

Paga la strategia multicanale per le aziende vinicole



Nell'anno dell'emergenza pandemica il sistema vitivinicolo cooperativo (423 cantine per 4,9 miliardi di euro di giro d'affari e una produzione pari al 58% del vino italiano), ha mostrato la sua resilienza, registrando nel complesso una sostanziale tenuta del proprio fatturato (+1%), su cui ha inciso positivamente l'incremento di vendite nel canale della grande distribuzione organizzata (+6%, dato Iri, 2021) e quello sulle esportazioni (+3%). È questo il dato più significativo emerso oggi nel corso di **Vivite Talk del vino cooperativo**, iniziativa organizzata

da **Alleanza Cooperative Agroalimentari**.

“Nel corso del 2020 il **34% delle cooperative vinicole ha mantenuto stabile il proprio fatturato** e un 41% lo ha visto in calo”, ha spiegato Denis Pantini, Responsabile Wine Monitor di Nomisma, presentando lo studio sulla performance delle cooperative vitivinicole durante il Covid. “L’analisi ha anche evidenziato, di contro, come **una cooperativa su 4** del campione intervistato – che numericamente rappresenta oltre il **50% del fatturato complessivo** della cooperazione vinicola – abbia invece registrato un **fatturato in aumento**. Si tratta delle cooperative più dimensionate, con fatturati superiori a 25 milioni di euro, che nel 6% dei casi hanno addirittura registrato un sensibile aumento, superiore al +15% rispetto alle performance registrate nel 2019, prima dell’avvento del Coronavirus”.

Guardando ai singoli canali distributivi, lo studio ha messo in luce come la chiusura dell’Horeca abbia portato a una riduzione delle vendite per la quasi totalità delle imprese cooperative, senza distinzione dimensionale. Al contrario, GDO e E-commerce hanno principalmente favorito le cooperative più grandi, con oltre 25 milioni di fatturato.

Un altro dato significativo relativo alle performance economiche della cooperazione è quello delle **vendite sui mercati esteri**. Se l’export di vino italiano nel complesso ha registrato nel 2020 un calo pari a **-2,4% in valore**, quello della cooperazione – nonostante le maggiori difficoltà per il segmento dei vini sfusi – ha invece registrato **una crescita, pari al +3%**.

“Avere una strategia multi-canale si è rivelata fin qui una scelta vincente che ha consentito alla cooperazione di tenere in un anno particolarmente difficile come quello della pandemia”, ha commentato il **Coordinatore del settore vitivinicolo di Alleanza Cooperative Agroalimentari Luca Rigotti**. “I dati emersi dallo studio di Nomisma sono la dimostrazione pratica che le imprese che operano in differenti canali hanno pagato meno la crisi, grazie a una compensazione che certamente non ha risolto le criticità ma ha consentito di attenuare gli effetti negativi della pandemia e le contrazioni di mercato”.