

ASSEMBLEA GENERALE FEDERVINI
«GLOBALIZZAZIONE E RIPRESA ECONOMICA:
FEDERVINI PER UN SUCCESSO
DI SQUADRA

Roma, 5 Giugno 2013



Il punto sul 2012

- Un **settore** che, in questa situazione di crisi generalizzata, ha **reagito in modo diverso e positivo**
- Capacità di mettere a frutto **esperienza, conoscenza e credito** acquisiti nelle politiche di **internazionalizzazione**
- **Mercato interno** con segno negativo, ma **positivo** per la qualità
- Incertezza politica, ma solidità del nostro settore



Il 2013

- Invito alla **fiducia** anche verso i minimi segnali **positivi**
- **Attenzione** verso le riforme e i meccanismi di funzionamento dello Stato che possono rendere il **Sistema Italia** ancora più forte
- **Impegno** a rafforzare i **valori del Sistema Paese** che ci hanno aiutato nella competizione fuori dai confini



Il nostro invito

FACCIAMO SQUADRA!

- Un invito per
 - le Istituzioni, nazionali, locali, Europee
 - le forze sociali ed economiche
 - i cittadini
- **La vera energia per affrontare un nuovo anno di disagio, per trasformare problemi in opportunità**



FEDERVINI

La nostra identità

- **Siamo diversi e unici:** questa è la nostra **forza** e la nostra **fonte di energia**
 - Rappresentiamo una **voce STRAORDINARIAMENTE IMPORTANTE** per l'economica nazionale
 - **DOBBIAMO FAR VALERE QUESTO DATO!**



La chiave del successo

- **No ai particolarismi, si ai nostri valori!**
- Il primo importante **valore unificante: essere una produzione italiana**
- Essere un'**unica, forte e importante squadra competitiva**



Cosa rappresentiamo?

1 Le filiere “vino, spirits e aceto” generano per l’economia italiana un **valore aggiunto** di **13,2** miliardi di euro, pari allo **0,83%** del PIL italiano

2 Il **numero complessivo di persone occupate** nelle 3 filiere analizzate è pari a **1.180.931**. Il **totale occupati** (Fte) è di **332.555** unità, pari all’**1,45%** del totale forza lavoro nazionale

3 Le **entrate fiscali e contributive** generate dai tre settori sono pari a **8,5** miliardi di euro, pari all’**1,36%** del totale entrate fiscali e contributive dello stato italiano

