



L'Agente immobiliare del... vino

Cose da fare o non fare per accrescere il valore immobiliare della propria azienda



Daniela Gisti

DI DONATELLA CINELLI COLOMBINI

Agente immobiliare specializzata con oltre 15 anni di esperienza nel supportare clientela internazionale di alto livello nella compravendita di immobili di prestigio in Italia. Negli anni ha unito la sua passione per il vino, è sommelier degustatrice Onay, alla sua professione, specializzandosi anche nella compravendita di aziende vitivinicole. È Daniela Gisti e in questa intervista ci racconta come accrescere il valore immobiliare della propria azienda e i vantaggi di affidarsi a un'agenzia specializzata.

In cosa consiste il lavoro di "Agente immobiliare del vino"? Consiste nel facilitare la compravendita di proprietà nel settore vinicolo, alle migliori condizioni e nel minor tempo possibile.

Ci parli della società per cui lavori: quando è nata, chi la dirige, dove opera e cosa fa esattamente. La Building Heritage - Forbes Global Properties, guidata dalla cfo e amica Cinzia Romanelli, è membro esclusivo e partner italiano di Forbes Global Properties, che conta 18.000 agenti in 28 Paesi. In Italia operiamo con 8 uffici e oltre 35 collaboratori, gestendo più di 300 immobili per un valore superiore a 2 miliardi di euro. La società offre assistenza commerciale, legale e fiscale a livello internazionale.

Perché un'impresa del vino dovrebbe affidarsi a una Agenzia immobiliare invece di cercare un acquirente direttamente? L'Agenzia specializzata possiede competenze tecniche e strategiche, offre valutazioni precise basate su analisi di mercato e confronti con proprietà simili.

oltre a una vasta rete di clienti e investitori profilati nazionali e internazionali.

Le aziende del vino si rivolgono a un immobiliare solo quando vogliono cercare un compratore?

Principalmente sì, ma ci sono anche diverse circostanze in cui ciò avviene per una consulenza, per rimanere informati sulle tendenze del mercato immobiliare o per assistenza nella ricerca e valutazione di nuove proprietà vinicole da acquistare o affittare.

Quali sono le principali motivazioni per cui un proprietario decide di vendere la propria azienda? Diverse motivazioni possono spingere i proprietari a vendere, come un rinnovamento, un cambio di vita, assenza di eredi interessati alla gestione, o come adesso, condizioni di mercato favorevoli, dove in certe zone i valori dei vigneti hanno raggiunto massimi storici.

Quando invece un'azienda dovrebbe pensare a vendere?

La diminuzione della passione per l'attività, l'incapacità di dedicare risorse sufficienti per investimenti commerciali insieme all'assenza di una visione chiara del futuro sono segnali forti. Agire tempestivamente è importante in questa fase.

Quali sono le cose da fare o non fare per accrescere il valore immobiliare della propria azienda?

Un'organizzazione aggiornata e chiara è la chiave specialmente per quello che riguarda la contabilità. Mantenere i fabbricati e gli impianti conformi alle normative, le cantine pulite e ben organizzate. Valorizzare le persone, assicurare un clima coeso e soddisfacente, riduce il turnover influenzando positivamente anche la qualità del vino prodotto. Implementare, per quanto possibile, soluzioni energetiche sostenibili per ridurre i costi e migliorare l'impatto ambientale, aspetto apprezzato dagli stranieri.

Quali sono le tipologie di aziende del vino più richieste dai compratori?

Aziende con residenze prestigiose sono ambite da investitori privati e appassionati di vino. Le aziende tipiche, dotate di più casolari e capaci di offrire attività agrituristiche, sono particolarmente ricercate se operano in modo biologico o sostenibile. Le grandi aziende strutturate con vigneti di valore che attirano l'interesse di multinazionali, fondi di investimento e gruppi finanziari. L'attuale tendenza vede inoltre le aziende strutturate con neli vendite importanti, espandersi in più territori acquistando e integrando piccole e medie imprese locali.

Come si calcola il valore materiale o immateriale di un'azienda del vino?

I valori materiali comprendono immobili, terreni, attrezzature e scorte di vino e vengono valutati secondo i valori di mercato, considerando le caratteristiche della proprietà e le condizioni generali. Per i terreni, vengono considerati fattori come l'età, lo stato di manutenzione e la posizione geografica. Il valore immateriale, noto come avviamento, include aspetti intangibili come la reputazione, i risultati ottenuti nel tempo, il know-how e la grandezza e solidità della rete commerciale. Questi aspetti vengono valutati tipicamente tramite l'analisi dei bilanci aziendali. Spesso, per una valutazione completa dell'azienda, si utilizza il metodo misto, che combina l'approccio patrimoniale con quello finanziario includendo anche il confronto con altre aziende simili nel settore vitivinicolo per ottenere una valutazione globale più accurata.

Qualche consiglio alle Donne del Vino che hanno cantine e vigneti?

Valorizza la tua unicità: nonostante il settore sia