

Breve analisi politico economica delle Cantine Sociali italiane e nuovo confronto con i privati

Università degli Studi di Firenze

Dott. Petri Giulio



Indice

Introduzione: Pag 2.

Cap. 1. Nascita e sviluppo delle Cantine Sociali: Pag 3 – 5.

Cap. 2. Legislazione, composizione e funzionamento delle Cantine Sociali: Pag 6 – 7.

Cap. 3 _Cooperative vs privati: Pag 8 – 10.

Conclusioni: Pag 11.

Introduzione.

Il presente lavoro ha lo scopo di analizzare l'importanza delle società cooperative all'interno del settore viti-vinicolo italiano, passando brevemente attraverso la loro storia e le ragioni che le hanno fatte sorgere ed accrescere, fino a divenire una realtà importante del paese.

Dal confronto con i privati in termini di assetto patrimoniale, fiscalità, capacità di fare fatturato ed utile, si è cercato di dare un'idea di quali siano le tipologie societarie più efficaci ed efficienti, sia in termini di vendite all'estero che all'interno del circuito nazionale.

Tutti i dati raccolti sono riferiti al mercato del vino nel suo insieme e non hanno riguardato casi specifici prendendo in esame singole aziende, al più si è cercato di limitare il campione a classi dimensionali.

1. Nascita e Sviluppo delle Cantine Sociali.

Da una situazione di difficoltà nasce la cooperazione. È questo più un fatto storico che non un assunto della retorica, anche i due più agguerriti competitors possono arrivare a collaborare l'uno con l'altro per raggiungere il bene comune, o meglio, i propri interessi privati; del resto il motivo per cui si entra a fare parte di una società cooperativa è quello di ottenere un vantaggio personale, non attraverso la via classica della competizione, o l'emergere ed il dominare di un'idea imprenditoriale sulle altre ma al contrario, eludendo buona parte della concorrenza ed alleandosi con una parte ristretta di essa.

In questo contesto è ovvio che il mercato non è più guidato dalla “mano invisibile” teorizzata da Adam Smith nel XVIII secolo ma da qualcosa di più evoluto. Anni e anni di libero mercato hanno inevitabilmente prodotto delle figure forti e dominanti sulle altre, per cui i vincitori restano saldamente al loro posto e spingono l'asticella d'ingresso nel settore in cui operano sempre più in alto, rendendo difficoltoso l'accesso per i nuovi arrivati.

Il mondo del vino a causa della sua natura, che richiede un processo industriale di trasformazione delle materia prima, nonché la dipendenza dai ritmi della campagna, è sempre stato caratterizzato da un'alta richiesta di immobilizzazioni tecniche e relativi costi fissi, necessari all'avvio e al sostenimento dell'attività produttiva. È ben noto come in certi casi il vino sia stato in grado, come nessun altro prodotto alimentare, di farsi conoscere come bene edonistico e spuntare prezzi di mercato tali da compensare abbondantemente i sopra-citati costi, tuttavia le così dette “rivoluzioni della qualità”, avvenute a Bordeaux, in Borgogna, nella Champagne o molto più recentemente in Toscana, Veneto, Piemonte e nella Napa Valley, sono state portate avanti da un numero esiguo di produttori che hanno avuto, sì l'intuizione ed il coraggio di sfidare il mercato di massa con prodotti di alto livello ma anche le capacità economiche di partenza per potere sostenere costi di produzione maggiori degli altri. Proprio il fatto che si parli di vini che si sono distinti dalla massa implica che esista appunto una massa considerevole di imprenditori, che non ha saputo o non ha potuto intraprendere la via dell'alta qualità. Sono questi i veri piccoli produttori, decisamente troppo piccoli per fare una commodity e troppo poveri per fare delle eccellenze, sono questi quegli imprenditori che cercano di sopravvivere accontentandosi di vendere un vino senza pretese ma che risponda ai canoni salutistici del suo tempo. Anche per fare un vino di questo tipo occorrono tuttavia sempre maggiori risorse, sia perché i requisiti minimi di accesso al mercato che un bene alimentare deve avere non sono gli stessi di cento anni fa, sia perché la spinta verso la qualità, che non ha causato ma ha certamente contribuito al ben noto calo di consumo pro capite di vino, ha fatto sì che anche il consumatore che cerca un vino a basso costo voglia trovare in esso attributi organolettici sempre più esigenti.

