RASSEGNA STAMPA

MAGGIO 2020

IL CORRIERE VINICOLO ON LINE
GRATUITO PER TUTTI.
VAI E REGISTRATI SU WWW.CORRIEREVINICOLO.COM
e riceverai la nuova newsletter del giornale

Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

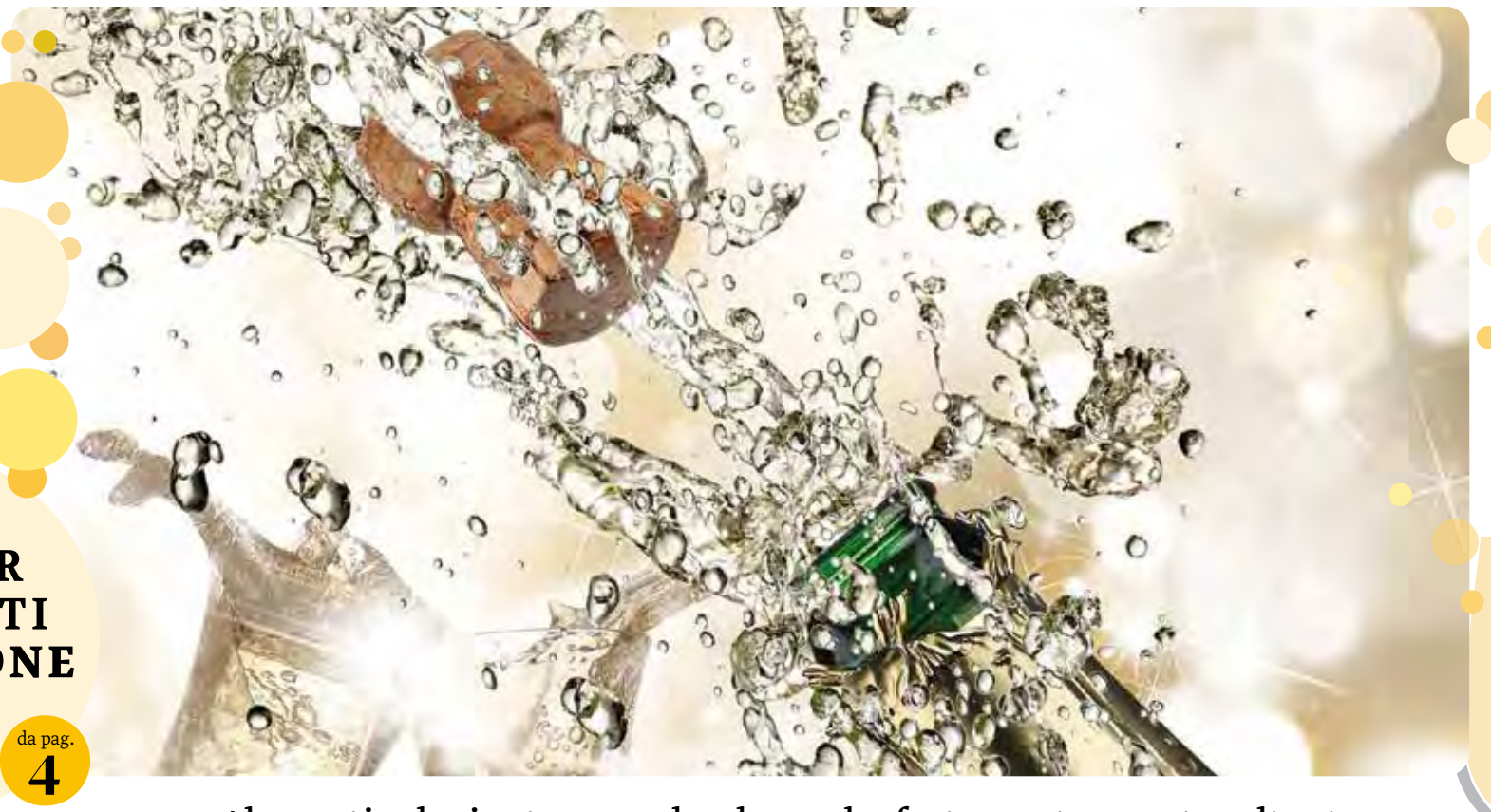
...dal 1928

ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta); 90,00 euro versione on-line (Iva inclusa); versione cartacea + on-line 150,00 euro - Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro - Area internet: www.corrierevinicolo.com

Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano
Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Uspi, Unione Stampa Periodica Italiana.

BOLLICINE COVID-PROOF?



DOSSIER SPUMANTI 8ª EDIZIONE

da pag. 4

Alcune tipologie stanno calando, anche fortemente, mentre altre tengono e addirittura sembrano guadagnare. Lo spumante chiamato alla prova di maturità: **vino da festa, aperitivo o every day wine?**
Sembra che proprio le restrizioni imposte dai lockdown stiano facendo chiarezza sulle reali abitudini e attitudini di consumo, con diversi scenari tra Italia ed estero, raccontati dai protagonisti, come La Marca, Moet & Chandon, Henkell-Freixenet, Ruffino, Cavit

MISURE ANTICRISI: PARLANO LE IMPRESE

LA PROMOZIONE NON SI TOCCA

Liquidità (che stenta ad arrivare) e misure di settore come distillazione e vendemmia verde sono, per tutti, provvedimenti tampone. La vera soluzione per tornare ad una reale sostenibilità del comparto passa solo attraverso il mercato e la promozione. Flessibilità delle misure, aumento dei fondi e nuove strategie per una alleanza organica con l'Horeca sono la priorità, nelle parole degli imprenditori

Siamo appena entrati nella "fase 2", avvolti ancora da una fitta nebbia su ciò che succederà nelle prossime settimane, ma con due sole certezze: che la liquidità promessa dal governo, di cui c'è un gran bisogno, dalle banche ancora stenta ad arrivare e l'on-trade, primo canale per importanza nella ripresa del mercato del vino, sarà l'ultimo settore economico a ripartire. In questo quadro, abbiamo voluto raccogliere le opinioni di alcuni imprenditori rappresentativi di diverse realtà produttive del Paese, sulle misure messe in atto dal governo e le richieste avanzate dalla filiera per affrontare la crisi del settore.
Il quadro che emerge è abbastanza chiaro e univoco, seppur con qualche sfumatura diversa: le intenzioni del governo sulla liquidità si stanno scontrando con banche e burocrazia, le misure di intervento sull'offerta (distillazione e vendemmia verde) potrebbero essere utili ma non strategiche perché l'unica vera risposta alla crisi si chiama "promozione". Strumento che va ampliato e potenziato attraverso la flessibilità nella gestione delle misure europee, possibilità di investire sul mercato interno, aumento della dotazione finanziaria a livello nazionale ed europeo, strategie collegate all'horeca e al turismo: queste le principali richieste che arrivano dalle imprese.

CONTINUA A PAGINA 2

LA PROMOZIONE NON SI TOCCA

di **GIULIO SOMMA** *e* **FABIO CIARLA**

Misure anticrisi: parlano Massimo Gianolli *(La Collina dei Ciliegi)*, Valentino Di Campli (*Consorzio tutela Vini d'Abruzzo)*, Luigi Caporicci *(Gotto d'Oro)*, Antonio Mario Zaccheo *(Carpineto)*, Dominga Cotarella *(Famiglia Cotarella)*, Alessandro Botter *(Botter)*, Antonio Rallo *(Donnafugata)* e Luigi Bersano *(Mondodelvino)*

Segue dalla prima pagina

Ascoltiamole, partendo dalle "misure orizzontali" sulla liquidità, le più attese dalle imprese, con **Massimo Gianolli** che oltre ad avere la responsabilità di una grande aziende dell'Amarone - La Collina dei Ciliegi, comprensiva anche di ristorazione e accoglienza – è soprattutto un esperto di finanza, con competenze nel factoring e nell'assicurazione. "Devo, purtroppo, dire anche io che così non si va da nessuna parte – esordisce molto netto -. Ci stanno proponendo di saldare un debito con un altro debito, che non si sa se e quando arriverà, e comunque complicato da ottenere. Provvedimenti come la distillazione e i fondi Ocm sono solo una parte di un problema più grande: bisogna sostenere chi ha chiuso i battenti, penso a ristorazione e accoglienza, o ha perso dal 90 al 100% del fatturato. Se di vero aiuto stiamo parlando, allora bisogna pensare o a finanziamenti a fondo perduto o, almeno, a tempi di restituzione lunghi anche 10 o 20 anni". Il punto di partenza è chiaro, ma è solo il passaggio di un percorso più articolato. "Anche si riescano ad ottenere questi fondi, comunque non basteranno, bisogna attivare altri strumenti, per capire come e dove si sta muovendo il mercato. Penso a piattaforme, una l'abbiamo presentata proprio in questi giorni, www.italiariparte.info, attraverso le quali dare la possibilità alle aziende di accedere a prodotti e servizi finanziari, a consulenze e altri servizi utili a muoversi con sicurezza, su diversi fronti, in un futuro molto difficile. A livello bancario ci sono una serie di iniziative pronte, volendo già operative, da mettere in campo". Strumenti e opzioni che si potrebbero trasferire in termini di politica nazionale? "Certo, con Assifact (Associazione Italiana per il Factoring) stiamo lavorando al massimo per far comprendere come il factoring e le garanzie siano strumenti utili per assistere tutte le aziende. Se ci muoviamo velocemente attraverso questi canali si possono immettere sul mercato dai 50 agli 80 miliardi di euro in tempo reale. Ma non sono solo io a dirlo, mi faccio portavoce di un pensiero finanziario che individua nell'assicurazione del credito a livello mondiale, insieme al factoring e alle garanzie statali, il percorso più veloce per dare una boccata d'ossigeno enorme al sistema e farlo preparare alla ripartenza. Chiaro che servono interventi normativi – conclude Gianolli - per agevolare le condizioni per l'assicurazione del credito e per proteggere e incentivare l'utilizzo del factoring. Se snelliamo il processo di acquisizione, le aziende in regola con il fisco dovrebbero poter accedere ai fondi velocemente, e noi saremmo pronti già domani per questa opzione".

Perché "i problemi di liquidità sono di prospettiva ma anche immediati - risponde, a distanza, **Valentino Di Campli** nel doppio ruolo di presidente Consorzio tutela Vini d'Abruzzo e presidente della Cooperativa Codice Citra -, i primi interventi di sostegno sono stati indirizzati a risolvere queste difficoltà, anche se in modo titubante e con il tradizionale approccio burocratico italiano, in pratica ancora non sono operativi e le aziende cominciano ad essere in difficoltà. Soprattutto i tempi di restituzione sono troppo brevi, mentre la sospensione delle attuali coperture finanziarie come mutui e rientri vari, invece che fino al 30 settembre doveva essere prorogata almeno per 12 mesi". Questo per la situazione finanziaria attuale, ma per le prossime mosse, legate al mercato e alla produzione? "Sul campo ci sono misure come la vendemmia verde parziale, che potrebbe essere utile ma deve essere gestita nell'ambito di una generale riduzione delle rese produttive, o la distillazione, che però dovrebbe essere sostenuta da fondi straordinari. È vero che dobbiamo essere tempestivi ma sempre attenti, perché la situazione è in forte evoluzione e interventi di questo tipo devono essere ben ponderati per non creare distrazioni di mercato immediate, penso ad esempio ai prezzi dello sfuso, e dovranno essere condizionati a una riduzione generale delle rese altrimenti non si avranno grandi risultati". E, poi, le risorse. "I fondi Ocm devono essere utilizzati per la promozione adottando tutte le misure per poterli spendere - conferma con decisione Di Campli - e vedo che si sta andando in questa direzione dando maggiore flessibilità sulle tempistiche per il mancato utilizzo delle quote o la possibilità di variare il mercato di riferimento".

Rimanendo in ambito cooperativo, dopo Codice Citra (3.000 soci, con il 60% del venduto all'estero e il 40% in Italia di cui il 90% in Gdo) passiamo a un'altra storica cooperativa del centro Italia, la Gotto d'Oro di Marino, ai Castelli Romani. Anche in questo caso le vendite sono al 90% nella grande distribuzione italiana, con un'apertura all'online avviata con fortunata tempestività in coincidenza con il lockdown. Il presidente della Gotto d'Oro, **Luigi Caporicci**, sulle misure finanziarie è netto: "In realtà ancora non è stato fatto nulla, è tutto sulla carta tranne la moratoria dei mutui. Un reale contributo alla liquidità si sarebbe potuto dare, più che con un prestito, sospendendo per esempio fino a fine anno tutte le scadenze fiscali e contributive. Per un'azienda questo avrebbe significato un finanziamento immediato, liquidità vera e utilizzabile, da restituire magari in 5 o 6 anni, e avremmo cominciato a respirare. Il rischio è che la garanzia dello Stato diventi un'occasione per trasformare i debiti non garantiti chirografari in debiti garantiti, ma lo scopo non è questo: serve immettere liquidità presto per pagare fornitori, dipendenti e tutti i collaboratori, nel segno della continuità. Ci sono poi problemi regionali, noi abbiamo due Psr finiti, con tutte le misure ammesse, e stiamo aspettando il saldo, fondi che farebbero comodo ma che sono ancora bloccati". Sulle misure legate alla produzione e al mercato Caporicci ha una visione legata ai valori fondanti dell'agricoltura: "La vendemmia verde parziale, oltre a essere difficile da gestire, è comunque una distruzione di ricchezza. Auspicherei invece lo stoccaggio privato, ampliando magari la possibilità di portare il taglio di annata al 30% rispetto al 15% attuale. Anche la distillazione è penalizzante, con le quotazioni previste oggi ci saranno molti che preferiranno mettere sul mercato vino a prezzi stracciati, innescando una guerra al ribasso. Meglio sarebbe, forse, l'alcol per uso sanitario che, privo di accise, spunterebbe prezzi più interessanti. Ad ogni modo io sono per aspettare, anche perché bisogna vedere effettivamente che tipo di vendemmia sarà". E se, guardando ai vigneti, si unisce al coro di chi chiede la reintroduzione dei voucher, tornando al mercato punta il dito, con fermezza, sulla promozione. "Qualsiasi misura si adotti deve essere finanziata con altre risorse perché non va tolto un euro alla promozione. Dobbiamo guardare in prospettiva".

Dal Lazio alla Toscana, spostando l'interesse sull'Horeca dove vende circa l'85% del prodotto, c'è la Carpineto, azienda con cinque tenute per 220 ettari vitati su 500 totali. **Antonio Mario Zaccheo**, fondatore dell'azienda insieme a Giovanni Carlo Sacchet oltre 50 anni fa, di vendemmie e di difficoltà ne ha viste nella sua vita. Forse anche per questo non usa mezzi termini per le misure finanziarie annunciate: "Ad oggi (fine aprile, ndr) credo i prestiti non siano arrivati a nessuno, per via della burocrazia che è un vero problema nazionale, al quale si somma la necessità di interfacciarsi con le norme bancarie, e comunque sono largamente insufficienti. Spostare il pagamento dei tributi di soli 60 giorni è inutile se consideriamo gli oltre due mesi di stop commerciale, l'unica misura valida al momento è stato lo slittamento dei mutui in scadenza entro il 20 settembre, ma anche qui sarebbe stato meglio procrastinare tutti quelli in scadenza entro l'anno". Insomma, attualmente le aziende si stanno sostenendo da sole a livello economico, sul lato produzione e mercato invece Zaccheo intravede qualche proposta utile pur se collegata alle peculiarità delle diverse situazioni produttive: "La vendemmia verde è una misura congrua per alleggerire la produzione, ma dipende dalle zone. Se parliamo di Denominazioni dove già le rese sono basse e le produzioni quest'anno probabilmente non saranno così abbondanti, considerate alcune 'sorprese' meteorologiche che continuano a verificarsi, il risultato non sarà così importante. La distillazione, come ai vecchi tempi, potrà essere di aiuto, - ci dice Zaccheo - ma ovviamente è un'opzione utilizzabile in quei territori dove si producono grandi quantità di vini a basso prezzo, nel caso della Toscana è un po' più difficile pensare ad una soluzione di questo tipo". E conclude, unendosi al coro: "Meglio sarebbe ricevere sostegni maggiori alla promozione e all'esportazione".

MASSIMO GIANOLLI
La Collina dei Ciliegi

VALENTINO DI CAMPLI
Consorzio tutela Vini d'Abruzzo

LUIGI CAPORICCI
Gotto d'Oro

ANTONIO MARIO ZACCHEO
Carpineto

DOMINGA COTARELLA
Famiglia Cotarella

Stesso sbilanciamento a favore dell'Horeca, il canale attualmente più in difficoltà, per le aziende che fanno capo al brand "Famiglia Cotarella" tra Lazio, Umbria e Toscana. "Diciamo che sulle misure finanziarie sono state fatte diverse richieste - ci dice **Dominga Cotarella**, direttore commerciale – anche se non sufficienti per coprire tutte le necessità, che sarebbero tantissime. Le possibilità di azione sono numerose, tra queste inquadrerei anche quella, indiretta ma fondamentale, del sostegno economico-finanziario ai nostri clienti della ristorazione, che sono il miglior palcoscenico e quantitativamente il porto principale di tanti vini italiani. Pensiamo che in generale un occhio di riguardo al vino vada dato, in fondo è il più importante elemento dell'agroalimentare sia dal punto di vista del Pil, interno ed estero, sia come bandiera del made in Italy. Come azienda – spiega ancora la Cotarella -, anche se non rientriamo tra quelle che necessitano di questi provvedimenti, riteniamo che per dare vitalità e ossigeno alle cantine e al mercato, e creare spazio alla prossima vendemmia, la distillazione sia la misura più importante. D'altronde è stata chiesta da tutti i nostri competitor, che producono meno di noi, come Spagna e Francia, quindi sicuramente per i nostri numeri sarebbe utile. Certo è necessario poter contare su un prezzo adeguato, differenziando Doc, Igt e vini generici, e riteniamo percorribile anche l'idea di spostare i fondi Ocm non utilizzati, siamo in una guerra totale quindi troppi sofismi non li metterei in campo. Abbiamo bisogno di sopravvivere, certo speriamo arrivino fondi straordinari, ma se non è così tanto vale utilizzare quelli Ocm e proseguire. In ogni caso la distillazione e la vendemmia verde diventano misure utili se valutate complessivamente, insieme ad una riduzione generale delle rese da auspicare anche per il futuro, nell'ottica di una gestione del rapporto tra domanda e offerta, che è quello che fa il prezzo finale. Le considerazioni sono tante, così come le esigenze del settore – conclude Dominga Cotarella – ma soprattutto abbiamo bisogno che questo incubo finisca presto. Se non ripartono i consumi non ci saranno aiuti capaci di salvare il nostro settore, cosi come quelli del turismo, artigianato e commercio".

Altrettanto chiaro è **Alessandro Botter**, terza generazione dell'azienda che porta il nome di famiglia fondata nel 1928 a Fossalta di Piave vicino Venezia. "La salute senza schei, xe 'na meza malatia - esordisce citando un detto veneto dalla facile traduzione -. La priorità è riuscire a riaprire il canale Horeca al più presto, creando una alleanza che comprenda anche il turismo, altrimenti qualsiasi previsione di sopravvivenza sarà inutile. Ritengo impensabile utilizzare per altri scopi i fondi per la promozione, dobbiamo lottare per spendere i soldi dell'Ocm Vino anche nel 2021, ci sarà più bisogno di promozione e non meno". Senza giri di parole il rischio è proprio la sopravvivenza del comparto, d'altronde anche l'analisi delle misure messe in campo per tamponare la situazione evidenzia come non possano che essere aiuti transitori e non risolutivi. Anzi in alcuni casi potrebbero essere problematici: "Andando per gradi possiamo dire che le misure riguardano i tre ambiti: liquidità, mercato e produzione. La liquidità è il minimo comun denominatore, manca a tutti e per il momento anche i famosi prestiti sono fermi. Tempi tecnici normali forse per le banche, probabilmente si poteva sperare in una tempestività migliore da

ALESSANDRO BOTTER
Botter

ANTONIO RALLO
Donnafugata

LUIGI BERSANO
Mondodelvino

parte del Governo. Per il mercato dobbiamo prendere atto che anche i distributori hanno già reso noto che qualsiasi pagamento è bloccato fino ad ottobre. Per alcune cantine questo significa avere poche o zero entrate per sei mesi! Sulla parte della produzione la mia idea è che l'unica vera soluzione sia l'abbassamento delle rese per i vini a denominazione e per i generici. Da questo punto di vista, la distillazione attuata in passato è stata un problema e non una soluzione, alcuni si sono abituati a produrre tantissimo sapendo di poter contare su una distillazione che praticamente copriva i costi. Ancora oggi, che si parla di abbassare il limite di produzione delle uve per vini generici a 300 quintali per ettaro (da 500 q/ha, ndr), ci sono però spinte per lasciare ad alcune regioni la possibilità di portare tale quota a 400 q/ha, ma allora, mi chiedo, che senso ha proporre la distillazione di crisi. Se hai un eccesso di prodotto perché continui a produrre così tanto? Un esempio positivo viene dal Consorzio del Prosecco, che ha saputo gestire la cosa con il blocco degli impianti". Poi le nuove autorizzazioni. "Se da anni siamo in sovraproduzione, perché continuiamo ad aumentare la quota dei vigneti anche dove si producono di vini dal bassissimo valore, non riservandola invece solo a quelle aree che hanno qualità certa e sbocchi commerciali validi?". E guardando al mercato, "prevediamo, nella migliore delle ipotesi, di poter contare su uno stop di 3 mesi, altri 3 mesi al 50% e poi, si spera, gli ultimi due mesi dell'anno in ripresa sui valori normali - immagina Alessandro Botter -. Come quantitativi, invece, le giacenze aumenteranno rispetto allo scorso anno di circa 6/7 milioni di hl. In questo senso, ribadisco, che i probabili 50 milioni di euro messi in campo per la distillazione ci permetterebbero di levare dal mercato solo un paio di milioni di ettolitri. Ben poca cosa - conclude - rispetto ai benefici che avremmo investendo la stessa somma in promozione".

