

Vini italiani, vendite retail: performance in USA, UK e Germania

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Novembre 2023



Nel corso dei primi nove mesi del 2023, le vendite di vini italiani nei tre mercati retail più importanti a livello mondiale (Stati Uniti, Regno Unito e Germania) hanno mostrato risultati variabili, con alcuni segnali di miglioramento rispetto ad un inizio d'anno difficoltoso. **Vediamo quali sono le performance e le tendenze emergenti nei rispettivi mercati**, grazie alle elaborazioni dell'Osservatorio del Vino UIV-Vinitaly basate su dati NielsenIQ.

Andamento Generale

Sebbene il settore abbia mostrato segnali di ripresa nel secondo trimestre dell'anno, il bilancio generale dei primi

nove mesi è rimasto piuttosto stabile. **Il volume totale dei vini venduti nei tre Paesi ha registrato un modesto aumento dello 0,4%**, raggiungendo 3,4 milioni di ettolitri con un -2% per gli spumanti ed un +1,2% per i vini fermi a volume.

Negli USA i volumi retail dei vini fermi italiani sono scesi del -6,6%, mentre sono cresciuti del 3,9% in UK e del 4,3% in Germania. Per quanto riguarda gli spumanti, i numeri sono più negativi: 3,7% in USA, -5% in UK e -1,4% in Germania.

Per quanto riguarda il valore, la situazione è migliore grazie ad una crescita totale (fermi+spumanti) dell'1,9%. Il mercato retail più performante per gli spumanti rimangono gli USA che crescono in valore del 7,8%, mentre i vini fermi flettono del -3,4%. In totale la crescita è ridotta, appena lo 0,7%.

Performance nei Mercati Chiave

Stati Uniti

Le vendite di vini italiani negli Stati Uniti hanno mostrato un timido miglioramento, seppur molto lento. Da gennaio a settembre, come già emerso, **il volume complessivo delle vendite di vino nei negozi monitorati da NielsenIQ è diminuito del 3,5%** rispetto all'anno precedente, ma i valori rimangono stabili intorno a 1,5 miliardi di dollari. I dati trimestrali indicano che le vendite sono state più forti nel terzo trimestre, con una diminuzione del 1,4% rispetto al -6% di marzo e al -2,6% di aprile-giugno. Inoltre, i valori sono passati da un -2% nel primo trimestre a un aumento positivo sia nel secondo (+1,5%) che nel terzo trimestre (+2,3%).

I cambiamenti nelle preferenze di consumo da parte degli statunitensi è testimoniato dal **successo di un brand "made in USA" che offre prodotti "low alcohol" con aromi fruttati provenienti dall'Italia**, in particolare dal Piemonte. Su un totale di 906 milioni di euro spesi per l'acquisto di vini fermi italiani (escludendo gli spumanti), questa azienda

americana specializzata in vini “low alcohol” ha raggiunto un fatturato di 341 milioni di euro, il 38% delle vendite totali di questa categoria.

Il segretario generale dell’Unione Italiana Vini (UIV), Paolo Castelletti, ha sottolineato che questo fenomeno dovrebbe **spingere la filiera vinicola italiana a riflettere**, poiché rappresenta un esempio tangibile e concreto delle opportunità offerte dal mercato USA in un momento di profondi cambiamenti nei modelli di consumo.

Il marchio statunitense, sfruttando anche l’associazione con l’Italia, è riuscito a incrementare il proprio business del 500% negli ultimi sette anni, **un risultato che non può essere considerato casuale e che deriva dalla capacità di rispondere a una domanda giovane, orientata verso prodotti a ridotto tenore alcolico e aperta a influenze esterne.**

Regno Unito

Nel mercato retail britannico, la situazione delle vendite di vini italiani è rimasta pressoché invariata. Il **volume complessivo** delle vendite ha chiuso i primi nove mesi con un **aumento marginale dello 0,1%**, grazie a un incremento del 1,1% nel terzo trimestre. **I vini fermi sono cresciuti del 3,9% mentre gli spumanti hanno subito una flessione del -5,9%.**

Tuttavia, i valori hanno registrato un aumento cumulativo del 2,8% nel corso dell’anno, con un aumento significativo del 3,7% nel terzo trimestre.

È importante notare che il saldo totale positivo in valore in questo mercato è principalmente dovuto ai vini fermi (8%), mentre **gli spumanti hanno visto un calo del 3,5%**. Il totale in valore si è chiuso con un incremento del 2,8%.

Germania

In Germania, le vendite di vino italiano nel settore del retail hanno mostrato una **crescita sia in volume che in**

valore, si tratta del mercato che ha registrato un incremento maggiore. Sono aumentate in particolare le vendite di vini fermi (4,3% in volume, 3,4% in valore) mentre gli spumanti sono cresciuti in valore (3,9%) ma non in volume (-1,4%). I risultati totali relativi alle vendite nel mercato retail tedesco risultano essere le migliori, 3,9% in volume e 3,5% in valore, con valori leggermente superiori a 590 milioni di euro.

La dinamica dei prezzi è un fattore significativo in questa tendenza, con **prezzi che si sono mantenuti sostanzialmente invariati rispetto all'anno precedente. Questa stabilità ha contribuito a sostenere le vendite.** Le performance dei vini italiani nei mercati del retail negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Germania mostrano un quadro variegato, con alcuni segnali di miglioramento, ma senza un vero e proprio slancio. **Le vendite di vini fermi sono il principale motore di crescita** (+1,2% in volume, +1,9% in valore) mentre gli spumanti registrano cali a volume (-2%). La dinamica dei prezzi rimane un elemento importante nelle vendite, come dimostrano i risultati emersi nel mercato tedesco.