

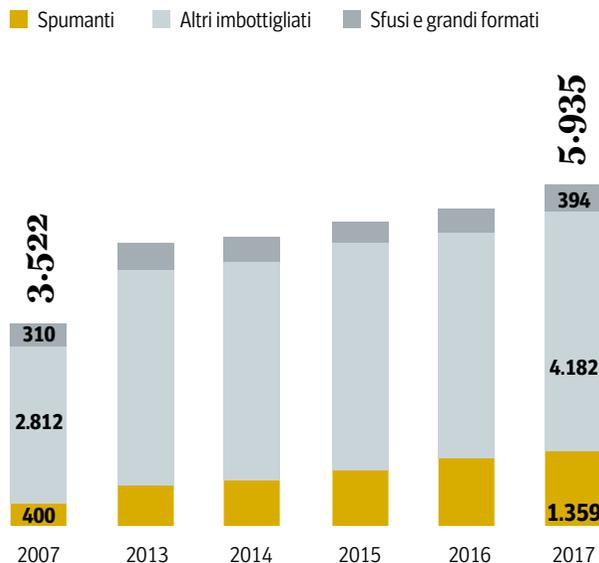
34

Imprese

MADE IN ITALY DA ESPORTAZIONE

Balzo frizzante

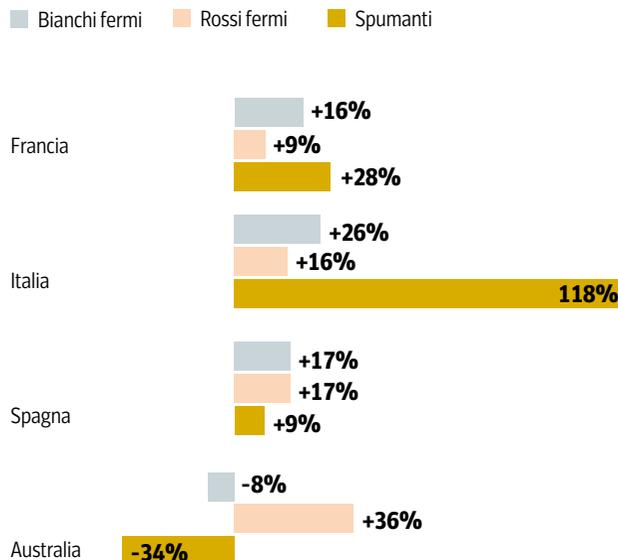
Export di vino dall'Italia per tipologia, milioni di euro



Fonti: winemonitor.it; elaborazione Anna Di Martino per l'Economia

Fenomeno prosecco

Variazione valori export 2017 2018



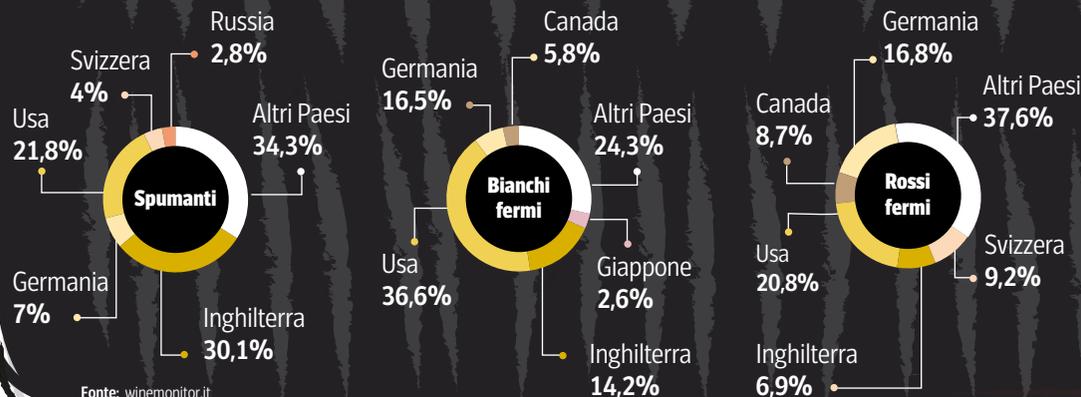
La Top Ten della grande distribuzione

Stima delle quote di mercato dei dieci maggiori operatori nella Gdo sul totale delle vendite del vino confezionato

