Bosca celebra il 190esimo anniversario con una linea dedicata all'horeca

da-sinistra-pia-e-polina-bosca-5b7b54d6

In occasione del 190° anniversario, Bosca, storica realtà canellese attiva nel settore delle bollicine e dei vini, ha concluso la prima tappa di un ampio processo di ristrutturazione strategica aziendale. Un nuovo traguardo di un percorso focalizzato sulla valorizzazione del mondo delle bollicine intrapreso nel 1831 dal fondatore Pietro Bosca e portato avanti, da ben sei generazioni, con una forte passione e un approccio anticonformista e inclusivo. I punti principali sui quali Bosca è intervenuta sono stati la definizione di una visione strategica aziendale di lungo termine, lo studio di una nuova strategia di comunicazione, il restyling della propria identità visiva, il lancio di una nuova linea di prodotti dedicata al canale Ho.Re.Ca composta da sette vini spumanti sia Metodo Classico che Metodo Charmat e l'investimento in innovazione tecnologica 4.0.

"Lo scorso anno, in piena pandemia, abbiamo deciso di ristrutturare le fondamenta dell' azienda. L'anniversario dei 190 anni non è solo un grande traguardo, ma soprattutto un punto di partenza per iniziare a immaginare e costruire i prossimi anni" commenta **Pia Bosca**, CEO di Bosca. *"Fil rouge di questa continua evoluzione è da sempre la nostra famiglia: Polina, Gigi ed io rappresentiamo la sesta generazione e abbiamo la responsabilità di guidare l'azienda verso nuovi orizzonti, rimanendo fedeli alla nostra storia. Bosca, infatti, è tra le poche realtà del territorio ad essere ancora gestite direttamente dalla famiglia di origine".* conclude Pia Bosca. Ulteriori misure di consolidamento si sono focalizzate sulla riorganizzazione dell'architettura dei prodotti esistente, la creazione di nuovi sub-brand per intercettare i più moderni gusti e tendenze e, in funzione di questo, la differenziazione del target e dei canali distributivi. *"Sul mercato, Bosca gioca un ruolo unico. Siamo i custodi dei segreti di una tradizione quasi bicentenaria e allo stesso tempo proponiamo nuovi modi di vivere il mondo delle bollicine cercando di soddisfare le diverse esigenze e creare nuovi trend. Il nuovo payoff "Bollicine controcorrente dal 1831" racconta questa nostra doppia anima."* commenta **Polina Bosca**, CMO dell'azienda. *"Vogliamo rafforzare il valore premium del marchio, evidenziandone le caratteristiche che da sempre la rendono unica: sapienza, sperimentazione, anticonformismo e desiderio di condivisione.*

In una parola, gioia." conclude Polina Bosca. *"Sebbene l'export continui a rappresentare una significativa quota commerciale, pari all'85% del totale aziendale – con particolare diffusione in Usa, Europa del Nord, Federazione Russa e Paesi Baltici – il mercato nostrano diventa la nuova frontiera da esplorare. Si tratta di un progetto e di un'ambizione ancora una volta controcorrente e si sostanzia nella volontà di aggiornare il percepito del prodotto spumante concentrandoci sul canale Ho.Re.Ca. come prima fase di un progetto a più ampio respiro."* commenta **Gigi Bosca**, CFO di Bosca.

POSIZIONAMENTO STRATEGICO

"Il rito del brindisi si fa informale e inclusivo" Il nuovo posizionamento strategico nasce dalla volontà di ridefinire le classiche esperienze di consumo che, oltre al rito consolidato del brindisi e alle classiche occasioni d'uso legate ad anniversari e ricorrenze, trovano ora nuove forme di fruizione: più informali, quotidiane e inclusive. D'altronde, sin dal 1831, l'obiettivo principale di Bosca è realizzare proposte di qualità e accessibili, che offrano ai consumatori momenti autentici e gioiosi, easy e immediati. In questo senso, i valori chiave sui quali l'azienda può contare, per implementare la propria mission, sono molteplici: la maestria (competenza ed expertise secolare), l'audacia (capacità di sperimentare, di innovare e di individuare nuove opportunità e trend), l'autenticità del prodotto, l'inclusività e la gioia dello stare insieme.



RESTYLING BRAND IDENTITY

Nuovo logo e nuovo pay off: "Bollicine controcorrente dal 1831" Il nuovo logo nasce da una duplice esigenza: rinnovare l'identità e allo stesso tempo mantenere un legame chiaro con le caratteristiche distintive del brand storico. Il restyling si è dunque ispirato al lettering dei manifesti pubblicitari di Bosca del primo '900. Inoltre, è stata sviluppata una particolare lavorazione alla lettera "O" che ora viene rappresentata come elemento geometrico aperto, concettualmente riconducibile al concetto di UNCORKING: stappare la maestria italiana per portare l'entusiasmo delle bollicine a tutti. Questo simbolo include al proprio interno tre elementi romboidali: sono tre "brillanti" che fanno riferimento sia allo "sparkling" del mondo delle bollicine sia ai tre fratelli Pia, Gigi e Polina Bosca. Ultimo elemento, a corredo del nuovo logo, è il payoff: Bollicine controcorrente dal 1831. Per valorizzare l'anima non convenzionale del brand è stato ideato uno specifico trattamento visivo: nella parola controcorrente la prima "R" e l'ultima "N" sono specchiate diventando così leggibili al contrario.

