

È stato un evento davvero in grande stile, quello organizzato lo scorso 27 giugno presso lo stabilimento di Forlì, per festeggiare i 25 anni di Tavernello, etichetta di punta del colosso vitivinicolo italiano. Una giornata di festa alla quale hanno partecipato oltre duecento invitati: viticoltori, consiglieri delle cantine sociali, giornalisti, autorità politiche, enologi ed estimatori. Il momento clou della manifestazione è stata senza dubbio la Tavola rotonda su alcuni temi centrali e attualissimi nel mondo del

CAVIRO

I 25 anni di Tavernello: un traguardo speciale celebrato confrontandosi su come tutelare il vino

vino, condotta da Federico Fazzuoli, storico presentatore di "Linea Verde", alla quale dedichiamo l'approfondimento in basso. La festa è stata accom-

pagnata dalla performance della Big Band del Conservatorio "G.B. Martini" di Bologna, diretta dal Maestro Massimo Morganti che, dopo una cena a ba-

se di sapori genuini e vini scelti, ha allietato i presenti con un concerto soul-jazz di notevole eleganza artistica.

La festa di fine giugno, densa di contenuti ma prima di tutto occasione di allegro e genuino meeting, ha ben rappresentato lo spirito del Tavernello, da dissacratore a precursore dei tempi: dal 1983 a oggi ininterrottamente parte integrante della tavola italiana.

Una fiducia che nel tempo si è andata consolidando e che solo nell'ultimo anno ha fatto sì che Taver-

Come proteggere l'immagine del vino italiano

La giornata di festeggiamenti organizzata per celebrare degnamente il Tavernello ha vissuto un momento di riflessione e dibattito molto interessanti nella tavola rotonda intitolata: *"Quale Filiera, quali controlli, quali sanzioni per la tutela dell'immagine del vino italiano"*. A condurla è stato il giornalista Federico Fazzuoli.

Per l'occasione, sono stati invitati a dibattere su questi temi numerosi relatori d'eccezione, tra cui il presidente C.E.E.V. (Comitato Europeo delle Imprese Vinicole) Lamberto Vallarino Gancia, l'assessore regionale all'Agricoltura dell'Emilia Romagna Tiberio Rabboni, il direttore commerciale food di Coop Italia Roberto Fiammenghi, il presidente nazionale Fedagri-Confcooperative Cav. Paolo Bruni, il direttore del Consorzio Cantine Sociali Verona Alberto Frabboni e Alessandro Balzarelli, wine specialist nel mercato inglese.

Si è trattato di un convegno dagli argomenti forti, tra i quali meritano di essere citati la controversa questione delle certificazioni; i recenti scandali che hanno danneggiato il mercato enologico italiano; l'importanza di controlli più rigorosi da parte degli organi compe-

tenti e molto altro. A sottolineare il grande impegno di Caviro nella salvaguardia del prestigio del vino italiano. Se da un lato è emerso il dato positivo che il consumatore non si è lasciato influenzare dagli

scandali di "Velenitaly", dall'altro è stata sottolineata la problematica del "dèjà vu", ovvero del fatto che i responsabili di questa disonestà continuano a essere i medesimi di sempre: il che accentua la necessità di un'ottimizzazione dei disciplinari. Solamente all'estero l'effetto ha causato maggiore diffidenza da parte dei buyer che oggi agli esportatori richiedono ulteriori garanzie.

Tuttavia, si tratta di un momento storico per il vino italiano, perché a breve due delle leggi fondamentali su vini doc e ocm della legislazione italiana verranno modificate, affinché la sintesi tra fattibilità e normativa possa prendere forma.

E su tutti, chi esce da questo polverone a testa alta è senza dubbio il Tavernello che, grazie ai propri produttori, alle cooperative che forniscono l'uva di prima scelta e al grande lavoro di tutela che Caviro svolge da più di 25 anni, è diventato un vero e proprio simbolo di trasparenza.



Due immagini della tavola rotonda condotta da Federico Fazzuoli all'interno dello stabilimento di Forlì: in alto i protagonisti del dibattito; sopra il folto e attento pubblico che ha partecipato all'incontro.



