

FEDERVINI

Federazione Italiana Industriali Produttori, Esportatori ed Importatori
di Vini, Acquaviti, Liquori, Sciroppi, Aceti ed affini



Indagine conoscitiva sul *Made in Italy*: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi

1. Chi siamo

Federvini, parte di Confindustria, è la Federazione che raggruppa tre categorie merceologiche: il mondo del **vino**, con particolare focus sulle grandi famiglie imprenditoriali, creatrici di **brand iconici** e protagonisti dell'*export* enologico italiano; il mondo degli **spiriti**, composto sia dalle grandi multinazionali del settore sia dalle piccole distillerie familiari e artigianali che fanno grande il nostro Paese nel campo dei liquori, degli amari e dei distillati; infine il mondo dell'**aceto**, e in particolare dell'Aceto Balsamico di Modena, prodotto unico nel suo genere e ambasciatore del gusto e dello stile gastronomico italiano nel mondo.

I comparti del vino (€12,2 miliardi), degli spiriti (€4 miliardi) e degli aceti (€1 miliardo) rappresentano, complessivamente, l'11% del fatturato totale dell'industria alimentare italiana.

Le aziende associate, inoltre, sono esempi chiave di imprenditoria radicata nei territori e nelle zone produttive, divenendo un presidio di opportunità lavorative, attrazione turistica e di investimenti.

Tuttavia, attualmente una serie di sfide mettono a rischio i nostri comparti: scarsità di materie prime (specie il vetro), rincaro dei prezzi, crisi energetica ed inflattiva, tensioni commerciali e geopolitiche, barriere di accesso al mercato a livello internazionale, contraffazione dei prodotti e il fenomeno dell'*Italian sounding* sono tutte minacce che necessitano di una gestione complessiva a livello governativo con i Paesi partner, europei e non.

2. *Vini, spiriti e aceti: gli alfiere del Made in Italy*

I vini, gli aperitivi, i liquori, i distillati e gli aceti, in particolare l'Aceto Balsamico di Modena IGP, rappresentano delle vere e proprie eccellenze nel panorama agroalimentare *Made in Italy* e, allo stesso tempo, possiedono un immenso valore evocativo ed emozionale legato alla ricchezza dei nostri territori e alla cultura del bere tipicamente conviviale.

I nostri prodotti sono gli Ambasciatori del *Made in Italy* nel mondo e hanno mantenuto intatta la vocazione all'*export* nonostante le complessità degli ultimi anni. I vini, gli spiriti e gli aceti stanno continuando a segnare tendenze in crescita in valore nelle esportazioni: nel 2022 il vino ha toccato il record di €8 miliardi (+12% rispetto all'anno precedente), così come gli *spirits* (€1,7 miliardi). Positivo anche il risultato per gli aceti, in particolare balsamici, che vedono chiudere l'anno con una crescita delle esportazioni (a valore) del 15%.

Gli USA mantengono la leadership come mercato di destinazione extra-UE, dove l'Italia esporta circa €1,6 miliardi di vino, circa €200 milioni di spiriti e circa €30 milioni di aceti.

Dieci anni fa, i mercati dell'Unione Europea pesavano per circa il 57% sul valore dell'*export*; dopo la Brexit nel 2021, si è arrivati al 39%. Questo scenario ha determinato un diverso approccio ai mercati di destinazione e ha sollecitato un allargamento degli spazi commerciali verso nuove realtà emergenti, senza far mancare il presidio nei mercati consolidati.

Non possiamo dimenticare che l'attuale scenario geopolitico sta mettendo a dura prova le Aziende che sono costrette a diversificare strategie di mercato e destinazioni. Il conflitto russo-ucraino ha acuito sensibilmente la crisi economica, ha scatenato una crisi energetica con effetti a valle dirompenti mentre si stanno ridisegnando gli equilibri internazionali e i rapporti commerciali su scala globale.

Sviluppo delle imprese: è necessario supportare le Aziende anche tramite l'elaborazione di misure volte a incentivare il miglioramento dei processi produttivi, logistici e di stoccaggio volti all'efficientamento energetico e all'innovazione.

In questo senso, sarebbe opportuno rinsaldare i legami fra Ministero delle Imprese e del *Made in Italy* e Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste per strutturare in maniera sinergica le azioni di supporto alla politica (agro)industriale, specie in relazione ai finanziamenti e ai bandi a valere su risorse nazionali, europee strutturali e PNRR, nonché riflettere sull'opportunità di rifinanziare misure quali Logistica Agroalimentare, Parco Agrisolare, Transizione 4.0 e arrivare a una rapida erogazione delle risorse del Fondo Transizione Industriale.

Allo stesso modo, si ritiene che il Comitato Interministeriale per il *Made in Italy* nel mondo, co-presieduto da Ministero degli Affari esteri e Ministero delle Imprese, sia uno strumento di rilevanza strategica che possa assolvere alla funzione di avere un coordinamento costante e tempestivo in relazione alla tutela delle filiere produttive, anche coinvolgendo le filiere interessate ogniqualvolta risultasse utile.

