

**Al quarto posto BRUNELLO 2006 DI CAMPOGIOVANNI NELLA TOP 100 DI WINE SPECTATOR**  
Ancora un vino italiano nella Top 100 di Wine Spectator. Si tratta del Brunello di Montalcino 2006 di Campogiovanni, di proprietà dell'Azienda Agricola San Felice, che conquista la quarta posizione tra i migliori vini del 2011.

**28 le etichette della linea "Le Vie dell'Uva" PRIVATE LABEL ANCHE PER SELEX**  
Selex entra nel mercato dei vini a marca commerciale con una linea denominata "Le Vie dell'Uva", una selezione di 28 etichette rappresentative delle principali zone vocate della Penisola. I vini si collocano prevalentemente nella fascia compresa tra 3 e 5 euro, con etichette che arrivano a 8-9 euro; vanno dai grandi piemontesi ai nobili friulani e trentini, dai veneti ai toscani fino agli emergenti del Sud, e i vini delle isole.

**Richieste invece per Merlot, Cabernet S., Lagrein MARZEMINO TRENTOINO IGNORATO DAL MERCATO**  
I direttori delle cantine del Trentino quando ricevono dai clienti la disponibilità all'acquisto di vini sono invitati a spedire in anticipo una o due bottiglie rappresentative della qualità della partita. In questo periodo le richieste di campionatura sono abbastanza numerose anche per i vini rossi della vendemmia 2011. C'è interesse per vini Merlot, Cabernet Sauvignon, Lagrein e Pinot nero; assente si segnala invece per Marzemino e Cabernet Franc. Le indicazioni si riferiscono alla Vallagarina, ma si possono estendere all'intero Trentino. S.F.

**Nuova strategia per Argo Tractors nell'area reggiana MARVASI DISTRIBUTORE DI LANDINI E MCCORMICK**  
Con una struttura di 20 mila mq coperti fra officina, uffici, show room e un efficiente servizio ricambi e di assistenza tecnica, Marvasi è il nuovo distributore ufficiale Landini e McCormick per la provincia di Reggio Emilia, territorio dove ha sede Argo Tractors.

L'ANALISI RICAVATA DAL RAPPORTO DI MEDIOBANCA RESEARCH

# VINO CONTRO BEVANDE

## PIÙ VENDITE MA MENO UTILI

Il nostro settore più performante anche perché più esposto sui mercati esteri. Ma sul lato dei margini siamo ancora indietro, e la crisi ha aggravato ulteriormente il divario. Con il mercato all'origine impazzito, la situazione per l'anno prossimo non è destinata a migliorare

di MARCO BACCAGLIO

Il settore del vino è una parte preponderante del comparto delle bevande in Italia. Incrociando una serie di dati pubblicati da Mediobanca Research abbiamo cercato di analizzare alcune caratteristiche e tendenze di lungo termine dei due segmenti. Prima di addentrarci nei dati, è doveroso premettere che i dati 2010 per il settore vino sono una stima (i dati saranno disponibili ad aprile 2012), costruita sulla base dell'andamento delle maggiori aziende nel 2010 e, per quanto riguarda le vendite estere, l'andamento delle esportazioni.

**I punti a favore...**  
Quali sono le principali evidenze del rapporto? Ci sono alcuni spunti interessanti a favore del settore vino. Il più importante è la vitalità del fatturato, aiutato dall'esposizione ai mercati esteri (molto maggiore del settore generale delle bevande, qui inteso come alcoliche e analcoliche) ma anche da un migliore andamento nel mercato domestico (come sappiamo dalle statistiche, principalmente legato alla forte radicazione territoriale delle cooperative). Questo è un punto di partenza molto importante.

Il secondo punto a favore del vino è che il profilo degli investimenti è sempre stato più elevato (anche per le caratteristiche intrinseche dell'attività), nonostante il peggioramento del ciclo economico; quindi, il settore non ha mai smesso di investire. Terzo, il mondo del vino ha prodotto posti di lavoro nel decennio 2001-2010, quando invece ciò non è successo per le aziende del campione generale delle bevande analizzate da Mediobanca Research. Quarto, il settore ha struttura finanziaria molto più solida del settore bevande in generale, soprattutto quando si tiene conto della presenza delle cooperative, che tendono a essere molto indebitate rispetto agli utili generati e al livello del patrimonio.

**... e quelli a sfavore**  
Dall'altro lato, invece, il settore è meno profittevole di quello delle bevande e nel corso della recente crisi sembra riprendersi in modo molto meno deciso, soprattutto dal punto di vista dei margini. A questo recupero più lento, forse contribuisce la minore dimensione media delle aziende vinicole rispetto a quella del settore bevande. È

anche un divario che in prospettiva difficilmente riuscirà a colmarsi, se la struttura resterà tanto frammentata. La graduale riduzione del surplus produttivo di uva sta poi ridando tensione ai prezzi del vino all'origine, riducendo in questo modo i margini dei trasformatori nei prossimi anni.

