

Scandalo tangenti, Southern Glazer's evita il processo: accordo da 12,5 milioni di dollari

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Ottobre 2026



Southern Glazer's Wine & Spirits evita il processo negli Stati Uniti con un accordo da 12,5 milioni di dollari, dopo uno scandalo legato a presunte tangenti per favorire determinati vini sugli scaffali. Il caso riporta l'attenzione sulle leggi che regolano i rapporti commerciali nel settore degli alcolici e offre indicazioni importanti per i produttori italiani presenti sul mercato americano.

Southern Glazer's Wine & Spirits, uno dei maggiori distributori statunitensi di bevande alcoliche, **non sarà perseguita penalmente** dalle autorità federali per lo scandalo

delle tangenti che ha coinvolto cinque suoi ex dirigenti e responsabili commerciali. Il Dipartimento di Giustizia degli Stati Uniti (DOJ) e l'Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) hanno raggiunto con l'azienda un accordo di non perseguibilità (*non-prosecution agreement*), che prevede **un pagamento di 12,5 milioni di dollari e ulteriori obblighi per i prossimi due anni.**

La decisione, annunciata il 10 settembre scorso, non equivale a un'assoluzione. Southern Glazer's ha infatti riconosciuto la propria responsabilità per le condotte e le carenze dei propri ex dipendenti, mentre le autorità hanno considerato sia il tempo trascorso dai fatti sia le misure introdotte dall'azienda per prevenire il ripetersi di comportamenti analoghi.

Otto anni di presunte tangenti per conquistare spazio a scaffale

La vicenda era emersa pubblicamente nel marzo 2026, quando **cinque ex dipendenti di Southern Glazer's erano stati incriminati** nell'ambito di un'indagine relativa a un presunto sistema di corruzione commerciale durato otto anni. Si tratta di Stephen Magliocco, ex vicepresidente della divisione catene; Michael Dehdashtian, vicepresidente della stessa divisione; Adrian Ruiz, ex vicepresidente senior per la California; Ryan Dow, direttore vendite; e Loratina Muscara, direttrice vendite.

Secondo le accuse, i cinque avrebbero offerto e ricevuto benefici impropri, tra cui viaggi di lusso dedicati al golf e soggiorni in hotel di alto livello, in cambio di decisioni commerciali favorevoli a determinati vini. **L'obiettivo era influenzare la selezione dei prodotti da inserire sugli scaffali di una catena di supermercati.**

Il sistema contestato non si sarebbe limitato ai benefici personali. Secondo la ricostruzione federale, alcuni

dipendenti avrebbero aggirato i controlli aziendali utilizzando intermediari e presentando **documentazione fraudolenta per mascherare le operazioni**. Le accuse individuali, è importante precisarlo, non costituiscono condanne definitive.

Le leggi Tied House e i confini della competizione commerciale

Il caso riporta l'attenzione sulle cosiddette *Tied House laws*, norme presenti in California e in altri Stati americani per limitare i rapporti economici impropri tra i diversi livelli della filiera degli alcolici: produttori, distributori e rivenditori.

Come ha spiegato a *The Drinks Business* Tom Wark, direttore esecutivo della National Association of Wine Retailers, queste disposizioni impediscono generalmente a un operatore di un segmento della filiera di offrire beni o vantaggi di valore a un soggetto appartenente a un altro segmento, al di fuori di quanto consentito dalla legge. L'obiettivo è evitare che il potere economico e gli incentivi personali alterino le decisioni di acquisto e la concorrenza.

La distinzione è sostanziale: **investire nella promozione di un vino non è di per sé illecito; lo diventa quando il vantaggio economico viene utilizzato per condizionare impropriamente chi decide quali prodotti acquistare o commercializzare**. Per questo, accordi promozionali, contributi commerciali e attività sul punto vendita devono essere trasparenti, documentati e conformi alle regole applicabili.

Compliance rafforzata, ma la vicenda non cancella le responsabilità

A determinare la scelta delle autorità ha contribuito il **rafforzamento dei controlli interni** realizzato da Southern

Glazer's. L'azienda ha dichiarato di aver introdotto nuove procedure, sistemi di monitoraggio e audit più rigorosi, oltre a meccanismi di applicazione interna delle regole. Ha inoltre riconosciuto che alcuni ex dipendenti avevano aggirato i controlli e le politiche aziendali.

Il presidente e amministratore delegato Wayne E. Chaplin ha ribadito l'impegno a operare secondo elevati standard etici e a rafforzare la supervisione interna. **L'accordo, tuttavia, non impedisce eventuali procedimenti contro le persone fisiche coinvolte** e non trasforma la decisione di non perseguire la società in una dichiarazione di innocenza rispetto ai fatti ricostruiti.

Il messaggio delle autorità è chiaro: la qualità dei sistemi di compliance e la capacità di correggere le criticità possono incidere sulle conseguenze per un'impresa, ma non cancellano automaticamente le condotte illecite del passato.

Qual è il messaggio per il vino italiano negli Stati Uniti

Per i produttori italiani l'episodio dimostra quanto sia importante valutare i partner commerciali non soltanto in base ai volumi distribuiti e alla capacità di raggiungere i punti vendita.

Tre indicazioni meritano attenzione:

- La prima è la **tracciabilità degli investimenti promozionali**: ogni contributo deve avere una finalità verificabile, destinatari identificabili e documentazione coerente.
- La seconda riguarda la selezione di importatori e distributori: **conoscere le procedure di controllo dei partner e degli intermediari** è parte integrante della gestione del rischio.

- La terza è **contrattuale**: responsabilità, autorizzazioni, rendicontazione e verifiche sulle spese devono essere definite con chiarezza, soprattutto quando sono coinvolti più operatori.

La lezione, in definitiva, va oltre il caso Southern Glazer's. In un mercato competitivo, ottenere visibilità e conquistare spazio a scaffale è essenziale, ma non a qualsiasi costo. **Per le cantine italiane, la trasparenza non è soltanto una questione di conformità normativa**: è una condizione per costruire relazioni commerciali solide e proteggere la reputazione del proprio marchio nel lungo periodo.

Punti chiave:

1. **Accordo da 12,5 milioni di dollari**: Southern Glazer's evita il procedimento penale federale relativo ai fatti contestati.
2. **Otto anni di presunte irregolarità**: cinque ex dipendenti sono stati incriminati per un sistema di tangenti legato alla selezione dei vini nei supermercati.
3. **Documentazione fraudolenta**: secondo la ricostruzione federale, alcuni dipendenti avrebbero aggirato i controlli interni attraverso intermediari e documenti falsi.
4. **Compliance rafforzata**: nuove procedure, monitoraggi e verifiche interne hanno contribuito alla decisione delle autorità.
5. **Lezione per le cantine italiane**: tracciabilità dei fondi promozionali, verifica dei partner e chiarezza contrattuale sono essenziali per operare negli Stati Uniti.