



IL SETTORE VITIVINICOLO ALLA SFIDA DELLA PAC POST-2020: COMPLEMENTARIETÀ DEGLI INTERVENTI TRA I E II PILASTRO E PROSPETTIVE

Dicembre 2018

Documento realizzato nell'ambito del
Programma Rete Rurale Nazionale 2014-20
Piano di azione biennale 2017-18
Scheda progetto ISMEA 6.1 "No Double
Funding"

Autorità di gestione: Ministero delle politiche
agricole alimentari, forestali e del turismo
Ufficio DISR2 - Dirigente:
Paolo Ammassari

Responsabile scientifico:
Fabio Del Bravo

Coordinamento operativo:
Antonella Finizia

Autori:
Eugenio Pomarici, Tiziana Sarnari

Impaginazione e grafica:
Roberta Ruberto, Mario Cariello, Jacopo Barone

Dicembre 2018

INDICE

INDICE	2
Premessa	5
Capitolo 1: Cornice Istituzionale del settore vitivinicolo.....	8
1.1 Politica vitivinicola e complementarietà tra OCM e sviluppo rurale: ricostruzione di un lungo percorso	8
Evoluzione e contaminazione dell'intervento settoriale per il vino nell'ambito delle politiche di mercato.....	8
La riforma del 1999 apre il percorso di trasformazione	9
Analisi del punto di svolta: la riforma del 2008	13
Quando emerge il rischio "doppio finanziamento"	15
1.2 Attuale cornice istituzionale del settore vinicolo	15
Ambiti, fonti e livelli delle normative di settore	15
La normativa in vigore dell'Unione Europea: ambiti di applicazione	17
Governance del sistema normativo e marketing	21
Capitolo 2: Complementarietà tra i diversi strumenti pac.....	23
2.1 OCM e PSR: indicazioni emerse dal focus group con interlocutori istituzionali.....	23
2.2 I criteri di demarcazione contenuti nel Piano Nazionale di Sostegno OCM vino	24
2.3 Gli investimenti nel settore vinicolo prima della riforma del 2013.....	27
2.3 La misura investimenti dell'OCM vino dopo la riforma del 2013	28
2.3 Misura investimenti nei PSR: la declinazione regionale.....	30
Capitolo 3: Evoluzione degli obiettivi della PAC post 2020 e rafforzamento delle esigenze di complementarietà	31
3.1 Le proposte della nuova PAC post 2020: i possibili obiettivi.....	31
3.2 Il Piano strategico e le scelte settoriali di programmazione per il vino: l'esigenza di definire la complementarietà tra gli strumenti	33
Capitolo 4: Inquadramento tecnico-economico del settore vitivinicolo.....	36
4.1 Variabili microeconomiche di determinazione dell'offerta.....	36
La diversificazione del prodotto	36
La scomponibilità e la divisibilità del processo produttivo	38
4.2 Organizzazione dell'offerta.....	40
Modelli di integrazione e de-integrazione.....	40

Assetti aziendali e commercializzazione del prodotto	42
4.3 La struttura del mercato del vino e i contesti competitivi: uno sguardo di insieme.....	43
Capitolo 5: Variabili macroeconomiche del settore vitivinicolo.....	45
Premessa	45
5.1 I flussi globali del vino nel nuovo secolo	45
Superfici e produzioni	45
Il consumo	46
Gli scambi internazionali	47
5.2 Globalizzazione e equilibrio domanda-offerta nel mercato del vino	49
5.3 Il modello Anderson & Wittwer: ipotesi e proiezioni al 2025	50
Proiezioni al 2025 nel quadro dello scenario base (baseline)	51
Focus sulle categorie di prodotti	55
Risultati principali delle proiezioni basate sui 3 scenari alternativi	56
Supervalutazione del dollaro.....	56
Minore crescita cinese.....	56
Brexit.....	57
5.4 Outlook della UE	57
5.5 Considerazioni finali	57
Capitolo 6: Le caratteristiche del settore vinicolo italiano.....	59
6.1 La struttura del sistema di offerta	59
La struttura delle aziende vinificatrici.....	60
Le grandi imprese italiane	62
6.2 I flussi all'interno nel settore vinicolo italiano	64
6.3 Competitività dell'offerta	66
Performance competitiva nel mercato interno.....	66
Performance competitiva nei mercati esteri.....	68
Redditività.....	68
Capitolo 7: Strategie e obiettivi per il settore vitivinicolo.....	71
7.1 Considerazioni di sintesi	71
7.2 Focus su alcuni temi specifici.....	71
Appunti per una strategia nazionale vitivinicola articolata	71
La sfida della sostenibilità	74
Ottimizzazione del sostegno alla promozione nei mercati internazionali	76

Conclusioni	78
Appendice 1: le schede regionali sulla demarcazione.....	80
Le schede regionali: criteri di demarcazione PSR e OCM	80
Appendice 2: le schede regionali sulla demarcazione, le scelte dei PSR.....	97
Ricognizione dei bandi regionali misura 4.1.....	97
Ricognizione dei bandi regionali misura 4.2.....	100
Bibliografia.....	107

PREMESSA

Con il presente rapporto si intende approfondire, per il settore viticolo, il tema della complementarità e demarcazione tra il primo e secondo pilastro della PAC. Il tema assume particolare importanza sia per garantire la correttezza della spesa dello sviluppo rurale sia per agevolare la complementarità tra gli strumenti messi a disposizione dalla Politica Agricola Comunitaria, tenendo anche conto dei cambiamenti in atto nell'ambito del dibattito sulla riforma della PAC post-2020.

Nella primavera del 2018, infatti, la Commissione Europea ha pubblicato le proposte di regolamento per la futura PAC prospettando un'organizzazione normativa molto diversa dalla precedente che, a parte gli aspetti formali, si caratterizza per un nuovo approccio strategico che imporrà agli Stati Membri maggiori responsabilità nel definire l'utilizzazione delle risorse a livello locale spostando l'attenzione delle politiche dalla "conformità" ai risultati.

La proposta della Commissione conferma anche per il nuovo ciclo della PAC l'intervento settoriale per alcuni comparti, tra cui quello del vino. Le misure di spesa previste fin alla riforma del 2008, e confermate nella revisione del 2013, sembrano sostanzialmente restare anche nel progetto di riforma sebbene con alcune novità normative, come una nuova regolamentazione del vino dealcolato o l'utilizzo di ibridi.

Nei prossimi mesi, i governi degli Stati Membri e tutti gli stakeholder presenti nel settore vitivinicolo saranno chiamati in modo diretto e indiretto al processo che dalle proposte di regolamento, appena presentate, porterà ai regolamenti definitivi, e sarà opportuno che tutti i soggetti possano intervenire nel dibattito con piena consapevolezza della complessità e delle caratteristiche del settore vitivinicolo, a livello nazionale ed europeo.

In questa prospettiva, il rapporto fornisce un'analisi del settore vitivinicolo focalizzata sulla caratterizzazione dell'organizzazione e della struttura del settore, sulla valutazione della sua competitività e sull'analisi di alcune tematiche di rilievo. Per fare questo, oltre all'analisi dei dati a disposizione, si sono approfondite le tematiche anche con gli addetti ai lavori attraverso l'organizzazione di tre *focus group*, due dei quali con produttori e uno con rappresentanti delle Regioni. Si è voluto così rappresentare il settore dal punto di vista sia degli operatori, potenziali beneficiari degli aiuti messi a disposizione dalla Ue, sia delle Regioni che, di fatto, mettono in atto le politiche comunitarie.

L'obiettivo è quello di fornire fin da questa fase preliminare del dibattito elementi di riflessione affinché la maggiore libertà prospettata dalla futura PAC rappresenti un'opportunità, scongiurando, di contro, il rischio che la contrapposizione di interessi particolari di breve periodo impoverisca il confronto e limiti la portata delle scelte che verranno operate.

Se le minacce saranno scongiurate e le opportunità colte, la nuova PAC, spingendo verso un approccio strategico che il settore del vino nella sua complessità non ha mai adottato, integrando sia le opportunità dell'OCM che PSR, potrà creare le condizioni perché il settore vitivinicolo dia un contributo di particolare rilievo all'economia agricola nazionale e alla stabilità socioeconomica dei territori rurali.

Le prospettive di evoluzione della domanda internazionale di vino sono positive e la redditività della vitivinicoltura delle aree collegate al mercato, è soddisfacente. Da questo punto di vista, nella terza parte del Rapporto si affronta con una certa profondità l'analisi del settore vitivinicolo italiano, studiandone le

caratteristiche strutturali specifiche e valutandone la competitività, come sintesi delle performance e della redditività degli attori. L'analisi incrociata dei dati di performance, sul mercato interno e su quelli esteri e della redditività, porta a formulare un giudizio sulla competitività del sistema vitivinicolo italiano che è certamente positivo nel suo insieme ma che richiede delle qualificazioni.

Sullo stesso fronte, le prospettive complessive del settore sono analizzate attraverso la lettura congiunta delle previsioni di uno specifico modello previsionale dell'Università di Adelaide e dell'Outlook della Commissione Europea. Entrambi restituiscono un quadro prospettico del mercato del vino che si caratterizza in termini certamente positivi concordando, sebbene con diversi livelli di analiticità, nel prevedere un'espansione complessiva del mercato del vino a livello globale, della quale si potranno avvantaggiare tutti i produttori. Certamente alla base delle previsioni espansive per il mercato del vino ci sono ipotesi sulla dinamica delle diverse economie; tra queste ipotesi, la crescita robusta delle economie asiatiche e della Cina in particolare, che ha riflessi importanti anche sull'economia di varie aree dell'Africa. Senza dubbio, l'evoluzione effettiva del mercato sarà determinata anche da fenomeni economici esterni al mercato del vino che, influenzando l'economia di Paesi importanti, incideranno sul potere di acquisto dei cittadini, come illustrato dalle simulazioni dei sotto scenari alternativi, realizzate attraverso il primo modello.

Il rapporto affronta, inoltre, almeno un paio di temi che paiono essere cruciali per il futuro sviluppo del settore: la sostenibilità e la promozione nei mercati internazionali.

Per quanto riguarda il primo tema, appare auspicabile che il settore vitivinicolo italiano ampli in modo significativo la produzione di vino "a elevata sostenibilità". Questo però deve avvenire a due condizioni: rendendo effettivo il vantaggio in termini di valore percepito dal mercato, affermando un marchio di sostenibilità che sia effettivamente riconosciuto anche internazionalmente dal sistema distributivo e dal pubblico; creando le condizioni perché la necessaria evoluzione dei processi produttivi sia l'occasione per una razionalizzazione che sfoci, nella quasi totalità dei casi, in una riduzione dei costi, facilitando l'adozione delle più idonee soluzioni tecniche in una visione unitaria del processo produttivo anche nell'ambito di modelli collaborativi.

Con riferimento alla promozione, la misura a essa dedicata ha avuto nei suoi primi anni di attuazione il merito di sollecitare le imprese vitivinicole, anche quelle di maggiore dimensione, a un approccio strategico alla promozione all'estero, anche in uno spirito di cooperazione proattiva con gli importatori e gli altri partner nei mercati di destinazione. La misura "promozione" ha dato, quindi, un impulso alla maturazione nel settore della cultura dell'esportazione. Per andare oltre occorrerebbe, tuttavia, un meccanismo di selezione dei progetti meno formalistico, che induca le imprese a proporre idee progettuali effettivamente innovative, che possano poi essere diffuse e adottate anche dalle altre imprese.

Altra strada da percorrere potrebbe essere quella di dare più spazio a reti transregionali di imprese di ampia dimensione. Per le risorse economiche e di competenza, tali reti, che aggregano una vasta articolazione dell'assortimento di prodotto, potrebbero avere maggiore incisività sui mercati e diventare laboratori di nuove e più efficaci prassi.

In definitiva, si prospetta concretamente la possibilità che, nel quadro di una strategia nazionale capace di collegare le risorse produttive meno valorizzate con i soggetti con maggiore contatto con i mercati finali, si potenzi la competitività complessiva dell'offerta italiana del vino e si raggiunga un pieno sfruttamento del potenziale produttivo, restituendo benessere a aree oggi in difficoltà soprattutto per una carente struttura

commerciale. Al tempo stesso si profila la possibilità di un miglioramento sostanziale della prestazione di sostenibilità della filiera nazionale del vino.

Rispetto alle grandi sfide attese dal settore viticolo, gli interventi settoriali e quelli propri dello sviluppo rurale dovranno agire in modo complementare e con una maggiore sinergia rispetto al passato. La proposta della riforma della PAC, di fatto, supera la doppia programmazione prevista attualmente, da una parte l'OCM e dall'altro il PSR, che impone una demarcazione declinata dalle Regioni, in una matrice piuttosto complessa, dove si combinano in vario modo operazioni, beneficiari e importi degli investimenti. Se l'impianto normativo, attualmente in forma di proposta, sarà mantenuto, ci si dovrà preoccupare soprattutto della complementarità degli interventi stessi.

Il lavoro, infine, prevede anche un'appendice che contiene le schede regionali con l'approfondimento rispetto alla demarcazione tra OCM e PSR e una sintesi delle caratteristiche dei bandi regionali sulla misura 4.1 e 4.2 che sono quelle più "a rischio" rispetto al "no double funding".

Un'analisi delle modalità di demarcazione messe a punto dalle Regioni, ed esplicitata a grandi linee nel capitolo 14 di ogni PSR, è stata già fatta dall'ISMEA e raccolta in un report dal titolo "Complementarità e demarcazione del sostegno con particolare riferimento ai settori vitivinicolo, olivicolo e ortofrutticolo: analisi dei PSR 2014-2020"¹. La normativa di settore, congiuntamente alle modifiche apportate ai PSR, è comunque oggetto di monitoraggio costante.

¹ Ismea-RRN (2016).

CAPITOLO 1: CORNICE ISTITUZIONALE DEL SETTORE VITIVINICOLO

1.1 Politica vitivinicola e complementarietà tra OCM e sviluppo rurale: ricostruzione di un lungo percorso

L'intervento settoriale per il vino nell'ambito delle politiche di mercato prende le mosse già nel 1962, quando venivano definiti i primi elementi fondativi dei sistemi normativi destinati a regolare i principali mercati dei prodotti agricoli nell'allora Comunità Economica Europea (CEE), che prendevano il nome di Organizzazioni Comuni di Mercato (OCM). Da lì in avanti si sono susseguite molte riforme dell'OCM che hanno comunque reso il vino uno dei settori maggiormente monitorati e normati dal legislatore comunitario.

Evoluzione e contaminazione dell'intervento settoriale per il vino nell'ambito delle politiche di mercato

Con il regolamento (CEE) n. 24/62 venivano definiti gli elementi tecnici che dovevano consentire il controllo del mercato attraverso l'inventario viticolo, le dichiarazioni di raccolta e di giacenza che dovevano servire a stendere il bilancio previsionale del mercato e il comitato di gestione e il controllo dell'attività vivaistica. Tale regolamento, inoltre, gettava le basi per una politica dei vini europei di pregio, di cui si vedevano correttamente le potenzialità nel quadro dell'evoluzione dei consumi, che si volevano associati all'origine geografica e per i quali, per l'esigenza di contemperare la tradizione latina con quella tedesca, fu coniato il termine di vini di qualità prodotti in regioni determinate (VQPRD).

La strutturazione completa dell'OCM vino arriverà, però, solo nel 1970. In quell'anno, infatti, con il regolamento (CEE) n. 816/70 si definiscono la politica del potenziale produttivo, di cui vengono fissati i principi generali di regolazione degli aiuti ai nuovi impianti di vigneti, la politica degli scambi con i Paesi terzi, la politica del controllo del mercato, con il sostegno allo stoccaggio privato, la politica delle pratiche enologiche e per la designazione e presentazione dei prodotti. Quest'ultimo obiettivo si raggiungeva suddividendo il territorio della Comunità in tre distinte aree, rispetto alle quali venivano differenziate le pratiche enologiche ammesse e i parametri analitici del vino che dovevano essere rispettati e definendo la categoria dei vini da tavola con indicazione geografica.

Sempre nel 1970, contemporaneamente al regolamento quadro, veniva pubblicato il regolamento (CEE) n. 817/70, che fissava le regole operative relative ai vini di qualità prodotti in regioni determinate (VQPRD). Il regolamento definiva, quindi, una cornice comune nell'ambito della quale dovevano poi inserirsi le legislazioni nazionali già esistenti in materia – in Francia e in Germania – e quelle che fossero venute dopo. La separazione del regolamento quadro dell'OCM (Reg. 816/70) da quello per i vini di qualità con origine geografica (Reg. 817/70) era la conseguenza della convinzione della Commissione che il mercato del vino di pregio potesse essere qualcosa di completamente indipendente da quello comune.

Nel corso degli anni '70, tuttavia, l'inasprirsi del problema delle eccedenze dovuto alla riduzione dei consumi interni impose numerose modifiche al regolamento base per rafforzare le misure di intervento sul mercato e indirizzare la politica del potenziale verso un contenimento dell'offerta.

A questo proposito, vennero vietati gli aiuti agli impianti e ai reimpianti dei vigneti e si giunse a una regolamentazione delle varietà di vite ammesse nella Comunità, per arrivare nel 1976 al primo divieto di realizzare nuovi impianti di vite.

In occasione dell'allargamento della Comunità a Portogallo, Grecia e Spagna, con il loro vastissimo potenziale produttivo, si pervenne, nel 1979, a una prima riforma organica dell'OCM vino con l'emanazione di un nuovo regolamento quadro (337/79), che riformava gli aspetti generali dell'OCM, e del regolamento che aggiornava la politica dei vini di qualità (338/79).

Il regolamento (CEE) n. 337/79 ratificava l'indirizzo della politica del potenziale produttivo verso il contenimento dell'offerta, che verrà poi rafforzata nel 1980 introducendo i premi per l'espianto, e conferisce una migliore strutturazione al controllo del mercato. Per fare questo il regolamento affianca al sostegno allo stoccaggio privato dei vini quello dei mosti, la distillazione facoltativa e introduce il supporto all'uso del mosto per l'arricchimento, in modo da stimolarne l'uso compensando lo svantaggio competitivo dovuto al maggiore costo dell'arricchimento con il mosto subito dai produttori non autorizzati a utilizzare il saccarosio². Inoltre, nell'ambito delle pratiche enologiche, si introducono nuove regole sull'acidità dei vini e sull'utilizzo di anidride solforosa.

Nonostante le novità introdotte tra il 1979 e 1980, il problema delle eccedenze vinicole andò ulteriormente aggravandosi. In Italia nel 1983 la produzione raggiunse gli 84 milioni di ettolitri, di cui 75 di vino da tavola e 9 di vino di qualità (VQPRD). Anche alla luce dell'accordo di Dublino del 1984, si cercò di fronteggiare la situazione procedendo alla seconda riforma organica dell'OCM vino, anche in questo caso con il varo di due regolamenti, uno quadro (Reg. (CEE) n. 822/87) e uno per i vini di qualità (Reg. CEE n. 823/87) che, con alcune modifiche finalizzate a rendere più efficace il contenimento delle eccedenze, resteranno in vigore fino al 1999.

Il nuovo regolamento quadro conferma la politica di controllo del potenziale produttivo, ribadendo il divieto di nuovi impianti e, contemporaneamente, rafforza in modo deciso la politica del controllo del mercato, innovando il sistema delle distillazioni che diventa estremamente articolato e comprensivo di distillazioni obbligatorie e non solo facoltative. Nell'ambito degli aspetti regolatori, si procede a una maggiore normazione delle pratiche enologiche e così anche per la designazione, presentazione e protezione, dove si giunge a una prima regolamentazione di dettaglio. Con il regolamento (CEE) n. 823/87 si arriva, invece, a una normazione organica dei VQPRD, in particolare specificando la struttura dei disciplinari di produzione, l'uso dei nomi geografici e il controllo qualitativo, mediante test analitici e sensoriali.

La complessa evoluzione dell'OCM vino avvenuta in quasi quarant'anni, benché sia stata caratterizzata come un percorso con notevoli specificità rispetto a quello delle altre OCM, sotto il profilo della natura degli strumenti (misure di spesa e aspetti regolatori) è stata costantemente incentrata sulle politiche di mercato. Durante questo periodo, iniziato nella prima metà degli anni '60 del secolo scorso, il rafforzamento della competitività delle imprese vitivinicole aveva come unico riferimento la politica strutturale, o del secondo pilastro, che in quegli anni andava evolvendo, assumendo progressivamente il carattere di politica di sviluppo rurale.

La riforma del 1999 apre il percorso di trasformazione

L'ortodossia in termini di natura degli strumenti dell'OCM vino, con l'inclusione di una misura "non di mercato" è stata abbandonata con la terza riforma organica dell'OCM vino, che vedeva la luce con il Reg. (CE) n. 1493/99. Tale regolamento intendeva adeguare la politica vitivinicola al nuovo scenario competitivo che si andava profilando dopo un decennio cruciale per il mercato mondiale del vino. All'inizio degli anni '90 il

² Pratica, quella dell'aggiunta di saccarosio, ammessa in altre aree della Comunità Europea.

perdurare delle eccedenze sul mercato aveva indotto la Commissione a proporre una modifica dei regolamenti in vigore tesa a rafforzare strutturalmente gli strumenti di contenimento dell'offerta, eliminando ogni incentivo a produrre per la distillazione. Verso la metà del decennio, però, lo scenario del mercato del vino evolveva verso una nuova situazione, caratterizzata, da un lato, da un maggiore equilibrio tra domanda e offerta, grazie a una crescita dei consumi nei Paesi non produttori di vino, e, dall'altro, dalla crescente presenza sui mercati dei Paesi produttori non europei. Questo spinse per una rimodulazione della politica comunitaria del vino nella direzione dello sviluppo della competitività al fine di cogliere le opportunità di un mercato mondiale che dava convincenti segnali di nuovo dinamismo.

Fu così che nel 1999 la Commissione propose una nuova OCM vino, che fu inserita nel pacchetto di riforme di Agenda 2000 deciso a Berlino nel marzo del 1999, disciplinata dal Reg. (CE) n. 1493/1999. Questa nuova OCM vino presentava numerose novità. La prima, formale e sostanziale al tempo stesso, era l'inclusione nel regolamento generale dell'OCM anche delle norme sui VQPRD, sancendosi quindi il riconoscimento della non separazione del mercato dei vini da tavola, peraltro ormai largamente rappresentato anche dai vini IGT, da quello dei vini a denominazione di origine.

Inoltre, il nuovo regolamento:

- modificava le misure per il controllo del mercato, definendo uno schema più flessibile, maggiormente in linea con le migliori condizioni del mercato degli anni in cui la riforma giungeva in porto;
- portava un nuovo ordinamento delle norme sulle pratiche enologiche, che venivano riunite in un solo codice;
- ufficializzava il ruolo delle associazioni dei produttori e degli organismi di filiera nel settore vitivinicolo.

Le estirpazioni, che nel periodo di funzionamento della precedente OCM avevano rivestito un grande ruolo, diventavano una misura opzionale per gli Stati membri e veniva prolungato il regime dei diritti di impianto, sebbene reso anche questo più flessibile. La novità di maggiore interesse, che determinava l'inserimento nelle politiche settoriali di una misura di natura strutturale, era tuttavia l'introduzione del finanziamento della ristrutturazione e riconversione dei vigneti finalizzata alla realizzazione di impianti caratterizzati da elevate capacità di produrre uve con elevato potenziale enologico. Questa misura aveva chiaramente la funzione di dare un forte segnale al settore e, in particolare, un impulso diretto nella direzione di un accrescimento degli standard qualitativi della produzione dell'uva, con ogni evidenza necessario per cogliere le opportunità del "nuovo" mercato del vino.

Aldilà del suo scopo, questa novità rappresenta però l'inizio della contaminazione della politica settoriale, fino a quel momento rigorosamente costruita su misure di mercato, con una misura propria delle politiche strutturali e segna l'inizio dell'era della complementarietà tra OCM e politiche strutturali nel sostegno allo sviluppo della competitività del settore vitivinicolo.

Si è trattato di un inizio non problematico data la natura dell'intervento di ristrutturazione e riconversione dei vigneti, ben individuato nella sua natura e aspetti operativi, il cui finanziamento usciva quindi dall'ambito delle politiche strutturali essendo diventato di competenza dell'OCM.

Il passaggio appare però con ogni evidenza importante sotto il profilo politico perché introduce (anche) per il settore vitivinicolo il principio dell'interazione tra risorse riferibili alle politiche di mercato (FEOGA) e risorse riferibili alle politiche strutturali (FEASR) per rafforzare strutturalmente il settore.

Il Reg. (CE) 1493/1999 apre, quindi, un percorso di trasformazione della natura dell'OCM stessa che giungerà a compimento tuttavia con la nuova riforma che vedrà la luce dopo soli otto anni, i cui contorni normativi sono fissati dal Reg. (CE) 479/2008, e che rappresenta in un certo senso il completamento di quanto si era iniziato nel 1999. Posto che la riforma del 1999 aveva nelle sue basi logiche la consapevolezza che il mercato del vino era strutturalmente mutato sia sul fronte dell'offerta che della domanda, e che quindi occorreva favorire un'accelerazione dell'adeguamento strutturale del settore, la riforma del 2008, ponendosi esplicitamente obiettivi ambiziosi, amplia l'ambito di intervento strutturale, estendendolo dalla sola viticoltura alle fasi a valle della filiera, trasformazione e commercializzazione.

Il Reg. (CE) 479/2008 si caratterizzava per numerose novità che investivano le diverse aree di intervento dell'OCM vino: le misure di spesa, gli aspetti regolamentari generali, la disciplina del potenziale produttivo. Sotto quest'ultimo aspetto il Reg. (CE) 479/2008 prevedeva una liberalizzazione degli impianti a partire dal marzo 2015, dilazionabile eventualmente al 2018, dopo una significativa riduzione della superficie vitata grazie all'erogazione di vantaggiosi premi all'estirpazione. Circa gli aspetti regolamentari generali, radicali innovazioni sono state introdotte nella disciplina dei vini con origine geografica, abolendo la categoria dei VQPRD e introducendo le categorie dei vini DOP e IGP, e nelle regole di etichettatura. Per quanto riguarda le misure di spesa, oltre a una profonda innovazione nelle possibili destinazioni delle risorse destinate agli operatori, si segnala l'introduzione di una nuova procedura nell'organizzazione dell'erogazione a livello nazionale, che trova il suo strumento di applicazione nel Programma nazionale di sostegno (d'ora in poi PNS).

Tabella 1 - Obiettivi della riforma dell'OCM vino del 2008

(a)	Migliorare la competitività dei produttori di vino comunitari.
(b)	Rafforzare la notorietà dei vini comunitari di qualità come i migliori vini del mondo.
(c)	Recuperare vecchi mercati e conquistarne di nuovi all'interno della Comunità europea e ovunque nel mondo.
(d)	Istituire un regime vitivinicolo basato su regole chiare, semplici ed efficaci, che permettano di equilibrare la domanda e l'offerta.
(e)	Istituire un regime vitivinicolo in grado di salvaguardare le migliori tradizioni della produzione vitivinicola comunitaria, di rafforzare il tessuto sociale di molte zone rurali e di garantire che tutta la produzione sia realizzata nel rispetto dell'ambiente.

Il Programma nazionale di sostegno³ si qualificava come uno strumento programmatico e operativo di durata quinquennale che ogni Stato membro aveva il compito di predisporre per finanziare specifiche misure di sostegno al settore vitivinicolo tenendo conto delle peculiarità regionali nel quale si specifica, quali delle misure previste dal regolamento saranno attivate, e con quale dotazione finanziaria, scegliendo tra quelle previste. Il programma di sostegno doveva essere approvato dalla Commissione restando possibile la sua modifica da parte dello Stato membro che avrebbe addotto motivate ragioni.

La riorganizzazione della spesa prevedeva lo smantellamento di tutte le tradizionali misure di intervento sul mercato che si riteneva contribuissero alla crescita artificiosa dell'offerta (distillazioni, magazzinaggio privato, sostegno all'uso del mosto concentrato) ma, per non rendere traumatico il passaggio dal vecchio al nuovo

³ Disciplinato dagli articoli dal 3 al 22 del Reg. (CE) n. 479/2008.

regime, alcune di queste misure si disponeva che potessero essere utilizzate con intensità decrescente nei primi anni di applicazione del nuovo regolamento (periodo di *phasing-out*).

Tabella 2 - Le misure dei programmi di sostegno secondo il reg. (CE) 479/2008

Misure permanenti	Misure in phasing-out
Regime di pagamento unico e sostegno dei viticoltori.	Distillazione di alcole per usi commestibili.
Promozione sui mercati dei Paesi terzi.	Distillazione di crisi.
Ristrutturazione e riconversione dei vigneti.	Uso di mosto di uve concentrato.
Vendemmia verde.	
Fondi di mutualizzazione.	
Assicurazione del raccolto.	
Investimenti.	
Distillazione dei sottoprodotti.	

Fonte: Reg. (CE) 479/2008, art. 7.

L'insieme delle misure permanenti si presentava tuttavia come qualcosa di eterogeneo in quanto le vecchie misure di mercato risultavano rimpiazzate da nuove misure di mercato, di portata ben diversa delle precedenti, e da ulteriori tre misure che si potevano ricondurre, come tipologia, alla cassetta degli attrezzi delle politiche strutturali e di sostegno della competitività. Queste misure erano, oltre a quella del sostegno della ristrutturazione e riconversione dei vigneti (art. 11), già previste dalla riforma del 1999, quella per il sostegno agli investimenti materiali o immateriali in impianti di trattamento, in infrastrutture vinicole e nella commercializzazione dei vini (art. 15) e quella per il sostegno ad azioni di informazione e promozione dei vini comunitari attuate nei Paesi terzi, destinate a migliorarne la competitività in tali Paesi (art. 10).

Il Reg. (CE) 479/2008 marcava quindi un sostanziale progresso nella contaminazione dell'OCM vino con misure di spesa non riferibili alle politiche di mercato, con modalità, peraltro, tali da determinare elementi di problematicità sui quali si tornerà successivamente.

Un altro elemento significativo del Reg. (CE) 479/2008, non privo tuttavia di elementi di ambiguità, era rappresentato dalle disposizioni sul trasferimento di risorse dal budget dell'OCM a quello delle politiche strutturali che, dal 2000, si qualificavano come politiche di sviluppo rurale attuate attraverso i programmi di sviluppo rurale (PSR). L'articolo 23 del Reg. (CE) 479/2008 disponeva, infatti, il trasferimento di fondi alle politiche di sviluppo rurale per generare risorse supplementari destinate a misure da attuare nelle regioni produttrici di vino nell'ambito della programmazione dello sviluppo rurale finanziata (allora) attraverso il Reg. (CE) n. 1698/2005. Nell'intenzione della Commissione, esplicitata nei considerando che precedono il testo del regolamento, queste risorse aggiuntive dovevano finanziare operatori vitivinicoli per quanto riguardava l'insediamento dei giovani agricoltori, gli investimenti in impianti tecnici e per migliorare la commercializzazione, la formazione professionale, il sostegno alle organizzazioni di produttori per attività di informazione e promozione dopo l'adesione a un sistema di qualità, gli aiuti agroambientali, il prepensionamento per gli agricoltori che avessero deciso di abbandonare ogni attività agricola di natura commerciale e di cedere l'azienda ad altri agricoltori.

Questa lista di possibili utilizzazioni delle risorse dello sviluppo rurale a vantaggio del settore vitivinicolo appare rivelatrice della consapevolezza del legislatore che il raggiungimento degli obiettivi che erano alla base della riforma del 2008, richiedeva uno sforzo complementare tra OCM e sviluppo rurale, facendo quindi emergere come essenziale l'integrazione delle risorse dei due fondi destinati al sostegno dell'agricoltura europea.

La struttura normativa delineata con la riforma del 2008 fu, poi, confermata negli anni successivi con l'inclusione della politica settoriale del vino nella cosiddetta OCM unica. Quanto disposto dal reg. 479/2008 fu, infatti, acquisito dal preesistente Reg. (CE) 1237/2007 e poi, in occasione della riforma PAC del 2013, divenne parte integrante con alcune modifiche del Reg. 1308/2013. Una modifica importante era a carico del contenuto del Piano di sostegno in quanto risultava eliminato dal novero delle misure attivabili il pagamento unico, ma si introduceva una misura di sostegno all'innovazione (art. 51) che prevedeva una sovvenzione per gli investimenti materiali o immateriali destinati allo sviluppo di nuovi prodotti, trattamenti e tecnologie riguardanti i prodotti vitivinicoli e per il trasferimento di conoscenze. Questa nuova misura può essere vista come un ampliamento dell'ambito di sovrapposizione dell'intervento settoriale con quello del PSR o eventualmente di altre misure strutturali. Il tema del trasferimento delle conoscenze è, infatti, un tema proprio dei PSR (art. 14 del Reg. (CE) 1305/2013), ma, soprattutto, gli investimenti per l'innovazione possono trovare finanziamenti, se attuati in collaborazione tra più imprese, nell'ambito dello sviluppo rurale attraverso la misura cooperazione (art. 35 del Reg. (CE) 1305/2008) oppure nell'ambito della strategia RIS3 o ancora attraverso il secondo pilastro di Horizon2020.

Con la riforma della PAC del 2013 si giungeva, dunque, a un assestamento della politica vitivinicola che confermava ed estendeva la contaminazione dell'intervento settoriale con elementi di politiche strutturali e che, in definitiva, prevedeva un doppio livello di complementarità tra politica di mercato (OCM) e politica di sviluppo rurale (PSR). Il nuovo assetto, infatti, affida il successo del contributo del settore vitivinicolo al raggiungimento degli obiettivi della PAC a una *complementarità di tipo generale*, secondo la quale alcuni obiettivi sono perseguiti dalle misure OCM e altri da quelle dei PSR e una *complementarità specifica*, secondo la quale il raggiungimento di alcuni obiettivi, segnatamente quelli del rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione e dell'innovazione, sono perseguiti con un'integrazione degli strumenti dell'OCM e del PSR.

Analisi del punto di svolta: la riforma del 2008

La riforma entrata in vigore nel 2008 è stata il risultato di un processo piuttosto articolato nel quale hanno avuto un ruolo gli studi commissionati dalle istituzioni europee e una forte iniziativa politica della Commissione, nella persona dell'allora Commissario all'Agricoltura, la danese Mariann Fischer Boel, che diede origine a un intenso dibattito.

La politica agricola comune attuata nel comparto del vino mediante il Reg. (CE) n. 1493/1999 era stata – come di prassi – sottoposta a un'attenta attività di valutazione esterna, documentata nel Rapporto di valutazione affidato dalla Commissione alla società italiana INNOVA nel 2002 e presentato l'anno successivo (INNOVA, 2003). In vista della revisione dell'OCM, nell'inverno del 2006 fu, poi, avviato un processo di consultazione delle parti interessate, che aveva come riferimento di partenza la pubblicazione di alcuni rapporti preparati dalla DG Agricoltura della Commissione Europea.

Sulla base dei documenti preparatori e degli esiti delle consultazioni la Commissione aprì la fase politica della preparazione della riforma, pubblicando la Comunicazione *Verso un settore vitivinicolo europeo sostenibile* presentata nel giugno 2006.

In seguito alla pubblicazione della Comunicazione, un gruppo di ricerca internazionale diretto dal MOISA di Montpellier presentò, su incarico del Parlamento europeo, un'analisi delle problematiche del mercato internazionale del vino e, alla luce di questa, una valutazione piuttosto critica delle linee di riforma delineate dalla Commissione (Montagne e Coelho, 2006). Queste critiche furono, in parte, riprese dalla Relazione preparata dalla deputata europea Katerina Batzeli, membro della Commissione Agricoltura, che proponeva

numeroso modifiche alle proposte contenute nella Comunicazione della Commissione. A valle di questa dialettica politica nel luglio del 2007 veniva pubblicata la *Proposta di regolamento del Consiglio, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo e recante modifica di alcuni regolamenti* (COM(2007) 372 del 4.7.2007), che formalmente avviava la fase finale del negoziato, guidato, per quanto riguarda il Parlamento Europeo, dal deputato Castiglione e caratterizzato da uno scenario complesso e in parte mutevole di alleanze e antagonismi tra Paesi, ossia tra governi, e tra gruppi di pressione, che si concludeva con il compromesso politico raggiunto nella riunione del Consiglio agricolo del dicembre 2007, che consentiva finalmente nell'aprile del 2008 di giungere alla pubblicazione del Reg. (CE) n. 479/2008.

L'organizzazione comune del mercato del vino delineata dalla riforma del 2008 conservava alla politica settoriale del vino l'originalità rispetto alle altre che l'aveva sempre caratterizzata, ma rappresentava al tempo stesso una completa rottura con il passato. Tuttavia, la nuova OCM risultava modificata in modo significativo, rispetto a quanto proposto originariamente dalla Commissione: sul piano regolamentare il reg. 479/2008 non includeva la prevista proibizione dell'arricchimento mediante saccarosio; sul piano della gestione del potenziale risultava fortemente ridimensionato l'obiettivo di riduzione della superficie investita a vite nell'Unione⁴; sul piano delle misure di spesa attivabili con il Programma di sostegno veniva introdotta la misura investimenti materiali o immateriali in impianti di trattamento, in infrastrutture vinicole e nella commercializzazione del vino diretti a migliorare il rendimento globale dell'impresa migliorando la produzione o la commercializzazione dei prodotti o mediante lo sviluppo di nuovi prodotti, trattamenti e tecnologie (art. 15 del Reg. (CE) 479/2008).

L'introduzione della misura investimenti tra quelle finanziabili con il piano di sostegno fu energicamente richiesta dagli Stati membri produttori nella fase finale del negoziato, con il consenso delle organizzazioni professionali, sulla base dell'idea che la proposta della Commissione, prevedendo solo la possibilità di stimolare il rinnovamento dei vigneti e la promozione internazionale, risultava incompleta perché non consentiva anche con i fondi FEAGA di ammodernare/rafforzare le strutture di produzione e commercializzazione. Si manifestava, quindi, l'esigenza di consentire un'azione di supporto su tutta la filiera, e non solo sulle parti iniziali e finali. La misura investimenti fu, però, introdotta frettolosamente, senza una valutazione accurata delle implicazioni in termini di sovrapposizione degli interventi tra intervento settoriale e sviluppo rurale e senza esplicitare una logica di utilizzazione della misura che di fatto in termini di operazioni finanziabili si collocava nell'ambito della misura 123 dell'allora vigente reg. 1698/2005 sullo sviluppo rurale, che aveva come oggetto l'accrescimento del valore aggiunto dei prodotti agricoli e forestali.

La Commissione, verosimilmente consapevole di questi problemi, nel momento in cui proponeva una politica settoriale per il vino orientata allo sviluppo della competitività intendeva risolvere il problema del rafforzamento delle attività di trasformazione e logistiche proprio mediante il trasferimento di fondi alle politiche di sviluppo rurale dove esisteva appunto già una misura idonea.

Di fatto, anche la misura sulla ristrutturazione e riconversione dei vigneti rappresentava un'invasione in un ambito del PSR, in particolare la misura 121, ma come già osservato, riguardava un'operazione ben definita, il cui finanziamento attraverso l'OCM automaticamente implicava il non finanziamento attraverso il PSR. D'altra parte, per quanto riguarda l'altra misura per la competitività, le azioni di informazione e promozione dei vini comunitari attuate nei Paesi terzi, questa, ai sensi del regolamento 3/2008 questa può essere collocata all'interno «...dei settori classici della politica di mercato: l'intervento, l'ammasso privato, i

⁴ L'estirpazione sovvenzionata dall'OCM che doveva interessare nella prima proposta della Commissione circa 400.000 ettari fu poi limitata a 175.000 ettari.

contingenti tariffari di importazione, le restituzioni all'esportazione, le misure di salvaguardia, la promozione dei prodotti agricoli, la normativa sugli aiuti di Stato, la comunicazione e la trasmissione dei dati;...» (Frascarelli, 2008). Questo nonostante che le attività di interesse della misura possano essere considerate come investimenti di carattere immateriale e quindi risultare affini agli interventi del II pilastro. Si deve peraltro osservare che nel periodo di programmazione 2007-2013 all'interno delle misure di sviluppo rurale (Asse I) erano previsti interventi di promozione limitati alle attività delle associazioni di produttori e ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare; nulla quindi destinato alle singole imprese, non generandosi pertanto un problema di sovrapposizione.

Quando emerge il rischio “doppio finanziamento”

La sovrapposizione di misure settoriali dell'OCM e misure nei PSR faceva sì che tra i numerosi effetti della riforma del 2008 si potesse anche annoverare l'emergere del rischio di violazione del principio generale dell'utilizzazione delle risorse UE che prevede il divieto di doppio finanziamento (no double funding), principio quindi che impone che una data operazione possa essere finanziata con una sola fonte. Il problema, come si è visto, veniva posto in modo facilmente risolvibile dalla misura di riconversione e ristrutturazione dei vigneti, ma in modo più complicato dalla misura investimenti sollecitata dagli Stati membri e da altre parti interessate. Pertanto al divieto di doppio finanziamento esplicitato già nel Reg. (CE) n. 479/2008 (art. 4 paragrafo 3) faceva poi seguito un supplemento normativo attraverso il Reg. (CE) n. 42/2009 che dettava le norme base per la cosiddetta demarcazione, ossia dell'individuazione delle operazioni che potevano essere finanziate con l'intervento settoriale e quelle che potevano essere finanziate nell'ambito dei PSR. L'esercizio della demarcazione non risultò tuttavia agevole per numerosi motivi, rallentando e rendendo complessa l'attivazione della misura investimenti, di cui furono evidenti, tuttavia, i vantaggi operativi.

La normativa comunitaria relativa all'OCM vitivinicola, così come enunciata dal Reg. (UE) 1308/2013 prevede che l'individuazione delle forme di complementarità, di coerenza e l'assunzione dei criteri di demarcazione, venga effettuata nell'ambito del PNS.

Quest'ultimo contiene criteri e norme atte a garantire che le azioni individuate come sovvenzionabili all'interno nell'ambito OCM, non ricevano sostegno da altri strumenti della politica agricola comune e in particolare da quelli previsti dai PSR

1.2 Attuale cornice istituzionale del settore vinicolo

Ambiti, fonti e livelli delle normative di settore

L'agire delle imprese che operano nel mercato del vino è fortemente condizionato da un sistema normativo molto articolato, che investe in modo pervasivo tutte le fasi del ciclo produzione, distribuzione e consumo. Le norme relative alla produzione e al commercio del vino hanno una storia molto antica e sono andate perfezionandosi nel corso dei secoli in Europa, in area mediterranea e anche nelle regioni centrali. Si sono sviluppate con l'intento di garantire l'utilizzazione di pratiche produttive e commerciali leali e costanti, basate su una saggia utilizzazione delle notevolissime opportunità di innovazione che via via la ricerca viticola, microbiologica ed enologica metteva a disposizione per favorire il miglioramento di processi e prodotti. Queste norme hanno verosimilmente consentito una crescita delle qualità e, in certe circostanze, della quantità di produzioni immesse in circuiti commerciali sempre più lunghi, nei quali pertanto diventavano sempre maggiori le esigenze di salvaguardia dell'integrità dei prodotti e, quindi, della fiducia dei consumatori. La vastità delle tematiche specifiche sulle quali le normative di settore tipicamente intervengono definiscono

regole che vanno oltre quelle generali per le produzioni agroalimentari cui, comunque, gli operatori vitivinicoli sono soggetti, definite dalla Commissione del Codex Alimentarius (agenzia della FAO e dell'OMS).

