



# INDAGINE SUL SETTORE VINICOLO

AREA STUDI MEDIOBANCA

Milano, 26 maggio 2020



MEDIOBANCA

# HIGHLIGHTS

- ◆ **aspettative di vendite per il 2020:** il 63,5% degli intervistati prevede di subire un calo delle vendite; forte ampliamento al 41,2% dell'incidenza delle attese negative che oltrepassano il -10%. Le attese per il 2020 prospettano un quadro peggiore di quello che colpì l'industria del vino italiano nel 2009
- ◆ **effetto COVID-19:** le previsioni per il 2020 risentono delle grandi difficoltà legate alla crisi sanitaria. Tra caduta del commercio mondiale ipotizzata dal WTO (contrazione export tra 0,7 e 1,4 miliardi), il solo lockdown italiano fino a metà maggio (oltre 0,5 miliardi) e la riapertura dei canali nazionali non GDO a ritmi inferiori del 30% rispetto ai livelli dell'anno precedente (0,5 miliardi) la contrazione è stimabile in circa 2 miliardi (tra 20% e 25% rispetto al 2019)
- ◆ **fatturato nel 2019:** in aumento dell'1,1% sul 2018, con incremento delle vendite estere (+4,4%) e riduzione di quelle domestiche (-2,1%), consentendogli di superare del 26,7% i livelli del 2014
- ◆ **fatturato 2019 per comparti:** le S.p.A. e s.r.l. sono in crescita del 3,2% (+5,1% all'estero), le cooperative invece in contrazione (-1,9%); gli spumanti rallentano (-0,2%), i vini non spumanti crescono dell'1,5%
- ◆ **investimenti materiali nel 2019:** decremento del 15,9% sul 2018; **occupazione nel 2019:** in aumento del 2,6% sul 2018
- ◆ i **Paesi UE** si confermano il mercato estero principale, con una quota del 51,9% dell'export totale e un incremento del 3,4% rispetto al 2018
- ◆ **fattori di svantaggio competitivo all'estero:** concorrenza sui prezzi (35,0% degli intervistati), difficoltà ad aumentare la riconoscibilità del prodotto (28,9%), difficoltà a collocare i propri prodotti sui mercati esteri (20,6%), inadeguatezza dimensionale dell'azienda (15,5%)
- ◆ i **top seller e i top earner nel 2019:** Cantine Riunite-GIV si conferma prima per fatturato (630 milioni, +2,9% sul 2018), seguita da Caviro a 329 milioni (-0,4%) e da Antinori che guadagna il 5,3% a 246 milioni; seguono altre tre realtà con fatturato superiore a 200 milioni di euro: Casa Vinicola Botter (+10,9% a 217 milioni di euro), Fratelli Martini a 210 milioni di euro (-2,0%) e Zonin a 205 milioni di euro (+1,4%). Due società hanno realizzato nel 2019 un aumento dei ricavi a due cifre: Ruffino (+20,9%) e Botter (+10,9%). Alcune società hanno una quota di fatturato estero ampiamente maggioritaria: Botter al 93,7%, Farnese al 92,0%, Ruffino al 91,4%, F.lli Martini con l'86,1%, Mondodelvino (83,3%) e La Marca all'82,8%. Anche per il 2019 le società toscane e venete sono in testa per redditività (utile sul fatturato) con Antinori al 34,0%, Frescobaldi al 21,4%, Botter al 10,3%, Santa Margherita al 9,5% e Ruffino (9,3%)
- ◆ **un indicatore di sintesi delle performance economiche e patrimoniali (z-score)** basato sui bilanci 2018 attribuisce alle piemontesi Santero e Fratelli Martini, alla veneta Botter e alla toscana Ruffino i migliori punteggi, seguite dalla pugliese Megale Hellas e da Villa Sandi, Cantine Hermes, Farnese, Frescobaldi, Mionetto e Vinorte
- ◆ **redditività:** il *roi* è rimasto pressochè stabile dal 2014, attorno al 6%; il *roe* ha beneficiato dell'espansione degli utili e ha raggiunto il 7,1% nel 2018
- ◆ **Istituto Grandi Marchi:** la rilevazione sulle aziende aderenti ha evidenziato rendimenti sopra la media, solidità patrimoniale e spiccata propensione all'export
- ◆ **sostenibilità delle principali società vinicole:** su un totale di 39 imprese, 7 redigono un documento di sostenibilità e 20 riportano sui propri siti internet alcune informazioni in materia di sostenibilità. **Certificazioni:** 5 società hanno aderito al progetto ministeriale V.I.V.A., una società ha conseguito la certificazione Equalitas
- ◆ **board:** complessivamente, i CdA delle 138 aziende non cooperative sono composti da 499 membri (consistenza mediana pari a quattro membri); Over74 (15,4% delle posizioni), Baby Boomers (con età compresa tra i 55 e i 74 anni, 41,1%), i nati tra il 1966 e il 1980 (Generazione X) coprono il 36,3% delle cariche, scarsa la presenza dei *Millennials* (1981-1995) con il 6,6%
- ◆ **canali distributivi:** prevale la grande distribuzione organizzata (GDO) che interessa il 36,0% della produzione; seguono grossisti e intermediari (19,6%), Ho.Re.Ca. (16,8%), vendita diretta (11,6%, di cui *online* 0,7%), enoteche e *wine bar* 6,9%
- ◆ nel 2018 il **fatturato aggregato dei 14 maggiori produttori internazionali quotati** risulta in rialzo del 5,5% (+6% in termini omogenei), con il contestuale miglioramento dei margini industriali sulle vendite: Mol (*ebitda*) al 19,8% e Mon (*ebit*) al 15,9%
- ◆ **la struttura finanziaria** delle maggiori imprese internazionali evidenzia un rapporto tra debiti finanziari e mezzi propri pari al 52,7%
- ◆ analizzando i più recenti **rendiconti infrannuali relativi al 2019**, si osserva una sostanziale stazionarietà del fatturato (+0,4%), con il Mon in miglioramento del 5,6% e gli utili in calo dell'1,1%
- ◆ **la capitalizzazione** delle società che compongono l'indice di Borsa è migliorata dell'8% tra marzo e dicembre 2019, per poi subire una brusca perdita del 30% nel primo trimestre 2020 a seguito della pandemia COVID-19; a fine marzo 2020 il valore di Borsa aggregato delle vinicole è sceso a 35,8 miliardi di euro, bruciando in tre mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio
- ◆ i **multipli di Borsa** relativi a una quarantina di titoli quotati indicano un rapporto tra valore di Borsa e capitale netto (P/BV) pari a 1,4x e un multiplo tra capitalizzazione ed *ebit* pari a 16,6x, mentre il *price earnings* si attesta a 21,3x
- ◆ dal gennaio 2001 l'**indice di Borsa mondiale del settore vinicolo**, in versione *total return* (comprensivo dei dividendi distribuiti), è cresciuto del 222,5%, al disopra delle Borse mondiali (+129%); la migliore *performance* in termini relativi (ossia al netto delle dinamiche delle Borse nazionali) ha riguardato le società del Nord America (+283%)
- ◆ la forte caduta delle quotazioni di Borsa del primo trimestre 2020 (il MSCI All Country è sceso del 22,6%) non ha risparmiato l'indice azionario delle vinicole internazionali (-28,4%)

# SOMMARIO

1. **L'industria del vino**
2. **Effetto COVID-19**
3. **Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale**
4. **Italiane: attese 2020**
5. **Italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e andamenti regionali**
6. **Italiane: azionisti e valore di mercato, board e sostenibilità**
7. **Alcune statistiche internazionali**
8. **Principali società internazionali e indice di Borsa**



MEDIOBANCA

# L'INDUSTRIA DEL VINO

Sezione 1



# CHI SONO?

L'industria del vino

Sezione 1

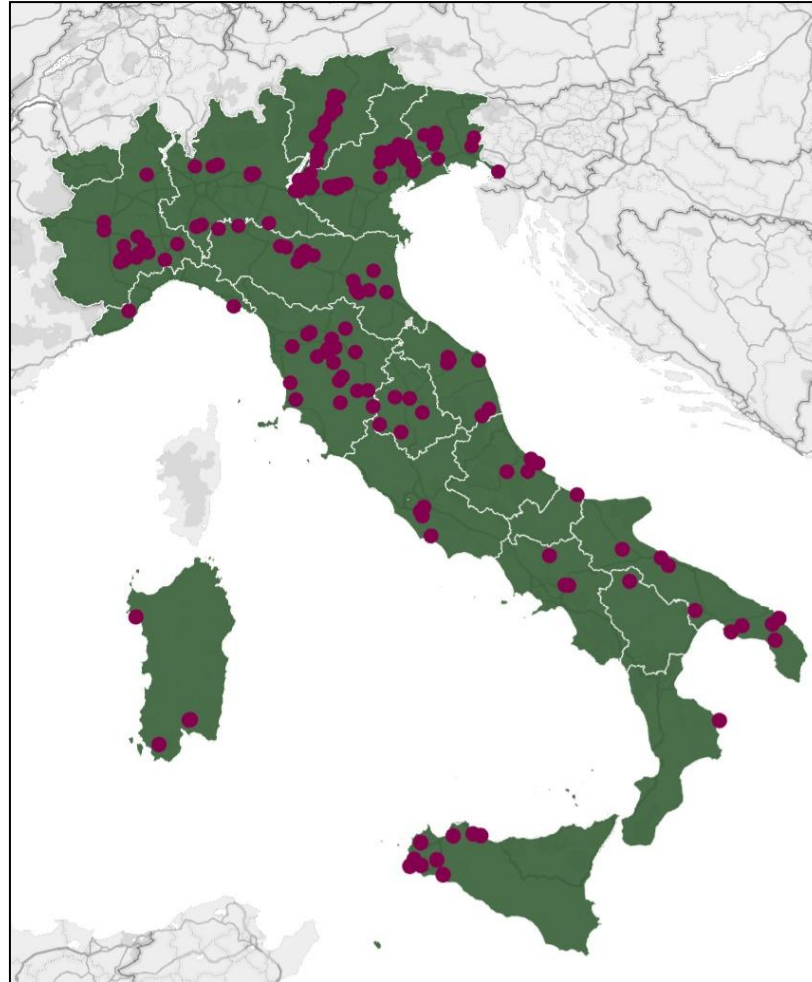
## Le italiane

- ◆ **215** società di capitali che nell'ultimo esercizio hanno un fatturato **>20 mln** di euro
  - ◆ periodo analizzato: **2014-2018**
  - ◆ attività vitivinicola prevalente
  - ◆ si tratta di:
    - ◆ 77 coop
    - ◆ 125 S.p.A. e s.r.l. italiane
    - ◆ 13 estere
  - ◆ **fatturato 2018:**
    - ◆ **€9,1 mld**
    - ◆ **€4,6 mld export** (73,1% dei 6,2 mld rilevati dall'Istat)
  - ◆ rappresentatività su dati Istat (2017):
    - ◆ 78,3% in termini di fatturato
    - ◆ 72,7% in termini di addetti
  - ◆ 2 quotate (IWB e Masi Agricola)
- ◆ interviste per pre-consuntivi 2019, attese 2020 e struttura commerciale

## Le estere

- ◆ **14** maggiori imprese internazionali quotate che nell'ultimo esercizio hanno un fatturato **>150 mln** di euro
  - ◆ periodo analizzato: **2014-2018**
  - ◆ attività vitivinicola prevalente
  - ◆ fatturato 2018: **5,7 mld** di euro
- ◆ dinamica indice mondiale di Borsa delle imprese vinicole quotate
  - ◆ periodo: inizio 2001 – 3 aprile 2020
  - ◆ **52** società emittenti di **55** titoli
  - ◆ **25** Borse
  - ◆ capitalizzazione finale: **35,8 mld** di euro
  - ◆ 2 italiane (IWB e Masi Agricola): capitalizzazione complessiva di **165 mln** di euro

# DOVE SONO?



# EFFETTO COVID-19

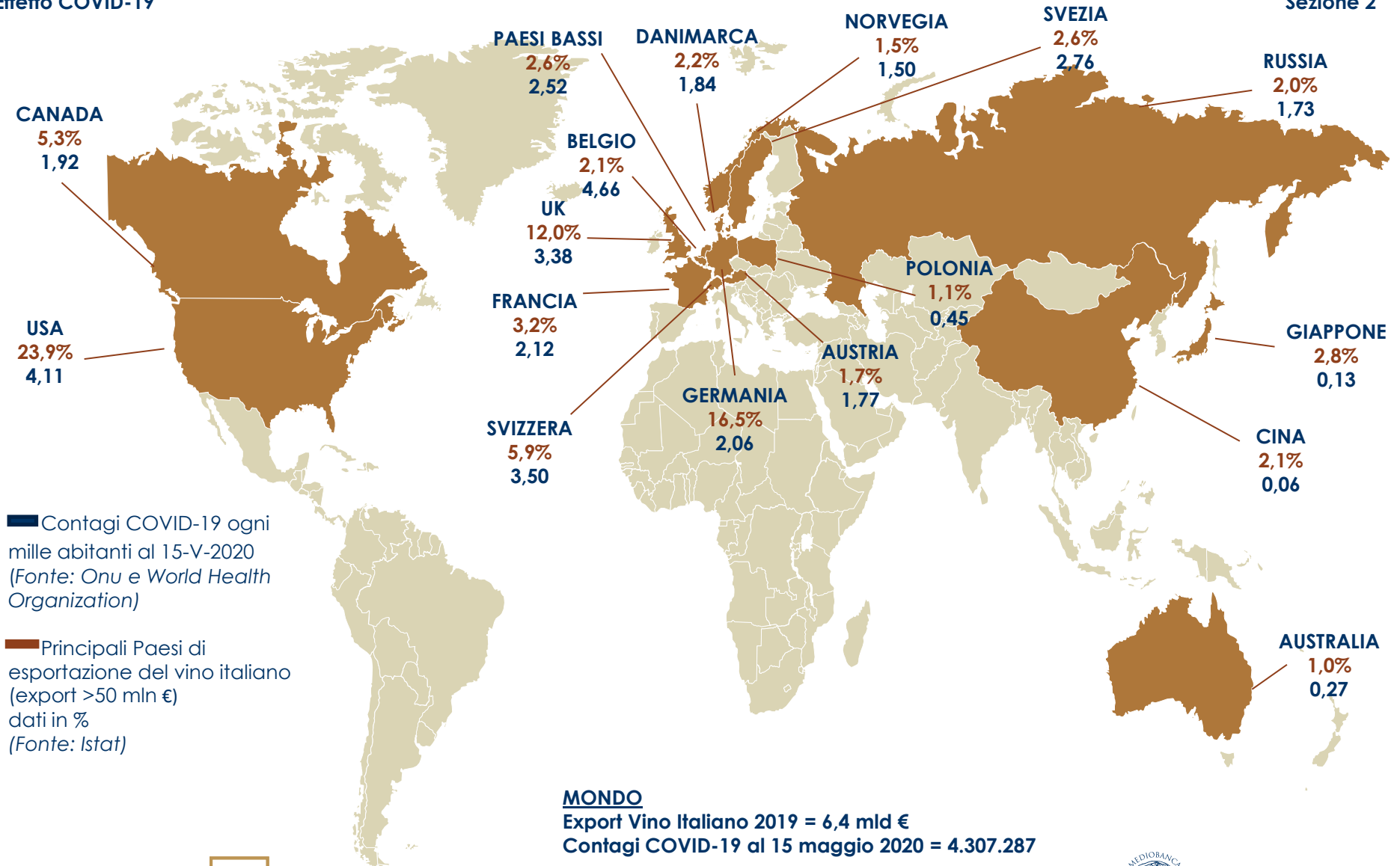
Sezione 2



# COVID-19 NEI PRINCIPALI MERCATI DI SBocco DEL VINO ITALIANO

Effetto COVID-19

Sezione 2



■ Contagi COVID-19 ogni mille abitanti al 15-V-2020  
(Fonte: Onu e World Health Organization)

■ Principali Paesi di esportazione del vino italiano (export >50 mln €) dati in %  
(Fonte: Istat)

## MONDO

Export Vino Italiano 2019 = 6,4 mld €

Contagi COVID-19 al 15 maggio 2020 = 4.307.287



# I PRINCIPALI MERCATI DI SBocco DEL VINO ITALIANO

Effetto COVID-19

Sezione 2

Paesi	Export Italia		Export Italia in %		Var.export Italia 19/18		Consumi	di cui prodotto Italia %	Importazioni		di cui dall'Italia %		Produzione	Esportazioni		Sup.Vitate	Contagi COVID-19 ogni 1.000 ab (*)	Previsione PIL 2020
	mhl	bn EUR	% mhl	% bn EUR	% mhl	% bn EUR			mhl	bn EUR	% mhl	% bn EUR		mhl	mhl			
Germania	6,1	1,1	27,8	16,5	20,2	2,5	20,4	29,7	14,6	2,6	41,6	40,9	9,0	3,8	1,0	103	2,06	-7,0
Stati Uniti	3,5	1,5	16,0	23,9	2,7	5,4	33,0	10,6	12,3	5,5	28,3	28,0	24,3	3,6	1,2	408	4,11	-5,9
Regno Unito	2,9	0,8	13,1	12,0	1,2	-5,0	13,0	22,0	13,5	3,8	21,2	20,3	-	0,8	0,7	0,4	3,38	-6,5
Francia	1,0	0,2	4,5	3,2	16,4	6,5	26,5	3,7	7,2	0,9	13,7	22,5	42,1	14,2	9,8	794	2,12	-7,2
Canada	0,8	0,3	3,6	5,3	1,0	2,6	4,7	16,5	4,2	1,7	18,5	20,1	1,3	1,4	0,1	12,6	1,92	-6,2
Svizzera	0,7	0,4	3,4	5,9	5,0	1,6	2,7	27,5	1,9	1,1	40,1	34,7	1,0	-	0,1	15	3,50	-6,0
Russia	0,5	0,1	2,4	2,0	26,4	21,1	10,0	5,3	4,5	1,0	11,8	13,1	4,6	-	-	95	1,73	-5,5
Svezia	0,5	0,2	2,4	2,8	-2,9	0,8	2,3	22,3	2,1	0,7	24,4	25,4	n.d.	0,1	-	n.d.	2,76	-6,8
Paesi Bassi	0,5	0,2	2,3	2,6	12,9	8,8	3,5	14,2	4,2	1,2	11,8	13,9	n.d.	0,7	0,3	n.d.	2,52	-7,5
Austria	0,5	0,1	2,2	1,7	22,5	0,2	2,3	21,1	0,7	0,2	69,2	53,3	2,5	0,5	0,2	46,5	1,77	-7,0
Giappone	0,5	0,2	2,2	2,8	18,2	13,1	3,5	13,7	2,8	1,6	17,2	11,4	0,8	-	-	18,3	0,13	-5,2
Belgio	0,4	0,1	1,9	2,1	7,2	-0,2	2,7	15,2	3,1	1,0	13,2	13,7	-	0,4	0,2	0,3	4,66	-6,9
Danimarca	0,4	0,1	1,8	2,2	0,9	-3,2	1,5	25,6	1,9	0,7	20,2	20,1	n.d.	0,3	0,2	n.d.	1,84	-6,5
Cina	0,4	0,1	1,7	2,1	9,8	5,4	17,8	2,0	6,1	2,2	6,0	6,1	8,3	0,1	0,2	855	0,06	1,2
Polonia	0,3	0,1	1,2	1,1	19,1	14,1	1,1	23,8	1,3	0,3	20,1	24,6	n.d.	0,1	-	n.d.	0,45	-4,6
Norvegia	0,2	0,1	1,1	1,5	0,9	1,1	0,9	24,8	0,9	0,4	25,5	23,7	n.d.	-	-	n.d.	1,50	-6,3
Australia	0,1	0,1	0,7	1,0	3,8	2,9	5,9	2,4	1,0	0,6	14,4	10,6	12,0	7,4	1,8	146	0,27	-6,7
<b>MONDO</b>	<b>21,8</b>	<b>6,4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>10,6</b>	<b>3,2</b>	<b>244,0</b>	<b>8,9</b>	<b>105,8</b>	<b>31,8</b>	<b>20,6</b>	<b>20,2</b>	<b>260,0</b>	<b>105,8</b>	<b>31,8</b>	<b>7.402</b>	<b>0,55</b>	<b>-3,0</b>

# EFFETTO PANDEMIA IN ITALIA: IL CROLLO (QUASI) GENERALIZZATO DEI CONSUMI

Effetto COVID-19

Sezione 2

Settore	2019		2020			
	Anno	Gen.	Feb.	Mar.	I trim	Apr.
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	0,0	0,5	1,3	-44,1	-14,7	-79,6
<b>Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa</b>	1,1	0,6	-4,6	-53,9	-18,8	-92,6
<i>Di cui: alberghi</i>	1,2	2,8	-1,7	-75,0	-26,0	-93,2
<i>pubblici esercizi</i>	1,0	0,3	-5,1	-49,7	-17,6	-92,4
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	-0,1	-5,9	-8,7	-64,5	-27,1	-81,4
<i>Tra cui: trasporti aerei</i>	4,0	4,1	-4,6	-85,2	-32,0	-91,0
<b>Servizi per la comunicazione</b>	2,3	2,7	0,7	8,0	3,8	8,6
<b>Prodotti farmaceutici e terapeutici</b>	-1,1	-2,2	4,3	-6,4	-1,5	-0,5
<b>Abbigliamento e calzature</b>	1,1	2,2	3,1	-56,5	-13,9	-88,9
<b>Beni e servizi per la casa</b>	1,2	0,5	3,1	-19,0	-5,2	-26,9
<i>Tra cui: mobili, tessuti, arredamento casa</i>	0,9	1,5	2,9	-49,2	-15,0	-94,0
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	0,0	0,7	7,6	2,6	3,5	3,1
<i>Di cui: alimentari, bevande</i>	0,1	1,4	8,5	2,4	4,0	3,5
<i>tabacchi</i>	-1,2	-4,3	1,0	3,5	-0,1	0,0

Crollo ristorazione

Azzeramento turismo

In controtendenza:

- Alimentare
- Telecomunicazioni
- Farmaceutica

- ◆ Fipe – Federazione Italiana Pubblici esercizi: 260 mila imprese, 1,2 milioni di addetti e un valore aggiunto di €40 miliardi
- ◆ Crescita alimentare quale esigenza di sostituzione consumazioni fuori casa