	Quote di mercato	Etichette più vendute
Caviro	7%	Tavernello, Botte buona
Gruppo italiano vini	4%	Tura Lamberti, Bigi, Rapitalà, Cavicchioni
Cantine Riunite & Civ	3%	Maschio, Righi, Garzellino
Due tigli-Terre Cevico	2%	San Crispino, Galassi, Terre Cevico
Caldirola	2%	La Cacciatora, Gattopardo
Cavit	1,5%	Mastri Vernacoli, Terre fredde, Muller
Verga	1%	Verga, Le Rovole
Cielo e Terra	1%	Freschello
Chiarli	1%	Villa Cialdini, Pignoletto Montevoglio
Cecchi	1%	Morellino La Mora, Chianti Cecchi

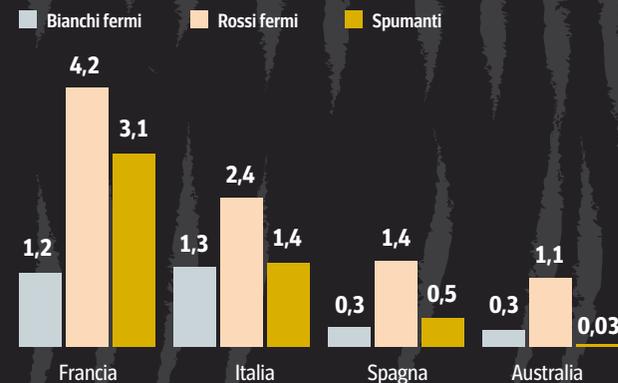
In giro per il mondo

Export di vino imbottigliato per tipologia; dati 2017



Nel bicchiere

Export di vino imbottigliato per tipologia; dati 2017. Milardi di euro



Chi vende di più tra gli scaffali

Il supermercato è la cantina preferita dagli italiani

Sempre più difficile. La vendita di vino attraverso i canali della grande distribuzione organizzata mette a dura prova capacità e nervi delle cantine italiane. Migliaia di etichette sugli scaffali, concorrenza sui prezzi, promozioni, riducono i margini operativi delle aziende e impongono una continua guerra di posizione: passa infatti da questo canale più del 75% del vino che si consuma in Italia.

Com'è andata nel 2017? L'Istituto di ricerca Iri, che ogni anno fotografa per conto del Vinitaly i consumi di vino nella grande distribuzione, mette a fuoco prima di tutto due dati: gli italiani hanno acquistato in totale 648 milioni di litri tra vini fermi,

frizzanti e spumanti e hanno speso in totale poco più 1,8 miliardi. In pratica, hanno consumato lievemente meno (-0,2% in volume), ma hanno speso circa il 2% in più, a conferma che si compra meno, ma meglio. In particolare, il prezzo medio a litro del vino confezionato è stato di 2,85 euro, per salire a 4,54 euro con bottiglie più pregiate (Doc, Docg e Igt), oltre il 2% in più sul 2016. Interessante notare, secondo l'Iri, l'impegno delle catene distributive finalizzato al recupero del valore dei vini.

Ma quali sono le aziende più forti nella grande distribuzione? Non esiste una graduatoria ufficiale, rigorosamente top se-

cret. Ma tenendo conto delle etichette e dei marchi più familiari negli scaffali è possibile ricostruire un'esclusiva top ten della grande distribuzione. La numero uno è Caviro, mamma fortunata del Tavernello e dei vini «Botte buona» che alimentano una quota di mercato superiore al 7% in valore (equivalente a un fatturato di oltre 100 milioni di euro) che sale fino al 13% sul volume dei litri venduti. Al secondo posto c'è Giv, per il quale è più alta la quota in valore (4% circa) rispetto a quella sui volumi (circa 3%) a riprova di una tipologia di vini di taglio superiore.

