

## CRESCE IL VINO COMMERCIALE, LA FASCIA ALTA PAGA LO STOP DELL'HORECA



ROMA - Cresce del 3% nel 2020 il vino italiano commerciale, mentre la fascia premium paga lo stop dell'horeca (aziende alberghiere e in generale la ristorazione). Lo spumante resiste. È quanto emerge da un'analisi Pambianco Strategie di Impresa sui fatturati 2020 dei vini e degli spumanti tricolore.

Dallo studio sui preconsuntivi dei leader italiani di comparto si registra il trend in un anno condizionato - spiega una nota - dalla chiusura prolungata dell'horeca e dallo spostamento

dei consumi all'interno delle mura domestiche, dove le bottiglie più competitive- viene precisato- hanno avuto il sopravvento in un quadro di mercato che ha riguardato non solo la Gdo e horeca, ma anche l'online.

Dai dati risulta che i primi dieci gruppi di fascia media sono cresciuti del 3% mentre la top5 delle realtà di fascia alta mostra una flessione a doppia cifra, pari al -12%.

Nella fascia commerciale, la graduatoria vede la conferma in vetta alla classifica di Cantine Riunite&Civ, con 600 milioni di ricavi stimati, davanti a Caviro con 363 milioni e a Botter, prima società privata dietro ai due gruppi cooperativi, con 230 milioni.

A seguire, in quarta posizione e a pari merito, compaiono Fratelli Martini e Cavit.

La miglior prova dell'anno è quella di Italian Wine Brands, salita in sesta posizione con un fatturato in crescita di quasi il 30%.

Chiudono la top10 Enoitalia, Mezzacorona, Zonin 1821 e Terre Cevico.

Nella fascia alta in testa, in vetta alla classifica, c'è Antinori che difende le posizioni limitando la flessione nell'ordine del 10%, e si attesta sui 221 milioni di fatturato. Gruppo Santa Margherita, è secondo con un giro d'affari pari a 172 milioni e una perdita delle vendite pari al 9%. Chiude il podio Frescobaldi con 103 milioni di fatturato e una variazione del -10%. Lo spumante limita i danni e per i big, secondo Pambianco, una flessione contenuta, -1%.