# EFFETTO PANDEMIA SUL SETTORE: MAGGIORI PROBLEMATICHE E STIME

Effetto COVID-19

Sezione 2



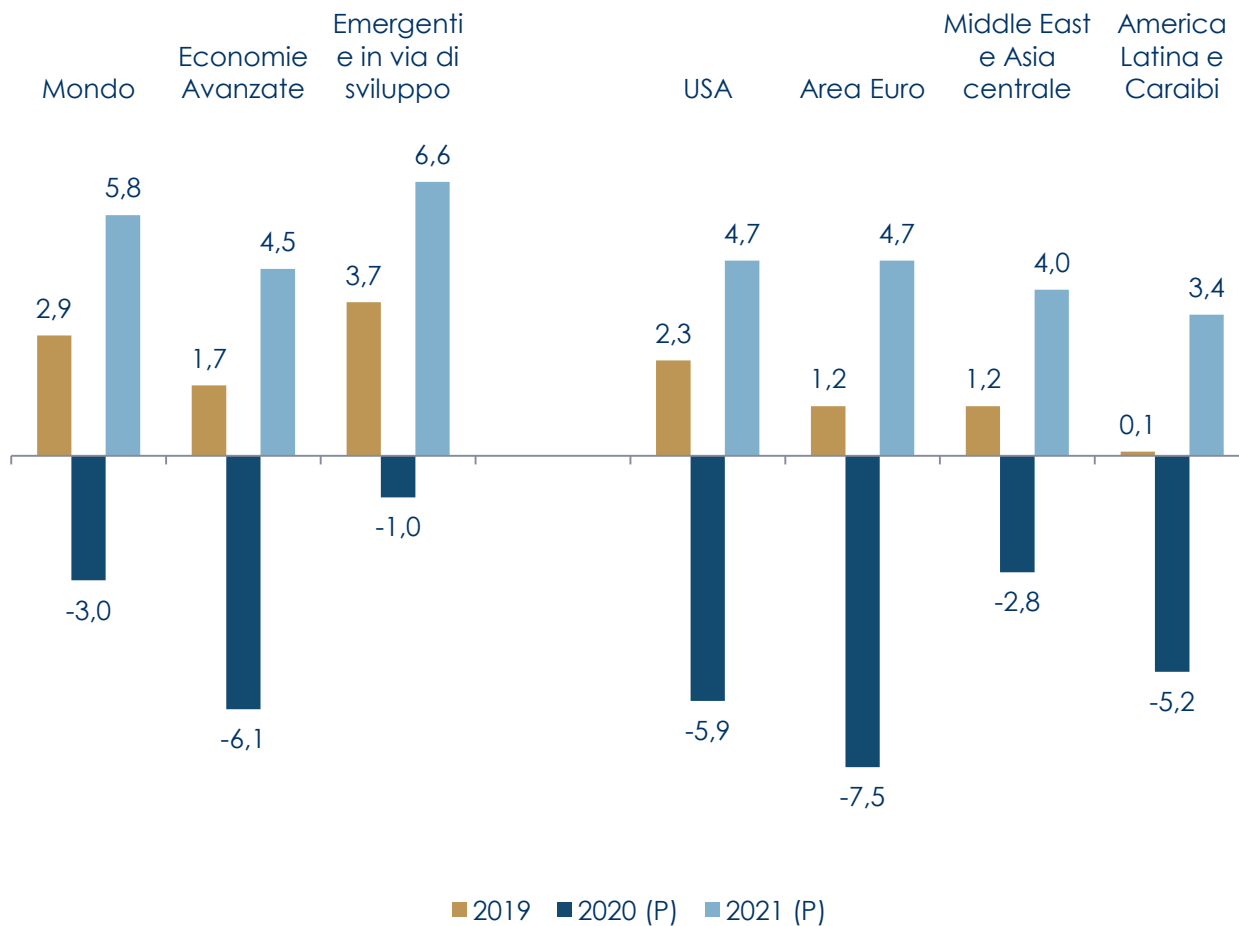
- ◆ **CEEV – Comité Européen des Entreprises Vins:** “Con la chiusura dell’Ho.Re.Ca quasi dappertutto, stimiamo un calo del 30% in volume e del 50% in valore del settore vinicolo europeo. Dopo l’iniziale effetto di accumulo scorte da parte dei privati nella GDO a inizio marzo, a fine mese sono scese anche le vendite di vino nei supermercati.”
- ◆ **OIV:** “I maggiori Paesi consumatori sono i più colpiti dalla pandemia..... è prevedibile un trasferimento radicale tra i canali di distribuzione.... con una diminuzione dei consumi, dei prezzi medi e quindi del fatturato, dei margini e dei profitti delle cantine.”
- ◆ **IRI:** Forte incremento dell’e-commerce (che però nel 2019 veicola solo lo 0,7% delle vendite complessive) e, soprattutto, della GDO con vendite di vino salite del 9,7% a marzo (a volume), portando la crescita del 1Q 2020 al +4,8% a volume e al +6,2% a valore rispetto al 1Q 2019.

# EFFETTO PANDEMIA NEL MONDO: PIL IN SECCA NEL 2020

Effetto COVID-19

Sezione 2

## Var.% PIL (baseline scenario)



## Var.% PIL dei 5 top importer di vino

	2019	2020 (P)	2021 (P)
Stati Uniti	2,3	-5,9	4,7
UK	1,4	-6,5	4,0
Germania	0,6	-7,0	5,2
Cina	6,1	1,2	9,2
Canada	1,6	-6,2	4,2

## Var.% PIL dei 5 top exporter di vino

	2019	2020 (P)	2021 (P)
Francia	1,3	-7,2	4,5
Italia (1)	0,3	-9,1	4,8
Spagna	2,0	-8,0	4,3
Australia	1,8	-6,7	6,1
Cile	1,1	-4,5	5,3

# **ITALIANE: PRE-CONSUNTIVI 2019 E ASSETTO COMMERCIALE**

Sezione 3



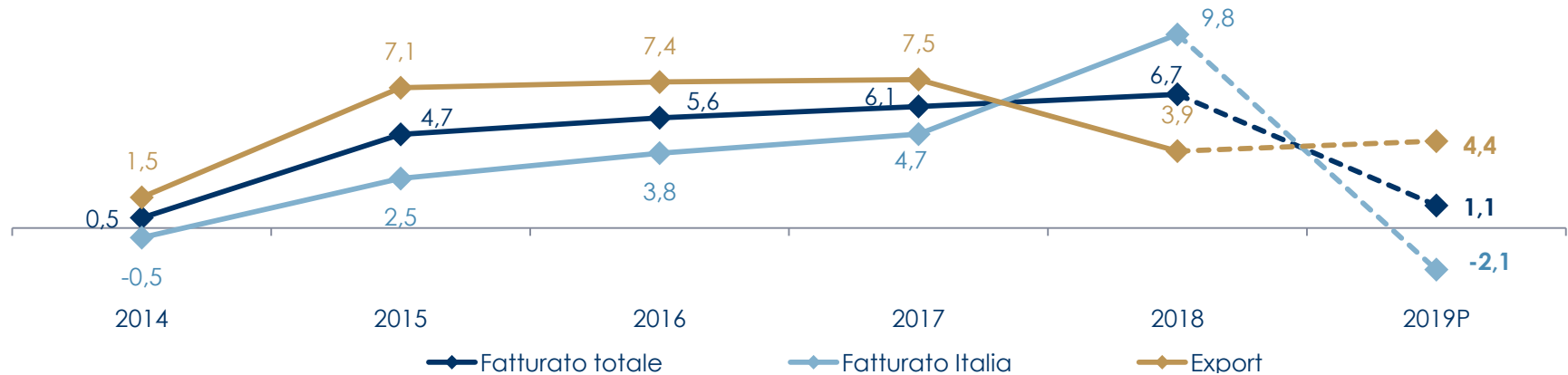
# PRINCIPALI SOCIETÀ VINICOLE: FATTURATO

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3

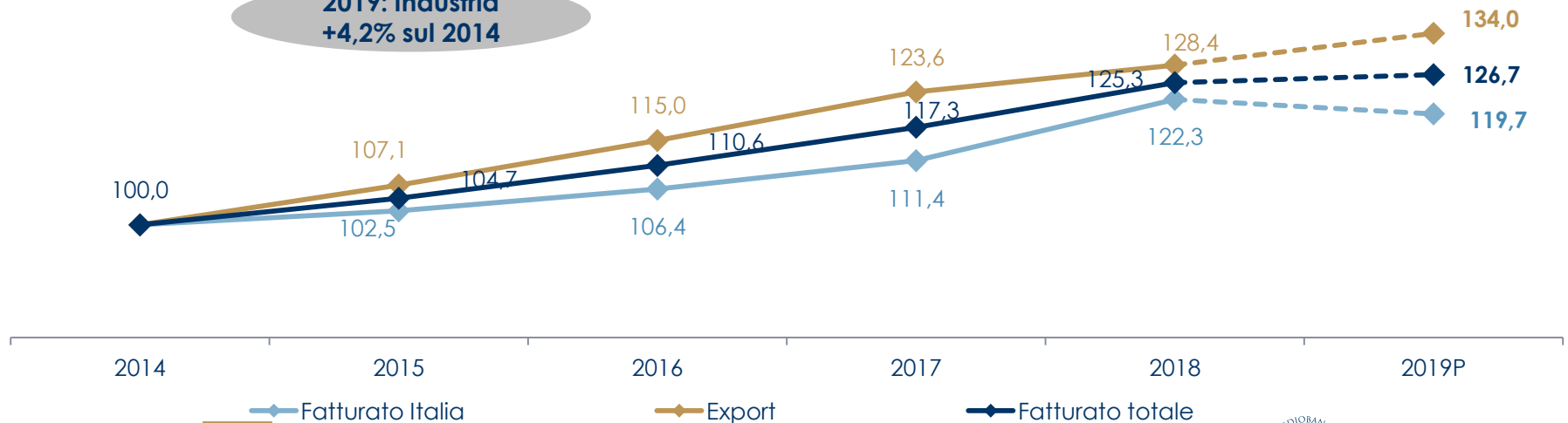
Var. %

Industria -0,3%



Indici; 2014=100

2019: Industria +4,2% sul 2014

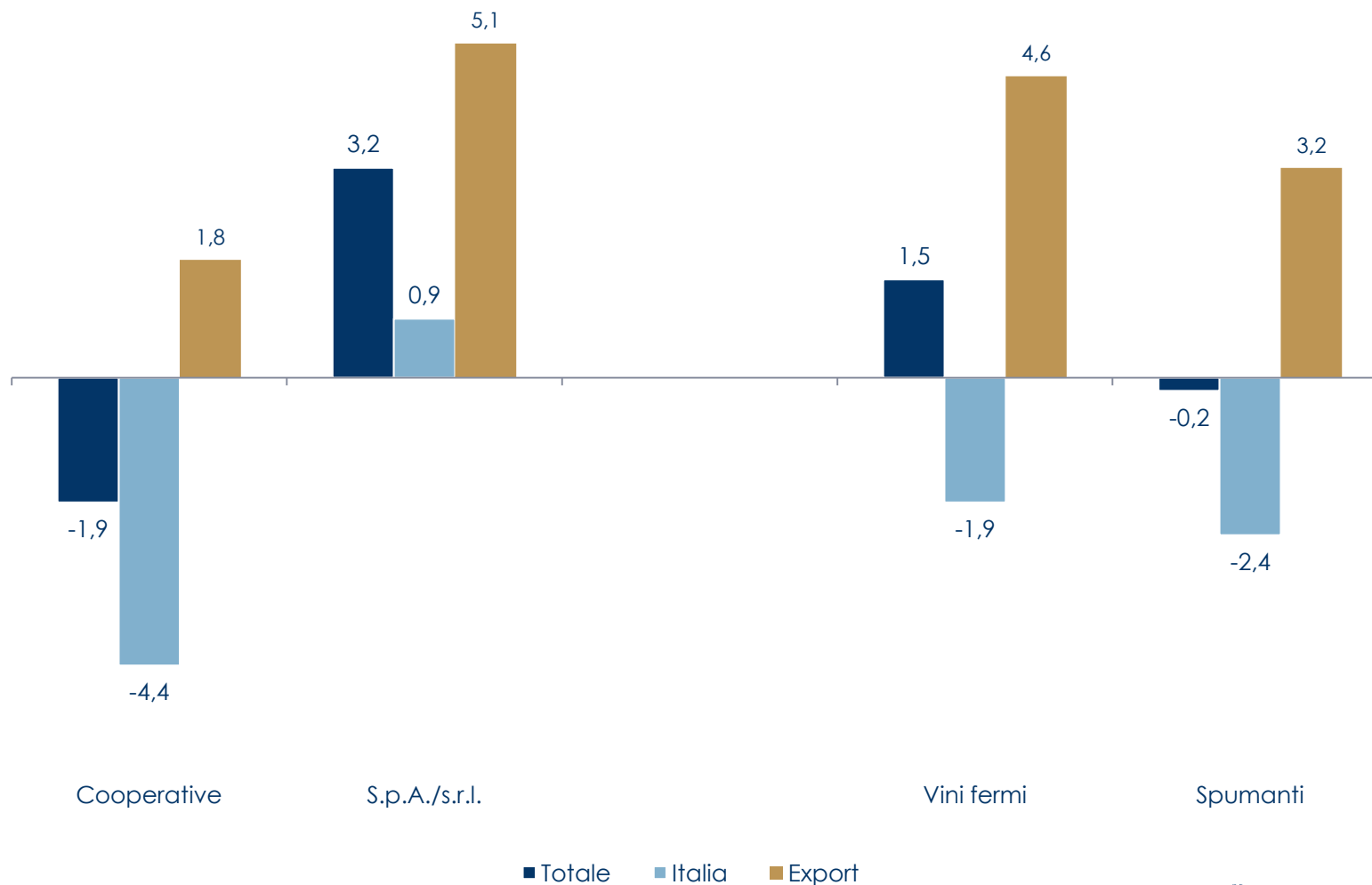


# PRE-CONSUNTIVI 2019 PER TIPOLOGIA D'IMPRESA E DI PRODOTTO

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3

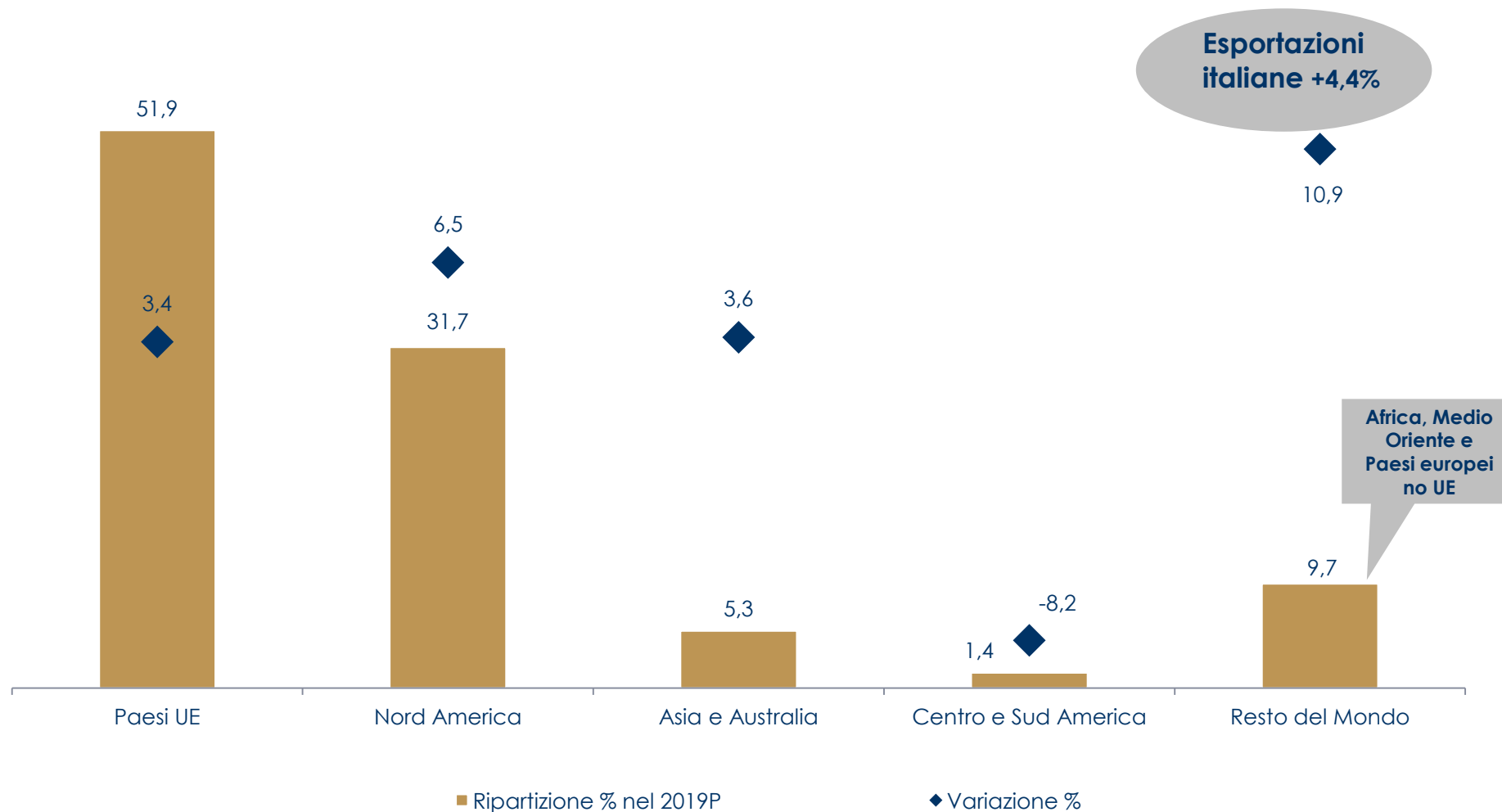
Var. % del fatturato 2019P/2018



# VENDITE ALL'EXPORT PER AREA DI DESTINAZIONE NEL 2019P

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3



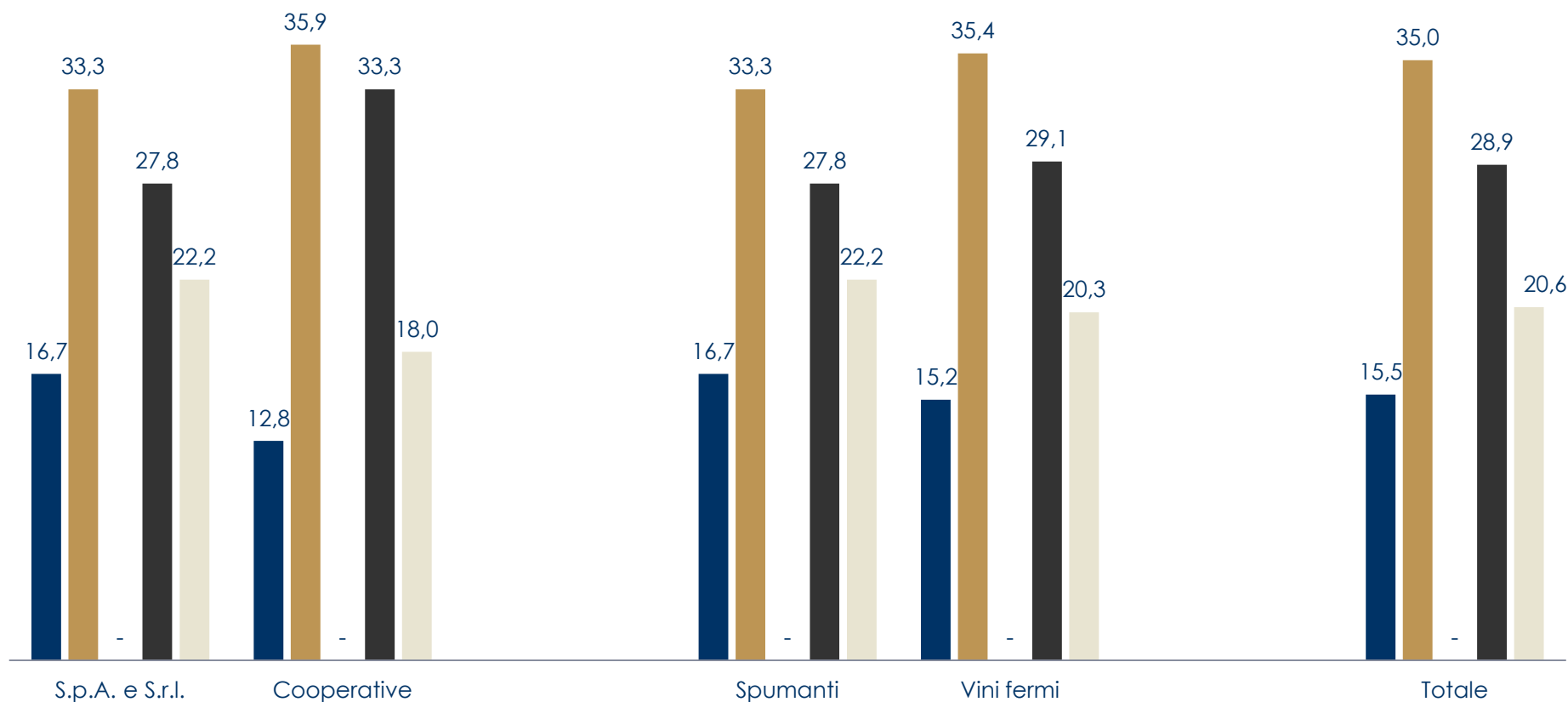


# FATTORI DI SVANTAGGIO COMPETITIVO SUI MERCATI ESTERI

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3

in %



- Dimensione piccola dell'azienda
- Produttori stranieri che praticano prezzi più bassi
- Produttori stranieri che offrono prodotti di migliore qualità
- Difficoltà a fare conoscere i propri prodotti all'estero
- Difficoltà a collocare i propri prodotti sui mercati esteri

# PRINCIPALI MARCHI ED ETICHETTE

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3



A dense collection of wine brand logos and labels overlaid on the wine glass. The labels are of various shapes and sizes, featuring different fonts, colors, and symbols. Some labels are more prominent than others. The brands include:

- ACCIPER
- MONZONERO
- RONDO
- POESIE
- ANTINORI
- FOSCARO
- ROTARI
- BERNARDI
- ANTICA CAVOLA
- Calissano
- MASI
- BELDI
- MONACI
- ALBIRCA CAVALI
- RIUNITE CIV
- SCRRISTORI
- ESCALADO
- FOFANA CANDIDA
- ENOITALIA
- MASCHIO CAVALIERI
- PERILLI
- TURA b.io
- RAPITALA
- CEVICO DA VINCI
- CINZANO
- BOTTER
- MASCHIO
- CELLA
- BOLLA
- POLONARI
- TENUTA BOSCO
- TERRE SASSO
- LA MARCA
- FANTINI
- FARNESE
- GAETANO RICCHI
- CASTELLINO
- TAVERNELLO
- POITE
- CANTI
- SANTORSOLA
- ROMIO
- MESCONI
- SAN NICOLA
- MELCALE FELLAS
- VALDO
- CASIANI
- CAVICCHIOLI
- SANTI
- LEONARDO
- Riunite
- DISS ALMAS
- FIN
- COMERA
- 1920
- ROCCA SVEVA
- TERRE FORTI
- CESARI
- MAGNANI
- SANTERIO
- CADIS
- BRUMATE
- AMICONE
- MONNETTO
- TERRE FORTI
- RICOSSA

