

# FEDERVINI

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



Relazione del Presidente Piero Mastroberardino  
e del Consiglio della Federazione

Assemblea 2007  
Roma, 30 maggio





# FEDERVINI

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



Relazione del Presidente Piero Mastroberardino  
e del Consiglio della Federazione

Assemblea 2007  
Roma, 30 maggio

CONFINDUSTRIA



*I Presidenti della Federvini dalla Fondazione*

Commendatore Ercole Brambilla (1921-1923)  
Cavaliere del Lavoro Francesco Folonari (1923-1925)  
Onorevole Vittorino Gervasio (1927-1942)  
Avvocato Edoardo Masi (-1943)  
Conte Metello Rossi di Montelera (1944-1947)  
Ingegnere Nino Folonari (1947-1950)  
Avvocato Luigi Fenoglietto (1951-1956)  
Conte Lando Rossi di Montelera (1957-1967)  
Avvocato Paolo Pellegrino (1968-1970)  
Cavaliere del Lavoro Lamberto Vallarino Gancia (1971-1977)  
Marchese Oberto Spinola (1978-1980)  
Dottor Piero Beanato (1981)  
Dottor Ambrogio Folonari (1981-1983)  
Conte Alberto Marone Cinzano (1984-1986)  
Cavaliere del Lavoro Marchese Piero Antinori (1987-1989)  
Cavaliere del Lavoro Vittorio Vallarino Gancia (1990-1992)  
Cavaliere del Lavoro Giuseppe Nardini (1993-1995)  
Conte Luigi Rossi di Montelera (1996-2001)  
Professor Piero Mastroberardino (2002-)

**Organi sociali****Consiglio della Federazione**

---

*Presidente Generale*

Professor Piero Mastroberardino

*Vice Presidenti della Federazione*

Dottor Maurizio Cibrario

Dottor Luca Garavoglia

*Past President*

Conte Luigi Rossi di Montelera

*Presidente della Sezione**Regionale Siciliana*

Dottor Pietro Alagna

*Tesoriere*

Signor Guido Luxardo Franchi

*Presidente del Collegio dei Probiviri*

Cavaliere del Lavoro Giuseppe Nardini

*Presidente dell'Osservatorio di Mercato*

Dottor Bruno Savino

*Presidente del Centro Studi ed Intervento  
per gli Aspetti Sociali del consumo  
delle Bevande Alcoliche - C.A.S.A.*

Dottor Lorenzo Vallarino Gancia

*Vice Presidente del Centro Studi ed  
Intervento per gli Aspetti Sociali del  
consumo delle Bevande Alcoliche - C.A.S.A.*

Dottor Maurizio Cibrario

*Presidente del Collegio dei Revisori  
dei Conti*

Avvocato Maurilio Fratino

*Presidente del Sindacato Mosti,  
Vini da tavola, V.Q.P.R.D. non speciali*

Dottor Rolando Chiossi

*Vice Presidenti*

Enologo Mario Consorte

Ingegnere Maurizio Ferri

Dottor Adolfo Folonari

Dottor Luca Marzotto

Cavaliere del Lavoro Giacomo Rallo

Dottor Andrea Sartori

*Presidente del Sindacato Nazionale  
Vini Speciali*

Dottor Lamberto Vallarino Gancia

*Vice Presidenti*

Dottor Etile Carpené

Dottor Giancarlo Moretti Polegato

Dottor Francesco Ziliani

*Presidente del Sindacato Nazionale  
Acquaviti, Liquori, Frutta allo spirito  
(all'alcole, all'acquavite, al liquore) e  
Succhi Zuccherati di frutta e altri sciroppi*  
Signor Guido Luxardo Franchi*Vice Presidenti*

Cav. del Lavoro Francesco Rosario Averna

Dottor Niccolò Branca

Dottor Luca Garavoglia

Dottor Antonio Aramis Ghilardi

Dottor Enrico Lavagnino

Signor Augusto Reina

*Presidente del Sindacato Nazionale Aceti*

Dottor Luigi Emiliani

*Vice Presidente*

Dottor Pierpaolo Di Cosimo

Dottor Roberto Rizzoli

Dottoressa Orietta Varnelli

**Probiviri**

---

Dottor Pier Francesco Bolla

Dottor Francesco Ricasoli

Conte Luigi Rossi di Montelera

Dottor Massimo Toschi

**Revisori dei Conti**

---

*Revisori effettivi*

Dottor Raoul Romoli Venturi

Dottor Stefano Saccardi

*Revisori Supplenti*

Dottoressa Micaela Pallini

**Direzione**

---

*Direttore Generale*

Dottor Ottavio Cagiano de Azevedo

## Attività della Federvini

La Federazione Italiana Industriali Produttori, Esportatori ed Importatori di Vini, Acquaviti, Liquori, Sciroppi, Aceti ed Affini (Federvini) nasce nel 1917 e conta associati tra gli imprenditori nei differenti comparti delle bevande alcoliche, esclusa la birra, e in quegli degli aceti e degli sciroppi.

Essa è gestita nel suo complesso da un Consiglio di Federazione, mentre i singoli settori, definiti Sindacati, hanno, nell'ambito degli indirizzi associativi, autonomia operativa e propri organi di gestione riconosciuti dallo Statuto.

Gli associati della Sicilia ai fini del coordinamento delle attività locali e per rapporti con il Governo Regionale sono costituiti in Sezione Siciliana.

La Federvini aderisce alla Federalimentare, cioè alla Federazione tra le associazioni nazionali di categoria del comparto alimentare e come tale fa parte del sistema della Confederazione Generale dell'Industria Italiana (Confindustria).

Scopi dell'Associazione sono la tutela e l'assistenza degli interessi della categoria, in tutte le sedi istituzionali, sia nazionali che comunitarie.

La Federvini svolge azione di:

- Tutela, in sede di elaborazione di leggi e altri provvedimenti normativi, degli interessi degli associati, attraverso una costante attività di rappresentanza, di controllo e di indirizzo presso gli enti istituzionali nazionali, in merito a problemi relativi alla disciplina vitivinicola e alimentare od inerenti la produzione, il confezionamento, il trasporto, la commercializzazione di tutti i prodotti del settore, nonché quelli riguardanti le imposte dirette o indirette.
- Tutela della categoria nella gestione dei rapporti di lavoro, rappresentando gli associati in sede di rinnovo dei Contatti Nazionali di Lavoro, e tracciando le linee guida per la contrattazione integrativa o specifiche problematiche locali.
- Presenza in sede di elaborazione di prov-

vedimenti normativi presso L'Unione Europea, allo scopo di ottenere la migliore tutela degli interessi degli associati in sede comunitaria. L'importanza di operare a questo livello è fondamentale, dato il ruolo centrale che sugli argomenti vitivinicoli in genere svolgono gli organismi comunitari.

- Rapporti con le Federazioni consorelle nell'ambito dell'Unione Europea.
- Rappresentanza con gli opportuni enti istituzionali esteri extra comunitari per la soluzione di problemi specifici che possono insorgere in Paesi non membri dell'Unione Europea.
- Informativa all'opinione pubblica a tutela delle qualità intrinseche dei prodotti attraverso il Centro di studi e di intervento per gli aspetti sociali del consumo della bevande alcoliche (C.A.S.A.).

La Federvini è presente con i propri delegati:

### *in Italia*

- nel Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche
- nel Comitato tecnico consultivo per l'alcol agricolo del Ministero delle Politiche agricole e forestali
- in alcuni Gruppi di lavoro "Codex Alimentarius"

### *nell'Unione Europea*

- nei Comitati consultivi Vini-Spiriti e Sviluppo Rurale dell'Unione Europea
- nel Comité Européen des Entreprises Vins
- nella Confédération Européenne des Producteurs de Spiritueux
- nel Comité Permanent International du Vinaigre-Marché Commun

È inoltre membro della Fédération Internationale des Vins et Spiritueux e presente con rappresentanti ed esperti nell'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin.





**Relazione all'Assemblea del Presidente  
e del Consiglio della Federazione**



*Saluto del Presidente Piero Mastroberardino**Considerazioni Generali*

Autorità, Colleghi Imprenditori, Gentili Signore e Signori,

ci ritroviamo, puntuali alla nostra assemblea annuale, a tirare le somme di un 2006 complesso sia nella realtà nazionale che internazionale, con uno scenario arricchito di elementi nuovi da valutare, in seguito all'ulteriore allargamento dell'Unione Europea.

Il tutto in una cornice economica dove il rapporto di cambio euro/dollaro continua a giocare un ruolo rilevante sulle nostre esportazioni, insieme alle intricate vicende di politica internazionale.

In questo contesto non agevole, per i nostri settori si confermano alcune tendenze: un mercato interno maturo, selettivo, seppur non privo di qualche segnale di ripresa, le esportazioni in progressione e, soprattutto, una ormai consolidata qualità delle produzioni che ci rende, nonostante le ombre, orgogliosi ed ottimisti rispetto alle sfide dell'economia globale.

È questa l'occasione per ripercorrere il cammino fatto dalla nostra Federazione, nella sua missione di difesa e sostegno delle nostre produzioni, di fronte a diversi problemi che per le nostre imprese assumono particolare rilievo.

L'agenda prospetta temi quali la riforma dell'Organizzazione Comune di Mercato Vino (entrata proprio in queste settimane nella fase più critica del suo iter presso le Istituzioni comunitarie), la revisione del Regolamento bevande spiritose, la protezione nazionale, europea ed internazionale delle indicazioni geografiche, le crescenti complicazioni nel commercio internazionale, la fiscalità, la sicurezza alimentare, il rinnovo del contratto collettivo nazionale di lavoro dell'industria alimentare, la semplificazione e il coordinamento dell'attività amministrativa. Si tratta di argomenti che alimentano tensioni, preoccupazioni, riflessioni, di fronte a scelte che produrranno effetti importanti sui nostri settori nei prossimi anni.

## *Il ruolo nella comunità*

Ritengo necessario, prima di procedere ad affrontare tali argomenti, sollevare una questione di fondo, che sta a cuore a tanti colleghi: la collocazione e il ruolo dei nostri prodotti e delle nostre imprese nella società, e l'immagine che spesso di essi si trasmette.

La questione è chiara e nota: le preoccupazioni sociali più disparate, da quelle tragiche come gli incidenti stradali, soprattutto quando in essi sono coinvolti i nostri giovani, a quelle legate a rischi di disordini, durante o dopo eventi che vedono affluire un pubblico consistente, a quelle legate a fenomeni sociali di moda, sono tutte sistematicamente utilizzate per intervenire sui nostri prodotti e su noi produttori, spesso sull'onda dell'emozione, *con l'effetto di innescare o favorire odiosi processi di ostracismo sociale.*

Nel passato abbiamo più volte sottolineato il nostro impegno per sostenere e diffondere il modello di consumo tipico e tradizionale del nostro Paese, non diverso da quello di molti Paesi della fascia meridionale europea. Oggi tutto questo sembra passare in secondo piano, *offuscato da modelli che non ci appartengono, che sono distanti da noi.*

Quando si insiste sulla relazione alcol-droga, magari con seconde finalità più o meno dichiarate, quando si etichettano i nostri settori come diseconomie asserendo che generino danni più che benefici, quando si ritiene che il consumo di vino, di liquori, di distillati (che non sono prodotti anonimi, bensì espongono le insegne prestigiose di famiglie legate per generazioni alle proprie attività e alla propria terra), possa esser liquidato con l'espressione "assunzione di sostanze alcoliche", la sensazione che si ritrae è quella di *una innaturale, forse strumentale ostilità, di una indisponibilità a prendere atto di ciò che il nostro mondo rappresenta ed esprime.*

Si sta qui parlando di una filiera allargata che annovera più di 200.000 produttori, con 243.000 addetti nel vigneto, nell'industria di trasformazione e nella distribuzione, di strutture coinvolte il cui valore ammonta a 45 miliardi di euro, di un valore economico ascrivibile ai consumi annuali nell'ordine di 22 miliardi di euro, di redditi da lavoro che sfiorano i 5 miliardi di euro/anno, e tasse e contributi per complessivi 7,3 miliardi euro/anno.

Questi dati, che pure testimoniano l'importanza e il rilievo economico del settore, non bastano tuttavia a riflettere appieno i valori di cultura e tradizione, nonché il ruolo sociale che i nostri settori alimentano, con la loro sedimentazione nelle comunità locali e in quella nazionale, la valorizzazione delle tematiche ambientali, il determinante contributo all'evocazione delle positività del Made in Italy al di fuori dei nostri confini.

Si tratta peraltro di settori che interessano l'intero territorio nazionale, non essendovi provincia che non esprima oggi produzioni di uve, o vini, distillati, liquori o aceti.

Eppure, le persone e le imprese qui rappresentate hanno la sensazione di *subire un'offensiva dalle spalle, dall'interno di quel paese che si ritiene benefici degli sforzi di internazionalizzazione che il nostro sistema sta promuovendo con successo.*

Se non riuscissimo ad esprimere per intero il nostro disagio di fronte a tale clima montante, se non fossimo in grado di ottenere rispetto per il nostro impegno e la nostra attività, allora tutte le rilevanti questioni citate in apertura rischierebbero di scivolare in secondo piano, superate dalla *preoccupazione che i nostri investimenti, piuttosto che esser letti dalla comunità come un veicolo per la diffusione di valore e benessere, finiscano per essere disincentivati, ostacolati, penalizzati.*

*Un simile clima può indurre negli operatori un senso di sfiducia verso le prospettive di settore, con tutte le conseguenze del caso.*

Occorre esser chiari su questo punto: Federvini con i suoi Associati è sensibile e vigile in merito ai problemi connessi al consumo errato dei nostri prodotti, non ha mai avuto esitazioni ad assumersi la propria parte di responsabilità, a prender parte a consessi all'apparenza "scomodi", come quando è stata chiamata dal Ministro degli Interni e dal Ministro per le Politiche Giovanili a discutere di sicurezza stradale, o quando vede il proprio direttore sedere, unica voce del mondo produttivo delle bevande alcoliche, nella Consulta Nazionale Alcol presso il Ministero della Solidarietà Sociale. Federvini non ha mai rifiutato di partecipare ad iniziative di autoregolamentazione destinate a favorire in modo costruttivo la soluzione di specifici problemi.

Su questo solco la Federazione continuerà ad impegnarsi, affinché l'obiettivo di avere consumatori più informati e consapevoli, come sollecitato anche dal Ministro della Salute con il piano "Guadagnare salute", non rimanga una mera affermazione di principio: ma con altrettanta determinazione e convinzione, essa *non accetterà e continuerà a contrastare ogni affermazione o posizione che neghi la realtà di un modello di consumo italiano delle bevande alcoliche, tuttora attento e corretto, differente anche in tale prospettiva da quanto accade in altri Paesi.*

Più volte nel passato Federvini si è premurata di chiedere ad agenzie specializzate di verificare l'attitudine degli italiani verso le bevande alcoliche ed è naturalmente attenta anche alle ricerche che sono diffuse dalle Istituzioni. Sono emerse continue conferme di quanto sosteniamo, a indiretto riscontro del corretto modo di operare dei produttori.

Alcuni dati:

Il consumo di bevande alcoliche si è enormemente ridotto negli ultimi 30 anni; trasformato in consumo di alcol puro (per tener conto della diversa gradazione dei prodotti), si rileva

1973	13,9 litri <i>ap</i> pro capite
2003	6,9 litri <i>ap</i> pro capite

Dalla ricerca Allaxia condotta dal professor G. Fabris (2004) si deduce che:

1. 97% dei consumatori sono occasionali/moderati
2. 89% dei consumatori beve come o meno di prima
3. la prima associazione al bere (58%) è con lo stare in compagnia

4. 94% degli intervistati è favorevole al bere controllato per sé e per gli altri
5. 71% dice che un eccesso di proibizionismo è controproducente per i giovani.

Con una media di 3 unità alcoliche al giorno il nostro Paese è coerente con i parametri stabiliti dall'OMS (Doxa 2006).

Secondo tale indagine gli Italiani preferiscono bere meno e con più attenzione alla qualità; si conferma il modello mediterraneo del bere dove il consumo è legato per lo più ai pasti ed in famiglia.

Dalla ricerca Eurobarometer (2007), commissionata dalla Comunità Europea, risulta che l'88% dei consumatori italiani assumono da meno di un'unità ad un massimo di due e che soltanto il 2% fa ricorso al cosiddetto "binge drinking" (quel consumo eccessivo concentrato in una o due serate). Insieme alla Grecia e seguita dal Portogallo, l'Italia presenta i valori individuali più bassi nella scala europea. All'estremo opposto si collocano Irlanda, Finlandia, Danimarca e Regno Unito con dati che oscillano tra il 34% ed il 23%.

Ecco che emergono le situazioni delicate, le aree di possibile rischio: in quei casi si deve intervenire sulle devianze, sulle loro motivazioni, con adeguate misure informative ed educative.

Ma, giova ripeterlo, non è con il continuo inasprimento delle sanzioni che si riducono i termini e le dimensioni di un problema: in questa materia l'autodisciplina di ogni singolo individuo è il primo elemento di garanzia, ed è ancora una volta da valorizzare il ruolo dell'educazione, proprio attraverso quei modelli di consumo che ancora oggi costituiscono la maniera più corretta di avvicinarsi ai nostri prodotti da parte della stragrande maggioranza dei nostri consumatori. Il quadro sia completato con sanzioni di livello ragionevole, atte a svolgere la propria funzione deterrente senza debordare nelle reazioni ispirate da logiche trasgressive.

Misure, anche recentemente evocate, di chiara impronta proibizionistica, quali alta tassazione, divieti di pubblicità, restrizioni ai locali e agli orari di vendita, innalzamento dei limiti legali, non hanno risolto i problemi dell'abuso nei Paesi dove sono state adottate. *E allora perché tale sorda offensiva contro la storia e la cultura di questi prodotti?*

È certo, di converso, che tali misure danneggerebbero agricoltura ed industria, ridurrebbero le scelte dei consumatori, impedirebbero l'innovazione e favorirebbero l'apparizione sul mercato di prodotti di bassa qualità e primo prezzo. Il tessuto sociale della nostra filiera ne risulterebbe gravemente indebolito. Per contro l'abuso, per le ragioni più sopra ricordate, non verrebbe efficacemente contrastato.

Due sono gli ambiti sui quali a nostro avviso occorre concentrarsi: il consumo minorile e la guida in stato di ebbrezza.

L'educazione all'alcol nel nostro Paese si è svolta tradizionalmente nell'ambito della famiglia;

ora questa funzione si va riducendo, per i noti cambiamenti in atto nella struttura della società. Occorre quindi sostenere la famiglia affinché possa adempiere alle sue funzioni; pensare ad una scuola in grado di supportare ed integrare compiutamente tale ruolo formativo nei confronti dei giovani; infine, se possibile, aprirsi ai media con messaggi educativi positivi di supporto al modello mediterraneo, che è opportuno difendere ovvero elevare a buona pratica, quale oasi di comportamenti tradizionalmente e socialmente corretti.

Anche il problema della guida in stato di ebbrezza può essere affrontato attraverso sistemi educativi e controlli efficaci. Penso, anzitutto, a quanto può esser fatto attraverso le scuole guida, durante i corsi per il rilascio delle patenti sia per motorini che per auto, con specifici quesiti in materia. Penso ad un controllo efficace e razionale effettuato dalle forze dell'ordine, in particolare nei punti caldi, che possa contribuire validamente alla prevenzione del problema.

I ripetuti abbassamenti dei limiti del tasso di alcol nel sangue finiscono per essere inefficaci, soprattutto a fronte di carenze nelle attività di controllo. Bisogna avere limiti ragionevoli, che il consumatore possa osservare in quanto congrui, e che il controllore possa far rispettare in concreto. In Gran Bretagna il limite è superiore al nostro (0,8‰); è generalmente rispettato e fatto rispettare, ma è stato sempre accompagnato da misure di controllo attente, tanto da essere capaci di ottenere significative inversioni di tendenza nei dati sulla sicurezza stradale.

Potrei andare avanti su questi punti che ho sentito il dovere di porre subito in evidenza, al fine di agevolare un approccio più razionale agli stessi, rispetto alle note derivate emozionali. Ma è tempo di tornare ai temi citati in apertura, partendo da alcuni dati.

## *Il commercio internazionale*

Prendiamo l'avvio dalla voce delle esportazioni, ove noi imprenditori abbiamo saputo negli anni mieterne e consolidare successi in ogni parte del mondo, come clienti e critica internazionale testimoniano.

Si è lavorato duramente, investito puntando sempre all'eccellenza, al posizionamento di pregio, senza trascurare gli spazi di mercato più interessanti e coerenti con il nostro sistema di offerta. Abbiamo rafforzato ancor più l'immagine coniugando tradizione ed innovazione, creatività e storia, ricerca e rigore nel fare impresa.

I mercati hanno apprezzato questi segnali: il valore medio dei prodotti esportati è cresciuto per tutte le categorie merceologiche qui rappresentate. Le acquaviti ed i liquori guidano la graduatoria con un incremento pari all'11% (la sola Grappa fa segnare +6%); seguono gli aceti con +9% (con l'Aceto Balsamico di Modena a fare la parte del leone, pur mancante ancora della protezione comunitaria dell'indicazione geografica protetta); +7% fa registrare il vino – dato medio che vede ben progredire i vini tranquilli, un incremento rilevante degli spumanti, una fase di rallentamento dei vini liquorosi; e, per concludere, +5% dei vini aromatizzati.

A seconda dei settori i migliori risultati sono stati colti in Europa con l'Austria, la Svezia, la Germania; mentre nel quadro dei Paesi Terzi con gli Stati Uniti, la Russia, il Canada (per questi due ultimi Paesi il dato si registra nonostante alcune difficoltà su cui torneremo in prosieguo).

A conclusione di questa breve carrellata due ulteriori riflessioni, una dedicata a noi imprenditori, l'altra a carattere più generale.

Pur in un quadro economico complessivamente non favorevole, abbiamo fatto molto di più di quanto le stesse cifre riconoscano; ma tanto resta da fare. I nostri concorrenti non sono certo in posizione d'attesa, operano con determinazione, spesso sono più rapidi e reattivi nel cogliere segni di cambiamento, imparano in fretta dagli errori e dai successi altrui. Dobbiamo su questo punto mostrare maggiore flessibilità di sistema, sempre orgogliosi della nostra storia e dei nostri valori collettivi, ma pronti alle innovazioni e alle sfide che il mercato prospetta; essere coscienti dei nostri punti di forza, per non perdere fattori di competitività, ma lavorare nelle aree di possibile miglioramento.

Un solo esempio: partecipare ad iniziative collettive, essere noi imprenditori a sviluppare quel coordinamento fra i tantissimi eventi che a livello nazionale e particolare vedono protagonista il settore agro-alimentare, costituisce una sfida ed un impegno che molti tra noi sono pronti ad affrontare. Dobbiamo essere più numerosi e partecipi, non rinunciare alle proprie individualità ma cogliere gli ampi margini di sinergia, utili ad accrescere massa critica e forza d'impatto ed incrementare i benefici degli investimenti in comunicazione e promozione su scala internazionale.

Questo è lo stimolo che ha indotto Federvini, insieme ad Unione Italiana Vini, a costituire un



consorzio con Veronafiore, al fine di ampliare e migliorare i servizi alle imprese nei processi di internazionalizzazione; insieme poi a Federalimentare, a Buonitalia, a Fiere di Parma e ancora a Veronafiore, la nostra Federazione ha contribuito alla realizzazione dell'importante sinergia fra Cibus e Vinitaly per le manifestazioni all'estero. Il felice esordio del 2006 spinge a proseguire l'esperienza nel 2007, confermando il focus su mercati di crescente interesse, come la Russia e la Cina.

La seconda riflessione a carattere generale riguarda il quadro delle regole negli scambi.

In linea teorica, tale espressione dovrebbe richiamare alla mente una equa disciplina delle operazioni commerciali tra Paesi o aree economiche, atta a contribuire, su basi di reciprocità, alla crescita del benessere delle comunità interessate. Eppure, nonostante le tante affermazioni di principio, permangono, da parte di Paesi non certo di secondo piano, condotte tese a contrastare le produzioni provenienti dal di fuori dei propri confini. Cito l'India, per la quale una azione è stata avviata sotto l'egida dell'Organizzazione Mondiale del Commercio, su impulso delle nostre associazioni europee del vino e degli spiriti (CEEV e CEPS); cito il Canada, che mantiene una tassazione sui prodotti importati avendo invece abrogato la stessa tassazione sui prodotti nazionali. In questo caso la determinazione iniziale della Commissione UE nel ricordare al Canada gli impegni che ha assunto anche in forza dell'accordo con l'Unione Europea sembra in questo ultimo periodo venir meno: cogliamo, dunque, l'occasione di questa Assemblea per rilanciare il messaggio alle nostre Autorità perché pungolino energicamente la Commissione ad insistere affinché tale ostacolo sia rimosso. E continuo citando la Russia, ove pratiche legate alla distribuzione di contrassegni da applicare in dogana sulle confezioni (peraltro differenti tra l'area di Mosca e il restante mercato russo), hanno creato disagi, rallentamenti e battute d'arresto nelle spedizioni e negli sdoganamenti.

I nostri settori sono vocati all'export, noi imprenditori viviamo la concorrenza non come minaccia, bensì come stimolo del nostro quotidiano agire, che la propensione al rischio e al confronto connatura e insapidisce. Eppure ostacoli, barriere, atteggiamenti protezionistici – siano essi tecnici, fiscali o doganali – costituiscono evidenti disincentivi, vieppiù quando i medesimi problemi giacciono a lungo irrisolti, incrementando inefficienze e diseconomie. È necessario che le nostre Autorità diano continuità alle azioni di intervento sui Governi dei Paesi che ricorrono a questi strumenti di alterazione delle condizioni competitive, soprattutto in considerazione dell'accresciuta rilevanza del fattore tempo per il successo sui mercati.

