

Il dibattito tra Coldiretti e Fedagri accende l'attenzione sul mondo cooperativo

di Secondo Ricci – Presidente Caviro

L'attuale situazione delle cooperative ed il confronto con le associazioni di settore, il tutto proiettato verso il raggiungimento di obiettivi comuni.

Quando piove sul bagnato i danni aumentano. È questo il presentimento che ho in momenti come questi per via delle questioni legate al comparto vitivinicolo e associativo che il mondo agricolo sta vivendo in questi giorni. Si sta avvicinando la vendemmia 2008 e la prospettiva di una crisi del settore vitivinicolo si respira già sul mercato! Molto è dovuto all'indeterminatezza e ai cambiamenti degli aiuti comunitari. È sicuro ciò che andremo a perdere mentre è ancora incerto come funzioneranno i nuovi premi OCM vino.

Con i nuovi regolamenti, già in funzione dal 1° agosto, non ci saranno più i premi per gli stoccaggi e cambieranno gli aiuti per distillazione e arricchimenti. Indubbiamente occorreranno alcuni anni perché il comparto ritrovi un suo equilibrio. Occorrerà molto tempo prima che gli abbattimenti ed i premi all'esportazione possano ridare stabilità al mercato. Il comparto vino dei Paesi UE annualmente ritirava dal mercato una media dai 20 ai 25 milioni di hl di vino, tramite la distillazione, mantenendo così in equilibrio l'offerta con la domanda di prodotto. Oggi a fronte di una domanda più debole dovuta alla crisi dei consumi, aumenta l'incertezza del mercato che si va a sommare alla non chiarezza dei nuovi regolamenti OCM vino.

CONTINUA A PAG. 8



Il Presidente di Caviro Secondo Ricci

dustriale e commerciale ma parallelamente ha ritenuto strategica l'efficienza del servizio, soprattutto per ciò che concerne l'assistenza agronomica ed il ritiro del prodotto. Oggi Agrintesa conta su 150.000 tonnellate annue di uva ed

una capacità di stoccaggio vino pari a 1.701.403 hl dalle quali il 35-40% viene conferito a Caviro.

CONTINUA A PAG. 8

ALL'INTERNO

Oltre duecento invitati a festeggiare i 25 anni di Tavernello

Romio, il valore dell'unicità. Espressione di innovazione ed eleganza miscelata alla tradizione vinicola
pag. 2

La situazione del vino italiano, tra leggi inadempienti e paladini dell'integrità vinicola

L'impatto della crisi economica sui consumi
pag. 3

Vino e mercati. Una lente d'ingrandimento sulla Germania
pag. 4

Bibenda promuove a pieni voti Tavernello e Castellino
pag. 5

Caviro e la stampa

Vendemmia 2008: previsioni in Italia e in Europa
pag. 6

Arte vinicola, orgoglio e passione! Le Cantine Intesa sono questo e molto altro...

Raffaele Drei, Presidente della Cooperativa Agrintesa, ci racconta la storia di una scommessa oggi più che mai vinta.

Nate in provincia di Ravenna negli anni '60, periodo storico molto importante per l'evoluzione del settore agricolo italiano, le Cantine Intesa sono oggi uno degli esempi più efficienti e moderni della produzione vinicola. Con la recente ristrutturazione della Cantina di Cotignola, Agrintesa può vantare una produzione ed uno stoccaggio di oltre 600.000 hl di vino bianco tutto rigorosamente termo-condizionato. Intesa ha dunque investito nella fase in-



Bimestrale di informazione per i Soci Caviro

A cura di: Ufficio Servizi Soci e Sviluppo

Coordinamento: Sergio Dagnino

Organizzazione: Piero De Marchi – Homina Comunicazione

Stampa: Tipografia Moderna

Autorizzazione del Tribunale di Ravenna n° 1304 del 16 novembre 2007

Informativa sulla privacy

Ai sensi dell'articolo 13 Dlgs n. 196/2003 La informiamo che i suoi dati personali sono trattati esclusivamente per l'invio del presente strumento di informazione nel rispetto della normativa citata e degli obblighi di riservatezza cui è ispirata l'attività della nostra azienda. In ogni momento potrà esercitare i diritti a Lei riservati dall'art. 7 del Dlgs. 196/2003.

Titolare del trattamento è Caviro Soc. Coop a.r.l.

Per ulteriori informazioni La invitiamo a visitare la nostra privacy policy sul sito www.caviro.it

Oltre duecento invitati a festeggiare i 25 anni di Tavernello

Cronaca di una giornata di festa dedicata all'etichetta che da venticinque anni combatte gli stereotipi del mondo vinicolo, uscendone a testa alta e diventando una presenza fissa sulle tavole italiane.

Il 27 giugno 2008, sarà ricordato come il giorno scelto per i festeggiamenti del Tavernello, "fiore all'occhiello" del colosso vitivinicolo italiano.

25 anni di conquiste ma anche di battaglie nel cercare di difendere questo prodotto innovativo, da attacchi di ogni genere e spesso gratuiti. Una festa dedicata a chi ha creduto sin dall'inizio nella rivoluzionaria confezione e che ha fatto sì che diventasse parte integrante della tavola di oltre 5 milioni di famiglie italiane.

Un successo che dura nel tempo grazie ad un forte lavoro di squadra che proprio nel caldo venerdì di giugno è stato applaudito da oltre 200 invitati: da viticoltori a consiglieri delle cantine sociali, da estimatori a giornalisti, da autorità politiche ad enologi. Lo scenario dell'evento è stato lo stabilimento Caviro di Forlì, eccezionalmente aperto a visitatori, ai quali è stata anche mostrata la grande tecnologia che viene utilizzata nel confezionamento delle diverse etichette e su tutte il festeggiato Tavernello. La cantina, per la prima volta, si è trasformata nella suggestiva cornice per il convegno dal titolo "Quale Filiera, quali controlli, quali sanzioni per la tutela dell'immagine del vino italiano", condotta dallo storico volto di Linea Verde Federico Fazzuoli. Un incontro mirato alla discussione dei recenti scandali che hanno attanagliato i vini italiani e che si sono recentemente conclusi.

A dissertare sull'argomento sono stati invitati illustri relatori del settore: dal Presidente C.E.E.V. (Comitato Europeo delle Imprese Vinicole) Lamberto V. Gancia, all'Assessore Regionale Agricoltura Emilia-Romagna Tiberio Rabboni, dal Direttore Commerciale Food di Coop Italia Roberto Fiammenghi al Presidente Nazionale Fedagri-Confcooperative Cav. Paolo Bruni, continuando con l'esportatore Andrea Barzanelli fino al Direttore Consorzio Cantine Sociali Verona Alberto Frabboni. Solamente il fresco della cantina, ha mitigato i caldi argomenti oggetto degli interventi, dai quali è emerso che si tratta tuttavia di un momento storico per il vino italiano ed europeo. Difatti l'imminente introduzione del nuovo OCM vitivinicolo potrebbe costituire un'occasione per la semplificazione delle norme, tutelando così maggiormente sia il consumatore che la distribuzione ed evitando che operatori scorretti continuino ad agire indisturbati.

Tavernello, con i suoi 25 anni di presenza nelle case degli italiani è stato più volte preso ad esempio per l'affidabilità



Un momento della serata dedicata ai 25 anni di Tavernello

garantita dalla sua filiera produttiva e per il sistema continuo di controlli.

