

Terre D'Oltrepò, il piano di Callegari: incrementare capacità produttiva guardando allo Champagne

14 Dicembre 2023



SANTA MARIA DELLA VERSA – Industrializzazione e sostenibilità vinicola. Passa per questi due aspetti la strategia di Terre D'Oltrepò, contenuta nel piano strategico quinquennale per il rilancio del gruppo, indicata dal nuovo amministratore delegato **Umberto Callegari**.

L'approccio manageriale e data-driven adottato da Callegari ha permesso un'analisi approfondita dei trend di mercato del vino, focalizzandosi sui cambiamenti e le sfide attuali. Il mondo del vino sta attraversando un periodo di notevole discontinuità, influenzato da fattori climatici, economici, geopolitici, regolamentazioni e generazionali. Con un valore totale del mercato del vino in Italia nel 2022 di circa 14,2 miliardi di euro, di cui il 60% proveniente dall'export (circa 8 miliardi), emerge la necessità di affrontare le sfide per mantenere e migliorare la competitività.

La missione di Terre D'Oltrepò è quella di creare un polo vinicolo industriale integrato e sostenibile, in grado di catalizzare e valorizzare le risorse inesprese del territorio. Il rilancio del Gruppo si concentra principalmente sull'incremento della capacità produttiva e industriale, con un focus particolare sulla qualità del processo produttivo, che dovrà essere trasparente e certificato ad ogni passo.

Il modello di riferimento è quello dello Champagne, dove un singolo centro di pressatura ha dimostrato di catalizzare e incrementare la capacità produttiva dell'area. L'obiettivo di Terre D'Oltrepò è aumentare la capacità produttiva acquisendo nuovi soci oltre i 5.000 ettari di contribuzione attuale, che includono sia l'Oltrepò Pavese che i Colli Piacentini.

Callegari ha sottolineato la volontà di ridurre la dispersione del capitale investito nella zona e aumentare il Ritorno sugli investimenti (Roic). Attualmente, il costo del capitale investito nelle operazioni vinicole è superiore al suo ritorno, principalmente a causa della polverizzazione delle aziende che, incapaci di fare sistema, generano un capital burn insostenibile.

L'approccio proposto da Terre D'Oltrepò è quello di gestire il vino come un'estensione dell'industria manifatturiera ed alimentare, con investimenti mirati in operations, tecnologia e cultura. L'azienda mira a uscire dalla dicotomia sfuso vs bottiglia, trasformando l'industria del vino in una piattaforma industriale end-to-end di vinificazione.

Callegari, ex Worldwide Commercial Lead di Microsoft Customer Transformation, ha accettato questa sfida di rilancio per la più grande cooperativa vinicola della Lombardia, spiegando come "è stata una scelta di cuore, essendo nato e cresciuto in Oltrepò era logico arrivare alla più grande cantina cooperativa della Lombardia: mi ero sempre chiesto come fosse possibile che, mentre il vino italiano ha avuto uno sviluppo così incredibile nel mondo, l'Oltrepò non lo avesse ancora avuto".

Il nuovo amministratore delegato ha evidenziato che, nonostante siano passati solo sei mesi, gli impatti tangibili dell'operato di Terre D'Oltrepò sono già visibili.

"Il vino è la quintessenza dei prodotti italiani, il prodotto alimentare a più alta propensione di export. Un'assoluta eccellenza, la propagazione della cultura italiana: ne deriva che ne acquisisce pregi e difetti... I pregi sono quelli della incredibile capacità artistica, la delicatezza, l'eleganza, la diversità... I difetti forse sono solo le idiosincrasie, gli effetti di un sistema culturale italiano molto orgoglioso, molto differente, anche molto polverizzato; perciò, poco capace di divenire un sistema", ha commentato Callegari.

Riguardo alle idiosincrasie, l'amministratore delegato di Terre D'Oltrepò ha spiegato: "Le idiosincrasie sono quelle afferenti al patrimonio culturale italiano. L'Italia è un Paese dalle centinaia di centri culturali, è un caso più unico che raro. Ogni centro ha un orgoglio ed una forza culturale che spesso scadono nel campanilismo".

Callegari ha evidenziato l'importanza di superare la mancanza di sistema nel contesto italiano, affermando: "Però resta il fatto che oggi non siamo in grado di fare sistema, e questo si riflette anche nel mondo del vino. Il vino italiano vale in tutto circa 14 miliardi di dollari: il primo produttore italiano, che è Civ, fa 700 milioni, il primo produttore mondiale, Castel Group che è francese, genera circa 16 miliardi di fatturato annui da solo".

Parlando dei cambiamenti internazionali, Callegari ha sottolineato il drammatico impatto delle condizioni post-Brexit nel mercato UK, con accise in aumento e vendemmie sempre più calde a causa del surriscaldamento globale.

"O noi creiamo un polo industriale capace di catalizzare la nostra capacità produttiva e di creare un cambiamento culturale di modello operativo passando da logiche di puro prodotto a logiche di servizio end to end, da aggiungersi all'investimento in eccellenza operativa e branding. Oppure il futuro non sarà roseo, non solo per l'Oltrepò ma, credo, per il sistema del vino italiano", ha avvertito Callegari.

Terre D'Oltrepò ha delineato il proprio impegno verso la creazione di una piattaforma vinicola in grado di fornire operations as a service per soci e partner, specialmente per il metodo classico da uve Pinot Nero, rappresentando il 75% della produzione italiana e la quarta regione al mondo per questo vitigno.

L'amministratore delegato ha concluso ribadendo la necessità di un approccio congiunto tra aziende, sindacati, associazioni e politica per realizzare la visione di Terre D'Oltrepò, certificando l'azienda come capofila della prima filiera enologica integrata e circolare della Lombardia.

Terre D'Oltrepò ringrazia il supporto di provincia e regione, nonché dei partner con cui continua a collaborare per raggiungere questo importante obiettivo che genererà nuova sostenibilità a livello ambientale, occupazionale e sociale.

Come manager, la responsabilità di gestire le conseguenze del mercato libero è chiara per Callegari, che ha affermato: "Non siamo nella posizione di controllare il mercato libero; perciò, lo accettiamo come dato di fatto. Ma le direzioni che il mercato prende determinano le scelte che le aziende compiono. Non si tratta di seguire pedissequamente strade tracciate

da altri, ma di capire quali siano le politiche più corrette e sostenibili sia nel breve che nel medio che nel lungo periodo”.

Terre D’Oltrepò si impegna a evolversi con le nuove tecnologie e le dinamiche internazionali per garantire il benessere del sistema e contribuire al futuro sostenibile del settore viticolo italiano.