



Gruppo Meregalli

Gruppo Meregalli ha superato il 2021, che è stato già un anno record in termini di fatturato, e ha concluso il 2022 con un giro d'affari totale di oltre 92 milioni di euro, registrando un balzo del 15% in un solo anno. Sono evidenti segni positivi in tutte le linee di prodotto, da Meregalli Wines, un catalogo di etichette che abbracciano in toto il mondo enologico (+10,7%) a Meregalli Spirits, il catalogo di prodotti per degustazione e da miscelazione per il mondo dell'ingrosso e dei cocktail

bar (+7,03%) e Visconti43, nata nel 2017 con l'idea di valorizzare le piccole produzioni, le cantine famigliari e i vitigni autoctoni e oggi in crescita del 45,22% in un anno. In Italia, le vendite sono aumentate di oltre il 12%, confermando il trend anche per le consociate estere: Meregalli France e Meregalli Monaco hanno registrato un aumento del fatturato superiore al 28%, mentre Meregalli Suisse ha visto un aumento del 4%. Meregalli è un'azienda con una storia di oltre 160 anni, le cui radici sono saldamente ra-

dicate nel tempo e nella storia. Tutto ha avuto inizio nel 1856, quando Giovanni Meregalli trasferì la sua osteria con mescita da Vedano a Villasanta, alle porte di Monza, e iniziò a vendere vino. L'attività si trasformò presto in una fiaschetteria e in una vendita all'ingrosso, fino alla svolta avvenuta nei primi anni '70, quando Giuseppe Meregalli creò quella che può essere considerata la prima distribuzione moderna. Sotto la sua guida, l'azienda divenne un punto di riferimento: Giuseppe si mise alla ricerca dei nomi



Nella pagina accanto, la cantina storica della sede di Gruppo Meregalli, un tempo convento della monaca di Monza (a sinistra il privé). Sotto, l'amministratore delegato di Gruppo Meregalli, Marcello Meregalli (a sinistra), con il presidente Giuseppe Meregalli (a destra).



più importanti nel settore del vino e degli spirits italiani e internazionali, offrendo al grande pubblico etichette conosciute solo da pochi appassionati e riuscendo a servire ogni angolo del Paese in pochi anni. Guidata dalla stessa famiglia, l'azienda è cresciuta fino a essere conosciuta ovunque: oggi, la quinta generazione rappresentata da Marcello Meregalli guida con intraprendenza un gruppo che guarda al futuro della distribuzione. Gruppo Meregalli vanta attualmente una gamma di prodotti di assoluto presti-

gio, composta da numerose referenze di oltre 100 produttori di vino e spirits. Nei loro cataloghi sono presenti circa duemila etichette esclusive. Il fatturato dell'azienda proviene dalla fornitura di ristoranti, hotel (+60%), bar e servizi di catering, con una crescita media di oltre il 33% rispetto al 2019. Tuttavia, è ancora più significativo il margine delle vendite al dettaglio, che ha registrato un aumento del giro d'affari di circa il 41%. «La distribuzione è diventata indispensabile», spiega l'amministratore

delegato di Gruppo, Marcello Meregalli. «In un mondo che richiede di ridurre i costi, ma allo stesso tempo esige un servizio veloce ed efficiente, Gruppo Meregalli è stato e dovrà essere sempre all'avanguardia e leader in questi valori. Durante gli anni di pandemia, sembrava che la centralità delle persone fosse stata spostata verso la sola tecnologia. Siamo lieti di affermare che per noi e per il nostro settore, le persone sono ancora più centrali rispetto a prima per quanto riguarda cosa fare, ma allo stesso tempo la tecnologia è diventata fondamentale per come fare. È un connubio perfetto che sarà al centro dei nostri investimenti. Il 2023 sarà un anno in cui l'Italia sarà protagonista nel turismo, che rappresenta una grande risorsa nazionale. La voglia di riprendere la vita di prima, la socialità e il desiderio di riunirci», continua Marcello Meregalli, «faranno sì che il nuovo anno sia positivo per noi e per il nostro settore». Gli investimenti in tecnologia e logistica sono già iniziati, con azioni mirate per migliorare e velocizzare i processi di lavoro. Queste azioni includono l'aumento della capacità della logistica grazie a un nuovo sistema multipiano verticale per ottimizzare le scorte e il picking, nonché l'implementazione di un nuovo sistema di gestione e rotazione della merce. Inoltre, è stato implementato un sistema di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) per automatizzare i contatti e le operazioni quotidiane. Gli investimenti in comunicazione, online e offline, sono stati altresì considerati. Un'attenzione particolare è dedicata al rapporto con la rete di vendita, per la quale è stata creata una sezione dedicata sul sito web. Inoltre, l'impegno per l'ambiente