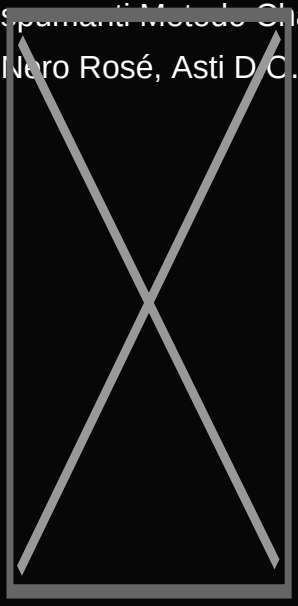
NUOVA ARCHITETTURA DEI BRAND E MODELLO DISTRIBUTIVO MULTICANALE

L'architettura dei prodotti in portfolio Bosca, che è stata ripresa anche nell'impostazione del nuovo

sito, è stata riorganizzata in quattro categorie: Bollicine (spumanti Metodo Classico e Metodo Charmat), Vini (bianchi e rossi), Aperitivi e It's B (proposte low e no alcool). L'ultima categoria racchiude le linee più contemporanee e innovative ovvero Sparkletini, Toselli e Verdi. I canali attraverso in quali sono distribuite le varie referenze sono: Ho.Re.Ca, GDO, e-commerce proprietario su www.bosca.it e piattaforme online come Winelivery e XtraWine.

UNA NUOVA LINEA PER IL CANALE HO.RE.CA

Sette spumanti inediti: Alta Langa D.O.C.G., Mille Giorni, Mille Giorni Rosé, Piemonte D.O.C., Piemonte D.O.C. Pinot Nero Rosé, Asti D.O.C.G. e Asti D.O.C.G. Secco Bosca amplia il presidio del canale Ho.Re.Ca con l'inserimento di una nuova linea composta da tre vini spumanti Metodo Classico parte della collezione "Ispiro" (Alta Langa D.O.C.G., Mille Giorni, Mille Giorni Rosé) e da quattro vini spumanti Metodo Charmat parte della collezione "Esploro" (Piemonte D.O.C., Piemonte D.O.C. Pinot Nero Rosé, Asti D.O.C.G. e Asti D.O.C.G. Secco) delle quali evidenziamo di seguito alcuni dettagli.



ALTA LANGA D.O.C.G. ISPIRO - METODO CLASSICO BRUT - MILLESIMO

2016 RISERVA - 12% vol.

Spumante Metodo Classico ottenuto da sole uve Chardonnay: fragrante e complesso con sentori floreali di fiori di sambuco o di acacia, note calde di camomilla, miele e crosta di pane. Dal colore giallo intenso con riflessi dorati, è caratterizzato da un sapore secco, caldo
e armonico, con una corretta acidità che rinfresca, finale lungo e persistente.

MILLE GIORNI ISPIRO – METODO CLASSICO BRUT– MILLESIMO 2015 – 12% vol.

Spumante Metodo Classico ottenuto da uve Pinot (80%) e Chardonnay (20%) caratterizzato da un'ottima struttura e alcolicità, avvolgente, secco, con un'acidità perfettamente bilanciata. Dal colore giallo paglierino intenso con riflessi dorati ha un profumo intenso con note fresche fruttate (di mela e

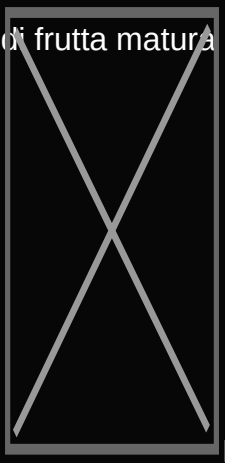
pesca bianca), floreali (di acacia) ed eteree che si alternano a note più complesse e ossida-te di frutta secca e canditi, di lievito che donano complessità
ed armonia.



MILLE GIORNI ROSE’ ISPIRO – METODO CLASSICO BRUT ROSE’ -

MILLESIMO 2015 - 12% vol.
Spumante Metodo Classico ottenuto da uve Pinot e Chardonnay dal sapore cremoso, persistente. Dal colore rosa tenue ha un profumo molto intenso, con note fresche di frutti di bosco e di rosa a cui si aggiungono sentori di frutta secca e di crosta di pane, miele.

