Vi.V.O. Cantine, 2022: fusioni aziendali e trasformazioni strutturali, garanzie di risultati straordinari

scritto da Emanuele Fiorio | 12 Gennaio 2023



Performance eccellenti per il Gruppo Vi.V.O. Cantine che dimostrano la capacità di questa realtà solida, radicata, strutturata, di superare le difficoltà imposte dal frangente storico-economico sfavorevole e di **creare valore e opportunità per i soci e per il territorio,** mettendo al primo posto la responsabilità d'impresa attraverso l'adozione di pratiche sostenibili, la valorizzazione della produzione e il rispetto dei principi etici.

Ho intervistato **Franco Passador, Amministratore Delegato di Vi.V.O. Cantine**, per comprendere e approfondire, attraverso la sua testimonianza diretta, **elementi e fattori che hanno determinato i risultati di questa formidabile annata.**

In Italia l'inflazione media quest'anno si attesta al 7,5%. Questa situazione riduce il potere d'acquisto e scoraggia gli investimenti delle imprese. Quali strategie state adottando per gestire questa congiuntura economica sfavorevole?

Non vi è dubbio che la realtà economica nella quale operiamo desti vera preoccupazione, in considerazione di una molteplicità di fattori: l'aggressione russa all'Ucraina con conseguente difficoltà nell'approvvigionamento energetico e alimentare, le spinte inflazionistiche, il rallentamento della crescita in Cina, l'assenza di nuovi soggetti trainanti la crescita mondiale. E non solo.

Nondimeno la nostra Azienda è riuscita ad affrontare queste sfide grazie alla forte progettualità, alla operatività, alla solidità economica e finanziaria, alla continuità di gestione aziendale. In particolare i **processi di fusione aziendale**, ovvero l'acquisizione di nuove Aziende nell'ultimo triennio, e quelli di **trasformazione strutturale**, ovvero investimenti per venti milioni di euro nel medesimo arco temporale, hanno prodotto i risultati attesi. Se è vero, che in un primo momento questo processo di crescita e consolidamento aziendale ha comportato non trascurabili oneri, ora se ne vedono i benefici (al netto della recente spinta inflazionistica, la dinamica dei costi risulta sicuramente migliorata). Si veda, in merito, il prezzo di liquidazione delle uve decisamente buono, anche nell'esercizio appena concluso, nettamente superiore a quello dei valori mercatistici medi della Camera di Commercio di Treviso, quella di riferimento.

Durante la recente assemblea dei soci di V.iV.O. Cantine sac, avete approvato l'ultimo bilancio. A quanto ammonta l'utile d'esercizio e quale profilo riveste Vi.V.O. nel panorama

viticolo nazionale?

L’Assemblea Generale dei Soci del Gruppo Vi.V.O. Cantine di giovedì 15 dicembre ha approvato all’unanimità il bilancio di esercizio chiuso al 31 agosto 2022.
Il **fatturato consolidato** raggiunge i 164 mln di euro (41% in più rispetto all’anno precedente), l’**utile netto** di esercizio supera 3 milioni di euro e il patrimonio netto ammonta a oltre 22,8 mln di euro.
Si tratta evidentemente di risultati di straordinario rilievo che provano le capacità di quest’Azienda di affermarsi ovvero di crescere, nonostante le difficoltà esogene, di **generare costantemente valore, di creare futuro per i soci e il territorio.**
Vero è che secondo lo studio di Mediobanca su “Il settore Vinicolo in Italia” 2022, il Gruppo Vi.V.O. Cantine si posiziona come ventesima azienda vinicola per fatturato in Italia nel 2021, al quarto tra le Cooperative di primo grado. Relativamente agli indicatori economico-patrimoniali e di efficienza, secondo la medesima fonte, il Gruppo Vi.V.O. si colloca al secondo posto in Italia, tra le Cooperative, con z-score normalizzato allo 0,4%.

Sempre secondo UIV, nel 2022 L’escalation dei costi energetici e delle materie secche (vetro, tappi, capsule, carta, cartone) equivale a un aumento dell’83% rispetto ai budget iniziali. Si ritrova in questi numeri e come avete agito per evitare di scaricare questo surplus sui consumatori?