Situazione diversa all'altro capo dell'Italia, in Sicilia la vendemmia verde con riduzione delle rese secondo **Antonio Rallo**, titolare dell'azienda Donnafugata e presidente del Consorzio Sicilia Doc, non sarebbe utile, essendo già oggi le rese dei vigneti piuttosto basse. "Opzione valida per i territori che ne possono beneficiare ovviamente, noi per la nostra regione siamo per la vendemmia verde come prevista dall'Ocm, mentre l'aumento della percentuale del taglio d'annata ci sembra un grande pasticcio che rischia di inficiare soprattutto la qualità dei vini bianchi" spiega Rallo, che poi apre invece un ragionamento importante sulla distillazione di crisi cominciando dall'assoluta contrarietà all'utilizzo dei fondi Ocm Vino dedicati alla promozione: "Il vino muoveva un export da 6 miliardi grazie anche alla promozione, come possiamo pensare di confermare o far crescere questa quota, considerando un sicuro calo dei consumi interni, senza fondi? È necessario piuttosto pensare ad ulteriori risorse. La filiera del vino italiana vale tra gli 11 e i 12 miliardi di fatturato, con l'attuale contrazione dei consumi tra il 30 e il 40%, significa perdere circa 350 milioni di euro al mese, che incidono su 1,5 milioni di addetti e migliaia di aziende che, in alcuni casi, registrano perdite di fatturato del 90%. Impensabile quindi assorbire una crisi così ampia, che non sappiamo quanto durerà, se non con risorse aggiuntive. Speriamo in fondi, meglio se europei, da impegnare per la distillazione così da togliere dal mercato quantità importanti di prodotto. Come consorzio abbiamo formulato una proposta che si aggira intorno ai 160 milioni di euro da impiegare su vini generici e a denominazione". Per il momento Rallo mantiene la fiducia su quanto si sta facendo, "non mi lamento dei tempi dei prestiti garantiti dal Governo, anche se spero si possa velocizzare il tutto", ma pensa già ai prossimi progetti: "Certamente c'è bisogno di poter allungare i tempi di completamento dei progetti di promozione legati all'Ocm in corso, potendo spendere quei fondi anche nel primo trimestre 2021, senza però ritardare l'avvio della campagna 2020-2021. Sarà importante anche la flessibilità sugli investimenti, lasciando aperta la possibilità di spostare gli interventi da un Paese all'altro, e inoltre aprire al mercato interno. In questo caso però forse meglio inserire questa opzione alla prossima campagna - conclude Antonio Rallo - così da evitare eventuali ricorsi per chi non ha partecipato a quella in corso".

Sul futuro si concentra **Luigi Bersano**, responsabile commerciale gruppo Mondodelvino, che parte da una constatazione di carattere generale sia sul piano economico globale sia su quello specifico del settore: "Andiamo incontro a un impoverimento generale della società, pensare che i governi possano riuscire ad annullare gli effetti di un elemento esterno così imponente è una chimera. La coperta è corta, anche nel nostro settore. Tutte le soluzioni previste, dalla vendemmia verde alla distillazione all'ammasso privato, sono legittime ma si tratta pur sempre di interventi tampone. Fa riflettere anche il fatto che in presenza di una richiesta di distillazione, di un calo dei consumi, dell'esigenza di finanziare gli stoccaggi, si pensi comunque di mantenere in certe regioni elevate quote di produzione ad ettaro. Ci auguriamo che questo atteggiamento non ci esponga al rischio del ritorno ad antiche logiche produttive, che oggi sarebbero non solo perdenti ma negative per il settore. Il nostro caro amico vino è tra l'altro un bene non di primaria necessità ed è anche conservabile: quindi, è bene renderci conto di non essere al primo posto a fronte di altri settori dell'agroalimentare che producono beni ad alta deperibilità. Rischiare di crearsi delle illusioni, e trovarci poi con delle delusioni per priorità più impellenti, è da mettere in conto. Ripeto, è illusorio pensare che queste misure siano risolutive per un'economia ferma. La vera sfida è il dopo". Ecco, pensando a questa sfida, da dove cominciare secondo Mondodelvino? "Io credo che sia fondamentale reindirizzare risorse in modo importante sulla nostra clientela - spiega Bersano - il mercato italiano del vino è fatto per il 45/50% dal canale Horeca e tradizionale, si tratta dei nostri ambasciatori sul territorio e su questi bisogna puntare, sperando di limitare le storture e magari gli abusi di qualche furbetto". Mondodelvino vende il 90% all'estero e 10% in Italia, la quota nazionale è divisa al 60% nella Gdo e il 40% nell'Horeca, canale per il quale Bersano pensa a una vera e propria alleanza: "La Gdo in questa fase si è difesa, ma è probabile che in futuro si orienti su fasce di prezzo meno remunerative per noi, il canale tradizionale e della ristorazione rimane quindi fondamentale per la creazione di valore. Qui bisogna intervenire in maniera forte, e nel nostro piccolo lo stiamo già facendo, sostenendo i nostri clienti con il prolungamento dei pagamenti e accettando dilazioni. Si tratta di andare incontro alle esigenze di un canale che è fermo e che, quando riaprirà, ripartirà molto lentamente".

CHIUDIAMO IL CERCHIO

Dal ricevimento dell'uva all'imbottigliamento

55 anni di produzione. **Oltre 200 cantine** progettate e realizzate nel mondo. **8 stabilimenti produttivi** in Italia e all'estero. **7 filiali** commerciali estere. Distribuzione ed assistenza garantite in tutto il mondo.
Il Gruppo Della Toffola è oggi **leader mondiale nelle tecnologie dell'intero processo produttivo enologico**, dal ricevimento dell'uva, all'imbottigliamento e confezionamento. Soluzioni tecnologiche innovative, che garantiscono il rispetto della qualità del prodotto lavorato. **Qualità, servizio e flessibilità** sono i valori fondanti di una grande realtà in continuo sviluppo, valori che si riaffermano quotidianamente nel suo operare.
www.dellatoffola.it

DELLA TOFFOLA GROUP
Building Innovation Together

DELLA TOFFOLA · AVE · Zitalia · Priamo FOOD TECHNOLOGIES · omb · SIRIO ALIBERTI · GIMAR

unidea

WineNews
THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

ITALIA

ECONOMIA

Le 21 cantine del Belpaese che nel 2019 hanno fatturato più di 100 milioni di euro

Classifica Anna Di Martino: Marchesi Antinori, Botter Carlo e Fratelli Martini sul podio dei marchi privati. Al top Cantine Riunite e Caviro

ROMA, 25 MAGGIO 2020, ORE 13:39

1 / 2

Con 3,85 miliardi di euro di fatturato, di cui 2,6 miliardi dall'export, per 1,37 miliardi di bottiglie prodotte, le 21 cantine del Belpaese che nel 2019 hanno fatturato più di 100 milioni di euro rappresentano il vertice della classi. ca delle 100 maggiori aziende vitivinicole italiane messe in fila ogni anno dalla giornalista Anna Di Martino, anticipata dal quotidiano "Corriere della Sera - Economia", ed approfondita a WineNews. Molte conferme, in un trend di crescita generale, tra exploit roboanti e qualche leggero calo. Al top, tra i marchi privati, Marchesi Antinori, Casa Vinicola Botter Carlo, Fratelli Martini, Zonin 1821, Enoitalia, Santa Margherita, Italian Wine Brands, Gruppo Ruffino, Marchesi Frescobaldi, Mondodelvino Group, Schenk Italian Wineries e Gruppo Lunelli. Nel mondo della cooperazione, al vertice ancora Cantine Riunite, Caviro, Cavit, Mezzacorona, La Marca, Cantina di Soave, Terre Cevico, Collis Veneto Wine Group e Gruppo Vivo Cantine.

Ma andiamo a vedere, nei numeri, come si sono comportate le maggiori aziende del vino italiano nel 2019, cominciando dai marchi privati. **Marchesi Antinori**: la prima realtà privata del mercato ritorna sul podio con un fatturato di 222,7 milioni (+4,2%) nella solo core

business vino. Il consolidato della griffe toscana sale fino a 246 milioni, tenendo anche conto dell'attività di ristorazione e della Biserno, azienda vitivinicola detenuta in società con Ludovico Antinori. Lo sviluppo del giro d'affari sarebbe stato anche più importante se l'azienda non avesse praticamente esaurito le sue disponibilità di vino. Da notare che il fatturato si confronta con una produzione di 22,7 milioni di bottiglie, a riprova del valore delle sue etichette.

Casa Vinicola Botter Carlo: con 217 milioni di fatturato (+11,2%) l'azienda veneta di proprietà della famiglia Botter, sale al quarto posto, guadagnando ben quattro posizioni in due anni. Realtà industriale che lavora soprattutto all'estero, oggi Botter è la seconda azienda privata dell'industria italiana del vino, player tra i più vivaci e appetiti del mercato. Nel suo capitale figura con una quota del 22,5% la Idea Taste of Italy (gruppo De Agostini) e non sono un mistero né le avance da parte del fondo di private equity Clessidra (Italmobiliare), né i suoi obiettivi di ulteriore crescita anche attraverso acquisizioni e di approdo in Borsa nel medio termine.

Fratelli Martini: la grande industria piemontese dopo anni al galoppo, si consolida al quinto posto, con 210 milioni. Imponente la sua azione pubblicitaria in Tv, che fa della Martini uno dei maggiori big spender del settore. E imponente anche l' investimento per il suo sito produttivo completato nel 2019 (nuovo stabilimento, nuove cantine di spumanti e vini fermi) con un impegno complessivo di 35 milioni di euro in cinque anni di lavori.

Zonin 1821 al sesto posto, ha chiuso con 205 milioni di fatturato il suo primo esercizio in compagnia della 21 Investimenti di Alessandro Benetton, titolare del 36% del capitale. Si conferma come una grande realtà produttiva con quasi 2.000 ettari di vigneti, la maggiore proprietà viticola dopo quella di Antinori.

Enoitalia: il più grande imbottigliatore d'Italia, con ben 109 milioni di bottiglie vendute nel 2019, scala due posizioni e si piazza al settimo posto con 199,3 milioni di fatturato.

Santa Margherita sale di un posto in graduatoria, a quota 9, con 189,4 milioni di fatturato, in crescita del 6,78%. Il gruppo veneto dei fratelli Marzotto continua a tirare molto forte in Usa, Canada, Australia e affronta il 2020 con il nuovo ceo Beniamino Garofalo.

Italian Wine Brands: dopo un anno di consolidamento, l'azienda quotata all'Aim, ha messo il turbo, sfoggiando un incremento che sfiora il 12%, tra i più brillanti, e porta il fatturato a 167,7 milioni (11esimo posto).

Va al **Gruppo Ruf. no**, che fa capo all'americana Constellation Brands, la medaglia d'oro per il maggiore aumento di fatturato all'interno del club: con una performance che sfiora il 21%, scavalca ben tre posizioni e si piazza al 14esimo posto con 133,2 milioni. Un vero exploit dovuto soprattutto all'apporto dei Poderi Ducali Ruffino di San Donà del Piave: 144 ettari vitati a Prosecco Doc e Pinot Grigio acquistati in Veneto poco più di un anno fa dalla famiglia Botter. Oggi il Prosecco del gruppo è il numero uno in Canada, dove si registrano incrementi del 20%.

Marchesi Frescobaldi: a quota 16 un grande attore del made in Italy sui mercati internazionali, titolare di una grande proprietà viticola. La maison toscana bissa i risultati in crescita del 2018, raggiungendo i 126,5 milioni di fatturato, più 5,8%.

Al 17esimo posto, con 111,2 milioni, **Mondodelvino Group**, il gruppo che opera in Piemonte, Romagna e Sicilia (e dispone anche di controllate estere), che prosegue la sua crescita regolare (+ 2,4%) puntando molto sull'export e su un rapporto confidenziale con i consumatori, anche attraverso iniziative innovative (dal museo interattivo alle piattaforme multicanale). Importante il suo ingresso recente nel circuito Elite del London Stock Exchange group.

Schenk Italian Wineries: fatturato di 111,2 milioni e 18esimo posto per il braccio italiano dell'omonimo gruppo svizzero, che ribalta la flessione dello scorso anno con un progresso sopra la media dell'8,19%.

Gruppo Lunelli: tra i player più solidi del settore, completa il coté privato di questo salotto esclusivo, con 106,9 milioni di fatturato cresciuto del 5,77% sul 2018. La maison trentina è reduce da risultati record di crescita delle sue bollicine Ferrari e Bisol nel canale Horeca oggi completamente bloccato dalla crisi pandemica.

Non ci sono grandi novità nell'area delle cooperazione, che è presente nel club over 100 milioni con 9 aziende, e conserva la supremazia sul mercato italiano occupando il primo e secondo gradino del podio. Al primo posto, irraggiungibile, c'è la corazzata emiliana **Cantine Riunite** con un consolidato di 623,9 milioni, di cui il pezzo forte è il controllato **Giv**, di gran lunga il maggiore singolo operatore del mercato italiano, cui fanno capo 10 cantine lungo la penisola.

Al secondo posto, con incassi nella sola area vino di 230,2 milioni, c'è la **Caviro**: il grande consorzio romagnolo rappresenta da solo più del 10% della produzione nazionale di uva e ha un fatturato consolidato molto più sostanzioso, pari a 328,8 milioni, che comprende anche l'attività nei settori energia e distillerie.

Il **Consorzio trentino Cavit**, titolare di un fatturato di 191, 4 milioni (ottava posizione) si prepara a scalare la classifica del prossimo anno a seguito dell'acquisto delle tre controllate dell'ex **gruppo La Vis (Cesarini Sforza, Casa Girelli e Glv)**, concluso a dicembre 2019. Completano questa importante rappresentanza il Consorzio trentino di primo grado **Mezzacorona**, al decimo posto con 186,6 milioni; **La Marca** vini e spumanti al 12esimo con 140,8 milioni; **Cantina di Soave** al 13esimo con 136 milioni; **Terre Cevico** al 15esimo con 132,5 milioni e infine il **Collis Veneto wine group** e il **Gruppo Vivo Cantine** al 19esimo e al 20esimo posto, rispettivamente con 109 e 107 milioni di fatturato. In particolare Vivo cantine, entrato a far parte del club lo scorso anno, ha realizzato un incremento di fatturato del 5,5%, il maggiore tra le cantine cooperative.

Contatti: **info@winenews.it**
Seguici anche su Twitter: @WineNewsIt
Seguici anche su Facebook: @winenewsit

Questo articolo è tratto dall'archivio di WineNews - Tutti i diritti riservati - Copyright © 2000/ 2020

Wine News
THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

ITALIA

ANALISI

Il vino italiano tra pre e post-Covid: i fatturati potrebbero perdere 2 miliardi di euro

Dall'analisi dell'Area Studi Mediobanca, il pessimismo delle aziende principali del Belpaese: pesano lockdown e blocco dell'Horeca

MILANO, 26 MAGGIO 2020, ORE 17:00

Aspettando la ripartenza vera, e lo sperato rimbalzo dei consumi, in Italia e nel resto del mondo, a fare il punto sul momento che stanno vivendo le aziende del vino, e su un 2020 ancora tutto da decifrare, è l'Area Studi Mediobanca, che ha pubblicato l'indagine sul settore vinicolo italiano e internazionale, che ha analizzato l'andamento economico delle 215 principali società di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro, e ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di euro, e 14 di imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro, che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro, prima e dopo il Covid, tra numeri consolidati ed aspettative, cercando di prevedere l'impatto della pandemia e del lockdown sul settore enoico del Belpaese. Così, emerge subito chiaro un atteso e comprensibile pessimismo, con il 63,5% delle aziende che prevede di subire nel 2020 un calo delle vendite, con una . essione addirittura superiore al 10% per il 41,2% degli imprenditori. Pesano il lockdown del macro settore Horeca e la caduta del commercio mondiale, stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%. Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese

si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. **Un quadro peggiore a quello del 2009**, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite, con una flessione del fatturato del 3,7%, e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle aziende enoiche.

Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Horeca, ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle delle Spa e delle Srl, il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso, mentre la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7%, contro il 50% delle altre. Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso **sono i produttori di vini spumanti ad esprimere attese meno negative rispetto agli altri.** Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato, con una contrazione dell'export del 41,2%, quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per gli altri. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti, le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla World Trade Organization, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra 700 milioni e 1,4 miliardi di euro. Quanto al **mercato domestico**, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima **. no alla metà di maggio una perdita di oltre 500 milioni di euro**. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe **un'ulteriore contrazione del fatturato pari ad altri 500 milioni di euro**. Una fotografia che ci porta a stimare, nel 2020, **una contrazione complessiva del fatturato per circa 2 miliardi di euro, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019.**

Tornando indietro, **i dati preconsuntivi del 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018)**, in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il +6,7% del 2018 e il +4,7% del 2015. Il rallentamento del 2019 è attribuibile alla **dinamica negativa del mercato interno (-2,1%)** in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del +4,4% rispetto al 2018, anche se lontano dalle crescite superiori al +7% del triennio 2015- 2017. Il fatturato di Spa e Srl cresce del

+3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). **Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%)**, mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%: per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da Spa e Srl (-16,7%). **Tiene l'occupazione**, in aumento del 2,6% sul 2018. **Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Marchesi Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%). Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruf. no al 91,4%, Fratelli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.**

Focus - L'indice di borsa delle società vinicole

Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020, l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%). La capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel primo trimestre 2020, a seguito del COVID-19, scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

Focus - Sostenibilità: tra le maggiori solo il 30% delle imprese fa il bilancio di sostenibilità, il 25% non ne parla

Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) redigono un documento di sostenibilità, in 6 casi si tratta del Bilancio di Sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale. In tema di certificazioni di sostenibilità, 5 società hanno aderito al Progetto ministeriale VIVA, una società ha conseguito la certificazione Equalitas. Altre 20 imprese (2,3 miliardi, 44% del totale) riportano sui propri siti internet alcune

informazioni in materia di sostenibilità, principalmente gli aspetti ambientali e le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Le restanti 12 società (1,3 miliardi, 25% del totale), di cui il 60% sono familiari, non fanno alcun riferimento alla sostenibilità nei propri siti.

Contatti: **info@winenews.it**
Seguici anche su Twitter: @WineNewsIt
Seguici anche su Facebook: @winenewsit

Questo articolo è tratto dall'archivio di WineNews - Tutti i diritti riservati - Copyright © 2000/ 2020

IL CLUB DEI 100 ANNATA DA COLLEZIONE

Le grandi aziende archiviano un 2019 con fatturati record: insieme valgono 3,8 miliardi
Sul podio Cantine Riunite, Caviro e Antinori
Ora la sfida è costruire il mercato del 2020

di **Anna Di Martino**

Corrado Casoli, presidente Cantine Riunite e Giv

SimonPietro Felice, dg Caviro

Albiera Antinori, presidente Marchesi Antinori

	Azienda vitivinicola	Fatturato milioni di euro 2019	2018	Incremento 2019/2018	Export milioni di euro	N. bottiglie in milioni
1	Cantine Riunite & Civ	623,9	615,3	1,41%	429,4	219,8
	di cui: Gruppo Italiano Vini	406,0	388,0	4,64%	309,0	84,8
2	Gruppo Caviro	230,2	235,8	-2,37%	78,8	259,0
3	Marchesi Antinori	222,7	213,6	4,27%	141,5	22,7
4	Casa Vinicola Botter Carlo & C.	217,0	195,0	11,28%	203,0	97,3
5	Fratelli Martini	210,0	214,2	-1,96%	180,8	*
6	Zonin 1821	205,0	202,0	1,49%	175,0	50,9
7	Enoitalia	199,3	181,8	9,63%	156,3	109,2
8	Cavit	191,4	190,5	0,47%	152,1	70,0
9	Gruppo Santa Margherita	189,4	177,4	6,78%	126,0	22,8
10	Gruppo Mezzacorona	186,6	188,2	-0,83%	157,3	50,3
11	Italian Wine Brands	167,7	149,9	11,89%	133,7	65,0
12	La Marca Vini e Spumanti	140,8	140,2	0,40%	116,4	57,0
13	Cantina di Soave	136,0	141,0	-3,54%	42,0	35,0
14	Ruffino Gruppo	133,2	110,1	20,97%	121,8	33,5
15	Terre Cevico	132,5	131,2	1,04%	48,9	82,4
16	Marchesi Frescobaldi	126,5	119,5	5,86%	76,1	12,2
17	Mondodelvino Group	111,2	108,5	2,47%	92,6	55,7
18	Schenk Italian Wineries	111,2	102,8	8,19%	71,3	60,2
19	Collis Veneto Wine Group	109,0	119,0	-8,40%	32,0	25,0
20	Gruppo Vi.V.O. Cantine	107,5	101,9	5,56%	52,3	32,7
21	Gruppo Lunelli	106,9	101,1	5,77%	21,5	11,1
	Totale over 100	3.858,1	3.738,8		2.608,8	1.371,7

* la società opera prevalentemente sui mercati anglosassoni ed esprime la sua produzione in 70 milioni di litri

La soddisfazione per un anno positivo da un lato, la preoccupazione per un mercato che improvvisamente ha cambiato faccia dall'altro: le grandi cantine italiane hanno archiviato l'esercizio 2019 nel pieno lockdown.

«Abbiamo chiuso un bilancio molto positivo che resterà per anni un sogno, ma siamo convinti che sapremo ottenere nuovamente questi risultati, con nuove regole del gioco e tanto impegno»», commenta Renzo Cotarella, ceo della Marchesi Antinori. «Abbiamo festeggiato un 2019 eccellente ma siamo consapevoli che sarà molto dura ripetere simili risultati, ma manteniamo le nostre strategie di sviluppo», sostiene Matteo Lunelli presidente dell'omonimo gruppo trentino, reduce da annate record di sviluppo delle sue bollicine Ferrari e Bisol. Sentimenti condivisi all'interno dell'esclusivo club delle cantine con un giro d'affari superiore ai 100 milioni.

Il club degli over 100 comprende 21 aziende e rappresenta 3,8 miliardi di fatturato, 2,6 miliardi di esportazioni e 1,3 miliardi di bottiglie.

La medaglia d'oro per il maggiore aumento di fatturato va al Gruppo Ruffino (più 21%) che fa capo all'americana Constellation brands

I magnifici

A capotavola, tuttora irraggiungibile, c'è la cooperativa emiliana Cantine Riunite presieduta da Corrado Casoli, con un consolidato di 623,9 milioni, di cui il pezzo forte è il controllato Giv cui fanno capo 10 cantine lungo la penisola.

Al secondo posto, con 230,2 milioni, c'è la Caviro: il grande consorzio romagnolo guidato da Simonpietro Felice, rappresenta da solo più del 10% della produzione nazionale.

Novità sul terzo gradino del podio: scende la Fratelli Martini e sale la Marchesi Antinori, prima realtà privata del vigneto Italia, con 222,7 milioni di fatturato, in crescita del 4,2% sul 2018. L'aumento del giro d'affari avrebbe potuto essere anche maggiore se l'azienda non avesse praticamente esaurito le sue disponibilità di vino. È la conseguenza diretta della strategia operativa della Marchesi Antinori: quella di voler essere legata alla produzione. «Pensiamo di potenziare ancora quest'anno la proprietà viticola fino a raggiungere i 3 mila ettari di vigneti e ciò significa raggiungere una totale autosufficienza di uva per tutti i vini a marchio Antinori», spiega Renzo Cotarella, l'amministratore delegato.

Le novità

Un'altra new entry al quarto posto della graduatoria dove si piazza la Casa vinicola Botter Carlo, con 217 milioni di fatturato (+11,2%). Il marchio veneto è una realtà industriale che lavora soprattutto all'estero con ritmi di crescita sopra la media, guadagnando ben quattro posizioni in due anni.