Tabella 3 - Aree di intervento delle politiche vitivinicole

PRODUZIONE
<i>Coltivazione della vite</i>
<i>Trasformazione dell'uva in vino</i>
<i>Imbottigliamento</i>
COMMERCIALIZZAZIONE
<i>Denominazioni di vendita</i>
<i>Regole di etichettatura</i>
<i>Regolazione dei luoghi di vendita</i>
<i>Regolazione delle attività di comunicazione</i>
<i>Norme specifiche relative al commercio internazionale</i>
CONSUMO
<i>Tassazione sui consumi</i>
<i>Orari di vendita</i>
<i>Età di acquisto e consumo</i>
SVILUPPO E GOVERNANCE SETTORIALE

Le norme relative ai diversi ambiti si sono sviluppate con maggiore o minore estensione e dettaglio, talvolta determinando notevoli restrizioni, nei vari paesi interessati, condizionando in modo significativo lo sviluppo dell'offerta delle imprese e, quindi, le loro attività di marketing. Le norme definiscono in modo stringente le caratteristiche che devono avere i prodotti da vendere come vino, le tecniche produttive utilizzabili in cantina, le tecniche di allevamento e di difesa del vigneto, ciò che si scrive sull'etichetta, i luoghi dove il vino si può vendere (questo in alcuni paesi), i temi utilizzabili nella comunicazione inerente al vino. Inoltre, attraverso la tassazione, si influenza il prezzo del vino. D'altro canto, le politiche agricole e industriali determinano le possibilità di accesso ai finanziamenti utili per lo sviluppo delle risorse e competenze a disposizione delle imprese.

Il sistema normativo nel quale operano le imprese vitivinicole, oltre a essere complesso, ha un'origine che può essere definita multilivello. Le norme sulla vite e sul vino, infatti, discendono non solo da autorità nazionali, ma anche da livelli decisionali sottostanti o sovrastanti. Alcune norme o le loro modalità di applicazione possono essere, infatti, decise a livello regionale o sub-regionale, talvolta come risultato di processi che danno forza normativa a casi di auto-determinazione dei produttori. Altre norme possono essere definite a un livello superiore di quello dello Stato nazionale, sia nell'ambito di aree di integrazione economica, sia nell'ambito di altri organismi multilaterali.

Nel mercato del vino la dimensione sovranazionale ha un ruolo particolarmente importante. In primo luogo, i paesi dell'Unione Europea, che rappresentano in volume il 52% della produzione e il 53% del consumo mondiale del vino, trovano nei regolamenti dell'UE l'impianto normativo generale per la produzione del vino e per la sua presentazione al pubblico e un sistema regolamentare che consente la libera circolazione dei vini prodotti nell'UE all'interno della stessa. Altri paesi produttori importanti – Australia, Nuova Zelanda, Stati Uniti, Argentina, Canada, Sud Africa, Cile e Georgia – sono riuniti nel World Wine Trade Group (WWTG), un gruppo che vede insieme governi e organismi dei produttori con lo scopo di facilitare il libero commercio del vino al loro interno attraverso la condivisione di alcune regole comuni e un intenso processo di reciproco riconoscimento delle singole norme nazionali.

Al di sopra di questi raggruppamenti di paesi opera, poi, l'Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino (OIV)⁵, attiva con sede a Parigi dal 1924. L'OIV è un'organizzazione intergovernativa (i Membri dell'OIV sono Stati sovrani) a carattere scientifico e tecnico di competenza riconosciuta nel settore della vite, del vino, delle bevande a base di vino, delle uve da tavola, delle uve passe e degli altri prodotti derivati dalla vite. L'OIV ha lo scopo di promuovere produzione, scambi e consumi dei prodotti vitivinicoli e questa finalità è perseguita producendo e aggiornando standard e informazioni utili per il settore.

I documenti di orientamento normativo che l'OIV ha prodotto nel tempo, e che aggiorna costantemente per adeguarli all'evolvere delle condizioni di produzione e scambio nel mercato del vino, non sono vincolanti per gli Stati membri; questi, tuttavia, hanno una notevole influenza e rappresentano un importante punto di riferimento. In particolare, si deve osservare che l'Unione Europea con il Reg. (CE) n. 1308/2013 ha esplicitamente riconosciuto l'OIV come riferimento per le pratiche enologiche e per i metodi di analisi.

Tabella 4 - Documenti di valore normativo e informativo dell'Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino (OIV)

Codice internazionale delle pratiche enologiche che include le definizioni di tutti i prodotti vitivinicoli rilevanti (prima parte) e le descrizioni delle pratiche enologiche ammesse (seconda parte)
Codice enologico internazionale, che riporta la descrizione e le prescrizioni di uso dei prodotti utilizzati come coadiuvanti tecnologici in enologia
Compendio dei metodi ufficiali di analisi dei mosti e dei vini
Codice di etichettatura dei vini
Linee guida e report su aspetti tecnici ed economici della produzione e del mercato del vino

Fonte: OIV (www.oiv.int).

Le differenze tra le normative che riguardano la produzione e la presentazione al pubblico del vino, che comunque sussistono nonostante l'attività dell'OIV, possono in molti casi determinare ostacoli agli scambi internazionali, facendo emergere barriere non tariffarie in tutti i casi nei quali il paese ricevente non riconosce come equivalenti le regole del paese che esporta. Queste barriere si sommano alle barriere tariffarie, ossia ai dazi alle importazioni che in alcuni paesi sono piuttosto elevati, rallentando l'accesso a certi mercati. L'organizzazione mondiale per il commercio (WTO) è impegnata in un'attività finalizzata a indurre una riduzione di queste barriere in tutti i paesi membri dell'organizzazione.

Tuttavia, l'esistenza di queste barriere fa emergere un ambito specifico di sviluppo di vantaggio competitivo, non delle imprese singole ma dell'insieme delle imprese esportatrici che appartengono a un paese. In un mercato internazionale nel quale permangono barriere agli scambi tutti i paesi esportatori sono impegnati a negoziare accordi bilaterali per garantirsi un migliore accesso al mercato del contraente importatore.

La normativa in vigore dell'Unione Europea: ambiti di applicazione

L'Unione Europea ha sviluppato negli anni una normativa vitivinicola molto strutturata che si inserisce nella Politica Agricola Comune (PAC). Le imprese vitivinicole, comunque, per quanto riguarda la componente agricola operano nel quadro di vincoli e misure di sostegno definiti dalle norme della PAC valide per tutti i settori, e, in particolare, le misure della politica di sviluppo rurale e dei pagamenti diretti agli agricoltori. Il settore vitivinicolo nel suo insieme può fare riferimento alle politiche economiche non settoriali per

⁵ Già *Office International de la vigne et du vin*, fondato nel 1924. Più informazioni si possono trovare nel sito www.oiv.int.

l'innovazione e la competitività, soprattutto nell'ambito dei programmi destinati alle piccole e medie imprese. Il settore è poi vincolato dalle politiche di tutela dei consumatori definite a livello dell'Unione.

Tabella 5 - Ambiti principali della politica agricola dell'Unione Europea

<i>Ambiti</i>	<i>Regolamento</i>
Organizzazione comune di mercato dei prodotti agricoli	1308/2013
Politica di sviluppo rurale	1305/2013
Pagamenti diretti agricoltori	1307/2013

Tabella 6 - Articolazione della politica dell'Unione Europea per il vino

MISURE REGOLATORIE	
<i>Pratiche enologiche</i>	
<i>Denominazioni d'origine e indicazioni geografiche</i>	
<i>Presentazione dei prodotti e etichettatura</i>	
<i>Associazioni dei produttori e organismi di filiera</i>	
<i>Regole sulle denunce di produzione, schedario dei vigneti, varietà di uva, documenti di trasporto</i>	
MISURE DI SPESA: PIANO DI SOSTEGNO	
<i>Misure per la competitività</i>	
	Ristrutturazione e riconversione dei vigneti
	Investimenti (materiali e immateriali nella produzione o commercializzazione dei prodotti vitivinicoli e soprattutto con orientamento sostenibilità)
	Innovazione (investimenti materiali e immateriali sviluppo nuovi prodotti/processi)
	Promozione sui mercati terzi e informazione sul consumo responsabile e sistemi DOP/IGP negli Stati membri
<i>Misure per la stabilizzazione dei redditi</i>	
	Vendemmia verde
	Fondi di mutualizzazione
	Assicurazioni sulla vendemmia
	Distillazione dei sottoprodotti vinificazione
	Potenziale produttivo
<i>Regime delle autorizzazioni all'impianto dei vigneti</i>	

Fonte: Reg. (CE) n. 1308/2013

In dettaglio, la normativa vitivinicola si articola in tre componenti: quella regolamentare, quella di spesa e quella relativa al potenziale produttivo. La componente regolamentare fissa le norme cui sono sottoposti i diversi aspetti della produzione e della presentazione al pubblico del vino. La componente di spesa, dato un budget messo a disposizione del settore, definisce le attività e gli interventi che possono essere oggetto di un supporto finanziario da parte dell'UE.

Nell'ambito della componente regolamentare si trovano definizioni importanti rispetto allo sviluppo dei prodotti vitivinicoli, la differenziazione dell'offerta e la presentazione dei vini e la loro etichettatura. La normativa europea individua 10 prodotti riferibili al vino che, tuttavia, possono dare luogo a un numero superiore di tipologie di prodotto, perché la maggior parte di queste ammette una presentazione al consumo

che può essere caratterizzata attraverso l'etichettatura indicando la varietà di uva da cui proviene il vino, particolari metodi di produzione, l'annata di raccolta dell'uva e la provenienza da una zona di produzione specifica. Per questo si utilizzano le menzioni del tipo Denominazione di Origine Protetta (DOP) o Indicazione Geografica Protetta (IGP), che in Italia possono essere sostituite con quelle tradizionali di DOCG e DOC per quanto riguarda la DOP e IGT per quanto riguarda la IGP⁶. Le regole sulla presentazione dei prodotti determinano un insieme di possibilità a disposizione dei produttori che dà origine a un sistema di offerta assai articolato che impartisce alla qualità del vino europeo una molteplicità di declinazioni, che possono caratterizzarsi per il loro riferimento geografico, ma anche varietale o di marca.

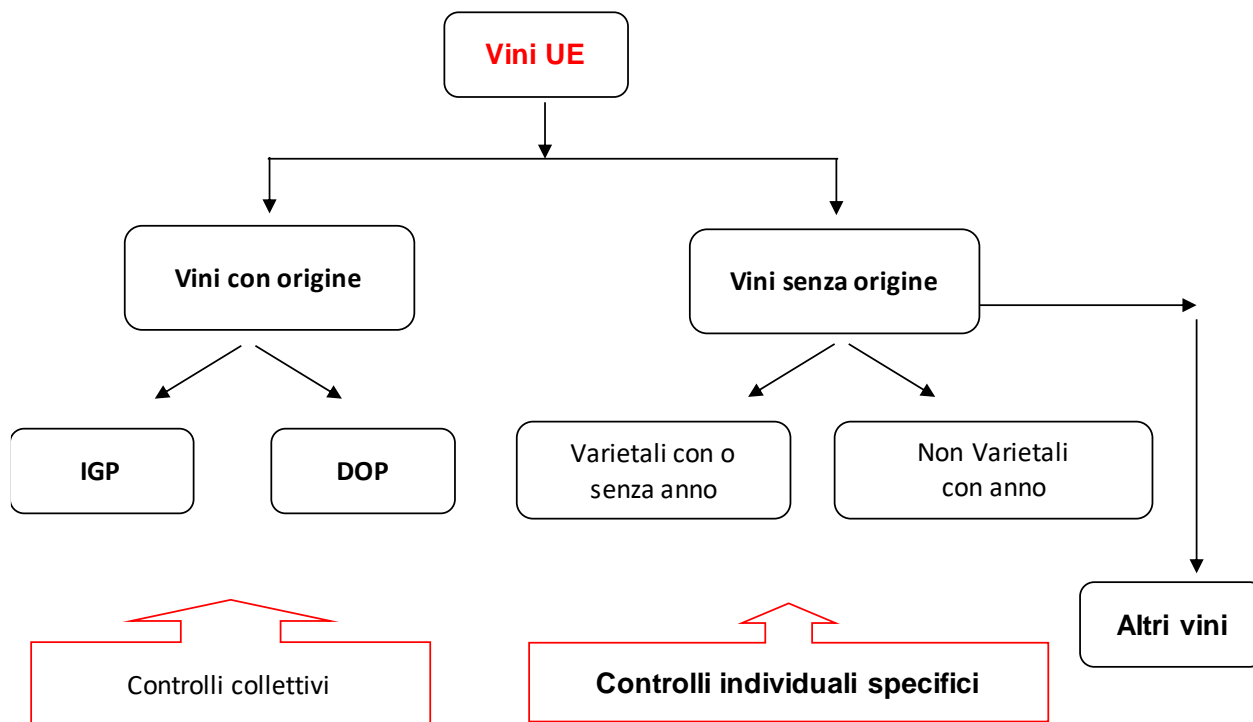
Tabella 7 - Denominazioni di vendita dei prodotti vitivinicoli dell'Unione Europea

1 -	Vino
2 -	Vino liquoroso
3 -	Vino spumante
4 -	Vino spumante di qualità
5 -	Vino spumante di qualità del tipo aromatico
6 -	Vino spumante gassificato
7 -	Vino frizzante
8 -	Vino frizzante gassificato
9 -	Vino ottenuto da uve appassite
10 -	Vino da uve stramature

Fonte: Reg. (CE) n. 1308/2013, allegato VII (Definizioni, designazioni e denominazioni di vendita dei prodotti di cui all'articolo 78), PARTE II: Categorie di prodotti vitivinicoli.

⁶ La normativa sulle DOP e IGP in campo vitivinicolo trova la sua origine negli articoli 93 e successivi del Reg. (CE) n. 1308/2013 e nei regolamenti applicativi che ne discendono (attualmente – 2016 – principalmente il Reg. (CE) n. 607/2011 con modifiche in 538/2011 e 670/2011). In Italia l'applicazione di detta normativa è inquadrata dalla Legge 238 del 2016. Per una descrizione sintetica del quadro normativo del settore vitivinicolo italiano si veda il capitolo *Qualità del vino, territorio e legislazione* in Pollini et al., 2013.

Figura 1 - La struttura dei vini nell'Unione Europea



Fonte: elaborazione RRN/ISMEA su Reg. (UE) n. 1308/2013

Di un certo interesse è la definizione di vino all'interno della normativa dell'Unione Europea, che richiama peraltro quella dell'OIV⁷. Questa definizione fa sì che il vino sia un prodotto mono-ingrediente (l'uva) perché limita le pratiche enologiche ammesse a un novero di interventi definito, che esclude la possibilità che nel prodotto finale vi siano sostanze estranee a ciò che deriva dalla fermentazione dell'uva. Questa definizione ha una notevole importanza perché autorizza un'etichettatura molto semplice per quanto riguarda le informazioni sulla composizione del prodotto.

Rispetto alle misure di spesa la normativa prevede che ogni Stato membro definisca un piano di sostegno nel quale possono essere disposti finanziamenti agli operatori vitivinicoli con due diversi obiettivi: stabilizzazione dei redditi oppure sviluppo della competitività. Le misure sullo sviluppo della competitività hanno un impatto rilevante diretto sulle attività di marketing delle imprese. Sono, infatti, previste misure per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti, per il sostegno degli investimenti per strutture di trasformazione e commercializzazione o dell'innovazione di prodotto e di processo; queste misure possono ampliare, per gli operatori che riescono ad averne accesso, le opportunità di espansione, differenziazione e miglioramento qualitativo dell'offerta. È prevista, inoltre, una misura per il sostegno di programmi di promozione

⁷ "Il vino è il prodotto ottenuto esclusivamente dalla fermentazione alcolica totale o parziale di uve fresche, pigiate o no, o di mosti di uve che: i) dopo le eventuali operazioni menzionate all'allegato VIII, parte I, sezione B, ha un titolo alcolometrico effettivo non inferiore a 8,5% vol., purché sia prodotto esclusivamente con uve raccolte nelle zone viticole A e B di cui all'appendice I del presente allegato, e non inferiore a 9% vol. per le altre zone viticole; ii) se a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta, in deroga alle norme relative al titolo alcolometrico effettivo minimo, dopo le eventuali operazioni precisate all'allegato VIII, parte I, sezione B, ha un titolo alcolometrico effettivo non inferiore a 4,5% vol.; iii) ha un titolo alcolometrico totale non superiore a 15% vol." (Reg. (CE) n. 1308/2014, allegato VII, parte seconda)

internazionale che evidentemente può dare un notevole impulso alla capacità di penetrazione in questi mercati.

Infine, la normativa vitivinicola dell'Unione Europea relativa al potenziale produttivo impone che l'impianto di nuovi vigneti possa avvenire solo se l'impresa dispone di un'autorizzazione. Anche questo aspetto della normativa ha un notevole impatto sui gradi di libertà nello sviluppo delle strategie di marketing.

Governance del sistema normativo e marketing

La legislazione vitivinicola è, dunque, un corpus ricco e stratificato, ed è importante considerare che questa trova le sue radici in molte discipline riconducibili alle scienze naturali, dalle quali discendono le indicazioni relative alle tecniche colturali e produttive, e alle scienze umane e sociali, dalle quali discendono le indicazioni relative alle norme sulle relazioni tra i soggetti, la protezione della proprietà intellettuale e la tutela dei consumatori. Le relazioni tra norme e scienze sono, tuttavia, anche biunivoche, così che le norme, in certi casi, si modificano per effetto delle opportunità di mutamento dei processi produttivi consentite dell'innovazione tecnologica e, in altri casi, indirizzano l'evoluzione tecnologica e, quindi, l'evoluzione dei processi produttivi. Questo sistema di relazioni reciproche è mediato da un insieme molto articolato di soggetti appartenenti a diverse categorie – le burocrazie delle pubbliche amministrazioni e quelle delle organizzazioni dei produttori, gli apparati politici, i produttori come individui o reti, il mondo della comunicazione, le reti professionali – che si collocano a vari livelli, locale, regionale, nazionale e internazionale. Questo sistema di relazioni, benché stratificato verticalmente, non ha una struttura gerarchica o piramidale, ma piuttosto a rete. I diversi attori, che rappresentano interessi diversi e spesso in competizione, sono di fatto componenti interdipendenti di un sistema di governance nel quale ognuno gioca un proprio ruolo. In questo sistema a livello locale si definiscono regole di comportamento e si avanzano richieste ai livelli decisionali superiori attivando un processo bottom-up, che interagisce con le decisioni autonome di questi livelli, spesso influenzate dai gruppi di pressione che a quei livelli operano, determinando l'evoluzione della struttura normativa del settore. La rilevante diffusione verticale e orizzontale delle relazioni tra portatori di interessi ha, peraltro, determinato la necessità di strutturare un sistema articolato di sedi di confronto e in molti casi di co-decisione, così da rendere il più possibile trasparente il sistema di relazioni all'interno del settore vitivinicolo. In questo ambito, un esempio significativo è il Civil Dialogue Group⁸ attivo presso la direzione Agricoltura e Sviluppo Rurale della Commissione Europea. La lista delle organizzazioni accreditate presso questo forum offre un quadro illuminante della molteplicità di soggetti in gioco nell'evoluzione del quadro normativo e, più in generale, di legittimità sociale nel quale si sviluppano le produzioni vinicole. A livello di singoli territori, in Italia e in generale nell'Unione Europea, un ruolo importante viene svolto dalle reti dei produttori attivi nella produzione dei vini DOP e IGP. A queste reti, qualora si configurino come organismi di filiera, l'UE riconosce funzioni nella valorizzazione dei prodotti sul mercato in funzione delle esigenze del consumatore e, in particolare, di programmazione dell'offerta, sia pure di concerto per certi aspetti con le autorità amministrative di riferimento⁹. In Italia dette funzioni sono svolte dai Consorzi di Tutela, che svolgono importanti funzioni di governance locale¹⁰, come luogo di relazione tra produttori di diversa natura e funzione, amministrazioni locali e nazionali, altri portatori di interessi.

⁸ http://ec.europa.eu/agriculture/civil-dialogue-groups/wine_en.htm.

⁹ Reg. (CE) n. 1308/2013, art. Parte II, Titolo II, Capo III.

¹⁰ In Italia i Consorzi di Tutela nella loro attuale fisionomia giuridica sono regolati dalla Legge 238 del 2016, art. 41.

Quello che si deve, comunque, sottolineare è che la natura di rete multilivello del sistema istituzionale che regola il funzionamento del mercato del vino ha una notevolissima importanza rispetto alla dimensione strategica del marketing aziendale e di settore. Le imprese, agendo isolatamente o nell'ambito di reti locali, hanno infatti margini di manovra importanti rispetto alla modifica in senso favorevole di alcuni aspetti del quadro normativo nel quale operano, sia per quanto riguarda gli aspetti regolatori in senso stretto, sia per quanto riguarda l'accesso a finanziamenti e agevolazioni che possono facilitare il potenziamento delle proprie risorse e competenze. Le organizzazioni dei produttori a livello nazionale o internazionale hanno, poi, la possibilità di influenzare decisioni di portata strategica, dialogando direttamente con i livelli decisionali superiori.

Tabella 8 - Organizzazioni che partecipano al Civil dialogue group on wine presso la direzione generale Agricoltura e sviluppo rurale della Commissione Europea

Organizzazione		Rappresentanti
CEJA	European Council of Young Farmers	5
CELCAA	European Liaison Committee for Agricultural and Agri-Food Trade	7
CEVI	European Confederation of Independent Winegrowers	2
COGECA	European agricultural union	10
COPA	General Confederation of Agricultural Cooperatives	10
ECVC	European Coordination Via Campesina	3
EFFAT	European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions	2
EFOW	European Federation of Origin Wines,	2
EPHA	European Public Health Alliance	1
Eurocare	European Alcohol Policy Alliance	2
FooddrinkEurope	Network di imprese agroalimentari europee	6
IFOAM	International Foundation for Organic Agriculture	2
PAN Europe	Pesticide Action Network Europe	1

Fonte: http://ec.europa.eu/agriculture/civil-dialogue-groups/wine_en.htm (giugno 2016)

CAPITOLO 2: COMPLEMENTARIETÀ TRA I DIVERSI STRUMENTI PAC

2.1 OCM e PSR: indicazioni emerse dal focus group con interlocutori istituzionali

Uno dei tre focus group condotti durante la stesura del rapporto per far emergere le problematiche degli operatori legate al no double funding, è stato organizzato con i referenti delle regioni. Questo ha rappresentato un momento di confronto particolarmente importante e costruttivo per la valutazione di un modello più efficace di integrazione e complementarità degli strumenti messi a disposizione dal PSR e dall'OCM. Il contributo degli esperti regionali ha permesso di mettere a confronto le diverse scelte adottate dalle regioni e anche i risultati che queste hanno portato.

In linea di massima l'obiettivo delle regioni è stato quello di massimizzare il ricorso ai fondi messi a disposizione dalla UE rispettando procedure e tempistiche molto diverse tra OCM e PSR. In molti hanno concordato sul fatto che fosse necessario attuare una demarcazione puntuale e chiara ma, al contempo, abbastanza flessibile da poter essere rimodulata in caso di necessità. Quando si parla, infatti, di regole di demarcazione si intende una "fotografia" dello status quo, ma nella realtà anche questa tematica è in evoluzione e le regioni, nei limiti delle scelte fatte a monte, variano alcune modalità proprio per venire incontro alle esigenze degli operatori. La diversa tempistica dei due strumenti, peraltro, mette in luce un'altra problematica. Partendo, infatti, dall'assunto che per molte regioni la priorità è data dall'impostazione del PSR, l'OCM, pur nelle sue rigidità, viene tracciata di conseguenza per far fronte al meglio alle esigenze della Regione. La rimodulazione dell'OCM a volte comporta una modifica della demarcazione e, quindi, del capitolo XIV dei PSR generando un problema di sincronismi visto il lungo iter di modifica PSR rispetto alle tempistiche dei bandi OCM.

Una riflessione emersa nell'incontro è quella relativa alla tempistica dei pagamenti dei due strumenti in esame. In generale, infatti, è stato evidenziato come i pagamenti dell'OCM siano piuttosto rapidi e questo favorisce la gestione di cassa degli imprenditori. Gli strumenti legati all'OCM, quindi, sembrano più adatti per finanziare le attrezzature e altre misure che richiedono spese a impatto immediato sul funzionamento aziendale.

Mentre il PSR, avendo tempi più lunghi, è più indicato per le spese collegate a investimenti che possono avere una durata anche pluriennale, per via dei permessi di costruire o dei tempi tecnici e burocratici. Questo è legato non solo a motivi di tempistiche ma anche alla soglia massima di spesa, tendenzialmente inferiore nell'OCM rispetto al PSR che potrebbero risultare, quindi, il naturale strumento per investimenti pluriennali o comunque di più ampio respiro.

Inoltre, una delle questioni aperte sugli investimenti è quella della convivenza tra realtà molto diverse in termini di dimensioni, investimenti e prodotto: si passa dalla piccola azienda alla grande impresa vinicola.

Una delle ipotesi emerse è quella di fare delle scelte a monte, quindi a livello nazionale, così da alleggerire il lavoro delle regioni. Su questo punto, comunque, la discussione è aperta perché la differenziazione tra le regioni dipende anche dalla strategia di fondo delle regioni stesse rispetto alle imprese vinicole per cui si vorrebbe un'indicazione più precisa a partire dal PNS, ma che lasci comunque dei gradi di libertà alle amministrazioni regionali.

Altro elemento emerso è che la demarcazione, così come è applicata, è legata anche alla mancanza di uno strumento informatico in grado di verificare la spesa puntualmente. Se ci fosse, infatti, una codifica delle voci di spesa, con un database in grado di individuare quale strumento utilizzare, non ci sarebbe bisogno di una demarcazione così puntuale. A tale proposito era stata avviata una discussione con la prima implementazione del “Catalogo unico degli interventi”, ma le singole Regioni hanno poi preferito affrontare il tema della demarcazione in maniera autonoma. Va evidenziato infatti che a ostacolare il sistema del Catalogo unico ci sono molti elementi: primo fra tutto la differente tempistica dei bandi tra OCM e PSR, poi la diversa gestione dei due strumenti. Il PNS (Programma nazionale di sostegno) è gestito da un ufficio del Mipaaf non coincidente con quello dello sviluppo rurale e questo viene replicato anche a livello di singole regioni. Inoltre il sistema dei pagamenti è gestito dagli enti pagatori, in molti casi regionalizzati. Alcune Regioni, peraltro, hanno fatto qualche tentativo, come la Toscana e il Veneto di implementazione di una sorta di catalogo unico degli interventi, grazie al quale il beneficiario può muoversi meglio tra OCM e PSR, potendo anche scegliere quale strumento possa essere più idoneo alle sue esigenze. Questi tentativi, peraltro, hanno riguardato soprattutto l’ortofrutta e non hanno coinvolto il settore vitivinicolo.

L’Italia, peraltro, ha ancora un gap da recuperare rispetto ad altri Paesi Ue dove la gestione dei fondi UE è più omogenea, meglio strutturata sotto molti aspetti quali la gestione dei pagamenti, i controlli e la presenza di banche date facilmente consultabili da più amministrazioni.

Resta comunque forte l’esigenza, espressa anche dai rappresentanti delle regioni, di salvaguardare l’OCM vino perché è specifico per un settore particolarmente dinamico e altamente competitivo e le aziende hanno bisogno di risposte rapide e certezza dei finanziamenti.

2.2 I criteri di demarcazione contenuti nel Piano Nazionale di Sostegno OCM vino

Per assicurare il rispetto del divieto di doppio finanziamento, stabilito dall’articolo 43 del Reg.(UE) delegato 1149/2019 e dall’art. 43 del Reg. (Ue) di esecuzione 1150/2016, il PNS, in accordo con le regioni, laddove si lascia a queste ultime la modulazione di alcune misure, riporta il criterio di demarcazione per tutte le misure inserite nel programma che possono incorrere nel pericolo del doppio finanziamento.

Altro discorso per la misura Ristrutturazione e Riconversione dei vigneti e quella Investimenti.

Nel caso della ristrutturazione dei vigneti, una delle misure più utilizzate dalla sua introduzione nell’OCM, la demarcazione è essenzialmente per operazione. L’allegato “C” al PNS riporta l’elenco delle operazioni ammissibili e quelle non ammissibili ai fini del sostegno.

Nel corso degli anni le regioni si sono orientate verso una sostanziale esclusività del sostegno lasciando nell’ambito dell’OCM tutte le operazioni ammissibili escludendole dai relativi PSR.

Tabella 9 - Le misure OCM a minor rischio no double funding

Misura OCM	Criterio di demarcazione
Promozione sui mercati internazionali	La demarcazione rispetto alla misura 3 dei PSR (Sostegno alle associazioni di produttori per attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare) è garantita dal fatto che quest’ultima è rivolta al mercato interno alla UE, mentre quella dell’OCM si rivolge ai mercati extra UE.

Assicurazione del raccolto	Non vi è rischio di duplicazione degli interventi perché le domande vengono pagate in ordine di presentazione fino al consumo dell'intera disponibilità delle risorse assegnate alla misura OCM. Le domande che non hanno trovato copertura nel 1° pilastro vengono trasferite al secondo e finanziate con questo. Ex post, inoltre, viene effettuato un controllo sistematico sul 100% dei documenti contabili emessi in relazione alle attività oggetto di contributo.
Vendemmia Verde	È una misura tipica del PNS per cui non c'è necessità di demarcare con altri strumenti comunitari e in particolare con il PSR.
Distillazione dei sottoprodotti	È una misura tipica del PNS per cui non c'è necessità di demarcare con altri strumenti comunitari e in particolare con il PSR.

Fonte: RRN/ISMEA su PNS 2018

Tabella 10 - Misura Ristrutturazione e Riconversione: sintesi dei criteri di demarcazione regionale

Criterio di demarcazione OCM-PSR	Regioni
Esclusività di sostegno (Misura finanziata esclusivamente con l'OCM vino)	Abruzzo, Basilicata, Bolzano, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Trento, Umbria, Veneto
Esclusività di sostegno (Misura finanziata esclusivamente con il PSR fino al 2015)	Liguria
Misura non attivata	Valle D'Aosta

Fonte: RRN-ISMEA su ricognizione dei Cap XIV dei PSR e del DM 1411 del 3/03/2017

La misura investimenti è quella più a rischio doppio finanziamento anche a causa del suo inserimento, in qualche modo non previsto, nell'OCM.

Questa misura a causa dell'elevato campo di applicazione e delle operazioni che possono essere a essa ricondotte è quella su cui si punta maggiormente l'attenzione in tema di rischio doppio finanziamento e di complementarità. Una buona demarcazione, infatti, permette all'OCM e al PSR di operare in modo sinergico.

L'allegato F2 del PNS riporta i criteri di demarcazioni adottati dalle singole regioni, e le operazioni che ciascuna regione ammette a finanziamento dell'OCM.

In realtà la demarcazione degli investimenti è particolarmente complessa e, soprattutto, in continua evoluzione. Alla diversa tempistica tipica dei due strumenti, OCM e PSR, si aggiungono tutte le decisioni delle regioni in merito al massimo e minimo previsto di spesa per accedere ai finanziamenti OCM, al tipo di operazione, all'intensità dell'aiuto ecc. o a quali sono i soggetti che devono accedere.

Se all'articolata applicazione dell'OCM da parte delle regioni si aggiungono le differenti modalità di attuazione della misura "Investimenti" nei PSR si ha una matrice di regole complessa ed eterogenea. Lo studio

e la comparazione delle diverse procedure messe a punto dalle Regioni può favorire l'istituzione di un sistema più semplice e funzionale rispetto a quelli in vigore, scongiurando anche talune difformità in capo ai beneficiari rispetto alle opportunità di accesso ai sostegni comunitari e di conseguenza evitare potenziali rischi di distorsioni di concorrenza.

Tabella 11 - Misura investimenti: sintesi dei criteri di demarcazione

Criterio di demarcazione OCM-PSR	Regioni	Sistema di controllo
Esclusività di sostegno <i>(I beneficiari che intendono realizzare investimenti per produzione, trasformazione, confezionamento, conservazione, stoccaggio, commercializzazione dei prodotti vitivinicoli possono accedere solo alle misure previste dal Piano Nazionale di Sostegno previste dall'OCM)</i>	Umbria, Marche	Sistema informatico
Dimensioni del finanziamento	Lombardia, Molise, Lazio	Sistema informatico
Demarcazione mista <i>(soglia finanziaria e localizzazione interventi)</i>	Sardegna e Campania	Sistema informatico
Demarcazione per soglia finanziaria e dimensione (fino al 2017, dal 2018 solo per soglia finanziaria)	Emilia Romagna	Sistema informatico
Demarcazione mista <i>(soglia finanziaria ed esclusività del sostegno)</i>	Abruzzo	Sistema informatico
Tipo di azione /operazione	Piemonte, Liguria, Bolzano, Trento, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia	Sistema informatico

Fonte: RRN-ISMEA su ricognizione dei Cap XIV dei PSR e del DM 911 del 14/02/2017 e smi

In appendice sono state inserite le tabelle regionali dove sono descritte tutte le regole di demarcazione mettendo a sistema i bandi regionali OCM, i bandi regionali relativi alla Misura Investimenti dei PSR e le indicazioni riportate nel capitolo 14 dei PSR dedicati proprio al tema del "no double funding".

È importante ribadire che questa materia è in continua evoluzione e le mutevoli esigenze delle regioni portano a ridefinire i confini tra OCM e PSR anche per motivi di efficiente allocazione delle risorse. Laddove, infatti, i fondi del PSR sulla misura Investimenti sono in via di esaurimento è stata rimodulata la demarcazione spostando delle attività/tipi di aziende sull'OCM. È il caso dell'Emilia Romagna che solo a fine 2018 ha aperto la misura investimenti OCM anche alle grandi aziende o delle Marche passate da una demarcane mista (soglia finanziaria definita per tipologia di azienda e per operazione) a una esclusiva (cioè solo con OCM). Anche per Piemonte e Friuli Venezia Giulia è stato necessario nei mesi scorsi richiedere delle modifiche e introdurre delle operazioni nell'OCM precedentemente escluse.

2.3 Gli investimenti nel settore viticolo prima della riforma del 2013

Il problema della gestione della misura investimenti introdotta dal Reg. (CE) n. 479/2008 non si è posto negli stessi termini in tutti gli Stati membri interessati alla produzione del vino.

Tutti si sono dovuti confrontare con il fatto che l'impostazione della nuova politica per il vino avveniva con i programmi di sviluppo rurale già impostati e andati in vigore nel 2007. La diversa impostazione della politica relativa alla PAC nei diversi Paesi ha, poi, fatto la differenza. In Italia la regionalizzazione delle scelte relative sia alla politica di sviluppo rurale che dell'OCM ha certamente reso l'avvio della misura investimenti particolarmente problematica. Questo ha avuto un riflesso sulla tempistica dell'attivazione della misura e sull'entità dei fondi stanziati. Infatti, a una prima programmazione effettuata in corrispondenza dell'approvazione della riforma che prevedeva un primo stanziamento per gli investimenti già nel 2010, con un'allocatione complessiva di 160 milioni di euro fino al 2013, ha fatto seguito un'importante rimodulazione; questa ritardava l'attivazione della misura al 2011 e una destinazione complessiva fino al 2013 ridotta a 95 milioni.

Tabella 12 - Risorse finanziarie destinate alla misura "Investimenti" nell'ambito del primo Programma di sostegno (migliaia di euro)

	2009	2010	2011	2012	2013	Totale
I ^a versione*	-	14.500	23.900	44.300	77.700	160.400
II ^a versione**	-	-	15.000	40.000	40.000	95.000

* Avvio nuova OCM vino; ** 30 giugno 2009.

Fonte: Piano Nazionale di Sostegno.

Nello stesso periodo, tuttavia, il settore vitivinicolo ha potuto rinforzare la sua dotazione strutturale con il ricorso al supporto dello sviluppo rurale, rendendosi quindi operativa la complementarità tra i due principali fondi agricoli.

Tabella 13 - Principali trasferimenti al settore vitivinicolo via PSR 2007-2013 in Italia (migliaia di euro)

Misura	Spesa pubblica		Volume investimenti
	Totale	di cui FEASR	
121	271.879	127.969	735.944
123	84.438	40.549	281.932
Totale	356.317	168.518	1.017.876

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA.

In Italia, infatti, a fronte di un trasferimento di fondi dall'OCM vino al PSR di circa 158 milioni per il periodo 2009-2013, la cui natura è stata spiegata nel capitolo precedente, andava a sommarsi a una dotazione complessiva per lo sviluppo rurale per il periodo 2007-2013 di circa 8,3 miliardi (1,9%), di cui i trasferimenti di fondi FEASR a favore del settore vitivinicolo per le sole misure 121 e 123 sono stati pari a circa 168 milioni. Questi, con il concorso dei fondi nazionali e dei contributi aziendali hanno attivato investimenti per circa un miliardo di euro.

Queste cifre certamente dimostrano che il ricorso allo sviluppo rurale del settore vitivinicolo è tradizionalmente robusto. Oltre a ciò, però, confrontando l'entità del trasferimento di fondi dall'OCM vino allo sviluppo rurale e la spesa per il settore vitivinicolo si rileva che questo trasferimento, in buona sostanza,

non ha determinato risorse aggiuntive, perché la spesa FEASR per il settore è stata sostanzialmente pari ai trasferimenti.

Sotto questa prospettiva, pur considerando la difficoltà di fare dei bilanci esatti, si può ragionevolmente concludere che la riforma del 2008 non ha determinato in Italia un ampliamento sostanziale delle risorse per il settore vitivinicolo.

2.3 La misura investimenti dell'OCM vino dopo la riforma del 2013

Dopo una partenza difficoltosa nella prima programmazione, la misura Investimenti è risultata molto attrattiva per gli operatori tanto da drenare, dal 2014 al 2018, mediamente il 17% delle risorse effettivamente spese con un trend crescente in termini di spesa. Da sottolineare che ogni anno il plafond a disposizione dell'intero PNS vino è di 336 milioni di euro.

Tabella 14 - Risorse finanziarie dell'OCM vino spese per misura (migliaia di euro)

	Ristrutturazione	Vendemmia Verde	Assicurazione	Distillazione Sottoprodotti	Investimenti	Promozione paesi terzi	Totale
2014	161.285	863	30.307	11.031	51.449	81.999	336.935
2015	164.066	904	20.011	12.032	47.610	92.058	336.680
2016	159.259	1.394	20.000	16.519	45.330	94.176	336.677
2017	146.459	1.194	26.437	17.928	62.818	82.116	336.952
2018*	119.395	817	35.824	11.872	67.499	88.484	323.892
Speso 2014-2018	750.465	5.172	132.579	69.382	274.706	438.833	1.671.136

**provvisorio*

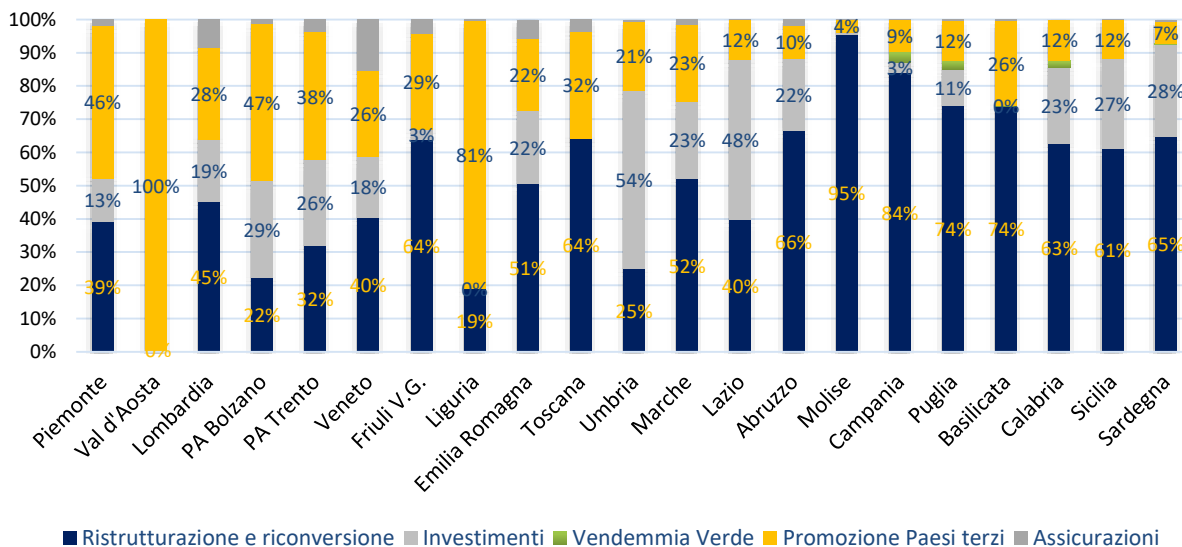
Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati Agea

A livello regionale si può osservare come siano diverse le scelte di allocare le risorse messe a disposizione dall'OCM vino.

L'indicatore utilizzato è la quota rispetto al plafond regionale totale perché i valori assoluti differiscono anche per la ripartizione a monte fatta tra le regioni sulla base del loro peso nel settore vinicolo nazionale.

Molte sono le regioni che hanno utilizzato la misura investimenti con una maggiore intensità rispetto alla media anche sulla base dei criteri di demarcazione descritti precedentemente. È il caso dell'Umbria che ha speso oltre la metà delle proprie disponibilità OCM nella misura Investimenti, tenuto anche conto che ha scelto di demarcare per esclusività del sostegno. Questo significa che i beneficiari che intendano realizzare operazioni ammesse dalla misura Investimenti dell'OCM possono accedere solo a questo tipo di strumento perché le stesse operazioni sono escluse, limitatamente al settore vitivinicolo, dalla misura investimenti dei PSR.

Figura 2 - Le scelte regionali: ripartizione della spesa per misura dell'OCM



Fonte: elaborazione RRN-ISMEA su dati Agea

Sul fronte diametralmente opposto la Toscana che non ha attivato la misura Investimenti nell'OCM e tutti i beneficiari interessati possono ricorrere solo al PSR.

