



Francesca Benini
Cantine Riunite-Civ sca

“La cooperazione agroalimentare verso nuovi mercati”

Martedì 26 Novembre 2019
Palazzo Dossetti - Unimore



UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA



**Cantine Riunite & CIV:
La Cooperazione Agroalimentare
verso Nuovi Mercati**

CANTINE
RIUNITE & CIV

The leading Italian sparkling wine company

Reggio Emilia, 26 Novembre 2019

- **Chi è Cantine Riunite & CIV**
- **Il mercato mondiale del Vino**
- **Il Brand Riunite: la storia di un Brand globale**
- **Il Brand Maschio: dalla multinazionale all'azienda italiana**

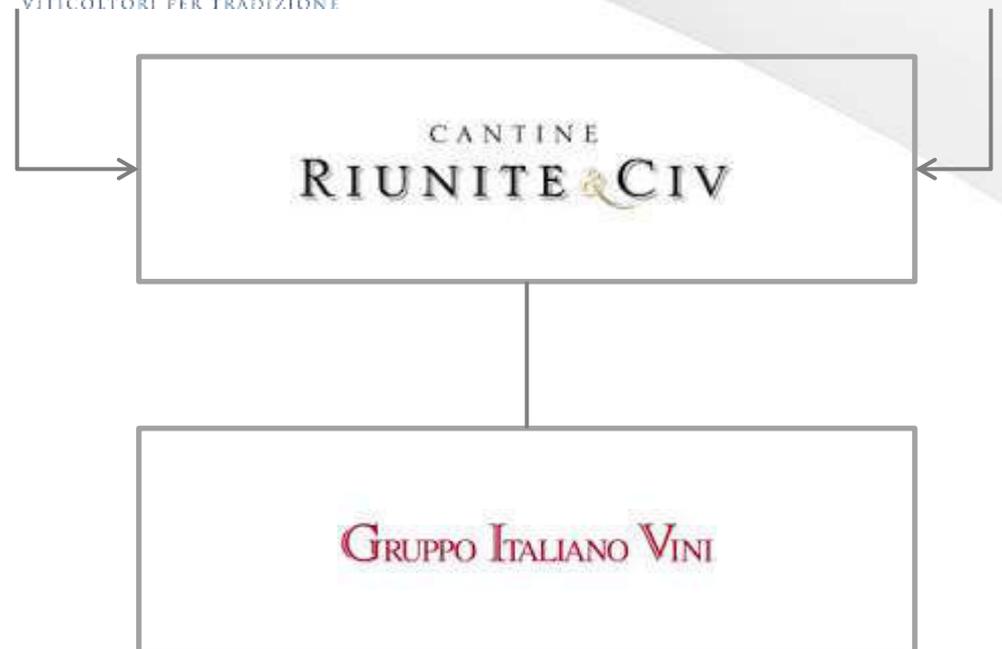
Nel 2008...

Nel 2018:

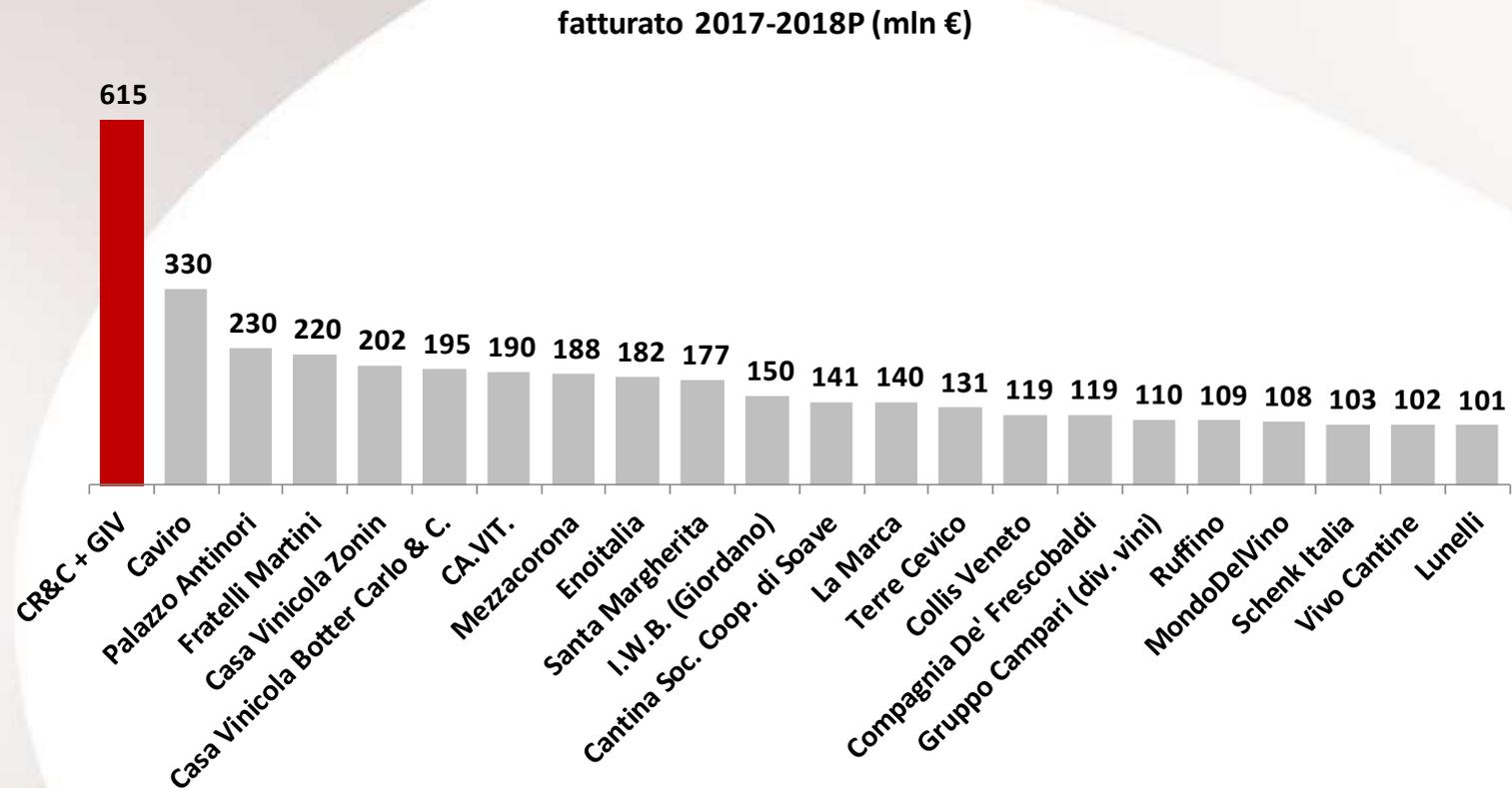
- **Fatturato Consolidato** 615 mln €
- **Estero:** 65% fatturato totale
- **Numero Bottiglie:** 220 milioni