# LE SOCIETÀ VINICOLE CON FATTURATO 2018 SUPERIORE A €60 MILIONI (2018-2019P)

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3

Società	Sede	Fatturato totale					Fatturato estero			Ris. netto/ Fatt. 2018	Ris. netto/ Fatt. 2019	N. bottiglie prodotte nel 2019	Proprietà
		2018	2019	Var. % 2019/2018	Rank 2018	Rank 2019	2019 € mln	in % del fatt. 2019	Var. % 2019/2018	in %			
		€ mln											
CANTINE RIUNITE & CIV (*)	Campegine (Re)	612	630	2,9	1	1	419,1	66,5	2,8	1,7	1,6	211.623.000	Cooperativa
<i>di cui: GIV - GRUPPO ITALIANO VINI (*)</i>	<i>Bardolino (Vr)</i>	<i>388</i>	<i>406</i>	<i>4,7</i>			<i>307,7</i>	<i>75,8</i>	<i>6,3</i>	<i>1,9</i>	<i>1,7</i>	<i>84.823.000</i>	<i>Cooperativa</i>
<i>di cui: CANTINE RIUNITE &amp; CIV (*)</i>	<i>Campegine (Re)</i>	<i>245</i>	<i>237</i>	<i>-3,4</i>			<i>111,4</i>	<i>47,0</i>	<i>-6,4</i>	<i>2,0</i>	<i>1,4</i>	<i>126.800.000</i>	<i>Cooperativa</i>
CAVIRO (*)	Faenza (Ra)	330	329	-0,4	2	2	91,0	27,7	5,6	1,5	1,7	71.541.574	Cooperativa
PALAZZO ANTINORI (*)	Firenze	234	246	5,3	3	3	154,0	62,6	0,3	33,4	34,0	25.000.000	Familiare
FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI	Cossano Belbo (Cn)	214	210	-2,0	4	5	180,8	86,1	-3,4	5,2	n.d.	70 (^)	Familiare
CASA VINICOLA ZONIN (*)	Gambellara (Vi)	202	205	1,4	5	6	162,7	79,6	10,7	-2,1	0,5	50.900.000	Familiare
CASA VINICOLA BOTTER CARLO & C.	Fossalta di Piave (Ve)	195	217	10,9	6	4	202,9	93,7	9,3	9,0	10,3	97.380.000	Misto
CAVIT CANTINA VITICOLTORI (*) (*)	Ravina (Tn)	190	191	0,5	7	8	152,2	79,5	2,0	2,5	2,7	n.d.	Cooperativa
MEZZACORONA (*) (*)	Mezzocorona (Tn)	188	187	-0,8	8	10	106,4	57,0	1,8	1,6	1,7	50.300.000	Cooperativa
ENOITALIA	Calmasino di Bardolino (Vr)	182	199	9,7	9	7	156,3	78,4	16,2	0,6	3,5	109.243.892	Familiare
SANTA MARGHERITA (*)	Fossalta di Portogruaro (Ve)	177	189	6,8	10	9	126,0	66,5	7,1	17,0	9,5	22.765.680	Familiare
ITALIAN WINE BRANDS (*) (-)	Milano	150	157	5,0	11	11	123,5	78,5	7,1	4,2	5,0	63.000.000	Misto
CANTINA SOCIALE COOPERATIVA DI SOAVE (*) (*)	Soave (Vr)	141	136	-3,6	12	13	42,1	31,0	-19,2	2,4	1,4	35.000.000	Cooperativa
LA MARCA VINI E SPUMANTI	Oderzo (Tv)	140	141	0,3	13	12	116,4	82,8	1,8	0,0	0,0	57.000.000	Cooperativa
TERRE CEVICO (*) (*)	Lugo (Ra)	131	133	1,0	14	15	48,9	36,9	16,5	0,5	0,2	82.390.490	Cooperativa
COLLIS VENETO WINE GROUP (*) (*)	Monteforte D'Alpone (Vr)	119	109	-8,4	15	20	31,9	29,3	5,5	2,2	2,5	25.000.000	Cooperativa
COMPAGNIA DE' FRESCOBALDI (*)	Firenze	115	122	6,0	16	16	76,1	62,5	3,8	15,4	21,4	12.300.000	Familiare
RUFFINO (*) (*)	Pontassieve (Fi)	110	133	20,9	17	14	121,8	91,4	20,8	9,6	9,3	33.456.181	Estero
Gruppo CAMPARI (divisione vini)	Milano	110	111	0,4	18	19	n.d.	n.c.	n.c.	n.d.	n.d.	n.d.	Familiare
MONDODELVINO (*)	Forlì	107	111	4,2	19	17	92,6	83,3	3,5	0,0	n.d.	55.700.000	Misto
SCHENK ITALIA (*)	Ora (Bz)	103	111	8,0	20	18	71,0	64,0	-8,0	2,0	4,0	60.000.000	Estero

# LE SOCIETÀ VINICOLE CON FATTURATO 2018 SUPERIORE A €60 MILIONI (2018-2019P)

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3

Società	Sede	Fatturato totale					Fatturato estero			Ris. netto/ Fatt. 2018	Ris. netto/ Fatt. 2019	N. bottiglie prodotte nel 2019	Proprietà
		2018	2019	Var. % 2019/2018	Rank 2018	Rank 2019	2019 € mln	in % del fatt. 2019	Var. % 2019/2018	in %			
		€ mln											
VIVO CANTINE (*) (*)	Salgareda (Tv)	102	108	5,6	21	21	52,3	48,6	5,5	0,1	2,6	30.980.658	Cooperativa
LUNELLI (*)	Ravina (Tn)	101	107	5,6	22	22	19,8	18,5	-4,0	12,5	n.d.	10.950.000 (§)	Familiare
CONTRI SPUMANTI	Cazzano Di Tramigna (Vr)	95	94	-1,5	23	24	47,0	50,2	13,8	3,4	2,0	72.517.000	Misto
VILLA SANDI	Crocetta Del Montello (Tv)	94	95	1,2	24	23	48,4	51,0	9,1	4,1	6,0	26.200.000	Familiare
MIONETTO	Valdobbiadene (Tv)	86	92	7,1	25	25	59,9	64,9	14,3	5,4	5,5	n.d.	Estero
VINORTE	Orta Nova (Fg)	86	n.d.	n.c.	26	n.c.	n.d.	n.c.	n.c.	2,1	n.d.	n.d.	Familiare
CANTINE ERMES (*) (*)	S.Ninfa (Tp)	85	88	4,1	27	27	7,0	7,9	30,7	1,8	1,0	n.d.	Cooperativa
FARNESE VINI	Ortona (Ch)	84	89	6,3	28	26	82,1	92,0	4,0	4,6	4,3	25.190.000	Estero/Misto
VS - VINICOLA SERENA	Conegliano (Tv)	82	n.d.	n.c.	29	n.c.	n.d.	n.c.	n.c.	3,9	n.d.	n.d.	Familiare
CANTINA DI CONEGLIANO E VITTORIO VENETO (*)	Vittorio Veneto (Tv)	80	71	-11,0	30	29	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	n.d.	Cooperativa
VIGNAIOLI VENETO FRIULANI (*)	Fontanelle (Tv)	79	70	-12,1	31	30	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	n.d.	Cooperativa
QUARGENTAN	Roncà (Vr)	74	n.d.	n.c.	32	n.c.	n.d.	n.c.	n.c.	0,3	n.d.	n.d.	Familiare
CANTINA DI LA-VIS E VALLE DI CEMBRA (*) (*)	Lavis (Tn)	72	75	4,0	33	28	38,6	51,7	-3,2	-2,3	0,4	32.289.810	Cooperativa
CANTINA VITICOLTORI PONTE DI PIAVE (*) (*)	Ponte Di Piave (Tv)	71	67	-5,4	34	31	19,2	28,5	8,8	0,5	0,2	n.d.	Cooperativa
MEGALE HELLAS	S.Pietro Vernotico (Br)	69	66	-4,0	35	32	0,0	0,0	0,0	5,5	-4,7	n.d.	Familiare
SANTERO FRATELLI & C.	S.Stefano Belbo (Cn)	68	n.d.	n.c.	36	n.c.	n.d.	n.c.	n.c.	17,0	n.d.	n.d.	Familiare
BANFI (*)	Montalcino (Si)	66	64	-3,0	37	35	35,2	54,6	-3,8	1,8	3,0	12.316.000	Estero
MASI AGRICOLA (*) (+)	S. Ambrogio Di Valpolicella (Vr)	65	65	-0,6	38	33	50,2	77,3	-1,7	11,0	6,7	n.d.	Familiare
TERRA MORETTI (*)	Erbusco (Bs)	63	65	2,8	39	34	15,1	23,3	13,0	7,0	7,6	8.460.000	Familiare
SPUMANTI VALDO	Valdobbiadene (Tv)	62	60	-4,2	40	36	27,8	46,4	-5,2	3,5	4,3	15.800.000	Familiare

(\*) Dati consolidati.

(\*) Esercizio chiuso al 31 luglio per Cantine Riunite & Civ, Mezzacorona, Terre Cevico, Collis Veneto Wine Group e Cantina Viticoltori Ponte di Piave, al 31 maggio per Cavit, al 30 giugno per Cantina Sociale Cooperativa di Soave, Cantine Ermes, Cantina di Conegliano e Vittorio Veneto, Cantina di La-Vis e Valle di Cembra, al 28 febbraio per Ruffino, al 31 agosto per Vivo Cantine e Vignaioli Veneto Friulani.

(^\*) Milioni di litri.

(-) Quotata in Borsa (AIM) dal 29/01/2015.

(§) Riferito alle sole bottiglie di vino, esclusi altri prodotti commercializzati dal gruppo.

(+) Quotata in Borsa (AIM) dal 30/06/2015.

# INVESTIMENTI E OCCUPAZIONE

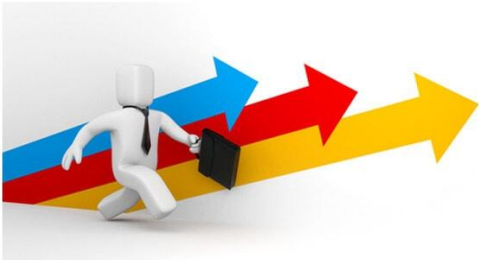
Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

Sezione 3



## ◆ INVESTIMENTI MATERIALI nel 2019: -15,9% sul 2018

- ◆ vini non spumanti -14,4%
- ◆ S.p.A. e s.r.l. -16,7%
- ◆ coop -6,3%
- ◆ spumanti -23,9%



## ◆ OCCUPAZIONE nel 2019 +2,6% sul 2018

- ◆ S.p.A. e s.r.l. +3,0%
- ◆ spumanti +2,2%
- ◆ vini non spumanti +2,7%
- ◆ coop +3,0%



## ◆ INVESTIMENTI PUBBLICITARI nel 2019:

- ◆ aziende del vino +14,2% sul 2018
- ◆ spesa pubblicitaria nazionale -0,9%, -5,1% escludendo il canale web

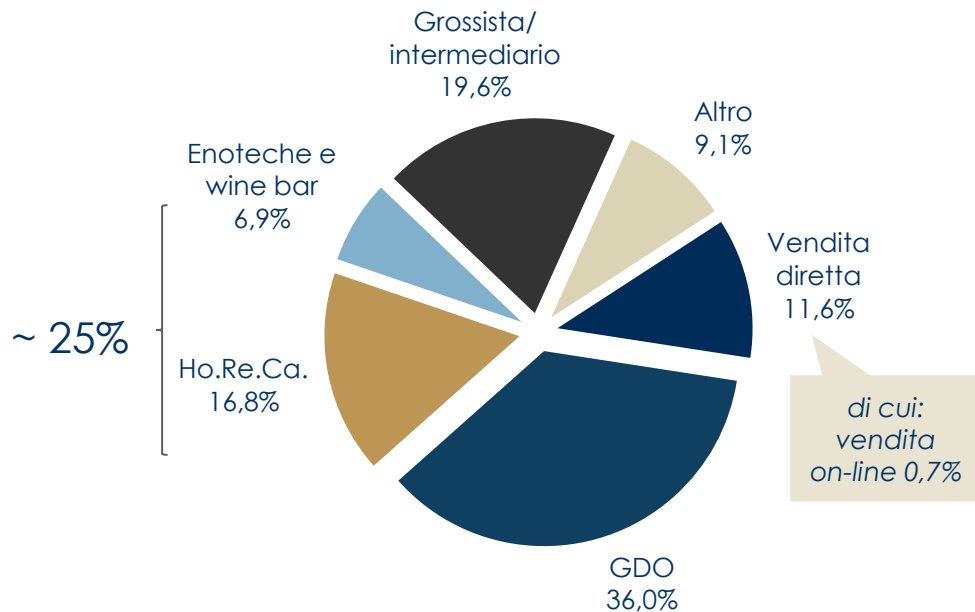
# I CANALI DISTRIBUTIVI NEL 2019

Italiane: pre-consuntivi 2019 e assetto commerciale

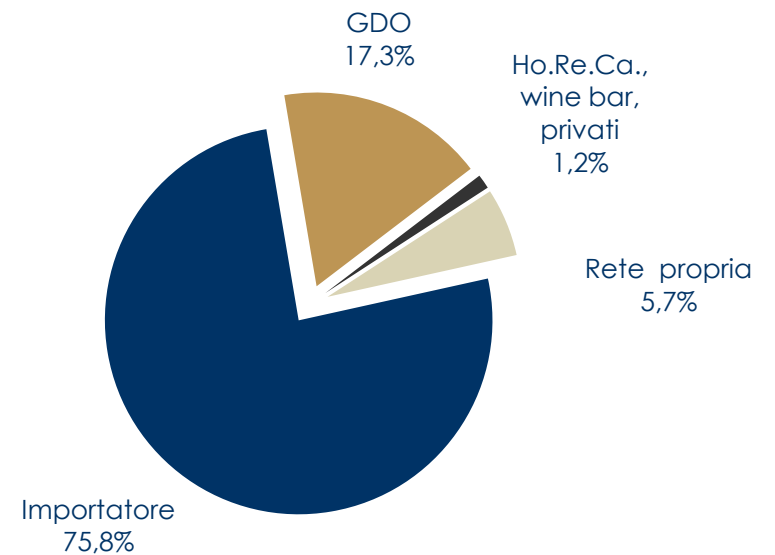
Sezione 3

In % del fatturato

Italia



Estero



il DPCM dell'11 marzo 2020 ha imposto l'obbligo di chiusura delle attività di ristorazione con la sola eccezione della consegna di cibo a domicilio

# ITALIANE: ATTESE 2020

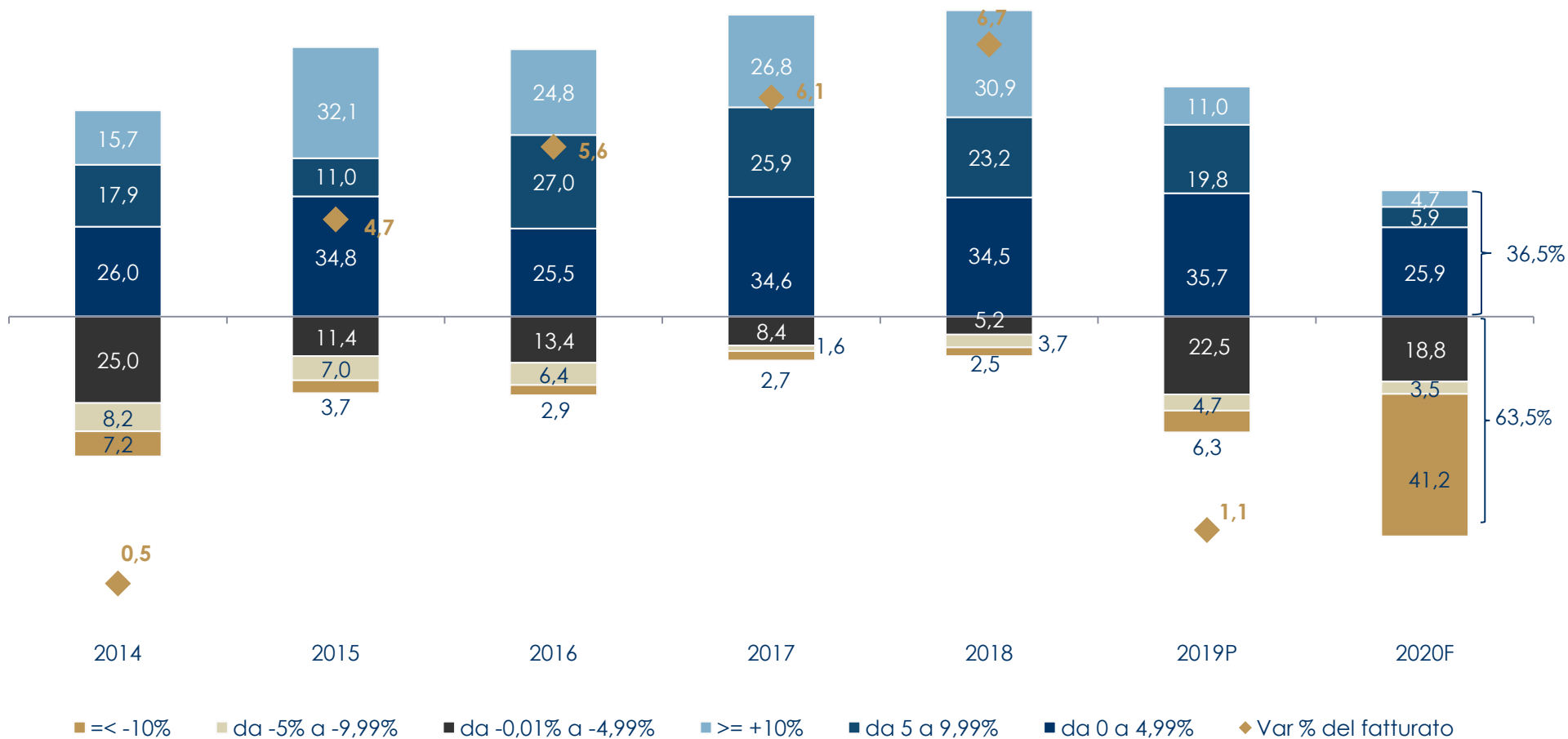
Sezione 4



# PERCENTUALI DI IMPRESE PER CLASSI DI VARIAZIONI DEL FATTURATO RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE E VARIAZIONE DELLE VENDITE

