



Comunicato stampa

**VINO (UIV): NEGLI USA STABILE L'IMPORT TRICOLORE (+1,1%), MA CONSUMI
SCENDONO (-9,5%) NEL 1° TRIMESTRE
CASTELLETTI: OCM PROMOZIONE STRATEGICA, BENE MASAF SU TEMPI NUOVO BANDO**

(Roma, 2 maggio 2024). Mercato del vino a più ombre che luci negli Usa, il primo sbocco per le vendite italiane all'estero con un valore che nel 2023 ha sfiorato i 2 miliardi di euro. Da una parte il segno leggermente positivo delle importazioni trimestrali da Oltreoceano (+1,1% i volumi), dall'altra un ulteriore calo dei consumi nei canali off e on trade statunitensi. Secondo l'Osservatorio Uiv su base SipSource, che misura le vendite nel 75% degli esercizi commerciali statunitensi, il mese di marzo (-13%) ha ulteriormente peggiorato il quadro trimestrale che vede i consumi di vino italiano a -9,5% sul già complicato avvio dell'anno precedente.

Una tendenza, quella italiana, che fa il paio con gli acquisti complessivi di vino nel primo mercato al mondo, in contrazione di oltre il 10%. In un contesto di calo tendenziale che persiste dallo scorso maggio, pagano dazio tutte le tipologie di prodotto tricolore, a partire dai bianchi (-11,5%), oltre che dai rossi (-8%) e dagli spumanti (-6%). Tra le principali denominazioni, cali in doppia cifra per Barolo fino al Chianti Docg e al Pinot Grigio. Giù anche Prosecco (-4,5%), mentre risultano stabili i consumi di Asti Docg, in leggera crescita il Chianti Classico e in ascesa a due cifre il Brunello di Montalcino.

Avvio di anno complicato sulle tavole ma stabile alle dogane, che segnalano nel primo trimestre una mini-ripresa degli ordini con i volumi a +1,1% (80 milioni di litri) e i valori a +2,6% (508 milioni di dollari) dopo un 2023 chiuso a -13%. Nel periodo, gli spumanti calano a volume del 4,6%, mentre i vini in bottiglia segnano un +0,6%. Il dato complessivo registra una regressione a marzo rispetto al primo bimestre, che si era chiuso con un attivo di quasi il 3% di bottiglie dirette negli Usa.

“La speranza – ha detto il segretario generale di Unione italiana vini (Uiv), Paolo Castelletti - è che si possa arrestare un avvitamento figlio di un mix di fattori congiunturali e strutturali, e il refill di ordini di inizio anno può essere un buon segno a patto che i consumi sostengano gli ordini. Un fattore determinante per il medio-lungo periodo – ha aggiunto – è quello della promozione, con i fondi Ocm che restano strategici per un mercato ancora ad alto potenziale come gli Stati Uniti. Il ministero dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare è in fase di presentazione del nuovo bando con grande anticipo rispetto agli anni passati e questo di per sé è un'ottima notizia per le imprese del vino”.

Ufficio stampa Unione italiana Vini: ispropress

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

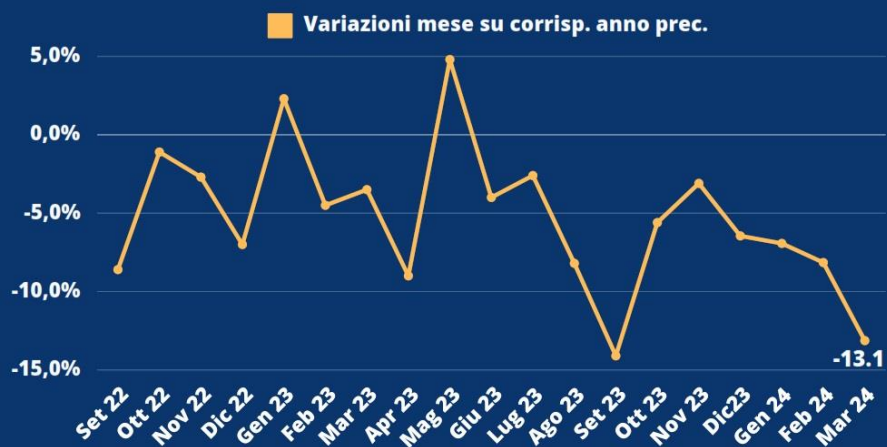
Marta De Carli (393.4554270 – press@ispropress.it)



UNIONE ITALIANA VINI

Vendite di vino italiano

Consuntivo Gen-mar 2024/23: -9.5%



Elaborazioni Osservatorio del Vino UIV su dati SipSource

Vendite di vino in USA per origine



Elaborazioni Osservatorio del Vino UIV su dati SipSource