



[VINITALY-SOL] Record nel 2007: +7,8% il fatturato estero. Ma i primi dati 2008 sono tutti negativi

Scandali ed effetto cambio sgonfiano il boom dell'export

[DI LORENZO TOSI]
E ERICA ZIVI

Forti contrazioni dei margini per presidiare gli Usa. La corsa dell'euro ora però agevola Cile e Australia anche nel mercato europeo

L'effetto cambio si sente, eccome. Vinitaly, appena concluso, ha spinto molto sulla carta dell'internazionalizzazione. L'export italiano è cresciuto in effetti con una media del 7,8% in valore lo scorso anno (fonte Istat), ma il dato del +9,7% degli Usa, sbandierato in alcuni convegni veronesi, va riconsiderato. Se ripuliamo i quasi 1,3 miliardi di dollari di fatturato a stelle e strisce 2007 (fonte: Dip. Usa per il commercio) dell'effetto valuta, ci rimane in tasca infatti solo un +0,6% (a fronte di un aumento dell'8,7% dei volumi). Segno che, per conservare una quota di mer-

cato che ci vede primi negli Usa (in volume, mentre in valore la Francia ci supera già), i produttori hanno rinunciato ad un'importante fetta di margine. «Nonostante l'euro si sia apprezzato in un anno dell'9,1% - dice **Giovanni Maffioda** dell'Ice di New York - il prezzo medio del vino italiano è cresciuto solo del 2%, per non allontanarsi dalla soglia psicologica dei 5 \$/l».

«Negli Usa vanno forte soprattutto i varietali - testimonia **Pierangelo Tommasi**, responsabile commerciale dell'omonima azienda - ma anche per difendere business consolidati come quello dell'Amaro-

ne, bisogna venire incontro alle condizioni dell'importatore». Tommasi viticoltori è una delle aziende più *export-oriented* della Valpolicella, con operatori diversi in ognuno dei 50 Stati americani. Più difficile la situazione di chi tenta la rotta atlantica per la prima volta. «La stasi dei consumi interni - riconosce **Enrico Vallania**, produttore dell'azienda Terre-Rosse, tra le più premiate dei Colli Bolognesi - fa il gioco degli importatori americani. Per evitare invenduti alcune cantine accettano prezzi molto lontani da quelli di listino». «L'impatto cambio è in realtà molto diluito - minimizza Ste-

[I PRINCIPALI
MERCATI NEL 2007

Paesi	milioni di €	var annuale %
Totale	3.478	7,8
Stati Uniti	830	2,6
Germania	734	1,5
Regno Unito	461	17,7
Svizzera	219	10,9
Canada	197	3,5
Giappone	101	1,2
Spagna	66	37,3
Russia	58	42,9

Fonte: Istat

[SOFISTICAZIONI
L'inatteso ritorno
del vino
taroccato

I controlli funzionano ma, a 22 anni dallo scandalo metanolo e nonostante il deciso miglioramento della qualità italiana, i furbetti del vino taroccato sono sempre tra noi. È la morale dell'inchiesta che coinvolge due Procure, partita da un'operazione degli ispettori del Controllo qualità (ex-Repressione frodi) e della Fore-stale dello scorso settembre, rilanciata da uno scoop del settimanale L'Espresso in concomitanza della manifestazione veronese con il titolo "Benvenuti a Velenitaly" (Veronafiore ha già annunciato querele).

Le cifre dell'articolo sono elevate: 700 mila hl contaminati, 40 milioni di confezioni vendute tra 0,7 e 2 euro, 20 aziende coinvolte tra Nord Italia, Puglia e Sicilia. Sarebbe il più esteso caso di sofisticazione mai scoperto in Italia. Per ora però sono stati sequestrati solo 60 kg di zucchero di bietola nella cantina dell'azienda Castagna a Veronella (Vr) assieme a confezioni di acido cloridrico e "fertilizzanti". Insufficienti per un'operazione così estesa, ma sufficienti per capire che ci troviamo di fronte al classico caso di "vino col bastone". Fatto senza l'uva, annacquato e addolcito con zucchero di bietola. Gli acidi servono a invertire il saccarosio per scinderlo in glucosio e fruttosio (gli zuccheri dell'uva). I sali di potassio per nutrire i lieviti. Una ricetta in voga negli anni '80. Una moda, si diceva, cancellata dagli aiuti dall'ocm (che tolgono di mezzo fecce e vinacce) e dalla globalizzazione dei mercati (il prezzo internazionale del vino indistinto è oggi molto basso). Ma si vede che la tentazione dei furbetti è troppo forte. ■

fano Cesari dell'omonima azienda di San Floriano (Vr), una quota d'export che supera l'80% del fatturato -. Tra costo del trasporto, quota dell'importatore e accise variabili tra Stato e Stato l'aumento del prezzo all'origine diventa quasi impercettibile per i consumatori Usa».