CAVIRO

Caviro Soc. Coop. Agricola
Via Convertite, 12 - 48018 Faenza (Ra)
Tel. 0546.629111 - Fax. 0546.629321
www.caviro.it - www.tavernello.it

Caviro è una delle più grandi realtà nel panorama vitivinicolo italiano. L'azienda ha costruito un assortimento che copre tutti i canali distributivi, soddisfacendo i diversi target di consumatori. Caviro oggi è il primo produttore italiano di vino daily, con prodotti posizionati nelle diverse fasce di prezzo e in tutti i canali di distribuzione: storica la leadership dei due grandi marchi Tavernello e Castellino. Sempre dedicati alla gdo sono i vini igt, doc e docg delle linee Botte Buona e Brumale. Riservata a ristorazione ed enoteche è la linea Romio, che raggruppa vitigni provenienti da 8 regioni italiane.

nello vantasse una quota del 10% su tutto il vino venduto nella grande distribuzione. Si tratta di un dato significativo, comprovato anche dal fatto che nel nostro Paese oltre cinque milioni di famiglie quotidianamente scelgono di bere il popolare vino in confezione Tetra Pak. Caviro, che fa del Tavernello il proprio fiore all'occhiello, conta su una base sociale composta da 40 cantine sociali a cui fanno capo più di 22.000 viticoltori che producono oltre 5.000.000 di quintali di uva e coprono un territo-

rio vitato di oltre 44.000 ettari.

L'azienda, pur essendo ai massimi livelli di modernità, conserva quasi gelosamente lo spirito tradizio-

nale delle origini, garantendo una ricerca qualitativa che si esprime nella rigida selezione delle zone geografiche di provenienza del vino e consente di

offrire al mercato prodotti che beneficiano delle prerogative di gusto e di prezzo dei migliori vigneti nazionali. Peculiarità che, aggiunte allo spirito originario del Tavernello, nato come "vino di tutti i giorni" e fondato su valori imprescindibili quali la socializzazione e lo stare insieme, hanno pienamente conquistato la stima dei clienti. Basti pensare che oggi il Tavernello detiene il 60% del mercato interno di vino in brik e che ogni 8 secondi un prodotto Caviro viene acquistato in un supermercato.

Le chiavi di un grande successo

È difficile sintetizzare in poche righe il "fenomeno" Tavernello: basterebbe rimarcare che da anni è il vino più consumato, più distribuito, più famoso, più presente nelle case degli italiani. Ed è stato, prima di tutto, il primo vino in brik mai apparso in Italia: una rivoluzione autentica, una "dissacrazione" immediatamente apprezzata dai consumatori, che in Tavernello hanno da subito apprezzato un perfetto mix di bontà, semplicità, praticità, convenienza. Tavernello compie 25 anni mantenendo un grande slancio verso il futuro, forte del lavoro dei 20.000 viticoltori organizzati e integrati nel Consorzio, di un eccellente presidio della qualità e di un know-how tecnologico costantemente aggiornato. Va detto che, accanto alla qualità "dedicata" al prodotto e alla straordinaria innovazione brik, almeno altre due sono le chiavi del successo di Tavernello. La prima va ricercata nella lungimiranza anche commerciale di Caviro, che da subito ha puntato sulla distribuzione moderna per distribuire il prodotto velocemente e su tutto il territorio nazionale, dialogando con interlocutori che hanno saputo cogliere le potenzialità di una novità così dirimpente. La seconda è sicuramente la comunicazione. All'inizio, l'azienda ha puntato sulla televisione per creare notorietà e fiducia sul marchio. Nel tempo, Caviro ha "virato" su una comunicazione più informativa e qualificante, credibile e simpatica, mai urlata, semmai molto incentrata sui valori che hanno fatto di Tavernello una vera case history di successo.

Un "abito da cerimonia"

Un quarto di secolo senza dare mai l'impressione di invecchiare: proprio per festeggiare i suoi 25 anni, Tavernello ha deciso di proporsi con una nuova veste grafica, un "vestito da cerimonia".

Il nuovo look, studiato dall'agenzia Armando Testa, oltre a presentarsi al consumatore con una grafica più impattante, pone in primo piano il marchio celebrativo della ricorrenza del 25° compleanno.

La personalizzazione della confezione, che riguarda anche la parte relativa ai testi, comprende il classico brik, il cluster delle confezioni da tre, il bag in box e i cartoni esterni.

L'attività promozionale prevista per tutto il 2008 e avviata sia nella gdo, sia nell'horeca, è anche l'occasione per argomentare con ancora più forza i plus del Tavernello.

Parliamo innanzitutto dell'aspetto qualitativo derivante dalla filiera totalmente rintracciabile: prova ne sia l'ottenimento nel 2007 della certificazione da parte dell'ente internazionale Csqa, che dimostra come tutti i soggetti della filiera operino in conformità alle prescrizioni della norma Uni 10939:01. L'altro grande

plus è l'aspetto ecologico, come dimostra l'utilizzo del brik, efficace e a basso impatto ambientale.

