

# LA RESISTENZA DEI BIANCHI CHE PIACCIONO AI GIOVANI

In calo l'appeal dei rossi. Le vendite di Vermentino sardo sono cresciute del 19%: un record. E in Toscana gli ettari coltivati con questo vitigno sono aumentati del 676% negli ultimi vent'anni. Ma anche la Ribolla Gialla, il Grillo o il Pinot grigio confermano la nuova tendenza guidata dalle ultime generazioni

di LUCIANO FERRARO

Una bottiglia di Vermentino e passa la paura. O almeno si vede una luce in fondo al tunnel che sembra aver imboccato il mondo del vino. Catastrofisti, pessimisti e apocalittici che sono convinti di essere sotto un spada di Damocle fatta di dazi, multe stradali, etichette salutiste e consumatori che ripudiano quello che hanno sempre bevuto, possono tirare un sospiro di sollievo. Perché tra i vini bianchi, più resilienti rispetto ai rossi, ci sono alcune star in controtendenza. Innanzitutto il Vermentino nelle sue declinazioni regionali. Poi il Grillo e l'Inzolia siciliana, il Grechetto umbro, la Falanghina beneventana, la marchigiana Passerina, la Ribolla gialla del Friuli Venezia Giulia e il Traminer trentino. La migliore performance nei supermercati e nei negozi è stata quella del Vermentino sardo, che ha registrato un +19% di vendite nel 2024 rispetto all'anno precedente. Il Vermentino della Toscana è salito dell'8%, mentre quello di Gallura del 6%. Si è sempre detto — la provenienza del vitigno incerta, dalla Spagna o dall'Anatolia — che il Vermentino «sente il mare», ovvero è valorizzato dal clima e dai venti marini. Lo si è sempre considerato un vino da bere fresco, estivo, con i suoi profumi di pompelmo e

**I canali di vendita** Vini bianchi - Milioni di litri

	Discount	Libero servizio	Super	Iper
2019	91,6	39,7	115	56,5
2020	92,9	40,8	121,6	57,2
2021	91,3	36,8	118,8	56,2
2022	85,6	35,3	114,4	53,8
2023	83,6	34,2	111,4	53
2024	84,9	32,6	112,5	53,4

**Il saldo negativo** Il tasso di crescita annuo composto per canale di vendita

	Iper	Super	Libero serv.	Discount	TOTALE
	-1,1%	-0,4%	-3,9%	-1,5%	-1,3%

Fonte: elaborazione Osservatorio del Vino Uiv-Vinitaly su dati NielsenIQ

**Best performer** La lista dei bianchi migliori

Variazione % volume 2024-2023

Vermentino Sardegna	+19%
Grillo Sicilia	+11%
Grechetto Umbria	+11%
Inzolia Sicilia	+9%
Falanghina Benevento	+8%
Passerina Marche	+8%
Vermentino Toscana	+8%
Ribolla Gioalla Friuli VG	+8%
Vermentino Gallura	+6%
Traminer Trentino	+5%

Prezzo medio - Euro per litro

Vermentino Sardegna	6,60
Grillo Sicilia	3,78
Grechetto Umbria	3,63
Inzolia Sicilia	3,40
Falanghina Benevento	3,55
Passerina Marche	4,35
Vermentino Toscana	7,35
Ribolla Gioalla Friuli VG	6,80
Vermentino Gallura	8,20
Traminer Trentino	9,20

**Scendono Lambruschi e Bonarde. Ma non Valpolicella e Ripasso**

macchia mediterranea. Ma negli ultimi anni, anche grazie al lavoro che il presidente del Consorzio Maremma Francesco Mazzei ha portato avanti, si è dimostrato che il Vermentino è anche longevità e struttura. Gli anni trascorsi in cantina, l'affinamento anche oltre i 5 anni, sono diventati un'arma in più per farsi apprezzare. Il record di ettari coltivati è in Sardegna, poco meno di 6.100, la Toscana segue con 2.125, la Liguria con 550. Ma è presente anche in molte altre regioni, ad esempio in Pie-

monte, noto come Favorita. In totale 9.700 ettari in Italia.

