una ragazza di oggi, che ha provato a vivere in città  
capendo tutto il valore della campagna.

di Francesca Negri



© Giuseppe La Spada

«**H**o provato a fare la ragazza di città, ma mi riesce meglio fare la ragazza di campagna». Maria Lavinia Zanella è la brand ambassador di Ca' del Bosco, l'azienda icona della Franciacorta fondata dal padre Maurizio. Cresciuta tra barrique e filari di Chardonnay, a pochi passi dalla cantina, ha vissuto l'evoluzione degli ultimi trent'anni dell'azienda che Maurizio Zanella sognava far diventare come lo stadio Bernabeu di Madrid: «Quando molti anni fa lo visitammo assieme – racconta Maria – mi disse che Ca' del Bosco sarebbe dovuta diventare così: un luogo iconico, capace di emozionare e raccontarsi, proprio come fa lo stadio del Real Madrid con la sua architettura e la sua esperienza immersiva». Un sogno che pare essere diventato realtà e lo sa bene chiunque sia andato in visita alla tenuta di Erbusco, con il Cancellone Solare scolpito da Arnaldo Pomodoro che apre le porte su una realtà unica, che unisce arte, bellezza, stupore, piacere, natura, tecnologia e tradizione.



© Mattia Aquino

**fancy**

### **Maria, cos'è per lei Ca' del Bosco?**

Come dico sempre, Ca' del Bosco è il mio secondo fratello. Sono nata dentro Ca' del Bosco negli anni Novanta, quando era in pieno sviluppo, l'ho vista crescere insieme a me. Abitando a 100 metri dalla cantina, tutti i miei ricordi d'infanzia sono legati alla vecchia cantina e ai vigneti, che erano il mio parco giochi. Per questo, oltre a essere l'azienda in cui ho la fortuna di lavorare, Ca' del Bosco è anche una parte della mia vita. Dopo una parentesi milanese di cinque anni, sono felicemente tornata a vivere qui, sulla collina che più preferisco al mondo. L'esperienza di Milano mi ha fatto arricchire ma mi ha fatto anche aprire gli occhi sulla fortuna di poter abitare in un posto del genere. Insomma, ho provato a fare la ragazza di città, ma mi riesce meglio fare la ragazza di campagna...

### **Quando ha capito che voleva lavorare in Ca' del Bosco?**

Ho sempre avuto grande desiderio di entrare a far parte di questa azienda e nel 2014 ho iniziato a lavorare qui come junior pr. Nel 2018, però, mi è venuta voglia di fare un'esperienza al di fuori di Ca' del Bosco, ma sempre legata al settore: per cinque anni ho lavorato per un importante gruppo di ristoranti, ma da subito avevo iniziato a sentire la mancanza dell'azienda fondata da mio padre. Quando il mio percorso a Milano è finito, nel 2023, sono tornata in Ca' del Bosco entusiasta di farlo. Prima, invece, covavo dentro di me un certo senso di gelosia. Mio papà non è stato molto presente nella mia vita per via del suo lavoro, in casa non lo vivevamo molto, ma le poche volte che c'era, grazie alla sua personalità, si faceva sentire e ho comunque tanti bei ricordi. Con lui ho sempre avuto un rapporto bello e solido, ma oggi mi rendo conto che forse sono stata per molto tempo un po' gelosa di Ca' del Bosco perché mi aveva sempre portato via mio padre. La prima esperienza in azienda, me ne sono resa conto dopo, è stata condizionata da questa sorta di gelosia che non mi faceva essere me stessa al cento per cento. Ora sono cresciuta e ho dato un senso a tutto questo.

### **Maurizio Zanella è una persona istrionica oltre che uno degli uomini simbolo del vino italiano. Un precursore, un innovatore, un visionario. Com'è lavorare con lui?**

L'esperienza che ho fatto al di fuori di Ca' del Bosco mi ha portata a sentirmi molto più affine a lui rispetto a prima. La lontananza di qualche anno ci ha unito ancora di più. Se dovessi descrivere con una parola il nostro rapporto direi "complicità". Sono l'unica capace di metterlo in difficoltà.