Da sottolineare che in tema di beneficiari la misura investimenti fissa a monte (art. 50 del Reg. UE 1308/2013) una diversa intensità di aiuto a seconda delle dimensioni dell'azienda¹¹:

- fino a un massimo del 40% della spesa effettivamente sostenute (aliquota innalzata al 50%) per le regioni di convergenza;
- fino a un massimo del 20% per le imprese classificabili come intermedie;
- fino a un massimo del 19% per le grandi aziende.

Questa distinzione è molto importante perché le grandi aziende sono state di fatto escluse fino al 2015 dai possibili beneficiari dell'OCM e la dimensione resta per alcune regioni un criterio di demarcazione.

¹¹ I riferimenti normativi per individuare la classe dimensionale sono l'Allegato I del Regolamento (CE) n. 800/2008 del 6 agosto 2008, relativo alla definizione di PMI e gli Orientamenti comunitari per gli Aiuti di Stato per il settore agricolo e forestale 2007-2013 del 27 dicembre 2006 (2006/C 319/01) che introducono l'impresa intermedia.

Definizioni:

- Microimpresa: impresa che occupa meno di 10 persone e realizza un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a 2 milioni di euro
- Piccola: impresa che occupa meno di 50 persone e realizza un fatturato annuo o un totale di bilancio annuo non superiori a 10 milioni di euro
- Media impresa che occupa meno di 250 persone il cui fatturato annuo non supera i 50 milioni di euro oppure il cui totale di bilancio annuo non supera i 43 milioni di euro
- Impresa Intermedia: impresa con meno di 750 dipendenti e/o un fatturato annuo non superiore a 200 milioni euro
- Grande impresa: impresa con più di 750 dipendenti e/o un fatturato annuo superiore a 200 milioni euro.

2.3 Misura investimenti nei PSR: la declinazione regionale

Anche in ambito PSR la declinazione regionale appare piuttosto articolata ed eterogenea in termini di modalità di accesso ai bandi, di percentuali di intensità di aiuto, di differente trattamento a parità di dimensione aziendale. Sia la sottomisura 4.1 sia la 4.2 mostrano delle differenze molto marcate tra le diverse regioni. In ambito 4.1, ad esempio, l'intensità di aiuto per i giovani in Piemonte va da un minimo del 30% a un massimo del 50%, mentre in Sicilia l'aliquota è del 70%.

Per la sottomisura 4.2, invece, un caso su tutti quello delle grandi imprese a cui la regione Emilia Romagna assegna un'intensità di aiuto che varia dal 35% al 40% a seconda che si partecipi rispettivamente a bandi PIF (piani integrati di filiera) o a bandi per singola impresa. Di contro il Veneto attribuisce alle grandi imprese un'intensità di aiuto pari al 10%.

La sintesi emersa dalla ricognizione dei bandi regionali della misura 4, sia per la sottomisura 4.1 sia per la 4.2 è disponibile in appendice.

CAPITOLO 3: EVOLUZIONE DEGLI OBIETTIVI DELLA PAC POST 2020 E RAFFORZAMENTO DELLE ESIGENZE DI COMPLEMENTARIETÀ

3.1 Le proposte della nuova PAC post 2020: i possibili obiettivi

La nuova PAC che dovrebbe sostituire quella attualmente in vigore è delineata dalle tre proposte di regolamento presentate nella primavera del 2018:

- 2018/0216 (COD) – regolamento sui piani strategici della PAC;
- 2018/0217(COD) – regolamento orizzontale della PAC;
- 2018/0218 (COD) – regolamento di modifica.

Il regolamento sui piani strategici della PAC, in particolare, dichiara negli articoli 5 e 6 gli obiettivi che la nuova PAC post 2020 dovrebbe perseguire; si tratta di tre obiettivi generali, ciascuno esploso in tre obiettivi specifici. Nella sostanza questi obiettivi (economicità della produzione, sostenibilità, equilibrio sociale) non si discostano molto da quelli della PAC attualmente in vigore ma certamente, al di là della loro formalizzazione verbale, risulta accentuata l'enfasi sulle tematiche della sostenibilità ambientale. Ci si può rendere conto di ciò scorrendo la relazione che ha accompagnato la presentazione dei tre regolamenti, i considerando che precedono gli articolati e i vincoli di destinazione delle risorse disponibili per gli interventi settoriali principali, vino compreso, verso azioni a sostegno della sostenibilità ambientale e al contenimento degli effetti del cambiamento climatico.

Tabella 15 - Obiettivi della PAC post 2020

Obiettivi principali PAC	Obiettivi specifici PAC
Promuovere un settore agricolo intelligente, resiliente e diversificato che garantisca la sicurezza alimentare	(a) sostenere un reddito agricolo sufficiente e la resilienza in tutta l'Unione per rafforzare la sicurezza alimentare;
	(b) migliorare l'orientamento al mercato e aumentare la competitività, compresa una maggiore attenzione alla ricerca, alla tecnologia e alla digitalizzazione;
	(c) migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore;
Rafforzare la tutela dell'ambiente e l'azione per il clima e contribuire al raggiungimento degli obiettivi in materia di ambiente e clima dell'Unione	(d) contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento a essi, come pure all'energia sostenibile;
	(e) promuovere lo sviluppo sostenibile e un'efficiente gestione delle risorse naturali, come l'acqua, il suolo e l'aria;
	(f) contribuire alla tutela della biodiversità, migliorare i servizi ecosistemici e preservare gli habitat e i paesaggi;
Rafforzare il tessuto socioeconomico delle aree rurali	(g) attirare i giovani agricoltori e facilitare lo sviluppo imprenditoriale nelle aree rurali;
	(h) promuovere l'occupazione, la crescita, l'inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle aree rurali, comprese la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile;
	(i) migliorare la risposta dell'agricoltura dell'UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi alimenti sani, nutrienti e sostenibili, sprechi alimentari e benessere degli animali.

Fonte: Art. 5 (obiettivi generali) e art. 6 (obiettivi specifici) del i) Regolamento sui piani strategici della PAC 2018/0216 (COD)

A fronte del sistema di obiettivi esplicitato e all'incrementata enfasi sul tema dell'ambiente, la nuova PAC propone un intervento settoriale per il vino con un impianto generale che nella sua struttura è molto simile

a quello attuale anche se, nelle intenzioni della norma, destinato a lavorare diversamente e inquadrato in un contesto programmatico completamente nuovo. Scompare infatti il vecchio strumento del programma nazionale di sostegno introdotto con il Reg. 479 del 2008, proponendo la riforma che tutti gli interventi, settoriali e di sviluppo rurale, siano oggetto di una programmazione unitaria a livello di Stato membro, formalizzata nel nuovo strumento del piano strategico nazionale della PAC (art. 91 del regolamento sui piani strategici della PAC).

L'articolo 52 del regolamento sui piani strategici della PAC prevede un intervento settoriale che si articola su nove possibili tipi di interventi. Questi, benché non esplicitamente detto, sono funzionali al perseguimento di altrettanti obiettivi specifici del settore vitivinicolo (enunciati all'art. 51), ciascuno direttamente collegato a uno o più degli obiettivi specifici della PAC.

La rete di collegamenti tra obiettivi settoriali e tipi di intervento da un lato e obiettivi specifici della PAC, dall'altro, rivela l'intenzione che il supporto agli interventi di rafforzamento strutturale (ristrutturazione dei vigneti, investimenti e innovazione) e a quelli per la distillazione dei sottoprodotti vengano utilizzati non solo per migliorare la competitività, ma anche per raggiungere obiettivi di natura ambientale. In questa prospettiva, l'articolo 54 del regolamento sui piani strategici della PAC dispone che "gli Stati membri interessati fissano nei propri piani strategici della PAC una percentuale minima di spesa per le azioni aventi come obiettivo la protezione dell'ambiente, l'adattamento ai cambiamenti climatici, il miglioramento della sostenibilità dei sistemi e dei processi di produzione, la riduzione dell'impatto ambientale del settore vitivinicolo dell'Unione, il risparmio energetico e il miglioramento dell'efficienza energetica globale nel settore vitivinicolo". Peraltro, nelle intenzioni della proposta di riforma dagli interventi di ristrutturazione e riconversione dei vigneti ci si aspetta il raggiungimento di obiettivi ambientali significativi, anche grazie alla disciplina più liberale sul piano della genetica, disponendo il Regolamento di modifica che i vini DOP possano essere prodotti con ibridi tra *vitis vinifera* e *vitis spp* (art. 1, comma 9).

Anche se diversi elementi della proposta di riforma accrescono le possibilità che l'intervento settoriale per il vino possa essere efficace rispetto a tutti gli obiettivi della nuova PAC, o almeno rispetto ai primi due, rimangono invariate, rispetto alla situazione corrente, le esigenze nel quadro della complementarità generale, per quanto riguarda il sostegno al contributo che il settore vitivinicolo può offrire al rafforzamento del tessuto socioeconomico delle aree rurali e alle attività connesse con il miglioramento della sostenibilità, ambiti che non possono essere completamente soddisfatti dall'intervento settoriale. Diversamente dalla situazione attuale però, le modalità con cui si potrà dare sostanza a questa complementarità potranno essere più chiaramente e strategicamente definite nel quadro del processo di sviluppo del piano strategico nazionale della PAC. La programmazione di tutti i tipi di intervento previsti (pagamenti diretti, intervento settoriale, sviluppo rurale) dovrà essere condotta contestualmente, con maggiori possibilità di avere un effettivo coordinamento e, quindi, efficace complementarità, a valle di un'unica analisi SWOT nella sua dimensione nazionale e nella sua articolazione regionale.

Tabella 16 - Possibili obiettivi della PAC nel settore vitivinicolo e tipi di intervento settoriale

Obiettivi intervento settoriale		Tipi di intervento	Obiettivi Specifici PAC connessi (*)
(a)	migliorare la competitività dei produttori vitivinicoli dell'Unione, contribuendo tra l'altro a migliorare i sistemi di produzione sostenibili e a ridurre l'impatto ambientale del settore vitivinicolo dell'Unione	azioni di ristrutturazione e di riconversione dei vigneti	b, c, d, e, f, h
(b)	migliorare il rendimento delle aziende vitivinicole dell'Unione e il loro adeguamento alle richieste del mercato, nonché aumentarne la competitività per quanto riguarda la produzione e la commercializzazione di prodotti vitivinicoli, segnatamente in materia di risparmio energetico, efficienza energetica globale e processi sostenibili	investimenti materiali e immateriali in impianti di trattamento e infrastrutture vinicole, nonché in strutture e strumenti di commercializzazione	a, b, c, d, e, g, h
(c)	contribuire a ripristinare l'equilibrio tra l'offerta e la domanda sul mercato vitivinicolo dell'Unione per prevenire crisi di mercato	vendemmia verde	a
(d)	contribuire a salvaguardare il reddito dei produttori vitivinicoli dell'Unione che subiscono perdite causate da calamità naturali, condizioni climatiche avverse, animali, fitopatie o infestazioni parassitarie	assicurazione del raccolto	a
(e)	aumentare le prospettive di commercializzazione e la competitività dei prodotti vitivinicoli dell'Unione, segnatamente mediante lo sviluppo di prodotti, processi e tecnologie innovativi e l'aggiunta di valore in ogni fase della catena di approvvigionamento, incluso un elemento di trasferimento di conoscenze	investimenti materiali e immateriali nell'innovazione	a, b, c, e, i
(f)	utilizzare i sottoprodotti della vinificazione a fini industriali ed energetici per garantire la qualità dei vini dell'Unione proteggendo nel contempo l'ambiente	distillazione dei sottoprodotti della vinificazione	d, e
(g)	contribuire a una maggiore sensibilizzazione dei consumatori sul consumo responsabile di vino e sui regimi di qualità dell'Unione per il vino	azioni di informazione relative ai vini dell'Unione effettuate negli Stati membri	b, i
(h)	migliorare la competitività dei prodotti vitivinicoli dell'Unione nei Paesi terzi	promozione realizzata nei Paesi terzi.	b, h
(i)	contribuire ad aumentare la resilienza dei produttori contro il rischio di fluttuazioni del mercato	fondi mutualistici	a

*Confronto tabella 15

Fonte: Art. 52 (obiettivi) e 53 (tipi di intervento) del Regolamento sui piani strategici della PAC 2018/0216 (COD)

3.2 Il Piano strategico e le scelte settoriali di programmazione per il vino: l'esigenza di definire la complementarietà tra gli strumenti

Lo strumento del piano strategico, proposto nelle bozze di regolamento di riforma della PAC, potrà risultare prezioso per realizzare in modo efficace la complementarietà specifica, ossia l'integrazione tra investimenti da realizzare nell'ambito dell'intervento settoriale e quelli da realizzare nell'ambito dello sviluppo rurale.

Già la contemporaneità della pianificazione delle scelte potrà portare dei benefici al coordinamento nell'uso dei due strumenti a livello di singole regioni; si deve però cercare di avere anche di più, ossia di cogliere

l'occasione dei confronti che necessariamente dovranno avvenire a vari livelli e tra diversi tipi di interlocutori per fare una riflessione approfondita e proficua sulle esperienze maturate e selezionare, quindi, le modalità più efficaci per la demarcazione. Nell'affrontare questo esercizio si dovrà però garantire che si giunga a un nuovo contesto di gestione dell'intervento di sviluppo rurale che dia certezze sulla tempistica di emissione dei bandi e sviluppo dei processi di valutazione e selezione delle domande e, quindi, di erogazione dei finanziamenti. Questo per fare in modo che l'utilizzazione di uno o l'altro degli strumenti sia guidata dalle loro caratteristiche specifiche e non dal diverso grado di affidabilità.

Più in generale, cercando di focalizzare il quadro nel quale si dovranno operare le scelte di programmazione che daranno forma all'attuazione della politica vitivinicola nel suo complesso, quindi anche alla complementarietà generale e specifica tra intervento settoriale e sviluppo rurale, si deve evidenziare che questo quadro offrirà nuove opportunità e comporterà nuovi rischi.

Se le intenzioni saranno rispettate, le scelte nazionali si potranno compiere in un quadro che offrirà a ogni Stato membro maggiori gradi di libertà (e responsabilità) rispetto al passato.

Nella relazione che ha accompagnato la pubblicazione delle proposte di regolamento che delineano la PAC post 2020 si legge che per migliorare i risultati della PAC, e realizzare una PAC "a prova di futuro" la Commissione propone "un nuovo modello di attuazione (NMA) per spostare l'attenzione delle politiche dalla conformità ai risultati e riequilibrare le responsabilità tra l'UE e gli Stati membri con una maggiore sussidiarietà". Ci si deve preparare fin d'ora a fare in modo che questa maggiore libertà sia un'opportunità, scongiurando il rischio che la contrapposizione di interessi particolari di breve periodo impoverisca il confronto e limiti la portata delle scelte che verranno operate.

Se le minacce saranno scongiurate e le opportunità colte, la nuova PAC, spingendo verso un approccio strategico che il settore del vino nella sua complessità non ha mai adottato, integrando sia OCM che PSR, potrà creare le condizioni perché il settore vitivinicolo dia un contributo di particolare rilievo all'economia agricola nazionale e alla stabilità socioeconomica dei territori rurali. Le prospettive di evoluzione della domanda internazionale di vino sono positive e la redditività della vitivinicoltura delle aree collegate al mercato soddisfacente.

Si prospetta concretamente la possibilità che, nel quadro di una strategia nazionale capace di collegare le risorse produttive meno valorizzate con i soggetti con maggiore contatto con i mercati finali, si potenzi la competitività complessiva dell'offerta italiana del vino e si raggiunga un pieno sfruttamento del potenziale produttivo, restituendo benessere a aree oggi in difficoltà. Al tempo stesso si profila la possibilità di un miglioramento sostanziale della prestazione di sostenibilità della filiera nazionale del vino.

Rispetto a queste grandi sfide la manovra dell'intervento settoriale e la manovra degli strumenti propri dello sviluppo rurale dovranno agire in modo complementare, valorizzando le loro peculiarità che si declinano in termini di orizzonte temporale dei finanziamenti erogati e di natura dei potenziali destinatari.

In questa prospettiva l'intervento settoriale appare lo strumento più idoneo al sostegno degli investimenti e dell'innovazione di singole imprese, caratterizzati da operazioni la cui conclusione si realizza nel corso di una campagna; a questo scopo la demarcazione per operazione/tipo di intervento appare la più idonea.

Il sostegno di operazioni pluriennali finirebbe per creare complicazioni e incertezza sul budget disponibile annualmente. L'intervento nell'ambito dello sviluppo rurale appare invece efficace al finanziamento di

interventi pluriennali di imprese singole e soprattutto al finanziamento delle iniziative che coinvolgono in varia forma più imprese. Queste iniziative di sistema potrebbero riguardare le attività di tipo strettamente produttivo (es. condivisione di macchinari e impianti), la logistica, i servizi di supporto, le attività di adozione/sviluppo di innovazione. Le attività di rete sono oggi con ogni evidenza quanto mai importanti per affrontare le diverse sfide che il settore vitivinicolo ha davanti e sul fronte degli investimenti e dell'innovazione poco si prestano a essere sostenute dall'intervento settoriale.

Le reti locali saranno certamente un elemento chiave per ottenere risultati significativi in termini di sostenibilità ambientale, consentendo efficacia e contenimento dei costi nelle attività di monitoraggio, supporto alle decisioni, condivisione di know-how e attrezzature. Ma altre reti di dimensione transregionale appaiono come essenziali per giungere a una valorizzazione completa del potenziale produttivo nazionale e ridare senso economico a territori in declino sotto il profilo vitivinicolo.

È evidente che il nucleo di imprese, private e cooperative, maggiormente collegato ai mercati internazionali di grande volume si trova nell'Italia settentrionale, mentre i grandi bacini viticoli sottoutilizzati si trovano al Sud. È necessario creare i collegamenti tra queste realtà rendendo agevoli interventi combinati e coordinati con localizzazione geografica differenziata e questa necessità apre uno spazio di intervento nel quale, verosimilmente, solo lo sviluppo rurale può operare. In questa prospettiva lo strumento dei Programmi Integrati di Filiera multiregionali sostenuti dallo sviluppo rurale appare quello più promettente. Si tratta notoriamente di strumenti complessi e si dovrà necessariamente imparare dalle esperienze già maturate per renderne più agevole e efficace l'utilizzazione.

CAPITOLO 4: INQUADRAMENTO TECNICO-ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO

4.1 Variabili microeconomiche di determinazione dell'offerta

Il complesso di norme che regolano il sistema vinicolo, descritto nella prima parte del lavoro, e l'attenzione che da sempre la Commissione UE ha manifestato nei confronti del vino derivano dalla centralità di mercato della UE in tutte le fasi della filiera vitivinicola. La UE è, infatti il primo player sia a livello produttivo, che di consumo e chiaramente leader nel commercio internazionale. Il vino rappresenta quindi un settore economicamente molto rilevante, con un apporto di 22 miliardi di euro, il 6% circa, al valore della produzione agroalimentare della UE.

Gli ultimi 30 anni, peraltro, hanno visto una forte espansione del consumo anche fuori dai confini comunitari e hanno registrato l'ingresso sulla scena competitiva dei produttori dei cosiddetti Paesi del Nuovo Mondo, quali Cile, Australia, Stati Uniti, Argentina, Sud Africa. La nuova geografia dei consumi che vede, peraltro, in prima linea sia la Cina che la Russia, tanto per identificare due grandi mercati in espansione, ma anche tanti altri piccoli Paesi la cui domanda si sta facendo sempre più interessante.

La rilevanza economica del settore vino ha fatto sì che si stiano moltiplicando analisi e stime che possano essere un valido supporto per l'identificazione delle strategie sia a livello di Paesi produttori sia di singole aziende.

Nei capitoli successivi verranno esposti modelli previsionali a medio termine (2025 e 2030) e, tenuto conto delle caratteristiche strutturali del settore vinicolo italiano, verranno delineate anche alcune considerazioni su linee strategiche perseguibili dalle imprese italiane. Prima, però, si rende necessario dare una descrizione, seppur non esaustiva, della struttura produttiva e del mercato del vino.

La diversificazione del prodotto

L'organizzazione dell'offerta del vino sotto il profilo microeconomico dipende da due fattori principali: la differenziazione del prodotto vino e la possibilità di realizzare il processo produttivo in luoghi e imprese diversi. La diversa combinazione dei due fattori fa sì che si determinino una molteplicità di filiere produttive e distributive.

Uno degli aspetti più caratteristici del mercato del vino è rappresentato dalle notevolissime possibilità di diversificazione della produzione sia in senso orizzontale (tipologia di prodotto in senso merceologico), sia in senso verticale (pregio del prodotto nell'ambito di ogni tipologia)¹².

Le numerose varianti del processo produttivo del vino che si sono consolidate nel tempo consentono di offrire al mercato: vini fermi con diversi gradi di invecchiamento, con o senza legno; vini spumanti; vini secchi o con residuo zuccherino di diversa origine. Questi vini possono poi essere presentati al pubblico, e quindi differenziati, utilizzando riferimenti alle caratteristiche del processo produttivo, alla zona di produzione o addirittura al vigneto, oppure utilizzando riferimenti alla varietà di uva utilizzata nella produzione, all'annata di produzione, e nomi di fantasia aggiuntivi rispetto al marchio aziendale.

¹²Per approfondimenti: Galletto, 2017.

I produttori di vino hanno, dunque, a disposizione un grande numero di possibilità nell'organizzare la loro offerta anche se, come meglio spiegato successivamente, le modalità di presentazione dei prodotti al pubblico e le caratteristiche specifiche dei prodotti che vengono presentati con determinati nomi sono strettamente regolate da normative che, peraltro, possono differire in alcuni aspetti da paese a paese.

La produzione del vino può generare dunque prodotti con caratteristiche di pregio molto diverse, cui corrispondono prezzi estremamente diversi. Essi possono variare tra quelli tipici dei vini destinati al consumo quotidiano nei paesi tradizionali consumatori, che in Italia possono essere inferiori all'euro per litro, a quello dei vini più prestigiosi, soprattutto francesi (Bordeaux, Borgogna), che possono andare oltre, per annate particolari, i 10.000 euro a bottiglia.

Nel passato i vini di maggiore pregio erano prodotti in quantità estremamente ridotte, essendo destinati all'élite nobiliari ed ecclesiastiche e, successivamente, borghesi. Il mercato del vino si caratterizzava, quindi, per la presenza di due componenti di peso quantitativo assai diverso: una componente signorile, quantitativamente molto ridotta, e una componente popolare, quantitativamente molto ampia.

L'elemento essenziale della contemporaneità è, invece, la notevole dimensione della produzione dei vini di maggiore pregio, che rappresenta ormai una quota importante del volume e, ancor più, del valore complessivo della produzione, assumendo una sostanziale importanza commerciale e conferendo al mercato del vino un nuovo interesse anche sociale e mediatico.

Tabella 17 - Segmentazione dell'offerta di vino per fasce di prezzo

Denominazione della categoria	Fascia di prezzo (€/b. 0,75) Retail	Caratteristiche generali del vino
Icon	> 150	Immagine prestigiosa, alto potenziale di invecchiamento, grande complessità, massimi punteggi da parte dei critici più prestigiosi
Ultra premium	14 - 150	Riconoscibile (sia se varietale o blend), complessità, carattere tipico, origine, immagine, marca con elevate reputazione; in più se di prezzo più elevato: potenziale di invecchiamento, complessità elevate, ottimo riconoscimento da parte della critica
Super premium	7 - 14	Marca, riconoscimento da parte della critica, corpo, profilo sensoriale ben definito
Premium	5 - 7	Combinazione di carattere e facile reperimento, caratteristiche varietali riconoscibili, origine, marca
Popular premium	3 - 5	Varietale, fruttato, facilmente accessibile, brand riconosciuto
Basic	< 3	Basso prezzo, assenza di difetti, gradevolezza

Fonte: Rabobank

L'ampissimo campo di variazione del prezzo del vino ha fatto affermare nel tempo terminologie commerciali in grado di individuare i prodotti collocati nelle diverse fasce di prezzo. Nei paesi latini (quindi nei maggiori produttori: Francia, Italia e Spagna) almeno dall'Ottocento, si era diffusa una terminologia che indicava come vini fini quelli più pregiati e come vini comuni quelli ordinari. Nel tempo, tuttavia, anche nei paesi latini ha avuto larga diffusione la terminologia di matrice anglosassone che suddivide i vini in due macro-categorie: *vini basic*, i più economici, e *vini premium*, i più costosi.

La crescita del volume dei vini di maggiore pregio nella produzione e nel commercio internazionale ha, però, posto la necessità di articolare maggiormente la classificazione dei vini premium, ovviamente non in termini

normativi ma concettuali e lessicali, cercando termini che consentissero una distinzione tra i vini premium meno costosi e quelli di prezzo più elevato. Ciò ha portato il mondo del commercio del vino alla ricerca, seguendo percorsi differenziati, di termini più specifici; in questo quadro a partire dal cambio di millennio ha avuto un'ampia accettazione e popolarità la classificazione proposta dall'ufficio studi della Rabobank che articola la macro-categoria dei vini premium in 4 categorie a cui si aggiungono i *vini icon*.

Posto che il prezzo del vino dipende anche da una molteplicità di fattori inerenti alla reputazione e all'immagine di marchi, produttori e territori (come sarà chiarito nei capitoli successivi) certamente possibilità di collocare sul mercato vini con prezzi tanto diversi trova la sua base essenziale sul diverso pregio che può avere il vino. Infatti, se nella categoria basic si trovano vini caratterizzati da assenza di difetti e una semplice gradevolezza sensoriale, nelle categorie più costose i vini si caratterizzano per una presenza via via più importante e armoniosa di caratteristiche che riguardano vista, olfatto e sensazioni tattili in bocca, quali "gradimento, piacevolezza, complessità, originalità, franchezza". Il vertice, il grande vino, quello che può comandare i prezzi più elevati, si caratterizza in particolare "per la sua pienezza, una potenza e una finezza di gusto e di profumo, e per una fragranza intensa e gradevole. È ricco in principi sapidi e odorosi associati in concentrazioni aventi fra loro favorevoli rapporti". A questo si deve aggiungere anche il valore di caratteristiche immateriali, quali il riconoscimento e l'apprezzamento del brand aziendale o del territorio di provenienza.

La scomponibilità e la divisibilità del processo produttivo

La grande varietà di vini cui possono avere accesso i consumatori è il risultato di un sistema di offerta complesso che si articola in un sistema di produzione e in un sistema di distribuzione. Portando l'attenzione al sistema di produzione si può osservare che questo è composto da una molteplicità di imprese che possono svolgere compiti e seguire orientamenti produttivi molto diversi; questo dipende dalle proprietà tecnologiche del processo produttivo del vino che si caratterizzano per una notevole scomponibilità e divisibilità dei processi. La scomponibilità del processo produttivo implica la possibilità di individuare dei prodotti intermedi trasferibili (nello spazio ed eventualmente anche nel tempo) e, quindi, di scomporre il processo di produzione di una singola unità di prodotto in sotto-processi che possono essere svolti in luoghi diversi e sotto il controllo di più operatori tra loro indipendenti. La divisibilità implica, invece, la possibilità di attivare il processo produttivo del vino visto nel suo insieme, o i singoli sotto-processi, con dimensioni produttive molto diverse (libertà di scala).

Tutto ciò ha tre importanti implicazioni:

- si possono definire dei mercati intermedi dove il prodotto dei diversi sotto-processi viene scambiato;
- possono operare in condizioni efficienti imprese con dimensioni operative molto diverse;
- si possono sviluppare imprese con diversi livelli di integrazione verticale, ossia che realizzano l'intero processo produttivo o solo alcune fasi del processo produttivo.

Nella produzione del vino si individuano tre fasi produttive principali loro volta scomponibili in alcuni casi in sotto-fasi:

- produzione di uva;
- trasformazione dell'uva in vino (vinificazione e successivamente la maturazione o invecchiamento);
- condizionamento (imbottigliamento in senso stretto e l'etichettatura e condizionamento).

Le diverse fasi della produzione del vino sono caratterizzate da condizioni generali delle economie di scala molto diverse. Le economie di scala sono relativamente contenute in viticoltura, intermedie nella trasformazione e molto elevate nel confezionamento.

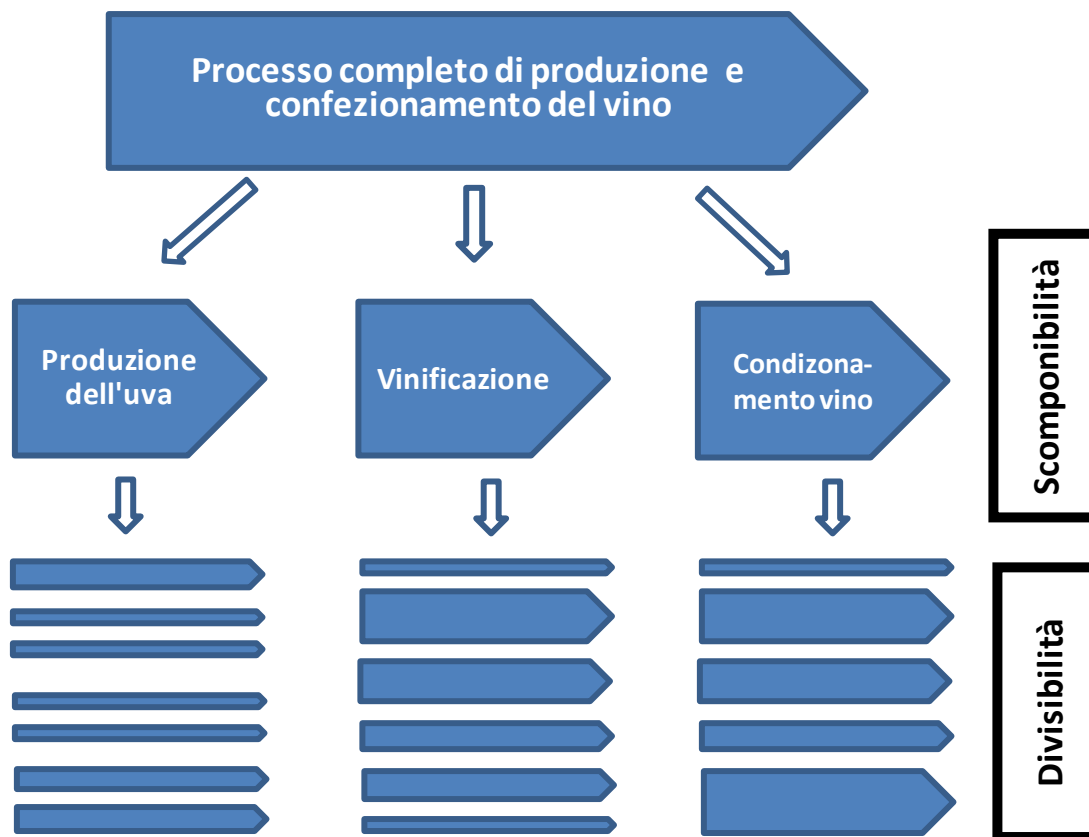
Secondo alcuni studi, pur potendo variare le opportunità di sfruttamento delle economie di scala in relazione alle caratteristiche specifiche del processo produttivo e all'ambito territoriale dove questo si colloca, si può indicare in una superficie di 200 ettari quella oltre la quale non si hanno significative economie di scala in viticoltura (questo anche per la possibilità di ricorrere a servizi esterni), mentre nella trasformazione il minimo dei costi si raggiunge in una cantina con capacità operativa pari a 100.000 ettolitri (che deve essere alimentata grosso modo dalla produzione di 1.000/1.500 ettari). Nell'imbottigliamento, invece, le condizioni di minimizzazione dei costi si hanno in impianti in grado di imbottigliare 100 milioni di bottiglie all'anno, con almeno due linee di imbottigliamento veloci (oltre 15.000 bottiglie l'ora) e altre linee più lente per imbottigliare piccole partite.

Le opportunità di scomposizione del processo produttivo del vino fanno sì che in ambito vitivinicolo il problema della commercializzazione, quindi l'ambito specifico nel quale si configura un'esigenza di marketing, emerga non solo rispetto ai mercati del prodotto finito, ma anche rispetto ai mercati intermedi dell'uva e del vino (per lo più sfuso) cui partecipano dal lato della domanda o dell'offerta le imprese che non svolgono, almeno per alcuni dei prodotti del loro portafoglio di attività, l'intero processo produttivo.

Il mercato intermedio del vino sta subendo negli ultimi anni un'evoluzione di notevole interesse, i cui risvolti qualitativi sono stati già evidenziati nel paragrafo sul commercio internazionale mediante i dati di crescita degli scambi del vino sfuso. All'origine di questa crescita, infatti, i mercati intermedi che si ampliano sotto il profilo dei volumi e anche delle varietà dei vini oggetto di contrattazione. I mercati intermedi del vino si stanno ampliando, tuttavia, anche per lo sviluppo, in Italia come in altri paesi produttori, dell'attività di grandi imbottiglieri che si approvvigionano di vini sfusi con precise caratteristiche in diverse regioni del proprio paese¹³.

¹³ Per affrontare le nuove tematiche commerciali introdotte da questi processi di specializzazione vedi il capitolo Le organizzazioni nel processo di acquisto del vino: il marketing business to business del vino.

Figura 3 - Scomponibilità e divisibilità dei processi vitivinicoli



4.2 Organizzazione dell'offerta

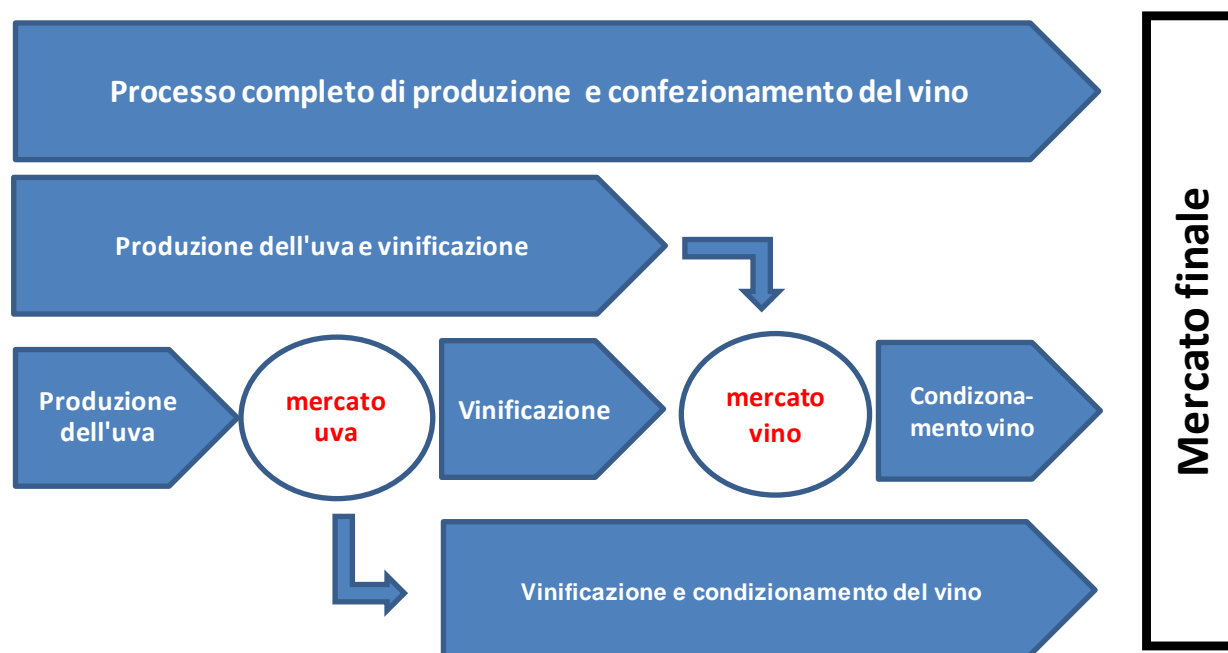
Modelli di integrazione e de-integrazione

La vasta gamma di possibilità di diversificazione verticale e orizzontale dell'offerta e le opportunità tecniche relative alla scomponibilità e divisibilità del processo produttivo del vino consentono la configurazione di una vastissima molteplicità di assetti aziendali che si differenziano per capacità produttiva, articolazione e ampiezza della gamma, segmenti di riferimento e, con riferimento ai diversi prodotti realizzati, estensione dell'attività svolta in azienda sulle diverse fasi della produzione del vino (produzione uva, trasformazione, condizionamento).

Relativamente alle scelte di estensione del processo produttivo svolto all'interno del perimetro aziendale sono possibili sei diverse opzioni, caratterizzate da diversi livelli di specializzazione o integrazione. Tre opzioni corrispondono a scelte di specializzazione di fase, ossia alla realizzazione in ambito aziendale di una sola fase del processo produttivo. All'opposto si colloca l'opzione dell'integrazione in un unico processo aziendale di tutte e tre le fasi tipiche del processo produttivo del vino.

A livello intermedio si collocano le opzioni di realizzazione nella stessa azienda della produzione dell'uva e della sua trasformazione oppure della trasformazione e del condizionamento. Le scelte da compiere tuttavia non sono totalmente indipendenti tra loro. Infatti le scelte relative al pregio o alla specificità dei vini che si vogliono realizzare definiscono il quadro nell'ambito del quale occorre effettuare le scelte di organizzazione del processo produttivo.

Figura 4 - Modelli di integrazione nella filiera vitivinicola



Per esempio, un'impresa che intende proporre al mercato finale dei vini di altissimo pregio deve necessariamente essere l'elemento terminale di un processo che ha come fase iniziale la produzione di uve con altissime potenzialità enologiche sensorialmente molto specifiche, cui deve seguire una vinificazione particolarmente accurata e mirata, un altrettanto accurato e mirato processo di maturazione del vino, imbottigliamento, sosta in bottiglia, etichettatura e confezionamento. In queste condizioni è essenziale per questa impresa il controllo di tutto il processo produttivo, dal vigneto al magazzino ai prodotti confezionati, mentre l'elevato valore aggiunto generato dai prodotti di alto pregio rende non critici i costi unitari di produzione e, quindi, la ricerca di economie di scala. Nella produzione dei vini di altissimo pregio si determina, quindi, la necessità di organizzare un processo produttivo verticalmente integrato e collocato in genere in un ambito territoriale molto circoscritto, che peraltro dovrà realizzarsi di norma su una scala produttiva piccola o media, non essendo possibile collocare sul mercato volumi importanti dei vini di altissimo pregio.

All'estremo opposto, invece, l'impresa che si orienta verso i vini basic, il cui prezzo di vendita consente solo margini molto ridotti, dovrà organizzare il processo produttivo mirando alla minimizzazione dei costi, oltre che all'ottimizzazione di una qualità che trova i suoi elementi principali nell'assenza di difetti e nella sicurezza. In questa situazione lo sfruttamento delle economie di scala è essenziale e diventa critica la possibilità di operare con impianti di imbottigliamento di elevatissima capacità operativa, essendo l'imbottigliamento la fase dove i vantaggi di costo degli impianti di dimensioni maggiori sono particolarmente sensibili.

L'approvvigionamento di impianti di imbottigliamento di grandi dimensioni richiede evidentemente una filiera in grado di convogliare con regolarità grandi volumi di vino, la cui composizione in termini di tipologia può variare nel tempo a seconda delle mutevoli esigenze dei mercati di sbocco. I sistemi di approvvigionamento di questi impianti di imbottigliamento di grandi dimensioni sono, dunque, complessi e anche geograficamente estesi, non essendo sempre possibile disporre nelle immediate vicinanze dell'impianto di cantine di trasformazione di adeguata capacità produttiva oppure essendo necessario

approvvigionarsi di vini a denominazione d'origine o a indicazione geografica di regioni diverse e distanti. Questi sistemi di approvvigionamento possono essere integrati verticalmente oppure possono presentare una struttura a rete di tipo piramidale dove il nodo apicale è rappresentato dall'operatore che presidia l'imbottigliamento e gli altri nodi sono rappresentati da una molteplicità di produttori di uva, di trasformatori e viticoltori-trasformatori, ciascuno operante con proprie scale di produzione ottimizzate rispetto al loro contesto operativo specifico e ridotte rispetto all'imbottigliatore finale. Il primo caso è quello dei prodotti di marca di minore prezzo ad ampi volumi nella cui produzione i margini sono ridottissimi, ma la domanda prevedibile, consentendo un sistema piuttosto rigido. Il secondo è quello dei vini popular premium, con margini leggermente maggiori e una domanda variabile rispetto alle singole tipologie prodotte. In questo caso la struttura a rete agevola l'adattamento dell'offerta alla domanda senza generare extra-costi insostenibili. Le relazioni tra i diversi soggetti di questa rete possono essere di natura puramente transattiva, basate su negoziazioni nei diversi mercati intermedi; in questo caso l'imbottigliatore finale ricerca sui mercati intermedi le partite di vino con le caratteristiche qualitative e di costo funzionali alle proprie strategie commerciali. In altri casi l'imbottigliatore finale esercita un'azione di coordinamento, che può realizzarsi mediante un sistema di contratti con i fornitori o nell'ambito di relazioni cooperative, per assicurarsi un approvvigionamento regolare di vino.

È importante considerare che se il conferimento al mercato finale di vini di tipo diverso richiede l'organizzazione di filiere completamente integrate oppure scomposte, le singole imprese possono partecipare in certi casi a filiere diverse. Una piccola impresa orientata ai vini di alto pregio baserà generalmente la sua attività esclusivamente su un assetto aziendale verticalmente integrato con trasformazione interna fino al confezionamento di tutta l'uva prodotta. La grande impresa imbottigliatrice baserà la sua attività esclusivamente sulle attività di stoccaggio e condizionamento, collegandosi a una rete di fornitori. Altre imprese a orientamento misto potranno partecipare con ruoli produttivi diversi a diverse filiere. Molte grandi imprese direttamente collegate con il mercato finale propongono un insieme di prodotti con prezzi che variano in un range molto ampio; queste imprese realizzano filiere verticalmente integrate per la produzione dei vini di maggiore pregio e sono elementi terminali di reti di fornitura di vini o uve per la produzione dei vini di pregio medio od ordinari. Inoltre, imprese che basano la loro attività su filiere produttive completamente integrate, possono agire, per quanto riguarda i prodotti intermedi (uva e vino) eccedenti stabilmente o congiunturalmente la loro capacità di collocazione sul mercato finale del vino confezionato, come fornitori nelle reti di approvvigionamento di altre imprese.

