



CAViro ist unter den zehn größten Genossenschaften Italiens der Betrieb mit dem größten Zuwachs im vergangenen Jahr

## Stark durch Größe

Die italienischen Genossenschaftskellereien haben das Jahr 2020 mit einem Plus von einem Prozent gut überstanden. Die Kooperativen entwickeln sich jedoch sehr unterschiedlich.

**4** 23 Kooperativen mit einem gemeinsamen Geschäftsumfang von 4,9 Mrd. Euro sind im Weinbereich unter dem Dachverband Alleanza Cooperative Agroalimentare vereint. Sie vereinen 58 Prozent der italienischen Gesamtproduktion. Die Analyse von Nomisma-Wine Monitor stützt sich auf Daten, die bei Kellereien verschiedener Größe erhoben wurden und die zusammen 51 Prozent des Gesamtumsatzes der Kooperativen erwirtschaften.

Das zarte Plus von einem Prozent ist dem Anstieg der Verkäufe im LEH (+6%, IRI-Daten, 2021) und im Export (+3%) zuzuschreiben. Bei 41 Prozent der Genossenschaften ist der Umsatz gesunken, 34 Prozent konnten ihn stabil halten, ein Viertel generierte Wachstum.

Die Gesamtzahl ist allerdings vor allem dem Wachstum der großen Strukturen zu verdanken. Unterteilt man die Ergebnisse auf Betriebe mit einem Umsatz über und unter 25 Mill. Euro wird klar: Bei 47 Prozent der Kellereien unter der Schwelle gab es Verluste, jedoch nur bei 24 Prozent, die über 25 Mill. Euro lagen. 27 Prozent der Kleineren haben Einbußen von über 15 Prozent zu verkraften, wovon nur 6 Prozent der Größeren betroffen sind.

Wachstum generierten 30 Prozent der stärkeren Strukturen, aber immerhin auch 23 Prozent jener unter 25 Mill. Euro. Ganz nah liegen die beiden Einheiten beim Zuwachs von über 15 Prozent beieinander, 6 Prozent bei den Kellereien mit über 25 Mill. Euro und 5 Prozent bei den anderen.

**Horeca stürzt ab, Export über Niveau.** Unabhängig von der Größe haben 95 Prozent der Genossenschaftskellereien Einbrüche im Horeca-Kanal zu verzeichnen und starke Rückgänge (-44%) im Groß- und Einzelhandel. Der italienische Markt verliert im Gesamtbild 13 Prozent, aber die Schere zwischen den Betrieben unter und über 25 Mill. Euro Umsatz geht weit auseinander.

»Über« macht 92 Prozent Plus im LEH, wächst 100 Prozent online, verliert 7 Prozent im Direktverkauf und 37 im Groß- und Einzelhandel. »Unter« schafft nur 31 Prozent Wachstum im LEH und 65 im E-Commerce, sackt jedoch um 26 Prozent beim Direktverkauf ein und um 58 Prozent im Groß- und Einzelhandel. Der Online-Bereich macht insgesamt nur knapp 1 Prozent der Verkäufe

aus, der Löwenanteil entfällt auf den LEH mit 59 Prozent.

Über die Entwicklung des Exportgeschäftes sind die Genossen besonders stolz. Während Italiens Gesamtexportwert um 2,4 Prozent gesunken ist, haben die Kooperativen um 3 Prozent zugelegt – trotz der Schwierigkeiten im Fassweinhandel. Aber das ist ausschließlich den Strukturen mit einem Geschäftsergebnis von über 25 Mill. Euro zu verdanken, die dem Rückgang von 43 Prozent bei »Unter« ein Plus von 25 Prozent entgegenzusetzen konnten.

Wine Monitor hat die Anteile der verschiedenen Auslandsmärkte analysiert. Die Verkäufe bei den internationalen Hauptabnehmern USA, Deutschland und GB krachten bei den kleineren Genossenschaftskellereien jeweils um 48, 55 und 29 Prozent ein, während die über 25 Mill. Euro umsetzenden Kollegen die Ergebnisse in den USA und in GB stabil halten und in Deutschland sogar um 7 Prozent erhöhen konnten.