In questo contesto è normale che moltissimi produttori abbiano individuato come unica via per riuscire a sopravvivere quella dell'associazionismo, unificare le proprie produzioni in un'unica società che sia abbastanza grande da poter generare economie di scala per poi suddividere l'utile, sperando di raggiungere quello che la teoria economica definisce come un equilibrio di Nash. Detto questo le forme di cooperazione nel viti vinicolo non nascono oggi ma molto tempo fa, anche se trovare una data od un periodo storico è difficoltoso, soprattutto per la presenza di pareri discordanti in merito. Si può probabilmente affermare che le prime cantine comuni siano nate nello stesso momento in cui non è stato più possibile per tutti i produttori fare un vino accettato dai clienti; ovviamente poi il processo di

creazione di un vero e proprio sistema organizzato e la sua diffusione non sono stati immediati ma l'idea è sempre stata la medesima e si è mantenuta negli anni.

Quel che è certo, è che in Italia già all'inizio del Novecento fossero presenti delle "pseudo-cantine sociali", soprattutto al Sud, dove il prezzo di vendita troppo basso del vino è sempre stato un problema. Successivamente ad un primo periodo di euforia, si è avuta una fase di regresso dell'associazionismo durante il ventennio Fascista, che è poi tornato a crescere nel secondo dopo guerra, in parallelo al grande aumento della domanda del periodo ma soprattutto, all'irresponsabile aumento dell'offerta che ha causato la crisi dei prezzi del settore degli anni Sessanta e Settanta. È stato proprio negli anni in cui la domanda continuava a salire e non sembrava essere esigente da un punto di vista qualitativo che sono nate le Cantine Sociali così come le conosciamo oggi ed hanno forse raggiunto, in un mercato in cui il vino sembrava destinato a divenire un settore industriale come gli altri, la loro massima importanza per i viticoltori. Al Nord-Italia in particolare, dopo un breve periodo di diffidenza del settore, le cooperative in generale hanno avuto maggiore successo, affermandosi sul territorio fino a divenire oggi delle vere e proprie potenze con i fatturati più alti del paese.

In tabella "A" si riporta l'evoluzione della cooperazione enologica in Sicilia fino a metà anni Ottanta, in questa terra più che altrove trovarono terreno fertile le prime Cantine Sociali sin dai primissimi anni del Novecento ("Le Cantine Sociali", Antonio Simenti).

Tabella "A" - "Le Cantine Sociali" (Antonio Simenti).

ANNI	Enti ammassatori			Uva vinificata in Sicilia		
	Coop. n.	Enop. n.	Totale n.	Totale q.li	In forma associata q.li	%
1951.	1	2	3	6.790.570	18.787	0,3
1952.	3	2	5	7.021.000	44.317	0,6
1953.	3	1	4	10.488.000	78.835	0,8
1954.	3	1	4	9.746.100	92.471	0,9
1955.	5	2	7	9.089.600	129.006	1,4
1956.	5	2	7	10.059.300	143.107	1,4
1957.	7	4	11	8.447.700	186.762	2,2
1958.	10	3	13	11.860.300	403.446	3,4
1959.	9	5	14	8.981.200	528.631	5,9
1960.	11	6	17	6.887.100	756.273	11,0
1961.	13	5	18	11.237.000	638.392	5,7
1962.	19	5	24	10.534.000	1.308.898	12,4
1963.	22	5	27	5.979.800	778.878	13,0
1964.	26	4	30	9.162.100	1.083.962	11,8
1965.	32	4	36	11.817.600	1.492.148	12,6
1966.	36	3	39	9.595.000	912.761	9,5
1967.	47	3	50	12.474.200	1.343.482	10,8
1968.	48	2	50	13.068.900	2.555.690	19,6
1969.	54	3	57	14.018.700	4.188.218	29,9
1970.	70	3	73	8.487.900	3.174.460	37,4
1971.	78	3	81	1.007.200	4.471.678	40,6
1972.	90	3	93	12.096.400	5.223.463	43,2
1973.	115	3	118	14.126.200	6.745.030	47,7
1974.	137	3	140	13.601.900	7.731.556	56,3
1975.	159	8	167	13.486.600	6.879.483	51,0
1976.	181	7	188	11.804.300	6.630.554	56,2
1977.	189	7	196	11.391.800	5.752.332	50,5
1978.	197	7	204	16.212.600	6.483.072	40,0
1979.	199	—	199	18.410.800	9.448.217	52,3
1980.	197	—	197	17.094.300	8.732.500	51,1
1981.	196	—	196	13.455.800	8.248.204	61,3
1982.	196	—	196	13.012.500	9.058.848	69,9
1983.	185	—	185	17.583.800	13.759.426	78,2
1984.	191	—	191	14.649.800	12.046.270	82,2
1985.	194	—	194	14.263.200	10.067.900	70,5
1986.	189	—	189	15.785.300	12.795.800	81,0
1987.	191	—	191	15.184.000	11.772.296	77,5

