



TENUTE PICCINI: IL FATTURATO 2020 A + 6.5% GRAZIE AD E-COMMERCE E GDO

Bilancio positivo per la famiglia italiana del vino, che ad inizio 2020 ha inaugurato la nuova sede produttiva a Casole d'Elsa e, grazie ad una consolidata strategia di diversificazione, supera positivamente un anno tanto difficile quanto singolare. Senza dimenticare responsabilità sociale e vicinanza al consumatore.

“È stato un anno drammatico dal punto di vista sociale e molto complicato dal punto di vista aziendale” - dichiara Mario Piccini, Amministratore Delegato dell'azienda - “il canale Ho.Re.Ca. ha subito perdite notevoli ma siamo riusciti a riorganizzarci rapidamente potenziando la crescita delle vendite in grande distribuzione e nell'e-commerce diretto, che ad oggi rappresenta l'1% del fatturato aziendale. La strategia di diversificazione, il rapido riassetto della distribuzione e l'impegno collettivo di tutti i collaboratori dell'azienda, hanno contribuito al raggiungimento, in questo anno difficile, di un +6,5% di fatturato sul 2019. Il mercato rimane comunque estremamente volatile e inevitabilmente legato agli sviluppi della situazione Covid con relative ricadute della pandemia sul potere di acquisto delle famiglie”, conclude l'AD.

In termini di volumi Tenute Piccini prevede di arrivare ad una conclusione d'anno con un aumento del 3% in Italia, del 9% all'estero e di circa il 300% sul canale e-commerce. Tale crescita ha garantito fino ad oggi la continuità del lavoro a tempo pieno di tutti i dipendenti, nonché l'inserimento di nuove figure professionali all'interno dell'organico aziendale.

Un anno di transizione, il 2020, iniziato con l'inaugurazione della nuova sede produttiva di Casole d'Elsa - un investimento da 13 milioni di euro in produzione e logistica - e proseguito con un la riorganizzazione e il miglioramento dei processi produttivi interni in termini qualitativi di efficienza e sostenibilità. “La cancellazione di eventi e viaggi ci ha consentito di dedicare più tempo e di volgere il nostro focus all'interno dell'azienda”, prosegue Mario Piccini, “abbiamo intrapreso un iter di certificazione per la sostenibilità sociale, ambientale ed economica che si accompagna inoltre ad un incremento dell'offerta dei nostri vini biologici. Questo per una sempre maggiore attenzione alle esigenze del consumatore finale, al quale abbiamo voluto dimostrare la nostra vicinanza anche durante il momento più duro del lockdown, con investimenti in comunicazione anche attraverso spot televisivi istituzionali e con il potenziamento del canale e-commerce per permettere l'acquisto di etichette premium normalmente distribuite solamente dalla ristorazione”.

Merita una menzione anche l'evoluzione della realtà storica Agricoltori del Geografico, sotto la guida della famiglia Piccini dal 2018, che in quest'anno è stata protagonista non solamente di un notevole incremento qualitativo delle nuove annate, ma anche del lancio di nuove eccellenze, frutto del progetto di filiera in atto con i viticoltori conferitori, la cui crescita in numero ha portato alla vinificazione di ben 40.000 quintali di uva.