

Food & Agroalimentare - *Vino, Uiv: export in Usa ancora in picchiata, -15,4%. Castelletti: "Con i dazi realtà difficile da gestire"*

Roma - 08 lug 2026 (Prima Notizia 24) **Il calo strutturale dei consumi e l'incertezza tariffaria frenano il settore.**

Non si arresta la contrazione delle esportazioni di vino italiano nel mondo, che nel primo trimestre dell'anno fanno registrare un -8,3% a valore. A pesare in modo decisivo sulla performance del settore è il mancato rimbalzo del mercato degli Stati Uniti, frenato da dazi, svalutazione del dollaro e da una flessione strutturale dei consumi oltreoceano che dura ormai da cinque anni. Secondo i dati diffusi dall'Osservatorio Uiv, l'export del primo quadrimestre 2026 verso gli Usa precipita di un ulteriore 15,4% a valore, dopo aver già archiviato lo scorso anno con un saldo negativo del 9,2%. Un quadro delicato analizzato a Roma dal segretario generale di Unione italiana vini (Uiv), Paolo Castelletti, nel corso dell'Assemblea nazionale: "Da aprile 2025 a fine marzo 2026 le nostre esportazioni verso gli Usa sono calate del 17%, per un gap tendenziale a valore di circa 340 milioni di euro. La tesi che gli americani anche con i dazi non rinunciano ai nostri prodotti è bella da raccontare ma nella realtà è sempre più difficile da gestire. Per il vino le tariffe sono la goccia che ha fatto traboccare il vaso, ma notiamo che anche altri comparti bandiera del made in Italy tradizionali sono andati in difficoltà; penso per esempio all'alimentare, alla meccanica, al mobile. L'imperativo oggi è moltiplicare la nostra presenza nel primo mercato al mondo attraverso i codici del commercio e non di quelli, preoccupanti, della politica", ha scandito Castelletti. Un presidio commerciale che deve fare i conti con profonde mutazioni socioculturali. Secondo Federico Petroni, coordinatore della Scuola di Limes, l'amministrazione Trump è l'effetto e non la causa di un cambio di paradigma strutturale: tramontata l'era dei baby boomer, emerge un pubblico più plurale sotto il profilo generazionale, etnico e geografico, che impone al vino italiano linguaggi e strumenti radicalmente nuovi. Sul fronte geopolitico, l'attenzione resta alta per la prossima scadenza tecnica del regime tariffario temporaneo (Section 122 del Trade Act) fissata al 24 luglio. Alfredo Conte, direttore centrale per la Politica Commerciale Internazionale, ha mitigato i timori spiegando che l'incertezza sarà formale più che sostanziale, con misure post-scadenza che verosimilmente manterranno lo stesso valore, senza eccedere il 15%. A supporto delle imprese è intervenuto anche il presidente di Ita-Italian Trade Agency, Matteo Zoppas, confermando il lavoro della diplomazia e un incremento di risorse per la promozione negli Stati Uniti e per l'incoming a Vinitaly.USA, evidenziando la necessità di proseguire sulla strada degli accordi commerciali. In questo scenario di incertezza, l'assemblea ha indicato la via del de-risking, invitando le aziende a ridurre l'esposizione ai rischi geopolitici guardando al mercato interno europeo, dove l'export di vino italiano è cresciuto del 31% negli ultimi sei anni. Tuttavia, anche l'Ue sconta i limiti dell'iper-regolamentazione

e delle barriere tecniche. "Il vero costo dell’Europa, è la non-Europa. Le imprese europee non pagano solo il costo delle barriere interne, ma anche quello della frammentazione del mercato unico", ha spiegato Carlo Alberto Carnevale Maffè, docente alla SDA Bocconi. "Nel solo agroalimentare, questa mancata integrazione vale circa 57 miliardi di euro: un costo nascosto che ricade ogni giorno sulle imprese sotto forma di adempimenti duplicati, regole non armonizzate, fiscalità divergente e oneri di conformità. Per aziende che competono su scala globale è paradossale dover affrontare, di fatto, 27 mercati diversi all’interno dell’Unione. Completare davvero il mercato unico non significa solo semplificare: significa restituire competitività alle imprese europee e liberare risorse per innovazione, investimenti e crescita".

(Prima Notizia 24) Mercoledì 08 Luglio 2026