

GRUPPO ITALIANO VINI

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI VERONA
20 ottobre 2008

Gruppo Italiano Vini: struttura dell'intervento

- **Il *Gruppo Italiano Vini*: mission, struttura produttiva e distributiva, mercati di sbocco, principali indicatori di risultato.**
- **Il contesto competitivo.**
- **Il percorso e le scelte strategiche di GIV nel tempo.**
- **Il riflesso delle scelte strategiche nel bilancio.**
- **Le peculiarità del bilancio GIV.**
- **La comunicazione economico-finanziaria del Gruppo.**

I dati del 2007

194

Milioni di euro/Million euros
FATTURATO
Turnover

294

Milioni di euro/Million euros
FATTURATO CONSOLIDATO
Consolidated turnover

70%

**QUOTA FATTURATO
SUL MERCATO ESTERO**
*Percentage of turnover
in overseas markets*

649

DIPENDENTI IN ITALIA
Employees in Italy

917

DIPENDENTI DEL GRUPPO
Worldwide employees

1.250

ETTARI DI VIGNETO
Hectares of vineyards

85

MILIONI DI BOTTIGLIE
Millions of bottles

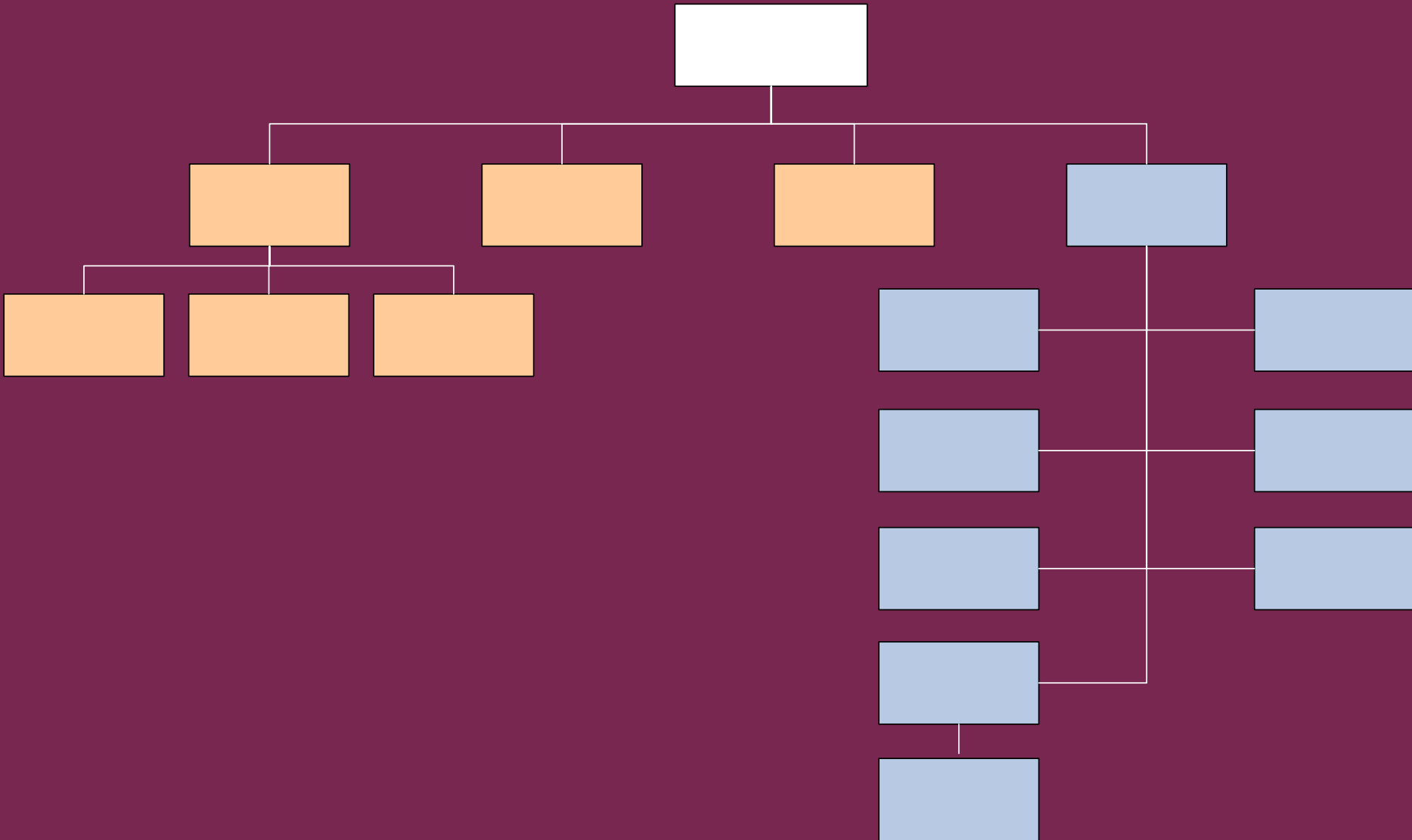
18

MARCHE PRINCIPALI
Key brands

14

CANTINE DI PRODUZIONE
Production cellars

Organigramma Societario



58,22%

Gruppo Italiano Vini: la *Mission*

“Valorizzare la produzione vitivinicola italiana operando in tutte le fasi della filiera produttiva con l’obiettivo di contribuire all’incremento della diffusione e della notorietà dei vini italiani su tutti i mercati internazionali”.