**Investitionen in USA und Deutschland.** Das Panel der Umfrage äußerte sich auch über die vielversprechendsten Märkte, auf denen zukünftig investiert werden sollte. Es durfte mehrere Märkte nennen. Mit 76 Prozent der Stimmen liegen die USA erwartungsgemäß vorn, aber das von Wine Monitor oft als rückläufiger Markt bezeichnete Deutschland konnte sich mit 41 Prozent auf dem zweiten Platz behaupten, gefolgt von China (35%), Japan (33%), GB (30%), Russland (22%), Kanada (22%), Schweden (15%), Schweiz (11%) und überraschenderweise Frankreich mit 7 Prozent.

Die beste Strategie, um das Auslandsgeschäft anzukurbeln, ist für 67 Prozent der Befragten die Geschäftspartner physisch wieder zu treffen, die klas-

sische Dienstreise. 41 Prozent setzen auf E-Commerce, 24 auf die Präsenz in den Social Media, 20 Prozent halten Online-Seminare geeignet, 17 Prozent Werbung (Online, Presse, TV, Radio) und 9 Prozent ziehen auch Rabatte und Promotionsaktivitäten in Betracht.

**Langfristige Ziele.** Um die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu verbessern, setzen die beiden Gruppen über und unter 25 Mill. Euro Umsatz unterschiedliche Prioritäten. Der Ausbau der Vertriebskanäle (Multi-Channel) erlangt zwar mit 56 Prozent den größten Konsens, aber diese Prozentzahl kommt zustande, weil 71 Prozent der größeren Betriebe diese Option favorisieren.

Als zweitwichtigste Aufgabe betrachten immerhin 52 Prozent »ein nachhaltiges Unternehmen« zu werden, diese Zahl wird mit 77 Prozent Zuspruch ebenfalls von den umsatzstärkeren Genossen gepusht. Bei der Diversifizierung der Exportmärkte sieht es ähnlich aus. Die Großen drängen zu 71 Prozent darauf, insgesamt kommt das Panel aber nur auf 52 Prozent.

Die kleineren Kellereien heben den Durchschnitt hingegen in zwei anderen Punkten. 39 Prozent wollen eine stärkere territoriale Prägung der Weine vorantreiben, im Schnitt sind es nur 34 Prozent. Eine bessere Preispositionierung, selbst auf Kosten der Menge, gaben 27 Prozent der umsatzschwächeren Kellereien als Ziel an, in der Gesamtwertung fällt dieser Punkt auf 23 Prozent.

**Fusionsprozesse beschleunigen.** »Die Krise und die durch die Pandemie herbeigeführten Veränderungen haben gezeigt, wie wichtig es für einen genossenschaftlich organisierten Betrieb ist, über eine gewisse kritische Masse zu

# LA MARCA

BUBBLES & DREAMS



3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN



4 HOCHWERTIGE BILDUNG



5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT



6 SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN



7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION

»Wir möchten uns im Voraus bewegen und heben die Latte für die biologische Produktion noch einmal an«

Giuseppe Bursi,  
Cantine Settesoli



verfügen. Angesichts der gezeigten Ergebnisse könnte der Fusionsprozess, der schon seit langem in unserer DNA angelegt ist, beschleunigt werden«, erklärte Luca Rigotti während der Online-Präsentation der Studie. Der Präsident der Trentiner Gruppe Mezzacorona ist als Koordinator des Weinsektors in der Alleanza nicht nur der ranghöchste Wein-genossenschaftler Italiens, sondern er wurde im Frühjahr 2021 auch zum Präsidenten der Arbeitsgruppe Wein innerhalb der Copa-Cogeca in Brüssel ernannt.

Die Copa-Cogeca ist der Zusammenschluss der beiden großen landwirtschaftlichen Dachorganisationen in der Europäischen Union. Copa ist der europäische Bauernverband, Cogeca der EU-Dachverband der landwirtschaftlichen Genossenschaften. Der 57-jährige Jurist ist der erste Italiener, der den Weinsektor dieser stärksten repräsentativen Interessenvertretung in der europäischen Landwirtschaft führt.

