



CASO CSM

Lo sviluppo tecnologico, qualitativo e commerciale di una cantina sociale forte della sua tradizione territoriale.

DATI

- Cantina e oleificio sociale della Provincia di Taranto
- Produzione vino sfuso
- Vendita del vino sfuso a produttori del nord per la produzione di vini di qualità
- Sede operativa estesa su 10.000 mq
- Struttura produttiva tradizionale dotata di deposito, cisterne in cemento armato e piccola linea di imbottigliamento “manuale” – prod. 100 bottiglie/giorno

PROBLEMA

- Mancanza di margini per le richieste relative al vino sfuso
- Struttura produttiva obsoleta e tecnologicamente non avanzata
- Mancata applicazione di disciplinari di produzione relativi ai vini di qualità

SOLUZIONE

- 1. Qualità delle uve**
- 2. Impianto produttivo tecnologicamente avanzato**
- 3. Strategie commerciali di successo**

La Proind Srl ha seguito sin dall'inizio la cantina sociale nella impostazione di un progetto integrato che permettesse alla stessa non solo di riorganizzare l'intera struttura produttiva ma soprattutto di definire le nuove linee guida della propria attività sociale. In particolare, sono stati proposti e poi attuati una serie di interventi correlati tra loro in un'ottica di miglioramento e valorizzazione del prodotto finito, nonché di ottimizzazione della produzione e di consolidamento e sviluppo dell'azienda, tra cui:

- La valorizzazione dei vitigni autoctoni, attraverso il supporto di esperti agronomi ed enologi che con il consenso da parte degli associati, ha modificato e migliorato la coltivazione delle uve, puntando ad un connesso miglioramento qualitativo delle colture (materia prima della cantina).
- La trasformazione della struttura produttiva che oggi dispone di un impianto per la lavorazione delle uve tecnologicamente avanzato, con connesso filtraggio e vinificazione dei vini, di silos in acciaio inossidabile interrati per il riposo naturale dei vini (-12m).
- La realizzazione di una nuova linea di imbottigliamento con una capacità produttiva di 4.500 bottiglie/ora, con annessa linea di confezionamento, etichettatura e di imballaggio.
- La riorganizzazione delle risorse umane con un incremento del personale qualificato e più esperto.
- La definizione di una strategia commerciale di successo, che affida ad un operatore nazionale con una consolidata posizione sul mercato ed esperto nella commercializzazione dei vini, la cura dell'immagine del nuovo prodotto imbottigliato e degli accordi commerciali per la penetrazione sul mercato sia nazionale che estero.
- La presentazione ed il successivo finanziamento del progetto a valere del Patto territoriale della Provincia di Taranto, che ha permesso alla cantina un cofinanziamento pubblico pari al 60% del progetto di investimento che ammontava ad un totale di circa 16 ML €.