Santa Margherita vola sia in Italia che all'estero

dott-gaetano-marzotto-presidente-santa-margherita-gruppo-vinicolo-83a5489c

Santa Margherita Gruppo Vinicolo ha registrato nel passato esercizio una crescita complessiva del 7,8% con un fatturato che, al 31 dicembre scorso, si è attestato a 110,1 milioni di euro; le bottiglie vendute sono cresciute del 7,2%, passando da 17,3 a 18,5 milioni mlgrado un’economia italiana in recessione e una crescita nell’Euro-zona del solo 0.8% nel 2014.

A trainare il brillante risultato le esportazioni (+9%), ma anche dal mercato domestico sono giunti segnali particolarmente incoraggianti: la crescita delle vendite in Italia del 5,3% (in termini monetari, del 6,4%).

Si conferma come una realtà fortemente rivolta all’export: a livello di Gruppo Vinicolo la percentuale delle vendite oltre confine è salita al 62,3%, valore che raggiunge il 78,1% per la capogruppo Santa Margherita con oltre ottanta Paesi serviti.

La crescita ha coinvolto tutte le Tenute del Gruppo: significative le performance raggiunte dall’altoatesina Kettmeir, con un incremento nelle vendite del 24% e della toscana Lamole di Lamole con aumenti del fatturato altrettanto rilevanti (+23%).

«Questo risultato, che arriva nell’80° anniversario della fondazione del nostro Gruppo Vinicolo – spiega il presidente, Gaetano Marzotto – premia un’attenta e costante politica di investimento effettuata nell’ultimo decennio e rafforzata nell’ultimo lustro. Una spinta all’innovazione per far crescere la nostra componente agricola, ottimizzare la nostra infrastruttura tecnologica e dare maggiori strumenti alle nostre risorse interne.

Una politica che ci ha permesso di cogliere tutte le opportunità che il mercato globale, nonostante il clima di sofferenza in Europa, ha saputo presentare. Questo risultato premia anche uno sforzo collettivo, un lavoro di squadra che, a partire dalla proprietà ha coinvolto una comunità di migliaia di persone, fra collaboratori diretti e indiretti ed altri stakeholders, rappresentando uno dei grandi valori di questa Azienda e la miglior conferma della nostra volontà di proseguire in questo trend positivo».

Questa “tensione” all’innovazione prosegue anche in questo biennio. Da gennaio 2014 a dicembre 2015, infatti, Santa Margherita Gruppo Vinicolo ha investito e investirà più di 30 milioni di euro: di questi, 11 sono destinati al rafforzamento della componente agricola; altrettanti per le cantine e 3,5 per il completamento dell’ospitalità che coinvolgerà, oltre alle strutture in Alto Adige e nel Chianti Classico, anche la sede centrale di Fossalta di Portogruaro che diventerà sempre più “aperta” ai winelover.

Dal 2008 ad oggi, il totale degli investimenti , tutti in Italia, supera così i 65 milioni di euro.

«Il 2015 sarà un anno di ulteriori sfide per il Gruppo – aggiunge l’Amministratore Delegato Ettore Nicoletto – che si pone degli obiettivi importanti sui mercati internazionali e nella propria organizzazione. Quest’anno inauguriamo la nuova cantina di Greti in Chianti che darà maggiore “corpo” al polo toscano articolato su tre realtà, Lamole di Lamole, Vistarenni e Sassoregale, tre brand di cui siamo molto orgogliosi e che stanno crescendo con ritmi importanti.

Proseguirà l’impegno verso la massima sostenibilità nelle nostre lavorazioni che già ci vede oggi completamente autosufficienti dal punto di vista energetico, grazie all’autoproduzione da fonti rinnovabili, e certificati “carbon neutral” per un’aliquota significativa delle nostre esportazioni di Pinot Grigio nel continente americano. Ribadiamo così la nostra consapevolezza e determinazione in questa scelta strategica che già oggi ci permetterebbe di presentare non pochi vini con certificazione “bio”.

Sui mercati coltiviamo grandi aspettative dalla possibile inversione del ciclo economico, con segnali di ripresa anche nel mercato domestico e con un rapporto di cambio euro/dollaro finalmente “rientrato” su valori favorevoli ad un nuovo sviluppo delle esportazioni.

Gli Stati Uniti restano “il” mercato di riferimento di Santa Margherita che rafforzerà ulteriormente la presenza di tutti i suoi marchi negli States, ma segnali di sviluppo interessanti arrivano anche dall'Europa, dall’Asia (con Giappone e Australia) e dalla zona caraibica».

Il Gruppo intensificherà la propria partecipazione alle attività di “Italia del Vino-Consorzio” – che dal 2009 raggruppa dodici fra le principali realtà nazionali del comparto vinicolo che rappresentano il 10% dell’export complessivo nazionale di settore – e la collaborazione con Vyta Santa Margherita, i nuovi “angoli del gusto” avviati nelle Stazioni di Roma Termini, Milano Centrale, Torino Porta Nuova, Napoli Centrale e Venezia Santa Lucia che in pochi mesi hanno raggiunto un fatturato importante ed un forte apprezzamento da parte della clientela. Nel 2015 sono in previsione nuove aperture a Bologna, Firenze e all’estero.

Infine, parteciperà a Expo 2015 a Milano sia direttamente sia attraverso una presenza significativa nell’area Eataly.