I mercati sopra menzionati sono al di fuori dei confini geografici dell'Unione Europea; ma all'interno i problemi non mancano. Un primo esempio è fornito dai recenti provvedimenti emanati allo scopo di rafforzare le misure per la sicurezza del traffico aereo, che hanno avuto, e stanno avendo, gravi contraccolpi sull'economia dei nostri settori. Mi riferisco al divieto di trasporto di liquidi in confezioni superiori ai 100 ml nei bagagli portati in cabina dai viaggiatori, che ha danneggiato – e non poco – le vendite di bevande alcoliche, un souvenir spesso ricorrente non solo negli acquisti programmati ma anche nelle ultime compere effettuate nei negozi situati in aree aeroportuali.

L'esigenza di sicurezza è fuori discussione, ma siamo certi che non vi siano spazi di contemperamento? Quando ad agosto scorso, dopo gli attentati scongiurati a Londra, nell'aeroporto di Heatrow, abbiamo avuto le avvisaglie delle contromisure che si andavano studiando, abbiamo potuto incontrare esponenti dell'Autorità Nazionale preposta alla sicurezza, ottenendo la più ampia comprensione ed un valido alleato per portare a Bruxelles i nostri auspici. Oggi, accanto alla restrizione di base, permangono divieti anche nei confronti degli acquisti effettuati entro le aree aeroportuali vigilate, da passeggeri in transito per coincidenze, il che forse può essere oggetto di qualche riflessione.

Inoltre, la normativa che regola la movimentazione dei nostri prodotti necessita di una sostanziale razionalizzazione: sono ormai d'uso comune gli strumenti dell'Information & Communication Technology, dunque auspichiamo che il continuo e costruttivo confronto con l'Agenzia delle Dogane consenta di giungere in tempi brevi ad obiettivi concertati e alla portata, come il DAA telematico o la gestione informatizzata dei depositi fiscali, in un quadro di accresciuta sensibilità verso efficienza e riduzione di sprechi.

Analogamente, ma forse anche più grave preoccupazione presenta, nell'Unione Europea, la questione della lingua. Mentre si registra un enorme sforzo istituzionale per favorire lo sviluppo di una coscienza comune tra i cittadini dell'Unione, per riattivare un movimento positivo di pensiero attorno al tema della Carta Europea, appare incoerente e paradossale che le diversità esistenti all'interno delle Comunità degli Stati membri siano giunte a produrre una babele nelle norme di presentazione dei nostri prodotti.

*Forse non tutti sanno che le nostre etichette ormai devono recare diciture obbligatorie nelle lingue originarie di ciascuno degli Stati membri! Tutto ciò nel terzo millennio ... mentre nel contempo ci sforziamo di richiedere ai Paesi terzi comportamenti più neutri sulle correnti commerciali.*

## *Il mercato interno*

Il quadro dei consumi manifesta qualche segno di ripresa: ciò vale per gli indicatori generali, fondati sul livello di fiducia del consumatore, in quanto, di converso, i valori relativi ai nostri settori continuano a registrare contrazioni delle quantità, con un graduale spostamento di quote di domanda verso segmenti più elevati.

Come di consueto, avete ricevuto con la relazione una copia della raccolta di dati curata dall'Osservatorio di Mercato della nostra Federazione, grazie anche al contributo di IRI Infoscan e Nielsen; un grazie particolare all'Ing. Gramatica, al dr. Raffone ed al dr. Muzzani per la cortese collaborazione. Vi rimando ad un attento esame delle diverse tabelle, con dettagli che mi auguro possiate trovare d'interesse.

In sintesi, ricordo alcune tendenze generali, relative al 2006:

- consumi in calo su tutti i fronti, con varia incidenza fra i diversi settori merceologici;
- segnali di movimenti di ripresa a partire dalla grande distribuzione;
- fase di stanca delle formule discount;
- rinnovata attenzione ai prodotti di marca;
- qualche movimento sul fronte del fatturato come conseguenza di una disponibilità della distribuzione a muovere i listini.

A queste generali, sommarie indicazioni si possono aggiungere per i nostri settori:

- leggeri movimenti fra vendite a corpo e canale HORECA, non in linea generale, ma per specifiche tipologie merceologiche;
- diminuzione dei volumi, con pochi spostamenti fra tipologie, e migliore apprezzamento sia per il citato movimento dei listini, sia per la maggiore attenzione alla marca, già di per sé forte per i prodotti dei nostri settori;
- nessuna particolare inversione o accelerazione durante le festività di fine d'anno dei movimenti generali sopra indicati (depurando la tendenza dagli acquisti specifici, come gli spumanti).

*Organizzazione comune di mercato - vino*

Ormai quasi un anno fa, dopo molte ipotesi, colloqui formali, studi, incontri la Commissaria Fischer Boel, il 22 giugno, diramava la comunicazione con lo schema delle riflessioni per una riforma dell'OCM vino, indicando quattro diverse ipotesi, graduate tra gli estremi di una continuazione di una politica di iper-regolamentazione, da un lato, e, all'opposto, di una totale deregulation, che rimettesse le sorti del settore a pure logiche di mercato. A luglio il Ministro Paolo De Castro colse l'occasione, con tempestività, a poche settimane dal suo insediamento, per lanciare gli Stati Generali della vitivinicoltura, onde poter cogliere i segnali delle diverse componenti della filiera in merito al documento della Commissaria.

La comunicazione, di fatto, nelle sue argomentazioni inclinava verso una riforma incisiva, una netta discontinuità rispetto alle precedenti, tesa a por fine alle numerose critiche fondate sulle inefficienze dei risultati d'insieme, spingendosi ad incidere su temi reputati per anni intoccabili, come l'etichettatura o le distillazioni, e sorvolando ogni eventuale considerazione positiva per le misure di intervento di mercato.

La convinzione di noi imprenditori, che questo impianto servisse finalmente ad affrontare i problemi della filiera nel suo insieme, in vista di un'auspicata guarigione dallo strabismo che aveva fatto concentrare l'attenzione sul solo vigneto – pronti magari a riesumare le questioni di mercato nel momento della crisi – ci ha indotto a manifestare segnali positivi; per altro verso, le considerazioni dedicate agli espanti, alla liberalizzazione integrale, al rischio di un affievolimento della forza evocativa del legame territoriale nella presentazione dei prodotti, non hanno mancato di suscitare perplessità, che pure abbiamo espresso.

Trascorso un anno, la Commissaria ha diffuso alla consultazione interservizi la vera e propria proposta di regolamento, sulla quale a inizio luglio il collegio dei Commissari si esprimerà, per poi giungere alla presentazione a metà luglio a Consiglio e Parlamento europei, per dare inizio alla procedura di codecisione.

Abbiamo in questo frangente una carta straordinaria da giocare che potrà essere di forte sostegno all'azione del Ministro De Castro e della direzione guidata dal dottor Catania, quando andranno a discutere la proposta durante i lavori del Consiglio: il relatore al Parlamento europeo sul regolamento di riforma dell'OCM è l'On. Giuseppe Castiglione, attento conoscitore della realtà italiana. Sta dunque a noi, sia come sistema di imprese, sia come filiera vitivinicola nazionale, avere idee chiare, in modo da formulare proposte efficaci con le quali intervenire nel dibattito.

Lo schema di regolamento conferma quello che in larga parte si leggeva fra le righe della comunicazione:

- una prima fase di estirpazione, sostenuta con premi, che andrà dal 2008 al 2013, durante la quale saranno i viticoltori a decidere se aderire, con alcuni strumenti di vigilanza e di limitazione affidati agli Stati Membri, qualora gli espanti superino il 10% del vigneto nazionale, oppure ove le estirpazioni riducessero eccessivamente il patrimonio in alcune aree particolari, quali la montagna o la collina più erta;

- a partire dal 2013 eliminazione di ogni vincolo al divieto di impianto dei vigneti, senza distinzione fra quelli dedicati alla produzione di vini con riferimenti geografici e gli altri vini;
- eliminazione di qualsiasi misura di mercato, dalle distillazioni di crisi a quella delle prestazioni viniche; dagli aiuti ai mosti alle misure di sostegno allo stoccaggio;
- divieto di impiego del saccarosio e diversa regolamentazione dell'arricchimento, dimezzato nella potenzialità di incremento del grado che può indurre;
- divieto del taglio dei prodotti importati con i prodotti di origine comunitaria;
- profonda revisione del sistema di classificazione dei vini e delle modalità di registrazione e protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine; di fatto le nuove regole portano il vino a seguire quelle dei prodotti agroalimentari;
- indicazioni della annata e del vitigno rese libere da qualsiasi legame con un territorio geografico specifico;
- profonda rivisitazione degli obblighi di registrazione e comunicazione dei dati fra operatore e Stato Membro, e fra questi e la Comunità;
- gestione delle pratiche enologiche con forte attenzione al quadro internazionale;
- la promozione ancora decisamente inconsistente, con un segnale chiaro per la comunicazione rivolta al mercato interno dell'Unione Europea, perché vi sia attenzione alla educazione responsabile del consumatore;
- budget complessivo immutato rispetto alla precedente OCM, malgrado l'intervenuto allargamento dell'Unione, il che si traduce, evidentemente, in una erosione delle risorse attribuite al settore;
- infine, applicazione anche al settore dei vini delle modalità di pagamento dei sostegni in agricoltura secondo la regola generale della politica agricola comunitaria, cioè il disaccoppiamento.

Lo scenario della riforma è articolato, ci sono importanti distanze e differenti visioni, una parte delle quali – è intuibile – certamente legata alla volontà della Commissaria di trattene-re il più possibile in mano i fili della discussione, attraverso i capitoli di spesa, in una trattativa difficile con i delegati di ventisette Stati Membri. Una discussione complessa perché animata da diversi fattori: dalle preoccupazioni di molti Paesi per la difesa di un settore della propria agricoltura, che in alcuni casi è strategico; dalla richiesta di meglio bilanciare e gestire gli interventi in agricoltura da parte di quei Paesi in cui la viticoltura non è presente; dalla volontà di lanciare un forte segnale ai Paesi produttori di vino su tematiche di ampio respiro come il sistema di protezione delle denominazioni geografiche o la fiscalità.

Inutile sottolineare quanto Federvini e tutti i suoi esponenti siano impegnati e partecipi alle riflessioni nazionali e comunitarie in materia. Un saluto particolare sento di inviare, a nome di tutti, a Lamberto Vallarino Gancia, recentemente confermato, durante l'Assemblea che si è svolta a Bordeaux, Presidente del Comité Vins, la nostra Associazione Europea. Se già è impegnativo gestire una Associazione nazionale, possiamo immaginare cosa voglia dire guidare un'Associazione Europea, soprattutto durante un periodo di confronto così importante fra Paesi, fra i loro sistemi di produzione e commercializzazione del vino.

Nelle discussioni e negli approfondimenti abbiamo sempre basato i nostri interventi su alcuni punti fermi, il primo dei quali è certamente che la riforma non deve disperdere l'importante patrimonio viticolo europeo attraverso piani od interventi di estirpazione non coordinati.

Ciò non vuol dire che si va contro la proposta di lasciare libero il viticoltore di decidere se abbandonare o no il settore, ci mancherebbe! Ma si deve anche tener conto che le superfici che ciascun operatore estirperà rappresentano una quota del valore del patrimonio collettivo nazionale, che non può essere posto a rischio, in nessuna delle sue componenti ed espressioni territoriali.

Nello stesso tempo, pur nell'esigenza di una maggiore semplicità e flessibilità nella presentazione dei vini, anche per tenere conto della esigenza di favorire quei consumatori molto interessati al vino ma con poca familiarità con le diverse indicazioni geografiche o le numerose menzioni tradizionali, appare poco utile smontare il forte legame con il territorio di origine, che fino ad oggi ha rappresentato, insieme al produttore ed alla sua marca, la struttura portante del settore.

Occorre anche qui chiarezza: nell'approccio al consumatore, l'indicazione del vitigno, da sola, non può costituire la soluzione. Può rappresentare una scorciatoia, ma una volta utilizzata il consumatore rimarrà stimolato da elementi semplici e potrebbe essere portato a memorizzare solo una parte delle informazioni, fondando le scelte successive su fattori più labili e banali, e dunque facilmente confondibili o sovrapponibili nella sua memoria. In pratica pare un grazioso omaggio alle economie dei Paesi terzi eliminare dai criteri di scelta quella componente emozionale che continua a rappresentare un rilevante fattore di attrazione per la vitivinicoltura europea.

Altro punto di grande rilevanza: in quel processo di valorizzazione del settore, che a detta di tutti ha raggiunto in Italia picchi consistenti, tanto l'espianto quanto la liberalizzazione incondizionata possono creare ripercussioni non di poco conto.

Pensiamo a tutte le imprese viticole e vinicole che hanno investito in questi ultimi anni fra le strettissime maglie del vigente divieto di impianto; pensiamo alle diversità di gestione del divieto all'interno dei Paesi europei. È chiaro che al momento della rimozione del divieto – pur così atteso da Federvini e dai suoi soci, in quanto meccanismo in grado di alterare la concorrenza e favorire condotte speculative – le inefficienze legate a queste diversità andrebbero a scaricare i loro effetti negativi per la seconda volta sullo stesso operatore: la prima volta quando ha sopportato costi abnormi solo per assicurarsi la facoltà di avviare l'investimento per la realizzazione dell'impianto; la seconda quando, non avendo completato l'ammortamento dei più costosi impianti, sarà chiamato a competere, con tale fardello di oneri finanziari, con concorrenti i cui investimenti sono avvenuti in condizioni di miglior favore e senza ostacoli burocratici.

Ancora: sicuramente gli interventi di mercato nel loro complesso non possono costituire un pacchetto unico. Pur se la nostra categoria è sempre stata poco coinvolta nel fenomeno delle

distillazioni facoltative, così come in quelle di crisi, non si può negare che il mercato su cui operiamo ne abbia risentito fino ad oggi.

È difficile, con le attuali condizioni di produzione, con i forti sbalzi che possono essere indotti dal semplice fattore meteorologico – sempre meno prevedibile, più vario ed incisivo nelle sue manifestazioni – immaginare un mercato totalmente privo di misure.

Sempre nel quadro delle misure di mercato, il ruolo svolto dalle prestazioni viniche, cioè la distillazione delle fecce e delle vinacce, è stato ed è diverso e non può essere considerato minimo o nullo. Eliminare questa pratica non solo comporterebbe gestioni complesse all'interno della filiera vitivinicola per quel che riguarda problemi di accumulo, smaltimento, distruzione, ma creerebbe complicazioni ad un settore – quello della produzione dell'acquavite di vinaccia e della Grappa, prodotto simbolo delle acquaviti italiane – che da questa distillazione trae larga parte delle materie prime.

L'obbligo di consegna in distilleria delle fecce e delle vinacce non deve essere rimosso e per essere efficace deve essere accompagnato da misure di intervento ragionevoli.

Parlare di un sistema obbligatorio a costo zero vuol dire non conoscere il settore: già solo in termini di controlli necessari, la voce costo zero non ha più significato. Soprattutto, non deve essere vista come una misura che interviene sull'offerta globale: si tratta di un'attività legata alla qualità della produzione, alla qualità della nostra filiera.

Per le altre misure, è inutile nasconderci quanto sia improvvido ipotizzare che crisi di mercato non si manifestino negli anni a venire e, dunque, uno strumento di intervento rapido, diretto, che possa colpire i focolai fin dal loro nascere, senza attendere che si trasformino in grandi incendi, va previsto. Certamente, l'ipotesi che sia direttamente amministrato e gestito dalle Autorità nazionali viene incontro alla richiesta di avere uno strumento rapido ed efficace, ma è indiscutibile che il quadro di riferimento e le modalità di attivazione dello strumento nazionale devono essere ben definiti da Bruxelles, altrimenti rischiamo di innescare, come è stato durante gli anni '70, meccanismi di intervento differenziato, che forse servono a fronteggiare il momento di crisi, ma generano fenomeni di concorrenza sleale.

Senza dubbio, l'aver ottenuto il divieto di impiego del saccarosio ci porta a sostenere la Commissione in questa sua (per il momento) chiara determinazione. È prudente e doveroso, tuttavia, porsi il quesito: al momento delle discussioni finali, quando si è protesi alla ricerca delle condizioni di un difficile equilibrio complessivo, necessario all'adozione del provvedimento, di fronte ad un ipotetico recupero totale o parziale del saccarosio da parte di alcune enologie, sarà altrettanto agevole recuperare gli aiuti ai mosti?

Ci rendiamo ben conto che nella fase di sintesi tutte queste misure devono poi quadrare intorno al bilancio complessivo; tuttavia, non ci si può esimere da una diversa analisi su alcuni ulteriori argomenti. Innanzitutto la promozione: basta vedere cosa hanno prodotto e stanno

producendo altre realtà vitivinicole mondiali per comprendere come sia necessario dare nitidezza e sapiente articolazione a questa voce nella nuova riforma.

Invece il Regolamento, pur dedicando al capitolo sul commercio internazionale una parte rilevante, riserva il più ampio spazio alle condizioni per accedere al mercato europeo. Dunque ci preoccupiamo dell'accoglienza nei nostri mercati, ma troppo poca è l'attenzione spesa per accompagnare le esportazioni del vino europeo, nonostante a tutti sia chiaro che i trend di consumo eleggono proprio i mercati dei Paesi terzi a interlocutori necessari per garantire continuità alla nostra filiera.

In sintesi, le proposte in materia di promozione non possono raccogliere il nostro favore, per cui riteniamo indispensabile ottenere rapidamente chiarimenti sugli orientamenti della Commissione.

Lo stesso dicasi per il mercato interno; qui abbiamo finalmente un messaggio importante, richiesto dalla Professione a gran voce come testimonianza della propria responsabilità: la promozione nell'Unione Europea deve essere anche un momento di educazione ed informazione. Pur se il testo reca alcuni spunti sul tema, vi è l'esigenza che tali segnali escano più chiari e rafforzati dalle successive fasi di confronto, a fugare ogni ambiguità. Non si dimentichi, infatti, che alcuni Governi di una parte dell'Unione Europea non hanno esitato la scorsa estate a sostenere – in modo ingiusto e non rispettoso delle nostre imprese – che la produzione di vino, birra, acquaviti, liquori in Europa potesse essere tutta insieme definita un settore ad economia negativa, ossia caratterizzato da un rapporto svantaggioso tra costi e benefici.

Un'ultima considerazione è dedicata all'osservatorio economico, o ad uno strumento centralizzato che svolga simili funzioni. I lavori preparatori alla riforma, nonché i dibattiti che si stanno svolgendo in ogni Paese produttore testimoniano l'esigenza di disporre di dati ed informazioni sui settori vitivinicoli nazionali, sul loro interagire all'interno dell'Unione Europea, sulle influenze delle altre produzioni: tutto questo non è agevole, se si tiene conto che in Europa la grande trama di produzione del settore vitivinicolo è rappresentata da piccole e piccolissime aziende; in Italia siamo addirittura al di sotto della media di Spagna e Francia.

Gli operatori devono poter essere aiutati nelle loro decisioni e nelle loro scelte, tanto più quando si invoca la libertà del singolo operatore di valutare se restare o uscire dal settore, con strumenti di analisi e valutazione accurati ed aggiornati.

Compare nel documento un accenno, in uno degli ultimi articoli, ma non appare sufficiente, poiché non sembra tener conto delle rilevanti finalità che questo istituto dovrà avere.

In conclusione, sul punto sento di rivolgere un invito a tutte le forze produttive della filiera, affinché cooperino e convergano nella formulazione di posizioni chiare e coerenti, al fine di rafforzare la delegazione italiana e porre i nostri rappresentanti istituzionali nelle migliori condizioni per conseguire il risultato atteso.



## *Riforma del Regolamento 1576/89*

Innanzitutto credo sia bene ricordare che il Regolamento 1576/89, ancora oggi in vigore, ha consentito non solo alla produzione italiana, ma a tutta la produzione europea, di continuare a produrre nel rispetto delle tradizioni e tutelare ogni importante denominazione.

È dunque un testo che consideriamo ancora valido e pienamente efficace anche a quasi 20 anni dal suo varo.

Non possiamo tuttavia trascurare che l'Unione Europea, nella composizione che studiò quelle regole, era molto diversa, costituita nella larghissima parte della fase preparatoria da nove Paesi, un terzo di quelli attuali. Dunque, la revisione nasce anche a fronte di questo mutato scenario.

Voglio dare atto, con tutti i nostri soci, dello straordinario lavoro svolto dalla nostra delegazione del Ministero delle Politiche Agricole, durante la fase preparatoria e fin dalle prime battute nella procedura ufficiale.

Questo ha consentito di cogliere immediatamente un primo forte risultato, che la Professione riteneva in cuor suo di aver già conseguito con il Regolamento 1576 e le sue disposizioni di applicazione: una tutela integrale della denominazione Grappa. Oggi abbiamo la conferma che Grappa è un'indicazione geografica italiana, non è solo la denominazione di un prodotto.

Accanto a questo straordinario rafforzamento, la delegazione italiana ha saputo cogliere con determinazione e caparbia tutti quegli stimoli e segnalazioni che di volta in volta siamo stati in grado di proporre per migliorare il testo e per ottenere il riconoscimento delle esigenze della realtà produttiva nazionale.

Lo schema di lavoro non può essere reputato innovativo, né speciale: all'interno della Federazione abbiamo costantemente seguito la documentazione, proposto ai soci di scegliere e di indicare l'indirizzo da seguire, portato all'Amministrazione ed in ambito europeo nella nostra Associazione le scelte e le motivazioni a sostegno di esse.

I risultati conseguiti ci devono far riflettere sulle modalità da seguire anche per la riforma dell'OCM perché, pur nella grande differenza tra i due Regolamenti, dal punto di vista del settore cui si applicano hanno la stessa valenza di impatto.

La revisione del Regolamento 1576/89 non è ancora conclusa: nel mese di giugno ci dovrebbe essere un passaggio determinante, allorché con il voto in assemblea del Parlamento europeo la struttura del Regolamento dovrà apparire molto simile, se non pressoché identica a quella scaturita dai lavori del Consiglio, così da confermare la conclusione del procedimento di prima lettura.

La definizione della Vodka ha fortissimamente condizionato i lavori, tanto al Consiglio quanto al Parlamento europeo, facendo apparire quasi secondari tutti gli altri temi che, invece, hanno

una rilevanza altrettanto strategica per il mondo produttivo nazionale di tantissimi Paesi.

Ci auguriamo che il compromesso trovato a livello di Consiglio possa passare attraverso il Parlamento senza cambiamenti che ne indeboliscano la struttura o, peggio, ne cancellino elementi determinanti.

Due ulteriori considerazioni: la riforma del Regolamento 1576 viaggia in parallelo con i lavori di revisione della Direttiva aromi, che presto assumerà la forma di un regolamento. I lavori sulle due materie sono affidati a due distinte Direzioni della Commissione, la DG AGRI da un lato e la DG SANCO dall'altro. Abbiamo la sensazione che non vi sia molto dialogo, mentre è chiaro che la nuova impostazione che viene data nel regolamento aromi alla classificazione di queste sostanze, con la previsione di due sole categorie, di fatto comporta l'esigenza di intervenire su alcune definizioni di prodotto.

È importante che vi sia un coordinamento finale tra i due testi, che quello che arriverà per secondo al traguardo abbia una norma di raccordo che consenta di mettere in coerenza le previsioni normative del primo, senza dover a breve termine riaprire le discussioni sulla norma appena concordata.

La seconda considerazione è dedicata alle disposizioni nazionali: quelle fissate dal DPR 297/97 dovranno essere adeguate e potranno essere anche profondamente rivisitate alla luce dei nuovi orientamenti che la Professione ha chiaramente segnalato, soprattutto per quel che riguarda le pratiche di rifinitura necessarie al termine delle operazioni di distillazione.

Quanto detto per il rapporto che la normativa sulle bevande spiritose ha con il futuro regolamento aromi vale, evidentemente, anche per quella relativa ai vini aromatizzati e alle altre bevande aromatizzate contemplate da tale Regolamento.

In questo caso non vi sono esigenze tali da procedere ad una completa riscrittura, ma la messa in sintonia dei testi è indispensabile.

*Il tema delle accise*

Un veloce passaggio sul quadro nazionale: il 2006 si è aperto con il terzo aumento delle accise, per la prima volta annunciato con tanti mesi di preavviso, dopo quelli avuti nel 2004 e nel 2005. La finanziaria 2007 non ha toccato i nostri prodotti, nonostante le numerose richieste di poter far ricorso al maggior gettito derivante dall'incremento delle accise.

Domandiamo che questa inversione di tendenza, che giudichiamo virtuosa, si confermi con la prossima finanziaria.

In ogni caso segnaliamo il disagio che si ripercuote sul settore quando si pensa di poter utilizzare sistematicamente l'aumento delle accise come copertura delle voci di spese. Il solo annuncio della richiesta di aumento crea tensioni sui mercati e nei rapporti con il commercio sui valori di listino e sui prezzi al consumatore finale. Mi limito a queste poche parole ma credo siano sufficienti per ribadire che i movimenti di questi ultimi anni hanno ben confermato che ad ogni incremento di accisa corrisponde una immediata contrazione del mercato con esiti negativi in termini di bilancio complessivo, che neutralizzano gli effetti di gettito.

A livello europeo, malgrado sia stata consacrata in un voto del Consiglio l'assenza di condisione in merito alla possibilità di rivedere la direttiva sulle strutture, per inserire un'accisa positiva sul vino, i servizi della commissione continuano a tenere aperto il dossier con le tecniche le più varie; da un rapporto sulla necessità di adeguamento dei livelli minimi di accisa per tenere conto della svalutazione media in Europa, alla proposta di prevedere una nuova categoria di accisa, ridotta, per i piccoli produttori di birra e di spiriti.

