

Guida pratica: come utilizzare le analisi di settore per adattarle alla propria azienda vitivinicola?

scritto da Luca Castagnetti | 10 Ottobre 2023



In queste settimane è tradizione che escano le prime analisi sui bilanci 2022 depositati dalle imprese del vino in Italia. Spesso di tratta di mere anticipazioni sui ricavi oppure di analisi sui dati consuntivi economici, patrimoniali e finanziari delle maggiori società italiane depositati presso il Registro delle Imprese.

A breve uscirà sul Corriere Vinicolo anche la nostra analisi annuale su tutte le imprese che realizzano più di 1 milione di euro di ricavi: attualmente l'analisi più rappresentativa di tutto il mondo italiano del vino. Un'analisi che supera il tema delle pur interessanti classifiche e che mira a rappresentare e mappare le profonde differenze tra imprese,

territori, dimensioni aziendali, diversi modelli di business e diverse strutture patrimoniali.

Nel mondo del vino i valori “medi” non sono significativi in quanto risultano troppo grandi le differenze tra le singole imprese e nei diversi territori. Facciamo un esempio: cosa può suggerire ad un produttore veneto che ha ricavi per 20 M di euro sapere che la redditività media delle imprese italiane di pari dimensioni presenta un EBITDA (reddito prima delle imposte, interessi, ammortamenti e svalutazioni) del 10,78% quando tale valore è la media tra il 7,3% della sua regione (il Veneto) e il 21,09% delle imprese della Toscana?

Abbiamo imparato l’importanza di **evitare generalizzazioni che appiattiscono tutto** su posizioni medie e che non permettono di cogliere il vero valore della nostra industria del vino: la sua enorme varietà!

L’Italia non è solo la terra delle oltre 400 denominazioni ma anche la terra di **numerosissime cantine profondamente diverse tra loro** e con modelli organizzativi e strutturali diversi. In questa ricchezza di modelli sta la ricchezza del settore vitivinicolo italiano.

Per quanto sia stimolante approfondire la realtà delle imprese del settore con analisi e statistiche **il vero interesse del nostro lavoro è rispondere a queste domande: come utilizzare questi numeri? Che utilità effettiva possono avere queste analisi di settore per il singolo imprenditore?**

Suggeriamo di seguito un **metodo, un percorso**.

1° fase: conoscere la propria impresa

Incontro imprenditori che sanno rispondere con sicurezza quando richiedo informazioni di natura economica e finanziaria però, molto più frequentemente, riscontro come su tali ambiti

regni una grande incertezza e approssimazione da parte dei più. Eppure, le informazioni non mancano! Sono solo “disperse” in angoli nascosti e poco frequentati dei gestionali aziendali. **Una semplice analisi di bilancio che comprenda gli esercizi dal 2019 (anno prima del Covid) fino al 2022 (anno post-Covid in cui sono ripresi i mercati ma si è anche manifestata una spinta inflazionistica pesante), potrà fornire all'imprenditore una rappresentazione economica, patrimoniale e finanziaria molto utile per le decisioni da prendere in questo difficile 2023.**

Alcuni **suggerimenti operativi** di facile applicazione:

- calcolare l'andamento della redditività nei 4 anni misurando i valori % dell'Ebitda, dell'Ebit e dell'utile netto;
- monitorare la propria situazione finanziaria grazie all'andamento della PFN (Posizione Finanziaria Netta) e rapportarla all'ebitda;
- mappare i clienti e i fornitori calcolando i giorni medi di incasso dei crediti e di pagamento dei debiti commerciali.

Più complesse ma fondamentali anche le seguenti analisi:

- andamento dei costi diretti di produzione fino al costo bottiglia;
- analisi del peso dei diversi processi di produzione: i processi agricoli, i processi di trasformazione, i processi di logistica e i processi commerciali.

Il quadro che emergerà da queste analisi sarà di straordinaria importanza se affiancato alla valutazione dell'efficacia delle strategie aziendali oggi perseguiti. Molto spesso, infatti, le strategie aziendali non sono allineate agli obiettivi aziendali e un loro allineamento può apportare da subito dei

significativi miglioramenti.

