



MEDIOBANCA

INDAGINE SUL SETTORE VINICOLO

a cura dell'Area Studi di Mediobanca

Maggio 2020

MEDIOBANCA

Informativa ai sensi degli artt. 13 e 14 del Regolamento UE 2016/679 e della normativa nazionale vigente in materia di protezione dei dati personali

Ai sensi del Regolamento UE 2016/679 (di seguito, "Regolamento GDPR" o "GDPR") e della normativa nazionale vigente in materia di protezione dei dati personali (di seguito, unitamente al GDPR, "Normativa Privacy"), Mediobanca – Banca di Credito Finanziario S.p.A. con sede in Milano, Piazzetta Enrico Cuccia 1 (di seguito, la "Banca" o il "Titolare"), in qualità di Titolare del trattamento, è tenuta a fornire l'Informativa relativa all'utilizzo dei dati personali. I dati personali in possesso della Banca sono raccolti, di norma, direttamente presso l'interessato o tramite fonti pubbliche.

a) Finalità e modalità del trattamento

Tutti i dati personali vengono trattati, nel rispetto delle previsioni di legge e degli obblighi di riservatezza, per finalità di ricerca economica e statistica, ed in particolare per la realizzazione del volume "Indagine sul settore vinicolo" e delle opere digitali su CD e Web, nonché altre pubblicazioni contenenti dati per singola società o aggregati.

Il trattamento dei dati avviene mediante strumenti manuali, informatici e telematici con logiche strettamente correlate alle finalità indicate e, comunque, in modo da garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati stessi, nel rispetto delle previsioni della normativa vigente in materia.

b) Base giuridica

La base giuridica del trattamento dei dati risiede nel perseguimento del legittimo interesse pubblico.

c) Comunicazione e diffusione dei dati

I Suoi dati personali potranno essere comunicati a società, enti o consorzi che forniscono alla Banca specifici servizi elaborativi, nonché a società, enti (pubblici o privati) o consorzi che svolgono attività connesse, strumentali o di supporto a quella della Banca.

I Suoi dati personali potranno essere oggetto di diffusione, in quanto contenuti in opere destinate alla pubblicazione e alla diffusione in Italia e all'estero.

d) Categorie di dati oggetto del trattamento

In relazione alle finalità sopra descritte, il trattamento riguarda esclusivamente dati personali, principalmente anagrafici. Non è previsto il trattamento di categorie particolari di dati personali.

e) Data retention

Nel rispetto dei principi di proporzionalità e necessità, i dati personali saranno conservati in una forma che consenta l'identificazione degli interessati per un arco di tempo non superiore al conseguimento delle finalità per le quali gli stessi sono trattati.

f) Diritti dell'interessato

I soggetti cui si riferiscono i dati personali hanno il diritto in qualunque momento di ottenere la conferma dell'esistenza o meno dei medesimi dati e di conoscerne il contenuto e l'origine, verificarne l'esattezza o chiederne l'integrazione o l'aggiornamento, oppure la rettifica (artt. 15 e 16 del GDPR).

Inoltre, gli interessati hanno il diritto di chiedere la cancellazione e la limitazione al trattamento, nonché di proporre reclamo all'autorità di controllo e di opporsi in ogni caso, per motivi legittimi, al loro trattamento (art. 17 e ss. del GDPR).

Tali diritti sono esercitabili mediante comunicazione scritta da inviarsi a privacy@mediobanca.com.

Il Titolare, anche tramite le strutture designate, provvederà a prendere in carico tali richieste e a fornire, senza ingiustificato ritardo, le informazioni relative all'azione intrapresa riguardo alla richiesta.

g) Titolare del trattamento e Data Protection Officer

Il Titolare del trattamento dei dati è Mediobanca – Banca di Credito Finanziario S.p.A. con sede in Milano, Piazzetta Enrico Cuccia 1. Mediobanca ha designato un Responsabile della protezione dei dati personali (c.d. Data Protection Officer). Il Data Protection Officer può essere contattato ai seguenti indirizzi:

– DPO.mediobanca@mediobanca.com

– dpomediobanca@pec.mediobanca.com

La presente informativa è redatta tenendo conto delle regole fissate dall'articolo 2, comma 2 del *Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica*, e in esecuzione del provvedimento autorizzativo del Garante per la Protezione dei dati personali emesso in data 20 ottobre 2008.