Italiane: attese 2020

Sezione 4



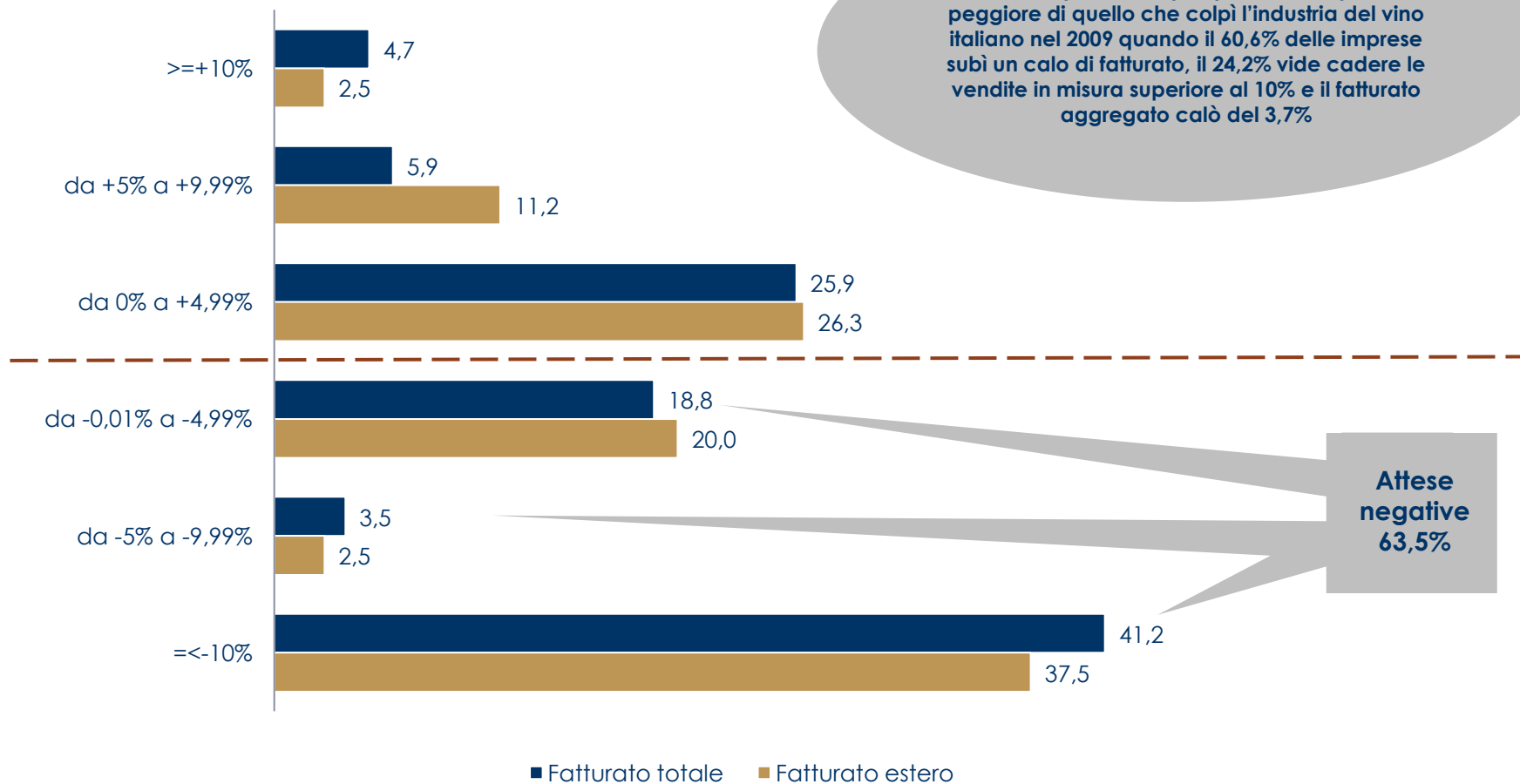


# ASPETTATIVE 2020F: VARIAZIONI ATTESE

Italiane: attese 2020

Sezione 4

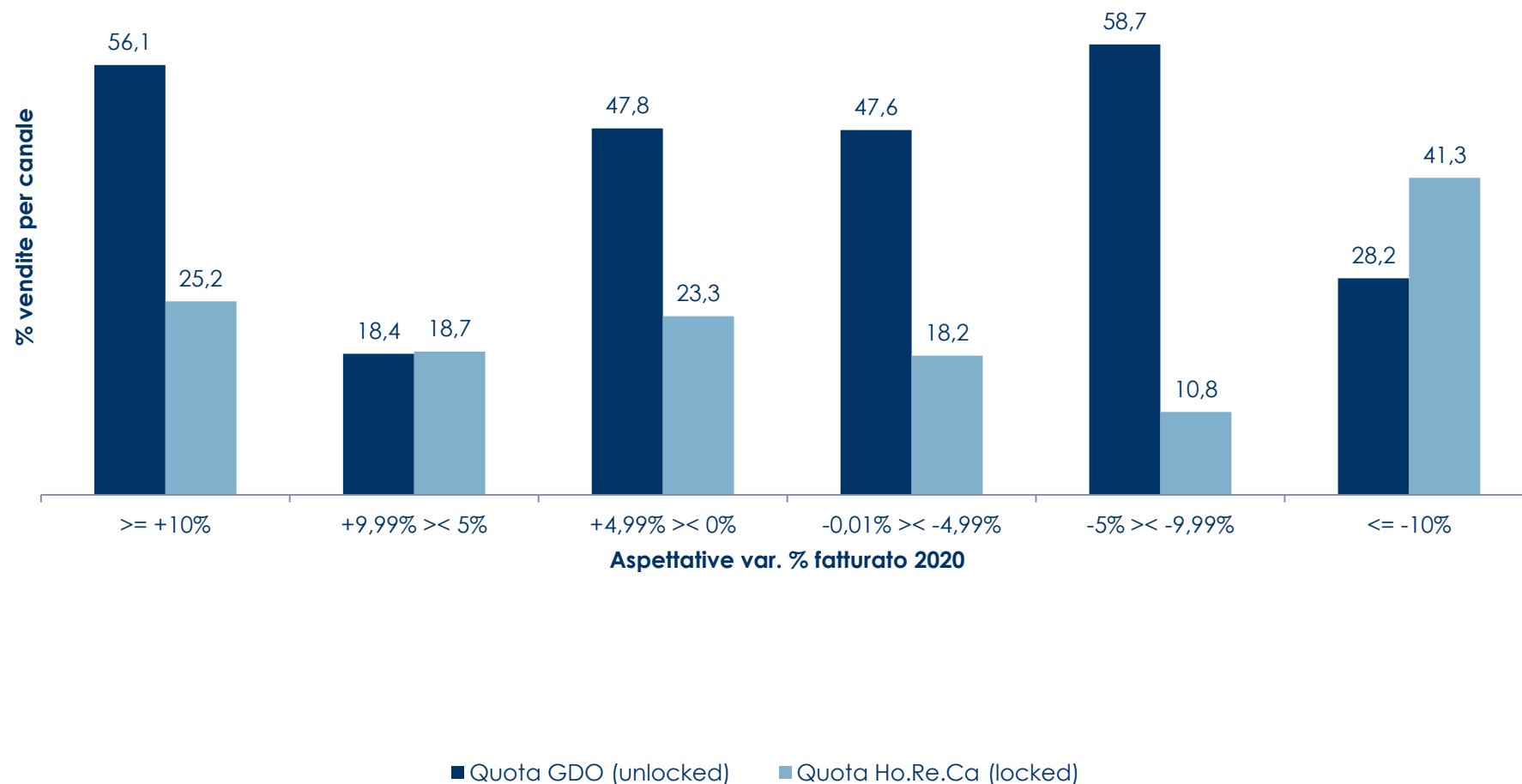
In % degli intervistati



# SENTIMENT SULLE VENDITE 2020 IN BASE AI PRINCIPALI CANALI DISTRIBUTIVI

Italiane: attese 2020

Sezione 4



# **ITALIANE: PROFILI ECONOMICO-PATRIMONIALI 2014-2018 E ANDAMENTI REGIONALI**

Sezione 5

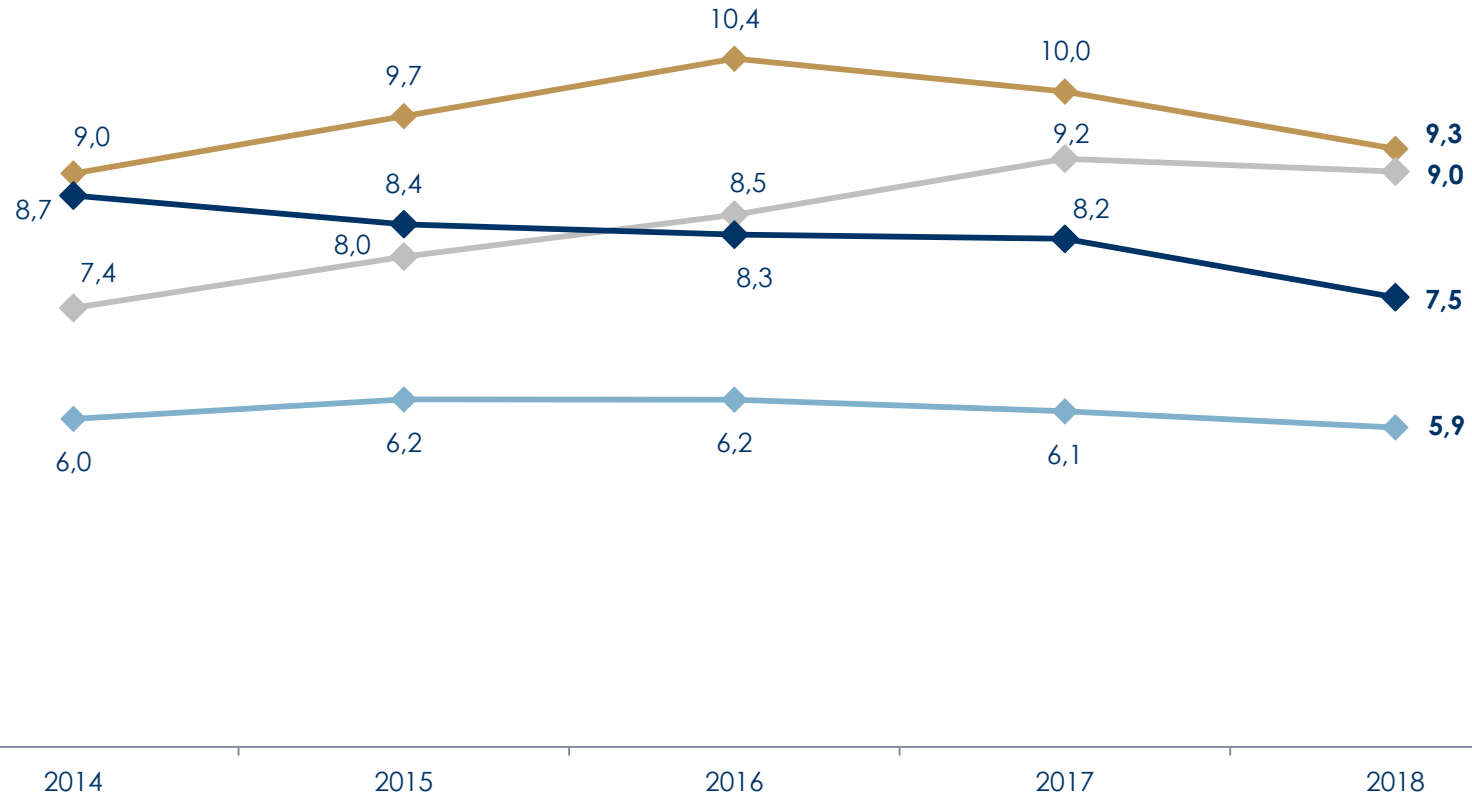


# ROI

Italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e andamenti regionali

Sezione 5

In %



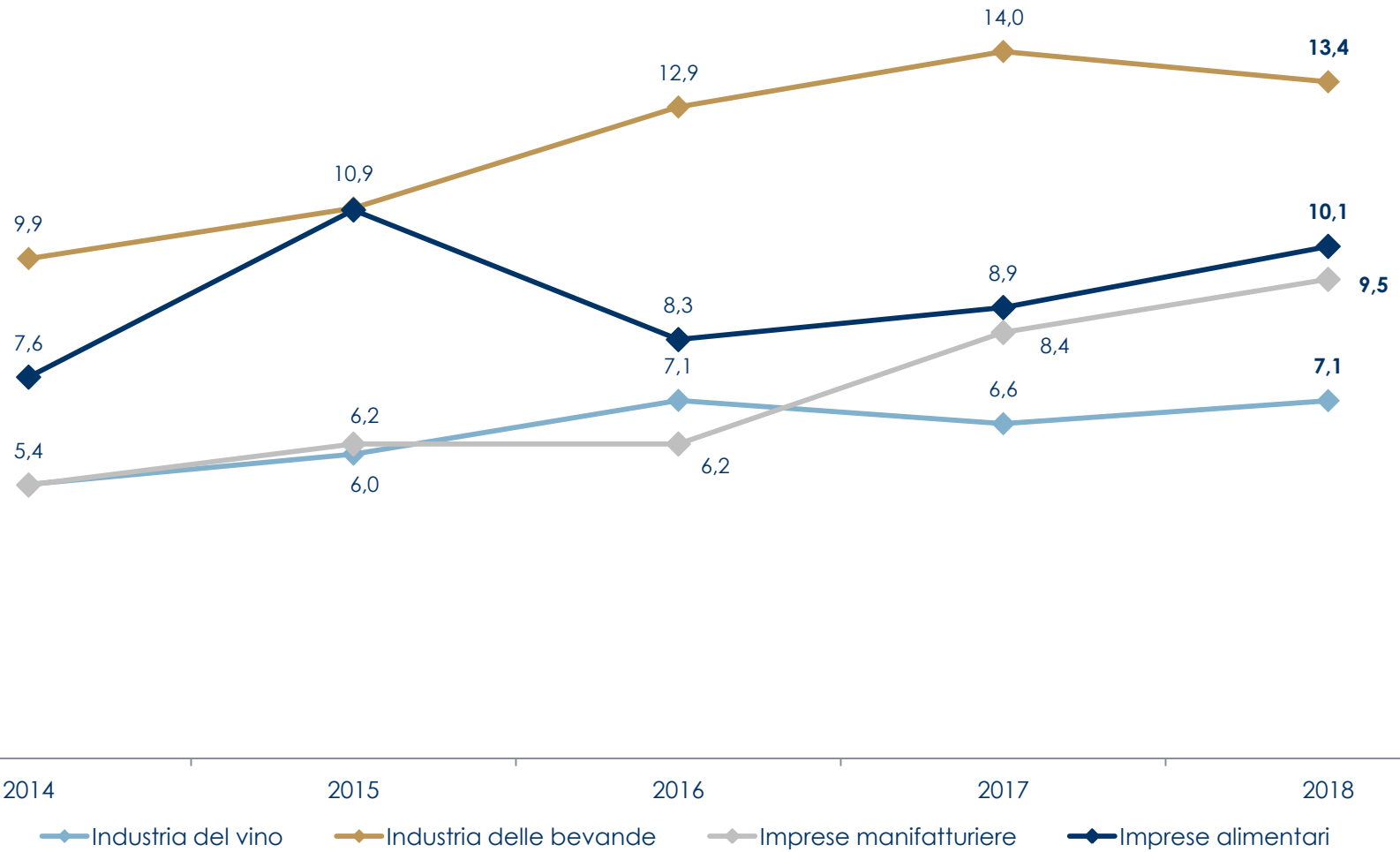
—◆— Industria del vino    —◆— Industria delle bevande    —◆— Imprese manifatturiere    —◆— Imprese alimentari