Incuriosisce tanta attenzione; meno strana – tuttavia – appare, se si ipotizza che la Commissione ritenga che, tentando e ritentando, anche con il sostegno dei Governi di alcuni Paesi Membri, si possa riuscire nell'intento di togliere lo "zero" al livello minimo di accisa sul vino; anzi, sullo slancio potrebbe addirittura tornare in auge la richiesta di prevedere un'unica tassazione per tutte le bevande alcoliche, rapportata al grado della bevanda pronta per il consumo.

*Sarebbe un progetto scellerato, che nulla avrebbe a che fare con la tassazione, né con la svalutazione media in Europa!*

La politica fiscale è saldamente nelle mani di ogni Paese, tanto da gestirla in piena autonomia; non ci risulta che i Paesi abbiano avuto esitazioni ad adeguare i livelli di tassazione delle accise sui prodotti alcolici – vino compreso, ove hanno ritenuto di tassarlo – alle esigenze di svalutazione e più in generale alle esigenze delle politiche fiscali nazionali: a ben vedere, qualcuno si è spinto anche oltre, utilizzando la leva fiscale per sostenere le proprie politiche sociali.

Lo ribadiamo, non è questa la strada che può vederci coinvolti e sensibili; non è questo il modo per risolvere i nodi sociali. Chiediamo un intervento forte al nostro Governo, non solo perchè continui a vigilare sulla attività della Commissione e contrasti ogni iniziativa direttamente od indirettamente tesa a ridisegnare il quadro delle strutture delle accise nella Unione Europea, ma anche perchè guidi con attenzione la riflessione comune in materia: con l'Euro-

pa a ventisette sarà sempre più difficile avere delle riunioni di programma attente ed approfondite; molto sarà deciso dalla qualità dei lavori preparatori e dal tempo che ciascuna delegazione nazionale vi dedicherà; è bene che queste riunioni siano considerate basilari alla difesa degli interessi italiani.

## *Riforma della Legge 164/92*

Il quadro normativo vitivinicolo non è investito soltanto dalla riforma dell'OCM, ma sarà presto influenzato dal dibattito sulla revisione della Legge 164/92.

Già nella passata legislatura aveva avuto avvio un'ampia riflessione, accompagnata da un intenso dibattito in ambito governativo, teso a giungere al deposito di una proposta in Parlamento.

Il Ministro De Castro, a più riprese, ha raccolto i segnali che vengono dalla Professione ed ha assicurato che interverrà sulla materia, forse non riscrivendo l'intera legge, ma sicuramente andando a toccare alcuni temi di grande rilievo, a partire dall'esigenza di un efficace inquadramento di tutela di un nome geografico, sia esso denominazione di origine o indicazione geografica.

Il quadro attuale è insufficiente, in primis in merito al tema della titolarità delle denominazioni.

Si tratta di un bene collettivo, considerato patrimonio dello Stato, ovvero di una comunità locale; ma per ottenere una vera ed efficace tutela giuridica alcune denominazioni hanno dovuto far ricorso alla registrazione come marchio in ambito internazionale, con oneri di grandissimo rilievo per gli operatori coinvolti e, soprattutto, con l'obbligo di rafforzare le attività non solo a tutela della denominazione, ma anche contro l'uso fraudolento di marchi, perché altrimenti si rischia di perdere ogni vantaggio.

La revisione dovrà intervenire sul concetto e sull'impostazione dei disciplinari di produzione, affinché siano in grado di favorire l'espressione delle migliori qualità dei territori, mantenendo la giusta enfasi sul legame dei vini con i sistemi locali di origine, consentendo altresì agli imprenditori di valorizzare entro tale quadro di regole le proprie individuali capacità, prospettando norme semplici, chiare ed essenziali, atte a consentire una agevole applicazione e un rapido ed efficace esercizio delle congrue attività di controllo.

Su tale ultimo argomento, il susseguirsi di decreti, l'attesa di ulteriori norme per completare il quadro, non danno alcun vantaggio alla categoria, né al consumatore, mentre rendono il confronto tra le varie forze in gioco più complicato, sia per il continuo riaprirsi di temi di discussione, sia per il permanere di disparità di situazioni operative.

Infine la materia delle sanzioni: abbiamo un quadro d'insieme folle, che in casi estremi tralascia in isterismi, né può svolgere la sua funzione di deterrente, stante in molte situazioni la sua inapplicabilità in concreto.

Il nostro Paese deve liberarsi dell'immagine di dispensatore, in linea teorica, di criteri stringenti e sanzioni punitive, il quale poi, nella pratica, rimette al cittadino contribuente la valutazione discrezionale in ordine al rispetto della norma, al punto da generare un sentimento diffuso di tolleranza nei confronti della disapplicazione di tante prescrizioni; e ciò

finché, periodicamente, ad opera magari di un controllore zelante, non si sollevano questioni che poi richiedono estenuanti negoziati, al fine di mettere a punto compromessi, che appunto nel linguaggio comune definiamo “all’italiana”! *Non è ciò che serve agli imprenditori, i quali hanno bisogno di certezze, condizioni basilari chiare e congrue, per poter concentrare ingegno e risorse nella formulazione ed attuazione di strategie di successo.*

## *Attività sindacali*

Anche se questa attività è riferibile prevalentemente al 2007 non possiamo non informare sulla trattativa per il rinnovo del Contratto collettivo nazionale di lavoro dei dipendenti dell'industria alimentare. Il 30 giugno ha termine la validità del contratto in essere e fin dal mese di aprile si è avviata la sessione dei lavori per la preparazione del nuovo contratto.

Si tratta di un rinnovo particolarmente complesso, in quanto concerne sia la parte normativa, sia quella economica.

Sono, in questo momento, evidenti le difficoltà in cui si inserisce il negoziato: abbiamo in atto un confronto tra Governo e parti sociali su sviluppo, pubblico impiego, previdenza, ammortizzatori sociali e – non ultima – la riforma del sistema pensionistico; dall'altro, non hanno ancora preso avvio i lavori del tavolo di confronto per la revisione del Protocollo del Luglio 1993 in materia di politica dei redditi, dell'occupazione e di assetti contrattuali.

Il quadro è poi complicato dall'esigenza di predisporre strumenti idonei a trovare soluzioni per porre un freno alla perdita di competitività, redditività e produttività delle imprese, sul versante interno e internazionale.

La piattaforma per il rinnovo del Contratto Collettivo presentata a Federalimentare dalle Organizzazioni Sindacali contiene molteplici ed onerose richieste, che appaiono non facilmente compatibili sia con gli obiettivi di rilancio dell'industria alimentare sia con l'attuale disciplina interconfederale.

Soltanto un sistema di relazioni industriali condiviso ed efficace consentirà di affrontare le sfide globali che attendono il nostro Paese assicurando anche il mantenimento di buoni rapporti sindacali e dell'unitarietà del tavolo di trattativa, un valore da non disperdere.

In tale contesto auspichiamo che le trattative siano rivolte, da ambo le parti, al raggiungimento di uno scopo comune che – anche attraverso il contenimento dei costi che le imprese sono chiamate a fronteggiare quotidianamente – consenta di incrementare la produttività, in particolare attraverso la flessibilità delle strutture organizzative e dei processi produttivi delle aziende.

Come nelle precedenti trattative, sarà Federalimentare ad assistere e coordinare le delegazioni delle Associazioni dell'Industria Agroalimentare: dunque un ringraziamento anticipato al Presidente Giandomenico Auricchio, che ha voluto prendere sulle proprie spalle questo impegno, a sottolineare la rilevanza e la delicatezza del momento.

Ma un ringraziamento forte va alla struttura sindacale di Federvini, presieduta dal dr. Maurizio Pizzolotto, cui formalmente diamo delega a condurre la trattativa ed a cogliere quegli elementi di composizione che riterrà utili per il settore.

## *Conclusioni*

In conclusione, dopo questa ampia panoramica, i ringraziamenti: in primo luogo a tutti i nostri Associati, che con la partecipazione e il coinvolgimento ai diversi momenti di vita della Federazione hanno dato grande motivazione anche quest'anno all'impegno di questa presidenza.

Un grazie particolare ai colleghi più direttamente impegnati, dal Past President, agli esponenti del Comitato di Presidenza, all'intero Consiglio della Federazione.

Permettetemi di salutare in questa occasione Ruggero Ariotti, che ha lasciato il settore alla fine dell'anno: ha guidato il sindacato C per anni con saggezza ed equilibrio anche nei momenti più turbolenti.

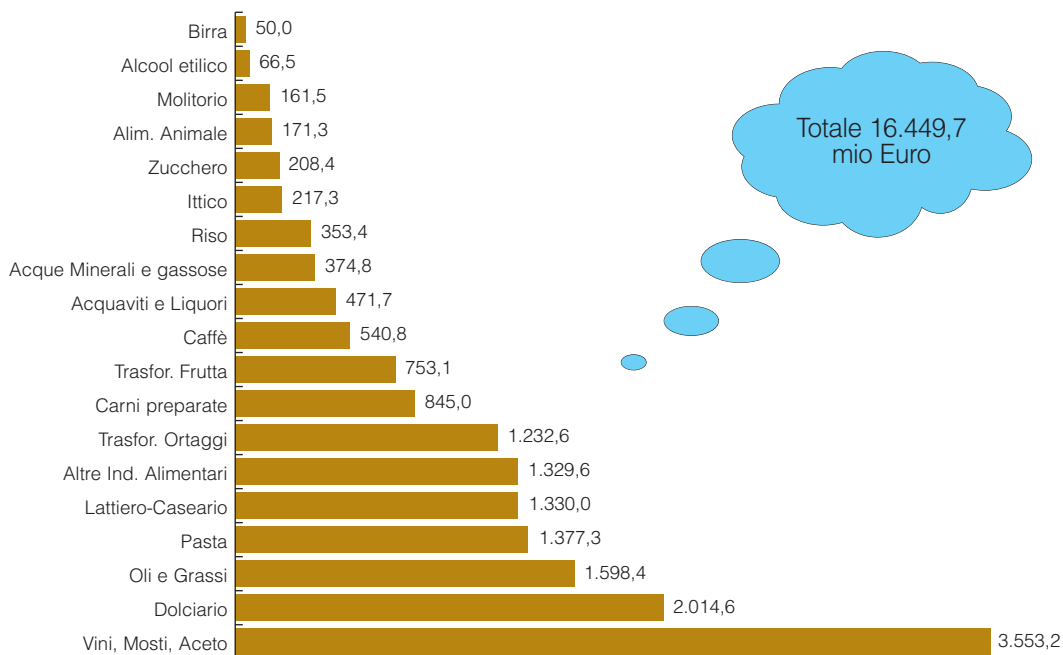
Infine, un riconoscimento particolare è rivolto all'intera struttura Federvini, sempre condotta con grande sapienza e apprezzata misura dal dottor Ottavio Cagiano de Azevedo.

E, infine, non trascuriamo di tenere in cima ai nostri pensieri *i principi e i valori più sani del fare impresa*, perché sono questi che consentono a noi tutti di fornire il più grande contributo alla nostra comunità nazionale: l'efficienza, la generazione di valore, la diffusione di benessere, ben oltre i confini delle nostre organizzazioni.



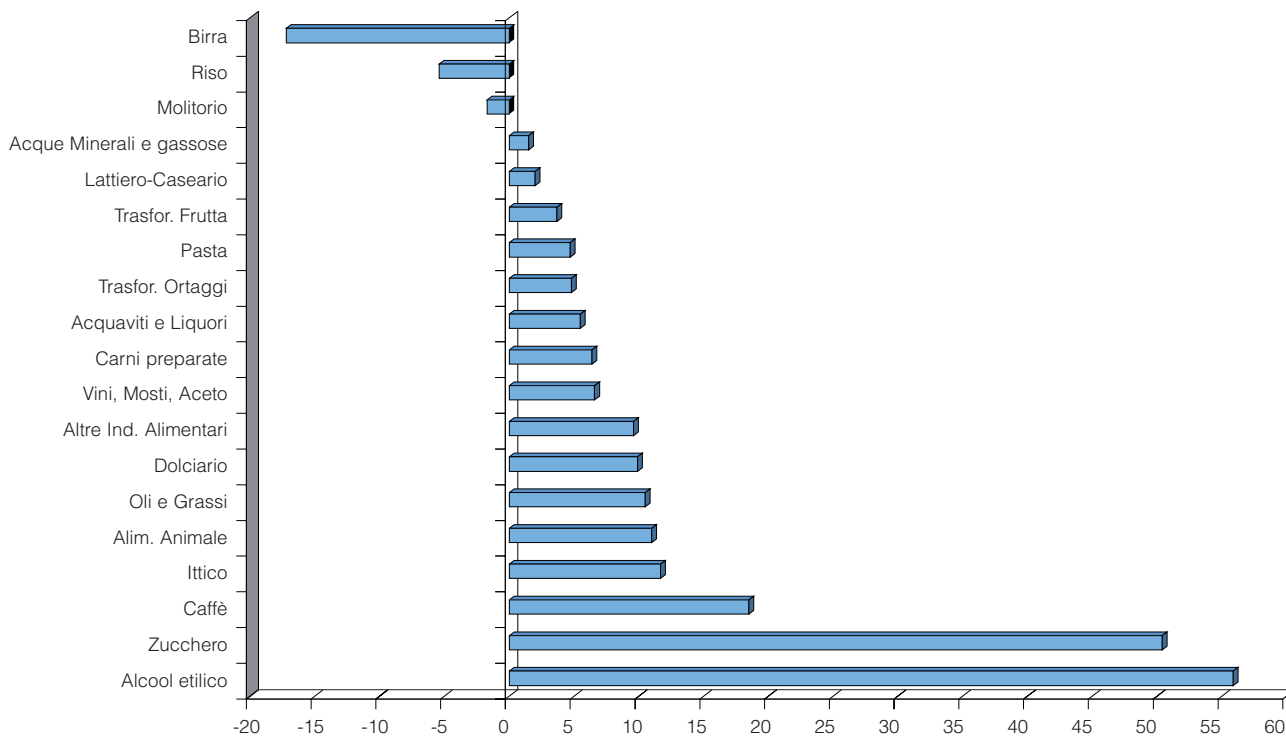


*Grafico 1*  
*L'export dell'industria alimentare nel 2006*



Elaborazioni Federalimentare di dati ISTAT

*Grafico 2*  
*Variazione % delle esportazioni dell'industria alimentare*  
*(per valore delle esportazioni 2006/2005)*



Elaborazioni Federalimentare di dati ISTAT

*Tabella 1*  
**Importazioni**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Vini e Mosti	1.472.743	1.882.939	-21,8%	287.858.582	281.915.335	2,1%
Vermouth e altri vini aromatizzati	23.189	16.345	41,9%	1.674.225	1.670.852	0,2%
Liquori ed altre bev. alcoliche hn	102.023	117.950	-13,5%	117.826.629	103.680.686	13,6%
Acquaviti hn	192.960	195.605	-1,4%	181.339.176	185.981.015	-2,5%
Aceti	365.551	352.977	3,6%	12.007.826	11.574.480	3,7%

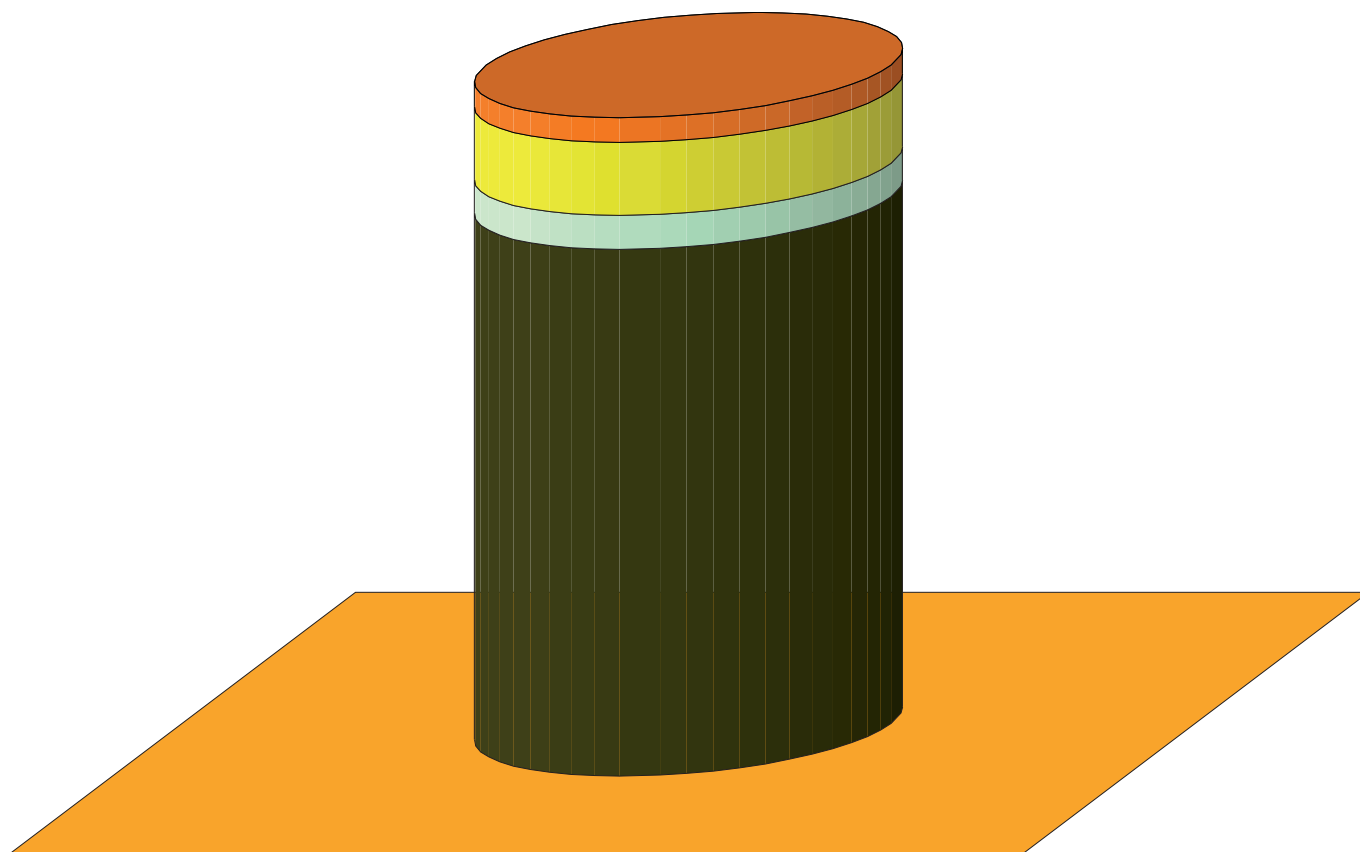
(\*) provvisori  
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 2*  
**Esportazioni**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Vini e Mosti	18.193.725	16.075.724	13,2%	3.219.126.394	2.998.303.460	7,4%
Vermouth e altri vini aromatizzati	1.171.752	1.147.192	2,1%	205.892.675	194.863.594	5,7%
Liquori ed altre bev. alcoliche hn	357.634	350.992	1,9%	336.830.724	328.244.322	1,7%
Acquaviti hn	214.322	165.742	29,3%	110.596.782	99.491.097	11,2%
Aceti	832.334	767.888	8,4%	152.046.007	139.253.268	9,2%

(\*) provvisori  
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 3  
*Composizione delle esportazioni per l'intero comparto (2006)*



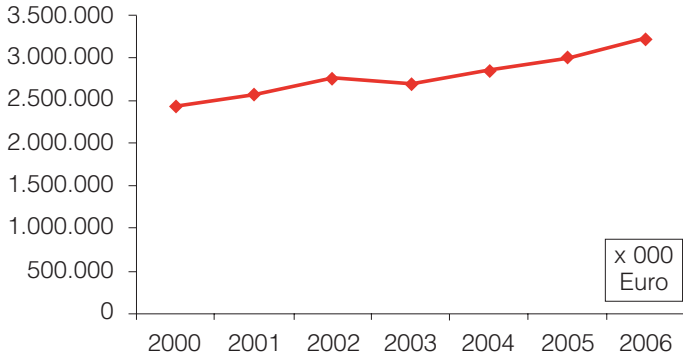
Aceti 3,8%  
  Acquaviti e Liquori 11,1%  
  Vini aromatizzati 5,1%  
  Vini e Mosti 80%

Totale 4.024.493 migliaia di Euro

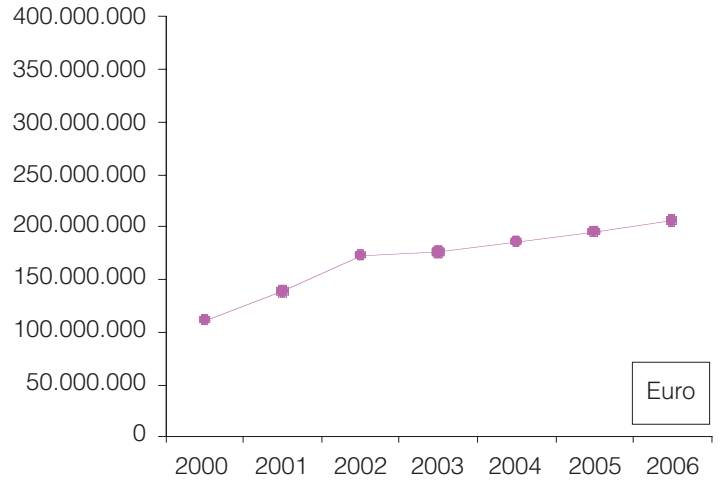
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 4  
L'export dei settori di Federvini