Una volta concluso il dibattito, l'atmosfera è diventata quella di una festa a tutti gli effetti. Dopo un aperitivo naturalmente a base di Tavernello è stata la volta di uno dei momenti più conviviali della giornata, ovvero la cena che a massima interpretazione dello spirito del gruppo Caviro ha riunito tutti gli invitati a tavola. Un'opportunità questa che è servita al Presidente Secondo Ricci per ringraziare in maniera speciale personaggi che nel corso degli anni si sono distinti per l'impegno all'interno della Cooperativa. Lo spirito popolare, tipico di un'epoca oramai trascorsa, per un attimo si è ripresentato mescolandosi ai volti dei giovani che oggi rappresentano il futuro delle cantine Caviro.

La festa è stata accompagnata dalla performance della Big Band del Conservatorio "G.B. Martini" di Bologna diretta dal Maestro Massimo Morganti che ha allietato i presenti con un concerto soul jazz di notevole eleganza artistica. E per finire come vuole la migliore delle tradizioni, il taglio della torta eseguito dal Presidente Secondo Ricci e dal Direttore Generale Sergio Dagnino. E dopo il quarto di secolo, si guarda già al "cinquantenario". ■

Romio, il valore dell'unicità. Espressione di innovazione ed eleganza miscelata alla tradizione vinicola



L'etichetta rappresenta un progetto che in Italia non ha paragoni. Concepito nel 2002, nasce con l'obiettivo di offrire al segmento Ho.Re.Ca un'esclusiva selezione dei migliori vini italiani, garanzia di qualità ed eleganza che costituiscono un prezioso valore aggiunto. Nello scenario di un mercato così frammentato come quello del vino, la nuova linea di prodotti si posiziona come offerta di fascia medio alta di una pregiata gamma di vini.

Un marchio unico che raccoglie il meglio di selezionati vitigni delle regioni italiane, curati da una squadra di enologi tra i più affermati che hanno ascoltato le esigenze dei ristoratori proponendo soluzioni adatte alle tendenze di consumo locali e nazionali del momento.

Su tutto si è cercato di non snaturare la riconducibilità alla marca, in quanto garanzia di elevata qualità del vino offerto, e contemporaneamente preservare la caratterizzazione regionale. Il ristoratore può

così offrire un prodotto di qualità superiore, ne può esaltare la provenienza fino a soddisfare in tavola le richieste del cliente finale.

Oltre al consistente lavoro sul prodotto, Romio è stato protagonista anche di un restyling grafico, caratterizzato da una forte ricerca estetica che rendesse l'idea della grande importanza del progetto. Per questo è nata l'etichetta RO, distintiva, elegante e simbolo di affidabilità. La differenziazione per appartenenza alle diverse realtà territoriali è stata affidata alle molteplici impaginazioni sull'etichetta ed alle svariate cromie, suddivise in colori caldi per i vini rossi e in colori freddi per i vini bianchi. Inoltre la retroetichetta che descrive sinteticamente ma in maniera esaustiva la tipologia del vino, la sua provenienza e gli abbinamenti gastronomici lo hanno reso ancor più appetibile.

Gli elementi in colore oro, impreziositi da una leggera punzonatura, aiutano infine a conferire il dovuto prestigio.



La situazione del vino italiano, tra leggi inadempienti e paladini dell'integrità vinicola

I festeggiamenti per il venticinquesimo anniversario del Tavernello sono stati caratterizzati da una tavola rotonda dal titolo "Quale Filiera, quali controlli, quali sanzioni per la tutela dell'immagine del vino italiano" che ha offerto lo spunto per un dibattito su temi scottanti e attuali legati al vino.

È stato il Presidente Secondo Ricci, in qualità di padrone di casa a rivolgere il saluto di benvenuto agli invitati sottolineando l'importante momento di condivisione, verifica e festa nel rispetto delle migliori tradizioni agricole. Successivamente la parola è passata a Sergio Dagnino, Direttore Generale del Gruppo, al quale è toccato il compito di riassumere brevemente l'andamento dell'ultimo semestre e di introdurre in un secondo momento le tematiche oggetto dell'incontro. Federico Fazzuoli, noto giornalista televisivo, ha condotto il forum partendo dall'argomento della falsificazione e dando subito la parola al Cavalier Paolo Bruni, Presidente Nazionale Fedagri-Confindustria, il quale ha elogiato l'importante lavoro svolto sino ad oggi nell'intero comparto agroalimentare dalle cooperative. La tracciabilità, ha insistito Bruni, che consiste nella storicità di un prodotto risulta essere indispensabile per un prodotto vitivinicolo così come per un qualsiasi prodotto agroalimentare; le cooperative hanno la tracciabilità nel proprio DNA e il Tavernello ha conquistato i consumatori anche grazie a questa caratteristica.

E se le cooperative da un lato sono affidabili sul discorso della provenienza del vino, il problema che preoccupa maggiormente gli operatori del settore è quello dei disciplinari, accusati da taluni di essere inefficaci e da altri di essere troppo restrittivi.

Il Presidente del Comitato Europeo Delle Imprese Vinicole Lamberto Gancia, ha sottolineato il fatto che in questo sistema di controllo ci sono dei banchi tangibili. Proprio pochi giorni prima, a colloquio con alcuni rappresentanti dei ministeri preposti a queste tematiche, Gancia ha proposto di studiare un decreto legge sul sistema dei controlli. Una proposta condivisa anche da Alberto Frabboni, Direttore Consorzio Cantine Sociali Verona, da anni impegnato nella lotta alla contraffazione del vino che invece di cambiamenti sulla ristrettezza o meno di una legge, sostiene la sintesi tra fattibilità e normativa.

Ma se tutti questi scandali e questo parlare di 'regolamentazioni' hanno fatto tanto rumore in Italia, che si è detto fuori dai confini nazionali? Andrea Barzanelli, uno dei più quotati esportatori di vino italiano all'estero ha testato personalmente lo scetticismo da parte dei compratori britannici. Tuttavia, positivo, è il fatto che i consumatori finali non siano stati influenzati da queste notizie negative e abbiano continuato a chiedere e bere vino italiano. La medesima



I relatori invitati al convegno durante il dibattito pomeridiano

reazione è stata confermata dal Direttore Commerciale Food Coop Italia Roberto Fiamminghi che ha ribadito che il cliente non ha dato peso alle notizie allarmiste dei giornali. E mentre nel mercato internazionale subentrano vini appartenenti al cosiddetto "nuovo mondo" in Italia si cerca di enfatizzare il made in Italy che da sempre è un punto di forza del festeggiato Tavernello. Come dice Lamberto Gancia, [...] il Tavernello ha dato un nome ad un prodotto che prima era conosciuto come il "vino della casa" e che non aveva un'identità. Il consumatore esige certezze che solo un'identificazione può dare.

Garanzie che devono essere tali, come ha esposto l'assessore all'agricoltura della regione Emilia-Romagna Tiberio Rabboni ribadendo che l'Italia ha anticipato di 7 anni i controlli proposti dal nuovo OCM vino visto che è dal 2001 che nel nostro Paese si fanno piani di controllo. Senza dubbio la normativa sui disciplinari dei vini di qualità è da rivedere ma fino a quando si considereranno i DOC alla stregua del prosciutto di Parma o del Parmigiano Reggiano le procedure verranno esercitate a livello europeo complicando ancor di più i processi di autorizzazione già severi. I produttori devono quindi essere tutelati nella gestione delle loro attività troppo spesso piene di dispendiosa burocrazia. Così come i controlli devono essere quindi migliorati al fine di garantire la qualità al consumatore.