NOTA* (secondo lo stesso autore la tabella rispecchia piuttosto fedelmente l'andamento nazionale fino agli anni Settanta, dopodiché le varie regioni hanno intrapreso strade diverse, in Toscana ad esempio le Cantine Sociali non sono mai state apprezzate ed nel 2016 hanno vinificato il 30 % delle uve).

In Italia oggi dopo oltre trent'anni di rincorsa alla qualità, le superfici vitate sono calate così come è calato in modo ben più deciso il numero delle aziende, le quali però hanno aumentato la propria estensione e sono divenute più strutturate (4°-5°-6° *Censimento Generale Agricoltura*), di conseguenza, la percentuale di uve vinificate in forma associata è scesa rispetto agli anni Ottanta. Il nostro resta comunque un paese che soffre un forte dualismo strutturale, legato alla presenza parallela di moltissime realtà di piccole dimensioni per lo più a conduzione familiare e di poche imprese capitalistiche che coprono aree estremamente ampie. A ragione di questo, basandoci sull'ultimo censimento dell'agricoltura avvenuto nel 2010, si può notare come le aziende vitivinicole (388.881) abbiano ancora oggi una S.A.U media che arriva a stento a 2,5 Ha (fino al 2000 non era arrivata ad 1 Ha a testa!), seppure siano presenti sul territorio nazionale anche proprietà molto grandi. Se si pensa che con superfici individuali così modeste l'Italia è ad oggi il primo produttore mondiale di vino, è evidente come il ruolo delle cooperative sia ancora molto importante, queste sono meno di cinquecento ma producono quasi il 50 % del vino nazionale.

Tabella "B" _ L'andamento del mercato del vino (www.inumeridelvino.com)

	Unità produttive		Produzione	
	N.	%	HI x 1.000	%
Cantine agricole	64.300	96	11.261	22
Cantine industriali	1.785	3	14.852	29
Cantine cooperative	486	1	24.703	49
Totale	66.570	100	50.816	100

Fino a quando l'Italia sarà un paese dalla superficie agricola frantumata tra moltissimi piccoli proprietari, la presenza di questi colossi sarà inevitabile. È vero che le cose stanno cambiando, infatti si sente giustamente dire che "ci sono sempre meno aziende e sempre più grandi", tuttavia cambiano con ritmo lento e graduale e di fatto ad oggi circa la metà delle aziende del paese non hanno la forza per poter portare a conclusione la filiera produttiva. Le Cantine Sociali sono ciò che consente a queste realtà di dare produzioni accettabili e all'Italia di avere il primato di produttore di vino davanti a paesi come la Francia, in cui le aziende hanno una S.A.U media che è quasi il triplo della nostra. Ovviamente c'è poi un altro aspetto, ovvero che in Italia il prezzo medio dello sfuso è incredibilmente più basso che oltralpe, inoltre non sono i "vini di sociali" che ci fanno conoscere nel mondo e anche tra i consumatori è radicata l'idea che quello delle cooperative sia un prodotto qualitativamente scadente; da questo punto di vista si deve però riconoscere che negli ultimi tempi le Cantine Sociali italiane hanno compiuto sforzi enormi per collocarsi anche nelle fasce più alte del mercato, pur restando basate sul rapporto qualità/prezzo e sul commercio di vini per lo più di pronta beva.

2. Legislazione, composizione e funzionamento delle Cantine Sociali.

Per il codice civile italiano “una società cooperativa, è una società costituita per gestire in comune un'impresa che si prefigge lo scopo di fornire innanzitutto agli stessi soci (scopo mutualistico) quei beni o servizi per il quale la cooperativa è sorta”. In questa definizione con “scopo mutualistico” si identifica “la capacità di fornire ai soci beni, servizi o occasioni di lavoro a condizioni più vantaggiose rispetto a quelle di mercato, ottenendo quindi un vantaggio economico diretto (risparmio di spesa per beni e servizi o maggiore remunerazione del proprio lavoro)” (cod. civile- “Note” art.2511). Da un punto di vista legislativo le cooperative sono identificate semplicemente come “...società a capitale variabile con scopo mutualistico iscritte all'albo delle società cooperative...”(cod.civile art.2511).