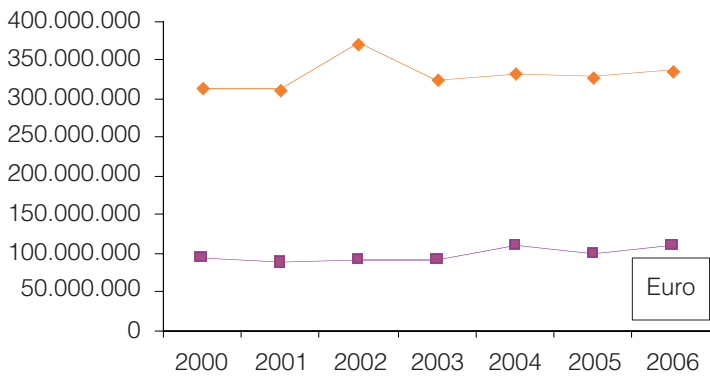
Vini e Mosti



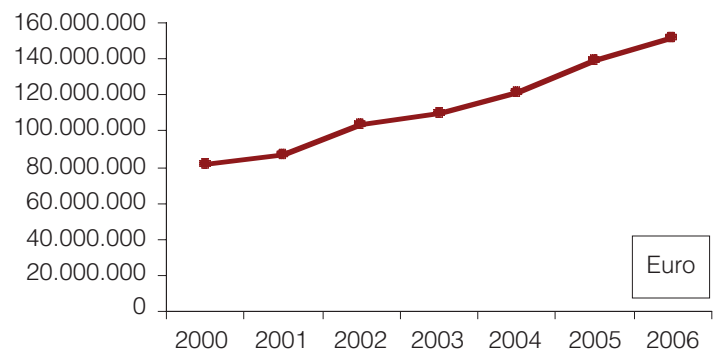
Vini aromatizzati



Acquaviti e Liquori

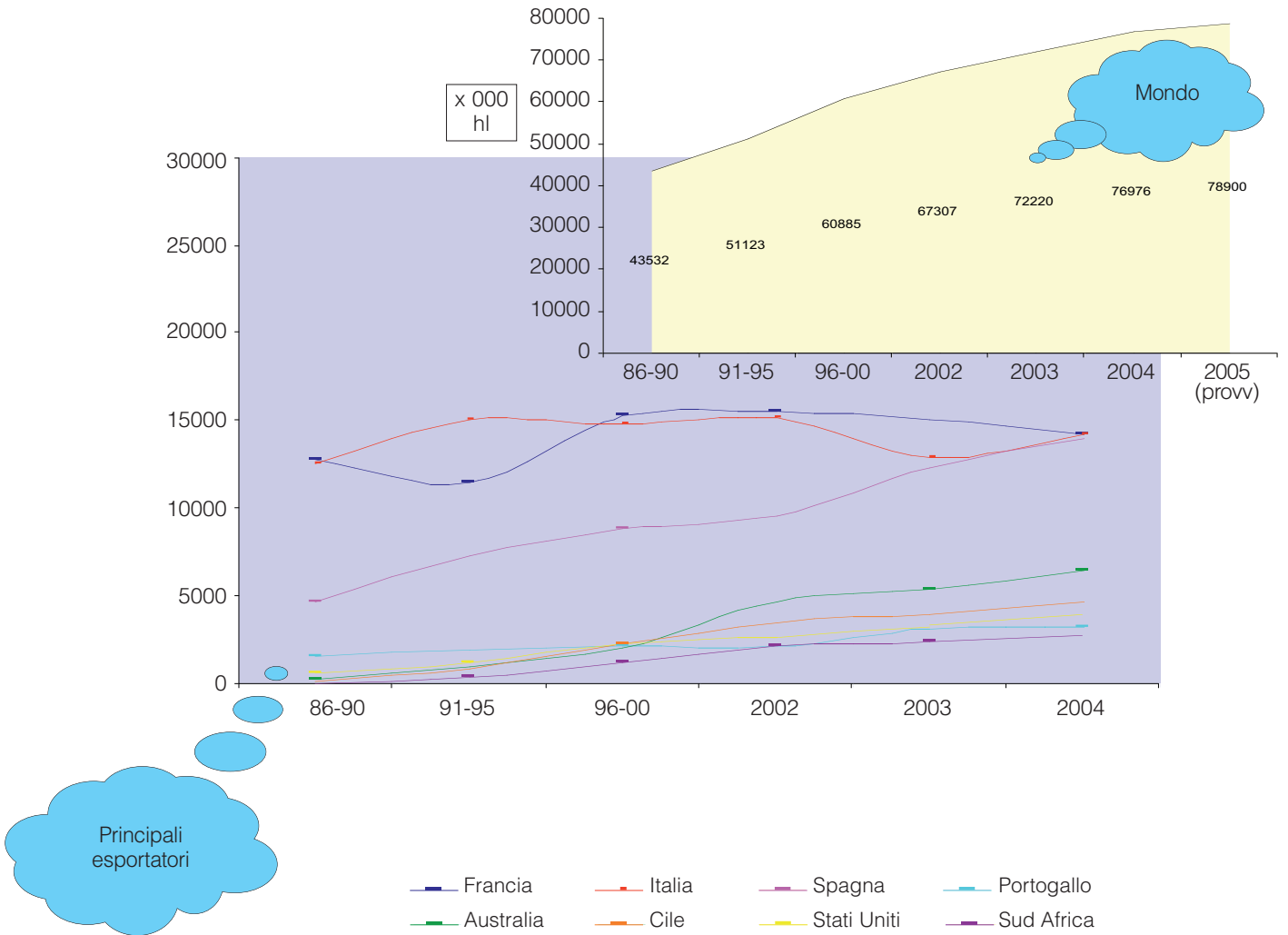


Aceti



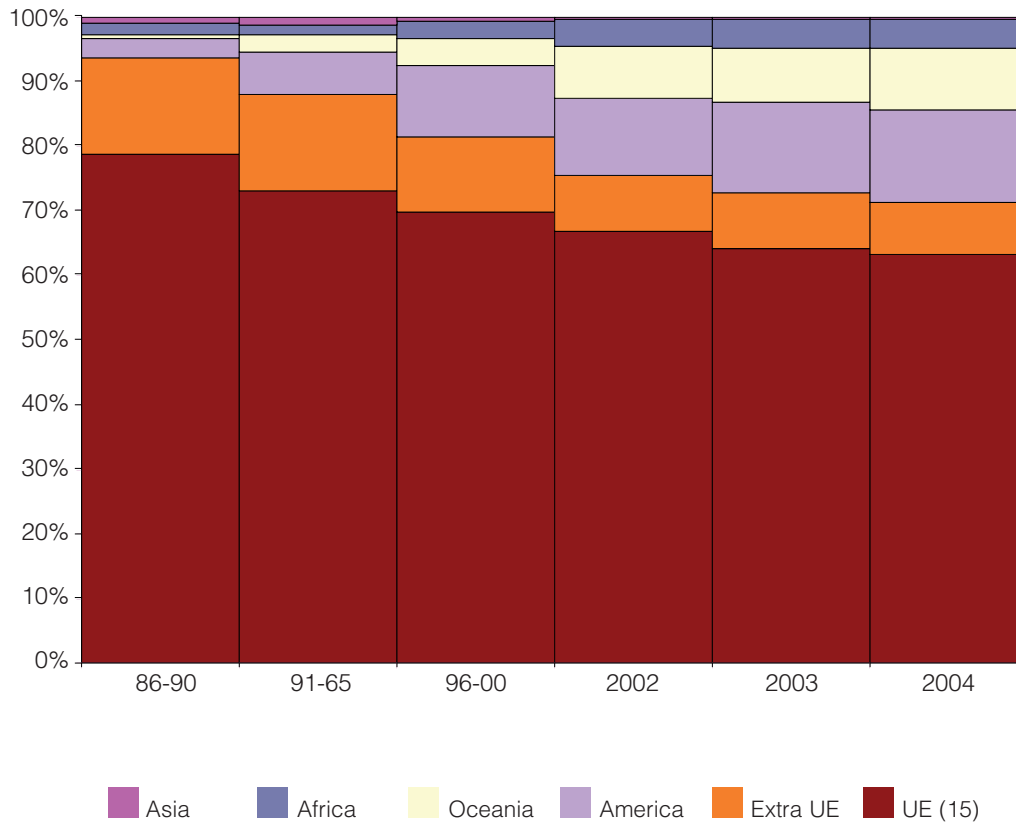
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 5  
L'esportazione vinicola dei principali esportatori



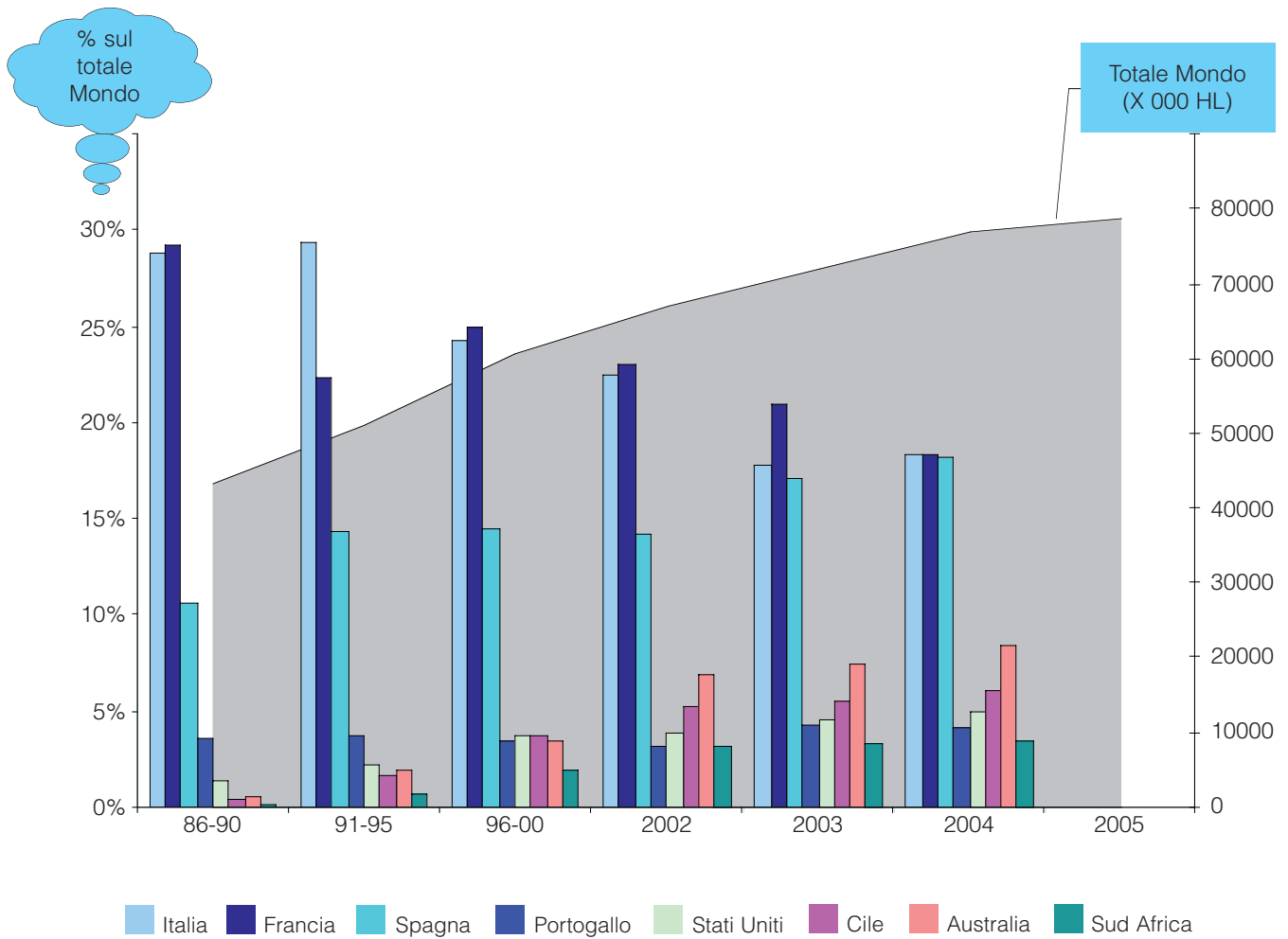
Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

*Grafico 6*  
*La composizione dell'esportazione vinicola mondiale*



Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

Grafico 7  
 La presenza dei primi Paesi esportatori nell'esportazione vinicola



Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin



*Tabella 3*  
*Esportazione vini e mosti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Vini (1)	15.391.737	13.529.736	13,8%	2.647.675.002	2.485.767.598	6,5%
V.Q.P.R.D.	4.226.888	4.146.354	1,9%	1.331.311.313	1.282.409.756	3,8%
• Bianchi	1.396.944	1.418.973	-1,6%	339.321.820	343.793.531	-1,3%
• Rossi e rosati	2.829.944	2.727.381	3,8%	991.989.493	938.616.225	5,7%
Altri	11.072.923	9.360.867	18,3%	1.272.905.395	1.189.631.978	7,0%
• Bianchi	5.865.317	4.796.979	22,3%	687.326.654	632.762.908	8,6%
• Rossi e rosati	5.207.606	4.563.888	14,1%	585.578.741	556.869.070	5,2%
Spumanti	945.082	878.222	7,6%	300.828.207	267.115.362	12,6%
• Asti (2)	426.854	450.910	-5,3%	124.040.900	116.626.897	6,4%
Frizzanti	1.399.134	1.274.435	9,8%	208.050.592	197.860.078	5,2%
Vini liquorosi (3)	67.151	71.575	-6,2%	18.531.640	24.559.504	-24,5%
Mosti	379.159	309.545	22,5%	37.275.250	18.106.342	105,9%
<b>Totale vini e mosti</b>	<b>18.193.725</b>	<b>16.075.724</b>	<b>13,2%</b>	<b>3.219.126.394</b>	<b>2.998.303.460</b>	<b>7,4%</b>

(\*) provvisori

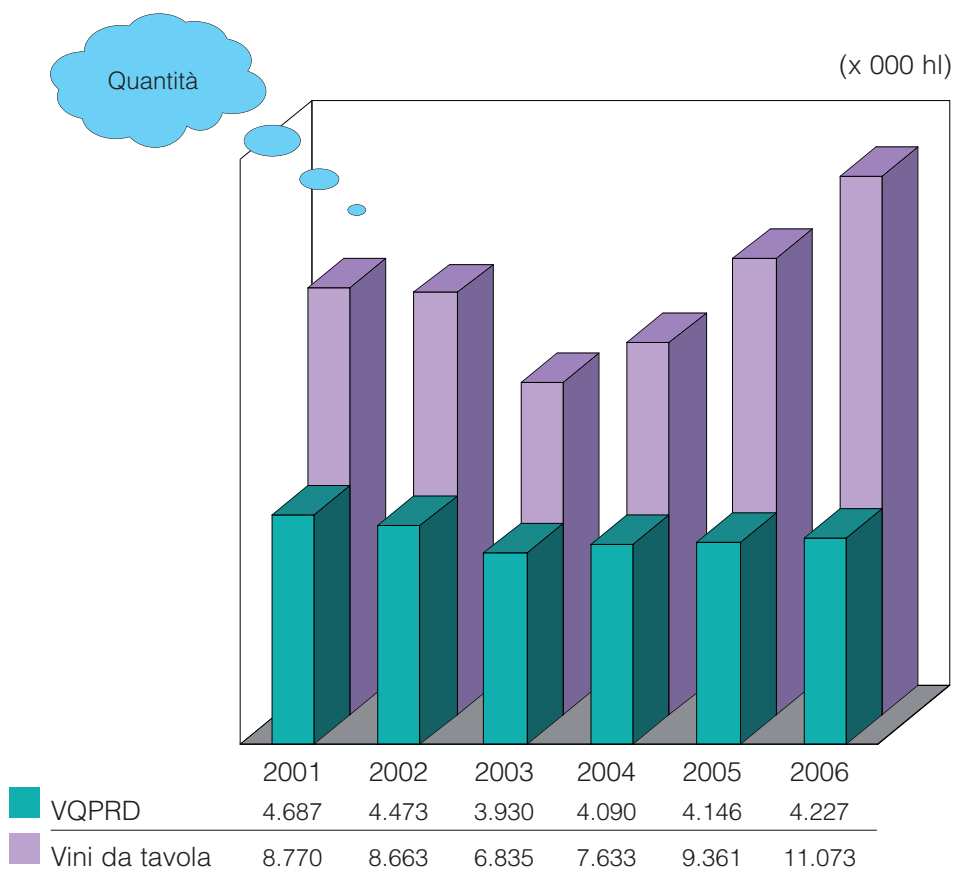
(1) di gradazione fino a 15% vol ed esclusi vini frizzanti e spumanti

(2) con gradazione fino a 8,5% vol.

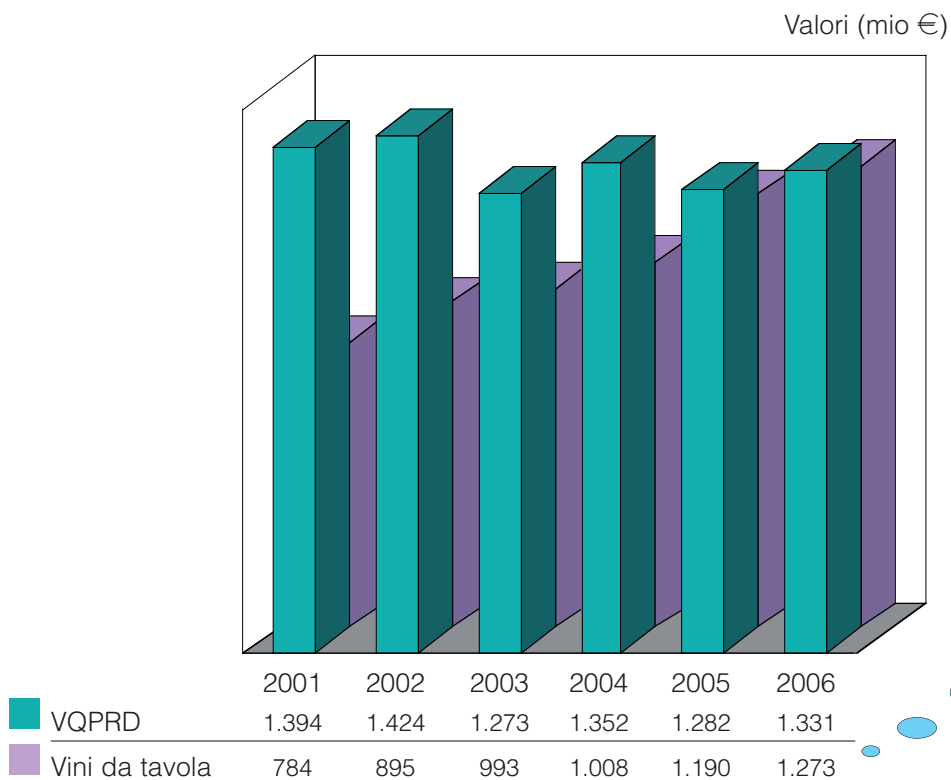
(3) La classificazione basata sulla nomenclatura doganale comune a partire dalla quale sono compilati i dati ISTAT non distingue, in alcune voci, i vini liquorosi dagli altri vini tra 15° e 22° le cui esportazioni rimangono quindi comprese in questo dato complessivo. Non sono invece compresi alcuni tipi di vini liquorosi con gradazione inferiore a 15°.

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 8  
**Esportazione vini tranquilli secondo il tipo**

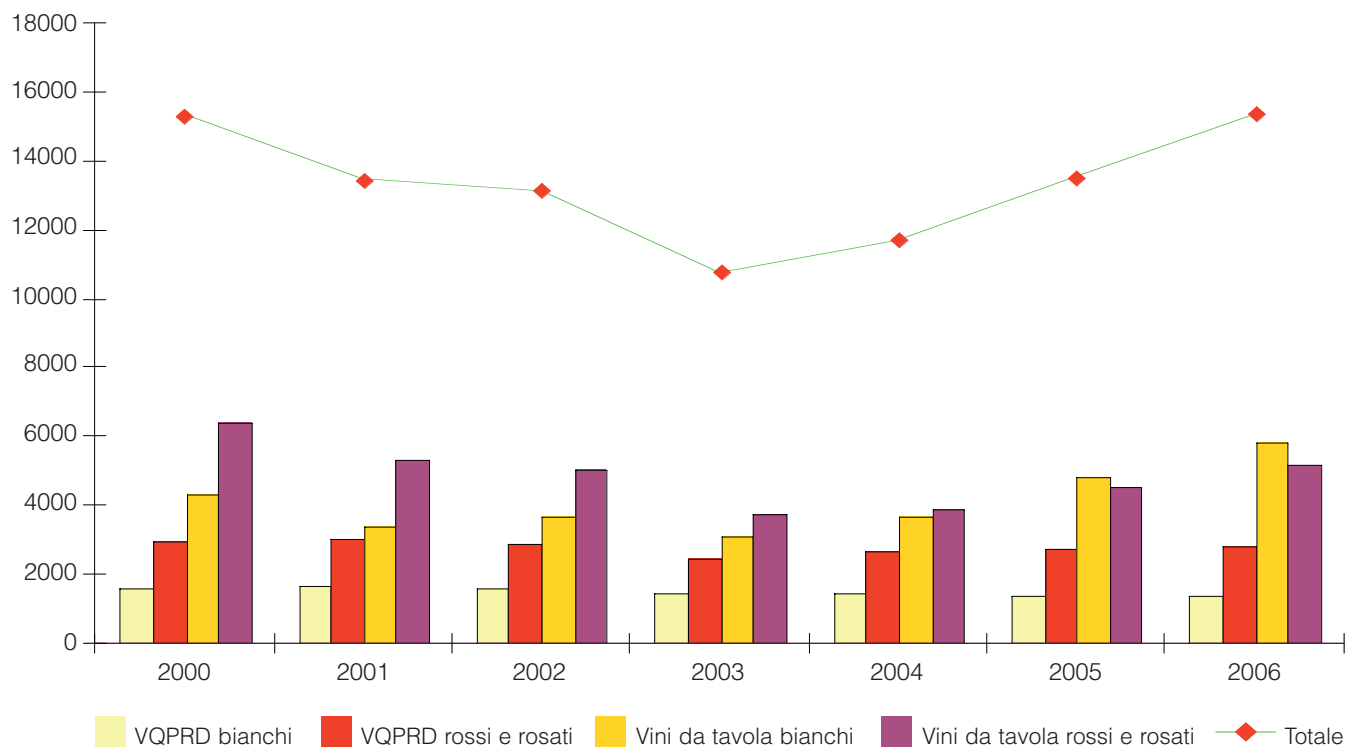


Elaborazioni Federvini di dati ISTAT



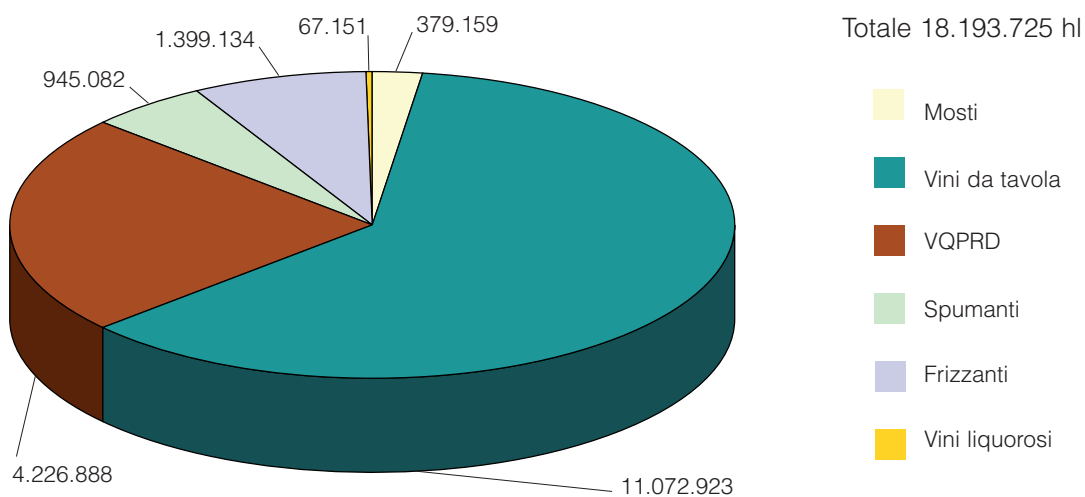
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

**Grafico 9**  
**L'esportazione vini tranquilli secondo il tipo e il colore**  
**(migliaia di ettolitri)**



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

**Grafico 10**  
**Esportazione di vini e mosti composizione della quantità esportata (2006)**



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

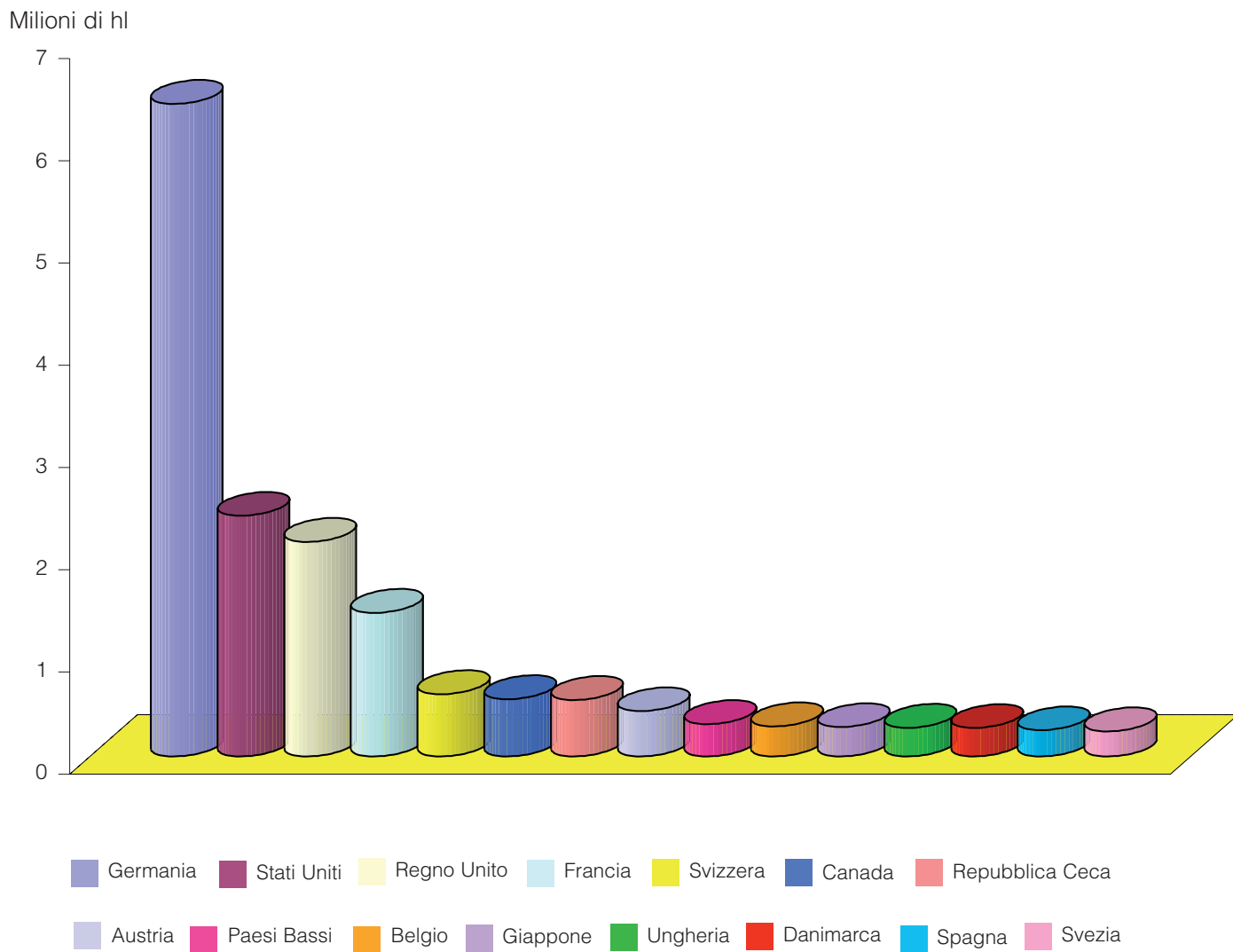
*Tabella 4*  
**Esportazione vini e mosti (compresi vini frizzanti,  
 vini spumanti e vini liquorosi)**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	293.880	239.873	22,5%	53.962.429	47.828.107	12,8%
Danimarca	278.022	267.892	3,8%	89.510.310	81.063.240	10,4%
Francia	1.403.872	1.204.882	16,5%	83.803.538	84.542.088	-0,9%
Germania	6.383.039	5.690.973	12,2%	703.572.609	710.982.222	-1,0%
Grecia	200.149	101.894	96,4%	10.564.453	6.886.421	53,4%
Irlanda	61.169	57.553	6,3%	15.811.406	14.478.460	9,2%
Lussemburgo	31.287	27.922	12,1%	5.875.438	5.586.906	5,2%
Paesi Bassi	315.235	297.373	6,0%	70.104.827	63.571.642	10,3%
Portogallo	47.093	48.553	-3,0%	9.326.411	8.897.663	4,8%
Regno Unito	2.098.028	2.227.225	-5,8%	387.528.250	380.032.619	2,0%
Spagna	255.021	210.612	21,1%	47.845.388	37.035.701	29,2%
Austria	442.176	423.122	4,5%	66.508.077	68.080.157	-2,3%
Finlandia	52.113	47.098	10,6%	14.584.813	13.944.195	4,6%
Svezia	244.963	236.545	3,6%	63.229.188	59.651.856	6,0%
Polonia	130.297	93.053	40,0%	13.283.346	10.007.439	32,7%
Repubblica Ceca	551.383	430.434	28,1%	23.713.081	19.195.586	23,5%
Slovacchia	126.235	113.802	10,9%	5.937.007	5.576.465	6,5%
Ungheria	278.668	82.337	238,4%	12.314.130	6.920.778	77,9%
<b>Totale UE</b>	<b>10.579.970</b>	<b>9.616.325</b>	<b>10,0%</b>	<b>1.622.227.137</b>	<b>1.582.581.277</b>	<b>2,5%</b>
Australia	48.693	44.386	9,7%	14.692.715	12.120.471	21,2%
Brasile	93.164	72.070	29,3%	18.960.568	15.191.330	24,8%
Canada	558.836	482.887	15,7%	190.501.919	147.911.468	28,8%
Cina	75.070	45.934	63,4%	9.574.333	4.678.388	104,7%
Giappone	285.826	272.530	4,9%	99.534.811	94.657.911	5,2%
Norvegia	110.660	104.270	6,1%	36.481.904	32.742.955	11,4%
Russia	218.299	96.325	126,6%	41.035.667	31.503.314	30,3%
Stati Uniti	2.353.555	2.238.823	5,1%	809.652.136	771.406.882	5,0%
Svizzera	607.557	611.186	-0,6%	198.178.503	185.656.832	6,7%
<b>Totale mondo</b>	<b>18.193.725</b>	<b>16.075.724</b>	<b>13,2%</b>	<b>3.219.126.394</b>	<b>2.998.303.460</b>	<b>7,4%</b>

