

Guerrino Saviotti





Nei primi anni Ottanta, quando giovane enologo trentenne venne chiamato a dirigere la Cantina Sociale di Torrazza Coste e Codevilla, su cosa fondava la sua preparazione professionale e quali traguardi si sentiva di contribuire a raggiungere?

La scuola mi aveva gratificato dal punto di vista dei risultati e non ho avuto problemi a trovare lavoro. A servizio militare in corso, nell'aprile 1973, l'Azienda Agricola Dagradi di Casteggio cercava un Enologo di prima esperienza ed attraverso un caro amico di mio padre, il Sig. Arturo Cignoli, ho avuto il colloquio con il Titolare Sig. Giulio Dagradi che mi ha assunto. E' stata un'esperienza di lavoro molto interessante, durata dal 4 gennaio 1974 al 30 giugno 1982. Nell'azienda Dagradi ho avuto modo di farmi una grossa esperienza non solo tecnica ma anche commerciale nel settore dei vini sfusi.

Durante il lavoro non ho mai smesso di studiare: ho sempre seguito con impegno i corsi di aggiornamento professionale e sostenuto alcuni esami anche alla facoltà di giurisprudenza dove sono stato iscritto per tre anni. Il lavoro di enologo mi appassionava ma ho sempre sentito stretto il mio "vestito culturale": sensazione peraltro che ancora oggi provo. Quando sono stato contattato dall'allora Sindaco della cantina Sociale di Torrazza Coste e Codevilla Sig. Claudio Casanova (che aveva raccolto buone referenze su di me) che mi proponeva un colloquio di lavoro con il Presidente della Società Sig.

Adriano Galbiati, ho provato una gioia immensa. L'idea di poter lavorare per un soggetto "sociale" mi affascinava, andava oltre la pura professione di enologo. Mi emozionava il fatto di partecipare come protagonista ad un progetto sociale di sviluppo per un territorio, i cui risultati sarebbero andati a vantaggio, non di un unico soggetto ma di una comunità. Dopo alcune settimane dal colloquio venni assunto.

La accolse un clima propositivo e di fiducia oppure dovette superare qualche ostacolo, o per la giovane età o per qualche altro motivo?

Ad onor del vero il clima che trovai, una volta arrivato in azienda, non era tanto ospitale. L'ambiente sociale di allora era turbolento ed attraversato da una diatriba piuttosto accesa, che si rifletteva all'interno del Consiglio d'Amministrazione, dove spesso, durante le riunioni, i componenti litigavano. C'era chi sosteneva l'esigenza indilazionabile di procedere alla ristrutturazione dell'azienda dal punto di vista strutturale, tecnico e commerciale e chi invece intendeva mantenere una certa prudenza e, soprattutto, era diffidente nel vedere un giovane, considerato ancora inesperto, alla guida dell'azienda.

Al riguardo non posso non esimermi dal ricordare che in quei primi mesi di lavoro ho avuto momenti di scoramento, ma al fianco ho trovato due persone, in particolare, che



mi hanno sempre incoraggiato ed aiutato a superare le circostanze più difficili: il Vice presidente Dino Nobile ed il Sindaco Claudio Casanova, a loro, non solo il sottoscritto ma l'intero comparto sociale deve molto, per la passione l'impegno e l'abnegazione che hanno prodotto e producono a favore dell'azienda.

Trascorso il primo anno di lavoro durante il quale ho potuto contare sul valido e determinante aiuto dei colleghi Enzo Manueli e Luigi Berutti, che mi hanno letteralmente "svezza-to" in campo contabile, amministrativo e societario, tutto è stato più facile. Il Presidente Adriano Galbiati, messi da parte gli indugi, ha pienamente sposato le nuove idee ed i nuovi progetti, così il programma di ristrutturazione è partito. C'era quasi tutto da fare: ristrutturare ed ampliare i locali, razionalizzare ed innovare le tecnologie produttive, impostare la commercializzazione dei vini in bottiglia... veramente una bella ed affascinante sfida.

Può descriverci, brevemente, che "aria" si respirava in cantina in quegli anni? In particolare, quali erano le attese per il futuro, per un 2000 che appariva come fantascienza e oggi è già passato?

Erano anni difficili dal punto di vista economico, con l'inflazione al 18% e gli interessi pagati alle banche che sfioravano il 20%.

Erano però anche anni in cui serpeggiava fra i viticoltori, nonostante tutto, un certo

ottimismo. Ricordo la prima Assemblea Generale a cui ho partecipato, settembre 1982, nel corso della quale molti Soci accusarono il Consiglio d'Amministrazione di essere in forte ritardo riguardo ai progetti di sviluppo commerciale ed agli investimenti strutturali. Ciò era segno di un forte attaccamento all'azienda, che essi credevano nel suo potenziale sviluppo ed intendevano affrontarlo con i necessari mezzi tecnologici e con le dovute strategie commerciali: non li spaventavano i considerevoli ed onerosi investimenti, se proposti con convinzione e raziocinio dal Consiglio d'Amministrazione. Nella mia vita professionale quella è stata una svolta: ho capito che il peggior nemico per un'azienda è la troppa prudenza nel mettere in atto le idee strategiche e, soprattutto nell'ambiente sociale, non essere in grado di imporle.

Lei sarà sicuramente ricordato come un innovatore, capace di rendere dinamica e attenta al mercato una Cantina sociale però senza dimenticare il rispetto per la storia e le tradizioni. Si riconosce in questo stringatissimo profilo o preferisce aggiungere qualcosa?

Già il solo pensiero di essere "ricordato" mi incute una piccola inquietudine: quella di essere al termine del mio ciclo professionale, sensazione che sinceramente al momento assolutamente non provo.

