vinetur

Un couple italo-américain acquiert une participation de 80 % dans Cantine 4 Valli

L’opération fait basculer le contrôle de la plus grande entreprise vinicole de Piacenza, tout en laissant les familles fondatrices impliquées dans la gestion.

vendredi 25 septembre 2026



Un couple italo-américain a acquis une participation de 80 % dans Cantine 4 Valli, la plus grande entreprise vinicole de la province de Piacenza, dans une opération qui transfère le contrôle d'un important exportateur tout en maintenant les familles fondatrices impliquées dans la gestion.

Les acquéreurs sont Robert Addis, un Américain originaire de Philadelphie, et Francesca Carini, qui est de Piacenza, selon ANSA. Cantine 4 Valli produit plus de 10 millions de bouteilles par an et exporte vers plus de 30 pays. ANSA l'a décrite comme la sixième plus grande entreprise vinicole de la région d'Émilie-Romagne.

La transaction donne au couple le contrôle d'un domaine viticole de plus de 140 ans d'histoire et solidement implanté dans l'une des régions viticoles établies du nord de l'Italie. Les familles fondatrices Ferrari et Perini conserveront une participation au capital et garderont des rôles clés dans l'entreprise. Stefano Perini restera directeur général, préservant ainsi la continuité opérationnelle d'une société arrivée à sa cinquième génération.

Cette continuité est importante, car Cantine 4 Valli n'est pas seulement un grand producteur local, mais aussi une entreprise fortement exposée à l'international. Un changement de contrôle chez un exportateur de cette taille pourrait influencer la manière dont les vins de la région sont commercialisés à l'étranger, et il pourrait avoir des répercussions sur les stratégies de distribution, les partenariats commerciaux et le positionnement premium sur les marchés étrangers si les nouveaux propriétaires mettent à exécution les plans d'expansion qu'ils ont exposés.

ANSA a indiqué qu'Addis et Carini sont tous deux d'anciens consultants de McKinsey & Company et entendent assumer des fonctions opérationnelles actives au sein de l'entreprise. Leur plan affiché est d'utiliser la plateforme de production de la société pour étendre la distribution mondiale et développer des partenariats stratégiques dans le commerce de détail, tout en continuant de promouvoir les vins premium et les cuvées phares de Cantine 4 Valli.

Dans des propos rapportés par ANSA, Addis a déclaré que l'engagement de l'entreprise en faveur de la qualité des vins dans toutes les gammes de prix avait été une raison majeure de l'achat. Il a ajouté que l'objectif est de s'appuyer sur cette base en donnant

à l’équipe les ressources nécessaires pour performer sur les grands marchés internationaux, en particulier aux États-Unis.

L’opération s’inscrit dans une tendance plus large du secteur des boissons, où des producteurs familiaux établis, disposant d’un débouché à l’export, attirent l’attention d’acheteurs qui voient un potentiel de croissance grâce aux réseaux de vente internationaux et à une exécution commerciale plus solide. Pour les entreprises vinicoles en particulier, les changements d’actionnariat vont souvent au-delà des finances. Ils peuvent influencer les décisions en matière de branding, de stratégie d’accès au marché, de composition du portefeuille et de manière dont un producteur pousse les étiquettes à plus forte valeur ajoutée sur des marchés concurrentiels.

Cantine 4 Valli aborde cette transition avec une taille qui rend ces décisions significatives. Produire plus de 10 millions de bouteilles par an donne à l’entreprise une base de production importante, tandis que sa présence dans plus de 30 pays signifie que tout changement de stratégie peut se faire sentir sur un vaste périmètre de distribution. Le maintien des familles fondatrices dans le capital pourrait aussi rassurer les fournisseurs, les distributeurs et les clients qui accordent de la valeur à la continuité dans une entreprise ancrée dans l’identité locale et dans une longue tradition de gestion familiale.

Piacenza, dans l’ouest de l’Émilie-Romagne, est connue pour ses vins étroitement liés au territoire environnant. Cette identité locale a une valeur commerciale, alors que les producteurs italiens cherchent à se distinguer sur des marchés export encombrés. Les nouveaux actionnaires majoritaires ont déclaré vouloir préserver cet héritage territorial tout en poursuivant une croissance internationale, un équilibre que de nombreux groupes viticoles européens de taille moyenne et grande tentent d’atteindre en se développant à l’étranger sans affaiblir l’histoire locale qui se cache derrière leurs étiquettes.