

Scritto da Red.

Lunedì 07 Novembre 2022 17:23

---



VERONA – Voci di costo lievitare e vendite in flessione, crollo della redditività, ansia da recessione. Per il vino italiano, reduce da anni di crescita importante sui mercati mondiali, il grande freddo è già arrivato, e si farà sentire per tutto il 2023. Lo dice l'indagine congiunturale dell'Osservatorio Uiv/Vinitaly, presentata oggi al wine2wine di Veronafiere, nel corso del convegno di filiera che ha aperto l'evento dedicato al vino.

Secondo lo studio, il surplus di costi registrato quest'anno dalle imprese italiane - 1,5 miliardi, l'83% in più, derivanti dai soli aumenti dei prezzi energetici e delle materie prime secche, come tappi, vetro e carta - complicherà i bilanci 2022 delle imprese. A partire dal Margine operativo lordo, previsto quest'anno al 10%, in discesa rispetto al 25% del 2021 e peggiore anche dell'annus horribilis 2020, quando l'indicatore di redditività riscontrato era al 17%. Ma la vera doccia fredda sarà nel 2023: in uno scenario recessivo il Mol andrà in caduta libera (4%), con un fatturato, a -16%, che in molti casi non riuscirà a coprire costi in decremento (-11%) ma comunque relativamente alti. In termini monetari, la riduzione del Mol attesa per l'anno prossimo è di circa 900 milioni di euro, attestandosi così a 530 milioni di euro contro il miliardo e 400 milioni del 2022 e i 3,4 miliardi del 2021.

Relativamente al mercato, l'Osservatorio di Unione italiana vini e Vinitaly prevede per il 2022 una chiusura d'anno con vendite generali in calo dell'1% a volume (41,4 milioni di ettolitri), per un valore in aumento, grazie all'horeca e alla vendita diretta, del 6%, a 14,3 miliardi. Molto meglio l'estero sulla dinamica valoriale (+10% contro +1% del mercato italiano), mentre i volumi sono attesi stabili in Italia e in leggera contrazione sui mercati internazionali, in particolare Usa, Germania, ma anche Cina e ovviamente Russia. Il dato del valore – rileva l'analisi - non deve però trarre in inganno: l'incremento, del tutto inflattivo, del 7% sul prezzo medio non basta a

Scritto da Red.

Lunedì 07 Novembre 2022 17:23

---

coprire i costi, come dimostrato dalle richieste delle imprese alla distribuzione di aumentare i listini mediamente del 12%.