

# LE 27 CANTINE ECCELLENTI IL CLUB «OVER 100» DETTA LA LINEA

Rappresentano da sole il 41% del fatturato 2024 del mercato vitivinicolo italiano e il 47,5% del totale export. Chi sono? Le magnifiche 27 del club over 100 milioni. Ovvero le aziende che hanno chiuso l'ultimo esercizio con più di 100 milioni di incassi e figurano al vertice della classifica delle oltre 100 cantine più grandi d'Italia (che *L'Economia* pubblicherà nei prossimi mesi). Più di 6 miliardi di fatturato totale, 3,8 miliardi di esportazioni, 2,2 di giro d'affari in Italia: sono questi i dati 2024 del «club over 100 milioni», che conta 27 soci.

C'è una *new entry*: è la **Cantina di Conegliano Vittorio Veneto Casarsa**, la maggiore cooperativa di primo grado nelle aree di produzione del Prosecco, frutto del matrimonio con la **Viticoltori friulani La Delizia** celebrato lo scorso anno. Più di 5.600 ettari di vigneti, 1.516 soci, 149,8 milioni di ricavi, la neonata *supercoop* presieduta da Stefano Zanette figura alla 19esima posizione di questa graduatoria dei big. E c'è anche un'uscita: lascia il club la **Contri Spumanti**, casa spumantistica controllata dalla Hyle Capital Partners, scesa sotto i 100 milioni di fatturato (95,6 milioni).

Una prova in più della difficile annata vissuta dal mercato vinicolo. Basti pensare che anche in questa rosa dei più grandi, sono nove le aziende con il segno meno davanti al fatturato: 5 realtà private — **Iwb**, **Herita Marzotto wines estates**, **Gruppo Lunelli**, **Schenk Italian wineries** e **Gruppo Ruffino** — e 4 cooperative: **Caviro**, **Cavit**, **Mezzacorona** e **Cadis 1898**. Altri cinque brand hanno chiuso i conti con un sostanziale pareggio: le coop **Cantine Riunite** e **Vignaioli veneti friulani** e le private **Fratelli Martini**, **Marchesi Frescobaldi** e **Villa Sandi**. Infine in 13 vantano il segno più.

## Il podio

Ancora una volta al vertice c'è la cooperativa **Cantine Riunite & Civ**, presieduta da Corrado Casoli, con un giro d'affari di 676,6 milioni, alimentato in larga parte dal controllato **Gruppo italiano vini** che contribuisce con ben 428 milioni.

Sul secondo gradino del podio c'è **Argea**, la maggiore realtà privata di taglio prevalentemente industriale che raccoglie sotto il suo cappello anche aziende di produzione, come **Zaccagnini** in Abruzzo. Guidata dal ceo Massimo Romani, fatturato 464,2 milioni, Argea ha appena potenziato il suo giro d'affari (che salirà fino a 280-290 milioni) con l'acquisizione dell'importatore Usa **WinesU**, che amplifica la presa sul mercato americano. È il



Fonte: elaborazione Anna Di Martino per L'Economia del Corriere della Sera

Una «new entry» e un'uscita tra le aziende con almeno 100 milioni di ricavi, che ora si preparano a nuove sfide. Come? Con le solite strategie vincenti

di ANNA DI MARTINO

braccio vinicolo della Sgr Clessidra e si è strutturata come un polo di aggregazione con ambizioni di leadership.

Al terzo posto, con 401,9 milioni, **Italian wine brands**: competitor di taglio industriale, *export oriented*, ha forti obiettivi di crescita. Ai comandi di Alessandro Mutinelli, Iwb ha celebrato i suoi primi dieci anni di quotazione in Borsa, con risultati sopra la media.

Ai piedi del podio, il consorzio **Caviro**: il consolidato di 385,2 milioni cala sotto i 400 milioni, penalizzato da un

decremento dell'8,9% dovuto anche alla decisione di puntare su prodotti a maggiore marginalità, a costo di ridurre i volumi. Importante l'impegno in **Caviro Extra**: il gruppo di Faenza guidato dal direttore generale Gianpaolo Bassetti, trasforma gli scarti della vini-

**Tra i big, 9 hanno chiuso con fatturati in calo, 5 sono rimasti stabili e 13 sono cresciuti**

ficazione producendo bioenergia e fertilizzanti naturali. Le performance delle altre coop presenti nel club dei big sono nell'articolo qui sotto.