Oggi Botter è la seconda azienda privata e nei primi quattro mesi del 2020 è riuscita a registrare un incremento dell'11% del suo giro d'affari concentrato nella grande distribuzione organizzata. Nel suo capitale figura con una quota del 22,5% la Idea Taste of Italy (gruppo De Agostini) e non sono un mistero né le avance da parte del fondo di private equity Clessidra (Italmobiliare), né i suoi obiettivi di ulteriore crescita anche attraverso acquisizioni e di approdo in Borsa nel medio termine. Al quinto posto, con 210 milioni, c'è un'altra grande industria: è la piemontese Fratelli Martini che ha completato nel 2019 l'imponente investimento per il suo sito produttivo con un impegno complessivo di 35 milioni di euro in cinque anni. Due i marchi principali dell'azienda di Gianni Martini che ha oggi al suo fianco la figlia Eleonora: Canti all'estero e Sant'Orsola sul mercato interno. Al sesto posto la Zonin 1821 chiude con 205 milioni di fatturato il suo primo esercizio in compagnia della 21 Investimenti di Alessandro Benetton, titolare del 36% del capitale. «È stato un anno di consolidamento e di nuova disciplina interna, un anno in cui abbiamo riscaldato i motori per un 2020 che era partito molto bene», dice Massimo Tuzzi ad del gruppo veneto cui fanno capo quasi 2 mila ettari di vigneti in produzione, la maggiore proprietà viticola dopo quella di Antinori. «Un marchio come il nostro, legato al tempo del consumo, dell'aggregazione e dell'aperitivo, risente particolarmente del blocco del canale horeca, ma troveremo alternative per recuperare».

Il più grande imbottigliatore d'Italia, con ben 109 milioni di bottiglie vendute nel 2019, scala due posizioni e si piazza al 7mo posto con 199,3 milioni di fatturato: è la Enoitalia della famiglia Pizzolo potenziando in particolare la sua presenza sui mercati esteri dove cresce a doppia cifra.

I consorzi

Dopo cinque privati, una coop: è il Consorzio trentino Cavit: fatturato di 191, 4 milioni che lieviterà parecchio quest'anno a seguito dell'acquisto delle tre controllate dell'ex gruppo La Vis (Cesarini Sforza, Casa Girelli e Glv), concluso a dicembre 2019. È l'ennesima dimostrazione del dinamismo che sta caratterizzando la cooperazione vitivinicola presente nel club dei superbig con 9 aziende. Completano questa importante rappresentanza il Consorzio trentino di primo grado Mezzacorona al decimo posto; La Marca vini e spumanti al 12mo; Cantina di Soave al 13mo; Terre Cevico al 15mo e infine il Collis Veneto wine group e il Gruppo Vivo Cantine al 19mo e al 20mo.

La medaglia d'oro per il maggiore aumento di fatturato va al Gruppo Ruffino, più 21%. Un vero exploit per il gruppo toscano guidato da Sandro Sartor che fa capo all'americana Constellation brands. Molto si deve all'azione dei Poderi Ducali Ruffino di San Donà del Piave. Vale a dire all'operazione conclusa in Veneto poco più di un anno fa con l'acquisto di 144 ettari vitati a Prosecco Doc (tutti a regime biologico) e Pinot grigio acquistati dalla famiglia Botter. «I vini veneti, uniti a una forte campagna di promozione negli Usa hanno dato ottimi risultati e il nostro Prosecco oggi è il numero uno in Canada dove registriamo incrementi del 20%, racconta Sartor.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CANOSO
dal 1876

SOAVE CLASSICO DOC | SOAVE SUPERIORE CLASSICO DOCG | BIANCO VERONESE IGT | RECIOTO DI SOAVE CLASSICO DOCG | VALPOLICELLA SUPERIORE DOC | AMARONE DELLA VALPOLICELLA DOCG

IL VINO È IL RACCONTO DELLA TERRA.

CANOSO RACCONTA DI SOAVE.

canoso.it

Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

CASSE RURALI TRENTINE
www.casserurali.it

ECONOMIA

GRUPPO CASSA CENTRALE

E-mail trento@giornaletrentino.it • Telefono 0461.885111 • Fax 0461.235022 • Abbonamenti 0461.1733733 • Pubblicità 0461.383711

Euro/Dollaro +0,15%	Euro/Sterlina +0,81%	Euro/Franco +0,71%	Euro/Yen +0,56%	Petrolio -0,86%	Ftse Italia All Share +0,29%	Ftse Mib +0,28%	Ftse Italia Mid Cap +0,19%	Ftse Italia Star -1,33%
1€ = 1,099$	1€ = 0,896£	1€ = 1,068 Fr.	1€ = 118,58 ¥	33,29$ al barile	19.603,30	17.910,25	31.939,34	34.158,95

Cooperfidi, nuovi mutui per 21 milioni causa Covid

L'emergenza finanziaria. Il consorzio di garanzia di cooperative e imprese agricole finora ha gestito una novantina di domande. Il direttore Sartori: «Per ora il sistema sta tenendo»

• Cooperfidi ha gestito finora 90 pratiche per nuovi mutui di imprese cooperative e aziende agricole. Nella foto in alto il direttore Michele Sartori

LUCA PETERMAIER

TRENTO. Cooperative e aziende agricole trentine stanno reggendo bene (per ora) agli effetti del Covid-19. Questa è la considerazione che si può trarre dal numero e dall'ammontare delle garanzie su nuova liquidità che Cooperfidi sta gestendo in questi primi tre mesi di emergenza.

Secondo i dati forniti dal direttore generale di Cooperfidi, Michele Sartori, «ad oggi, caricate sul portale Ripresa Trentino abbiamo avuto complessivamente una novantina di domande. Alcune di queste sono già state deliberate, altre andranno in delibera questa settimana. Il 63%, in ogni caso, è ancora presso le banche». Questo significa che dopo che Cooperfidi ha rilasciato la propria contro garanzia, la pratica viene inviata al Fondo di garanzia a Roma È in questa fase che si crea il collo di bottiglia. «Sono lentezze in parte comprensibili perché le pratiche, una volta aperte, vanno lavorate e l'afflusso massiccio di richieste rende tutto più lento. Certo – conclude Sartori – noi e Federcoop la nostra parte l'abbiamo fatta e la stiamo facendo in termini di aiuto e assistenza alle imprese».

In termini assoluti, Cooperfidi gestisce garanzie su domande di nuova finanza per un ammontare medio di circa 230 mila euro che corrispondono ad un valore assoluto di circa 21 milioni di euro di finanziamenti richiesti dalle imprese cooperative. «Le aziende che si rivolgono a noi – spiega ancora Sartori – avanzano richieste più strutturate rispetto al finanziamento finora più utilizzato a livello nazionale, gli ormai famosi 25 mila euro. Si tratta di finanziamenti che ricadono nel cosiddetto "plafond 1", quello fino a 300 mila euro, estensibile se c'è l'anticipo della cassa integrazione. Ci sono capitate anche delle richieste di garanzia su finanziamenti più alti, fino a 1 milione di euro, ma la situazione è in piena evoluzione e credo che molte richieste arriveranno anche nelle prossime settimane, quando le varie cooperative e le aziende agricole dovranno affrontare le spese di ripartenza e messa in sicurezza dell'attività» – spiega Sartori.

Finora le difficoltà burocratiche maggiori hanno riguardato le aziende agricole. E il perché lo precisa sempre Sartori: «Il Fondo di garanzia di Roma, nel garantire le aziende agricole, ha predisposto della documentazione che queste imprese materialmente non possiedono. Grazie alla collaborazione con Federcoop stiamo cercando di risolvere questi problemi in fase di assistenza alla pratica, ma purtroppo situazioni come queste rallentano le procedure e, in fin dei conti, l'erogazione del finanziamento».

L'assenza di entrate o i costi da sostenere per la riapertura delle attività sono le motivazioni più comuni per la richiesta di nuova liquidità. A queste vanno sommate le pratiche sulle moratorie dei mutui esistenti che – per quanto riguarda quelli garantiti da Cooperfidi – finora ammontano a 70 posizioni di mutuo per un ammontare di 2,1 milioni di rate sospese. In questi casi la banca concede la moratoria e il confidi accetta di prorogare la garanzia per il tempo pattuito con l'istituto di credito.

I DATI DELLA FABI

In regione solo l'1,3% dei finanziamenti

• In Trentino-Alto Adige le domande di nuovi prestiti garantiti dallo Stato, fino a 25.000 euro e fino a 800.000 euro ammontano finora a complessivi 221 milioni di euro, vale a dire l'1,3% del totale italiano che supera di poco i 17 miliardi di euro. Secondo un'elaborazione della Fabi (la Federazione autonoma dei bancari italiani) questo 1,3% sarebbe però "sbilanciato" a sfavore della nostra regione che, quanto a partite iva e piccole-medie imprese imprenditori e professionisti pesano"pesa" per l'1,8% dell'intero sistema. A livello generale, il 50,7% dei prestiti garantiti dallo Stato è appannaggio delle quattro grandi regioni del Nord dove, però, è attivo "solo" il 38% di partite Iva e pmi italiane. Lombardia, Piemonte, Veneto ed Emilia-Romagna si assicurano oltre la metà dei finanziamenti con paracadute pubblico.

La nota della società

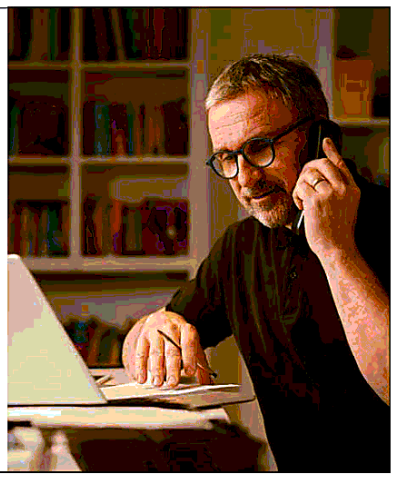
Itas, oltre a Girardi in cda entrano Rova e De Abbondi

• Giuseppe Consoli

TRENTO. In merito alla notizia pubblicata ieri dal *Trentino* secondo cui nel cda di Itas Mutua starebbe per entrare anche l'avvocato Andrea Girardi come membro cooptato, ieri è arrivata la conferma ufficiale da parte della stessa società, per bocca del vice presidente della Mutua Giuseppe Consoli: «Confermiamo la proposta di cooptazione di Andrea Girardi come naturale e convinta attenzione all'area che sostenne un progetto alternativo a quello che attualmente governa Itas Mutua perché risultato maggioritario nel 2018. Il suo nominativo verrà sottoposto all'approvazione della prossima Assemblea assieme a quello di Alessandro Molinari che ricopre la carica di Amministratore Delegato e figura di riferimento dell'Azienda, Luciano Rova e Emanuela De Abbondi. Le candidature sono state vagliate dal cda dello scorso 25 maggio che, con motivazioni diverse, le ha approvate tutte con pienezza di mandato. In merito al futuro – conclude Consoli – sarà il cda il protagonista delle scelte di prospettiva con il compito di elaborare una proposta di governo solida, credibile e largamente condivisa da sottoporre all'Assemblea del 2021».

RESTIAMO VICINI ANCHE A DISTANZA

PER TUTTI NOI È IL MOMENTO DELLA RESPONSABILITÀ



CASSE RURALI TRENTINE
GRUPPO CASSA CENTRALE

L'indagine di Mediobanca

Vino, i timori delle aziende Cavit sopra Mezzacorona

TRENTO. L'Area Studi Mediobanca pubblica l'Indagine sul settore vinicolo nazionale e internazionale che riguarda 215 principali società di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di euro, e 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro. Il 63,5% delle aziende prevede di subire nel 2020 un calo delle vendite con una flessione addirittura superiore al 10% per il 41,2% del campione. Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%.

Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%).

Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

PRESSToday (federica.dacol@smstudiopress.it)

Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

affaritaliani.it
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

ECONOMIA

Martedì, 26 maggio 2020 - 15:50:00

Industria vinicola, l'indagine di Area Studi Mediobanca: calo vendite nel 2020

L'Area Studi Mediobanca presenta l'indagine annuale sul settore vinicolo: il 63,5% delle imprese prevede una riduzione del fatturato nel 2020

Dal Rapporto sull'industria vinicola nazionale e internazionale è emerso che: il 63,5% delle imprese prevede una riduzione del fatturato nel 2020. A rischio 1 miliardo di esportazioni e 1 miliardo di consumi domestici legati alla ristorazione. Pesano sul comparto la **crisi del turismo** e del **travel retail**. Meno negative le aspettative per le cooperative e per i vini spumanti.

L'**Area Studi Mediobanca** pubblica l'Indagine sul settore vinicolo nazionale e internazionale che riguarda 215 principali società di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di euro, e 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro.

L'industria vinicola italiana dopo il COVID-19

Il 63,5% delle aziende prevede di subire nel 2020 un calo delle vendite con una flessione addirittura superiore al 10% per il 41,2% del campione. Pesano il **lockdown** del macro settore Ho.Re.Ca. e la **caduta del commercio mondiale** stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%.

Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. Un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese.

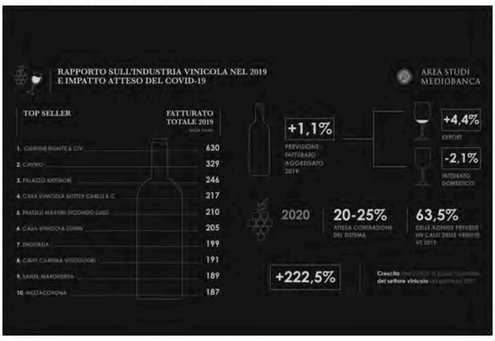
Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Ho.Re.Ca, ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre).

Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i produttori di vini spumanti a esprimere attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla WTO, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra €0,7 e €1,4 miliardi.

Quanto al mercato domestico, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre €0,5 miliardi. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a €0,5 miliardi.

Una fotografia che ci porta a stimare nel 2020 una contrazione complessiva del fatturato per circa €2miliardi, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019.



L'industria vinicola italiana pre-COVID-19

I dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il rallentamento del 2019 è attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015-2017.

Il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento del 2,6% sul 2018.

Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%).

Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

L'indice di borsa delle società vinicole

Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel 1° trim 2020 a seguito del COVID-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

Sostenibilità: tra le maggiori solo il 30% delle imprese fa il bilancio di sostenibilità, il 25% non ne parla

Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) redigono un documento di sostenibilità, in 6 casi si tratta del Bilancio di Sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale. In tema di certificazioni di sostenibilità, 5 società hanno aderito al progetto ministeriale V.I.V.A., una società ha conseguito la certificazione Equalitas. Altre 20 imprese (2,3 miliardi, 44% del totale) riportano sui propri siti internet alcune informazioni in materia di sostenibilità, principalmente gli aspetti ambientali e le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Le restanti 12 società (1,3 miliardi, 25% del totale), di cui il 60% circa sono familiari, non fanno alcun riferimento alla sostenibilità nei propri siti.

OPINIONE
Agenzia giornalistica.
News immediate non mediate!

LE ULTIME 20 NOTIZIE

(03/06)
COMUNE TRENTO * GIORGIA DEPAOLI: « NOMINATA DA MATTARELLA CAVALIERA AL MERITO DELLA REPUBBLICA – IL SINDACO ANDREATTA, " ORGOGLIOSO DI ESSERE IL SINDACO DI QUESTA COMUNITÀ SOLIDALE" »

(03/06)
SWG * COVID-19 / SONDAGGIO 25-31 MAGGIO 2020: « LA PREOCCUPAZIONE PER IL VIRUS È AI MINIMI, ANCHE SE ANCORA UN ITALIANO SU 2 RITIENE PROBABILE ESSERE CONTAGIATO »

(03/06)
SWG * INTENZIONI DI VOTO – 1 GIUGNO 2020: « LEGA A 27,0% / PD 19,5% / M5S 16,0% / FDI 13,9% / FI 6,0% / SINISTRA-MDP 3,7% »

(26/05/2020) *(lancio d'agenzia)*

MEDIOBANCA * INDUSTRIA VINICOLA ITALIANA PRE-COVID: « 215 SOCIETÀ A FATTURATO 2018 OLTRE 20 MLN / 8° POS CAVIT A 191 MLN, 10° MEZZACORONA A »

L'Area Studi Mediobanca pubblica l'Indagine sul sett nazionale e internazionale che riguarda 215 principal capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milio ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di euro, e 14 imprese i quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro.

*****

L'industria vinicola italiana dopo il COVID-19

Il 63,5% delle aziende prevede di subire nel 2020 un calo con una flessione addirittura superiore al 10% per i campione. Pesano il lockdown del macro settore Ho caduta del commercio mondiale stimata dalla W Organization tra il 15% e il 30%.

COMITATO CITTADINI CONSEGNA A PRESIDENTE KASWALDER 6 MILA FIRME, RICHIAMO PER GARANTIRE BENESSERE AI NOSTRI RAGAZZI »

(03/06)
TRANSDOLOMITES * FASE 3 - TESSERAMENTO: PRESIDENTE GIRARDI, « CON IL PROGRESSIVO RIMETTERSI IN MOTO DELLA SOCIETÀ CIVILE, AVVIATA LA CAMPAGNA 2020 »

(03/06)
RETE 4 – " DRITTO E ROVESCIO ": « GIOVEDÌ 4 GIUGNO PAOLO DEL DEBBIO INTERVISTERÀ GIORGIA MELONI »

(03/06)
GDF – SIRACUSA * OPERAZIONE " GOLD TRASH ": « SCOPERTA RETE DI SOCIETÀ ORGANIZZATA PER FRODARE LO STATO, 5 GLI ARRESTI E SEQUESTRATI BENI PER 56 MLN »

(03/06)
" SÌ AMO TRENTO " / COALIZIONE CENTROSINISTRA – CANDIDATO

imprese.

Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Ho.Re.Ca, ha f il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'a (la quota di cooperative che attende cali di vendite ol ferma al 26,7% contro il 50% delle altre). Anche la dis tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In sono i produttori di vini spumanti a esprimere attese m rispetto a quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55 perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 4 che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che secondi. Su queste stime incide la maggiore stagiona spumanti le cui vendite crescono in misura significativa in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo ent auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che le esportazioni italian ridurranno in linea con la caduta del commercio mondia dalla WTO, si stima una contrazione dell'export per produttori italiani nel 2020 compresa tra €0,7 e €1,4 miliar

Quanto al mercato domestico, considerato che circa vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, alla metà di maggio una perdita di oltre €0,5 miliardi. Ipotizzando per i mesi a seguire una ri canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai liv precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del a €0,5 miliardi.

Una fotografia che ci porta a stimare nel 2020 una complessiva del fatturato per circa €2miliardi, frutto di m nazionali e estere, con una riduzione stimabile del settor il 25% rispetto al 2019.

*****

L'industria vinicola italiana pre-COVID-19

I dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i maggio italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresc compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il raller 2019 è attribuibile alla dinamica negativa del mercato int

ANTEPRIMA QUESTIONARIO » (VIDEO)

(03/06)
OSSANNA (PATT) – INTERROGAZIONE * FASE 3 – ZONE TURISTICHE TRENTINO: « LA PAT PERMETTERÀ LA RIAPERTURA DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI NELLE GIORNATE DOMENICALI E FESTIVE? »

(03/06)
MEDIASET – CANALE 5 * " L'INTERVISTA ": « GIOVEDÌ 4 GIUGNO MAURIZIO COSTANZO INTERVISTERÀ IL CANTAUTORE E MUSICISTA TOMMASO PARADISO »

(03/06)
GUARDIA DI FINANZA * BOLOGNA: « ESEGUITI DUE ARRESTI PER BANCAROTTA FRAUDOLENTA E SEQUESTRATO UN NOTO RISTORANTE »

(03/06)
ALITALIA * FASE 3: « DA OGGI RIPRENDONO I COLLEGAMENTI DIRETTI TRA ITALIA E SPAGNA

dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spu rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sc dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri) vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, secondi).

Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un dec 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La r importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento 2018.

Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre mag italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9 al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%).

Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Frat 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4 a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona (-0,8%).

Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4% con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8

*****

L'indice di borsa delle società vinicole

Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa n settore vinicolo, in versione total return (comprensivo c distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Bo (+129%); la capitalizzazione complessiva delle 52 compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dic per poi subire una brusca perdita del 30% nel 1° trim 20 del COVID-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 mil (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tr l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

*****

L'indice di borsa delle società vinicole

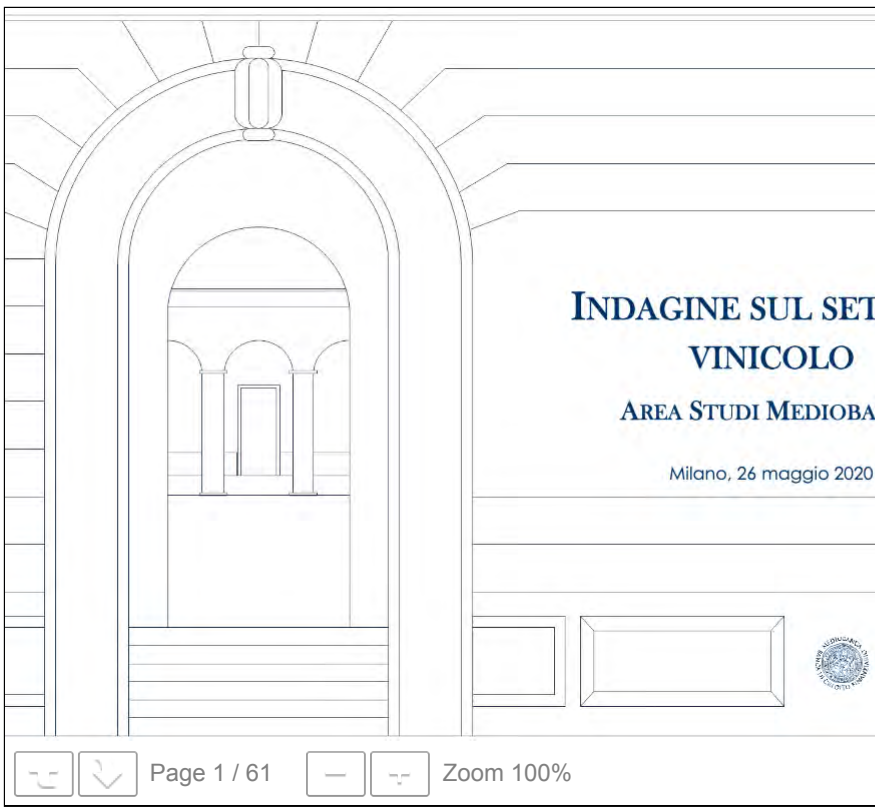
ITALIANA FISICA MEDICA * DECRETO RILANCIO: « ANCORA UNA VOLTA GRAVEMENTE PENALIZZATI GLI SPECIALIZZANDI NON MEDICI »

(03/06)
CONSIGLIO PAT * MOZIONE DEGASPERI (ONDA): ISTRUZIONE: « NO A CONCORSO SOLO PER POCHE CLASSI DI INSEGNAMENTO, SERVE PERCORSO CHE ABILITI I DOCENTI PRECARI TRENTINI CON MINIMO DI SERVIZIO »

(03/06)
GDF E POLIZIA VALUTARIA – REGGIO CALABRIA * OPERAZIONE " LE PIRAMIDI ": « RINVENUTI OROLOGI DI PREGIO E OGGETTI DI LUSSO, SEQUESTRATI 4.200 PREZIOSI »

(03/06)
GUARDIA DI FINANZA – TARANTO * OPERAZIONE " TABULA RASA ": « ESEGUITA

(rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tr
l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.