(\*) provvisori

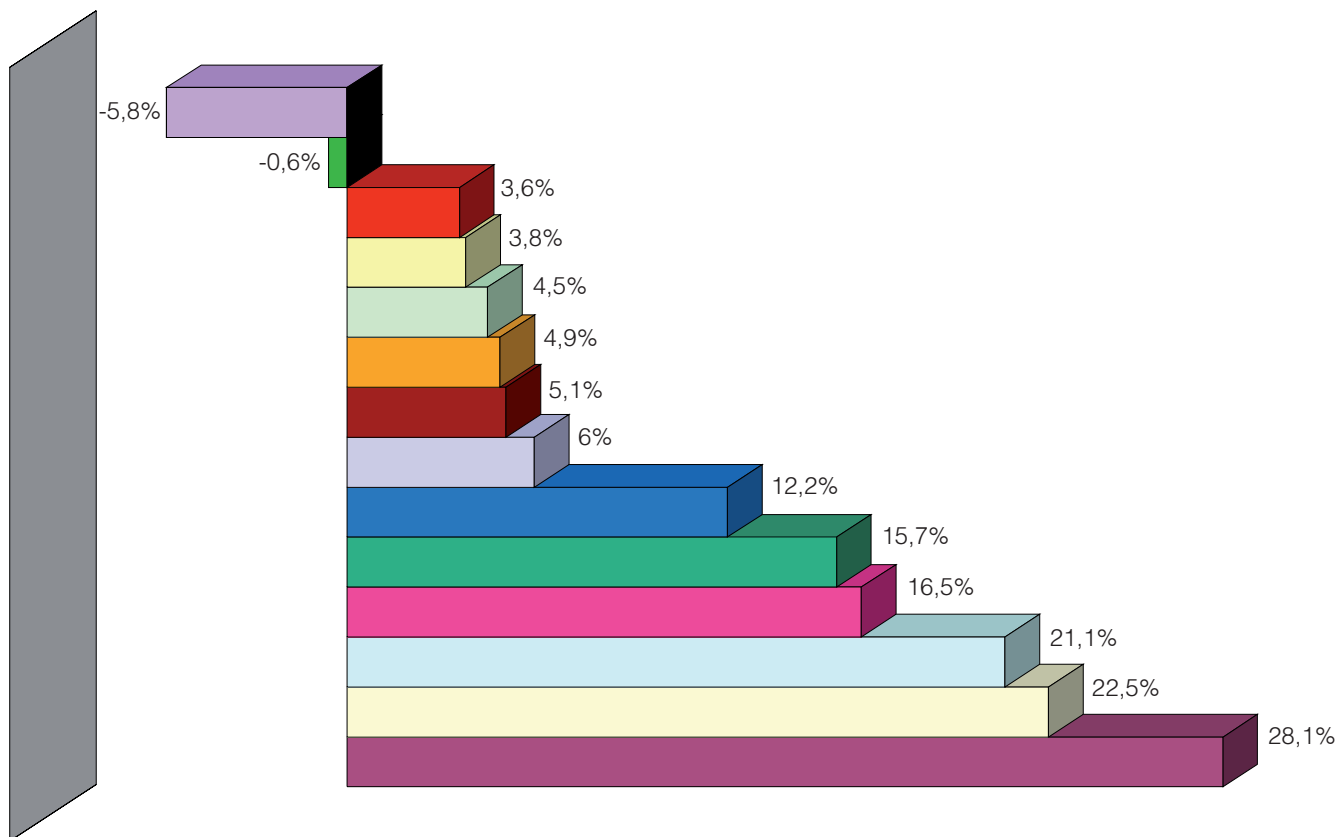
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 11*  
**Principali destinazioni delle esportazioni di vini e mosti**  
*(per quantità esportate nel 2006)*



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

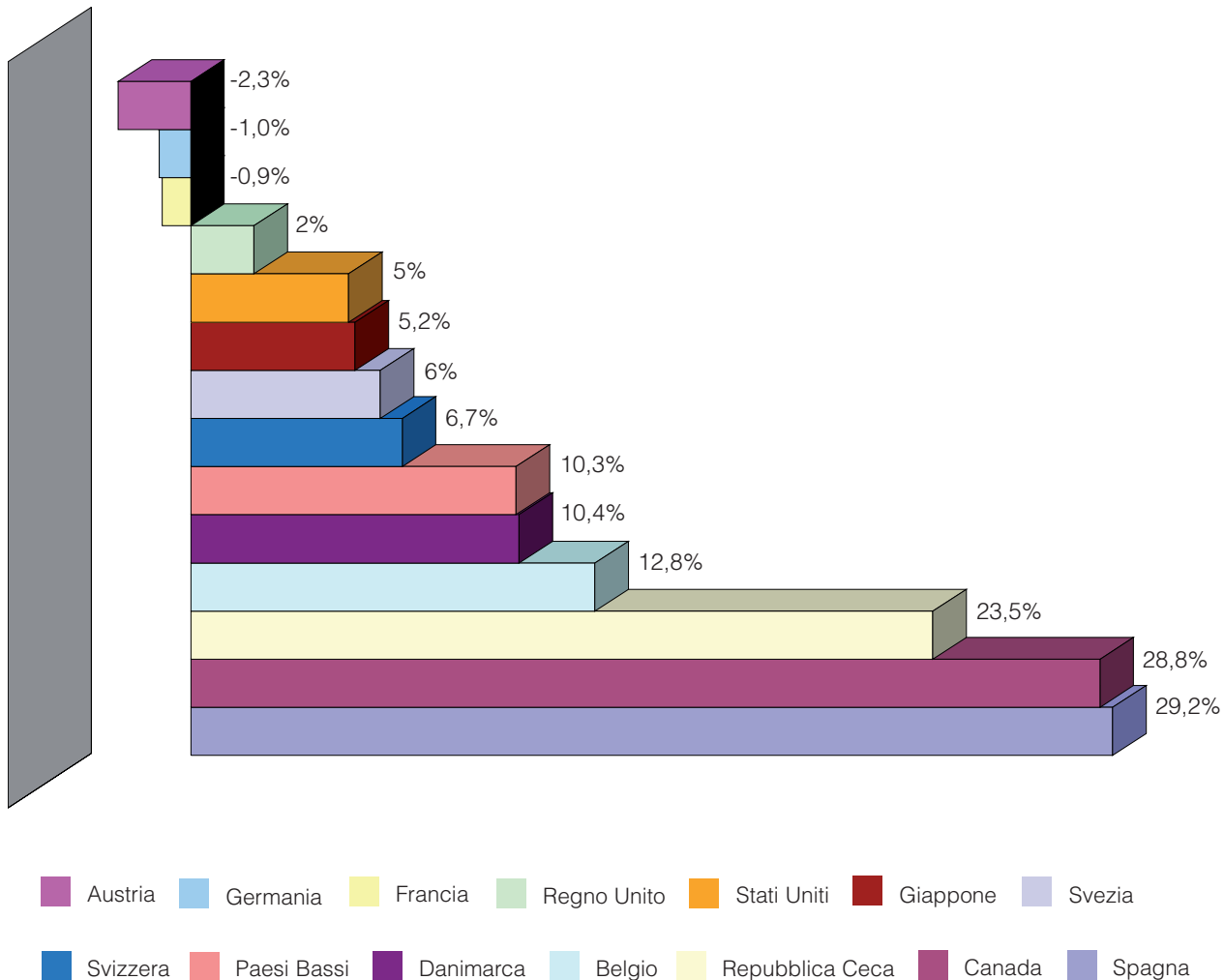
*Grafico 12*  
**Variatione dei volumi di vini e mosti**  
**esportati verso i principali mercati (2006/2005)**



- Regno Unito
  Svizzera
  Svezia
  Danimarca
  Austria
  Giappone
  Stati Uniti
- Paesi Bassi
  Germania
  Canada
  Francia
  Spagna
  Belgio
  Repubblica Ceca

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 13*  
***Variazione del valore delle esportazioni di vini e mosti***  
***verso le principali destinazioni (2006/2005)***



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 5*  
*Esportazione vini frizzanti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	7.529	7.406	1,7%	1.123.920	1.112.378	1,0%
Danimarca	15.066	13.367	12,7%	3.243.532	2.965.931	9,4%
Francia	27.750	24.217	14,6%	4.209.166	3.813.987	10,4%
Germania	580.413	541.926	7,1%	84.373.229	88.594.923	-4,8%
Paesi Bassi	82.761	78.505	5,4%	11.676.919	10.513.294	11,1%
Regno Unito	29.946	17.148	74,6%	6.183.108	3.470.470	78,2%
Spagna	217.117	181.574	19,6%	28.079.493	24.398.062	15,1%
Austria	91.689	92.296	-0,7%	15.601.880	16.412.465	-4,9%
Finlandia	3.090	2.971	4,0%	619.402	590.368	4,9%
Svezia	2.664	2.836	-6,1%	606.287	513.560	18,1%
<b>Totale UE</b>	<b>1.061.224</b>	<b>964.907</b>	<b>10,0%</b>	<b>156.382.214</b>	<b>152.924.224</b>	<b>2,3%</b>
Australia	8.957	6.812	31,5%	1.429.286	1.034.437	38,2%
Brasile	39.572	27.427	44,3%	4.627.764	3.414.854	35,5%
Canada	3.996	3.299	21,1%	725.839	552.680	31,3%
Giappone	5.956	6.064	-1,8%	1.428.473	1.144.649	24,8%
Norvegia	906	1.370	-33,9%	394.324	589.262	-33,1%
Stati Uniti	219.729	227.534	-3,4%	32.378.928	30.985.366	4,5%
Svizzera	8.308	6.161	34,9%	3.343.953	2.608.829	28,2%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.399.134</b>	<b>1.274.435</b>	<b>9,8%</b>	<b>208.050.592</b>	<b>197.860.078</b>	<b>5,2%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT



*Tabella 6*  
*Esportazione spumanti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	17.354	16.142	7,5%	4.919.461	5.970.432	-17,6%
Danimarca	11.165	10.762	3,7%	3.502.467	3.589.986	-2,4%
Francia	35.996	32.523	10,7%	11.603.467	17.551.337	-33,9%
Germania	230.137	251.755	-8,6%	56.295.841	57.377.986	-1,9%
Grecia	6.929	6.180	12,1%	1.810.193	1.074.190	68,5%
Paesi Bassi	14.660	17.484	-16,2%	12.056.115	11.931.288	1,0%
Portogallo	43.386	45.280	-3,2%	8.486.009	8.263.070	2,7%
Regno Unito	64.631	70.486	-8,3%	27.588.463	21.813.928	26,5%
Spagna	6.939	3.871	79,2%	14.053.554	6.953.455	102,1%
Austria	28.189	20.568	37,1%	8.524.338	6.210.399	37,3%
Finlandia	3.296	3.177	3,7%	1.253.254	1.151.135	8,9%
Svezia	14.073	12.041	16,9%	4.848.099	3.846.721	26,0%
Ungheria	25.970	19.885	30,6%	3.079.146	2.814.747	9,4%
<b>Totale UE</b>	<b>479.120</b>	<b>505.033</b>	<b>-5,1%</b>	<b>155.809.417</b>	<b>146.793.779</b>	<b>6,1%</b>
Australia	19.496	20.606	-5,4%	5.505.451	5.618.674	-2,0%
Brasile	15.255	13.574	12,4%	3.744.239	3.357.538	11,5%
Canada	21.015	16.893	24,4%	7.554.688	5.570.592	35,6%
Giappone	38.638	34.986	10,4%	17.292.983	15.294.795	13,1%
Norvegia	4.143	3.928	5,5%	1.370.121	1.237.324	10,7%
Polonia	18.657	12.782	46,0%	2.829.086	2.092.698	35,2%
Russia	40.370	25.649	57,4%	14.201.304	8.758.313	62,1%
Stati Uniti	164.098	133.038	23,3%	51.700.768	44.886.966	15,2%
Svizzera	51.987	46.968	10,7%	19.738.388	19.215.148	2,7%
<b>Totale mondo</b>	<b>945.082</b>	<b>878.222</b>	<b>7,6%</b>	<b>300.828.207</b>	<b>267.115.362</b>	<b>12,6%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 7*  
**Esportazione vini liquorosi ed altri vini**  
**di gradazione compresa tra 15 e 22% vol (1)**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	657	807	-18,6%	202.275	282.566	-28,4%
Danimarca	601	466	29,1%	341.668	188.305	81,4%
Francia	1.466	1.315	11,5%	309.488	322.997	-4,2%
Germania	13.142	8.799	49,3%	2.009.942	1.382.679	45,4%
Paesi Bassi	575	546	5,2%	257.667	216.391	19,1%
Regno Unito	2.934	2.483	18,2%	1.072.484	943.800	13,6%
<b>Totale UE</b>	<b>20.845</b>	<b>16.070</b>	<b>29,7%</b>	<b>5.087.948</b>	<b>3.979.300</b>	<b>27,9%</b>
Canada	1.397	966	44,7%	1.224.225	557.921	119,4%
Giappone	2.826	2.387	18,4%	742.570	1.252.255	-40,7%
Stati Uniti	23.788	21.205	12,2%	6.250.641	4.981.407	25,5%
Svizzera	20.279	17.796	13,9%	3.208.275	9.985.292	-67,9%
<b>Totale mondo</b>	<b>67.151</b>	<b>71.575</b>	<b>-6,2%</b>	<b>18.531.640</b>	<b>24.559.504</b>	<b>-24,5%</b>

(\*) provvisori

(1) La classificazione basata sulla nomenclatura doganale comune a partire dalla quale sono compilati i dati ISTAT non distingue, in alcune voci, i vini liquorosi dagli altri vini tra 15° e 22° le cui esportazioni rimangono quindi comprese in questo dato complessivo.

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 8*  
*Esportazione vini aromatizzati*

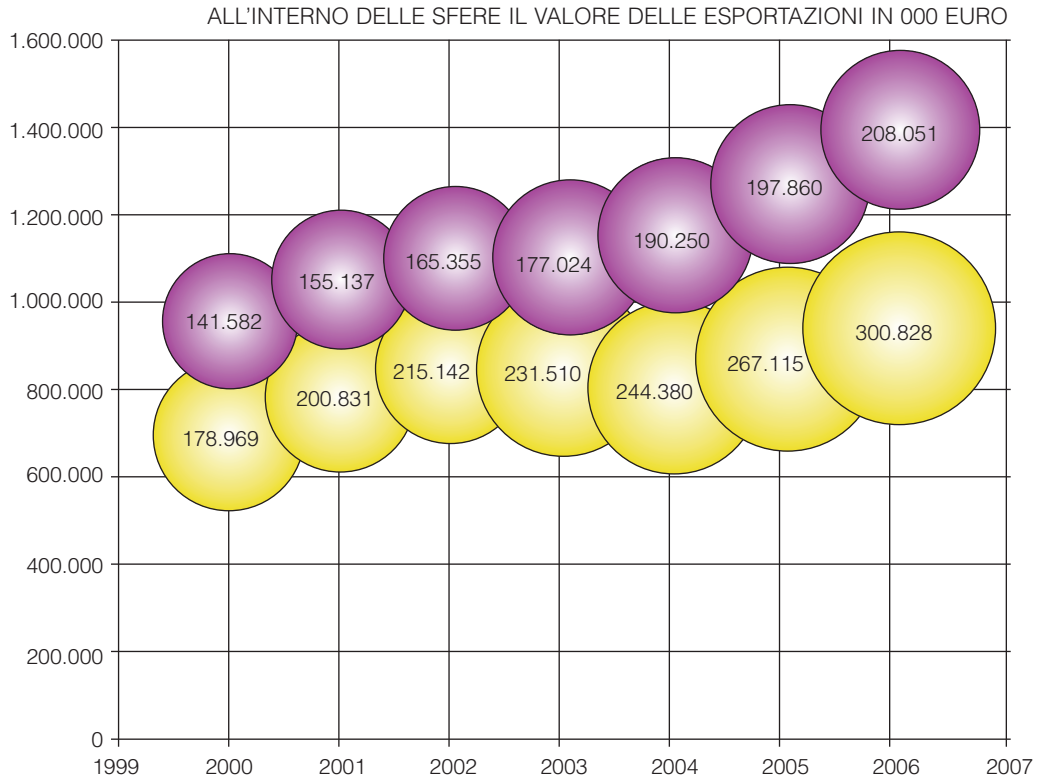
	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	41.935	39.460	6,3%	4.487.839	4.391.211	2,2%
Danimarca	36.585	39.287	-6,9%	5.345.120	5.435.995	-1,7%
Francia	244.334	287.637	-15,1%	40.232.544	41.955.002	-4,1%
Germania	114.956	92.019	24,9%	13.234.382	12.252.747	8,0%
Grecia	12.356	10.716	15,3%	2.343.786	2.121.232	10,5%
Paesi Bassi	30.179	33.593	-10,2%	3.683.604	4.068.743	-9,5%
Portogallo	7.562	2.150	251,7%	755.554	257.689	193,2%
Regno Unito	114.263	117.002	-2,3%	8.469.695	9.942.492	-14,8%
Spagna	34.982	29.827	17,3%	4.447.814	4.217.699	5,5%
Austria	12.246	10.186	20,2%	2.448.606	2.088.327	17,3%
Svezia	8.790	8.188	7,3%	1.616.805	1.565.254	3,3%
<b>Totale UE</b>	<b>659.387</b>	<b>671.001</b>	<b>-1,7%</b>	<b>87.204.970</b>	<b>88.409.099</b>	<b>-1,4%</b>
Canada	26.747	23.662	13,0%	5.073.144	4.459.997	13,7%
Giappone	2.303	3.567	-35,4%	338.166	447.651	-24,5%
Norvegia	5.471	5.654	-3,2%	1.930.918	1.866.915	3,4%
Russia	164.460	140.813	16,8%	56.607.373	50.790.094	11,5%
Stati Uniti	72.621	71.568	1,5%	10.845.332	10.701.007	1,3%
Svizzera	33.862	31.444	7,7%	6.220.090	4.341.176	43,3%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.171.752</b>	<b>1.147.192</b>	<b>2,1%</b>	<b>205.892.675</b>	<b>194.863.594</b>	<b>5,7%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT



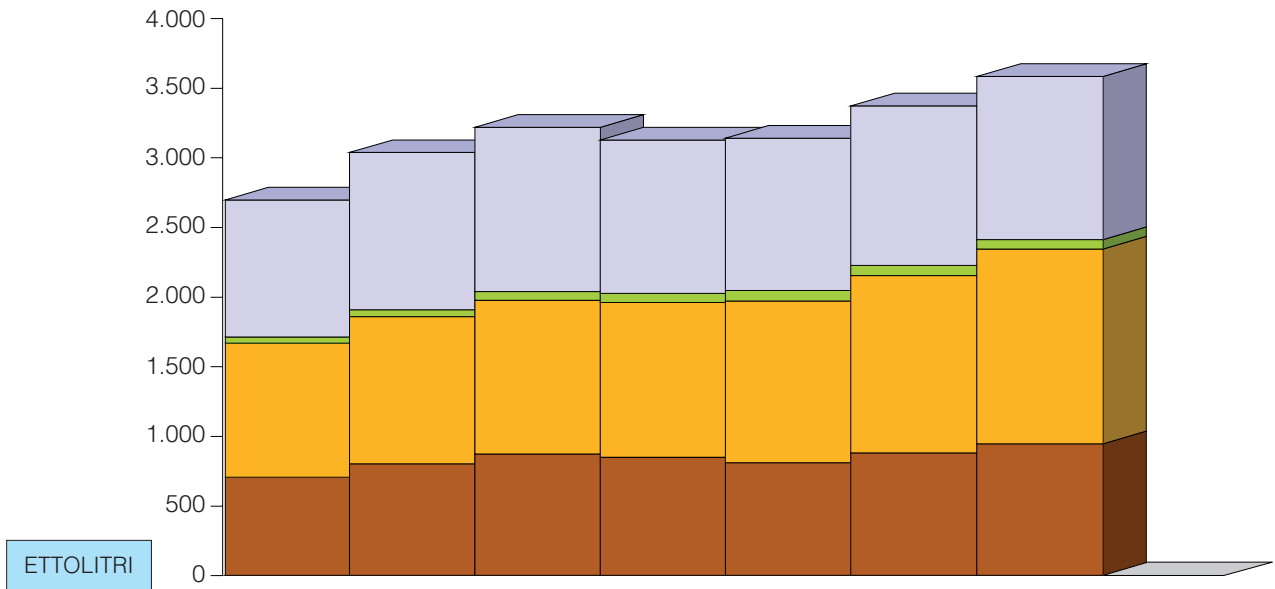
**Grafico 14**  
**L'esportazione dei vini con le bollicine**



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

■ Spumanti ■ Frizzanti

**Grafico 15**  
**L'andamento nel comparto vinicolo (esclusi i vini tranquilli)**

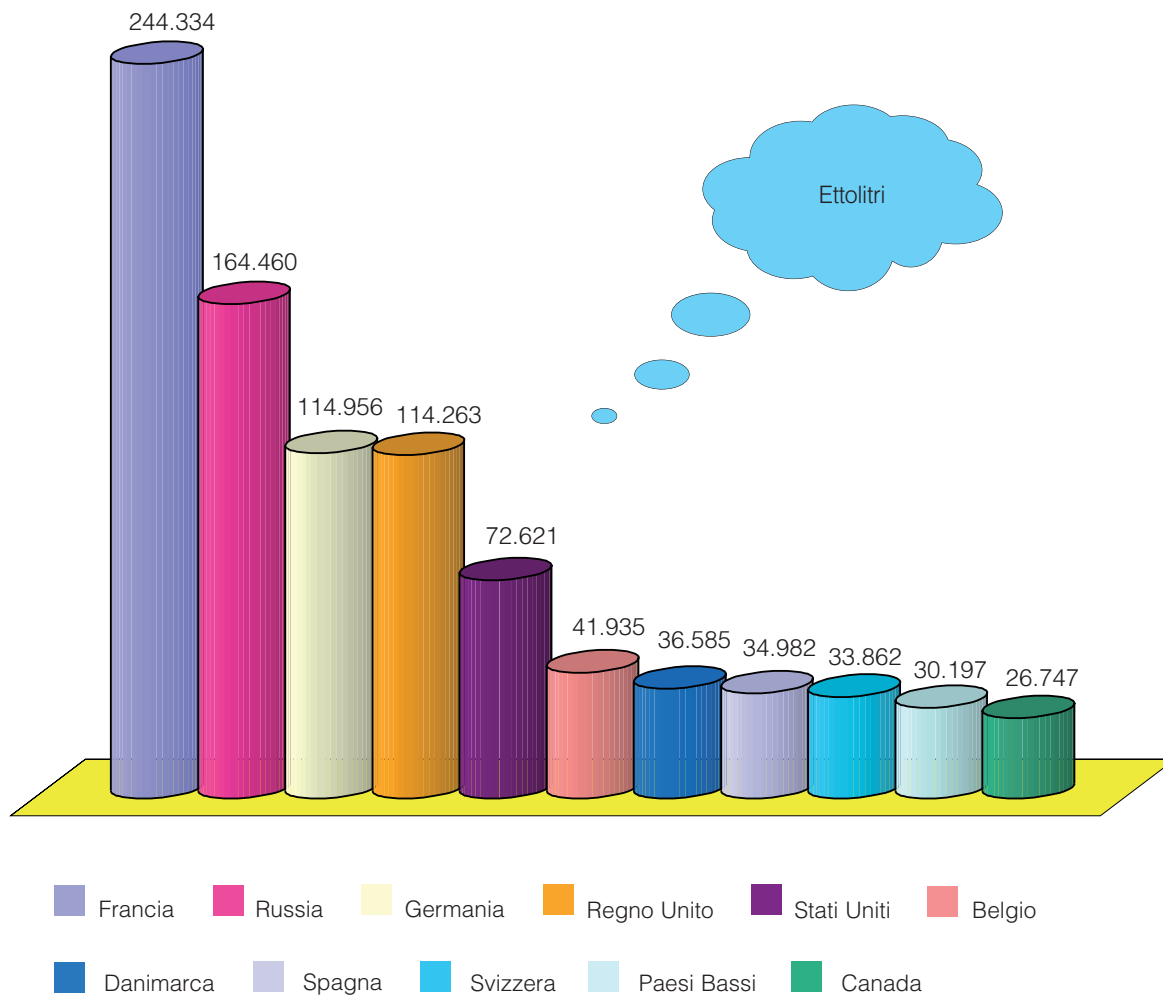


ETTOLITRI

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Vini aromatizzati	981.784	1.129.826	1.179.875	1.100.980	1.092.890	1.147.192	1.171.752
Vini liquorosi	44.541	49.365	63.064	66.076	77.568	71.575	67.151
Frizzanti	962.605	1.056.760	1.102.899	1.110.969	1.158.587	1.274.435	1.399.134
Spumanti	705.512	799.833	872.146	848.806	810.021	878.222	945.082