TradeLab

FEDERVINI

L'EXPORT



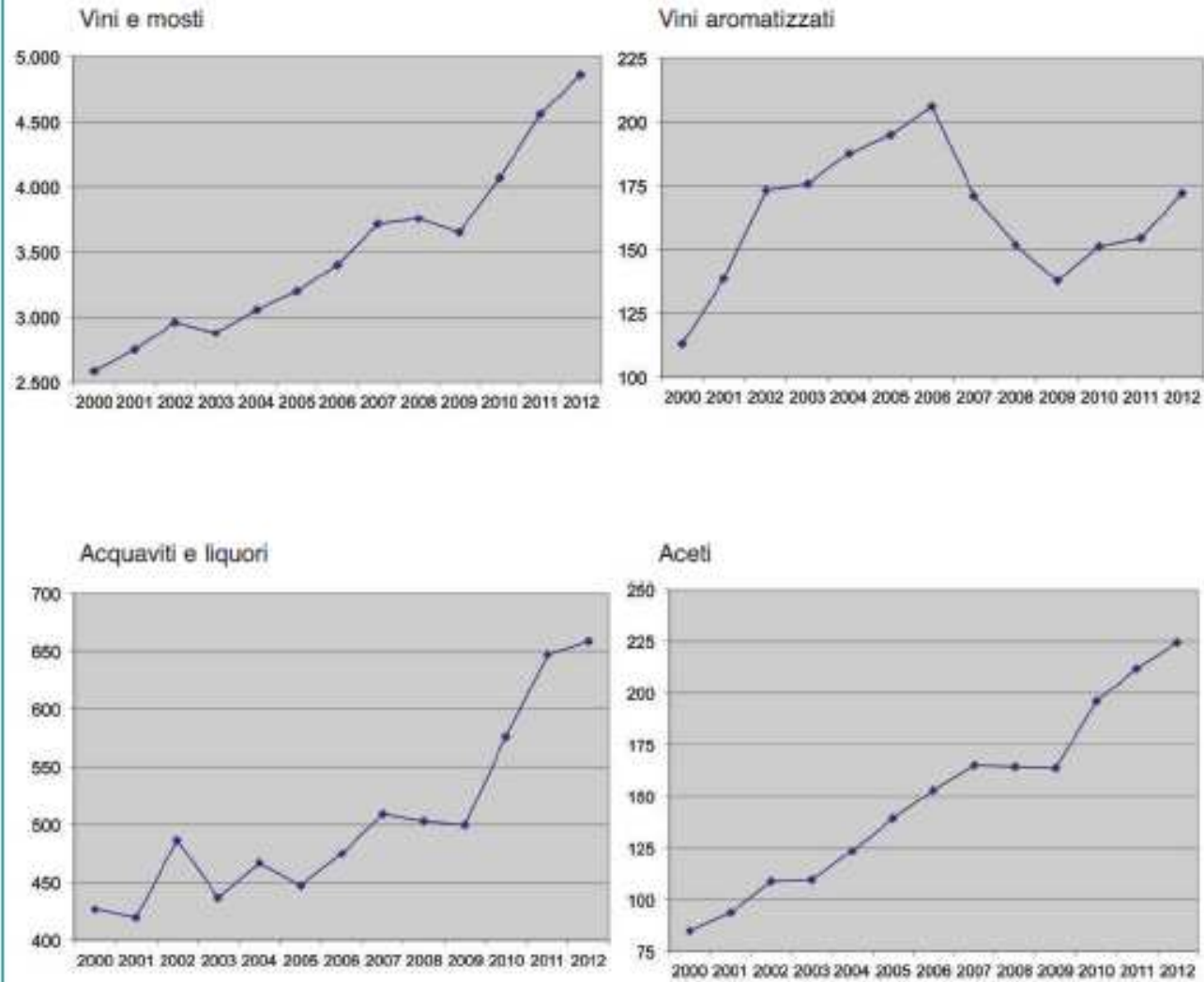
I numeri dell'export: positivi

Tabella 2. Esportazioni

	QUANTITA' (in 000 hl)			VALORE (in milioni di euro)		
	2011	2012	Var % 2012/11	2011	2012	Var % 2012/11
Vini e mosti	24.702,495	22.574,074	-8,6	4.558,978	4.862,722	6,7
Vini liquorosi	292,926	233,973	-20,1	64,684	58,420	-9,7
Vini aromatizzati	1.464,619	1.374,036	-6,2	154,278	172,104	11,6
Liquori e altre bevande alcoliche (hn)	305,282	303,898	-0,5	339,389	357,162	5,2
Acquaviti (hn)	434,605	368,223	-15,3	206,943	197,468	-4,6
Aceti	1.118,083	1.126,172	0,7	211,889	224,379	5,9

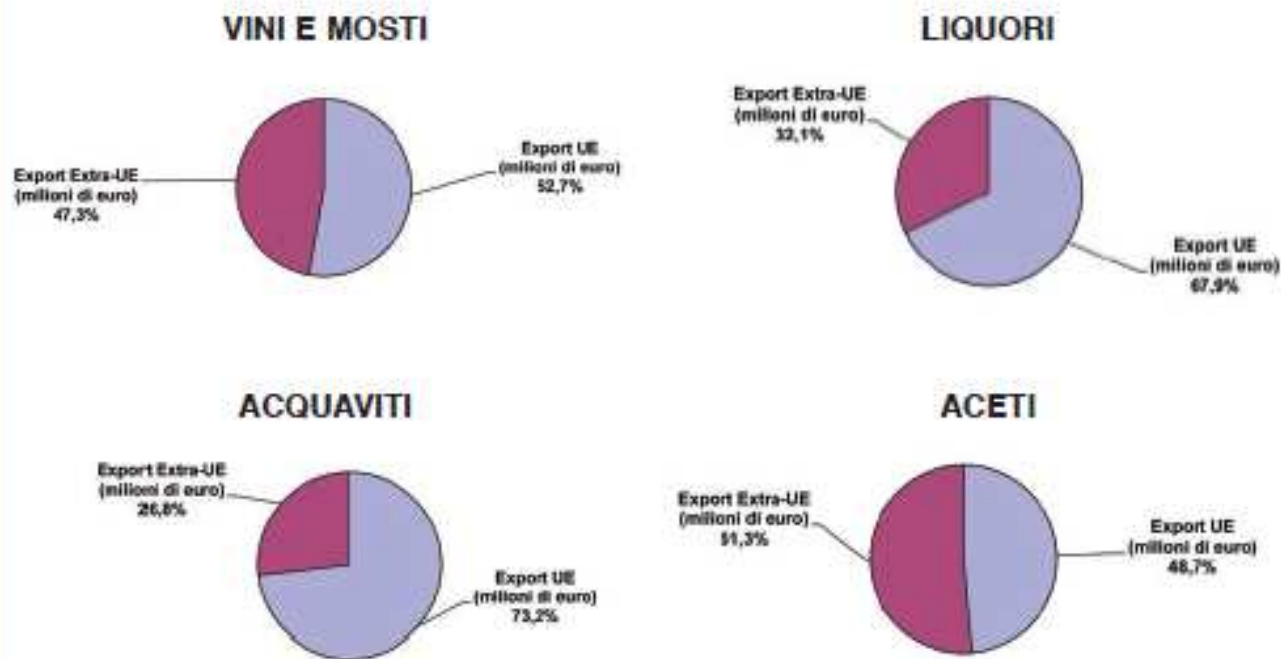
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

