

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?

Oonestamente 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.