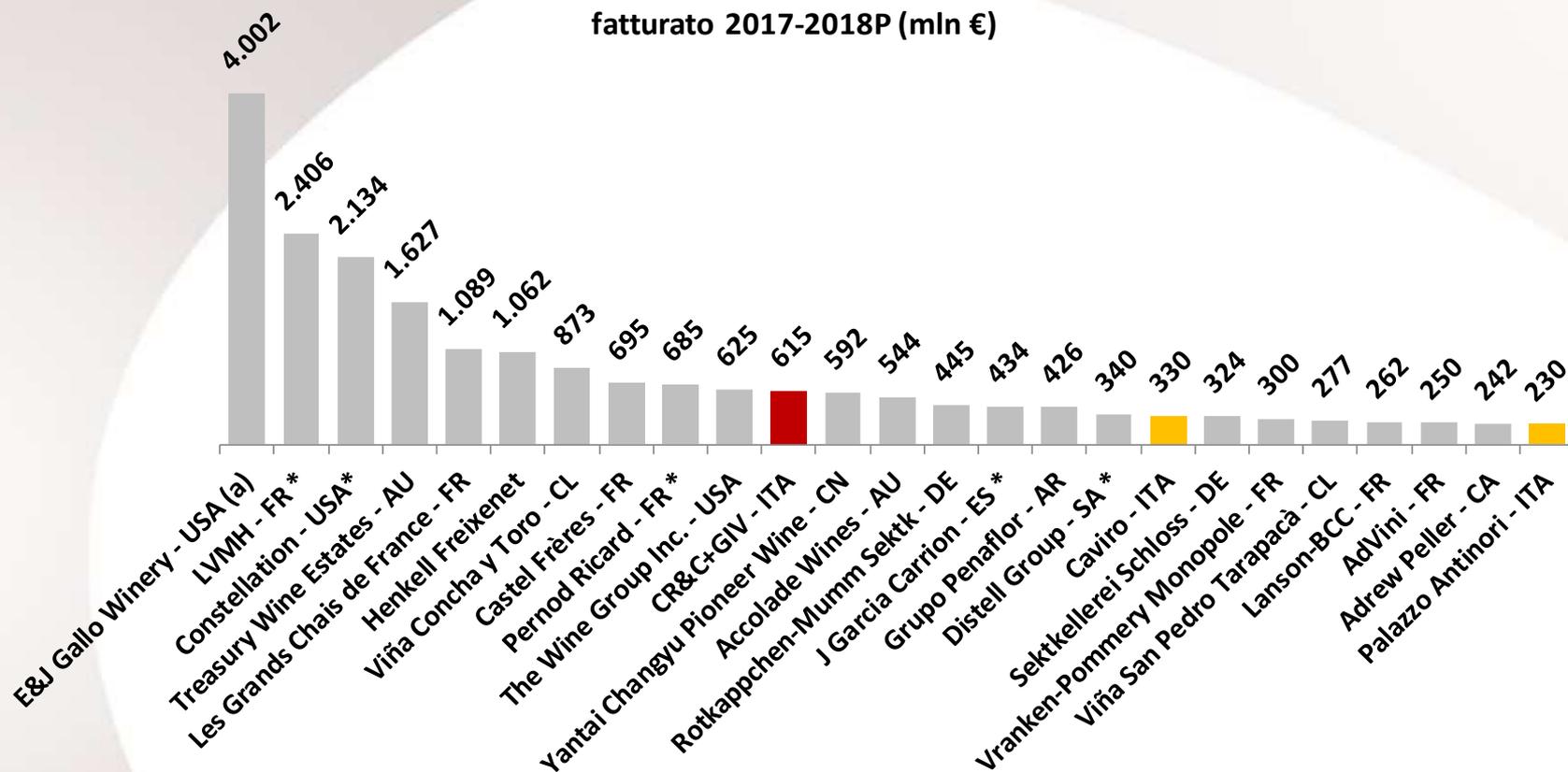
Riunite
VITICOLTORI PER TRADIZIONE

CIV & CIV
VIGNE E VINI



CR&C + GIV è il primo gruppo vitivinicolo in Italia !

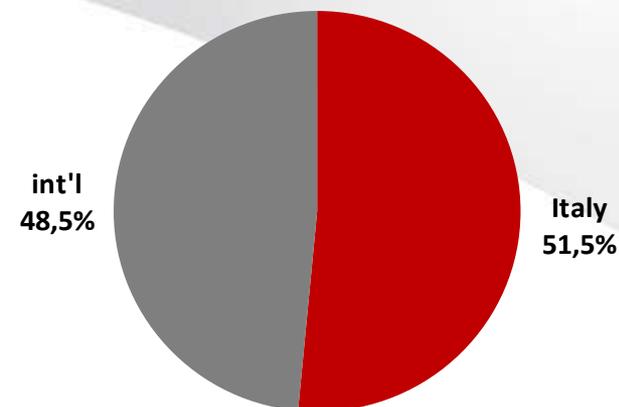




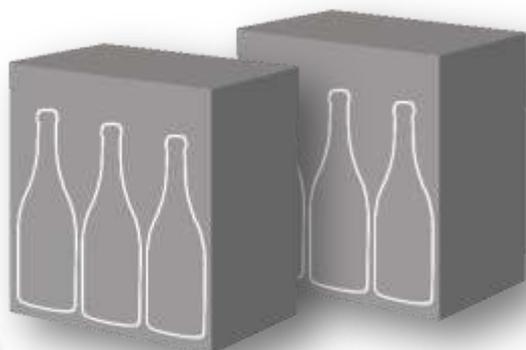
Nel corso degli ultimi anni, abbiamo registrato una performance positiva in Italia e all'estero