## Il peso del brand

Con 262,5 milioni di fatturato, relativi al solo *core business* vino, ecco al quinto posto, la **Marchesi Antinori**, primo gruppo di produzione pura, proprietario di 3.350 ettari vitati, la più importante realtà viticola nazionale. Guidata dal ceo Renzo Cotarella, la *maison* toscana da 27 generazioni della famiglia Antinori ha chiuso l'anno con una crescita del 7,14%, grazie anche al contributo della **Vinattieri 1385**, società costituita in Napa Valley e operativa dallo scorso anno, con cui importa direttamente i propri vini in Usa. Ma non solo. La crescita costante

## I numeri

# E le cooperative fanno la voce grossa

**A**umenta il peso delle coop nel club «over 100 milioni»: in 12 (una più dello scorso anno), rappresentano oltre un terzo del giro d'affari complessivo dei 27 big.

Sono lo stato maggiore della cooperazione vinicola nazionale e insieme contano un fatturato di 2,9 miliardi, 1,5 miliardi di export e 1,3 milioni di bottiglie. Dopo **Riunite**, **Caviro** e la *new entry* **Conegliano**, partiamo dal sesto e settimo posto con **Cavit** (253,3 milioni) e **La Marca vini e spumanti** (251 milioni). In buona forma, il consorzio trentino guidato da Enrico Zanoni registra una flessione del fatturato (-5,8%) dovuta alla cessione delle attività non strategiche dell'ex controllata Casa Girelli ora fusa nella capogruppo. Torna a correre sull'onda del Prosecco La Marca presieduta da Claudio Venturin (+11,56).

Al decimo posto **Collis Veneto wine group**, con un fatturato di 219,3 milioni (+4,3%). Dopo la trasformazione in coop di primo grado, la realtà veneta guidata da Pierluigi Guarise vuole ampliare la presenza estera e in Italia ha rilanciato la catena monomarca Cantina Veneta che conta già 36 negozi per un giro d'affari di 12,6 milioni. Presieduta da Luca Rigotti, segue **Mezzacorona** con 212,4 milioni. Coop trentina di primo grado, è molto forte all'export: più dell'88% del suo fatturato passa la frontiera. Al tredicesimo posto, **Terre Cevico** ha raggiunto i 206,2 milioni (+4,8%). La realtà romagnola presieduta da Franco Donati presenta il suo primo consolidato da coop di primo grado.

Segno più (4%) per **Vi.V.O. cantine**, tra le maggiori realtà del Veneto orientale titolare di un fatturato di 178,2 milioni. Presiedu-

ta da Franco Passador, la coop ricerca nuovi mercati di sbocco e punta sull'innovazione. Sale a quota 20 la siciliana **Cantine Ermes** presieduta da Rosario Di Maria: 142,7 milioni di fatturato (+3,17%). Tra le coop di 1° grado, Ermes, con 13.646 ettari di vigneto, è la più grande per superfici vitate ed è anche l'unica multiregionale, con presenze in Sicilia, Veneto, Puglia, Abruzzo, Emilia Romagna e Lombardia.

Flette dell'8% il fatturato dell'ultracentenaria cooperativa veneta **Cadis 1898** guidata da Alberto Marchisio oggi a quota 24 con 129,1 milioni. Chiude al 25mo posto, la **Vignaioli Veneto Friulani** presieduta da Stefano Berlese, anche socia di La Marca: 109,5 milioni di fatturato, risultato in linea con lo scorso esercizio.

A. D. M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Medaglia d'oro**  
Corrado Casoli, presidente  
Cantine Riunite & Civ



**Argento**  
Massimo Romani,  
al vertice di Argea



**Bronzo**  
Alessandro Mutinelli,  
presidente e ceo di Iwb



**Produzione**  
Albiera Antinori, presidente  
di Marchesi Antinori

Pparrà

della blasonata cantina presieduta da Albiera Antinori, premia una strategia operativa di lungo periodo lineare, mai sopra le righe anche in tempi di euforia, e dimostra una volta di più quanto continuo i brand di valore e la reputazione aziendale, specie quando il mercato è più difficile.

All'ottavo posto uno dei più brillanti protagonisti del mercato: **Herita Marzotto wine estates**, nuovo nome della proprietà dei fratelli Marzotto che prende il largo al compimento dei primi 90 anni di storia dell'ex gruppo Santa Margherita. Dieci tenute in Italia e presenze dirette in Usa, con la società import **Santa Margherita Usa** e con 40 ettari in produzione in Oregon, la casa veneta presieduta da Gaetano Marzotto e guidata dall'amministratore delegato Andrea Conzonato ha chiuso l'ultimo esercizio con un decremento del 2,7% legato al rallentamento dell'attività in alcuni mercati esteri.