Per capire come sia cambiata la sensibilità dei vignaioli di una regione rossa (nel senso della bacca dei vitigni) come la Toscana, basti dire gli ettari di Vermentino in Maremma sono aumentati negli ultimi 20 anni del 676%, mentre nello stesso periodo il totale dei vigneti è salito del 51%. «È un vino in continua crescita — commenta Mazzei — su cui i produttori stanno investendo con convinzione, certi delle sue grandi po-

tenzialità. Ritengo che il Vermentino, per la sua complessità e personalità, possa ambire a confrontarsi con i grandi bianchi, e non solo, a livello internazionale. In Maremma abbiamo introdotto la menzione Superiore, con maggiore tempo di affinamento, un altro passo avanti per valorizzare al meglio la qualità e la ricchezza espressiva di questo vitigno». Anche il Grillo scalpita: +65% degli ettolitri dal 2018. Quello che il presidente della Doc Sicilia, Antonio Rallo, ha definito «una sorta di Pinot

## L'Osservatorio Uiv-Vinitaly

### È la fascia alta a trainare il mercato. E le bollicine...

Sorpresa: nei prossimi tre anni gli unici vini di cui aumenteranno i consumi saranno quelli più costosi. In sostanza, da qui al 2028 le vendite dei cosiddetti vini *premium*, cioè quelli che costano tra i 10 e i 20 euro allo scaffale, registreranno una crescita media annua dello 0,2% sia in volume che in valore. E faranno ancora meglio i vini *super premium*, quelli con prezzi da 20 euro in su, per i quali sono attesi incrementi del 2,8% in volume e del 3,4% in valore.

Le fasce di vini con prezzi medio-alti valgono al consumo 5,6 miliardi di euro e il trend dei prossimi tre anni lascia prevedere un incremento di valore dell'intero segmento del 4,1%, grazie anche a un balzo a doppia cifra delle categorie superiori alla *premium* (la fascia dei *super premium* comprende anche linee *prestige* e *prestige plus*).

È uno dei risultati più significativi che emergono dall'indagine sui consumi di vino in Italia realizzata dall'Osservatorio Uiv-Vinitaly. Dall'analisi emerge

con chiarezza la perdita di terreno sempre più consistente dei vini a basso prezzo (*low price, value e standard*) che valgono oggi al consumo 7,5 miliardi e per i quali è previsto un calo complessivo del 9,4% da qui al 2028.

In questo arco di tempo, caleranno infatti mediamente di circa il 4% l'anno (sia in termini di quantità che di valore) le bottiglie che costano meno di 3 euro al litro. In caduta libera anche quelle da 3 a 6 euro (la flessione stimata è maggiore del 2% in volume e valo-

re), e non se la caveranno meglio i vini dai 6 ai 10 euro (fascia di prezzo considerata *standard*) per i quali sono attesi decrementi vicini al 2%. Al momento le due tipologie di vini in crescita, *premium* e *super premium*, rappresentano il 14% sui volumi venduti, ma pesano per il 42% in termini di valore.

Dividendo i consumatori per età, è interessante notare che le persone più avanti negli anni (gli over 44) incidono per il 75% sugli acquisti dei vini a basso prezzo, mentre se ci si sposta tra le bot-

tiglie più costose sale il peso dei consumatori under 44: questi si aggiungono al 47% dei vini *premium* e quasi la metà (49%) dei vini *super premium*.

Più in generale l'Osservatorio prevede un decremento dei consumi di vino in Italia del 3,6% per un totale vendite di 12,7 miliardi nel 2028: un risultato che sarebbe stato più pesante (-10%) senza il beneficio del buon andamento dei vini di fascia alta. Sebbene in calo (-2,4% in volume nel 2024 e -1% in valore), il vino in Italia continua comunque a essere il motore dell'economia agroindustriale e soprattutto la bevanda nazionale, con un indice di penetrazione presso la popolazione (totale dei consumatori di alcolici) che arriva a sfiorare il 90%. Ma che cosa si beve?