«L'impatto è però forte sui contratti di fornitura - stigmatizza Anna Baj-Macario, di Casadei, un gruppo che riunisce 4 diverse realtà tra Chianti Rufina, Maremma, Sardegna e

Pantelleria -. La corsa dell'euro sul dollaro erode infatti il prezzo di vendita anche per chi, come noi, lo fissa mese per mese. Ma ci sono anche aziende che esportano da anni sulla base di un rapporto di cambio paritario, dividendo equamente la differenza con l'esportatore».

Con l'euro schizzato a 1,57 dollari significa perdere il 28% del valore ancora prima di spedire il vino. Tutto per presidiare un mercato che già oggi vale un terzo del fatturato del nostro export e che potrebbe pre-

sto diventare il numero uno al mondo, superando la Francia. Stime che sono però messe a dura prova dall'incombente crisi finanziaria: gli ultimi dati relativi ai primi mesi del 2008 non sono infatti positivi.

La concorrenza dei prezzi delle produzioni dei paesi ancorati al dollaro (Cile e Australia su tutti) si sta infatti sentendo anche nel tradizionale mercato europeo (compresa la Germania, nostro principale acquirente) e anche in Usa c'è un'inversione di rotta. L'anno

scorso molti esportatori hanno infatti fatto fronte all'aumento delle richieste "svuotando" i magazzini e sperando in un miglioramento del tasso di cambio. Dopo le festività è arrivato il momento delle "coperture". A gennaio però gli invii di vino italiano oltreoceano sono calati del 2,6% in volume (Fonte: Dip. Usa per il commercio). E titoli come quelli apparsi sul New York Times di sabato 5 aprile (*Fraudolent Brunellos? Shocking*), non migliorano certo le nostre chance. ■

[BRUNELLO
Sangiovese
tradito

Sembra una vendetta della Francia: aggiunte di Cabernet-Sauvignon e Merlot per ammorbidire l'asprezza del Sangiovese grosso del più classico dei nostri autoctoni: il Brunello di Montalcino.

Nessun rischio per la salute o per l'ambiente, ovviamente, ma un grave danno per il made in Italy agroalimentare. Anche perché vengono tradite regole stabilite dagli stessi produttori attraverso il disciplinare. L'Espresso (sempre lui) parla di una frode che coinvolge il 30-40 % della produzione 2003, appena messa in bottiglia (il disciplinare prevede almeno 5 anni d'invecchiamento) e già in parte venduta con il

meccanismo dei *future*. Vendite che dovranno essere rimandate: quasi l'intera annata è sotto sequestro e parte del vino rischia il declassamento. L'indagine non è partita dalle bottiglie e nemmeno dalle cantine, bensì dai vigneti. Sotto osservazione l'impianto irrigolare di vitigni miglioratori francesi tra i filari del Sangiovese.

Antinori, Banfi, Frescobaldi e Argiano le aziende con i vigneti sotto sequestro. Perquisizioni anche a carico di Biondi Santi, Val di Cava e Neri (produttrice del Casanova, il miglior rosso del 2007). Un'attività a carico dello stesso Consorzio, che applica, in anticipo rispetto al resto d'Italia, i cosiddetti controlli *erga omnes*.

Controlli partiti, secondo le indiscrezioni, dalla denuncia di un produttore "purista". ■

[VINITALY- SOL] Crescono del 60% le società capitalizzate. Ma sono soprattutto le coop a crescere

Spalle finanziarie robuste per imporsi sui mercati esteri

[DI ALESSANDRO MAURILLI]

La sfida dell'internazionalizzazione richiede spalle robuste. Nonostante il 95% delle aziende italiane del vino sia ancora organizzata secondo la formula della ditta familiare (dati dell'ultimo rapporto Unioncamere), è sempre più frequente la creazione di gruppi societari. Tanto che, secondo la recente indagine Mediobanca presentata poco prima di Vinitaly, delle 92 imprese italiane sopra i 25 milioni di euro di fatturato (il 41% del valore della produzione italiana), ben 25 hanno la forma giuridica della cooperativa (due di queste sono società per azioni controllate interamente da cooperative) e quattro sono a controllo estero. Si tratta di soggetti in rapida trasformazione, orientati al mer-

cato e proiettati verso l'estero. Non è un caso che i primi tre gruppi per fatturato del settore vitivinicolo (Giv, Caviro e Cavit) abbiano proprio la natura di cooperativa. Secondo l'analisi di Mediobanca sarebbero proprio le cooperative a trainare il comparto, soprattutto fuori Italia.