Condividi con i tuoi amici:

agi live 12:49 India: record di contagi, quasi 9000 casi in un giorno

ECONOMIA

Il Covid-19 si abbatte sul vino italiano

Il lockdown potrebbe costare caro all'industria, con una perdita di ricavi che nel 2020 potrebbe toccare il 25%

tempo di lettura: 8 min

di Danilo Di Mita

CORONAVIRUS VINO MEDIOBANCA CALO FATTURATO

aggiornato alle **06:51** 27 maggio 2020

Una bottiglia di vino, uno dei simboli dello stile di vita italiano

campione. A pesare il **lockdown** del canale Horeca e la caduta del commercio, stimata tra il 15 e il 30%.

È' quanto emerge dall'Indagine sul settore vinicolo nazionale e internazionale, curata dall'**Area Studi Mediobanca**, che riguarda 215 principali società di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi, e 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro.

Per quanto riguarda le sole **esportazioni**, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. Un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un **calo di vendite** con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% per il 24,2% delle imprese.

Il 53,4% delle **cooperative**, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Horeca, ha formulato per il 2020 - sempre secondo l'Indagine dell'Area Studi di Mediobanca - previsioni meno pessimistiche sul fatturato rispetto alle **Spa** e alle **Srl**, il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre).

Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i produttori di **spumanti** a esprimere attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato sia di export, per i secondi. Su queste stime incide la maggiore stagionalita' dei vini spumanti le cui **vendite** crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festivita' di fine anno, periodo entro il quale si dovrebbe avere il pieno superamento della **crisi sanitaria**.

In generale, se si ritiene che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del **commercio mondiale** ipotizzata dall'Organizzazione mondiale del commercio, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra 700 milioni e l'1,4 miliardi di euro. Per quanto riguarda il **mercato domestico**, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino

complessiva del fatturato per circa **2 miliardi**, frutto di minori vendite nazionali ed estere, con una **riduzione** stimabile del settore **tra il 20% e il 25%** rispetto al 2019.

I dati preconsuntivi relativi al 2019, prima dunque che si abbattesse la crisi provocata dal **Covid-19**, indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso l'anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il **rallentamento** del 2019 è attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015-2017.

Il fatturato delle Spa e delle Srl cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'**export** (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli **investimenti** materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. Il fatturato pre-consuntivo del 2019, sempre in base a quanto emerge dall'Indagine dell'Area Studi di Mediobanca, conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo **Cantine Riunite & Civ** a 630 milioni (+2,9% sul 2018), seguito da **Caviro** a 329 milioni (-0,4%) e **Palazzo Antinori** a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%).

Casa Vinicola Botter emerge invece quale **'campione di export'** nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

Infine, un'occhiata alla **Borsa**: da gennaio 2001 al 3 aprile scorso l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la **capitalizzazione**

ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE

DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

25 MAGGIO 2020 - 10.39

I 'big' del vino archiviano un 2019 da record. Sul podio Cantine Riunite & Civ, Caviro e Antinori

VINI

Milano – Sono 21 e nel 2019 hanno generato, insieme, 3,8 miliardi di euro di fatturato, 2,6 miliardi di esportazioni e 1,3 miliardi di bottiglie. Sono le cantine più grandi d'Italia, il cui volume d'affari supera i 100 milioni di euro, come riporta un articolo de Il Corriere Economia. Il primo gradino del podio è occupato saldamente dalla cooperativa emiliana Cantine Riunite & Civ, con 623,9 milioni di euro di fatturato consolidato (di cui 406 milioni in capo alla controllata Gruppo Italiano Vini). Seguono, al secondo e terzo posto, il consorzio romagnolo Gruppo Caviro (230,2 milioni) e la prima cantina privata della penisola, Marchesi Antinori (222,7 milioni). "Abbiamo chiuso un 2019 molto positivo che resterà per anni un sogno", commenta Renzo Cotarella, ceo di Marchesi Antinori, "ma siamo convinti che sapremo ottenere nuovamente questi risultati, con nuove regole del gioco e tanto impegno". Le altre cantine che compongono la top 21 sono, in ordine: Casa Vinicola Botter Carlo & C. (217 milioni di euro il fatturato 2019), Fratelli Martini (210 milioni), Zonin 1821 (205 milioni), Enoitalia (199,3 milioni), Cavit (191,4 milioni), Gruppo Santa Margherita (189,4 milioni), Gruppo Mezzacorona (186,6 milioni), Italian Wine Brands (167,7 milioni), La Marca Vini e Spumanti (140,8 milioni), Cantina di Soave (136 milioni), Ruffino Gruppo (133,2 milioni), Terre Cevico (132,5 milioni), Marchesi Frescobaldi (126,5 milioni), Mondodelvino Group (111 milioni); Schenk Italian Wineries (111,2 milioni), Collis Veneto Wine Group (109 milioni), Gruppo Vi.V.O Cantine (107,5 milioni), Gruppo Lunelli (106,9 milioni).

TAGS: CANTINE RIUNITE, CAVIRO, MARCHESI ANTINORI,

LEGGI LE NOSTRE RIVISTE

In questa sezione sono disponibili i numeri delle riviste del gruppo Tespi dedicate al settore alimentare: Salumi&Consumi, Formaggi&Consumi, DS DolciSalati&Consumi, Vini&Consumi, Bio&Consumi, Pastariso&Consumi, Luxury Food & Beverage, The Italian Food Magazine, Tech4Food.

MAGGIORI INFO

SEGUICI SU

Twitter

VIDEO

Il video della tavola rotonda "Fiere: dalla transizione alla trasformazione"

PODCAST

Angeli e Demoni. "Malagiustizia/Imparzialità e presunzione d'innocenza" di Angelo Frigerio

LE 21 AZIENDE CON FATTURATO OVER 100 MILIONI NEL 2019

LUNEDÌ 25 MAGGIO, 2020

La soddisfazione per un anno positivo da un lato, la preoccupazione per un mercato che improvvisamente ha cambiato faccia dall'altro: le grandi cantine italiane hanno archiviato l'esercizio 2019 nel pieno lockdown per l'emergenza coronavirus.

«Abbiamo chiuso un bilancio molto positivo che resterà per anni un sogno, ma restiamo comunque ottimisti e siamo convinti che sapremo ottenere nuovamente questi risultati, con nuove regole del gioco e tanto impegno»», commenta Renzo Cotarella, ceo della Marchesi Antinori, prestigiosa griffe del made in Italy nel mondo.

«Abbiamo festeggiato un 2019 eccellente ma siamo consapevoli che sarà molto dura ripetere risultati di questo tipo. Teniamo comunque la barra dritta mantenendo le nostre strategie di sviluppo», sostiene Matteo Lunelli presidente dell'omonimo gruppo trentino che appartiene alla sua famiglia ed è reduce da annate record di sviluppo delle sue bollicine Ferrari e Bisol nel canale horeca (hotel, ristoranti, catering) ora completamente bloccato dalla crisi pandemica.

Sentimenti condivisi all'interno dell'esclusivo club delle cantine con un giro d'affari superiore ai 100 milioni che, come ogni anno, anticipa la classifica delle maggiori aziende vitivinicole italiane, in uscita nelle prossime settimane.

Il club degli over 100 comprende 21 aziende e rappresenta 3,8 miliardi di fatturato, 2,6 miliardi di esportazioni e 1,3 miliardi di bottiglie.

Corrado Casoli, presidente Cantine Riunite e Giv

SimonPietro Felice, dg Caviro

Albiera Antinori, presidente Marchesi Antinori

	Azienda vitivinicola	Fatturato milioni di euro 2019	Fatturato milioni di euro 2018	Incremento 2019/2018	Export milioni di euro	N. bottiglie in milioni
1	**Cantine Riunite & Civ**	623,9	615,3	1,41%	429,4	219,8
	di cui: **Gruppo Italiano Vini**	406,0	388,0	4,64%	309,0	84,8
2	**Gruppo Caviro**	230,2	235,8	-2,37%	78,8	259,0
3	**Marchesi Antinori**	222,7	213,6	4,27%	141,5	22,7
4	**Casa Vinicola Botter Carlo & C.**	217,0	195,0	11,28%	203,0	97,3
5	**Fratelli Martini**	210,0	214,2	-1,96%	180,8	*
6	**Zonin 1821**	205,0	202,0	1,49%	175,0	50,9
7	**Enoitalia**	199,3	181,8	9,63%	156,3	109,2
8	**Cavit**	191,4	190,5	0,47%	152,1	70,0
9	**Gruppo Santa Margherita**	189,4	177,4	6,78%	126,0	22,8
10	**Gruppo Mezzacorona**	186,6	188,2	-0,83%	157,3	50,3
11	**Italian Wine Brands**	167,7	149,9	11,89%	133,7	65,0
12	**La Marca Vini e Spumanti**	140,8	140,2	0,40%	116,4	57,0
13	**Cantina di Soave**	136,0	141,0	-3,54%	42,0	35,0
14	**Ruffino Gruppo**	133,2	110,1	20,97%	121,8	33,5
15	**Terre Cevico**	132,5	131,2	1,04%	48,9	82,4
16	**Marchesi Frescobaldi**	126,5	119,5	5,86%	76,1	12,2
17	**Mondodelvino Group**	111,2	108,5	2,47%	92,6	55,7
18	**Schenk Italian Wineries**	111,2	102,8	8,19%	71,3	60,2
19	**Collis Veneto Wine Group**	109,0	119,0	-8,40%	32,0	25,0
20	**Gruppo Vi.V.O. Cantine**	107,5	101,9	5,56%	52,3	32,7
21	**Gruppo Lunelli**	106,9	101,1	5,77%	21,5	11,1
	Totale over 100	**3.858,1**	**3.738,8**		**2.608,8**	**1.371,7**

* la società opera prevalentemente sui mercati anglosassoni ed esprime la sua produzione in 70 milioni di litri

A capotavola, tuttora irraggiungibile, c'è la cooperativa emiliana **Cantine Riunite** presieduta da Corrado Casoli, con un consolidato di 623,9 milioni, di cui il pezzo forte è il controllato **Giv**, di gran lunga il maggiore singolo operatore del mercato italiano, cui fanno capo 10 cantine lungo la penisola.

Al secondo posto, con incassi nella sola area vino di 230,2 milioni, c'è la **Caviro**: il grande consorzio romagnolo guidato da Simonpietro Felice, rappresenta da solo più del 10% della produzione nazionale di uva e ha un fatturato consolidato molto più sostanzioso, pari a 328,8 milioni, che comprende anche l'attività nei settori energia e distillerie.

Novità sul terzo gradino del podio: scende la Fratelli Martini e sale la **Marchesi Antinori**, prima realtà privata del vigneto Italia, con 222,7 milioni di fatturato nel core business vino, in crescita del 4,2% rispetto al 2018. L'aumento del giro d'affari avrebbe potuto essere anche maggiore se l'azienda non avesse praticamente esaurito le sue disponibilità di vino. E' la conseguenza diretta della strategia operativa della Marchesi Antinori: quella di voler essere strettamente legata alla produzione. «Pensiamo di potenziare ancora quest'anno la proprietà viticola fino a raggiungere i 3 mila ettari di vigneti e ciò significa raggiungere una totale autosufficienza di uva per tutti i vini a marchio Antinori», spiega Cotarella.

Come per Caviro, anche il consolidato Marchesi Antinori sale fino a 246 milioni, tenendo anche conto dell'attività di ristorazione e della Biserno, azienda vitivinicola detenuta in società con Ludovico Antinori.

Un'altra novità al quarto posto della graduatoria dove si piazza la **Casa vinicola Botter Carlo**, con 217 milioni di fatturato (+11,2%). Il marchio veneto di proprietà della famiglia Botter, è una realtà industriale che lavora soprattutto all'estero con ritmi di crescita sopra la media, al punto da scalare in scioltezza la classifica, guadagnando ben quattro posizioni in due anni. Oggi Botter è la seconda azienda privata del mercato italiano e nei primi quattro mesi del 2020 è riuscita a registrare un incremento dell'11% del suo giro d'affari concentrato nella Gdo (Grande distribuzione organizzata), rappresentando uno dei player più vivaci e appetiti del mercato. Nel suo capitale figura con una quota del 22,5% la Idea Taste of Italy (gruppo De Agostini) e non sono un mistero né le avance da parte del fondo di private equity Clessidra (Italmobiliare), né i suoi obiettivi di ulteriore crescita anche attraverso acquisizioni e di approdo in Borsa nel medio termine.

Al quinto posto, con 210 milioni, c'è un'altra grande industria: è la piemontese **Fratelli Martini** che ha completato nel 2019 l'imponente investimento per il suo sito produttivo (nuovo stabilimento, nuove cantine di spumanti e vini fermi) con un impegno complessivo di 35 milioni di euro in cinque anni di lavori. Due i marchi principali dell'azienda di Gianni Martini che ha oggi al suo fianco la figlia Eleonora: Canti all'estero e Sant'Orsola sul mercato interno, brand quest'ultimo supportato da una forte azione pubblicitaria in Tv che fa della Martini uno dei maggiori big spender del settore.

Al sesto posto la **Zonin 1821** chiude con 205 milioni di fatturato il suo primo esercizio in compagnia della 21 Investimenti di Alessandro Benetton, titolare del 36% del capitale. «E' stato un anno di consolidamento e di nuova disciplina interna, un anno in cui abbiamo riscaldato i motori per un 2020 che era partito molto bene», dice Massimo Tuzzi ad del gruppo veneto di Domenico, Francesco e Michele Zonin cui fanno capo quasi 2 mila ettari di vigneti in produzione, la maggiore proprietà viticola dopo quella di Antinori. «E' chiaro che un marchio come il nostro, molto legato al momento del consumo, dell'aggregazione e dell'aperitivo, risente particolarmente del blocco del canale horeca, ma non sono pessimista e troveremo alternative per recuperare».

Il più grande imbottigliatore d'Italia, con ben 109 milioni di bottiglie vendute nel 2019, scala due posizioni e si piazza al 7mo posto con 199,3 milioni di fatturato: è la **Enoitalia** della famiglia Pizzolo che ha messo a segno un incremento che sfiora il 10% sul 2018, potenziando in particolare la sua presenza sui mercati esteri, dove lo sviluppo degli affari è a doppia cifra.

Dopo cinque privati, una coop: è il Consorzio trentino **Cavit**, titolare di un fatturato di 191, 4 milioni che lieviterà parecchio quest'anno a seguito dell'acquisto delle tre controllate dell'ex gruppo La Vis (Cesarini Sforza, Casa Girelli e Glv), concluso a metà dicembre 2019. E' l'ennesima dimostrazione del dinamismo che sta caratterizzando la cooperazione vitivinicola presente nel club dei superbig con 9 aziende. Completano questa importante rappresentanza il Consorzio trentino di primo grado **Mezzacorona**, al decimo posto con 186,6 milioni; **La Marca vini e spumanti** al 12mo con 140,8 milioni; **Cantina di Soave** al 13mo con 136 milioni; **Terre Cevico** al 15mo con 132,5 milioni e infine il **Collis Veneto wine group** e il **Gruppo Vivo Cantine** al 19mo e al 20mo posto, rispettivamente con 109 e 107 milioni di fatturato. In particolare Vivo cantine, entrato a far parte del club lo scorso anno, ha realizzato un incremento di fatturato del 5,5%, il maggiore tra 9 coop.

Si torna nel mondo dei privati con il gruppo **Santa Margherita**, che sale di un posto in graduatoria, a quota 9, con 189,4 milioni di fatturato in crescita del 6,78%. Il gruppo veneto dei fratelli Gaetano, Luca, Stefano, Nicolò Marzotto affronta il 2020 con il nuovo ceo Beniamino Garofalo: «Il 2019 ci ha soddisfatto su tutte le linee del conto economico, ma è difficile ora fare previsioni sull'anno che stiamo affrontando: di sicuro il mercato domestico è in sofferenza, ma il brand Santa Margherita sta andando molto bene in Usa, Canada, Australia».

Dopo un anno di consolidamento, l' **Italian wine brands**, quotata all'Aim, ha messo il turbo sfoggiando un incremento che sfiora il 12% e porta il fatturato a 167,7 milioni (11mo posto).

Ma c'è chi ha fatto ancora meglio. Anzi meglio di tutti: la medaglia d'oro per il maggiore aumento di fatturato all'interno del club tocca di diritto al **Gruppo Ruffino** che con una performance che sfiora il 21% scavalca ben tre posizioni e si piazza al 14mo posto con 133, 2 milioni. Un vero exploit per il gruppo toscano guidato da Sandro Sartor che fa capo all'americana Constellation brands. Molto si deve all'azione dei Poderi Ducali Ruffino di San Donà del Piave. Vale a dire all'operazione conclusa in Veneto poco più di un anno fa con l'acquisto di 144 ettari vitati a Prosecco Doc (tutti a regime biologico) e Pinot grigio acquistati dalla famiglia Botter. «I vini veneti, uniti a una forte campagna di promozione in Usa hanno dato ottimi risultati e il nostro Prosecco oggi è il numero uno in Canada dove registriamo incrementi del 20%, racconta Sartor. «Più in generale abbiamo aumentato gli investimenti su tutti i mercati e riformulato la strategia di vendita sulle piazze europee».

A quota 16 ecco un grande attore del made in Italy sui mercati internazionali, titolare di una grande proprietà viticola: è la maison toscana **Marchesi Frescobaldi** che bissa i risultati in crescita del 2018 raggiungendo i 126,5 milioni di fatturato, più 5,8%.

Al 17mo posto con 111,2 milioni, il **Mondodelvino Group** guidato dal ceo Marco Martini prosegue la sua crescita regolare (+ 2,4%) puntando molto sull'export e su un rapporto confidenziale con i consumatori anche attraverso iniziative innovative (dal museo interattivo alle piattaforme multicanale). Il gruppo opera in Piemonte, Romagna e Sicilia (e dispone anche di controllate estere) ed è entrato a far parte di recente del circuito Elite del London Stock Exchange group.

Con lo stesso fatturato di 111,2 milioni, sale al 18mo la **Schenk Italian Wineries**, braccio italiano dell'omonimo gruppo svizzero al comando di Daniele Simoni, che ribalta la flessione dello scorso anno con un progresso sopra la media dell'8,19%.

Tra i player più solidi del settore, il **Gruppo Lunelli** completa questo salotto esclusivo con 106,9 milioni di fatturato cresciuto del 5,77% sul 2018.

Corriere d Sera L.Economia 25 Maggio 2020

beverfood.com

AZIENDE MERCATI

VINO

Indagine settore vinicolo Mediobanca: previsioni giù del 20-25% nel 2020, fatturati +1,1% nel 2019

27/05/2020 - 964 LETTURE

Share on Facebook Share on Twitter

Il rapporto sull'industria vinicola pubblicato dall'area studi Mediobanca tratteggia un quadro del settore enoico che subisce gli effetti del Covid-19. **Il 63,5% delle imprese prevede infatti una riduzione del fatturato nel 2020**, un calo delle vendite con una flessione addirittura superiore al 10% per il 41,2% del campione.

ganization tra il 15% e il 30%. Il rapporto prende in esame le 215 principali società di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di euro, e 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro. Un comparto vinicolo su cui pesano la crisi del turismo e del travel retail, anche se dallo studio appaiono meno negative le aspettative per le cooperative e per i vini spumanti.

EXPORT E MERCATO INTERNO Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. Un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese. Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Ho.Re.Ca, ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre). I produttori di vini spumanti vedono attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi, su cui incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno. In generale, se si assume che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla WTO, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra €0,7 e €1,4 miliardi. Considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, per il mercato domestico si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre €0,5 miliardi. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a €0,5 miliardi. Uno scenario che vede gli analisti di Mediobanca stimare nel 2020 una contrazione complessiva del fatturato per circa €2 miliardi, frutto di minori vendite nazionali e estere, **con una riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019**.

DATI 2019 L'industria vinicola pre-Covid 19 vede i dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il rallentamento del 2019 è attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 20152017. Il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi). Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento del 2,6% sul 2018.

FATTURATI Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), di gran lunga il maggiore singolo operatore del mercato italiano, cui fanno capo 10 cantine lungo la penisola. Seguono una coop come Caviro a 328,8 milioni (-0,4%) il grande consorzio romagnolo rappresenta da solo più del 10% della produzione nazionale di uva e ha un fatturato consolidato molto più sostanzioso, pari a 328,8 milioni, che comprende anche l'attività nei settori energia e distillerie. Sul podio Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%,), prima realtà privata vinicola in Italia, con 222,7 milioni di fatturato nel core business vino, in crescita del 4,2% rispetto al 2018, l'aumento del giro d'affari strettamente legata alla produzione. Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%). Fuori dalla top ten in undicesima posizione Italian Wine Brands a quota 167 milioni, in forte crescita e quotata all'Aim (+11,8%), segue La Marca con un fatturato a 140 milioni, Cantina di Soave a quota 136 milioni (-3,5%) al tredicesimo posto, seguita dal Gruppo Ruffino che con una performance che sfiora il 21% scavalca ben tre posizioni e si piazza al quattordicesimo posto con 133, 2 milioni di ricavi. Da segnalare la perfor-

no Group prosegue la sua crescita regolare (+ 2,4%), entrato a far parte di recente del circuito Elite del London Stock Exchange group. Stesso fatturato di 111,2 milioni, sale al 18mo la Schenk Italian Wineries, divisione italiana dell'omonimo gruppo svizzero con una crescita dell'8,19% dopo il calo dello scorso anno, in flessione al diciannovesimo posto a 109 milioni di ricavi Collis Veneto Wine Group (-8,4%), mentre al ventunesimo posto appena fuori dai top 20 il Gruppo Lunelli con 106,9 milioni di ricavi (+5,7%). Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, nel cui capitale figura con una quota del 22,5% la Idea Taste of Italy (gruppo De Agostini) e non sono un mistero né le avance da parte del fondo di private equity Clessidra (Italmobiliare), né i suoi obiettivi di ulteriore crescita anche attraverso acquisizioni e di approdo in Borsa nel medio termine, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

INDICE DI BORSA E SOSTENIBILITA' Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel 1° trimestre 2020 a seguito del COVID-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio. Secondo l'analisi di Mediobanca tra le maggiori aziende vinicole solo il 30% delle imprese redige il bilancio di sostenibilità, il 25% non ne parla. Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) redigono un documento di sostenibilità, in 6 casi si tratta del Bilancio di Sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale. In tema di certificazioni di sostenibilità, 5 società hanno aderito al progetto ministeriale V.I.V.A., una società ha conseguito la certificazione Equalitas. Altre 20 imprese (2,3 miliardi, 44% del totale) riportano sui propri siti internet alcune informazioni in materia di sostenibilità, principalmente gli aspetti ambientali e le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Le restanti 12 società (1,3 miliardi, 25% del totale), di cui il 60% circa sono familiari, non fanno alcun riferimento alla sostenibilità nei propri siti.