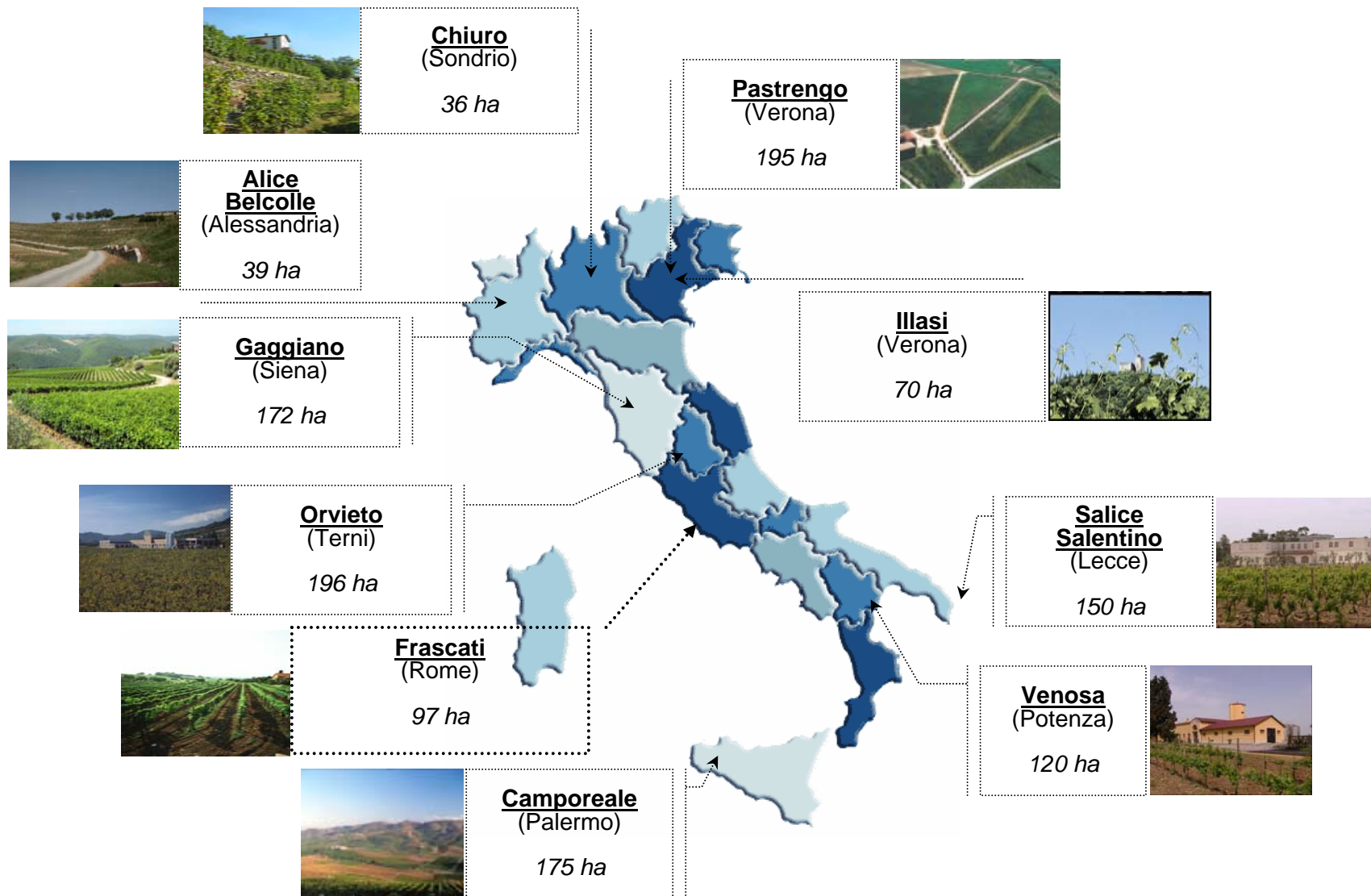
Gruppo Italiano Vini: la *Mission*

Ciò significa:

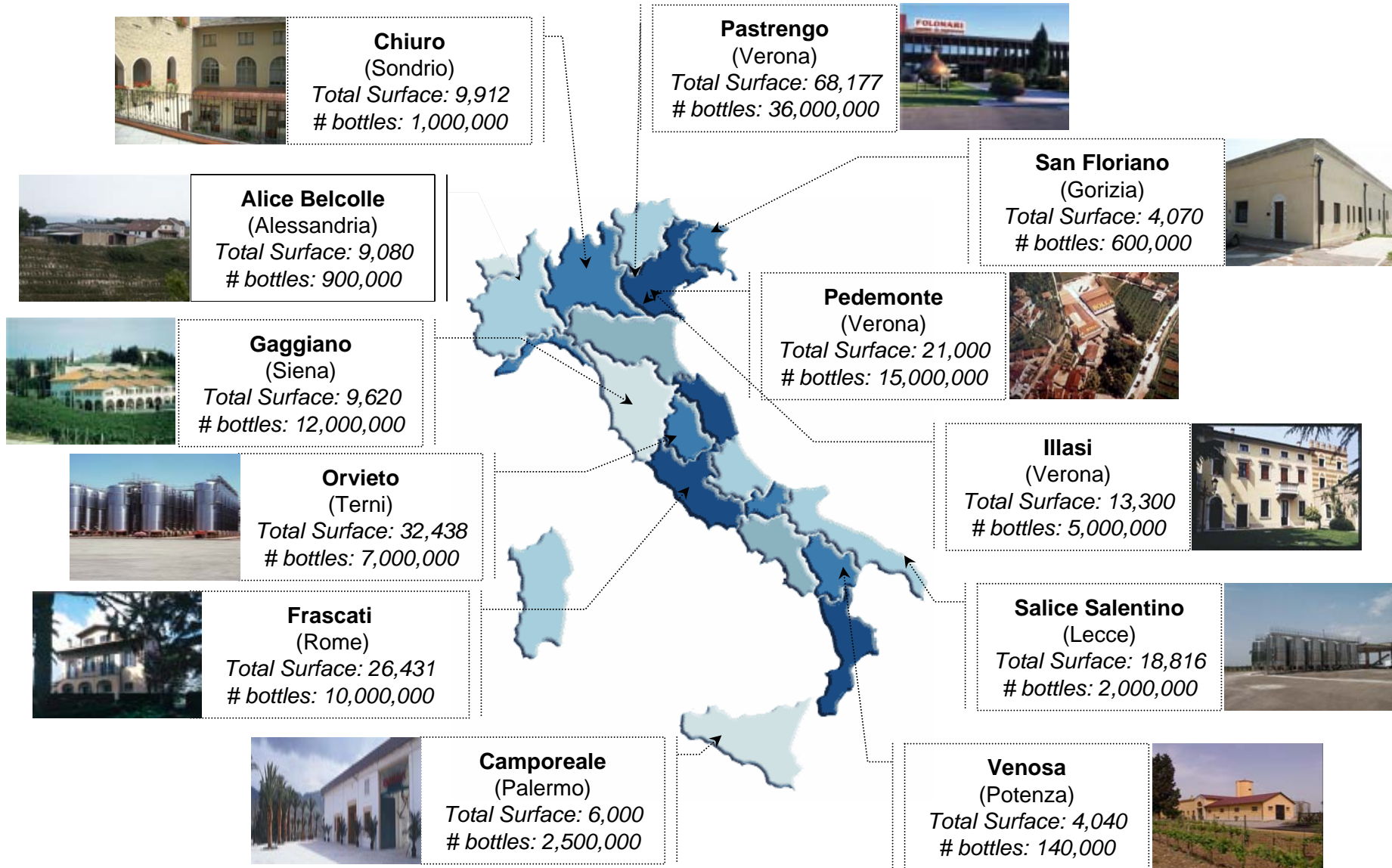
- Nella **Produzione**, contribuire ad elevare la qualità e l'immagine del vigneto Italia. Nella conduzione diretta delle aziende agricole operare soprattutto ai fini di ricerca, sperimentazione e salvaguardia della tradizione del territorio. Con le cooperative associate, e quindi indirettamente con i singoli produttori agricoli, instaurare un rapporto diretto con la produzione a garanzia dell'origine e della tracciabilità dei prodotti.
- Nella **Trasformazione**, utilizzare le più avanzate tecnologie e pratiche enologiche secondo le normative nazionali ed europee di settore nonché di quelle a tutela della salute dei consumatori, del rispetto ambientale e della sicurezza sui luoghi di lavoro.
- Nella **Comercializzazione**, consolidare il ruolo aziendale di leader di settore per la vendita del vino in bottiglie in Italia ed all'Estero, valorizzando il prestigioso patrimonio di marche affermate a livello internazionale.
- Nel **Servizio**, garantire al consumatore ed alla rete distributiva un servizio in linea con la qualità intrinseca dei prodotti venduti.

...filmato Cantine...