Grafico 7. L'export dei settori rappresentati da Federvini (in milioni di Euro)



Europa vs resto del mondo

Grafico 4. Export verso Ue e verso Mondo per l'intero comparto (espressa in valore)



Osservatorio Federvini su dati ISTAT



FEDERVINI

Gli aspetti dei mercati esteri

- Dazi, normative mutevoli, duplicazioni delle certificazioni, controlli su ftalati, registrazioni obbligatorie, ..
 - **Brasile**
 - **Cina**
 - **Russia**
- **Giappone e USA:** avviati i negoziati per accordo libero scambio



LE QUESTIONI SOCIALI



Il contesto

- **Innalzamento dell'età legale** per il consumo di bevande alcoliche a 18 anni
- **Sensibilità sociale** sui temi legati all'abuso
- **Consapevolezza** crescente sul fatto che in Italia predominano **stili di consumo differenti, più positivi** rispetto al resto del mondo



FEDERVINI

Le iniziative della Federazione

facebook.

www.facebook.com/iolivomediterraneo



L'INTERNAZIONALIZZAZIONE



Il sistema di rappresentanza

- Passaggio dall'ICE alla nuova **Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese**
- Chiusura di **Buonitalia**
- Carenza di **supporto strutturato** dello Stato
- Maggior dialogo tra istituzioni
- Nuovo ruolo delle **Ambasciate d'Italia all'estero**



LA PROMOZIONE



Una riflessione sul futuro

- Rischio **diminuzione risorse** economiche
- Necessità di **ripensare** la gestione futura dell'**immagine dei nostri prodotti all'estero**
- Una grandiosa occasione: **EXPO 2015**



OCM VINO E DIRITTI DI IMPIANTO



Una regia unica

- Italia **protagonista del dibattito** e promotrice di ottime iniziative
- Necessità di valutare quali **strumenti di flessibilità** adottare per venire incontro alle richieste dei mercati esteri
- **Ripensamento** dei meccanismi di applicazione e funzionamento del settore vitivinicolo nazionale
- Esigenza di una **regia nazionale unica**



TUTELA DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE



Il valore della proprietà intellettuale

- I riferimenti geografici: **valore storico di immagine e valore patrimoniale**
- Il **registro internazionale** per i riferimenti geografici tutelati dei vini e degli spiriti: ancora **inattivo**
- Esigenza di riflettere insieme su **migliori modalità di tutela**
- Necessità di una **cabina di regia unica nella internazionalizzazione**



FISCALITA'



Non solo imposte

- **No ad aumenti di accisa**
- **NO all'incremento dell'aliquota IVA**
- **Minori adempimenti burocratici**
- **Maggiore semplificazione amministrativa**



ARTICOLO 62



Il nostro punto di vista

- Dal 24 ottobre 2012 in vigore le **disposizioni sui termini di pagamento** nel settore agroalimentare
- **Marzo 2013**: dall'Ufficio Legislativo del Ministero dello Sviluppo Economico e dall'Ufficio Legislativo del Ministero delle Politiche Agricole **due documenti di contenuto opposto**
- Adottato dall'**Autorità Garante della Concorrenza di Mercato** un **regolamento importante** che contribuisce a creare ulteriore confusione
- **Indispensabile confermare la sua applicazione**



INDICAZIONE DELL'ORIGINE



Complessità e auspici

- Da uno studio della **Commissione UE**: opportunità di impostare i lavori sull'**indicazione d'origine** con un **approccio flessibile** basato sulla distinzione tra settori, ma anche per singole tipologie merceologiche
- I settori rappresentati dalla Federazione operano in un **quadro normativo comunitario** con regole su composizione, designazione e presentazione
- L'invito: **articolare i lavori applicativi tenendo conto delle normative comunitarie**



