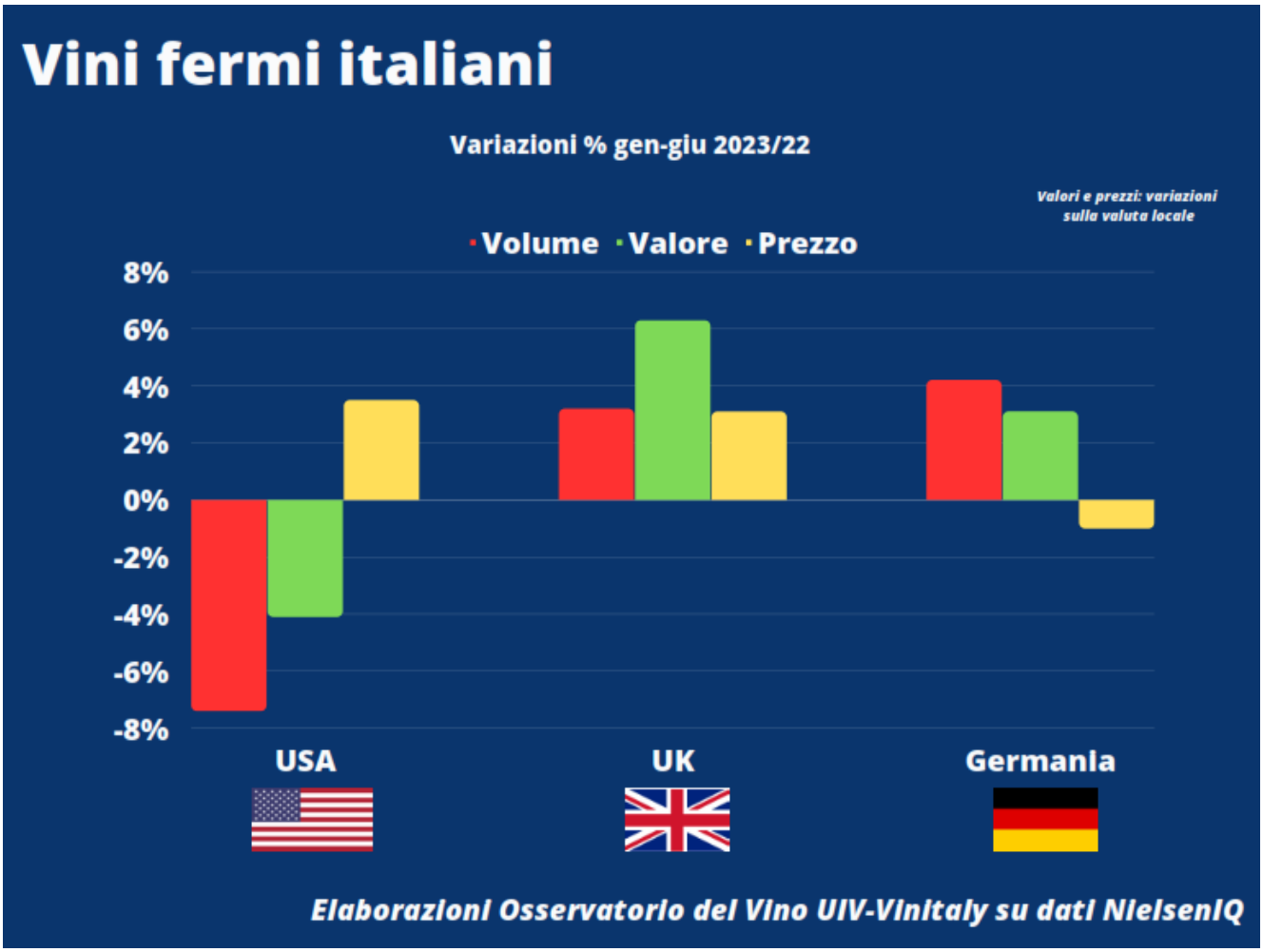
Vino italiano: ripresa moderata delle vendite nei top 3 mercati mondiali

