



CAMPAGNOLA
Veduta aerea degli stabilimenti



LUCA PERETTO (a destra)
responsabile vendite
per il centro-nord Italia
di Ero Binger



➔ Segue da pagina 31

Infine, ha dovuto chiudere i due stabilimenti emiliani anche Campagnola, l'azienda che produce attrezzature per la potatura e la legatura delle viti, oltre che abbacchiatori per la raccolta delle olive. Ma anche in questo caso, come ci racconta il direttore generale **Andrea Armaroli**, "l'assistenza tecnica non ha mai smesso di operare, come pure la spedizione dei ricambi. Siamo ricorsi alla cassa integrazione solo per il periodo della chiusura, poi il nostro organico di 54 dipendenti è rientrato al lavoro."

Diverso è il caso di **Luca Peretto**, responsabile vendite per il centro-nord Italia di *Ero Binger*, azienda tedesca con sede vicino a Francoforte: "Il nostro magazzino di Faenza per i ricambi e l'assistenza non ha mai chiuso, ma io e il mio collega che si occupa delle vendite nel centro-sud d'Italia siamo stati costretti a fermarci per 40 giorni. I concessionari potevano fare solo assistenza meccanica e quindi sono state settimane difficili e alla ripartenza ci siamo trovati di fronte e non poche difficoltà, prima tra tutte quella di dover rientrare in sede ogni sera e non poter riuscire a stare dietro a tutti gli appuntamenti. Gli alberghi e i ristoranti erano ancora chiusi ed era un gioco forzato il dover rientrare a casa."

Non ha chiuso mai invece *Isagro*, l'azienda con 350 dipendenti e 4 stabilimenti in Italia che produce agrofarmaci e biosoluzioni per i vigneti e altre colture e che esporta il 70% della propria produzione. "Non ci siamo mai fermati" - racconta il responsabile vendite Italia **Giulio Maggiorotto** - ma per noi i rapporti umani restano fondamentali. Non si vende un prodotto, soprattutto se destinato alla lotta integrata e quindi molto tecnico, se non lo si spiega di persona. Sono prodotti che i viticoltori devono saper utilizzare correttamente, altrimenti il rischio è di fare peggio che meglio. Un po' come è accaduto per i generi alimentari, anche noi all'inizio abbiamo assistito al fenomeno di acquisti importanti da parte sia di distributori che di consorzi, che hanno deciso di fare un po' di stock per paura di restare senza. E infatti poi nella seconda parte dell'anno abbiamo venduto un po' meno; tuttavia in generale non abbiamo assistito a cali. Casomai la chiusura delle frontiere ci ha creato qualche problema con l'export, ma contemporaneamente siamo cresciuti in Italia".

Come sono andate le vendite?

Ma cosa è accaduta nelle vendite di prodotti e attrezzature per la vigna durante tutti questi mesi? "Abbiamo perso buona parte delle vendite last minute - dice Peretto di *Ero Binger* e penso anche che ci sia stata una preferenza all'acquisto di prodotti italiani - . Noi per altro siamo in una fascia di prodotti di alta gamma, certamente i più penalizzati in questo periodo. Per questo abbiamo deciso di fare uno sforzo nei confronti dei nostri concessionari, prolungando gli extra sconti che di regola riserviamo alle vendite stagionali". Anche Campagnola ha assistito a un lieve calo nella richiesta di prodotti di fascia di prezzo alta, come quelli per la lavorazione interceppo. "Sono prodotti - dice Armaroli - di prezzo alto. Noi distribuiamo in Italia i macchinari di Arizza, che ha sede in Abruzzo, e questi sono destinati a cantine di una certa importanza. Probabilmente i viticoltori hanno preferito aspettare prima di fare un investimento di una certa entità e molti si sono visti costretti a ricorrere al diserbo chimico, che ha chiaramente costi inferiori. Per quanto riguarda invece le attrezzature per la potatura del vigneto, il lockdown è arrivato quando



