



**DONNAFUGATA**

## IL SUCCESSO DEI VINI ROSSI DELLA CASA E I NUOVI INVESTIMENTI DI DONNAFUGATA

Rossi, soprattutto, e di pregio. Da cinque anni l'incremento è costante oltre che significativo a Donnafugata. Una tendenza che, certo corrisponde in una certa misura al trend nazionale, ma che per la casa vitivinicola di Contessa Entellina assume un valore di assoluto rispetto, su cui orientare le scelte e gli investimenti del futuro.

I numeri sono più che evidenti: fatto 100 il totale dei vini bianchi e rossi di Donnafugata, nel '99 i bianchi rappresentavano il 71% della produzione totale, caratterizzando l'identità dell'azienda; oggi – dopo cinque anni – lo scenario è profondamente mutato, con un incremento dei rossi che, nei prossimi cinque anni, potrebbe persino far segnare il sorpasso sui bianchi.

Ma andiamo con ordine. Mentre nel '99 i rossi rappresentavano per Donnafugata il 35% del totale delle vendite a valore e il 29% in quantità; oggi ne rappresentano il 48% a valore contro il 39% in quantità. Fatto 100 il totale dei volumi di vendita di vini bianchi e rossi questi ultimi pesano 10 punti percentuali in più mentre a livello nazionale il peso del consumo dei rossi sui bianchi è cresciuto soltanto del 4,7%.

Dati, questi, che testimoniano quanto sia cresciuta la qualità dei vini rossi prodotti nell'isola e quanta attenzione ci sia per il fenomeno Nero d'Avola sul mercato italiano e internazionale. Un trend che sembra premiare i grandi vini rossi di struttura e di medio e lungo affinamento, dalla spiccata personalità. Vini che esaltano le peculiarità dei vitigni autoctoni, come il Nero d'Avola, e che sono in grado di marcare, nell'evoluzione dello scenario dei consumi di vino, una tendenza del mercato su cui programmare le scelte produttive nel prossimo triennio.

L'analisi dei dati aziendali, ci dicono ancora che, nei cinque anni presi in considerazione, i bianchi sono cresciuti del 48% in quantità e dell' 80% a valore; i rossi del 133 % in quantità e del 285% in valore. Nel '99 il fatturato complessivo dei vini rossi e bianchi di Donnafugata - esclusi i vini dolci naturali di Pantelleria pari al 15% del totale del fatturato - si attestava sui 4,8 milioni di Euro, mentre nel 2003 lo stesso è risultato pari a circa 11 milioni di Euro per, con una crescita costante nel tempo del 20% per anno. Risultati lusinghieri che trovano una conferma anche nell'export: crescono le vendite di vini bianchi del 39% in volume (e fatto 100 il totale bianchi/rossi i primi passano dal 41% al 35%); crescono i rossi dell'81% in quantità (e passano dal 59% al 65% del totale vini bianchi/rossi), tradizionalmente più forti nei consumi all'estero.

In via generale, infine, non si può non sottolineare il fatto che questo trend così positivo interviene – almeno negli ultimi due anni – in una condizione di flessione dei consumi e di forte rallentamento dell'economia europea e, in particolare, italiana, che ha inciso sui comportamenti individuali e sulle scelte dei consumatori.

Sinteticamente possiamo dire:



## DONNAFUGATA

nel quadro complessivo di crescita dell'azienda Donnafugata (crescono sia i bianchi che i rossi), la qualità di prodotto e la diffusione sul mercato premiano un'azienda che, negli ultimi cinque anni, ha sviluppato degli investimenti produttivi che superano, in valore, i 10 milioni di euro, destinando costantemente tra il 15 e il 20% del fatturato raggiunto nell'anno precedente ;

questa politica di investimento per la **Qualità estrema** ha potenziato la capacità di lavorazione e affinamento dei vini rossi, contribuendo a ridelineare il profilo dell'azienda, oggi sempre più percepita sul mercato come azienda decisamente impegnata nel vino di qualità, sia per i bianchi che per i rossi, con prodotti concepiti per affermare una strategia di posizionamento imperniato sul principio del **value for money**;

l'aumento medio dei prezzi per anno, non ha superato il limite di inflazione programmata, consentendo di mantenere alto il rapporto qualità/prezzo del prodotto sul mercato;

nei cinque anni in esame, la dinamica delle vendite di Donnafugata in Italia, sviluppata per macroaree geografiche, ci dice che al centro-nord fatte 100 le vendite di bianchi e rossi in quantità, il peso dei rossi passa dal 28% al 37%, mentre i bianchi passano dal 72% al 63%; al centro sud la tendenza resta la stessa: i bianchi passano da un cospicuo 81% ad un sempre indicativo 71%; i rossi dal 19% aumentano fino a toccare, nel 2003, un significativo 29% delle vendite di Donnafugata realizzate nell'area.

