

Sostenibilità e internazionalizzazione: la formula vincente di Bosco Viticoltori

scritto da Emanuele Fiorio | 6 Ottobre 2024



L'intervista a Paolo Lasagni, Direttore Generale di Bosco Viticoltori, esplora la crescita dell'azienda nel 2024, con focus su nuovi mercati internazionali e strategie di sostenibilità. Nonostante le difficoltà macroeconomiche, Bosco Viticoltori ha incrementato vendite e volumi, puntando su prodotti di qualità e sostenibili per rispondere alle nuove esigenze del mercato.

Nonostante le turbolenze del mercato globale del vino, [Bosco Viticoltori](#) ha registrato un **2024 positivo**, con un incremento delle vendite e una crescente attenzione ai mercati

internazionali. **Paolo Lasagni, Direttore Generale** dell'azienda, ci racconta i risultati dell'ultimo bilancio, le sfide affrontate e i progetti legati alla sostenibilità per il futuro, sottolineando l'importanza di un approccio orientato alla qualità e alla responsabilità ambientale.

Quali sono i risultati che ritieni più rilevanti in relazione al bilancio 2024 di Bosco Viticoltori?

Nonostante un mercato del vino in crisi in quasi tutte le piazze principali, abbiamo registrato una **crescita del 5% in valore**, raggiungendo i 98 milioni di euro di fatturato. A livello di **volumi, l'incremento è stato del 10%**. Dal punto di vista finanziario, nonostante un livello dei tassi di interesse molto elevato, andremo a chiudere l'esercizio con una posizione finanziaria netta in forte miglioramento. Nel corso dell'anno abbiamo assistito ad un calo significativo dei costi dei materiali di confezionamento, aspetto che ha inciso sensibilmente sulla crescita aziendale, più marcata in termini di volume. Il **prezzo del Pinot Grigio è rimasto stabile**, mentre il **Prosecco, rispetto alla vendemmia 2022 ha subito un sensibile calo all'ingrosso**, fattore che ha portato ad una forte ripresa dei consumi di questo prodotto.

Quali sono stati i principali elementi positivi e le maggiori criticità che hanno contraddistinto l'ultimo anno per Bosco Viticoltori?

Tra gli aspetti positivi, i nostri principali mercati come Regno Unito e Stati Uniti hanno tenuto abbastanza bene ed in **Giappone** abbiamo registrato una **crescita del 20%**, partendo da volumi già significativi.

Abbiamo **rafforzato** la nostra presenza in **Polonia e Francia** e

aperto tre nuovi mercati: Turchia, Filippine e Antigua. Nonostante siano ancora piccoli, ci sono buone prospettive, soprattutto in Turchia, un Paese che attenzionavamo da diversi anni. Non volevamo procedere con attività spot ma trovare un importatore di valore con il quale condividere un percorso di crescita.

Le Filippine, grazie all'espansione del turismo, sono un mercato che abbiamo esplorato a partire da un contatto avvenuto a Vinexpo Asia due anni fa, mentre Antigua ha rappresentato un'opportunità che abbiamo colto al volo.

In Italia nel 2023 l'inflazione ha toccato il 5,7%, per il 2024 è prevista in attenuazione al 2,5%. Gli aumenti dei costi sono stati orizzontali. Come avete gestito questa situazione? Ci sono aree aziendali in cui siete riusciti a ridurre i costi o aumentare l'efficienza?

Per noi **l'inflazione ha inciso relativamente poco** nel 2024, soprattutto grazie alla significativa riduzione del costo del vetro e del calo dei prezzi del Prosecco all'origine. Tuttavia, **i tassi di interesse sono stati un fattore critico**. Durante il periodo Covid, eravamo abituati a tassi vicini allo zero, mentre ora sono cresciuti notevolmente, incidendo sui costi. I risparmi sui materiali sono stati bilanciati dai maggiori costi legati agli interessi passivi.

Un'altra sfida è stata l'incertezza dei clienti: molti hanno ridotto le scorte, facendo **ordini piccoli e ripetuti**, richiedendo da parte nostra una maggiore **flessibilità produttiva**. Pianificazioni annuali, che prima erano la norma, sono ormai diventate un'eccezione.

Bosco Viticoltori è molto presente sui mercati internazionali (esportate il 75% delle bottiglie prodotte in oltre 30 mercati). Come sta reagendo l'azienda ai cambiamenti geopolitici e macroeconomici globali, soprattutto per quanto riguarda le esportazioni?

