

Prosit Group chiude il bilancio 2022 con 83 milioni di fatturato trainato da acquisizioni ed export

- L'export del gruppo aumenta di una percentuale superiore al 100%, passando da 14,3 a 50,5 milioni di euro, tra crescita organica e acquisizioni.
- Fatturato consolidato pari a 83 milioni di euro in crescita di oltre 54 milioni di euro rispetto al 2021 e margine operativo lordo pari al 4.6% del fatturato.

Bologna, 26 giugno 2023. Prosit Group chiude il bilancio dell'esercizio 2022 raggiungendo un **fatturato consolidato pari a 83 milioni di euro**, mentre il **margine operativo lordo**, penalizzato dei forti incrementi di costo dell'energia e del packaging, si è **attestato intorno ai 4 milioni pari al 4.6% del fatturato**. Tali risultati sono frutto della crescita organica e delle acquisizioni effettuate nel 2022: a marzo Cantina di Montalcino e a maggio Casa Vinicola Caldirola.

L'export, pari al 61% conferma il forte interesse dei mercati esteri nei confronti dei vini premium italiano premiando la strategia del Gruppo basata sul portafoglio diversificato e sulla capacità di aggregare eccellenti cantine regionali.

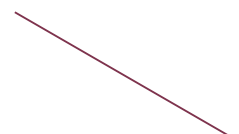
Assume particolare rilevanza il fatturato estero dell'azienda, che è passato da 14,3 a 50,5 milioni di euro, con al primo posto gli Stati Uniti grazie anche al contributo dato dall'importatore e distributore nordamericano Votto Vines Importing, acquisito nel 2021.

Inoltre, Prosit Group punta sia a consolidare la propria presenza nel canale Ho.Re.Ca., sia a espandere la propria gamma di vini di qualità nel canale GDO offrendo un ampio e qualitativo portafoglio di brand regionali espressione dei territori di appartenenza in risposta alla crescente richiesta di qualità e tipicità da parte dei consumatori.

Tra gli obiettivi a breve termine, il focus è sul completamento del portafoglio di brand di cantine premium, la cui qualità si basa sull'ottimale posizione e gestione dei vigneti, oltre che sulla grande competenza enologica.

Prosit Group

Fondato nel 2018, Prosit Group nasce per affrontare le sfide del vino italiano in un mercato globale sempre più competitivo grazie a un business model innovativo. L'azienda si pone l'obiettivo di sviluppare



brand forti, riconoscibili e territoriali valorizzando l'unicità delle singole cantine all'interno di un'offerta di Vino-Paese con posizionamento premium.

L'azienda, unica per modello di business, dà forza all'aggregazione di alcune tipiche cantine italiane in Veneto, Abruzzo, Toscana, Puglia e Lombardia per meglio affrontare un contesto internazionale sempre più competitivo.

In portafoglio attualmente sono presenti i seguenti brand: Cantina di Montalcino (Toscana), Torrento (Puglia), Nestore Bosco (Abruzzo), Tenuta di Collalbrigo (Veneto), oltre allo storico marchio La Cacciatora Di Casa Vinicola Caldirola.

Ufficio stampa

Homina Comunicazione e Relazioni Pubbliche

Roberta Marchetti, cell. 335 7631588, roberta.marchetti@homina.it

Francesco Zanardo, cell. 331 6667552, francesco.zanardo@homina.it