AGGIORNAMENTO LEGISLAZIONE VINICOLA



Un invito alla flessibilità

- **Qualità e immagine dei prodotti italiani** identici sia in Italia sia all'estero
- Invito ad apertura verso **opportunità** legate a **nuove offerte commerciali** e **nuovi prodotti per i mercati internazionali**



**«GLOBALIZZAZIONE E RIPRESA
ECONOMICA: FEDERVINI PER UN SUCCESSO
DI SQUADRA»**

ROMA, 5 GIUGNO 2013



LAMBERTO VALLARINO GANCIA

EGIDIO OTTIMO, TRADELAB

ROBERTO AMEDEI, NIELSEN



Obiettivi del progetto

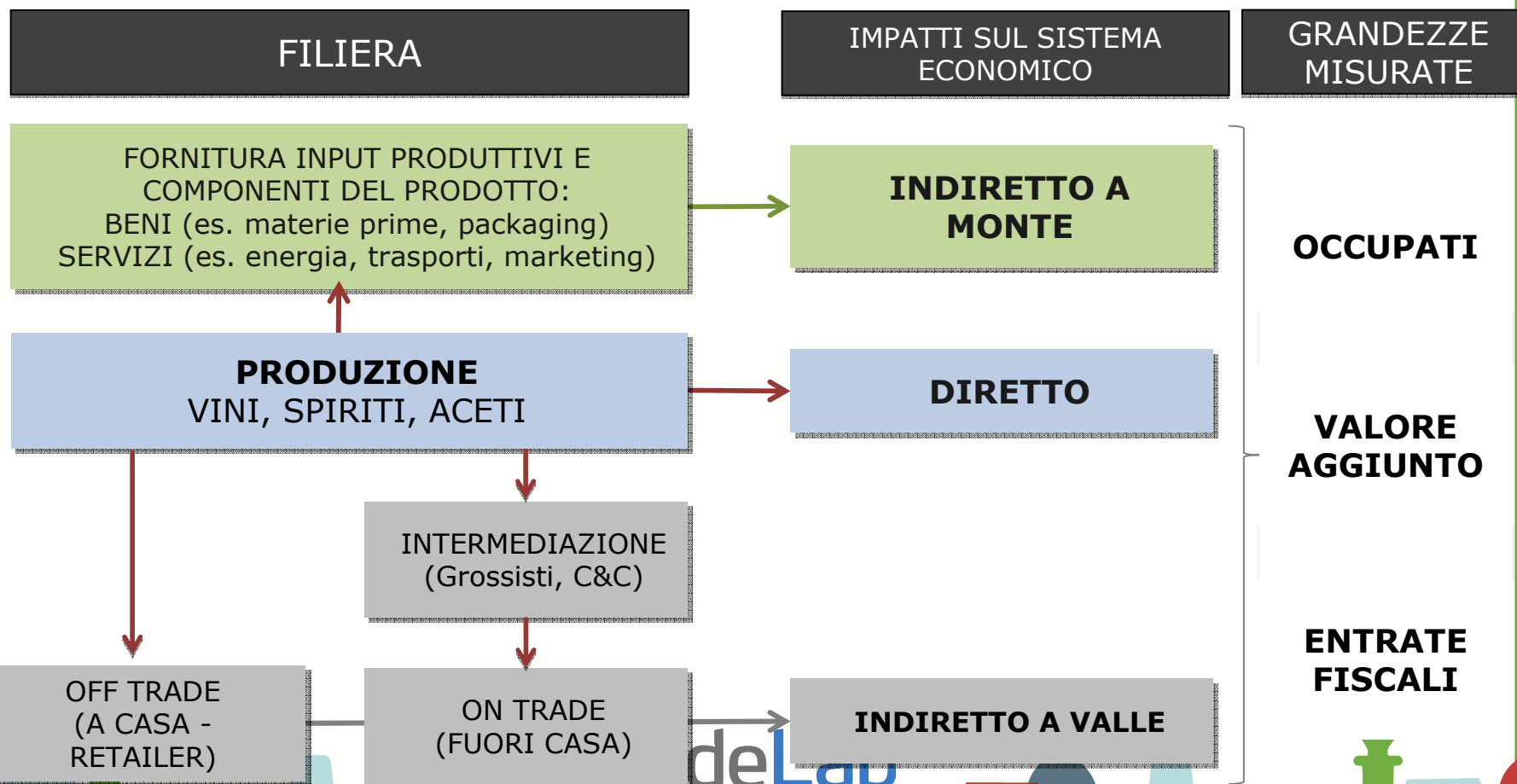
- **Valutare il valore complessivo generato per l'economia italiana** dai tre settori rappresentati da Federvini:
 - ✓ **vino**
 - ✓ **spiriti**
 - ✓ **aceti**
- Valutare l'importanza economica di filiera dei 3 settori:
 - ✓ Processo produttivo inteso in senso stretto
 - ✓ Contributo alla fase di produzione da parte dei settori di fornitura di beni e servizi
 - ✓ Commercializzazione dei prodotti nei mercati a casa e fuori casa
- Misurare il valore complessivo generato dalle filiere a tre grandezze:
 - ✓ **occupazione**
 - ✓ **valore aggiunto**
 - ✓ **entrate fiscali e contributive**

