vinetur

# Compagnia del Gusto compra Winelivery para usarla como motor digital y canal directo con el consumidor

La operación incorpora una plataforma con 1,7 millones de descargas y más de 400.000 clientes

martes 1 de septiembre de 2026



Compagnia del Gusto Holding ha confirmado este martes, 1 de septiembre, la adquisición de Winelivery, una plataforma con actividad digital y física especializada en vino y bebidas. La operación amplía el proceso de compras que el grupo italiano ha acelerado en las últimas semanas, después de incorporar Cantine Romagnoli, bodega histórica de los Colli Piacentini, y la distribuidora Jascots Wine Merchants en Reino Unido.

La compañía compradora se presenta como una sociedad de inversión y desarrollo de marcas de alimentación y bebidas impulsada por la familia Cosulich. Está presidida por Sergio Albarelli y dirigida por el consejero delegado Ettore Nicoletto. Con la entrada de Winelivery, el grupo suma un activo distinto a los anteriores, porque no solo añade negocio comercial, sino también una estructura tecnológica, datos de consumo y servicios digitales aplicables a otras empresas de su cartera.

Winelivery pasará a formar parte de Compagnia delle Vigne, la subholding vitivinícola del grupo. Aun así, Compagnia del Gusto plantea un uso más amplio de la plataforma dentro de toda la organización. La idea, de acuerdo con la empresa, es utilizar ese canal como punto de relación directa con el consumidor, como herramienta para analizar la demanda y como base para extender soluciones digitales y de inteligencia artificial al resto de divisiones.

La empresa adquirida fue fundada en 2017 por Francesco Magro, Giovanni Roberto y Andrea Antinori. Su modelo combina una plataforma propia con presencia física sobre el terreno, una fórmula híbrida que le ha permitido operar en el reparto de vino, cerveza, espirituosos y otras categorías de bebidas. A esa actividad suma una red de Bar & Enoteca y Wedia, una estructura centrada en marketing digital, datos, inteligencia artificial y servicios de comunicación para el negocio de alimentación y bebidas.

Compagnia del Gusto subraya que Winelivery aporta una base instalada de cerca de 1,7 millones de descargas y un volumen de más de 400.000 clientes. Para el comprador, esa escala tiene interés no solo por las ventas directas, sino por la información comercial asociada al uso de la plataforma, los hábitos de compra y la posibilidad de probar con rapidez nuevos productos y ocasiones de consumo en áreas

urbanas.

Sergio Albarelli sostiene que esta operación es diferente de las realizadas hasta ahora por el grupo. A su juicio, la compra incorpora capacidades tecnológicas, datos y una relación con el consumidor que pueden pasar a ser patrimonio común de toda la compañía. En esa misma línea, Ettore Nicoletto afirma que el valor de Winelivery es transversal y que permitirá reforzar el vínculo con el cliente final y llevar al grupo herramientas digitales aprovechables en todas sus actividades.

La operación también encaja con la hoja de ruta que Compagnia del Gusto viene desplegando desde hace meses. En el área del vino, la compra de Cantine Romagnoli añadió una bodega fundada en 1857, con 45 hectáreas de viñedo y especialización en espumosos de Método Clásico. En distribución internacional, la incorporación de Jascots Wine Merchants reforzó la presencia del grupo en Reino Unido. La entrada de Winelivery abre otra vía, más ligada al canal directo, la tecnología y el conocimiento del consumidor.

En términos industriales, el movimiento permite a Compagnia del Gusto combinar activos de naturaleza distinta dentro de una misma estructura. Por un lado, marcas y producción; por otro, distribución y ahora una plataforma capaz de servir como canal de venta, captación de datos, CRM y activación comercial. Ese cruce entre negocio físico y herramientas digitales es uno de los puntos que la empresa considera de mayor interés para su siguiente etapa.

Francesco Magro, fundador de Winelivery, afirma que la integración abre una nueva fase para la compañía que ayudó a poner en marcha junto a sus socios. Recuerda que hace diez años el proyecto era poco más que una idea y que el recorrido se ha construido con el equipo, los inversores y los más de 400.000 clientes que han utilizado el servicio. En su opinión, la entrada en Compagnia del Gusto ofrece a Winelivery una estructura industrial adecuada para ampliar el alcance de lo ya desarrollado y seguir innovando con el mismo enfoque empresarial de origen.

La visión que traslada Compagnia del Gusto es la de construir en Italia un ecosistema de alimentación y bebidas en el que distintas empresas mantengan su identidad y su posicionamiento, pero compartan tecnología, desarrollo comercial y capacidad de

gestión. La compra de Winelivery refuerza esa idea al incorporar una infraestructura que puede servir a varias áreas del grupo y no solo a la división del vino.