### Il giro d'Italia

La **Fratelli Martini**, proprietà di Gianni Martini, ha registrato risultati in linea con l'anno precedente: *habitué* del club, occupa oggi il nono posto con 233 milioni. Guadagna terreno, torna sopra i 200 milioni e sale a quota 12, il gruppo **Zonin 1821** con un fatturato di 209,3 milioni in crescita del 7,85%. Presieduto dai fratelli Zonin e guidato da Pietro Mattioni, oltre al brand Zonin presente in 100 mercati, il gruppo vanta tenute di pregio come Castello di Albola in Toscana o Ca' Bolani in Friuli. È recente l'accordo con la famiglia Bocelli per la distribuzione internazionale dei vini **Bocelli831**, la creazione di nuove etichette e la cura del marchio Bocelli831.

Si consolida al 14esimo posto, superando i 200 milioni, **Mack Schuhle Italia**, ora a quota 205,6 milioni. Diretta da Stefano Pesenti, l'azienda imbotigliatrice pugliese che lavora con la grande distribuzione organizzata, sfoggia un incremento del 19,5%. Continua a scalare posizioni la **Mionetto** di Valdobbiadene, salendo al quindicesimo posto con 180,9 milioni, pari a un incremento del 17,87%. L'azienda, di cui è direttore tecnico e *wine maker* Alessio del Savio, fa capo al gruppo tedesco Henkell-Freixenet ed è tra i marchi leader del Prosecco docg.

Ancora in crescita il gruppo toscano **Piccini**, dell'omonima famiglia: +6,5% fatturato a 179 milioni, 17esimo posto. A quota 18 una delle più importanti griffe del Vigneto Italia: **Marchesi Frescobaldi**. *Maison* toscana di pura produzione, presieduta da Lamberto Frescobaldi, ha un fatturato di 165 milioni ed è una delle bandiere del made in Italy nel mondo. Segue al 21esimo posto il gruppo **Lunelli** con 138,5 milioni: proprietà dell'omonima famiglia, tra le più affermate nel mondo vino, vanta nel suo portafoglio bollicine di pregio come Bisol e Ferrari. È di 134,3 milioni il fatturato di **Schenk italian winery** (22esimo posto), braccio in Italia della multinazionale svizzera della famiglia Schenk, guidato da Daniele Simoni.

Subito sotto, a quota 23 con 132 milioni, **Villa Sandi** della famiglia Moretti Polegato tra i gioielli del Prosecco. E sono sempre le bollicine venete superstar, il core business di **Serena Wines**, proprietà della famiglia Serena, a quota 26 con 106,3 milioni. Chiude con 105 milioni il gruppo **Ruffino**, braccio italiano dell'americana Constellation brand, guidato da Sandro Sartor.



#### Consorzio Vini Alto Adige

Andreas Kofler,  
presidente

## A tutto export e nuovi gusti: Alto Adige in vetta

«Il momento del settore è delicato, ma le tendenze sono favorevoli. A livello globale cresce l'interesse per vini bianchi eleganti, freschi, leggeri: caratteristiche che contraddistinguono la nostra produzione». Così Andreas Kofler, presidente del Consorzio Vini Alto Adige, traccia la rotta per il futuro della viticoltura altoatesina, tra sfide su larga scala e un mercato in trasformazione. «Il nostro territorio alpino, con le sue forti escursioni termiche, la varietà dei suoli e le diverse altitudini, offre condizioni ideali per la produzione di vini bianchi di alta qualità. E l'evoluzione del gusto da parte dei consumatori ci stimola a continuare a



investire su qualità, sostenibilità e valorizzazione delle specificità locali, confermando l'Alto Adige come punto di riferimento nel panorama vitivinicolo internazionale», osserva il presidente. Fondato nel 2007, il Consorzio riunisce 192 produttori, coprendo il 98% dell'area vitivinicola altoatesina. Tra i progetti più rilevanti su cui il Consorzio sta lavorando c'è la «zonazione», un cambiamento epocale per il settore. «Nell'ottobre 2024 sono state riconosciute ben 86 Unità Geografiche Aggiuntive, tutte documentate nel dettaglio dei loro aspetti pedoclimatici, storici e produttivi. Un lavoro che ha richiesto anni di studi e analisi, per valorizzare le peculiarità di ogni singola zona», spiega Kofler. Parallelamente, il Consorzio sta puntando sull'eno-turismo, considerato una leva strategica per avvicinare il pubblico alla cultura del vino altoatesino. «Vogliamo offrire esperienze autentiche, capaci di raccontare il prodotto, le persone, le storie e i paesaggi che rendono unica la nostra viticoltura», aggiunge il presidente. I risultati economici ripagano gli sforzi: il settore vitivinicolo altoatesino ha chiuso il 2024 con un giro d'affari stabile, sui 350 milioni di euro. «Nei prossimi tre anni vogliamo potenziare l'export nei mercati maturi e investendo su nuove aree in espansione, come l'Asia e il Nord Europa», conclude Kofler.