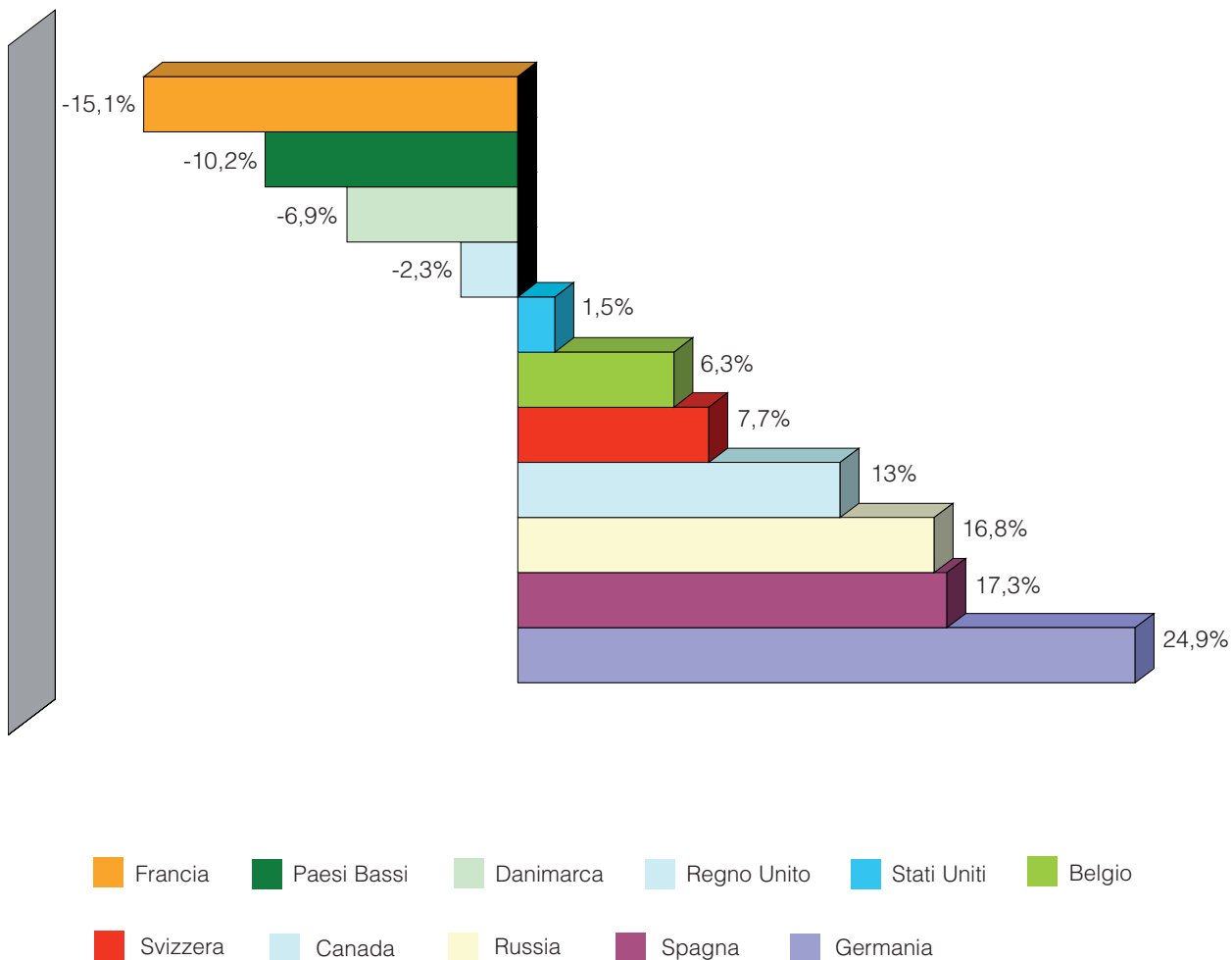
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 16*  
**Principali Paesi di destinazione dei vini aromatizzati**  
*(per quantità esportate nel 2006)*



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 17*  
***Variazione dei volumi dei vini aromatizzati***  
***esportati verso i principali mercati (2006/2005)***



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 9*  
*Esportazione acquaviti, liquori e altre bevande alcoliche*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Acquaviti di vino e vinaccia	166.987	123.640	35,1%	60.534.258	52.734.004	14,8%
• di cui Grappa	27.583	27.557	0,1%	32.248.937	30.407.576	6,1%
Altre acquaviti	47.335	42.102	12,4%	50.062.524	46.757.093	7,1%
Liquori ed altre bevande alcoliche	357.634	350.992	1,9%	336.830.724	328.244.322	2,6%
<b>Totale</b>	<b>568.942</b>	<b>515.070</b>	<b>10,5%</b>	<b>444.528.299</b>	<b>429.057.010</b>	<b>3,6%</b>

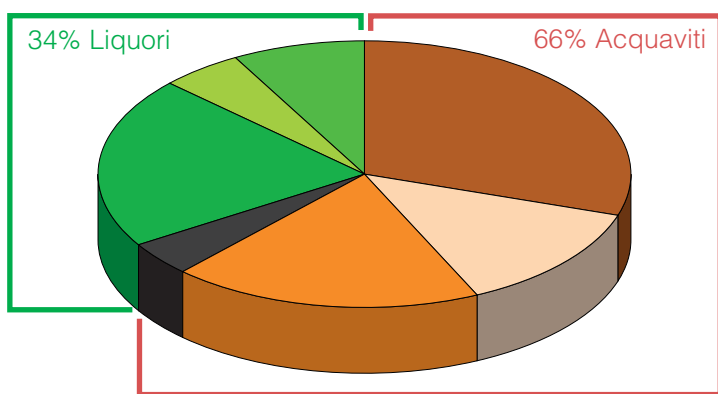
(\*) provvisori  
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 10*  
*Importazione acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Liquori ed altre bevande alcoliche	102.023	117.950	-13,5%	117.826.629	103.680.686	13,6%
• Gin	14.830	15.686	-5,5%	14.436.723	13.623.351	6,0%
• Vodka	24.409	17.471	39,7%	13.431.158	11.848.664	13,4%
• Altri	62.784	84.793	-26,0%	89.958.748	78.208.671	15,0%
Acquaviti	192.960	195.605	-1,4%	181.339.176	185.981.015	-2,5%
• Whisky	84.208	80.754	4,3%	112.911.791	106.836.672	5,7%
•• Bourbon	1.856	4.135	-55,1%	3.144.321	6.904.857	-54,5%
•• Scotch	68.979	64.352	7,2%	84.248.409	81.556.038	3,3%
••• di malto	18.070	16.606	8,8%	29.982.046	33.421.320	-10,3%
••• Blended	50.018	47.653	5,0%	53.627.644	47.946.137	11,8%
• Acquaviti di vino e di vinaccia	39.128	33.653	16,3%	16.046.070	18.577.404	-13,6%
•• Cognac	2.627	3.319	-20,8%	7.954.425	8.930.863	-10,9%
• Rum	57.353	69.876	-17,9%	44.901.588	52.724.574	-14,8%
• Altre	12.270	11.322	8,4%	7.479.727	7.842.365	-4,6%
<b>Totale</b>	<b>294.983</b>	<b>313.555</b>	<b>-5,9%</b>	<b>299.165.805</b>	<b>289.661.701</b>	<b>3,3%</b>

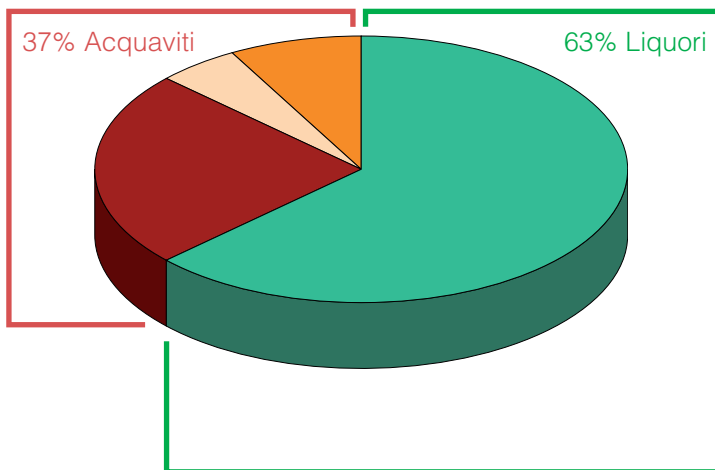
(\*) provvisori  
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 18  
 Importazione ed esportazione di acquaviti e liquori (2006)



**Importazione**

- Altri liquori 21%
- Gin 5%
- Vodka 8%
- Whisky 30%
- Acquaviti di vino e di vinaccia 13%
- Rum 19%
- Altre acquaviti 4%



**Esportazione**

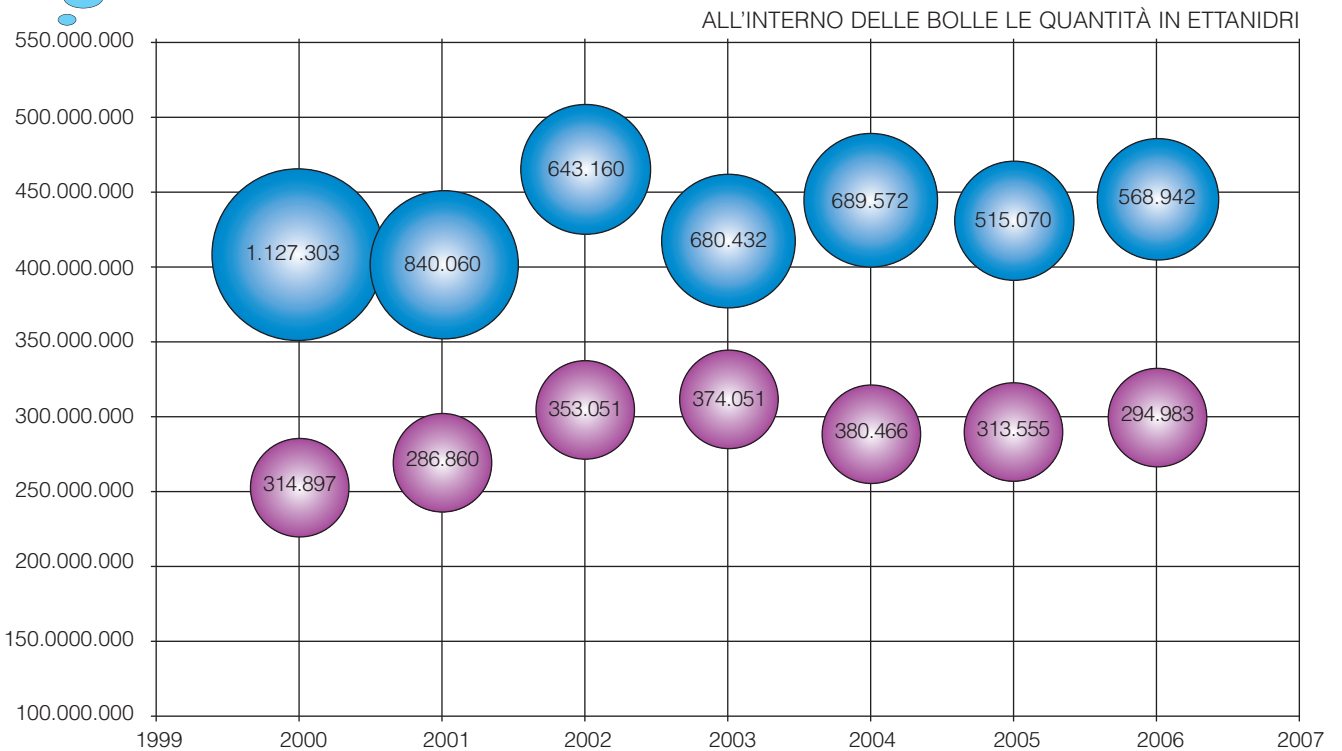
- Liquori 63%
- Acquaviti di vino e di vinaccia 24%
- Grappa 5%
- Altre acquaviti 8%

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT





**Grafico 19**  
**Acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche**

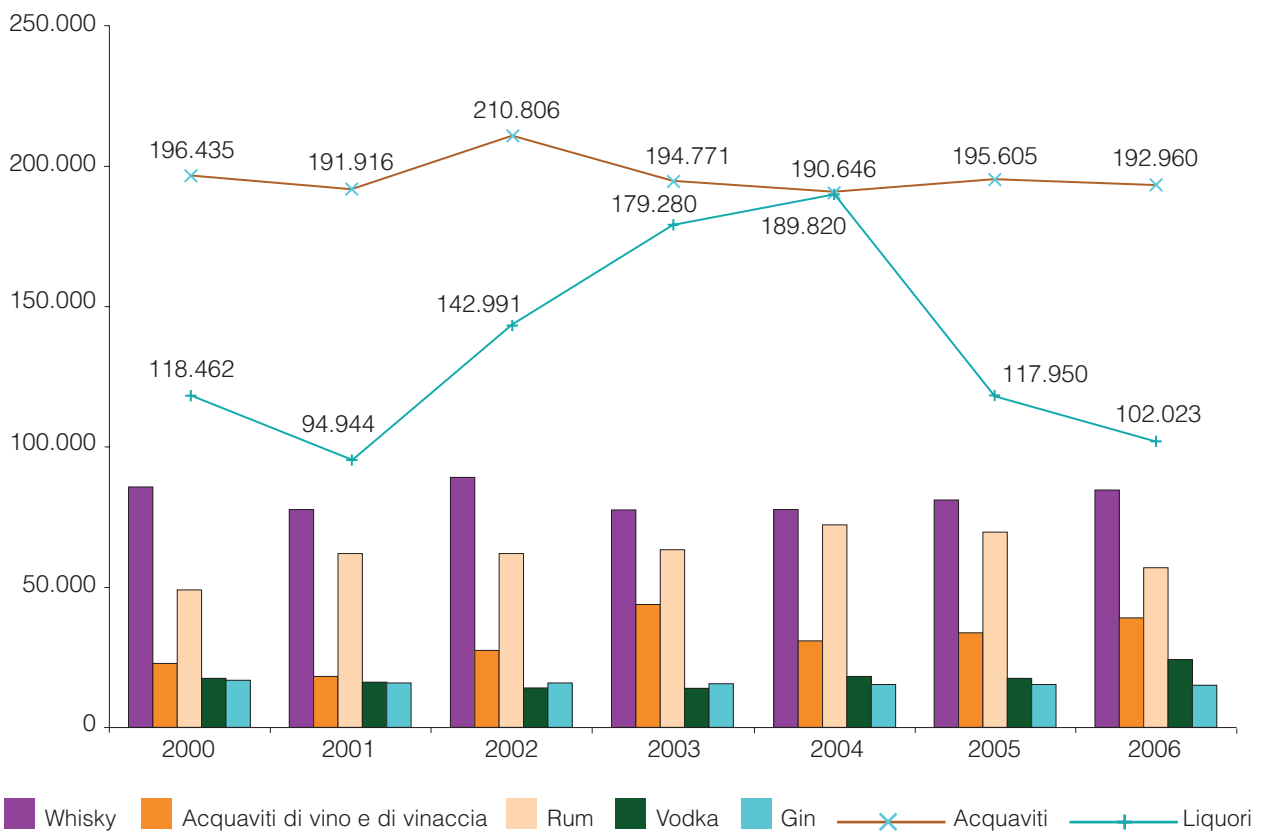


Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

■ Importazioni ■ Esportazioni



**Grafico 20**  
**Importazione di acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche**



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

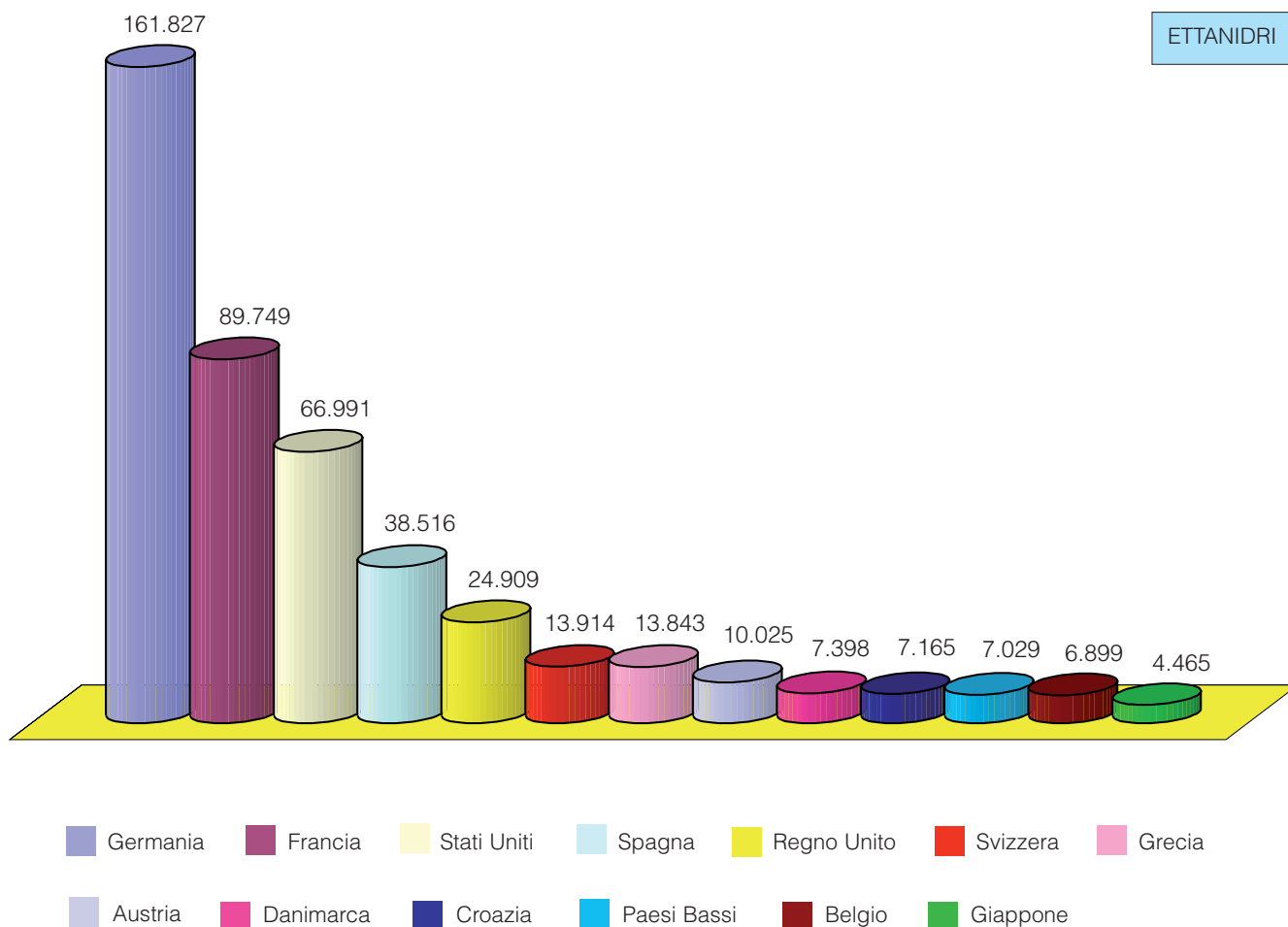
*Tabella 11*  
*Esportazione acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	6.899	8.745	-21,1%	10.016.862	9.648.134	3,8%
Danimarca	7.398	6.968	6,2%	7.216.761	7.403.283	-2,5%
Francia	89.749	79.147	13,4%	26.874.244	33.723.452	-20,3%
Germania	161.827	158.380	2,2%	134.716.619	137.673.375	-2,1%
Grecia	13.843	13.444	3,0%	12.990.871	12.374.139	5,0%
Irlanda	711	442	60,9%	923.687	421.408	119,2%
Lussemburgo	905	883	2,4%	927.403	1.080.036	-14,1%
Paesi Bassi	7.029	6.278	12,0%	12.072.429	11.887.434	1,6%
Portogallo	3.277	3.364	-2,6%	2.586.079	2.563.397	0,9%
Regno Unito	24.909	19.419	28,3%	31.181.057	26.509.989	17,6%
Spagna	38.516	41.991	-8,3%	26.302.230	27.318.451	-3,7%
Austria	10.025	12.256	-18,2%	9.806.995	9.286.222	5,6%
Finlandia	1.184	1.462	-19,0%	2.200.630	2.280.194	-3,5%
Svezia	1.956	1.658	17,9%	2.377.605	2.666.236	-10,8%
Repubblica Ceca	2.679	2.874	-6,8%	1.879.601	1.899.371	-1,0%
Slovenia	2.650	2.779	-4,6%	2.234.625	2.204.846	1,4%
<b>Totale CE</b>	<b>367.734</b>	<b>353.696</b>	<b>4,0%</b>	<b>279.558.100</b>	<b>283.908.924</b>	<b>-1,5%</b>
Australia	2.706	2.369	14,3%	2.293.194	1.945.334	17,9%
Canada	16.842	15.014	12,2%	14.490.731	11.113.765	30,4%
Croazia	7.165	6.925	3,5%	3.437.576	3.219.365	6,8%
Giappone	4.465	6.495	-31,3%	7.675.134	11.982.853	-35,9%
Stati Uniti	66.991	54.796	22,3%	58.674.226	50.087.185	17,1%
Svizzera	13.914	16.462	-15,5%	16.428.509	16.046.004	2,4%
<b>Totale mondo</b>	<b>568.942</b>	<b>515.070</b>	<b>10,5%</b>	<b>444.528.299</b>	<b>429.057.010</b>	<b>3,6%</b>

(\*) provvisori

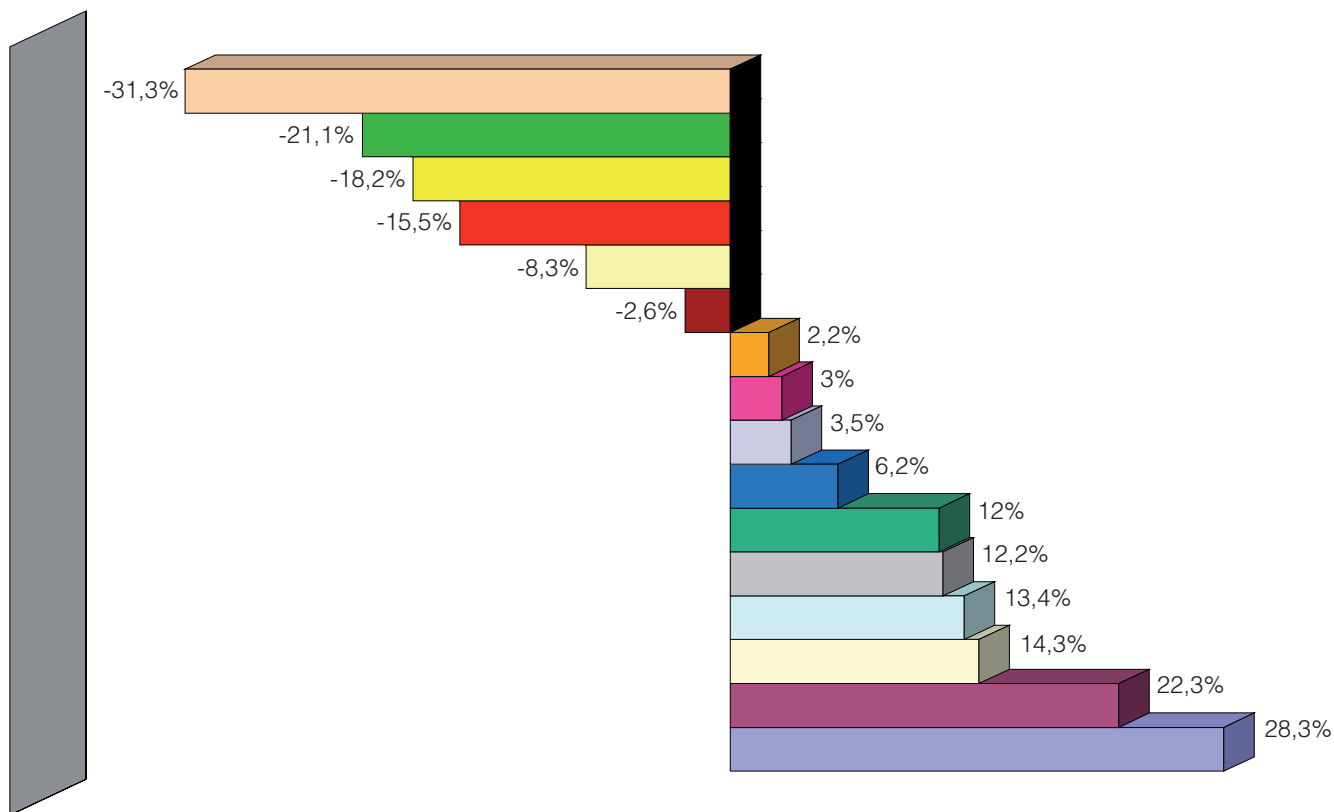
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 21*  
**Principali Paesi di destinazione delle esportazioni di acquaviti e liquori**  
*(per quantità esportate nel 2006)*



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 22*  
***Variazione dei volumi di acquaviti e liquori***  
***esportati verso i principali mercati (2006/2005)***



- Giappone    Belgio    Austria    Svizzera    Spagna    Portogallo    Germania    Grecia
- Croazia    Danimarca    Paesi Bassi    Canada    Francia    Australia    Stati Uniti    Regno Unito

