

# L'Ocm aiuta a promuovere il vino italiano all'estero

written by Redazione Wine Meridian | 20 Aprile 2014



L'Ocm fa bene al vino italiano all'estero. Le quote di mercato delle produzioni vinicole italiane sono cresciute del 43% in valore passando da 3,4 (2009) a 5 miliardi nel 2013. Una affermazione sui mercati esteri che testimonia, secondo gli operatori del settore – molti i big come Academia Barilla, Istituto Grandi Marchi, Banfi, Fondazione Qualivita, Consorzio Prosciutto San Daniele – intervenuti al convegno 'Promozione del vino e del food italiani nei Paesi terzi' oggi all'Università La Sapienza, "un caso di straordinario successo" dell'Ocm Vino. L'Ocm è la misura di cofinanziamento comunitario per la promozione nei Paesi extra Ue introdotta nel 2009 e promulgata fino al 2020, con allargamento delle azioni anche al mercato interno.

Sono oltre 800 i programmi di attività di promozione internazionale e marketing di prodotto già realizzati per un valore complessivo di 700 milioni di euro di investimenti. Hanno interessato circa 1.500 aziende del Vigneto Italia e 25 Consorzi di tutela.

La riforma offre ora, per la prima volta, la possibilità di sviluppare progetti congiunti fra brand del vino e dell'alimentare. Una sinergia 'wine and food' apprezzata dal vice presidente dell'Istituto del vini di qualità Grandi Marchi, Sandro Boscaini, che ha sottolineato "la globalizzazione dei consumi in atto" e "le difficoltà dei produttori del vecchio mondo rispetto a nuovi competitor con notevole potenzialità tecnica, dall'Ungheria alla Moldavia, anche alla luce del nanismo delle aziende del vino italiano" (solo 8 superano i 100mila euro di fatturato, secondo l'ultimo report Mediobanca).

Tuttavia, ha detto Boscaini (storico produttore di Amarone, ndr), "il vino è un buon ambasciatore del made in Italy e un messaggio olistico che, con i tanti regionalismi in cucina, traina il turismo". E sono i 'marchi collettivi geografici' "i nuovi strumenti di penetrazione nei mercati esteri" ha concluso il giurista Fabio Giuseppe Lucchesi citando due esempi apripista: in Italia i 'Prodotti di Puglia' e oltralpe 'France Bon Appetit'.