Und er hat Recht, der Fusionsprozess, der in den letzten Jahren schon zu komplexen Strukturen wie ViVo Cantine und Vitevis in Venetien oder Emilia Wine in der Emilia-Romagna führte, wurde in Italien weiter beschleunigt.

**Erfolg über Marktsäuberung.** Die Cantina Valpantena im Valpolicella ist das jüngste Beispiel. Nachdem die Kellerei bereits 2019 die Cantina Colli Morenici inkorporiert und sich im gleichen Jahr auch 25 Prozent Anteile an der historischen Veroneser Kellerei Montessor gesichert hatte, fusionierte sie im Frühling 2021 mit der Cantina di Custoza.

Die beiden Genossenschaften verschmolzen zur Cantina di Verona. Unter dem neuen Namen vereinen sie einen

## Die 10 größten Genossenschaften Italiens: Nicht immer gewinnen die Stärksten

	Umsatz 2020 in Mill.€	Umsatz 2019 in Mill.€	+/- in %
Cantine Riunite & Civ*	581,3	608	-4,4
Gruppo Caviro**	361,9	328,8	10
Cavit***	209,7	191,4	9,6
Gruppo Mezzacorona	193,6	186,6	3,7
La Marca Vini & Spum.	152,9	140,6	8,7
Terre Cevico	127,3	132,5	-3,9
Cantina di Soave	120,8	136	-11,2
Collis Veneto Wine Gr.	104,8	109	-3,8
ViVOCantine	101,1	107,5	-6
Cantine Ermes	89,3	88,2	5
<b>Gesamt Top 10</b>	<b>2.042,70</b>	<b>2.028,60</b>	<b>0,70</b>

\*Konsolidiertes Ergebnis inklusive der Umsätze der Gruppo Italiano Vini von 393,2 Mill.€ 2020 und 408,8 Mill. € 2019, \*\* Konsolidiertes Ergebnis, bestehend aus dem Bereich Wein (69%) und den Umsätzen der Kreislaufwirtschaft, \*\*\*Seit dem 1.1.2020 konsolidiert Cavit vollständig Casa Girelli, Cesarini Sforza Spumanti und Glv

Quellen: Top Ten Italien 2021 WEINWIRTSCHAFT, Report Mediobanca Juli 2021

Umsatz von 65 Mill. Euro, 300.000 Doppelzentner Traubenmaterial, und sie können auf ein Vermögen von 30 Mill. Euro zurückgreifen. Valpantena und Custoza ergänzen sich. Valpantena stellt zu 70 Prozent Rotweine her und braucht für die Märkte mehr Weißwein, bei Custoza ist die Situation exakt umgekehrt.

Das klingt nach einem perfekten Paar, aber ist die Lage kompliziert. In der Herkunft DOC Custoza hat sich die Durchschnittsqualität der Weine, vor allem die des Custoza Superiore, stark verbessert, aber das Image klebt noch an den billigen Einstiegsqualitäten. Das Konsortium fordert die Custoza-Produzenten zwar auf, nur hochqualitative Weine als DOC Custoza zu zertifizieren und den Rest der Weine in IGTs oder der DOC Garda unterzubringen, aber dieser Prozess muss beschleunigt werden.

Die Kellerei Valpantena will den Ruf der gesamten DOC heben, um mit dem Custoza bessere Chancen auf den Märkten zu haben. »Die Kellerei Custoza ist technisch sehr gut ausgestattet, aber in den Weinbergen brauchen die Mitglieder mehr Unterstützung. Wir haben zusätzlich einen jungen Agronom einge-

stellt, der die Weinbauern zu einem höheren Qualitätsbewusstsein und mehr Präzision anleitet. Das Problem sind die Weine, die auch von privaten Herstellern offen verkauft werden, weil sie gewisse Qualitäten nicht unter ihrer Marke vertreiben wollen. Wir müssen den Markt säubern und diese Weine aufkaufen. Das werden wir nach der nächsten Ernte tun«, erklärt Marco Degani, der Direktor und Önologe der Cantina Valpantena.

