

1 1 1 1 3
9 771594 677305

Uk £3,40 - Chfr. 10,00
Francia €6,00

Vanguard
VALUE TO INVESTORS

Cerca: Vanguard

**TRIMESTRALI QUANTO
PESA IL CARO-ENERGIA**

IN ALLEGATO

www.milanofinanza.it

MILIAN FINANZA



Vanguard
VALUE TO INVESTORS

Cerca: Vanguard

€ 8,00* Sabato 13 Novembre 2021 Anno XXXIII - Numero 225 **MF** *il quotidiano dei mercati finanziari*

Classeditori

Spedizione in A.P. art. 1 c.1 L. 46/04, DCB Milano

*In abbinamento obbligatorio ed esclusivo con Milano Finanza il Manuale PNRR a € 8,00 (Milano Finanza € 4,20 + Manuale PNRR € 3,80). Solo nelle aree interessate dalla promozione e fino a esaurimento scorte

Nuovi record per il distributore d'eccellenze

Il 2021 per il Gruppo Meregalli è il miglior anno di sempre

Dopo un 2020 complicato per tutti, in particolar modo per l'industria dell'ospitalità, e dunque anche per chi nella distribuzione di vini, champagne e distillati al canale HoReCa ha il suo core business, il 2021 per Gruppo Meregalli è l'anno della ripresa. Anzi della riscossa, visto che alla fine il fatturato sarà superiore anche a quello record del 2019. Il motivo lo spiega **Corrado Mapelli**, direttore generale e member of board del Gruppo Meregalli.



Corrado Mapelli, dg del Gruppo Meregalli

DOMANDA. Quali sono i mercati che vi stanno dando più soddisfazione?

RISPOSTA. Stiamo vivendo un momento molto positivo, in questo ultimo anno e mezzo sono cambiate le abitudini di consumo e di acquisto. È cresciuta l'esigenza di qualità (non solo del prodotto) con benefici per tutti quei marchi che ne hanno fatto la loro bandiera. Per noi il mercato nazionale è quello principale, storico, ma altrettante soddisfazioni le abbiamo dalle consociate estere, Svizzera, Francia, Monaco su tutte. Il 2021 segna come Gruppo una crescita generale che sfiora il 40% in rapporto al 2020, ma soprattutto supera il 12% rispetto a un 2019 che per noi era l'anno record (d'altronde i traguardi sono fatti per essere superati).

D. Come vanno quelli che avete aperto da poco? Pensate di aprire altri?

R. Monaco è l'ultima consociata, abbiamo voluto dedicare al Principato una struttura ad hoc, seppur seguita operativamente da Meregalli France, perché alcune dinamiche erano davvero specifiche, per fare un esempio le congerie dei grandi Palace o la gestione del comparto cruise e grandi yacht privati. Siamo molto soddi-

sfatti dei risultati che partecipano a un ulteriore risultato ottenuto in questo ultimo anno e mezzo, l'aumento del prezzo medio di vendita, cresciuto di circa il 32% (a parità di listini). Abbiamo in cantiere nuove aperture, per ora mi limito a dire che stiamo guardando a Est.

D. Come procede lo sviluppo del vostro portfolio prodotti?

R. Anche sul fronte prodotti le novità non mancano e non mancheranno. Tra gli ultimi ingressi a catalogo c'è Marchesi di Gresy, un'eccellenza piemontese, specificamente di Barbaresco, e spostandoci a Sud, l'azienda Gulfi, perla enologica dalla meravigliosa Sicilia. Per quanto riguarda l'area spirits abbiamo aumentato la nostra offerta di whisky iniziando la distribuzione della più antica distilleria scozzese ancora in attività, Glenturret.

D. A giugno avete rinnovato il sito Meregalli.com, introducendo un'importante novità, unica nel mondo del vino, il primo shop online dedicato ai clienti HoReCa. Come funziona e com'è la risposta dei clienti?

R. Abbiamo una risposta davvero molto positiva, il sito in effetti si pone non solo come piattaforma on-line per gestire gli ordini, ma anche come vero e proprio ufficio virtuale: permette al cliente di controllare lo stato degli ordini, il tracking delle spedizioni, verificare fatture e bolle di consegna, e le statistiche di acquisto, per periodo, prodotto ecc. Offre molteplici logiche di gestione, tra cui anche il geomarketing, ovvero verificare sul proprio territorio cosa si vende di più.

D. Non solo Greta Thunberg e i giovani di Fridays for future. Anche il Gruppo Meregalli ha a cuore l'ambiente. Quali iniziative avete messo in campo per essere sempre più eco-friendly?

R. Siamo molto sensibili all'argomento, dal plastic free a un importante programma che ci seguirà in tutte le nostre nuove iniziative, abbiamo voluto, cercato e ottenuto la certificazione Carbon Free, ovvero azienda a impatto zero, compensando le emissioni di CO2 nell'ambiente. Abbiamo un progetto di riforestazione in Toscana presso la nostra azienda di produzione Tenuta Fertuna, e anche un importante insediamento di una colonia di api, volta a migliorare l'impollinazione e la biodiversità del territorio.