# ROE

Italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e andamenti regionali

Sezione 5

In %

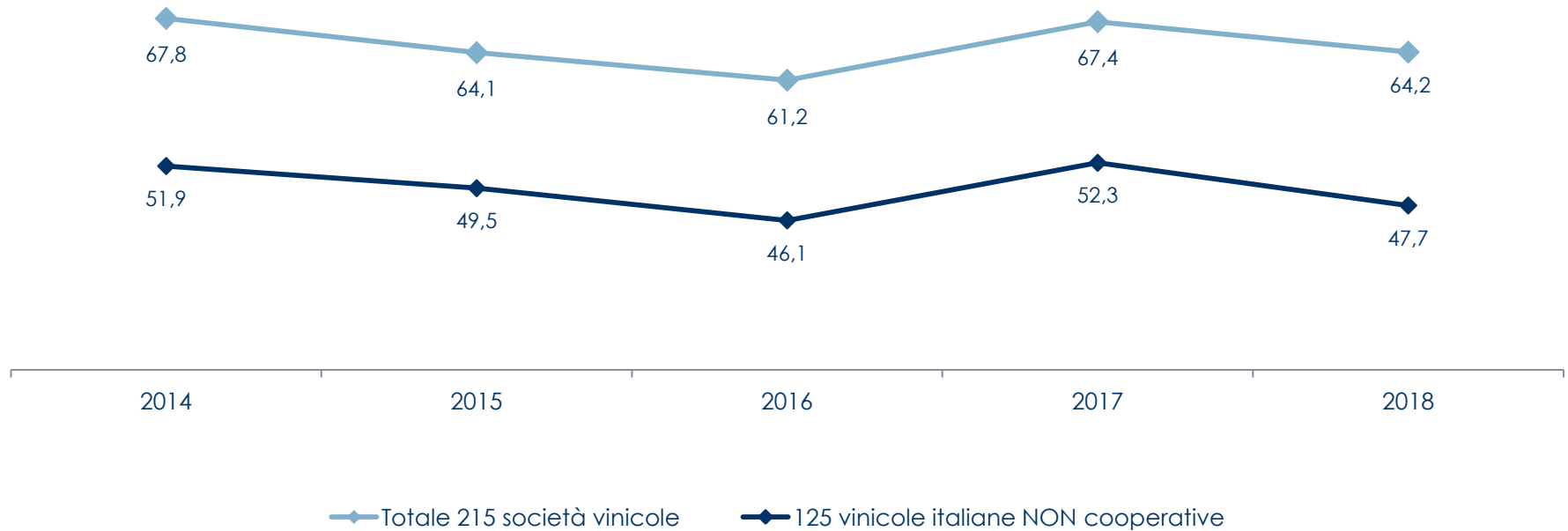


# STRUTTURA PATRIMONIALE

Italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e andamenti regionali

Sezione 5

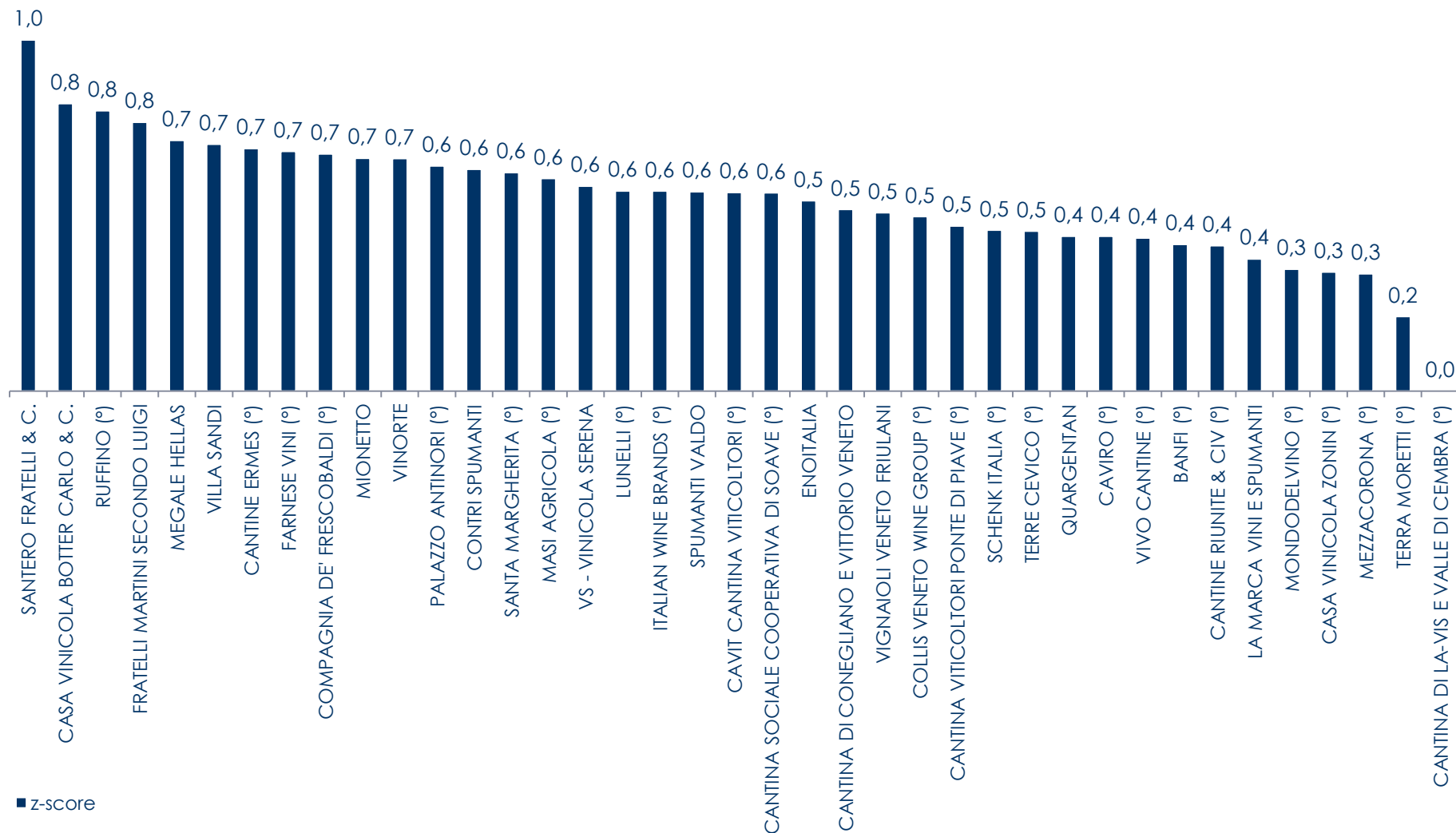
DF/PN in %



# INDICATORE DI SINTESI DELLE PERFORMANCE ECONOMICHE NEL 2018

Italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e andamenti regionali

Sezione 5



■ z-score

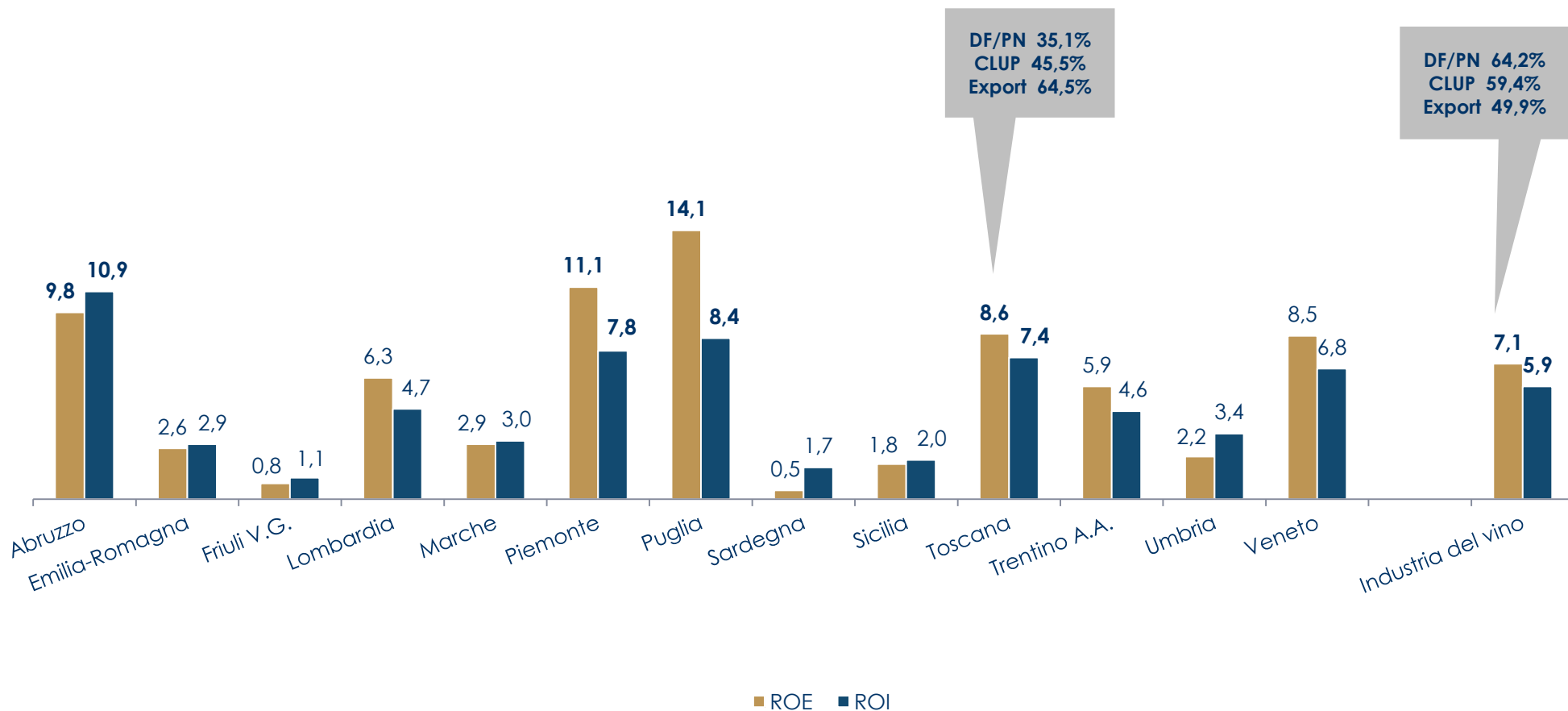


# REDDITIVITÀ PER REGIONE NEL 2018

Italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e andamenti regionali

Sezione 5

In %



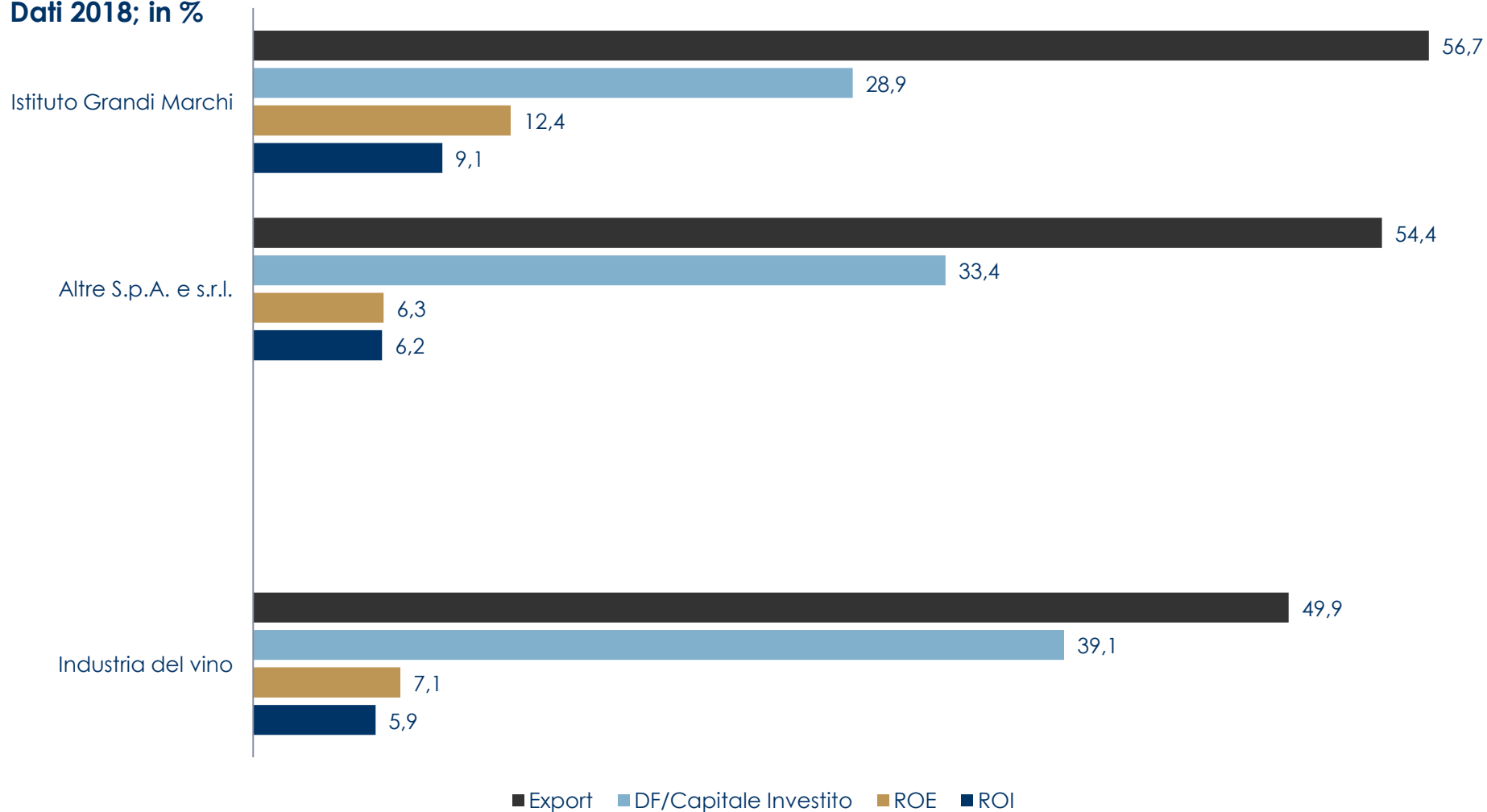


# REDDITIVITÀ E STRUTTURA FINANZIARIA PER TIPOLOGIA SOCIETARIA

Italiane: profili economico-patrimoniali 2014-2018 e andamenti regionali

Sezione 5

Dati 2018; in %



# ITALIANE: AZIONISTI E VALORE DI MERCATO, BOARD E SOSTENIBILITÀ

Sezione 6

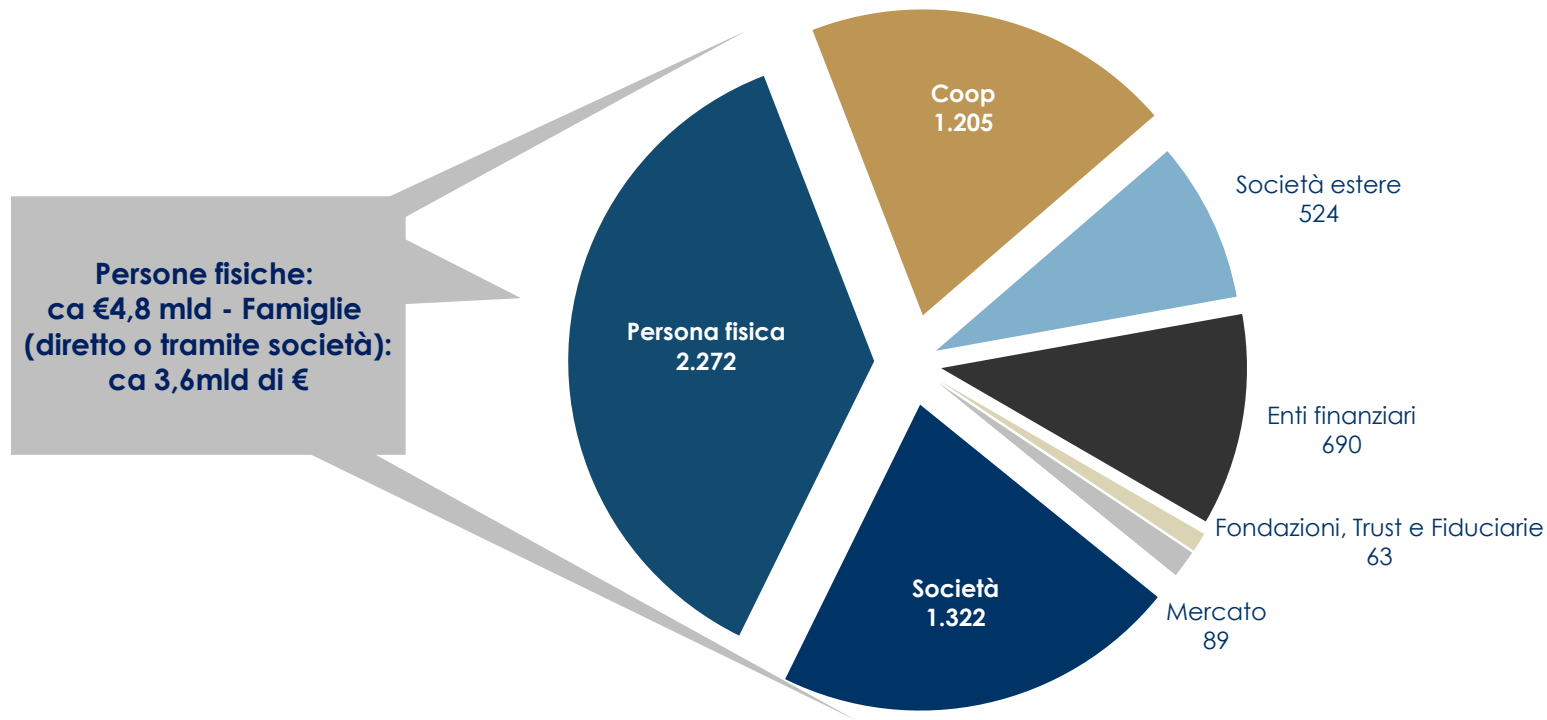


# IL PORTAFOGLIO DEGLI AZIONISTI

Italiane: azionisti e valore di mercato, board e sostenibilità

Sezione 6

€mln in base al netto patrimoniale del 2018



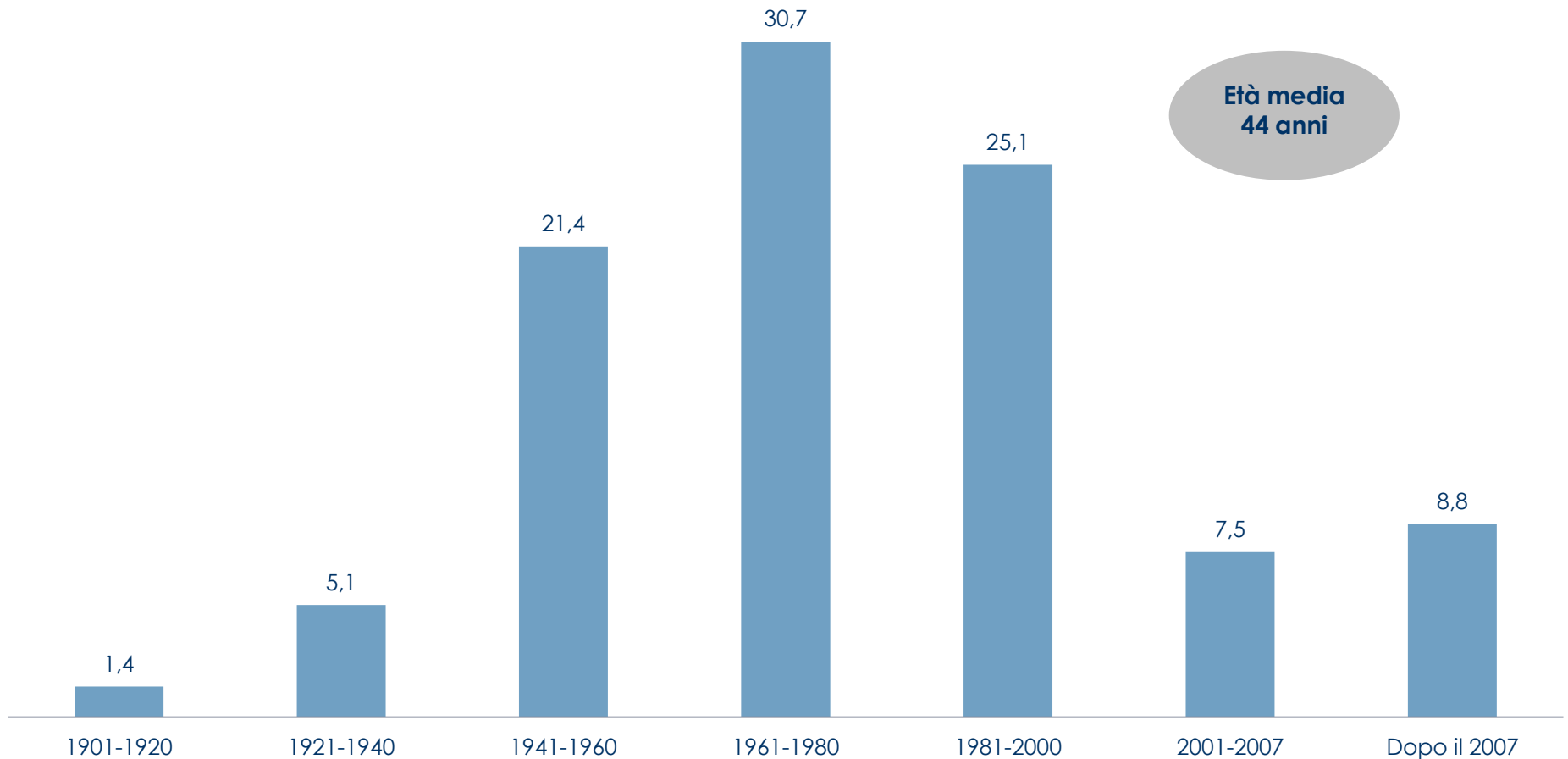
In base ai multipli di borsa delle società quotate sui mercati internazionali il valore di mercato delle 125 S.p.A. e s.r.l. si può stimare indicativamente in €6,1 miliardi, con un "premio" sul valore contabile (€4,39 mld) pari a circa il 40%

# L'ETÀ DELLE IMPRESE VITIVINICOLE

Italiane: azionisti e valore di mercato, board e sostenibilità

Sezione 6

## Frequenza delle imprese vitivinicole per anno di costituzione (in %)

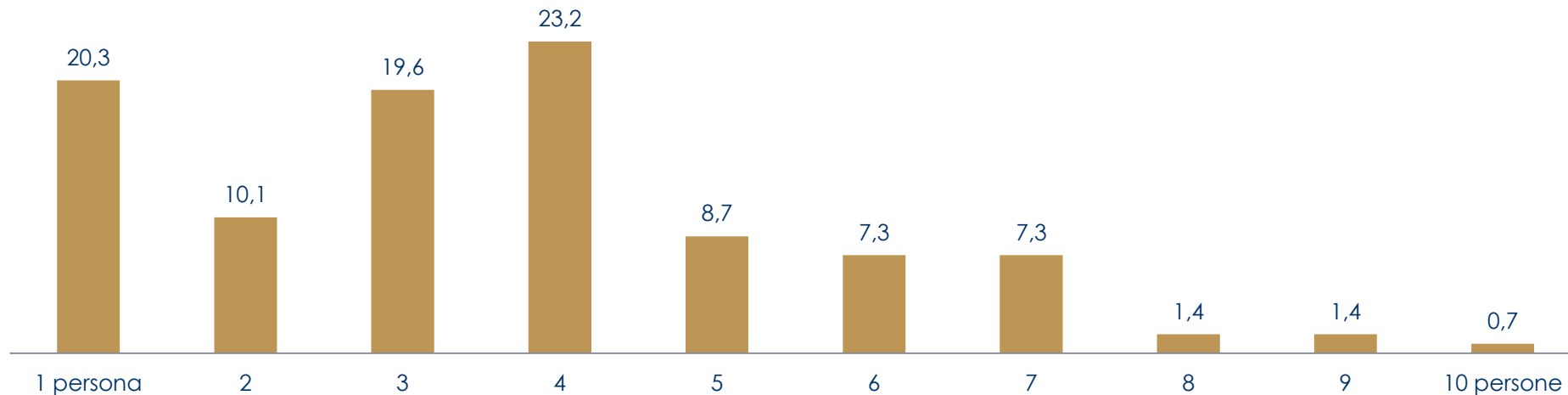


# LA GOVERNANCE (\*)

Italiane: azionisti e valore di mercato, board e sostenibilità

Sezione 6

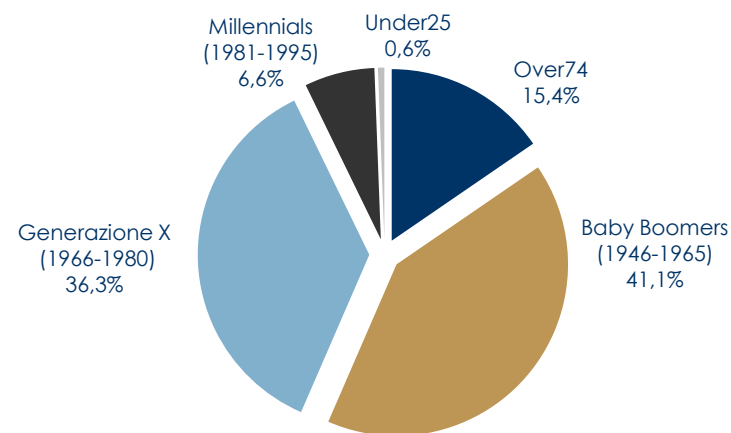
## Frequenza % dei board in base alla propria numerosità



## Composizione dei board per classe generazionale e carica

	AU	P+CD	Solo P	Solo CD	VP+CD	Solo VP	C	Totale
Over74	5	6	18	15	-	3	30	77
Baby Boomers (1946-1965)	15	23	28	38	6	15	80	205
Generazione X (1966-1980)	6	11	21	40	6	14	83	181
Millennials (1981-1995)	2	-	2	2	-	-	27	33
Under25	-	-	-	-	-	-	3	3
<b>Totale</b>	<b>28</b>	<b>40</b>	<b>69</b>	<b>95</b>	<b>12</b>	<b>32</b>	<b>223</b>	<b>499</b>

## Frequenza % delle classi generazionali nei board



# LA SOSTENIBILITÀ NELL'INDUSTRIA DEL VINO

Italiane: azionisti e valore di mercato, board e sostenibilità

Sezione 6

<p><b>INDUSTRIA DEL VINO</b> (fatt &gt; 60€ mln)</p> <p>39 imprese Fatt 2018: 5,2€ mld</p>	<p><b>Documento di Sostenibilità</b> (7 imprese; 1,6€ mld)</p>	<p><b>Bilancio di Sostenibilità</b> (6 imprese; 1€ mld)</p>	<p><b>Cooperativa</b> (3 imprese; 0,6€ mld)</p>	
			<p><b>Estero</b> (2 imprese; 0,2€ mld)</p>	
			<p><b>Familiare</b> (1 impresa; 0,2€ mld)</p>	
			<p><b>Dichiarazione Ambientale</b> (1 impresa; 0,6€ mld)</p>	<p><b>Cooperativa</b> (1 impresa; 0,6€ mld)</p>
				<p><b>Cooperativa</b> (3 imprese; 0,4€ mld)</p>
				<p><b>Estero</b> (1 impresa; 0,1€ mld)</p>
	<p><b>Sezione sito internet</b> (20 imprese; 2,3€ mld)</p>		<p><b>"Sostenibilità"</b> (10 imprese; 1,3€ mld)</p>	<p><b>Familiare</b> (5 imprese; 0,7€ mld)</p>
				<p><b>Misto</b> (1 impresa; 0,1€ mld)</p>
				<p><b>Cooperativa</b> (4 imprese; 0,4€ mld)</p>
				<p><b>Familiare</b> (4 imprese; 0,3€ mld)</p>
			<p><b>"Qualità"</b> (10 imprese; 1€ mld)</p>	<p><b>Misto</b> (2 imprese; 0,3€ mld)</p>
				<p><b>Cooperativa</b> (3 imprese; 0,3€ mld)</p>
<p><b>Estero</b> (2 imprese; 0,2€ mld)</p>				
	<p><b>Nessun riferimento</b> (12 imprese; 1,3€ mld)</p>		<p><b>Familiare</b> (7 imprese; 0,8€ mld)</p>	

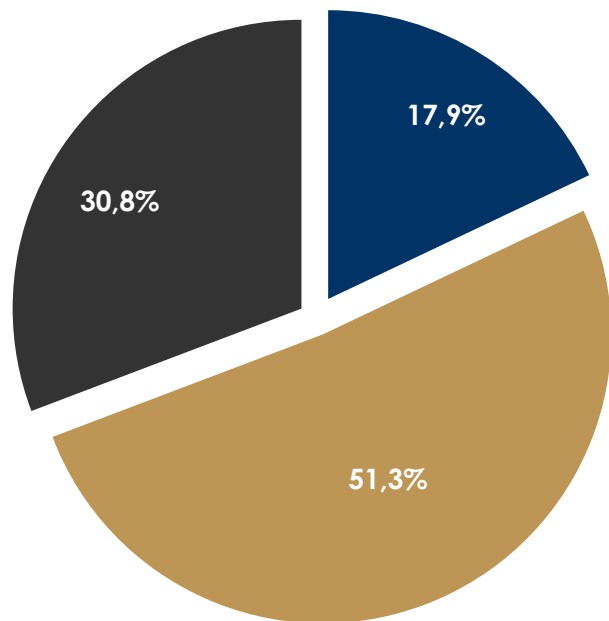
# DIFFUSIONE DELLA SOSTENIBILITÀ NEI MAGGIORI PRODUTTORI (FATT 2018 > 60 MLN)

Italiane: azionisti e valore di mercato, board e sostenibilità

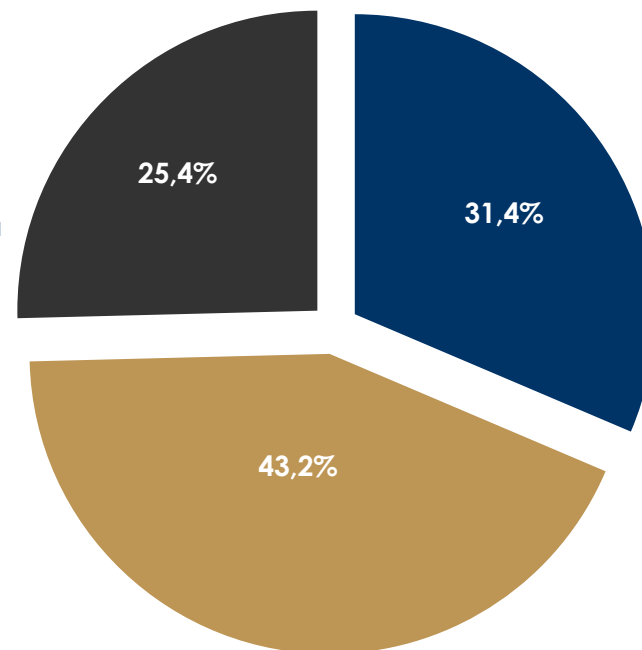
Sezione 6

Numero di imprese (in %)

Fatturato (in %)



