

Santa Margherita

GRUPPO VINICOLO

Santa Margherita Gruppo Vinicolo chiude il Bilancio in positivo.

Il Gruppo vede chiudere il 2015 con 19,1 milioni di bottiglie vendute in 85 Paesi e con un aumento del 7,3% in valore.

Aprile 2016. Continua l'espansione di Santa Margherita Gruppo Vinicolo nei mercati internazionali. Il rendiconto dell'esercizio 2015 registra, ancora una volta, un segno "più": le vendite sono cresciute complessivamente del 7,3% in valore e del 3,1% in volumi attestandosi rispettivamente a 118,2 milioni di euro e a 19,1 milioni di bottiglie vendute in 85 Paesi del mondo.

«Il dato è ancora più lusinghiero – sottolinea Gaetano Marzotto, Presidente di Santa Margherita Gruppo Vinicolo – se consideriamo il “peso” del mercato italiano – stabilmente al 36% del fatturato - che è cresciuto in valore del 7,5% (a fronte di un più 1% del PIL nazionale). Per una cantina italiana, fortemente radicata nel territorio, che continua ad investire in loco e che fa dell'italianità il suo tratto distintivo nel mondo è un motivo di profonda soddisfazione e di grande orgoglio».

A crescere, oltre a quello italiano, sono tutti i mercati mondiali: l'incremento maggiore si registra in Canada e nell'area Caraibica con un +16,5%, superando per la prima volta la soglia degli 11 milioni di euro fatturati. Per il Canada, in modo particolare, si tratta della conferma di un feeling crescente basato sul forte impegno per la sostenibilità ambientale. Per il terzo anno consecutivo, infatti, tutta la produzione di Pinot Grigio Santa Margherita diretto in Canada (1,5 milioni di bottiglie) sarà certificata "Carbon Neutral" compensando la naturale produzione di gas-serra con più interventi nella produzione di energia da fonti rinnovabili e nella riforestazione in Ontario, Québec e Alberta: complessivamente si tratterà, a fine 2016, di 7.500 tonnellate di CO₂ non immesse in atmosfera.

Interessante resta la proiezione nei mercati asiatici: Australia (uno dei Paesi produttori competitor), Giappone e Cina con una crescita del 6,5% mentre positivi incrementi si registrano nel competitivo mercato europeo, in Regno Unito, Germania e Svizzera in modo particolare.

Un discorso a parte meritano gli Stati Uniti, tradizionalmente il principale mercato di riferimento per Santa Margherita Gruppo Vinicolo: le vendite sono cresciute ulteriormente del 5,1% avvicinandosi alla "soglia" dei 50 milioni di euro di fatturato a fronte di una sostanziale conferma dei volumi esportati.

Dal primo gennaio di quest'anno è inoltre operativa anche con il marchio Santa Margherita la società d'importazione e distribuzione "Santa Margherita USA Inc." con sede a Miami. L'avvio della controllata – che gestisce in prima persona la distribuzione negli USA dei vini delle tenute del Gruppo (Santa Margherita, Torresella, Kettmeir, Lamole di Lamole, Vistarenni, Sassoregale, Terrelade) – ha comportato investimenti per oltre 14 milioni di euro rappresentando uno degli interventi diretti più importanti del comparto del vino italiano in quello che è storicamente il primo mercato di vendita.

«Questo investimento diretto negli USA – sottolinea Ettore Nicoletto, Amministratore Delegato di Santa Margherita – conferma, oltre al valore strategico di un mercato, la proiezione internazionale del Gruppo che oltre alle “bandiere” - Pinot Grigio, Prosecco e Chianti Classico - si impegna a proporre altri vini e vitigni espressione della migliore Italia del vino. Questo start-up non esaurisce la “propensione all'investimento” che ha caratterizzato l'ultima decade di lavoro in Santa Margherita (complessivamente 90 milioni di euro dal 2005 a oggi). Stiamo completando infatti il “nuovo volto” della Cantina storica di Fossalta di Portogruaro: un upgrade architettonico e tecnologico, dalla vinificazione all'imbottigliamento, che favorirà e supporterà l'espansione del Gruppo. Si tratta di 6,75 milioni di euro specificamente investiti nel biennio 2015 - 2016. A questo si coniuga il proseguimento del “progetto accoglienza” che man mano renderà sempre più “winelovers-friendly” le nostre realtà produttive, aprendole al pubblico e alla sua voglia di conoscenza, sul modello della nuova Cantina di Greti in Chianti inaugurata nel 2015».

Santa Margherita

GRUPPO VINICOLO

Ufficio Stampa**Luisa Bertoldo Press Office**

Ref: Alessandra Fossati

alessandra@luisabertoldo.com

T +39 02 2666364

M +39 349 4742795

Ufficio Stampa Trade**Gagliardi & Partners**

Ref: Nicolò Soranzo, Giovanna Zilio

gagliardi@gagliardi-partners.it

T +39 049 657311

ABOUT SANTA MARGHERITA GRUPPO VINICOLO

Fondato nel 1935 da Gaetano Marzotto, Santa Margherita Gruppo Vinicolo raggruppa otto diverse tenute in alcune tra le regioni più belle regioni dell'enologia italiana: Veneto-Orientale, Conegliano-Valdobbiadene, Franciacorta, Trentino-Alto Adige, Chianti Classico, Maremma e Sicilia. Attraverso i brand Santa Margherita, Ca' del Bosco, Kettmeir, Lamole di Lamole, Vistarenni, Sassoregale e Terrelade rappresenta uno dei poli più significativi dell'enologia italiana, con oltre 19 milioni di bottiglie vendute ogni anno in 85 Paesi del mondo. Il Gruppo, guidato dall'AD Ettore Nicoletto, è di proprietà dei quattro fratelli della 3ª generazione della famiglia: Gaetano Marzotto alla Presidenza del Gruppo, Stefano Marzotto alla Presidenza di Zignago Holding, Luca Marzotto alla Vice Presidenza del Gruppo, e Nicolò Marzotto, membro del Consiglio di Amministrazione. Viene distribuito nei 5 continenti con particolare focus su Italia, Regno Unito, Germania, Canada e Stati Uniti, dove dal gennaio 2016 è operativa la società d'importazione e distribuzione Santa Margherita USA Inc., con sede a Miami.