MEDIOBANCA - BANCA DI CREDITO FINANZIARIO S.p.A.

ISSN 1825-6104

Copyright 2020 by Mediobanca - Area Studi
Foro Buonaparte 10, Milano - Tel. 02-8829.1

Internet: www.mbres.it

E-mail: ufficio.studi@mediobanca.com

Highlights

Principali società italiane: pre-consuntivi 2019 e attese 2020

- aspettative di vendite per il 2020: il 63,5% degli intervistati prevede di subire un calo delle vendite; forte ampliamento al 41,2% dell'incidenza delle attese negative che oltrepassano il -10%. Le attese per il 2020 prospettano un quadro peggiore di quello che colpì l'industria del vino italiano nel 2009 quando il 60,6% delle imprese subì un calo di fatturato, il 24,2% vide cadere le vendite in misura superiore al 10% e il fatturato aggregato calò del 3,7%;
- effetto COVID-19: le previsioni per il 2020 risentono delle grandi difficoltà legate alla crisi sanitaria. Essa ha, tra l'altro, comportato il blocco dell'*Ho.Re.Ca.*, rilevante soprattutto per i vini di fascia medio alta tanto per le vendite domestiche che per quelle all'estero, e una contrazione del commercio mondiale che il WTO – World Trade Organization stima tra il 15% e il 30%. Se si assume che le esportazioni italiane di vino si riducano in linea con la caduta del commercio mondiale ipotizzata dal WTO, la contrazione dell'*export* subito dai maggiori produttori italiani nel 2020 sarebbe almeno pari a 0,7 miliardi di euro, per arrivare a 1,4 miliardi nello scenario peggiore. Quanto al mercato domestico, considerato che circa il 65% delle vendite nazionali è veicolato da canali diversi dalla GDO, il solo *lockdown* fino alla metà di maggio avrebbe comportato una perdita di oltre 0,5 miliardi. Assumendo che la riapertura dei canali non GDO riprenda a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente (graduale recupero della socialità, minore capienza ricettiva, timori di altre ondate di contagio), vi sarebbe un'ulteriore contrazione del fatturato pari a 0,5 miliardi. La somma dei suddetti effetti porterebbe nel 2020 a minori vendite, nazionali e all'estero, per circa 2 miliardi, con una contrazione stimabile tra il 20% e il 25% rispetto al 2019;
- fatturato nel 2019: è in aumento dell'1,1% sul 2018 con incremento delle vendite estere (+4,4%) e riduzione di quelle domestiche (-2,1%). Il 2019 si prospetta come il secondo anno a crescita più contenuta dal 2014; tuttavia esso ha consentito alle vendite del settore di superare del 26,7% i livelli del 2014, all'*export* del 34,0% e al fatturato sul territorio nazionale del 19,7%, lungo un *trend* di crescita ininterrotta;
- fatturato nel 2019 per comparti: le S.p.A. e s.r.l. sono in crescita del 3,2% (+5,1% all'estero). Le cooperative invece hanno subito un decremento sul 2018 (-1,9%) per la contrazione del mercato interno (-4,4%) parzialmente compensata dall'espansione di quello estero (+1,8%). Anche gli spumanti rallentano (-0,2%) mentre i vini non spumanti crescono dell'1,5%; per entrambi i comparti la tenuta è venuta dall'*export* (+3,2% per gli spumanti, +4,6% per gli altri), a fronte di vendite domestiche in regresso (-2,4% per i primi, -1,9% per i secondi);
- investimenti materiali nel 2019: dopo quattro anni di forte crescita accusano un decremento del 15,9% sul 2018. La riduzione più importante è quella degli spumanti (-23,9%) seguiti da S.p.A. e s.r.l. (-16,7%);
- occupazione nel 2019: in aumento del 2,6% sul 2018; risaltano sia le cooperative che le S.p.A. e s.r.l. (+3,0%), davanti ai vini non spumanti (+2,7%) e agli spumanti (+2,2%); in controtendenza le estere (-3,1%);
- investimenti pubblicitari nel 2019: aumentano del 14,2% mentre la spesa pubblicitaria nazionale diminuisce dello 0,9%; il calo si amplia al 5,1% escludendo il canale web e al 5,7% considerando solo il settore bevande/alcolici;
- i mercati esteri nel 2019: le aree più dinamiche appartengono al c.d. "resto del mondo" (Africa, Medio Oriente e Paesi Europei non UE, il 9,7% del totale) in espansione del 10,9% e al Nord America che cresce del 6,5% (per una quota pari al 31,7%); il dato complessivo delle esportazioni italiane di vino (+4,4% sul 2018) deriva da queste due regioni, poiché quella asiatica, dove si realizza il 5,3% dell'*export*, si espande del 3,6% e i Paesi UE (dove si concentra il 51,9% del fatturato estero delle vinicole italiane) si incrementano del 3,4%;
- temi commerciali: i principali Paesi stranieri di cui i nostri produttori temono maggiormente la concorrenza sono Francia e Spagna con una quota del 25,7% ciascuno e Cile (12,1%); seguono USA (7,9%), Australia (7,1%), Germania (3,6%). Le principali difficoltà di accesso ai mercati esteri sono: concorrenza sul prezzo (50,8% degli intervistati), dipendenza da intermediari stranieri (32,8%) e ostacoli normativi e linguistici (9,8%). Il 37,7% delle imprese vede nella produzione ecosostenibile il

