

RETAIL & INDUSTRIA



Daniele Colombo

@daniele_colombo

L'adozione di un modello circolare porta il gruppo di Faenza (Ra) a un posizionamento multi-business di estremo interesse competitivo

Caviro Extra valorizza gli scarti

Cantina dei record, **Caviro di Faenza** (Ra) è anche la più grande filiera vitivinicola d'Italia. E da oltre 50 anni è impegnata sull'utilizzo di fonti rinnovabili. Il gruppo ha creato una task force dedicata, **Caviro Extra**, con un investimento di 8 milioni di euro l'anno. Scarti e sottoprodotti, come vinacce, vinaccioli, feccia del mosto, foglie e tralci di potatura, diventano risorse per ottenere altri prodotti ad alto valore aggiunto ed energia. Con gli stabilimenti produttivi di Faenza e Treviso, l'impresa è fornitore di riferimento di **semilavorati e materia prima per il comparto farmaceutico**, ali-

RIFERIMENTO NEL MONDO DEL VINO

Caviro vanta 330 milioni di euro di fatturato. Prima cantina per quota di mercato a volume e a valore con la leadership nel brik grazie al marchio **Tavernello**, il vino da tavola apprezzato da 4 milioni di consumatori. Ma il Gruppo ha in pancia anche cantine che producono **Amarone e Brunello** pluripremiati. Negli ultimi cinque anni ha ricevuto oltre 200 premi nazionali e internazionali. Ha anche brevettato un metodo di produzione ispirato alle conoscenze di **Leonardo da Vinci**.

RETAIL & INDUSTRIA

mentare e beverage con altri numeri da record.

A Milano, dove ha presentato il primo bilancio di sostenibilità, sviluppato da un ente terzo, è emersa come punto di forza la **circolarità del ciclo produttivo**. Un plus che non è passato inosservato all'Ocse, che vi ha dedicato uno specifico approfondimento. "Sostenibilità fa rima con responsabilità" ha rimarcato il presidente **Carlo Dalmonte**, annunciando che "sull'economia circolare l'azienda sarà sempre più impegnata in futuro".

Dai sottoprodotti del core business aziendale trae materiali nobili per il comparto farmaceutico e alimentare. "I vinaccioli freschi essiccati stanno diventando un prodotto molto ricercato dalle industrie alimentari e farmaceutiche per i polifenoli di cui sono ricchi" ha rimarcato il **direttore generale SimonPietro Felice**. Dalla vinaccia **Caviro** ne tratta ogni anno circa 100 mila tonnellate) e, in seconda battuta, dalla feccia, ricava una decina di prodotti nobili come alcol etilico (secondo produttore in Italia), acido tartarico (terzo produttore nel mondo, molto usato in farmaceutica e cosmetica), enocianina (un colorante alimentare naturale). Un business in fase di consolidamento: "Ultimamente utilizziamo sottoprodotti anche da altri produttori e non solo dai nostri soci" ha sottolineato il direttore generale.

UN INSIEME DI COOPERATIVE

I numeri dell'azienda cooperativa, nata nel 1966, sono impressionanti. Circa 12.800 soci viticoltori sparsi in 7 regioni che coltivano su 36 mila ettari (il 5% del vigneto Italia, ovvero 680 mila ettari); 31 cooperative, 550 dipendenti, 50 enologi; 6 stabilimenti produttivi; 174 milioni di litri di vino imbottigliato, il 10% dell'uva vinificata di tutto il Paese, e il 90% transita nella cantina di Forlì che è la più grande d'Italia. Il risultato sono 220 milioni di pezzi, tra bottiglie e brik, venduti in oltre 70 Paesi.

Il gruppo è **produttore di energia**. Una volta esauste, la vinacce servono per fare funzionare gli impianti **Caviro** è completamente autosufficiente dal punto di vista energetico): in combustione diventano materiale per ottenere energia termica ed elettrica. Da una decina d'anni il surplus viene venduto e immesso in rete. Parte delle vinacce esauste è destinata a produrre **biogas e biometano** (usato nei trasporti), in enormi digestori anaerobici. Il prodotto che si ottiene è organico, miscelato con altro materiale verde e compostato diventa **ammendante naturale** che torna ad arricchire i terreni agricoli. "Purificando biogas otteniamo bio-

metano e Co₂ che non viene reimpressa nell'aria ma incamerata e venduta sul mercato" ha aggiunto.

Che poi la circolarità faccia bene alle vendite lo dimostrano le scelte dei consumatori. Secondo un sondaggio effettuato da **Wine Monitor Nomisma** per **Caviro**, il rispetto per l'ambiente (36%) è salito al secondo posto come driver d'acquisto in gdo mentre il prezzo basso rimane il quarto (29%). E ben il 74% degli italiani ritiene importante che le aziende adottino azioni a tutela dell'ambiente.

"Abbiamo davanti tre macro-obiettivi -ha confermato il direttore generale-. Il primo è il trasporto. Puntiamo a ridurre le emissioni anche lavorando sul packaging (il brik in questo caso è vincente rispetto al vetro): stiamo collaborando con **Tetra Pak** per usare entro pochissimi anni un prodotto compostabile. Il secondo è il recupero dell'acqua. Investiremo 3 milioni nel 2020 per raddoppiare l'attuale riutilizzo dal 30 a 60%. E il terzo è la sicurezza sul lavoro, perché la sostenibilità non è solo ambientale".

Caviro ha saputo agire su 7 dei 17 impegni delineati dall'Onu con l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, portando beneficio all'ambiente e all'economia. Chi crede ancora che il fattore green sia solo una di leva marketing ha un esempio concreto con numeri che dicono il contrario.