

Cantina di Soave: distribuiti ai soci oltre 52,5 milioni di euro



Il **Gruppo Cantina di Soave** chiude il bilancio 2019-2020 con un **fatturato consolidato di 121 milioni di euro** e questo nonostante l'impatto negativo del Covid-19 che ha bloccato per mesi l'intero canale Horeca e la discesa dei prezzi che ha colpito tutte le tipologie: dai vini da tavola a quelli doc.

In termini di valore, il fatturato è determinato per il **58% dalle vendite nazionali** e per il **42% da quelle internazionali**. I mercati esteri hanno registrato un aumento complessivo del 6%.

Riconfermato l'**equilibrio tra le vendite di confezionato e sfuso**, rispettivamente il 54% e il 46% del fatturato. Mentre lo sfuso ha subito un rallentamento nei ritiri, **il confezionato ha segnato un aumento del +19% in volumi** e +7% in valore, recuperando in parte il calo subito dallo sfuso -12% in volumi.

Il dato del prodotto confezionato è molto significativo se si pensa che la ricerca di un maggior peso di questa tipologia rispetto allo sfuso rientra da sempre tra le strategie dell'azienda.

All'interno dell'imbottigliato emerge una **buona ripartizione tra le vendite a marchio e le private label**, rispettivamente 40% e 60%. Tra i primi, quelli di maggior forza commerciale si confermano **Cadis, Maximilian, Rocca Sveva, Poesie, Settecento33 ed Equipe5**.

Tutto ciò dimostra come la strategia di diversificazione dei canali e la promozione dei marchi intrapresa negli anni da Cantina di Soave si è rivelata ancora una volta efficace nella salvaguardia delle proprie posizioni commerciali e del mantenimento del reddito.

In tema di capitalizzazione aziendale, **il patrimonio netto aumenta e supera i 65,8 milioni di euro**, a fronte di un cash flow operativo di 8,2 milioni di euro e un utile di esercizio di oltre 500 mila euro.

Il totale dei conferimenti risulta pari a 72 milioni di euro, mentre la liquidazione destinata alla **remunerazione delle uve conferite dai soci viticoltori ammonta a 52,5 milioni di euro**.

Le dichiarazioni

«Il comparto risente degli strascichi della raccolta 2018», spiega il direttore generale **Wolfgang Raifer**, «la cui abbondanza ha determinato meno ricavi a parità di volume venduto. A tutto ciò si è quindi aggiunta una contrazione degli acquisti nei principali mercati, acuita dall'emergenza sanitaria. Senza dimenticare che l'aumento notevole di superficie vitata in Veneto ha comportato un aumento graduale dell'offerta con inevitabili conseguenze per i prezzi di vendita.

La pandemia ha poi provocato e continuerà a provocare cambiamenti fino a qualche mese fa impensabili. Si tratta di trasformazioni con cui ci troveremo a

dover fare i conti quasi quotidianamente. Inoltre, ci sono state delle evoluzioni radicali nei consumi che si ripercuoteranno anche sulle abitudini future. A fronte di un crollo delle vendite nel canale Horeca, si è assistito a un boom delle stesse nella gdo, dove da gennaio a novembre 2020 si registra un +6% nel comparto vini. Tale crescita si è tradotta in una buona performance dei vini spumanti e dei vini doc.

Il consumatore privilegia sempre di più i vini premium, a dispetto dei vini di primo prezzo. Cantina di Soave, grazie alla struttura e alla strategia commerciale di cui si è dotata negli anni, è riuscita ad adeguarsi velocemente ai cambiamenti imposti dal mercato. La differenziazione dell'offerta ci ha permesso di mantenere le posizioni commerciali nei vari segmenti di mercato: canale moderno e online.

Risulta positivo l'andamento sia dei prodotti a nostro marchio (+4%), sia delle private label (+8%). Grazie agli investimenti di questi anni Cantina di Soave porterà comunque avanti il suo percorso di crescita garantendo ai soci una remunerazione delle uve al di sopra del valore di mercato e dei competitors».

Ulteriori informazioni