Il **mercato russo ha subito una forte contrazione** a causa dei dazi sui vini e dell'assenza di copertura su questo mercato da parte delle assicurazioni sul credito. Se fino al 2020/2021 la Russia rappresentava il nostro sesto mercato a valore, ad oggi rientra a malapena tra i primi venti. A **livello logistico** prima della crisi del Mar Rosso le spedizioni via mare verso i clienti asiatici impiegavano 45 giorni di viaggio, ora, non potendo usufruire (o solo in parte) del Canale di Suez, impiegano quasi 2 mesi. Questo incide sui costi dei nostri clienti, dato che vendiamo franco cantina.

Leggi anche – [Bosco Viticoltori, Lasagni: diversificazione portafoglio clienti ed espansione dei mercati](#)

Ci può fornire una previsione della vendemmia 2024? Quali sono le principali sfide agronomiche che affronterete quest'anno?

Siamo in dirittura d'arrivo con il **Prosecco**, a livello di gruppo ci aspettiamo una **produzione superiore** a quella dello scorso anno, fortemente influenzata dalle grandinate sul nostro territorio. Il **Pinot Grigio** ha subito una **leggera flessione** produttiva rispetto alla media degli ultimi cinque anni, a causa del caldo intenso di agosto, mentre il Prosecco ha beneficiato delle piogge di inizio settembre, mantenendosi in linea con le aspettative. Dal punto di vista qualitativo,

la vendemmia è buona.

I vostri vigneti quest'anno hanno risentito dei cambiamenti climatici o non avete avvertito nessun particolare disallineamento rispetto agli standard?

Fortunatamente, siamo stati colpiti in modo relativamente modesto. Fino a luglio le riserve idriche erano buone e abbiamo potuto irrigare senza problemi. La **vendemmia è iniziata il 1° settembre**, leggermente posticipata rispetto agli anni scorsi, quando iniziavamo già verso il 20-25 di luglio. In generale, **non abbiamo subito impatti rilevanti**.

Bosco Viticoltori si distingue per un approccio sostenibile. Quali sono gli investimenti ed i progetti in ambito sostenibilità su cui state lavorando per il futuro?

A livello di campagna, **sempre più soci aderiscono ai protocolli SQNPI** e continuiamo a **vendere un numero crescente di vini sostenibili**, anche grazie alla crescente domanda delle catene estere. Siamo certificati VIVA e ogni due anni dobbiamo aggiornare i nostri processi in un'ottica di maggior rispetto dell'ambiente e del tessuto sociale. A livello energetico, stiamo investendo anche nel fotovoltaico e ci assicuriamo che i nostri fornitori abbiano certificazioni in ambito di sostenibilità.

Quali sono stati i vostri prodotti di punta nel 2023/2024? C'è stata una

particolare categoria di vini che ha sorpreso in termini di volume o valore?

Nell'ultimo anno c'è stato un ritorno di vendite del **Pinot Grigio** sia a volume che a valore, pochi ne parlano ma **sta ottenendo risultati più che positivi**.

Anche i **vini sostenibili** stanno guadagnando sempre più terreno e abbiamo già ricevuto richieste dai nostri clienti per passare a versioni sostenibili dei loro prodotti abituali. I clienti che hanno investito per prodotti di qualità più elevata o sostenibili hanno realizzato performance migliori durante l'anno.

Un esempio concreto riguarda una grande catena che ha **sostituito il Prosecco DOC Treviso con la versione certificata sostenibile SQNPI, ottenendo un incremento delle vendite del 39%**. La tendenza del "bere meno ma meglio" sta diventando sempre più forte, e anche i supermercati stanno iniziando a puntare maggiormente sulla sostenibilità nelle loro strategie aziendali.

Punti chiave:

- 1. Crescita nonostante le difficoltà:** Bosco Viticoltori ha registrato un incremento del 5% in valore e del 10% in volumi nel 2024, nonostante le sfide del mercato globale del vino.
- 2. Espansione internazionale:** L'azienda ha consolidato la sua presenza in mercati chiave come Regno Unito e Stati Uniti, e ha aperto nuovi mercati in Turchia, Filippine e Antigua.
- 3. Sostenibilità in crescita:** Bosco Viticoltori investe in sostenibilità, con progetti legati a certificazioni VIVA e SQNPI, e un focus sull'energia rinnovabile, come il

fotovoltaico.

4. **Sfide macroeconomiche:** La riduzione dei costi dei materiali e del Prosecco ha compensato l'aumento dei tassi di interesse e le difficoltà logistiche internazionali.
5. **Prodotti sostenibili in aumento:** La crescente domanda di vini sostenibili, come il Prosecco certificato SQNPI, ha contribuito a un aumento delle vendite, riflettendo il trend di "bere meno ma meglio".