Santa Margherita: sale a 157,0 milioni di euro il fatturato 2016

dsc-4638-1166481a

L’avvio della nuova controllata a Miami, con l’inizio della commercializzazione diretta di tutti i brand sul mercato americano, fa “bene” ai conti di Santa Margherita Gruppo Vinicolo che chiude l’esercizio 2016 con un fatturato netto di 157,0 milioni di euro ed un EBITDA di 54,6 milioni di euro. In termini percentuali la crescita è stata del 32,9% - nel 2015 le vendite si erano attestate a 118,2 milioni di euro.

Alla crescita importante del mercato a stelle e strisce, più 69,5%, hanno fatto riscontro anche importanti affermazioni in tutti gli altri mercati: in Italia l’incremento è stato dell’8,9% (il tasso di sviluppo della ricchezza prodotta nel nostro Paese non ha superato lo 0,9%); in Europa si sono registrati risultati significativi in Germania (più 7,8%), Svizzera (più 13,2%) e in Russia, dove gli acquisiti dei vini del Gruppo sono più che raddoppiati. Importante anche lo sviluppo nell’area Asia-Pacifico con un’Australia che cresce ancora a doppia cifra (più 14,4%) a fronte di un tasso d’incremento medio dell’area del 9,0%: un risultato ancora più eclatante se si considera il ruolo di Paese produttore dell’Australia e dei nuovi accordi commerciali fra i produttori australiani e la Cina, il mercato di riferimento dei prossimi anni.

Gli USA si confermano la prima area di sbocco per i vini di Santa Margherita Gruppo Vinicolo col 52,0% delle vendite a valore; l’Italia, col 29,6%, è il secondo mercato; seguono Canada, 5,7%, EMEA al 4,8% e Asia-Pacifico al 4,1%. Complessivamente sono 90 i Paesi raggiunti e ogni giorno oltre 51mila bottiglie di Santa Margherita Gruppo Vinicolo vengono stappate nel mondo.

Questi risultati hanno ulteriormente rafforzato la spinta agli investimenti che ha caratterizzato tutta l’ultima decade: nel 2016 sono stati investiti altri 27,5 milioni di euro finalizzati al potenziamento della Cantina “centrale” di Fossalta di Portogruaro, con un moderno impianto di imbottigliamento che verrà inaugurato quest’anno, ed all’acquisto di nuovi terreni e vigneti in diverse realtà vinicole italiane fra le quali Refrontolo, nel cuore della DOCG Conegliano Valdobbiadene.

«Il 2016 – commenta il Presidente di Santa Margherita Gruppo Vinicolo, **Gaetano Marzotto** – *ha confermato la validità della scelta di agire direttamente, con la nostra Società, nel mercato statunitense e di operare coinvolgendo tutti i brand che fanno parte del Gruppo. Si è trattato di un investimento molto importante, 14 milioni di euro soltanto in questa prima fase, che è strategico e getta basi ulteriori per la nostra crescita e per il consolidamento della leadership che ha il vino italiano. Personalmente, mi piace sottolineare anche la crescita in Italia nel 2016 che ha confermato i buoni dati già raggiunti dal nostro mercato interno negli anni scorsi, quando ancora più pesanti erano gli effetti della crisi economica: un segnale importante, positivo per tutti»*.

«Il 2017 vedrà Santa Margherita Gruppo Vinicolo impegnato ancora su molti versanti – aggiunge **Ettore Nicoletto**, Amministratore Delegato del Gruppo. *Proseguirà l'azione negli USA, facendo conoscere sempre di più tutti i vini del nostro mosaico enologico. Soprattutto avremo ulteriori novità sul versante produttivo. In particolare, l'avvio definitivo della nuova linea di imbottigliamento nella Cantina di Fossalta di Portogruaro permetterà a Santa Margherita Gruppo Vinicolo di proseguire in questo trend espansivo nei mercati di riferimento, a supporto di una domanda molto vivace».*

www.santamargherita.com