Vendemmia, record di giacenze ed esportazioni in contrazione

20230828120132vinoincantina-2cd7388e

Secondo l’analisi Uiv e Vinitaly, **la vendemmia 2023 si apre con una giacenza di vino in cantina pari a 45,5 milioni di ettolitri**, l’equivalente di oltre 6 miliardi di potenziali bottiglie da 0,75/litri. Il dato riflette un’**eccedenza dello 4,5%** rispetto al pari periodo dello scorso anno a causa in particolare di un incremento senza precedenti degli stock per i vini di maggior qualità, con le Dop a +9,9% sull’ultima rilevazione pre-vendemmiale del 2022.

L’altro indicatore di mercato – aggiunge l’Osservatorio – è anch’esso complicato, con la **domanda extra-europea** segnalata nel primo semestre **in ulteriore contrazione**. Tra i top 10 buyer – che assieme rappresentano circa l’85% del mercato extra comunitario – **le esportazioni a volume sono positive solo per la destinazione russa**, con cali quantitativi in doppia cifra per Stati Uniti, Canada, Giappone, Norvegia, Cina e Corea del Sud.

Complessivamente la **riduzione tendenziale** nella prima metà dell’anno segna un -9% a volume e un -5% a valore, con gli spumanti giù del 13% e i fermi imbottigliati inchiodati a -5%. Per entrambe le tipologie, il trend a valore indica un **gap del 4%**, ma mentre per gli sparkling l’aumento del prezzo medio è in linea con il surplus dei costi produttivi (+10%), lo stesso non si può dire per i fermi (+1%).

“Sulla prossima vendemmia - la cui paventata forte contrazione è ancora tutta da verificare – pesa una congiuntura che si sta manifestando in tutta la sua complessità" commenta **Lamberto Frescobaldi**, il Presidente di Unione italiana vini (Uiv). *"Comprendiamo la volontà da parte delle nostre imprese di mantenere le quote di mercato, ma **abbassare i prezzi** – come per esempio con i rossi sfusi in Germania, che stanno scendendo verso le quotazioni spagnole a circa 50 centesimi/litro - **rischia di diventare un pericoloso boomerang** una volta fuori dalla crisi di potere di acquisto che coinvolge anche i nostri competitor. A tal proposito il fenomeno crescente dei prodotti a private label e gli imbottigliamenti del nostro vino fuori dall’Italia contribuiscono all’erosione del valore aggiunto”.*

*“L’Osservatorio aveva previsto un **2023 difficile**, ciò si sta verificando nonostante l’economia globale abbia per ora tenuto lontano buona parte delle nubi recessive. Ciò che può fare Vinitaly è **intensificare la costruzione di ponti commerciali con l’estero**, in particolare nelle relazioni con i mercati extra-Ue, a partire da quello americano dove saremo partner della Camera di Commercio di Chicago per l’International Wine Expo. Da settembre a dicembre abbiamo infatti in programma una nuova campagna di internazionalizzazione con 25 appuntamenti in 15 Paesi e 4 Continenti. Da una parte per rifinire ulteriormente l’incoming per la prossima edizione veronese, dall’altra per garantire b2b direttamente sulle piazze estere”* aggiunge **Maurizio Danese**, AD di Veronafiere.