2° fase: il confronto con le altre imprese e la ricerca dei best-performer

Solo dopo una attenta analisi della propria azienda-cantina diventa stimolante e davvero utile confrontarsi con le altre imprese ed in particolare con i principali concorrenti. Infatti analizzando i propri numeri e le principali KPI aziendali emerge quello che possiamo chiamare il proprio "identikit economico e finanziario".

Facciamo un esempio.

Cantina veneta, settore industriale, buona riconoscibilità del brand, opera su più mercati in un contesto molto competitivo.

- Ricavi: 15M
- Ebitda: 6,7%
- PFN/ebitda: 0,8
- Giorni medi di pagamento Clienti: 135
- Tot immobilizzazioni materiali/tot attivo: 0,20

Questa azienda deve **confrontarsi inizialmente con imprese che abbiano le sue caratteristiche** per tipologia di vini prodotti, per dimensione eseguendo un modello di selezione così strutturato:

1. individuare le imprese del proprio territorio con produzioni vinicole simili;
2. selezionare quelle in un intervallo di ricavi +-50%;
3. selezionare quelle con il rapporto Immobilizzazione materiali/totale attivo > 0,3;
4. selezionare quelle con il rapporto Immobilizzazione

materiali/totale attivo > 0,3 (questo indice è molto importante perché, dalle nostre ricerche, individua le imprese con importanti asset immobiliari quali vigneti e cantine rispetto alle imprese più commerciali di mero imbottigliamento. Il valore 0,3 è la mediana: al di sotto di tale valore chiamiamo le imprese "light", al di sopra di tale valore "strong".

Individuato il campione di confronto sarà interessare verificare il proprio posizionamento rispetto alle altre imprese e le aree di miglioramento. Nel caso specifico **l'azienda dell'esempio 1 ha una redditività inferiore ai propri competitor diretti che deriva da una struttura industriale obsoleta ed inefficiente.**

L'azienda ha infatti una buona PFN che deriva non tanto dai flussi di cassa che sono inferiori alla media ma dal **non aver investito in nuove tecnologie. L'azienda deve lavorare anche sui clienti per migliorare le prestazioni di incasso:** 135 giorni sono infatti superiori al valore veneto per imprese di quelle dimensioni che si ferma a 103 giorni. Affiancare queste considerazioni economiche e finanziarie ai più tipici progetti commerciali ed enologici dell'impresa aiuterà la cantina ad avere maggiori possibilità di successo.

Gli imprenditori del vino possono quindi iniziare ad utilizzare i dati del settore in modo analitico e a supporto delle loro decisioni strategiche. Per far questo è necessario innanzitutto un **percorso di conoscenza della propria azienda che permetta di individuarne l'identità. Solo così sarà poi possibile un confronto con i competitor diretti o con le imprese che potremo classificare come "best performer" per scoprirlne le caratteristiche e le qualità e farsi quindi ispirare (e, se possibile, provare ad importarle nel proprio modello di business).**

E le società agricole semplici? Da subito la contabilità ordinaria!

Nel settore vitivinicolo è frequente trovare società semplici agricole. È la forma societaria che trova nel mondo agricolo il maggior interesse di natura fiscale e pertanto, pur in presenza di vincoli e responsabilità limitate, viene utilizzata anche da imprese di una certa dimensione. **I dati di tali imprese non sono disponibili in quanto non sono tenute alla redazione di un bilancio** e al suo successivo deposito.

Questa situazione porta molte società a sottovalutare l'importanza di dotarsi di una solida struttura contabile ed è **molto frequente incontrare società con fatturati milionari gestite con una contabilità semplificata e senza bilancio**. In queste aziende non è possibile fare nessuna analisi ed è come guidare un aereo basandosi sul mero intuito. **Consiglio una inversione di rotta** ed una immediata adozione di una contabilità ordinaria!

Come si calcolano e che significato hanno?

Ebit: lo si trova direttamente nel conto economico del bilancio alla voce “differenza tra valore della produzione e costi della produzione”. Rappresenta la redditività dell’azienda al netto dei costi finanziari e delle imposte.

Ebitda: si ottiene aggiungendo all’Ebit gli ammortamenti e le svalutazioni. È un indicatore generale di capacità di creazione di valore.

PFN: Posizione Finanziaria Netta – si ottiene sottraendo ai debiti di natura finanziaria (banche, obbligazioni, finanziamenti soci...) i crediti di natura finanziaria (crediti bancari e liquidità). Indica il livello di indebitamento

finanziario generale di una società