Il modello socio-economico dei Vignaioli Indipendenti italiani: tra sostenibilità e valorizzazione rurale

scritto da Redazione Wine Meridian | 14 Novembre 2024



L'indagine Nomisma-FIVI esplora il modello socio-economico dei Vignaioli Indipendenti italiani, piccole aziende vinicole che promuovono sostenibilità ambientale e sociale nelle aree rurali. Attraverso pratiche integrate e strategie enoturistiche, queste aziende non solo contribuiscono al settore vitivinicolo ma rafforzano il tessuto economico locale, affrontando sfide rilevanti per il loro futuro.

L'Italia del vino vanta un patrimonio fatto di produttori, **vitigni autoctoni** e **territori unici** al mondo: oltre **240 mila aziende coltivatrici di uva**, **30 mila imprese**

vinificatrici, più di **500 vini a denominazione Dop e Igp**. Senza tralasciare la biodiversità dei vitigni: i 10 più coltivati pesano per meno del 40% sulla superficie nazionale a vite, contro il 70% della Francia e l'80% dell'Australia. Inoltre, con un fatturato complessivamente pari a **16 miliardi di euro**, il comparto rappresenta un indiscutibile punto di forza per il **Sistema Paese**.

In questo contesto, **Nomisma Wine Monitor** – l'Osservatorio di Nomisma dedicato al mercato del vino – in collaborazione con **FIVI** – la Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti – ha realizzato un'indagine sui produttori associati a FIVI mettendo in luce i risvolti di un **modello socio-economico** collegato a tale tipologia di impresa, le cui esternalità rappresentano un valore non solo per la filiera vitivinicola italiana, ma per l'intero Paese.

Qual è l'identikit di tale modello? **Poco più di 10 ettari di vigneto** è la superficie media coltivata dagli oltre **1.700 produttori associati a FIVI**, **75 tonnellate di uva auto-prodotta** per una produzione media di **38 mila bottiglie vendute ogni anno**: in altre parole, una **filiera totalmente integrata**, dalla vigna alla cantina, fino alla commercializzazione dei propri vini.

"Una delle principali esternalità positive collegate al modello socioeconomico dei Vignaioli Indipendenti Italiani è dato dal fatto che **l'81% dei vigneti coltivati** da questi produttori si trova in **collina e in montagna**, rispetto al 60% della media italiana, vale a dire in quelle **aree interne** sempre più soggette a **spopolamento e a rischio idrogeologico**. Zone dove, per altro, l'uva da vino rappresenta una delle poche produzioni agricole ancora in grado di dare **reddito** a chi la coltiva" – sottolinea **Denis Pantini**, Responsabile Nomisma Wine Monitor.

Basti infatti pensare che, sebbene i cereali rappresentino la coltivazione più diffusa nelle aree collinari e montane

italiane, il valore della produzione ottenuto ad ettaro è meno del **30% di quello ottenuto dall'uva da vino**. "Senza poi tralasciare come in questo modello di impresa la vitivinicoltura esprime risvolti positivi anche a livello sociale dato che **il 30% dei lavoratori è impiegato a tempo indeterminato** (contro il 10% della media italiana in agricoltura), il **28% è di origine straniera** (rispetto al 19% della media italiana) e **il 33% è donna**, a fronte del 26% della media dell'agricoltura italiana" – ha aggiunto Pantini.

Anche dal punto di vista economico, il **"modello FIVI"** esprime valori importanti, non tanto in termini assoluti quanto unitari. Basti infatti pensare che il **prezzo medio a bottiglia del vino venduto dai produttori FIVI** è più che doppio rispetto alla media italiana (**7,7 euro contro 3,6**).