Infine, si ritiene strategico elaborare un piano di comunicazione integrato per supportare vini, aperitivi, amari, liquori, distillati e aceti sia all'estero sia a livello nazionale, specie in riferimento al turismo.

A livello di sistema-Paese, completare una capillare diffusione della rete digitale – specie nelle campagne e nei piccoli centri – risulterebbe in un supporto strutturale alle Aziende sul territorio, consentendo di sviluppare elementi innovativi quali agricoltura di precisione, *e-commerce*, *smart-working*, digitalizzazione dei processi.

Il problema dell'accesso al mercato: è una costante. Le Aziende devono misurarsi continuamente con nuovi certificati e/o procedure di registrazione lunghe e macchinose. Si pensi al nuovo certificato che la Colombia vuole introdurre sulla corretta prassi di fabbricazione, alla complessa registrazione richiesta dalla Cina per una presunta tutela della sicurezza alimentare, solo per citare due esempi. Senza dimenticare le numerose richieste di certificati di analisi e il rispetto di parametri analitici non in sintonia con la legislazione europea. Gli ostacoli di natura normativa incidono inoltre sensibilmente sulla capacità espansiva delle Aziende in nuovi mercati.

Gli accordi di libero scambio: al pari di ogni altra forma di facilitazione commerciale, rappresentano uno strumento molto valido per aprire nuove relazioni commerciali e identificare un quadro normativo di riferimento per incentivare gli scambi. In un'ottica di corretto bilanciamento tra interessi offensivi e difensivi tali accordi devono prevedere la più ampia tutela delle nostre indicazioni geografiche, un alleggerimento tariffario, regole di origine chiare per beneficiare dei trattamenti preferenziali, nonché l'esplicito richiamo agli standard internazionali fissati dall'OIV in materia di pratiche enologiche. Gli Accordi di libero scambio rappresentano anche uno strumento cruciale per abbattere le barriere all'ingresso e agevolare l'accesso ai mercati.

Tutela delle indicazioni geografiche: la difesa è prioritaria. Non possiamo dimenticare quando la Croazia ha presentato la domanda di registrazione della menzione tradizionale Prosek chiaramente evocativa della nota denominazione Prosecco e quando la Slovenia e da ultimo Cipro hanno autorizzato denominazioni di vendita degli aceti definiti come balsamici arrecando grave pregiudizio all'Aceto Balsamico di Modena IGP, all'Aceto Balsamico tradizionale di Modena DOP e Aceto Balsamico tradizionale di Reggio Emilia DOP.

Sostegno all'internazionalizzazione: imprescindibile per le nostre imprese. Occorre offrire strumenti di supporto alla partecipazione di manifestazioni fieristiche che continuano a rappresentare un'opportunità di business molto rilevante nonché facilitare l'accesso alle piattaforme digitali dei *marketplace*. È altresì fondamentale poter contare sul supporto delle istituzioni per mettere a sistema tutti i canali disponibili e, in particolare, poter sviluppare delle iniziative mirate anche con le Camere di Commercio. Non solo, sarebbe opportuno sviluppare misure mirate di defiscalizzazione per le quote di fatturato investite in progetti di promozione all'estero così come per incentivare la fusione tra aziende e/o favorire l'acquisizione di distributori all'estero.

Semplificazione amministrativa: la semplificazione delle vendite a distanza intracomunitarie di vini, aperitivi, liquori e distillati destinate a privati consumatori residenti in altri Stati membri è da tempo un tema molto sentito dal mondo della produzione. Tali vendite costituiscono una grande opportunità, perché consentirebbero al produttore di rafforzare, ulteriormente, quel rapporto di fidelizzazione con il consumatore. La procedura di assolvimento dell'accisa dovrebbe essere semplificata mediante l'introduzione di un sistema "one-stop-shop", in linea con il regime di pagamento dell'IVA, attivo nell'UE da luglio 2021 che ha sostanzialmente migliorato la velocità delle transazioni commerciali.

Sulle vendite a livello extra-UE, il rapporto di vendita viene regolato dalla legislazione dello Stato di destinazione dove necessariamente bisogna affidarsi all'intermediario/distributore/importatore che si occupa della logistica e di tutte le pratiche burocratiche doganali. È necessario prevedere un'assistenza tecnica alle Aziende sulla scelta delle piattaforme e sulle procedure nei diversi mercati nonché sulla fattibilità di fornire costantemente i prodotti da vendere.

A livello di produzione vitivinicola, sarebbe invece opportuno completare la dematerializzazione del registro di cantina, collegandolo con il nuovo schedario viticolo grafico, per una maggiore tracciabilità delle produzioni e una più moderna tutela del vino.

Alcol e salute: attualmente, a livello internazionale (OMS) ed europeo (caso irlandese) è in atto un attacco sistemico ai prodotti alcolici in quanto tali. Questo attacco proseguirà, presumibilmente, nei prossimi mesi e anni, motivo per cui è necessario mantenere sempre alta l'attenzione per comparti come il vino e gli spiriti, che custodiscono millenni di tradizioni nazionali, tutelano le aree marginali..