TradeLab



FEDERVINI

STIMA IMPATTI DELLE FILIERE SUL SISTEMA ECONOMICO: occupati, valore aggiunto, entrate fiscali



Sintesi dei principali risultati

1 Le filiere “vino, spiriti e aceti” generano per l’economia italiana un **valore aggiunto** di **13,2** miliardi di euro, pari allo **0,83%** del PIL italiano.

2 Il **numero complessivo stimato di persone che lavorano a vario titolo** nelle 3 filiere analizzate è pari a **1.180.931** che corrisponde all’**1,45%** del totale forza lavoro nazionale. Il **totale occupati** (Fte) è di **332.555** unità.

3 Le **entrate fiscali e contributive** generate dai tre settori sono pari a **8,5** miliardi di euro, pari all’**1,36%** del totale entrate fiscali e contributive dello stato italiano.

TradeLab



FEDERVINI

VINO, SPIRITI E ACETI: impatto sull'occupazione – Anno 2011

PERSONE OCCUPATE A VARIO TITOLO

Tutte le persone occupate nelle filiere analizzate,
indipendentemente dal tempo impiegato

1.180.931

VINO	918.268	77,8%	Impatto a monte	797.954	67,6%
SPIRITS	228.133	19,3%	Impatto diretto	33.810	2,9%
ACETO	34.530	2,9%	Impatto a valle	349.167	29,6%

TradeLab

FEDERVINI

VINO, SPIRITI E ACETI: impatto sul valore aggiunto – Anno 2011

VALORE AGGIUNTO TOTALE
(mio di €)

13.171

VINO 8.545 64,9%

SPIRITS 4.339 32,9%

ACETO 287 2,2%

Impatto a monte 5.163 39,2%

Impatto diretto 2.099 15,9%

Impatto a valle 5.909 44,9%

TradeLab

 **FEDERVINI**

VINO, SPIRITI E ACETI: impatto sul totale entrate fiscali – Anno 2011

VALORE ENTRATE FISCALI TOTALI
(mio di €)

