



SPECIALE 30 ANNI/FUSTI

# IL BELLO DELLA SPINA

**È UNA REFERENZA TIPICA DELL'ASSORTIMENTO DEI DISTRIBUTORI HORECA, RILEVANTE NELLA LORO STORIA SOTTO TANTI PROFILI, A PARTIRE DA QUELLO COMMERCIALE. MARGINI A PARTE, IL SUO PRINCIPALE MERITO È CONSOLIDARE E RENDERE ABITUALE IL RAPPORTO CON IL GESTORE DEL PUNTO DI CONSUMO**

DI GUIDO CHIUSANO

una delle merceologie più importanti per i distributori Horeca. Non solo per il valore economico o l'impatto in termini di volumi e logistica, ma per il fatto di essere davvero caratteristica del loro assortimento.

**Il fusto rappresenta un pezzo dell'identità di questa categoria di aziende e inevitabilmente è stato al centro del racconto del settore che GBI ha fatto in questi 30 anni di attività.** Ecco perché è utile riprendere qui qualche concetto di base di un

mercato che ha dinamiche e regole tutte particolari.

## **UN PRODOTTO CHE FIDELIZZA**

Il fusto è una sorta di merceologia "fidelizzante", perché **crea un legame**

**continuativo tra distributore e gestore del pubblico esercizio, una periodicità nella relazione commerciale.** Ciò è possibile alla luce di una premessa di non poco conto: l'installazione dell'impianto di spillatura. Non si può infatti affrontare il tema dei fusti senza citare gli impianti, perché le due cose sono strettamente legate. **Nel caso della birra, grandi marchi del calibro di Heineken, Peroni e Carlsberg forniscono le macchine in comodato d'uso ai concessionari, che a loro volta provvedono a installarle presso i punti di consumo.** Nei casi di altri marchi di birra d'importazione, è il distributore a farsi carico dell'acquisto. La vita di un impianto si dovrebbe aggirare mediamente sui cinque o sei anni, mentre l'ammortamento richiede tre o quattro anni. **La prassi comunemente adottata prevede una cauzione per ciascun fusto, ma nel caso di mancata restituzione, esso verrà risarcito con il cosiddetto valore mercuriale,** cioè il suo costo in quello specifico momento. Il ricorso a questo indice assume una rilevanza particolare in una fase come quella attuale, in cui le quotazioni dell'acciaio hanno toccato livelli davvero elevati.

### LE PRATICHE SCORRETTE

La particolarità di questo prodotto si traduce per il distributore e di riflesso per il produttore della bevanda in **un rischio non trascurabile e cioè che l'esercente non rispetti gli accordi stipulati e acquisti i fusti da un altro fornitore, per una propria convenienza economica.** Cali sospetti nelle quantità richieste possono emergere attraverso un esame attento degli ordini ricevuti dal singolo gestore, fermo restando che tutelarsi in maniera assoluta da simili pratiche scorrette è tutt'altro che semplice. Una forma

di difesa è il già citato sistema della cauzione e una mano – magari in prospettiva – di sicuro può darla la tecnologia. **Esistono infatti impianti di spillatura che consentono un monitoraggio da remoto,** anche se va detto che si tratta di soluzioni ancora poco diffuse e focalizzate sul mondo dei soft drink.

### I COSTI DEGLI IMPIANTI DI SPILLATURA

Restando in tema di impianti, **i costi di realizzazione variano sensibilmente in base alle caratteristiche e al numero di "spine",** cioè di prodotti in fusto gestiti contemporaneamente. Le valutazioni di mercato raccolte di recente dalla nostra rivista (si veda GBI n.196 pag. 44) indicano una forbice che parte dai 1.000 euro di investimento per i punti di consumo basso vendenti fino ad arrivare ai 15.000 euro per gli impianti di maggiori dimensioni, dotati magari di **uno spazio climatizzato in cui collocare i fusti,** mantenendo quindi una temperatura di stoccaggio tale da consentire un minor dispendio energetico per il necessario raffreddamento della bevanda nel momento della miscita.