Dall'indagine condotta da Nomisma emerge come, per quanto **l'Italia rappresenti il mercato di elezione dei produttori FIVI** (e l'Horeca il canale principale), **l'estero non è certo disdegnato dai 'vignerons' italiani**: il **71% esporta** mentre un altro **23% ha intenzione di farlo** nei prossimi anni. E se **gli Stati Uniti rappresentano oggi il principale mercato estero di sbocco**, presto anche altri mercati extra-Ue diventeranno sempre più strategici, in particolare nell'**area asiatica**.

Ma le difficoltà non sono poche e per essere superate occorrono risorse. **Un supporto importante potrebbe derivare dai fondi OCM**: purtroppo, a causa delle restrizioni e dei vincoli burocratici che disincentivano l'accesso da parte delle piccole aziende, solo il **14% dei soci FIVI** ha potuto beneficiare negli ultimi due anni dei fondi destinati alla promozione.

Vignaioli Indipendenti: grande attenzione

alla sostenibilità

La ricerca presenta anche un **focus sulla sostenibilità**: alla luce della localizzazione geografica in cui sono collocati i produttori FIVI, il tema della sostenibilità assume quantomeno una doppia valenza. E anche in questo caso i risultati emersi dall'indagine realizzata da Nomisma danno conto di un modello di impresa attento sia alla **sostenibilità ambientale** sia **sociale**.

Nello specifico, negli ultimi due anni il **71% delle aziende intervistate** ha realizzato azioni finalizzate alla **sostenibilità ambientale** (dall'utilizzo di **packaging sostenibile** al contenimento dei consumi di **acqua e delle emissioni**) mentre un altro **24% lo farà nei prossimi due**. 1 impresa su 2, invece, produce **vini in modo biologico** e un **20% è certificato sostenibile**. Nel complesso, per i Vignaioli Indipendenti, la sostenibilità rappresenta in primis **un dovere e una responsabilità**, prima ancora che un costo da sostenere.

E, parlando di sostenibilità, non bisogna tralasciare quella economica su cui, in definitiva, poggiano le altre due (ambientale e sociale). Rispetto a tale obiettivo, una leva di sviluppo e integrazione economica utilizzata dai produttori FIVI è quella dell'**enoturismo**: oltre **l'80% delle aziende associate** offre servizi per gli enoturisti, in particolare **visite guidate con degustazioni**. Anche in questo caso, il "modello FIVI" offre un contributo particolarmente utile alla tenuta socio-economica delle aree rurali, dato che i **ricavi derivanti dai servizi enoturistici incidono per il 23% sul fatturato complessivo dei 'vignerons'** (contro una media nazionale del 18%), evidenziando in tal modo una differenziazione delle attività in grado di valorizzare ulteriormente la produzione vinicola delle aree interne. Inoltre, **il 46% dei turisti** che annualmente visitano tali aziende sono di origine straniera, un altro fattore di sviluppo che, se rafforzato e ulteriormente valorizzato, può

contribuire alla riduzione di quell'overtourism che negli ultimi anni sta portando effetti negativi negli equilibri sociali delle città italiane.

In conclusione, il modello socio-economico dei **Vignaioli Indipendenti** offre un importante contributo alla tenuta e valorizzazione del **vino e dei territori vinicoli del Bel Paese**. Tuttavia, le **sfide** che gli stessi produttori hanno davanti sono tante e complicate e, se non adeguatamente affrontate, rischiano di mettere in crisi l'efficacia di tale modello.

A questo riguardo, per quasi **1 produttore FIVI su 2**, la gestione dei **costi** e l'efficienza dell'**organizzazione aziendale**(messa a dura prova dai **cambiamenti climatici** e dalla difficoltà di reperire **manodopera**) rappresentano le sfide più difficili da vincere, così come l'evoluzione dei consumi e l'inasprimento della concorrenza, in particolare di quei vini più economici (spesso anche di minor livello qualitativo) che in momenti di congiuntura negativa, come quella attuale, rischiano di penalizzare i prodotti di qualità.