I Vigneti



Le Cantine



Le Marche



Vini del Piemonte
Wines from Piemonte



Il prestigio della Valtellina
Prestigious wines from Valtellina



ANTICA FATTORIA
MACHIAVELLI
Le selezioni di fattoria
Selected estate wines



Vini tipici d'Italia
Typical Italian wines



La nobiltà del Chianti
The nobility of Chianti



I classici di Verona
Classic wines from Verona



I classici del Veneto
Classic wines from Veneto



Vini e Spumanti del Trentino
metodo tradizionale
Sparkling Trentino wines made by traditional method



Bianco frizzante del Veneto
Sparkling white wine from the Veneto region



Vini del Salento
Wines from Salento



Vini di Toscana nel mondo
Tuscany wines throughout the world



L'Orvieto di Orvieto
The Orvieto wine from Orvieto



Aglianico del Vulture
Aglianico of Vulture



Vini del Collio
Wines from Collio



Il Frascati nel mondo
Frascati wine throughout the world



Vini di Sicilia
Wines from Sicily

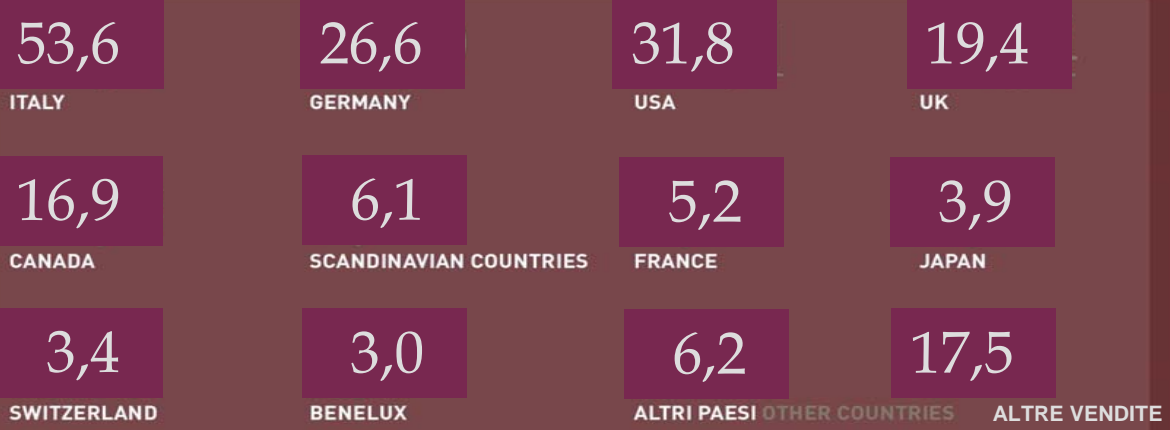


L'eccellenza veronese
Veronese excellence



Il fascino della Valpolicella
The magic of Valpolicella

Fatturato per Paese (2007)

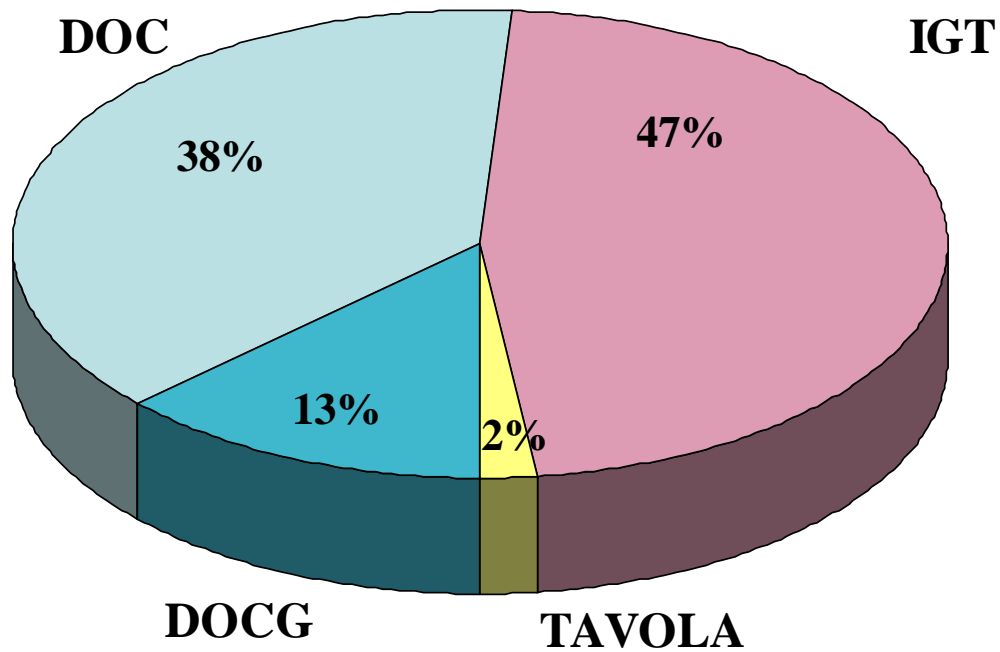


193,6

TOTALE IN MILIONI DI EURO TOTAL IN MILLIONS OF EURO

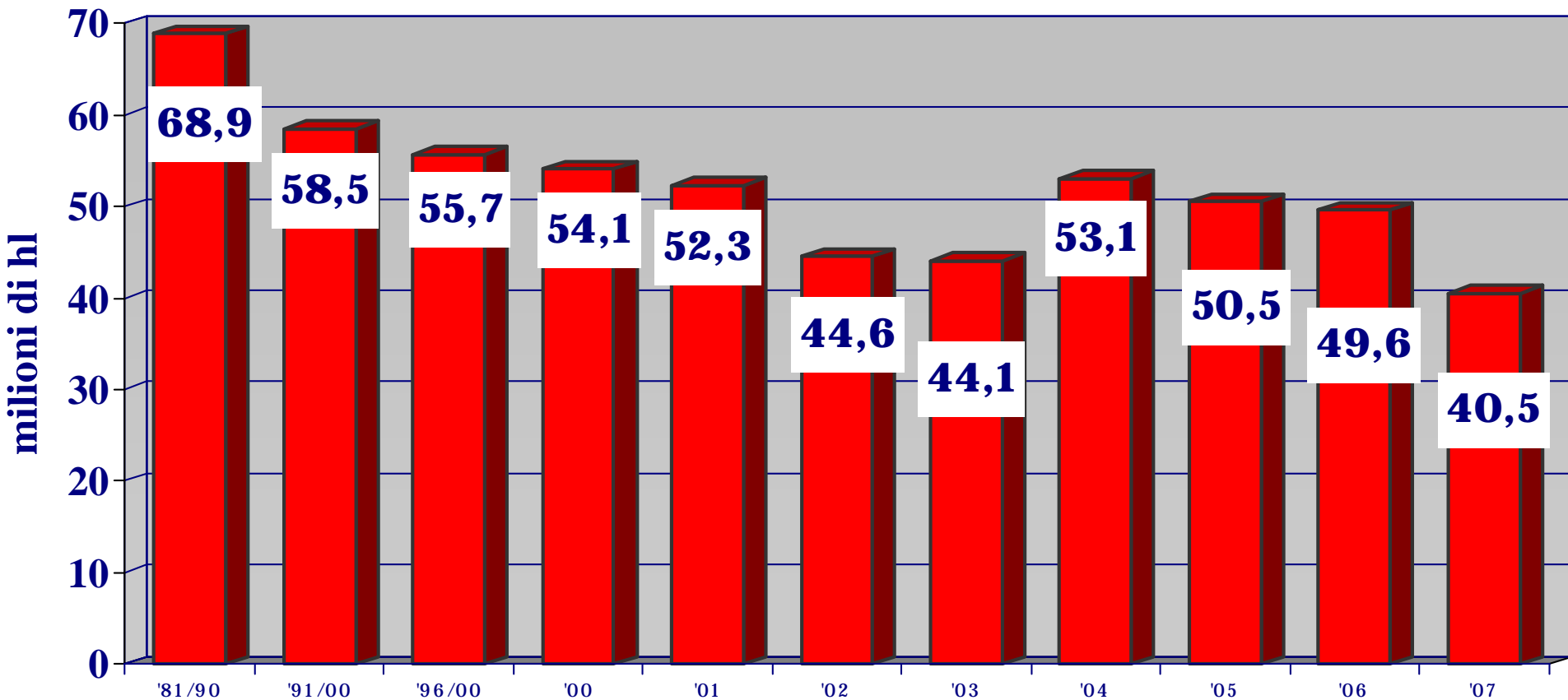


FATTURATO 2007 - QUOTA % PER CATEGORIA DI VINO (HL)