8.520

VINO 4.900 57,5%

SPIRITS 3.479 40,8%

ACETO 141 1,7%

Iva 3.609 42,4%

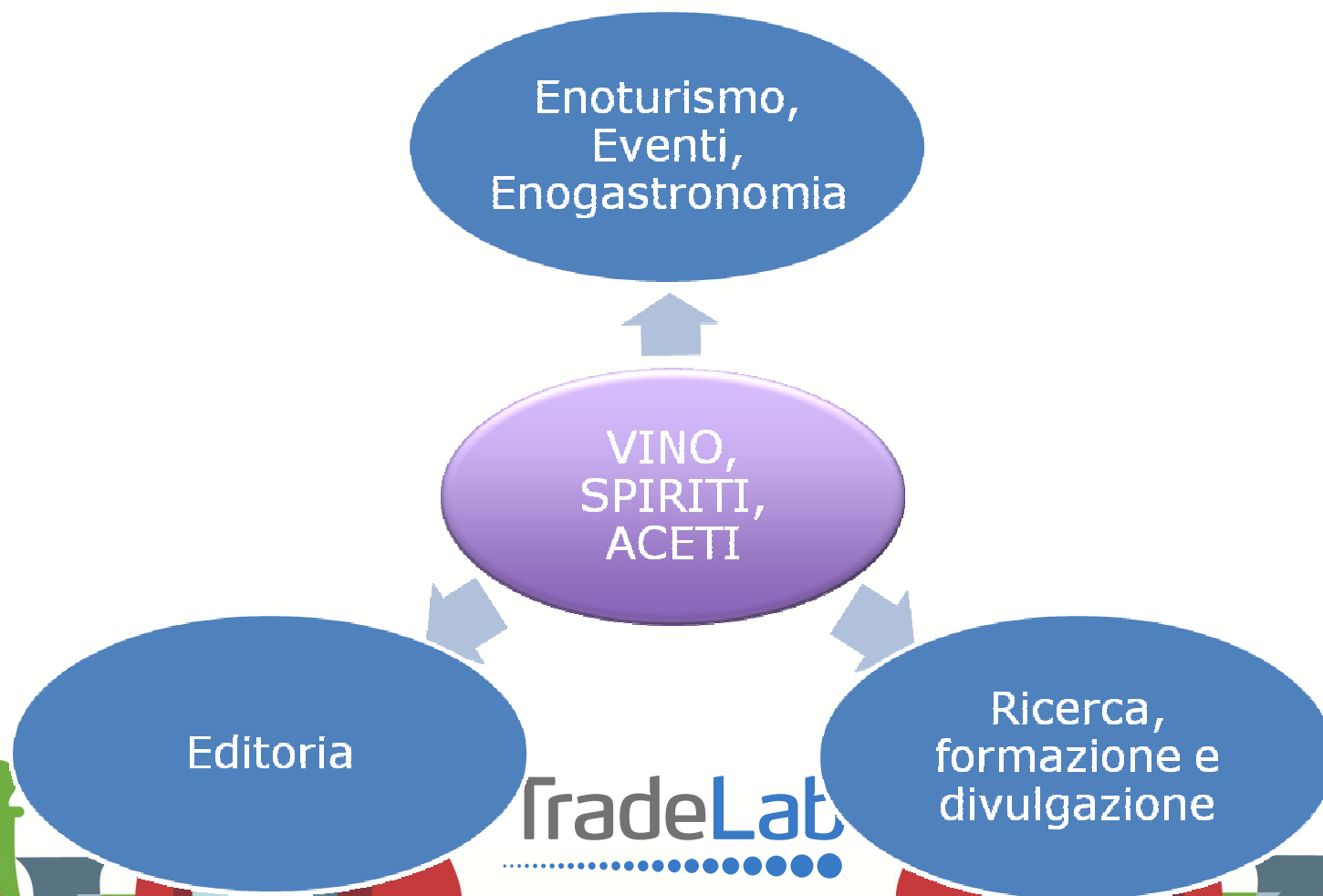
Accise 541 6,3%

Tasse sul lavoro e
sul reddito 4.370 51,3%

TradeLab

 **FEDERVINI**

VINO, SPIRITI E ACETI: le filiere correlate



TradeLab

FEDERVINI

Principali evidenze / 1

❖ CONSUMO DI BEVANDE ALCOLICHE IN ITALIA: PIU' MIRATO E CONSAPEVOLE

- Costante flessione negli ultimi anni
- Diminuzione della frequenza di consumo

❖ DIFFUSIONE E CONOSCENZA DELLO STILE MEDITERRANEO

- bere moderato e consapevole
- qualità del bere
- stile conviviale

❖ STILI DI CONSUMO

- Vini, Spumanti e Champagne: contesto familiare
- Birra: contesti extradomestici



nielsen



FEDERVINI

Principali evidenze / 2

❖ **APPROCCIO AL BERE ALCOLICI**

- sereno ed indulgente
- consapevole ed informato, anche grazie all'educazione familiare

❖ **BERE DI QUALITA' NON DI QUANTITA'**

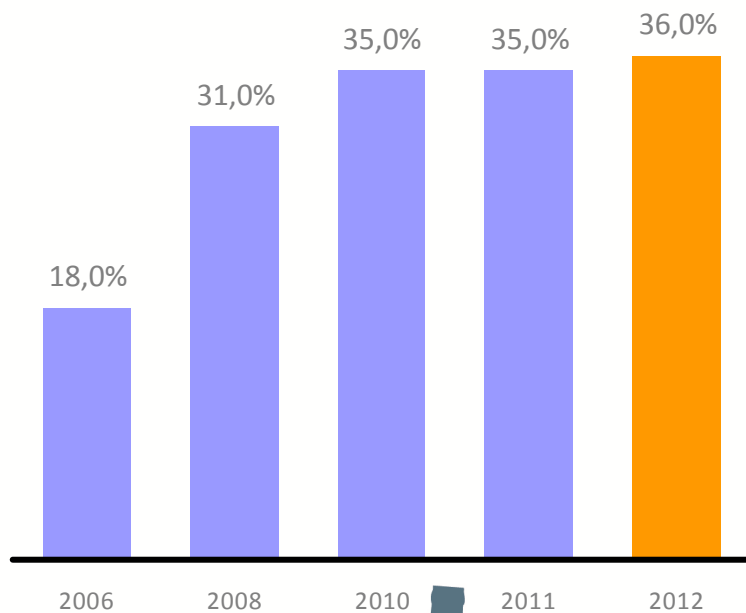
- ruolo culturale del cibo e alcol
- sostegno mediatico ed istituzionale
- sinergia Pubblico e Privato



