Terra Moretti Vino, una crescita dal ”volto umano”

scritto da Fabio Piccoli | 19 Dicembre 2022



In diversi sport spesso ci si domanda se è più importante l’auto, la moto o il pilota? O nel calcio, nel basket, nella pallavolo, insomma negli sport di squadra ci si chiede quanto conti l’allenatore rispetto ai giocatori?

È meno frequente che questi interrogativi vengano posti quando si tratta di imprese. **Quanto contano i manager, le risorse umane nel successo o meno di un’azienda?**
La risposta a quest’ultima domanda la si trova osservando le imprese al loro interno, cercando di comprendere le ragioni dei loro risultati.

Pensavo a questo prima di incontrare **Massimo Tuzzi, dal 2020 ceo di Terra Moretti Vino e di Holding Terra Moretti.** Poco più di due anni alla guida di uno dei gruppi del vino più noti del nostro Paese con brand prestigiosi del calibro di Bellavista, Sella & Mosca, Contadi Castaldi, Petra, tanto per citare i più

famosi.
Due anni potrebbero apparire pochi, eppure Tuzzi è riuscito in poco tempo ad ottenere risultati straordinari che assumono un valore ancor più importante, considerando la complessità di quest'ultimo biennio.
Nel 2021 il gruppo che fa capo alla famiglia Moretti aveva chiuso l'anno con ricavi netti pari a 78,6 milioni di Euro (+48% sul 2020 e +23% sul 2019). Un risultato eccellente che ha posto il Gruppo Terra Moretti, come evidenziato nel report annuale di Mediobanca, al **terzo posto in relazione ai maggiori incrementi di fatturato nel 2021,** dietro solo a Tenute Piccini (+61% sul 2020) e al Gruppo Lunelli (+57,6%).

Ma per chi pensa che si sia trattato di risultati frutto del cosiddetto effetto "rimbalzo", dopo l'annata anomala del 2020 contrassegnata dal forte impatto della pandemia, dovrà ricredersi perché **anche il 2022 si sta chiudendo per il gruppo di Erbusco (Brescia) con un'ulteriore crescita rilevante che ne consolida il trend.**
E se quindi un anno poteva apparire una "fortunata" casualità (la fortuna può essere una bella alleata ma non renderà mai da sola un'impresa competitiva) **la crescita di quest'anno conferma la bontà delle strategie impostate da Tuzzi e dalla sua squadra.**

Ho incontrato spesso il ceo di Terra Moretti in questi due anni e la cosa che mi ha sempre piacevolmente impressionato è il suo **mettere davanti a tutto il valore della squadra, delle risorse umane, delle competenze.** Penso che sia il manager del vino che, nella mia ormai purtroppo lunga esperienza professionale, abbia anteposto il tema delle risorse umane rispetto a quello del prodotto.
Attenzione, non significa che l'identità qualitativa di un prodotto non sia un fattore di straordinaria importanza per un'impresa vitivinicola, ma da sola non sarà mai sufficiente a decretarne il successo.
E Massimo Tuzzi è ben cosciente della **necessità di costruire**

un mix vincente di fattori dove le donne e gli uomini dell'azienda assumano un ruolo determinante per renderla competitiva.

"**Siamo molto soddisfatti di come si sta chiudendo anche questo 2022** – mi spiega Tuzzi – che testimonia come in questi due anni siamo riusciti a costruire basi solide che ci stanno consentendo una crescita importante anche quest'anno. Ottimi i ricavi, ma ancora più la redditività, chiuderemo infatti con un Ebitda di 18 milioni circa. E tutto questo – ci tiene a precisare Tuzzi – nonostante non solo **stiamo fronteggiando una fase di crisi economica globale**, ma come gruppo abbiamo attuato investimenti considerevoli; solo **Sella&Mosca ha intrapreso il rinnovo di ben 180 ettari di vigneto**".

Chiedo a Tuzzi se può evidenziare la principale ragione di una crescita così rilevante e solida.

