Bilancio Cantine Riunite & Civ: fatturato a 266 milioni di euro e utile netto a 1,8 milioni di euro

20251218101000assembleacantineriuniteciv-16-12-252

Un fatturato pari a circa 266,5 milioni di euro, in contrazione rispetto all'esercizio precedente chiudendo con un utile netto pari a 1,8 milioni di euro. Sono i numeri del bilancio di esercizio al 31 luglio 2025 approvato dall'assemblea generale dei Soci di Cantine Riunite & Civ che sottolineano, tra le altre cose, come il patrimonio netto della cooperativa si sia rafforzato ulteriormente raggiungendo i 205 milioni di euro di fine esercizio, con un miglioramento inoltre della posizione finanziaria netta e di tutti gli indici finanziari (QUI i dati del bilancio dello scorso anno).

Il Gruppo Cantine Riunite & Civ, che comprende la società controllata Gruppo Italiano Vini S.p.A., azienda leader nella produzione di vini italiani di qualità e le società estere di distribuzione, quali la francese Carniato e la statunitense Frederick Wildman and Sons, stima di chiudere l'anno 2025 registrando un fatturato consolidato superiore ai 650 milioni di euro, confermando la propria leadership in Italia e tra le prime realtà vinicole mondiali.

INVESTIMENTI PER OLTRE 10 MILIONI DI EURO

Sul fronte dell'export, le aree geografiche che hanno registrato una crescita a valore sono state l'Asia (+15%) e l'Europa (+2,5%). Negli altri mercati internazionali la situazione geo politica, il clima di incertezza e la generalizzata crisi dei consumi hanno comportato una contrazione, concentrata soprattutto sul Nordamerica, dove l'introduzione dei dazi, aggravata da un cambio sfavorevole, sta penalizzando l'export dei vini italiani. Sul mercato domestico le performance sono legate alla situazione economica globale: i consumi sono stati fortemente condizionati dal clima di incertezza e da un minore potere di acquisto delle famiglie, sia sul canale moderno sia nel fuori casa.

La cooperativa nel corso dell'esercizio appena concluso ha realizzato investimenti nei propri siti produttivi emiliani e veneti per complessivi 5,6 milioni di euro, al fine di migliorare la sostenibilità

ambientale e potenziare la capacità produttiva. Sono stati inoltre effettuati investimenti per più di 10 milioni di euro, di cui 8 sul Lambrusco in comunicazione e pubblicità, in televisione e sui canali social sui mercati nazionali ed internazionali. In Italia si è continuato ad investire in comunicazione tv, radio e web per i brand Maschio, Riunite, Righi e Cavicchioli, sia nel Canale Moderno sia in quello Fuori Casa. Il prosecco Maschio è stato protagonista di comunicazione TV e Radio con lo spot “Maschio. Stappa un sorriso”, durante le serate del Festival di Sanremo e in occasione dei Tim Music Awards, oltre agli investimenti in pubblicità all’aperto, sui social e ad iniziative specifiche di promozione del Mini Prosecco Maschio. Sul fronte dell’offerta commerciale, per rispondere alle nuove e diverse esigenze dei consumatori sono stati introdotti sul mercato nazionale e internazionale le linee dei vini senza alcol Maschio Zero e Riunite Zero che stanno riscontrando un notevole interesse.

Inoltre, sia cantina Albinea Canali sia Foresteria Cavicchioli sono state protagoniste di numerosi eventi che hanno avuto l’obiettivo di aumentare la conoscenza del brand e di valorizzare il Lambrusco e i frizzanti emiliani, apprezzati per la qualità e la tipicità. Lo sforzo finanziario sostenuto dalla cooperativa è risultato funzionale al rafforzamento della leadership nei vini frizzanti emiliani, quali Lambrusco Pignoletto e Spergola, così come nel Prosecco e i frizzanti veneti, a vantaggio dei 1.300 soci produttori e conferitori di uve.