INFO *www.mbres.it*

Siamo online da
4819 Giorni 12 ore, 22 m, 26 s

Dal cuore del Trentino, vini autentici da assaporare ogni giorno.

BAGLIO DEL CRISTO DI CAMPOBELLO
(/index.php/component/banners/clic

Simonit & Sirch PREPARATORI D'UVA
(/index.php/component/banners/clic

DAGO eccelsi cibi
(/index.php/component/banners/clic

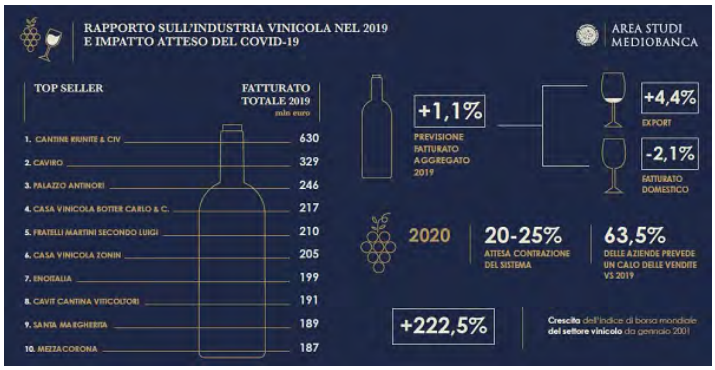
BONSIGNORE BAGLIO E VIGNE
(/index.php/component/banners/clic

26
MAG

Archivio (/Index.Php/Archiviodal-05042011)

Lo studio Mediobanca: per le imprese del vino perdite post-coronavirus tra il 20 e il 25 %

Pubblicato in Scenari (/Index.Php/Archiviodal-05042011/Scenari) il 26 Maggio 2020



Eccesso di pessimismo o attenta analisi delle prospettive? Sta di fatto che per quest'anno, a causa della pandemia, gli operatori dell'industria vitivinicola prevedono una contrazione complessiva del fatturato monstre: nella forchetta -20%/-25%.

In soldoni fanno circa 2miliardi in meno. La risultante di minori vendite nazionali ed estere per effetto del lockdown del settore Horeca (ristoranti, bar, enoteche) e per la caduta del commercio mondiale, stimata dalla Wto tra il 15% e il 30%. Questo il quadro dipinto da un sondaggio condotto dall'area studi di Mediobanca sul settore vinicolo nazionale e internazionale che riguarda 215 società di capitali italiane. In dettaglio, nel sondaggio, con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. Dunque un quadro peggiore di quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese. Alla fine si ipotizza che l'export cali tra 0,7 e 1,4 miliardi. E il mercato domestico intorno al miliardo.

Corsa al rallenty

I dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, in frenata rispetto al quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il rallentamento del 2019 è attribuibile a mercato interno (-2,1%), in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015-2017. Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma sul podio i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno Giv fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). I primi due sono cooperative, Antinori è il primo tra i privati.

Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%) e Cavit a 191 milioni (+0,5%). Subito dopo Santa Margherita che con 189 milioni (+6,8%) chiude il miglior bilancio della sua storia. In decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%). Tra i campioni di export svetta Casa Vinicola Botter con il 93,7% del fatturato. A ruota seguono: Farnese al 92%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

Emanuele Scarci

FLASH NEWS

Grottarossa Vini dona ventilatore polmonare all'ospedale Barone Lombardo di Canicattì

(/index.php/notizie-flash/grottarossa-vini-dona

Barolo BORGOGNO www.borgogno.com
(/index.php/component/banners/clic

TORREVENTO vini di un'alt(r)a puglia
(/index.php/component/banners/clic

FUNARO
(/index.php/component/banners/clic

(/index.php/component/banners/clic

Siamo online da
4819 Giorni 12 ore, 14 m, 5 s

Dal cuore del Trentino, vini autentici da assaporare ogni giorno.

BAGLIO DEL CRISTO DI CAMPOBELLO
(/index.php/component/banners/click

Simonit & Sirch PREPARATORI D'UVA
(/index.php/component/banners/click

DAGO eccelsi cibi
(/index.php/component/banners/click

BONSIGNORE BAGLIO E VIGNE
(/index.php/component/banners/click

25
MAG

Sono queste le cantine più ricche d'Italia: ecco le aziende che superano quota "100 milioni"

Pubblicato in Scenari (/Index.Php/Archiviodal-05042011/Scenari) il 25 Maggio 2020

Torna come di consueto l'analisi della giornalista Anna Di Martino sulle cantine italiane che fatturano ogni anno oltre cento milioni di euro.

Quest'anno in classifica si trovano 21 aziende che, messe insieme, rappresentano oltre 3,8 miliardi di fatturato, 2,6 miliardi di quota export e oltre 1,7 miliardi di bottiglie vendute. Se le prime due posizioni del podio rimangono invariate rispetto allo scorso anno con Cantine Riunite e Gruppo Caviro, al terzo posto sale Marchesi Antinori che guadagna oltre quattri punti percentuali di fatturato. Balzo in avanti anche per Casa Vinicola Botter al quarto posto (lo scorso anno era sesta), mentre arretra in quinta posizione, perdendo quasi venti punti percentuali Fratelli Martini. Segue Zonin 1821 e poi Enoitalia, il più grande imbottigliatore nazionale con ben 109 milioni di bottiglie vendute nel 2019. Il resto della classifica è più o meno stabile. Chiude, come lo scorso anno il gruppo Lunelli che si attesta a 106,9 milioni di euro di fatturato guadagnando quasi sei punti percentuali.

Ecco la classifica (il fatturato è espresso in milioni, tra parentesi la percentuale di incremento o decremento)

1. Cantine Riunite & Civ - 623,9 (1,41 %)
2. Gruppo Caviro - 230,2 (- 2,37 %)
3. Marchesi Antinori - 222,7 (4,27 %)
4. Casa Vinicola Botter Carlo & C. - 217 (11,28 %)
5. Fratelli Martini - 210 (-19,96 %)
6. Zonin 1821 - 205 (1,49 %)
7. Enoitalia - 199,3 (9,63 %)
8. Cavit - 191,4 (0,47 %)
9. Gruppo Santa Margherita - 189,4 (6,78 %)
10. Gruppo Mezzacorona - 186,6 (-0,83 %)
11. Italian Wine Brands - 167,7 (11,89 %)
12. La Marca Vini e Spumanti - 140,8 (0,4 %)
13. Cantina di Soave - 136 (-3,54 %)
14. Ruffino Gruppo - 133,2 (20,97 %)
15. Terre Cevico - 132,5 (1,04 %)
16. Marchesi Frescobaldi - 126,5 (5,86 %)
17. Mondodelvino Group -111,2 (2,47 %)
18. Schenk Italian Wineries - 111,2 (8,19 %)

FLASH NEWS

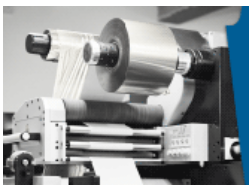
(/index.php/notizie-flash/emergenza-coronavirus,-gli-psicologi-i-vini-italiani-hanno-salvato-da-depressione)
25 MAG

Riaprono le Cantine Florio e le Cantine

Barolo BORGOGNO www.borgogno.com
(/index.php/component/banners/click

TORREVENTO vini di un'alt(r)a puglia
(/index.php/component/banners/click

FUNARO
(/index.php/component/banners/click


(/index.php/component/banners/click

19. Collis Veneto Wine Group - 109 (-8,40 %)
20. Gruppo Vivo Cantine - 107,5 (5,56 %)
21. Gruppo Lunelli - 106,9 (5,77 %)

- TOTALE 3.858,1

C.d.G.

TAG: cantine (/index.php/component/tags/tag/cantine), fatturato (/index.php/component/tags/tag/fatturato), classifica (/index.php/component/tags/tag/classifica), anna di martino (/index.php/component/tags/tag/anna-di-martino), 100 milioni (/index.php/component/tags/tag/100-milioni)

Mi piace 4 Condividi

(http://w... u=https... 050420... queste-le-cantine-più-ricche-d-italia-ecco-le-aziende-che-superano-quota-100-milioni)

Aggiungi commento

Nome (richiesto)

E-Mail (richiesta)

Sito web

1000 caratteri rimasti

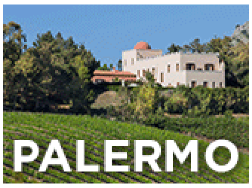
Notificami i commenti successivi

Aggiorna

Invia

JComments (http://www.joomlatune.com)

(/index.php/component/banners/clicl



(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

(/index.php/component/banners/clicl

MF-DOW JONES NEWS

< Indietro

VINO: MEDIOBANCA R&S; IN 2019 RALLENTA FATTURATO +1,1% A/A, CRESCE EXPORT

26/05/2020 15:00

MILANO (MF-DJ)--I dati preconsuntivi dell'industria vinicola nazionale relativi al 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il rallentamento del 2019 e' attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015- 2017. La stima e' dell'Ufficio Studi di Mediobanca che in una ricerca realizzata ad hoc nota come il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante e' stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi). Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione piu' importante e' quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento del 2,6% sul 2018. Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%). Casa Vinicola Botter e' campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%. cce (fine) MF-DJ NEWS

Le News piu' lette

1. Borsa Spa: la proposta del governo, la forchetta di prezzo, l'ipo 03/06/2020
2. Borse Ue, atteso un avvio positivo grazie a Bce e petrolio. Focus sui pmi 03/06/2020
3. Ftse Mib in netto rialzo, Cattolica e Trevi a due velocità 01/06/2020
4. Mps, Mediobanca: ok Ue a cessione Npl lascia spazio a interpretazioni diverse 01/06/2020
5. Fca scorpora Comau per la borsa 02/06/2020

Questo sito utilizza i cookie per migliorare i servizi e l'esperienza dei lettori. Se decidi di continuare la navigazione significa che ne accetti il loro uso Maggiori informazioni Prosegui

RAPPORTO MEDIOBANCA

Effetto Covid sul vino: in fumo 2 miliardi. Persa in 3 mesi la crescita di 5 anni

di L.Ben.

Secondo lo studio su 215 principali società di capitali italiane a pesare sulle minori entrate saranno la contrazione dell'export e la chiusura del canale horeca nazionale e internazionale

Leggi anche

Piemonte vitivinicolo, stimati 400 milioni di danni per il Covid-19

L'effetto Covid-19 sul settore italiano del vino potrebbe pesare fino a circa **2 miliardi di euro in meno sul fatturato 2020**, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019. E' quanto indica l'Area studi di Mediobanca nell'indagine sul settore vinicolo nazionale e internazionale che riguarda le 215 principali società di capitali italiane, con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro , e 14 imprese internazionali quotate, con fatturato superiore a 150 milioni di euro. Per quanto riguarda le previsioni per il 2020, in generale, se si assume che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla Wto (-15% nel migliore scenario e -30% nel peggiore), si **s tima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani compresa tra 0,7 e 1,4 miliardi di euro**. Considerando che l'export delle aziende italiane del vino prese in esame dalla ricerca è calcolato in 6,4 miliardi di euro nel 2019.

Leggi anche

Il Brunello chiede lo stato di calamità. E c'è il rischio di pratiche di vendita scorrette

Quanto al mercato domestico, visto che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre 0,5 miliardi di euro. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a 0,5 miliardi di euro.

A contribuire a questo scenario l' azzeramento dell'enoturismo, la chiusura del canale Horeca nazionale e internazionale, la chiusura della vendita diretta fisica, i maggiori costi per precauzioni sanitarie e difficoltà logistiche per la vendemmia, la difficoltà nel reperimento dei lavoratori stagionali e problema di liquidità e problema della giacenza dell'invenduto.

Leggi anche

Enoturismo, cantine alleate con i ristoranti per ripartire nella fase 2

Le aspettative delle aziende: crescita solo per il 5%

Secondo le imprese interpellate da Mediobanca il 63,5% delle aziende prevede di subire un calo delle vendite con una flessione addirittura superiore al 10% per il 41,2% del campione. Delle imprese che si aspettano una crescita del fatturato anche nel 2020 (il 36,5%), **sono solo il 4,7% quelle che invece prevedono di avere una crescita superiore al 10%.** Un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese. Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Horeca, ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre).

Le tipologie che soffriranno di meno

I produttori di vini spumanti esprimono attese meno negative rispetto a
quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria

---

Leggi anche

Vino, consumi dimezzati. Verso distillazione e tagli alla produzione

5 anni persi in 3 mesi

La capitalizzazione delle società del vino quotate nel mondo ha perso nel primo trimestre 2020 quasi tutto quello che aveva guadagnato negli ultimi cinque anni. Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire **una brusca perdita del 30% nel primo trimestre 2020 a seguito del Covid-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro** (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio. Le società vinicole italiane quotate in Borsa sono due: IWB - Italian Wine Brands (controllante di Giordano Vini e Provinco) e Masi Agricola. I titoli di IWB al 3 aprile 2020 quotavano 12,2 euro con un valore di Borsa pari a circa 90 milioni di euro, mentre le azioni di Masi Agricola hanno chiuso in pari data a 2,4 euro con una capitalizzazione pari a 75,6 milioni.

Analisi del 2019: crescita modesta, male il mercato interno

Nel 2019 i principali produttori di vino italiani hanno registrato una crescita media del fatturato dell'1,1%. Secondo la ricerca si tratta di “un risultato modesto” in confronto al quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. I rallentamento del 2019 è attribuibile alla d**inamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4%** rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015-2017. In questo quadro generale, in media le società fanno meglio delle cooperative: il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un calo sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del

mercato domestico (-4,4%,) solo parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%).

Esaminando le diverse tipologie di vino: gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Cantine Riunite-GIV prima per fatturato

All'interno del campione preso in esame, sono stati poi "estratti" i 39 top seller e top earner: sono le aziende che hanno avuto un fatturato superiore a 60 milioni nel 2019. Queste imprese hanno avuto un incremento delle vendite pari al 2,2% sul 2018 (+6,1% all'estero), contro il +1,1% della media. Cantine Riunite-GIV si conferma prima per fatturato (630 milioni, +2,9% sul 2018), seguita da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e da Antinori che guadagna il 5,3% a 246 milioni, primo gruppo non cooperativo; seguono altre tre realtà con fatturato superiore a 200 milioni di euro: Casa Vinicola Botter, che nel 2019 ha realizzato una crescita del 10,9% portandosi a 217 milioni di euro, Fratelli Martini a 210 milioni di euro (-2,0%) e Zonin a 205 milioni di euro (+1,4%). Due società hanno realizzato nel 2019 un aumento dei ricavi a due cifre: Ruffino (+20,9%) e Botter (+10,9%). Altre variazioni degne di nota hanno interessato Enoitalia (+9,7%), Mionetto (+7,1%), Santa Margherita (+6,8%), Farnese (+6,3%) e Frescobaldi (+6,0%). Alcune società hanno una quota di fatturato estero ampiamente maggioritaria: Botter al 93,7%, Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino (83,3%) e La Marca all'82,8%. Solo tredici gruppi hanno un'incidenza dell'export inferiore al 50% delle vendite. **Anche per il 2019 le società toscane e venete sono in testa per redditività** (utile sul fatturato) con Antinori al 34,0%, Frescobaldi al 21,4%, Botter al 10,3%, Santa Margherita al 9,5% e Ruffino (9,3%).

Per approfondire

- Vino, consumi dimezzati. Verso distillazione e tagli alla produzione

Riproduzione riservata ©

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

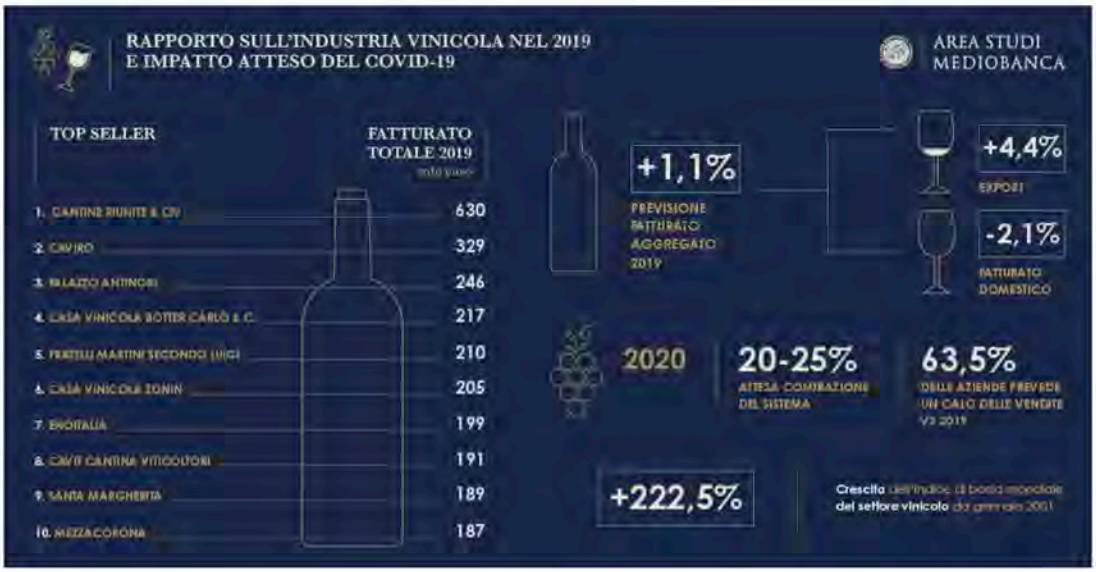
Il Sole 24 ORE

IL NORDEST QUOTIDIANO

Mediobanca presenta il rapporto sul settore vinicolo

Il 63,5% delle imprese prevede una riduzione del fatturato nel 2020. A rischio 1 miliardo di esportazioni e 1 miliardo di consumi domestici legati alla ristorazione.

By **Redazione** - 26 Maggio 2020



L'**Area studi Mediobanca** pubblica il **rapporto** sul **settore vinicolo nazionale** e **internazionale** che riguarda **215 principali società** di **capitali italiane** con **fatturato 2018 superiore** ai **20 milioni** di euro e **ricavi aggregati** pari a **9,1 miliardi** di euro, e **14 imprese internazionali quotate** con **fatturato superiore** a **150 milioni** di euro che hanno segnato **ricavi aggregati** pari a **5,7 miliardi** di euro.

Il **63,5%** delle **aziende prevede** di subire nel **2020** un **calo** delle **vendite** con una **flessione** addirittura **superiore** al **10%** per il **41,2%** del **campione**. Pesano le chiusure forzate del macro settore Ho.Re.Ca. e la caduta del commercio mondiale stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%.

Con riferimento alle sole **esportazioni**, il **60%** delle **imprese** si aspetta per il **2020** una **flessione** delle **vendite** e, all'interno di queste, il **37,5% prevede** che la **flessione** sarà **superiore** al **10%**.

Un quadro peggiore a quello del **2009**, quando il 60,6% delle imprese vinicole ha subito un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese.

Il **53,4%** delle **cooperative**, **maggiormente legate** al **mass market** e alla **distribuzione attraverso** la **Gdo** rispetto all'Ho.Re.Ca, ha **formulato** per il **2020 previsioni meno pessimistiche** sul **fatturato** di quelle delle S.p.A. e S.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che **attende cali** di **vendite** oltre il **10%** si ferma al **26,7%** contro il 50% delle altre).

Anche la **distinzione** per **tipologia** di **prodotto** porta ad **aspettative differenziate**. In questo caso sono i **produttori** di **vini spumanti** a esprimere **attese meno negative rispetto** a quelli di **vini non spumanti**. Tra i **primi**, il **55,5% prevede perdite** di **fatturato** con una **contrazione** dell'**export** del **41,2%**; quota che **sale oltre** il **65%**,

sia per **perdite** di **fatturato** che **export**, per i **secondi**. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che le **esportazioni italiane** di **vino** si **ridurranno** in **linea** con la **caduta** del **commercio mondiale ipotizzata** dalla **WTO**, si stima una **contrazione** dell'**export** per i **maggiori produttori italiani** nel **2020** compresa **tra 0,7 e 1,4 miliardi** di euro.

Quanto al **mercato domestico**, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, il **rapporto** sul **settore vinicolo stima fino** alla **metà di maggio** una **perdita** di **oltre 0,5 miliardi** di euro. **Ipotizzando** per i **mesi a seguire** una **riapertura** dei **canali extra-Gdo** a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'**ulteriore contrazione** del **fatturato** pari a **0,5 miliardi** di euro. Una **fotografia** che porta a **stimare** nel **2020** una **contrazione complessiva** del **fatturato** per **circa 2 miliardi** di euro, frutto di **minori vendite nazionali** e **estere**, con una **riduzione stimabile** del **settore tra** il **20%** e il **25% rispetto** al **2019**.

L'industria vinicola italiana pre-Coronavirus

I **dati preconsuntivi relativi** al **2019** indicano che i **maggiori produttori italiani** hanno **chiuso** lo scorso anno con una **crescita** del **fatturato** dell'**1,1%**, un **risultato modesto** se **confrontato** con il **quadriennio precedente** (2014-2018) in cui le **vendite** sono **cresciute** a ritmi compresi **tra** il **6,7%** del 2018 e il **4,7%** del 2015. Il **rallentamento** del **2019** è **attribuibile** alla **dinamica negativa** del **mercato interno** (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015- 2017.

Il **rapporto** sul **settore vinicolo** analizza il **fatturato** di **S.p.A.** e **S.r.l.** che **cresce** del **3,2%** (+5,1% all'estero), mentre le **cooperative segnano** un **decremento** sul **2018** (-1,9%) per la **contrazione** del **mercato domestico** (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli **spumanti** hanno **rallentato** nel **2019** (-0,2%), mentre i **vini non spumanti** sono **cresciuti** dell'**1,5%**; per **entrambi** i **comparti**, **importante** è stato il **contributo** dell'**export** (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di **vendite domestiche in regresso** (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli **investimenti materiali** nel **2019** registrano un **decremento** del **15,9%** sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La **riduzione più importante** è quella degli **spumanti** (-23,9%) seguiti da **S.p.A.** e **S.r.l.** (-16,7%). **Tiene l'occupazione**, in aumento del 2,6% sul 2018.

Il **fatturato pre-consuntivo** del **2019 conferma** i **tre maggiori protagonisti italiani**: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%).

