

# Schenk Italian Wineries, AD Simoni: strategia commerciale multicanale e processi di espansione

scritto da Emanuele Fiorio | 19 Settembre 2023



Fondata nel 1952 a Reggio Emilia e trasferitasi a Ora (BZ) nel 1960, [Schenk Italian Wineries](#) è tra le più significative realtà vitivinicole italiane. Negli anni è stata capace di passare dall'imbottigliamento di vino sfuso allo sviluppo di brand territoriali e linee premium legate ai terroir più vocati in Alto Adige, Veneto, Piemonte, Toscana, Abruzzo, Puglia, Sicilia e Campania.

Questo 2023 è iniziato positivamente per Schenk Italian Wineries, il primo semestre ha registrato una **crescita a doppia cifra, +14% sullo stesso periodo 2022**. Un fatturato

aggregato al 30 giugno di 66,8 milioni di euro ed un volume spedito di 21,9 milioni di litri che fa registrare un incremento dell'8,5% sul 2022.

Inoltre l'azienda ha messo in campo investimenti importanti, con **l'acquisizione di 37 ettari a conduzione biologica nel Salento e di 6 ettari a Montepulciano**, in Toscana, in terra di Vino Nobile.

Per approfondire visioni, obiettivi, strategie commerciali e di investimento, sfide attuali e future **abbiamo intervistato Daniele Simoni, Amministratore Delegato di Schenk Italian Wineries.**

**Quali sono i principali fattori che hanno contribuito all'aumento del 14% del fatturato di Schenk Italian Wineries nel primo semestre del 2023?**

La nostra **strategia commerciale multicanale** ci ha permesso di intercettare i canali che hanno reagito meglio come quelli legati all'on-trade senza dover subire l'impatto negativo dei canali che hanno registrato i cali maggiori, mi riferisco all'off-trade.

Questo aumento dei prezzi generalizzato ha alzato il fatturato ma certamente **abbiamo dovuto sostenere un considerevole incremento dei costi.** Non li abbiamo dislocati interamente sul mercato, quelli interni li abbiamo assorbiti, abbiamo trasferito solo quella parte che proveniva dall'esterno della nostra struttura.

In sostanza l'aumento delle materie prime e dei prodotti sussidiari li abbiamo dovuti trasferire *obtorto collo* sul mercato.

**Come valuta l'andamento del mercato italiano del**

**vino nel primo semestre del 2023, e quali sono le sfide previste per la seconda metà dell'anno?**

Chiaramente la sfida più importante sarà quella dell'autunno visto che sarà un rientro abbastanza traumatico, a causa dell'inflazione, del ritorno dalle ferie e dei mancati aumenti salariali. **Riuscire a mantenere i volumi sarà molto complicato.**

**Può condividere maggiori dettagli sulla strategia di filiera integrata di Schenk Italian Wineries e come questa ha influenzato il successo dell'azienda?**

La possibilità di alzare la qualità media dei nostri vini ci ha premiato sia per i prodotti della zona Prosecco sia per i vini pugliesi dove abbiamo acquisito terreni. **Inoltre siamo riusciti ad evitare forti aumenti di prezzo e, grazie alla completa gestione della produzione, non dipendiamo più dalla stagionalità.**

**Qual è l'importanza dell'export per Schenk Italian Wineries, e quali sono i principali mercati di destinazione per i vostri prodotti?**

Il Nord America ci sta dando grandi soddisfazioni come i Paesi del Nord Europa. Purtroppo **il conflitto russo-ucraino ha frenato molti Paesi emergenti**, ad esempio quelli africani che hanno subito un collasso valutario. Erano Paesi su cui stavamo investendo parecchio con buoni risultati, sto parlando dell'Africa subsahariana (Angola, Camerun, Ghana, Congo).

**In che modo gli investimenti in sostenibilità e potenziamento degli impianti produttivi stanno contribuendo alla crescita dell'azienda?**

Abbiamo investito più di 10 milioni di euro in 2 anni per ristrutturare le linee di imbottigliamento e ridurre il consumo energetico. Inoltre stiamo implementando gli impianti

fotovoltaici e alla fine del 2024 saremo in grado di autoprodurre il 50% dell'energia di cui necessitiamo.

In Toscana stiamo piantando **20 ettari di noccioli** che ci **garantiranno i certificati verdi** in grado di bilanciare le nostre emissioni carboniche e ridurre l'impatto.

**Quali sono le motivazioni dietro la scelta di investire in terreni a conduzione biologica e come sta evolvendo la produzione di vino biologico all'interno del vostro portafoglio aziendale?**

Onestamente ho una sensibilità verso il biologico di 25-30 anni, quando sono arrivato a dirigere questa azienda è stata una delle mie priorità. Ma credo sia necessario fare una riflessione: essendo il vino un prodotto trasformato, l'aspetto del biologico ha un minore impatto sui consumatori rispetto ad altri prodotti alimentari.

**Non lo vedo come un plus commerciale ma un percorso per migliorare il mondo in cui viviamo.** Diventerà un prerequisito, quella è la direzione in cui dovrà andare il nostro settore. **Credo sia più utile ed efficace la sostenibilità rispetto al biologico, per questo siamo certificati Equalitas.** Equalitas garantisce un piano di miglioramento, si tratta di un percorso di sviluppo che coinvolge tutti gli asset aziendali e gli stakeholder. Puntiamo a implementare questo percorso che ha una dimensione più evoluta rispetto alla semplice produzione biologica.

**Quali sono gli obiettivi di crescita futura del Gruppo Schenk Italian Wineries in termini di produzione e fatturato?**

Credo che il nostro settore sia ad un altro bivio, ci saranno delle naturali fusioni o acquisizioni, credo sia normale in questa fase di difficoltà. Per quanto riguarda il nostro caso specifico, abbiamo dei fornitori e dei clienti molto grandi ma

noi siamo molto piccoli, non rappresentiamo l'1% della produzione italiana.

**Credo che nei prossimi anni sia necessario ingrandirsi** anche perché questo processo sta avvenendo non solo in Italia o in Europa ma a livello globale. **Al momento non è ancora chiaro come e quando ma credo sia un processo irreversibile.**