2017/2018 total sales (%)



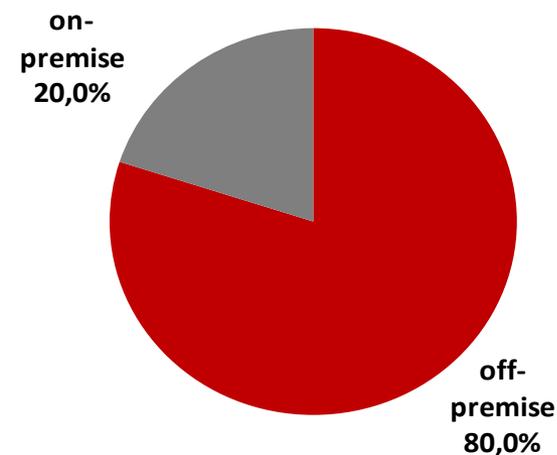
~ 10 mln cases



~132 mln bottiglie

(solo vino confezionato - formato da 0,75 lt)

2017/2018 Italy sales (%)





**1.700
soci viticoltori**

- Qualità
- Passione

**24 cooperative
viticoltrici**

- Cura del prodotto
- Filiera produttiva integrata

**4.300 ettari di vigneti
890.000 quintali
di uva conferita**

- Lambrusco Salamino
- Lambrusco Grasparossa
- Lambrusco Sorbara
- Grechetto Gentile
- Montuni
- Lancellotta
- Pignoletto

Un sistema di produzione integrato garantisce la qualità e la tracciabilità del prodotto



8 centri di vinificazione

- Albinea Canali
- Correggio
- Campagnola Emilia
- Argine
- Castelvetro
- Castelfranco Emilia
- Sorbara
- San Marino di Carpi