Casa Vinicola Botter è **campione** di **export** nel **2019** con il **93,7%** del **fatturato**, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

L'indice di borsa delle società vinicole

Da gennaio 2001 al **3 aprile 2020** l'**indice** di **Borsa mondiale** del **settore vinicolo**, in versione "total return" (comprensivo dei dividendi distribuiti), è **cresciuto** del **222,5%**, al di **sopra** delle **Borse mondiali** (+129%); la **capitalizzazione complessiva** delle **52 società** che **compongono** l'**indice** è **migliorata** dell'**8%** tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una **brusca perdita** del **30%** nel **1° trim 2020** a seguito del **Coronavirus** scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

Sostenibilità: tra le maggiori solo il 30% delle imprese fa il bilancio di sostenibilità, il 25% non ne parla

Su un **totale** di **39 imprese** con **fatturato superiore a 60 milioni** (5,2 miliardi di fatturato aggregato), **7 imprese** (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) **redigono** un **documento** di **sostenibilità**, in 6 casi si tratta del Bilancio di sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione ambientale. In tema di **certificazioni** di **sostenibilità**, **5 società** hanno **aderito** al **progetto ministeriale V.I.V.A.**, **una società** ha conseguito la **certificazione Equalitas**. Altre **20 imprese** (2,3 miliardi, 44% del totale) **riportano** sui propri **siti internet alcune informazioni** in **materia** di **sostenibilità**, principalmente gli aspetti ambientali e le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Le restanti **12 società** (1,3 miliardi, 25% del totale), di cui il **60% circa sono familiari**, **non fanno alcun riferimento** alla **sostenibilità** nei propri siti.

A questo **link** è disponibile la versione integrale del **rapporto** sul **settore vinicolo**.

Per rimanere sempre aggiornati con le ultime notizie de "Il NordEst Quotidiano", consultate i canali social:

Telegram

https://t.me/ilnordest

Twitter

https://twitter.com/nestquotidiano

Linkedin

https://www.linkedin.com/company/ilnordestquotidiano/

Facebook

https://www.facebook.com/ilnordestquotidian/

© Riproduzione Riservata

Registrati gratuitamente per ricevere le nostre email con le ultime notizie, le analisi e i commenti da Citywire Italia. Per registrarsi basta un minuto. Registrati per ricevere avvisi email

Investimenti reali, le 40 società vinicole in Italia con oltre 60 milioni di fatturato

L'indagine sul settore vinicolo in Italia è stata realizzata dall'Area Studi di Mediobanca

Di **Daniele Barzaghi**
28 maggio 2020

17° a pari merito - Mondodelvino, con un fatturato 2019 di 111 milioni di euro e una produzione di 56 milioni di bottiglie

L' Italia del vino vista da Mediobanca nel post-Coronavirus: fortissimo calo di vendite

Lo studio di MedioBanca su 215 principali società italiane: a rischio 1 miliardo di esportazioni e 1 miliardo di consumi domestici legati alla chiusura del canale horeca nazionale

di Donato Troiano

Ultima Modifica: 28/05/2020

Il mondo del vino sta vivendo, causa Covid – 19, **un grave momento di crisi.**

Ciò non è una percezione di qualcuno ma è, purtroppo, **un dato di fatto. Leggiamo insieme l'indagine Mediobanca sul settore vinicolo.**

Ed ecco in dettaglio il **rapporto** dell'**Area studi Mediobanca**

Lo studio **Mediobanca** ha fotografato il **settore vinicolo nazionale e internazionale** riguardante **215** principali società di capitali italiane con **fatturato 2018 superiore** ai **20 milioni** di euro e **ricavi aggregati** pari a **9,1 miliardi** di euro, e **14 imprese internazionali quotate** con **fatturato superiore** a **150 milioni** di euro che hanno segnato **ricavi aggregati** pari a **5,7 miliardi** di euro.

Il **63,5%** delle **aziende prevede** di subire nel **2020** un **calo** delle **vendite** con una **. essione** addirittura **superiore** al **10%** per il **41,2%** del **campione**. Pesano le chiusure forzate del macro settore Ho.Re.Ca. e la caduta del commercio mondiale stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%.

Con riferimento alle sole **esportazioni**, il **60%** delle **imprese** si aspetta per il **2020** una **flessione** delle **vendite** e, all'interno di queste, il **37,5% prevede** che la **flessione** sarà **superiore** al **10%**.

Un quadro peggiore a quello del **2009**, quando il 60,6% delle imprese vinicole ha subito un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese.

Il **53,4%** delle **cooperative**, **maggiormente legate** al **mass market** e alla **distribuzione attraverso** la **Gdo** rispetto all'Ho.Re.Ca, ha **formulato** per il **2020 previsioni meno pessimistiche** sul **fatturato** di quelle delle S.p.A. e S.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che **attende cali** di **vendite** oltre il **10%** si ferma al **26,7%** contro il 50% delle altre).

negative rispetto a quelli di **vini non spumanti**. Tra i **primi**, il **55,5% prevede perdite** di **fatturato** con una **contrazione** dell'**export** del **41,2%**; quota che **sale oltre** il **65%**, sia per **perdite** di **fatturato** che **export**, per i **secondi**. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che le **esportazioni italiane** di **vino** si **ridurranno** in **linea** con la **caduta** del **commercio mondiale ipotizzata** dalla **WTO**, si stima una **contrazione** dell'**export** per i **maggiori produttori italiani** nel **2020** compresa **tra 0,7 e 1,4 miliardi** di euro.

Quanto al **mercato domestico**, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, il **rapporto** sul **settore vinicolo stima . no** alla **metà di maggio** una **perdita** di **oltre 0,5 miliardi** di euro. **Ipotizzando** per i **mesi a seguire** una **riapertura** dei **canali extra-Gdo** a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'**ulteriore contrazione** del **fatturato** pari a **0,5 miliardi** di euro.

Una fotografia che porta a stimare nel 2019 una contrazione complerssiva del fatturato per circa **2 miliardi di euro**, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una **riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019.**

L'industria vinicola italiana pre-Coronavirus

I **dati preconsuntivi relativi** al **2019** indicano che i **maggiori produttori italiani** hanno **chiuso** lo scorso anno con una **crescita** del **fatturato** dell'**1,1%**, un **risultato modesto** se **confrontato** con il **quadriennio precedente** (2014-2018) in cui le **vendite** sono **cresciute** a ritmi compresi **tra** il **6,7%** del 2018 e il **4,7%** del 2015. Il **rallentamento** del **2019** è **attribuibile** alla **dinamica negativa** del **mercato interno** (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015- 2017.

Il **rapporto** sul **settore vinicolo** analizza il fatturato di Spa e Srl che **cresce del 3,2%** (+5,1% all'estero), mentre le **cooperative segnano** un **decremento** sul **2018** (-1,9%) per la **contrazione** del **mercato domestico** (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%).

Anche gli **spumanti** hanno **rallentato** nel **2019** (-0,2%), mentre i **vini non spumanti** sono **cresciuti** dell'**1,5%**; per **entrambi** i **comparti**, **importante** è stato il **contributo** dell'**export** (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di **vendite domestiche in regresso** (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli **investimenti materiali** nel **2019** registrano un **decremento** del **15,9%** sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La **riduzione più importante** è quella degli **spumanti** (-23,9%) seguiti da **S.p.A.** e **S.r.l.** (-16,7%). **Tiene l'occupazione**, in aumento

I tre big: Gruppo Cantine Riunite & Civ, Caviro e Palazzo Antinori

Il **fatturato pre-consuntivo** del **2019 conferma** i **tre maggiori protagonisti italiani**: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%).

Casa Vinicola Botter è **campione** di **export** nel **2019** con il **93,7%** del **fatturato**, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

L'indice di borsa delle società vinicole

Da gennaio 2001 al **3 aprile 2020** l'**indice** di **Borsa mondiale** del **settore vinicolo**, in versione "total return" (comprensivo dei dividendi distribuiti), è **cresciuto** del **222,5%**, al di **sopra** delle **Borse mondiali** (+129%); la **capitalizzazione complessiva** delle **52 società** che **compongono** l'**indice** è **migliorata** dell'**8%** tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una **brusca perdita** del **30%** nel **1° trim 2020** a seguito del **Coronavirus** scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il rallentamento del 2019 è attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015-2017.

Il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di

quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento del 2,6% sul 2018.

Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%). Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

L'indice di borsa delle società vinicole

Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel 1° trim 2020 a seguito del COVID-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

Sostenibilità: tra le maggiori solo il 30% delle imprese fa il bilancio di sostenibilità, il 25% non ne parla

Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) redigono un documento di sostenibilità, in 6 casi si tratta del Bilancio di Sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale. In tema di certificazioni di sostenibilità, 5 società hanno aderito al progetto ministeriale V.I.V.A., una società ha conseguito la certificazione Equalitas. Altre 20 imprese (2,3 miliardi, 44% del totale) riportano sui propri siti internet alcune informazioni in materia di sostenibilità, principalmente gli aspetti ambientali e le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Le restanti 12 società (1,3 miliardi, 25% del totale), di cui il 60% circa sono familiari, non fanno alcun riferimento alla sostenibilità nei propri siti.

Due 2020
Mon Apr 27 2020 10:30:00 PM

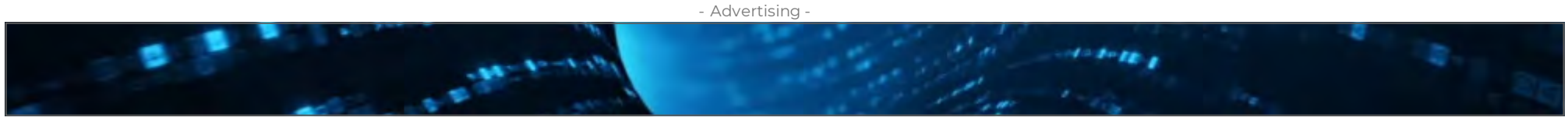
Freshpet, Inc.
Freshpet, Inc. Amends and Restates Credit Facility
Mon Apr 20 2020 10:30:00 PM

Grocery Outlet, Inc.
Grocery Outlet Holding Corp. Announces Secondary Offering of Shares of Common Stock
Mon Apr 20 2020 10:20:43 PM

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Se continui ad utilizzare questo sito noi assumiamo che tu ne sia felice.

Ok Privacy policy

- Advertising -



LMF FOOD

Il 63,5% delle imprese vinicole prevede una riduzione del fatturato nel 2020

LMF LaMiaFinanza - 26/ 05/ 2020 15:49:20

Il 63,5% delle aziende prevede di subire nel 2020 un calo delle vendite con una flessione addirittura superiore al 10% per il 41,2% del campione. Pesano il lockdown del macro settore Ho.Re.Ca. e la caduta del commercio mondiale stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%.

Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%.

Un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese.

Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Ho.Re.Ca, ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre). Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i produttori di vini spumanti a esprimere attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla WTO, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra €0,7 e €1,4 miliardi.

Quanto al mercato domestico, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre €0,5 miliardi. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a €0,5 miliardi.

Una fotografia che ci porta a stimare nel 2020 una contrazione complessiva del fatturato per circa €2miliardi, frutto di minori vendite nazionali e estere.

Comunicati Stampa - LMF Food

- BMFOOD ITALIA dona Beyond Burger per una campagna internazionale contro le pandemie e i cambiamenti climatici
- Adriano Aldrovandi eletto alla presidenza del Consorzio Pera IGP dell'Emilia Romagna
- Debutta Bottega Mazzolino una boutique online alla scoperta delle eccellenze agricole

- Advertising -

Intrado GlobeNewswire

FERONIA

Feronia Inc.

Feronia Inc. Reports 2019 Financial Results; Announces Short Term Debt Financing, Proposed Restructuring and Director Changes

Fri May 22 2020 02:46:27 PM

sugarbud

Sugarbud Craft Growers Corp.

Sugarbud Announces Launch Date of Craft Cannabis Collection and Public Offering of Secured Convertible Debenture Units

Tue Apr 28 2020 09:10:20 PM

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Se continui ad utilizzare questo sito noi assumiamo che tu ne sia felice.

Ok Privacy policy

Mag 27, 2020 8 Views Commenti disabilitati

Il Covid-19 si abbatte sul vino italiano

Written by ITRNOTIZIE

SHARE TWEET PIN IT GOOGLE+ EMAIL

Rischia di essere salato il conto dell'emergenza coronavirus per l'**industria vinicola** italiana, che potrebbe perdere nel 2020 fino a 2 miliardi di euro di ricavi, con un calo tra il 20 e il 25 per cento rispetto allo scorso anno. Il 63,5% delle aziende, infatti, prevede di subire nel 2020 un calo delle vendite, con una flessione anche superiore al 10% per il 41,2% del campione. A pesare il **lockdown** del canale Horeca e la caduta del commercio, stimata tra il 15 e il 30%.

È' quanto emerge dall'Indagine sul settore vinicolo nazionale e internazionale, curata dall'**Area Studi Mediobanca**, che riguarda 215 principali società di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi, e 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro.

Per quanto riguarda le sole **esportazioni**, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. Un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un **calo di vendite** con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% per il 24,2% delle imprese.

Il 53,4% delle **cooperative**, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Horeca, ha formulato per il 2020 – sempre secondo l'Indagine dell'Area Studi di Mediobanca – previsioni meno pessimistiche sul fatturato rispetto alle **Spa** e alle **Srl**, il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre).

Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i produttori di **spumanti** a esprimere attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato sia di export, per i secondi. Su queste stime incide la maggiore stagionalita' dei vini spumanti le cui **vendite** crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festivita' di fine anno, periodo entro il quale si dovrebbe avere il pieno superamento della **crisi sanitaria**.

In generale, se si ritiene che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del **commercio mondiale** ipotizzata dall'Organizzazione mondiale del commercio, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra 700 milioni e l'1,4 miliardi di euro. Per quanto riguarda il **mercato domestico**, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre 500 milioni. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a 500

ARTICOLI RECEN

Allerta Mete
03/06/2020

Come saran
Recovery Fu

La Svezia am
linea soft co
03/06/2020

"Divisi…". Cri
ufficiale. E o
della rottura
pesante 03/

Ma se IMMU
esposizione
più supporta
allora mi ge

CATEGORIE

Seleziona un

CALENDARIO

Ma

L M M

4 5 6
11 12 13
18 19 20
25 26 27

« APR

milioni. Una previsione che porta quindi gli studiosi di Mediobanca a stimare nel 2020 una contrazione complessiva del fatturato per circa **2 miliardi**, frutto di minori vendite nazionali ed estere, con una **riduzione** stimabile del settore **tra il 20% e il 25%** rispetto al 2019.

I dati preconsuntivi relativi al 2019, prima dunque che si abbattesse la crisi provocata dal **Covid-19**, indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso l'anno con una crescita del fatturato dell'1,1%, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il **rallentamento** del 2019 è attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015-2017.

Il fatturato delle Spa e delle Srl cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'**export** (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli **investimenti** materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. Il fatturato pre-consuntivo del 2019, sempre in base a quanto emerge dall'Indagine dell'Area Studi di Mediobanca, conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo **Cantine Riunite & Civ** a 630 milioni (+2,9% sul 2018), seguito da **Caviro** a 329 milioni (-0,4%) e **Palazzo Antinori** a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%).

Casa Vinicola Botter emerge invece quale **'campione di export'** nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

Infine, un'occhiata alla **Borsa**: da gennaio 2001 al 3 aprile scorso l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la **capitalizzazione** complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel primo trim 2020 a causa del **coronavirus**, scendendo a fine marzo 2020 a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

Article Tags: esteri · Intrattenimento · News · Notizie · Politica

Article Categories: agi news

RECENT ARTICLES

Allerta Meteo Arancione Lombardia
by admin

Come saranno spesi i soldi del Recovery Fund
by ITRNOTIZIE

La Svezia ammette i limiti della linea soft contro il Covid
by ITRNOTIZIE

"Divisi…". Crisi Belen-Stefano, è ufficiale. E ora conosciamo i motivi della rottura: l'indiscrezione è pesante
by admin

RELATED ARTICLES

Come saranno spesi i soldi del Recovery Fund
by ITRNOTIZIE

La Svezia ammette i limiti della linea soft contro il Covid
by ITRNOTIZIE

"Divisi…". Crisi Belen-Stefano, è ufficiale. E ora conosciamo i motivi della rottura: l'indiscrezione è pesante
by admin

"Arricchita e pericolosamente magra". La tremenda soffiata su Kate Middleton. Spunta anche Meghan: una vera coltellata al cuore
by admin

Comments are closed.

Agroalimentare Economia e finanza Territorio e paesaggio

Mediobanca: nel 2020 calo record di fatturato per il vino

27 Maggio 2020 0 47

Secondo Mediobanca, a causa della pandemia si prevede una contrazione complessiva del fatturato vinicolo italiano tra il 20% e 25% rispetto allo scorso anno, con una perdita che potrebbe arrivare fino a 2 miliardi di euro, tra minori esportazioni e minori consumi domestici.

L'**Area Studi Mediobanca ha pubblicato il 26 maggio 2020** l'annuale **Indagine** sul **settore vinicolo nazionale e internazionale** che riguarda **215 principali società di capitali italiane** con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e **ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di**

Questo sito utilizza cookie funzionali e script esterni per migliorare la tua esperienza. Le mie impostazioni ACCETTA

superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro.

Ne emerge che il **63,5% delle aziende** prevede di subire nel **2020 un calo delle vendite**, con una flessione anche superiore al 10% per il 41,2% del campione. A pesare il blocco della ristorazione (*Ho.Re.Ca.*) e la caduta del commercio mondiale stimata dalla *World Trade Organization* (WTO) tra il 15% e il 30%: un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese. In questa circostanza incide anche la crisi del turismo e del travel retail.

Il **53,4% delle cooperative**, maggiormente legate al mercato di massa e alla distribuzione attraverso la Grande Distribuzione Organizzata (*GDO*), rispetto all'Ho.Re.Ca, ha formulato per il 2020 **previsioni meno pessimistiche sul fatturato** di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende **cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre**).

Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i **produttori di vini spumanti a esprimere attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti**. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi. Su queste stime **incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti** le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla WTO, si stima una **contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra 0,7 e 1,4 miliardi di**

Questo sito utilizza cookie funzionali e script esterni per migliorare la tua esperienza. Le mie impostazioni ACCETTA

Quanto al **mercato domestico**, considerato che circa 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali dive dalla GDO, si stima **fino alla metà di maggio una perdita di oltre 0,5 miliardi di euro**. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-GDO a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a 0,5 miliardi di euro. Mediobanca stima nel 2020 una **contrazione complessiva del fatturato per circa 2miliardi di euro**, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una riduzione stimabile del settore tra il **20% e il 25% rispetto al 2019**.

I **dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%**, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. Il rallentamento del 2019 è attribuibile alla **dinamica negativa del mercato interno (-2,1%)** in controtendenza rispetto all'**export**, che ha segnato una crescita del **4,4% rispetto al 2018**, anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015- 2017.

Il **fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2%** (+5,1% all'estero), mentre le **cooperative segnano un decremento sul 2018** (-1,9%) per la **contrazione del mercato domestico** (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli **spumanti hanno rallentato** nel 2019 (-0,2%), mentre i **vini non spumanti sono cresciuti** dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Questo sito utilizza cookie funzionali e script esterni per migliorare la tua esperienza.

Le mie impostazioni

ACCETTA

Gli **investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9%** sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). **Tiene l'occupazione**, in aumento del 2,6% sul 2018. Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: *Gruppo Cantine Riunite & Civ* a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da *Caviro* a 329 milioni (-0,4%) e *Palazzo Antinori* a 246 milioni (+5,3%). Seguono *Casa Vinicola Botter* a 217 milioni (+10,9%), *Fratelli Martini* a 210 milioni (-2%), *Casa Vinicola Zonin* a 205 milioni (+1,4%), *Enoitalia* a 199 milioni (+9,7%), *Cavit* a 191 milioni (+0,5%), *Santa Margherita* a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, *Mezzacorona* a 187 milioni (-0,8%). *Casa Vinicola Botter* è **campione di export** nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da *Farnese* al 92,0%, *Ruffino* al 91,4%, *F.lli Martini* con l'86,1%, *Mondodelvino* con l'83,3% e *La Marca* all'82,8%.

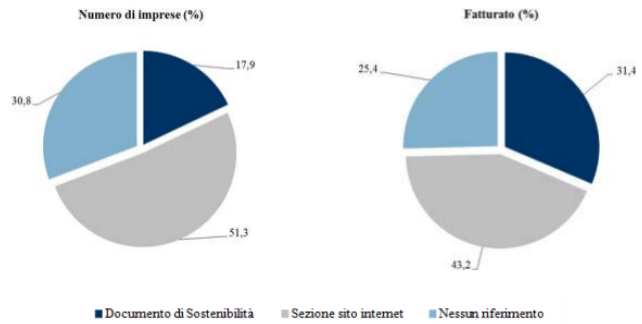
Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'**indice di Borsa mondiale del settore** vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), **è cresciuto del 222,5%**, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una **brusca perdita del 30% nel 1° trim 2020** a seguito del COVID-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), **bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio**.

In merito alla **sostenibilità ambientale**, **solo il 30% delle principali aziende fa il bilancio di sostenibilità** e il **25% non ne parla**. Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), **7 imprese** (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) redigono un **documento di sostenibilità**, in 6 casi si tratta del **Bilancio di Sostenibilità** e in un caso della sola **Dichiarazione Ambientale**. Sono **20 le aziende** (2,3 miliardi di fatturato) che riportano sui

Questo sito utilizza cookie funzionali e script esterni per migliorare la tua esperienza.
Le mie impostazioni
ACCETTA

le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Non si riscontra, invece, alcun riferimento all'argomento sui siti delle **restanti 12 società** (1,3 miliardi), di cui il 60% circa sono familiari. **Certificazioni di sostenibilità**: **5 società** hanno aderito al Progetto ministeriale *V.I.V.A.* (Valutazione dell'impatto della viticoltura sull'ambiente), una società ha conseguito la certificazione *Equalitas*.

Graf. 17 – Diffusione delle tematiche di sostenibilità



Se la pandemia del nuovo coronavirus ha costituito un evento straordinario e imprevedibile che è destinato ad esaurirsi, il settore vitivinicolo dovrà prepararsi ad azioni di mitigazione degli impatti dei cambiamenti climatici, **meno immediati ma del tutto prevedibili**, che avranno conseguenze notevoli sulle regioni vinicole più importanti del mondo e che, secondo uno **Studio** pubblicato sulla PNAS, vedrebbero **diminuire le loro aree coltivabili dal 25% al 73% entro il 2050**, costringendo i viticoltori a piantare nuovi vigneti in ecosistemi precedentemente indisturbati, a maggiori latitudini o altitudini più elevate, oltre che Incidere sulla qualità del vino.