**Le vendite**

Addentriamoci nei dati. Strano ma vero: il vino batte il settore bevande quando si tratta di crescita delle vendite. - Le vendite delle maggiori aziende vinicole italiane sono cresciute nel decennio 2001-2010 di circa il 3,5% annuo, contro una crescita del 2,5% per il settore delle bevande. La differenza è maturata tra il 2003 e il 2008, quando il settore vinicolo è andato decisamente meglio, in parte vanificando tale vantaggio con il cattivo andamento del 2009.

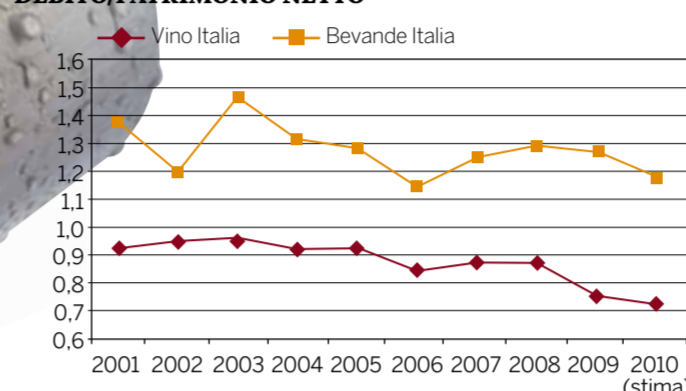
- Ciò che appare sorprendente è che l'andamento è molto simile per quanto riguarda le esportazioni. Il settore vino, con il 48% delle vendite all'estero, è cresciuto del 4,5% (dato annuo 2001-2010). Il settore delle bevande, che invece esporta soltanto il 28% del fatturato (nel 2010), è cresciuto del 4,8%.

- Di conseguenza, la differenza tra il settore vino e quello generale delle bevande è maturata sul mercato italiano: le vendite delle aziende vinicole sono cresciute del 2,7% annuo contro un +1,6% annuo per quello delle bevande. Ciò si è ribattuto doppiamente sui tassi di crescita: 1) il vino è cresciuto più delle bevande nel mercato italiano; 2) essendo il vino meno esposto al mercato italiano (che comunque va meno bene degli altri mercati) e più orientato verso le esportazioni, è cresciuto di più.

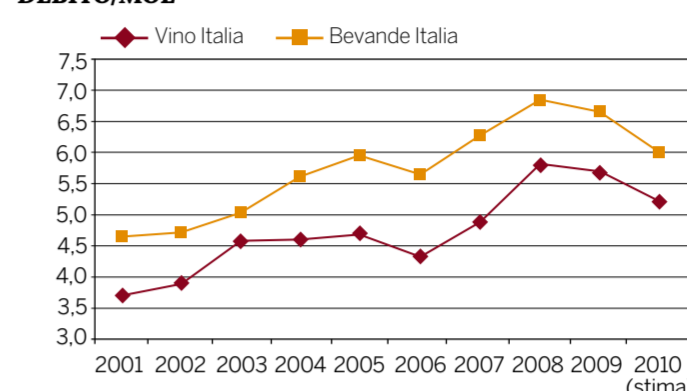
**Gli utili e i margini**

Il forte vantaggio maturato sul fatturato in realtà non si è trasferito negli utili. Infatti, i margini di profitto delle aziende vinicole si sono evoluti in modo molto meno positivo di quelli delle aziende del settore bevande. Su questo punto va specificato che i margini delle aziende vinicole di questo campione è influenzato dalla presenza della cooperative. Ciò determina una diluizione del mol sulle vendite di circa 2,5 punti percentuali. In altre parole il margine del 2009 del settore vino è 8,9% secondo il rapporto Mediobanca, ma 11,4% se si