Ci deve essere quella necessaria garanzia di qualità della quale il Tavernello è simbolo, grazie ad una storia venticinquennale che l'ha reso grande nel tempo. ■

L'impatto della crisi economica sui consumi

Le nuove abitudini alimentari e la difficile situazione economica le principali cause del calo dei consumi di vino.

La crisi economica che colpisce i consumi in Italia è la più grave dal 1870. Non vi è giorno in cui i giornali ed i telegiornali non ci prospettino nuovi aumenti su qualsiasi genere alimentare e sulle spese per energia e servizi. Trovandosi in questa situazione da ormai qualche anno verrebbe da pensare che si sia ormai toccato il fondo e la ripresa non debba tardare. Purtroppo, molti analisti ritengono che ciò non sia ancora accaduto e che questa situazione possa protrarsi ancora per 2/3 anni. Il motivo va ricercato negli aumenti della maggior parte delle materie prime e dell'energia, che il settore manifatturiero non ha ancora integralmente riversato sul prezzo dei prodotti finiti. A ciò si aggiunga l'incertezza per il futuro che spinge molti consumatori ad essere più prudenti e selettivi nel fare la spesa. Ne consegue che anche la Grande

Distribuzione, di fronte al calo di volumi ed alla necessità di fare più promozioni, perde marginalità che cerca di recuperare chiedendo ai produttori maggiori contributi. Relativamente ai consumi di vino in Italia, che già soffrono per il cambio di abitudini nell'alimentazione e per il fatto che i giovani non sono abituati a pasteggiare con il vino, la crisi economica non farà altro che aggravare la situazione degli stessi già ridotti dai 31 milioni di ettolitri del 2000 ai 25,8 del 2007 con un calo del 3% circa annuo negli ultimi 4 anni. Particolarmente significativa è la tabella seguente che mostra, nel trimestre aprile-giugno 2008, come l'aumento del prezzo medio di vendita a scaffale, causato dall'aumento del listino e/o da minori promozioni, si ripercuota direttamente sui volumi venduti da prodotti di fascia di prezzo molto diverse. ■

VENDITE IN G.D. APRILE/GIUGNO 2008	VARIAZIONE % PREZZO	VARIAZIONE % VOLUMI	VENDITE IN UNITÀ
VINO IN BRIK			
Tavernello brik Bianco 1lt	6,4	-6,9	6.877.152
Private Label brik Bianco 1lt	22,2	-19,3	5.023.226
Castellino brik Bianco 1lt	7,6	-10,8	1.431.369
0,75 DAILY			
Civ & Civ Igt Bianco 0,75lt	21,9	-26,9	1.123.468
Freschello tavola Rosso 0,75lt	6,6	-2,2	993.132
Natale Verga & F Nero D'Avola Igt Rosso 0,75lt	16,6	-15,7	332.286
Botte Buona Sangiovese Igt Rosso 0,75lt	11	-16,8	247.797
BIANCO FRIZZANTE			
Tura Lamberti Igt Bianco 0,75lt	7,4	-24,7	398.571
Zonin Premium tavola Bianco 1,5lt	4,4	-14,4	298.177
0,75 PREMIUM			
Santa Cristina Igt Rosso 0,75lt	5,6	-6,8	252.656
I.M.V. Cavit Muller Thurgau Doc+docg Bianco 0,75lt	8,5	-11,8	180.248
S Margherita Pinot Grigio Doc+docg Bianco 0,75lt	4,7	-25,9	117.582

Vino e mercati. Una lente d'ingrandimento sulla Germania

A tu per tu con Christoph Mack di Mack & Schüle per analizzare meglio e capire il trend di mercato di uno dei principali Paesi produttori di vino in Europa.

Signor Mack, come sta cambiando il mercato del vino in Germania? Il successo del vino italiano all'estero non è più così scontato. I consumatori sono sempre più attenti al rapporto qualità/prezzo e anche se la produzione italiana è in grado di soddisfare qualsiasi fascia di cliente, l'apprezzamento oggi più che mai va guadagnato con i fatti. Come si colloca il vino italiano nel panorama attuale tedesco?

Oggi non esistono più vini il cui successo sui mercati internazionali è scontato. L'intero mondo del vino, l'offerta globale, negli ultimi anni e decenni è diventato enormemente variegato e pressoché incontrollabile.

Osservi l'offerta nello scaffale di un ipermercato o le liste dei vini di ristoranti internazionali delle grandi città. La grande quantità di vini, origini e qualità, mette il consumatore davanti ad autentiche sfide e non porta solo ad un arricchimento ma anche ad una forte concorrenza.

Del successo di un vino fanno parte sicuramente fattori come qualità, prezzo, marketing, distribuzione, presentazione, ecc., ma, importantissimo, anche un aspetto emotivo, proprio perché il vino è un prodotto emozionale. Il vino italiano, storicamente ha un grande e importante mercato in Germania. In passato ciò poteva anche dipendere dal rapporto qualità/prezzo, ma nel frattempo qualcosa è cambiato. Il vino italiano deve affrontare l'aspra concorrenza di molti Paesi che qualitativamente hanno avuto un enorme sviluppo e spesso offrono anche un rapporto qualità/prezzo migliore.

In Germania, l'Italia, la sua cultura ed il suo vino emotivamente sono tuttavia accolti in modo assai positivo.

Ai tedeschi piacciono gli italiani ed a questo hanno contribuito in modo determinante decine di migliaia di ristoranti e pizzerie italiani. Peccato che questo sviluppo continui a subire contraccolpi, dovuti, per esempio, a scandali che emergono periodicamente...

Oggi le esportazioni di Paesi dell'emisfero Sud e della Cina rappresentano più del 30% delle esportazioni mondiali e, se la crescita produttiva proseguirà con questi ritmi, il dato è destinato inevitabilmente ad aumentare. Questa evoluzione del mercato del vino rischia di sconvolgere lo scenario internazionale attuale. Come sta vivendo la Germania l'aumento di così tanti competi-

tors in così breve tempo? È un mercato pronto ad accogliere un numero così elevato di concorrenti?

La Germania è parte dell'Europa e condivide perciò le conseguenze di questo sviluppo con tutti gli altri Paesi europei. All'interno dell'Europa, almeno attualmente, la Germania occupa ancora una buona posizione.

Ciò è dovuto al fatto che una gran parte dell'economia produttiva tedesca ha preso le distanze dai prodotti a buon mercato e si è concentrata sulla produzione di articoli tecnici di alta qualità e di beni di investimento. La maggioranza delle economie e dei produttori dell'emisfero Sud e della Cina, continua a cimentarsi soprattutto nella produzione di merci a prezzi aggressivi e di imitazioni. Spesso ciò va a discapito della qualità.

Se nei prossimi anni, in queste zone la forza innovativa e la qualità dei prodotti dovesse tuttavia aumentare in modo significativo, il pericolo per l'economia politica occidentale e quella tedesca non dovrà essere sottovalutato. Nell'ambito di una tale evoluzione, in questi Paesi anche le richieste dei lavoratori relative a salari, stipendi e strutture sociali aumenteranno drasticamente e innalzeranno il livello dei costi.