3 impianti di imbottigliamento

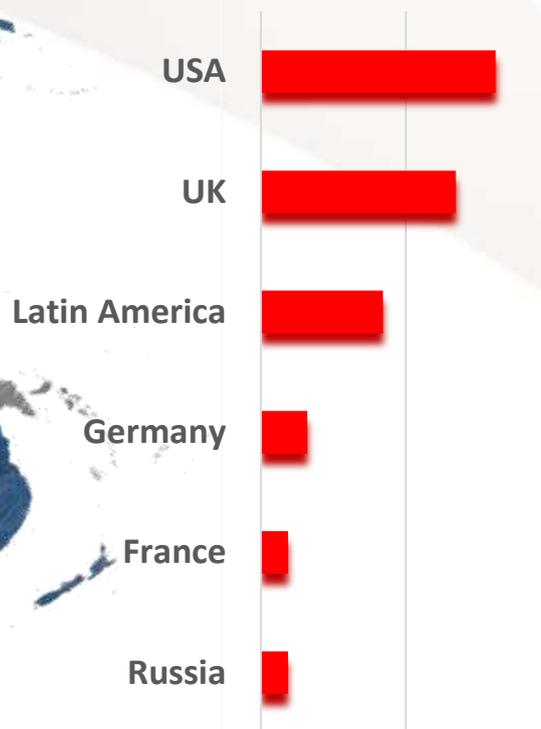


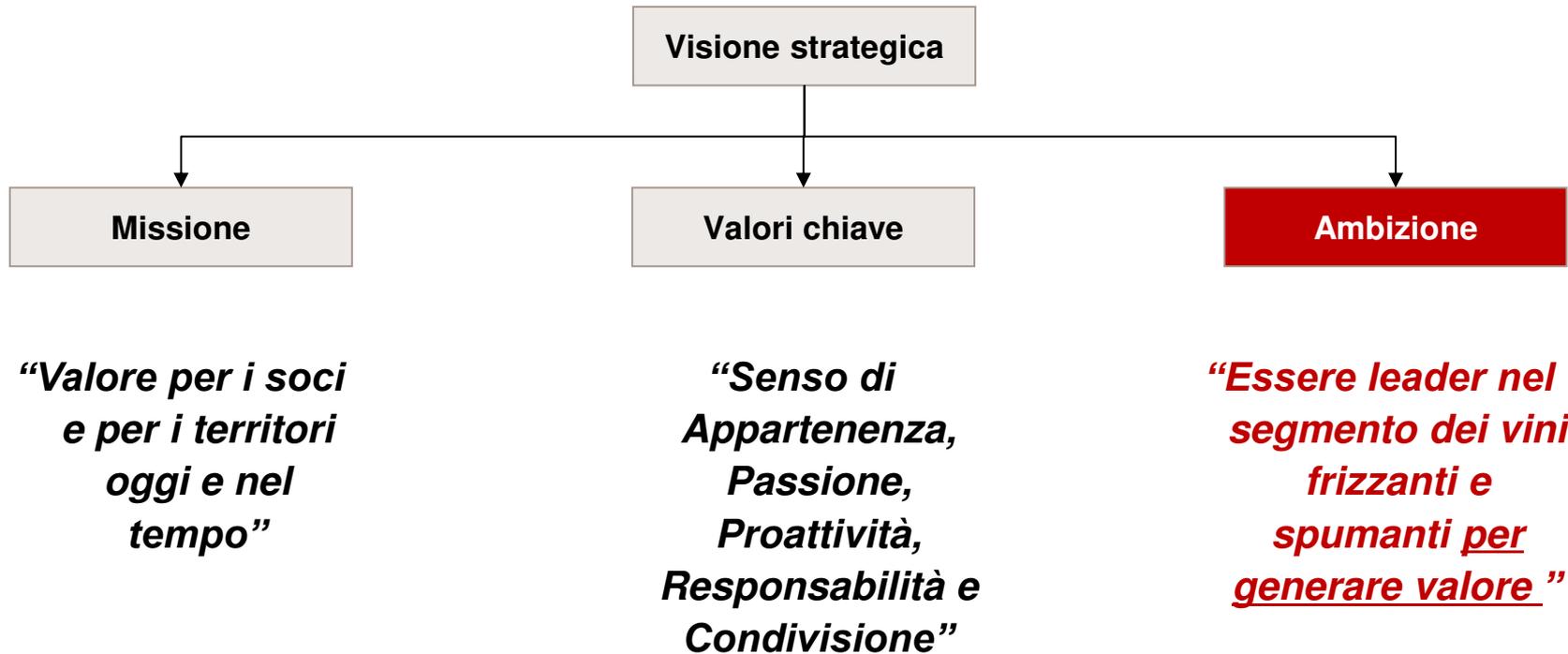
processo produttivo certificato





Top export countries Cases 2018





Il Mondo del Lambrusco

Il Mondo del Prosecco

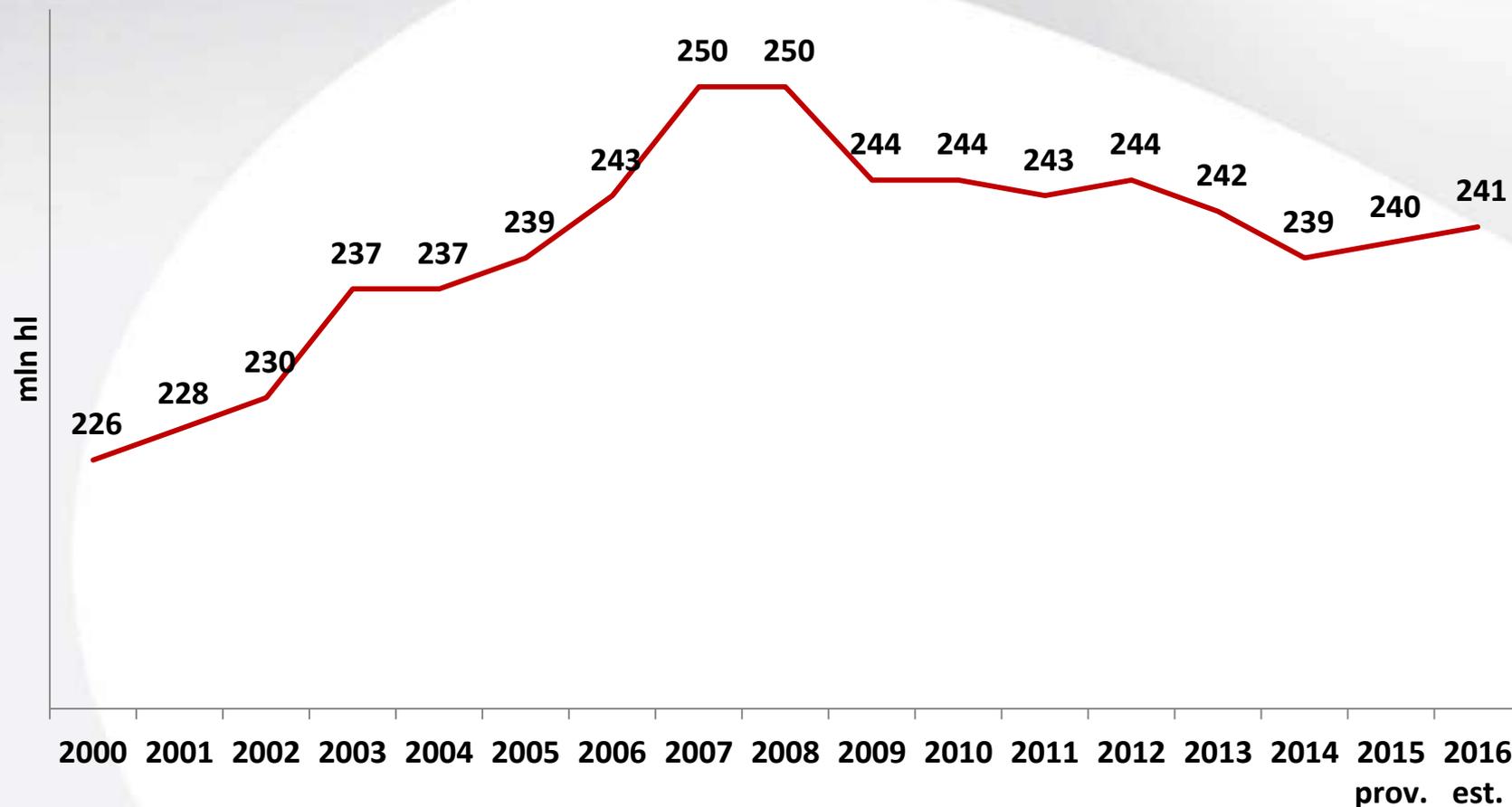
Il Mondo del Pignoletto



- **Chi è Cantine Riunite & CIV**
- **Il mercato mondiale del Vino**
- **Il Brand Riunite: la storia di un Brand globale**
- **Il Brand Maschio: dalla multinazionale all'azienda italiana**

