Bilancio di fine vendemmia per Fantini Group

fantini-head-5fe1da5a

Nuovi investimenti e attenzione alle dinamiche di mercato «tenendo sempre un punto fermo perché Fantini vuol dire eccellenza».

Nel terremoto economico e finanziario attuale arriva una **piccola contrazione dei volumi di mercato** ma che risulta ampiamente **compensata dalla crescita del livello qualitativo** nella propensione d'acquisto, tanto da generare un significativo aumento di fatturato. Di più: emerge l'ulteriore conferma di come il proprio modello di business "storico" - eccellenza di produzione, tutela dei partner, customer care, efficientamento, flessibilità - risulti perfetto per i tempi così complessi che stiamo vivendo, tanto da risultare alla fine oggettivamente premiante pur in mezzo alle tante incognite.

Sono queste, in estrema sintesi, le **"considerazioni di fine vendemmia**" che è possibile trarre dall'analisi dei risultati di Fantini Group, la giovane realtà vinicola abruzzese che, fondata e guidata da Valentino Sciotti, in pochissimi anni è diventata leader tra le aziende esportatrici del Sud Italia, grazie a un’attenta politica votata alla più alta ricerca qualitativa e di marketing.

È possibile stilare un **primo bilancio**, seppur parziale, di questo complesso 2022 di Fantini, ora che la raccolta delle uve è completata praticamente ovunque (ricordiamo che il gruppo applica un modello di diversificazione territoriale, andando così a operare attraverso i propri produttori consociati in aree differenti, soprattutto nel nostro Meridione: Abruzzo, Campania, Puglia, Basilicata, Sicilia e Sardegna, oltre alla Toscana). Intanto, la vendemmia: **le stime sono incoraggianti**.

Emerge una caratteristica su tutte: l'**annata è invero interessante sia a livello quantitativo che qualitativo**, ha insomma regalato ottima e abbondante materia prima. Proprio per queste ragioni, **Fantini Group** ha ancor più potenziato la propria attività di vinificazione, anche in termini di volumi, proprio perché ha riscontrato i presupposti necessari per scommettere ancora una volta sul proprio futuro. «*Intravvediamo una grande opportunità nel lavorare tutto il ciclo produttivo, dal chicco d'uva alla bottiglia, per orientarci in particolare sui prodotti più blasonati e di qualità. Facciamo insomma un*

ulteriore investimento sulla base di una vendemmia che non possiamo non definire ottima», spiega **Carlo Piretti**, general manager del gruppo con sede a Ortona (Chieti).



Questa rinnovata sfida - per un'azienda che non si stanca mai di crescere - comporta tutta una serie d'interventi per affrontare i punti interrogativi che si affastellano ogni giorno rendendo scivoloso lo scenario economico mondiale: *«L'eccellenza della materia prima 2022 dovrebbe* ***rendere un po' più bilanciati i prezzi di acquisto delle uve*** *e dei prodotti già lavorati dai nostri partner e dalle cantine consociate»* spiega ancora Piretti. E aggiunge: *«D'altro canto, il boom del costo della manodopera e dell'energia ci costringe a fare analisi continue, anche "in corsa", al fine di* ***ottimizzare sempre più l'uso delle nostre risorse****. Ci troviamo di fronte a una situazione per la quale i prezzi dell'energia - davvero rilevanti per una azienda vinicola, si pensi alle varie fasi di lavorazione, fermentazione e conservazione delle uve - hanno un'incidenza sempre maggiore».*



A fronte delle circa **28 milioni di bottiglie prodotte nel 2021**, sulla luce di quanto abbiamo detto la previsione del **2022** è di **26,5 milioni di bottiglie**, in virtù proprio del calo della domanda nel segmento off trade. *«Invece, dal punto di vista del fatturato pensiamo perlomeno di confermare i risultati dello scorso anno»*, quindi da un dato attorno ai 91 milioni di euro

del 2021 a una previsione tra i 91 e i 93 dell'anno in corso, con rallentamento nel numero di bottiglie ma con un'ottima tenuta sulle marginalità. E poi, l'**Ebitda**: *«Non dovremmo essere penalizzati, nonostante l'incremento dei costi e grazie alle politiche di variazione dei prezzi concordate coi nostri clienti»*, conclude Piretti. Si era al quasi 21% di Ebitda dello scorso anno sul prodotto imbottigliato, si passerà attorno al 20,1%. Con un terremoto in corso, non è davvero poco.