"Era da tempo che sentivamo il bisogno di scattare una fotografia più chiara e nitida possibile della nostra base associativa, e grazie alla collaborazione con Nomisma siamo riusciti nel nostro intento" – spiega **Lorenzo Cesconi**, vignaiolo e Presidente FIVI.

"Grazie ai dati forniti dai nostri soci e alla preziosa analisi svolta da Nomisma, abbiamo colto delle importanti conferme, delle interessanti novità e dei preoccupanti segnali di allarme. La conferma riguarda il ruolo dei **Vignaioli nella filiera vitivinicola italiana**: aziende di medio-piccole dimensioni, spesso a conduzione familiare, radicate sul territorio e capaci di creare valore ed esternalità positive lì dove operano; impegnate non solo nella produzione di vino di qualità, ma nella tutela del **territorio** e nella **conservazione del paesaggio rurale italiano**. La novità è

legata alla percentuale di lavoratori a tempo indeterminato presente nelle aziende associate: in tempi storici di grande precarietà lavorativa e in un settore caratterizzato inevitabilmente dalla stagionalità, è interessante leggere che **il 30% dei lavoratori ha contratti stabili**; significa che in azienda si creano spesso legami professionali profondi, che valorizzano le competenze e si basano su **fiducia e rispetto**.

Non mancano le preoccupazioni, perché una ricerca di questo genere ovviamente non può non cogliere elementi critici e tensioni, e in questo senso non possiamo chiudere gli occhi di fronte all'**alta percentuale di Vignaioli che ha posto come prima sfida per il futuro quella della redditività**, a fronte di un continuo aumento dei costi. È un campanello di allarme: significa che la **resilienza delle aziende vitivinicole verticali** non si può dare per scontata e non è infinita, ma ha bisogno di **condizioni interne ed esterne** che non sempre si riscontrano. **Modelli di finanziamento della produzione**, **transizione ecologica**, **passaggi generazionali**, sono sfide enormi che anche come Federazione abbiamo il dovere di studiare a fondo.

Alla politica, in Europa e in Italia, chiediamo **semplificazione, snellimento burocratico, innovazione normativa** a favore della **micro, piccola e media impresa**, e soprattutto una **strategia chiara nella politica vitivinicola**, che deve sempre di più essere orientata alla **sostenibilità di produzione**, alla **qualità** e non alla quantità, alla creazione di valore. Speriamo che ora, anche di fronte a questi numeri, aumenti l'attenzione nei confronti di questo fondamentale segmento della filiera vitivinicola italiana".

"Complimenti per questo approfondito lavoro che fotografa la realtà dei Vignaioli Indipendenti italiani" – dice **Matilde Poggi**, Presidente CEVI – Confederazione Europea Vignaioli Indipendenti. "Colgo in questa ricerca tanti spunti utili a formulare **istanze da portare alle istituzioni europee**, in

primis la necessità di rendere accessibili a tutti i vignaioli, anche i più piccoli, ogni misura di sostegno, come ad esempio **gli aiuti alla promozione paesi terzi**; abbiamo visto da questo studio come le piccole aziende che FIVI rappresenta non accedano a questa misura, pur avendo una buona propensione all'export.

Abbiamo colto dal Commissario designato Hansen la necessita per il settore di un impegno verso la sostenibilità: le aziende dei Vignaioli Indipendenti sono in linea con le richieste ma occorre una semplificazione anche nel sistema delle certificazioni, spesso troppo onerose per aziende di queste dimensioni".

Punti chiave

1. Il modello FIVI promuove sostenibilità ambientale e valorizza le aree rurali italiane.
2. Le aziende FIVI offrono un contributo economico stabile con l'80% coinvolto nell'enoturismo.
3. Solo il 14% dei vignaioli accede ai fondi OCM a causa della burocrazia.
4. Il 71% dei produttori FIVI attua pratiche di sostenibilità ambientale.
5. La redditività rappresenta la principale sfida per i vignaioli indipendenti.