

# Vino, UIV: GDO internazionale ancora in frenata a settembre (-10%)

scritto da Redazione Wine Meridian | 9 Novembre 2022



A tutto settembre le vendite sul canale retail in Germania, Usa e UK presentano un profilo di forte criticità per il vino italiano: sommati insieme, i tre mercati segnano una perdita cumulata del 10% volume, di cui -11% spumante e -9% vino fermo, a fronte di un valore complessivo delle vendite pari a circa 3,3 miliardi di euro. Lo rileva l'Osservatorio del vino di Unione italiana vini (Uiv) che ha elaborato i dati del vino italiano nella Gdo dei primi 3 Paesi della domanda mondiale nei primi 9 mesi di quest'anno.

Sul mercato americano, i vini fermi registrano un calo tendenziale in volume e valore (rispettivamente -8% e -6%), mentre gli spumanti all'arretramento volumico del 2% contrappongono una timida crescita valoriale (+1%). Il dato generale esprime un valore complessivo delle vendite per 1,56

**miliardi di euro e vede cali volumici significativi** in quasi tutte le principali denominazioni presenti sugli scaffali statunitensi.

**Sulla piazza britannica** – quella oggi politicamente ed economicamente più instabile – **la situazione è ancora peggiore:** -14% la spumantistica a volume, -11% gli still wines, con valori a -12% per gli sparkling e -8% per i vini fermi. Il valore delle vendite di vino tricolore ammonta a circa 1 miliardo di sterline, con pesanti contrazioni, tra le altre, di Pinot Grigio e Prosecco.

Non dissimile l'andamento del mercato tedesco, dove i più problematici sono gli spumanti, con riduzioni a volume del 17% e a valore del 12%, a cui si associano riduzioni del 9% per i vini fermi. Anche qui, **contrazioni di rilievo per i campioni del made in Italy, come il Primitivo, il Pinot Grigio e il Montepulciano.**

Secondo il **segretario generale di Unione italiana vini, Paolo Castelletti:** “Il vino italiano vive una fase delicata, dove i prezzi dello sfuso sono in discesa mediamente del 15-20% e dove l'indeterminatezza sulla reale situazione produttiva – acuita dalla recente decisione ministeriale di prorogare per l'ennesima volta e in maniera definitiva il termine per le dichiarazioni di vendemmia – certamente non aiuta e contribuisce a generare fenomeni speculativi. **Sullo sfondo, il ben noto surplus di costi e una situazione internazionale segnalata in contrazione, con il nostro primo mercato al mondo – gli Usa – che nell'ultimo trimestre ha registrato una retromarcia** nei volumi delle importazioni di vino tricolore del 13%. La situazione impone massima attenzione, trasparenza, e senso di responsabilità da parte di tutta la filiera. Uiv ritiene infine – ha concluso Castelletti – che in questa difficile congiuntura sia necessario potenziare l'attività promozionale a partire da una campagna istituzionale del vino italiano nel mondo e da una ottimizzazione delle potenzialità dell'0cm promozione”.