Darüber hat er sich bereits mit der zweiten Kooperative verständigt, die auf dem Territorium der DOC Custoza tätig ist, die Cantina di Castelnuovo del Garda zieht mit. Sie zählt zu den Kellereien, die sich zum Verbund Vitevis zusammengeschlossen haben. Innerhalb der Welt der Winzergenossenschaften passiert wesentlich mehr Kooperation zur Verbesserung der Qualitätsstandards als öffentlich wahrgenommen wird.

**Vorreiter im Biobereich.** Das Engagement der Genossen im Bereich des nachhaltigen und biologisch zertifizierten Anbaus belegt eine interne Umfrage der Alleanza Cooperative vom Juni 2021. In unterschiedlichen Regionen wurden Winzergenossenschaften verschiedener Größen befragt, die gemeinsam mehr als 70 Prozent des Gesamtumsatzes von 4,9 Mrd. Euro auf sich vereinen.

Demnach stellen bereits 61 Prozent der Kooperativen Biowein her. 51 Prozent der Kellereien produzieren im Rahmen nachhaltiger Zertifizierungsstandard, sie wenden vor allem das nationale SQNPI – Sistema di Qualità Nazionale Produzione Integrata des Landwirtschaftsministeriums an (53%), oder sie folgen den Normen von Equalitas (19%) und VIVA (15%).

Von den Kellereien, die noch ohne Zertifizierung herstellen, haben 80 Prozent die Absicht, die Standards in Zukunft anzuwenden. Die Vorteile der Zertifizierung im Bereich der Nachhaltigkeit liegt für 55 Prozent der Befragten nicht allein in der tendenziellen Absatz- und Wertsteigerung.

Die freiwillige Einhaltung der Normen stellt für sie einen Mehrwert dar, weil er neben dem Umweltbewusstsein auch einen starken Zusammenhalt der Mitglie-

»Die Kellerei Custoza ist technisch sehr gut ausgestattet, aber in den Weinbergen brauchen die Mitglieder mehr Unterstützung«

Luca Degani,  
Direktor und Önologe Cantina Valpantena



»Der Fusionsprozess, der schon seit langem in unserer DNA angelegt ist, könnte beschleunigt werden«

Luca Rigotti,  
Mezzacorona

der beweist, was hauptsächlich ausländische Einkäufer honorieren. Das ehrenhafte Bestreben der Genossen könnte allerdings mehr Transparenz vertragen. Bisher veröffentlichen nur 22 Prozent Nachhaltigkeitsbilanzen.

**Mehr bio als biozertifiziert.** Die Cantine Settesoli auf Sizilien beginnt mit dieser Ernte einen ambitionierten Weg. Für die Fachhandels- und Gastronomielinie »Mandarossa« wurden auf den bereits biozertifizierten Flächen Winzer ausgesucht, die bereit sind dem Projekt »Alta Qualità Bio« zu folgen.

»Wir möchten uns im Voraus bewegen und heben die Latte für die biologische Produktion mit eigens entwickelten strengeren Richtlinien noch einmal an, um die Qualität der Trauben zu erhöhen und die Bodenbelastung zu verringern. 30.000 Kontrollen führen wir dafür im Jahr durch. Wir haben insgesamt 940 Hektar im biologischen Anbau, und von 110 Weinbauern sind bisher 78 bereit, dem neuen Projekt zu folgen«, informiert Giuseppe Bursi, der Präsident von Settesoli. Womöglich kann man sich schon auf der Vintaly 2022 von der Qualität der Superbio-Weine überzeugen.

Die italienischen Winzergenossenschaften rüsten sich generell für die starke, internationale Nachfrage nach Bioweinen – auch im Fassweinebereich. 51 Prozent der Kellereien sind schon dabei, den Bioweinanteil der Produktion weiter zu erhöhen, 18 Prozent werden es in den kommenden zwei/drei Jahren tun. Der erwartete Wettbewerbsvorteil wird greifen, wenn nicht nur die Menge, sondern auch die Qualität der Bioweine steigt. Das weiß man sicher nicht nur auf Sizilien.

VERONIKA CRECELIOUS

CANTINA  
Valpantena

Unser Land,  
unsere Geschichte

seit 1958... Cantina Valpantena