...contesto “vigneto” Italia...

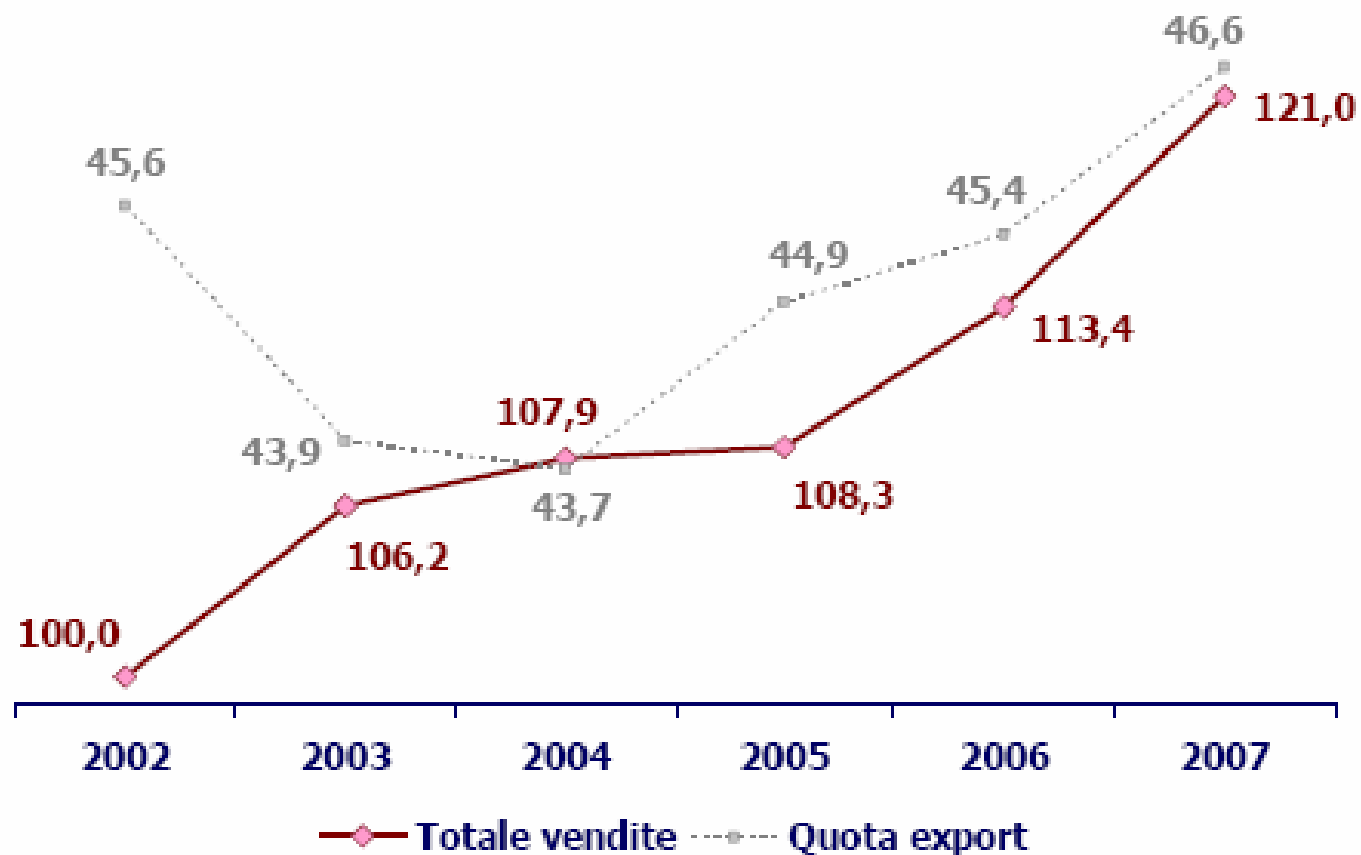
Produzione media italiana (vino e mosto) per segmenti temporali



Fonte: AEI

Fatturato delle società italiane indice base anno 2002 = 100 e quota % all' export

Indagine sul settore vinicolo



...contesto competitivo...

Benchmarking Italia

Le 15 maggiori aziende vitivinicole per fatturato (in mio di euro)

Azienda	2006/2007	Tipo Azionariato
Gruppo Italiano Vini	293,7	Cooperativo
COROVIN-Caviro	282,0	Cooperativo
CAVIT	182,0	Cooperativo
Giordano	135,7	Familiare/fondo private equity
Antinori	129,2	Familiare
Gancia	108,9	Familiare
Mezzacorona	106,6	Cooperativo
Cantine Riunite	90,1	Cooperativo
Frescobaldi	72,8	Familiare
Zonin	67,7	Familiare
Banfi	65,2	Familiare USA
Coltiva	64,9	Cooperativo
Cantina di Soave	64,4	Cooperativo
Ruffino	62,7	Familiare/fondo private equity
Santa Margherita	55,7	Corporation

Global Wine Industry Landscape

	Constellation	Gallo	BBWE	Southcorp
Numero di Casse (mln)	84	75	19	20
Fatturato (\$ / billion)	2,87	2,00	1,27	0,85

... ancora su GIV ...

➔ **1968: Nasce Winefood**

La storia di GIV

➔ **1986: Winefood diventa GRUPPO ITALIANO VINI S.c.a r.l.**



Il percorso del Gruppo Italiano Vini

- 1986-1995: nascita e prima fase di forte sviluppo, soprattutto in ambito produttivo con conseguente evoluzione strategica verso i *vini fini*.
- 1996-2002: seconda importante fase di sviluppo, prevalentemente ancora in ambito produttivo (vigneti e cantine) favorito dal forte impulso del mercato (moda, qualità vs quantità, french paradox, ...).
- 2003 ad oggi: ricerca aziendale di un percorso teso alla “crescita profittevole” in un contesto di mercato molto meno favorevole (difficoltà economiche, immagine vino offuscata, concorrenza nuovi mercati, ...): orientamento strategico di GIV allo sviluppo nella distribuzione.
- Oggi: consapevolezza della necessità di costruire un’identità bilanciata tra vocazione produttiva e mercato.