principale *driver* futuro del vino. Seguono l'*appeal* del confezionamento con il 34,8% e il miglioramento della qualità del prodotto con il 27,5%;

- fattori di svantaggio competitivo all'estero: la maggiore preoccupazione degli intervistati (35,0%) riguarda la presenza di Paesi in grado di distribuire prodotti a prezzi concorrenziali e nessuno esprime apprensione per quanto riguarda la qualità del prodotto italiano. Resta tuttavia percepita la difficoltà di aumentarne la riconoscibilità, di evidenziarne la "personalità" agli occhi del consumatore affinché ne apprezzi a fondo l'unicità (28,9%). Il 20,6% degli intervistati denuncia la difficoltà a collocare i propri prodotti sui mercati esteri; considerata la modesta rete propria, le aziende hanno l'esigenza di farsi conoscere sui mercati internazionali dotandosi di un "braccio" distributivo in grado di assicurare la commercializzazione. L'inadeguatezza dimensionale dell'azienda preoccupa solo il 15,5% degli intervistati;
- i top seller e i top earner nel 2019: le 39 aziende con fatturato superiore a 60 milioni hanno conseguito nel 2019 un incremento delle vendite pari al 2,2% (+6,1% all'estero). Cantine Riunite-GIV si conferma prima per fatturato (630 milioni, +2,9% sul 2018), seguita da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e da Antinori che guadagna il 5,3% a 246 milioni, primo gruppo non cooperativo; seguono altre tre realtà con fatturato superiore a 200 milioni di euro: Casa Vinicola Botter, che nel 2019 ha realizzato una crescita del 10,9% portandosi a 217 milioni di euro, Fratelli Martini a 210 milioni di euro (-2,0%) e Zonin a 205 milioni di euro (+1,4%). Due società hanno realizzato nel 2019 un aumento dei ricavi a due cifre: Ruffino (+20,9%) e Botter (+10,9%). Altre variazioni degne di nota hanno interessato Enoitalia (+9,7%), Mionetto (+7,1%), Santa Margherita (+6,8%), Farnese (+6,3%) e Frescobaldi (+6,0%). Alcune società hanno una quota di fatturato estero ampiamente maggioritaria: Botter al 93,7%, Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino (83,3%) e La Marca all'82,8%. Solo tredici gruppi hanno un'incidenza dell'*export* inferiore al 50% delle vendite. Anche per il 2019 le società toscane e venete sono in testa per redditività (utile sul fatturato) con Antinori al 34,0%, Frescobaldi al 21,4%, Botter al 10,3%, Santa Margherita al 9,5% e Ruffino (9,3%).

Principali società italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e assetto commerciale