### **Difficile immaginare Maurizio Zanella in difficoltà... Come ci riesce?**

Chiamandomi Maria Lavinia Zanella!

### **Ci parli un po' del suo ruolo di brand ambassador**

Faccio del mio meglio per rappresentare l'azienda in tutti gli eventi esterni e interni, in Italia ma anche all'estero, inoltre seguo la parte di comunicazione con Alessandra Viola, occupandomi anche di back office, e aiuto la parte commerciale andando a fare visita ai clienti, che per il 90% è rappresentato da ristoratori ed enoteche: avere un contatto diretto per noi è fondamentale. È un lavoro molto impegnativo, viaggio molto, ma ho l'età e l'entusiasmo giusto per farlo. E poi sono supportata dai tantissimi *silent ambassador* di Ca' del Bosco, a partire da mio padre, il nostro enologo Stefano Capelli, il nostro direttore commerciale Luca Cinacchi e tutto il team.

### Come si deve comunicare il vino oggi secondo lei?

Ca' del Bosco è un'azienda ben definita, sicuramente ognuno ha le proprie competenze e io ho potuto semplicemente portare la mia esperienza. Ritengo che il linguaggio del vino debba cercare di essere più semplice: gli esperti nel nostro mercato sono appena un 10%, tutto il resto è rappresentato da persone a cui non interessa nulla di sapere cos'è una fermentazione malolattica. Il punto è che ci vuole empatia, sensibilità di capire che tipo di cliente si ha di fronte e quale tipo di esperienza desidera fare: in generale, comunque, il vino deve avere un tono più leggero ed emozionale, altrimenti i clienti - soprattutto i più giovani - rinunciano al vino e ordinano un Moscow Mule, che ha un approccio molto più semplice e, oserei dire, democratico. Oggi più che mai credo sia fondamentale arrivare alle persone che non vogliono essere sommelier. Più emozione e meno tecnica, insomma, come alcuni dicono da anni... Sì, credo che sia

l'unico modo per arrivare alle nuove generazioni nei confronti delle quali il vino ha perso appeal. Il vino, infatti, è, in primis, convivialità e piacere. Bisogna ritornare a ordinare il vino senza sentirsi ignoranti.

### Quando parla di emozione pensa anche alle esperienze in cantina?

Sicuramente, e noi ci puntiamo moltissimo, ogni anno abbiamo circa 20mila visitatori di provenienza e interessi diversi: c'è il sommelier, il wine lover, il neofita, l'appassionato d'arte che ci visita per le opere che abbiamo in cantina, e per ognuno di loro ci vuole un linguaggio diverso. L'obiettivo, però, è uguale per tutti: che la visita in Ca' del Bosco sia indimenticabile.

### Come vede il futuro di Ca' del Bosco?

Credo che nei prossimi 30 anni Ca' del Bosco proseguirà nella sua ricerca dell'eccellenza, continuando a coltivare i terreni migliori nel rispetto del territorio della Franciacorta e a ricercare tecniche più innovative per dare al consumatore vini nobili, della qualità più alta possibile.

### Vita privata e sogni personali?

Amici tantissimi, crescono sempre di più. L'amore non si sa. Devo ancora raccogliero nelle prossime vendemmie... Il mio sogno nel cassetto è aprire una piccola fattoria didattica in Ca' del Bosco, ma non so se me lo lasceranno realizzare.

### Se non avesse avuto l'occasione di entrare in Ca' del Bosco, cosa avrebbe fatto?

Sarei rimasta nella comunicazione, perché è il campo che mi è sempre piaciuto di più, fin da quando ero piccola. Magari, anziché nel vino, mi immaginavo nella moda, ma la tipologia di lavoro sarebbe stata molto simile a quella che ho la fortuna di fare a Ca' del Bosco.

### Se non beve Ca' del Bosco, cosa le piace bere?

Mi piace assaggiare tutti i vini, perché credo che ogni bottiglia abbia una storia da raccontare. Sono una grande fan dei vini rossi e questa sera ho una cena con amici dove porterò Bricco dell'Uccellone di Braida e Lamole di Lamole, due etichette che apprezzo molto per la loro personalità ed eleganza.