Comunque... se dovrò essere ricordato, spero di esserlo anche per questi importanti motivi.



Quali fra queste iniziative, tutte di successo, intraprese durante la sua direzione sente più sua e perché: il nome diventato ragione sociale "Torrevilla", il Progetto Uve di Qualità, le feste in cantina, la linea Sfizi & Golosità, il periodico "Torrevilla per noi" o il libro celebrativo del Centenario?

Sicuramente ciò a cui sono più legato è la prima, cioè la ragione sociale dell'azienda: Torrevilla. Per me questo nome riveste un significato particolare in quanto l'ho concepito, accudito, difeso e sviluppato: ha quindi quasi il valore... per non esagerare mi fermo qui. Torrevilla rappresenta "il vero ed unico contenitore", tutto il resto è contenuto.

Il suo presidente Ferrari, intervistato in proposito, ha dichiarato che la struttura cooperativa e il suo dibattito interno, che comporta una certa macchinosità decisionale, possono essere un apparente ostacolo per l'adeguamento dell'azienda alle leggi del mercato. Ma ha precisato che la Cantina Sociale, se paga qualcosa al settore privato in termini di tempi di ripresa, quando parte non la ferma più nessuno, come un buon motore diesel. Conferma questa metafora?

In un'azienda cooperativa le decisioni devono passare attraverso il Consiglio d'Amministrazione, di solito piuttosto numeroso, quindi espressione di molte e diverse opinioni e, successivamente, nel caso di delibere che modificano l'assetto societario

o rivestono importanza straordinaria, attraverso l'Assemblea dei Soci. Questo comporta necessariamente lentezza procedurale e "mediazioni" ma, come giustamente diceva il Presidente, una volta avuta le necessarie autorizzazioni della parte padronale della Società, sta alla direzione rendere le delibere attive nei tempi dovuti. Purtroppo nel nostro ambiente si confonde "l'attività" con il "decisionismo", così il Direttore attivo spesso viene accusato di invadere il campo spettante alla parte politica, rappresentata dal Consiglio d'Amministrazione. In questo forse un po' di verità esiste ma non dobbiamo dimenticare che oggi, per stare al passo con i tempi dettati dal mercato, il Direttore di un'azienda che fattura milioni di euro, in campo tecnico e commerciale deve disporre di completa autonomia decisionale, come avviene nelle società di capitale.

Presidente-Direttore: come si forma l'equilibrio ideale fra il ruolo politico e quello manageriale nella quotidianità e nel progetto strategico?

Semplice: il Presidente rappresenta la proprietà, il Direttore, quale responsabile dell'esecutivo, gli deve rendere conto. Tra Presidente e Direttore è fondamentale che esista, alla base del rapporto, una grande stima, coerenza e lealtà. Il sodalizio che viene ad instaurarsi tra Presidente e Direttore, spesso costituisce l'arma vincente (o perdente) dell'azienda cooperativa. Dal punto di vista



personale posso solo considerarmi fortunato per aver sin qui avuto come Presidente due persone eccezionali, rappresentate dal Sig. Adriano Galbiati, un serio imprenditore con cui ho diviso tredici anni di lavoro e dal quale ho imparato moltissimo e dall'attuale Sig. Luigi Ferrari, persona morigerata e seria con la quale ho diviso tante preoccupazioni ma anche tante soddisfazioni, compresa quella di celebrare insieme il centenario.

Tre domande all'enologo: dove sta andando il gusto del consumatore di vino? E com'è cambiato il modo di bere vino negli ultimi trent'anni? Pensa che la gamma attuale di prodotti offerta da Torrevilla sia sufficiente a soddisfare le richieste del mercato o è in arrivo qualche sorpresa?

Esistono ed esisteranno sempre le "vette" rappresentate da vini di altissima immagine e di qualità infinita (o indefinita) ma non è con essi che le Cantine Sociali potranno competere: certi vini "simbolici" sono legati alla storia, alla cultura ed ai personaggi che li hanno creati, valorizzati e divulgati. La Cantina Sociale è nata con il compito di svolgere nel suo territorio una missione: quella di concentrare in un unico punto le uve prodotte da tante piccole aziende e mettere sul mercato il vino prodotto. Il cliente di riferimento è quindi il Consumatore medio che ora pretende vini di alta qualità a prezzi contenuti. Il futuro, le aziende come la nostra, se lo giocheranno in questo campo. In Italia

il 70% delle vendite del vino avviene nella distribuzione moderna, come del resto avviene nel resto d'Europa. Ciò sta a significare che il Consumatore fa la sua scelta partendo dal prezzo che vede esposto sullo scaffale: il contenuto deve gratificarlo ancora di più per far sì che egli si affezioni al prodotto. Partendo da questo presupposto le Cantine come la nostra devono finalizzare la produzione alla vendita al consumatore finale, rinunciare quindi a produrre per vendere all'ingrosso una massa di vino che non darà mai immagine al territorio di produzione.

Torrevilla già dispone di una vasta gamma di vini e spumanti ma saremmo ottusi se ritenessimo di aver raggiunto l'assetto definitivo, lo studio e la ricerca di nuovi prodotti è sempre attiva, in quanto il nostro obiettivo è quello di tentare di capire in anticipo le nuove esigenze del consumatore che sono sempre in continua evoluzione.

Per finire: il sogno di Guerrino Saviotti, direttore di Torrevilla?

Che la "mia" Torrevilla arrivi a celebrare un nuovo centenario.



TORREVILLA®

Cento anni di vini



Cento Vendemmie, il vino celebrativo del Centenario presentato in occasione della ricorrenza del 13 maggio 2007