

PRODOTTI IN PRIMO PIANO

**H**a oltre cent'anni di storia e rinnova, anno dopo anno, il suo grande dinamismo sotto il profilo sia commerciale, sia assortimentale: Caldirola si conferma protagonista nel mercato del vino e, in particolare, nel canale della distribuzione moderna, che non a caso è stata una delle prime aziende ad approcciare con convinzione, negli anni Settanta, intuendone le enormi potenzialità di sviluppo. In effetti, nata nel lontano 1897, soltanto negli anni Quaranta del secolo scorso l'azienda avviò una vera e propria attività commerciale, pur limitata a un ambito locale. Attività che negli ultimi trent'anni è andata assumendo la dimensione di un business consolidato a livello nazionale e in costante sviluppo sui mercati esteri. Caldirola è leader nel canale moderno e, con 85 milioni di bottiglie vendute all'anno, è la prima azienda vinicola in Italia nel segmento del vetro. Oggi l'azienda è gestita da un pool di manager specializzati e con una forte esperienza nel

# CALDIROLA

**Il protagonista del retail lancia la nuova gamma di vitigni regionali firmati "La Cacciatora"**



mass market. La capillare rete di vendita strutturata negli anni permette

a Caldirola di presidiare al meglio tutte le quattro aree Nielsen.

Gli elementi distintivi della politica aziendale si possono sintetizzare nell'ampia gamma di prodotti in grado di soddisfare ogni esigenza di consumo; nell'ottimo rapporto qualità/prezzo della proposta commerciale; in un mix di servizi studiati "ad hoc" per le necessità dei punti di vendita della distribuzione moderna. Alla base di tutto resta naturalmente l'accurata selezione nelle zone di origine dei vini, che vengono rigorosamente controllati dal laboratorio analisi interno e quindi imbottigliati nello stabilimento di Missaglia, che dispone di tre linee completamente automatizzate.

**Un brand valorizzato**

E veniamo all'assortimento, che quest'anno vede il varo di una grande novità, frutto peraltro della valorizzazione di un "patrimonio" già presente in azienda. Parliamo del marchio La Cacciatora, che già firma il core business storico di Caldirola, ovvero la Barbera d'Asti doc.

# LA CACCIATORA®



Barbera e nuove passioni...



Gruppo Caldirola

Ebbene, il progetto di creare un nuovo brand per dare ancora più forza all'offerta, ha portato il management alla decisione di "giocare in casa", puntando proprio su un ampliamento della gamma di vini La Cacciatora. Un marchio che negli anni ha saputo conquistare la fiducia dei retailer e dei consumatori grazie a un'equilibrata combinazione di qualità e prezzo.

La rinnovata gamma di vini La Cacciatora, che andranno ad affiancare la Barbera d'Asti doc e il classico "Cuvée del Centenario vdt", presenta il meglio dei vitigni regionali più venduti in Italia. Caldirola, infatti, ha selezionato la Bonarda Oltrepo Pavese doc, il Garganega Chardonnay Veneto igt, il Lambrusco di Modena igt secco e amabile, il Trebbiano Ravenna igt vdt, il Chianti docg, il Montepulciano d'Abruzzo doc e il Nero d'Avola doc: come si vede, un'offerta davvero di

L'azienda, confermandosi protagonista nel retail, ha deciso di valorizzare il proprio marchio La Cacciatora, affiancando alla Barbera d'Asti doc, prodotto di punta dell'azienda, una gamma di vini che rappresentano al meglio la tradizione vinicola regionale italiana: una proposta di alto profilo, per soddisfare gli attuali trend di consumo



alto livello, che si colloca al vertice dell'assortimento Caldirola.

### Un lancio che crea forti aspettative

Inutile dire che l'azienda si attende molto dalla nuova gamma La Cacciatora, pensata per rispondere alle tendenze e al gusto dei consumatori. Naturalmente, è stata pianificata un'importante campagna pubblicitaria sulle principali testate trade e del settore. A questo proposito, va sottolineato che una prestigiosa rivista specializzata ha recentemente realizzato una degustazione dei vini La Cacciatora, ricavandone giudizi più che lusinghieri. Un buon viatico per la nuova linea.

A completare l'offerta dell'azienda lombarda, non vanno dimenticati due brand storici: i vini Caldirola e Maestri Cantinieri. Il nuovo catalogo relativo al primo brand sarà presentato all'ormai prossimo appuntamento del Vinitaly di Verona; il secondo brand, dal canto suo, presidia l'area del primo prezzo con un crescente successo.

## Intanto l'azienda rafforza l'export

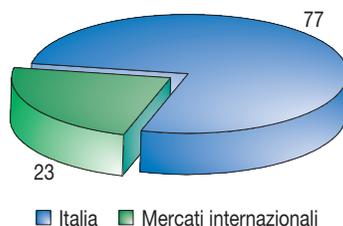
Caldirola continua a crescere e a puntare sul mercato italiano: l'anno scorso l'azienda ha messo a segno un incremento del fatturato pari al 3%, in un contesto di mercato non certo tra i più facili. Allo stesso tempo, va facendosi sempre più consistente il peso dell'export. Basti pensare che nel 2007 le esportazioni sono cresciute del 15%, a dimostrazione di una concreta attenzione per i mercati internazionali, dove ormai Caldirola sviluppa stabilmente oltre il 20% del proprio giro d'affari.

Per quanto riguarda le aree più importanti, va citata innanzitutto l'Europa, dove Caldirola presidia non solo mercati

più "tradizionali" quali Germania e Spagna, ma anche realtà in forte espansione, come la Russia o i Paesi dell'Est (è il caso delle Repubbliche Ceca e Slovacca o della Polonia). Oltre oceano, Caldirola sta ottenendo ottimi riscontri in Paesi quali il Brasile, così come in talune realtà apparentemente remote dell'Estremo Oriente, quali Thailandia e Corea del Sud.

I mercati esteri – nei quali spesso l'azienda commercializza prodotti "ad hoc", come il Lambrusco fermo destinato alla Germania – sono tendenzialmente coperti da distributori specializzati, gestiti direttamente dalla sede di Missaglia.

LA SUDDIVISIONE DEL FATTURATO PER AREE



### AL VERTICE DI CALDIROLA

**Amministratore Delegato**  
Silvano Giroldini  
**Direttore Commerciale e Marketing**  
Carlo Bonfanti  
**Responsabile Ufficio Estero**  
Claudia Riva



Casa Vinicola Caldirola spa  
Via San Bartolomeo, 8  
23873 Missaglia (Lc)  
Tel. 039.593121  
Fax 039.9201193  
www.caldirola.it  
casa.vinicola@caldirola.it