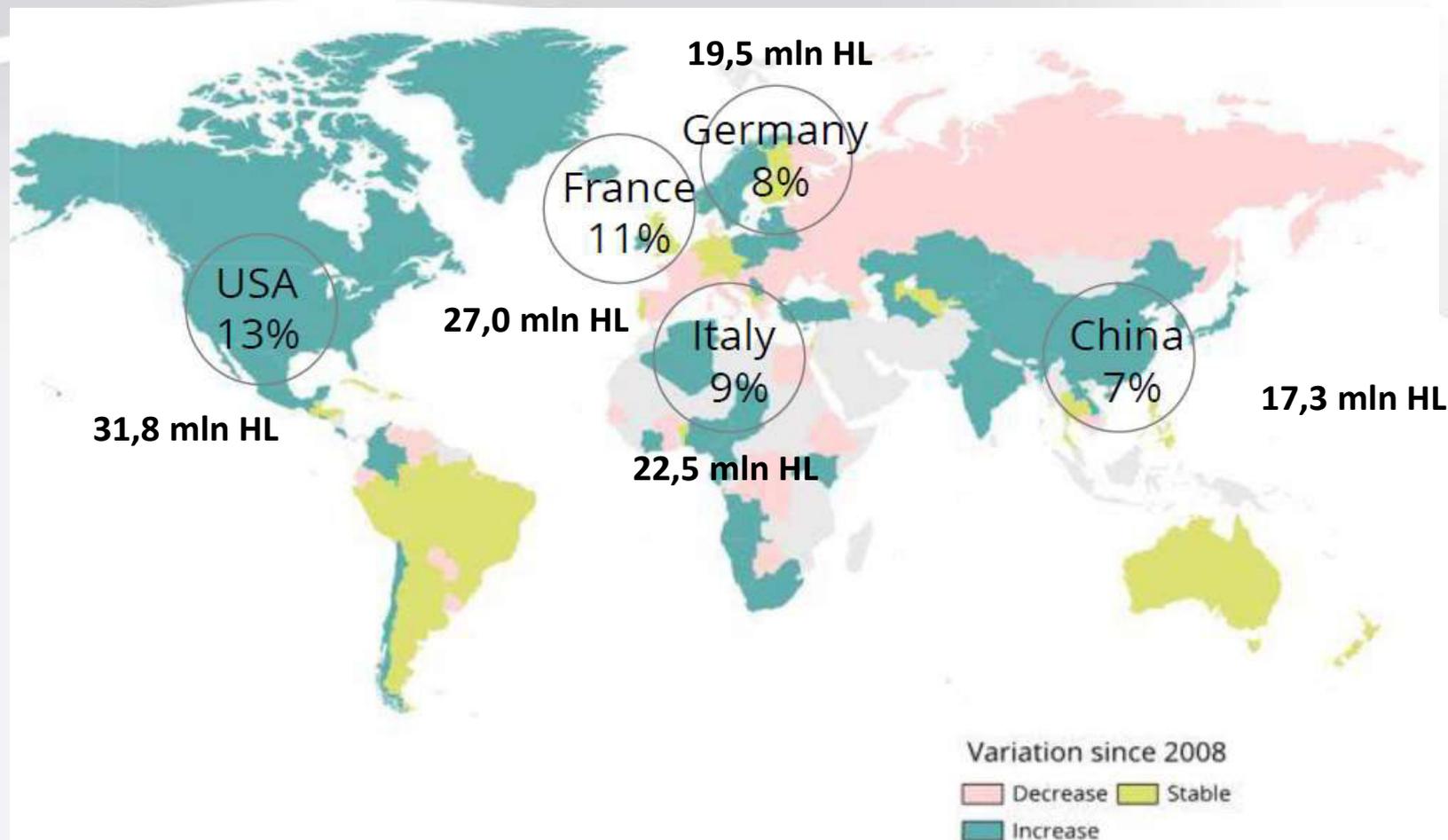
Consumi di vino stabili intorno ai 240 mln hl dall'inizio della crisi economica e finanziaria

Consumo mondiale di vino



Nel corso degli ultimi anni, il consumo di vino si è particolarmente ridotto nei paesi tradizionalmente produttori, mentre è aumentato quello dei grandi paesi importatori

5 Paesi consumano circa la metà del vino a livello mondiale



- **Chi è Cantine Riunite & CIV**
- **Il mercato mondiale del Vino**
- **Il Brand Riunite: la storia di un Brand globale**
- **Il Brand Maschio: dalla multinazionale all'azienda italiana**

Riunite

Il lambrusco # 1 al mondo
- La Storia Americana -



[Riunite on ice \(1984\)](#)

Shaun Carr

9 anni fa • 84.894 visualizzazioni
commercial.

[YOU
TUBE](#)



[Riunite on Ice 1979 TV commercial](#)

robotsea2009

2 anni fa • 12.784 visualizzazioni

Riunite on ice...that's nice! A 1979 television ad for Riunite Wines.

[YOU
TUBE](#)

Riunite

on ice...
that's
nice!



RED • WHITE
ROSE

America's No.1
Imported Wine

THE HOUSE OF BANFI, FARMINGDALE, N.Y.