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 12*  
*Esportazione acquaviti*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	998	997	0,1%	1.210.037	1.383.038	-12,5%
Danimarca	334	300	11,3%	633.015	610.690	3,7%
Francia	60.526	45.325	33,5%	8.008.400	8.421.614	-4,9%
Germania	57.800	52.936	9,2%	36.293.121	32.290.773	12,4%
Grecia	395	484	-18,4%	492.088	648.024	-24,1%
Irlanda	63	382	-83,5%	48.598	317.671	-84,7%
Lussemburgo	234	714	-67,2%	333.696	338.521	-1,4%
Paesi Bassi	2.057	1.699	21,1%	4.205.038	4.033.037	4,3%
Portogallo	16	26	-39,1%	38.015	45.152	-15,8%
Regno Unito	1.905	853	123,4%	2.253.419	1.723.749	30,7%
Spagna	7.342	10.890	-32,6%	5.179.578	6.797.882	-23,8%
Austria	4.804	7.340	-34,5%	3.966.934	3.795.101	4,5%
Finlandia	59	42	38,6%	100.034	91.354	9,5%
Svezia	455	157	189,1%	309.310	281.547	9,9%
Repubblica Ceca	344	443	-22,3%	374.668	307.220	22,0%
Slovenia	1.460	1.562	-6,5%	1.069.825	1.142.080	-6,3%
<b>Totale UE</b>	<b>136.850</b>	<b>121.116</b>	<b>13,0%</b>	<b>63.207.747</b>	<b>60.234.712</b>	<b>4,9%</b>
Australia	401	126	218,1%	266.884	137.373	94,3%
Canada	2.264	2.081	8,8%	2.647.836	1.750.763	51,2%
Croazia	3.619	3.397	6,5%	2.574.188	2.246.630	14,6%
Giappone	1.368	1.796	-23,8%	4.387.429	5.799.692	-24,4%
Stati Uniti	17.512	9.066	93,2%	4.823.579	3.390.755	42,3%
Svizzera	4.636	6.952	-33,3%	7.685.563	7.341.539	4,7%
<b>Totale mondo</b>	<b>214.322</b>	<b>165.742</b>	<b>29,3%</b>	<b>110.596.782</b>	<b>99.491.097</b>	<b>11,2%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 13*  
*Esportazione liquori ed altre bevande alcoliche*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	5.091	7.748	-23,8%	8.806.825	8.265.096	6,6%
Danimarca	7.064	6.668	5,9%	6.583.746	6.792.593	-3,1%
Francia	29.221	33.822	-13,6%	18.864.144	25.301.838	-25,4%
Germania	104.013	105.319	-1,2%	98.388.179	105.093.477	-6,4%
Grecia	13.448	12.960	3,8%	12.498.411	11.726.115	6,6%
Irlanda	648	60	981,3%	875.089	103.737	743,6%
Lussemburgo	788	679	16,0%	636.047	765.661	-16,9%
Paesi Bassi	4.972	4.579	8,6%	7.867.391	7.854.397	0,2%
Portogallo	3.261	3.338	-2,3%	2.548.064	2.518.245	1,2%
Regno Unito	23.003	18.566	23,9%	28.927.638	24.786.240	16,7%
Spagna	31.174	31.091	0,3%	21.122.652	20.495.881	3,1%
Austria	5.209	4.899	6,3%	5.819.785	5.410.987	7,6%
Finlandia	1.125	1.419	-20,7%	2.100.596	2.188.840	-4,0%
Svezia	1.501	1.501	0,0%	2.068.295	2.384.689	-13,3%
Repubblica Ceca	2.325	2.426	-4,2%	1.489.523	1.585.768	-6,1%
Slovenia	1.190	1.217	-2,2%	1.164.800	1.062.444	9,6%
<b>Totale UE</b>	<b>230.857</b>	<b>232.427</b>	<b>-0,7%</b>	<b>216.293.058</b>	<b>223.340.265</b>	<b>-3,2%</b>
Australia	2.306	2.243	2,8%	2.026.310	1.807.961	12,1%
Canada	14.579	12.933	12,7%	11.842.895	9.363.002	26,5%
Croazia	3.547	3.528	0,5%	863.388	972.735	-11,2%
Giappone	3.098	4.699	-34,1%	3.287.705	6.179.867	-46,8%
Stati Uniti	49.480	45.730	8,2%	53.850.647	46.696.430	15,3%
Svizzera	9.278	9.511	-2,4%	8.742.946	8.704.465	0,4%
<b>Totale mondo</b>	<b>357.634</b>	<b>350.992</b>	<b>1,9%</b>	<b>336.830.724</b>	<b>331.108.686</b>	<b>1,7%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

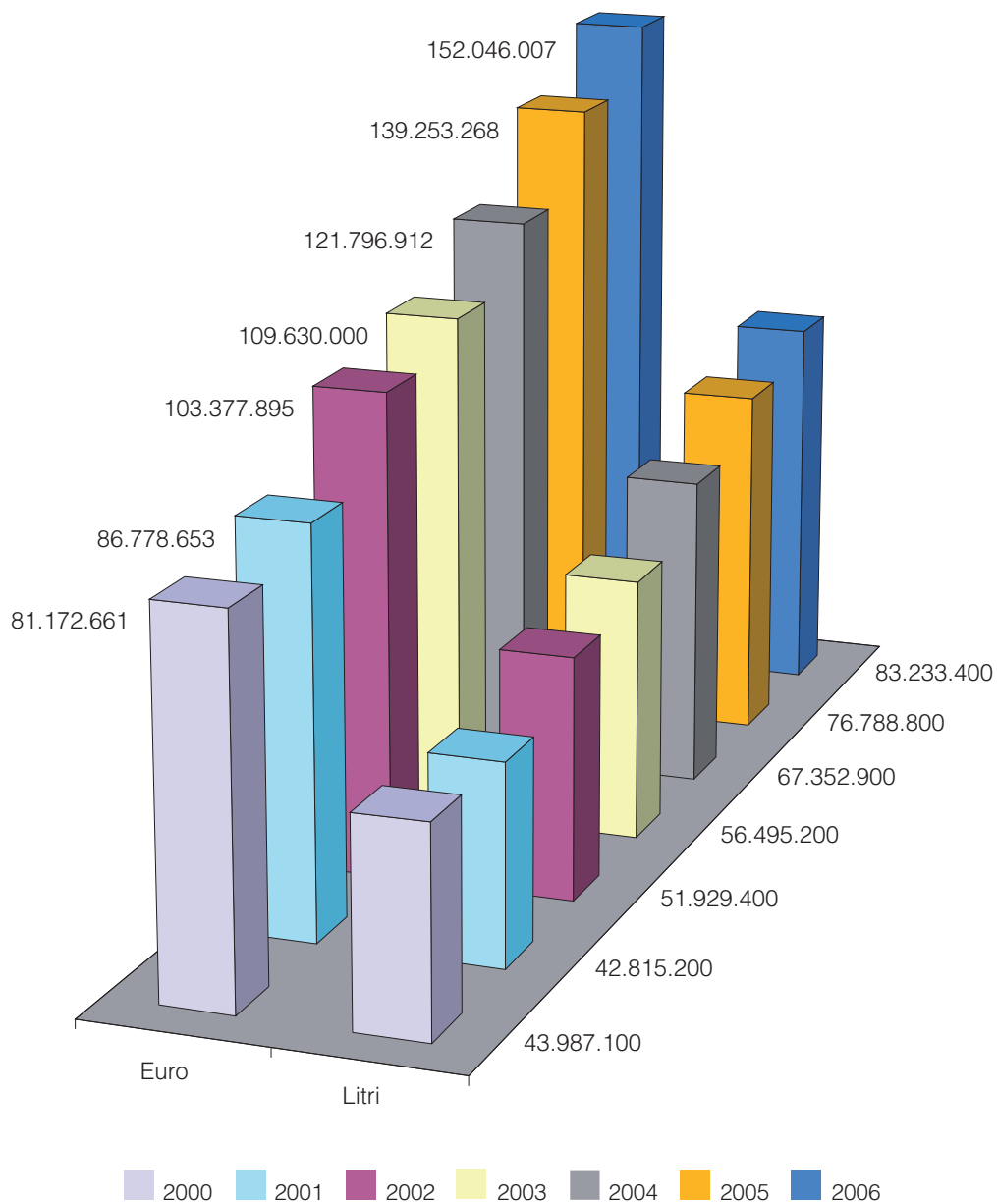
*Tabella 14*  
*Esportazione aceti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2006 (*)	2005		2006 (*)	2005	
Belgio	4.629	4.341	6,6%	1.288.080	1.171.606	9,9%
Danimarca	3.967	3.633	9,2%	1.194.066	1.146.468	4,2%
Francia	87.488	73.463	19,1%	12.383.977	10.078.299	22,9%
Germania	187.742	183.640	2,2%	28.801.175	27.423.269	5,0%
Paesi Bassi	4.278	3.502	22,1%	1.583.181	1.317.962	20,1%
Regno Unito	34.321	32.990	4,0%	10.877.195	10.466.482	3,9%
Spagna	52.573	38.625	36,1%	6.708.954	5.244.546	27,9%
Austria	21.745	16.287	33,5%	4.229.631	3.061.405	38,2%
Finlandia	2.057	2.593	-20,7%	472.531	370.773	27,4%
Svezia	11.000	11.961	-8,0%	2.677.935	2.468.612	8,5%
<b>Totale UE</b>	<b>417.676</b>	<b>377.499</b>	<b>10,6%</b>	<b>72.067.560</b>	<b>64.297.282</b>	<b>12,1%</b>
Australia	29.250	27.931	4,7%	4.913.977	4.779.884	2,8%
Brasile	5.932	4.781	24,1%	1.087.203	922.152	17,9%
Canada	25.472	22.536	13,0%	5.701.440	4.819.194	18,3%
Giappone	7.616	9.444	-19,4%	3.054.580	3.325.800	-8,2%
Stati Uniti	265.072	251.716	5,3%	45.585.802	44.780.243	1,8%
Sud Africa	5.214	5.226	-0,2%	994.431	988.822	0,6%
Svizzera	27.597	26.962	2,4%	9.333.407	7.809.405	19,5%
<b>Totale mondo</b>	<b>832.334</b>	<b>767.888</b>	<b>8,4%</b>	<b>152.046.007</b>	<b>139.253.268</b>	<b>9,2%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

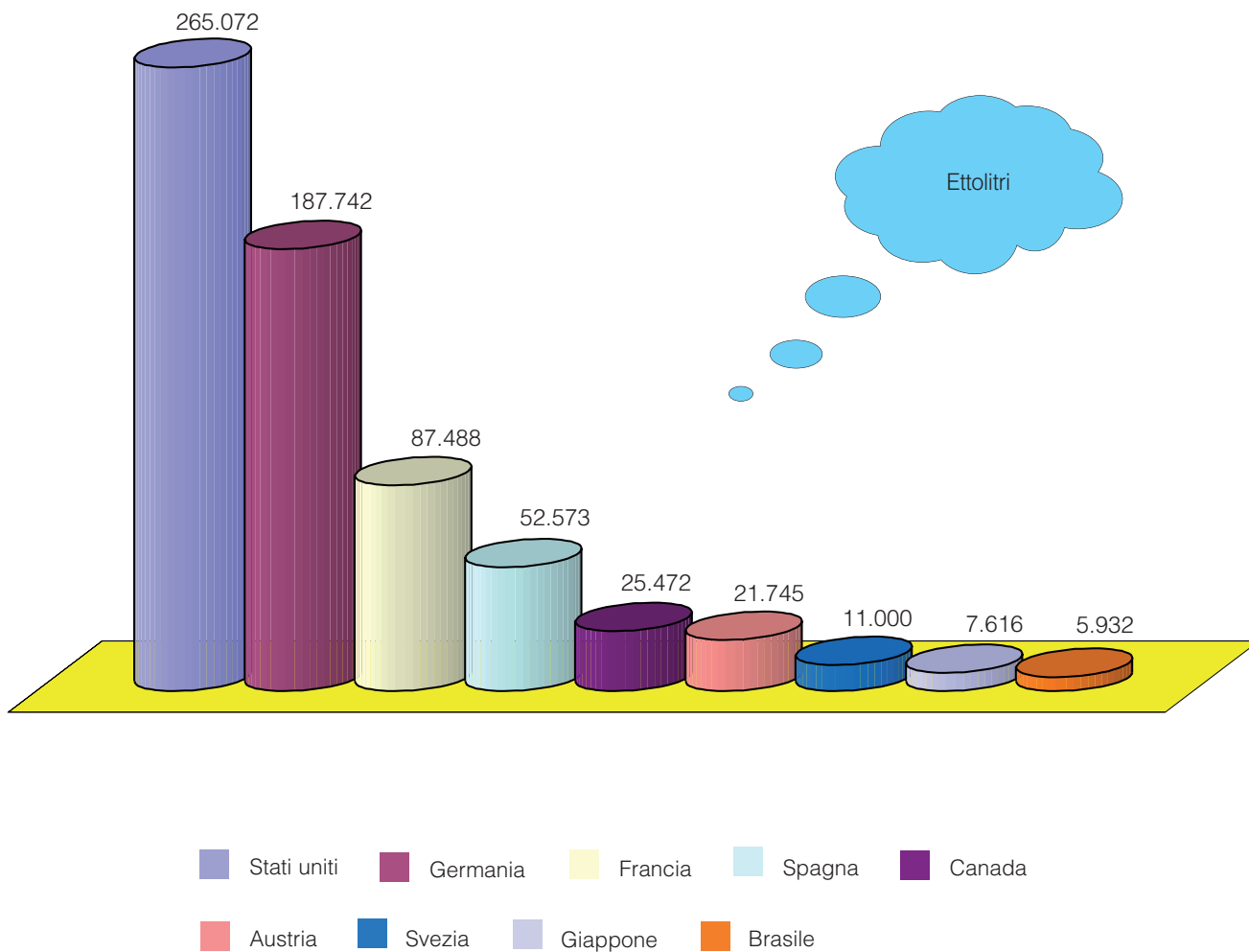
Grafico 23  
L'esportazione di aceti



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

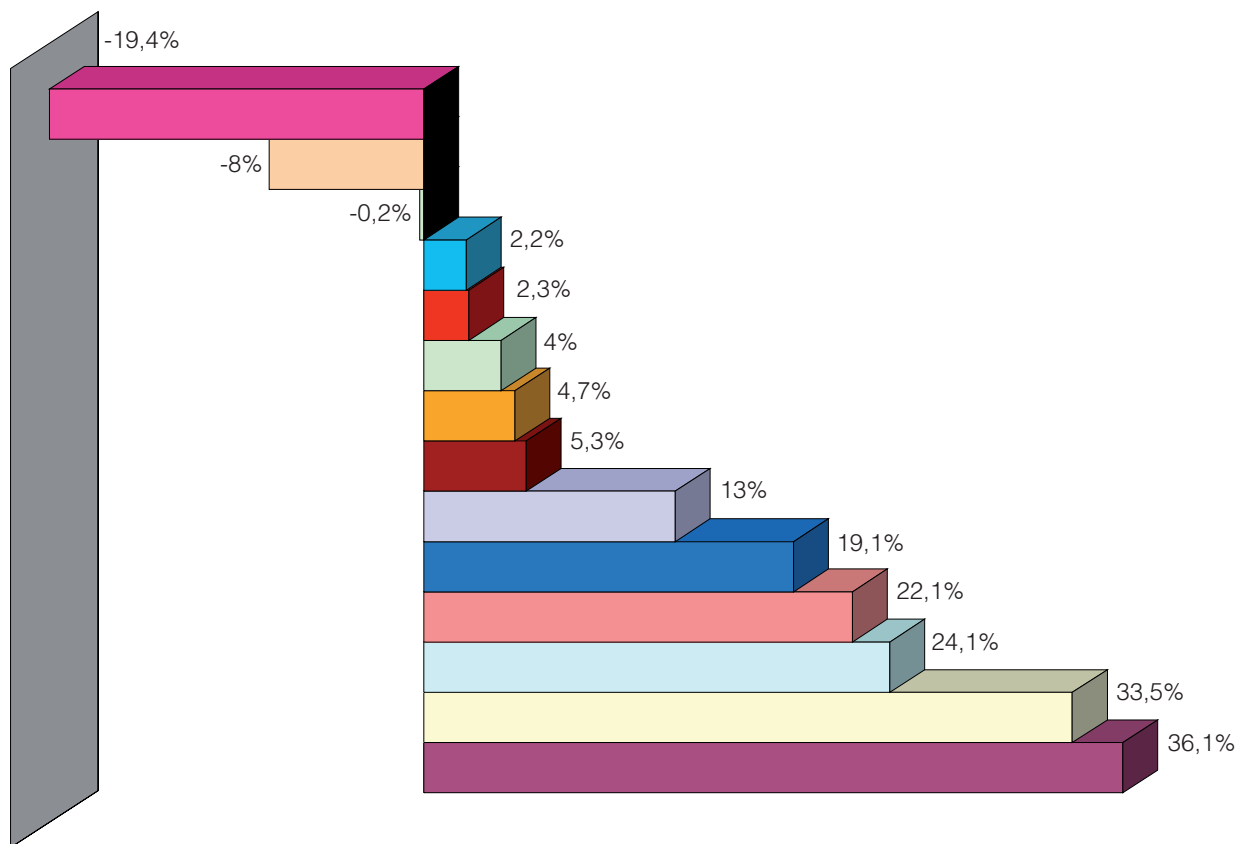


*Grafico 24*  
**Principali Paesi di destinazione delle esportazioni di aceti**  
*(per quantità esportate nel 2006)*



Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 25*  
**Variatione dei volumi degli aceti esportati verso i principali mercati (2006/2005)**



- Giappone
  Svezia
  Sud Africa
  Germania
  Svizzera
  Regno Unito
  Australia
- Stati Uniti
  Canada
  Francia
  Paesi Bassi
  Brasile
  Austria
  Spagna

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 26  
Flusso del vino (2006)

