



**STRATEGIA DI FILIERA E CAPACITÀ DI LEGGERE I TEMPI:
PICCINI 1882 CHIUDE IL 2020 IN CRESCITA
E I RICAVI SALGONO A 68 MILIONI DI EURO (+7% a/a)**

Una nuova e più efficiente organizzazione, un piano di investimenti pluriennale da oltre 20 milioni, l'impulso all'e-commerce (+300% a/a): il Gruppo guidato da Mario Piccini guarda al futuro con ottimismo.

Castellina in Chianti, 3 giugno – **Piccini 1882** si affaccia alla seconda metà dell'anno forte di risultati economici in crescita, che certificano la capacità del Gruppo di saper leggere i tempi e attuare la necessaria strategia per superare i difficili mesi della pandemia.

L'azienda vitivinicola guidata dall'Amministratore Delegato Mario Piccini chiude il 2020 con oltre **18 milioni di bottiglie prodotte e ricavi che superano i 68 milioni di euro**, in crescita del 7% rispetto ai 63.5 milioni del 2019. Di questi, quasi **44 milioni** rappresentano il valore **dell'export**, pari a circa il **65% del fatturato complessivo**.

Risultati che certificano il valore del processo di riposizionamento strategico dell'azienda, avviato nel 2020 dalla famiglia Piccini e culminato a inizio 2021 con il rebranding del Gruppo, finalizzato alla creazione di un'organizzazione ancor più moderna, efficiente e funzionale.

*"Abbiamo cercato di rispondere alla crisi economica con idee e investimenti, la vera chiave per superare le difficoltà – commenta **Mario Piccini, Amministratore Delegato di Piccini 1882** –. L'esercizio 2020 non può che essere condizionato dalla pandemia, che ha messo in discussione molte delle attività che avevamo previsto. Non siamo però stati fermi, tutt'altro: siamo corsi ai ripari investendo sui prodotti, pianificando nuove strategie per i nostri mercati di riferimento e puntando sull'e-commerce per conquistare un sempre più ampio pubblico di winelovers con vini di qualità. Da sempre crediamo nel valore della filiera, il cui sostegno è essenziale per lo sviluppo dell'intero territorio e in tal senso siamo quotidianamente impegnati nel 'fare sistema' con tutti gli stakeholder con cui ci rapportiamo. Come Gruppo, abbiamo proseguito il piano di crescita iniziato negli anni scorsi e previsto altri investimenti al fine di rendere sempre più moderni ed efficienti i nostri stabilimenti produttivi".*

A tal proposito, Piccini 1882 ha saputo rispondere alla crisi economica mondiale promuovendo un piano di **investimenti pluriennale pari oltre 20 milioni di euro**. Nel biennio 2018-19 l'azienda ha stanziato **18 milioni** per portare a compimento l'acquisizione di Agricoltori del Chianti Geografico e per l'inaugurazione del nuovo stabilimento produttivo da oltre 17mila metri quadrati a Casole D'Elsa, mentre nel 2020 altri **2.5 milioni** sono serviti per completare i lavori di ristrutturazione e rinnovamento degli stabilimenti di San Gimignano, per il Geografico, e della sede storica di Castellina in Chianti.



Il valore della filiera

Piccini 1882 promuove e sostiene il coinvolgimento di tutti gli stakeholder che concorrono alla sostenibilità del settore enologico: il valore della filiera come bene da tutelare e supportare.

*“Crediamo molto nella filiera – commenta **Mario Piccini** – e le nostre scelte strategiche vanno in questa direzione: aiutare tutti gli attori coinvolti nella produzione, distribuzione e vendita del vino affinché contribuire ciascuno al successo di tutti. L’Italia ha bisogno di progetti industriali, dietro cui però ci devono essere progetti di filiera, perché una sola azienda non potrà mai crescere se il territorio in cui opera e gli stakeholder con cui dialoga non ne sposano la vision. Gli Agricoltori del Chianti Geografico sono un magnifico esempio di cooperazione e sostegno della filiera che coinvolge un territorio intero, oltre ai viticoltori che ne fanno parte: un modello non soltanto enologico, ma anche produttivo, logistico e finanziario cui guardiamo con orgoglio e che vogliamo replicare nei nostri piani di crescita industriale”.*

Qualità e innovazione: l’importanza dell’e-commerce

Il **canale online è cresciuto del 300%** rispetto all’anno precedente, un risultato senza precedenti che ha dato un forte impulso alla vendita di vini di alta qualità.

“Nei mesi della pandemia ci siamo chiesti come andare incontro alle esigenze di un pubblico sempre più consapevole e appassionato – racconta Mario Piccini –. Abbiamo deciso di investire molto sui vini organici, come ad esempio il progetto Costa Toscana, espressione di questa ricerca. Si tratta di vini di qualità, disponibili anche sulle piattaforme e-commerce per poter condividere con i nostri clienti più affezionati prodotti biologici ed esclusivi. Sin dal packaging, le etichette strizzano l’occhio alla modernità, con un look contemporaneo e accattivante, e valorizzano il brand e l’universo valoriale cui fanno riferimento”.

Le denominazioni toscane: una crescita trasversale

Il 2020 ha registrato un incremento delle vendite per le principali denominazioni in Piccini 1882 opera: “La nostra azienda – sottolinea Mario Piccini – punta molto a valorizzare i territori toscani, con le loro diversità ed eccellenze e per questo motivo i risultati positivi delle denominazioni ci rendono particolarmente orgogliosi. Piccini 1882 lavora ogni giorno per essere un attore positivo, parte di un sistema produttivo di altissimo profilo. Tutto ciò che viene prodotto in Toscana ha un suo valore importante, il territorio vive tutto insieme e tutto concorre alla grandezza della Toscana”.

Nello specifico, Piccini 1882 evidenzia come nel 2020 le vendite di alcuni dei vini rossi toscani più rappresentativi e apprezzati, quali **Chianti Classico DCG, Chianti DCG e il Brunello di Montalcino DCG nelle versioni annata e Riserva, siano aumentate mediamente del 14%.**