Secondo i dati dell'Osservatorio, su base Iwswr, nel 2024 sono stati consumati in Italia 23,1 milioni di ettolitri di vino: l'84% è costituito da vini fermi e il 15% da spumanti, che pesano però per il 23% in termini di valore (le vendite di bollicine hanno raggiunto i 3 miliar-

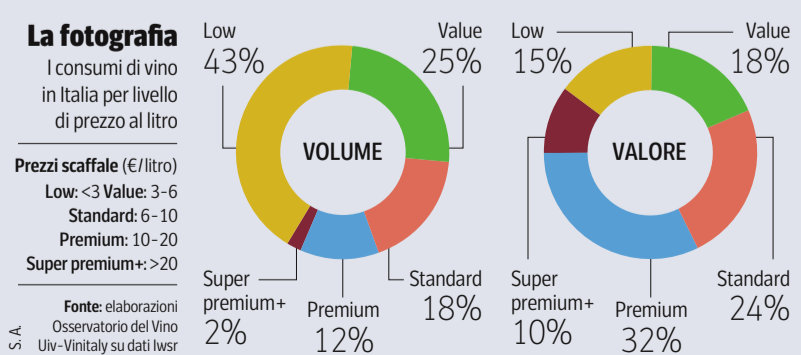
di). Dominata dal Prosecco, la categoria degli *sparkling*, ha visto crescere negli ultimi anni anche gli spumanti metodo Charmat, prodotti in tutte le regioni, ben presenti nel circuito dei discount: nel 2024 ne sono stati venduti 367.000 ettolitri, con una crescita media annua quadriennale del 7,5%, contro il 6% del Prosecco.

Di tutt'altro genere l'andamento dei vini fermi, che nel 2024 hanno accusato un calo delle vendite del 3% a volume e dell'1,6% a valore, per un incasso complessivo di 10 miliardi di euro. In prospettiva peserà il crollo dei vini rossi (-4% annuo), mentre i vini bianchi terranno il passo con consumi quasi in linea rispetto a cinque anni fa (-1,3% nel periodo 2024/19), per un risultato finale della categoria pari a un decremento del 2,5%.

Morale: se il valore complessivo dei consumi di vino in Italia registrerà una flessione annua contenuta, pari all'1% da qui al 2028 (per un controvalore finale di 12,7 miliardi di euro) sarà solo merito delle bollicine, per le quali si prevedono incrementi medi annui dell'1,2% in grado di compensare il decremento dei vini fermi.

A. D. M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Masottina**  
Federico Dal Bianco,  
vice presidente

## Un socio inglese per diventare più internazionali

**S**ostenibilità, qualità e autenticità. Sono i valori che guidano il mercato del vino per Federico Dal Bianco, vice presidente di Masottina, e per la sua famiglia. La storica cantina, fondata nel 1946, è passata da una piccola tenuta in provincia di Treviso a una realtà internazionale con oltre 370 ettari di vigneti. «Da quando mio nonno Epifanio Dal Bianco acquistò i primi 5 ettari, abbiamo continuato a investire nell'ampliamento del parco vitato, che oggi supera i 370 ettari», dice. Tra le iniziative recenti, un nuovo magazzino in sede e una partnership nel Regno Unito, con l'obiettivo di consolidare la presenza del brand e raddoppiare i volumi entro il 2026.



Parallelamente, l'azienda punta a rafforzare i mercati esistenti e ad aprirne di nuovi grazie alla collaborazione con i propri importatori. «Nel 2024, il Gruppo FDB (Famiglia Dal Bianco) ha registrato un fatturato di circa 40,8 milioni di euro, con una crescita del 2% a volume e del 5% a valore rispetto al 2023, un dato quest'ultimo per noi significativo, considerando il momento incerto», afferma Dal Bianco. Tra le chiavi del successo, la capacità di leggere le richieste di un mercato in continua evoluzione. «I consumatori ricercano vini che raccontino il territorio, prodotti con metodi rispettosi dell'ambiente. Masottina è allineata a questa tendenza: i nostri oltre 370 ettari sono certificati Sqnpi (Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata), garantendo pratiche agricole sostenibili e vini che esprimono al meglio il terroir nelle diverse collezioni», sottolinea Dal Bianco. L'azienda si distingue anche nel segmento dei Prosecco premium e dei vini a basso dosaggio zuccherino, in forte espansione. Una delle novità più attese verrà svelata ufficialmente a Vinitaly: «Lanceremo il ViaVenti Dosaggio Zero, un Prosecco Doc Treviso che incarna la nostra filosofia di qualità ed eleganza». Il prossimo anno Masottina compirà 80 anni. Un traguardo che rappresenta il frutto della visione della famiglia e del lavoro di squadra.

