Le proposte di Federvini al nuovo Parlamento

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Ottobre 2022



Alla 5^ edizione di Milano Wine Week ha debuttato "Wine Agenda", appuntamento voluto da **Federvini** e **Milano Wine Week** per analizzare il presente e il futuro del comparto, individuandone le priorità in chiave di tutela e di sviluppo.

I lavori, a cui hanno partecipato alcuni dei principali esponenti del settore vinicolo e importanti rappresentanti delle forze politiche, **si sono concentrati sulle richieste del settore al Parlamento in via di insediamento e al Governo di prossima costituzione.** Richieste di carattere emergenziale, frutto di una situazione andatasi aggravandosi negli ultimi mesi e che oggi rischia seriamente di mettere in ginocchio uno dei comparti di maggior valore identitario e tra i più rilevanti dell'intera produzione agroalimentare del Paese.

“È fondamentale e urgente dare vita a misure straordinarie, immediate e a medio termine, per aiutare le imprese a crescere, anche attraverso acquisizioni e aggregazioni – ha dichiarato la **Presidente di Federvini Micaela Pallini** – Abbiamo bisogno di imprese più grandi e di politiche per la promozione del vino italiano sui mercati esteri. **Al nuovo Governo chiediamo interventi concreti,** anche sul piano della tutela a livello internazionale, dove sono in atto tentativi di demonizzare le bevande alcoliche su scala globale, senza voler considerare il vero nodo da affrontare: l’educazione al consumo responsabile.”

La posizione di Federvini

L’appello che Federvini lancia al nuovo Governo si articola nella **richiesta di una serie di interventi,** che guardino alle emergenze del presente e alle sfide futuro, in particolare tesi a:

- Promuovere interventi di defiscalizzazione per incentivare **crescita dimensionale e internazionalizzazione**
- Dare vita a un **piano di comunicazione** per il vino italiano all’estero riconoscendone i valori economici, occupazionali e identitari
- **Contrastare l’irrazionale demonizzazione delle bevande alcoliche** da parte di organismi sovranazionali
- **Attenuare i costi** di approvvigionamento energetico

La leva fiscale potrà avere un ruolo determinante nel **favorire le aggregazioni per creare gruppi di dimensione europea**, oltre che nuove realtà commerciali rivolte all’internazionalizzazione, e per favorire lo sbarco di queste nuove realtà sul mercato dei capitali così da rafforzarne i livelli di capitalizzazione. **Occorre intervenire per ridurre la frammentazione che caratterizza il comparto** e che, anche per la mancanza di una regia e di una visione comune, lascia troppi singoli produttori senza la possibilità di aggredire i

mercati esteri in modo coordinato ed efficace.

Il rapporto Mediobanca

Le proposte di Federvini che puntano sulla necessità di un **rinnovato sostegno al posizionamento e alla promozione del vino italiano nel mondo** trovano riscontro nei contenuti dello studio realizzato dall'**Area StudiMediobanca,** nel quale si evidenzia il gap che le imprese vitivinicole italiane registrano rispetto a produttori esteri, in particolare francesi, sotto il profilo dei valori unitari. Un export, quello del vino italiano, definito da Mediobanca "concentrato, di prossimità ma ancora povero", in particolare sotto il profilo del prezzo medio: 32,2 USD per la Francia contro 25,3 USD per l'Italia. Un dato in parte compensato dal confronto sui volumi di esportazione, che vede l'Italia prevalere ampiamente nel confronto con la Francia, e sul trend di crescita del valore complessivo delle esportazioni negli ultimi 10 anni: + 39,4 % per l'Italia, + 29,5% per la Francia.

Il punto dell'Osservatorio Federvini

Secondo quanto evidenziato dai dati dell'Osservatorio di Federvini, in collaborazione con Nomisma e TradeLab, **l'aumento dei costi dell'energia e delle materie prime per il packaging**, come la carta per le etichette (+36%), le capsule e soprattutto il vetro (+47%), stanno mettendo a dura prova la produzione delle imprese del comparto, e conseguentemente la loro crescita. e aziende hanno subito l'impennata dei costi di produzione e trasporti, con l'energia, in particolare, che ha segnato rincari tra il 150 e il 200%. Tutto questo in un quadro inflattivo che vede l'85% degli italiani adottare, o pronti ad adottare, **strategie di risparmio per contrastare la diminuzione del potere di acquisto.**

Secondo Nomisma, nei primi 6 mesi del 2022 il mercato del vino in Italia ha registrato una contrazione delle vendite in GDO in valore e volume a fronte però di una forte ripresa dei

consumi nel canale Ho.re.ca. Contestualmente **l'export ha proseguito la sua corsa, con ottime performance in valore** (+14% nel primo semestre dell'anno rispetto) ma una stazionarietà in volume. La crescita del nostro export vitivinicolo in valore è però legata all'inflazione e all'apprezzamento del dollaro rispetto all'euro.

Per quanto riguarda il mercato dei consumi fuori casa, secondo i dati di TradeLab, **gli effetti della pandemia sono ancora visibili:** nonostante siano terminate le restrizioni rispetto all'inizio della crisi. Il 2021 ha fatto registrare 65 mld di euro di consumi fuori casa legati ai servizi food & beverage contro gli 85 mld del 2019 (-23% rispetto ai livelli pre-pandemici).

Il futuro del vino italiano: Sostenibilità, Qualità e Territorio

Dai lavori è emerso che **nei prossimi 2/3 anni i vini italiani che cresceranno saranno in prevalenza quelli dei vitigni biologici e sostenibili,** nei confronti dei quali i mercati esteri esprimono un interesse crescente, anche relativamente al packaging ecosostenibile e alle colture biodinamiche. Ricercati all'estero anche i vini di vitigni autoctoni e di specifici territori italiani e, a sorpresa, anche quelli low alcohol stanno diventando sempre più di tendenza. **Destinato a crescere di importanza anche il canale e-commerce,** sempre più utilizzato, soprattutto in UK, Usa e Francia, e con ampi margini di crescita, soprattutto per Italia e Germania, paesi finora poco ricettivi a questa modalità di acquisto.

All'evento sono intervenuti Vittorio Cino, Direttore generale Federvini, Federico Gordini, Presidente di Milano Wine Week, Emanuele di Faustino, Senior Project Manager Nomisma, Raffaele Boscaini, Marketing director & Technical group coordinator, Umberto Pasqua, Presidente Pasqua vigneti e cantine, Gabriele Barbaresco, Direttore Area Studi Mediobanca,

con Oriana Romeo, Beniamino Garofalo, Amministratore delegato Santa Margherita gruppo vinicolo, Giancarlo Moretti Polegato, Presidente Villa Sandi, Ettore Nicoletto, President & CEO Angelini wines & estates, Luca De Carlo, Senatore e responsabile Agricoltura di Fdi, Raffaele Nevi, Deputato e responsabile Agricoltura di Fi, Gian Marco Centinaio, Senatore e responsabile Agricoltura della Lega.