CONDIVIDI 0

PRECEDENTE
Bonifica dei veicoli a fine vita: soluzioni integrate da Flexbimec

SUCCESSIVO
Edificio in classe A: oltre al benessere il super-bonus del 110%

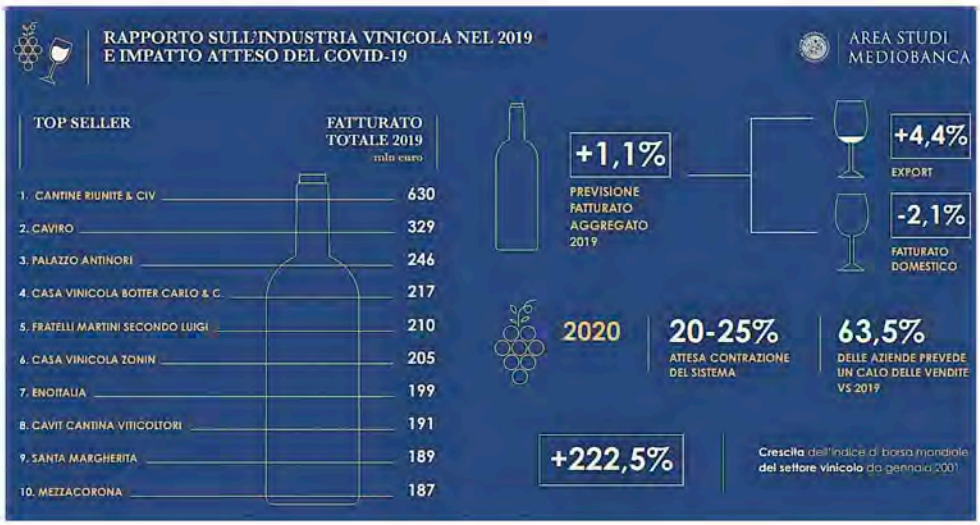
Questo sito utilizza cookie funzionali e script esterni per migliorare la tua esperienza.
Le mie impostazioni
ACCETTA

TESTATA GIORNALISTICA REGISTRATA IN TRIBUNALE
#VINIALSUPER
Il giornale del vino al supermercato

Area Studi Mediobanca: il 63,5% delle cantine prevede riduzione fatturato 2020

Redazione Vinialsuper il 26 Maggio 2020

Condividi:



L'**Area Studi Mediobanca** pubblica l'**Indagine sul settore vinicolo nazionale e internazionale**. Sotto analisi 215 principali società di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di euro, e 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro.

L'INDUSTRIA VINICOLA ITALIANA DOPO IL COVID-19

Il **63,5%** delle aziende prevede di subire nel 2020 un **calo delle vendite** con una flessione addirittura **superiore al 10%** per il 41,2% del campione. Pesano il **lockdown** del macro settore Ho.Re.Ca. e la caduta del commercio mondiale stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%.

Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. **Un quadro peggiore** a quello del **2009**, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese.

Il 53,4% delle **cooperative**, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la **Gdo** rispetto all'Ho.Re.Ca, ha formulato per il 2020 previsioni **meno pessimistiche** sul fatturato di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre).

Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i produttori di **vini spumanti** a esprimere attese meno negative rispetto a quelli di **vini non spumanti**. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi.

Su queste stime incide la **maggiore stagionalità** dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria. In generale, se si assume che le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla Wto, si stima una **contrazione dell'export** per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa **tra €0,7 e €1,4 miliardi**.

Quanto al mercato domestico, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre €0,5 miliardi. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei

canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore **contrazione del fatturato pari a €0,5 miliardi**.

Una fotografia che ci porta a stimare nel 2020 una contrazione complessiva del fatturato per circa €2,0 miliardi, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019.

L'INDUSTRIA VINICOLA ITALIANA PRE-COVID-19

I dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una **crescita del fatturato** dell'**1,1%**, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015.

Il rallentamento del 2019 è attribuibile alla **dinamica negativa del mercato interno** (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015-2017. Il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%).

Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%. Per entrambi i comparti, importante è stato **il contributo dell'export** (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli **investimenti materiali** nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento del 2,6% sul 2018.

Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: **Gruppo Cantine Riunite & Civ** a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno Giv fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da **Caviro** a 329 milioni (-0,4%) e **Palazzo Antinori** a 246 milioni (+5,3%).

Seguono **Casa Vinicola Botter** a 217 milioni (+10,9%), **Fratelli Martini** a 210 milioni (-2%), **Casa Vinicola Zonin** a 205 milioni (+1,4%), **Enoitalia** a 199 milioni (+9,7%), **Cavit** a 191 milioni (+0,5%), **Santa Margherita** a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, **Mezzacorona** a 187 milioni (-0,8%).

Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

L'INDICE DI BORSA DELLE SOCIETÀ VINICOLE

Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), **è cresciuto del 222,5%**, al di sopra delle Borse mondiali (+129%).

La capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel 1° trimestre 2020 a seguito del Covid-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

TRA LE MAGGIORI SOLO IL 30% DELLE IMPRESE FA IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) **redigono un documento di sostenibilità**, in 6 casi si tratta del **Bilancio di Sostenibilità** e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale.

In tema di certificazioni di sostenibilità, 5 società hanno aderito al progetto ministeriale **V.I.V.A.**, una società ha conseguito la certificazione **Equalitas**. Altre 20 imprese(2,3 miliardi, 44% del totale) riportano sui propri siti internet alcune informazioni in materia di sostenibilità, principalmente gli aspetti ambientali e le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate.

Le restanti 12 società (1,3 miliardi, 25% del totale), di cui il 60% circa sono familiari, non fanno **alcun riferimento alla sostenibilità** nei propri siti.

Profilo autore

Redazione Vinialsuper

-50% Maglia rugby donna R500 viola 4,99 €
Manubri pvc 2*0,5 kg 4,99 €
-30% Scarpe donn 89,99 €

AGRICOLTURA

Imprese vitivinicole, verso 2020 nero. "Fatturato in calo di 2 miliardi"

27 Maggio 2020, di **Mariangela Tessa**

Nastri adesivi
280,53 €
CLICCA QUI >
Biglietti da visit personalizzati
18,79 €

Le imprese vitivinicole italiane rischiano di uscire con le ossa rotte dall'emergenza sanitaria causata dal COVID-19. Almeno questo è quanto emerge dalle previsioni delle aziende del settore raccolte nell' **indagine annuale sul settore vinicolo dell'Area Sudi Mediobanca**: il 63,5% prevede di subire quest'anno un calo delle vendite con una flessione addirittura superiore al 10% per A

Soluzioni e-Commerce
Crea il tuo negozio e vendi online
SCOPRI
aruba.it

Pesano il lockdown del macro settore Ho.Re.Ca. e la caduta del commercio mondiale stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%.

Lo studio analizza le **215 principali società di capitali italiane,** con fatturato 2018 superiore ai 20 milioni di euro e **14 imprese internazionali quotate** con fatturato superiore a 150 milioni di euro.

Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%.

Un **quadro peggiore a quello del 200**9, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese.

Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Ho.Re.Ca, ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre).

Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i produttori di **vini spumanti a esprimere attese meno negativ**e rispetto a quelli di vini non spumanti.

Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che **le esportazioni italiane di vino si ridurranno in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla WTO**, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra €0,7 e €1,4 miliardi.

Quanto al mercato domestico, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, **si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre €0,5 miliardi.** Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura dei canali extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a €0,5 miliardi.

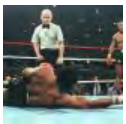
> *"Una fotografia che porta a stimare nel 2020 una **contrazione complessiva del fatturato per circa €2miliardi**, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una **riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019**" si legge nello studio.*

L'industria vinicola italiana pre-COVID-19

I dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i **maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una crescita del fatturato dell'1,1%**, un
risultato m
in cui le ver

Deliveroo: i ristoranti vincitori della seconda edizione di Restaurant Awards

Fitch taglia Pil Italia: nel 2020 giù fino a -9,5%. "Il peggio è alle spalle"



Covid-19, aziende: chi sono i vincitori e i vinti e dove trovarli

TREND

Bond

del 2015. Il rallentamento del 2019 è attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015- 2017.

Il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento del 2,6% sul 2018.

Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: Gruppo Cantine Riunite & Civ a 630 milioni (+2,9% sul 2018), al cui interno GIV fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%). Seguono Casa Vinicola Botter a 217 milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%).
Casa Vinicola Botter è campione di export nel 2019 con il 93,7% del fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.

L'indice di borsa delle società vinicole

Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%); la capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel 1° trim 2020 a seguito del COVID-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di euro (rispetto ai 47,4 miliardi del marzo 2019), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio.

Tra le big solo il 30% delle imprese fa il bilancio di sostenibilità

Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) redigono un documento di sostenibilità, in 6 casi si tratta del Bilancio di Sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale.

In tema di
ministeriale

Immigrazione
433 CONTENUTI

Borsa USA
2437 CONTENUTI

Bitcoin
718 CONTENUTI

Auto elettriche
376 CONTENUTI

TOP TRADE TREND

Industria vinicola italiana: consuntivi e prospettive al tempo del Coronavirus

6 GIORNI FA TEMPO DI LETTURA: 4 MINUTI DI RICCARDO COLLETTI

ual è la situazione per l'industria vinicola nazionale e internazionale? **Dopo un 2019 in leggera crescita, quali sono le prospettive per il 2020 alla luce dell'emergenza Covid-19?** Il Rapporto stilato dall'Area Studi Mediobanca ha scattato una fotografia sufficientemente nitida. E certamente poco brillante, a causa delle ripercussioni sul business dovute alla pandemia. Infatti, **il 63,5% delle imprese prevede una riduzione del fatturato nel corso di quest'anno**. Esemplificando, prima di andare in dettaglio all'analisi dei cari aspetti, **a rischio ci sono 2 miliardi di euro**. Spezzati sostanzialmente a metà tra esportazioni e consumi domestici legati alla ristorazione. E ancora: **se a pesare sul comparto c'è la crisi del turismo e del travel retail, meno negative appaiono le aspettative per le cooperative e per i vini spumanti.**

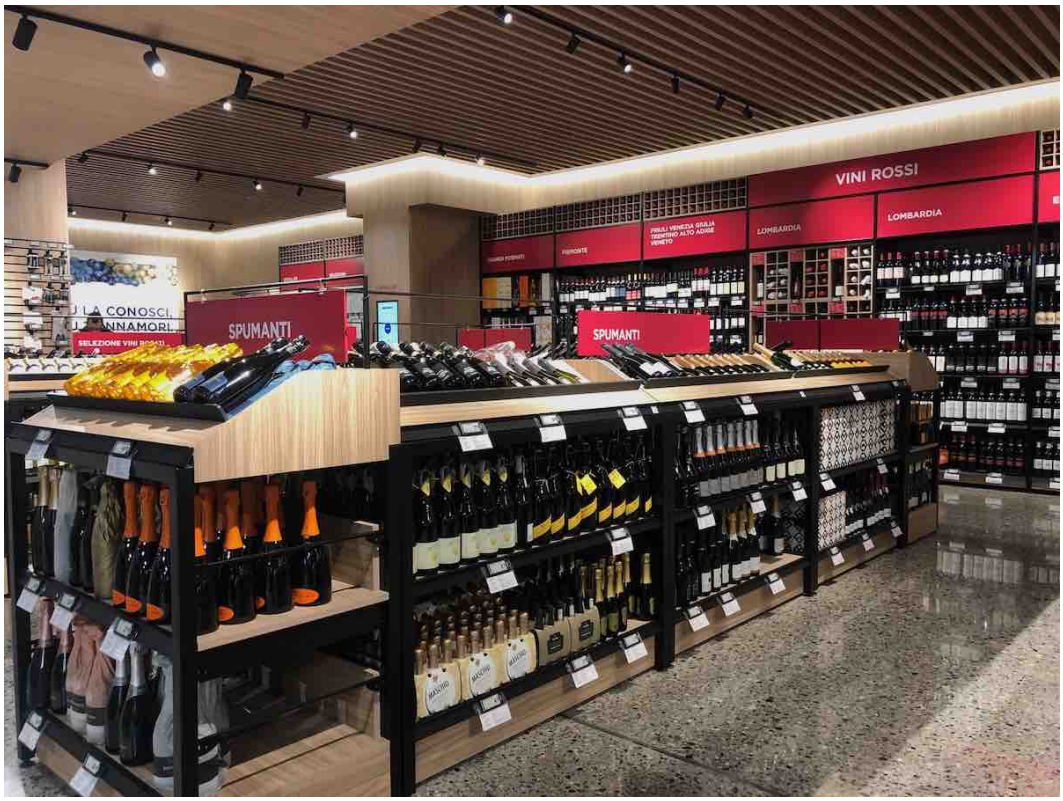
Il duro impatto sul canale Horeca

In questo 2020, per il vino italiano a rischio ci sono 2 miliardi di euro. Spezzati sostanzialmente a metà tra esportazioni e consumi domestici legati alla ristorazione

L'indagine sul settore vinicolo nazionale e internazionale ha coinvolto 215 principali società di capitali italiane che nel 2018 avevano un fatturato superiore ai 20 milioni di euro, con ricavi aggregati pari a 9,1 miliardi di euro, e 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a 150 milioni di euro che hanno segnato ricavi aggregati pari a 5,7 miliardi di euro. Come accennato, il primo elemento che emerge riguarda la previsione del 63,5% delle aziende, che nel 2020 hanno messo in conto un calo delle vendite con una flessione addirittura superiore al 10% per il 41,2% del campione. **A incidere in modo netto è il lockdown del macrosettore Horeca e la caduta del commercio mondiale stimata dalla World Trade Organization tra il 15% e il 30%.** Con riferimento alle sole esportazioni, **il 60% delle imprese si aspetta per quest'anno una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%**. Un quadro nell'insieme peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole aveva subito una flessione di vendite con una contrazione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che avevano colpito il 24,2% delle imprese.

Industria vinicola: tinte meno fosche per il canale della Gd

Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla Gdo ha, invece, formulato per quest'anno previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle di S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta un calo nell'anno in corso (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre). Anche la distinzione per tipologia di prodotto ha determinato aspettative differenziate. **I produttori di vini spumanti hanno espresso attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti.** Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una contrazione dell'export del 41,2%. Tale quota sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato, sia per export, per i secondi. Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei vini spumanti le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto durante le festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria. In generale, **si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra i 700 milioni e 1,4 miliardi di euro.**



Il 53,4% delle cooperative, maggiormente legate al mass market e alla Gdo ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle di S.p.A. e s.r.l.

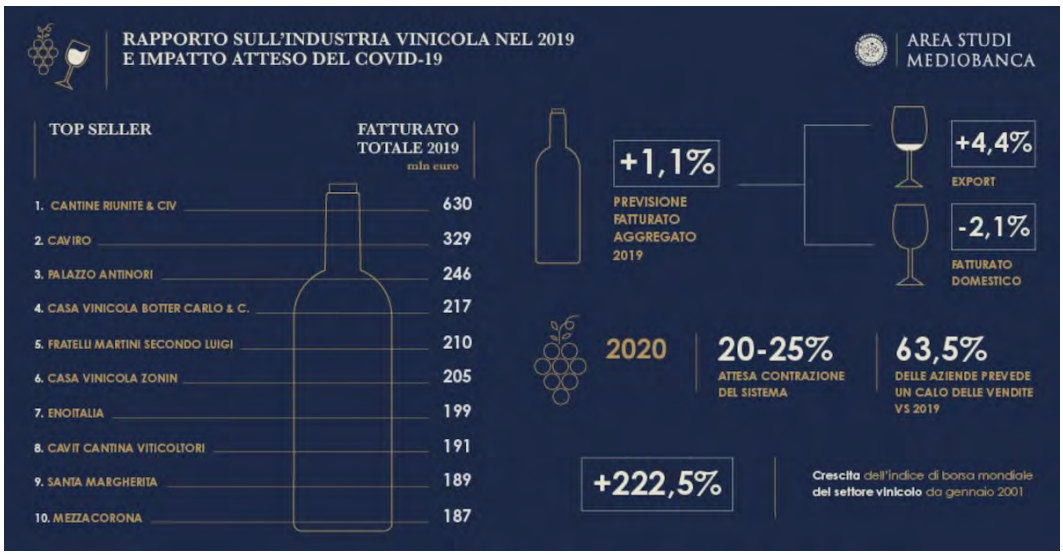
Il trend del mercato italiano

Passando al mercato italiano, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre 500 milioni di euro. Ipotizzando per i mesi a seguire una riapertura degli altri canali di business, con ritmi inferiori del 30% rispetto all'anno precedente, si registrerebbe

un'ulteriore contrazione del fatturato di 500 milioni di euro. Ne deriva che, nell'insieme, la contrazione potrebbe essere pesante per un ammontare totale di 2 miliardi di euro, a causa di **vendite nazionali ed estere inferiori tra il 20 e il 25% rispetto all'anno passato.**

Un 2019 positivo, anche se già in calo

Già perché **i dati pre-consuntivi dello scorso 2019 avevano indicato una chiusura tutto sommato positiva per i maggiori produttori italiani con una crescita del fatturato dell'1,1%**. Tale risultato appare tuttavia di **cabotaggio contenuto** se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015. **Sul rallentamento del 2019 ha pesato la dinamica negativa del mercato interno (-2,1%), rispetto all'export, che invece ha incasellato una crescita del 4,4%.** Il fatturato di S.p.A. e s.r.l. è cresciuto del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative hanno accusato un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). **Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre i vini non spumanti sono cresciuti dell'1,5%.** Per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).



La fotografia dell'industria vinicola italiana per il 2019 vede una conferma per i tre maggiori player italiani: Cantine Riunite & Civ, Caviro e Palazzo Antinori

Industria vinicola italiana: la classi. ca delle aziende

Infine una fotografia (stando al fatturato pre-consuntivo del 2019) delle aziende componenti l'industria vinicola italiana. Si tratta di una conferma per i tre maggiori player italiani. **Gruppo Cantine Riunite & Civ si è attestato sui 630 milioni di euro (+2,9% sul 2018), al cui interno Giv fattura 406 milioni (+4,7%), seguito da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e Palazzo Antinori a 246 milioni (+5,3%).** Sotto il podio, Casa Vinicola Botter a 217

milioni (+10,9%), Fratelli Martini a 210 milioni (-2%), Casa Vinicola Zonin a 205 milioni (+1,4%), Enoitalia a 199 milioni (+9,7%), Cavit a 191 milioni (+0,5%), Santa Margherita a 189 milioni (+6,8%) e, in decima posizione, Mezzacorona a 187 milioni (-0,8%). **Una nota finale. Casa Vinicola Botter è stata campione di export nello scorso esercizio, con un'incidenza del 93,7% sul fatturato, seguita da Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino con l'83,3% e La Marca all'82,8%.**

Caviro | Gruppo Cantine Riunite & Civ | Mediobanca | Palazzo Antinori

ARTICOLO PRECEDENTE

Calanìca: un nuovo capitolo della Sicilia di Duca di Salaparuta

ARTICOLO SUCCESSIVO

Addio a Paolo Marzotto: l'ultimo dei "conti volanti" nel ricordo di Wine Couture

Leggi anche:

Tornano le Comete Alois Lageder: sette nuove storie sulla fragile immortalità del vino

23 ORE FA

Food&Grocery: volano gli acquisti online nel 2020

1 GIORNO FA

Ruenza Santandrea alla guida dei Vini di Romagna: storica prima in rosa per il Consorzio

2 GIORNI FA

Just Eat: pagamenti digitali in crescita. E arrivano gli ordini via Instagram

TESTATA GIORNALISTICA REGISTRATA IN TRIBUNALE
#WINEMAG
WINE, NEWS, FOOD & SPIRIT MAGAZINE

TERRA D'ALIGI

Villa a Coazzolo
€ 95.000
Ulteriori info

Rustico / Casale a Alba
€ 99.000
Ulteriori info

Appartamento a Alba
€ 189.000
Ulteriori info

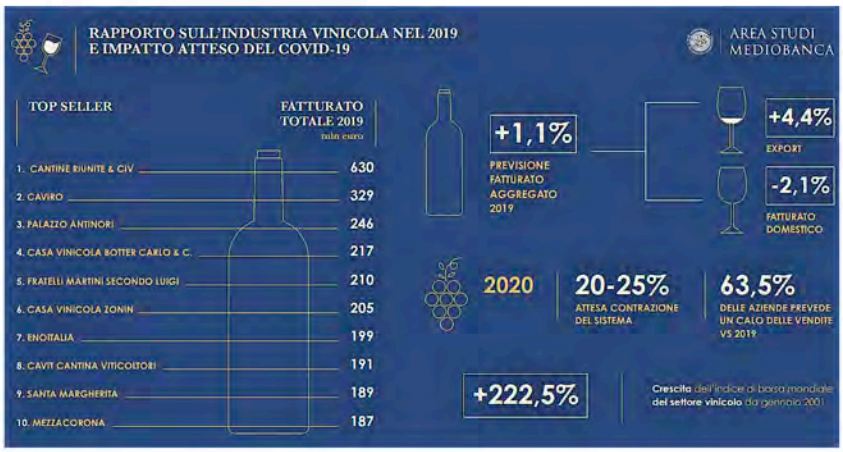
Casa indipendente a Alba
€ 59.000
Ulteriori info

Mediobanca: Riunite & Civ, Caviro e Antinori confermano leadership del fatturato

PUBBLICATA DALL'AREA STUDI MEDIOBANCA L'INDAGINE ANNUALE SUL SETTORE VINICOLO NAZIONALE E INTERNAZIONALE. ECCO TUTTI I DATI

26 Maggio 2020 Redazione WineMag.it

27



Il fatturato pre-consuntivo del 2019 conferma i tre maggiori player italiani: **Gruppo Cantine Riunite & Civ** a 630 milioni (+2,9% sul 2018) – al cui interno **Giv** fattura 406 milioni (+4,7%) – seguito da **Caviro** a 329 milioni (-0,4%) e **Palazzo Antinori** a 246 milioni (+5,3%).

Lo evidenzia **l'Area Studi Mediobanca**, nell'ambito dell'Indagine annuale sul **settore vinicolo** nazionale e internazionale. Lo studio riguarda le **215 principali società** di capitali italiane con fatturato 2018 superiore ai **20 milioni di euro** e ricavi aggregati pari a **9,1 miliardi di euro**, oltre a 14 imprese internazionali quotate con fatturato superiore a **150 milioni di euro** che hanno segnato ricavi aggregati pari a **5,7 miliardi di euro**.

Seguono il terzetto del podio **Casa Vinicola Botter** a 217 milioni (+10,9%), **Fratelli Martini** a 210 milioni (-2%), **Casa Vinicola Zonin** a 205 milioni (+1,4%), **Enoitalia** a 199 milioni

NEWSLETTER

Inserisci il tuo indirizzo mail per rimanere aggiornato e ricevere notifiche alla pubblicazione di nuovi articoli
Email

Procedendo accetti la privacy policy

Iscriviti alla Newsletter

ABBONATI A WINEMAG.IT

Considera la donazione di 1 euro al mese. Noi continueremo a informarti ogni giorno

Donazione

LA GUIDA DI WINEMAG.IT

#WINEMAG
WINE, FOOD & SPIRIT MAGAZINE
TOP 100 - 2019

Privacy & Cookies Policy

Casa Vinicola Botter è **campione di export nel 2019** con il 93,7% del fatturato, seguita da **Farnese** al 92,0%, **Ruffino** al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, **Mondodelvino** con l'83,3% e **La Marca** all'82,8%.