### LE DINAMICHE NEL VINO

Nello scorso numero di GBI abbiamo esaminato le tendenze in atto nel mercato della birra, approfondendo anche i risultati ottenuti dai fusti (si veda GBI



n.199 pag. 60). In questa sede guarderemo quindi a un'altra delle grandi famiglie dei prodotti in fusto – quella dei vini – che, valutata nell'ottica del distributore Horeca, mostra punti di forza e di debolezza, come è logico che sia. **Resta confermato il ragionamento sulla valenza che la merceologia riveste nel rapporto con il pubblico esercente: anche il vino in fusto, così come la birra venduta nel medesimo formato, implica un legame più solido con il punto di consumo.** Ma questo significa – inevitabilmente – anche servizio, da proporre nell'immediato e garantire nel continuativo della relazione commerciale. Con la difficoltà che, per ammissione degli stessi addetti ai lavori, **nel vino in fusto il prezzo basso sembra rappresentare il primo criterio di scelta adottato dal gestore del pubblico esercizio.** Fenomeno che si sovrappone alla netta prevalenza del bianco frizzante, indiscusso leader del mercato a livello nazionale. La differenziazione su base territoriale, elemento tipico del comparto enologico, nei fusti si riscontra infatti soltanto dalla seconda referenza più venduta in poi.

### CANALI E MARGINALITÀ

Quanto ai canali di sbocco, un prodotto soprattutto da prezzo come il vino in fusto trova la sua collocazione naturale nelle pizzerie e nelle forme di ristorazione maggiormente focalizzate sulla convenienza. **E se il posizionamento di prezzo nel listino del distributore è mediamente più basso rispetto a quello della birra, la marginalità è tra le più alte in termini percentuali** e dunque ritenuta di solito soddisfacente. Un motivo più per continuare a scommettere sulla categoria.



## #GBI NEWS

# UNA FAKE NEWS SCREDITA ACQUA EVA E SI FINISCE IN TRIBUNALE

Il caso è scoppiato pubblicamente poche settimane fa e riguarda due realtà aziendali del cuneese, **Acqua Sant'Anna di Vinadio**, colosso dal volume d'affari pari a 320 milioni di euro, e **Acqua Eva di Paesana**, con "appena" 36 milioni di fatturato annui.

Secondo le accuse, i vertici di Acqua Sant'Anna di Vinadio avrebbero attivato un sito web mercatoalimentare.net (ora chiuso), allo scopo di diffondere sul mercato false informazioni sul conto della concorrente. In un articolo pubblicato nel 2018, in particolare, **si adombrava il sospetto che Acqua Eva fosse controllata dalla catena di supermercati tedesca Lidl**. Una voce falsa che, a detta della proprietà, avrebbe tuttavia compromesso i rapporti dell'azienda con la GDO e con possibili partners di mercato. Lo scopo ultimo sarebbe stato quello di acquisire il marchio, dopo averlo fatto deprezzare: una proposta in tal senso era stata in effetti formulata dal gruppo Fonti di Vinadio nel 2020. "A fronte di tali sconcertanti fatti - si legge nella nota ufficiale pubblicata dalla società del gruppo Rivoira - **la società e i soci si sono costituiti parte civile nel processo**

**in corso al Tribunale di Cuneo**

- con l'assistenza degli avvocati Nicola Menardo e Federico Canazza - ottenendo la citazione delle società Acqua Sant'Anna S.p.a. e Mia Beverage S.r.l. quali responsabili civili per i gravissimi danni derivanti dalle condotte contestate agli imputati".

**Il 22 settembre è prevista l'apertura del dibattimento in tribunale a Cuneo.**

[www.gbinews.it/approfondimenti/9912/falsa-inchiesta-sul-web-una-fake-news-scredita-acqua-eva-e-si-finisce-in-tribunale.html](http://www.gbinews.it/approfondimenti/9912/falsa-inchiesta-sul-web-una-fake-news-scredita-acqua-eva-e-si-finisce-in-tribunale.html)



# GBI NEWS

LA DISTRIBUZIONE HORECA

## TUTTE LE NEWS HORECA AGGIORNATE IN TEMPO REALE



# www.gbinews.it