- Documento di sostenibilità
- Sezione sito Internet
- Nessun riferimento



# ALCUNE STATISTICHE INTERNAZIONALI

Sezione 7



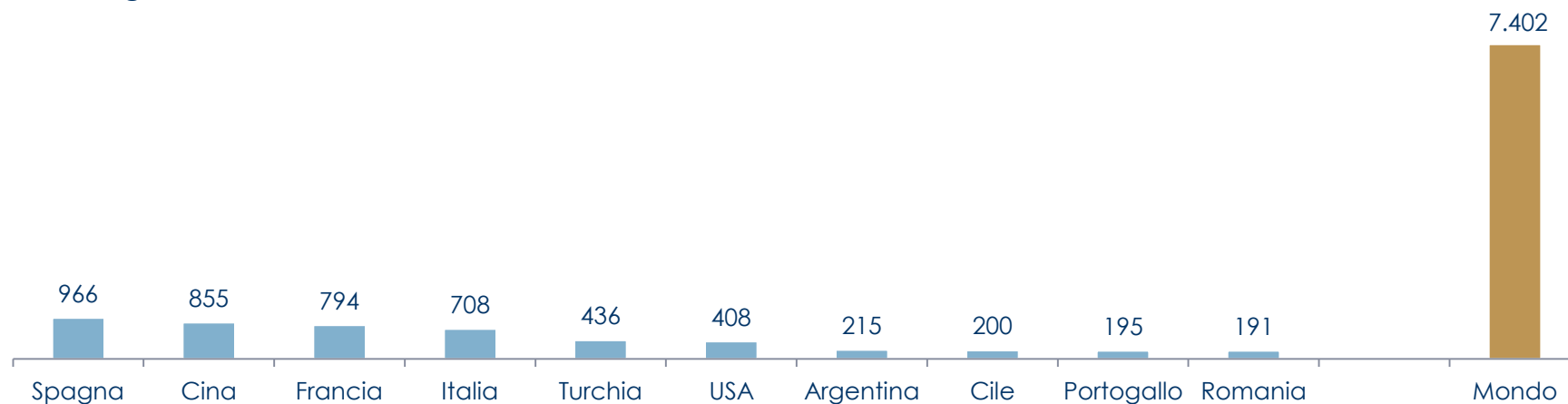


# LE MAGGIORI ESTENSIONI DELLE VIGNE NEL MONDO (1)

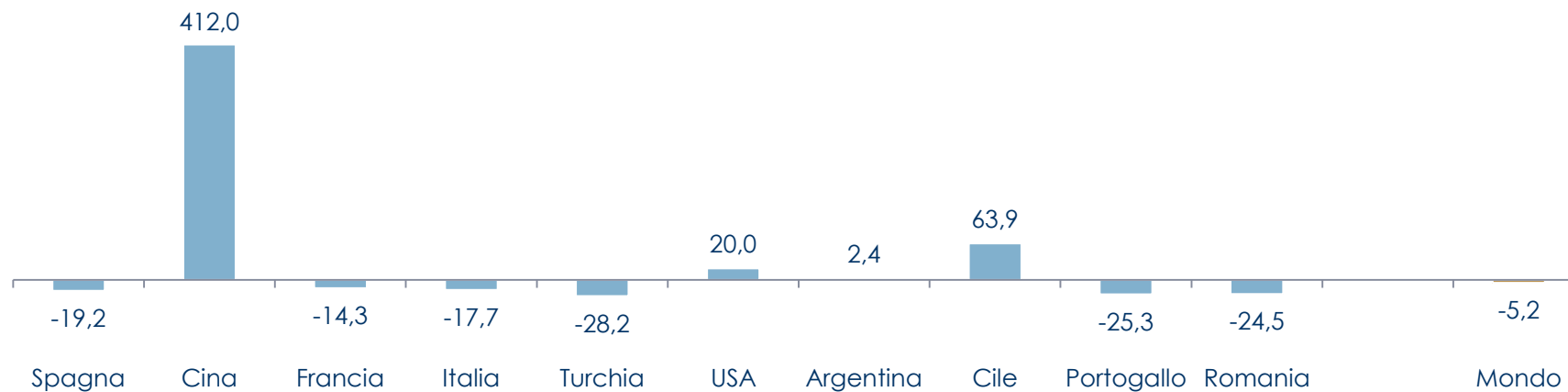
Alcune statistiche internazionali

Sezione 7

Dati in migliaia di ha; 2019






Var. %; 2019/1995



# LA PRODUZIONE D'UVA E IL SUO UTILIZZO (2018)

Alcune statistiche internazionali

Sezione 7

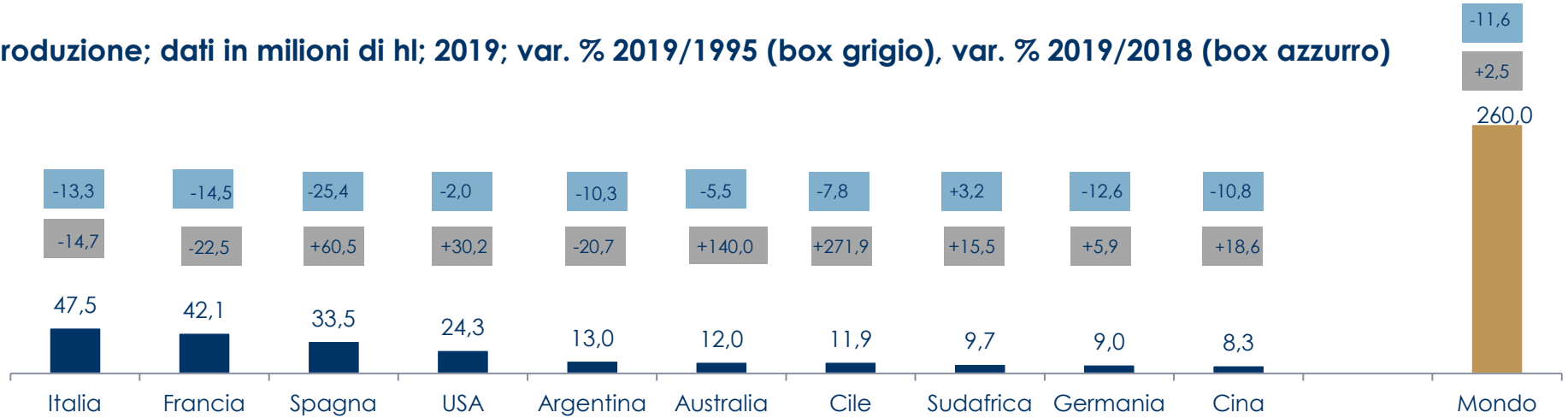
Paesi	Milioni di t	  		
		(in %)		
Cina	11,7	84,1	5,6	10,3
Italia	8,6	13,5	-	86,5
USA	6,9	16,3	18,1	65,6
Spagna	6,9	4,0	-	96,0
Francia	6,2	0,4	-	99,6
Turchia	3,9	56,1	40,7	3,2
India	2,9	92,6	5,9	1,5
Argentina	2,7	0,9	5,5	93,7
Cile	2,5	26,0	3,9	70,2
Iran	2,3	76,3	23,7	-
Australia	1,9	7,1	1,9	90,9
Sudafrica	1,8	15,8	15,5	68,7
<b>Mondo</b>	<b>77,8</b>	<b>36,0</b>	<b>7,0</b>	<b>57,0</b>

# PRODUZIONE E CONSUMO DI VINO

Alcune statistiche internazionali

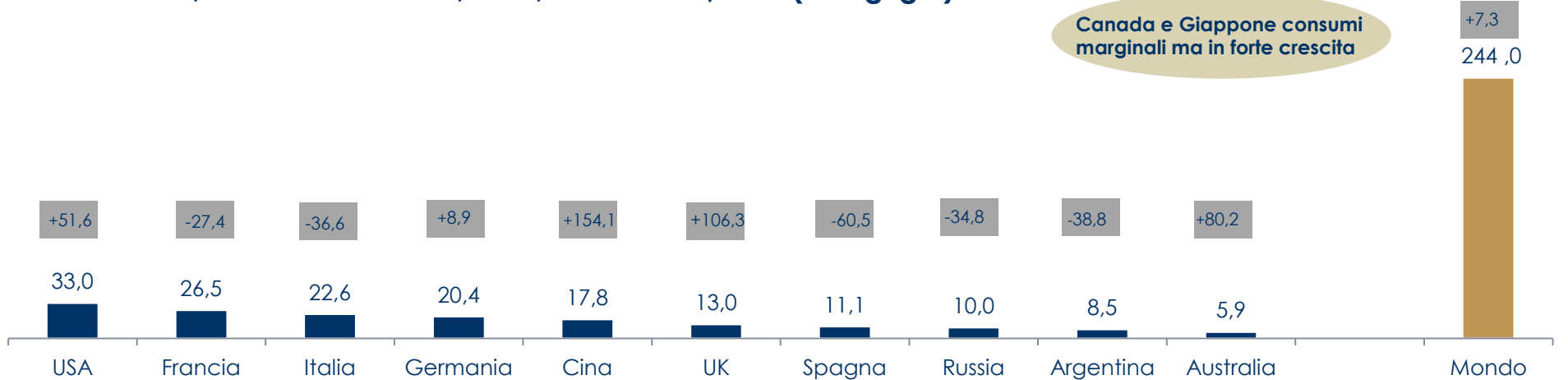
Sezione 7

Produzione; dati in milioni di hl; 2019; var. % 2019/1995 (box grigio), var. % 2019/2018 (box azzurro)



Consumo; dati in milioni di hl; 2019; var. % 2019/1995 (box grigio)

Canada e Giappone consumi marginali ma in forte crescita

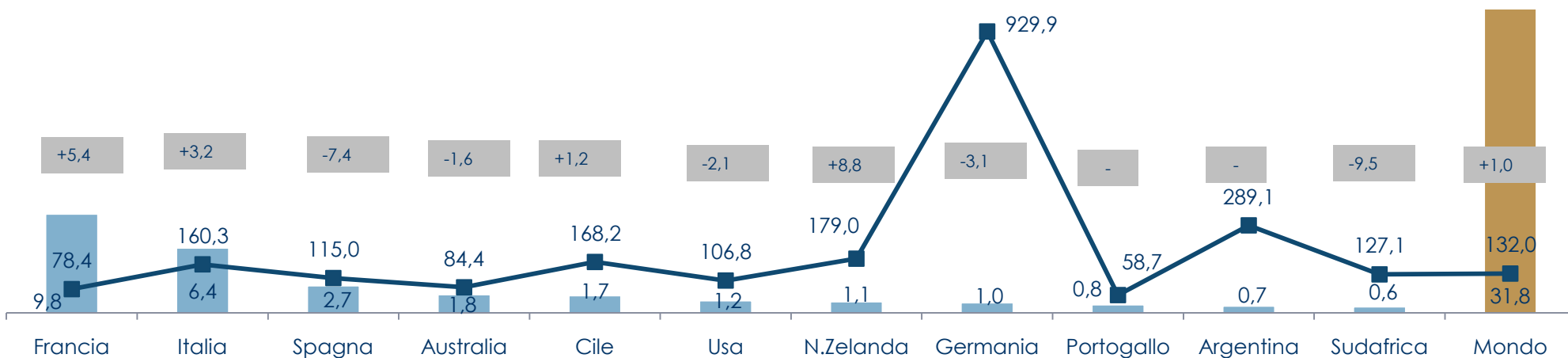


# L'IMPORT ED EXPORT VINICOLO: I TOP PLAYERS

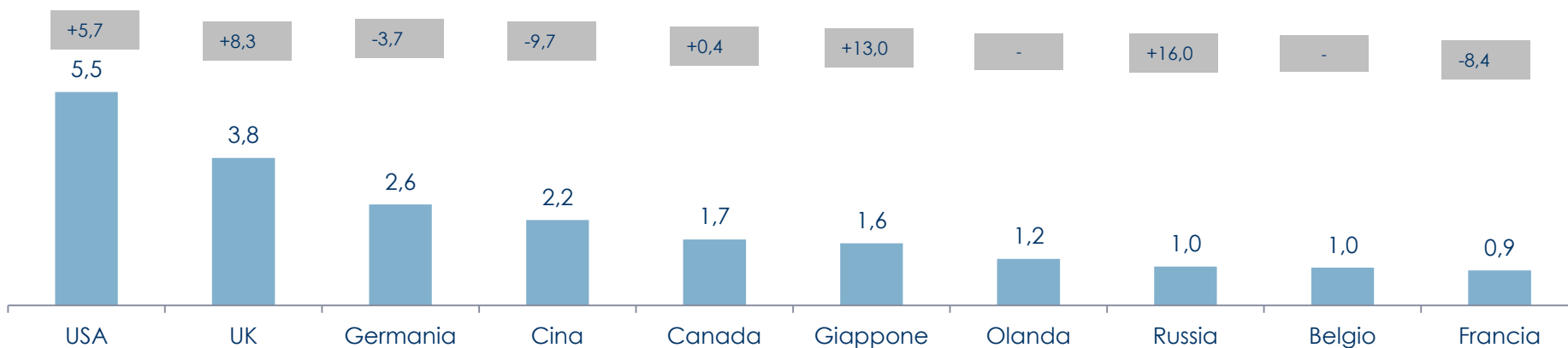
Alcune statistiche internazionali

Sezione 7

Top exporters; 2019 € mld; var. % 2019/2000 (linea blu) e 2019/2018 (box grigio)



Top importers; 2019 € mld; var.% 2019/2018 (box grigio)

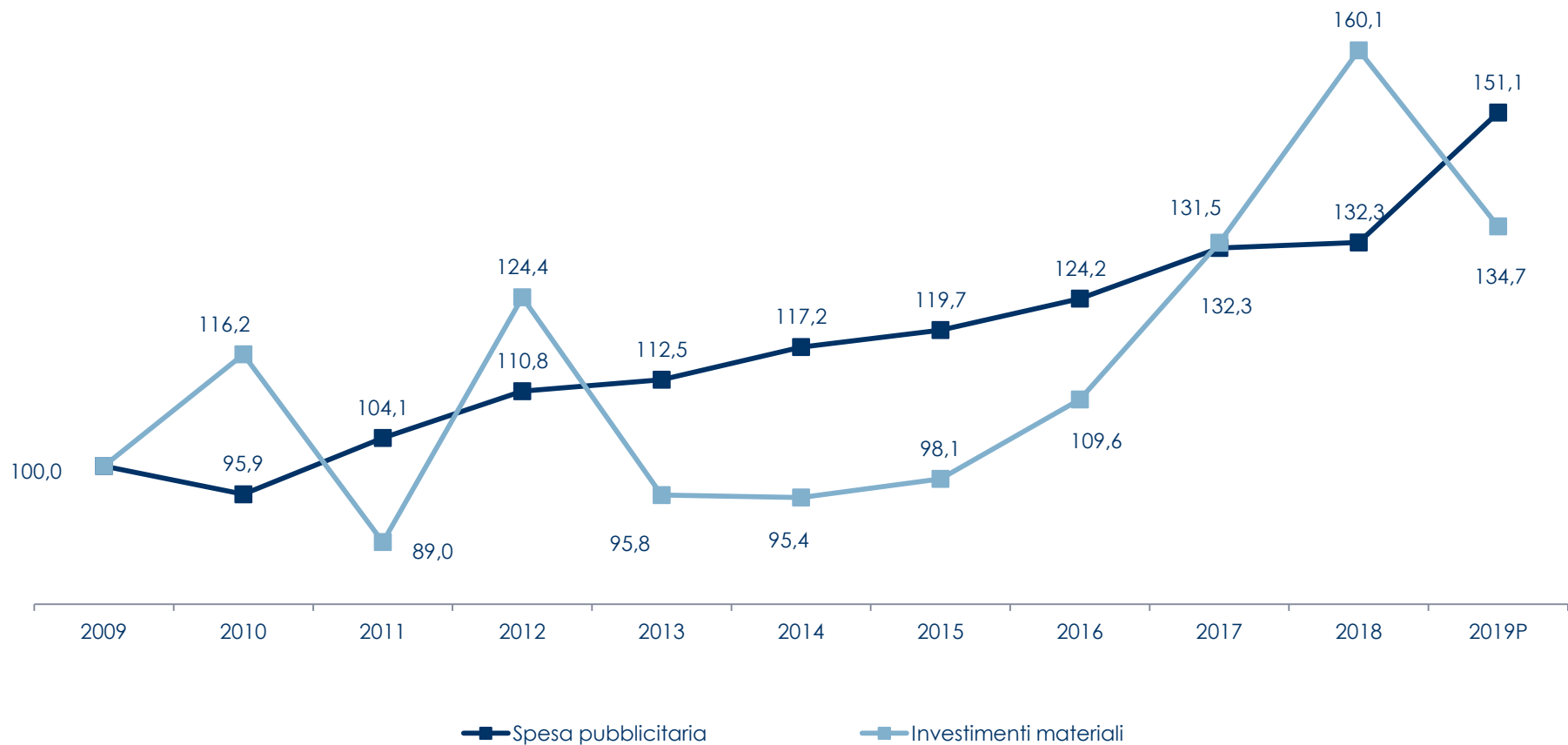


# ITALIA, LA SPUMEGGIANTE CRESCITA DELLA SPESA PER PUBBLICITÀ E DEL CAPEX

Alcune statistiche internazionali

Sezione 7

Indici; 2009=100

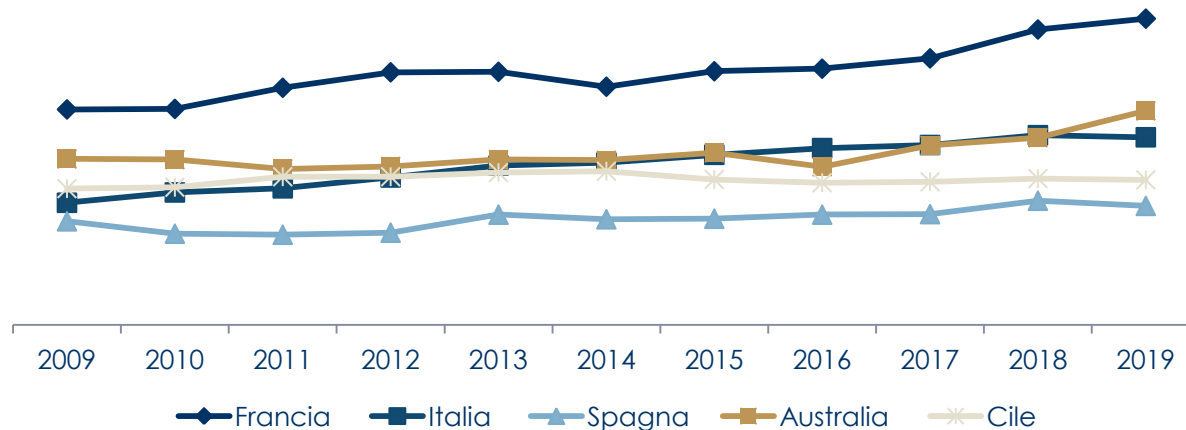


# VINO IN BOTTIGLIA: I PREZZI MEDI ALL'EXPORT DEI TOP PLAYERS

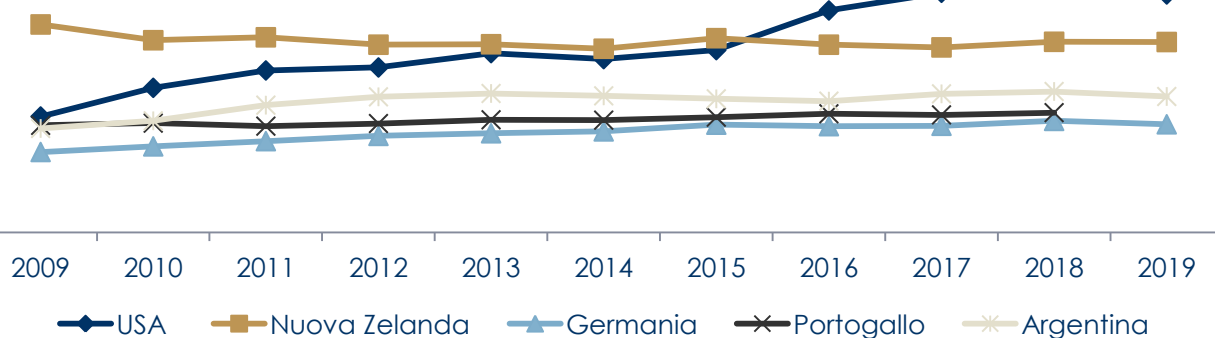
Alcune statistiche internazionali

Sezione 7

## I primi 10 exporters: Italia, una crescita da salvaguardare



Paese	Export '19	€/lt	cagr 2009-19
	€ mld		%
Francia	9,8	5,94	3,6
Italia	6,4	3,64	4,4
Spagna	2,7	2,31	1,4
Australia	1,8	4,15	2,6
Cile	1,7	2,81	0,6



Paese	Export '19	€/lt	cagr 2009-19
	€ mld		%
USA	1,2	6,36	7,5
N.Zelanda	1,1	5,09	-0,9
Germania	1,0	2,89	3,0
Portogallo	0,8	nd	1,3
Argentina	0,7	3,63	2,7

# PRINCIPALI SOCIETÀ INTERNAZIONALI E INDICE DI BORSA

Sezione 8

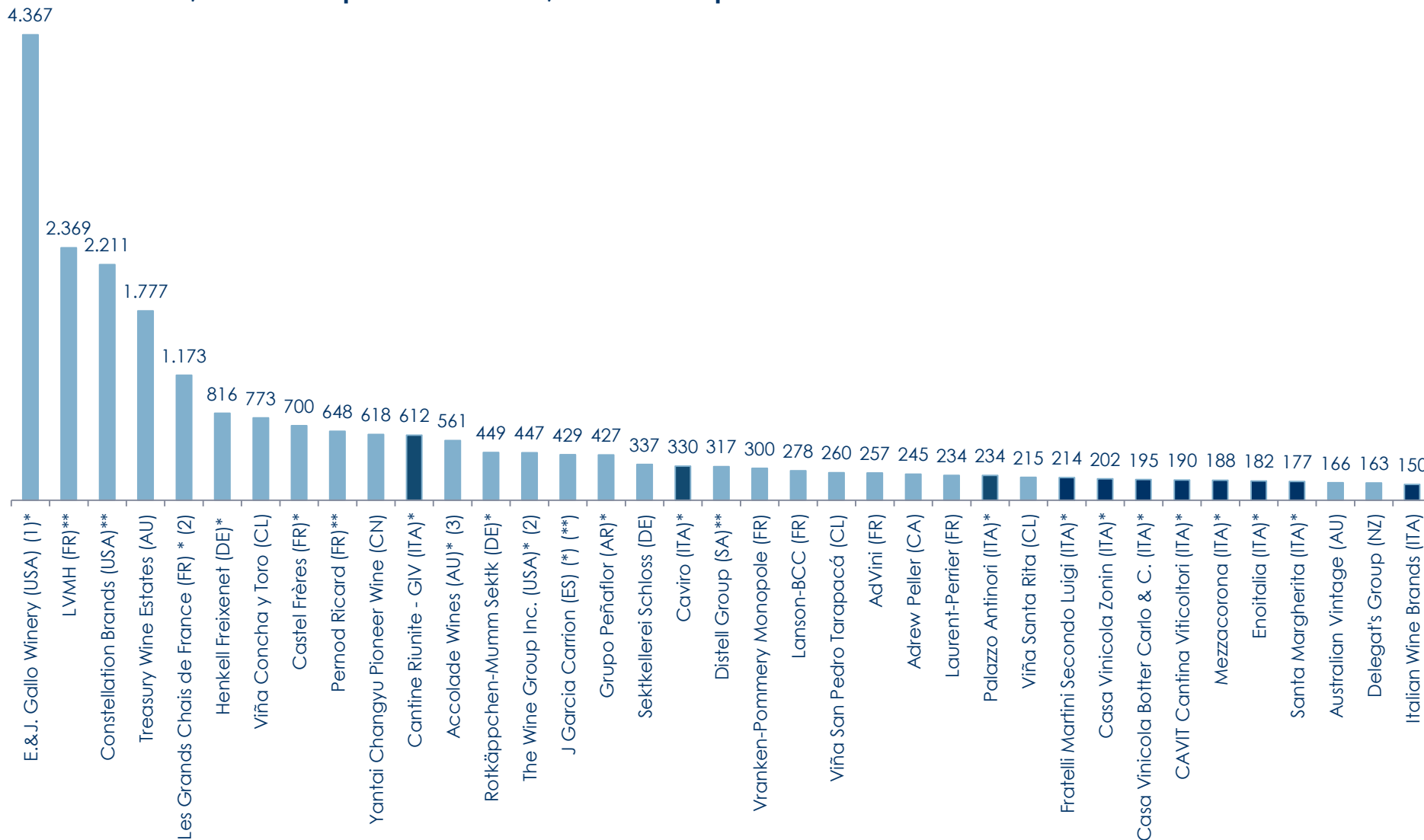


# UNDICI ITALIANE SOPRA I 150MLN DI €

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

Fatturato 2018, italiane e quotate >150mln, estere non quotate >400mln



\* Non quotata

\*\* Divisione vino/champagne. Per Pernod Ricard inclusa la divisione champagne (Fonte: Maisons-Champagne.com)