Il vantaggio perseguito dai partecipanti ad una società cooperativa, detti “soci”, risiede quindi nella realizzazione di rapporti di scambio a condizioni migliori di quelle offerte dal mercato; è poi la natura di questo scambio, che si somma al rapporto societario proprio di ogni società (conferimento di capitali, partecipazione agli utili e alla gestione) che determina le diverse tipologie di cooperative, sia nel loro modo di operare che nella loro struttura. Nella categoria delle “cooperative agricole” abbiamo società che svolgono per lo più attività di “supporto” ai soci nelle attività di trasformazione e commercializzazione dei prodotti; stringendo attorno al mondo del vino, le cooperative più diffuse sono quelle di trasformazione delle uve e quelle di imbottigliamento, anche se molte fanno entrambe le cose.

Ogni socio per entrare a far parte di qualunque cooperativa deve avere i requisiti previsti dal Codice Civile (art.2527 comma 1 e 2) e rispettare gli obblighi che prevede lo statuto della specifica società.

Negli statuti delle Cantine Sociali che perseguono la trasformazione delle uve in vino c'è una certa variabilità ma si possono identificare degli obblighi che spesso sono richiesti, quali:

- il conferimento, da parte del socio, della totalità delle uve di propria produzione.
- Il pagamento delle uve da parte della Cantina Sociale secondo i prezzi indicati dai mercuriali della Camera di Commercio (spesso in più rate, con possibili premi previsti dalla C.S in caso di raggiungimento di certi risultati).
- La data di inizio della vendemmia viene decisa dal cda della Cantina Sociale, mediante l'esposizione di un calendario relativo ai ritiri delle uve.

Le cooperative possono essere a “mutualità prevalente”, condizione necessaria per usufruire di particolari agevolazioni fiscali, oppure a “mutualità non prevalente”. Le condizioni per ottenere la mutualità prevalente sono ancora una volta indicate nel Codice Civile (art.2512) e sono generalmente soddisfatte dalle Cantine Sociali, in quanto possono essere riassunte nell'impegno, da parte della società, ad approvvigionarsi in prevalenza solo delle uve o dei vini dei soci conferitori e nel fornire in prevalenza ai soci i propri servizi.

Una cooperativa a mutualità prevalente gode di benefici che senza dubbio la avvantaggiano, a livello di possibilità patrimoniali. rispetto alle altre società. La differenza risiede strutturalmente nella composizione del capitale investito, infatti, mentre una normale società si finanzia attraverso capitale sociale, riserve e debiti, una società a mutualità prevalente lo fa in parte tramite questi mezzi ed in parte usufruendo delle così dette “riserve indivisibili”. Le riserve indivisibili sono delle liquidità effettive fornite dallo Stato alla cooperativa, con il solo scopo di fare investimenti altrimenti impossibili; si tratta

finanziamenti che appartengono alla cooperativa in quanto tale ma non ai singoli soci e che, in caso di scioglimento della società, ritornano al “Fondo Nazionale Per La Promozione Della Cooperazione”. Le cooperative a mutualità prevalente hanno inoltre imposte sul reddito minori delle altre società, tuttavia a queste agevolazioni, fanno fronte dei divieti che le rendono molto meno “mobili” a livello di struttura patrimoniale, ad esempio, non è permessa in nessun caso un’eventuale divisione delle riserve tra i soci, il capitale sociale non può essere “annacquato” con altre fonti ed è costantemente messo sotto controllo, infine, gli utili che vengono distribuiti non possono oltrepassare l’interesse massimo dei buoni fruttiferi postali aumentato di due punti e mezzo rispetto al capitale versato (“Cos’è una Società Cooperativa e come si costituisce”- manuale FIBO).

Il capitale sociale delle cooperative non ha limiti prestabiliti da rispettare ma varia in funzione del numero dei soci e della loro quota individuale. È infatti lo stesso art. 2511 del Cod.Civile che definisce le cooperative come “... società a capitale variabile...”.