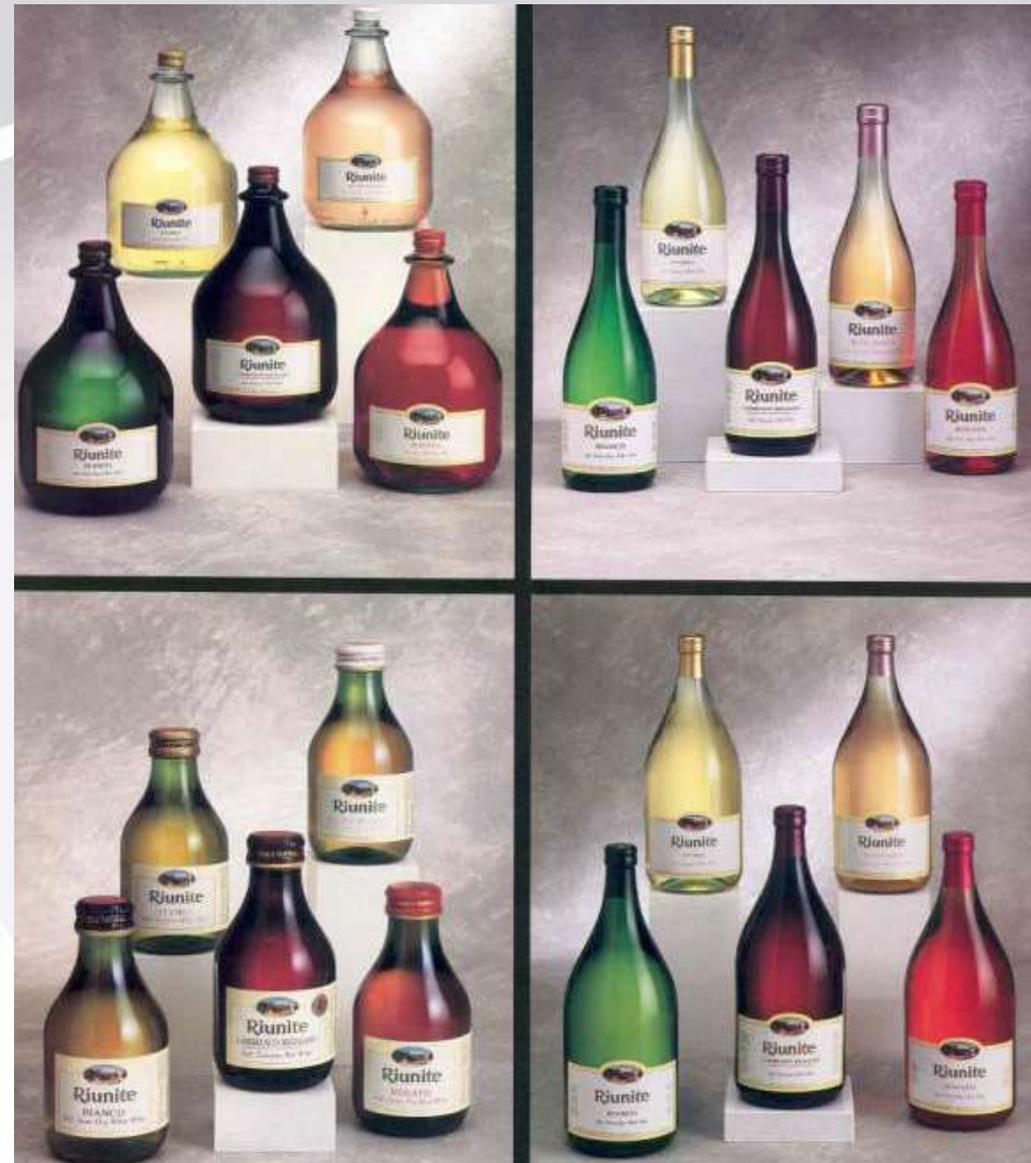


Anni '90

Cantine Riunite vive una profonda evoluzione, che porta la struttura consortile tradizionale a diventare un'impresa moderna capace di ottimizzare le risorse produttive e commerciali per rinnovare i successi dei primi vent'anni di vita.



Riunite: la storia nel mercato americano anni '90





“Il Lambrusco Riunite è nella lista dei 25 vini italiani più influenti degli ultimi 25 anni”.

È la recensione di Wine Enthusiast, una delle più prestigiose e autorevoli riviste enologiche mondiali.

Ogni vino rispecchia il suo territorio. E il Lambrusco si abbina perfettamente alla terra in cui nasce: frizzante, vivace e conviviale come l’Emilia.

Ma quello che accomuna ogni Lambrusco Riunite è la spuma vivace, il profumo aromatico e fruttato, il gusto gradevole, la bassa gradazione alcolica.

Riunite #1 nel mondo



Negli anni '70 il consumatore americano era lontano dalla conoscenza del vino: Un Lambrusco facile da bere, amabile e non impegnativo incontrava i gusti di un target che si stava avvicinando al vino

Gli Americani tendono a bere freddo e con ghiaccio: il Lambrusco amabile si beve freddo e spontaneamente si avvicina alle modalità di consumo del target

La presenza delle popolazioni latino – americane che da sempre hanno associato il Lambrusco ad una bevanda ha facilitato lo sviluppo del prodotto (soprattutto in Texas e Florida)

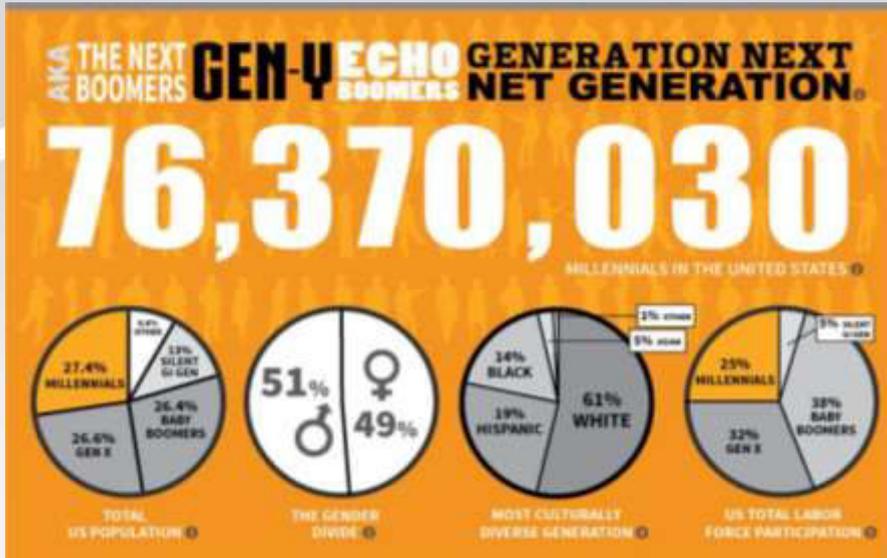
Gli Americani da subito lo hanno abbinato a diverse pietanze: dalla pizza alle insalate, dai cibi piccanti agli hamburger. Il Lambrusco è diventato il prodotto più versatile nell'associazione al cibo

***Se un ragazzo non è in grado di imparare qualcosa dalla strada,
non è in grado di imparare nulla***

Robert Louis Stevenson, Elogio dell'ozio

**UNO SGUARDO SUL MERCATO:
CHE COSA E' SUCCESSO NEGLI ULTIMI 10 ANNI**

Chi sono I nuovi consumatori sul mercato USA: I Millennials – Chi sono e che cosa cercano



- Millennials o Generazione Y: 76 mil
- 27% del totale popolazione USA e 25% dell'attuale forza lavoro
- Equamente distribuiti fra uomini e donne
- Prevalentemente bianchi, a cui si aggiungono un 14% di Neri e 19% ispanici
- Nel 2025 rappresenteranno il 75% della forza lavoro negli USA

MILLENNIALS (20-37)



- Sono cresciuti in un periodo di prosperità ma nella fase di transizione verso l'età adulta hanno assistito all'arrivo della crisi economica...eppure **con alte aspettative, su tutto**
- **Consumatori globali, ottimisti,**
- **Generazione buongustai: il mangiare come fatto culturale e relazionale**
- **Sono la prima generazione della storia** che nella propria età adulta presenta dimestichezza con la **tecnologia digitale** : **le loro vite sono state influenzate da altissimi livelli di tecnologia fin da piccoli**

I Millennials: che cosa cercano? Più che il contenuto è importante l'autenticità del contenuto

Multietnica, ambientalista e contraria alla globalizzazione, questa generazione **preferisce:**



il mercatino agricolo al supermercato



reagisce alla pubblicità con sospetto invece di lasciarsi persuadere.