(1) Fonte: <https://www.forbes.com/companies/ej-gallo-winery/> (2) Fonte: Orbis (3) Inclusa la divisione spirits i cui dettagli non sono disponibili (3) Fonte: [www.thedrinksbusiness.com](http://www.thedrinksbusiness.com)



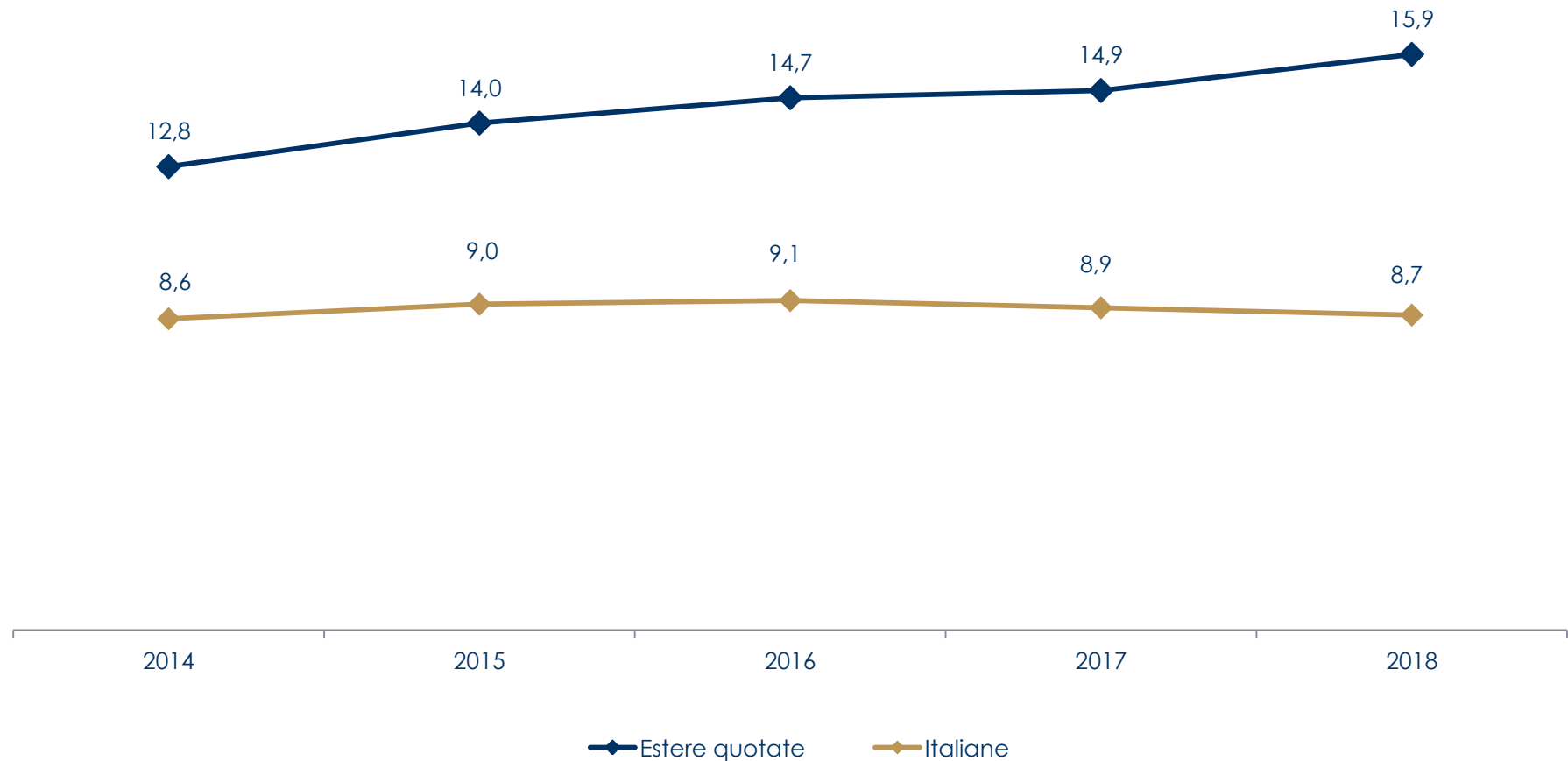


# MARGINI INDUSTRIALI

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

Mon/fatturato, in %; per l'Italia escluse le coop

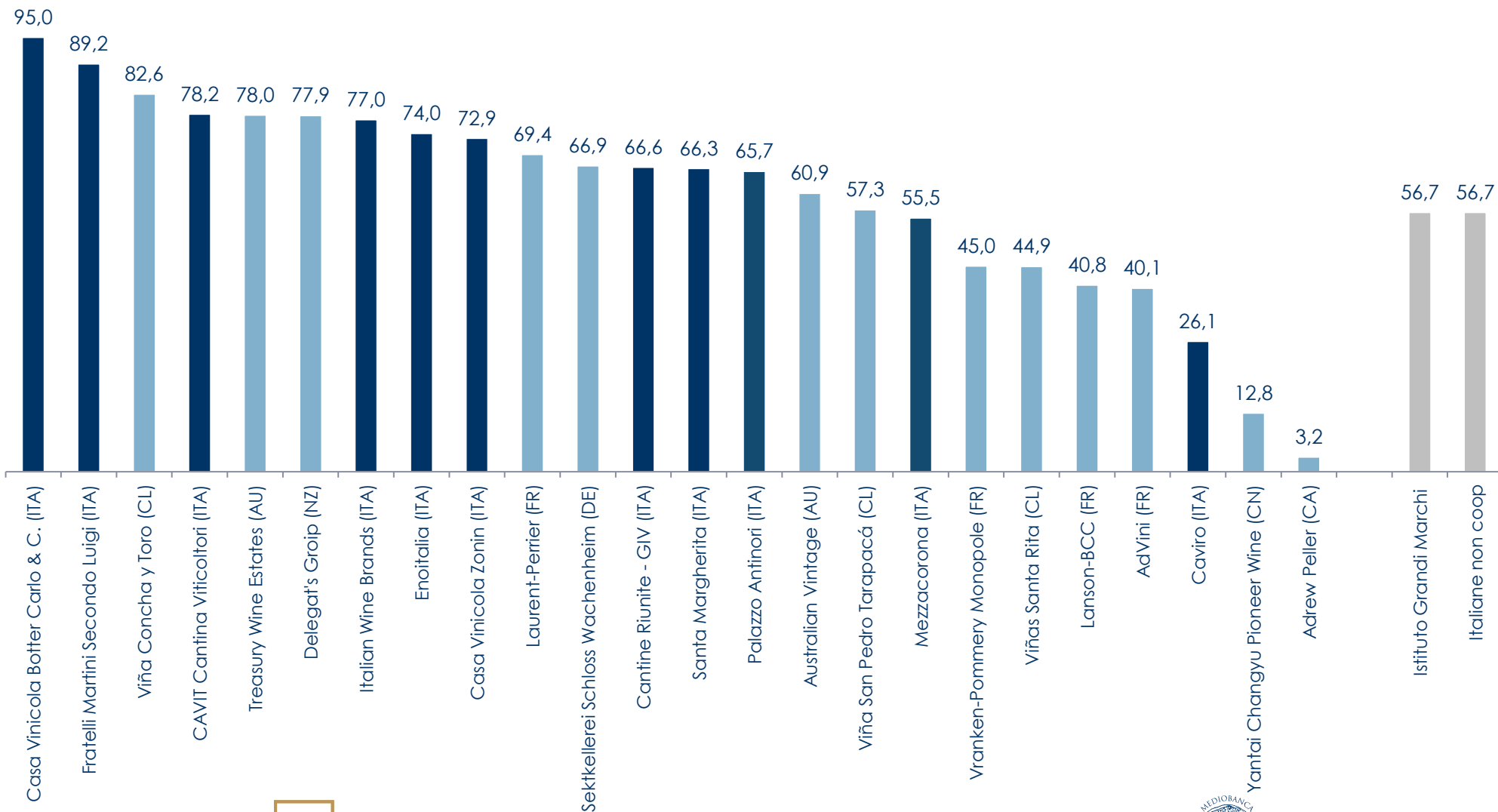


# VENDITE ALL'ESTERO

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

In % del fatturato 2018; società con fatturato > 150mln di €



# MERCATI DI SBOCCO

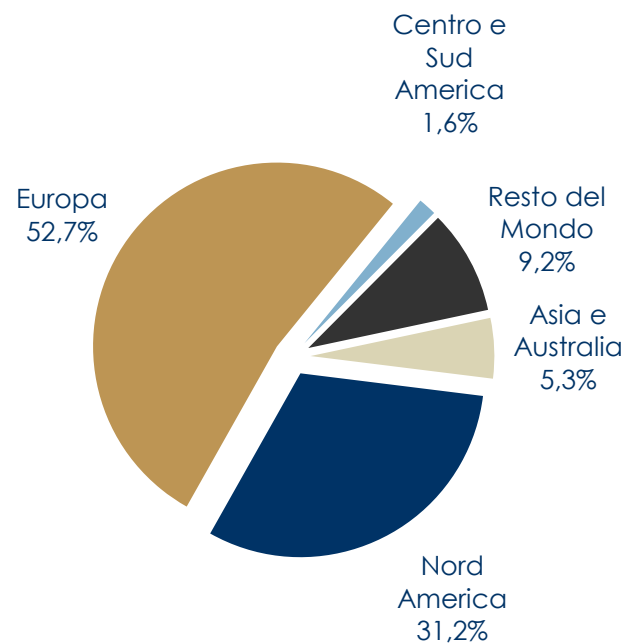
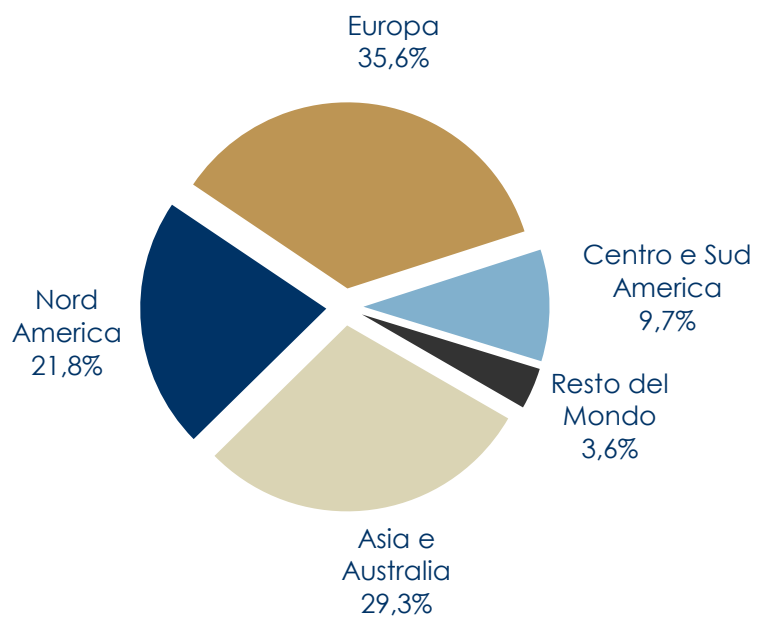
Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

In % delle vendite; 2018

Società estere quotate

Società italiane

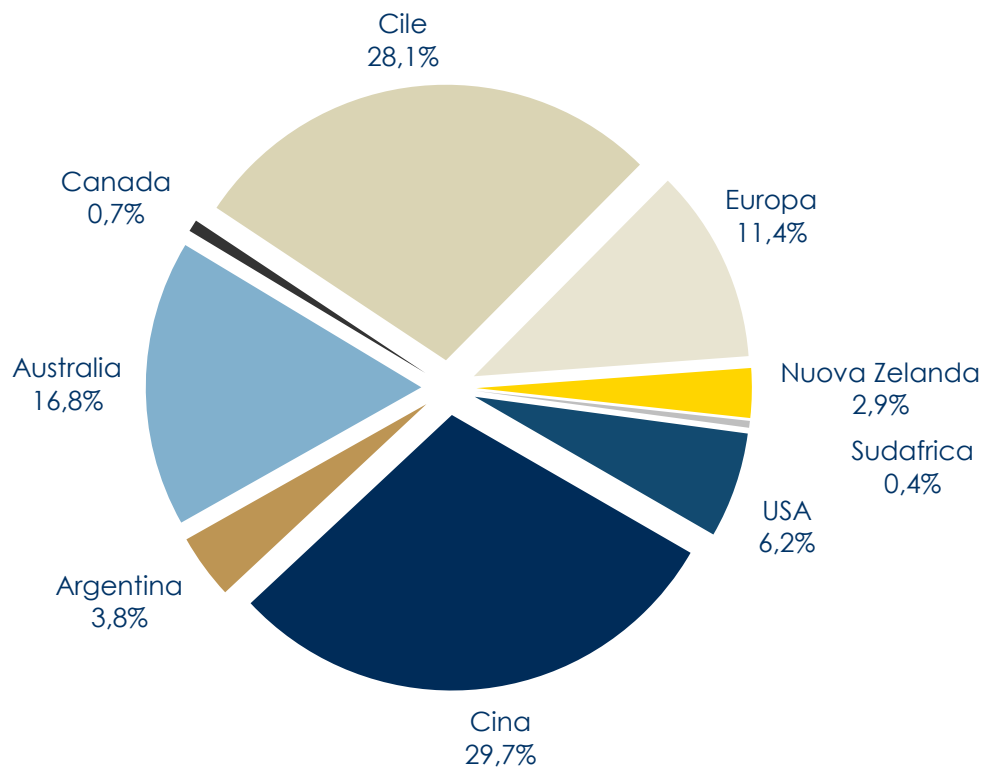


# LE VIGNE DELLE 14 SOCIETÀ INTERNAZIONALI DEL CAMPIONE

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

In % della superficie totale 2018, pari a 67,441 ha

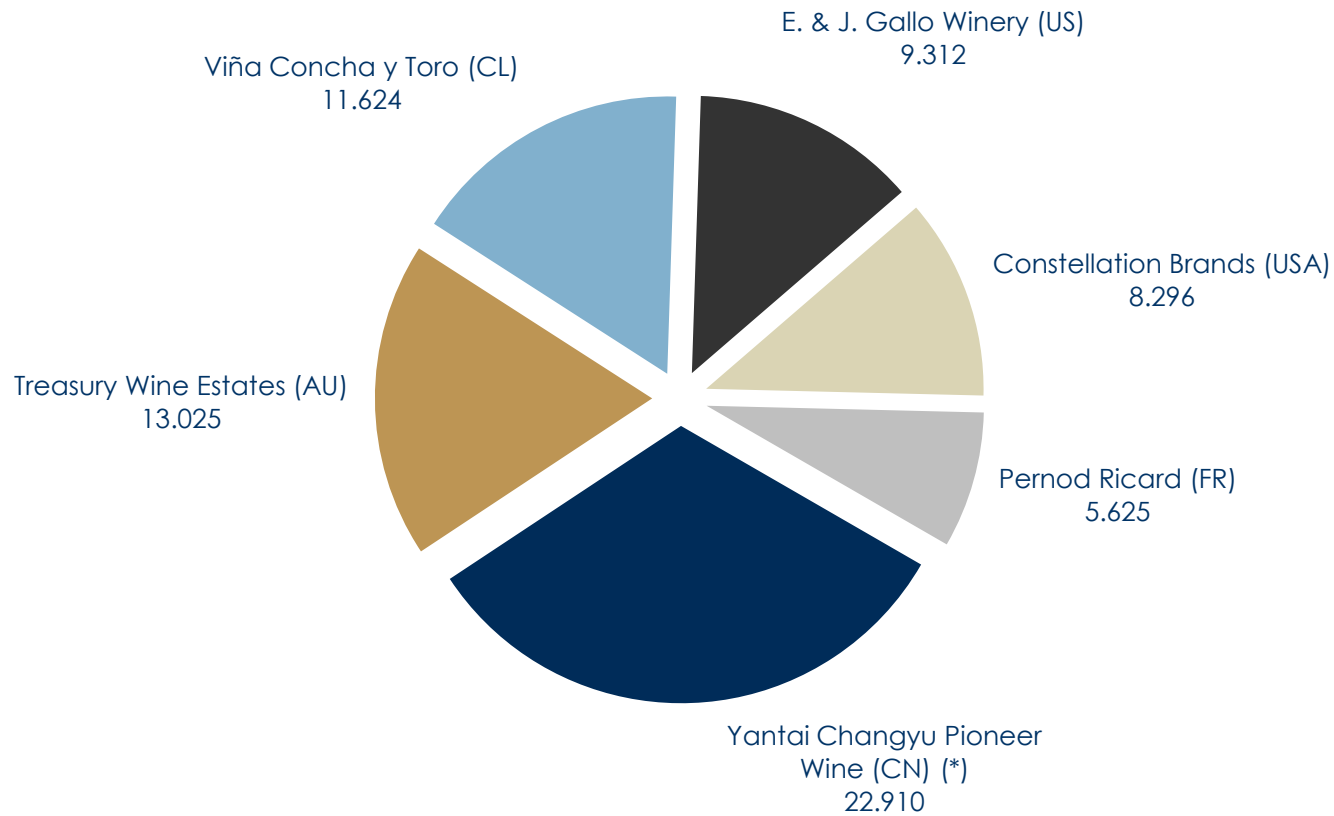


# LE MAGGIORI VIGNE MONDIALI

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

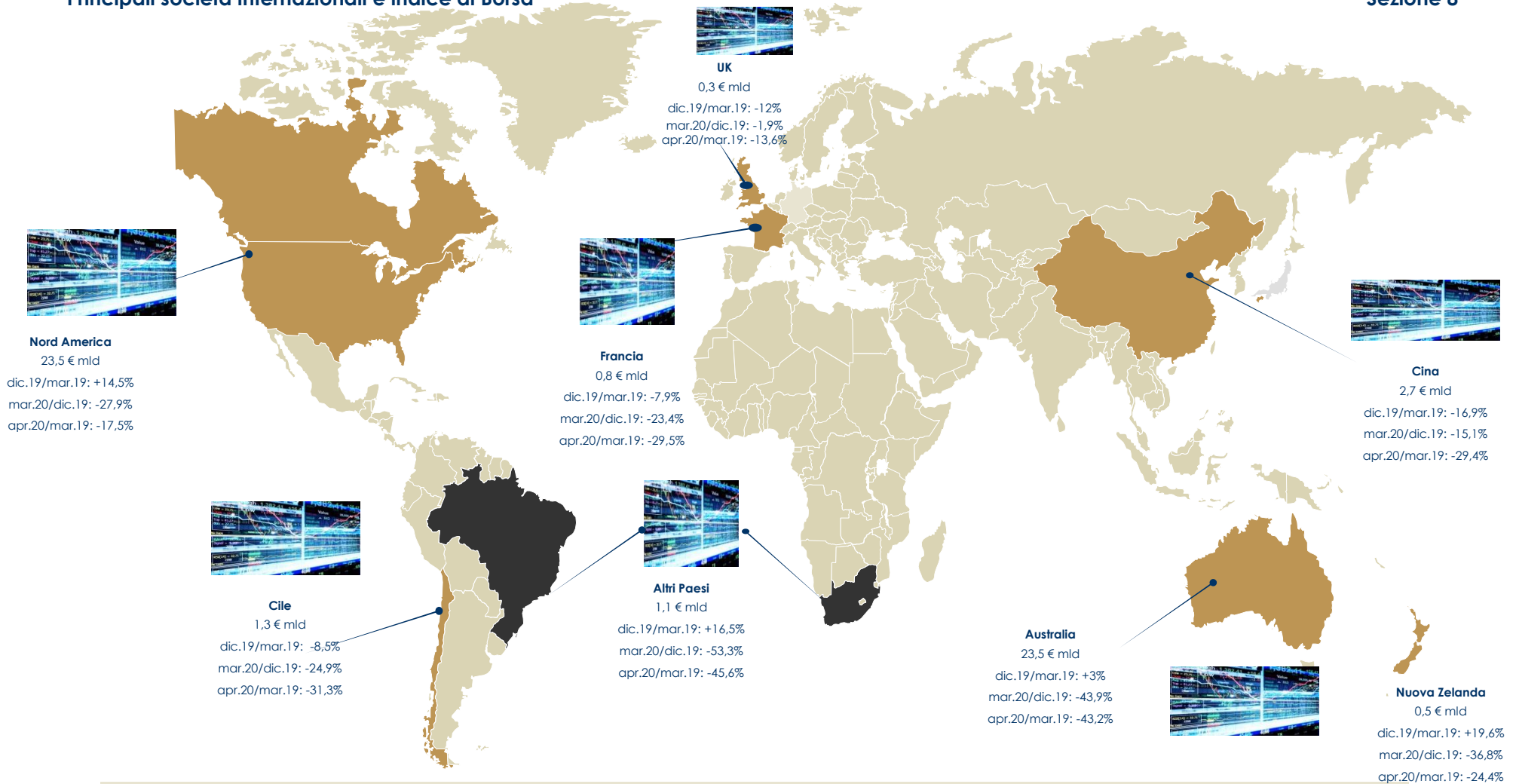
Dati in ha; 2018



# LA CAPITALIZZAZIONE IN BORSA (3 APRILE 2020)

## Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8



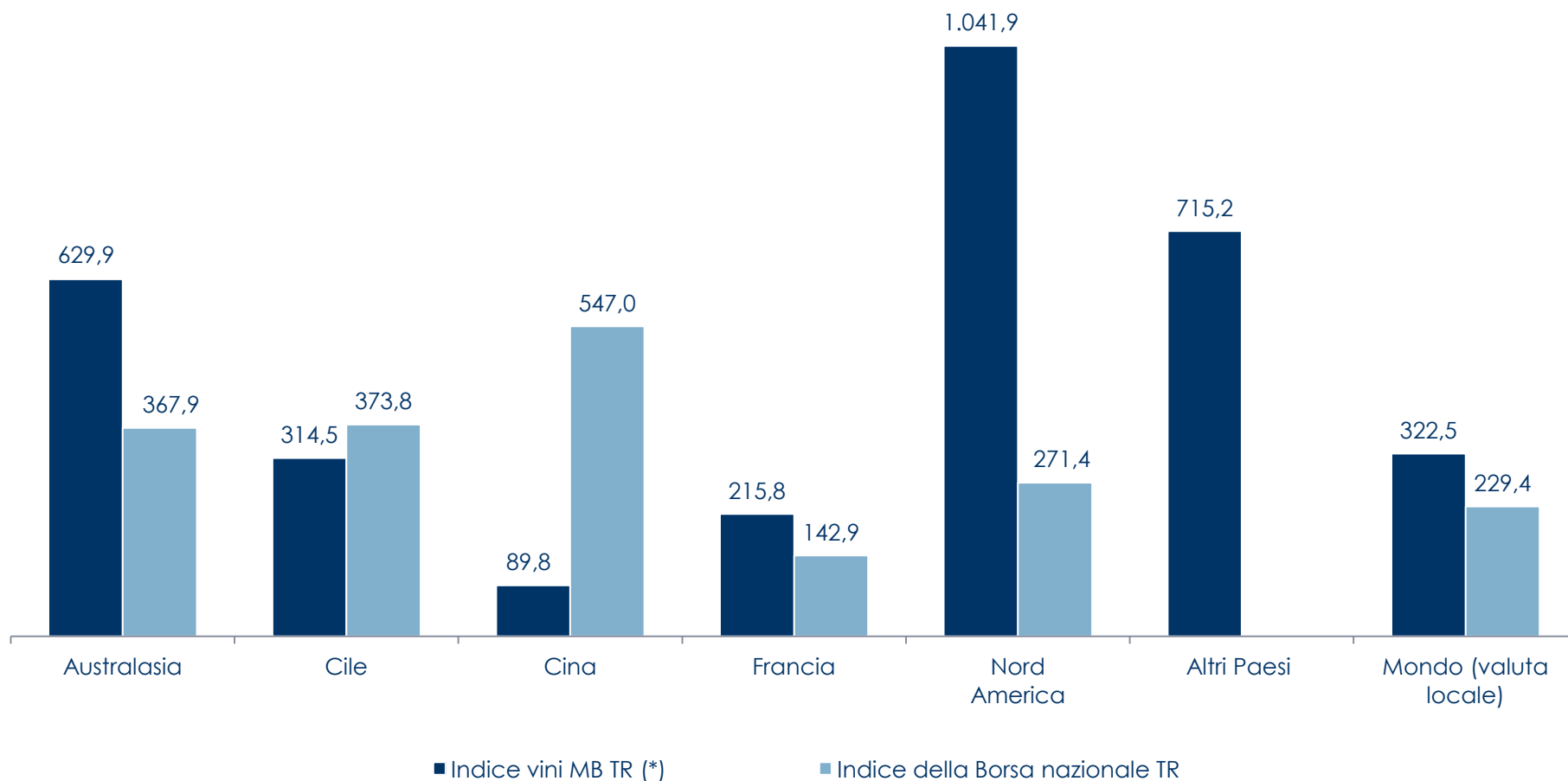
- ◆ Cresciuta dell'8% tra marzo e dicembre 2019, la capitalizzazione delle società che compongono l'indice ha perso il 30% nel 1Q 2020 (effetto pandemia COVID-19), bruciando in 3 mesi quasi l'intera crescita dell'ultimo quinquennio
- ◆ Generalizzato calo dei valori di Borsa salvo poche eccezioni (tra cui la Italian Wine Brands)

