



UN VIAGGIO NEI SAPORI

CANTINE SETTESOLI, IL SOLE DELLA SICILIA TRADIZIONI E INNOVAZIONE

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI ROMA n° 149/2019

N°11 | FEBBRAIO | ANNO MMXXI

la Redazione

04 Febbraio 2021



Cantina Settesoli, cooperativa vitivinicola siciliana d'eccezione dal 1958, è un'azienda attenta alla qualità, che investe nelle nuove generazioni, nella ricerca e nella tecnologia. Qui di seguito si riporta l'intervista al suo Presidente Dott. Giuseppe Bursi.

D: Come e quando nasce la Vostra azienda? Com'è strutturata?

R: La nostra azienda ha 61 anni di storia e quindi è una delle prime cantine cooperative siciliane, direi forse la prima. Tutto nasce dall'esigenza di avere un riferimento sul mercato poiché prima le uve venivano acquistate da alcuni mediatori della zona del trapanese per pochissimi soldi. Da qui, un gruppo di persone, tra cui mio nonno, nel '58 decise di dare vita a questa cooperativa. Nacque, così, la Cantina Settesoli che poi si è evoluta nel '99 con il brand Mandrarossa.

D: Dove nasce la Vostra filiera produttiva?

R: Ci estendiamo nelle tre province di Agrigento, Palermo e Trapani.

D: Come scegliete un prodotto "giusto" e come promuovete un prodotto di nicchia?



R: C'è ovviamente una strategia di marketing. Ci sono manager ed un consiglio di amministrazione che determinano quelle che sono le linee a seconda degli obiettivi che si intendono raggiungere.

D: La Vostra azienda ha un portale di e-commerce proprio, quale tipologia di prodotti è presente nel Vostro portale?

R: Il portale di e-commerce è presente da circa sei sette anni. I prodotti presenti sono tutti i vini della linea Mandrarossa, linea top, ma anche quelli della linea Settesoli che normalmente va nella grande distribuzione.

D: Quali vantaggi offre il Vostro shop on-line?

R: I vantaggi sono relativi al fatto che il cliente può scegliere i vini in base alle schede tecniche. In più con la piattaforma Tanico effettuiamo le consegne in tempi abbastanza rapidi.

D: Visto il particolare momento storico, come la Vostra azienda ha affrontato le difficoltà? sempre se ci sono state!

R: Le chiusure di bar e ristoranti hanno penalizzato il canale horeca. Abbiamo avuto un calo delle vendite pari al 30% che in termini di fatturato significa una perdita di circa € 1.500.000,00. Fortunatamente abbiamo compensato le perdite con la pro-

duzione rivolta alla grande distribuzione.

D: Avete usufruito di ammortizzatori sociali? Se sì, ritiene che gli strumenti siano sufficienti?

R: Abbiamo usufruito di qualche cosa, tipo il rinvio di qualche mutuo, ma ciò non risolve la situazione. Adesso, per esempio, abbiamo iniziato la cassa integrazione ponendola al 25%.

D: Molte aziende hanno delocalizzato il lavoro usufruendo di una diversa fiscalizzazione. La Vostra però non è fra queste. Cosa vi porta a continuare a credere ed investire in



Italia?

R: Noi siamo una cooperativa, abbiamo una tradizione e siamo radicati sul territorio. Non possiamo pensare ad un'operazione di questo tipo. Se si vuole qualità nel mondo del vino le uve devono essere consegnate alle cantine nel giro di poche ore. Pensi che facciamo una vendemmia notturna geo-localizzata per preservare qualità e profumi.

D: Come pensa che evolverà il vostro settore negli anni avvenire?



R: L'auspicio è che superata la fase pandemica si ritorni alla normalità.

D: Quali sono gli obiettivi che la Vostra Azienda si prefigge di raggiungere nei prossimi anni?

R: L'obiettivo è remunerare meglio le uve dei soci; valorizzare tutti i brand in tutti i canali di commercializzazione; poter piazzare di più i nostri vini; diminuire la quota di vino sfuso e trasformarlo in vino confezionato ed infine cercare di avere più successo sul mercato. È ovvio ma non è semplice da fare.