Desidera avere un'interazione con i brand sui social network: : non basta la presenza, ma **bisogna attivare un dialogo**



è alla ricerca di cose insolite, fatte a mano e capaci di raccontare un territorio o un'azienda



Ai vini tutto alcool, estratto e legno della fine del Novecento, i Millennials antepongono **la diversità e l'eleganza**, con uno stile che richiama più un Pinot noir piuttosto che un Cabernet

I Millennials e il Vino

- I giovani bevono **il vino che piace** con un approccio più immediato, **non influenzato** da opinion leader e critici
- Le fonti di informazioni sono il **passaparola** e i **social media**
- Il vino è legato all'idea di **stare insieme con gli amici**
- Parole chiave: **territorialità, trasparenza, sostenibilità, l'esperienza diretta** rappresenta la principale chiave conoscitiva

I Millennials e Riunite

- Il Brand Riunite necessita di una **modernizzazione:**
 - Vs Autenticità
 - Vs il territorio che produce il vino
 - Vs il winemaker che lo realizza
 - Vs una comunicazione più social
 - Vs attività di «ingaggio del consumatore»



Ora non è il momento di pensare a quello che non hai.

Pensa a quello che puoi fare con quello che hai

Ernest Hemingway, Il vecchio e il mare

QUALI SONO STATE LE RISPOSTE DELL'AZIENDA

**Essere tra i leader in Italia e all'Estero nel mondo del lambrusco:
dimensioni, qualità e innovazione.**

Proporsi con una gamma di prodotti e iniziative rivolti ad un target più giovane



Riunite propone **PRODOTTI AUTENTICI DELLA TRADIZIONE CONTADINA EMILIANA**, ideali per chi cerca nel vino caratteristiche di leggerezza e frizzantezza.

Vini che possono essere consumati in tutte **LE OCCASIONI DI CONVIVIALITÀ, IN MODO DISIMPEGNATO, SCHIETTO E SINCERO.**



“Perché ciò che si salverà non sarà mai quello che abbiamo tenuto al riparo dai tempi, ma ciò che abbiamo lasciato mutare, perché ridiventasse se stesso in un tempo nuovo”.

Alessandro Baricco, da “I Barbari”

L'EMILIA



la TRADIZIONE e l'AUTENTICITÀ



la CONVIVIALITÀ e la CONDIVISIONE





Riunite



Riunite



Emilia IGT

Reggiano DOC

Premium

Riunite



Prosecco
Spumante
DOC

Spumante
MOSCATO

Spumante
ROSÈ

Prosecco
Spumante
DOCG

Prosecco
Frizzante

SENZATEMPO



Lambrusco



Prosecco
Frizzante



Pignoletto

NUOVI PRODOTTI ESTERO CON FOCUS SUL BRAND RIUNITE

Riunite





New Package
TRUE TO WHO WE ARE

Authentic
Heritage
TRUE

This is **R** Moment

This is **R** Moment

Riunite
Small village wineries and individual farmers working together to craft world class wines while never forgetting their roots and core values.

LAMBRUSCO
EMILIA - INDICAZIONE GEOGRAFICA TIPICA
Light and refreshing with bright flavors of juicy berries and dark cherry. Soft with a lively effervescence.
Grapes: A blend of four Lambrusco varietals grown in the Emilia Romagna region.

Pairings: Riunite Lambrusco plays nicely with most foods. Recommendations include:
• **Casual fare:** Pizza, pasta, BBQ, cured meats and cheeses.
• **Spicy cuisines:** Mexican, Thai and Indian dishes.

Sweetness Meter

SWEETNESS	LOW	MED	HIGH
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Serve chilled. Reseal tightly, store up and refrigerate.

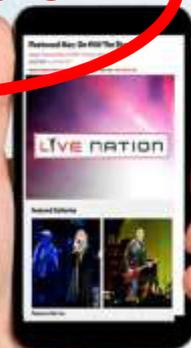
REFUND: IA 5€; ME 15€
RED WINE • CONTAINS SULFITE

0 80516 13514 4

GOVERNMENT WARNING: (1) ACCORDING TO THE FDA, EXCESSIVE CONSUMPTION OF ALCOHOLIC BEVERAGES CAN BE DANGEROUS TO YOUR HEALTH. (2) YOU SHOULD NOT DRINK IF YOU ARE PREGNANT OR BREASTFEEDING. (3) CONSUMPTION OF ALCOHOLIC BEVERAGES CAN IMPAIR YOUR ABILITY TO DRIVE A CAR OR OPERATE MACHINERY. (4) DRINK RESPONSIBLY.

Riunite
LAMBRUSCO
EMILIA - INDICAZIONE GEOGRAFICA TIPICA
ITALIA
SOFT LIVELY RED WINE

Relevant Communication Strategy



comunicazione

- Out of home media
 - Wild postings
- Phone Apps • Social Media
 - Touring Vehicle

This is R Moment

Assumption Area di Consolidamento USA: Azioni 2017

R Moment to Rock! February – April



#RiuniteSummer June - August



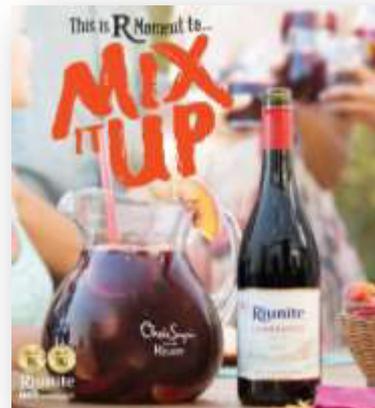
R Moment to...Win Aug- Oct



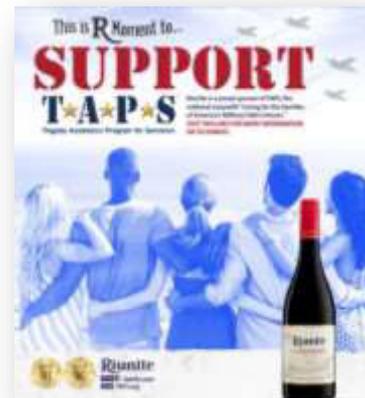
R Moment to Spice Things Up Jan - May



R Moment to Mix It Up! (Cocktails) February - October



R Moment to Support! May



R Moment to Shine! November - December



Assumption Area di Consolidamento USA: Azioni sul mercato

On Premise





Risultati USA: Sell Out



Riunite

Il lambrusco # 1 al mondo

- Il Successo nel Centro America: il Messico-

Riunite e il Messico. Il Messico è secondo mercato per il vino italiano nell'America del Sud dopo il Brasile e rappresenta da solo il 39% delle esportazioni italiane

