

Prosit Group, il racconto del vino italiano passa per 5 regioni

5 Gennaio 2024



PESCARA – Lombardia, Veneto, scendendo per la Toscana, passando per l’Abruzzo fino a toccare la Puglia. È un racconto tutto italiano, quello che dal 2018 sta facendo Prosit Group, una holding che oggi conta cinque cantine e diversi brand tutte unite da un medesimo obiettivo, proporre un vino di qualità per crescere nei principali mercati.

Il gruppo attualmente conta cinque cantine e diversi brand: Cantina di Montalcino (Toscana), Torrovento (Puglia), Nestore Bosco (Abruzzo), Tenuta di Collalbrigo (Veneto), oltre allo storico marchio La Cacciatora di Casa Vinicola Caldirola. Al 2021 risale, inoltre, l’acquisizione di Votto Vines, importatore e distributore statunitense.

Virtù Quotidiane ha intervistato **Luca Maruffa**, responsabile del marketing.

Come nasce il progetto Prosit e qual è la filosofia di fondo?

Prosit Group nasce nel 2018 per affrontare le sfide del vino italiano in un mercato globale sempre più competitivo, grazie a un business model innovativo. Siamo un gruppo di aziende che nella maggior parte dei casi non subentra alle famiglie e alle precedenti proprietà, ma anzi trova con loro diverse sinergie che ne favoriscano la crescita e lo sviluppo. Noi diciamo che 'le cantine ci mettono il cuore, noi la strategia'. In effetti Prosit Group è una holding sempre più integrata alle cantine controllate nelle diverse regioni, con cui lavora per l'affermazione di brand e progetti dalla forte connotazione territoriale e regionale. Il progetto è stato fortemente voluto da **Sergio Dagnino**, il nostro Ceo, con l'idea di unire competenze e realtà diverse, mantenendone specificità e posizionamento sul mercato. Un esempio di tutto questo è Nestore Bosco, la nostra azienda abruzzese: la famiglia Bosco collabora con noi per il raggiungimento degli obiettivi di medio e lungo periodo relativi al brand.

Quali sono i numeri della vostra realtà, tra bottiglie prodotte, dipendenti e mercati in cui siete presenti?

Prosit Group nel 2022 ha prodotto oltre 26 milioni di bottiglie, con un fatturato di circa 83 milioni di euro. I principali mercati di Prosit Group sono USA e Continente europeo (guidato dal mercato tedesco, ma anche dagli stati dell'Est Europa e Benelux). A marzo 2023 il gruppo conta 150 dipendenti.

In che modo si riesce a dare un segno distintivo unico a realtà così diverse per territorio ma anche per storia?

Riusciamo a dare un carattere distintivo alle cantine parte del gruppo, perché il nostro modello di business non è un limite per le cantine che entrano a far parte del gruppo: Prosit Group entra nel capitale delle cantine, lasciando la gestione day by day agli imprenditori e assicurando supporto strategico negli ambiti finanziario, logistico, commerciale e di marketing. I vigneti rimangono di proprietà delle famiglie, mentre la produzione è affidata a ogni singola cantina comproprietaria. La 'richiesta', se così possiamo chiamarla, che Prosit Group fa alle cantine che sono parte del gruppo è l'adesione a parametri qualitativi e quantitativi, ma mira soprattutto alla condivisione di un percorso comune che coinvolge posizionamento sul mercato e distribuzione. L'obiettivo è quello di costituire un network che permetta l'accesso preferenziale sui mercati di riferimento.

In che modo vengono scelte le cantine che vengono incluse nel progetto?

Nella scelta dei brand-partner, Prosit Group persegue un obiettivo di composizione di un

portafoglio di marchi completo e sinergico, che punti sulle più note denominazioni d'origine italiane. Le aziende si trovano inoltre in aree specifiche delle diverse regioni, spesso ad altitudini medie considerevoli. Un altro parametro importante è quello relativo alle potenzialità dei brand, in termini di brand building, premiumness, posizionamento e distribuzione. Tornando a Nestore Bosco, per fare un esempio vicino, da subito Prosit Group ha fatto una valutazione dei prodotti dell'azienda, che sono di una qualità media alta, spesso altissima. Inoltre, la cantina rappresenta autenticamente non solo il vino abruzzese, ma anche la cultura del territorio e della regione. Nella valutazione, quindi, sono rientrati anche parametri qualitativi.

Come ha risposto il mercato?

Il mercato ha risposto molto bene, soprattutto considerando che in questi ultimi anni gli "scossoni" sono stati tanti e il mercato in generale sta rallentando. Abbiamo 50.575 milioni di euro di fatturato sui mercati internazionali con 18,13 milioni di bottiglie vendute. C'è da dire che operiamo in un contesto fortemente competitivo, dove le cinque regioni presenti all'interno di Prosit Group (Veneto, Abruzzo, Toscana, Puglia e Lombardia) rappresentano il 70% dell'intero export di vino italiano.

Quali sono i prossimi obiettivi sia in termini di mercato e sia di eventuali ingressi nel gruppo?

Prosit Group ha l'obiettivo di crescere per 'vie interne', grazie a una migliore e più capillare distribuzione dei brand in portafoglio, sia per 'vie esterne': non si escludono infatti future acquisizioni, utili a completare il nostro portafoglio.

LE FOTO





Cantina Montalcino (Toscana)



Torrevento

(Puglia)



Tenuta Collabrigo (Veneto)





Sergio Dagnino, Ceo

di Prosit



Luca Maruffa,

