

cronachedigusto

supplemento a cronachedigusto.it aprile 2025

BERREMO ANCORA VINO?

“Se dovesse un giorno sparire dalla produzione,
nella salute fisica e intellettuale del nostro pianeta
si produrrebbe come un vuoto, un’assenza,
una privazione molto più grave di quegli eccessi
di cui gli si attribuisce la responsabilità”

Charles Baudelaire

Wine Power List
Decima Edizione

IL MONDO DEI PREMIUM WINE

"Le vendite tengono malgrado tutto"

DA SARZI AMADÈ A TEATRO DEL VINO ED ALTRI ANCORA, PARLANO I TITOLARI DI ALCUNE SOCIETÀ DI DISTRIBUZIONE. "SETTORE IN SALUTE MA C'È UN PO DI PAURA"

di Titti Casiello

Per capire come va il mercato del vino in Italia è utile conoscere le dinamiche di alcune società di distribuzione che oggi rappresentano un'attività importantissima negli aspetti commerciali. Nate soprattutto per importare vini di altre nazioni, Francia in primis, oggi queste società sono molto ricercate anche da quelle aziende medio-piccole che non hanno la voglia o la forza di dotarsi di una rete commerciale propria. Abbiamo preso in esame i casi di cinque società molto rappresentative nel territorio nazionale con relative cifre su fatturati e clienti.

Segna un + 4% sul suo fatturato 2024 Vino&Design e mentre Cuzziol GrandiVini si prepara al re-branding, Ghilardi Distribuzione sembra già registrare un andamento molto più che positivo nel primo trimestre di quest'anno. Insomma il fatturato dei grandi distributori di vino italiani, da Sarzi Amadè a Teatro del vino, sembra, quindi, tenere testa nonostante le tante minacce interne, dal calo dei consumi

alle ventate salutiste, che in questo momento incombono sul nostro Bel Paese. Lo confermano, principalmente, i numeri del fatturato delle 21 aziende riunite nel gruppo Excellence che riunisce i maggiori importatori e distributori italiani di vini d'eccellenza il cui "giro d'affari è rimasto pressoché stabile, registrando un valore di oltre 327 milioni di euro per circa 23 milioni di bottiglie" ha dichiarato il suo presidente Luca Cuzziol.

TEATRO DEL VINO

"A calare è stata la fascia alta dei vini" secondo il socio fondatore di Teatro del Vino, Mario Galleni che registra come Champagne, Barolo e Brunello hanno risentito nel 2024

Galleni: "Champagne e Barolo risentono della crisi"

Cuzziol: "Più richiesti i rossi leggeri e versatili I no alcol non ci spaventano"

dell'instabilità economica avvertita nell'aria. Troppi vini e a prezzi troppo alti per una spesa pro capite che, però, non è in grado di sostenerla "ci sono troppi cru, riserve o vecchie vigne, che, però, non sono di facile accesso per molti italiani" il cui stipendio, pre e post Covid, non è comunque mai cambiato "mentre a cambiare sensibilmente sono stati i prezzi dei vini in questo tempo di mezzo" con ristoratori ed enotecari che durante questo limbo hanno vissuto nell'illusione di poter vendere qualsiasi cosa a qualsiasi prezzo "e un vino che oggi va in carta ad oltre cento euro esce fuori dalle possibilità dell'italiano medio" con il rischio, quindi, di rimanere impolverato per mesi in cantina.

CUZZIOL GRANDIVINI

Una diversificazione che per Cuzziol ha a che fare anche con una maggiore offerta da proporre "nel 2024 il nostro portfolio si è arricchito di dodici nuovi inserimenti così da coprire anche territori poco" dichiara Luca Cuzziol, amministratore unico dell'omonima impresa. "Avere un offerta da proporre con oltre cento aziende ci consente di essere tra-

sversali a beneficio del fatturato imponibile". Così ad appellazioni che stanno perdendo un po' di smalto come il Montefalco Sagrantino, si sofferisce con proposte di rossi più leggeri e versatili "magari ricercando anche piccoli o medi produttori con valide alternative". E Cuzziol non sembra spaventato neppure di fronte alla "minaccia" europea del no alcol o alla moda dei de alcolati "tutto cambia o è destinato a cambiare, un momento di riflessione sarà comunque necessario nei prossimi mesi, ma al momento non vede preoccupazioni ferree all'orizzonte. Il comparto ristorazione pesa circa l'85% del nostro fatturato, non riusciamo a soddisfare la richiesta di un'enoteca dai grandi numeri né quella dei siti web, che arrivano a pesare non più dell'1% delle nostre vendite".