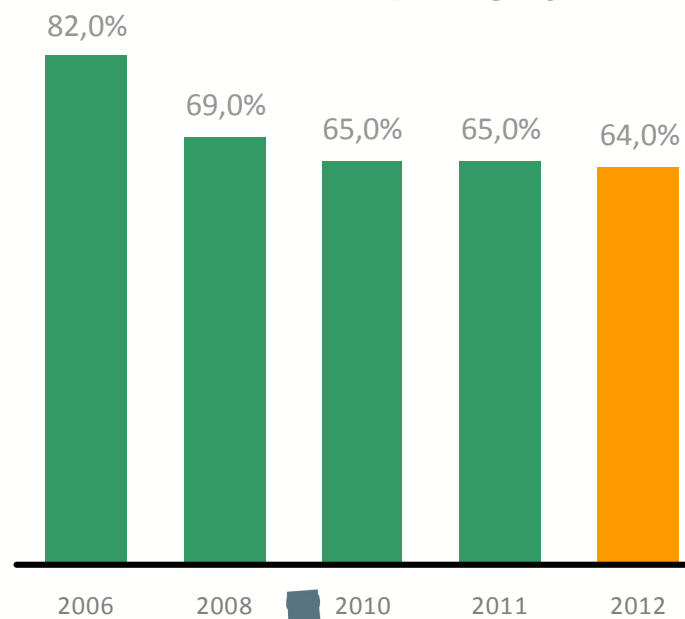
Chi ha bevuto Alcolici nel corso degli ultimi 12 mesi?

Base: popolazione - 52,5 milioni di individui >14 anni - % rispondenti

**18,5 milioni di individui
NON BEVITORI nel 2012**



**33,6 milioni di individui
BEVITORI nel 2012**



nielsen

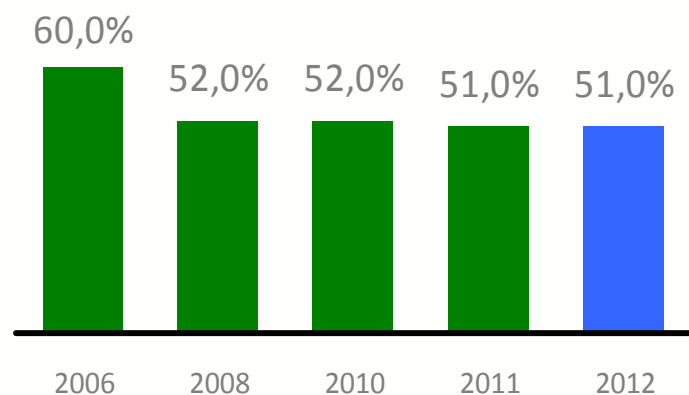


FEDERVINI

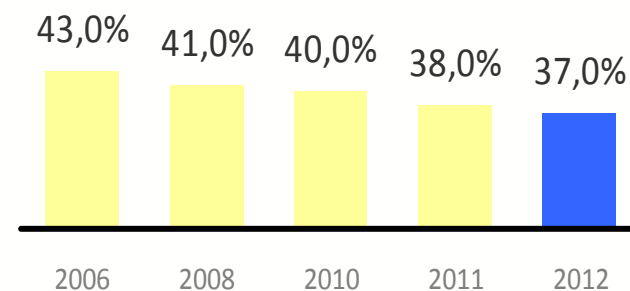
Quali bevande alcoliche vengono consumate? (1/2)

Base: popolazione - 52,5 milioni di individui >14 anni - % rispondenti

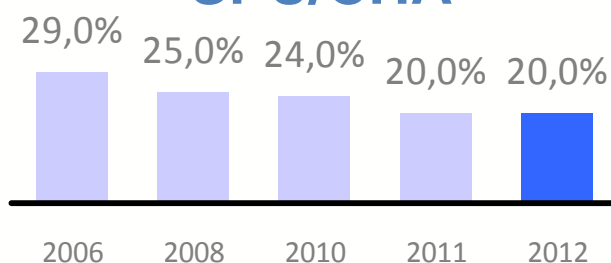
VINO



BIRRA



SPU/CHA



nielsen

FEDERVINI

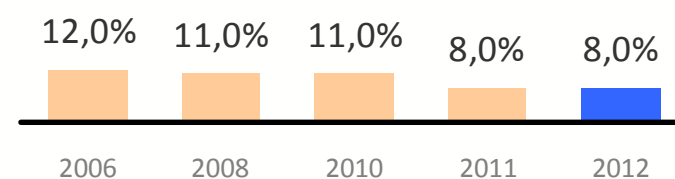
Quali bevande alcoliche vengono consumate? (2/2)