- un indicatore di sintesi delle *performance* economiche e patrimoniali (*z-score*) basato sui bilanci 2018 attribuisce alle piemontesi Santero e Fratelli Martini, alla veneta Botter e alla toscana Ruffino i migliori punteggi, seguite dalla pugliese Megale Hellas e da Villa Sandi, Cantine Ermes, Farnese, Frescobaldi, Mionetto e Vinorte; Cantine Ermes è la migliore cooperativa (settima); nelle prime 15 posizioni figurano sei società venete, tre toscane, due piemontesi e due pugliesi, una siciliana e una abruzzese; la società che presenta il quadro più problematico è la cooperativa La Vis;
- redditività: il rendimento del capitale investito (*roi*) è rimasto pressochè stabile dal 2014, attorno al 6%. L'andamento della redditività netta (*roe*) ha beneficiato dell'espansione degli utili e ha raggiunto il 7,1% nel 2018 dal 5,4% del 2014. Il *roi* 2018 del settore viticolo (5,9%) rimane inferiore a quelli del settore alimentare (7,5%), dell'industria manifatturiera italiana (9,0%) e dell'industria delle bevande (9,3%);
- andamenti regionali: le società piemontesi spiccano, soprattutto sotto il profilo reddituale (*roi* al 7,8% contro il 5,9% nazionale; *roe* all'11,1% contro 7,1%); figurano bene anche le venete, con *roi* e *roe* superiori alla media nazionale, le toscane (*roi* al 7,4% e *roe* all'8,6%), patrimonialmente più solide (debiti finanziari al 26,0% dei mezzi propri contro 39,1%), efficienti (costo del lavoro per unità di prodotto al 45,5% contro 59,4%) e vocate all'*export* (64,5% contro 49,9%), le abruzzesi e le pugliesi;
- Istituto Grandi Marchi: la rilevazione sulle aziende aderenti all'Istituto Grandi Marchi ha evidenziato rendimenti sopra la media, solidità patrimoniale e spiccata propensione all'*export*;
- struttura patrimoniale: il rapporto tra debiti finanziari e mezzi propri del 2018 denota una complessiva solidità attestandosi al 64,2%, valore che per le società non cooperative migliora al 47,7%; l'affidabilità creditizia è confermata anche da una valutazione mediante modello di *scoring*: nel 2018 il 76,7% delle imprese ricade nella classe *investment grade*, il 21,9% in quella delle intermedie e il residuo 1,4% nelle fragili;
- sostenibilità delle principali società vinicole: su un totale di 39 imprese (5,2 miliardi di fatturato complessivo), 7 imprese (1,6 miliardi di fatturato) redigono un documento di sostenibilità, in 6 casi si tratta del Bilancio di Sostenibilità e in un caso della sola Dichiarazione Ambientale; 20 imprese (2,3 miliardi) riportano sui propri siti internet alcune informazioni in materia di sostenibilità, principalmente

gli aspetti ambientali e le certificazioni di qualità, nella metà dei casi in sezioni dedicate. Non si riscontra, invece, alcun riferimento all'argomento sui siti delle restanti 12 società, con un fatturato di 1,3 miliardi, di cui il 60% circa sono familiari. Certificazioni di sostenibilità: 5 società hanno aderito al progetto ministeriale V.I.V.A. (Valutazione dell'impatto della viticoltura sull'ambiente), una società ha conseguito la certificazione Equalitas;

- **pacchetti di controllo:** il valore di libro, sulla base del patrimonio netto a fine 2018, delle partecipazioni detenute da persone fisiche è pari a 4,8 miliardi di euro, di cui 1,2 miliardi riferibili alle coop ed i restanti 3,6 miliardi al controllo familiare; il portafoglio dei soci esteri è valutabile in 0,52 miliardi di euro, come quello dei soci finanziari (banche, assicurazioni); in base ai multipli di Borsa delle società quotate sui mercati internazionali, il valore di mercato delle 125 S.p.A. e s.r.l. si può stimare indicativamente in 6,1 miliardi, con un "premio" sul valore contabile (4,39 miliardi) pari a circa il 40%;
- **board:** complessivamente, i CdA delle 138 aziende non cooperative sono composti da 499 membri, per una consistenza mediana per ogni *board* pari a quattro membri. I componenti del consiglio a maggiore longevità (Over74) rappresentano il 15,4% delle posizioni, mentre i *Baby Boomers*, con età compresa tra i 55 e i 74 anni, sono la fascia generazionale più rappresentata (41,1%). I nati tra il 1966 e il 1980 (Generazione X) coprono il 36,3% delle cariche. Scarsa la presenza dei *Millennials* (1981-1995) con il 6,6%. Il 59,5% delle imprese intervistate ha un Amministratore delegato appartenente alla famiglia proprietaria; il 48,6% dichiara la presenza di membri indipendenti nel Consiglio di amministrazione. Le competenze di cui maggiormente i produttori sentono necessità sono quelle manageriali (50%) e commerciali (32,5%), mentre meno ricercate appaiono quelle tecniche o enologiche (12,5%) e finanziarie (per un marginale 5%);
- **canali distributivi:** prevale la grande distribuzione organizzata (GDO) che interessa il 36,0% della produzione, seguita dai grossisti e intermediari al 19,6%, dall'*Ho.Re.Ca.* con il 16,8% e dalla vendita diretta con l'11,6% (di cui *online* lo 0,7%); il residuo 16% è fruito attraverso *wine bar* e altri canali; sui mercati esteri domina l'intermediario importatore (75,8%), segnalando un punto di potenziale debolezza nel presidio diretto delle vendite; la grande distribuzione estera conta per il 17,3%, ristoranti, bar e privati l'1,2%.