GHILARDI SELEZIONI

Tempi tutt'altro che bui anche per Ghilardi che sembra già intravedere un'ottima annata per il 2025 "con un febbraio ottimo e la sensazione che ci sia più voglia di affidarsi alla distribuzione rispetto agli ordini diretti coi produttori". E' questa, infatti, l'impressione di Pietro Ghilardi patron della società che nei primi mesi del 2025 ha visto registrare un numero di ordini sensibilmente inferiore, ma con maggiori quantità di vino.

"Stanno andando molto bene soprattutto gli Champagne e in generale le grandi maison, mentre a soffrire un po' sono i piccoli produttori". La strada da seguire è, allora, la cautela complice anche un 2024 che non ha dato cenni di particolare inflessione "è rimasto sostanzialmente invariato con una leggera diminuzione solo nelle vendite della ristorazione, sopperito al contempo da una discreta crescita nel settore dell'on-line e delle enoteche". Numeri comunque in ogni caso ben diversi dal 2023 "dove siamo cresciuti dell'oltre il 40%", un fenomeno ati-

pico per l'economia secondo Ghilardi "un effetto di quella bolla di mercato creata dal post Covid dove si poteva vendere tutto e a qualsiasi prezzo e che oggi, però, deve, invece, fare i conti con una contrazione del consumo".

VINO & DESIGN

Non la pensa invece così il direttore commerciale di Vino & Design Massimo Maccianti che evidenzia, invece, un andamento del tutto positivo nel 2024 "non bisogna guardare solo il consumo generale italiano, all'interno del dato oscilla quello dell'enoturismo che ha un peso rilevante". Ed effettivamente l'indotto generato dalla clientela straniera ha un peso, infatti rilevante "Castiglion del Bosco a Montalcino, coi suoi clienti per lo più stranieri, fattura da solo cinquanta milioni così come il San Pietro a Positano venti". Dati con i quali si arriva quasi al 10% di un fatturato complessivo "Non dipende, quindi, solo dallo stipendio dell'italiano medio, ma soprattutto da quanto guadagna l'inglese o l'americano che arrivano qui in Italia".

"Nel '24 siamo cresciuti di 4 punti percentuali sul fatturato, spostandosi in avanti l'asticella del prezzo medio soprattutto dei fine wines" ed è a vini come l'Etna, il Barolo, il Barbaresco, il Chianti Classico e il Brunello di Montalcino ai quali si riferisce. Si dichiara, quindi, molto soddisfatto del modello di gestione e di vendite che negli anni ha creato Vino &Design "abbiamo sempre voluto essere una piccola gioielleria di vini che vengono da tutto il mondo, la nostra attività è stata sempre principalmente di ricerca. Per intenderci non siamo mai andati dietro le mode del Prosecco".

SARZI AMADÈ

Ed è stato un anno di consolidamento e decisamente positivo anche per Alessandro Sarzi, Ceo dell'omonima



Mario Galleni di Teatro del Vino



Massimo Maccianti di Vino & Design

azienda "che visti i tempi in corso ci ha lasciati sostanzialmente soddisfatti". Il dato rilevante, anche nella sua società, è stato che "a una diminuzione del numero di bottiglie vendute, il valore di mercato è stato maggiore". Dato che trova maggiore evidenza soprattutto nel settore dell'hotellerie, così da confermare, ancora una volta, che è agli stranieri e alle bellezze attrattive del nostro Bel Paese alle quali si deve, anche per lui, quel segno positivo sul fatturato che sarà depositato nei prossimi mesi. "Qualche leggera sofferenza si è registrata nel mondo della ristorazione e sicuramente non gode più di quello stesso favore del Covid il settore delle vendite on line". Ma il catalogo di Sarzi tiene testa "buone riprese per il vino bianco, rispetto al rosso, con una leggera flessione per lo Champagne, che per noi, ma come per tante distribuzioni italiane ha un'importanza decisiva sul fatturato"