Ca. Cler.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### Allegrini Wines

Francesco Allegrini,  
amministratore delegato

## Meno produzione, più qualità E il ritorno di «Grola»

Per Allegrini Wines il Vintaly di quest'anno sarà ricordato soprattutto come il ritorno di Grola. Non più «La Grola», ma semplicemente «Grola»: un nome essenziale per un vino che si ripropone come ambasciatore della Valpolicella Classica. Un ritorno alle origini che è anche una sfida, un atto di forza che celebra la storia e guarda al futuro con ambizione. Si tratta di un ritorno che è sancito dal rientro nella denominazione Valpolicella Classico Superiore Doc e un blend rinnovato. «Grola non è solo un vino — ricorda Francesco Allegrini, ceo di Allegrini Wines — è un'idea di



Valpolicella. Un ritorno consapevole alle origini e una dichiarazione di identità. Questo progetto è un tributo a mio padre Franco, che aveva iniziato a immaginare questo cambiamento. Oggi Grola è il simbolo della nostra eredità e della nostra voglia di lasciare il segno». L'azienda Allegrini, fondata nel 1854, è giunta alla settima generazione e rappresenta un riferimento imprescindibile per la Valpolicella Classica e il panorama enologico italiano. Per la cantina veronese questo 2025 è «l'anno 1» di produzione dopo che la nuova generazione ha preso il comando dell'azienda. Se la scorsa annata era quella zero, quest'anno ci si attendono performance e nuova impronta gestionale. «Stiamo andando in controtendenza rispetto a molti nostri competitor — afferma Francesco Allegrini —, diminuiranno la produzione per aumentare la qualità dei nostri prodotti di punta. Siamo convinti dell'importanza impagabile tra la cantina e il territorio. Non vogliamo diversificare troppo, ma valorizzare la nostra unicità e la qualità dei vini. L'obiettivo è quello di intensificare la presenza nei mercati esteri selezionando nuovi importatori capaci di raccontare la nostra nuova impronta produttiva e l'accentuazione dell'aspetto qualitativo. In tal senso stiamo lavorando con l'Asia e la Germania».

Isidoro Trovato

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### Collis Veneto wine group

Pierluigi Guarise,  
amministratore delegato

## In 6 mila ettari spazio all'eccellenza e a prodotti moderni

«Siamo una cooperativa con 6 mila ettari di vigneti. Produciamo tanta uva, ma siamo anche in grado di riservare all'interno del nostro patrimonio viticolo alcuni spazi da dedicare all'eccellenza, isole qualitative dove, con tecniche agronomiche ed enologiche evolute e nel rispetto dell'ambiente, possiamo creare vini eccellenti: non tutti hanno questa possibilità, noi sì e investiamo molto su questo». La qualità è la stella polare di Pierluigi Guarise, ceo di Collis Veneto wine group, cooperativa veneta, al decimo posto nella classifica delle maggiori cantine del mercato, con oltre 219 milioni



di fatturato a fine 2024, (+ 5% sul 2023) e un utile di gruppo di 1,4 milioni. Tra le linee guida del piano di sviluppo di Collis c'è appunto l'attenzione maniacale nei confronti delle due eccellenze di famiglia, Sartori e Riondo, custodite sotto il cappello di Collis Heritage, controllata da Collis per il 75% e per il 25% dalla famiglia Sartori. Proprio Sartori è il brand di punta del gruppo. «Vogliamo elevare ancora più in alto il suo livello qualitativo sia per quanto riguarda i prodotti iconici della Valpolicella, a cominciare dall'Amarone classico riserva Corte Bra di cui festeggiamo 25 vendemmie, sia per la linea di vini Fira, figli di progetti enologici importanti. L'obiettivo è dialogare con giovani e nuovi consumatori con proposte fresche, a più bassa gradazione alcolica, semplici, ma mai banali», racconta Guarise, assicurando attenzione analoga a Riondo, specialista in bollicine, pronta a sfornare nuove proposte, diverse dal Prosecco, sempre rivolte al pubblico giovane. Progetti importanti anche sul mercato estero: «Cerchiamo nuovi mercati, diversi da quelli convenzionali affollati di competitor fino all'asfissia, dove si difende il poco spazio di cui si dispone con pochi risultati. Se la torta è piccola bisogna cercare anche altro, dove sia possibile avere più soddisfazione», conclude Guarise.

A. D. M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA