



Viticoltori Ponte
Giancarlo Guidolin,
presidente

Con cinema e motori, volata internazionale per i soci del Ponte

Una produzione in crescita, una spinta all'internazionalizzazione, un piano di investimenti da 15 milioni di euro in tre anni e una maggiore attenzione alla sostenibilità. Sono queste le sfide di **Viticoltori Ponte**, gruppo vitivinicolo fondato nel 1948, con sede a Ponte di Piave in provincia di Treviso, che conta mille soci e tremila ettari di vigneto e ha chiuso il 2021 con 20 milioni di bottiglie prodotte, 4 milioni in più rispetto al 2020. «Il peso dell'export è arrivato al 70% dei volumi. Nell'ultimo biennio abbiamo trovato nuove partnership sia nei 30 paesi dove già siamo presenti, sia in Azerbaigian, Kazakistan, Sud Corea e Indonesia», spiega Giancarlo Guidolin, presidente di



Viticoltori Ponte. Alla luce di questi risultati, l'azienda ha stanziato un budget triennale di 15 milioni di euro per l'ampliamento della produzione, l'acquisizione di un nuovo polo logistico, il potenziamento dell'impianto di imbottigliamento e per il fotovoltaico, la

cui capacità produttiva passerà dagli attuali 450 kWh a una potenza di oltre un megawatt. «Abbiamo dato la via anche a un piano di assunzioni che porterà a un aumento del 10% della forza lavoro, composta già in larga parte da giovani — dice il presidente di **Viticoltori Ponte** —. Inoltre, nei nostri vigneti aumenta la coltivazione biologica e grazie alla certificazione di sostenibilità Sgqpi (per i prodotti ottenuti con tecniche di produzione integrata, ndr), garantiamo l'utilizzo responsabile delle risorse, metodi di produzione sostenibili, la tracciabilità documentata dei prodotti e condizioni di lavoro sicure». Nel piano di sviluppo di **Viticoltori Ponte** giocano un ruolo chiave le attività di marketing e comunicazione: «Saremo sul podio e sui circuiti di Moto Gp di Misano e Philipp Island e abbiamo partnership con la Coppa del Mondo di Sci Femminile e i team Imoco Volley e Treviso Basket. Nel cinema, legheremo il brand al Cannes Film Festival, alla Berlinale e alla Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia», conclude Guidolin.

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE DELLA SERA

LUNEDÌ 11.04.2022

39

L'Economia



Gruppo Zonin1821
Pietro Martini,
amministrazione delegata

Sette generazioni alla sfida dell'export (dagli Usa alla Cina)

Il gruppo Zonin1821 continua a lavorare all'internazionalizzazione, nel 2021 ha realizzato più della produzione e nel diffondere la cultura del vino. Con un fatturato di 10,4 miliardi di euro ed export pari all'80% del giro d'affari nel 2021, il gruppo vitivinicolo guidato dal capo Pietro Martini, affiancato dai fratelli Domenico (presidente), Francesco e Michele Zonin (i vicepresidenti), che incarnano la settima generazione della famiglia, «si appresta ad affrontare nuove sfide, tra cui l'ampliamento della presenza sui mercati esteri, come gli Usa, il Canada, l'Australia, la Germania e il Regno Unito, grazie a prodotti che sappiamo adattarsi al gusto dei consumatori e i consumi».

«Attraverso uno spinoso iterato alla sostenibilità ambientale», dice Martini, «Prevedo oltre 400 posti nel mondo con più di 500 collaboratori in Italia e le quattro filiali estere (Usa, Regno Unito, Cina e Svezia). Gruppo Zonin1821 può contare su una superficie produttiva complessiva di oltre quarantamila ettari. «Non solo», prosegue a marchio Zonin, ma anche gli impianti come la nuova Cave Zonin, un extra dry anche nella versione Rose, sono a tre filiali di Col Veronesi, il brand celebre per i suoi Cabernet Sauvignon e Sangre di Bacco, spiega il coo. Senza dimenticare i vini delle «vignette italiane di proprietà tra Filiali Venezia della Piemonte, Toscana, Lombardia, Puglia e Sicilia), quelli prodotti in Virginia, Usa, e in Chile a marchio Dos Almas. Tra le attività per promuovere l'economia e il suolo, Gruppo Zonin1821 «Adotta l'uso di mezzi tecnici in viticoltura, nazionali e risorse Michle, favorisce l'uso di fonti di energia rinnovabile e pulite, punta di forza e la fauna locale implementando la filiarizzazione», racconta Martini. «Attraverso le tenute agricole, attività di produzione del vino si affianca a quella dell'ospitalità. «Accogliendo in un luogo significativo simbolico, perché ospitano il ruolo di Gruppo Zonin1821 nel trasmettere e promuovere l'educazione della cultura vitivinicola e rispetto che diventerà rigetto di ogni territorio», conclude Martini.

Andrea Salvadori

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gruppo Santa Margherita
Giancarlo Guidolin,
amministrazione delegata

Estero e investimenti, un salto dalla Laguna all'Oregon

«In questi tre anni, abbiamo investito nel nostro vino e le nostre prospettive», dice Guidolin. «Santa Margherita Gruppo Vitivinicolo esce dal biennio della pandemia con i migliori risultati finanziari della sua storia», annuncia Francesco Guidolin, uno dei fratelli fondatori del gruppo, con l'obiettivo di fondare nel 2022 la Filiale di Portogallo e la Laguna Veneta del conte Gaetano Marzotto, che fa capo oggi alla terza generazione della famiglia. «In un traguardo raggiunto grazie a una strategia che ha privilegiato un approccio multilaterale sul fronte distributivo e alla nostra presenza in 45 mercati esteri — dice Guidolin —. I risultati sono anche frutto di un ciclo di investimenti di oltre

150 milioni di euro arrivati nel 2021 e mai interrotti, che hanno rivoluzionato il nostro vino e le nostre prospettive». Nel 2021 il fatturato è cresciuto a 230,4 milioni di euro (17,5% sul 2020 + 10,5% sul 2019). L'Uva è a 70,99 milioni, mentre le bottiglie vendute sono state più di 20,8 milioni. «Nel 2022 abbiamo investito 2,5 milioni di euro per l'acquisizione di cantine e vigneti, per il capitale umano (l'occupazione è cresciuta sino a 400 unità), le tecnologie di coltura e il servizio clienti. Per il 2022 sono stati stanziati ulteriori 10,4 milioni», commenta il coo. Anzitutto, anche l'export, oggi superiore al 70% del ricavo contro il 60,4% del periodo pre-pandemia. «Fuga la decisione di presidiare i territori principali con una presenza diretta. Negli Usa, che valgono il 22,7% del fatturato del gruppo, operiamo a Miami e siamo proporzionati da gennaio della tenuta River Winery, in Oregon — spiega Guidolin —. In Cina, Germania e Australia contiamo invece su una presenza commerciale locale. «Gli ultimi due anni, infine, sono serviti al gruppo per diventare più digitale — abbiamo ampliato l'ecommerce puntando sui marketplace specializzati e rafforzato la relazione con i clienti finali grazie a nuove tecnologie e competenze professionali e un approccio ibrido nella gestione del dato», conclude Guidolin.

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Viticoltori Ponte
Giancarlo Guidolin,
presidente

Con cinema e motori, volata internazionale per i soci del Ponte

Una produzione in crescita, una spinta all'internazionalizzazione, un piano di investimenti da 15 milioni di euro in tre anni e una maggiore attenzione alla sostenibilità. Sono queste le sfide di **Viticoltori Ponte**, gruppo vitivinicolo fondato nel 1948, con sede a Ponte di Piave in provincia di Treviso, che conta mille soci e tremila ettari di vigneto e ha chiuso il 2021 con 20 milioni di bottiglie prodotte, 4 milioni in più rispetto al 2020. «Il peso dell'export è arrivato al 70% dei volumi. Nell'ultimo biennio abbiamo trovato nuove partnership sia nei 30 paesi dove già siamo presenti, sia in Azerbaigian, Kazakistan, Sud Corea e Indonesia», spiega Giancarlo Guidolin, presidente di

