Scaricato da Largo Consumo
www.largoconsumo.info

CASA VINICOLA CALDIROLA

Una nuova proprietà e ambiziosi progetti per continuare a essere leader nel trade moderno

Un'operazione di "leverage buyout" condotta felicemente in porto in poche settimane; un marchio storico non solo salvato da una possibile grave crisi, ma rilanciato con successo; circa ottanta posti di lavoro salvaguardati; un piano di investimenti da realizzare a breve-medio termine. In questi passaggi si possono sintetizzare gli ultimi mesi vissuti, senza dubbio "intensamente", da Casa Vinicola Caldirola, l'azienda lombarda leader italiana in gdo nel segmento vetro, con i suoi 85 milioni di bottiglie vendute all'anno.

In effetti, tra i soci subentrati negli ultimi anni alla famiglia Caldirola, si erano creati crescenti dissidi che avevano finito con il determinare non poche difficoltà nella gestione operativa e finanziaria. Arrivati a un punto di "non ritorno", i soci hanno deciso di rinunciare alla storica società. E così, in piena estate 2008, Caldirola ha voltato pagina.

La nuova compagine societaria, infatti, vede in prima fila due figure-chiave del management dell'azienda, entrambe in Caldirola sin dal 1991 e quindi non solo forti di un eccezionale bagaglio di esperienza, ma profondamente legate alla storia e ai valori della società. Parliamo di Michele Radaelli e di Luigi Maggioni, che hanno perfezionato una classica operazione di "leverage buyout". Il primo, dal 1994 direttore amministrativo e finanziario, ha assunto il timone dell'azienda, nelle vesti di amministratore delegato e direttore generale. Il secondo, da sempre attivo in ambito commerciale, ha la responsabilità commerciale di national account, con delega ai rapporti con le catene della gd.

Radaelli e Maggioni, insieme con Enzo Priano, mediatore con una lunga esperienza nella compravendita del vino, detengono il 20% della proprietà. L'80% è paritariamente suddiviso fra altri tre soci di capitale: Renato Gaggiano, immobiliarista di Acqui Terme, presidente del nuovo consiglio di amministrazione di Caldirola; Ermanno Soria, imprenditore vinicolo piemontese di lungo corso, "sceso in campo" comunque a titolo personale, e Anita Bellarosa.

Da sinistra, Luigi Maggioni e Michele Radaelli.

L'INIZIATIVA. Al culmine di una grave crisi gestionale, Casa Vinicola Caldirola è passata di mano: la nuova compagine societaria è composta da due dirigenti del "vecchio" management, oggi al vertice dell'azienda, e da un gruppo di soci finanziatori.

L'AZIENDA. Nata nel 1897, Caldirola è leader in gdo nel segmento vetro con 85 milioni di bottiglie vendute all'anno. Nel canale moderno, l'azienda è attiva con marchi consolidati: Caldirola, La Cacciatora, Maestri Cantinieri, Conte Lorenzo Sormani, Marchesa Vincenza Stanga, Bellavita. Caldirola ha chiuso il 2008 con un fatturato di circa 50 milioni di euro.

La proprietà della "nuova" Caldirola

Michele Radaelli	Amm. Delegato e Direttore Generale
Luigi Maggioni	National Account
Renato Gaggiano	Pres. Consiglio di Amministrazione
Ermanno Soria	Consigliere di Amministrazione
Enzo Priano	Socio
Anita Bellarosa	Socio

Uno sforzo premiato

"In poco più di un mese – afferma Radaelli – abbiamo compiuto il passaggio tra la vecchia spa e la nuova srl, grazie a un lavoro a dir poco febbrile, visti gli innumerevoli passaggi legali e organizzativi da affrontare. Basti pensare alla ricodifica di tutti i prodotti presso i nostri partner del trade moderno, che ringrazio per aver creduto nel nostro progetto, appoggiandoci e accordandoci la massima fiducia. E vorrei anche sottolineare il sostegno delle maestranze, che hanno apprezzato la continuità che abbiamo voluto dare all'attività di un'azienda che vanta oltre un secolo di vita".

I risultati. Ebbene, non solo Caldirola non ha praticamente mai interrotto le consegne, a dispetto della trasformazione societaria in corso, ma nell'ultimo trimestre 2008 ha addirittura fatto registrare consistenti incrementi di fatturato rispetto allo stesso periodo del 2007. "Questi risultati – commenta Maggioni – sono stati per noi una grandissima soddisfazione, a dimostrazione della bontà del nostro lavoro e, indubbiamente, del grande patrimonio di autorevolezza e serietà del marchio Caldirola. Adesso dobbiamo continuare su questa strada, avvalendoci al meglio di una struttura commerciale composta da tre capi-rete cui rispondono una quarantina di agenti sparsi sulle quattro aree Nielsen".

Gli obiettivi. La "nuova" Casa Vinicola Caldirola ha tracciato un business plan molto articolato e ambizioso. L'azienda punta innanzitutto a valorizzare i propri marchi, qualificando ulteriormente la propria presenza e la partnership con le insegne della distribuzione moderna, che rappresenta il 90% del fatturato sviluppato in Italia. Inoltre, Caldirola intende guardare con attenzione al discount, un canale ormai imprescindibile. La società ha pianificato un investimento di 3 milioni di euro per ammodernare le strutture produttive, a partire da quella di Gattinara (Vc). Infine, Caldirola lavorerà per incrementare la propria presenza sui mercati internazionali – l'export oggi rappresenta circa il 25% del giro d'affari – puntando innanzitutto sui mercati dell'Est Europa.

GRUPPO CALDIROLA 1897

Casa Vinicola Caldirola srl
Via San Bartolomeo, 9
23873 Missaglia (Lc)
Tel. 039.593121
Fax 039.9201193
www.caldirola.it

Comunicazione d'impresa: serie IL MANAGEMENT AZIENDALE © Editoriale Largo Consumo srl