Assetti aziendali e commercializzazione del prodotto

Gli assetti aziendali delle imprese di produzione del vino si possono, infine, differenziare rispetto all'integrazione delle attività commerciali e distributive nelle attività di impresa. Tutte le imprese che operano nella filiera del vino hanno un problema di commercializzazione che, tuttavia, si pone in modo molto diverso a seconda del tipo di mercato cui queste si rivolgono, ossia un mercato intermedio (dell'uva o del vino) oppure il mercato finale. Questo ha implicazioni importanti sulla configurazione degli assetti aziendali. Le relazioni attraverso i mercati intermedi dell'uva e del vino richiedono, infatti, funzioni commerciali relativamente semplici, anche se dotate di competenze tecniche elevate, in grado di sostenere le relazioni ad alto contenuto tecnico e professionale proprie di questi mercati con un numero relativamente ridotto di interlocutori. Le relazioni attraverso il mercato dei prodotti finiti possono configurarsi in modo simile alle precedenti, quando dirette verso grandi compratori, come le catene della grande distribuzione o della ristorazione (contrattazione delle caratteristiche). Il collocamento del prodotto nel mercato finale può richiedere,

tuttavia, la costruzione di una fitta rete di rapporti con numerosi interlocutori commerciali (enoteche, ristoratori indipendenti, importatori nei paesi esteri, ecc.) e magari con i consumatori finali attraverso la vendita diretta – di tipo tradizionale (spacci e posta) o via internet – oltre che per lo sviluppo di un sistema di relazioni che supporti la vendita nei canali commerciali e nella ristorazione. Tutte queste attività, i cui contenuti specifici saranno oggetto di trattazione dettagliata nel capitolo Le politiche distributive e i canali di marketing, richiedono strutture aziendali dedicate e competenti, il cui efficace funzionamento comporta la disponibilità di risorse e competenze specifiche che implicano, dal punto di vista economico, costi fissi elevati che non tutte le imprese, dato il loro fatturato, sono in grado di sostenere. Questo rappresenta un ulteriore elemento di diversificazione delle imprese che operano nel mercato dei prodotti finiti, individuando due situazioni estreme. Un estremo è rappresentato dalle imprese dotate di una struttura commerciale completa che le mette in grado di raggiungere direttamente in numerosi mercati gli operatori della vendita al dettaglio (on-trade e off-trade) o addirittura i consumatori; l'altro estremo è quello delle imprese che trasferiscono tutta la produzione a operatori commerciali cui sono legate da accordi caratterizzati da una certa stabilità (accordi di distribuzione) e che, quindi, alleggeriscono la loro struttura aziendale di tutte quelle componenti a sostegno dello sviluppo delle relazioni con gli operatori commerciali al dettaglio e i consumatori finali. Tra questi due estremi possono esserci delle forme intermedie; in questi casi le imprese sono dotate di strutture commerciali complete proprie per il raggiungimento di alcuni mercati, dove il volume di affari è abbastanza elevato, e si affidano invece a operatori commerciali esterni (distributori) per il raggiungimento di altri mercati, in Italia o all'estero.

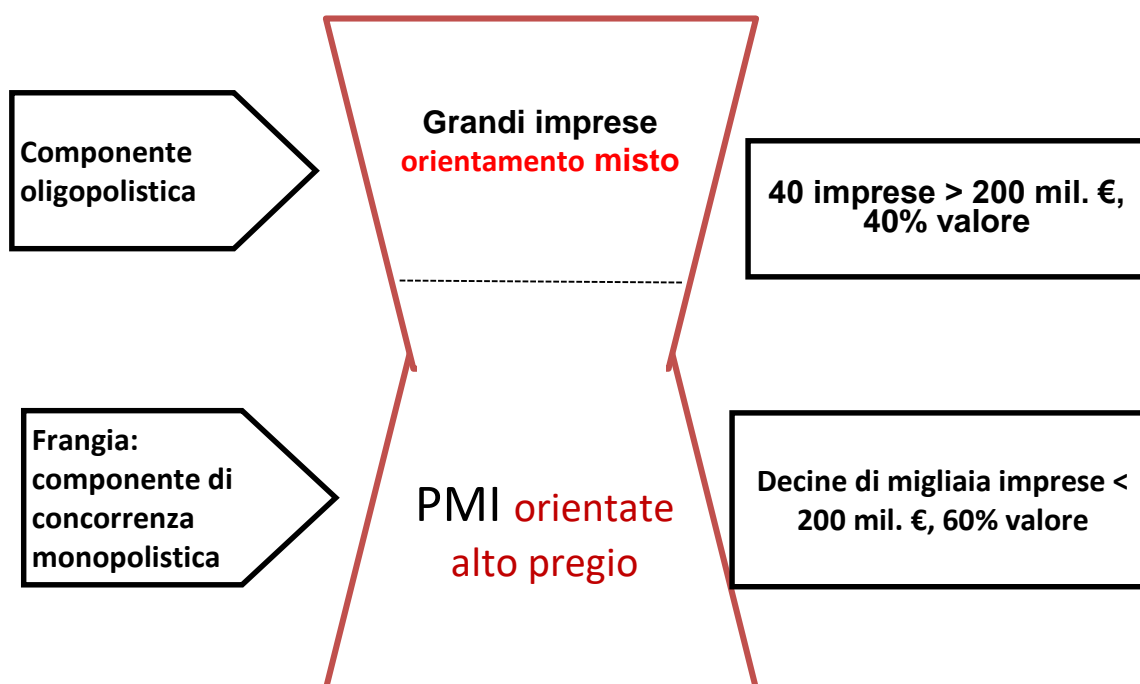
4.3 La struttura del mercato del vino e i contesti competitivi: uno sguardo di insieme

Le variabili di diversificazione che definiscono gli ambiti nei quali si sviluppa il sistema produttivo, interagendo con la domanda espressa dai sistemi distributivi sulla base delle logiche interne che guidano il loro sviluppo e dall'interazione di queste con le tendenze dei consumatori, hanno determinato negli ultimi quarant'anni un processo di evoluzione dell'offerta caratterizzato da fenomeni di concentrazione e di differenziazione che, visto a livello globale, ha avuto come esito il determinarsi, per quanto riguarda il mercato del prodotto finito, di una struttura di mercato del tipo oligopolio a frange¹⁴. Nel mercato del vino, infatti, una vasta parte dell'offerta è espressa in termini di quantità da un numero relativamente ridotto di imprese di grande capacità produttiva (circa 200 a livello mondiale), gli oligopolisti impegnati soprattutto nell'offerta dei vini di prezzo basso e medio; la restante parte dell'offerta è espressa da una frangia popolata da almeno un paio di decine di migliaia di piccole e medie imprese specializzate nella produzione dei vini di maggiore prezzo, impegnate nei loro mercati di riferimento a creare a loro vantaggio condizioni di concorrenza monopolistica nei loro segmenti di riferimento. Questo assetto composito del mercato del vino rappresenta il punto di equilibrio tra forze che agiscono tendenzialmente in senso opposto. I fenomeni di concentrazione della distribuzione alimentare, che coinvolge in larga misura anche il commercio del vino, rappresentano un fattore di concentrazione dell'offerta che si combina con le opportunità di economie di scala che si presentano nella produzione dei vini più economici e nella promozione in generale. D'altro canto, come sarà meglio chiarito nel capitolo Il consumatore di vino, nella domanda complessiva di vino si evidenzia una componente significativa che richiede vini particolari, che si potrebbero definire di alto artigianato, piccole produzioni di

¹⁴ Per una presentazione della evoluzione storica del settore del vino che ha avuto come epilogo la sua strutturazione attuale si consultino il capitolo secondo (Genesi, consolidamento e ossificazione del moderno sistema del vino: il modello francese come benchmark di qualità) e terzo (Evoluzione e rivoluzione: i trent'anni che hanno cambiato il mondo del vino) in Zampi (2003). Per un'analisi più dettagliata dei recenti fenomeni di globalizzazione e concentrazione dell'offerta si consulti, invece, Green et al. in Cesaretti et al. (2006).

piccoli produttori, costosi ma cognitivamente non di lusso, style symbol e non status symbol, che genera un mercato, non contendibile specifico per le imprese della frangia. La struttura segmentata della domanda consente, pertanto, l'esistenza di spazi per imprese con strutture di costo molto diverse: le imprese di frangia – caratterizzate da costi di produzione tendenzialmente elevati – orientate verso i vini di maggiore pregio, e le imprese che operano nella parte oligopolistica del mercato, che presidiano in modo sostanzialmente esclusivo l'offerta dei vini di prezzo basso e medio. Queste possono contribuire anche all'offerta dei vini di prezzo superiore, ma con un profilo di prodotto che si differenzia da quello delle imprese di frangia. In questo sistema di offerta i due tipi di imprese fronteggiano però problematiche competitive diverse.

Figura 5 - Struttura del mercato del vino: schema generale



Fonte: elaborazioni RRN/ISMEA da Coelho, 2013.

Le imprese che operano nella parte oligopolistica del sistema di offerta si muovono in un'arena competitiva nella quale permangono spinte verso un'ulteriore concentrazione – questo per effetto della presenza nell'arena competitiva di grandissime imprese multinazionali cui si combina la continua erosione dei margini da parte del sistema distributivo – e dove sono richieste attività di marketing assimilabili a quelle tipiche dei prodotti di largo consumo. La galassia delle imprese di frangia deve collegarsi con una vasta platea di potenziali clienti, che cresce numericamente, ma in luoghi lontani e con aspettative rispetto al vino complesse e in costante evoluzione; queste imprese di frangia devono comunque fronteggiare anche una competizione interna dato il loro numero molto elevato, anche a causa del continuo ingresso nel mercato di nuovi competitor, operanti in tutti i paesi produttori del Vecchio e Nuovo Mondo, per effetto dell'assenza di barriere all'entrata significative¹⁵.

¹⁵ Le conseguenze in termini di gestione dei canali di vendita sono affrontate nel paragrafo Le implicazioni strategiche del rapporto con la distribuzione moderna del capitolo Le politiche distributive e i canali di marketing.

CAPITOLO 5: VARIABILI MACROECONOMICHE DEL SETTORE VITIVINICOLO

Premessa

L'evoluzione del mercato mondiale del vino è costantemente monitorata dall'Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino (OIV) che in alcuni casi detta anche regole particolarmente importanti per il settore come ad esempio le pratiche enologiche.

In questa parte del lavoro i dati macroeconomici dell'OIV sono stati integrati con quelli del commercio internazionale provenienti dal database IHS/Global Trade Atlas (IHS/GTA) e, per quanto riguarda le previsioni di evoluzione del mercato, sono state utilizzate le due fonti di informazione attualmente disponibili: modello Anderson & Wittwer¹⁶ e rapporto della Commissione UE EU Agricultural Outlook, pubblicato nel 2017¹⁷. Le proiezioni, inoltre, sono basate sui dati contenuti nell'Agricultural Outlook 2017-2026, pubblicato dalla FAO in collaborazione con l'OECD, aggiornati con i dati macroeconomici e di mercato più recenti.

Gli aggiornamenti dei dati sul settore vinicolo internazionale e nazionale sono disponibili alla pagina:

<http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3525#MenuV>

5.1 I flussi globali del vino nel nuovo secolo

Superfici e produzioni

La superficie mondiale vitata appare stabilizzata su un livello di poco superiore ai 7,5 milioni di ettari, al termine di una dinamica nel nuovo secolo non univoca dovuta al combinarsi di fenomeni riguardanti sia l'uva da vino che quella da tavola e che hanno visto alcuni Paesi accrescere la superficie vitata e altri diminuirla.

I cinque Paesi nei quali attualmente si localizza la più ampia superficie vitata sono nell'ordine: Spagna, Cina, Francia, Italia e Turchia. In questi Paesi si localizza circa la metà del vigneto mondiale. Se però si considera solo la superficie con vigneti da vino, nel gruppo dei primi cinque Paesi Cina e Turchia vengono sostituiti da Stati Uniti e Argentina.

Dall'inizio del nuovo secolo si osserva che:

- la maggiore espansione del vigneto in termini assoluti del vigneto si è registrata in Cina, dove però la superficie destinata alla produzione di vino rimane ridotta;
- gli incrementi molto importanti in termini relativi si sono verificati in India e Nuova Zelanda;
- Paesi tradizionali produttori europei, nonché Turchia e Iran, hanno visto diminuire la superficie vitata;
- gli Stati Uniti hanno visto una modesta crescita della superficie;
- l'Australia mostra prima una crescita e poi una riduzione della superficie;

¹⁶ Presso l'Università di Adelaide, Kym Anderson e Glyn Wittwer hanno realizzato delle proiezioni dei principali flussi del mercato del vino al 2025. Le previsioni al 2025 sono pubblicate in Anderson e Wittwer (2018).

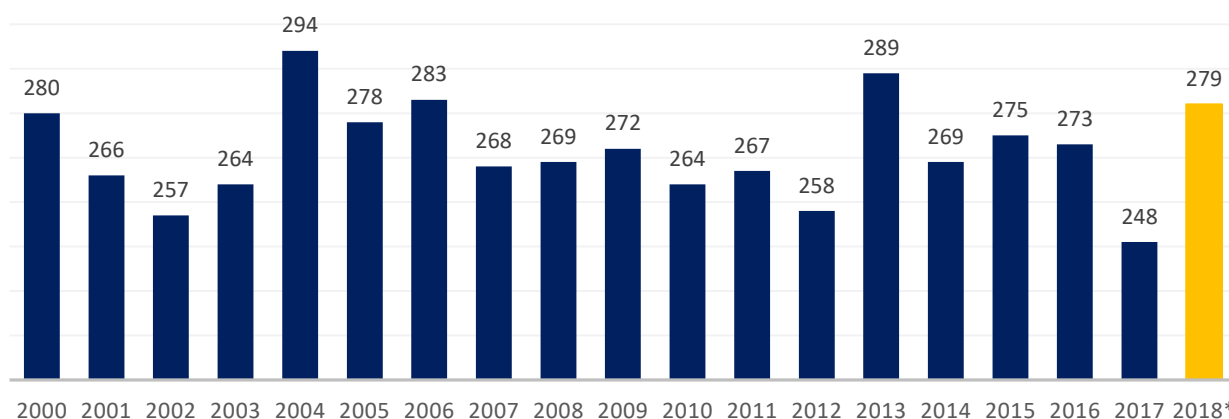
¹⁷ Il vino è uno dei prodotti presi in considerazione, anche se con minore dettaglio rispetto al modello Anderson&Wittwer

- le tendenze più recenti (dal 2015) vedono, invece, una sostanziale stabilizzazione della superficie vitata nei Paesi con i vigneti più vasti.

La produzione di vino a partire dal 2000 oscilla intorno a un valore medio di poco più di 270 milioni di ettolitri, senza mostrare peraltro una tendenza univoca. L'annata 2017 ha fatto registrare il valore più basso nel nuovo secolo (251 milioni di ettolitri), ma la produzione del 2018, stimata a 282 milioni di ettolitri, prospetta un ritorno a livelli medi.

La stabilità globale della produzione, al netto della variabilità annuale insita nell'offerta agricola, è il risultato della stabilità di medio periodo della produzione dei singoli Paesi, coerente peraltro con la stabilizzazione delle superfici investite.

Figura 6 - Evoluzione della produzione mondiale di vino (milioni di ettolitri)

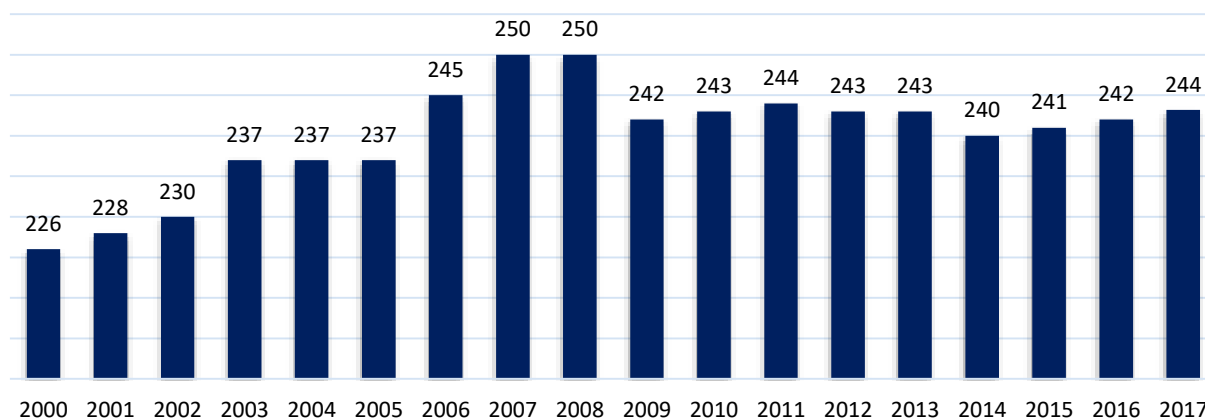


Fonte: OIV

Il consumo

Il consumo di vino nel nuovo secolo ha avuto una dinamica caratterizzata da più cambiamenti di segno. Gli otto anni precedenti la crisi finanziaria internazionale del 2008/2009 hanno mostrato una crescita importante della domanda globale (11% in sette anni; tasso annuo 1,5%); al picco di 250 milioni di ettolitri ha fatto seguito una diminuzione del consumo annuo che, con tassi annuali decrescenti, è proseguita fino al 2014, dopodiché si è registrato un nuovo aumento ma con tassi di crescita inferiori rispetto al periodo pre-crisi.

Figura 7 - Evoluzione del consumo mondiale di vino (milioni di ettolitri)



Fonte: OIV

Attualmente i due terzi del consumo si concentrano in nove mercati, con consumi superiori a 8,5 milioni di ettolitri/anno, che includono i principali produttori di vino (Italia, Francia, Spagna, USA, Germania e Argentina) e tre mercati prevalentemente consumatori (Cina, Regno Unito e Russia), con gli USA primo mercato. Questi nove Paesi rappresentavano i principali mercati di consumo anche nel 2000; a inizio secolo, tuttavia, questi rappresentavano il 70% del consumo mondiale e la gerarchia dimensionale era diversa, per effetto di un peso maggiore dei mercati tradizionali produttori e consumatori.

Tabella 18 - Consumo di vino: analisi dei principali mercati (milioni di ettolitri)

	2000	2013	2014	2015	2016	2017
Stati Uniti	21,2	30,8	30,6	30,9	31,7	32,6
Francia	34,5	27,8	27,5	27,3	27,1	27,0
Italia	30,8	20,8	19,5	21,4	22,4	22,6
Germania	20,2	20,4	20,3	19,6	20,1	20,2
Cina	10,7	16,5	15,5	16,2	17,3	17,9
Regno Unito	9,1	12,7	12,6	12,7	12,9	12,7
Spagna	14,0	9,8	9,9	10,0	9,9	10,5
Argentina	12,5	10,4	9,9	10,3	9,4	8,9
Russia	4,7	10,4	9,6	9,2	9,1	8,9
Resto del mondo	68,3	83,4	84,6	83,4	82,1	82,7
Mondo	226,0	243,0	240,0	241,0	242,0	247,0
Quota primi 9 mercati (*)	70%	66%	65%	65%	66%	66%

Fonte: elaborazione RRN/Ismea su dati OIV

Di fatto, la dinamica globale dei consumi nel nuovo secolo è il risultato del comporsi di dinamiche nazionali molto diverse. In linea generale i Paesi non tradizionali consumatori hanno visto crescere i consumi interni in modo costante, con l'unica battuta di arresto e arretramento nel 2008 e 2009, mentre i tradizionali consumatori – in particolar modo Francia, Italia, Spagna e Argentina – hanno visto diminuire i consumi fino al 2014, anno nel quale i consumi sembrano stabilizzarsi anche in questi mercati.

Gli scambi internazionali

Il nuovo secolo ha visto una crescita importante del commercio internazionale.

Tra il 2000 e il 2017 le esportazioni totali in volume sono cresciute dell'80% e quelle in valore del 150%. La crescita è avvenuta con velocità diverse.

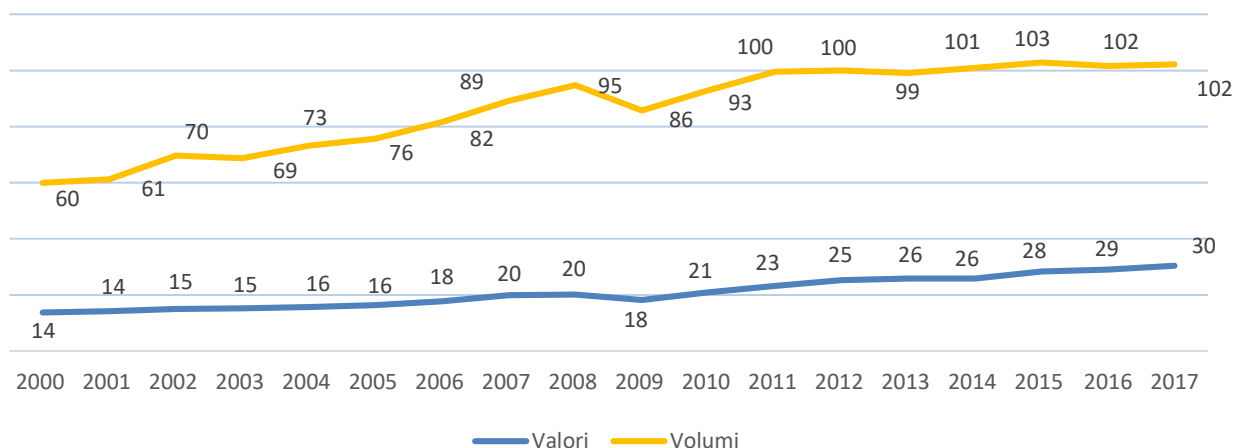
Si può osservare, comunque, che mentre negli anni più recenti la velocità di crescita delle esportazioni in volume si è molto attenuata, quella in valore è rimasta abbastanza sostenuta, sebbene inferiore a quella dei primi anni del periodo considerato. Di fatto la crescita dell'export è stata interrotta solo nel 2009, in piena crisi economica mondiale.

Tra il 2000 e il 2017 è dunque aumentato in modo importante il valore unitario dei vini oggetto di commercio internazionale e questo fenomeno si è accentuato nei tempi recenti. Il valore unitario del vino oggetto di commercio internazionale è passato dai 2,30 €/litro del 2000 ai 2,78 del 2017 in valori correnti.

Con riferimento alle tre categorie di prodotto considerate dalle statistiche internazionali, tra il 2000 e il 2017 la crescita più rapida in termini assoluti è stata quella dei vini imbottigliati, mentre in termini relativi si è assistito a una crescita molto veloce dei vini spumanti. Anche gli sfusi hanno visto crescere le esportazioni globali in valore e volume.

Queste differenti dinamiche hanno modificato la struttura dei flussi del commercio internazionale che in termini di valore, vede i vini spumanti detenere una quota intermedia tra imbottigliati e sfusi, cosa che non avveniva a inizio secolo. La crescita del peso degli spumanti nei flussi del commercio internazionale è una delle cause della crescita del valore unitario delle esportazioni.

Figura 8 - Evoluzione delle esportazioni mondiali di vino (valori in miliardi di euro; volumi in milioni di ettolitri)



Fonte: elaborazione RRN/Ismea su dati IHS/GTA

Tabella 19 - Composizione* delle esportazioni mondiali di vino: confronto 2000-2017

	Volumi				Valori (**)				Valore unitario	
	2000		2017		2000		2017		2000	2017
	milioni hl	quota	milioni hl	quota	miliardi €	quota	miliardi €	quota	€/litro	
Imbottigliati	36,4	61%	58,15	57%	10,1	74%	21,98	72%	2,78	3,78
Sfusi	20,4	34%	35,42	35%	1,2	9%	2,52	8%	0,61	0,71
Spumanti	3,1	5%	8,61	8%	2,3	17%	5,84	19%	7,41	6,78
Totale	60,0	100%	102,18	100%	13,7	100%	30,34	100%	2,28	2,97

*Imbottigliati: vini fermi in confezioni inferiori a 2 litri; sfusi: vini fermi in confezioni superiori a 2 litri.

Fonte: elaborazione RRN/Ismea su dati IHS/GTA

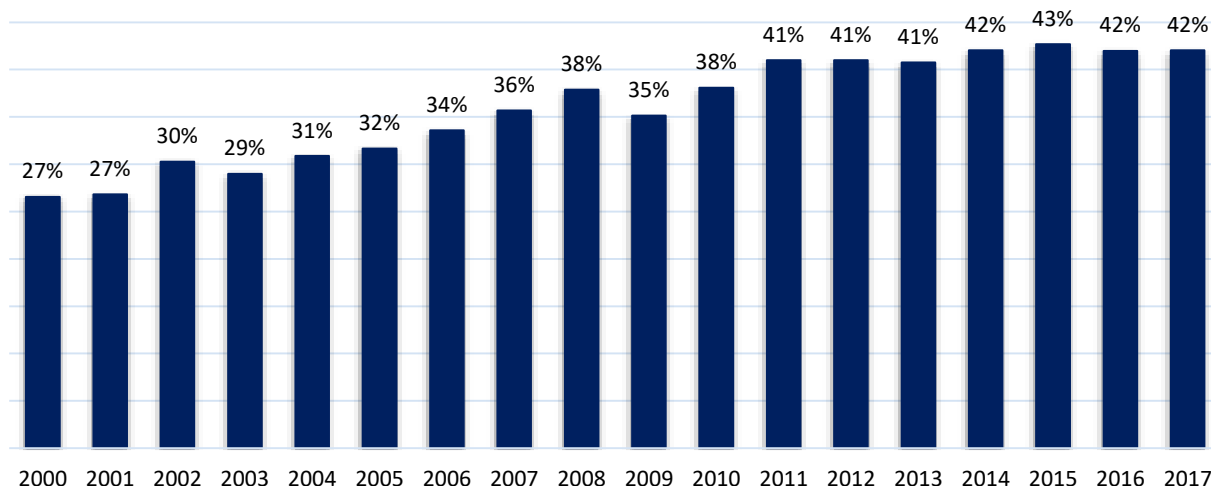
I primi cinque Paesi esportatori sia in termini di volume che di valore sono, secondo la gerarchia dei valori esportati, Francia, Italia, Spagna, Cile e Australia; importanti esportatori sono comunque anche molti gli altri Paesi produttori che operano in tutti e due gli emisferi. Francia, Italia e Spagna da sole rappresentano comunque più della metà delle esportazioni in valore e volume.

Dal punto di vista delle importazioni si riscontra tuttora una forte concentrazione delle spedizioni verso USA, Regno Unito e Germania, che assorbono il 40% dei volumi e il 30% dei valori. La Cina gioca ormai un ruolo molto importante come importatore, essendo cresciuto il consumo molto più che non la produzione interna; essa si colloca al quarto posto tra gli importatori in valore, molto vicino alla Germania, e sostanzialmente divide con la Francia la quarta posizione tra gli importatori in volume. Si segnalano come importatori importanti di vino di elevato valore Canada e Giappone.

5.2 Globalizzazione e equilibrio domanda-offerta nel mercato del vino

Il periodo di tempo considerato ha visto consolidarsi il processo di globalizzazione del mercato del vino, inteso come diffusione della produzione, con volumi significativi, in un numero maggiore di Paesi e, al tempo stesso, come aumento della quota dei vini di importazione sul totale di vino consumato. Di fatto la crescita dei consumi nei paesi totalmente privi di produzione e una crescita del consumo più rapida di quella della produzione in Paesi dotati di un certo grado di autosufficienza ha fatto sì che nel nuovo secolo il processo di crescita delle esportazioni di vino che si era avviato agli inizi degli anni '90 del secolo scorso. Il risultato è che attualmente più del 40% del vino consumato nel mondo è di importazione, mentre era meno del 30% a inizio secolo.

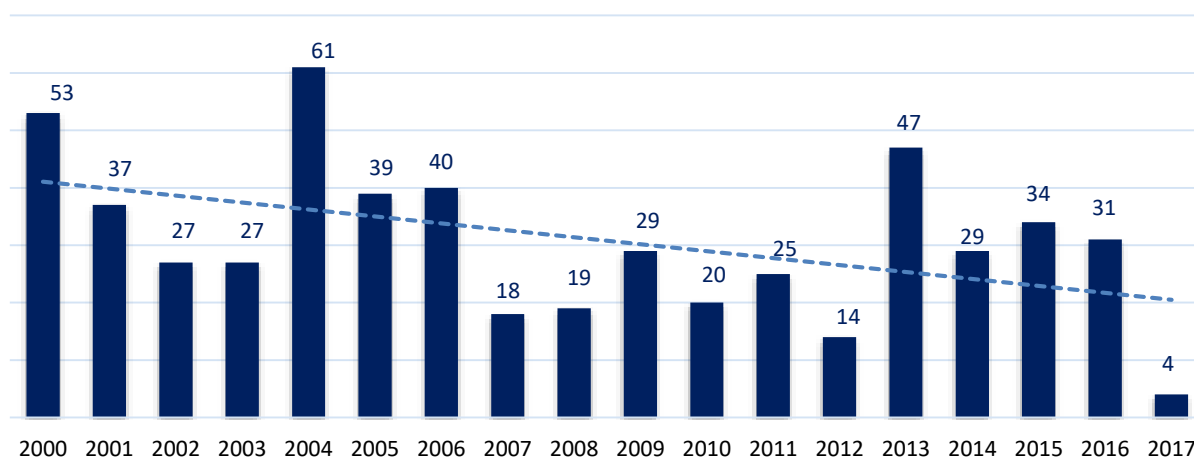
Figura 9 - Evoluzione del peso delle importazioni sul consumo globale di vino (2000-2017)



Fonte: elaborazione RRN/Ismea su dati IHS/GTA

Negli stessi anni anche l'evoluzione di produzione e consumo hanno avuto un diverso andamento. Sostanzialmente stabile in termini di tendenza la produzione, crescente invece il consumo.

Figura 10 - Dinamica del volume di produzione eccedente il consumo umano nel mercato mondiale del vino (milioni di ettolitri)



Fonte: elaborazione RRN/Ismea su dati IHS/GTA e OIV

Questo ha portato a migliorare l'equilibrio globale del mercato, che ancora negli anni '90 del secolo scorso soffriva per un eccesso di offerta e a rendere meno abbondanti le disponibilità per gli utilizzatori industriali del vino che esprimerebbero una domanda che l'OIV stima essere intorno a 30 milioni di ettolitri all'anno.

Nel corso del periodo considerato ci sono stati anni nei quali la differenza tra produzione e consumo umano è risultata inferiore alle esigenze industriali e questo ha determinato una tendenza alla riduzione degli stock, anche se non si sono mai manifestate situazioni scarsità di vino.

5.3 Il modello Anderson & Wittwer: ipotesi e proiezioni al 2025

Il modello Anderson & Wittwer si basa su un database mondiale calibrato sul 2014 e include dati di volume e valore su produzione, consumo e scambi internazionali di vino e incorpora le informazioni su accise e tassi di cambio documentate in Anderson e Wittwer (2018) e Anderson e altri. (2017).

Il modello include la disaggregazione dei flussi considerando cinque categorie di vino: non-premium, commercial premium, super-premium, icon e vini spumanti. Ci sono due tipi di uva, premium e non-premium. I vini non-premium usano esclusivamente uve non-premium, i vini super-premium e icon usano esclusivamente uve premium e i vini spumanti usano entrambi i tipi di uva. Il mondo è suddiviso in 44 singoli Paesi e 7 regioni composite che includono i Paesi minori.

Le proiezioni al 2025 sono state realizzate considerando il consumo nazionale aggregato, la popolazione e le variazioni dei tassi di cambio reali tra il 2014 e il 2025. Per quanto riguarda le preferenze, si assume che in Cina persista una ripartizione del consumo simile a quella attuale; si assume invece un tendenziale allontanamento dai vini non-premium in tutti gli altri Paesi.

La produttività delle aziende produttrici di uva e vino è prevista in crescita dell'1% annuo in tutti i Paesi; in Cina il loro capitale è previsto in crescita al netto del deprezzamento dell'1,5%, mentre si ipotizza stabile nel resto del mondo (coerentemente con la crescita nulla della produzione e del consumo di vino dei due decenni passati).

Il modello globale include equazioni di domanda e offerta, considerando quantità e prezzi di uva, vino e l'insieme composito di tutti i prodotti in ogni Paese. Si assume che le uve non siano commerciate internazionalmente, ma gli altri prodotti siano oggetto di esportazione e importazione. Il modello ricerca l'equilibrio in ogni mercato prima della simulazione di qualsiasi shock e, quindi, nuovi equilibri in seguito a ogni eventuale shock provocato dall'esterno. Tutti i prezzi sono espressi in termini reali (dollaro americano 2014).

Sono stati definiti; inoltre, con riferimento al 2025 uno scenario base (baseline) e tre scenari alternativi:

- **Scenario 1** – Rafforzamento del dollaro. Il valore del dollaro americano maggiore del 10% sulle altre valute rispetto alle ipotesi baseline per effetto degli stimoli provocati dall'insediamento di Donald Trump alla Casa Bianca nel gennaio 2017.
- **Scenario 2** – La Cina cresce di meno: crescita dell'economia cinese rallentata rispetto al modello baseline, con conseguente: i) crescita del consumo aggregato più lenta rispetto al tasso ipotizzato nel modello di riferimento; ii) deprezzamento del tasso di cambio reale cinese rispetto alle altre valute; rallentamenti della crescita delle importazioni di vino in Cina e riduzione del consumo aggregato in Africa (cresciuto notevolmente per effetto degli importanti investimenti cinesi e

degli scambi commerciali con questo continente). La ridotta competizione delle importazioni stimola la crescita della produzione interna che cresce al tasso annuo del 3% invece che dell'1,5%.

- **Scenario 3** – La BREXIT colpisce l'economia UK. Si assume che in seguito alla Brexit la sterlina si svaluti del 10% in termini reali, che il tasso di crescita economica del Regno Unito dimezzi nel periodo fino al 2025 e che il Regno Unito applichi la tariffa estera europea sul vino per le importazioni dai Paesi membri dell'UE e anche dal Cile e dal Sudafrica. Gli ultimi paesi attualmente hanno accordi di libero commercio (FTAS) con l'UE, ma ipotizziamo che il Regno Unito non abbia abbastanza tempo entro il 2025 per negoziare e implementare un nuovo FTA con ciascuno di questi due Paesi.

Proiezioni al 2025 nel quadro dello scenario base (baseline)

La produzione va intesa come produzione destinata al consumo umano, quindi si considera al netto degli usi industriali. Nel modello la categoria dei fine wine aggrega i super-premium, gli icon e gli spumanti.

Tabella 20 - Volume e valore della produzione e delle esportazioni mondiali di vino: dati 2014 e proiezioni al 2025

		Volumi(milioni hl)			Valori (miliardi \$*)		
		2014	2025	Δ%	2014	2025	Var. %
Produzione							
	Non premium	94,0	88,0	-6%	10,1	9,6	-5%
	Commercial premium	99,0	118,0	19%	26,2	42,3	61%
	Fine wine	56,0	66,0	18%	39,2	62,3	59%
	Totale	249,0	273,0	10%	75,6	114,3	51%
Esportazione							
	Non premium	42,0	40,0	-5%	4,4	4,5	2%
	Commercial premium	46,0	56,0	22%	11,6	18,8	62%
	Fine wine	24,0	30,0	25%	17,2	28,8	67%
	Totale	111,0	126,0	14%	33,1	52,1	57%

**I dati in valore sono da intendersi come a valore costante espresso in dollari 2014.*

Fonte: Anderson e Wittwer, 2018

Il volume di produzione (e consumo) secondo il modello cresce in 11 anni del 9%; si registra però una diminuzione del 6% per quanto riguarda il volume del vino non premium, mentre crescono di quasi il 20% i vini commercial premium e fine. In termini di valore si registrano alcune variazioni più marcate. Se i non-premium perdono il 5% del valore, la produzione e il consumo del vino nel suo insieme cresce del 50% e del 60% nelle due categorie premium in termini reali. Le proiezioni sul commercio internazionale sono simili, anche se di poco maggiori, con una quota di produzione globale esportata (corrispondente alla quota di consumo globale importata) in crescita di due punti percentuali tra il 2014 e il 2025.

Le proiezioni del modello non modificano in modo significativo le quote del 2014 dei vari Paesi sulla produzione globale di vino; fa eccezione la Cina perché si ipotizza un'espansione dei vigneti più rapida che altrove. In termini di valore, la Cina nel 2025 si muove dal quinto al quarto posto dietro a Francia, USA e Italia, con Spagna, Australia e Germania occupano le tre posizioni successive. In termini di volume di produzione totale, invece, la Cina risale dal sesto al quinto posto.

Tabella 21 - Quote sul consumo mondiale di vino in valore e volume: dati 2014 e proiezioni al 2025*

	2014		2025	
	Volume	Valore	Volume	Valore
<i>Tutti i vini</i>				
Stati Uniti	13,8	19,0	14,2	19,7
Francia	10,0	11,8	8,9	10,2
Germania	8,6	7,8	7,5	6,6
Italia	8,4	6,5	7,1	5,2
Cina	6,8	7,1	10,0	11,2
Regno Unito	5,3	5,1	5,8	5,3
<i>Fine wine</i>				
Stati Uniti	22,7	24,6	23,3	25,5
Francia	11,8	14,5	10,7	12,6
Germania	7,4	6,8	6,5	5,7
Italia	6,7	5,6	5,7	4,6
Canada	5,0	5,7	4,4	5,3
Russia	4,7	2,5	4,2	2,0
<i>Commercial premium</i>				
Cina	12,3	13,8	16,9	20,7
Stati Uniti	12,0	13,3	11,7	12,7
Regno Unito	8,7	7,7	9,1	7,9
Germania	8,3	9,3	7,0	7,7
Francia	6,3	7,0	5,5	6,1
Italia	5,8	6,5	4,9	5,3
<i>Non premium</i>				
Francia	12,9	14,1	12,5	13,5
Italia	12,3	10,2	11,4	9,3
Stati Uniti	10,3	11,6	10,6	12,0
Germania	9,7	7,9	9,0	7,2
Argentina	7,5	7,0	6,6	6,5
Spagna	6,3	3,4	6,4	3,4

*: primi 6 Paesi per quota in volume nel 2014 per categoria; Le categorie dei vini fermi si definiscono in base a limiti di prezzo franco cantina, pre-tasse, \$/bottiglia 0,75: non premium < 2,5; commercial premium 2,5-7,5; fine wine > 7,5 (comprende i premium wine, gli icon e gli spumanti)

Fonte: Anderson e Wittwer, 2018

Considerando le diverse categorie di prodotto, Francia e USA conservano i due posti più alti nella classifica globale della produzione dei vini fine wine, mentre Spagna e Italia si posizionano ai primi due posti per i vini non-premium. Relativamente al vino commercial premium, l'Italia detiene le quote maggiori in valore e volume; il secondo e terzo posto sono occupati da Cina e Francia, con la Cina seconda in valore e terza in volume. Questa performance della Cina è la conseguenza dell'ipotesi che in questo Paese si determini una crescita della quota dei vini non-premium e commercial premium sulla propria produzione più rapida che negli altri Paesi.

Tabella 22 - Quote sulle esportazioni mondiali di vino in valore e volume: dati 2014 e proiezioni al 2025*

	2014		2025	
	Volume	Valore	Volume	Valore
<i>Tutti i vini</i>				
Spagna	20,2	10,3	18,8	9,7
Italia	19,3	20,3	20,7	21,2
Francia	17,2	29,7	18,9	31,3
Cile	6,9	6,1	6,3	5,4
Australia	6,5	5,5	6,5	5,8
Stati Uniti	4,9	5,5	4,3	4,5
<i>Fine wine**</i>				
Francia	36,1	42,3	37,3	42,2
Italia	25,6	21,4	26,2	21,6
Spagna	9,6	7,3	9,2	7,0
Stati Uniti	5,9	6,4	4,7	5,2
Nuova Zelanda	4,3	4,7	4,5	6,6
Germania	3,2	2,8	3,7	3,2
<i>Commercial premium**</i>				
Italia	20,4	21,6	21,4	22,3
Francia	16,5	17,7	16,8	19,2
Spagna	14,3	12,3	14,3	12,2
Cile	9,1	10,3	8,3	9,5
Australia	7,8	8,4	7,7	9,4
Germania	6,3	5,6	7,0	6,2
<i>Non premium**</i>				
Spagna	32,7	16,8	32,2	16,1
Italia	14,3	13,1	15,7	13,7
Australia	7,6	12,4	8,0	13,5
Cile	7,4	11,3	6,9	11,1
Sud Africa	7,4	7,4	6,6	7,3
Francia	7,3	12,0	8,1	12,6

**primi 6 Paesi per quota in volume nel 2014 per categoria. **Le categorie dei vini fermi si definiscono in base a limiti di prezzo franco cantina, pre-tasse, €/bottiglia 0,75: non premium < 3; commercial premium 3-7; fine wine > 7 (comprende i premium 5-7 euro a bottiglia; i super premium 7-14 euro e gli ultra premium 14-150 euro e gli icon >150 euro ; ** Quote in valore anno 2017;*

Fonte: Anderson e Wittwer, 2018

Le proiezioni al 2025 del consumo evidenziano invece modifiche delle quote dei singoli Paesi rispetto all'anno base abbastanza marcate. Relativamente al consumo totale, la Cina prende il secondo posto dopo gli USA e davanti alla Francia e la Germania, mentre il Regno Unito supera leggermente l'Italia per collocarsi al quinto posto. Gli USA, la Francia e la Germania detengono i primi tre posti per il consumo di fine wine, ma il Canada supera di poco l'Italia al quarto posto, almeno in termini di valore. Anche per il vino commercial premium, la Cina rafforza il suo primato sopra gli USA, mentre il Regno Unito si trova allineato con la Germania per il terzo posto.

In termini di variazioni nei volumi di consumo il modello prevede dunque che la Cina sia il Paese che singolarmente più contribuirà alla crescita dei consumi in generale e dei vini economici e medi in particolare; gli USA, però, daranno come singolo Paese il maggiore contributo alla crescita del consumo di fine wine.

Nell'Europa Occidentale e nei Paesi del Nuovo Mondo nell'emisfero Sud i vini fine wine sostituiranno in parte i vini più economici a sostanziale stabilità dei volumi. Importante il contributo alla crescita dei consumi dell'Africa (in particolare l'Africa Sub-sahariana) e dell'insieme dei mercati minori.