Il progetto Sud

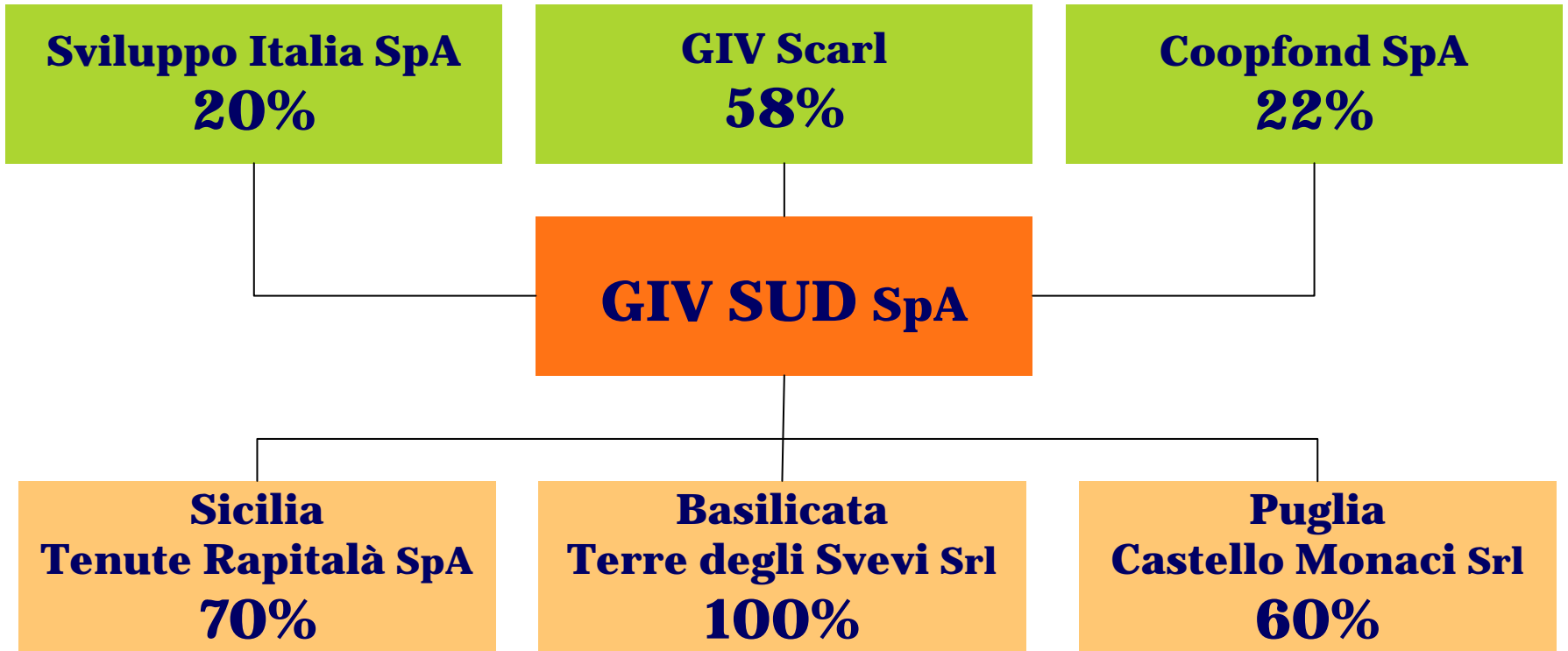




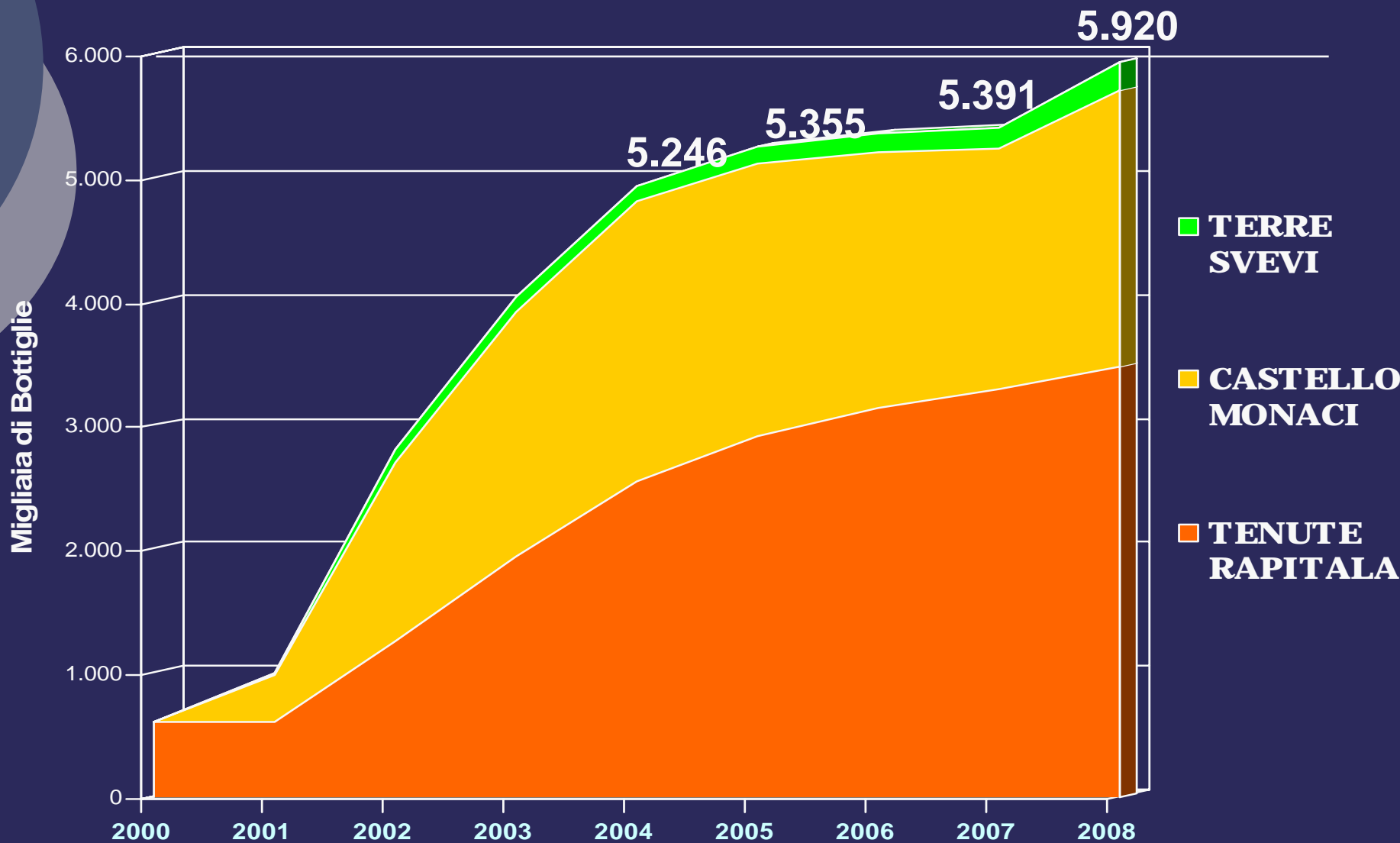
Nel 1998 il GIV, in coerenza con la propria missione strategica, decide di allargare la sua presenza nelle principali regioni vitivinicole del Sud

L'obiettivo è il completamento della già ampia e qualificata offerta di prodotti di pregio, per rappresentare più compiutamente la realtà enologica del Paese, e per affrontare meglio la concorrenza sempre più agguerrita delle produzioni vinicole del Nuovo Mondo

GIV SUD



Andamento vendite GIV SUD



II GIV: “modello” di *impresa estesa*

Nel rispetto delle autonomie specificità territoriali, sia a monte che a valle della filiera produttiva e distributiva, GIV può rappresentare un esempio di **impresa estesa**.