In questo senso, è necessario agire quantomeno lungo due filoni:

- i. adoperandoci, come sistema-Paese, per mettere in campo azioni e iniziative di cooperazione internazionale volte a promuovere, a livello europeo, l'adozione della Dieta Mediterranea: una delle migliori argomentazioni a favore della non dannosità del consumo moderato e responsabile di **bevande alcoliche** è rappresentata proprio dalla longevità della nostra popolazione e, più in generale, dalla buona salute delle popolazioni che hanno adottato tale Dieta;
- ii. adoperandoci, come Governo, per creare una **coalizione di Paesi UE** produttori di tutte le categorie di bevande alcoliche, contrari all'impostazione proibizionista e demonizzante di tali prodotti, in favore di un modello di consumo responsabile e consapevole, basato sulla socialità e convivialità, facendo anche leva sugli ottimi risultati raggiunti dal nostro Paese in materia di contrasto all'abuso. Non solo, in sede di **OMS** e **World Trade Organization** tale coalizione dovrebbe essere ampliata anche a Paesi partner, con specifico riferimento a Stati Uniti d'America, Canada e Giappone.

3. Le nostre proposte

In questo scenario, come Federazione auspichiamo:

- a) attivare forme di **defiscalizzazione** dei fatturati derivanti dall'*export*;
- b) prevedere la facoltà di esporre in bilancio come **spese pubblicitarie e promozionali** i costi di ospitalità, tanto più se collegate a manifestazioni ed eventi in Italia ed all'estero, con la presenza di giornalisti e/o operatori professionali;
- c) **Incentivare** le aggregazioni e le fusioni per accrescere la forza dimensionale e finanziaria delle nostre aziende;
- d) semplificare e sburocratizzare una serie di adempimenti di natura amministrativa e fiscale. Per esempio, le **vendite a distanza**, o intervenire sul **collegamento dello schedario viticolo al registro vitivinicolo**;
- e) rafforzare le forti relazioni di collaborazione con **MAECI** e **ICE** e organizzare specifiche missioni basate su una forte strategia di diplomazia economica;
- f) avviare un progetto promozionale coordinato tra le diverse **Camere di Commercio all'estero** che rappresentano un utile strumento di valorizzazione delle nostre eccellenze;
- g) contrastare la **contraffazione** di prodotti *Made in Italy* all'estero e il **fenomeno dell'Italian sounding**, non solo perseguendo nelle opportune sedi le realtà coinvolte, bensì anche tramite specifiche iniziative di promozione del *Made in Italy* nei Paesi di destinazione, nonché attraverso il **coinvolgimento delle comunità italiane** residenti

- all'estero e tramite un **piano di comunicazione integrato** per supportare le filiere di vini, aperitivi, amari, liquori, distillati e aceti sia all'estero sia a livello nazionale;
- h) promuovere la diffusione della **banda larga** alle campagne, specie nelle aree marginali, per promuovere la digitalizzazione e lo sviluppo innovativo delle aziende;
 - i) sostenere e promuovere, anche in sede europea, le innovazioni a livello nazionale, come la [piattaforma U-label](#), promossa da *Comité Vins e spiritsEUROPE* per consentire alle aziende di creare le proprie etichette digitali. La piattaforma, attiva dal 2021, consente di inserire nelle etichette digitali, oltre alle indicazioni obbligatorie, anche messaggi sul consumo responsabile e sulla sostenibilità dei prodotti;
 - j) sostenere un'appropriate politica di supporto al mondo (agro)industriale, anche tramite il recupero del **Piano Transizione 4.0** nelle sue tre componenti;
 - k) sostenere una modifica al vincolo dell'**autoconsumo** e della **potenza installata** rispetto all'installazione di pannelli fotovoltaici sui tetti delle imprese agroindustriali, in modo da permettere una maggiore autonomia energetica delle imprese;
 - l) in relazione al caso specifico dell'etichettatura irlandese, che il Governo italiano si adoperi nel dialogo e nella collaborazione con Paesi partner quali Stati Uniti, Canada e Giappone, che nei mesi scorsi hanno dimostrato di condividere la posizione italiana, **a livello di WTO**;
 - m) in materia di alcol e salute, che si istituisca un **Comitato Interministeriale tra i Dicasteri di Affari esteri, Sovranità alimentare, Imprese e Salute** per definire in maniera coordinata la posizione italiana di consumo moderato e promozione della Dieta Mediterranea sul tema in tutte le sedi internazionali, evitando assenze o mancanza di coerenza nei messaggi e nelle azioni delle diverse autorità governative. Non solo, si auspica che il Governo italiano, così come fatto sul Nutriscore, si faccia parte attiva nella creazione di una coalizione di Paesi europei produttori di tutte le categorie di bevande alcoliche, contrari all'impostazione proibizionista e demonizzante di tali prodotti, in favore di un modello di consumo responsabile e consapevole, basato sulla socialità e convivialità, facendo anche leva sugli ottimi risultati raggiunti dal nostro Paese in materia di contrasto all'abuso.