Giulio Maggiorotto
responsabile vendite Italia
di Isagro



la nostra campagna vendita era già conclusa, e quindi non ne abbiamo assolutamente risentito. Nella seconda metà dell'anno poi abbiamo assistito a un forte incremento, del 20-25%, nella vendita di attrezzi per la raccolta delle olive, quest'anno molto abbondante". Anche la Pellenc ha vissuto il medesimo fenomeno e Salvestrini ritiene che le problematiche collegate alla mancanza di mano d'opera per la raccolta delle olive abbia spinto anche i privati, quelli che magari hanno solo una dozzina di olivi, a investire in attrezzature. E Maggiorotto di Isagro aggiunge una riflessione interessante a riguardo: "Durante il lockdown la gente ha avuto più tempo, e ne ha investito una parte per leggere, studiare, informarsi. In seguito a una nostra campagna pubblicitaria on line, siamo stati quasi inondati di domande, soprattutto in merito ai prodotti della linea biologica, che per noi rappresenta il 20% della produzione. Magari chi possiede qualche pianta, qualche filare di vite o qualche olivo che finora non aveva mai preso troppo in considerazione ha deciso di dedicare loro del tempo e ha acquistato quei prodotti di lotta integrata che non hanno bisogno di patentino per essere utilizzati. La gente ha cucinato, ha fatto l'orto e ha ripreso contatto - o anche preso contatto per la prima volta - con la terra e con le piante in generale."

Investimenti "frenati" ma c'è ottimismo

Se è vero che il lockdown ha portato con sé un rafforzamento dell'attenzione verso i prodotti agroalimentari in generale e dunque anche verso le tematiche legate al mondo del biologico, è altrettanto vero che l'incertezza sul futuro ha messo un freno agli investimenti da parte degli imprenditori. Ne è testimone Valente, che vede il settore vitivinicolo italiano sostanzialmente fermo. "La nostra azienda - spiega Valente - produce pali al 60% per il settore frutticolo e al 40%

per quello viticolo. Con l'arrivo della pandemia non abbiamo avuto disdette da parte dei clienti e non ci sono state richieste di posticipo negli ordini già fatti. Quindi i produttori hanno proceduto con gli investimenti già programmati, e spesso collegati a incentivi dei vari Psr. A settembre sembrava che il mercato italiano si stesse un po' riprendendo, ma adesso vediamo che i nuovi impianti di vigneti sono veramente pochi. Allo stesso tempo i proprietari di frutteti hanno subito una primavera problematica e anche loro hanno rallentato gli investimenti. All'estero - dove mandiamo il 50% della nostra produzione - le cose vanno meglio, anche se ogni nazione ha realtà diverse. In generale, l'Europa è quella più problematica, ma anche tutte le trattative che avevamo in corso negli Stati Uniti sono attualmente congelate".

Stefano Martignani ha assistito a un forte incremento di ordini da parte di Paesi come l'Australia e il Sud Africa, mentre ce ne sono stati altri come il Perù nei quali erano state chiuse anche le aziende agricole, e dunque in questi casi il mercato si è praticamente fermato. "Esportiamo il 60% della nostra produzione in una trentina di nazioni - dice Martignani - e ogni Paese ha fatto storia a sé. Per noi in Italia l'ondata del Covid è arrivata a luglio, e abbiamo effettivamente assistito a un calo di domanda per fortuna compensata dall'export. Ma da quando si è chiusa la vendemmia, diciamo nelle ultime due settimane, stiamo assistendo a un buon arrivo di commesse da parte di produttori vitivinicoli che ci fa ben sperare".

E in questa situazione di generale incertezza e di timori per ulteriori chiusure, i segnali positivi non sembrano mancare, tanto che gli operatori del settore non sembrano particolarmente pessimisti. La Argo Tractors ha iniziato a percepire i primi segnali di ripresa già a giugno-luglio, anche grazie agli incentivi attualmente presenti in Italia. I dati elaboratori da FederUnacoma (Federazione Nazionale Costruttori Macchine per l'Agricoltura) sulla base delle immatricolazioni registrate dal Ministero dei Trasporti, dicono che a settembre si è assistito a un incremento del 20,7% nelle trattrici rispetto allo stesso mese del 2019. Tuttavia, i primi nove mesi dell'anno invece hanno fatto registrare un -11,9% rispetto al medesimo periodo del 2019. "Già nel corso dell'anno passato - racconta Salvaterra - il mercato domestico era stazionario. Il Covid ha chiaramente aggravato la situazione e nei primi 6 mesi del 2020 si è registrato un -18% nelle immatricolazioni di trattori. In Europa le dinamiche commerciali sono state fortemente compromesse dalle politiche anti Covid adottate dai singoli Paesi e tutti i mercati, con l'eccezione della Polonia, hanno archiviato delle perdite. Tuttavia, nel medio termine, guardiamo al mercato mondiale con ottimismo e con la volontà di perseguire gli investimenti in processi e prodotti innovativi. Per quanto riguarda l'Italia, sarebbe auspicabile che i vari interventi in atto diventassero strutturali e parte integrante di una strategia di crescita del sistema Paese."

