

Viña Santa Rita ha cambiato distributore nel Regno Unito

scritto da Roberto Serra | 30 Marzo 2026



La mossa arriva dopo un calo delle entrate e perdite significative, riflettendo le difficoltà del settore vinicolo cileno.

La scorsa settimana, nel tentativo di invertire una tendenza negativa nei conti, Viña Santa Rita ha annunciato [la nomina di Schenk Family UK come distributore](#) per il canale off-trade britannico. La mossa arriva dopo che il produttore cileno, tra i più riconosciuti a livello internazionale, ha riportato un calo delle entrate e perdite significative, riflettendo le difficoltà di un settore vinicolo cileno sotto pressione. La scelta di affidarsi a Schenk Family UK non è un caso isolato, ma sembra delineare **una precisa strategia di sopravvivenza e rilancio** sul mercato britannico, uno dei più importanti al

mondo.

Un nuovo partner per rilanciare le vendite

A metà marzo, Viña Santa Rita ha ufficializzato l'ingresso in una nuova partnership. Secondo l'annuncio, Schenk Family UK si occuperà della distribuzione dei vini Santa Rita Estate nel canale off-trade della Gran Bretagna. L'obiettivo dichiarato della collaborazione è sviluppare il business in questo canale "in modo significativo e sostenibile", allineandosi alle esigenze della clientela e riflettendo le preferenze dei consumatori. L'alleanza unisce due aziende vinicole con valori condivisi incentrati su qualità e costruzione di brand a lungo termine. Helena Martin, Managing Director di Schenk Family UK, si è detta "lieta di collaborare con Viña Santa Rita, un produttore con una reputazione eccezionale". Dal canto suo, Lucy Ward, Head of GB Off-Trade di Viña Santa Rita, ha sottolineato "la profonda comprensione del mercato off-trade britannico" da parte del nuovo partner e il suo comprovato track record nella costruzione dei brand.

Il contesto competitivo: dalle mosse di Viña Carmen al mercato UK

Questa nomina rappresenta un cambio di distributore per Viña Santa Rita nel Regno Unito e si inserisce in un pattern già visto nel settore. Già lo scorso ottobre, infatti, un altro importante produttore cileno, Viña Carmen, aveva compiuto una mossa analoga, [annunciando una partnership di distribuzione strategica con Schenk Family](#) per gestire il suo portafoglio in tutti i canali UK, abbandonando il precedente distributore di lungo corso Bibendum. La decisione di due grandi nomi del vino cileno di puntare sullo stesso gruppo distributivo per rafforzare la propria presenza nel competitivo mercato britannico indica una chiara tendenza a cercare **efficienza e forza commerciale in un'unica entità**, riconoscendo in Schenk

Family un attore chiave per la penetrazione nel retail.

Implicazioni concrete: cali di fatturato e strategie future

La spinta a cambiare distributore non nasce dal nulla, ma è motivata da dati finanziari preoccupanti. [Viña Santa Rita ha riportato un calo](#) delle entrate dell'1,6% a 157,009 miliardi di dollari USA e perdite per 5,870 miliardi di dollari. Il contesto più ampio è sfavorevole, con le vendite locali in Cile in calo del 5,3% e le esportazioni cilene complessive diminuite del 4,3%. Questi numeri spiegano l'urgenza di una strategia correttiva. Per i produttori come Santa Rita, **la scelta del distributore diventa una leva fondamentale** per riconquistare quote di mercato e migliorare la redditività. La scommessa è che un partner distributivo più forte e focalizzato, con una comprovata capacità di costruire brand, possa invertire la rotta più efficacemente di un precedente accordo. La mossa avvantaggia chiaramente Schenk Family UK, che consolida il suo ruolo di hub distributivo di riferimento per il vino cileno di qualità nel Regno Unito, mentre mette in discussione il posizionamento dei distributori storici sostituiti.

Per gli operatori del settore, professionisti della produzione, della vendita e della comunicazione del vino, la lezione è chiara. In un mercato globale in flusso, dove i consumi sono volatili e la concorrenza feroce, le alleanze distributive non possono essere statiche. Devono essere costantemente calibrate su performance economiche robuste e sulla capacità di raggiungere il consumatore finale in modo efficace. La partnership tra Viña Santa Rita e Schenk Family UK sarà un banco di prova cruciale per verificare se un cambio strategico nel canale distributivo possa essere la soluzione per arginare perdite finanziarie e rilanciare un brand storico. Il rischio, altrimenti, è quello di ulteriori contrazioni in un panorama che premia sempre più l'agilità e

l'efficienza commerciale.