

VINO, OSSERVATORIO UIV: EXPORT USA RIMBALZA NEL BIMESTRE ESTIVO E ALLEGGERISCE PERDITE

CASTELLETTI (UIV): PRESTO PER PENSARE A INVERSIONE DI TENDENZA, MAI COME ORA IMPORTANTE PRESENZA NEGLI USA

SI CHIUDE MARKETING YEAR DA DIMENTICARE (-15% SU MEDIA CINQUE ANNI PRECEDENTI)

(Roma, 18 settembre 2026). Mini-rimbalzo delle esportazioni di vino italiano negli Stati Uniti nel mese di luglio. Un ritorno alla crescita nel primo mercato tricolore al mondo – rileva l'Osservatorio Uiv su dati ufficiali – con un incremento tendenziale di quasi il 10% in valore (+1,3% i volumi) e un prezzo medio finalmente in crescita di oltre l'8%. In attivo ancora più consistente è prevista la performance di agosto, anche se il bimestre estivo si confronta con un pari periodo 2025 che aveva segnato perdite complessive vicine al -30%.

Secondo l'analisi di Unione italiana vini (Uiv), il buon risultato di luglio alleggerisce il gap cumulato nei primi 7 mesi di quest'anno, portandosi a -11% (era -14% a giugno) e una previsione di assestarsi attorno al -9,5% ad agosto. "È presto – ha detto il segretario generale Uiv, Paolo Castelletti – per prefigurare una inversione di tendenza delle spedizioni oltreoceano, anche perché i consumi statunitensi non stanno sin qui ripartendo in maniera significativa. Di certo, 2 mesi consecutivi in segno positivo non si registravano dall'inizio del 2025 e allentano una evidente tensione di mercato anche in vista degli importanti appuntamenti autunnali con il trade americano, a partire dal Vinitaly a New York di ottobre. Le insidie per il mercato europeo negli Usa sono ancora tutte lì – ha concluso Castelletti – a partire dall'indagine per *overcapacity* con possibili ulteriori dazi, fino all'inflazione galoppante e al conseguente calo del potere di acquisto: per questo la presenza oltreoceano diventa ancora più importante".

A livello statistico, l'Italia chiude il peggior "marketing year" (da 1° agosto 2025 a 31 luglio 2026) della sua storia recente: a valori deflazionati l'ultima annata commerciale (a 1,634 miliardi di euro) risulta essere la peggiore dal 2015/2016, e lo stesso dicasi per i volumi. La variazione reale rispetto ai 5 marketing year precedenti segna -15%. Una tensione, quella Usa, determinata da fattori concomitanti come i dazi, il dollaro debole, e un calo strutturale della domanda di vino che ha condizionato l'intero export extra-Ue, al minimo storico dal periodo Covid 2020-2021. Una difficoltà – spiega l'Osservatorio Uiv – che ha accomunato tutti i principali Paesi produttori: la market leader Francia presenta trend ancora più problematici, con un calo nominale a valore nell'ultimo marketing year pari a -22% (-16% per l'Italia).

Per il responsabile dell'Osservatorio Uiv, Carlo Flamini: "Il mercato è in una fase di profonda trasformazione: i dazi si sono inseriti in maniera irruenta in un processo di cambiamento in atto ormai da almeno un lustro. I consumi si stanno spostando, non solo all'interno del segmento vino (spumanti, cocktail, ready-to-drink), ma anche verso bevande differenti (hard-teas, kombucha), meglio sintonizzate con occasioni di consumo in costante mutamento, anche (o soprattutto) dal punto di vista del packaging, che privilegia sempre più portabilità e comodità".



UNIONE ITALIANA VINI

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