Principali società internazionali quotate e indice di Borsa

- nel 2018 il fatturato aggregato dei 14 maggiori produttori internazionali quotati risulta in rialzo del 5,5% (+6% in termini omogenei), con il contestuale miglioramento dei margini industriali sulle vendite: Mol (*ebitda*) al 19,8% e Mon (*ebit*) al 15,9%. Per confronto, si ricorda che le 125 vinicole italiane non cooperative hanno segnato nel 2018 un aumento del fatturato del 6,3% e margini sul fatturato pari al 12,5% (Mol) e all'8,8% (Mon). Il *roe* per le internazionali è stato pari al 9,8% contro il 7,8% delle italiane non cooperative;
- nel 2018 i più ampi incrementi dei ricavi hanno riguardato la Treasury Wine Estates (+12,4%), la Delegat's Group (+8,9%) e l'Australian Vintage (+7,9%), grazie al miglioramento del *mix* di vendita e del *pricing*; le imprese cilene presentano andamenti ondivaghi, considerando la crescita del 4,2% del giro d'affari per Viña Santa Rita, dell'1% per Viña San Pedro e il calo del 3,3% per Viña Concha Y Toro;
- grazie alle recenti acquisizioni internazionali, l'*export* della cinese Yantai Changyu supera ora il 10% dei ricavi complessivi; oltre ai ricavi esteri, per il *player* cinese la crescita del 25% nel quinquennio è stata alimentata anche dai «brandy» (+22,8% sul 2014), mentre i numeri della sola divisione vinicola domestica segnano un aumento più modesto pari al 4,5%;
- la struttura finanziaria delle maggiori imprese internazionali evidenzia un rapporto tra debiti finanziari e mezzi propri pari al 52,7% nel 2018, non dissimile da quello delle imprese italiane non cooperative (47,7%);
- l'occupazione si è contratta del 5%; le italiane sono cresciute del 5,3%;
- dopo la parentesi del 2017, nel 2018 la Yantai Changyu ha recuperato la prima posizione per margini industriali, con il rapporto Mon/fatturato che si attesta al 28,1%, contro il 27% della Delegat's Group;
- si conferma il buon momento per il settore in Australia con buone *performance* in mercati chiave quali UK e Cina, grazie anche alla prossimità geografica e agli effetti dell'accordo di libero scambio con il paese asiatico; per le vinicole cinesi quotate si segnala un fatturato in recupero, ma marginalità in calo;