Tabella 23 - Quote sulle importazioni mondiali di vino in valore e volume: dati 2014 e proiezioni al 2025*

	2014		2025	
	Volume	Valore	Volume	Valore
<i>Tutti i vini</i>				
Germania	14,1	11,1	11,5	8,6
Regno Unito	13,2	12,7	14,0	12,5
Stati Uniti	10,2	15,0	10,5	15,6
Francia	6,6	3,1	5,3	2,4
Russia	5,3	2,3	3,8	1,4
Cina	4,3	4,5	7,9	8,7
<i>Fine wine**</i>				
Stati Uniti	16,0	18,7	16,4	19,4
Regno Unito	9,3	8,4	9,2	8,1
Canada	8,5	9,6	6,6	7,8
Germania	7,5	8,5	5,9	6,6
Giappone	6,0	6,2	4,3	4,3
Svizzera	5,3	5,3	4,6	4,5
<i>Commercial premium**</i>				
Regno Unito	18,8	17,3	19,1	17,6
Germania	10,7	12,4	8,4	9,7
Stati Uniti	9,9	11,1	9,5	10,7
Cina	7,2	8,1	12,9	14,9
Russia	6,9	3,0	5,0	2,0
Paesi Bassi	6,3	7,3	5,4	6,3
<i>Non premium**</i>				
Germania	21,6	18,2	19,9	16,7
Francia	13,2	7,2	12,2	6,2
Regno Unito	9,3	17,2	10,4	19,6
Stati Uniti	7,1	10,5	7,5	11,9
Italia	5,9	3,9	5,1	3,1
Portogallo	4,4	1,8	4,0	1,5

*primi 6 Paesi per quota in volume nel 2014 per categoria. * **Le categorie dei vini si definiscono in base ai limiti di prezzo franco cantina, pre-tasse, €/bottiglia 0,75: non premium < 3; commercial premium 3-7; fine wine > 7 (comprende i premium 5-7 euro a bottiglia; i super premium 7-14 euro e gli ultra premium 14-150 euro e gli icon >150 euro; ** Quote in valore anno 2017

Fonte: Anderson e Wittwer, 2018

Per quanto riguarda il commercio internazionale, sul fronte delle spedizioni non si prevedono radicali modifiche nella gerarchia dei Paesi esportatori. Francia, Italia e Spagna rimangono i tre esportatori principali di vino in termini di valore totale; migliora la posizione dell'Australia che supera in termini di quota Cile e USA. Francia e l'Italia accrescono le quote, già predominanti, nelle esportazioni di fine wine. L'Italia supera però la Francia nella categoria di esportazione dei commercial premium e la Spagna supera l'Italia, l'Australia e il Cile nella classifica degli esportatori di vini non premium.

In tema di importazioni, invece, il modello prevede modifiche di struttura più marcate. Considerando il totale delle importazioni, i primi tre importatori in volume resteranno nel 2025 Regno Unito, Germania e USA (con uno scambio di posizioni), ma tra i primi tre importatori in valore si troverà la Cina. La Germania slitta al quarto posto, seguita dal Canada, Hong Kong e dagli altri importatori di medio peso. Un ruolo importante come importatore sarà svolto dall’Africa Sub-sahariana che sperimenterà una crescita relativa delle importazioni molto importante, come anche i Paesi asiatici del Pacifico diversi dalla Cina. Considerando le diverse categorie di prodotto, gli USA si qualificano come il principale importatore di fine wine sia nel 2014 che nel 2025, ma le posizioni successive in termini di valore mutano: da Canada, Germania e Regno Unito nel 2014 a Regno Unito, Canada e Germania nel 2025. Nella categoria commercial premium, dove il Regno Unito è l’importatore dominante, c’è una redistribuzione simile della classifica di valore tra Germania, USA, Cina; la Cina, infatti, raggiunge la seconda quota seguita nell’ordine da USA e Germania. Così per le importazioni di vini non premium, nel 2014 la Germania era al primo posto seguita dalla Francia in termini di volume e dal Regno Unito in termini di valore. Nel 2025, tuttavia, il Regno Unito dovrebbe rimpiazzare la Germania al primo posto in termini di valore; questo però solo se la Brexit non avrà effetti significativi.

L’aumento nel consumo di vino in Cina tra il 2014 e il 2025, limitatamente alle proiezioni baseline, è alimentato per quasi la metà dall’espansione della produzione interna e per il 70% da importazioni che, soprattutto per quanto riguarda i fine wine derivano in larga parte dall’Europa. Con un aumento delle importazioni proporzionalmente maggiore della produzione domestica, l’autosufficienza della Cina per quanto riguarda il vino scende nel periodo di proiezione dal 75% al 64%

Focus sulle categorie di prodotti

Le proiezioni generate dal modello Anderson & Wittwer consentono di focalizzare la dinamica dei mercati considerando le singole categorie di prodotto intese in termini di fasce di prezzo. Il modello Anderson & Wittwer include tra le sue ipotesi la *premiumization*, ossia dello spostamento delle preferenze dei consumatori e quindi dei comportamenti di acquisto verso vini di maggiore pregio e valore unitario. In effetti i valori medi della produzione e delle esportazioni totali crescono di quasi il 40% e a questa crescita corrisponde una crescita del peso delle categorie di prodotto più pregiate.

Il peso dei fine wine in volume cresce di 2 punti percentuali sia nella produzione che nell’esportazione, mentre il peso in valore cresce di tre punti percentuali, sia nella produzione che nell’esportazione. Anche i commercial premium accrescono le quote in valore e in volume, sia nella produzione che nell’esportazione, a danno dei non premium che perdono 5 punti di quota in volume e valore sia nella produzione che nella esportazione.

Nonostante questi travasi tra categorie a vantaggio delle categorie più pregiate la struttura del mercato non muta in modo radicale; il volume dei vini di pregio più elevato (fine wine) consumati e il volume oggetto di commercio internazionale resterà nel 2025, pertanto abbastanza limitato (6 milioni di ettolitri il consumo complessivo, di cui 30 provenienti da commercio internazionale), sebbene esprima quote in valore piuttosto levate. Questo significa che la competizione in questo segmento rimarrà molto elevata e probabilmente crescente, aumentando il numero degli operatori potenzialmente in grado, sotto il profilo tecnico, di entrare in questo segmento caratterizzato dal maggiore valore aggiunto.

Tabella 24 - Quote in volume e valore delle diverse categorie di vino e valori unitari: dati 2014 e proiezioni al 2025

	Volume				Valore				Valore unitario	
	2014		2025		2014		2025		2014	2025
	<i>milioni hl</i>	<i>quota</i>	<i>milioni hl</i>	<i>quota</i>	<i>miliardi \$*</i>	<i>quota</i>	<i>miliardi \$*</i>	<i>quota</i>	<i>\$/litro</i>	
Produzione										
Non premium	94,0	38%	88,0	32%	10,1	13%	9,6	8%	1,07	1,09
Commercial premium	99,0	40%	118,0	43%	26,2	35%	42,3	37%	2,65	3,58
Fine wine	56,0	22%	66,0	24%	39,2	52%	62,3	55%	7,00	9,44
Totale	249,0	100%	273,0	100%	75,6	100%	114,3	100%	3,04	4,19
Esportazioni										
Non premium	42,0		40,0	-5%	4,4		4,5	2%	1,05	1,13
Commercial premium	46,0		56,0	22%	11,6		18,8	62%	2,52	3,36
Fine wine	24,0		30,0	25%	17,2		28,8	67%	7,17	9,60
Totale	111,0		126,0	14%	33,1		52,1	57%	2,98	4,13

Fonte: Anderson e Wittwer, 2018

Il segmento più importante in termini di volume rimarrà, quindi, quello dei commercial premium, la cui produzione e consumo dovrebbe salire a 118 milioni di ettolitri, di cui 56 oggetto di commercio internazionale. Il segmento dei vini più economici, infine, sebbene contratto rimane piuttosto ampio e come tale potenziale destinazione di volumi importanti di produzione.

Risultati principali delle proiezioni basate sui 3 scenari alternativi

Supervalutazione del dollaro

Le proiezioni al 2025 del mercato del vino sviluppate nell'ipotesi di un tasso di cambio del dollaro maggiore del 10% rispetto al valore utilizzato per la simulazione di base rispondono a uno scenario nel quale il maggiore potere di acquisto dei cittadini del più vasto mercato di consumo agisce da attrattore dei flussi di commercio internazionale. Rispetto alla baseline, i prezzi interni dovrebbero scendere del 5% e il consumo crescere del 3%, lasciando tuttavia inalterato il consumo mondiale. Le importazioni dovrebbero risultare al 2025 maggiori di 1 milione di ettolitri, con un valore addizionale di 0,8 miliardi di dollari; l'Italia dovrebbe fornire un terzo dell'incremento delle importazioni USA.

In questo scenario si rileva anche una modifica della struttura del consumo, risultando accresciuta rispetto alla simulazione base la quota dei fine wine.

Minore crescita cinese

Le proiezioni al 2025 del mercato del vino sviluppate nell'ipotesi di una crescita cinese inferiore a quella ipotizzata per la simulazione base derivano dal ricalcolo dei risultati del modello imponendo un tasso di crescita dell'economia cinese del 4,4% invece del 5,4%. Lo scenario che ne deriva si caratterizza per una drastica riduzione dei tassi di crescita delle importazioni cinesi; di conseguenza la stima della crescita al 2025 delle importazioni si riduce a 1,7 milioni di ettolitri contro i 3,5 della simulazione base. La minore velocità della crescita dell'economia cinese si ripercuote però anche sulla dinamica economica delle economie più legate alla Cina e, in particolare, dell'Africa sub-sahariana. Nell'ipotesi di una minore crescita cinese la crescita

delle importazioni dell'area sub-sahariana determinerebbe un volume annuo di soli 2 milioni di ettolitri, piuttosto che i 2,9 previsti nella simulazione base.

La minore crescita cinese si stima che possa avere un impatto marcato sulla dinamica del commercio internazionale del vino: il volume di export stimato al 2025 sarebbe del 15% inferiore a quello della soluzione base (107 piuttosto che 126 milioni di ettolitri). I diversi esportatori risulterebbero colpiti in modo molto diverso: la crescita delle esportazioni del Cile sarebbe ridotta del 90% e quella del Sud Africa dimezzata; minore invece l'impatto per Italia, Francia e Australia, che si caratterizzano nel modello per una maggiore diversificazione degli sbocchi.

Brexit

Le proiezioni al 2025 del mercato del vino sviluppate nell'ipotesi di una riduzione del 10% del valore della Sterlina rispetto alle altre principali valute, tasso di crescita dimezzato nell'orizzonte di analisi e commercio internazionale vinicolo del Regno Unito con l'UE, Cile e Sud Africa regolati secondo il principio della nazione più favorita dell'Organizzazione Mondiale per il Commercio (OMC). Si prevede una modifica dei flussi di commercio internazionale diretti verso il Regno Unito, con un effetto depressivo netto pari all'1,3% in volume e del 2% in valore. Risulteranno negativamente colpiti gli esportatori verso il Regno Unito che attualmente operano in regime di libero scambio (UE, Cile Sud Africa), mentre USA e Australia dovrebbero vedere un aumento delle loro esportazioni verso il Regno Unito. Le importazioni del Regno Unito nel 2025 sarebbero inferiori di 2,66 milioni di ettolitri e 990 milioni di dollari (valore 2014) rispetto alla proiezione base; questo sarebbe dovuto tuttavia soprattutto per la peggiore dinamica dell'economia britannica, piuttosto che per le maggiori barriere tariffarie che applicando le regole OMC sarebbero comunque molto basse.

5.4 Outlook della UE

Anche il rapporto sulle previsioni di sviluppo dell'agricoltura dell'UE, questo con orizzonte 2030, prevede una evoluzione positiva del mercato del vino a livello globale, nonostante una modesta contrazione della produzione interna. Nel quadro di una sempre più intensa internazionalizzazione del mercato del vino, l'Outlook prevede aumenti delle importazioni e delle esportazioni di vino dell'UE, con un miglioramento progressivo del saldo positivo tra esportazioni e importazioni, che un aumento delle esportazioni. Le esportazioni di vino dei Paesi dell'UE verso i Paesi Terzi dovrebbero avvicinare ai 30 milioni di ettolitri a fronte di importazioni di poco superiori a 15 milioni di ettolitri.

Tale dinamica degli scambi di vino tra UE e resto del mondo avverrebbe in un quadro di stabilizzazione dei consumi interni.

Tabella 25 - Evoluzione della bilancia commerciale dell'UE per il vino (dati in milioni di ettolitri)

	2016	2030
Esportazioni (a)	24	27
Importazioni (b)	14	15,5
Esportazioni nette (a-b)	10	11,5

Fonte: Elaborazioni RRN/ISMEA su dati Commissione UE, 2017

5.5 Considerazioni finali

La lettura congiunta delle previsioni del modello Anderson & Wittwer e dell'Outlook della Commissione Europea restituiscono un quadro prospettico del mercato del vino che si caratterizza in termini certamente positivi. Le due fonti concordano, sebbene con diversi livelli di analiticità, nel prevedere un'espansione complessiva del mercato del vino a livello globale, della quale si potranno avvantaggiare tutti i produttori.

Certamente alla base delle previsioni espansive per il mercato del vino ci sono ipotesi sulla dinamica delle diverse economie; tra queste ipotesi di crescita robusta delle economie asiatiche e della Cina in particolare, che ha riflessi importanti anche sull'economia di varie aree dell'Africa.

Certamente l'evoluzione effettiva del mercato sarà determinata anche da fenomeni economici esterni allo specifico del mercato del vino che, influenzando l'economia di Paesi importanti, incideranno sul potere di acquisto dei cittadini, come illustrato dalle simulazioni sotto scenari alternativi realizzate con il modello Anderson & Wittwer.

Una crescita cinese inferiore alle aspettative avrebbe ripercussioni molto importanti sulla dinamica globale del mercato del vino, mentre una supervalutazione del dollaro, dato il ruolo chiave degli USA nel mercato del vino, avrebbe un effetto di stimolo, soprattutto in termini di valore. Meno marcati a livello globale, ma non trascurabili gli effetti di una Brexit senza negoziazione di accordi sostitutivi dell'attuale quadro di regolazione degli scambi tra Regno Unito e UE.

Tabella 26 - Caratterizzazione delle proiezioni al 2025 sotto i tre scenari alternativi

Ambito di deviazione dalla proiezione base	Supervalutazione Dollaro USA	Minore crescita cinese	Brexit
Commercio internazionale globale	Crescita commercio: modesta in volume (+ 200.000 hl); rilevante in valore (+ 0,6 miliardi \$). Esportazioni attratte da USA. Stimolo al segmento Fine Wine.	Riduzione di circa 15% in volume e valore. Esportazioni di allontanano da Cina	Riduzione volume (- 15 milioni hl) e valore (1,02 miliardi \$): Esportazioni di allontanano da Regno Unito (RU)
Paesi specifici	Incremento consumi in USA; aumento spedizioni soprattutto dall'Italia	Riduzione importazione in Cina e anche da parte di Africa Sub-sahariana; penalizzate esportazioni di Cile e Sud Africa	Riduzione import RU. Aumento esportazioni USA e Australia verso RU; riduzione esportazioni verso RU da EU, Cile, Sud Africa

Fonte: Elaborazione RRN/ISMEA su analisi Anderson e Wittwer, 2018

Il modello Anderson & Wittwer nella sua analiticità consente di valutare anche l'evoluzione della struttura del mercato. Rispetto a questo tema, cruciale per l'impostazione delle strategie di medio lungo termine dei diversi sistemi di offerta nazionali, risulta chiaro che nonostante il progredire del processo noto come *premiumization*, ossia di spostamento dei consumi verso prodotti di maggiore pregio e prezzo, il segmento dei fine wine rimane quantitativamente ristretto e questo impone ai sistemi produttivi nazionali di notevole dimensione, come quello italiano, di cercare di trarre il massimo profitto dal mercato dei vini di maggiore prezzo, ma anche di fare in modo, attraverso strategie produttive e distributive idonee, di creare valore anche nei segmenti inferiori di maggiore capienza quantitativa.

CAPITOLO 6: LE CARATTERISTICHE DEL SETTORE VINICOLO ITALIANO

6.1 La struttura del sistema di offerta

L'offerta del vino italiano ha un fatturato finale stimato al 2017 di circa 13 miliardi di euro, di cui 6 generati dalle esportazioni.

Tabella 27 - I numeri del settore vitivinicolo italiano

<i>udm</i>		2015	2016	2017	2018*
STRUTTURA¹					
aziende agricole ¹	(n)	310.428	310.428	310.428	310.428
superficie ²	(ha)	637.634	645.800	652.217	657.708
ha/azienda	(ha)	2,05	2,08	2,1	2,1
aziende vinificatrici ²		45.730	45.730	42.000	nd
imprese industriali ³	(n)	1.807	1.807	1.807	1.807
addetti industria	(n)	13.124	13.124	13.124	13.124
addetti/industria	(n)	7,3	7,3	7,3	7,3
Offerta					
produzione ⁴	(migliaia hl)	49.510	50.990	42.499	49.000
peso denominazioni (Doc/Docg) ⁴	(% q.)	27,8	26,8	35,4	33,0
produzione/consumo	(% q.)	231,4	227,6	188,0	217,8
fatturato industria ⁵	(milioni euro)	12.474	12.798	13.004	13.200
peso sul fatturato ind. agroalimentare ⁵	(% v.)	9,4	9,7	9,8	10,0
quota di mercato prime quattro imprese ⁵	(% v.)	9,2	9,2	9,4	9,4
SCAMBI CON L'ESTERO⁵					
import ⁴	(milioni di euro)	325	307	322	371
import/consumi ⁸	(% in quantità)	13,1	7,6	9,2	10,1
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	0,76	0,75	0,72	0,83
export ⁴	(milioni di euro)	5.392	5.627	6.005	6.275
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	14,7	14,7	14,6	14,8
export/produzione ⁴	(% in volume)	42,6	40,4	50,9	40,8
saldo ⁴	(milioni di euro)	5.067	5.320	5.683	5.905
saldo normalizzato	(% valore)	88,6	89,6	89,8	88,8
DOMANDA					
consumo totale apparente ⁶	(migliaia hl)	21.400	22.400	22.600	22.500
consumo pro capite apparente ⁷	(litri)	35,7	37,3	37,8	37,7
Mercato					
Indice dei prezzi alla produzione del vino ⁸	(100=2010)	140,4	137,4	145,8	173,88
- vini comuni	(100=2010)	126,3	120,9	146,5	190,7
- vini Igt	(100=2010)	148,0	135,0	137,3	163,8
- vini Doc-Docg	(100=2010)	145,8	152,8	153,3	170,4

1) Dati riferiti al Censimento Agricoltura 2010; 2) dato Anea: Inventario delle superfici; 3) SPA 2013; 4) Dato delle produzioni Certificate/produzione Anea; 5) Stime comprensive di tutte le attività enologiche dell'industria vinicola; 6) da bilancio di approvvigionamento; 7) ottenuto come rapporto tra il consumo apparente e la popolazione Istat aggiornata a marzo 2018; 8) Ismea; *2018: Stime/o dato provvisorio.

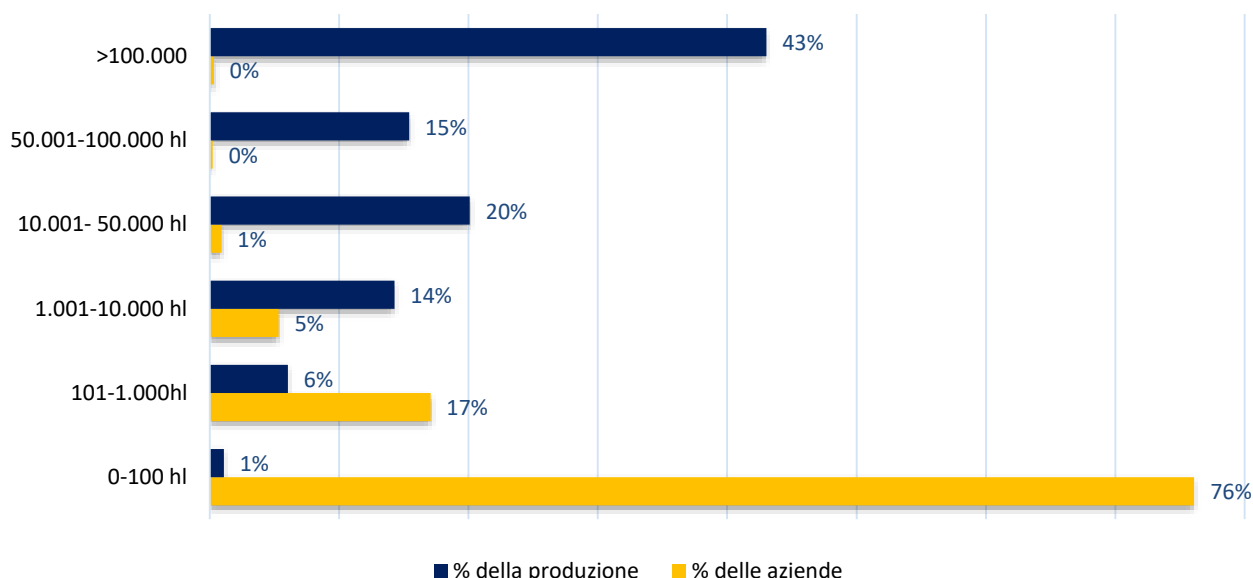
Il tessuto produttivo è molto variegato e frazionato soprattutto nella fase a monte della filiera, dove si contano oltre 310 mila imprese, alcune delle quali di dimensioni molto ridotte, su una superficie vitata totale di 659 mila ettari.

Da sottolineare che la superficie vinicola italiana ha subito una costante riduzione che ha portandola nel 2015 al minimo degli ultimi venti anni con 637 mila ettari. Da tre anni, invece, c'è stata un'inversione di tendenza grazie anche all'entrata in vigore della nuova normativa sulle autorizzazioni ai nuovi impianti.

La struttura delle aziende vinificatrici

A essere cambiata è, comunque, la geografia delle superfici vitate. Mentre la flessione si è sentita in maniera decisa in regioni come Lazio, Sicilia, Emilia Romagna, Puglia e Piemonte, la spinta verso i nuovi impianti è stata capeggiata dalle regioni del sistema Prosecco e Pinot Grigio con in testa il Veneto.

Figura 11 - Struttura delle aziende vinificatrici per classe di produzione di vino



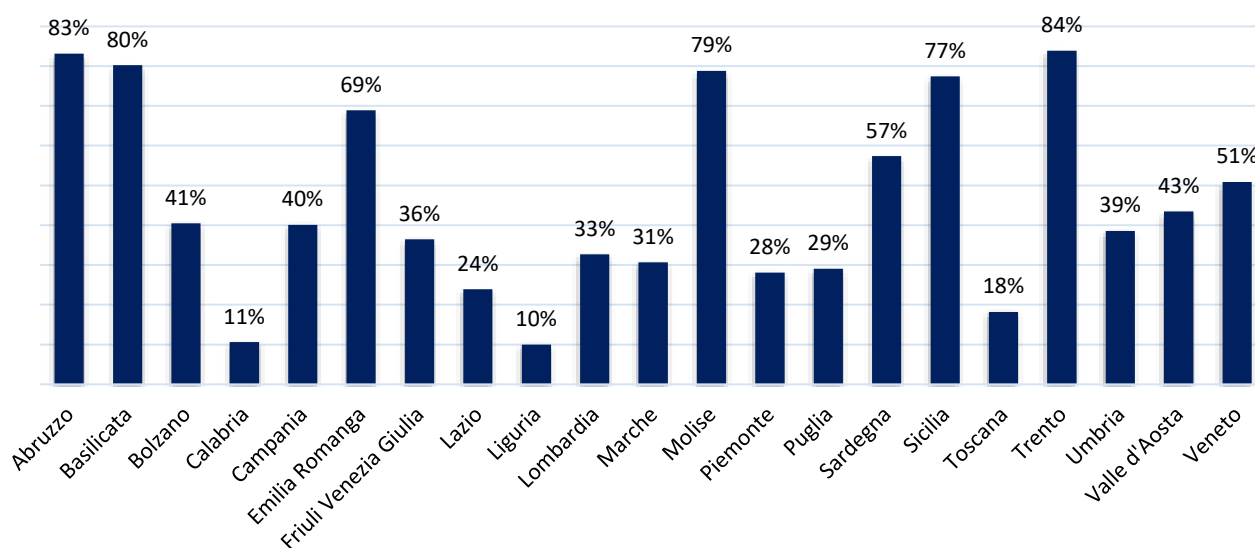
Fonte: elaborazione RRN/ISMEA su dati Agea

Tra i tanti piccoli e grandi cambiamenti che hanno investito il mondo del vino negli ultimi anni c'è anche quello relativo alla riduzione delle aziende che vinificano.

Si è passati, infatti, da 62.530 aziende vinificatrici nel 2010, alle 45.730 del 2016 con una flessione del 27%. Nel 2017, peraltro, questo numero è sceso ulteriormente ma va considerata anche l'annata particolarmente scarsa dal punto di vista produttivo.

Il 76% delle aziende vinificatrici produce meno di 100 ettolitri di vino, mentre le aziende con una produzione superiore ai 100 mila ettolitri sono meno dell'1% del totale ma contribuiscono per il 43% della produzione totale. Nel tessuto produttivo italiano è particolarmente elevata la presenza della cooperazione alla quale afferisce oltre la metà della produzione di vino. La presenza della cooperazione, peraltro, non è distribuita in modo omogeneo. In alcune regioni, come Trentino, Abruzzo e Basilicata la quota "cooperativa" super l'80%, mentre la Sicilia si colloca poco al di sotto di tale soglia.

Figura 12 - La presenza della cooperazione per regione (% della produzione cooperativa sul totale regionale)



Fonte: elaborazione RRN/ISMEA su dati Agea

A questi operatori si aggiungono anche gli imbottiglieri puri, quelli cioè che acquistano vino e lo confezionano, che l'ISMEA da una recente analisi stima in circa 1.700 unità.

A dimostrazione di quanto sia polverizzato il sistema produttivo italiano si evidenzia che circa la metà del fatturato è generato da sole 155 imprese (2017) con un fatturato individuale superiore a 25 milioni.

Più in particolare, le imprese con un fatturato superiore ai 200 milioni sono solo 3 e non sono presenti in Italia imprese che si collocano al vertice della classifica mondiale dei fatturati delle imprese del vino; il più grande gruppo italiano (Cantine Riunite-CIV) si colloca, tuttavia, tra le prime 10 imprese di questa classifica.

Le imprese vitivinicole italiane sviluppano la loro attività su un'eterogenea compagine di unità tecniche includendo all'interno del loro perimetro una sola o più unità tecniche, con specializzazione di fase o integrate verticalmente su due o tre fasi, a seconda, come già accennato, della dimensione operativa e dell'orientamento produttivo.

Le imprese che compongono il sistema dell'offerta del vino italiano realizzano, pertanto, una fitta rete di relazioni di scambi tra unità tecniche che possono essere interni alle imprese, quando queste si basano su più unità tecniche, oppure inter-impresa, quando avvengono tra unità tecniche appartenenti a perimetri aziendali diversi, negoziando su mercati intermedi o sulla base di accordi stabili di tipo cooperativo o di altro genere; questo assicura flessibilità al sistema nel suo complesso, facilitando l'ottimizzazione dell'uso della capacità produttiva dei diversi operatori e l'adattamento al mutare costante della domanda nei mercati cui gli operatori possono avere accesso.

L'analisi dei flussi dei mercati intermedi evidenzia due tipologie di filiere completamente integrate:

- 1) di tipo agricolo, dove operano imprese che includono nel loro perimetro aziendale tutte le fasi produttive;
- 2) di tipo cooperativo, dove giuridicamente le imprese viticole sono separate da quelle della trasformazione, ma sussiste comunque un'integrazione funzionale, essendo i viticoltori proprietari degli impianti di trasformazione e impegnati a conferire a questi la loro produzione.

Si delineano, inoltre, delle filiere più articolate il cui nodo di congiunzione con il mercato finale sono gli imbottiglieri puri o gli imbottiglieri con impianti di trasformazione industriali. Questi ultimi si approvvigionano di uva su un mercato fornito prevalentemente dai viticoltori non associati a cooperative di imbottiglieri puri, ma anche gli imbottiglieri trasformatori si approvvigionano, invece, di vino su un mercato intermedio alimentato da tutti i tipi di cantine. Sia le filiere integrate (di natura agricola e cooperativa) che quella parzialmente integrata (di tipo industriale) e quella non integrata svolgano un ruolo importante nell'approvvigionamento del mercato finale.

Le diverse filiere hanno, tuttavia, orientamenti produttivi diversi in termini di pregio delle produzioni, con la filiera agricola che si distingue dalle altre per una specializzazione verso i vini di maggiore pregio. Pertanto, il peso della filiera sul valore dell'offerta agricola è significativamente maggiore rispetto a quello sul volume.

Le grandi imprese italiane

Una panoramica della diversità di orientamento produttivo presente tra le imprese vitivinicole italiane, così come dei loro diversi modelli organizzativi si può ricavare dall'analisi dell'insieme delle grandi imprese del vino italiane, ossia di quelle con un fatturato annuo superiore a 50 milioni di euro.

Tabella 28 - Governance, localizzazione e dimensione economica delle grandi imprese italiane produttrici di vino (anno 2017)

Grandi imprese di testa			Grandi imprese intermedie			Grandi imprese di coda		
Fatturato > 200 milioni			Fatturato 200-100 milioni			Fatturato 100-50 milioni		
Nome	Gov (1)	Sede (2)	Nome	Gov (1)	Sede (2)	Nome	Gov (1)	Sede (2)
Cantine Riunite & Civ °	C	ER	Casa Vinicola Zonin°	F	V	Ruffino°	E	TO
Cavero °	C	ER	Mezzacorona °	C	TR	Lunelli°	F	TA
Palazzo Antinori °	F	T	Gruppo Campari*	F	L	La Vis°	C	TA
			Cavit Cant. Viticoltori °	C	TR	Contri Spumanti	F	V
			F.lli Martini Secondo Luigi	F	P	La Marca	C	V
			Casa Vin. Botter Carlo & C.	F	V	Villa Sandi	F	V
			Italian Wine Brands°	M	L	Gruppo Banfi °	E	TO
			Enoitalia	F	V	Quargentan	F	V
			Santa Margherita°	F	V	Mionetto	E	V
			Gruppo Cevico°	C	ER	Vivo Cantine °	C	V
			Cantina Coop. di Soave°	C	V	F.lli Gancia & C.	E	P
			Collis Wine Group°	C	V	Masi Agricola °	A	V
			Schenk Italia°	E	AA	Vinicola Serena	F	V
			Frescobaldi°	F	TO	Terra Moretti	F	L
			Mondodelvino°	F	ER			

1: C = cooperativa; F = controllo familiare; E = controllo estero; Q = quotata borsa AIM; M: controllo misto:

2: ER = Emilia Romagna; AA = Alto Adige; TO = Toscana; V = Veneto; TR = Trentino; P = Piemonte; L = Lombardia.

°: fatturato consolidato; *: divisione vini.

Fonte: elaborazione RRN/ISMEA su dati Mediobanca (2018)

Si può osservare che tra queste maggiori imprese si riconoscono sia imprese che fanno capo a filiere integrate di natura cooperativa (10 imprese)¹⁸, sia imprese private (22 imprese)¹⁹.

Tutte le imprese incluse nel gruppo delle grandi imprese, data la notevole dimensione della loro offerta, sono caratterizzate da una gamma di prodotti piuttosto vasta che si estende su diverse fasce di prezzo e include prodotti con diverse caratteristiche o origine geografica. Nonostante ciò, queste imprese si caratterizzano per un baricentro dell'offerta molto differenziato in termini di prezzo, essendo alcune focalizzate sul vino di alta gamma, altre su quelli medi e altre ancora su quelli basic, in vetro o bag in box o brik. I dati disponibili su fatturati e volumi produttivi illustra questa variabilità mostrando il valore unitario che caratterizza l'offerta di queste grandi imprese. Si può osservare che il valore unitario maggiore è pari a 9 volte maggiore di quello minimo.

Ai diversi profili di gamma corrispondono, peraltro, diversi modelli di marketing. Nella loro diversità è possibile tuttavia riconoscere schematicamente due modelli principali. Il primo è basato sullo sviluppo e rafforzamento dell'immagine della marca, appoggiato quindi anche da importanti investimenti in comunicazione anche televisiva. Questo modello generale si declina però in varianti specifiche a seconda delle caratteristiche dei prodotti offerti; si passa, quindi, dalle strategie di comunicazione e di marca tipiche dei prodotti di largo consumo, basate su importanti investimenti pubblicitari, a supporto dell'offerta di vini basic o popular premium, a strategie tipiche dei prodotti di altissimo pregio o di lusso, basate su relazioni personali selettive ed eventi di prestigio, a supporto dell'offerta dei vini super o ultrapremium. Il modello alternativo è quello che si può definire del focus su servizio e reattività, che è quello della maggior parte degli imbottiglieri, che sviluppano come elemento distintivo la capacità di soddisfare rapidamente ed efficacemente le esigenze mutevoli di assortimento della propria clientela, costituita da grandi catene di supermercati o grandi distributori, fornendo prodotti successivamente venduti con marchio del distributore oppure con uno dei numerosi marchi dell'imbottigliatore²⁰.

In termini di organizzazione della filiera produttiva tra le grandi imprese si rinvencono tutti e tre i modelli precedentemente individuati. Al modello di piena integrazione aderiscono le 10 imprese di natura cooperativa e anche 10 imprese private. Tutte queste imprese comunque si configurano come gruppi caratterizzati da una notevole complessità, poiché organizzati su diverse unità operative, anche geograficamente molto distanti, con funzioni che si differenziano per il tipo di vino prodotto oppure per tipo di fase produttiva svolta (vinificazione, imbottigliamento/confezionamento, stoccaggio). Le grandi cooperative integrano in taluni casi, nei limiti consentiti dalle normative, la produzione di uva dei soci con acquisti di uva da non soci, oppure la produzione interna di vino con vini acquistati sul mercato intermedio; in alcuni casi queste cooperative possiedono direttamente dei vigneti. Anche le imprese private, tuttavia,

Le cooperative citate rappresentano a loro volta modelli di organizzazione di tipo diverso. Alcune (Cantine Riunite & CIV, Caviro, CAVIT, Gruppo Cevico, Collis Veneto Wine Group) sono dei raggruppamenti di cooperative; altre sono delle cantine sociali singole.

Tra queste, due (Giordano Vini e Masi) sono quotate in borsa in Italia e tre sono a controllo estero. Ruffino fa parte del gruppo multinazionale con base negli Stati Uniti Constellation Brands, il Gruppo Banfi è controllato dalla società statunitense Banfi Vintners e Schenk è un gruppo con sede in Svizzera. La divisione vini del Gruppo Campari rappresenta, invece, un esempio di attività vinicola inglobata nell'ambito di una multinazionale, in questo caso basata in Italia, delle bevande alcoliche.

²⁰ La fornitura di prodotti da vendere con marchio del distributore è tuttavia un'attività non esclusiva degli imbottiglieri puri, essendo svolta anche da imprese integrate totalmente e parzialmente che investono sul proprio marchio.

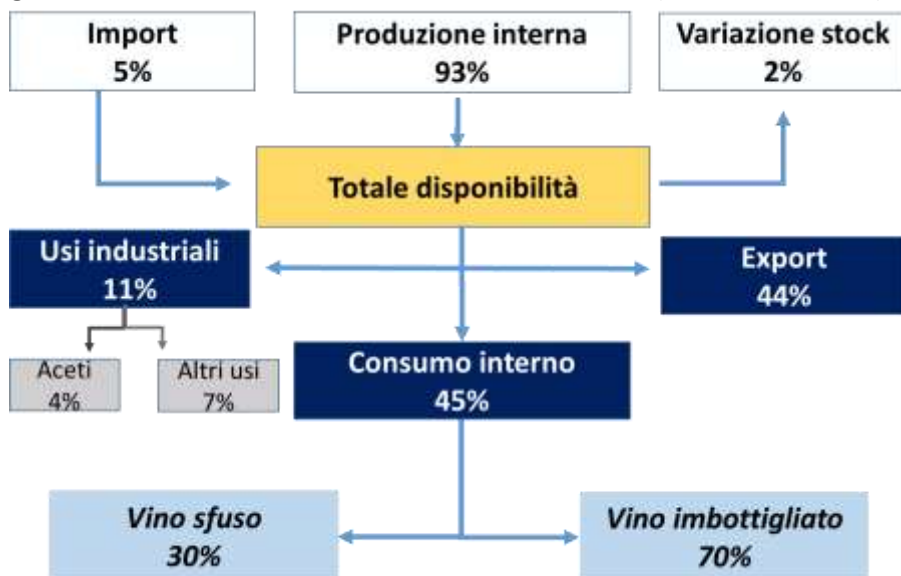
integrano con acquisti esterni, soprattutto per produzioni accessorie, l'uva e il vino autoprodotti. Al modello misto aderiscono, invece, quattro aziende private che si configurano anch'esse, comunque, come gruppi complessi organizzati su diverse unità operative. Molte di queste imprese che aderiscono al modello integrato o al modello misto pur avendo nella vendita del vino imbottigliato il loro core business operano anche nel mercato di vino sfuso, mercato che negli anni recenti vede una riqualificazione ed espansione. Al modello degli imbottiglieri puri, infine, aderiscono otto imprese, caratterizzate in genere nell'avere una sola unità operativa dove sono presenti i serbatoi di stoccaggio, ed eventualmente di spumantizzazione, e linee di imbottigliamento ad altissima velocità. Data la complessità dell'organizzazione geografica e funzionale della maggior parte delle grandi imprese, queste hanno nella maggior parte dei casi un modello di governance complesso, con una distribuzione delle diverse attività in società giuridicamente indipendenti, ma gerarchicamente dipendenti dalla capofila per cui è il fatturato esposto nel bilancio consolidato a collocare il gruppo nella categoria delle grandi imprese.

Per quanto riguarda la localizzazione, si deve tenere presente che la maggior parte delle grandi imprese del vino hanno impianti di produzione o strutture logistiche in diverse regioni italiane. Considerando comunque le sedi direzionali si può rilevare che sono tutte localizzate al Centro-Nord, con una particolare concentrazione a Nord-Est. In Veneto, infatti, è presente la sede direzionale di 14 delle 32 grandi imprese, quattro sono nella Provincia Autonoma di Trento e una in quella di Bolzano. Questa notevole presenza di grandi imprese (tutte cooperative) in provincia di Trento fa sì che questa provincia mostri dei flussi di esportazione molto maggiori della sua produzione, proprio perché qui convergono le produzioni delle cantine associate poste all'esterno della Provincia. In Toscana si trova la sede di quattro grandi imprese e lo stesso numero si trova in Emilia Romagna. Infine, tre grandi imprese hanno il quartier generale in Lombardia e due in Piemonte.

6.2 I flussi all'interno nel settore vinicolo italiano

Negli ultimi anni il settore vinicolo italiano è stato caratterizzato da profondi cambiamenti. È diminuita la superficie vitata ed è cambiato il quadro ampelografico delle varietà impiantate e parallelamente l'offerta si è sempre più orientata verso la produzione di vini Dop e Igp non tralasciano, comunque, anche i vini da tavola di cui si è certamente innalzata la qualità.

Figura 13 - I flussi all'interno del settore vino italiano (media 2013-2017)



Fonte: RRN/ISMEA

Sul fronte della domanda, a una costante flessione dei consumi interrotta solo negli ultimi due anni, si è consolidato il ruolo dell'Italia come Paese esportatore con oltre 20 milioni spediti mediamente oltre i confini nazionali.

In termini di flussi Ismea stima che del totale delle disponibilità il 93% è dato dalla produzione interna, meno del 5% è imputabile all'import, il resto è dato dall'aumento delle scorte. Sul fronte della domanda consumo e esportazioni 43% vada ai consumi interni, il 41% alle esportazioni e il resto alla distillazione e uso industriale.

Si stima che il consumo interno per il 30% sia rappresentato da vini sfusi, la maggior parte dei quali è venduta direttamente dai produttori (o rappresenta autoconsumo) e solo una quota minoritaria è venduta attraverso i normali canali commerciali. Il vino in bottiglia o confezionato in altri contenitori (brik, bag in box ecc..) rappresenta il 70% del consumo interno. Il 60% del consumo avviene in casa o, comunque, fuori dai canali Horeca.

Considerando le vendite off-trade del vino in bottiglia o confezionato Il ruolo della GDO è prevalente rispetto ad altri canali come negozi di alimentari tradizionali, enoteche e vendite dirette. Da considerare, tuttavia, che i dati sulla distribuzione delle vendite al mercato interno attraverso i diversi canali non sono sempre esaustivi e quindi necessitano di processi di stima. Per quanto riguarda le vendite di vino sfuso, la quota delle vendite dirette ai consumatori finali non è così esigua, perché persiste l'abitudine del pubblico ad approvvigionarsi presso singoli agricoltori o cantine sociali.

Dati più dettagliati sui canali di distribuzione delle principali aziende per fatturato sono forniti dalle indagini Mediobanca che riportano le quote dei canali di vendita utilizzati dalle principali società, in totale e per categoria di segmento di prezzo.

Tra le 155 maggiori imprese, considerando la loro offerta complessiva, la maggior parte delle vendite sul mercato interno è destinata alla grande distribuzione (38%); questa quota è maggiore per le cooperative (46%) piuttosto che per le aziende private (34%). Le vendite dirette (13%) hanno un'importanza relativamente minore. La quota di Horeca, di contro, è molto più piccolo per le cooperative che per le aziende

private, poiché le cooperative preferiscono fornire altri canali come la grande distribuzione e i grossisti, probabilmente a causa dei maggiori volumi coinvolti. Il canale dei grossisti rimane un canale importante per tutte le imprese, perché è un modo per raggiungere aree di consumo lontane da quelle di produzione. La quota di vendita diretta delle grandi aziende è relativamente contenuta e questo evidenzia la principale differenza di strategia commerciale di queste aziende rispetto a quelle di minore dimensione che vendono maggiormente attraverso la vendita diretta, supermercati o enoteche locali.

La destinazione dei grandi vini (quelli con un prezzo superiore a 25 euro) delle imprese più grandi è piuttosto diversa dalla media evidenziando un diverso orientamento in termini di canali di distribuzione per questo tipo di vino. L'Horeca e i piccoli negozi specializzati (enoteche e wine bar) detengono la quota maggiore (rispettivamente 37% e 24%) della vendita dei grandi vini, seguiti dalle vendite dirette (19%), mentre la grande distribuzione ha un peso molto basso (3%). La principale differenza tra cooperative e imprese è che queste ultime utilizzano più vendite dirette e piccoli negozi e fanno meno affidamento sulla ristorazione.

I punti di distribuzione del vino ai consumatori sono raggiunti in Italia quasi nello stesso modo da tutte le imprese. Le imprese sono collegate a piccoli negozi come enoteche, ristoranti, bar e grossisti attraverso una rete di agenti di vendita; queste reti possono essere più o meno grandi e ramificate in base alle dimensioni dell'azienda produttrice. Le piattaforme di acquisto delle catene della grande distribuzione o le catene di ristoranti sono raggiunte tramite intermediari specializzati. I distributori (cioè gli operatori che hanno il monopolio in un'area di vendita dei prodotti di una cantina di cui promuovono il marchio) hanno un ruolo piuttosto limitato in Italia, specialmente nel caso di grandi vini. Il vino esportato viene spedito principalmente in bottiglia; infatti, i vini fermi e spumanti imbottigliati rappresentano il 75% delle esportazioni totali in volume.