# INDICE MEDIOBANCA DELLE SOCIETÀ VINICOLE QUOTATE (CON CAP) (\*)

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

Total return al 3 aprile 2020, genn. 2001=100

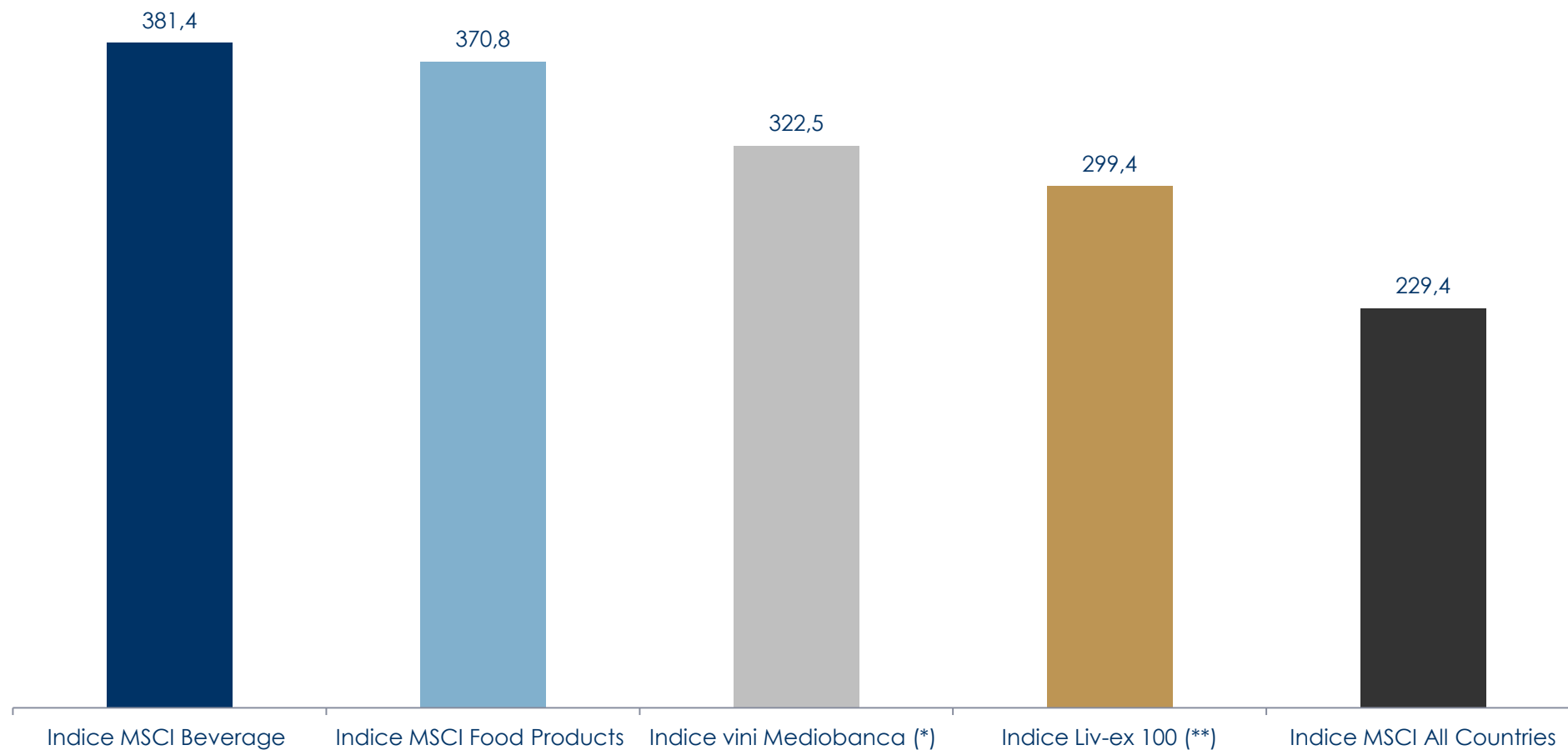


# INDICE MEDIOBANCA DELLE SOCIETÀ VINICOLE QUOTATE (\*)

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

Total return al 3 aprile 2020, gennaio 2001=100



56

(\*) Con cap: si tratta di un tetto massimo applicato a Constellation Brands e Distell pari rispettivamente a 0,27 e 0,24  
(\*\*) luglio 2001=100



MEDIOBANCA

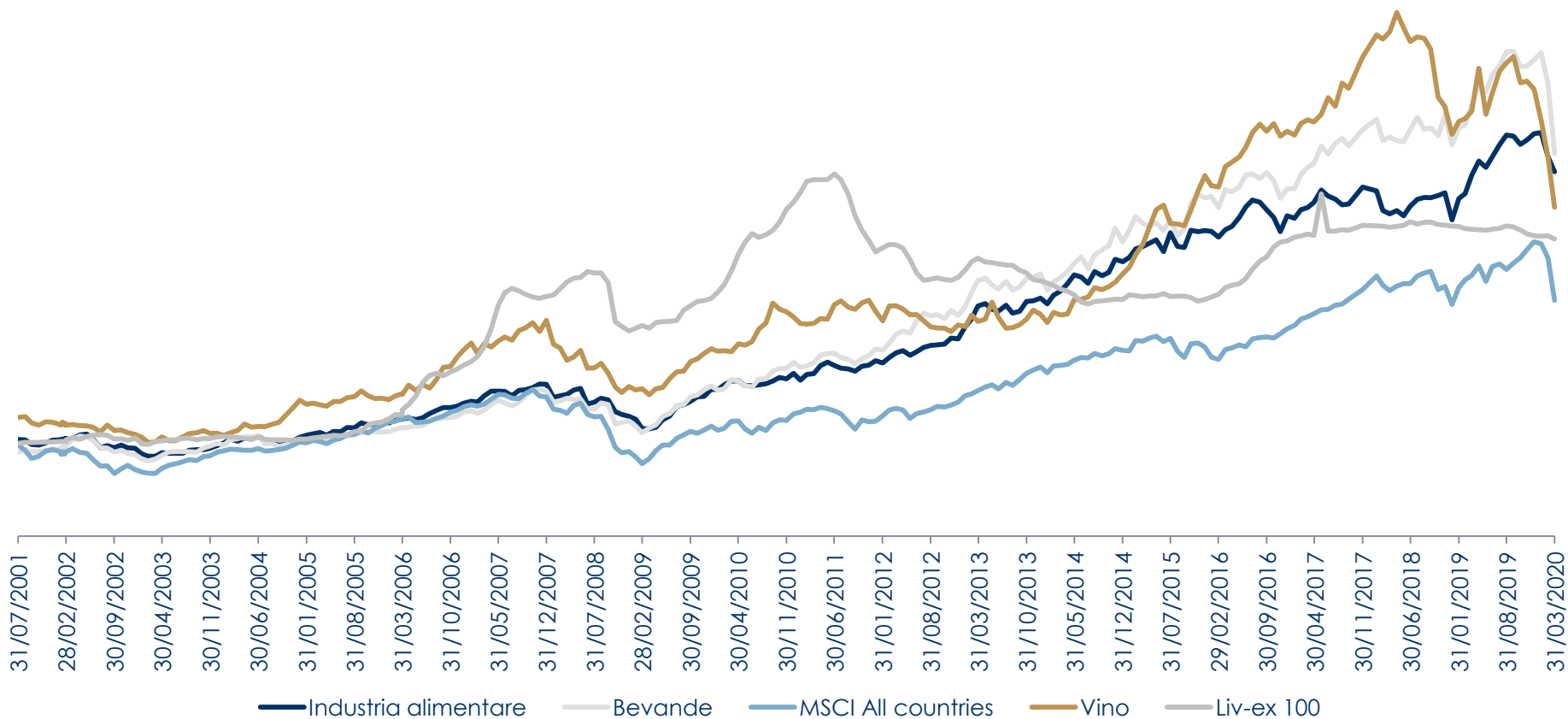


# INDICE MEDIOBANCA DELLE SOCIETÀ VINICOLE QUOTATE (\*)

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

## Confronto temporale tra indici

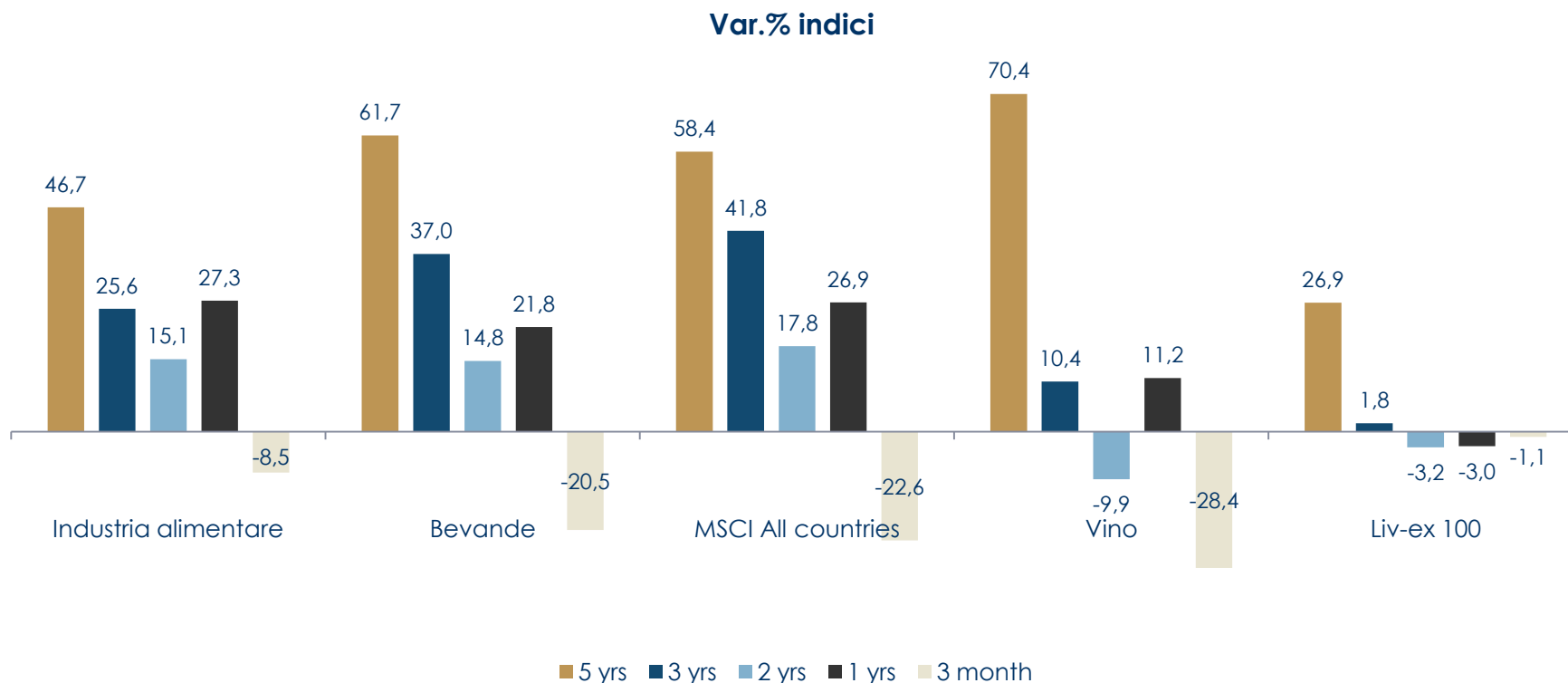


# INDICE MEDIOBANCA DELLE SOCIETÀ VINICOLE QUOTATE (\*)

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

Confronto temporale tra indici (var.annuali dic. su dic.)



- L'indice vinicolo mondiale segna la crescita più ampia negli ultimi 5 anni ma la contrazione maggiore nel 1Q 2020
- Viceversa il Liv-ex 100 ha la crescita minore nell'ultimo lustro ma il più esiguo rintracciamento nel 1° trim. 2020
- Anche l'MSCI Food Product (industria alimentare) "contiene" la perdita di valore nel 1Q 2020 (-8,5%)

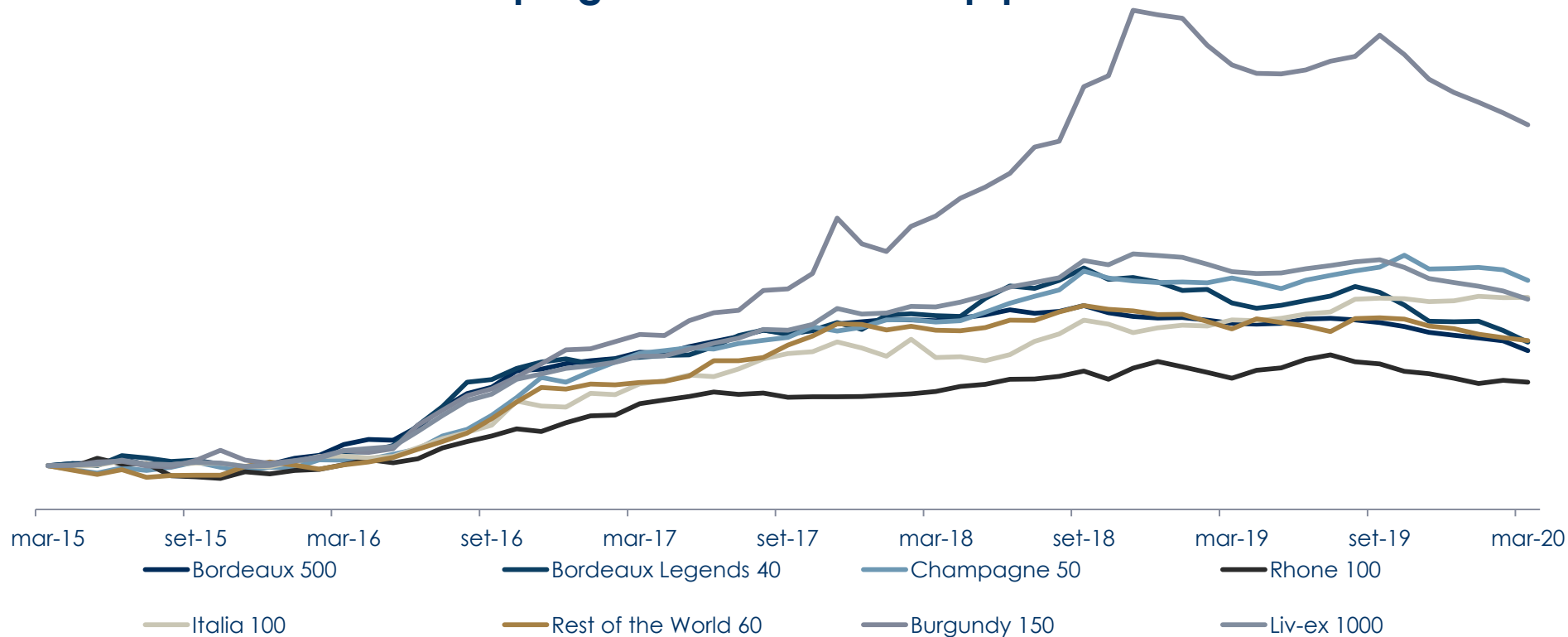
# IL BUON MOMENTUM DEL VINO ITALIANO DI PREGIO

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

Indice Liv-ex 1000

## Vini di pregio: Italia 100 tra i top performer



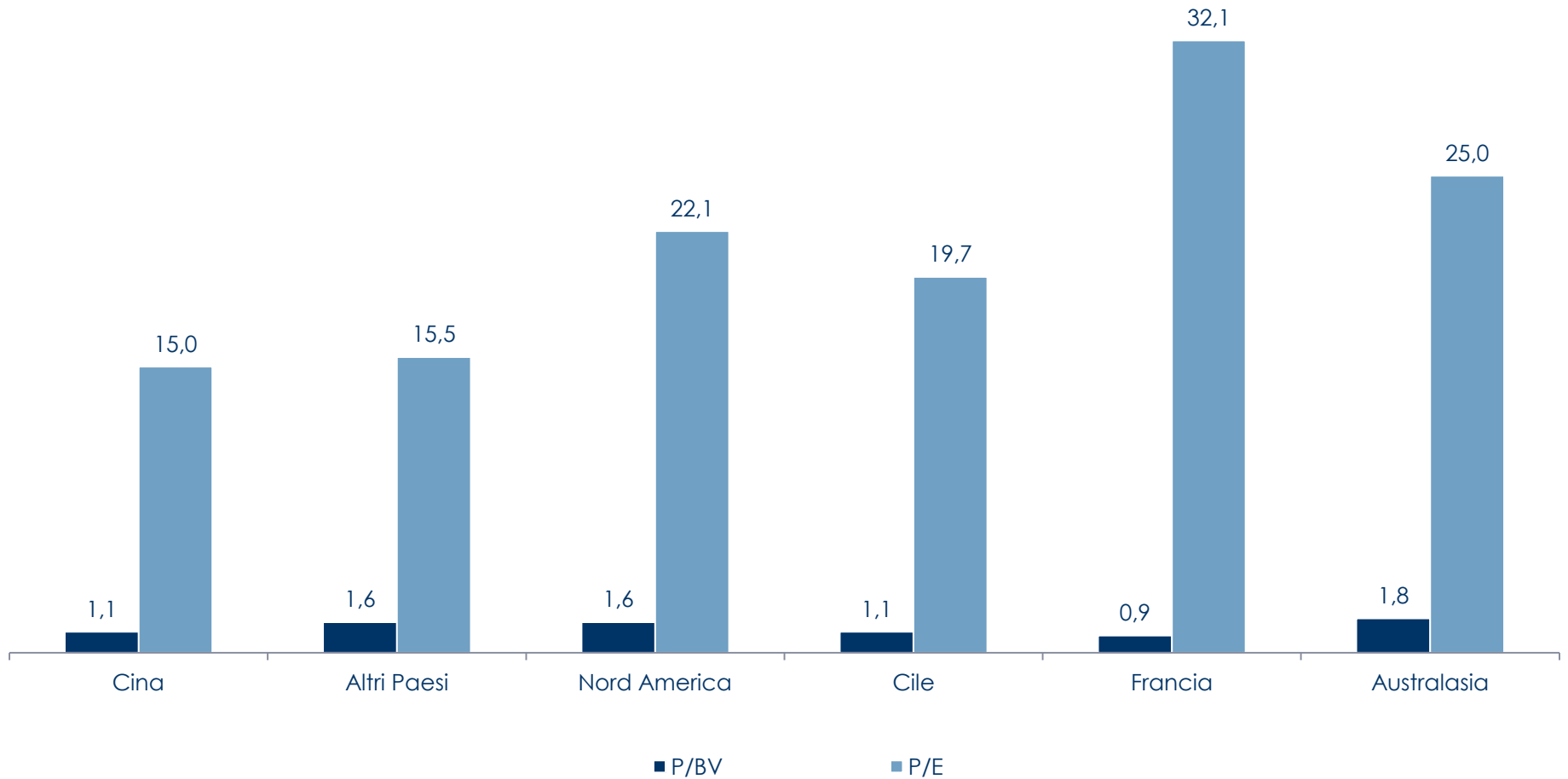
- mar.15-mar 20 : tra le componenti del Liv-ex 1000 l'Italia 100 ha la 3° migliore performance, tallonando lo Champagne 50
- nel 1Q 2020 l'indice Italia 100 l'unico in crescita (+0,6%) in un contesto di Liv-ex 1000 in calo del 2,7%
- con la conferma dei dazi USA e l'incertezza legata alla Brexit, il vino francese in parziale difficoltà (1)

# I MULTIPLI DELLE BORSE

Principali società internazionali e indice di Borsa

Sezione 8

Alle date di chiusura dei bilanci 2018





# MEDIOBANCA



Area Studi Mediobanca  
Milano – Foro Buonaparte, 10  
[www.mbres.it](http://www.mbres.it)