Il potere decisionale in una cooperativa si manifesta per mezzo dell’ “Assemblea dei Soci”, la quale deve essere convocata almeno una volta all’anno e a cui partecipano senza gerarchie tutti coloro che fanno parte della società. Anche nelle Cantine Sociali, dove per fini organizzativi i soci durante i periodi di lavoro devono sottostare alle decisioni dei superiori, in fase assemblea vale il principio de “*una testa un voto*” (con alcune eccezioni), indipendentemente dalla quota posseduta o dal numero di azioni.

Per quanto concerne la personalità giuridica di una cooperativa, essa dipende essenzialmente dal numero dei soci e dall’ammontare dell’attivo patrimoniale. A questo proposito in tabella “C” si riportano le forme di conduzione adottabili in funzione di queste due variabili.

Tabella “C”_ “Cos’è una Società Cooperativa e come si costituisce”- manuale FIBO.

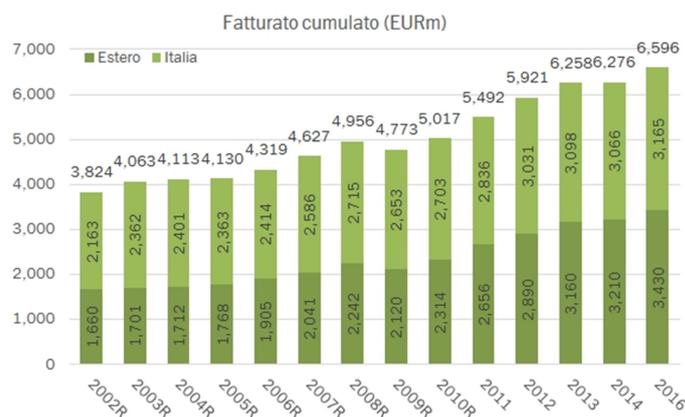
N° SOCI	Tot. attivo Patrimoniale	Persone fisiche /giuridiche	Forma adottabile
da 3 a 8	qualsiasi	solo fisiche (Incluso società semplici nelle cooperative agricole)	solo srl
da 9 a 19	qualsiasi	fisiche/giuridiche	srl o spa
più di 19 soci	fino a 1mln €	fisiche/giuridiche	srl o spa
più di 19 soci	più di 1mln €	fisiche/giuridiche	solo spa

3. Cooperative vs privati.

Per valutare l'efficienza delle Cantine Sociali da un punto di vista della creazione di ricchezza, si possono solo consultare i risultati contabili e finanziari conseguiti negli anni, confrontandoli quando possibile, con i risultati ottenuti da altre aziende di proprietà privata del settore. Anzitutto si deve dire che in generale in Italia, quasi tutti dati elaborati confermano un settore viti-vinicolo che sta attraversando un periodo di costante crescita.

Guardando al dato contabile più facilmente individuabile, ovvero il fatturato, si nota da subito come seppure le Cantine sociali siano solo l'1% del totale, portino buona parte del fatturato nazionale.

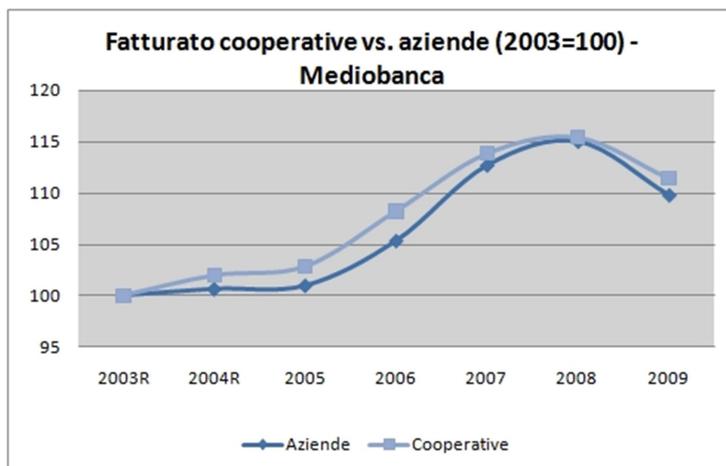
Tabella "D" (<http://www.inumeridelvino.it/2017/05/i-risultati-delle-aziende-e-cooperative-vinicole-italiane-2015-rapporto-mediabanca.html>)



In tabella "D" si riportano i fatturati cumulati delle cooperative che fatturano oltre i venticinque milioni di Euro: sono 140 e rappresentano il 51% del fatturato interno all'Italia.