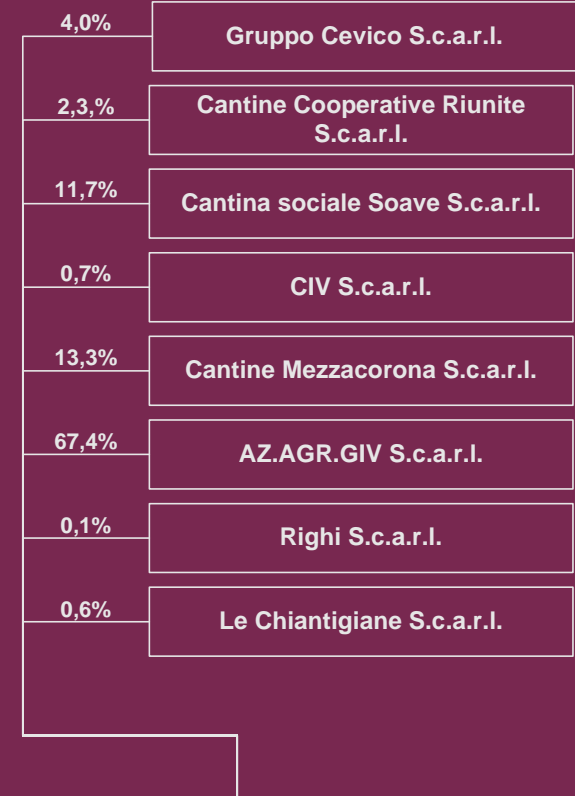
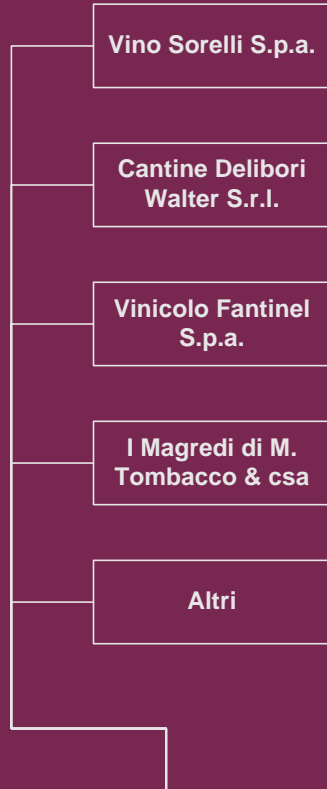
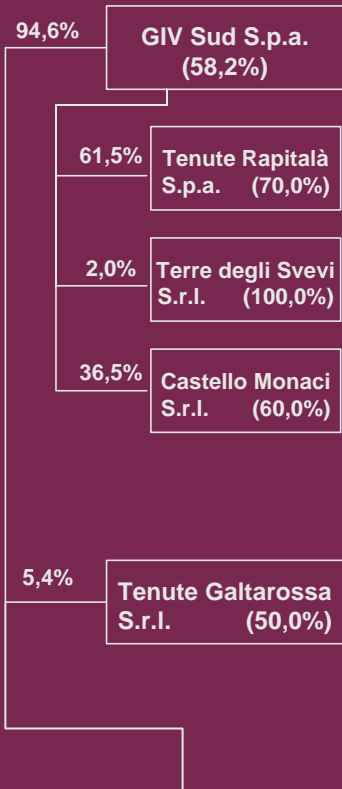
Flusso di approvvigionamento del vino (in euro)

Società controllate di produzione

Fornitori

Produzione propria

Soci



24,8%

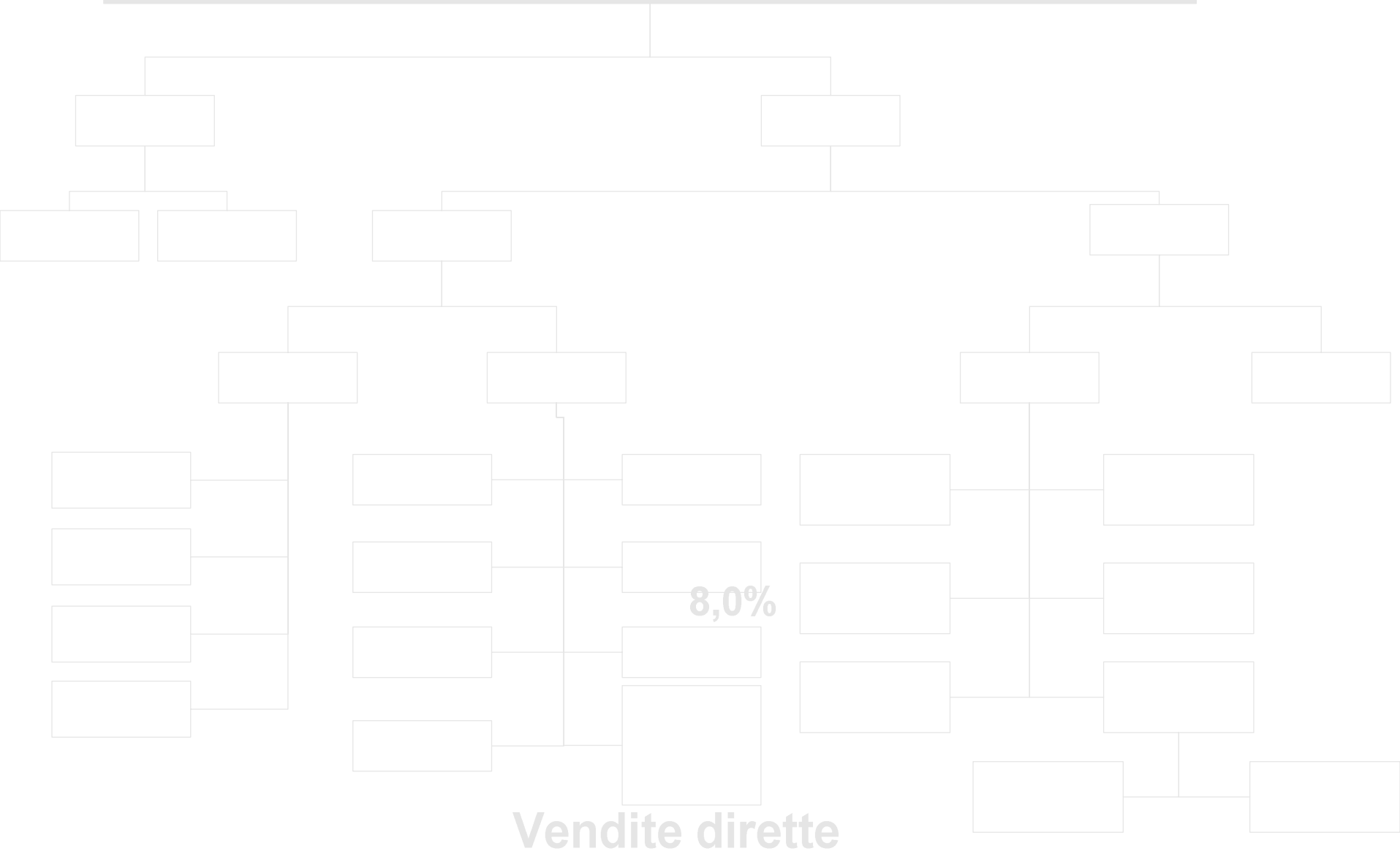
21,4%

3,2%

50,6%

GIV S.c.a.r.l.