Per i tedeschi e tutte le nazioni industriali occidentali è importante investire conseguentemente nella formazione delle generazioni future per sfruttare ed incrementare il vantaggio culturale.

Per il vino non vedo questo problema, poiché si differenzia completamente da tutte le altre merci. Non temo nemmeno che i mercati dei beni di consumo di questo mondo vengano sommersi dal vino cinese.

Ritornando all'Italia, quali sono gli elementi di forza del vino made in Italy e quali secondo Lei, gli elementi strutturalmente deboli?

Il punto di forza del vino italiano è senza dubbio – come già detto – il fattore emotivo estremamente positivo presso i consumatori dell'intero pianeta.

Le persone associano l'Italia ad un bel Paese, cultura, sole, mare, ottima cucina, emozioni e, appunto, al buon vino. A ciò si aggiunge che questi elementi positivi sono stati e vengono portati in tutto il mondo da milioni di italiani che si sono stabiliti oltre i confini dello stivale.

Un altro punto di forza è che l'Italia, come grande Paese enologico classico,



Taverello all'interno di un punto vendita in Germania

produce alcuni dei migliori vini del mondo. Questi nomi famosi aprono i mercati anche a prodotti di categoria media e bassa.

Carenze strutturali sono rappresentati da strutture, cantine e vigneti spesso antiquati. Gli esigui investimenti negli ultimi anni e decenni atti al miglioramento degli standard qualitativi e di marketing, hanno fatto sì che troppi vini italiani vengano venduti a prezzi eccessivi. Chi si trova in questa spirale ha difficoltà ad uscirne.

Un'altra carenza strutturale da non sottovalutare, che può essere definito come un dato di fatto, è che il controllo delle norme di legge della produzione nel vigneto e nelle cantine è decisamente lacunoso.

Questo porta regolarmente a scandali, che per un determinato lasso di tempo distruggono tutti gli sforzi positivi e proiettano un'immagine estremamente negativa sul mondo della produzione vinicola italiana.

Il cosiddetto "Scandalo Velenitaly", com'è stata vissuta in Germania l'intera vicenda, in particolare dagli operatori del settore?

Come tutti gli scandali precedenti, anche lo scandalo Velenitaly fa regredire enormemente, almeno in Germania, il settore enologico italiano. L'immagine del vino ne soffre duramente.

Il risultato è che i consumatori acquistano meno vini italiani. Nei primi sei mesi del 2008, in Germania il vino italiano perde circa il 10%. Questo è un vero peccato. Le vittime sono tutti i produttori onesti e quelli che si adoperano per una distribuzione internazionale del vino italiano.

La mancanza di un chiarimento veloce e trasparente e una certa "tattica di mascheramento" da parte delle Autorità italiane in occasione di tali scandali, getta un'ulteriore immagine negativa sull'intera situazione e indispettisce l'apparato amministrativo degli altri Paesi. I produttori italiani onesti dovrebbero unirsi e provvedere affinché questi scandali non si ripetano regolarmente. In tale condizioni è lecito chiedere alle Autorità competenti percorsi giuridici snelli e coerenti per rassicurare il consumatore.

Signor Mack, in uno scenario internazionale sempre più complesso, la Ca-



viro nel 2006 ha preso una decisione importante e molto rischiosa.

Entrare nel mercato tedesco con il proprio brand di punta, il Tavernello, in un segmento, quello dei vini in brik, già saturo e con crescita vicina allo zero. Ci vuole raccontare il progetto e la sua evoluzione?

Come è nata l'idea, che oggi possiamo dire vincente, di aggredire un segmento così difficile e con un prodotto ad un prezzo pari quasi al doppio dei suoi concorrenti?

Vorrei anticipare: l'andamento del Tavernello in Germania è molto positivo e penso che sia noi sia la direzione della Caviro, possiamo essere molto soddisfatti del risultato raggiunto finora. Ammetto che poteva essere senza ombra di dubbio considerato avventuroso entrare sul mercato tedesco con Tavernello, ma non irrealistico. In Germania viene venduta una grande quantità di vino in brik. Milioni di litri trovano la via che li porta al consumatore in questa forma di confezionamento. Ma sono quasi esclusivamente vini dai prezzi molto bassi e di infima qualità.

Il nostro obiettivo era quello di dimostrare al consumatore di vino in brik che

anche in questa forma di confezionamento è possibile trovare un buon vino. Tavernello è il vino più venduto in Italia. Esiste una ragione per questo e ciò dovrebbe interessare il consumatore tedesco. Tavernello è naturalmente molto più caro di tutti gli altri vini in brik, e per questo ha bisogno soprattutto di una corretta strategia di marketing, ottimi sistemi di distribuzione, un'informazione coerente e molta pazienza. Tavernello viene già distribuito su larga scala ed è sulla buona strada. Il successo cresce con ogni consumatore che constata che la qualità di Tavernello è migliore di quella di altri vini in brik a basso costo.

La Mack & Schühle e la Caviro sono legate da una lunghissima collaborazione. Abbiamo sempre avuto l'idea di introdurre gradualmente Tavernello in Germania – e infine ne abbiamo avuto anche il coraggio. Definiamo eccellente la collaborazione tra la Caviro e la Mack & Schühle e questo è la chiave del successo. Ci crediamo entrambi e quindi riusciremo a raggiungere il nostro obiettivo. ■

Bibenda promuove a pieni voti Tavernello e Castellino

La più autorevole rivista del settore enologico ha sorpreso i propri lettori abituali con uno speciale sui vini in brik, il settore enologico più importante in Italia.



Il secondo mercato europeo per produzione è proprio quello italiano ed il 32,2% del vino venduto attraverso i canali della grande distribuzione è confezionato in brik. Si tratta quindi di una realtà tangibile ed in continuo sviluppo dove Caviro rappresenta l'azienda leader e alla quale Bibenda ha voluto dedicare un'indagine specifica. Nelle pagine dell'accreditato bimestrale dei sommelier italiani viene dato grande risalto alla tecnologia utilizzata nello stabilimento di Forlì. La preparazione di 45 tipologie diverse di vino, la capacità di stoccaggio di 562.000 ettolitri, i quattro robot antropomorfi per la sistemazione in pallet e le dieci linee di confezionamento dei contenitori Tetra Pak sono tutti elementi che simboleggiano una grande avanguardia industriale della quale Caviro è senza ombra di dubbio portavoce.

