Mavolo vola verso i 100 mln di fatturato e vara la linea premium

20230330104257mavolos-0edfed72

Mavolo, l’azienda veneta specializzata in distribuzione di bevande, liquor e spirit con oltre 60 anni d’esperienza sul territorio, **ha chiuso il 2022 con un fatturato di 93 milioni di euro**, in **crescita del 22%** su quello dell'anno precedente: **trend positivo anche per il bimestre gennaio-febbraio 2023** che vede una crescita del **45% rispetto agli stessi mesi del 2022**.
Se queste proiezioni saranno confermate anche sui prossimi mesi, Mavolo Beverages chiuderà il 2023 superando l’obiettivo dei 100 milioni di fatturato.

“La domanda di liquor e spirit upmarket di fascia alta sta trainando il mercato e questa ***tendenza sarà destinata a imporsi nei prossimi anni.*** *Grazie alla qualità del nostro portfolio, dove possiamo contare 47 brand per 165 etichette, siamo in grado di rifornire i migliori grossisti di bevande, le insegne più rinomate della grande distribuzione organizzata e, da quest’anno, anche i punti di consumo dell’horeca diretta grazie alla rete capillare di agenzie specializzate presenti su tutto il territorio italiano.* ***Non è un punto d’arrivo ma la tappa significativa di un percorso*** *iniziato nel 1962 come piccola distilleria e proseguito come specialisti della distribuzione, con una profonda conoscenza del mercato e la solidità strutturale garantita da una disponibilità logistica di 18.000 mq”*, afferma **Alessandro Mavolo**, CEO di Mavolo Beverages.

Con queste premesse è nata **“Anthology by Mavolo”**, la spin off di Mavolo Beverages per il catalogo di **prodotti premium e ultra premium** distribuiti in esclusiva per l’Italia. Un portfolio di eccellenze pronto a debuttare sul mercato che raccoglie suggestioni e scoperte per assecondare il cambiamento e **anticipare l’evoluzione del settore beverage**. Questo catalogo di prodotti di fascia premium sarà promosso da drinksetter (cercatori di tesori) e brand ambassador (comunicatori di meraviglie) che porteranno nei locali i prodotti “Anthology by Mavolo” come la linea di toniche **Le Tribute, il Gin Amuerte, gli sciroppi Bacanha, il tequila Don Ramón e il Mezcal Noble Coyote.**

“Avevamo già da tempo l’idea di esplorare nuove strade sui prodotti di fascia alta e la creazione di questo spin off rientra a tutti gli effetti in una strategia per presidiare il ***segmento premium*** *che, all’interno del nostro business,* ***sta crescendo a tripla cifra anno dopo anno****. Si tratta a tutti gli effetti di veri capolavori liquidi, ma più ancora di questo sono momenti unici d’esperienza che coinvolgono il palato ma anche la fantasia e la curiosità”.*

Anthology by Mavolo debutterà al Vinitaly in programma come di consueto a Verona **dal 2 al 5 aprile** per presentare la sua selezione di esclusive di Champagne per il mercato italiano tra cui i prodotti della Maison Jeeper e della Maison Saint-Reol: queste maison rappresentano il meglio della tradizione enologica francese grazie alla loro unicità fatta di storia, talento, esperienza e di grande qualità all’assaggio.

Interessante analizzare l’andamento del business in casa **Mavolo** Beverages: **il gin si riconferma lo spirit best seller** che prosegue la sua crescita vicina al 30% in termini di volumi; bene anche la vodka con un +25%, si **consolida la crescita del whisky** con un +15%, mentre **il rum si attesta di poco sopra (+4%) ai volumi del 2021**.
“In questo ambito rileviamo l’importante balzo di ***tequila e mezcal*** *che* ***crescono con percentuali vicine al 50%*** *anno su anno suggerendo che l’interesse del mercato si sta spostando verso questi spirit considerati generalmente più di nicchia. Una tendenza che sicuramente rivedremo anche nei prossimi anni con particolare attenzione ai prodotti di fascia molto alta”*, conclude il manager.