

L'economia circolare intorno al grappolo d'uva

La storia della Caviro

Fatturato da 423 milioni di euro, 585 dipendenti, export in 80 Paesi, ma anche il 100% di autosufficienza energetica e il 99% di recupero degli scarti. Oltre al supporto delle cicogne



“ Se la maggior parte dei ricavi (67%) deriva dal vino, quella restante è legata ai prodotti nobili e il 13% dalla produzione di energia per la quale sono state create due società ad hoc

Il Tavernello e il brick diventato un'icona



I progetti

Alla luce di tutto questo il gruppo cooperativo ha cambiato pelle nel corso di questi ultimi anni. Prendiamo i ricavi, quelli derivati dal vino rappresentano il 63%, grazie ai 175 milioni di litri di vino lavorati, che equivalgono a 223 milioni tra bottiglie, brick e bag in box. Per la cronaca, Caviro è il primo produttore nel nostro Paese con l'8,5% del vino italiano. Questo per il vino.

L'innovazione

La restante parte dei ricavi, il 24%, arriva da prodotti nobili (alcoli, acido tartarico, enocianina polifenoli, mosti ed altri estratti), con un 13% dalla produzione di energia (elettrica, termica, biometano, bioetanolo). In questa direzione sono state create anche due società ad hoc come Caviro Extra ed Enomondo insieme ad Hera. «Il nostro è realmente un percorso circolare - conclude Bassetti -. Partiamo dalla vigna, dopodiché con i sottoprodotti della filiera come vinaccia e raspi produciamo i prodotti nobili. Con gli scarti vegetali invece arriviamo alla produzione di bioenergia e fertilizzanti naturali per un percorso 100% circolare». L'area di 40 ettari a Faenza è tutta vocata in questa direzione. E come dice il volontario che cura l'oasi «se le cicogne volano qui significa che l'aria è buona, sennò col cavolo che nidificherebbero da queste parti». **FF.**

FAENZA

Il successo di Caviro ha un nome ben preciso: Tavernello. Vino che continua a fare discutere per il brick che lo ospita, vino però che è l'unico italiano tra i primi dieci venduti al mondo. Di Chianti, Franciacorta o Barolo non c'è traccia.

Piaccia o meno, il Tavernello è una storia di successo che parte dalla Romagna. Gli anni sono i ruggenti Ottanta, quelli dove la Milano era da bere (rigorosamente Martini) e la Romagna da ballare. In quel clima di spensieratezza qualcuno dalle parti di Faenza si era accorto di un vuoto: il vino viveva di tanto sfuso, c'era spazio per un "confezionato" nazionalpopolare. Piccolo problema: gli unici contenitori consentiti erano vetro, legno e terracotta. Il vino lo potevi mettere solo lì dentro.

L'idea, che si rivelerà geniale, è il Tetra Pak. Perché non mettere il vino in brick? Siamo nel 1983, si parte con l'esperimento. Per il lancio sul mercato arrivano tante proposte da Milano senza scaldare il cuore. Si decide di giocare in casa, ci si rivolge a un gruppo di ragazzi di Imola. Si ispirano alla "taverna", l'idea viene pagata 500mila lire. Decisamente a buon mercato per un marchio che perdura ancora oggi a oltre 40 anni di distanza ed è divenuto il simbolo del vino in brick.

Oggi questo vino viaggia in 46 Paesi del mondo, e dai 5 milioni di brick del 1983 è passato a 100. «È diventato un'icona che racconta la cultura italiana», afferma Benedetto Marescotti direttore marketing Caviro. Bassetti sottolinea la versione bianco: «Se in Romagna si continua a coltivare trebbiano nelle vigne in pianura un grazie lo deve a Tavernello». Secondo Carlo Dalmonte «è un esempio virtuoso di un'agricoltura che dà redditività».

Resta aperto il dibattito se un prodotto come questo possa rappresentare l'emblema del vino italiano nel mondo. Sia come sia, una cosa è certa: il successo è innegabile. E bravi quei giovanotti di Imola che pensarono alla "taverna". **FF.**

FORLÌ

La protesta dei trattori su un tema è stata unanime: la redditività del mondo agricolo. In altre parole, lavorare si ma non in perdita come troppo spesso avviene nelle campagne. Non è un caso che proprio questo sia stato uno dei tasti sui quali i vertici di Caviro hanno più volte posto l'accento nella visita della stampa agricola specializzata negli stabilimenti di Forlì e Faenza. Il colosso cooperativo conta 11.100 soci su una superficie di 37.500 ettari spalmati su 7 regioni. «Questo significa una cosa molto semplice: una media di 3,3 ettari per socio - spiega il presidente Carlo Dalmonte -. È evidente che parliamo di aziende di piccole dimensioni che farebbero fatica a stare sul mercato. Pensiamo solo a un'ipotesi di export: un agricoltore da solo dove può andare? E invece grazie al sistema cooperativo riusciamo a garantire reddito ai nostri soci, ai quali dobbiamo rispondere nel nostro operato».

I numeri

Lo spirito cooperativo, dunque. Quello che produce oltre il 60% del vino italiano, con l'Emilia Romagna regione forte per una tradizione storica che ha saputo farsi attualità. «Prendiamo la sostenibilità, è una parola di cui quotidianamente sentiamo parlare - afferma Giampaolo Bassetti, direttore generale di Caviro -. Pochi però ricordano che ha un prezzo. Il consumatore ad esempio è sensibile al tema purché non gli determini un incremento dei costi. Noi la sostenibilità l'abbiamo calcolata nel nostro bilancio in termini di impatto economico, sociale ed ambientale».

La dimensione

Quella economica si traduce in questi numeri: fatturato 423 milioni di euro (+1,4%), 585 dipendenti, export in 80 Paesi. Poi c'è quella sociale con i già citati 11.100 soci viticoltori e 7 milioni di famiglie consumatrici. Infine quella ambientale, sulla quale l'azienda ha concentrato i maggiori sforzi negli ultimi anni: 100% di autosufficienza energetica, recupero del 99% degli scarti, salvaguardia di un'oasi delle cicogne a due passi dallo stabilimento di Faenza ospitando circa un centinaio di esemplari. «Il cambiamento climatico gli agricoltori lo stanno vivendo sulla loro pelle, perché sono un presidio del territorio» spiega ancora Bassetti.



Sopra, lo stabilimento di Faenza. In alto, i dirigenti del gruppo. A sinistra, i silos delle cantine Caviro. A destra, la sede di Forlì