Anche per quanto riguarda l'aspetto enologico della produzione viene esaltata la scelta di Caviro sull'abbandono della pastorizzazione a favore della microfiltrazione. Tavernello e Castellino sono vini biologicamente stabilizzati e microfiltrati, rispettosi delle peculiarità organolettiche. In altre parole il vino in brik è del tutto naturale e viene fatto con l'uva e non con le polverine come spesso i maligni hanno provocatoriamente insinuato. Motivo di elogio è diventata ugualmente la tracciabilità dei vini, caratteristica del consorzio faentino che denota grande trasparenza verso i consumatori. Nello specifico, grazie alle informazioni temporali indicate sulla confezione, una volta inserite le stesse nell'apposita pagina web di Tavernello è possibile risalire alle cantine di provenienza e alle uve impiegate. Il reportage prosegue poi sottolineando il sistema di

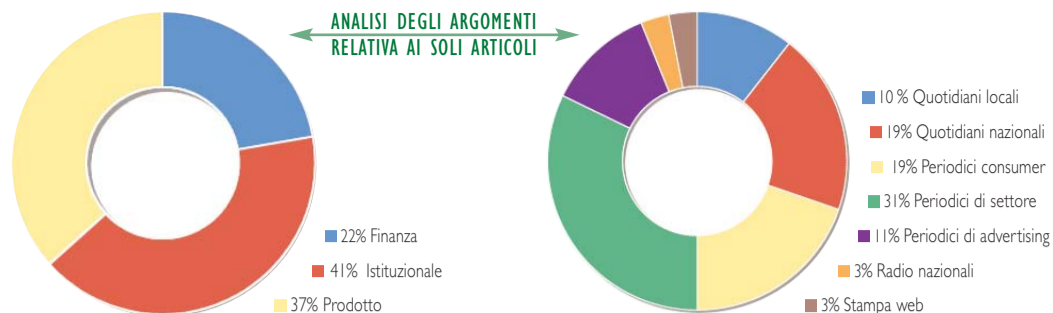
determinazione dei prezzi che Caviro mette in atto. Di solito, le imprese che imbottigliano sono strutture cooperative. I rapporti tra le case madri e i conferitori sono regolati da normative piuttosto precise e in qualche caso persino severe. Il prezzo viene convenzionalmente stabilito a grado alcolico, fatto salvo, il caso della cooperativa romagnola, dove entra in gioco anche una valutazione organolettica del vino in via di conferimento. Tale vaglio viene effettuato prima della spedizione da un panel composto da tecnici aziendali e professionisti della cantina sociale conferente: il punteggio va da 1 a 5 e il giudizio finale ha il suo peso nella determinazione del prezzo. E se ci si interroga sullo smaltimento degli scarti industriali, è nuovamente Caviro a segnare un punto a favore essendo il primo produttore mondiale di acido tartarico, sostanza che ha grandi possibilità di utilizzo in differenti compartimenti industriali. Basti pensare che gli stabilimenti di Faenza e Forlì sono autoalimentati. Bibenda ha indubbiamente promosso la levatura industriale dell'azienda faentina ma come sappiamo la grande fama di questa pubblicazione sta nelle sue temute degustazioni. Ebbene, sia Tavernello che Castellino hanno ricevuto pareri estremamente positivi in toto, dai colori ai sapori superando egregiamente l'esame gustativo. Ad onor di prova riportiamo il giudizio dedicato al Tavernello VDT Rosso che così recita: "Rubino pieno. Una nota fruttata abbastanza netta ne rende interessante il profilo olfattivo, non complesso ma di ineccepibile correttezza. Fresco e leggermente ruvido al palato, con uscita appena ammandorlata e persistenza superiore alla media della tipologia". ■

Caviro e la stampa

Un punto di vista spesso scomodo, critico ed in grado di influenzare il pensiero comune del grande pubblico.

L'inizio di luglio segna, ormai da quattro anni a questa parte, il momento in cui vengono tirate le fila dell'intero anno di lavoro svolto da Homina Pdc, l'agenzia di comunicazione e RP a cui Caviro ha deciso di appoggiarsi e che per essa, tra l'altro, tiene i rapporti con la stampa. L'idea di sviluppare un tema su come la stampa parla di Caviro non è casuale, e

nera una visibilità sulla "stampa di settore" e sulla "stampa rivolta al grande pubblico" di sicuro interesse. Non c'è bisogno di dilungarsi nello spiegare che i risultati ottenuti oggi sono il frutto di un'attività cominciata da lontano e costantemente sviluppata da Homina Pdc insieme alla dirigenza aziendale. Il lavoro svolto nel corso dell'ultimo



municati stampa istituzionali e governance delle richieste provenienti direttamente dagli organi della stampa. Importanza rilevante nell'arco dell'anno assunto le interviste al management aziendale soprattutto in occasione della fiera Vinitaly e dello scandalo suscitato dall'articolo de L'Espresso uscito in contemporanea con la fiera. Il caso di crisi aziendale al quale si è dovuto far fronte ha presentato un elevato livello di rischio per la reputazione dell'azienda. L'essere stati sempre vigili sull'intero panorama vitivinicolo ha comunque permesso un'evoluzione positiva della vicenda, riuscendo a capovolgere una situazione estremamente critica. Andando più nello specifico sui risultati ottenuti (aiutandoci per semplificazione dei concetti anche attraverso alcuni grafici), balza subito agli occhi come la visibilità stampa relativa all'universo Caviro sia stata, nelle tre macroaree considerate, uniforme: ambito finanziario 22% con 20 articoli all'attivo, ambito istituzionale 41% con 37 articoli all'attivo e ambito prodotto 37% con 33 articoli all'attivo. Si tratta di articoli che hanno visto Caviro quale protagonista principale e su di essa è stato costruito il "pezzo". L'aver attuato un'attività di ufficio stampa a 360° sull'intero mondo Caviro ha fatto sì che l'Azienda venisse

raccontata dai media nazionali e locali in tutte le sue sfaccettature dando in questo modo l'idea reale della dimensione della struttura e del peso della stessa, in quanto leader di mercato nel settore vitivinicolo e importante player nel panorama agroalimentare nazionale. Caviro sulla vicenda "Velenitaly" ci ha messo la faccia, e non solo per difendersi da attacchi pretestuosi. Ha lavorato affinché non venisse screditato l'intero settore per colpa, come riportato dalla stessa stampa, dei "soliti noti". E' questo il ruolo che ci si aspetta da un leader e che la stampa spesso si aspetta, ed è questo che Caviro ha fatto a differenza di altre realtà che hanno preferito tacere e giocare un ruolo passivo. Ma per ottenere un quadro completo dell'intero lavoro è necessario considerare anche la presenza sulla stampa attraverso citazioni. Una presenza negli articoli più discreta, marginale e contestualizzata ma egualmente efficace. Anche sotto questo punta di vista Caviro ha incrementato la visibilità attraverso una presenza costante nella maggior parte degli articoli su temi inerenti al settore vitivinicolo ed in cui sono state prese in considerazione le principali aziende del settore. ■

non vogliamo certo negare che lo spunto ci è stato dato dal cosiddetto "scandalo Velenitaly". Proprio lo scandalo in questione, insieme alle azioni stampa pianificate, ha permesso di otte-

anno, relativamente all'attività di media relations, è stato condotto secondo due principali direttrici, ovvero attraverso l'invio periodico alle principali redazioni delle cartelle stampa di prodotto e co-

Vendemmia 2008: previsioni in Italia e in Europa

In prossimità della vendemmia l'Italia si presenta divisa per le previsioni sull'imminente raccolto. Anche in Europa si presenta una situazione molto disforme e non sarà un anno con raccolto abbondante.