Agroalimentare & Ospitalità

fa parte del focus per i prossimi anni. Il percorso iniziato con la conversione biologica continuerà con l'installazione di pannelli solari e l'aumento delle aree forestali della Tenuta Fertuna, la cantina di proprietà del gruppo, al fine di limitare l'impatto sull'ecosistema, favorire la biodiversità e ridurre l'inquinamento ambientale. Queste scelte sono state premiate con il bollino verde di Equalitas, un certificato che attesta l'impegno della cantina nelle questioni ambientali e di sostenibilità. «Siamo estremamente orgogliosi dei traguardi raggiunti», spiega il Direttore Generale di Gruppo, Corrado Mapelli. «Siamo riusciti a raggiungere gli obiettivi che ci eravamo prefissati grazie all'impegno e alla dedizione verso una ricerca costante della qualità nei prodotti, nelle persone e nella professione. La nostra promessa», continua Mapelli, «è che Gruppo Meregalli continuerà a investire in tecnologia, logistica e assortimento, innovando anche nei ser-



Tenuta Fertuna, la cantina di proprietà di Gruppo Meregalli fondata nel 1997 nella Maremma Toscana e impegnata nella produzione di vini e olio.

vizi, nella comunicazione e sui social media. Affidabilità, velocità, servizio, professionalità, garanzia e qualità: il nostro impegno non verrà mai meno». Professionalità, eccellenza, formazio-

ne, assortimento, rapidità, servizio di logistica: sono queste le coordinate principali di un'azienda che guarda al futuro rimanendo fedele alla sua storia secolare.

CAFFÈ BORBONE

Un'azienda giovane, entrata solo 26 anni fa nel mercato del caffè, un settore per di più affollato e presidiato da marchi storici e di difficile penetrazione. Eppure, Caffè Borbone ha registrato nel 2022 un fatturato di 262,7 milioni e sempre in crescita.

Qual è stata l'idea? A fondare l'azienda a Caivano (Napoli) è stato nel 1997 Mas-

simo Renda, che pensava a una società di gestione di distributori automatici di caffè per uffici ma che, puntando diritto sulla qualità e sulla costruzione di una forte rete distributiva, è diventato oggi il terzo produttore sul mercato italiano di porzionato in capsule e in cialde in grado di rispondere a ogni genere di domanda (aromi, formato, grani e capsule).

In più, Caffè Borbone è stata la prima in Italia a proporre caffè in cialde compostabili che possono essere smaltite nell'umido, la prima a introdurre un involucro riciclabile nella carta, e subito dopo anche una capsula compostabile in biopolimero con il top in carta limitando il forte impatto ambientale della produzione di caffè in capsule.

Insomma, innovazione di prodotto e buona rete di vendita hanno permesso a Caffè Borbone (oggi controllato al 60% dalla Italmobiliare della famiglia Pesenti) di scaldare i mercati.

Con tale strategia, portata avanti nel solco della sostenibilità e del culto del caffè di qualità tipico napoletano, non stupisce che Caffè Borbone continui a crescere anche all'estero, soprattutto nel nord della Ue, raggiungendo una quota di export del 22%. Oggi lo stabilimento di Caivano produce 96 tonnellate al giorno tra caffè torrefatto e in grani, cialde e capsule e occupa 260 dipendenti.