GIV S.c.a.r.l.



II GIV: “modello” di *impresa estesa*

In GIV essere *impresa estesa* travalica l'aspetto meramente organizzativo, economico e gestionale per assumere anche una forte connotazione “etica” diretta a tutelare, sotto tutti gli aspetti, la difesa dei valori del territorio e delle persone.

Punti di forza G.I.V. nella distribuzione

ESTERO

- U.S.A.** → **FREDERICK WILDMAN**
- FRANCIA** → **GRUPPO CARNIATO**
- BELGIO** → **ITAL DISTRIBUTION**
- U.K.** → **GIV U.K.**
- REP. CECA** → **RACKE-GIV**
- CANADA** → **PETER MIELZYNSKI AGENCY**
- GERMANIA** → **GIV DEUTSCHLAND**

Frederick Wildman & Sons Ltd.

National Division

**Northern National
Sales**

**Southern National
Sales**

Sellers n. 16

Sellers n. 14

Wholesale Division

**New York
City - State**

**New Jersey
I.W.S. Beer Import**

**New York
Upstate**

Sellers n. 23

Sellers n. 12

Sellers n. 5

**Actual 2007 – Turnover 100 million US \$
National (54%) Wholesale (46%)**

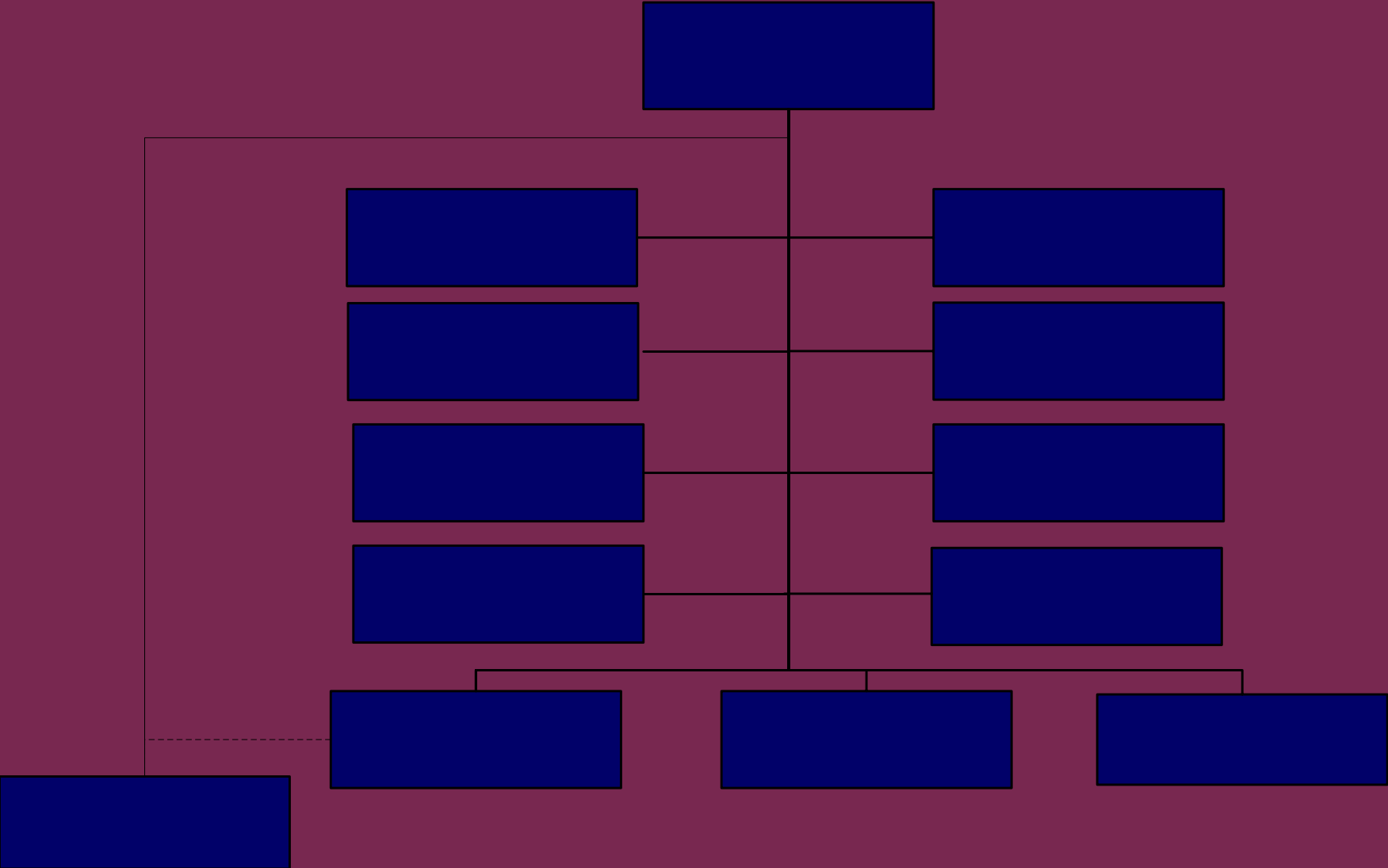
**90 people on pay-roll
1,4 mio (9L) cases sold**

“Crescita profittevole”: ad esempio, la ricerca di sinergie ...

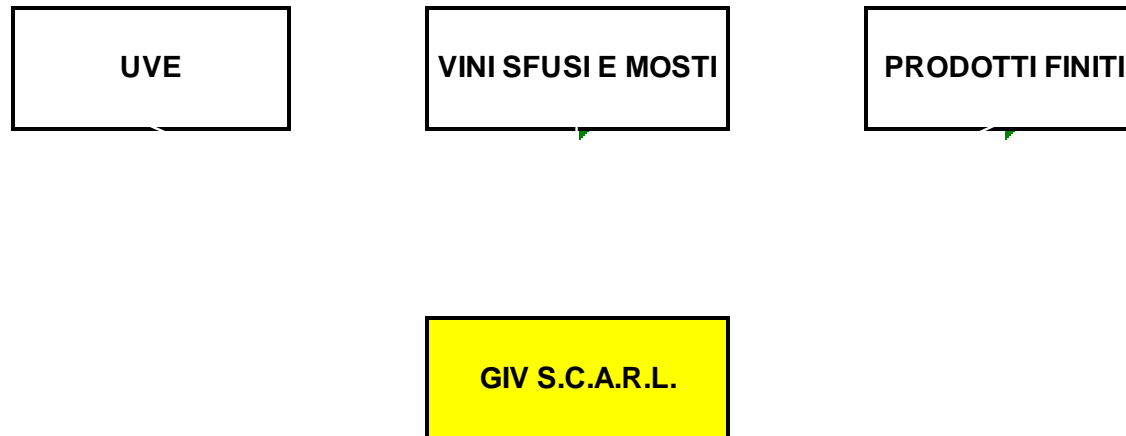
Per cercare sinergie nella produzione e distribuzione dei prodotti GIV si è impegnata nel disegno di una nuova e più moderna organizzazione con l'obiettivo finale di migliorare il Servizio. Le finalità della nuova organizzazione sono:

- maggiore efficienza nella distribuzione fisica dei prodotti (logistica integrata);
- coordinamento tra il marketing “locale” legato al mercato ed il marketing strategico “centralizzato” legato al prodotto;
- coordinamento viticolo ed enologico;
- coordinamento della gestione degli interventi di natura “tecnica”.