Gli andamenti meteorologici, come sempre hanno guidato i risultati sia quantitativi che qualitativi del vigneto. Il nord Italia ha avuto un periodo tardo primaverile ed estivo alquanto piovoso che ha condizionato le fasi fenologiche del vigneto, determinando una previsione quantitativa inferiore al 2007 e un risultato qualitativo ancora molto incerto. La campagna 2008 ha richiesto, comunque, molto impegno da parte dei vignaioli di tutta Italia. Il difficile andamento climatico, specie della primavera, ha messo a dura prova la perizia delle aziende soprattutto per quanto riguarda tempistica e scelta dei trattamenti adeguati e questo potrebbe amplificare ulteriormente la differenza fra i professionisti del vino. Dalla Romagna verso sud, anche se la primavera ha creato qualche apprensione, con l'avvento dell'estate tutto ha

virato all'ottimismo. Dopo un inverno nella norma, non eccessivamente rigido e quindi senza gelate tardive e con mesi caratterizzati da precipitazioni abbastanza contenute, ad inizio aprile a differenza dei forti anticipi della passata stagione, si è assistito alla abituale ripresa vegetativa. I mesi di aprile e maggio sono stati piuttosto piovosi, non per quantità di acqua caduta ma piuttosto per il ripetersi delle piogge. Tutto questo ha costretto i viticoltori a frequenti trattamenti antifungini. La fioritura è avvenuta in leggero ritardo rispetto alla norma (circa una settimana), buona l'allegagione che ha portato alla formazione di grappoli regolari. Solo la varietà Albana ha avuto qualche problema, ma nel complesso si può parlare di una produzione nella media. Il mese di giugno è proseguito con un clima abbastanza piovoso e tempera-

ture non elevate, favorendo molto lo sviluppo vegetativo e costringendo a numerosi trattamenti di difesa. Non sono da segnalare, se non episodici e ristretti, casi di grandine. Dal punto di vista fitosanitario, date le condizioni atmosferiche, si è sviluppata qualche macchia di peronospora e da segnalare qualche episodio di Oidio, ma senza danni significativi. Il mese di luglio e le prime tre settimane di agosto sono continuati asciutti

con temperature elevate, assicurando una soddisfacente continuazione dell'andamento vegetativo e a tutt'oggi i vigneti si presentano in uno stato sanitario perfetto. La scarsa presenza di precipitazioni estive ha provocato in alcuni terreni di alta collina e per vigneti con un carico di uva eccessivo, alcuni problemi di stress idrico. L'inviatura è avvenuta in ritardo nei confronti dell'anno precedente, ma nella



media rispetto ad annate normali. Nel giorno di ferragosto è arrivata un'area temporalesca che ha portato poca pioggia e nessun danno ai vigneti. È seguito da subito un miglioramento climatico, con un leggero abbassamento della temperatura, una diminuzione dell'umidità e una buona escursione termica giorno/notte che ha favorito la maturazione dell'uva e la formazione di un patrimonio aromatico più complesso. L'inizio della vendemmia per le varietà precoci, come lo Chardonnay ed il Pinot Bianco, è avvenuto solo per qualche limitata partita dal 20 agosto, ma in modo più consistente dal 25 agosto

(con oltre una settimana di ritardo rispetto al 2007), con un leggero ritardo rispetto alla norma.

A tutt'oggi per tutte le varietà, le uve sono molto sane ed hanno grappoli ben formati. Si prevedono delle gradazioni zuccherine nella media, un contenuto d'acidi sostanzialmente elevato e delle rese uva/vino soddisfacenti.

Dai sondaggi fino ad ora effettuati, pur con le dovute cautele, il quantitativo globale della Romagna dovrebbe essere in crescita rispetto alla vendemmia 2007, ipotizzabile in un +10%.

Già diverso il discorso in Emilia, dove le continue piogge e l'umidità hanno favo-

rito lo sviluppo della peronospora e oidio, che hanno causato danni in diversi vigneti delle province più occidentali. Anche l'allegagione ha avuto qualche problema e sono da segnalare temporali con grandine. Nell'area dei Lambruschi e della Lancellotta si stima un raccolto inferiore del 15% rispetto alla passata vendemmia, che mediato con l'incremento della Romagna fa proiettare un quantitativo come nella passata stagione nell'intera regione.

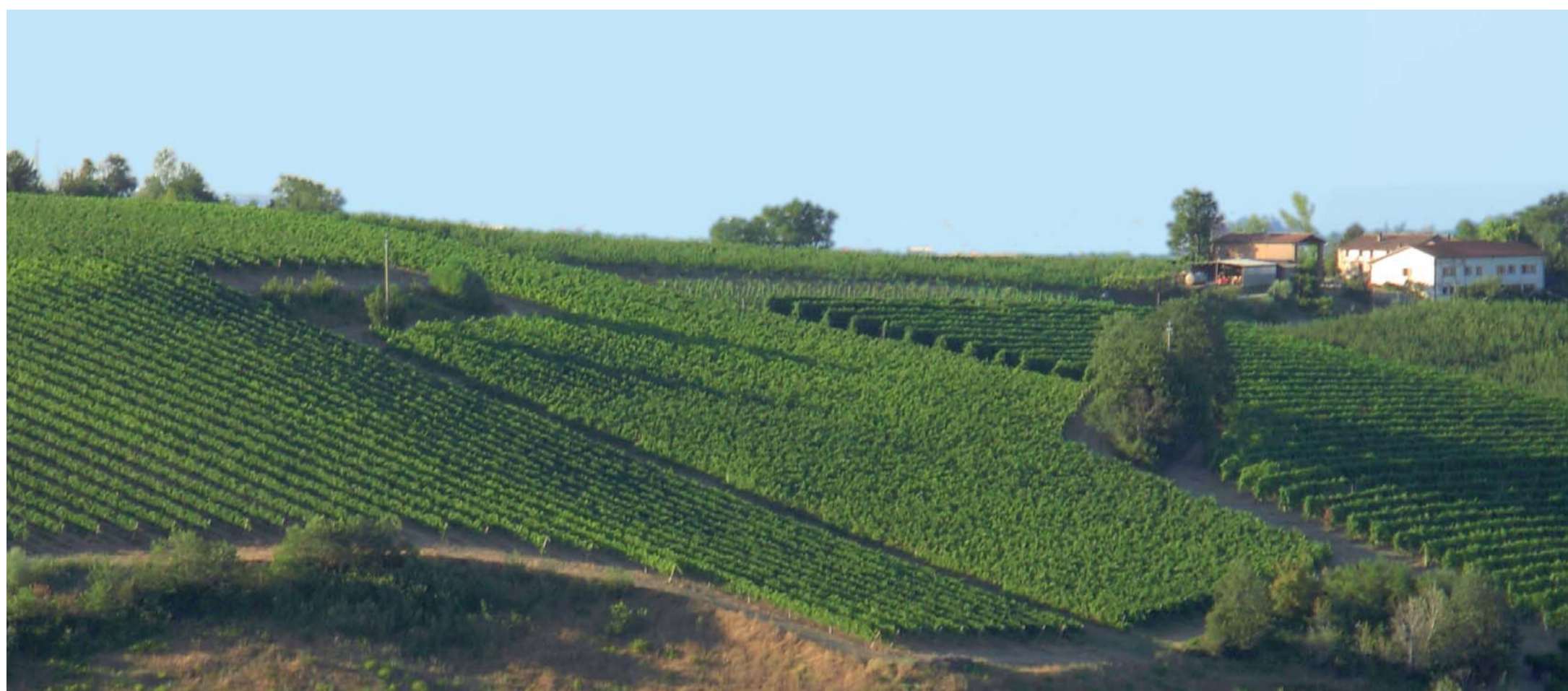
In Toscana le previsioni non sono male, si inizierà solo a metà settembre, ma per ora la situazione qualitativa è buona. Da segnalare un piccola leggera contrazione

dei volumi, nell'ordine del 5%, a causa di danni provocati dalla peronospora e in alcune casi grandine, che ha falciato specialmente la costa.

