Il mercato segreto delle cantine in vendita: svelare il tabù per crescere

scritto da Fabio Piccoli | 21 Novembre 2024



Il tabù delle aziende vinicole in vendita rallenta lo sviluppo del settore. L'articolo analizza come la mancanza di trasparenza ostacoli trattative e valutazioni professionali, sottolineando l'importanza di esperti multidisciplinari per un mercato più competitivo e maturo. Un appello a superare il silenzio per favorire il futuro del comparto vitivinicolo.

Dopo parecchi mesi di titubanza ho deciso di scrivere un editoriale sul tema delle **aziende del vino in vendita**.

Mi sono chiesto come mai ci ho messo così tanto tempo per prendere questa decisione e la risposta mi è arrivata semplice e diretta: perché parlare di vendita di aziende, di aziende

italiane sul mercato è un **tabù** che ci trasciniamo da sempre nel nostro poco trasparente e ancora non del tutto maturo settore del vino.

Sì, inutile girarci tanto intorno, per un imprenditore del vino mettere l'azienda in vendita è considerato un grande fallimento. Ma questo è un **retaggio del passato** che però continua a trascinarsi anche oggi perché mi capita di frequente di imbattermi in imprenditori che mi dicono sottovoce che sono in trattativa per la vendita dell'azienda o stanno pensando seriamente di venderla ma "per carità nessuno lo deve sapere".

L'aspetto che poi evidenzia un altro grande paradosso è che solo raramente la vendita deriva da risultati economici insoddisfacenti, anzi il più delle volte le motivazioni sono di natura ben diversa come, ad esempio, un cambio generazionale all'interno dell'impresa, un brand forte, che proprio per questo risulta appetibile, un cambio di vita da parte della proprietà.

A forza di percepire questo **sentimento di paura**, direi **quasi di vergogna**, ho deciso che nel mio piccolo dovevo provare a rompere questo tabù che considero per tanti aspetti non solo paradossale ma anche molto pericoloso.

Pericoloso perché **rischia di causare due danni evidenti**: il primo è che **nascondersi non è il miglior modo per essere appetibili** in maniera adeguata agli occhi di un potenziale acquirente; il secondo perché **genera una costante insicurezza** che spesso pregiudica l'efficacia e il risultato di una trattativa.

Non voglio passare per un ingenuo o per un superficiale, è chiaro che le trattative di compravendita di imprese devono avvenire con la **corretta riservatezza** e scegliendo veri professionisti e non i sensali del passato che però, purtroppo, ancora imperversano tra le nostre vigne.

Ma quello che spesso i proprietari di imprese del vino non si rendono conto è che **questa sorta di omertà sul fronte dell'"M&A" ha determinato e determina un costante e pericoloso chiacchiericcio**, **un pettegolezzo che porta a dichiarare in vendita aziende che non lo sono e viceversa**. E questo sì che si può trasformare in una oggettiva forma di delegittimazione di imprese, di brand.

Senza dimenticare che l'**assenza di processi di vendita**, professionali e seri, di **acquisizione di imprese del vino**, sta rallentando drammaticamente da un lato lo **sviluppo di professionisti seri** e preparati su questa complessa tipologia di attività e dall'altro sta consentendo il *perseverare*, come già sottolineato precedentemente, **di soggetti poco preparati** e che generano non poca confusione in una tematica così strategica nell'economia del nostro settore vitivinicolo.

Ma c'è un altro aspetto che mi preme evidenziare ed è quello delle **valutazioni delle nostre imprese vitivinicole, dei loro brand**.

Si tratta di un'attività molto complessa che richiede professionalità multidisciplinari perché non si tratta "solo" di fare **valutazioni di tipo fondiario o immobiliare**, ma in grado di **abbracciare tutti i diversi ambiti di un'impresa** da quelli **economico-finanziari** (presenti e potenzialmente di prospettiva), quelli **commerciali** (presenti e di prospettiva); quelli del **valore del brand aziendale** (materiali e immateriali) e **quelli del valore del brand territoriale** (denominazione).

Non credo di esagerare affermando che la valutazione di un'impresa vitivinicola è quanto di più **complesso** ci possa essere e purtroppo non esiste una "scuola" che lo insegna e per questo l'**esperienza professionale** e la **costruzione di società "multidisciplinari"** è l'unica via percorribile per non trovarci di fronte ad un "mercato del bestiame".

Lo stesso interesse in questi anni di varie tipologie di fondi di investimento ha messo in luce una **oggettiva carenza di competenza** su questa attività così strategica per il nostro settore.

Tutto questo, a mio parere, da un lato ha portato da **super valutazioni o sottovalutazioni** di non poche imprese del nostro Paese, dall'altro **non sta agevolando la nascita di seri punti di riferimento in Italia nell'attività di "M&A"**, o, per essere più corretti, i**mpedisce alle realtà serie presenti di emergere in maniera più chiara e trasparente**.

Per questa ragione ritengo oggi fondamentale uscire da questo tabù e **rendere più visibile l'attività di compravendita delle imprese del vino** che rappresenta un asset di grande importanza per lo sviluppo di qualsiasi comparto economico, a partire proprio da quello vitivinicolo.

Punti chiave

1. La vendita di cantine è ancora percepita come un fallimento, ostacolando trasparenza e sviluppo.
2. La mancanza di processi professionali rallenta le compravendite e favorisce operatori poco qualificati.
3. La valutazione di aziende vinicole richiede competenze multidisciplinari per evitare errori.
4. Fondi di investimento evidenziano lacune nelle competenze di "M&A" in Italia.
5. Rendere trasparenti le compravendite è cruciale per un mercato più maturo.