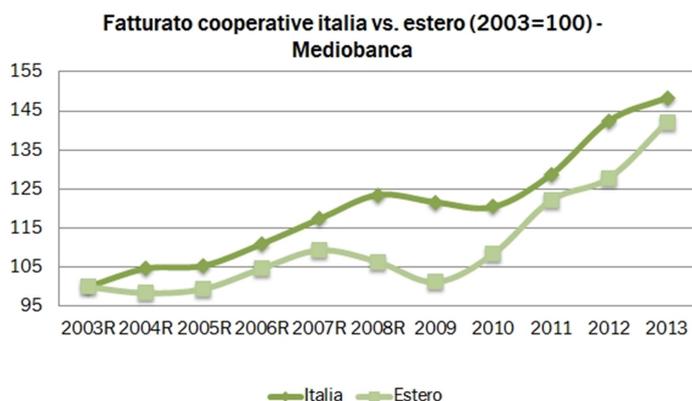
Sono queste grandi cooperative sono quelle che, escludendo poche aziende private (che spesso appartengono a delle holding... es, Ruffino di Constellation Brands), danno i maggiori risultati in termini di fatturato. Questo dato inoltre non è una novità ma è anzi una costante del sistema vino italiano, in tabella "E" si riportano i fatturati affiancati di Cantine Sociali e privati dello scorso decennio, indicativamente fino allo scoppio della crisi finanziaria dell'occidente.

Tabella “E” (<http://www.inumeridelvino.it/2011/06/i-risultati-2009-delle-cooperative-vinicole-italiane-rapporto-mediobanca-2011.html>)



Si capisce quindi che le cooperative del vino siano in Italia un fenomeno consolidato, che rappresenta di fatto buona parte dell’offerta del paese. Le nostre Cantine Sociali si sono anche mostrate negli anni tra le più in forma a livello mondiale secondo i bilanci pubblicati dalle società di pari dimensioni, in particolare le vendite nella prima fase della crisi finanziaria si sono contratte molto meno che all’estero ed hanno poi riniziato a salire con più costanza; presumibilmente questo è avvenuto perché l’Italia resta un paese con una forte tradizione viti-vinicola e quei consumatori che compravano il vino di cooperativa con l’idea di bere un vino da pasto, hanno continuato a farlo, semplicemente perché ponevano il bene alla base della famosa “piramide di Maslow”. Non è un caso a questo proposito, che seppure il settore abbia in generale reagito piuttosto bene, siano stati i vini più cari e associati ad un consumo più edonistico che inizialmente hanno subito il maggior calo delle vendite.

Tabella “F” (<http://www.inumeridelvino.it/2015/04/i-risultati-delle-cooperative-vinicole-rapporto-mediobanca-2014.html>)



Un fatto interessante dello scorso decennio è stata poi la tendenza delle Cantine Sociali a riscoprire il mercato interno italiano, in netta controtendenza con i privati che lo hanno gradualmente abbandonato per andare a vendere all’estero (U.S.A, Germania etc...). I motivi di questo fenomeno sono immaginabili, le cooperative dopo aver provato ad uscire fuori dai confini nazionali negli anni Novanta

si sono accorte che i loro prodotti non erano richiesti, quindi si sono concentrate a soddisfare la domanda degli italiani, in calo ma presente. Nel 2017 abbiamo raggiunto una situazione in cui, se da una parte le aziende private dedicano in media solo il 20% delle proprie produzioni al mercato interno, dall'altra è qui che resta oltre il 60% del vino sociale (<http://www.inumeridelvino.it/2010/04/cooperative-contro-aziende-vinicole-indicatori-di-bilancio-mediobanca-2010.html#more-4633>).

Se il fatturato ci dà un'idea di quella che è la capacità di produrre nonché di vendere i propri prodotti, sono altri gli indicatori che possono mostrare la reale capacità di creare ricchezza, per i soci o per i proprietari capitalisti. È singolare come mentre i flussi di cassa dei ricavi lordi sembrano volgere nettamente a favore delle cooperative, parametri di giudizio più complessi ribaltano la situazione. In tabella "G" si mostrano alcuni indicatori medi di redditività contabile di 42 cooperative a confronto con le 86 maggiori società vinicole private (italiane).