Vini frizzanti a fiumi caratterizzano le vendite delle Cantine Riunite Civ, titolari



Sorprese

Cesare e Andrea Cecchi proprietari dell'omonima azienda vinicola che ha registrato un vero exploit nei supermercati

di una fetta di mercato di oltre il 3% sia in valore che in volumi. I ricavi di Giv e Riunite oscillano tra i 50 e i 60 milioni, mentre, secondo gli esperti, scendendo al di sotto dei primi tre si passa a fatturati da 30 milioni in giù. Al quarto posto la Due Tigli del gruppo Terre Cevico, detiene una quota di mercato di circa il 2%. Al quinto posto Caldirola si colloca al di sotto del 2% in termini di valore, superando il 2% in fatto di litri venduti. Va al galoppo Cavit, le cui quote di mercato scavalcano l'1%, segue la casa vinicola Natale Verga con poco più dell'1%, quindi la Cielo e Terra. Ma il vero exploit è di Cecchi. L'azienda toscana che ha quote di mercato superiori all'1%, ha messo a segno i maggiori incrementi del giro d'affari (nell'ordine del 10%), vantando anche un prezzo medio tra i più elevati (porta il suo nome anche l'etichetta di Chianti più venduta).

Anna Di Martino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GIOVANI, NEW ENTRY E GRIFFE NEL CLUB DA CENTO MILIONI

Cantine Riunite e Caviro si confermano le regine del fatturato. Mondodelvino e Ruffino gli ingressi tra i big di testa, Antinori sale terzo posto della graduatoria

di Anna Di Martino

Più due. Al giro di boa dell'esercizio 2017, si allunga di due posti la tavolata delle maggiori aziende vitivinicole italiane, con un giro d'affari superiore a 100 milioni. Entrano nell'esclusivo club over 100, due marchi protagonisti di una crescita superiore alla media e divisi da pochi spiccioli: il Mondodelvino group, giovane realtà con base a Forlì che si piazza al diciassettesimo posto con 106,84 milioni di ricavi (più 10% sul 2017) e la Ruffino, importante braccio italiano dell'americana Constellation brands, che entra a quota 18 con 106,83 milioni (più 8%). Sale così a 19 il numero dei big del mercato: due in più dello scorso anno e 5 in più rispetto alla fotografia a fine 2016.

L'exploit dei marchi

In occasione della 52ma edizione del Vinitaly, ecco nella tabella in pagina l'anticipazione di alcuni dati dei maggiori competitor alla testa dell'esclusiva classifica delle più grandi cantine italiane che sarà pubblicata nelle prossime settimane. Al di là delle new entry, la classifica 2017 contiene un'altra grossa novità: conquista il terzo posto e sale sul podio, una griffe prestigiosa del made in Italy, la Marchesi Antinori: realtà privata squisitamente produttrice, è sinonimo di altissima qualità, come rivela anche il suo fatturato di oltre 202 milioni (per il solo core business vino), alimentato da una produzione di 23,4 milioni di bottiglie, nettamente inferiore a quella delle altre aziende di dimensione analoga. Tutti insieme, i 19 big rappresentano un fatturato che supera i 3,3 miliardi, esportazioni per più di 2,3 miliardi e una produzione di oltre 1,2 miliardi di bottiglie.



Dinastie
Albiera Antinori

Sul podio

Ancora una volta, al vertice del mercato c'è la cooperativa emiliana Cantine riunite con il controllato Giv, che alimenta la sua capogruppo con ricavi per 385 milioni. Al secondo posto, con un fatturato della sola divisione vino di 220,7 milioni (l'unico in lieve flessione tra i big) c'è la Caviro di Faenza, cui fa capo il 10% della produzione nazionale di uva. In totale la cooperazione si aggiudica

otto posti nel club over 100. Chi li occupa? Oltre alla coppia sul podio, ci sono le due eterne rivali trentine Mezzacorona (il suo incremento non è significativo perché il fatturato 2016 era di soli 11 mesi) e Cavit, al sesto e settimo posto. A quota 12 troviamo la sorprendente La Marca vini e spumanti, specializzata nella produzione di Prosecco: sbarcata nell'Olimpo un anno fa, è già salita di quattro posizioni, grazie a una crescita di oltre il 30%. Ancora una coop che cor-

Continua la lotta tra le coop e le famiglie. Le prime 19 aziende fatturano 3,3 miliardi

re: è il gruppo Collis Veneto che cresce dell'8% superando Terre Cevico, mentre Cantina di Soave tiene la sua posizione al tredicesimo posto.