PIEMONTE D.O.C. ESPLORO - 12% vol.
Spumante Extra-Dry Blanc de Blancs Metodo Charmat, ottenuto da uve Chardonnay, dal sapore fresco e minerale, è caratterizzato da bollicine persistenti di dimensioni superiori rispetto al Metodo Classico. All’olfatto spicca il buon equilibrio tra le note fresche fruttate di mela, pesca bianca e quelle di frutta matura quali ananas e banana, accompagnate da note vinose.



PIEMONTE D.O.C. PINOT NERO ROSE’ ESPLORO – 12% vol.

Spumante Extra-Dry Metodo Charmat ottenuto da uve 100% Pinot Nero dal colore rosa tenue, fine ed elegante, è caratterizzato da bollicine persistenti di dimensioni superiori rispetto al Metodo Classico. Al

palato si confermano le note floreali e fruttate percepite al naso, ottimo equilibrio di struttura e freschezza, senza però risultare tannico.

ASTI D.O.C.G. ESPLORO – 7,5% vol.
Spumante Metodo Charmat, ottenuto da uve 100% moscato bianco maturate nella calura estiva, vendemmiate quasi esclusivamente a mano, delicatamente pressate e attentamente vinificate solo all'occorrenza per mantenere intatto nel vino l'inconfondibile sapore di quest'uva unica. Il risultato è uno spumante dal gusto fresco e fruttato, di armoniosa dolcezza, mosso dalle bollicine e stuzzicato da lievi note di pesca, mandorla e agrumi.

ASTI D.O.C.G. SECCO ESPLORO – 11% vol.
Spumante secco Metodo Charmat ottenuto da uve moscato bianco 100% dal gusto equilibrato, piacevolmente acidulo con retrogusto di mandorla e pompelmo è caratterizzato da sentori di salvia e agrumi.

IMPLEMENTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI INDUSTRIA 4.0 e TRANSIZIONE 4.0 STABILIMENTO PRODUTTIVO DI CASTIGLIOLE D'ASTI
Prosegue anche nel 2021 il percorso di upgrade tecnologico del processo produttivo di Bosca. E' in fase di completamento l'installazione delle nuove dotazioni che includono un sistema di controllo ottico per la qualità delle etichettature, un CIP automatizzato di microfiltrazione e lavaggio del circuito di sciacquatura e riempimento, delle sleeveratrici per il lancio di un'ultima generazione di prodotti. Successivamente, partirà una fase di pre-studio per valutare la creazione di un nuovo "Reparto Malto" per raddoppiare la produzione di fermentato di malto per Verdi e Sparkletini così da sostenere l'ampia domanda del mercato sia in Italia che all'estero. E' inoltre prevista l'implementazione della cantina spumanti, con una batteria di autoclavi da 1000 Hl, ed è allo studio la trasformazione in 4.0 anche di parte della cantina invecchiamento vini. Nei prossimi anni invece, si sta valutando di adottare soluzioni per aumentare i volumi di produzione degli spumanti e di ampliare il comparto di "Ricerca e Sviluppo". Negli ultimi anni, sono molte le integrazioni apportate dall'azienda in linea con le linee dettate dal piano Industria 4.0 prima e Transizione 4.0 poi per rafforzare l'interconnessione tra i vari elementi coinvolti nel processo produttivo. A partire dalla vendemmia 2020 è stata finalizzata l'automazione dei vinificatori e delle autoclavi di spumantizzazione. Grazie ad un insieme di software e sensori, è possibile verificare e modificare la temperatura di fermentazione, la pressione degli spumanti e accendere/spegnere i sistemi di movimentazione interna del liquido richiesti dai protocolli di vinificazione e spumantizzazione. Un upgrade che consente di gestire al meglio il bouquet dei vini e la finezza del perlage. Nel 2019, son stati completamente rinnovati il controllo ottico, l'avvolgitore, l'incartonatrice della linea di produzione degli Sparkletini. Mentre risalgono al 2018 le azioni volte alla

sostituzione quasi totale della linea spumanti (pallettizzatore, riempitrice, incartonatrice, fondolinea, vasche) con l’obiettivo di massimizzare la qualità del prodotto e la sicurezza. Nello stesso anno è stata anche completata la costruzione di un reparto frigorifero di stoccaggio dei mosti, tra cui il Moscato, per avere la possibilità di gestire da remoto il controllo delle temperature. Negli ultimi tre anni gli investimenti volti all’interconnessione sono stati rilevanti anche grazie al sostegno delle misure previste dallo Stato. A partire dall’inizio delle misure si è intervenuto su porzioni rilevanti degli impianti e delle attrezzature sia per interconnettere quelle esistenti sia per sostituirle con macchinari e impianti interconnessi. La finalizzazione dell’interconnessione delle linee di produzione, delle cantine e del laboratorio è prevista entro la fine del 2022.