"Penso che qualunque momento di crisi si presenti, l'avere al proprio fianco un team forte e coeso, sia un elemento fondamentale per una crescita armoniosa ed efficace. Leadership positive, che sappiano riconoscere e motivare i talenti, capaci di aiutare gli altri ad esprimere tutte la potenzialità di cui sono capaci, e che possano instaurare in azienda un clima sereno e collaborativo.
Da lì, lo stimolo del "mai uguali". Un ambiente incoraggiante non deve essere una comfort zone, ma deve diventare il luogo della creatività, del pensiero e del coraggio. Con questo sentimento abbiamo liberato energie positive e lavorato insieme a nuove strategie. Non sono cambiate le persone, ma è cambiato il nostro modo di stare insieme. Tutto questo non sarebbe comunque stato possibile senza una proprietà illuminata, come quella della famiglia di Vittorio Moretti, che ci è costantemente vicina e si impegna non solo dal punto di vista finanziario, ma anche e soprattutto contribuendo con nuove opportunità ed entusiasmo.

Sicuramente tra gli aspetti più rilevanti del nuovo corso del Gruppo Terra Moretti vi è quello di essere riusciti a dare una precisa identità, ben distinta e chiara, ad ogni brand. In questa direzione, si inserisce Contadi Castaldi, oggi portavoce di una sua nitida e precisa identità, che ha conferito al marchio, il ruolo di una delle realtà più autorevoli e credibili della Franciacorta, sia dal punto di vista produttivo (grazie alla definitiva consacrazione di Gianluca Uccelli, che oltre ad essere uno dei più preparati enologi italiani, proprio Massimo Tuzzi ha nominato direttore generale) sia di immagine. Per Bellavista, fra i punti messi a segno da Tuzzi dalla sua nomina in Terra Moretti, vi è sicuramente l'arrivo di Richard Geoffroy, in qualità di mentore e di maestro di cantina al fianco di Francesca Moretti e del suo team, impegnati da un anno nella costruzione del futuro di Bellavista.
Ma l'impronta del nuovo management del Gruppo si sta facendo sentire in tutte le realtà di Terra Moretti comprese le tenute toscane che stanno registrando crescite "commerciali" importanti anche grazie ad un'identità e ad un'immagine molto più chiara e autorevole.

"Non è stato necessario fare rivoluzioni – precisa Tuzzi – abbiamo lavorato con tutte le aziende ad un percorso di cristallizzazione del valore della marca che è già ben definito, e che andava solo codificato e formalizzato. Nella valorizzazione dell'esistente abbiamo definito, innanzitutto, quali fossero gli elementi peculiari di ogni cantina: dall'interpretazione più autentica dell'identità dei territori, che ritroviamo senza esitazioni nei nostri vini; fino alla declinazione degli stilemi narrativi da veicolare nella comunicazione, nel marketing e nell'ospitalità. In questi mesi, ad esempio, stiamo facendo uno straordinario lavoro di zonazione nella nostra Tenuta La Badiola, a Castiglion della Pescaia (Grosseto), che possiamo considerare il terroir più "provenzale" del nostro Paese e per questa ragione il più vocato per realizzare rosé di altissimo pregio,

con novità molto importanti per il 2023”.

Vista la grande crescita di questi due anni, quale allora la sfida futura più complessa per il Gruppo Terra Moretti?

“Il far percepire la nostra anima assolutamente artigianale – conclude Tuzzi – dove tutti i nostri prodotti sono frutto di grande manualità e di competenze qualificate. Dove la tecnologia è uno strumento importantissimo, ma sempre al servizio degli uomini e della natura. E per garantire che il sapere si tramandi, che i gesti ancestrali in campagna e in cantina si ripetano costanti, che si continuino a produrre vini eccellenti e che i mercati rispondano con entusiasmo, è fondamentale continuare ad investire sulle persone e sul merito. Parole come giovani, integrazione, benessere del singolo, rispetto della diversità, leadership positive e senso di appartenenza, devono diventare il filo conduttore di ogni nostra azione. Vorrei che le nostre aziende fossero un luogo in cui i giovani talenti aspirino a lavorare e in cui i lavoratori di lunga esperienza continuino a trovare ispirazione e motivazione. Un obiettivo per Terra Moretti, ma in generale una sfida per tutto il comparto vitivinicolo; così che il nostro settore possa davvero rappresentare un modello a cui tendere, ove il circolo virtuoso che unisce persone, territori e risultati, sia l’emblema tangibile di una sostenibilità reale.”