I **rincari** dei costi energetici e delle materie prime risultano pesanti, preoccupanti per l’intera filiera e si traducono in un **aumento complessivo del 28% a fronte di un incremento dei listini prezzi del 6.6 %** nei primi sei mesi dell’anno. Data la difficile congiuntura economica è stato possibile ribaltare sui clienti solo una parte dell’aumento dei costi per non compromettere rapporti consolidati con la clientela e per evitare di contribuire alla depressione dei consumi.
Di converso è stato possibile **contenere l’aumento dei costi**

grazie all’attuazione di programmi triennali di sviluppo tecnologico orientati all’ottimizzazione dei processi produttivi per la gestione della produzione, del magazzino e della logistica.

Quali sono i valori, i punti di forza più importanti che riconosce al vostro Gruppo?

I punti di forza del Gruppo sono con ogni evidenza le **risorse umane, quelle economiche, sociali ed ambientali.**
Sicuramente il **capitale umano**. Parlo in primis dei miei più stretti collaboratori, estremamente impegnati, seri, preparati, quindi dei dipendenti tutti. Al punto che la vita di questa Cooperativa non sarebbe stata parimenti intensa e forte senza di loro.
Quindi il capitale economico, sociale e ambientale.
Vi.V.O. Cantine con questo bilancio raggiunge un **valore della produzione di 120 mln di euro (64,4% più dello scorso anno), mentre il valore distribuito tra i Soci in termini di remunerazione dei conferimenti è pari a 101,4 mln di euro.** Si tratta di una iniezione di denaro di notevole valore che incide sulla economia del territorio.

Nel territorio però la Cooperativa è fortemente impegnata anche nella **tutela dell’ambiente**. Da alcuni anni abbiamo conseguito la certificazione SQNPI (Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata) e recentemente anche VIVA (Valutazione dell’Impatto Ambientale della Vitivinicoltura nell’Ambiente), che attesta l’**efficacia del modello di sostenibilità ambientale realizzato dalla nostra Azienda in tutte le fasi della filiera produttiva.**
In altri termini l’adozione delle pratiche a basso impatto ambientale e la valorizzazione della produzione dei soci sono rivelatori della nostra responsabilità d’impresa.

Quali sono le sfide più rilevanti che anche un gruppo cooperativo come il vostro dovrà affrontare nel prossimo futuro?

Il futuro ci vede impegnati su **più fronti.**

Il primo è quello della multicanalità e della flessibilità. Si consideri che lo sviluppo dell'e-commerce negli ultimi anni ha confermato l'importanza della informatizzazione di tutti i processi aziendali. Per superare tale gap occorre investire ulteriormente nel processo di digitalizzazione, nella informatizzazione delle vendite, nella comunicazione. Per quanto concerne la flessibilità, ovvero la capacità di rimodulazione dell'offerta, Vi.V.O. è già in grado di rispondere alla domanda del mercato.

Il secondo: quello della sostenibilità, aspetto, come detto, di estremo interesse, al fine di garantire sicura riconoscibilità e adeguato valore ai nostri vini. In tal senso abbiamo adottato misure concrete quali gli investimenti per la produzione di energia derivante dal sistema fotovoltaico, la riduzione della incidenza di input chimici, così come la valorizzazione dei sottoprodotti.
E promuovere la sostenibilità significa puntare alla alta qualità globale, obiettivo fondamentale, imprescindibile al fine di competere sui mercati internazionali.

Il terzo: quello della costante partecipazione alla attività di ricerca ad ampio spettro, dalla coltivazione della vite alla produzione delle uve, dalla vinificazione all'imbottigliamento dei vini, senza trascurare i nuovi ambiti di interesse che guardano alla produzione di prodotto dealcolato. Di fatto, il nostro Gruppo da alcuni anni partecipa ad attività di studio e sperimentazione in tal senso, in collaborazione anche con Istituti di Ricerca Nazionali, che coinvolge direttamente la nostra società controllata. Vi.V.O. Agricola. E non solo.

Il quarto: quello della comunicazione che deve veicolare in modo efficace le peculiarità, il valore del nostro prodotto, presidiando i mercati di riferimento e possibilmente ampliandoli per raggiungere un numero sempre maggiore di

potenziali consumatori.