La maggior parte delle aziende vinicole raggiunge i mercati esteri attraverso importatori locali, eventualmente supportati, nel caso di piccole imprese, da intermediari specializzati. Aziende più grandi possono avere vari importatori nello stesso paese, uno per raggiungere le catene della GD e altri per raggiungere enoteche e ristoranti.

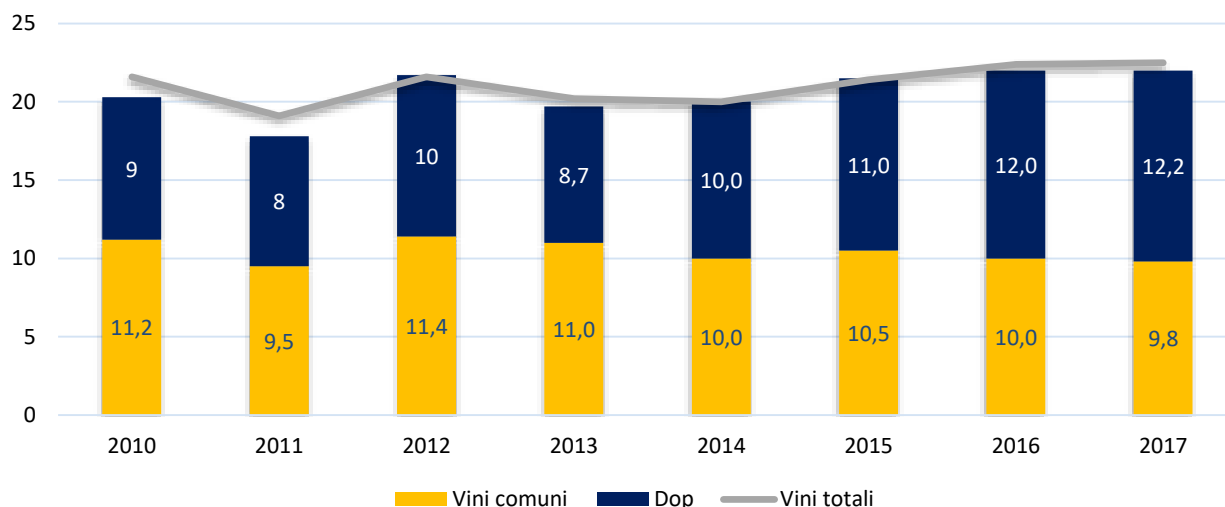
6.3 Competitività dell'offerta

L'analisi della competitività del settore vinicolo, intendendo per competitività la capacità di conservare o ampliare profittevolmente le quote di mercato, tiene conto contemporaneamente della dinamica dell'offerta, attraverso le quote di mercato che questa riesce a presidiare sul mercato interno e su quelli esteri, e della redditività, che rappresenta la profittabilità dell'attività produttiva.

Performance competitiva nel mercato interno

La performance competitiva sul mercato interno può essere valutata attraverso il volume dei consumi di vino e la penetrazione dei consumi di vino nelle diverse fasce di età. Il consumo di vino in Italia, così come rilevato dai bilanci di approvvigionamento, dopo un lungo declino mostra negli anni più recenti una ripresa o comunque una frenata della flessione. Questo è in linea con la nuova attenzione che le imprese del vino italiane dedicano negli anni più recenti al mercato domestico, nella consapevolezza che questo è un mercato di estrema importanza, per la sua dimensione e perché la crescita sul mercato internazionale potrebbe in futuro essere più difficile.

Figura 14 - Evoluzione del consumo di vino in Italia (milioni di ettolitri)



Fonte: RRN/ISMEA

Un riscontro della inversione di tendenza nelle dinamiche dei consumi viene peraltro dall'analisi dei modelli di consumo, come vengono restituiti dall'indagine ISTAT sugli stili di vita. L'analisi oltre a mettere in evidenza una notevole differenziazione di questi modelli, nella quale emerge l'attuale prevalenza dei consumatori occasionali, evidenzia una crescita del numero dei bevitori di vino nelle classi più giovani. Questo dato è importante perché testimonia l'interruzione del processo di allontanamento dal consumo di vino delle classi più giovani, interruzione che è la garanzia di stabilizzazione del consumo di vino in Italia.

Complessivamente si può quindi affermare che la performance competitiva del settore vitivinicolo italiano sul mercato interno è positiva.

Tabella 29 - Modelli di consumo del vino in Italia: quote di consumatori per livello di consumo e età nel 2015

Classe età	Tutti i consumatori		Livello di consumo					
			Oltre 0,5 litri al giorno		1-2 bicchieri al giorno		Consumatore saltuario	
	2003	2017	2003	2017	2003	2017	2003	2017
16-17*	16,8	16,6	0,1	-	1,5	1,0	10,1	7,8
18-19	31,7	36,1	0,4	0,5	3,9	2,1	23,3	24,9
20-24	40,6	45,8	1,1	0,3	7,9	4,1	25,7	33,0
25-34	52,1	54,9	1,8	1,3	16,2	8,2	29,3	37,9
35-44	60,3	57,5	3,6	1,5	24,2	11,3	29,1	37,8
45-54	65,6	59,0	6,2	2,5	31,2	17,8	24,8	32,7
55-59	67,1	58,4	7,6	3,1	34,6	21,4	22,0	29,3
60-64	65,1	60,1	9,1	3,6	35,5	25,2	18,3	27,0
65-74	61,5	58,6	7,5	3,4	35,9	29,4	16,2	21,6
oltre 75	53,8	54,0	4,7	3,4	30,8	29,1	16,5	18,5
Totale	55,9	52,6	4,5	2,2	24,7	16,8	23,3	28,1

Fonte: RRN/ISMEA su dati ISTAT

Performance competitiva nei mercati esteri

La performance competitiva del sistema vitivinicolo italiano può essere, nel suo profilo generale, analizzata attraverso i dati sulle esportazioni di tutti i vini nel loro complesso e delle diverse categorie che il sistema di rilevazione dei flussi commerciali prende in considerazione.

Considerando gli anni più recenti (2010-2017) si rileva che le esportazioni italiane mostrano nel loro insieme una dinamica positiva dei valori e una modesta contrazione dei volumi, con un aumento quindi del valore unitario dei vini esportati, una stabilità della quota in valore dell'Italia sulle esportazioni mondiali e una modesta contrazione della quota in volume. Il rallentamento della crescita delle esportazioni in volume è un fenomeno globale nel quale, però, l'Italia è stata coinvolta più di altri esportatori.

Questo comportamento aggregato è il risultato di dinamiche differenziate. Gli spumanti mostrano una dinamica estremamente positiva, sia in valore che in volume; gli spumanti italiani crescono infatti più della media del mercato con un ampliamento quindi delle quote sui flussi mondiali. I vini sfusi mostrano invece una contrazione delle esportazioni, che riguarda soprattutto i prodotti di minor valore, sia in valore che in volume, con conseguente perdita di quote misurate a livello globale. L'Italia risulta esclusa, pertanto, dalla nuova dinamica positiva del commercio internazionale dei vini sfusi. Il Paese, d'altra parte, punta nel suo insieme a un trading up dell'offerta, come testimoniato dalla crescita del valore unitario della produzione e dalla crescita delle importazioni proprio di vino sfuso, mostrando un'evoluzione del modello produttivo verso il modello francese. I vini imbottigliati mostrano una dinamica positiva per quanto riguarda i valori, che fa ampliare la quota di mercato a livello globale, ma negativa negli anni più recenti per quanto riguarda i volumi, con un aumento sensibile, quindi, del valore unitario delle esportazioni.

L'analisi dei dati non consente di dare un giudizio univoco sulla performance competitiva internazionale del sistema vitivinicolo italiano. Come verrà chiarito nel paragrafo successivo, una parte del sistema produttivo prende parte con pieno successo all'evoluzione del mercato, mentre un'altra parte mostra di non essere in grado di seguire i fenomeni di globalizzazione in corso.

Tabella 30 - Dinamica delle esportazioni del vino italiano

	Milioni di Euro						Migliaia di ettolitri					
	Media 2000/01		Media 2010/11		Media 2016/17		Media 2000/01		Media 2010/11		Media 2016/17	
	Valore	% tot modo	Valore	%*	Valore	%*	Volume	%*	Volume	%*	Volume	%*
Tutti i vini	2.519	18,1	4.127	18,7	5.730	19,3	16.457	27,2	22.091	22,9	20.568	20,2
Imbottigliati	2.021	19,3	3.270	20,3	4.093	19,1	8.230	21,9	12.520	23,1	11.811	20,8
Sfusi	306	25,5	360	16,3	358	13,5	7.466	37,8	7.850	21,7	5.027	13,4
Spumanti	192	8,5	497	13,3	1.278	22,8	762	23,9	1.721	29,5	3.509	42,4

*Quota Italia sul totale mondiale

Fonte: RRN/ISMEA su dati IHS/GTA

Redditività

L'analisi della redditività delle imprese del settore vitivinicolo non è agevole in quanto in questo sistema sono coinvolte imprese con caratteristiche e dimensioni molto diverse. Per avere un quadro sufficientemente completo della situazione conviene considerare separatamente le imprese agricole di minore dimensione, la

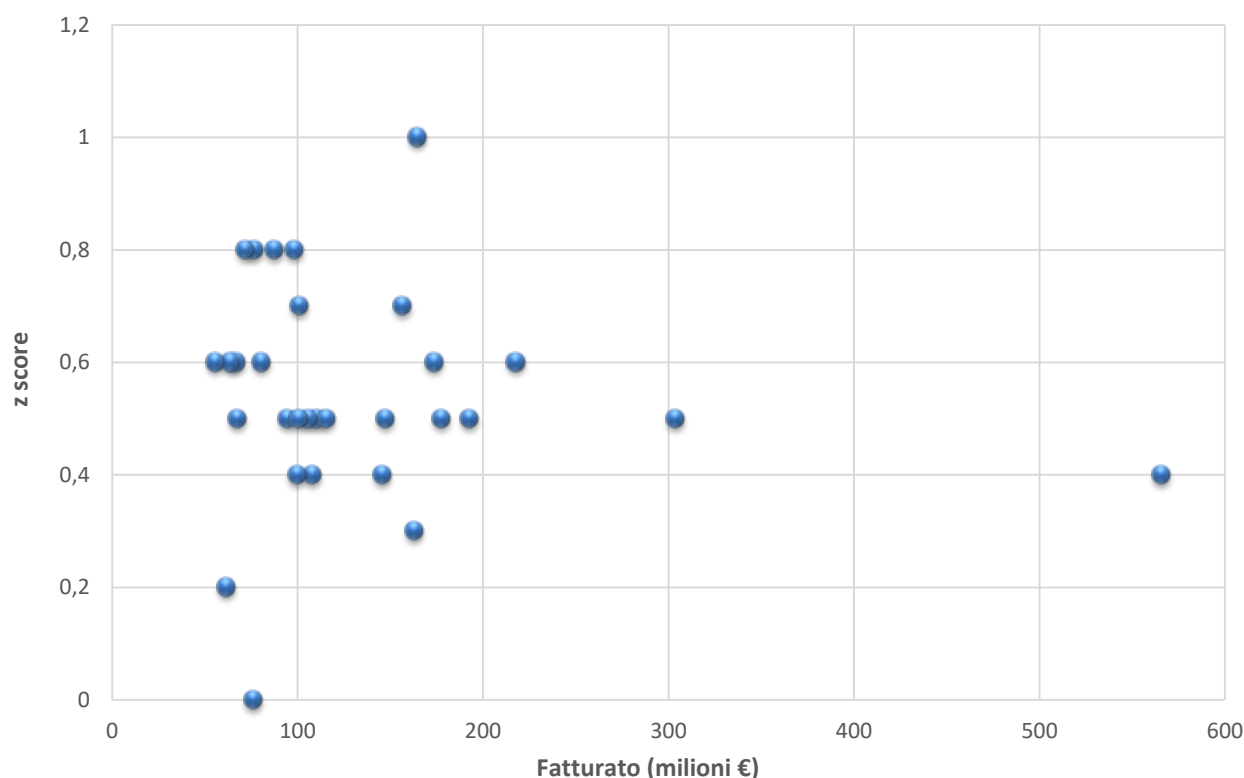
cui performance reddituale può essere valutata attraverso i dati RICA, e le imprese di maggiore dimensione, alcune comunque società agricole e altre no, la cui performance reddituale può essere valutata attraverso l'analisi dei bilanci.

L'analisi dei dati RICA mostra performance reddituali delle imprese specializzate in vitivinicoltura di buon livello, risultando terze dopo l'ortofloricoltura e l'allevamento di granivori.

L'analisi dei dati di bilancio delle 155 maggiori imprese del vino anche rivela indici reddituali soddisfacenti, in crescita negli anni più recenti.

Questi dati medi tuttavia vanno letti insieme ad altri dati che rivelano come dietro le medie ci siano prestazioni individuali molto diverse. Il numero delle cantine di trasformazione è diminuito in 7 anni di oltre il 30% e in molte regioni italiane la superficie vitata ha visto una drastica contrazione, mentre altre sono risultate costantemente in crescita come in Veneto.

Figura 15 - Valore z-score* delle grandi imprese del vino in Italia in relazione al fatturato (milioni di euro, 2017)



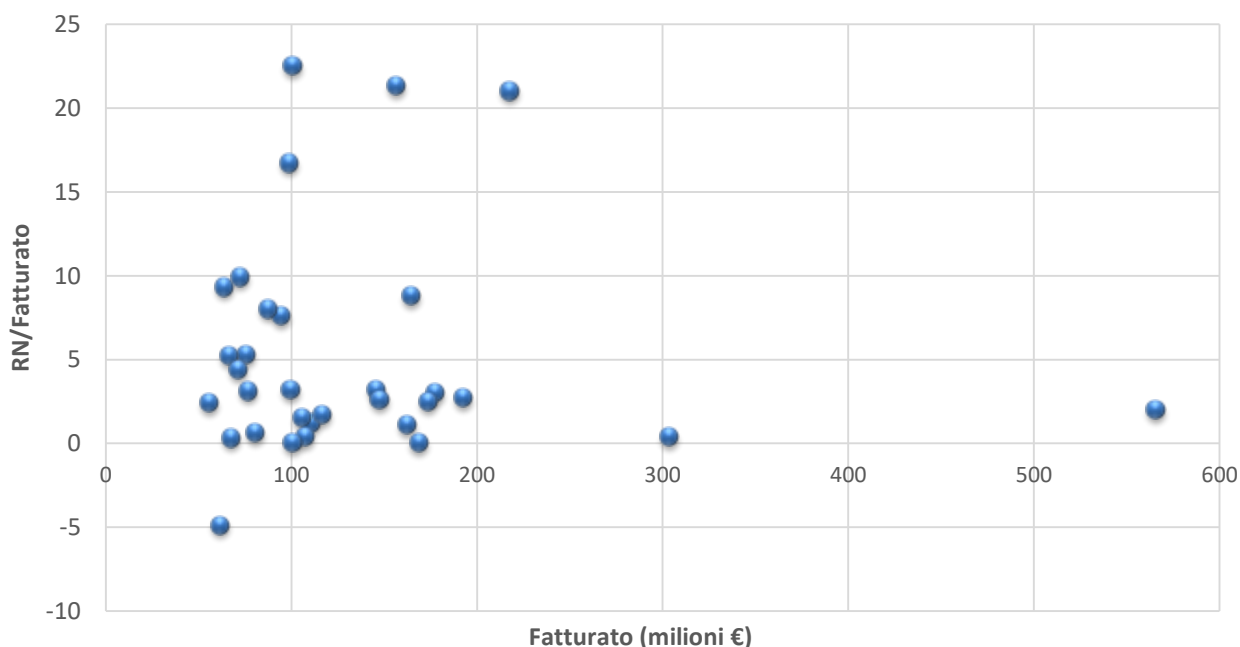
**L'indicatore z-score sintetizza i seguenti parametri: variazione vendite 2011-2017, margine operativo netto/valore aggiunto, margine operativo lordo/oneri finanziari, ROE, ROI, debiti finanziari/mezzi propri,*

Fonte: elaborazione RRN/ISMEA su dati Mediobanca (2018) e Anna De Martino (2018)

L'analisi dei dati specifici delle maggiori imprese fornisce ulteriori informazioni in questo senso. L'analisi dei diversi indicatori disponibili mostra infatti che la performance economica delle imprese di maggiore dimensione ha una notevole eterogeneità.

Il confronto diretto dei dati di bilancio delle imprese cooperative e di quelle private è, tuttavia, problematico, perché l'utile della produzione cooperativa non è segnalato dal reddito netto. Data questa circostanza ha quindi un notevole valore illustrativo l'indicatore sintetico z-score calcolato da Mediobanca. L'indicatore mostra come in termini di performance economica complessiva le grandi imprese si differenzino pur evidenziandosi un addensamento su livelli di performance intermedi. Con riferimento alle sole grandi imprese private, invece, si evidenzia che i valori del rapporto tra risultato netto e fatturato e anche in questo caso emerge un'indipendenza tra performance e dimensione. Si può osservare, inoltre, che solo 9 imprese mostrano un valore di questo rapporto superiore a quello medio che si può stimare per le 97 imprese italiane del vino private con fatturato 2017 superiore a 25 milioni, pari al 5,8%, e solo 4 superano il valore medio stimato da Mediobanca per i principali gruppi internazionali che è risultato essere pari al 12,6 nel 2015, dopo essere stato pari all'11,1 nel 2014.

Figura 16 - Incidenza (%) del reddito netto sul fatturato annuo delle grandi imprese del vino in Italia in relazione al fatturato (milioni di euro – 2017)



Fonte: elaborazione RRN/ISMEA su dati Mediobanca (2018)

CAPITOLO 7: STRATEGIE E OBIETTIVI PER IL SETTORE VITIVINICOLO

7.1 Considerazioni di sintesi

L'analisi incrociata dei dati di performance sul mercato interno e su quelli esteri e della redditività porta a formulare un giudizio sulla competitività del sistema vitivinicolo italiano che è certamente positivo nel suo insieme ma che richiede delle qualificazioni.

Nel sistema vitivinicolo italiano esiste un nucleo di imprese di dimensione molto diversa e con orientamenti produttivi differenti che certamente mostra una competitività molto elevata, che consente loro di operare con successo sul mercato interno e su quello internazionale. Al tempo stesso vi sono imprese che non riescono a sviluppare vantaggio competitivo e sono spinte al di fuori del mercato. Anche la capacità, a volte anche la volontà, di accedere ai fondi comunitari è molto differente.

L'analisi dei dati mostra peraltro che le imprese maggiormente soggette a una pressione selettiva strutturale sono quelle di dimensione intermedia, ossia quelle che non sono abbastanza grandi per operare nella parte oligopolistica del mercato con un pieno sfruttamento delle economie di scala e sono invece troppo grandi per condurre con successo strategie di nicchia.

Tabella 31 - Numero di imprese italiane produttrici di vino e loro fatturato annuo per classi di dimensione economica (valori in milioni di euro - 2017)

Categoria dimensionale di impresa		Classe di fatturato	N°		Fatturato annuo		Quota fatturato (*)	
					totale	medio	2017	2011
Grandi imprese		≥ 50	37			122,5	35%	35%
<i>di cui:</i>	<i>Grandi di testa</i>	> 200	4			304,6	9%	9%
	<i>Grandi intermedie</i>	200 - 100	15			142,2	16%	12%
	<i>Grandi di coda</i>	100 - 50	18			65,6	9%	14%
Medie, piccole e micro imprese		< 50	> 8.000			1,2	65%	65%
<i>di cui:</i>	<i>Medie di testa</i>	50 - 25	26			21,3	18%	19%
	<i>Medie di coda, piccole e micro</i>	< 25	8.000	**		0,9	54%	46%

*: quota su valore produzione Italia; **: stima

Fonte: elaborazioni RRN/ISMEA su dati Mediobanca e Anna Di Martino

7.2 Focus su alcuni temi specifici

Appunti per una strategia nazionale vitivinicola articolata

Il settore vitivinicolo italiano presenta numerosi motivi di soddisfazione ma anche criticità. Su queste si deve riflettere per assicurare al vino italiano uno sviluppo sostenibile nel medio periodo.

Si rilevano una performance internazionale complessivamente eccellente, un mercato interno che appare stabilizzato dopo anni di flessione, una crescita numerica e di fatturato delle grandi imprese con ottime performance in tutti i segmenti di mercato. La crescita della competizione internazionale impone però un'analisi approfondita del settore, per individuare i temi sui quali costruire le strategie future che le imprese, assistite dalle Istituzioni nelle cui mani sono le leve della politica di settore, dovranno attuare. Questa analisi fa emergere criticità relative alla competitività delle imprese e al ruolo che la vitivinicoltura può svolgere a livello territoriale:

- la dinamica dell’export è spinta soprattutto dagli spumanti;
- la crescita del valore unitario dell’export ha un’accelerazione inferiore alle attese;
- gli squilibri territoriali si profilano ancora profondi, resi manifesti anche dalle tensioni sui trasferimenti delle autorizzazioni agli impianti, cui si accompagna un processo selettivo delle imprese, accentuata al Sud ma presente anche in altre regioni;
- le importazioni sono arrivate a livelli importanti, pur restando limitate in volume;
- l’allarme sociale è crescente per l’impatto ambientale della produzione, mentre è insufficiente l’adesione a protocolli di sostenibilità.

Le sfide che i mercati stanno ponendo alle imprese richiederanno analisi e ricerche specifiche e comportano rilevanti investimenti materiali e immateriali per essere affrontate con successo. Si deve sottolineare, comunque, che la ricerca delle strategie ottimali delle imprese e degli assetti della politica di settore che possono favorire la loro applicazione, deve tenere presente che l’offerta vitivinicola è un’entità formata da prodotti di pregio diverso, che soddisfano esigenze diverse e richiedono assetti produttivi diversi in termini di tecnologie e competenze.

È necessaria quindi una riflessione separata sui diversi modelli produttivi, schematicamente riferibili ai vini *non-premium*, *commercial premium* e *super premium o fine wine*, con i seguenti obiettivi:

- favorire, in una prospettiva di piena sostenibilità, lo sviluppo di innovazioni (anche genetiche), tecnologie, modelli organizzativi e competenze specifiche per i diversi modelli produttivi;
- comprendere quali modelli produttivi possono essere più idonei, singolarmente o in combinazione, per ridare senso economico alla vite da vino nelle aree oggi in crisi e creare più valore in quelle più vitali.

Attualmente il baricentro dell’offerta vitivinicola italiana si trova nei vini di fascia media (*commercial premium*), ma in un Paese viticolo vasto e differenziato come l’Italia tutti e tre i modelli vitivinicoli hanno ragione di essere e se, attraverso un’appropriata strategia d’intervento, una benefica significativa crescita dei vini di maggiore pregio è possibile, un’ottimizzazione degli altri due modelli può assicurare redditività a vaste aree vitate. In questa prospettiva si dovrà comunque tenere conto che la crescita del mercato dei vini di maggiore pregio benché percentualmente importante coinvolgerà volumi di prodotto relativamente contenuti.

Tabella 32 - Segmentazione* di prezzo e tipologia dell'offerta dei maggiori produttori di vino (in percentuale)

		Non premium	Commercial premium	Fine Wine	Spumanti	Totale
Quote** su export nazionale						
	Francia	16	40	10	34	100
	Italia	30	46	1	23	100
	Spagna	64	19	1	16	100
Quote** su export mondo						
	Francia	17	28	45	62	30
	Italia	19	22	3	27	20
	Spagna	18	4	1	9	9

**Le categorie dei vini fermi si definiscono in base a limiti di prezzo franco cantina, pre-tasse, €/bottiglia 0,75: non premium < 3; commercial premium 3-7; fine wine > 7 (comprende i premium 5-7 euro a bottiglia; i super premium 7-14 euro e gli ultra premium 14-150 euro e gli icon >150 euro; ** Quote in valore anno 2017*

Fonte: RRN/ISMEA su dati IHS/GTA

Tabella 33 - Evoluzione (2014-2025) delle quote dei diversi segmenti di prezzo del vino e volumi assoluti di consumo nel 2025

		Non premium	Commercial premium	Fine wine	Spumante
2014	quote	45,0%	39,1%	9,9%	6,1%
2025	quote	39,7%	42,8%	10,8%	6,7%
	mio hl	115	124	31	19

Le categorie dei vini fermi si definiscono in base a limiti di prezzo franco cantina, pre-tasse, €/bottiglia 0,75: non premium < 3; commercial premium 3-7; fine wine > 7 (comprende i premium 5-7 euro a bottiglia; i super premium 7-14 euro e gli ultra premium 14-150 euro e gli icon >150 euro.

Fonte: Elaborazioni RRN/ISMEA su dati Anderson et al. 2011 e 2017

La riflessione “per modello produttivo” potrà muovere dall’analisi dei modelli di eccellenza esistenti, per comprendere come questi possono essere replicati, individuando le azioni aziendali o territoriali necessarie per rimuovere gli eventuali ostacoli, che potrebbero dipendere anche dal cambiamento climatico e non solo dalle relazioni di mercato. Questa riflessione sarà preziosa per essere pronti per un appuntamento vicino e cruciale. La nuova PAC che prenderà forma a partire da questa primavera affiderà più libertà e responsabilità agli Stati Membri. È urgente quindi sviluppare un’idea organica ma articolata del settore vitivinicolo italiano dei prossimi 10 anni, nella quale i diversi modelli vitivinicoli contribuiscono, dove appropriato, alla valorizzazione delle risorse umane e fisiche esistenti. Si potranno così predisporre strategie di sostegno efficaci – di natura regolamentare e di spesa – mirate a cogliere le opportunità dei diversi territori, sostenendo in modo adeguato alle circostanze i diversi modelli produttivi.

È chiaro in ogni caso che la valorizzazione dei diversi modelli viticoli richiederà lo sviluppo di strategie differenziate sia sul piano delle tecniche colturali e di trasformazione che su quello delle strategie di marketing.

Tabella 34 - Elementi caratterizzanti le strategie di sviluppo dei diversi modelli vitivinicoli

Modello vitivinicolo	Elementi caratterizzanti da ottimizzare	
Vini di alto/altissimo prezzo	<i>Esprit de finesse</i>	
	Autenticità: enologia varietale/territoriale	
	Accesso canali distributivi elitari	
	allure / cult branding	
	Filiera integrata	
Vini di prezzo medio	<i>Esprit geometrique</i>	
	cool branding	
	logistica	
	capacità di relazione con grandi buyer:	<i>GDO (prodotti a marchio o PL)</i>
		<i>Mercato internaz. sfuso (Amsterdam)</i>
		<i>Grandi imbottiglieri</i>
	Grandi piattaforme di imbottigliamento multilinea	
Vini economici	<i>Esprit geometrique</i>	
	Ottimizzazione costi	
	Qualità totale	
	smart branding	
	Stretta integrazione di filiera	

Fonte: Elaborazioni RRN/ISMEA su dati Anderson et al. 2011 e 2017

La sfida della sostenibilità

La sostenibilità ambientale, sociale ed economica della produzione è al centro della strategia Europa 2020 per uno sviluppo intelligente, sostenibile e inclusivo e obiettivo esplicito della politica agricola comunitaria. Le Istituzioni e la distribuzione già richiedono alle imprese vitivinicole, e di più lo faranno in futuro, crescenti livelli di sostenibilità; la stessa richiesta viene dai cittadini delle aree dove la vite penetra nel tessuto urbano. Anche il sistema distributivo e i consumatori del vino mostrano interesse alla sostenibilità e in tutti i paesi produttori di vino, Italia compresa, si sviluppano iniziative che hanno l'ambizione di sfruttare questo interesse per sviluppare vantaggio competitivo, definendo protocolli di produzione del vino virtuosi sotto il profilo ambientale e sociale (protocolli di sostenibilità) il cui rispetto viene in vario modo comunicato.

Ciò è certamente giustificato. Le analisi sulle implicazioni economiche e competitive dell'adozione dei protocolli di sostenibilità indicano che questi consentono un vantaggio sul mercato, anche se più in termini di stabilizzazione della relazione con la clientela che di premio di prezzo. Si evidenzia però anche che se la transizione verso processi sostenibili in generale comporta vantaggi di costo, in non pochi casi, per inesperienza o condizioni ambientali e strutturali critiche, la riduzione attesa dei costi variabili non compensa l'aumento dei costi fissi.

In questo quadro è auspicabile che il settore vitivinicolo italiano ampli in modo significativo la produzione di vino "a elevata sostenibilità". Questo però deve avvenire a due condizioni: rendendo effettivo il vantaggio in termini di valore percepito dal mercato, affermando un marchio di sostenibilità che sia effettivamente riconosciuto anche internazionalmente dal sistema distributivo e dal pubblico; creando le condizioni perché la necessaria evoluzione dei processi produttivi sia l'occasione per una razionalizzazione che sfoci nella quasi totalità dei casi in una riduzione dei costi, facilitando l'adozione delle più idonee soluzioni tecniche in una visione unitaria del processo produttivo anche nell'ambito di modelli collaborativi.

La sfida della sostenibilità richiede quindi il massimo coordinamento delle competenze disponibili e sinergie tra le iniziative più mature. Si auspica, quindi, un'azione politica autorevole in questa direzione, che parta dai Ministeri delle Politiche Agricole e dell'Ambiente, e che nell'immediato agevoli l'adozione di protocolli di sostenibilità mediante i PSR.

Attualmente si individuano tre iniziative per la sostenibilità di interesse per il settore vitivinicolo che si sono consolidate negli anni più recenti, che hanno operato una sintesi rispetto a una molteplicità di iniziative, spesso di portata locale o dovute a gruppi di imprese, sviluppatesi soprattutto a partire dal cambio di secolo. Queste iniziative sono il Programma VIVA, Equalitas e il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata:

Programma VIVA - La Sostenibilità della Vitivinicoltura in Italia. Questo programma ha sviluppato uno standard per la misura della prestazione di sostenibilità delle imprese vitivinicole mediante quattro indicatori (acqua, aria, vigneto, territorio); il programma VIVA si presta a una certificazione (da parte di ente terzo accreditato Accredia) della correttezza delle misure effettuate e consente quindi di comunicare i progressi nel tempo della prestazione di sostenibilità dell'impresa vitivinicola e dei suoi prodotti. La certificazione che si ottiene nell'ambito del Programma VIVA non è quindi la certificazione di uno stato di sostenibilità (valutato in base a uno standard di comportamento) ma di un metodo di misura. Lo standard di misurazione VIVA può essere applicato alle imprese (analisi di organizzazione) o ai singoli prodotti (analisi di prodotto). Lo standard di misurazione VIVA è pubblico, ed è gestito dal Ministero dell'Ambiente.

Equalitas – Questa iniziativa ha prodotto la Norma Equalitas - vino sostenibile che individua, attraverso una batteria di requisiti relativi ai comportamenti delle imprese vitivinicole, i modelli di organizzazione e gestione della produzione coerenti con i principi della sostenibilità; il rispetto di questi modelli di comportamento, in quanto formalizzati dalla norma, possono essere oggetto di certificazione da parte di soggetto terzo autorizzato da Equalitas e accreditato Accredia. La certificazione secondo la *Norma Equalitas – vino sostenibile* certifica quindi uno “stato di sostenibilità”, che Equalitas sta cercando di fare riconoscere come adeguato e soddisfacente presso il sistema distributivo internazionale. Relativamente alle attività delle imprese vitivinicole la Norma Equalitas esiste nelle versioni standard di organizzazione e standard di prodotto. La Norma Equalitas è uno standard privato.

Sistema di qualità nazionale di produzione integrata (SNQPI). Questa iniziativa ha prodotto dei disciplinari di produzione coerenti con i principi della sostenibilità. I disciplinari produzione integrata (DPI) riguardano la produzione primaria e quindi, per quanto riguarda le attività vitivinicole, solo la produzione dell'uva. Le diverse Regioni aggiornano periodicamente i disciplinari per le varie produzioni, inclusa quindi la viticoltura. Le aziende possono richiedere la certificazione del rispetto del disciplinare e quindi utilizzare il marchio SNQPI nella presentazione dei prodotti inserendosi in un “sistema di controllo” realizzato da ente accreditato. Possono accedere al SNQPI anche cooperative di trasformazione che svolgono il ruolo di dell'organizzazione capo-filiera e coordinano le attività delle aziende associate. I DPI sono degli standard pubblici controllati dalle Regioni dal Ministero delle Politiche Agricole.

Quanto esposto evidenzia che le tre iniziative in tema di sostenibilità attualmente rilevanti non si collocano sullo stesso piano: Equalitas e Viva sono specifiche per il settore vitivinicolo, considerano quindi sia la produzione primaria che la trasformazione, ma si differenziano tra loro; la prima è un'iniziativa che ha prodotto una norma che individua dei comportamenti virtuosi (che si definiscono attraverso il rispetto di requisiti) la cui adozione è certificabile; la seconda ha prodotto una norma per la misurazione della performance di sostenibilità, senza definire a priori le condizioni per le quali si è “sostenibili” o “non

sostenibili”. Il sistema di qualità SNQPI porta alla certificazione di uno “stato di sostenibilità” ma non sono specifici per la vitivinicoltura e prendono in considerazione esclusivamente la produzione primaria.

Attualmente le iniziative VIVA e Equalitas, benché non siano sovrapponibili risultano in competizione tra loro. Sono in corso contatti per un coordinamento delle due iniziative ma gli esiti di questi contatti sono incerti. VIVA gode di una investitura ministeriale, ma non di fonte Ministero delle Politiche Agricole. Equalitas non gode fino a ora di investiture ministeriali e politiche. L’iniziativa SNQPI è fortemente appoggiata dal Ministero delle Politiche Agricole in quanto iniziativa trasversale alle diverse produzioni può caratterizzare in termini di sostenibilità tutta la produzione nazionale.

Con DM 4318 del 2017 il Ministero delle Politiche Agricole e il Ministero dell’Ambiente hanno costituito un “gruppo di lavoro interministeriale per la sostenibilità (GLIS) incaricato di elaborare un documento tecnico con l’obiettivo di creare uno standard di gestione sostenibile del settore vitivinicolo estendibile ad altri settori” che vede il coinvolgimento di VIVA. Non è tuttavia chiaro quale potrà essere la portata dell’attività di questo GdL e molto dipenderà dalla copertura politica che avrà con il nuovo Governo.

La partecipazione alle tre iniziative considerate è ancora abbastanza modesta. Per quanto riguarda VIVA e Equalitas a livello nazionale i dati sono i seguenti: per VIVA, 4 aziende hanno conseguito la certificazione di Organizzazione e 44 vini hanno la certificazione di prodotto; per Equalitas, 9 aziende sono certificate secondo lo standard di organizzazione e 9 vini secondo lo standard di prodotto. Per quanto riguarda QV, il rapporto di monitoraggio 2016 indicava 289 aziende aderenti, tutte inserite in filiere. Si può osservare, comunque, che il Consorzio Vini del Trentino ha scelto di qualificarsi in termini di sostenibilità aderendo all’analogo Sistema di Qualità Nazionale SQNPI. È noto, inoltre, che a fine 2016, in un solo anno di funzionamento, il SNQPI aveva registrato più di 3.000 adesioni.

Ottimizzazione del sostegno alla promozione nei mercati internazionali

Il decreto 2987 del Ministero delle Politiche Agricole ha fissato la distribuzione dei fondi per l’intervento settoriale nel settore vitivinicolo ai sensi dell’OCM Unica (reg. 1308/2013) per la campagna 2018/2019. Alla promozione sui Paesi Terzi si destina una somma importante, 102 milioni, pari al 30% della dotazione. Si tratta della seconda quota dopo la ristrutturazione dei vigneti.

L’Italia nel nuovo secolo ha visto crescere le esportazioni ma meno della media mondiale. Si registrano riduzioni di quota sul commercio mondiale dei vini fermi (lievi per gli imbottigliati e marcate per gli sfusi) compensate solo in valore dalla forte crescita degli spumanti, con una crescita del valore unitario appena in linea con il trend mondiale. Per quanto riguarda i vini imbottigliati (70% dell’export in valore e 58% in volume) la riduzione si è concentrata nel periodo successivo all’introduzione del sostegno alla promozione, che non è stato dunque sufficiente, sebbene estremamente utile, a garantire all’Italia una piena parità competitiva rispetto ai competitor. Questo deve indurre a riflettere su come rendere la spesa più ancor più efficace, nella consapevolezza che, come messo in evidenza dal rapporto COGEA (2014) sulla competitività del vino europeo, la crescita della performance nei mercati di esportazione è una sfida complessa che richiede di soddisfare varie necessità), mettendo in campo adeguate risposte competitive che fanno riferimento a specifiche aree problematiche

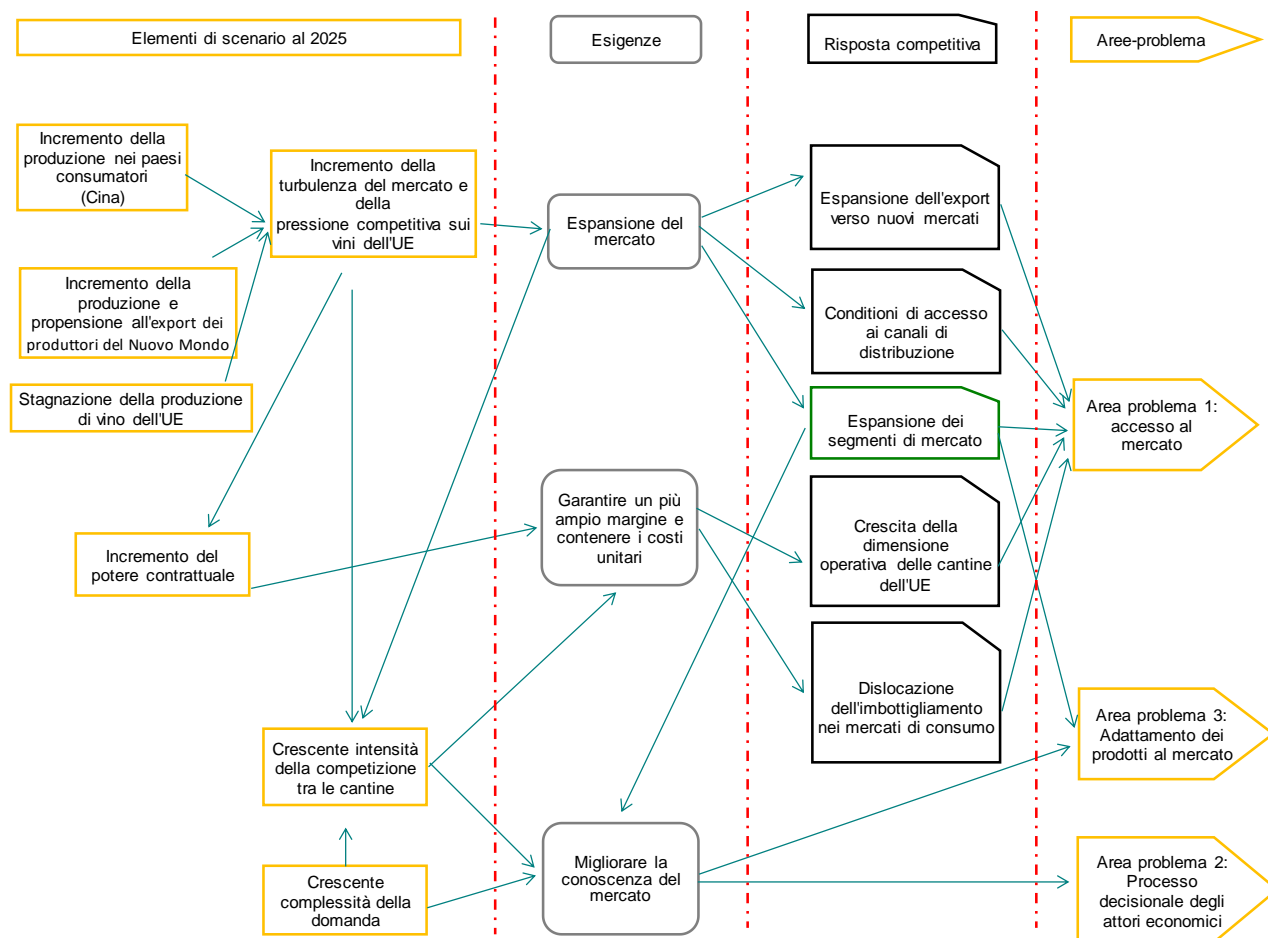
La misura promozione ha avuto nei suoi primi anni di attuazione il merito di sollecitare le imprese vitivinicole, anche quelle di maggiore dimensione, a un approccio strategico alla promozione all’estero, anche in uno spirito di cooperazione proattiva con gli importatori e gli altri partner nei mercati di destinazione. Ha dato

quindi un impulso alla maturazione nel settore della cultura dell'esportazione. Per andare oltre occorrerebbe un meccanismo di selezione dei progetti meno formalistico, che induca le imprese a proporre idee progettuali effettivamente innovative, che possano poi essere diffuse e adottate anche dalle altre imprese.

Altra strada da percorrere potrebbe essere quella di dare più spazio a reti transregionali di imprese di ampia dimensione. Queste reti, per le risorse economiche e di competenza che aggregano e per una maggiore articolazione dell'assortimento proposto, potrebbero avere maggiore incisività e diventare laboratori di nuove e più efficaci prassi.

Inoltre, aumentare la quota dei fondi per i progetti nazionali (30%) non è politicamente facile ma i progetti interregionali, già previsti dalla normativa, dovrebbero essere decisamente incoraggiati. Nell'ambito di questi progetti saranno da incoraggiare le iniziative tendenti a stabilizzare la presenza delle imprese italiane nei mercati di destinazione, agevolando l'attività di brand *ambassador*, eventualmente inquadrati in agenzie adeguatamente strutturate. Queste dovrebbero essere in grado, da un lato, di sviluppare adeguate strategie relazionali, eventualmente supportate da sistemi di *customer relationship management* (CRM), e, dall'altro, di rappresentare la punta avanzata per efficaci e continuative azioni di market intelligence.

Figura 17 - Schematizzazione del quadro concettuale per il miglioramento della performance nel mercato internazionale



Fonte: RRN/ISMEA su COGEA

CONCLUSIONI

La proposta della nuova PAC post-2020 si caratterizza per l'introduzione del nuovo strumento del Piano Strategico Nazionale. Qualora taluni elementi di tale Piano siano stabiliti a livello regionale, gli Stati membri dovranno garantire che siano coerenti e uniformi con quelli stabiliti a livello nazionale. In ogni caso, gli Stati membri dovranno costruire il Piano in modo da contribuire complessivamente al conseguimento degli obiettivi climatico-ambientali in misura maggiore rispetto a quanto avviene nella fase attuale della PAC.