**Carlotta Clerici**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Val D'Oca**  
Francesco Gatto,  
presidente

## La sostenibilità? Fa bene al bicchiere e agli affari

**G**iro d'affari in crescita e investimenti sostenibili per Val D'Oca, la cantina di Valdobbiadene di cui fanno parte 600 soci viticoltori. «Il nostro primo bilancio di sostenibilità, per l'esercizio 2023-2024, conferma l'impegno concreto nei confronti del territorio, dei nostri collaboratori e dei consumatori per garantire la sostenibilità nell'attività commerciale. Grazie all'applicazione di questo strumento vogliamo assicurare, con azioni pianificate, misurabili e trasparenti, una crescita rispettosa dell'ambiente e che tuteli la persona e la nostra comunità», spiega il presidente, Francesco Gatto. Malgrado le impegnative sfide di mercato per il settore vitivinicolo, «Val d'Oca ha



mantenuto una crescita costante e nel 2023-2024 ha visto il fatturato superare i 57 milioni di euro, con più di 15 milioni di bottiglie vendute — prosegue Gatto —. Il brand ha consolidato la sua forza a livello internazionale con esportazioni in 61 Paesi nel mondo, tra cui Svizzera, Norvegia e Stati Uniti. Gli elevati standard di qualità di tutta la filiera e l'attenzione alla sicurezza del prodotto e alla sua tracciabilità, a partire dalla "riva" di raccolta, hanno permesso di ampliare il posizionamento sui mercati». Negli scorsi anni, Val d'Oca ha intrapreso azioni significative per ridurre il proprio impatto ambientale, tra cui l'installazione di un impianto fotovoltaico, l'utilizzo di imballaggi in cartone ed etichette certificate Fsc o Pefc, il ricorso a bottiglie alleggerite e cartoni meno pesanti. Sul fronte sociale, Val d'Oca ha aumentato il numero di collaboratori, raggiungendo 24 unità, in crescita del 16,4%. L'investimento nella formazione e nelle risorse umane rappresenta un ulteriore pilastro della strategia aziendale. «Val d'Oca, unitamente a Cantina Produttori di Valdobbiadene, ha promosso e sostiene sempre iniziative culturali, sportive, sociali volte a rafforzare il legame con la comunità locale e a valorizzare le eccellenze del territorio», conclude Francesco Gatto.

**A. Sal.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Argea**  
Mirja Cartia d'Asero, presidente di Clessidra Holding, capogruppo del private equity

## Una mossa d'anticipo negli Stati Uniti (in attesa del riassetto)

**S**ulle montagne russe, come tutti, per i famigerati dazi trumpiani, Argea (Mondodelvino, Botter, Cantina Zaccagnini) ha scelto di starci con una postura battagliera. Per una volta non passiva, dicono i suoi vertici. Alla fine di febbraio il gruppo guidato da Massimo Romani ha annunciato l'acquisizione di WinesU, l'importatore statunitense di etichette italiane e francesi fondata da un italoamericano, Gino Razzi, 45 anni fa a Eddystone in Pennsylvania. Ricavi per 35 milioni (in euro) e un obiettivo di 40 per l'esercizio in corso, WinesU è un importatore nato sul mercato e dovrebbe consentire di cavalcare al meglio una congiuntura assai complessa in una piazza