Da soli i gruppi cooperativi del nostro Paese rappresentano il 40% del fatturato, mentre i margini e il Roi (*Return on investment*) tendono a rimanere più bassi rispetto alle Spa e alle Srl (tra i 3 e i 6 punti in meno). Interessante anche il dato sulle società capitalizzate, in forte crescita. Tra il 2000 e il 2005 il loro numero è aumentato del 60% (contro il +10% delle altre società di persone): l'unione fa la forza, insomma.

[L'HIT-PARADE DELLE IMPRESE ITALIANE DEL VINO]

SOCIETÀ	SEDE	FATTURATO (MILIONI)	STRUTTURA SOCIETÀ*
Giv	Calmasino (Vr)	294	Cooperativa
Caviro	Faenza (Ra)	281,6	Cooperativa
Cavit	Ravina (Tn)	175,1	Cooperativa
Fernando Giordano	Diano d'Alba (Cn)	140,4	Azionariato misto
Antinori	Firenze	138,2	Familiare

Fonte: rapporto Mediobanca 2007

“Si tratta di un'evoluzione verso strutture societarie più aperte— spiega **Rolando Chioffi**, amministratore delegato e presidente di Giv, Gruppo italiano vini— l'obiettivo è quasi sempre quello di rafforzarsi all'estero. Sul mercato internazionale subiamo infatti la concorrenza di competitor di dimensioni talvolta per noi irraggiungibili”.

Un caso che ha fatto da apripista è quello di Masi Agricola. Il proprietario **Sandro Boscaini** ha aperto due anni fa il capitale dell'azienda

leader dell'Amarone a un fondo di *private equity* per sostenere progetti di internazionalizzazione. Ora si tratta di decidere il passo successivo: *buy back*, ovvero rimpossessarsi delle quote cedute, oppure giocare al rilancio con la quotazione in borsa. Secondo **Mario Marelli** della Bocconi, tra i punti di forza delle pmi del settore vi è la sempre maggiore ricerca della qualità. Per quanto riguarda invece la struttura finanziaria continua ad esserci disomogeneità tra le varie forme societarie: i mezzi propri si legano principalmente a terreni e immobili.

Le cooperative figurano relativamente meno patrimonializzate (debiti finanziari pari al 64,7% del capitale investito contro il 42,8% delle altre società italiane), mentre le aziende a controllo estero risultano le meno indebitate (25,0%). Nel 2006 le 92 imprese del rapporto Mediobanca hanno realizzato mediamente un fatturato di 40,1 milioni di euro con poco più di un centinaio di dipendenti. Solo due imprese (entrambe coop) superano i 200 milioni di fatturato. ■

[DOVE SI VENDE]

CANALI DI VENDITA	(%)
Italia	
Vendita diretta	9,4
Gdo	43,7
Ho.Re.Ca.	19,9
Enotecche	8,3
Altri canali	18,7
Estero	
Rete propria	11,6
Intermediario importatore	72,9
Altri canali	15,5

Fonte: Rapporto Unioncamere

[BANCHE
Pacchetti mirati]

Per chi non può reperire partner finanziari forti, l'alternativa viene sempre dal credito agrario. Sempre più numerosi sono i pacchetti proposti per il settore del vino.

Il Monte dei Paschi di Siena, ad esempio, mette a disposizione pacchetti “Impianto e re-impianto vigneti” con rimborso a rate semestrali della durata da 24 a 72 mesi compreso il pre-ammortamento. “Barrique” è invece una soluzione studiata dal Banco di Sicilia per coprire i costi di invecchiamento dei vini pregiati.

Più curioso, sempre proposto dal gruppo siciliano, il pacchetto “In Fiera” per il sostegno alle spese di partecipazione a momenti di promozione all'estero. ■