Tra le cantine private, la Zonin 1821 cede il passo ad Antinori scendendo al quarto posto con ricavi per oltre 200 milioni. Si scende sotto 200 con la piemontese Fratelli Martini che sfoggia un altro anno al galoppo (ricavi +13,3%) guadagnando posizioni; cresce di oltre l'8% la Carlo Botter, numero uno all'export e vola anche Enoitalia (+14,5%) salendo al nono posto. Si conferma tra i protagonisti più in forma del settore il gruppo Santa Margherita, fresco di shopping in Lombardia (Ca Maiol) e Sardegna (Cantina Mesa). Le due acquisizioni entrano sul filo nel consolidato che raggiunge i 168,7 milioni. Ha appena allargato la sua rete anche l'Italian Wine Brands, quotata all'Aim con un flottante dell'80%: undicesima, con 149,7 milioni, ha acquisito, attraverso la controllata Giordano, la torinese Pro.di.ve. proprietaria della piattaforma di vendita on line Svinando wine club (centomila utenti registrati, 1 milione di fatturato).

	Fatturato (milioni di euro)		Incremento	Bottiglie (milioni)	Export (milioni)
	2017	2016			
Over 100 Dati 2017					
Cantine Riunite & Civ	594,2	566,1	5%	213,8	399,9
di cui: Gruppo Italiano Vini	385	365	5,5%	89,3	294
Gruppo Caviro	220,8	227,2	-2,8%	254,8	75,8
Marchesi Antinori	202,3	195,1	3,7%	23,4	114,1
Zonin 1821	201	193	4,2%	50,9	172,8
Fratelli Martini	194	171,3	13,3%	84	174,4
Gruppo Mezzacorona	184,7	163,4	ns	49	153,3
Cavit	182,5	177,9	2,6%	70	146,1
Casa Vinicola Botter Carlo & C.	179	165	8,5%	86,3	171,8
Enoitalia	168,9	147,5	14,5%	98	128,6
Gruppo Santa Margherita	168,7	157	7,4%	20,4	116,5
Italian Wine Brands	149,8	146	3,8%	48	112,5
La Marca Vini e Spumanti	131,4	101	30,1%	42	108,7
Cantina di Soave	118	116	1,6%	35	47
Collis Veneto Wine Group	115	106	8%	18	32,5
Terre Cevico	112,7	110,7	1,9%	72,5	33,3
Schenk Italian Wineries	109,8	108,3	1,4%	55,6	90,8
Mondodelvino Group	106,8	97	10,2%	63,5	91,2
Ruffino	106,8	98,7	8,2%	26,1	99,7
Marchesi Frescobaldi	105	101,2	3,8%	11,6	65,6

Fonte: elaborazione Anna Di Martino per L'Economia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Spedito e bevuto: l'export in tempi di dazi

Spedire una bottiglia di vino o prosecco italiano nel mondo, al netto della guerra dei dazi in atto tra Cina e Usa non è semplice. Le aziende devono essere in grado di interpretare le normative dei vari Paesi in fatto di tasse e dazi doganali, senza incappare in spiacevoli imprevisti. A questo e molto altro pensa Mbe Wine, la soluzione che il network Mail Boxes Etc. offre sia ai clienti business che all'utenza privata, per la spedizione di bottiglie di vino in Italia e all'estero. Produttori vinicoli, grossisti, titolari di enoteca, ristoratori, sommelier o semplicemente appassionati, chiunque abbia la necessità di inviare vino o Prosecco per vendita o uso personale, può affidarsi ai centri Mbe che si prendono cura dell'intera gestione: dal ritiro personalizzato all'imballaggio con materiali tecnici che ne garantiscono l'integrità, dalla gestione della documentazione alle pratiche doganali, ai dazi fino al tracciamento completo che va dalla spedizione alla destinazione. «Il nostro obiettivo — spiega il chief operating officer Giuseppe Rudi — è offrire una soluzione e che consenta a chiunque debba spedire vino di concentrarsi sulla commercializzazione del prodotto o sulla sua degustazione, lasciando a noi la sicurezza che il vino arrivi a destinazione nei tempi richiesti». E senza preoccuparsi di procedure o tasse particolari, anche per usi personali. La società di spedizione verrà premiata il prossimo 14 aprile da American Chamber proprio per aver sviluppato un servizio unico di spedizione del vino degli Stati Uniti per uso personale.

Barbara Millucci

© RIPRODUZIONE RISERVATA