- La popolazione che consuma vino in Messico corrisponde a circa **2 milioni di persone, di cui l'80% consuma vino una volta a settimana e il 15% lo consuma giornalmente**
- Il vino in Messico é consumato soprattutto dalla **classe medio-alta** della popolazione, generalmente **con una cultura elevata e sopra i 30 anni**
- L'attuale tendenza di alcuni produttori é cercare di proporre il vino come **prodotto più accessibile che può essere consumato da una percentuale più alta della popolazione**
- Questi sforzi hanno portato a un incremento dei consumi intorno al **60% durante gli ultimi cinque anni, dovuti all'incremento dei consumi da parte delle donne e i giovani**





Fine anni '90 Cantine Riunite, attraverso un accordo distributivo con Super La Playa, entra nel mercato messicano. Super La Playa è un Gruppo nato dallo sviluppo di una catena di supermercati e dall'ulteriore diversificazione nella ristorazione e nella produzione di tequila



La crescita sostenuta di Riunite avviene a metà degli anni 2000. Il trend negli ultimi 10 anni ha visto i volumi aumentare X10 arrivando nel 2017 a 750.000 casse (9L)



CHEDRAUI #04



XALAPA



Soriana Puebla #1
Veracruz



LA VIDA SON MOMENTOS



Riunite

EVITE EL EXCESO



LA VIDA SON MOMENTOS



Riunite

EVITE EL EXCESO



LA VIDA SON MOMENTOS



Riunite

EVITE EL EXCESO



LA VIDA SON MOMENTOS



Riunite

EVITE EL EXCESO



L'economia messicana evidenzia il suo dinamismo negli ultimi 10 anni. La crescente preferenza dei consumatori verso i prodotti alimentari di fascia "premium" è accompagnata a una crescente conoscenza dei prodotti alimentari italiani, dovuta anche al considerevole aumento dei ristoranti e degli importatori

Il Lambrusco Riunite è un vino facile da bere, abbinabile alla cucina messicana, capace di incontrare il gusto delle donne, il cui potere di acquisto è aumentato considerevolmente negli ultimi 10 anni

L'alimentazione in Messico è inevitabilmente influenzata dai vicini USA: il successo di Riunite sul mercato americano rappresenta un ulteriore rafforzamento per l'ingresso e lo sviluppo sul mercato messicano

- **Chi è Cantine Riunite & CIV**
- **Il mercato mondiale del Vino**
- **Il Brand Riunite: la storia di un Brand globale**
- **Il Brand Maschio: dalla multinazionale all'azienda italiana**



CANTINE
MASCHIO

- L'azienda nasce nel **1974** per volontà di **Bonaventura Maschio**
- Creata dalla secolare **distilleria** di famiglia, fin d'allora all'**avanguardia tecnologica** e **produttiva**, viene avviata con l'intento di produrre **vini di qualità** partendo e valorizzando i **vitigni del territorio trevigiano**
- Dal 2002 l'azienda è di proprietà di Cantine Riunite & CIV



**Essere LEADER in ITALIA e
uno dei player di RIFERIMENTO
a livello INTERNAZIONALE
nel mondo delle BOLLICINE**

Essere il brand capace di far ...

EMOZIONARE

SOGNARE

REGALARE

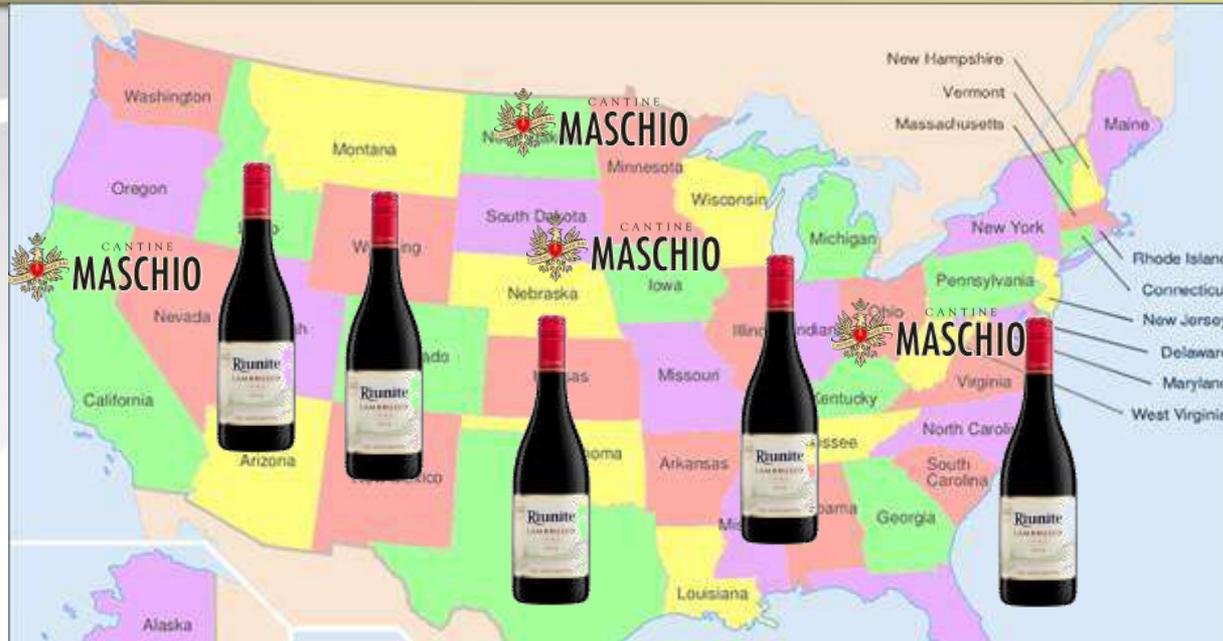
momenti frizzanti unici al consumatore







La strada per diventare brand globale



La strada per diventare brand globale