È evidentemente devoluto a questo strumento l'esercizio da parte degli Stati membri di quella maggiore autonomia e responsabilità che caratterizza il nuovo modello di attuazione della PAC e lo strumento normativo e programmatico per adattare gli interventi alle esigenze specifiche, in una prospettiva di spostamento dell'attenzione dalla conformità, ai risultati.

Certamente, alla luce delle criticità, o meglio delle complessità, riscontrate nella gestione del tema della complementarità tra misure OCM e PSR per il settore vitivinicolo e anche della non omogenea prestazione del sistema vitivinicolo italiano, questa novità si presenta per il settore vitivinicolo italiano come una grande opportunità.

Il Piano strategico della PAC appare, infatti, l'occasione per una progettazione della politica vitivinicola nazionale unitaria, anche se articolata su base regionale, nella quale applicare una logica coerente nell'utilizzazione complementare e sinergica delle misure finanziate dal FEAGA (ex programma di sostegno) e di quelle finanziate dai PSR nella prospettiva di una valorizzazione complessiva del potenziale produttivo nazionale, che ha visto negli anni scorsi e vede tuttora vistose differenze in termini di risultati economici, con il rischio di una dispersione di investimenti materiali e di competenze, difficili poi da recuperare, soprattutto in aree nelle quali non sussistono valide alternative alla vitivinicoltura.

Tutto ciò in una fase storica nella quale la vitivinicoltura appare la più vantaggiosa tra le produzioni vegetali, dopo l'ortofloricoltura. Inoltre, le prospettive di evoluzione dei mercati agroalimentari in generale, e di quello del vino in particolare, prevedono un'espansione globale della domanda di vino e quindi migliori opportunità di sfruttare tutto il potenziale produttivo.

Il Piano strategico della PAC per il settore vitivinicolo può rappresentare quindi l'occasione di elaborare una strategia nazionale complessiva della quale, in anni di rapida crescita e di risultati economici complessivi migliori che in altri comparti, il settore non ha sentito l'assoluta necessità. Oggi, però, che si è entrati in una fase di maturità, tale coordinamento strategico appare utile.

La percezione della necessità non elimina tuttavia le difficoltà sostanziali, che si sommeranno a tutte quelle formali che emergeranno quando ci si dovrà mettere all'opera per realizzare l'attività di programmazione.

Sotto il profilo formale si osserva che il Piano strategico della PAC sarà una struttura molto complessa e articolata, nella quale tutte le azioni previste dovranno essere adeguatamente collegate agli obiettivi generali della PAC e, nel caso del vino, a quelli specifici di settore.

Relativamente a questo punto si deve peraltro auspicare, in sede di maturazione dei testi, una semplificazione o almeno una maggiore chiarezza delle prescrizioni.

Sotto il profilo sostanziale, le difficoltà potrebbero derivare dalla necessità di coinvolgere nell'esercizio di programmazione tutti gli attori di un sistema produttivo estremamente vasto ed eterogeneo, per caratteristiche strutturali degli operatori e, forse ancor più, per orientamento strategico; in esso, infatti, convivono operatori che costruiscono giorno per giorno il loro vantaggio competitivo in mercati aperti, nazionali e internazionali, e operatori che sfruttano rendite di posizione e collegamenti con circuiti locali protetti o attuano strategie prettamente speculative.

Si tratta di una sfida importante sotto molti punti di vista. Il settore vitivinicolo, nonostante le sue criticità, è probabilmente quello con maggiori potenzialità di sviluppo e che con una più efficace strategia può contribuire ancora di più al miglioramento delle condizioni economiche delle zone rurali. Il settore vitivinicolo, allo stesso tempo, è investito di particolari responsabilità rispetto agli obiettivi dell'Unione Europea in termini di sostenibilità e la strategia nazionale dovrà affrontare in modo determinato questo tema.

Su un piano più generale, ma con un interesse specifico del settore vino, è auspicabile che nel nuovo modello di attuazione della PAC trovi spazio una razionalizzazione delle procedure di erogazione dei fondi dal FEASR. Senza tale razionalizzazione, qualsiasi politica coordinata, tra intervento settoriale del FEAGA e sviluppo rurale, risulterebbe velleitaria.

APPENDICE 1: LE SCHEDE REGIONALI SULLA DEMARCAZIONE

Le schede regionali: criteri di demarcazione PSR e OCM

Le tabelle che seguono riportano, per ciascuna regione, l'elenco delle operazioni ammesse a finanziamento OCM sulla base dell'allegato I del DM 911 del 14/02/2017 (e smi), DM. 1411 del 3 marzo 2017 e una sintesi del contenuto del capitolo 14 Demarcazione dei PSR.

Le tabelle sono state costruite tenendo conto anche dei singoli bandi regionali per la Misura Investimenti e per la misura Ristrutturazione e Riconversione previste dall'OCM vino.

Tabella A1.1 - Complementarietà OCM vino-PSR Abruzzo

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Il sostegno è limitato alle seguenti tipologie di potenziali beneficiari:</p> <p>a) Microimprese, piccole e medie imprese (art 2 del titolo I dell'allegato delle raccomandazioni 2003/361/Ce della Commissione del 6 maggio 2003).</p> <p>Le azioni ammissibili sono:</p> <p>1 - Produzione di prodotti vitivinicoli (dalla lavorazione delle uve all'imbottigliamento e all'etichettatura di vino in cantina)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) miglioramento di beni immobili 2) acquisto di nuove macchine e attrezzature, compresi i programmi informatici 3) spese generali collegate alle spese di cui ai punti (a) e (b), come onorari di architetti, ingegneri e consulenti, studi di fattibilità. <p>2 - Controllo di qualità</p> <ul style="list-style-type: none"> • miglioramento di beni immobili* • acquisto di nuove macchine e attrezzature, compresi i programmi informatici • spese generali collegate alle spese di cui ai punti (a) e (b), come onorari di architetti, ingegneri e consulenti, studi di fattibilità. <p>3 - Marketing dei prodotti vitivinicoli</p> <ul style="list-style-type: none"> • miglioramento di beni immobili*. • acquisto di nuove macchine e attrezzature, compresi i programmi informatici • spese generali collegate alle spese di cui ai punti (a) e (b), come onorari di architetti, ingegneri e consulenti, studi di fattibilità, • acquisizione di brevetti e licenze e i diritti d'autore e la registrazione di marchi collettivi. <p>4 - Gli investimenti legati alla partecipazione in generale</p> <ul style="list-style-type: none"> • miglioramento di beni immobili* • acquisto di nuove macchine e attrezzature, compresi i programmi informatici • spese generali collegate alle spese di cui ai punti (a) e (b), come onorari di architetti, ingegneri e consulenti, studi di fattibilità. <p>*nel caso di opere di miglioramento di beni immobili gli investimenti relativi alla domanda di aiuto devono essere immediatamente cantierabili.</p> <p>L'importo minimo della spesa ammissibile non può essere</p>	<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Il PSR finanzia</p> <p>1 - Investimenti esclusi dall'OCM quali gli investimenti, strutturali diretti alla costruzione, acquisizione dei seguenti beni immobili</p> <ol style="list-style-type: none"> a) rimessa attrezzi e magazzini di deposito prodotti vinicoli b) fabbricati adibiti alla trasformazione dei prodotti vinicoli c) fabbricati adibiti alla vendita diretta dei prodotti vinicoli d) strutture di stoccaggio dei prodotti vinicoli e) fabbricati adibiti a sale di degustazione f) fabbricati adibiti a uffici aziendali <p>2 - Investimenti di qualsiasi tipo (anche previsti dall'OCM) che superino l'importo massimo di spesa ammissibile fissato a</p> <ol style="list-style-type: none"> 3) 250.000 € per le imprese singole (ditte individuali e società) <ul style="list-style-type: none"> • 350.000 € per le imprese associate (Soc. Cooperative Agricole di I° e II° grado) <p>3 - Investimenti che fanno capo alle grandi imprese</p>

<p>inferiore a</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 10.000 € per le aziende singole (ditte individuali e società) <ul style="list-style-type: none"> • 20.000 € per le imprese associate (Soc. Cooperative Agricole di I° e II° grado) <p>L'importo massimo di spesa ammissibile viene fissato a</p> <ol style="list-style-type: none"> 2) 250.000 € per le imprese singole (ditte individuali e società) <ul style="list-style-type: none"> • 350.000 € per le imprese associate (Soc. Cooperative Agricole di I° e II° grado) <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE DEI VIGNETI Gli investimenti per tale misura sono a carico esclusivo dell'OCM</p>	
--	--

*Allegato I DPDO19/121 del 17/01/2018;

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.2: Complementarietà OCM vino-PSR Basilicata

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Attività di e-commerce • Investimenti per l'acquisto di hardware e software finalizzati all'adozione di tecnologie di informazione e comunicazione (ICI) e al commercio elettronico. <p>L'importo dell'aiuto è previsto nella misura del 50% della spesa effettivamente sostenuta per le piccole e medie imprese; è ridotto al 25% per le imprese intermedie (meno di 750 dipendenti o fatturato inferiore ai 200 milioni di euro). L'importo minimo della spesa ammessa è 10.000 euro, quello massimo di 40.000 euro.</p> <p><u>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE DEI VIGNETI</u> Gli investimenti per tale misura sono a carico esclusivo dell'OCM</p> <p><u>MISURA VENDEMMIA VERDE</u> A carico dell'OCM vino</p>	<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Sono a carico del PSR tutti gli interventi/attività non previste nell'ambito dell'attuazione regionale dell'OCM vino.</p>

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.3: Complementarietà OCM vino-PSR P.A Bolzano

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acquisizione di impianti/macchinari/attrezzature per trasformazione, commercializzazione, confezionamento, conservazione/stoccaggio del prodotto; 2. Acquisizione software per la gestione aziendale e spese di installazione. <p>Sono ammessi come beneficiare solo le aziende che operano nel settore viticolo e che non superino i 750 dipendenti e i 200 milioni di euro di fatturato. Per le micro-imprese l'aiuto è fino al 20 % (aliquota elevabile al 40% se in presenza di disponibilità) delle spese ammesse per contenitori, macchinari,</p>	<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Misura 4.1: non interviene per le aziende viticole. Misura 4.2 Al fine di incidere in maniera più significativa sull'evoluzione del settore verranno ritenuti ammissibili ai sensi della presente misura esclusivamente opere e/o acquisti di importo superiore a 1,0 Milione di euro. <u>Con il PSR risultano finanziabili le seguenti operazioni</u> Ristrutturazione, ampliamento e ammodernamento (secondariamente anche trasferimento) di strutture di trasformazione esistenti, in tutte le fasi del ciclo produttivo, anche con incremento della capacità di trasformazione, finalizzate:</p>

attrezzature e impianti, per le altre l'aliquota è dimezzata. La spesa ammissibile minima per singola domanda di aiuto ammonta:

1. 50.000,00 euro per microimprese;
2. 100.000,00 euro per piccole e medie imprese;
3. 200.000,00 euro per tutte le altre imprese.

MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE DEI VIGNETI

Esclusivamente a carico dell'OCM vino.

1. al miglioramento tecnologico;
2. al contenimento dei costi;
3. al miglioramento della qualità del prodotto;
4. alla creazione di nuovi prodotti;
5. all'introduzione di materiali e soluzioni tecniche innovative per:
 1. la tutela ambientale (anche realizzando strutture
 2. per il riciclaggio dei sottoprodotti e la depurazione delle acque di scarico, e migliorando l'utilizzo dei prodotti di scarto);
 3. il risparmio energetico; la sicurezza del lavoro.

Le spese ammissibili comprendono sia i costi di costruzione delle opere edili che i costi degli impianti tecnologici.

Le barriques così come altri contenitori non sono previsti tra i costi finanziabili con il PSR.

Tra le spese ammissibili per il settore vitivinicolo rientrano anche i magazzini automatici. I magazzini automatici sono una tipologia di investimento che si compone di: a) una struttura edile, di norma prefabbricata; b) un robot per la movimentazione del prodotto; c) una scaffalatura fissa per lo stoccaggio del prodotto; d) gli impianti tecnologici (l'insieme di trasportatori automatici, incroci rulli/catene, ralle, navette, controlli di sagoma atti a inserire ed estrarre le unità di carico dal sistema nonché dall'elettronica, ovvero dal quadro elettrico a terra contenente il computer con il software attraverso il quale vengono impartite ed eseguite le liste di operazioni di IN e OUT portate ai quadri a bordo macchine per mezzo di PLC).

Sono esclusi dal finanziamento investimenti relativi a uffici, sale per maestranze e abitazioni di servizio, inclusi quelli per la presentazione, degustazione e vendita del prodotto.

Per quanto riguarda il tipo di operazione 10.1.6 (biodiversità vegetale di interesse agrario: tutela delle varietà vegetali autoctone a rischio di erosione genetica) i contributi dell'operazione non sono cumulabili con altri programmi (Reg.(UE) 1308/13 - OCM).

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.4: Complementarietà OCM vino-PSR Calabria

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Attività di e-commerce; 2) Investimenti per la costruzione, la ristrutturazione e/o l'allestimento di punti vendita extra aziendali ma in ambito regionale per la commercializzazione dei vini; 3) Linee di imbottigliamento per le aziende agricole e comunque fino a una soglia di 100.000,00 € di contributo. 4) Acquisto di barriques e piccoli vasi vinari con capienza fino a 50 hl; Acquisto di botti di legno per l'invecchiamento dei vini; 5) Investimenti per la realizzazione di laboratori: <ul style="list-style-type: none"> – Acquisto di beni e strumentazione necessari al controllo di qualità dei prodotti vitivinicoli; – Acquisto di macchinari e attrezzature per il campionamento, l'analisi, la gestione e la distribuzione di prodotti vitivinicoli. 6) Investimenti per l'adozione di sistemi di qualità e tracciabilità di processo e di prodotto: <ul style="list-style-type: none"> – Realizzazione di laboratori e della relativa strumentazione per il controllo della qualità dei 	<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Il PSR finanzia investimenti di trasformazione e stoccaggio. Le linee di imbottigliamento sono ammesse solo se a completamento di una linea di trasformazione.</p>

prodotti vitivinicoli (acquisto macchinari e attrezzature per campionamento, analisi, gestione e distribuzione prodotti vitivinicoli per adozione sistemi di qualità e tracciabilità).

MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE DEI VIGNETI

Esclusivamente a carico dell'OCM vino.

MISURA VENDEMMIA VERDE

Esclusivamente a carico dell'OCM vino

MISURA PROMOZIONE

OCM vitivinicola finanzia attività di promozione (art. 45 (1) (a) del Reg.(UE) 1308/2013) relativamente ai Paesi terzi.

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.5: Complementarietà OCM vino-PSR Campania

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIEMENTI</p> <p>INTERVENTI AZIENDALI CON SPESA fino a € 80.000,00.</p> <p>Le spese ammissibili sono</p> <p>1. Acquisto di nuove macchine e/o Attrezzature per:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lavorazione delle uve; 2. Fermentazione, vinificazione; 3. Lavorazione del vino; 4. Stoccaggio, la miscelazione e l'invecchiamento del vino; 5. Condizionamento (imbottigliamento, etichettatura, imballaggio, ecc.); 7. Trattamento acque reflue della cantina 8. Gestione informatica della cantina (programmi per la logistica, sw, per il controllo della qualità e tracciabilità, computer); 9. Attrezzature e apparecchiature di laboratorio per il controllo della qualità dei vini; 12. Hardware, software, computer, stampanti, piattaforme web / e-commerce; 13. Spese generali. <p>INTERVENTI EXTRA AZIENDALI fino a una spesa max di € 150.000,00</p> <p>Gli interventi a carattere extra aziendale sono finanziati solo ammissibili solo con OCM.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Allestimento punto vendita extra aziendali 2) Allestimento sale degustazioni extra aziendali 3) Dotazioni utili per uffici extra aziendali 4) Creazione e aggiornamento di siti Internet dedicati all'e-commerce extra aziendali compreso PC, stampante, Sw di gestione. <p>L'intensità del contributo è pari al 50% dell'importo totale del progetto presentato per le piccole medie aziende. Per le aziende intermedie l'intensità di aiuto è pari al 20%, mentre per le grandi imprese è pari al 15% della spesa effettivamente sostenuta.</p> <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE</p> <p>1.1 Gli interventi previsti nell'ambito della misura ristrutturazione e riconversione dei vigneti sono ammissibili a sostegno esclusivamente nell'ambito dell'OCM, secondo quanto stabilito dal DM15938 del 20 dicembre 2013 e smi</p>	<p>INVESTIEMENTI Previsti dalla 4.1.1</p> <p>1 INTERVENTI AZIENDALI Spesa superiore a € 80.000,00</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquisto di nuove macchine e/o attrezzature come da Bando sottomisura 4.1.1 del PSR Campania 2014-2020 <ol style="list-style-type: none"> 1) Opere edilizie e murarie come da Bando della sottomisura 4.1.1 del PSR 2014-2020; 2) Arredi e attrezzature per la degustazione, esposizione e la vendita di prodotti vinicoli. 3) Non sono ammessi interventi extra Aziendali nell'ambito del PSR 2014/2020 per La misura 4.1.1. <p>INVESTIEMENTI Previsti dalla 4.2.1</p> <p>Interamente a carico del PSR</p>

MISURA VENDEMMIA VERDE
A carico interamente dell'OCM vino.

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.6: Complementarietà OCM vino-PSR Emilia Romagna

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>L'azione si concretizza nell'erogazione di incentivi, sotto forma di contributi in conto capitale, a fronte di investimenti materiali e immateriali che siano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - destinati a migliorare il rendimento globale dell'impresa, a migliorare i risparmi energetici e l'efficienza energetica globale; - conformi alle norme comunitarie applicabili all'investimento interessato; - finalizzati a consolidare o aumentare la competitività dell'impresa stessa, con particolare riferimento all'innovazione di processo e/o di prodotto. <p>Gli investimenti proposti (al punto 4) dovranno inoltre essere riferiti alle tipologie di seguito indicate:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costruzione/ristrutturazione di immobili; • Acquisto di impianti, macchinari e attrezzature specifiche per l'attività di trasformazione e/o commercializzazione; • Arredi e allestimenti finalizzati alla funzionalità dei punti vendita diretta ai consumatori finali dei prodotti aziendali; • Creazione e/o implementazione dei siti internet, finalizzati all'e-commerce • Acquisto di software • Spese tecniche, quali onorari di professionisti e consulenti (la voce di spesa non può superare il 5% del costo complessivo del progetto). <p>Gli investimenti proposti dovranno avere una dimensione minima di Euro 40.000,00 e una dimensione massima di Euro 1.000.000,00</p> <p>L'intensità dell'aiuto calcolata sul totale della spesa ammissibile è fissata:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nel 40 % per le microimprese, le piccole e medie imprese come definite all'art. 2 (paragrafo 1, del titolo I dell'allegato alla Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione); - nel 20 % per le imprese qualificabili come Intermedie, ovvero che occupino meno di 750 dipendenti e il cui fatturato annuo non superi i 200 milioni di Euro e per le quali non l'art. 2, paragrafo 1, del titolo I dell'allegato alla Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione); - nel 19 % per le imprese classificabili come Grandi Imprese, ovvero che occupino più di 750 dipendenti o il cui fatturato annuo superi i 200 milioni di Euro. <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE A carico esclusivamente dell'OCM vino.</p> <p>Tutte le operazioni comprese quelle per il reimpianto di vigneti a seguito di un obbligo di estirpazione per ragioni sanitarie e o fitosanitarie.</p> <p>MISURA VENDEMMIA VERDE A carico esclusivamente dell'OCM vino</p>	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>Il PSR interverrà:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Per tutti gli altri investimenti in immobilizzazioni materiali per il miglioramento delle prestazioni e la sostenibilità delle aziende viticole con la Misura 4; – Per investimenti materiali e immateriali in impianti di trattamento e in infrastrutture vinicole nonché in strutture e strumenti di commercializzazione rivolti a imprese con investimenti superiori a 1.000.000 di euro; – Per la promozione negli Stati Membri dell'Unione con la Misura 3. <p>Per quanto riguarda il tipo di operazione 10.1.06 – Biodiversità vegetale di interesse agrario: tutela delle varietà vegetali autoctone a rischio di erosione genetica i contributi dell'operazione non sono cumulabili con altri programmi (Reg.(CE) n. 1308/13 - OCM vite).</p>

MISURA PROMOZIONE NEI PAESI TERZI
A carico esclusivamente dell'OCM vino

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.7: Complementarietà OCM vino-PSR Friuli Venezia Giulia

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>Sono ammesse a carico dell'OCM le seguenti operazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Acquisto di contenitori in legno per l'affinamento e l'invecchiamento dei vini; – Acquisto di specifica attrezzatura isobarica per l'elaborazione dei vini spumanti e frizzanti fino alla fase di pre-imbottigliamento, comprendente autoclavi, impianti di filtrazione, gruppo frigo e altre attrezzature idonee alla spumantizzazione. – Acquisto* di macchine, attrezzature, contenitori e impianti connessi, per la lavorazione e la vinificazione delle uve, lo stoccaggio e l'affinamento dei prodotti vitivinicoli, con esclusione delle linee di imbottigliamento e confezionamento. <p>L'importo delle spese ammissibili, pena la non ammissibilità della domanda, non può essere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • inferiore a 3.000 euro per gli investimenti da realizzarsi nelle aziende situate nella provincia di Trieste; essere inferiore a 5.000 euro per gli investimenti da realizzarsi nelle altre province. <p>L'importo delle spese ammissibili, pena la non ammissibilità della domanda, non può essere: superiore a 100.000,00 euro nel caso in cui l'azienda richiedente il contributo intenda realizzare solo un tipo di intervento e a 250.000,00 euro nel caso in cui intenda realizzare i tre interventi ammissibili.</p> <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE A carico esclusivamente dell'OCM vino.</p> <p>MISURA VENDEMMIA VERDE A carico esclusivamente dell'OCM vino</p> <p>MISURA PROMOZIONE NEI PAESI TERZI A carico esclusivamente dell'OCM vino</p> <p>MISURA DISTILLAZIONE DEI SOTTOPRODOTTI A carico esclusivamente dell'OCM vino</p>	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>Nel settore vitivinicolo le operazioni finanziabili a valere sul PSR e sull'OCM sono indicate in Tabella 14.2. Saranno, inoltre, rispettate le linee di demarcazione indicate nei programmi nazionali di sostegno per il settore vitivinicolo. Il PSR finanzia: Restanti tipologie di operazione fino a € 250.000, nonché quelle previste dall'OCM per importi superiori a euro 250.000 e i beneficiari sono sia le aziende agricole (misura 4.1.1) e le imprese agroalimentari (misura 4.2);</p>

*Inserimento di questo intervento chiesto al MIPAAFT e ad Agea con nota della Regione FVG del 11/07/2018

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.8: Complementarietà OCM vino-PSR Lazio

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>Investimenti materiali e immateriali in impianti di trattamento e in infrastrutture vinicole nonché in strutture e strumenti di commercializzazione dei prodotti vitivinicoli di cui all'Allegato VII parte II del Reg. (UE) n. 1308/2013, per operazioni con un costo totale dell'investimento inferiore a 300.000 euro.</p>	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p><u>Il PSR interverrà:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. per investimenti materiali e immateriali in impianti di trattamento e in infrastrutture vinicole nonché in strutture e strumenti di commercializzazione dei prodotti vitivinicoli di cui all'Allegato VII parte II del Reg. (UE) n. 1308/2013 per operazioni con un costo

<p><u>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE</u> A carico esclusivamente dell'OCM vino. Tutte le operazioni comprese quelle per il reimpianto di vigneti a seguito di un obbligo di estirpazione per ragioni sanitarie e o fitosanitarie. <u>VENDEMMIA VERDE</u> A carico esclusivamente dell'OCM vino <u>PROMOZIONE NEI PAESI TERZI</u> A carico esclusivamente dell'OCM vino</p>	<p>totale dell'investimento pari superiore alla soglia di Euro 300.000 con la Misura 4; 2. per tutte le altre tipologie di investimenti materiali per il miglioramento delle prestazioni e la sostenibilità delle aziende viticole non ricompresi nel punto precedente con la Misura 4; 1. nella promozione negli Stati Membri dell'Unione con la Misura 3.</p> <p>Per quanto riguarda il tipo di operazione 10.1.8 – Biodiversità vegetale di interesse agrario: tutela delle varietà vegetali autoctone a rischio di erosione genetica i contributi dell'operazione non sono cumulabili con altri programmi.</p> <p>Per quanto riguarda le attività di trasferimento di conoscenze e azioni di informazione, per i soci di OP i servizi di assistenza tecnica agronomica riferibili all'applicazione dei disciplinari di produzione biologica e integrata non potranno usufruire di attività di formazione e trasferimento di conoscenza sul medesimo argomento finanziate nell'ambito della Misura 1 del PSR.</p> <p>Ad oggi il PNS del MIPAAF non prevede l'attivazione della misura sull'innovazione e, quindi, le attività di formazione, l'informazione e la consulenza rivolte ad aziende viti-vinicole viene erogata con le Misure 1, 2 e 16 del PSR.</p>
--	--

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.9: Complementarietà OCM vino-PSR Liguria

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>1) Punti vendita aziendali ed extra-aziendali finalizzati alla commercializzazione dei vini regionali:</p> <ul style="list-style-type: none"> Investimenti per la ristrutturazione e per l'allestimento di punti vendita fissi per la commercializzazione dei vini regionali nonché per l'esposizione dei prodotti vitivinicoli, compresa la degustazione. Adeguamento dei locali di cantina per l'apertura al pubblico a fini commerciali. <p>2) Attività di e-commerce e di utilizzo di sistemi informativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> Investimenti per l'acquisto di hardware e software finalizzati all'adozione di tecnologie (ITC) di informazione, comunicazione per il commercio elettronico. <p><u>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE</u> A carico esclusivamente dell'OCM vino. Tutte le operazioni comprese quelle per il reimpianto di vigneti a seguito di un obbligo di estirpazione per ragioni sanitarie e o fitosanitarie. <u>VENDEMMIA VERDE</u> A carico esclusivamente dell'OCM vino <u>PROMOZIONE NEI PAESI TERZI</u> A carico esclusivamente dell'OCM vino</p>	<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Gli investimenti legati alla trasformazione sono finanziati tramite il PSR.</p>

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.10: Complementarietà OCM vino-PSR regione Lombardia

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI Vengono finanziate con OCM le attività con una soglia di spesa fino a 200.000 euro (limite ottenuto dalla sommatoria degli interventi richiesti). L'importo complessivo dell'investimento ammissibile a finanziamento deve essere compreso tra un minimo di 5.000 euro e un massimo di 200.000 euro. Sono ammissibili a finanziamento con OCM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opere di miglioramento fondiario: <ul style="list-style-type: none"> a. Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti alla trasformazione per interventi inferiori ai 200.000 euro; b. Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti alla vendita diretta per interventi inferiori ai 200.000 euro; c. Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti a magazzini di servizio alla produzione vinicola per interventi inferiori ai 200.000 euro; d. Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti a sala degustazioni escluse aziende agrituristiche; e. Nuova costruzione, ristrutturazione, restauro o risanamento conservativo di fabbricati adibiti a uffici aziendali. • Acquisto e/o realizzazione di impianti e acquisto di dotazioni fisse, installate in modo permanente e difficilmente spostabili, per <ul style="list-style-type: none"> a. produzione, lavorazione e conservazione dei prodotti vinicoli per interventi inferiori ai 200.000 euro; b. trasformazione e commercializzazione e/o vendita diretta dei prodotti vinicoli per interventi inferiori ai 200.000 euro. • Acquisto di recipienti per l'affinamento del vino in legno, in acciaio e in vetroresina, compresi loro eventuali supporti. • Acquisto di macchine e/o attrezzature mobili: innovative, utili dal punto di vista dell'efficienza lavorativa, dirette a migliorare il rendimento globale dell'impresa sia da un punto di vista economico che energetico. • Allestimento di punti vendita al dettaglio e sale degustazioni: acquisto di mobili e attrezzature (compresi elettrodomestici) nei limiti delle normali dotazioni standard. • Allestimento di punti vendita al dettaglio e sale degustazioni: acquisto di mobili e attrezzature (compresi elettrodomestici) nei limiti delle normali dotazioni standard. 	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>1. Misura 4.1</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti alla trasformazione per interventi superiori ai 200.000 euro; ○ Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti alla vendita diretta per interventi superiori ai 200.000 euro; ○ Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti a magazzini di servizio alla produzione vinicola per interventi superiori ai 200.000 euro; ○ Costruzione, ristrutturazione e restauro per fabbricati adibiti a sala degustazioni per aziende agrituristiche <p>2. Misura 4.2</p> <p>1.1. Acquisto e/o realizzazione di impianti e acquisto di dotazioni fisse, per la produzione, lavorazione e conservazione dei prodotti vinicoli per interventi superiori ai 200.000 euro;</p> <p>1.2. Acquisto e/o realizzazione di impianti e acquisto di dotazioni fisse per la trasformazione e commercializzazione e/o vendita diretta dei prodotti vinicoli per interventi superiore ai 200.000 euro.</p>

- Dotazioni utili all'allestimento di uffici aziendali:
- Acquisito di pc per postazioni fisse, stampanti, fax, scanner, arredi e/o mobili per ufficio; acquisto di software gestionali per l'ufficio e la cantina.
- Creazione aggiornamento siti internet per l'e-commerce

L'importo complessivo ammissibile per le operazioni 5, 6 e 7 non può superare i 20.000 euro per ciascuna azione.

Per l'azione 8 non si possono superare i 10.000 euro e può essere chiesta in combinazione con un'altra delle attività previste dalla misura

MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE

A carico dell'OCM vino

MISURA VENDEMMIA VERDE

A carico dell'OCM vino

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.11: Complementarietà OCM vino-PSR Marche

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Gli investimenti materiali e immateriali, aziendali ed extra aziendali, per la produzione, trasformazione, elaborazione, conservazione, stoccaggio, confezionamento, commercializzazione e degustazione dei prodotti vinicoli possono beneficiare esclusivamente del sostegno previsto dalla misura Investimenti dell'OCM vitivinicolo". La spesa minima ammissibile è di 15.000 euro e la massima si 1.250.000 euro*</p> <p>Per le imprese agricole (produzione uve e produzione vino nel caso di lavorazione di almeno il 60% di materia prima aziendale):</p> <ul style="list-style-type: none"> – Tutti gli investimenti < 70.000 euro – – punti vendita e sale di degustazione extra-aziendali non realizzati nell'ambito di progetti di cooperazione di filiera corta/mercato locale indipendentemente dalla soglia finanziaria <p>Per le PMI imprese non agricole (produzione vino nel caso di lavorazione di almeno il 60% di materia prima extra-aziendale):</p> <ul style="list-style-type: none"> – Investimenti < 2.000.000 di euro. <p>L'importo complessivo dell'investimento ammissibile a finanziamento deve essere comunque compreso tra il minimo di euro 15.000,00 e il massimo euro 2.000.000,00.</p> <p><u>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE</u></p> <p>A carico dell'OCM vino</p> <p><u>MISURA VENDEMMIA VERDE</u></p> <p>A carico dell'OCM vino</p>	<p><u>MISURA INVESTIMENTI</u></p> <p>Con le misure del PSR verranno finanziati solo operazioni relative a investimenti materiali per la gestione delle operazioni colturali e di raccolta che non sono previste nell'OCM. I nuovi impianti viticoli, autorizzati ai sensi dell'articolo 64 del Reg. (UE) n.1308/2013 (OCM) nella misura max dell'1% della superficie vitata, non possono beneficiare del contributo nell'ambito della misura di ristrutturazione e riconversione vigneti dell'OCM. Tali investimenti saranno pertanto finanziati con la misura 4.1. del PSR.</p>

Questa demarcazione è in vigore dalla campagna 2018/19. *I dati sono provvisori in attesa del bando

Tabella A1.12: Complementarietà OCM vino-PSR Molise

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
La regione non ha attivato la Misura investimento nell'ambito del PNS	<p>La complementarietà e la demarcazione tra gli interventi previsti nel PNS al settore vitivinicolo e quelli del PSR regionale è dettata da specifiche disposizioni ministeriali (DM 1831 del 04/03/2011 e successive modificazioni) che individua le tipologie ammesse a sostegno per gli investimenti attuati nei due strumenti programmatori. Gli investimenti per la ristrutturazione e la riconversione dei vigneti prevista dall'articolo 46 del reg UE n.1308/2013 sono ammissibili al sostegno esclusivamente nell'ambito dell'OCM vino e sono quindi esclusi dal PSR. Gli investimenti comprendono una o più delle seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La riconversione varietale, anche mediante sovrainnesto; - La diversa collocazione/reimpianto di vigneti; - Il reimpianto di vigneti quando è necessario a seguito di un'estirpazione obbligatoria per ragioni sanitarie o fitosanitarie su decisione dell'autorità competente dello Stato membro; - Miglioramenti delle tecniche di gestione dei vigneti, in particolare l'introduzione di sistemi avanzati di produzione sostenibile la riconversione varietale.

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.13: Complementarietà OCM vino-PSR Piemonte

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI Per le aziende agricole e per le imprese di trasformazione sono finanziabili:</p> <p>Punti vendita aziendali ubicati fuori dalla unità produttiva*. Possono essere ubicati: - In Italia, al di fuori del Piemonte; - al di fuori dell'Italia, in altri Paesi UE.</p> <p>Opere di natura edilizia (costruzione, acquisto per un valore massimo del 30% delle spese ammissibili, ristrutturazione, riattamento di fabbricati), acquisto di attrezzature e impianti, acquisto di attrezzature informatiche e relativi programmi e piattaforme per punti vendita aziendali purché non ubicati all'interno delle unità produttive di trasformazione e conservazione (cosiddetti punti vendita extra-aziendali), comprensivi di sale di degustazione: investimenti materiali per l'esposizione e la vendita dei prodotti vitivinicoli, compresa la degustazione. Si precisa che i punti vendita devono essere adibiti alla vendita di vino prodotto dai partecipanti al progetto.</p> <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE A carico dell'OCM vino</p> <p>Estirpazione vigneto, raccolta e trasporto ceppi e radici, scasso e altri lavori preparatori, bonifica del terreno da residui vegetali, eventuale smaltimento palificazione; Livellamento terreno, aratura, preparazione suolo; concimazioni organiche e minerali, tracciamento e picchettamento; acquisto barbatelle, scavo buche e messa a dimora viti; acquisto e messa a dimora impianti di sostegno (pali, fili, ancoraggi);</p> <p>MISURA VENDEMMIA VERDE A carico dell'OCM vino</p> <p>POMOZIONE NEI PAESI TERZI</p>	<p>MISURA INVESTIMENTI <u>Sottomisura Misura 4.1.</u> Per le aziende agricole e limitatamente ai nuovi impianti viticoli autorizzati ai sensi del Reg. (UE) n.1308/2013 (e non ai</p> <ul style="list-style-type: none"> - reimpianti); - livellamento terreno, aratura, preparazione suolo; - drenaggio, concimazioni organiche e minerali, tracciamento e picchettamento; - acquisto barbatelle, scavo buche e messa a dimora viti; - acquisto e messa a dimora impianti di sostegno (pali, fili, ancoraggi); - eliminazioni infestanti (malerbe), trattamenti e concimazione di allevamento; - potatura e legatura di allevamento. <p>1) Misura investimenti nel settore vitivinicolo Per le aziende agricole e per le imprese di trasformazione</p> <p><u>Sottomisura 4.1 e 4.2</u> Per le aziende agricole e per le imprese di trasformazione</p> <p>a) Cantina: costruzione o riattamento di fabbricati per trasformazione, stoccaggio, conservazione, commercializzazione (punti vendita aziendali purché ubicati all'interno delle unità produttive) dei prodotti vitivinicoli solo per la 4.1).</p> <p>b) Attrezzature, recipienti e impianti per trasformazione, stoccaggio, conservazione, commercializzazione (punti vendita aziendali purché ubicati all'interno delle unità produttive) dei prodotti vitivinicoli. Impianto depurazione e trattamento dei reflui di cantina. Macchine per distribuzione acque reflue di cantina.</p>

A carico dell'OCM vino	Per quanto riguarda il tipo di operazione 10.1.6 (biodiversità vegetale di interesse agrario: tutela delle varietà vegetali autoctone a rischio di erosione genetica) i contributi dell'operazione non sono cumulabili con altri programmi (Reg.(UE) 1308/13 - OCM).
------------------------	--

**È stata richiesta da parte della regione una modifica della demarcazione per finanziare anche i punti vendita aziendali (ubicati all'interno delle unità produttive) con l'OCM.*

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.14: Complementarietà OCM vino-PSR Puglia

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <ol style="list-style-type: none"> Realizzazione di punti vendita e sale degustazione extra aziendali dei vini regionali sul territorio regionale e nazionale: <ul style="list-style-type: none"> Ristrutturazione ed ammodernamento dell'immobile; Arredi e materiali informatici. Attività di e-commerce, Cantine virtuali: <ul style="list-style-type: none"> Piattaforme web finalizzate al commercio elettronico. Logistica a sostegno della filiera vitivinicola: <ul style="list-style-type: none"> Show-room; Realizzazione di network; Realizzazione/adequamento di piattaforme logistiche (razionalizzare e meglio organizzare la catena trasporto - stoccaggio - distribuzione in modo strategico, garantendo una penetrazione efficace delle merci sui mercati nazionali ed internazionali). <p><u>Azione 1</u>: importo minimo è di 30.000,00 euro; l'importo massimo è 200.000,00;</p> <p><u>Azione 2</u>: importo minimo 5.000,00 euro; importo massimo 30.000,00 euro;</p> <p><u>Azione 3</u>: importo minimo 30.000,00 euro; importo massimo 400.000,00.</p> <p>Nel caso di progetto presentato da Consorzio di tutela/Organizzazioni interprofessionali l'importo complessivo degli interventi previsti è elevato per l'azione 1 e l'azione 3, rispettivamente, a 500.000,00 euro e 1.000.000,00 di euro.</p> <p>MISURA VENDEMMIA VERDE</p> <p>A carico dell'OCM vino</p> <p>POMOZIONE NEI PAESI TERZI</p> <p>A carico dell'OCM vino</p>	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>Il PSR interverrà:</p> <ol style="list-style-type: none"> Per tutti gli altri investimenti in immobilizzazioni materiali per il miglioramento delle prestazioni e la sostenibilità delle aziende viticole con la Misura 4; Per tutti gli altri investimenti materiali e immateriali in impianti di lavorazione, trasformazione e commercializzazione delle aziende vinicole con la Misura 4; Nella promozione negli Stati Membri dell'Unione Europea (mercato interno) con la Misura 3. <p>Ad oggi il PNS del MIPAAF non prevede l'attivazione della misura sull'innovazione e, quindi, le attività di formazione, l'informazione e la consulenza rivolte ad aziende viti-vinicole viene finanziata con le Misure 1.2 e 16 del PSR.</p>

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.15: Complementarietà OCM vino-PSR Sardegna

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <ol style="list-style-type: none"> Gli investimenti materiali o immateriali in infrastrutture vinicole nonché in strutture e strumenti di commercializzazione da realizzarsi fuori dal territorio regionale, di cui alla misura investimenti del PNS (all'articolo 50 del Regolamento (UE) 1308/2013); Gli investimenti materiali e immateriali, da realizzarsi nel territorio regionale e con un importo di progetto fino a 400.000 euro, di cui alla misura 	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <ol style="list-style-type: none"> Tutti gli investimenti aziendali, ad eccezione della ristrutturazione e riconversione vigneti previsti dal Programma di Sostegno nel settore del vino (PNS) ai sensi dell'art.46 del Regolamento (UE) n. 1308/2013 (sottomisura 4.1 e misura 5); Gli investimenti relativi all'impianto di nuovi vigneti in seguito ad autorizzazioni, concesse ai sensi dell'articolo 63 del Regolamento (UE) n. 1308/2013 (sottomisura 4.1);

<p>investimenti del PNS (all'articolo 50 del Regolamento (UE) 1308/2013). Tali investimenti sono diretti a migliorare il rendimento globale dell'impresa e il suo adeguamento alle richieste del mercato e ad aumentare la competitività e riguardano la produzione o la commercializzazione dei prodotti vitivinicoli di cui all'Allegato VII parte II del Reg. (UE) n. 1308/2013 anche al fine di migliorare i risparmi energetici, l'efficienza energetica globale nonché i trattamenti sostenibili.</p> <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE. È interamente a carico dell'OCM la ristrutturazione e riconversione del vigneto ai sensi dell'articolo 46 del Reg. (UE) n. 1308/2013 e sezione 2 del Reg. (UE) n. 1150/2016;</p>	<p>3. L'innovazione nel settore vitivinicolo: investimenti materiali o immateriali destinati allo sviluppo di nuovi prodotti, trattamenti e tecnologie riguardanti i prodotti di cui all'allegato VII, parte II del Reg. (UE) n. 1308/2013, (misure 1, 2, 4 e 16);</p> <p>4. Gli investimenti materiali e immateriali nella realizzazione, ristrutturazione e/o ampliamento delle strutture vinicole nonché in strutture di commercializzazione realizzate nel territorio regionale con un importo di progetto superiore a 400.000 euro (sottomisura 4.2).</p> <p>È interamente a carico del PSR La promozione del vino sul mercato interno (sottomisura 3.2);</p>
---	---

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.16: Complementarietà OCM vino-PSR Sicilia

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>1. Realizzazione e/o ammodernamento delle strutture aziendali nonché acquisto di attrezzature per la produzione, trasformazione, imbottigliamento, conservazione e commercializzazione del prodotto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cantina; 2. Cantina fuori terra; 3. Cantina interrata; 4. Fabbricato per trasformazione prodotti vitivinicoli; 5. Riattamento di strutture per la trasformazione aziendale; 6. Fabbricato per commercializzazione prodotti vitivinicoli; 7. Riattamento di strutture per la vendita diretta dei prodotti vitivinicoli; 8. Fabbricato per stoccaggio conservazione prodotti vitivinicoli; 9. Riattamento di strutture per la conservazione prodotti vitivinicoli; 10. Attrezzature per commercializzazione prodotti vitivinicoli; 11. Attrezzature per conservazione prodotti vitivinicoli; 12. Attrezzature per trasformazione prodotti vitivinicoli; 13. ivi comprese le attrezzature di laboratorio di analisi enologiche (strumentazione per l'analisi chimico-fisica delle uve, dei mosti e dei vini finalizzate al campionamento, controllo, e miglioramento dei parametri qualitativi delle produzioni. 14. Attrezzature per vendita diretta prodotti 	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impianti di vigneto autorizzati ai sensi degli artt. 63 e 64 del Reg. (UE) n. 1308/2014, non previsti nell'ambito delle misure dell'OCM. 2. Nell'ambito del pacchetto "giovani agricoltori", gli interventi di ristrutturazione e/o ampliamento degli edifici adibiti a cantine aziendali, compreso l'acquisto di macchine e attrezzature per la lavorazione delle uve e per la vinificazione.

vitivinicoli (acquisto attrezzature ed elementi di arredo: banchi di appoggio, tavoli, sedie, sgabelli, lavastoviglie e banner, frigoriferi adeguati, cestelli e decanter);

15. Macchine per distribuzione acque reflue in cantina;
16. Impianto trasformazione, imbottigliamento, conservazione e commercializzazione vino;
17. Impianto trattamento reflui cantina;
18. E-commerce "cantina virtuale" piattaforme Web finalizzate al commercio elettronico
19. (Registrazione del dominio o piattaforma informatica, consulenza per organizzazione e strutturazione del sito internet e dell'e-commerce, programmi di vendita e gestione magazzino prodotti viticoli, registrazione copyright e protocolli di sicurezza, hardware, pc, stampanti e fax).
20. Sistemazioni di aree esterne al servizio della struttura di trasformazione.