Salvestrini della Pellenc ritiene che con l'arrivo, a inizio 2021, della fase di potatura delle vigne si assisterà con tutta probabilità allo stesso fenomeno che si è verificato al momento della raccolta delle olive. D'altra parte, afferma Salvestrini "quest'anno siamo comunque riusciti a raggiungere quel budget che ci eravamo prefissato, ossia il +4% rispetto al 2019. In effetti quando è arrivato il lockdown avevamo deciso di abbassarlo

a un -10% rispetto all'anno scorso, ma ci siamo per fortuna dovuti ricredere. Auspicio di poter incrementare nuovamente il numero delle risorse umane nei vari settori, dal magazzino all'amministrazione, dal commerciale al servizio assistenza cercando di vedere il futuro con un certo ottimismo".

"Avevamo ricevuto segnali di ripresa - dice Armaroli di Campagnola - ma con questi nuovi provvedimenti sui ristoranti temo che il settore viticolo si fermi di nuovo. Nonostante il 2020 si stia chiudendo con un +20% in più di fatturato per noi, penso che il settore delle macchine per la lavorazione interceppo non riprenda a breve. L'incremento nel nostro fatturato è dovuto soprattutto al settore olivicolo e alla messa in catalogo di macchinari veramente innovativi".

La *Ero Binger* si avvicina al periodo di vendite stagionali, che va da metà novembre a fine gennaio e Luca Peretto ci dice che l'azienda "ha una buona richiesta di attrezzature, soprattutto di quelle supportate dagli incentivi Industria 4.0. La *Ero* nel complesso ha fatto registrare un fatturato in linea con quello del 2019 ma è stato il mercato tedesco a compensare i cali di quelli esteri per effetto degli acquisti patriottici che hanno premiato le vendite di prodotti made in Germany. In Italia siamo a quasi un -10% rispetto all'anno scorso ed è difficile per me fare previsioni su cosa accadrà nei prossimi mesi. Se la durata della crisi si limiterà a un arco temporale di 1-2 anni le aziende avranno la forza di venire fuori come già accaduto in passato. Ma abbiamo bisogno che il nostro settore venga supportato in maniera reale."

Piuttosto ottimista è Maggiorotto, che ritiene che il Covid abbia creato anche nuove opportunità: "Le aziende vitivinicole hanno saputo in buona parte organizzarsi con le vendite on line, e non dobbiamo dimenticare che la gente a casa ha bevuto lo stesso. Noi abbiamo assistito a un vero e proprio boom nella richiesta da parte di cantine del sud, ma anche del centro Italia, di prodotti per la lotta integrata, e la nostra azienda è destinata a crescere rapidamente in questo settore. All'inizio avevo fatto delle previsioni peggiori, ma poi ho visto che il mondo del vino ha reagito, e anche i nostri dati sono positivi. Abbiamo spinto molto sulla nostra italianità, e abbiamo verificato che questo ha fatto presa. La natura va avanti, la vigna va avanti e io sono ottimista".

"Abbiamo dovuto cambiare strategia di marketing - dice Stefano Martignani - soprattutto per quanto riguarda il mercato estero viste le difficoltà a viaggiare. Video conferenze e marketing on line sono gli strumenti maggiormente utilizzati, mentre in Italia abbiamo deciso di portare da 2 a 4 i nostri area manager che operano in altrettante macro regioni, in modo da andare a colmare alcune lacune che avevamo. Tutto sommato l'anno non è stato negativo e lo stiamo chiudendo solo con un piccolo calo rispetto al 2019, ma abbiamo buone previsioni per quella che sarà la prossima campagna ordini, quindi fino a tutto febbraio prossimo."

In definitiva, il Covid non pare aver creato grossi problemi al comparto e nonostante il perdurare del periodo di crisi e incertezza gli imprenditori mostrano un cauto ottimismo. Certo è che attendono dal Governo segnali importanti a sostegno del settore agricolo, esattamente come li attendono i produttori di vino, che non possono essere lasciati soli sui mercati con l'unica prospettiva di cercare nuovi canali di vendita.