Base: popolazione - 52,5 milioni di individui >14 anni - % rispondenti

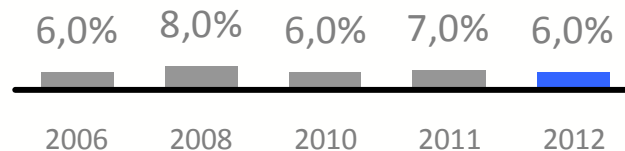
LIQUORI



DISTILLATI



COCKTAIL ALCOLICI



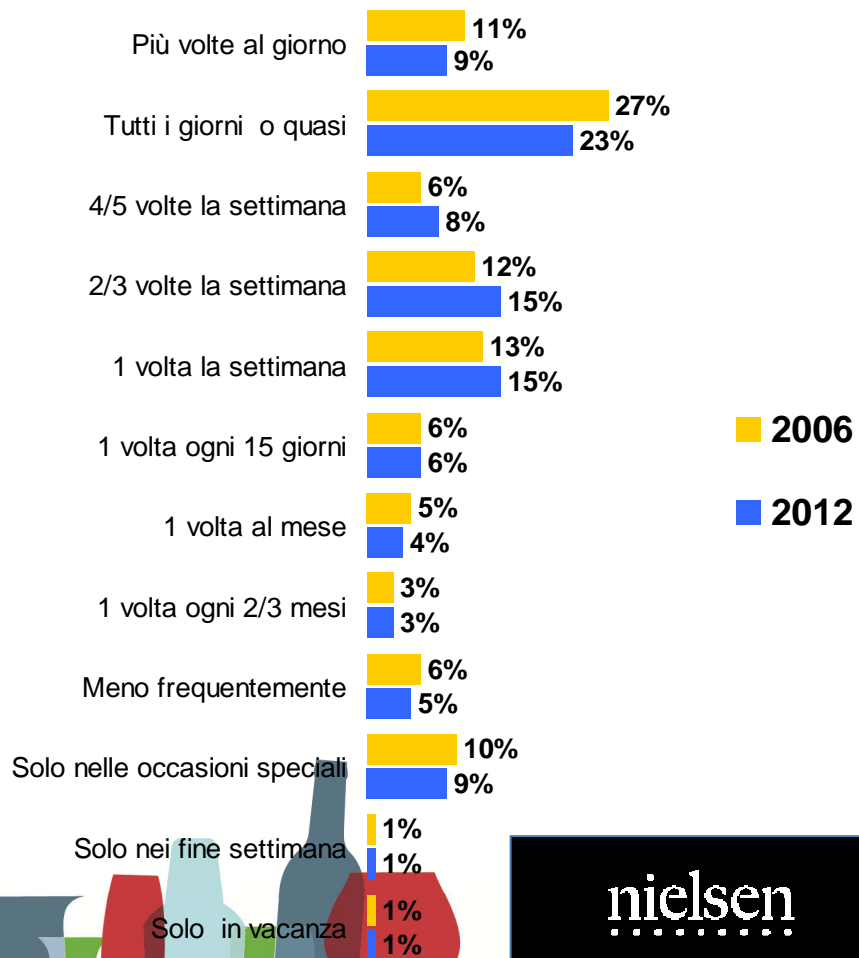
nielsen



FEDERVINI

Con quale frequenza si consumano le bevande alcoliche?

Base: popolazione - 52,5 milioni di individui >14 anni - % rispondenti



nielsen



FEDERVINI

Approccio al consumo di bevande alcoliche

Base: popolazione - 52,5 milioni di individui >14 anni - % rispondenti molto + abbastanza d'accordo

Indichi quanto le seguenti affermazioni in merito all'uso di alcol sono vicine al suo modo di pensare.



nielsen



FEDERVINI

Alcol ed educazione al bere

Base: popolazione - 52,5 milioni di individui >14 anni - % rispondenti molto + abbastanza d'accordo

Indichi quanto le seguenti affermazioni in merito all'uso di alcol sono vicine al suo modo di pensare.



nielsen



FEDERVINI

DIANA BRACCO
PRESIDENTE EXPO 2015



**LAMBERTO VALLARINO GANCIA
E
ANDREA LUCCHETTA**



IL NOSTRO VIDEO SULLA APP DRINK TEST



Per scaricare la app
App Store: drink test
e
www.drinktest.it



Seguiteci su 

www.facebook.com/iovivomediterraneo



**UN GRAZIE A TUTTI con un cin cin
in Stile Mediterraneo**