Viticoltori Ponte. Alla luce di questi risultati, l'azienda ha stanziato un budget triennale di 15 milioni di euro per l'ampliamento della produzione, l'acquisizione di un nuovo polo logistico, il potenziamento dell'impianto di imbottigliamento e per il fotovoltaico, la cui capacità produttiva passerà dagli attuali 450 kWh a una potenza di oltre un megawatt. «Abbiamo dato la via anche a un piano di assunzioni che porterà a un aumento del 10% della forza lavoro, composta già in larga parte da giovani — dice il presidente di **Viticoltori Ponte** —. Inoltre, nei nostri vigneti aumenta la coltivazione biologica e grazie alla certificazione di sostenibilità Sgqpi (per i prodotti ottenuti con tecniche di produzione integrata, ndr), garantiamo l'utilizzo responsabile delle risorse, metodi di produzione sostenibili, la tracciabilità documentata dei prodotti e condizioni di lavoro sicure. Nel piano di sviluppo di **Viticoltori Ponte** giocano un ruolo chiave le attività di marketing e comunicazione. «Saremo sul podio e sui circuiti di Moto Gp di Misano e Philipp Island e abbiamo partnership con la Coppa del Mondo di Sci Femminile e i team Imoco Volley e Treviso Basket. Nel cinema, legheremo il brand al Cannes Film Festival, alla Berlinale e alla Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia», conclude Guidolin.

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Associazione Italiana Sommelier
Antonio Maccioni,
presidente

Vino e olio, oggi si studia con i sommelier

La divulgazione della cultura del vino è uno delle attività più importanti dell'Associazione Italiana Sommelier (Ais), l'organizzazione senza scopo di lucro fondata a Milano nel 1960 che conta, tra i soci, oltre 100 mila persone, tra cui sommelier, ristoratori e collaboratori, circa 40 mila soci. Oggi a Verona, nella cornice del Vini, Antonio Maccioni, presidente dell'Ais, firmerà insieme al sottosegretario Romano Savoia (Dottorato), Luca Bergamaschi (Cultura) e Gian Marco Cristofari (Politica Agricola, Alimentari e Forestali), il nuovo protocollo d'intesa triennale per la promozione, tra le istituzioni e gli studenti del primo e del secondo ciclo di formazione, dei temi della

Giornata nazionale della cultura del vino e dell'olio (che quest'anno si svolgerà il 7 maggio) ideata nel 2019 per valorizzare questi due prodotti così rappresentativi. «Il nuovo protocollo d'intesa triennale, firmato dai ministri coinvolti e l'Associazione confermerà nell'opera di diffusione e contribuzione di conoscenze, economia e tradizioni legate alla produzione di vino e olio del Nord, attraverso percorsi manuali, didattici e storico-documentari, «chiamo scollatori di stoccare un'attività che porterà a centinaia di studenti di conoscere meglio dove il settore sta volando, vino e olio — spiega Maccioni —. Il secondo prevede iniziative formative su temi come le eccellenze agroalimentari e la lotta alla contraffazione, e attività di orientamento nelle scuole secondarie di I grado. Una abbiamo l'opportunità di valorizzare un patrimonio di esperienze costruito negli anni con le scuole italiane». «L'attività di formazione dell'Ais può essere svolta in modo più efficace grazie ai nostri spazi della sede nazionale di Milano inaugurata lo scorso settembre. «Il nostro compito è fornire gli strumenti giusti per rendere il mondo del lavoro, promuovendo l'aggiornamento di giovani nei settori associati e del coinvolgimento di vite sostenibili negli ambienti professionali», conclude Maccioni.

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

099164