2. Punti vendita aziendali ed extra aziendali purché non ubicati all'interno delle unità produttive, comprensivi di sale di degustazione

21. Investimenti materiali per l'esposizione dei prodotti vitivinicoli, compresa la degustazione;
22. Investimenti materiali per la vendita aziendale dei prodotti vitivinicoli e la degustazione, ivi comprese le attrezzature informatiche;
23. Acquisto di recipienti e contenitori e barriques per l'invecchiamento e la movimentazione dei vini.

Le nuove cantine dovranno avere una capacità minima di Hl. 1500 riferibile a una superficie vitata minima di 20 ettari di cui almeno 15 obbligatoriamente aziendali. Per la rimanente superficie necessaria al raggiungimento dei 20 ettari, si farà riferimento a contratti di conferimento almeno triennali giuridicamente validi, da cui emerga che l'azienda proponente il progetto ha la piena disponibilità della produzione proveniente da tali superfici. Per impianti da realizzare nelle isole minori, Etna e nella provincia di Messina, la capacità minima è di Hl. 400 e la superficie vitata aziendale minima è di 5 ettari. L'intensità dell'aiuto è del 40% per le microimprese, le piccole e medie imprese¹.

Per le imprese che occupano meno di 750 persone o il cui fatturato annuo non supera i 200 Milioni di Euro l'intensità massima degli aiuti previsti è ridotta al 25% della spesa effettivamente sostenuta, mentre per le imprese classificabili come grande impresa ovvero che occupi più di 750 dipendenti o il cui fatturato annuo sia superiore ai 200 milioni; per tali imprese il livello di aiuto è fissato al 19% della spesa effettivamente sostenuta.

MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE

Interamente a carico dell'OCM.

1 Così come definite ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, del Titolo I dell'allegato della raccomandazione 2003/361/CE della Commissione del 6 maggio 2003.

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.17: Complementarietà OCM vino-PSR Toscana

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI La regione non ha attivato la Misura Investimenti nell'ambito dell'OCM. in considerazione delle difficoltà di complementarietà per singola operazione e della tempistica di realizzazione delle operazioni.</p> <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE Ristrutturazione dei vigneti compreso il reimpianto per ragioni fitosanitarie: tutte le operazioni relative a questa misura sono finanziate esclusivamente a valere sulle risorse dell'OCM Unica.</p>	<p>Tutti gli investimenti materiali o immateriali in impianti di trattamento e in infrastrutturazione vinicole nonché in strutture e strumenti di commercializzazione sono finanziati nelle sotto misure 4.1, 4.2, 5.2, 16.4 del PSR fermo restando le limitazioni in esse contenute. Anche la misura innovazione, che non è attivata in sede di PNS OCM Vino, nel settore vitivinicolo risulterà finanziata solamente all'interno del PSR attraverso la Misura 1.2 e 16.2.</p>

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.18: Complementarietà OCM vino-PSR P.A Trento

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI Investimenti materiali e/o immateriali in macchine, attrezzature vinicole e nella commercializzazione del vino diretti a migliorare il rendimento globale dell'impresa, la competitività delle aziende e l'adeguamento alle richieste del mercato riguardanti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acquisto macchine, attrezzature, contenitori per la lavorazione e la trasformazione del vino, con esclusione delle linee di imbottigliamento e confezionamento. Compresi lavori di posa in opera; 2. Acquisto di hardware e software compresa la loro installazione per il controllo di produzione e trasformazione del vino e la gestione aziendale; 3. Realizzazione di siti internet per la commercializzazione di prodotti vitivinicoli e la gestione aziendale. 4. Acquisto attrezzature di laboratorio per l'analisi chimico-fisica delle uve, mosti, vini finalizzate al campionamento, controllo di qualità di prodotto e/o processo. Compresi i necessari allacciamenti tecnologici e lavori di posa in opera; 5. Acquisto di attrezzature e arredi per l'allestimento di punti vendita al dettaglio, esposizione e degustazione dei prodotti vitivinicoli (nei locali aziendali sul territorio provinciale). Compresi i necessari allacciamenti tecnologici e lavori di posa in opera. <p>L'importo minimo della spesa ammissibile è pari a 10.000 euro, mentre quella massima è di 700.000 euro.</p> <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE</p>	<p>Per il settore vitivinicolo l'acquisto di attrezzature e macchine è escluso in quanto investimenti finanziati dal Programma Operativo dell'OCM vino di cui al Regolamento (UE) n. 1308/2013.</p> <p>Per tutte le Misure all'interno del PSR relative al settore vino e per le quali sussiste il rischio di sovrapposizione di aiuti (Misura 4.1 e 4.2), si fa riferimento alla linea di demarcazione indicata dal piano nazionale di sostegno.</p> <p>Il PSR con l'Operazione 4.1.1, interviene a sostegno di investimenti relativi all'acquisto, realizzazione e adeguamento di strutture a servizio della produzione, conservazione, manipolazione, trasformazione e commercializzazione di prodotti aziendali (es. deposito attrezzi, celle frigorifere, cantine, magazzini, punti vendita compreso l'acquisto di attrezzature e impianti; acquisto di macchine, attrezzature e impianti per la gestione delle coltivazioni con carattere di innovazione. Per quanto riguarda l'acquisto si precisa che deve limitarsi al 15% della spesa totale ammissibile dell'intervento. Tale acquisto deve comportare un risparmio di suolo agricolo con riflessi positivi a livello ambientale e deve essere inoltre collegato a una trasformazione sostanziale finalizzata a migliorare la struttura.</p> <p>Gli investimenti previsti dalla Misura 4.2.1 sono indirizzati alla razionalizzazione e all'ottimizzazione dei processi produttivi come condizione indispensabile per garantire la redditività del lavoro degli operatori e per permettere l'inserimento, in modo competitivo, in nuove fette di mercato. A tal fine è importante l'adeguamento delle strutture di cantina per l'inserimento di impianti tecnologici innovativi per la lavorazione e la trasformazione delle uve che portino ad avere cicli produttivi più efficienti.</p> <p>A tal fine sono quindi ammissibili:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ristrutturazione e ampliamento enopoli esistenti;

	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisto e realizzazione di enopoli: per quanto riguarda l'acquisto si precisa che deve limitarsi al 15% della spesa totale ammissibile dell'intervento. Tale acquisto deve comportare un risparmio di suolo agricolo con riflessi positivi a livello ambientale e deve essere inoltre collegato a una trasformazione sostanziale finalizzata a migliorare la struttura; - Impianti di automazione a controllo logico per le diverse fasi della lavorazione compresi gli impianti per la gestione e depurazione dei reflui di scarico e gli impianti di refrigerazione; - L'acquisto e la riconversione tecnologica di linee di imbottigliamento e confezionamento.
--	---

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.19: Complementarietà OCM vino-PSR Umbria

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI Gli investimenti previsti dall'articolo 50 del Reg (UE) n. 1308/2013 sono ammissibili al sostegno esclusivamente nell'ambito dell'OCM vino e sono quindi esclusi dal PSR. Non sono ammissibili all'aiuto domande di aiuto che prevedono un volume di investimenti inferiore a 15.000 euro e superiore ai 200.000 euro ad annualità. Il volume massimo complessivo della spesa ammissibile per le domande di beneficiari eventualmente inseriti in un'ATI non può in ogni caso superare 1 milione di euro per ciascuna annualità.</p> <p>MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE Gli investimenti per la misura della "ristrutturazione e riconversione dei vigneti" prevista dall'articolo 46 del Reg (UE) n. 1308/2013 sono ammissibili al sostegno nell'ambito dell'OCM vino e sono quindi esclusi dal PSR.</p>	<p>MISURA INVESTIMENTI Sono a carico del PSR tutte le operazioni non ammesse dall'OCM (ex art 46)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) modifica del profilo del terreno, 2) livellamento del suolo, 3) trasformazione e ricostituzione dell'impianto viticolo per permettere l'accesso diretto delle macchine, 4) rimozione delle pietre dal suolo (spietramento) messa in opera, 5) ricostruzione o distruzione di terrazzo, con o senza muri di pietra compresa la conversione dei piani di raccordo dei terrazzi al servizio del vigneto, 6) allestimento e miglioramento dell'impianto di irrigazione del vigneto, 7) protezione contro danni da vandalismo per esempio attraverso: o costruzione di schermi o protezione attiva attraverso produzione di suoni artificiali, protezione da uccelli per esempio attraverso o copertura dei filari del vigneto con reti di protezione o macchine per spaventare gli uccelli o protezione attiva attraverso produzione di suoni artificiali, protezione dalla grandine con copertura dei filari del vigneto con reti di protezione, costruzione di frangivento / pareti di protezione dal vento, passi carrai - sia all'interno di un vigneto che quelli che portano a un vigneto, elevatori. <p>Per la misura di Promozione del vino nei Paesi terzi prevede che le campagne nazionali o regionali sovvenzionate siano compatibili con le misure finanziate con il regolamento orizzontale sulla informazione e promozione dei prodotti agricoli nel mercato interno e nei paesi terzi, e con le misure finanziate con il PSR oltre che nell'ambito di campagne nazionali e regionali. Nello specifico, la demarcazione sarà di tipo territoriale, e precisamente saranno finanziate iniziative di promozione di vino nel mercato interno con il PSR. Mentre analoghe iniziative nei paesi terzi saranno finanziate solo con l'OCM. Si conferma, pertanto, che tutte le linee di demarcazione indicate nel PSN di sostegno per il settore vitivinicolo saranno rispettati.</p>

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.20: Complementarietà OCM vino -PSR Valle d'Aosta

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>La regione non ha attivato la Misura Investimento nell'ambito dell'OCM.</p> <p>In particolare, nell'ambito dell'OCM vino la Regione Valle d'Aosta ha attivato soltanto la misura di intervento relativa alla misura promozione nei Paesi terzi (art. 45 del regolamento (UE) n. 1308/2013), nell'ambito dei progetti multiregionali con la Regione Piemonte ai sensi dell'articolo 6 DM 22 luglio 2010 e art. 4 del decreto dipartimentale n. 7787 del 30 aprile 2013.</p>	<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <p>La misura è interamente a carico del PSR.</p>

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

Tabella A1.21: Complementarietà OCM vino-PSR Veneto

Investimenti finanziabili con OCM	Investimenti finanziabili con PSR
<p>MISURA INVESTIMENTI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acquisto di botti in legno ivi comprese le barriques per l'affinamento dei vini di qualità (DOC e DOCG). 2. Acquisto attrezzature per trasformazione e commercializzazione prodotti vitivinicoli atte a svolgere le seguenti operazioni: <ul style="list-style-type: none"> - pigiatura/diraspatura - pressatura, - filtrazione/centrifugazione/flottazione - concentrazione/arricchimento - stabilizzazione - refrigerazione trasporto materie prime prodotti e sottoprodotti (pompe, nastri, coclee) dosaggio di elementi (O₂, SO₂, ecc.), imbottigliamento, confezionamento, automazione magazzino, appassimento uve; 3. Acquisto attrezzature laboratorio per l'analisi chimico- fisica delle uve, dei mosti e dei vini finalizzate al campionamento, controllo e miglioramento dei parametri qualitativi delle produzioni. 4. Allestimento punti vendita al dettaglio aziendali ed extra aziendali: elementi di arredo per la realizzazione di punti vendita al dettaglio, esposizione e degustazione prodotti vitivinicoli 5. Acquisto attrezzature informatiche e relativi programmi finalizzati a: <ul style="list-style-type: none"> - gestione aziendale - controllo degli impianti tecnologici finalizzati alla trasformazione, stoccaggio e movimentazione del prodotto - sviluppo di reti di informazione e comunicazione - Commercializzazione delle produzioni. <p><u>Aziende agricole vitivinicole</u></p> <p>Possono essere ammessi a contributo le piccole e medie imprese (Reg. UE 702/2014)</p> <p>L'importo minimo della spesa ammessa a finanziamento è di 25.000 euro e quello massimo di 200.000 euro.</p> <p>È fatto divieto, fatto salvo il limite sopra indicato, di superare in quattro anni la somma di 600.000 euro comprensiva delle somme ammesse a contributo nell'ambito dei badi relativi al</p>	<p>Cisterne di acciaio</p>

PSR 2014-2020.

Aziende che svolgono trasformazione e commercializzazione

L'importo minimo della spesa ammessa a finanziamento è di 50.000 euro e quello massimo di 400.000 euro.

L'intensità dell'aiuto concedibile:

- 30% della spesa ammissibile per le PMI (Reg. UE 702/2014)
- 20% per le imprese intermedie
- 10% per le grandi imprese

MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE

Gli investimenti per la ristrutturazione e la riconversione dei vigneti prevista dall'articolo 46 del reg UE n. 1308/2013 sono ammissibili al sostegno esclusivamente nell'ambito dell'OCM vino e sono quindi esclusi dal PSR. Gli investimenti comprendono una o più delle seguenti azioni:

- La riconversione varietale, anche mediante sovrainnesto;
- La diversa collocazione/reimpianto di vigneti;
- Il reimpianto di vigneti quando è necessario a seguito di un'estirpazione obbligatoria per ragioni sanitarie o fitosanitarie su decisione dell'autorità competente dello Stato membro;
- Miglioramenti delle tecniche di gestione dei vigneti, in particolare l'introduzione di sistemi avanzati di produzione sostenibile la riconversione varietale

Fonte: elaborazione RRN-ISMEA

APPENDICE 2: LE SCHEDE REGIONALI SULLA DEMARCAZIONE, LE SCELTE DEI PSR

Ricognizione dei bandi regionali misura 4.1

Tabella A2.1: Ricognizione delle intensità di aiuto per dimensione di impresa previste dai bandi regionali per operazione 4.1

Regione	Sottomisura/Operazione	Titolo bando	Caratteristiche	Scadenza	impresa agricola		giovane agricoltore		Aliquota fissa investimenti trasformazione e commercializzazione
					Aliquota min	Aliquota max	Aliquota min	Aliquota max	
Abruzzo	4.1.01	Bando pubblico per l'attivazione della misura M04 – investimenti in immobilizzazioni materiali - Sottomisura 4.1 Sostegno a investimenti nelle aziende agricole - Tipologia d'intervento 4.1.1. Intervento 3 "Sostegno a investimenti nelle aziende agricole colpite dal sisma 2016/2017 e dalle eccezionali precipitazioni nevose del gennaio 2017" - anno 2018	IND	30/04/2019	40%	60%	60%	60%	40%
Basilicata	4.1.01	Bando sottomisura 4.1 Investimenti nelle aziende agricole – Progetto di valorizzazione delle filiere alimentari	IND Multimi sura	12/11/2018	50%	70%	70%	70%	-
Calabria	4.1.02 4.1.03	Domande di adesione al "Pacchetto giovani" - Misura 6 "Sviluppo delle aziende agricole e delle imprese" e Misura 4 "Investimenti in immobilizzazioni materiali" - Annualità 2018	Pacchet to giovani	22/10/2018			60% 60%	70% 70%	50%
Campania	4.1.01	Sostegno a investimenti nelle aziende agricole, paragrafo 1, lettera a) Supporto per gli investimenti nelle aziende agricole	IND	03/05/2018	50%	70%	70%	70%	70%
Emilia Romagna	4.1.02	Reg. (UE) n. 1305/2013 - PSR 2014/2020 - Tipi di operazione 6.1.01 "Aiuto all'avviamento di imprese per giovani agricoltori" e 4.1.02 "Investimenti in azienda agricola per giovani agricoltori beneficiari di premio di primo insediamento" (focus area 2.b). Approvazione bando unico regionale 2018	Multi misura	29/10/2018			50%	50%	40%

Friuli Venezia Giulia	4.1.01	Bando per l'accesso al programma di sviluppo rurale 2014-2020 della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia mediante l'approccio dei progetti di filiera	PIF	31/12/2017	35%	50%	40%	60%	
Lazio	4.1.01	Investimenti nelle singole aziende agricole finalizzati al miglioramento delle prestazioni (approccio singolo, collettivo e di filiera)	IND	20/02/2017	40%	60%	60%	60%	non superiore a quella stabilita nella sottomisura 4.2
Liguria	4.1.01	Procedure per la presentazione delle domande di sostegno e di pagamento a valere sulla sottomisura 4.1 "Supporto agli investimenti nelle aziende agricole".	IND	31/07/2020	40%	50%	50%	50%	40%
Lombardia	4.1.01.	Incentivi per investimenti per la redditività, competitività e sostenibilità delle aziende agricole	IND	23/09/2016	35%	45%	45%	55%	35%
Marche	4.1.01	Sostegno a investimenti nelle aziende agricole	IND	02/10/2018	30%	60%	40%	50%	40%
Molise	4.1	Pacchetto Giovani: Sottomisura 4.1 – "Sostegno a investimenti nelle aziende agricole"; sottomisura 6.1 – "aiuti all'avviamento di attività imprenditoriali per i giovani agricoltori"	Pacchetto giovani	31/08/2018			60%	60%	-
Piemonte	4.1.01	Miglioramento del rendimento globale e della sostenibilità delle aziende agricole	IND	23/10/2017	20%	50%	20%	50%	-
PP Bolzano	4.1.01	Miglioramento delle prestazioni globali, dell'azienda agricola	IND	12/11/2018	30%	65%	35%	70%	-
PP Trento	4.1.01	Sostegno a investimenti nelle aziende agricole	IND	30/11/2019	30%	60%	40%	60%	-
Puglia	4.1.A.	Sostegno per investimenti materiali e immateriali finalizzati a migliorare la redditività, la competitività e la sostenibilità delle aziende agricole singole e associate	IND	02/10/2017	30%	60%	30%	60%	-
Sardegna	4.1.01	Sostegno a investimenti nelle aziende agricole adozione di tecniche di <i>precision farming</i> e agricoltura conservativa disposizioni per la presentazione e il finanziamento delle domande di sostegno e pagamento Bando annualità 2017	IND	03/11/2017	40%	60%	50%	70%	-
Sicilia	4.1.01	Sostegno a investimenti nelle aziende agricole	IND	10/05/2017	50%	70%	70%	70%	-
Toscana	4.1.01 4.1.2.	Bando "Aiuto all'avviamento di imprese per giovani agricoltori" Pacchetto giovani Annualità 2016	Pacchetto giovani	21/11/2016			40%	60%	40%

Umbria	4.1.01	Sostegno agli investimenti per il miglioramento delle prestazioni e della sostenibilità globale delle aziende agricole	IND	15/12/2017	20%	60%	30%	60%	40%
Valle d'Aosta	4.1.02	Sostegno agli investimenti nelle aziende agricole- Giovani agricoltori	IND	31/03/2018			60%	70%	60% - 70%
Veneto	4.1.01	Investimenti in immobilizzazioni materiali. Sostegno a investimenti nelle aziende agricole. Investimenti per migliorare le prestazioni e la sostenibilità globali dell'azienda agricola	IND	13/04/2018	40%	60%	40%	60%	40%

Fonte: RRN/ISMEA su ricognizione Bandi PSR misura 4.1

Tabella A2.2: Ricognizione delle intensità di aiuto per dimensione di impresa previste dai bandi regionali per operazione 4.1

Regione	Sottomisura/Operazione	Investimento min	Investimento max	Dotazione finanziaria €	Note integrative
Abruzzo	4.1.01	400.000 €		35.000.000 €	Contributo max ottenibile: € 240.000
Basilicata	4.1.01	25.000 €		23.500.000 €	Bando attivabile in concomitanza con misure 16 e 4.2 Massimale del contributo ottenibile: 800.000€ Importo massimo ammissibile del piano aziendale: 200.000€
Calabria	4.1.02 4.1.03			40.000.000 € 3.000.000 €	Importo massimo ammissibile del piano aziendale: 200.000€
Campania	4.1.01	15.000€ (macroaree C e D) 25.000€ (macroaree A e B)		64.000.000 €	Importo massimo contributo concedibile: 1.500.000 €
Emilia Romagna	4.1.02	10.000 €		14.250.948 €	Il singolo PI sarà soggetto a un tetto di spesa ammissibile determinato attribuendo: - 4.000 Euro di spesa ammissibile ogni 1.000 Euro di dimensione aziendale espressa in Standard Output per i primi 100.000 Euro di dimensione economica; - 800 Euro di spesa ammissibile ogni 1.000 Euro di dimensione aziendale per la parte di standard output eccedente i 100.000 Euro e fino a 250.000 Euro.
Friuli Venezia Giulia	4.1.01	250.000 € (montani) 1.000.000 € (non montani)	4.500.000 €	26.750.500 € 800.000 €	

Lazio	4.1.01	10.000 €	2.000.000 € 7.500.000€ (in caso di investimento collettivo)	48.500.000 €	
Liguria	4.1.01	5.000 €		21.000.000 €	Bando stop and go; restano disponibili le seguenti finestre: 3/12/2018 - 31/1/2019 3/6/2019 - 31/7/2019 2/1/2019/ - 31/1/2020 3/6/2020 - 31/7/2020
Lombardia	4.1.01.	25.000 €	6.000.000 €	80.000.000 €	
Marche	4.1.01		750.000 €	8.000.000 €	
Molise	4.1		50.000 € 67.000 €	1.500.000 €	Contributo max ottenibile: 40.000€
Piemonte	4.1.01	25.000 €		22.000.000 €	Contributo max ottenibile: 150.000€
PP Bolzano	4.1.01	150.000 €	1.000.000 €	ND	L'investimento massimo è riferito al periodo di programmazione
PP Trento	4.1.01	15.000 €	750.000 €	6.000.000 €	
Puglia	4.1.A.	30.000 €	4.000.000 €	350.000.000 €	
Sardegna	4.1.01	10.000 €	1.200.000 €	5.000.000 €	Contributo max ottenibile: 500.000€
Sicilia	4.1.01		3.000.000 €	424.000.000 €	
Toscana	4.1.01 4.1.2.	50.000 €		1.678.680 €	L'importo massimo del contributo pubblico concedibile per le sottomisure attivate per ogni giovane beneficiario non può essere superiore a 100.000 euro.
Umbria	4.1.01			100.000.000 €	
Valle d'Aosta	4.1.02		600.000 €	5.500.366 €	L'intensità di aiuto per gli investimenti in trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli è del 70% in caso di interventi collettivi
Veneto	4.1.01	600.000 €	12.000.000 €	40.000.000 €	

Fonte: RRN/ISMEA su ricognizione Bandi PSR misura 4.1

Ricognizione dei bandi regionali misura 4.2

Tabella A2.3: Ricognizione delle intensità di aiuto per dimensione di impresa previste dai bandi regionali per operazione 4.2.1

Titolo bando		Caratteristiche	Scadenza	Aliquota Micro I*	Aliquota PI*	Aliquota MI*	Aliquota GI*
Campania	Bando M04 - Sott. 4.2 - Intervento 4.2.1 - Trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli nell'aziende agroindustriali	IND	04/11/2018	50%	50%	50%	50%
Emilia R.	Bando progetti di filiera (approccio di sistema)	PIF	20/10/2017	35%	35%	35%	35%

Emilia R.	Bando approccio individuale	IND	07/07/2016	40%	40%	40%	40%
Friuli V. G.	Bando per l'accesso al Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia mediante l'approccio dei progetti di filiera agricola	PIF	31/12/2017	30 % app. individuale 40 % app P. integrati 60 % app. PIF finalizzati alla fusione di OP	30 % app. individuale 40 % app P. integrati 60 % app. PIF finalizzati alla fusione di OP	30 % app. individuale 40 % app P. integrati 60 % app. PIF finalizzati alla fusione di OP	30 % app. individuale 40 % app P. integrati 60 % app. PIF finalizzati alla fusione di OP
Trentino A.A	Criteri e modalità attuative per la M04 - Operazione 4.2.1: Sostegno a investimenti a favore della trasformazione e commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli	IND	30/11/2017	40% 20% l'acquisto e la riconversione tecnologica di linee di imbottigliamento e confezionamento, nell'ambito del settore vitivinicolo.	40% 20% l'acquisto e la riconversione tecnologica di linee di imbottigliamento e confezionamento, nell'ambito del settore vitivinicolo.	40% 20% l'acquisto e la riconversione tecnologica di linee di imbottigliamento e confezionamento, nell'ambito del settore vitivinicolo.	40% 20% l'acquisto e la riconversione tecnologica di linee di imbottigliamento e confezionamento, nell'ambito del settore vitivinicolo.
Umbria	Bando di evidenza pubblica concernente le norme procedurali per la presentazione delle domande e la concessione degli aiuti ai sensi del PSR per l'Umbria 2014/2020, misura 4, sottomisura 4.2 - "Sostegno agli investimenti per la trasformazione, commercializzazione e/o lo sviluppo di prodotti agricoli	IND	31/08/2018	40%	40%	40%	40%
Lombardia	Bando Misura 16, Operazione 16.10.01 "Progetti integrati di filiera"	PIF	15/01/2018	80% finanziamento agevolato	80% finanziamento agevolato	80% finanziamento agevolato	80% finanziamento agevolato
Toscana	Bando condizionato relativo ai "Progetti Integrati di Filiera (PIF) Agroalimentare, annualità 2017"	PIF	03/01/2018	40%	40%	40%	30%
Abruzzo	Misura 4 - sottomisura 4.2.1 "Investimenti per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli" - 2017	IND	15/12/2017	40%	40%	40%	40%
Molise	Bando Sottomisura 4.2 – sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli	IND	15/01/2018	40%	40%	40%	-
Bolzano	Sostegno agli investimenti per la trasformazione/commercializzazione e lo sviluppo dei prodotti agricoli	IND	31/12/2020	30% ortofresca 20% ortoftrasf 30% vitiv 30% latt	30% ortofresca 20% ortoftrasf 30% vitiv 30% latt	30% ortofresca 20% ortoftrasf 30% vitiv 30% latt	30% ortofresca 20% ortoftrasf 30% vitiv 30% latt
Puglia	Bando Misura 4 - Investimenti in immobilizzazioni materiali Sottomisura 4.2 - Sostegno agli investimenti per la trasformazione e commercializzazione e lo sviluppo dei prodotti agricoli	IND	30/01/2018	50%	50%	50%	25%
Valle d'Aosta	Intervento 4.2: Sostegno investimenti trasformazione e sviluppo prodotti agricoli	IND	20/04/2018	40%	40%	40%	40%

Sardegna	Misura 4.2 - sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli	IND	16/01/2017	40%	40%	40%	40%
Piemonte	Misura 4 - Operazione 4.2.1 "Trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli". Bando A 2018	IND	12/07/2018	40%	40%	40%	40%
Basilicata	Investimenti in immobilizzazioni materiali - Sottomisura 4.2 "Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli"	IND	17/05/2018	50%	50%	50%	40%
Basilicata	BANDO Misura 4- Sottomisura 4.2 "Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli" - Progetto di valorizzazione delle filiere agroalimentari	PIF	07/08/2018	50%	50%	50%	40%
Marche	Bando relativo al sostegno a Progetti integrati di Filiere corte e mercati locali	PIF	30/03/2018	40%	40%	40%	40%
Liguria	Bando M04 - Sott. 4.2 - Intervento 4.2. " Supporto agli investimenti nella trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli. Focus area 3.A.	IND	19/05/2017	40%	40%	40%	40%
Sicilia	"Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli"	IND	14/04/2017	50%	50%	50%	50%
Calabria	Domande di adesione alla Misura 04 – Intervento 4.2.1 "Investimenti nella trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli" Annualità 2016.	IND	20/03/2017	50%	50%	50%	50%
Lazio	Bando pubblico – Sottomisura 4.2 "Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli" – Tipologia di Operazione 4.2.1 "Investimenti nelle imprese agroalimentari (approccio singolo, di sistema e innovazione del PEI)"	IND	20/02/2017	40% 60% per imprese partecipanti a gruppi operativi PEI	40% 60% per imprese partecipanti a gruppi operativi PEI	40% 60% per imprese partecipanti a gruppi operativi PEI	30% 40% per imprese partecipanti a filiere organizzate
Veneto	Investimenti per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli	IND	23/03/2016	40%	40%	20%	10%

* MI= Microimpresa; PI: Piccola Impresa; MI: Media impresa; GI=Grande impresa

Fonte: RRN/ISMEA su ricognizione Bandi PSR misura 4.2

Tabella A2.4: Ricognizione delle soglie massime e minime dell'investimento e dotazione finanziaria prevista dai bandi regionali operazione 4.2.1

Regione	Titolo bando	Investimento min (Euro)	Investimento max (Euro)	Dotazione finanziaria €	Note integrative
Campania	Bando M04 - Sott. 4.2 - Intervento 4.2.1 - Trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli nell'aziende agroindustriali	-	4 milioni euro variabile in funzione di forma giuridica	35.000.000	1. costo max ammissibile 4.000.000 per soc capitali 2. costo max ammissibile 2.000.000 soc persone, imprese individuali di nuova costituzione
Emilia Romagna	Bando progetti di filiera (approccio di sistema)	100.000	2.800.000	4.192.000	
Emilia Romagna	Bando approccio individuale	250.000	5.000.000	60.000.000	
Friuli V. G.	Bando per l'accesso al Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia mediante l'approccio dei progetti di filiera agricola	variabile in funzione di dimensione aziendale	variabile in funzione di dimensione aziendale	135.800.000	1. costo min ammissibile: a) 50.000 € Micro imprese b) 75.000 € Medie imprese d) 300.000 € Grandi imprese 2. costo max ammissibile: a) 1.500.000 € Micro imprese b) 2.000.000 € Medie imprese d) euro 3.000.000 Grandi imprese
Trento	Criteri e modalità attuative per la M04 - Operazione 4.2.1: Sostegno a investimenti a favore della trasformazione e commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli	30.000	2.000.000	5.000.000	
Umbria	Bando di evidenza pubblica concernente le norme procedurali per la presentazione delle domande e la concessione degli aiuti ai sensi del PSR per l'Umbria 2014/2020, misura 4, sottomisura 4.2 - "Sostegno agli investimenti per la trasformazione, commercializzazione e/o lo sviluppo di prodotti agricoli	50.000 €	volume ultimo fatturato	8.451.000	Contributo max 200.000 € in 3 esercizi
Lombardia	Bando Misura 16, Operazione 16.10.01 "Progetti integrati di filiera"	500.000 per settore ortofrutta; 200.000 per il settore vinicolo	10.000.000	29.000.000	Contributo max 15.000.000 € per periodo di programmazione

Toscana	Bando condizionato relativo ai "Progetti Integrati di Filiera (PIF) Agroalimentare, annualità 2017"	30.000	-	Si fa riferimento alla dotazione di sottomisura	
Abruzzo	Misura 4 - sottomisura 4.2.1 "Investimenti per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli" - 2017	50.000	-	10.000.000	
Molise	Bando Sottomisura 4.2 – sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli	750.000	10 volte il fatturato medio dell'ultimo triennio	2.500.000	Contributo max 1,5 milioni di € per programmazione
Bolzano	Sostegno agli investimenti per la trasformazione/commercializzazione e lo sviluppo dei prodotti agricoli	1.000.000 4.000.000 (solo OP ortofrutticole)	-	-	Spesa ammissibile max 10 milioni€ per programmazione
Puglia	Bando Misura 4 - Investimenti in immobilizzazioni materiali Sottomisura 4.2 - Sostegno agli investimenti per la trasformazione e commercializzazione e lo sviluppo dei prodotti agricoli	200.000	4.000.000	90.000.000	
Valle d'Aosta	Intervento 4.2: Sostegno investimenti trasformazione e sviluppo prodotti agricoli	10.000	600.000	1.500.000	L'investimento max indicato va calcolato sommando gli importi delle domande d'aiuto finanziate a una medesima azienda nel presente programma di sviluppo rurale 2014/20 a valere sulla sottomisura 4.2.
Sardegna	Misura 4.2 - sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli	15.000 az. Agricole 50.000 agroindustriali	az agricole 12 volte PST az. Agroindustriali 10 volte fatturato annuo media triennio	20.000.000	3.000.000 € contributo max ottenibile calcolato sommando gli importi delle domande d'aiuto finanziate a una medesima azienda nel presente programma di sviluppo rurale 2014/20 a valere sulla sottomisura 4.2.
Piemonte	Misura 4 - Operazione 4.2.1 "Trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli". Bando A 2018	300.000	2.000.000	28.451.478	

Basilicata	Investimenti in immobilizzazioni materiali - Sottomisura 4.2 "Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli"	150.000	3.000.000	10.000.000	
Basilicata	BANDO Misura 4- Sottomisura 4.2 "Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli" - Progetto di valorizzazione delle filiere agroalimentari	750.000	3.000.000	21.600.000	Metà della dotazione finanziaria è riservata a progetti da 150.000€ a 750.000€ Il rimanente 50% della dotazione finanziaria è riservata a progetti superiori a 750.000 € e fino a 3.000.000€.
Marche	Bando relativo al sostegno a Progetti integrati di Filiere corte e mercati locali	-	-		Il bando richiama le disposizioni del bando ad approccio individuale. Contributo max 3,5 milioni di € per programmazione
Liguria	Bando M04 - Sott. 4.2 - Intervento 4.2. " Supporto agli investimenti nella trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli. Focus area 3.A.	-	-	9.000.000	
Sicilia	"Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli"		10.000.000	70.000.000	
Calabria	Domande di adesione alla Misura 04 – Intervento 4.2.1 "Investimenti nella trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli" Annualità 2016.	-	-	45.000.000	
Lazio	Bando pubblico – Sottomisura 4.2 "Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o dello sviluppo dei prodotti agricoli" – Tipologia di Operazione 4.2.1 "Investimenti nelle imprese agroalimentari (approccio singolo, di sistema e innovazione del PEI)"	50.000	7.500.000	32.500.000	

Veneto	Investimenti per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli	.000	2.000.000	10.135.000	Investimento minimo: 400.000 € ORTOFRUTTA; 200.000 € per tutti gli altri settori; 50.000,00 € per investimenti di microimprese nelle zone montane
---------------	--	------	-----------	------------	---

Fonte: RRN/ISMEA su ricognizione Bandi PSR misura 4.2

BIBLIOGRAFIA

- Anderson K., Pinilla V. (eds.) (2018). *Wine Globalization: A New Comparative History*, Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- EU (2016), *EU Agricultural Outlook - For the Agricultural Markets and Income 2017-2030*, Brussel.
- Frascarelli A. (2008), *L'OCM unica e la semplificazione della PAC*, Working paper n. 5 del Gruppo 2013 - Coldiretti.
- Gaeta D., Corsinovi P. (2009). Evoluzione del processo di riforma tra mutamenti del mercato, gruppi di pressione e alleanze nazionali. In: Pomarici E., Sardone R. (2009), *L'OCM vino – La difficile transizione verso una strategia di comparto*, INEA, Roma
- INNOVA (2003). *Ex-post evaluation of the Common Market Organisation for wine*, European Commission - DG Agriculture, Tender AGRI / EVALUATION / 2002 / 6, INNOVA, Roma.
- ISMEA (2016). *Complementarietà e demarcazione del sostegno con particolare riferimento ai settori vitivinicolo, olivicolo e ortofrutticolo: analisi dei PSR 2014-2020*, Roma, consultabile al link: <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/16628>
- Montagne E., Coelho A. (2006). *La réforme de l'organisation commune du marché du vin*, Parlamento europeo, Direzione generale per le politiche interne dell'Unione, Bruxelles.
- Pomarici E., Sardone R. (2017). *Which EU wine policy after 2020?*, comunicazione al convegno EAWE 2017, Bologna.
- Pomarici E. (2005), "Origine e qualità del vino nella tradizione europea", in *Rivista di Viticoltura e di Enologia*, n. 1
- Pomarici E., Sardone R. (2009), *L'OCM vino – La difficile transizione verso una strategia di comparto*, INEA, Roma.
- Scoppola M., Zezza A. (1997). *La riforma dell'organizzazione comune di mercato e la vitivinicoltura italiana*, INEA, Roma.
- Anderson K. (eds.) (2004), *The World's Wine Markets – Globalization at work*, Edward Elgar, London.
- Banks G., Overton J. (2010), "Old world, new world, third world: reconceptualising the worlds of wine", *Journal of Wine Research*, 21(1), 57-75.
- Baritoux V., Aubert M., Montaigne E., Remaud E. (2006), "Matchmakers in wine marketing channels: the case of French wine brokers", *Agribusiness*, 22(3), 375-390.
- Battaglene T. (2011), "Overview of the International Framework of International Organisations and Agreements. Session Two, Part A The Importance of International Organizations in Wine Regulation", presented at the seminar on Key Issues in Wine Regulation, September 18–19, San Francisco, California.
- Cesaretti G.P., Green R., Mariani A., Pomarici E. (a cura di) (2006), *Il mercato del vino: tendenze strutturali e strategie dei concorrenti*, FrancoAngeli, Milano.
- Charter S., Gallo J. (2014), *Wine Business Management*, Pearson France, Montreuil.
- Coelho A. (2013), "La dimensione delle imprese del vino italiane in una prospettiva mondiale", in supplemento a *L'Informatore Agrario*, 12.
- COGEA (2014), *Study on the competitiveness of European wines. Executive Summary*.
- Corsi A., Pomarici E., Sardone R. (2004), "Italy", in Anderson, Kym (eds.) (2004), *The World's Wine Markets – Globalization at work*, Edward Elgar, London.

- Delorda B., Montaigne É, Coelho A. (2015), "Vine planting rights, farm size and economic performance: Do economies of scale matter in the French viticulture sector?", *Wine Economics and Policy*, 4, 22-34.
- Gaeta D., Corsinovi P. (2014), *Economics, governance, and politics in the wine market*, Palgrave Macmillan.
- Georgopoulos T. (2014), "Wine law: concepts, methods, issues and prospects", in Charters S., Gallo J. (eds.) (2014), *Wine Business Management*, Pearson, Cambridge.
- Hall C.M., Mitchell R. (2008), *Wine marketing a practical guide*, Elsevier, BH ed.
- ISMEA 2018 – Scheda settore vino, www.ismeamercati.it
- ISMEA 2018 – "Ocm vino: il denaro conta", presentazione al Convegno sul "Futuro OCM vino", Verona 17 aprile 2018
- Malorgio G., Grazia C. (2013), "Diversità e complementarietà delle strutture vitivinicole italiane", in supplemento a *L'Informatore Agrario*, 12.
- Malorgio G., Pomarici E., Sardone R., Scadera A., Tosco D. (2011), "La catena del valore nella filiera vitivinicola", *Agriregionieuropa*, 7(27).
- Mariani A., Napoletano F., Pomarici E., Vecchio R. (2014a), Tariff and non-tariff barriers to wine exports and initiatives to reduce their effects, *Agricultural Economics Review*, 15 (1), pp. 5-24.
- Mariani A., Napoletano F., Vecchio R., Pomarici E. (2014b), European Wine Exports: The Key Role of Trade Policy, *EuroChoices*, 13 (3), pp. 46-53.
- Mariani A., Pomarici E., Boatto V. (2012), "The international wine trade: Recent trends and critical issues", *Wine Economics and Policy*, 1, 1-17.
- Mediobanca (2017), *Indagine sul settore vinicolo*, Milano.
- Montaigne Coelho, (2012), "Structure of the producing side of the wine industry: firm typologies, networks of firms and clusters", *Wine Economics and Policy*
- Peynaud E. (1983), *Il gusto del vino*, AEB, Brescia.
- Pollini L., Bucelli P., Calò A., Costantini Edoardo A.C., L'Abate G., Lisanti M.T., Lorenzetti R., Malorgio G., Moio L., Pomarici E., Storchi P., Tomasi D. (2013), *Atlante dei territori del vino italiano*, Pisa, Pacini Editore – Siena, Ente Mostra Vini – Enoteca Italiana, 2 voll., pp. 864.
- Pomarici E. (2005), "Origine e qualità del vino nella tradizione europea", in *Rivista di Viticoltura e di Enologia*, n. 1.
- Pomarici E. (2016), "Recent trends in the international wine market and arising research questions", *Wine Economics and Policy*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.wep.2016.06.001>.
- Pomarici E., Boccia F. (2014), "La fortaleza comercial del sector del vino en Italia", in Lòpez R.C., Castillo Valero J.S. (2014), *La economia del vino in Espana y nel mundo*, Cajamar Caja Rural, Madrid.
- Pomarici E., Boccia F., Catapano D. (2012), "The wine distribution systems over the world: an explorative survey", *New Medit*, 11, 23-32.
- Pomarici E., Raia S., Tedesco R. (2008), "Dimensione ottimale delle imprese nel settore vitivinicolo: riflessioni su alcuni casi di studio", *Bulletin de L'Oiv*, 81, 261-268.
- Pomarici E., Sallusti F., Rinaldi A. (1997), "Quality and process reengineering patterns and cost in wine production", in Schiefer G., Helbig R., *Quality management and process improvement for competitive advantage in agriculture and food*, Bonn:Lib.
- Pomarici E., Sardone R. (2009), *L'Ocm vino. La difficile transizione verso una strategia di comparto*, Osservatorio PAC, Inea, Roma.
- Rabobank (2003), *Wine is business, shifting demand and distribution: major drivers reshaping the wine industry*, Rabobank International, Food & Agribusiness Research, Utrecht.
- Sardone R. (2014), "I numeri del vino italiano: le tante facce della qualità", *Agriregionieuropa*, 10(39).

- Simpson J. (2011), *Creating wine. The Emergence of Wine Industry, vols. 1840-1914*, Princeton University Press, Princeton, NJ.
- Spahni P. (1998), *The International Wine Trade*, Woodhead Publishing Ltd., Cambridge.
- Zampi V. (2003), *Wine management*, Centro Stampa Il Prato, Firenze.

RETERURALE NAZIONALE 20142020

RETE RURALE NAZIONALE

Autorità di gestione
Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo
Via XX Settembre, 20 Roma
www.reterurale.it
reterurale@politicheagricole.it
@reterurale
www.facebook.com/reterurale