Il macro organigramma



Flusso di approvvigionamento (HL)



Riepilogo fonti materie prime anno 2007

Riepilogo	CONFERIMENTI		ACQUISTI	
	HI.	€	HI.	€
- VINI SFUSI E MOSTI	457.399,80	46.619.119,90	164.635,19	15.892.958,58
- PRODOTTI FINITI	12.404,87	1.655.703,94	156.225,08	33.690.326,97
- UVE	57.889,46	6.629.225,81	39.577,78	3.180.051,30
- OLIO	11,00	4.400,00	2,75	1.292,50
- PRODUZIONE PROPRIA	13.901,46	2.393.779,43		
TOTALI	541.606,59	57.302.229,08	360.440,80	52.764.629,35
	60,04%	52,06%	39,96%	47,94%

... **GIV** ... il bilancio ...

Stato Patrimoniale Consolidato

(valori espressi in migliaia di euro)

ATTIVO	31/12/2007	31/12/2006
B) Immobilizzazioni	126.938	122.769
C) Attivo circolante	209.598	178.151
D) Ratei e risconti	2.075	2.200
TOTALE ATTIVO	338.611	303.120

PATRIMONIO NETTO E PASSIVO	31/12/2007	31/12/2006
A) Patrimonio netto	86.134	74.562
B) Fondi per rischi e oneri	5.758	6.625
C) Trattamento di fine rapporto	5.724	5.939
D) Debiti	232.846	207.404
E) Ratei e risconti	8.149	8.590
TOTALE PASSIVO	338.611	303.120

Conto Economico Consolidato

(valori espressi in migliaia di euro)

	31/12/2007	31/12/2006
A) Valore della produzione	306.226	271.209
B) Costi della produzione	295.226	259.974
Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	11.000	11.235
C) Proventi e oneri finanziari	(6.347)	(5.909)
D) Rettifiche di valore di attività finanz.	0	(50)
E) Proventi e oneri straordinari	(229)	(20)
Risultato prima delle imposte (A-B+C+E)	4.424	5.256
22) Imposte...	1.781	2.419
23) UTILE DELL'ESERCIZIO	2.643	2.837

Rendiconto Finanziario Consolidato

(valori espressi in migliaia di euro)

DESCRIZIONE	2007	2006
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA 1/1	(33.800)	(37.456)
FLUSSI DI CASSA DELL'ATTIVITA' OPERATIVA ANTE VARIAZIONI DI CAPITALE CIRCOLANTE	10.872	10.959
FLUSSO DI CASSA GENERATO (ASSORBITO) DALLA VARIAZIONE DEL CAPITALE CIRCOLANTE	(17.811)	9.247
FLUSSO DI CASSA GENERATO (ASSORBITO) DALL'ATTIVITA' OPERATIVA	(6.939)	20.206
FLUSSO DI CASSA GENERATO (ASSORBITO) DALL'ATTIVITA' DI INVESTIMENTO	(13.911)	(28.622)
FLUSSO DI CASSA GENERATO (ASSORBITO) DALL'ATTIVITA' FINANZIARIA	11.721	12.865
ENTI MUTUALISTICI E DIVIDENDI	(682)	(570)
VARIAZIONI NELLA SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA CHE NON COMPORTANO FLUSSI DI CASSA	(501)	(223)
<i>TOTALE VARIAZIONI</i>	<i>(10.312)</i>	<i>3.656</i>
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA 31/12	(44.112)	(33.800)
di cui:		
Denaro, valori in cassa e assegni	87	109
Banche a breve termine	6.471	9.576
Debiti verso banche e altri finanziatori a breve termine	(21.772)	(14.047)
Obbligazioni scadenti entro l'esercizio successivo	(258)	(259)
Quote di finanziamenti scadenti entro l'esercizio successivo	(28.640)	(29.179)
	(44.112)	(33.800)

Peculiarità bilancio GIV...

- **GIV quale Gruppo composito** → “sistema” di bilanci: società di capitali, società cooperative, società estere (US GAAP), ...
- **valorizzazione rimanenze: produzione propria, processo di vinificazione, affinamento, ...**
- **gestione agricola: anticipazione colturali quale strumento contabile per raccordare esercizio contabile con annata agraria; ammortamento vigneti; ...**
- **contributi conto impianti;**
- **copertura rischi cambi e tassi;**
- **fiscalità: regime specifico per le cooperative a mutualità prevalente; imposte differite e anticipate;...**

Peculiarità bilancio GIV...

Modalità di remunerazione dei Soci:

- Ristorni: integrazione del prezzo di conferimento.
- Dividendi: remunerazione del capitale investito, entro i limiti di Legge (buoni postali fruttiferi +2,5%).
- Aumento gratuito capitale sociale, entro i limiti di Legge (inflazione).

Bilancio GIV: attori e tempistica

- **PREMESSA:** il bilancio, o meglio i fatti contabili che trovano sintesi nel bilancio d'esercizio, nasce ogni giorno con attore ogni ente aziendale.
- **ANTE 31/12 (ultimo trimestre):** analisi bilancio di verifica; interim società di revisione; impostazione attività e calendario (istruzioni alle Direzioni e uffici interni, alle cantine, alle società estere, ...).
- **31/12:** attività inventariali.

Bilancio GIV: attori e tempistica (continua)

POST 31/12:

- 1-15 gennaio: rettifiche inventariali, chiusura fatturazione attiva, chiusura registrazione fatture passive fornitori beni a magazzino, ...
- 16-31 gennaio: chiusura gestionale (CdA inizio febbraio).
- 16 gennaio-28 febbraio: assestamento e chiusura (valorizzazione magazzino, ammortamenti, ratei e risconti, ...).
- 1-15 marzo: chiusura (con CdA società controllate, incluso closing meeting con revisori).
- 16-25 marzo: predisposizione bilancio consolidato, nota integrativa, relazione sulla gestione, incontri vari (sindaci, revisori, amministratori, ...).
- entro 31/3: Consiglio di Amministrazione.
- aprile: preparazione fascicolo bilancio, annual report, assemblee controllate, ...
- maggio (in seconda convocazione) Assemblea dei Soci.

Comunicazione economico-finanziaria

- **Gennaio:** conferenza stampa e comunicato istituzionale relativo alla chiusura dell'esercizio e alle prospettive future ...
- **Febbraio:** primo CdA (bilancio gestionale).
- **Marzo:** CdA per approvazione bilancio da sottoporre all'Assemblea dei Soci.
- **Maggio (seconda convocazione):** Assemblea "pubblica" con invito a partner finanziari, commerciali, istituzioni pubbliche e private, ...
- pubblicazione Annual Report e fascicolo Bilancio;
- filmato ...