Con riferimento alle sole esportazioni, il 60% delle imprese si aspetta per il 2020 una flessione delle vendite e, all'interno di queste, il 37,5% prevede che la flessione sarà superiore al 10%. Un quadro peggiore a quello del 2009, quando il 60,6% delle imprese vinicole subì un calo di vendite con una flessione del fatturato del 3,7% e con cadute oltre il 10% che riguardarono il 24,2% delle imprese.

Il 53,4% delle **cooperative**, maggiormente legate al mass market e alla distribuzione attraverso la Gdo rispetto all'Horeca, ha formulato per il 2020 previsioni meno pessimistiche sul fatturato di quelle delle S.p.A. e s.r.l., il 68% delle quali si aspetta **un calo nell'anno in corso** (la quota di cooperative che attende cali di vendite oltre il 10% si ferma al 26,7% contro il 50% delle altre).

Anche la distinzione per tipologia di prodotto porta ad aspettative differenziate. In questo caso sono i produttori di vini spumanti a esprimere attese meno negative rispetto a quelli di vini non spumanti. Tra i primi, il 55,5% prevede perdite di fatturato con una **contrazione dell'export** del 41,2%; quota che sale oltre il 65%, sia per perdite di fatturato che export, per i secondi.

Su queste stime incide la maggiore stagionalità dei **vini spumanti** le cui vendite crescono in misura significativa soprattutto in corrispondenza delle festività di fine anno, periodo entro il quale si auspica il pieno superamento della crisi sanitaria.

In generale, se si assume che **le esportazioni italiane di vino si ridurranno** in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dalla WTO, si stima una contrazione dell'export per i maggiori produttori italiani nel 2020 compresa tra € 0,7 e € 1,4 miliardi.

Quanto al mercato domestico, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla Gdo, si stima fino alla metà di maggio una perdita di oltre € 0,5 miliardi. Ipotizzando per i mesi a seguire una **riapertura dei canali** extra-Gdo a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente, si registrerebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a €0,5 miliardi.

Una fotografia che porta a stimare nel 2020 una **contrazione complessiva** del fatturato per circa €2miliardi, frutto di minori vendite nazionali e estere, con una riduzione stimabile del settore tra il 20% e il 25% rispetto al 2019.

CRESCITA MODESTA

Write SEO-friendly content
Step-by-step instructions on optimizing conte
Try WebSite Auditor free!
WebSite Auditor Do

CERCA NEWS O RECENSIONI

Cerca

GLI EDITORIALI

Cari romani, è ora di scoprire il Lazio: tra vino e relax, cinque cantine con ospitalità

EDITORIALE – Cinque cantine in cui degustare ottimi vini e concedersi una pausa di relax a poche ore da Roma, Viterbo e Frosinone, nel Lazio. Dall'hotel al wine resort, passando per la rusticità galante di una dependance, sono tante le opportunità per i romani (e non solo) a meno...

GLI EDITORIALI NEWS NEWS ED EVENTI

Write SEO-friendly content
Step-by-step instructions on optimizing content for SEO. Try WebSite Auditor fr

Prosecco rosé? Amen!

EDITORIALE – Per cause di forza maggiore, legate a Covid-19, mi trovo in uno sperduto ma...

Cari milanesi, è ora di scoprire l'ospitalità dell'Oltrepò pavese: vicino, bello e buono

EDITORIALE – La forma a grappolo d'uva è un

Privacy & Cookies Policy

I dati preconsuntivi relativi al 2019 indicano che i maggiori produttori italiani hanno chiuso lo scorso anno con una **crescita del fatturato dell'1,1%**, un risultato modesto se confrontato con il quadriennio precedente (2014-2018) in cui le vendite sono cresciute a ritmi compresi tra il 6,7% del 2018 e il 4,7% del 2015.

Il **rallentamento del 2019** è attribuibile alla dinamica negativa del mercato interno (-2,1%) in controtendenza rispetto all'export, che ha segnato una crescita del 4,4% rispetto al 2018 anche se lontano dalle crescite oltre il 7% del triennio 2015- 2017.

Il fatturato di S.p.A. e s.r.l. cresce del 3,2% (+5,1% all'estero), mentre le cooperative segnano un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato domestico (-4,4%,) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%).

Anche gli spumanti hanno rallentato nel 2019 (-0,2%), mentre **i vini non spumanti sono cresciuti** dell'1,5%; per entrambi i comparti, importante è stato il contributo dell'export (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi).

Gli investimenti materiali nel 2019 registrano un decremento del 15,9% sul 2018, dopo quattro anni di forte crescita. La riduzione più importante è quella degli **spumanti** (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%). Tiene l'occupazione, in aumento del 2,6% sul 2018.

L'indice di borsa delle società vinicole Da gennaio 2001 al 3 aprile 2020 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione total return (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al di sopra delle Borse mondiali (+129%).

La capitalizzazione complessiva delle 52 società che compongono l'indice è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una **brusca perdita del 30%** nel 1° trimestre 2020 a seguito del Covid-19 scendendo, a fine marzo 2020, a 35,8 miliardi di

NEWS ED EVENTI

l'Oltrepò pavese è...

GLI EDITORIALI
NEWS
NEWS ED EVENTI

VISITE IN CANTINA

Guerra Primitivo, Bellanova: "Mai in Sicilia". Ottima notizia per la Glera palermitana

EDITORIALE – Civitella d'Agliano Igt, Colli Cimini Igt, Frusinate Igt e Lazio Igt. Sono le quattro...

GLI EDITORIALI
NEWS
NEWS ED EVENTI

1.767
Scopri

Privacy & Cookies Policy

Tra le maggiori solo il 30% delle imprese fa il **bilancio di sostenibilità**, il 25% non ne parla Su un totale di 39 imprese con fatturato superiore a 60 milioni (5,2 miliardi di fatturato aggregato), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato, il 31% del totale) redigono un documento di sostenibilità, in 6 casi si tratta del Bilancio di Sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale.

In tema di certificazioni di sostenibilità, 5 società hanno aderito al progetto ministeriale V.I.V.A., una società ha conseguito la certificazione Equalitas. Altre 20 imprese (2,3 miliardi, 44% del totale) riportano sui propri siti internet alcune informazioni in materia di sostenibilità.

Si tratta principalmente degli **aspetti ambientali** e delle certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Le restanti 12 società (1,3 miliardi, 25% del totale), di cui il 60% circa sono familiari, non fanno alcun riferimento alla sostenibilità nei propri siti.

DELLO STESSO AUTORE

- Decreto Liquidità Cura Italia, esulta la Rete #ilvinononsiferma: "Ora procedure snelle"
- Cantine aperte insieme, brindisi online da record con il Movimento turismo del vino
- Morellino di Scansano, il vino dei quarantenni: lo dice una ricerca Wine Intelligence
- Invasione di cavallette in Sardegna, Coldiretti: "Catastrofe biologica"
- Nomisma, Piero Gnudi nella storia: presidente per il terzo mandato consecutivo

Redazione WineMag.it

WineMag.it, giornale italiano di vino e gastronomia, è una testata giornalistica registrata in Tribunale, con base a Milano. Un quotidiano online, sempre aggiornato sulle news e sulle ultime tendenze dell'enogastronomia italiana e internazionale. La direzione del wine magazine è affidata a Davide Bortone. Editiamo con cadenza annuale la "Guida Top 100" migliori vini italiani. Apprezzi il nostro lavoro? Abbonati a WineMag.it, con un euro al mese

27

NEWS NEWS ED EVENTI

SOSTIENI WINEMAG.IT

Sostieni winemag, voce libera e indipendente della cronaca enogastronomica italiana

Donazione

« Sorpresa in Valpolicella: scoperta una Villa romana sotto a un vigneto di Negrar

Cantina Bolzano, breccia nel Vinmonopolet: la Norvegia è la nuova frontiera »

ALTRI ARTICOLI DALLA STESSA CATEGORIA

Cari romani, è ora di scoprire il Lazio: tra vino e relax,

Decreto Liquidità Cura Italia, esulta la Rete

Prosecco, il vino più certificato durante la

ULTIMI ARTICOLI

Cari romani, è ora di scoprire il Lazio: tra vino e relax, cinque cantine con ospitalità

EDITORIALE – Cinque cantine in cui degustare ottimi vini e concedersi una pausa di relax a poche ore da Roma, Viterbo e Frosinone, nel Lazio. Dall'hotel al wine resort, passando per la rusticità galante di una dependance, sono tante le opportunità per i romani (e non solo) a meno...

GLI EDITORIALI NEWS NEWS ED EVENTI

Decreto Liquidità Cura Italia, esulta la Rete #ilvinononsiferma: "Ora procedure snelle"

Grande soddisfazione tra i vignaioli della Rete #ilvinononsiferma,...

NEWS NEWS ED EVENTI

Prosecco, il vino più certificato durante la pandemia: 160 milioni di bottiglie su 773

Nel settore vitivinicolo, nel quadrimestre febbraio-maggio, quindi in...

NEWS NEWS ED EVENTI

Cosa sappiamo dell'olio di oliva italiano? Ce lo spiega uno svedese: Mattias Bråhammar

Olio di oliva italiano. Si fa presto a...

Privacy & Cookies Policy

ISSN 2532-0971 - ANNO IV - VVQ NUMERO 3 - APRILE 2020 • WWW.VIGNEVINIEQUALITA.IT

POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN ABBONAMENTO POSTALE - DL 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N. 46) ART.1, COMMA 1, DCB

VVQ

vigne, vini & qualità

edagricole | tecniche nuove
www.tecnichenuove.com

Enervin®

Fungicidi antiperonosporici

Raccogli tutto il potenziale

Sponsored by

BASF
We create chemistry

AGROFARMACI AUTORIZZATI DAL MINISTERO DELLA SALUTE A BASE DI INITIUM E ALTRI PRINCIPI ATTIVI. N. REGISTRAZIONE 14812, 15264, 15008, 14697, E 17311. SEGUIRE ATTENTAMENTE LE ISTRUZIONI RIPORTATE IN ETICHETTA. USARE I PRODOTTI FITOSANITARI CON PRECAUZIONE. PRIMA DELL'USO LEGGERE SEMPRE L'ETICHETTA E LE INFORMAZIONI SUL PRODOTTO. SI PREGA DI OSSERVARE LE AVVERTENZE, LE FRASI ED I SIMBOLI DI PERICOLO RIPORTATE IN ESSA.

I pionieri dell'LCA in cantina

Il percorso di sostenibilità intrapreso da Mondodelvino ha fatto propria, già in tempi non sospetti, la metodologia proposta dalla Commisione Europea

MARIA LUISA DOLDI

Mondodelvino ha iniziato già nel 2016 un percorso di sostenibilità aziendale basato su metodi internazionalmente conosciuti e scientificamente molto solidi, divenendo in questo senso un pioniere per il settore

Vista l'importanza della sostenibilità ambientale e la necessità di un minor impatto di tutte le attività umane per poter fare fronte alla crisi climatica e alla scarsità di molte risorse, nel 2013 la Commissione europea ha proposto degli strumenti per poter misurare in maniera metodologicamente e scientificamente solida l'impatto di prodotti, processi e organizzazioni, invitando i vari settori produttivi ad adottare tali metodologie e farle proprie nell'ottica di una economia sempre più decarbonizzzata. Nella raccomandazione 2013/179/UE la Commissione europea descrive gli strumenti di analisi PEF e OEF (Organisation Environmental Footprint) per la determinazione dell'impronta ambientale di prodotti, processi e organizzazioni. Entrambi questi strumenti si basano sulla metodologia LCA (Life Cycle Assessment). Nel settore del vino tale metodologia non è ancora molto diffusa. Nemmeno in quello italiano che, in quanto a schemi volontari, percorsi, certificazioni e marchi per indicare la sostenibilità del prodotto, non scarseggia proprio: qualche anno fa, un censimento delle possibilità disponibili in Italia per indicare la sostenibilità del vino, ne contò circa 15. Troppe per poter comunicare in modo efficace e obiettivo un concetto di sostenibilità del prodotto: si crea confusione e si abusa della fiducia del consumatore oltre che della sua pazienza, col rischio di renderlo indifferente a un concetto invece tanto importante. Per fare fronte a questa situazione tanto frammentaria quanto confusa, i Ministeri dell'Ambiente e delle Politiche Agricole con il settore nazionale del vino italiano stanno lavorando a un piano unico per la sostenibilità e probabilmente a breve si vedranno i risultati di questo lavoro. Nel frattempo, c'è chi, partendo in tempi non sospetti, in cui la LCA era ancora veramente un tema per addetti ai lavori, ha messo a punto un percorso di sostenibilità aziendale facendo propria la metodologia proposta dalla Commissione europea, quindi senza creare nulla di nuovo e senza alimentare la confusione già presente.
In dialogo con Luca Chiusano, Responsabile Ricerca e Sviluppo, Mondodelvino SpA.

Mondodelvino ha iniziato a definire già nel 2016 un percorso di sostenibilità per la propria azienda basato su rigore scientifico e criteri definiti a livello europeo

Come mai questa scelta, allora isolata, quando vi erano anche altri schemi disponibili in Italia e magari più semplici da attuare?
Quando ci siamo messi alla ricerca di un percorso di sostenibilità da adottare per il nostro Gruppo, eravamo già consapevoli della difficoltà che avremmo trovato nel decidere quale percorso scegliere nel "mare magnum" dell'offerta di schemi e certificazioni disponibili. A noi serviva uno strumento che fosse standardizzato a livello internazionale, oltre che rigoroso. Solo con questo approccio, secondo noi, è possibile dire quale risultato ambientale sia più solido di altri o quale descriva meglio la realtà; altrimenti non è nemmeno possibile fare un confronto tra prodotti della stessa categoria merceologica. Per questo abbiamo deciso di non alimentare

Luca Chiusano, Responsabile Ricerca e Sviluppo, Mondodelvino SpA

la confusione già presente, magari creando un percorso nuovo, ma di scegliere un percorso già esistente, ampiamente riconosciuto e scientificamente molto solido. E così, senza inventare nulla di nuovo ma utilizzando strumenti già disponibili e testati, siamo arrivati ad adottare la metodologia LCA e, nello specifico, gli strumenti di analisi delle performance ambientali OEF e PEF.

Cosa caratterizza questa metodologia?

La OEF – Organisation Environmental Footprint e l'omologa PEF (stessa cosa ma sul singolo prodotto) misurano l'impronta ambientale di un'organizzazione o di un prodotto, basandosi sull'analisi di Life Cycle Assessment (LCA), un metodo internazionalmente conosciuto e scientificamente molto solido che, non a caso, è alla base del pacchetto di norme ISO quali la Certificazione ambientale ISO 14001. Il concetto di impronta ambientale è stato introdotto nel 1990 da Mathis Wackernagel e William Rees, due ricercatori dell'Università della British Columbia ed è un concetto di grande forza, un indicatore importante per monitorare come materia ed energia vengono impiegate in un processo produttivo (quindi non solo del vino). OEF e PEF - e quindi l'LCA - hanno il vantaggio di misurare gli impatti lungo tutto il ciclo di vita di un prodotto/processo o servizio, risultando, di fatto, lo strumento più completo per fare analisi ambientali.

Qual è il plus valore di questa metodologia rispetto ad altre?

Innanzitutto, la solidità scientifica: basiamo le nostre strategie di miglioramento/efficientamento su dati oggettivi. L'analisi è eseguita attraverso la quantificazione di tutti i materiali e i consumi energetici in input e tutte le emissioni e i rifiuti in output legati o all'attività di un'azienda o alla produzione di un prodotto o servizio. In questo modo si identificano i cosiddetti "hot spot", cioè i punti del processo più impattanti e i relativi passaggi più impattanti. Uno studio LCA ha un approccio "dalla culla alla tomba" ovvero olistico: prende in considerazione elementi come l'estrazione o la produzione delle materie prime, la fornitura dei materiali di imballaggio, le attività legate alla produzione, ma anche i trasporti, la fase d'uso e, in ultimo, il fine vita con dati medi su smaltimento, possibilità di riciclo o di riutilizzo. Gli impatti di un'azienda si dividono in diretti (ciò che è sotto il suo diretto controllo) e indiretti (ciò che esula dal suo diretto controllo). È dunque un'analisi molto completa e basata su metriche e calcoli solidi: è la base di moltissime analisi ambientali in tanti settori diversi. Un elemento di valore ulteriore è la possibilità di confronto: poiché basate su standard internazionali la OEF e la PEF creano le condizioni necessarie per confronto e comparazione delle prestazioni ambientali di prodotti appartenenti alla medesima cate-

Uno studio LCA ha un approccio "dalla culla alla tomba" ovvero olistico: prende in considerazione elementi come l'estrazione o la produzione delle materie prime, la fornitura dei materiali di imballaggio, le attività legate alla produzione, ma anche i trasporti, la fase d'uso e, in ultimo, il fine vita con dati medi su smaltimento, possibilità di riciclo o di riutilizzo

goria merceologica, altrimenti non confrontabili. In un mercato globale, questo ci sembra un importante plus valore. Con la applicazione di questa logica – unitaria e standardizzata - si potrebbe arrivare a un servizio al consumatore simile a quello delle etichette energetiche usate per gli elettrodomestici: grazie ad esse è facile per i consumatori confrontare i prodotti della stessa categoria e scegliere, volendo, quello con il profilo ambientale migliore.

Quali sono secondo voi, i punti deboli di questo sistema?

Indubbiamente la complessità, che è anche, secondo me, il motivo per cui quello di LCA non è un metodo ancora molto diffuso. Non è facile fare analisi di LCA, disporre di tutti i dati di processo necessari, ecc.; è complesso anche per aziende strutturate come la nostra e credo che, per aziende di piccole dimensioni, questo richieda uno sforzo non indifferente. Ma devo anche dire che esistono strumenti semplificati, pensati proprio per questi casi. Inoltre, si potrebbe pensare ad analisi di LCA a livello consortile o di territorio. Più in generale, occorrerebbe maggior cultura scientifica per vedere l'importanza di basare analisi (e dunque decisioni) su numeri derivati da esami solidi.

Progetto open end

Già prima del 2016, però, voi avete messo in campo misure ambientali...

Sì. Il gruppo è sempre stato molto sensibile al tema ambientale: fino ad allora avevamo già messo in atto diverse misure, quali ad esempio, l'installazione di pannelli fotovoltaici, la gestione della raccolta differenziata, il trattamento di tutte le acque di processo e dei reflui, ecc. Il mio primo passo in azienda è stato quello di mettere a sistema tutte queste precedenti azioni.

Per questo è stato deciso di definire una strategia ambientale aziendale che potesse comporre una figura coerente e che ci permettesse di intraprendere nuove azioni di mitigazione degli impatti e di efficientamento. Abbiamo dunque cercato uno strumento per poter misurare la nostra impronta e quindi individuare quei punti dove l'impatto fosse maggiore.

Nel 2016 abbiamo messo a punto questa strategia organica basata su LCA e in base ad essa abbiamo iniziato a "misurarci".

E il risultato?

Il 2016 corrisponde al nostro anno "Zero", la baseline su cui riferirci per gli anni a venire. Ora abbiamo appena concluso l'analisi sull'anno 2018, così da confrontarlo con il 2016 e stiamo già raccogliendo i dati del 2019 per proseguire a monitorare il trend del nostro profilo ambientale. A livello di bottiglia, abbiamo visto che, in generale, il nostro impatto è allineato a valori che si trovano in letteratura. Invece, a livello di azienda non abbiamo valori con cui confrontarci perché noi siamo la prima cantina in Europa ad aver fatto uno studio del genere. Ciononostante, abbiamo individuato i nostri principali "hot spot", sui quali faremo le nostre valutazioni e metteremo in campo le azioni per migliorare la nostra impronta ambientale. La maggior parte dei nostri impatti sono indiretti: stanno a monte dei nostri cancelli e risiedono nella produzione del vino (uve + vinificazione) e dei materiali da imballaggio. Relativamente agli impatti diretti, invece, ovvero quelli che hanno origine nella nostra azienda, il nostro profilo è migliorato riguardo alla categoria "Climate Change" - emissioni in atmosfera - una delle categorie d'impatto più importanti del nostro settore, segno che gli investimenti sull'efficientamento energetico fatti in questi anni, ad esempio, hanno dato frutto.

Cosa porterà il futuro prossimo?

Continueremo di anno in anno a misurare la nostra impronta e migliorarla dove possibile. La tendenza si vede su un arco temporale più lungo di quanto abbiamo misurato noi fino ad oggi. Ad esempio, le regole europee parlano di almeno 5 anni per capire gli andamenti degli impatti ambientali della fase agricola. Servirà poi, monitorare e intervenire con le nuove conoscenze e tecnologie che via via saranno disponibili. Il progetto è partito nel 2016 ma, a ben vedere, non ha fine perché il processo di migliorare se stessi è un processo "open end". Inoltre, continueremo a essere disponibili per lavori di "formazione" sull'applicazione del modello LCA nel settore del vino. Quest'anno, ad esempio, stiamo seguendo tre tesisti – due ecomomisti e un ingegnere – interessati a questo tema per la loro tesi di laurea.

Standardizzare è necessario

Come vedete l'introduzione di uno schema nazionale unico per descrivere la sostenibilità del vino?

Ritengo che sia un'iniziativa molto positiva e urgente. Il panorama degli schemi di sostenibilità in Italia è troppo variegato, troppo disarmonico e frammentario e questo non permette di sfruttare il potenziale che potrebbe avere uno schema ambientale se fosse unico, standardizzato, nazionalmente riconosciuto. Ben venga, dunque, uno schema unico a livello italiano: contribuirebbe a imporre una linea italiana a livello internazionale e manderebbe un messaggio di unità del sistema vino italiano. Quindi, non può che far del bene. Per quanto ci riguarda lo stiamo attendendo e, una volta uscito, potremo capire come accordarlo con il nostro modo di misurare le performance.

Come vedreste una strategia comune per il settore nazionale del vino basata sulla LCA?

Personalmente sono un grande sostenitore di questa strategia, proprio per la sua solidità, internazionalità e per tutti i vantaggi che queste caratteristiche comportano.
Come detto precedentemente, mi rendo conto che è una metodologia complessa e prima di abbracciarla per un settore intero, variegato come quello italiano, sarebbe necessario adeguarla ad esso. Rimango però dell'opinione che una strategia comune basata su questa metodologia possa veramente essere un ottimo e reale indicatore di sostenibilità, senza incorrere in indesiderati effetti di "green washing" o di eccessiva leggerezza dei parametri, il che svilirebbe il senso di misurazioni di questo tipo.

Nel Quadro delle iniziative di promozione della green economy, l'Italia ha accolto le istanze europee facendo nascere il marchio Made Green Italy, istituito con la legge n. 221/2015 (Collegato ambientale): uno strumento per incrementare la competitività del sistema produttivo nel contesto della crescente domanda di prodotti a elevata qualificazione ambientale sui mercati nazionali e internazionali. Il Made Green Italy utilizza la metodologia per la determinazione dell'impronta ambientale dei prodotti (PEF) definita nella Raccomandazione 2013/179/UE della Commissione Europea del 9 aprile 2013.