che rappresenta la prima destinazione dell'export di Argea, con una quota del 30% dei ricavi totali pari nel '24 a 465 milioni. Argea, capofila con Italian Wine Brands di quella trasformazione del settore che vede il rafforzamento delle cantine a capitale privato rispetto alle tradizionali cooperative, è nata nel '22 per impulso di Clessidra (era da inizio '21 in Botter). Oggi il private equity rilevato dieci anni fa da Carlo Pesenti e presieduto da Mirja Cartia d'Asero valuta, come ha scritto il «Sole 24 Ore», l'uscita da Argea, ma certamente lo tsunami trumpiano e i relativi rischi sui conti del settore vitivinicolo non aiutano un esito agevole di un eventuale deal. Tutto questo a Vinitaly sarà sullo sfondo. Argea presenterà in anteprima una nuova declinazione del Prugneto Romagna Doc Sangiovese Superiore — rosso icona dell'azienda oggetto con l'annata 2023 di un restyling enologico — e due bianchi inediti: lo Scanadé Romagna Docg Albana Secco e il Lòstar Forlì, uno chardonnay prodotto nei vigneti della Valle del Bidente. Un omaggio alle ultime novità del settore sarà inoltre il primo spumante dealcolato a marchio Zaccagnini. Dopo un bianco e un rosso dealcolati, la linea Tralchetto della cantina abruzzese offrirà il primo spumante alcohol-free, accanto a un'analoga bottiglia per Brilla!, altro marchio del gruppo Argea.

**Carlo Cinelli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

grigio del Sud», è stato usato per l'uvaggio dai produttori di Marsala, fino ad estendersi in 8.000 ettari per poi ridursi a 2.500 ettari. È rinato quando si è cominciato a vinificarlo in purezza, passando da 12 a 23 milioni di bottiglie in una dozzina d'anni. Quest'anno è salito dell'11%.

### Le caratteristiche

Rallo cita il Pinot grigio perché è un gigante dei bianchi al Nord: le bottiglie delle Venezie sono aumentate del 3% rispetto al 2023 arrivando a quota 230 milioni di bottiglie. Albino Armani, il presidente del Consorzio, è convinto che può crescere ancora: ha lanciato da poco una nuova tipologia a bassa gradazione alcolica naturale (tra i 9 gli 11 gradi) «per rispondere alla crescente domanda dei cosiddetti vini NoLo (no e low alcohol), dove il Centro e Nord Europa sono da tempo apripista».

L'Osservatorio Uiv-Vinitaly ha dati che spiegano bene la tendenza bianchista: «Mentre i rossi sono in calo volumico sia nel bilancio 2024/23 (-4%, quarta regressione consecutiva dal 2020), i bianchi negli ultimi tre anni paiono essersi stabilizzati su una soglia di 2,8 milioni di ettolitri venduti attraverso il canale retail, con il 2024 che ha chiuso anzi in leggera crescita (+0,4%)».

Tra i vitigni risultano «in calo Lambruschi emiliani, Bonarde oltrepadane, Barbera e Dolcetti piemontesi, ma anche il Chianti. Lato bianchi, tendenze regressive di lungo periodo affliggono prodotti storici del Centro Italia, come Frascati, Castelli Romani, Marino, la pattuglia dei Trebbiani, ma anche prodotti del Nord come Soave, Custoza, Muller Thurgau trentino».

Quali sono i motivi della «nouvelle vague» bianchista? Di sicuro la ricerca, anche da parte dei consumatori più giovani (che bevono meno dei genitori, ma sono più curiosi e preparati) di autenticità e di novità in vini più freschi, tutt'altro che altezzosi, anzi bevibili e di approccio non troppo serio. «Una spiazzante sperimentazione continua», la definisce l'Osservatorio.

A spingere i nuovi consumi dei bianchi è talvolta il lato democratico, come nel caso della Ribolla friulana, «uscita dall'élite del Collio sotto l'insegna dell'Igt regionale. E gli emergenti rossi? L'Osservatorio elenca il pugliese Nero di Troia, accanto al Primitivo salentino. E poi la Valpolicella e il Ripasso, «vini su cui il Consorzio lavora da alcuni anni per riallacciare il rapporto che sembrava un po' sfilacciato con le generazioni più giovani».

# 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