- alla Italian Wine Brands (produzione e vendita di vino a distanza/*e-commerce* e ai clienti direzionali) spetta il fatturato pro-capite più elevato (882 mila euro), anche in relazione alla importante componente commerciale della propria attività;
- analizzando i più recenti rendiconti infrannuali relativi al 2019, si osserva una sostanziale stazionarietà del fatturato (+0,4%), con il Mon in miglioramento del 5,6% e gli utili in diminuzione dell'1,1%; in sofferenza la Lanson-BCC e la Vranken Pommery con fatturati in calo rispettivamente del 9,9% e dell'8,2% e con le vendite domestiche che risentono della riforma del settore della grande distribuzione francese che ha comportato il rialzo del livello dei prezzi del sottocosto per i prodotti alimentari e limitazioni alle promozioni per assicurare prezzi di vendita più "equi" ai produttori agricoli;
- a fine marzo 2020 l'indice mondiale di Borsa del vino comprendeva 52 società; nel periodo analizzato, le società australiane e nordamericane sono state oggetto di numerosi *delisting*, mentre in Cina sono avvenute 6 nuove quotazioni. Con il *delisting* di Bodegas Bilbainas non viene più elaborato l'indice dedicato alla Spagna;
- la capitalizzazione delle società che compongono l'indice di Borsa è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel primo trimestre 2020 a seguito della pandemia COVID-19; a fine marzo 2020 il valore di Borsa aggregato delle vinicole è sceso a 35,8 miliardi di euro (di cui 23 miliardi relativi alla sola Constellation Brands), bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio. Oltre a Constellation Brands, solo Treasury Wine Estates e Yantai Changyu Pioneer Wine presentano un valore di Borsa superiore al miliardo di euro;
- le società vinicole italiane quotate in Borsa sono due: IWB - Italian Wine Brands (controllante di Giordano Vini e Provinco) e Masi Agricola. I titoli di IWB al 3 aprile 2020 quotavano 12,2 euro con un valore di Borsa pari a circa 90 milioni di euro, mentre le azioni di Masi Agricola hanno chiuso in pari data a 2,4 euro con una capitalizzazione pari a 75,6 milioni;
- i multipli di Borsa relativi a una quarantina di titoli quotati indicano un rapporto tra valore di Borsa e capitale netto (P/BV) pari a 1,4x (rispetto al precedente 1,6x) e un multiplo tra capitalizzazione ed *ebit* pari a 16,6x, mentre il *price earnings* si attesta a 21,3x;
- dal gennaio 2001 l'indice di Borsa mondiale del settore vinicolo, in versione *total return* (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al disopra delle Borse mondiali (+129%); la migliore *performance* in termini relativi (ossia al netto delle dinamiche delle Borse nazionali) ha riguardato le società del Nord America (+283%), seguite dall'Australia (+71%) e dalla Francia (+53%), mentre in altri Paesi le società vinicole hanno reso meno della Borsa nazionale: Cile -16% e Cina -74%;
- la forte caduta delle quotazioni di Borsa del primo trimestre del 2020 (il MSCI All Country è sceso del 22,6%) non ha risparmiato l'indice azionario delle vinicole internazionali (-28,4%);
- ponendo la base di partenza al gennaio 2009, la *performance* dell'indice vinicolo è positiva (+116,4%) ma, in termini relativi, gli scarti vedono in questo caso prevalere, per la seconda volta nella sua storia, i listini complessivi di Borsa rispetto al comparto vinicolo, schiacciato da *performance* sottotono di Francia e Cina, con le eccezioni di Australia, Nord America e Regno Unito;
- nel confronto tra l'indice azionario vinicolo Mediobanca e l'MSCI AC WORLD (azionario mondiale), l'MSCI World Food Producers (rappresentativo dell'intera industria alimentare), l'MSCI World Beverages (industria delle bevande) e il Liv-ex 100 (*benchmark* per i vini di pregio), l'indice vinicolo mondiale segna la crescita più ampia negli ultimi 5 anni ma la contrazione maggiore nel 1°Q 2020 mentre il Liv-ex 100 è quello con la contrazione minore nei primi 3 mesi del 2020;
- sempre a proposito dei vini pregiati, cresce l'importanza del vino italiano con l'indice Italia 100 l'unico in crescita (+0,6%) in un contesto di Liv-ex 1000 in calo del 2,7% nel 1° trim. 2020; a seguito della conferma dei dazi USA e dell'incertezza legata alla Brexit, il vino francese di pregio risulta in parziale difficoltà.

La ricerca completa è consultabile all'indirizzo:

<https://www.mbres.it/it/publications/wine-industry-survey>



RAPPORTO SULL'INDUSTRIA VINICOLA NEL 2019 E IMPATTO ATTESO DEL COVID-19



AREA STUDI
MEDIOBANCA

TOP SELLER

FATTURATO
TOTALE 2019
mln euro

1. CANTINE RIUNITE & CIV	630
2. CAVIRO	329
3. PALAZZO ANTINORI	246
4. CASA VINICOLA BOTTER CARLO & C.	217
5. FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI	210
6. CASA VINICOLA ZONIN	205
7. ENOITALIA	199
8. CAVIT CANTINA VITICOLTORI	191
9. SANTA MARGHERITA	189
10. MEZZACORONA	187



+1,1%

PREVISIONE
FATTURATO
AGGREGATO
2019



+4,4%

EXPORT



-2,1%

FATTURATO
DOMESTICO



2020

20-25%

ATTESA CONTRAZIONE
DEL SISTEMA

63,5%

DELLE AZIENDE PREVEDE
UN CALO DELLE VENDITE
VS 2019

+222,5%

Crescita dell'indice di borsa mondiale
del settore vinicolo da gennaio 2001