



UNIONE ITALIANA VINI

Comunicato stampa

VINO: VENDITE TRICOLORI STAZIONARIE (+0,4%) NELLA GDO DI USA, GERMANIA E UK

USA: TRA I VINI FERMI 4 BOTTIGLIE ACQUISTATE SU 10 SONO LOW ALCOL

(Roma, 8 novembre 2023). Vendite di vino italiano ancora avare di soddisfazioni nella Grande distribuzione nei 3 principali Paesi buyer. Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio Uiv su base Nielsen-IQ, nei primi 9 mesi la performance complessiva allo scaffale negli Stati Uniti, Germania e Regno Unito vira timidamente in territorio positivo, a +0,4% nei volumi (era a -0,2% nel semestre), per un valore totale di oltre 3,3 miliardi di euro. Nel complesso, nei tre Paesi scende a volume la domanda tendenziale degli sparkling tricolori (-2%) mentre salgono dell'1,2% i fermi (2,15 miliardi di euro), per un totale di 3,4 milioni di ettolitri pari a 452 milioni di bottiglie da 0,75/litri.

Il rendimento stazionario – rileva l'Osservatorio di Unione italiana vini – si riscontra in tutti i mercati, tra alti e bassi a seconda delle tipologie. Tra le buone notizie, la crescita volumica degli spumanti negli Usa (+3,7%) e quella del mercato dei vini fermi in Germania e Uk (attorno al +4%), grazie anche a sensibili miglioramenti di Primitivo, Montepulciano e Nero d'Avola. Per contro, nel primo mercato al mondo soffrono i fermi del Belpaese (-6,6%), mentre le variazioni degli spumanti in Uk e Germania sono negative e si attestano rispettivamente a -5,9% e a -1,4%. Il computo finale segna Uk stabile (+0,1%), Germania in terreno positivo (+3,9) e Usa ancora in calo (-3,5%).

E proprio negli Stati Uniti è ancora alta l'influenza nella Gdo del brand statunitense che commercializza prodotti "low alcol" con aromi alla frutta provenienti dall'Italia e in particolare dal Piemonte. Su un totale di 906 milioni di euro relativo agli acquisti di "table wines" tricolori (vini fermi e frizzanti, esclusi spumanti), l'impresa americana di vino italiano somma vendite per 341 milioni di euro, con un'incidenza sul venduto della tipologia al 38%. "Il fenomeno – ha detto il segretario generale di Unione italiana vini (Uiv), Paolo Castelletti – deve far riflettere la nostra filiera, perché è la sintesi delle potenzialità multitarget del vino in una fase di forte transizione dei trend di consumo. Il modello italiano – ha aggiunto Castelletti – rimane chiaramente quello tradizionale dell'alta qualità e del sistema delle denominazioni, ma ciò non esclude l'apertura verso forme produttive più "laiche", con "contaminazioni" che assecondino una domanda giovane sempre più disimpegnata e spesso attenta al grado alcolico. Il player statunitense, sfruttando anche il brand Italia, negli ultimi 7 anni ha aumentato il proprio business del 500% e non è certo un caso".

Ufficio stampa Unione italiana Vini: ispropress

Simone Velasco (327.9131676 – simovela@ispropress.it);

Marta De Carli (393.4554270 – press@ispropress.it);

Benny Lonardi (393. 4555590 – direzione@ispropress.it)

Vendite di vino italiano - gen-set 2023

Litri	Spumanti	Var. %	Vini fermi	Var. %	Totale	Var. %
	32.569.839	3,7%	65.307.007	-6,6%	97.876.847	-3,5%
	44.647.568	-5,9%	76.215.638	3,9%	120.863.206	0,1%
	7.422.067	-1,4%	117.029.673	4,3%	124.451.740	3,9%
Totale	84.639.474	-2,0%	258.552.318	1,2%	343.191.792	0,4%
Euro	Spumanti	Var. %	Vini fermi	Var. %	Totale	Var. %
	573.876.257	7,8%	906.514.110	-3,4%	1.480.390.367	0,7%
	537.482.408	-3,5%	722.065.823	8,0%	1.259.548.231	2,8%
	69.295.572	3,9%	524.131.963	3,4%	593.427.535	3,5%
Totale	1.180.654.237	2,1%	2.152.711.895	1,9%	3.333.366.132	1,9%

Elaborazioni Osservatorio del Vino UIV su dati NielsenIQ