scritto da Redazione Wine Meridian | 1 Agosto 2023



Tornano in linea di galleggiamento, nel primo semestre di quest'anno, le vendite del vino italiano tra gli scaffali della grande distribuzione e retail nei top 3 mercati al mondo. Nel complesso, secondo l'Osservatorio Uiv-Vinitaly che ha elaborato gli ultimi dati di Nielsen-IQ, le vendite tricolori in Usa, Germania e Uk chiudono il semestre con un risultato tendenziale piatto a volume (-0,2%) e con un lieve incremento a valore (+1,3%, a 2,2 miliardi di euro). **La performance – rileva l'Osservatorio – è migliore rispetto al primo trimestre (-4% volume e -1% valore) ma ancora insufficiente per dare respiro alle imprese di un settore**

tuttora fortemente penalizzato da un surplus di costi che incide per circa il 10% sul prezzo medio.

Il totale dei volumi commercializzati di vini fermi e frizzanti segna un +0,7%, complici gli incrementi in Uk (+3,2%) e soprattutto in Germania (+4,2%), sostenuta dalla forte domanda di frizzanti "low cost" tricolori. In controtendenza i fermi negli Usa, che cedono il 7,4%. Gli spumanti accusano invece un decremento del 2,8%, con gli Usa positivi (+2%), controbilanciati in negativo da Regno Unito (-6%) e Germania (-3,8%).

Per **l'ad di Veronafiere, Maurizio Danese**: "Occorre fare in modo che le difficoltà congiunturali non si trasformino in strutturali; in queste situazioni diventa fondamentale la presenza e la promozione di bandiera del brand enologico italiano. Per questo, tra settembre e dicembre di quest'anno Vinitaly attiverà una nuova campagna di internazionalizzazione attraverso 25 appuntamenti tra fiere, road show e incoming sulla prossima edizione veronese organizzati in 15 Paesi e 4 continenti".

"Rispetto al primo trimestre – ha detto il segretario generale di Unione italiana vini (Uiv), Paolo Castelletti – riscontriamo una timida risalita, ancora però troppo debole se consideriamo le tensioni vissute dal settore. **Lo scatto in avanti dei volumi commercializzati in Germania è dovuto al raffreddamento dei listini,** che nell'ultimo trimestre anziché aumentare sono scesi in media del 4%, con una contrazione anche rispetto al primo semestre del 2022. Variazioni sul prezzo medio che riteniamo essere troppo deboli anche negli Usa e in Uk, rispettivamente del 4% e del 3%".

Dei 2,2 miliardi di euro commercializzati, 960 milioni (-0,3% tendenziale, -4,4% i volumi) sono frutto di acquisti di vino made in Italy nella Gdo statunitense; oltre 840 milioni provengono dalla domanda Uk (+2,4%, con i volumi -0,5%) e 400 milioni dalla Germania (+2,9%, +3,7% i volumi). Il primato dei

volumi spetta ai tedeschi (84 milioni di litri venduti su un totale di 231 milioni nei 3 Paesi) ma il prezzo medio allo scaffale di 4,7 euro al litro è 3 volte inferiore a quello degli Stati Uniti (14,3 euro) e meno della metà rispetto al dato Uk (10,5 euro). In generale, **è piatta la crescita dei listini per i fermi/frizzanti (+0,3%) mentre per gli spumanti l'aumento è del 4,9%**. Il Prosecco, principale denominazione italiana commercializzata nel mondo, segna un -2% nei volumi (bene negli Usa, ancora negativa in Uk anche se in fase di recupero) e un +3,2% nei valori, per un corrispettivo (675 milioni di euro) che incide per il 31% su tutto il vino made in Italy commercializzato sui canali dell'off trade dei 3 Paesi.

