# Bilancio fine 2021: un anno di rilancio

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Dicembre 2021



L’anno sta per terminare e con esso si chiude una stagione che ha visto una sostanziale ripresa del settore, gli ultimi dati ISTAT parlano di un **balzo a valore dell’export del +11,6% sul 2019 e del +15% sul 2020 nei primi 9 mesi del 2021**, per un totale di oltre 5,1 miliardi di euro.

I numeri sono fondamentali ma vanno sempre messi in relazione con le **evidenze concrete ed i risultati effettivi che solo i diretti interessati possono testimoniare.** Per questo abbiamo voluto chiedere alle aziende qual è stato l’andamento del 2021 e quali risultati sono stati raggiunti in questo anno saliente di rilancio e ripartenza.

Nel nostro primo articolo abbiamo dato spazio alle testimonianze di Paolo Lasagni (Direttore generale di Bosco Viticultori) e Giuseppe Bursi (Presidente di Cantine Settesoli).

Ci siamo concentrati su quelle che riteniamo essere le **tematiche più rilevanti**: export, mercato italia, e-commerce,

Horeca, off-trade (GDO e retail) e bilancio generale del 2021.

In questo secondo articolo abbiamo raccolto le **dichiarazioni di Massimo Ruggero** (CEO di Siddùra) **ed Alessandra Aldieri** (Export Manager di Tenuta Montemagno).

## Export

**Il vino italiano sta riscuotendo successi nei principali mercati export: nei primi 9 mesi del 2021 +14,7% in USA, +6,1% in UK, +9,4% in Germania, +15% in Canada, +27% in Russia e +47,2% in Cina.  Come ha performato il vostro export ed in quali paesi avete riscontrato i risultati migliori?**

**Massimo Ruggero**
Anche per i mercati esteri il tempo della ripresa è stato segnato dall'andamento della crisi che ha sconvolto il mondo: il 2021, per Siddùra, si chiude con la conferma di mercati importanti come il Regno Unito, la Germania, la Svizzera, il Giappone, la Danimarca, il Belgio, la Lituania, l'Olanda, il Canada, l'Estonia, la Polonia, la Svezia e la Romania.

**Alessandra Aldieri**
Abbiamo ottenuto bei risultati sui mercati esteri, soprattutto in Cina e in Nord Europa. Gli Usa hanno visto un leggero incremento rispetto allo scorso anno.

## Mercato Italia

**La pandemia ha spinto la tendenza ad acquistare prodotti locali, un ottimo frangente per i produttori ben posizionati sul mercato domestico. Che risultati avete conseguito sul mercato italiano?**

**Massimo Ruggero**
La pandemia, paradossalmente, ha ridotto le distanze tra produttore e consumatore. Il consumatore ha cercato i beni locali dotati di quel sigillo di garanzia che solo la conoscenza diretta del produttore, dell'azienda e del prodotto può dare.

**Alessandra Aldieri**
Ottimi, soprattutto con l'apertura di nuove distribuzioni in regioni diverse.

## E-commerce

**Secondo Nomisma Wine Monitor le vendite e-commerce di vino, dopo un +141% nel 2020, hanno registrano per il primo semestre 2021 una crescita a valore del 351% e del 310% a volume. Vi ritrovate in questa crescita a tre cifre?**

**Massimo Ruggero**
Il mercato è cresciuto tanto, ma non alle cifre indicate. La costrizione del momento storico ha decretato un aumento considerevole dell'e-commerce che ha rappresentato un valido strumento di acquisto.

**Alessandra Aldieri**
Non ci ritroviamo in questi numeri ma un segno più l'abbiamo messo anche noi sulle vendite e-commerce.
Una crescita sensibile, inoltre, è stata registrata nella vendita diretta a privati nel nostro punto vendita in Tenuta Montemagno.

## Horeca

**Ripartenza Horeca: la ripresa è reale o siamo ancora ai nastri di partenza?**

**Massimo Ruggero**
Ripresa reale, senza dubbio. C'è stato – come conseguenza del momento di stop forzato – un assestamento di mercato con la determinazione di nuove regole, la selezione delle aziende e un nuovo sistema di acquisto che garantisce un collegamento ancora più forte tra i fornitori e i brand di tendenza.

**Alessandra Aldieri**
La ripartenza c'è stata ed in modo concreto e importante. Un dato significativo è che siamo andati in rottura di stock con alcuni vini.

## Off-trade

**Secondo i dati NielsenIQ, le vendite di vino nel canale off-trade per il terzo trimestre 2021 mostrano una crescita a valore del 6,1%. Che risultati avete raccolto nei canali GDO e retail?**

**Massimo Ruggero**
E’ un mercato che ha saputo riadattarsi e ridisegnarsi, reinventando un sistema di vendita che ha dato più visibilità alle cantine tramite angoli dedicati all’interno delle strutture con personale preparato e in grado di raccontare, tra le corsie, la storia del vino.

**Alessandra Aldieri**
Non siamo presenti nella GDO e in merito alla crescita retail inteso come enoteche, si, il trend è positivo.

## Bilancio generale 2021

**Se dovesse tracciare una linea e fare un bilancio di fine anno, che analisi farebbe di questo 2021?**

**Massimo Ruggero**
Il 2021 rappresenta la storia nella storia: un momento di vita che ha saputo trasformare la sfiducia in fiducia, il crollo nella rinascita e una grande opportunità di rilancio del mercato del vino.

**Alessandra Aldieri**
Il 2021 è stato un anno ancora faticoso e imprevedibile. Le dinamiche diverse del mercato domestico e dei mercati export hanno tuttavia permesso di incrementare la nostra attività.
L’analisi è indubbiamente si chiude con un bel segno più.