### **Gli investimenti realizzati nel quinquennio 1999/2003**

In questo quadro prospettico di continua evoluzione, la programmazione degli investimenti diventa un fattore strategico fondamentale. Due – essenzialmente – i settori su cui si concentrano i maggiori sforzi finanziari: la tenuta agricola di Contessa Entellina con la cantina di vinificazione; l'adeguamento tecnologico e il termocondizionamento degli ambienti di stoccaggio e di affinamento delle cantine storiche di Marsala.

#### **Tenuta agricola di Contessa Entellina e cantina di vinificazione**

Acquisizione di nuovi vigneti;

Reimpianti e nuovi sistemi di allevamento a controspalliera;

Ampliamento della cantina di vinificazione e delle capacità per la lavorazione dei mosti;

Impianto fotovoltaico per la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili;

#### **Cantine storiche di Marsala**

La coibentazione e il termocondizionamento degli ambienti destinati allo stoccaggio e all'affinamento dei vini rossi;

un drive-in realizzato appositamente per l'affinamento in orizzontale delle bottiglie già confezionate in casse;

un nuovo sistema di imbottigliamento e di etichettatura delle bottiglie;



**DONNAFUGATA**

il recupero conservativo delle cantine storiche

l'acquisto di circa 5.000 barriques in rovere del massiccio francese;

### **I prossimi investimenti**

Donnafugata ha presentato un progetto di investimento per il biennio 2004/05 presso l'Assessorato regionale all'Agricoltura ai sensi della misura 4.09 del POR Sicilia per complessivi 5,6 milioni di euro. Di questi, almeno 4,8 sono orientati al segmento dei vini rossi di alta qualità.

Verranno finanziati così:

la costruzione di una nuova barriccaia (oltre 1.500 mq) con deposito termocondizionato soprastante per l'affinamento in bottiglia dei vini rossi;

l'acquisto di 2000 nuove barriques di rovere francese per l'affinamento dei rossi;

attrezzature avanzate per la gestione della barriccaia orientata alla **Qualità Estrema**;

attrezzature e implementazioni di procedure produttive che sin dal vigneto consentano una tracciabilità del prodotto per ogni singola etichetta;

attrezzature di laboratorio per il controllo informatizzato di tutti i vini prodotti, in particolare di quelli in affinamento (ricordiamo che Donnafugata possiede una barriccaia di oltre 2.500 carati in attività, con un ciclo di utilizzo che non supera i tre/quattro anni. Tutti i vini rossi di Donnafugata hanno un passaggio in barriques: da un minimo di tre mesi ad un massimo di 24 mesi. I tempi medi di giacenza per l'affinamento e la successiva commercializzazione del prodotto variano da un minimo di 12 mesi per i bianchi ad un massimo di 30 mesi per i rossi.

In allegato:

### **I consumi di vini bianchi e rossi in Italia**

Per difficoltà oggettive di rilevazione (seconde case, assenti ferie, extracomunitari ecc.) la Nielsen riesce a rilevare come consumo domestico solo un quantitativo di vini+spumanti intorno ai 9 milioni di ettolitri (nel 2002 in particolare 8,67 milioni di ettolitri).

Considerando che dai bilanci di approvvigionamento redatti da Ismea per il Mipaf risulta un consumo interno di vino pari a circa 28 milioni di ettolitri, risulterebbe di fatto un incidenza del consumo domestico limitata a un terzo.

Tenendo conto di queste premesse, sul totale dei vini acquistati e consumati entro le mura domestiche, la quota del vino rosso risulta progressivamente aumentata dal 48% del 1997 al 57% del 2002. Se poi si sommano anche i vini rosati si va dal 57 al 63 per cento.



**DONNAFUGATA®**

**Composizione per colore degli acquisti domestici di vino in volume**

|             | <b>1997</b> | <b>1998</b> | <b>1999</b> | <b>2000</b> | <b>2001</b> | <b>2002</b> |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Vino bianco | 43,1%       | 43,2%       | 40,3%       | 38,5%       | 36,9%       | 36,8%       |
| Vino rosso  | 48,3%       | 48,6%       | 52,7%       | 54,2%       | 56,9%       | 57,4%       |
| Vino rosato | 8,6%        | 8,2%        | 7,0%        | 7,3%        | 6,2%        | 5,7%        |

**Fonte: Osservatorio Ismea-Nielsen**