# Il modello operativo di Mack & Schuhle Italia per il vino italiano

scritto da Claudia Meo | 12 Maggio 2026




*Mack & Schuhle Italia, guidata da Fedele Angelillo, produce e distribuisce vini italiani per i grandi mercati internazionali. Il modello integra private label e brand propri, puntando su qualità territoriale e visione globale. A Vinitaly 2026 l'azienda ha presentato una nuova gamma di vini no-low, frutto di investimenti nella dealcolazione e di tecniche produttive mirate.*

Mack & Schuhle Italia produce e distribuisce vini italiani destinati ai mercati internazionali, lavorando su progetti costruiti su misura per clienti e canali diversi. Opera attraverso una rete di cooperative distribuite in tutta Italia, con cui costruisce **produzioni radicate nei**

**territori** ma pensate fin dall'inizio per una distribuzione globale. Alla base c'è un modello che unisce competenze produttive italiane e **struttura commerciale internazionale**, sviluppata nell'ambito del gruppo Mack & Schuhle AG, tra i principali operatori europei nell'importazione e distribuzione di vino e spirits.

L'imprenditore pugliese **Fedele Angelillo** ha costruito il modello operativo del progetto italiano, che oggi si estende all'intero ambito nazionale, ed è oggi amministratore unico di Mack & Schuhle Italia. Durante l'ultimo Vinitaly ha condiviso con noi la storia e la filosofia del progetto, e illustrato le scelte imprenditoriali che sono alla base di alcuni recenti progetti di diversificazione produttiva.

La famiglia Angelillo avvia nel 2008 un'attività commerciale nel settore vinicolo; nel 2011 Latentia winery – questo il nome dell'azienda, dalla località Laterza, vicino a Taranto – avvia il primo stabilimento produttivo in Puglia. Nel 2016, Mack & Schuhle AG entra nel capitale di Latentia winery e nasce di fatto Mack & Schuhle Italia, con il progetto di estendere a monte una filiera che il gruppo tedesco non presidiava, e di affiancare alla forza commerciale e distributiva del gruppo una struttura produttiva interna, in grado di sviluppare vini italiani destinati ai grandi retailer europei.

Il nucleo produttivo di Mack & Schuhle Italia integra un modello che opera trasversalmente su tutte le regioni vitivinicole, attraverso **un network di cooperative, che garantiscono massa critica e continuità qualitativa**, che permettono di servire progetti su misura per clienti internazionali. "Non si tratta di una semplice attività di imbottigliamento: ogni vino nasce e si sviluppa nel territorio di origine, con un controllo diretto su tutte le fasi produttive locali, dalla selezione delle masse alla definizione del profilo organolettico, fino all'imbottigliamento. Inoltre, **costruiamo relazioni**

**pluriennali**: questo permette ai nostri partner di investire e programmare, e a noi di offrire stabilità ai clienti", sottolinea Fedele Angelillo. Una visione che introduce anche un tema spesso trascurato nel dibattito: quello della sostenibilità sociale lungo la filiera, intesa come capacità di generare valore nel tempo per tutti gli attori coinvolti, dando la possibilità agli stessi di poter fare investimenti e una programmazione strategica di lungo periodo.

Il cuore commerciale del business resta oggi fortemente legato alla grande distribuzione organizzata, canale che intercetta circa l'80% dei consumi globali di vino, concentrati nella fascia di prezzo tra i 5 e i 15 euro. In questo contesto, Mack & Schuhle Italia opera sia attraverso private label – sviluppate per grandi catene internazionali – sia attraverso un portafoglio di marchi propri, che rappresentano la direttrice strategica di sviluppo per il futuro.

"Le **private label** oggi pesano ancora più del 50% del nostro business, ma l'obiettivo è crescere sempre di più con i **brand proprietari**, per costruire valore nel lungo periodo", osserva Angelillo.

Sul piano geografico, il modello consente di intercettare dinamiche molto differenziate. Piemonte e Toscana continuano a rappresentare punti di riferimento consolidati sui mercati esteri, mentre aree come Friuli e Alto Adige mostrano una crescita costante. Parallelamente, emergono nuove traiettorie nel Sud Italia, con regioni come Calabria, Campania e Abruzzo che stanno raggiungendo livelli qualitativi sempre più competitivi.

Ma è sul fronte dell'innovazione di prodotto che emerge una delle scommesse più rilevanti. Già nel 2025, anticipando l'approvazione della normativa italiana, l'azienda ha investito diversi milioni di euro in un **impianto di dealcolazione di ultima generazione**, installato nello stabilimento di Laterza. Una scelta pionieristica, maturata

osservando i trend dei mercati internazionali.

A Vinitaly 2026 è stata presentata una nuova gamma di prodotti no-low, che include **vini fermi e spumanti dealcolati**, e prodotti a basso contenuto alcolico ottenuti attraverso **vendemmia anticipata e fermentazione controllata**. Un'offerta che punta a mantenere intatta l'identità del prodotto italiano, puntando sulla qualità, grazie a una filiera interamente nazionale, dalla produzione alla dealcolazione.

"Non consideriamo i vini dealcolati un'alternativa al vino, ma un nuovo segmento di mercato, che risponde a esigenze diverse: dai giovani che si avvicinano gradualmente al consumo, a chi cerca un'opzione più leggera per motivi salutistici, culturali o semplicemente legati all'occasione. Produciamo in Italia, dealcoliamo in Italia e utilizziamo tecnologia italiana: il valore del Made in Italy deve restare centrale anche per queste nuove categorie di prodotto".

La prospettiva quindi non è quella di una sostituzione del vino tradizionale, ma di un **ampliamento delle occasioni di consumo**, anche in relazione a fenomeni emergenti come la mixology e i nuovi stili di vita.

In un mercato sempre più polarizzato tra eccellenze di nicchia e grandi volumi, Mack & Schuhle Italia si posiziona così in uno spazio intermedio ma strategico: quello in cui industrializzazione, controllo della qualità e capacità di lettura dei trend si combinano per costruire un'offerta coerente con la domanda globale.

---

## Punti chiave

1. **Filiera interamente italiana:** Mack & Schuhle opera con

cooperative su tutto il territorio nazionale, garantendo qualità e continuità produttiva.
2. **GDO cuore del business:** l’80% dei consumi globali di vino si concentra tra 5 e 15 euro, fascia presidiata con private label e brand propri.
3. **Brand proprietari come priorità strategica:** le private label superano il 50% del fatturato, ma l’obiettivo è crescere con marchi di proprietà.
4. **Investimento pionieristico nel dealcolato:** già nel 2025 installato un impianto di ultima generazione, anticipando la normativa italiana.
5. **Dealcolati come nuovo segmento, non sostituto:** i prodotti no-low ampliano le occasioni di consumo senza sostituire il vino tradizionale.