Nelle Marche molto belle le uve del Verdicchio. La maturazione sta procedendo molto bene, soprattutto dal punto di vista sanitario perché non ci sono state particolari malattie.

Il contenuto di acidità è elevato, importante per la freschezza e per gli aromi di un vino bianco. Dal punto di vista della quantità l'annata è leggermente al di sopra della media.

Bene in Abruzzo dove, dopo notevoli diminuzioni nel 2007 nell'ordine del



30%, ci sono le condizioni per un vendemmia quasi normale e dove per ora la sanità dei grappoli è molto buona.

Buona la situazione anche nel Salento, dove a causa delle grandinate l'annata si presenta un po' scarsa dal punto di vista quantitativo ma con uve molto belle del Primitivo e del Negroamaro.

In Sicilia, dopo il forte calo del 2007 dovuto ai danni della peronospora, che aveva colpito in special modo la provincia di Trapani, si ritorna ad una vendemmia normale. L'incremento rispetto alla precedente è quantificabile in oltre il 40%. Buono anche tutto l'andamento dell'annata, le uve sono molto sane, con equilibrio di maturazione fra acidi e zuccheri.

Andando al Nord la situazione è meno allegra.

Dal Piemonte arrivano infatti segnali di minor ottimismo: "c'è stata molta pioggia tra giugno e luglio, che ha creato non pochi problemi soprattutto per i dolcetti e le barbere, ma si può supporre un anche - 20% per le uve moscato e - 10% per il nebbiolo. Tuttavia è ancora presto per definire compiutamente la raccolta del 2008. Attualmente, infatti, la situazione sta migliorando e si spera in un buon settembre per portare a maturazione le uve in uno stato sanitario soddisfacente.

In Lombardia l'annata è stata caratterizzata da un'elevata piovosità con temperature notturne mediamente più basse rispetto ai dati storici, che hanno determinato un rallentamento vegetativo iniziale e una fioritura difficoltosa. Si prospetta un calo produttivo del 20% rispetto alla media storica e c'è preoccupazione per la sanità dei grappoli.

Dal Veneto arrivano segnali contrastanti, forse un po' meglio rispetto ad altre regioni del Nord. Non ci dovrebbe essere infatti un calo quantitativo significativo, ma la qualità dei grappoli non è ottimale e ci sono molte preoccupazione per lo sviluppo della botryte.

Come in Friuli, ci sono stati dei problemi

con il maltempo e i quantitativi dovrebbero essere più limitati rispetto anche al 2007, a causa delle difficoltà primaverili nell'allegagione.

Complessivamente oggi in Italia si stima un raccolto di circa 45 milioni di ettolitri. A luglio le previsioni davano un recupero rispetto al 2007 del 10%, poi i numeri si sono un po' ridimensionati.

Guardando gli altri Paesi europei, la Spagna dovrebbe mantenersi attorno a 40 milioni di ettolitri e in questi anni si sta molto avvicinando alla produzione italiana. Il Governo de Castilla-La Mancha prevede una produzione vitivinicola intorno a 21 milioni di ettolitri, cifra molto simile alla campagna precedente, per questa regione che produce oltre il 50% dell'uva dell'intera Spagna.

Un po' di diminuzioni nella zona dello Jerez, maturazione lenta nella Rioja e la qualità dipenderà dal clima di settembre. In diminuzione il quantitativo nella zona di Zaragosa.

In Germania la produzione è quantitativamente nella media. Oltre 10 milioni di ettolitri previsti di vino e ritorno ad una stagionalità normale dopo il forte anticipo dell'anno scorso. Sono da sottoli-

neare però un po' di problemi di sanità delle uve nelle varie regioni viticole causate da peronospora e botrite.

Per quanto riguarda la Francia il calo stimato è nell'ordine del 15%. Nel sud-est è previsto un grosso calo produttivo ed il raccolto dello Chardonnay ha fatto segnare un forte decremento rispetto al 2007 a causa di alcuni problemi in fase di fioritura e per la siccità nei mesi estivi. Nella Loira forte calo a causa del gelo primaverile.

A Bordeaux siamo in presenza di un'annata molto particolare ed ufficialmente dicono "grand millésime".

Forte diminuzione anche in Portogallo: -15/20%, per gelo primaverile nel Douro.

In Slovenia grossi danni causati dalla grandine nella zona interna, si stima una diminuzione di circa il 20%, mentre in Croazia la quantità è simile al 2007 e buona la qualità.

Infine in Grecia si prevede, come qualità una buona vendemmia, mentre la quantità si preannuncia simile al 2007 che fu molto scarsa. Come al solito però di risultati di vendemmia sia per quantità che per qualità si può parlare quando l'uva è in cantina. ■



Arte vinicola, orgoglio e passione! Le Cantine Intesa sono questo e molto altro...

Raffaele Drei, Presidente della Cooperativa Agrintesa, ci racconta la storia di una scommessa oggi più che mai vinta.

Signor Drei, facciamo subito un passo indietro e raccontiamo brevemente come e quando nascono le Cantine Intesa.

La nascita delle cantine sociali in provincia di Ravenna risale agli anni '60, periodo storico caratterizzato da una forte evoluzione dell'agricoltura spinta in ogni settore dalla necessità di accrescere le produzioni alimentari e di evolvere verso un'economia di mercato e non più di sostentamento.

Come è avvenuto il passaggio alla dimensione attuale? Quali sono stati i presupposti affinché potesse avvenire questo passaggio? Ripercorriamo insieme le tappe più importanti.

Le cantine sociali nascono e si sviluppano per consentire ai produttori, a volte mezzadri, e quasi sempre di piccole dimensioni, di affrontare il mercato in maniera coesa ed organizzata gestendo la fase di trasformazione delle uve. Da queste prime tappe la storia della cooperazione ravennate è stata caratterizzata dalla volontà di essere coesi e di rispondere via via alle esigenze di un mercato che è andato ampliandosi divenendo globale e più esigente nell'arco di 40 anni. Le cantine sociali PAF, Vincooper, Sociale di Russi e Godo, cresciute nei primi decenni della loro storia in volumi trasformati e commercializzati, di fronte alle nuove sfide sul finire degli anni '90 hanno, con pragmatismo e senso di responsabilità, deciso di superare i loro limiti territoriali e dimensionali per fondersi e dare vita a Intesa partecipando ad analoghi percorsi avvenuti simultaneamente nelle cooperative ortofrutticole del territorio. Questo storico passaggio ha consentito di raggiungere le attuali dimensioni del ramo d'azienda vitivinicolo della Cooperativa Agrintesa nata nel 2007 da un'ulteriore

fusione di Intesa con altre cooperative del settore ortofrutticolo.

Il vostro motto è "Insieme più Grandi".

Le importanti dimensioni hanno permesso di avviare un processo di razionalizzazione nella trasformazione del prodotto conferito dai soci consentendo grandi investimenti nelle migliori tecnologie oggi a disposizione grazie all'attuazione delle economie di scala realizzabili nella concentrazione delle diverse cantine distribuite sul territorio. In tale operazione si è poi tenuto conto non solo delle necessità di aumentare il livello qualitativo del prodotto grazie all'adeguamento tecnolo-



Da sinistra: Raffaele Drei, Presidente Agrintesa e Secondo Ricci, Presidente Caviro

gico ma anche di segmentare la propria offerta personalizzandola in base alle diverse destinazioni commerciali. Si è, in altre parole, investito esaltando le diverse vocazioni produttive dei territori sui quali gravitano i nostri associati mettendoli in sinergia e specializzando, sulla base di tale inclinazione, i diversi stabilimenti su cui la Cooperativa ha investito strategicamente.