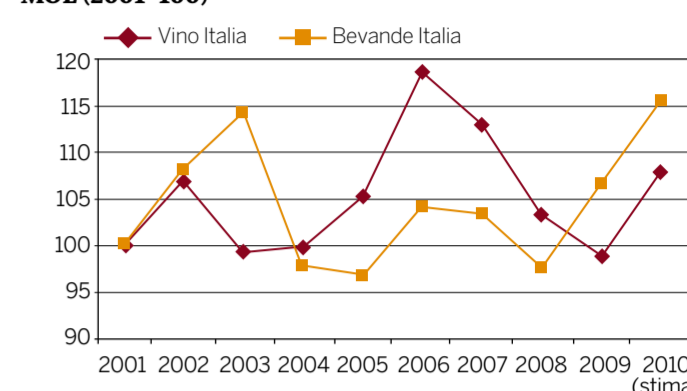
**DEBITO/PATRIMONIO NETTO**



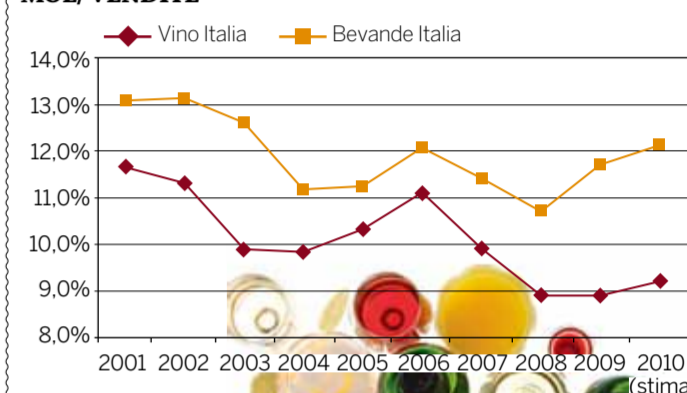
**DEBITO/MOL**



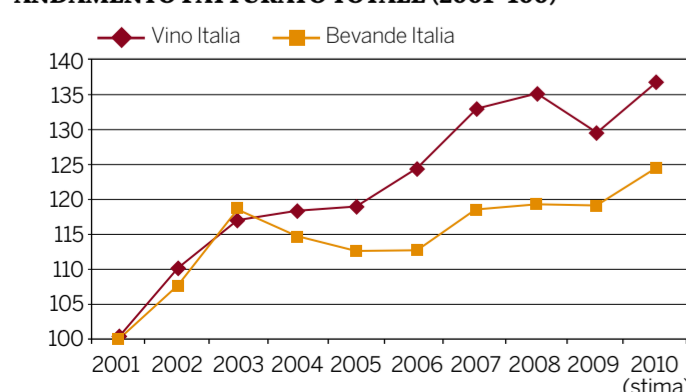
**MOL (2001=100)**



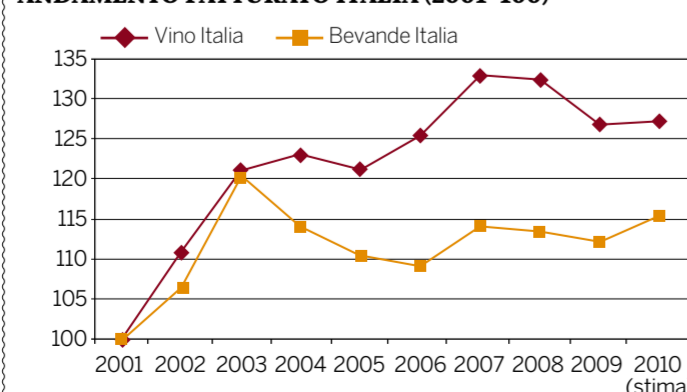
**MOL/VENTITE**



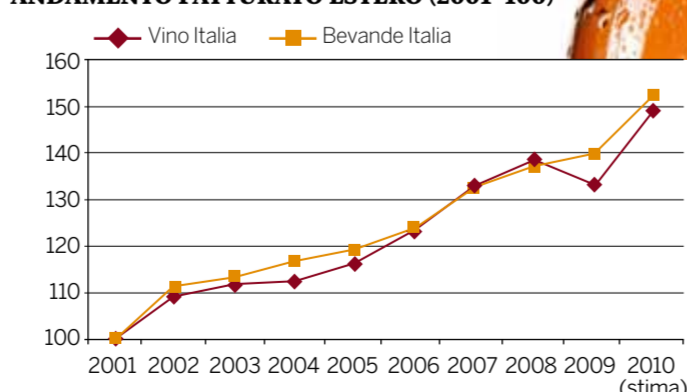
**ANDAMENTO FATTURATO TOTALE (2001=100)**



**ANDAMENTO FATTURATO ITALIA (2001=100)**



**ANDAMENTO FATTURATO ESTERO (2001=100)**



**VALORIZZATE LE VOSTRE BOTTIGLIE & COMUNICATE CON LA SCATOLA DI CARTONE CLASS'6®**

SCOPRITE LA SCATOLA DI SPEDIZIONE PERSONALIZZATA CLASS'6® E CHIEDETE IL PREVENTIVO IN LINEA SU: [www.class6.it](http://www.class6.it)

Un sistema astuto con separazioni integrate

Una pallettizzazione ottimizzata

Un vero e proprio supporto marketing

Un prodotto creato e brevettato da: **soufflet VIGNE**

Gamme **Bourgogne**, **Bordeaux**, **Champagne**

Soufflet Vigne - Le Pont Rouge RN6 - BP 125 - Limsas - 69654 VILLEFRANCHE SUR SAONE - FRANCIA - Tel. +33 (0)4 74 65 81 36