	Società a controllo italiano		Tutte le società
	S.p.A. e s.r.l.	Cooperative	
MON in % del valore aggiunto (a)	41,8	15,5	32,4
Proventi finanziari in % del valore aggiunto (b)	1,5	2,1	1,8
Valore aggiunto in % del capitale investito (c)	19,6	18,2	19,3
ROI % $[d=(a+b) \cdot (c/100)]$	8,5	3,2	6,6
ROE %	7,9	3,3	6,1

Tabella "F" (Mediobanca: Indagine sul settore vinicolo). $MON = \text{ricavi} - (\text{costo del venduto} + \text{costo dei servizi} + \text{costo del lavoro} + \text{ammortamenti} / \text{svalutazioni})$; $ROI = \text{reddito operativo (EBIT)} / \text{capitale investito netto}$; $ROE = \text{reddito netto} / \text{capitale netto}$. $V.A. = \text{ricavi} - (\text{costo del venduto} + \text{costo dei servizi})$. DATI 2014.

Come si può notare dalla tabella "G" le stesse cooperative aventi i fatturati maggiori, hanno in realtà una minore capacità di creare ricchezza. Se si ottengono risultati abbastanza complementari in termini di percentuale di valore aggiunto sul capitale investito, in termini di margine netto le cose volgono decisamente a favore delle società private, questo indica che a erodere buona parte del fatturato delle cooperative ci sia un eccessivo costo del lavoro. Si arriva quindi ad avere un indice ROI delle non cooperative che è quasi il triplo di quello delle cooperative; il ROE, l'indice ancora oggi più usato per esprimere la redditività del capitale proprio, dà anch'esso nettamente ragione alle società private. Bisogna dire che, come spiegato nel capitolo precedente, le passività delle cooperative si avvalgono anche delle riserve indivisibili, quindi se ci si limitasse a valutare il ROE ponendo come denominatore il capitale apportato dai soci (oltre che eventuali debiti e riserve), otterremmo un valore ben maggiore; ciò non toglie che alla base è presente un'incapacità di rendere remunerativi al meglio gli investimenti, a causa anche di problemi logistici di gestione delle risorse durante l'esercizio, dovuti probabilmente alla grande vastità di piccole aziende gestite e alle quantità di vino prodotte.

Conclusioni.

L'Italia è un paese caratterizzato da un marcato dualismo strutturale in cui si hanno poche aziende molto grandi a fronte di una enorme quantità di aziende a conduzione familiare, se per le prime portare a termine la filiera è cosa scontata e sono più che altro preoccupate di come vendere la totalità degli ottimi vini che producono, per le seconde questa è un'utopia. Si sa che quando si può conviene sempre arrivare fino al consumatore finale, per non avere una posizione di debolezza rispetto ad altri intermediari e per potere gestire prezzi e marketing, tuttavia il problema strutturale italiano risiede nel fatto che oltre la metà delle aziende aventi superfici vitate non hanno le risorse, di conseguenza i mezzi per poter fare dei vini idonei all'epoca in cui viviamo. In questo contesto è indispensabile la presenza di Cantine Sociali che mettono a disposizione mezzi consoni ai parametri dell'industria enologica moderna e che riescono, riunendo attorno a sé tutti i piccoli contadini, a fare massa critica. Le cooperative italiane, in tutte le loro forme, sono agevolate fiscalmente e con fondi di promozione dallo Stato stesso e figurano tra le migliori a confronto con quelle estere; sono di fatto le società che consentono al nostro paese di essere il primo produttore mondiale di vino, seppure i loro prodotti non raggiungano eccellenze qualitative e siano commercializzati con difficoltà oltre confine. Le cooperative sono quindi le "macchine da fatturato" del paese, mentre le aziende private rappresentano l'immagine con cui ci facciamo conoscere all'estero e che ci fa competere con i più grandi paesi viti-vinicoli del mondo anche in termini qualitativi. Dai dati raccolti sembra tuttavia che le maggiori Cantine Sociali, abbiano meno capacità di appropriarsi del valore creato con le vendite rispetto ai privati e finiscano per remunerare molto meno le risorse investite.

Si può concludere che da un breve confronto esclusivamente interno al mondo del vino, in termini finanziari le cooperative siano le società più efficaci, per vendite e fatturato ma le aziende private le più efficienti, in termini di creazione di ricchezza, presumibilmente grazie ad un migliore assetto organizzativo e ad un management più diretto.

Petri Giulio

Firenze, 30/06/2017.