In un settore sempre più frammentato e caratterizzato da piccole realtà, voi avete percorso la strada opposta e cioè quello di riunire più cantine per

Il dibattito tra Coldiretti e Fedagri accende l'attenzione sul mondo cooperativo

Come se non bastasse, recentemente si è aggiunto un ulteriore tema di discussione fra gli associati, dato dal dibattito promosso dalla Coltivatori Diretti nei confronti delle cooperative agricole di Fedagri. La Coldiretti, espressione della maggiore organizzazione di rappresentanza del mercato agricolo, sta chiedendo ai propri associati impegnati nei

consigli di cooperative agricole di aderire alla propria associazione anche con l'impresa cooperativa. Come sindacato di imprese agricole individuali, familiari o di società semplici di agricoltori, Coldiretti oggi, come in passato, svolge un ruolo di rappresentanza e tutela del mondo agricolo senz'altro importante. La società cooperativa è oggi espressione di soci appartenenti a più organizzazioni agricole come Coldiretti, Confagricoltura, Cia e Copagri che da tempo a loro volta hanno dato vita ad un sindacato di impresa cooperativa a tutela di queste società. Sicuramente

affrontare ed essere maggiormente competitivi sul mercato. Ci indichi i punti di forza e le prospettive future delle Cantine Intesa.

Nasce da questa logica la modernissima Cantina di Cotignola completamente ristrutturata ed ammodernata, nel cuore della pianura e di un vasto bacino produttivo, in grado di produrre e stoccare oltre 600.000 hl di vino bianco tutto rigorosamente termo-condizionato. Cantina divenuta vero mostro di efficienza nel coniugare qualità per il segmento dei vini daily e ridotti costi di trasformazione; così come nasce da questa filosofia, la scommessa della cantina di Modigliana, fiore all'occhiello di Cantine Intesa, specializzata nella produzione di prodotti di alta gamma sia per il consorzio Caviro che per i prodotti a marchio proprio: "I Calanchi", "Poderi delle Rose" e "Provit" (spumanti). Tali produzioni, avviate nel 2000, con l'adozione di un rigido disciplinare da parte di un selezionato gruppo di aziende, hanno rappresentato una scommessa, riteniamo vinta, per riqualificare l'immagine della Cooperativa e della viticoltura del territorio, orientandosi ai palati più raffinati della ristorazione e delle enoteche a cui questa gamma è rivolta. I numerosi riconoscimenti ricevuti nei più quotati concorsi enologici testimoniano la validità di questo lavoro. Non va poi tralasciato come questa esperienza sia stata palestra e scuola di tecniche agronomiche senza dubbio propedeutiche ad un generale innalzamento qualitativo avuto in tutta la filiera partendo dalla conduzione dei vigneti degli associati. Associati seguiti da agronomi specializzati nel settore e che hanno visto strutturarsi sul territorio centri di ritiro uve snelli ed efficienti là dove avvenivano importanti dismissioni di cantina. Intesa ha dunque investito nella fase industriale e commerciale ma parallelamente ha ritenuto strategica l'efficienza del servizio, soprattutto per ciò che concerne l'assistenza agronomica ed il ritiro del prodotto. Quanto detto rappresenta sicuramente un percorso in atto, non ultimato, e destinato a proseguire nella logica di sempre maggiore specializzazione lungo tutte le fasi della filiera, dalla produzione, che oggi intraprende velocemente la

strada dell'accorpamento aziendale e della meccanizzazione, alla trasformazione industriale, alla segmentazione ed innalzamento qualitativo dell'offerta.

questi soci non possono accettare un orientamento di questo tipo. Tutto questo crea discussione e divisioni fra gli associati, generando confusione senza portare a nulla di costruttivo. È certamente nella missione di Coldiretti la tutela dei propri associati, come l'indicazione agli stessi sul governo di queste imprese, ma da ciò a chiederne l'adesione e la rappresentanza come impresa credo ce ne passi e che occorra una riflessione. Il mondo agricolo necessita di unità di indirizzo, di scelte e di politica a livello nazionale per poi poter portare una voce sola al tavolo europeo. Come si può co-

agrintesa
Insieme più grandi

CHI SIAMO

- Cooperativa ortofrutticola di 1° grado
- 6.400 aziende agricole socie
- 6.500 ettari coltivati a vigneto
- 250.000 tonnellate annue di ortofrutta conferita
- 150.000 tonnellate annue di uva da vino conferita
- 102.500 tonnellate di capacità frigorifera ortofrutta
- 1.701.403 hl capacità di stoccaggio vino
- 2.000 dipendenti stagionali
- Oltre 200 dipendenti fissi di cui 40 tecnici agricoli qualificati

DATI ECONOMICI (euro)

- 275.000.000 fatturato consolidato
- 143.700.000 liquidato ai soci nel 2007-08
- 2.800.000 sostegno ai produttori diretto agli investimenti nel 2007-08
- 70.400.000 € patrimonio netto

MERCATI DI DESTINAZIONE VINO

conferimento a Caviro 35-40%
Italia ingrosso 40%
Estero ingrosso 18%
Dettaglio e imbottigliato 2%

LOCALITÀ CENTRO DI RITIRO CANTINA DI LAVORAZIONE

LOCALITÀ	CENTRO DI RITIRO	CANTINA DI LAVORAZIONE
Bagnacavallo (RA)	X	X
Belricetto (RA)	X	X
Cotignola (RA)	X	X
Faenza (RA)	X	X
Mezzano (RA)	X	X
Modigliana (FC)	X	X
Russi (RA)	X	X
Castelbolognese RA	X	-
Fusignano (RA)	X	-
Mordano (BO)	X	-
S. Alberto (RA)	X	-
Santerno (RA)	X	-

strada dell'accorpamento aziendale e della meccanizzazione, alla trasformazione industriale, alla segmentazione ed innalzamento qualitativo dell'offerta.

Agrintesa e Caviro. Quali sono secondo Lei i vantaggi di far parte di una delle più importanti realtà agroalimentari nazionali?

La PAF di ieri è stata una fra le nove cantine romagnole che diedero vita al consorzio Caviro. È grazie ai consiglieri di quelle cantine che venne fatta la scelta di imbottigliare i propri vini non nelle singole cantine ma insieme in un consorzio. Oggi Agrintesa è il socio più grande della compagine sociale Caviro e tramite il consorzio colloca direttamente al consumatore una quota importante del proprio vino. Siamo fortemente impegnati e interessati alla crescita sia come quota di mercato che come modello di filiera vitivinicola integrata. ■

struire un confronto pensando solo a se stessi? L'interesse degli associati viticoltori è quello di avere una classe dirigente ovunque essa sia, impegnata, preoccupata di garantire una continuità del settore. Il Gruppo Caviro, con i suoi soci, da anni è impegnato a portare avanti un progetto di filiera con marchi propri, un prodotto 100% italiano ed una tracciabilità di provenienza a difesa dei viticoltori associati. I viticoltori chiedono alle cooperative, alle associazioni e alla politica, dei risultati, delle prospettive e non delle liti di visibilità fra enti, che nuocciono solamente. ■