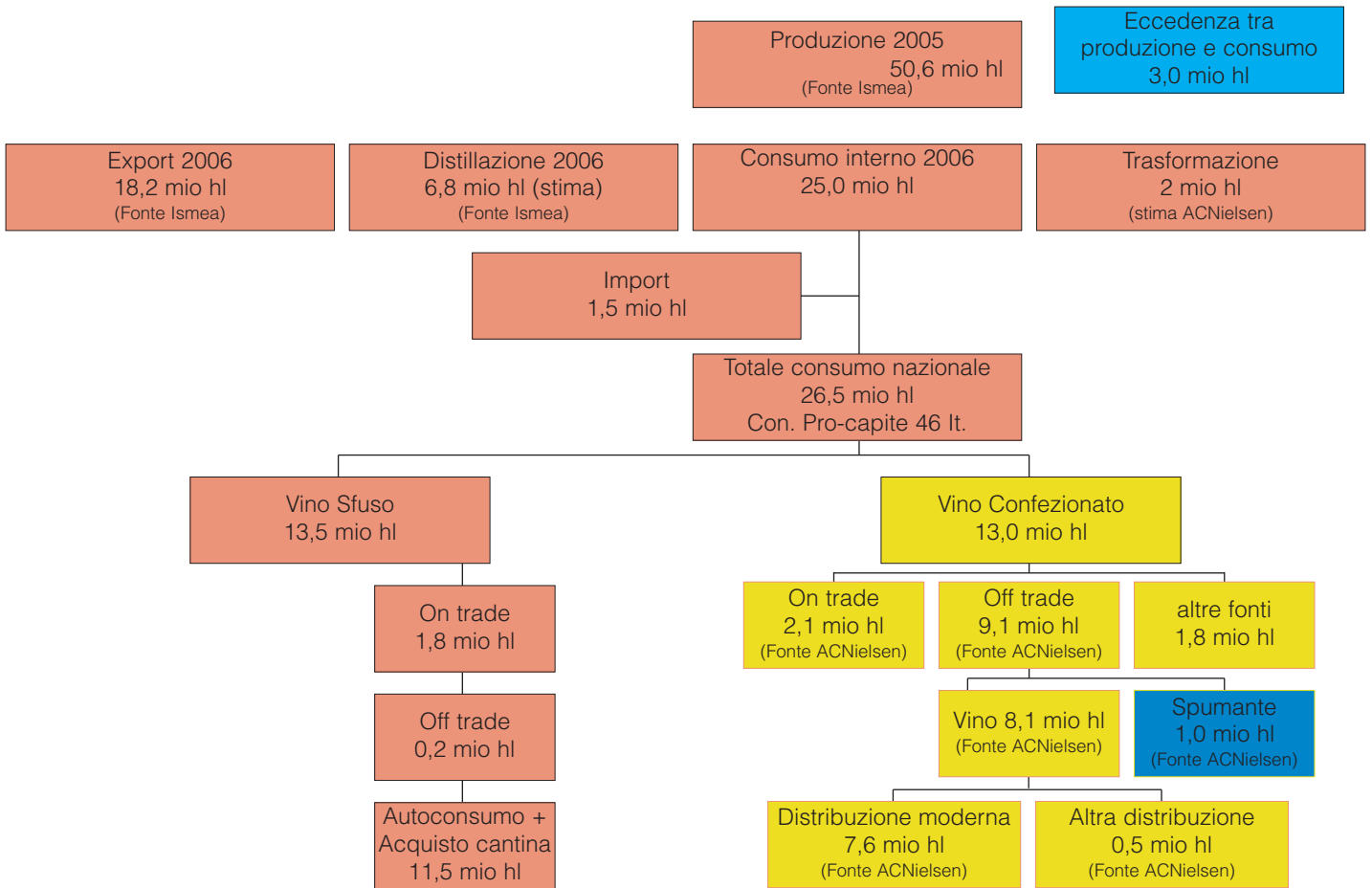


Grafico 27

Vino - andamento dei consumi interni negli ultimi 7 anni - mio hl

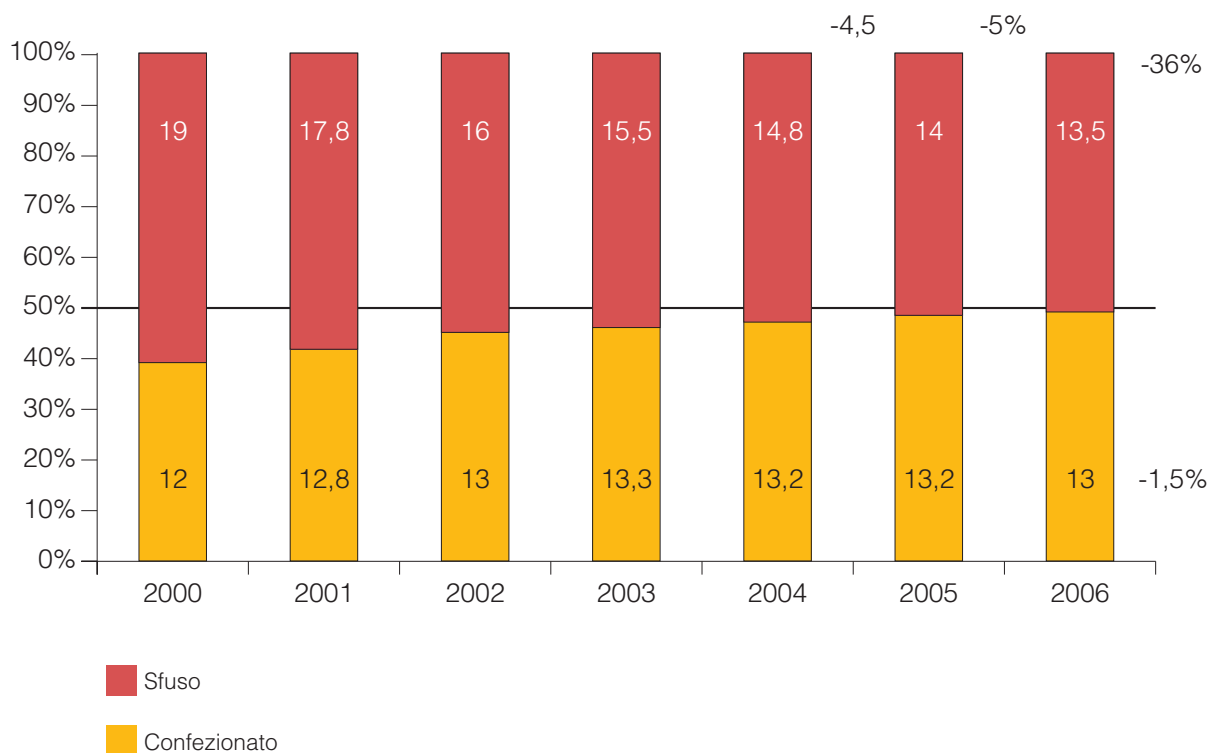
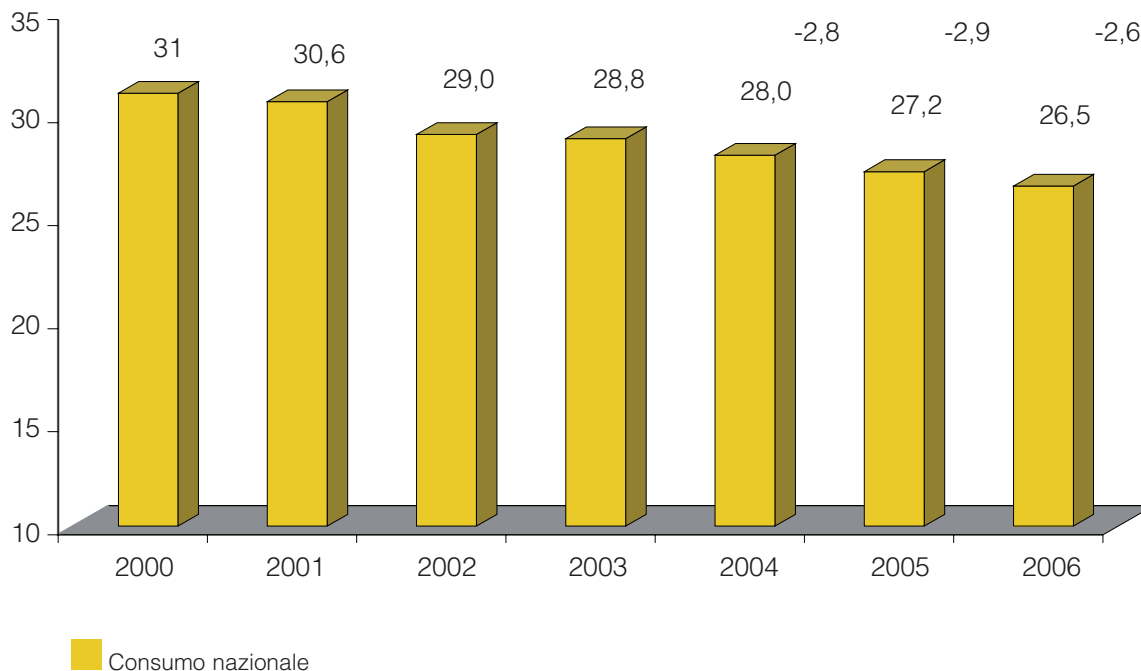
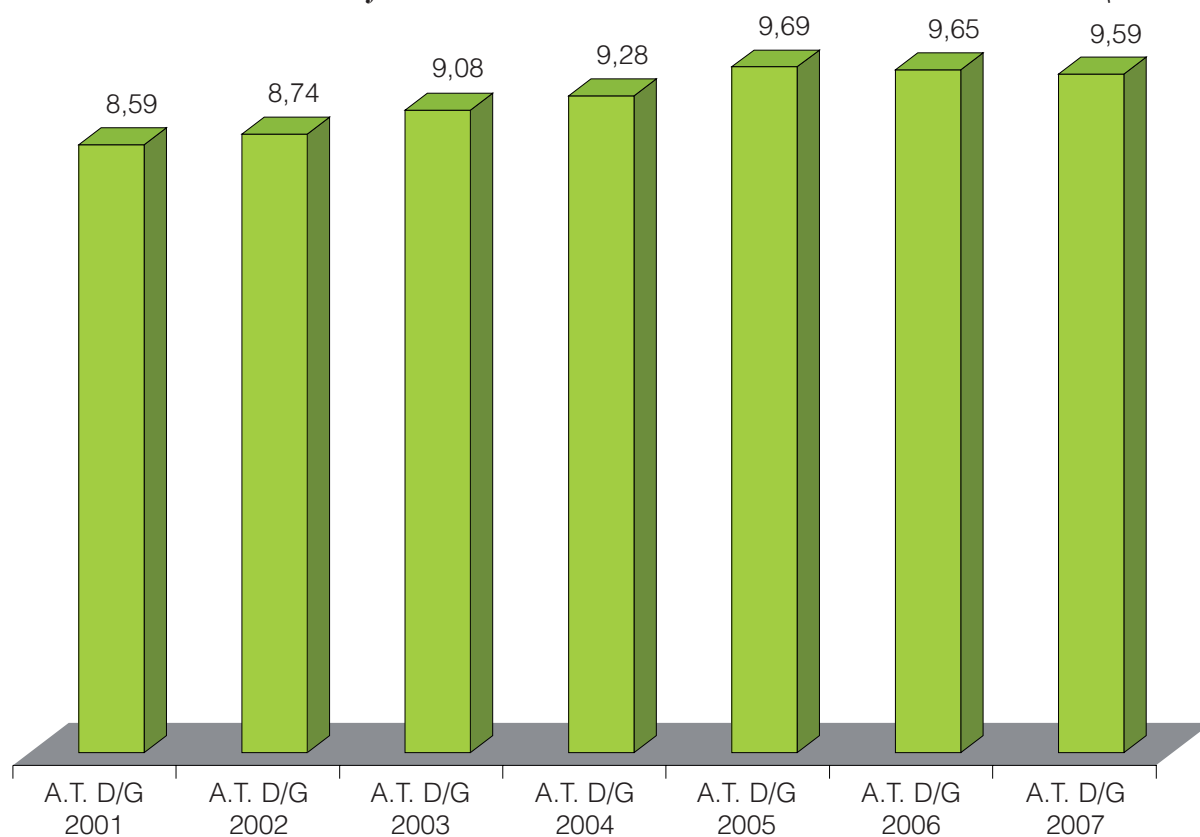


Grafico 28

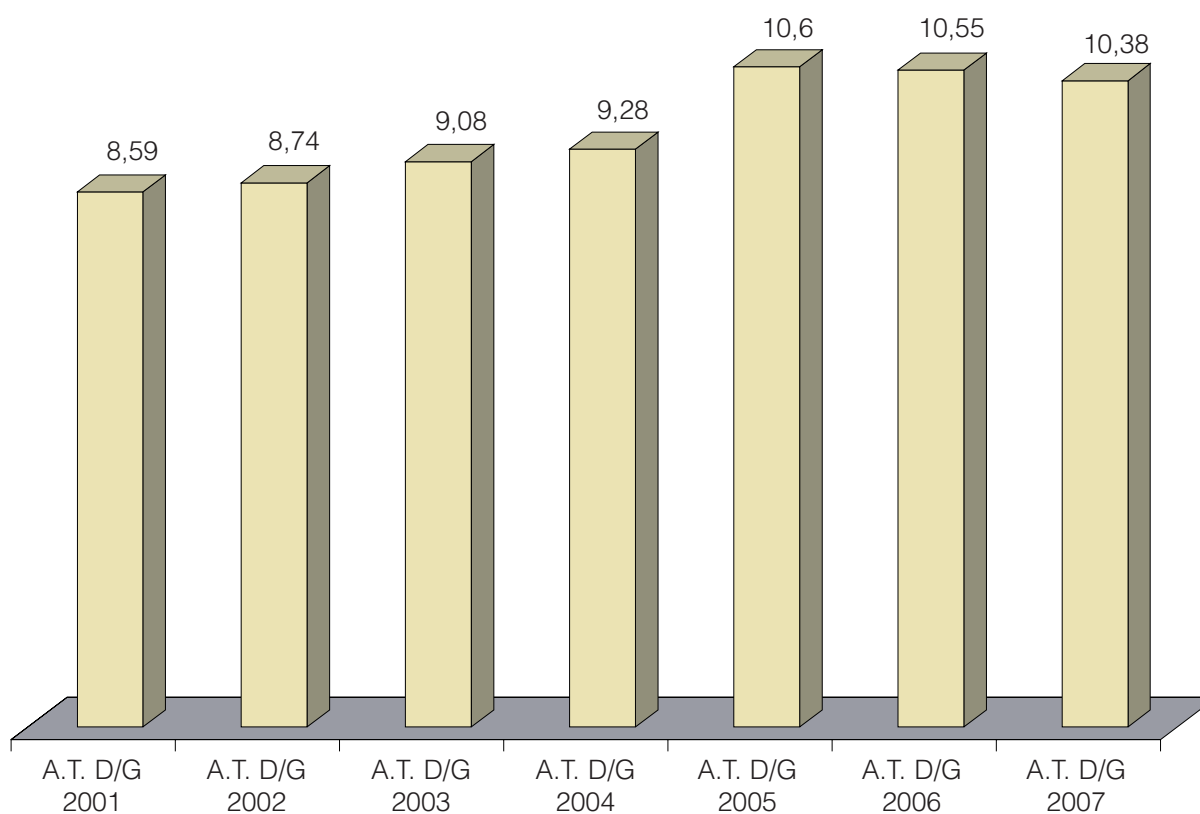
Vino confezionato: il mercato in Italia rilevato da ACNielsen (Excl Grocery)



Vendite in mio di hl

Grafico 29

Vino confezionato: il mercato in Italia rilevato da ACNielsen



Vendite in mio di hl

\*A.T. d/g 05/06/07 contiene anche il canale grocery

Grafico 30

*Totale vino nella distribuzione moderna: il mercato non mostra segnali particolarmente dinamici, il prezzo si conferma sui 2,30 €/lt*

	a.t. D/G 06	a.t. D/G 07
<b>Valore (mio di euro)</b>	<b>1.770</b>	<b>1.768</b>
<b>Volumi (mio di hl)</b>	<b>7,63</b>	<b>7,51</b>

Prezzo medio lt. = 2,354 € + 0,8

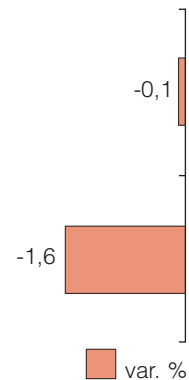
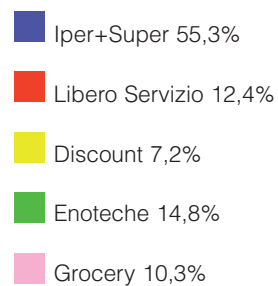
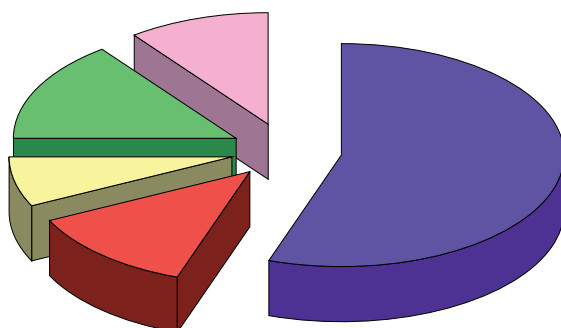


Grafico 31

*Vino: l'incidenza dei canali*

Valore 1,768 mio di €uro



Volumi 7,51 mio hl.

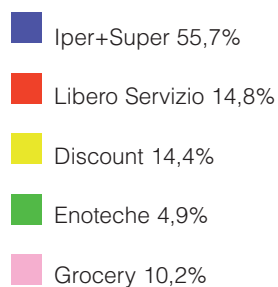
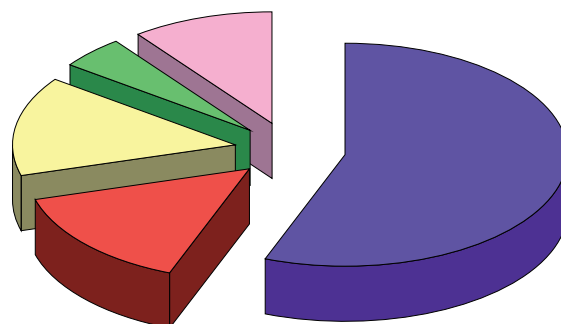


Grafico 32

*Il mercato del vino nella distribuzione moderna 2006: il discount grazie alla continua crescita in volume diventa sempre più importante*

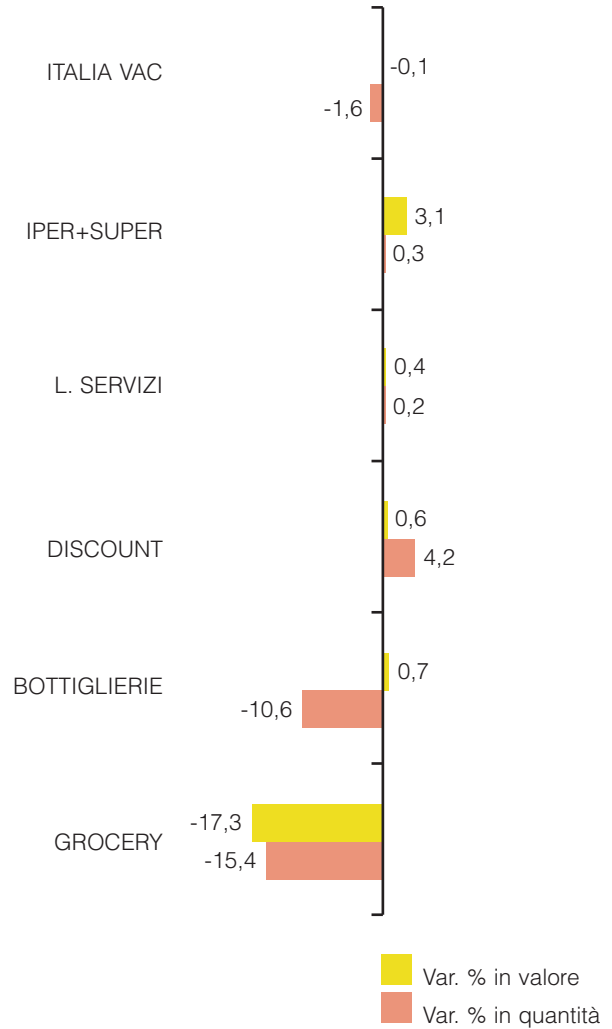
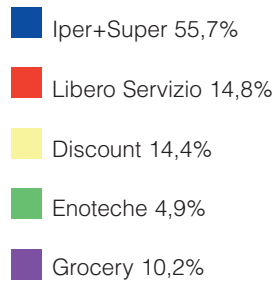
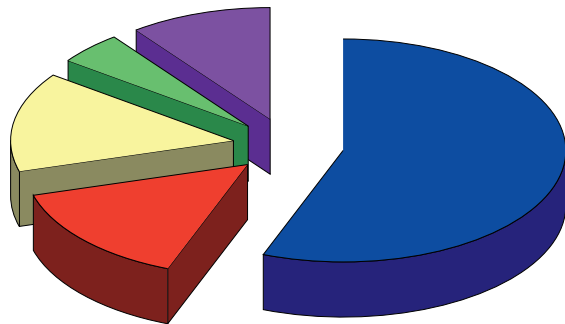


Grafico 33

*Il mercato del vino nella distribuzione moderna 2006: il formato da 0,75lt si conferma Leader di mercato (superato il brik)*

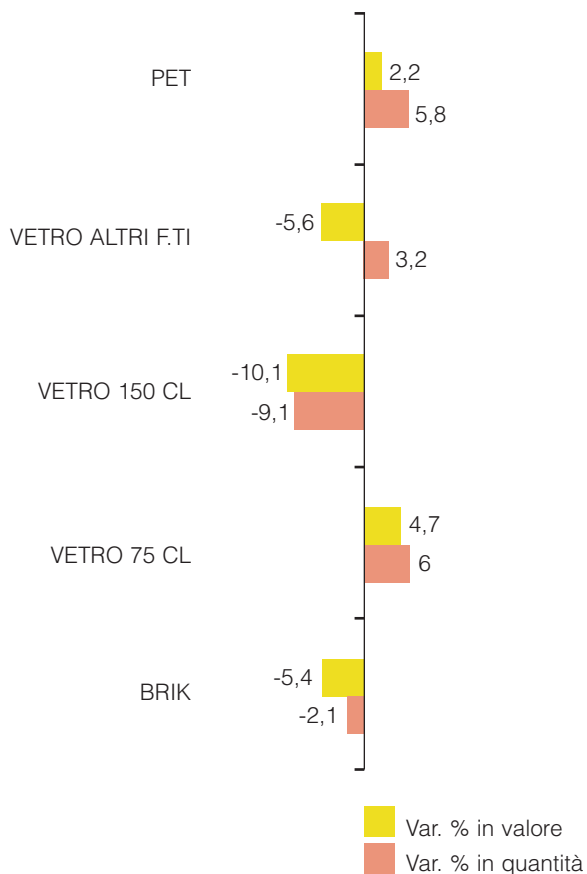
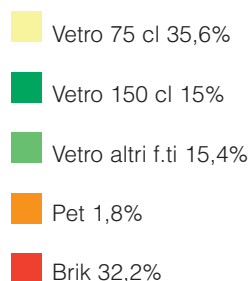
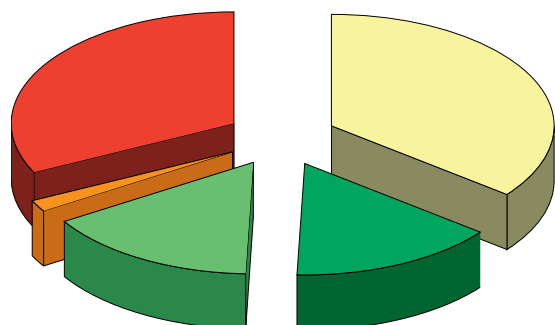
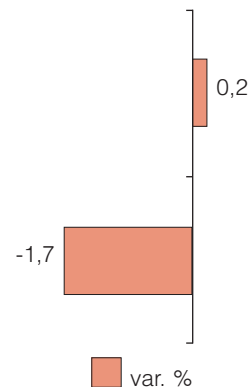


Grafico 34

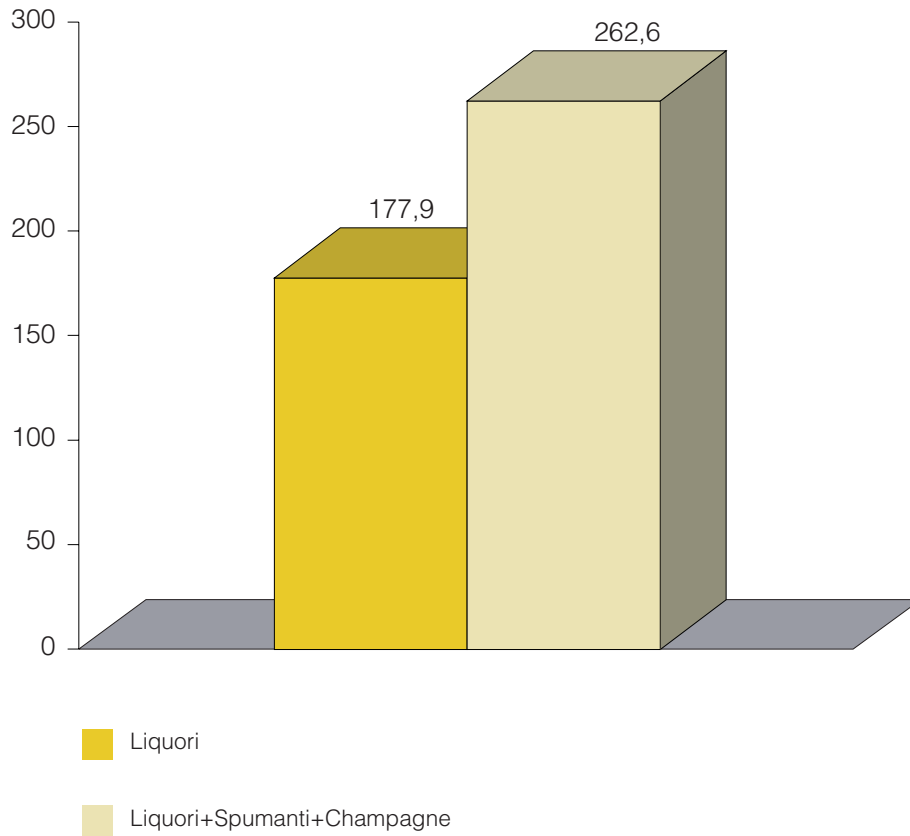
*Totale vino nella ristorazione commerciale: il mercato nel fuori casa riduce la flessione a volume e torna ad essere positivo a valore*

	a.t. D/G 06	a.t. D/G 07
<b>Valore (mio di euro)</b>	<b>916,8</b>	<b>919,2</b>
<b>Volumi (mio di hl)</b>	<b>2,92</b>	<b>2,87</b>





*Grafico 35*  
**La dimensione del mercato italiano 2006 (in mio litri)**



*Grafico 36*  
**La tendenza del mercato italiano 2006 (var% volumi vs 2005)**

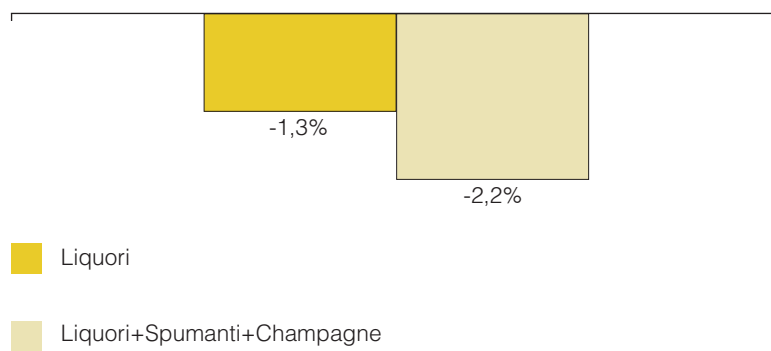


Grafico 37

*La canalizzazione del mercato liquori + spumanti + champagne (2006)*

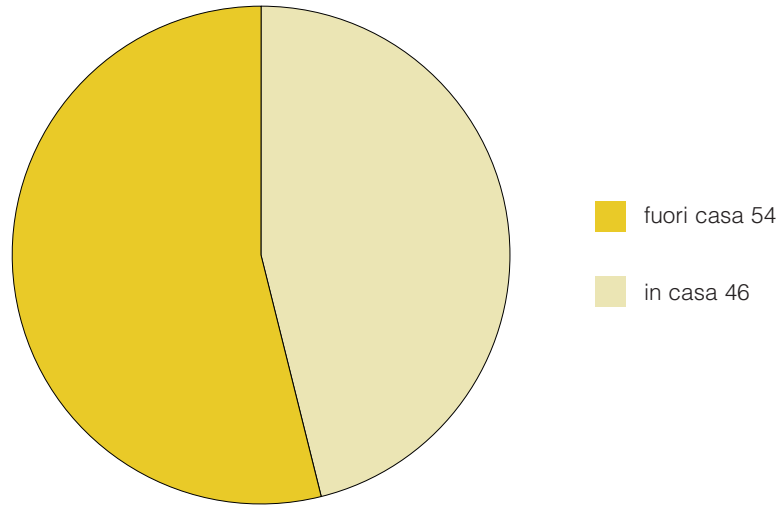
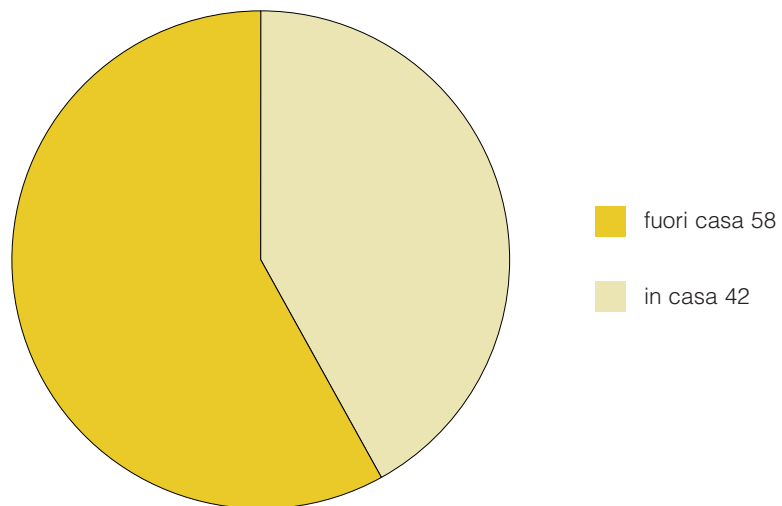
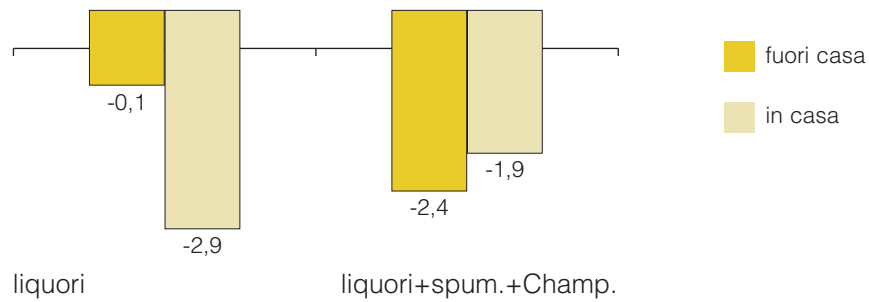


Grafico 38

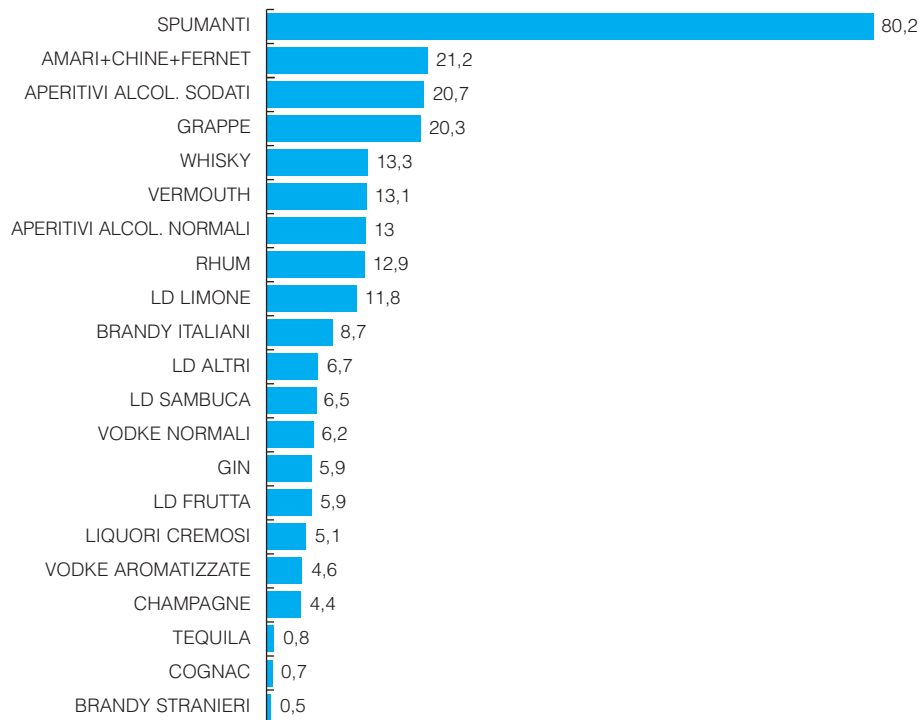
*La canalizzazione del mercato liquori (2006)*



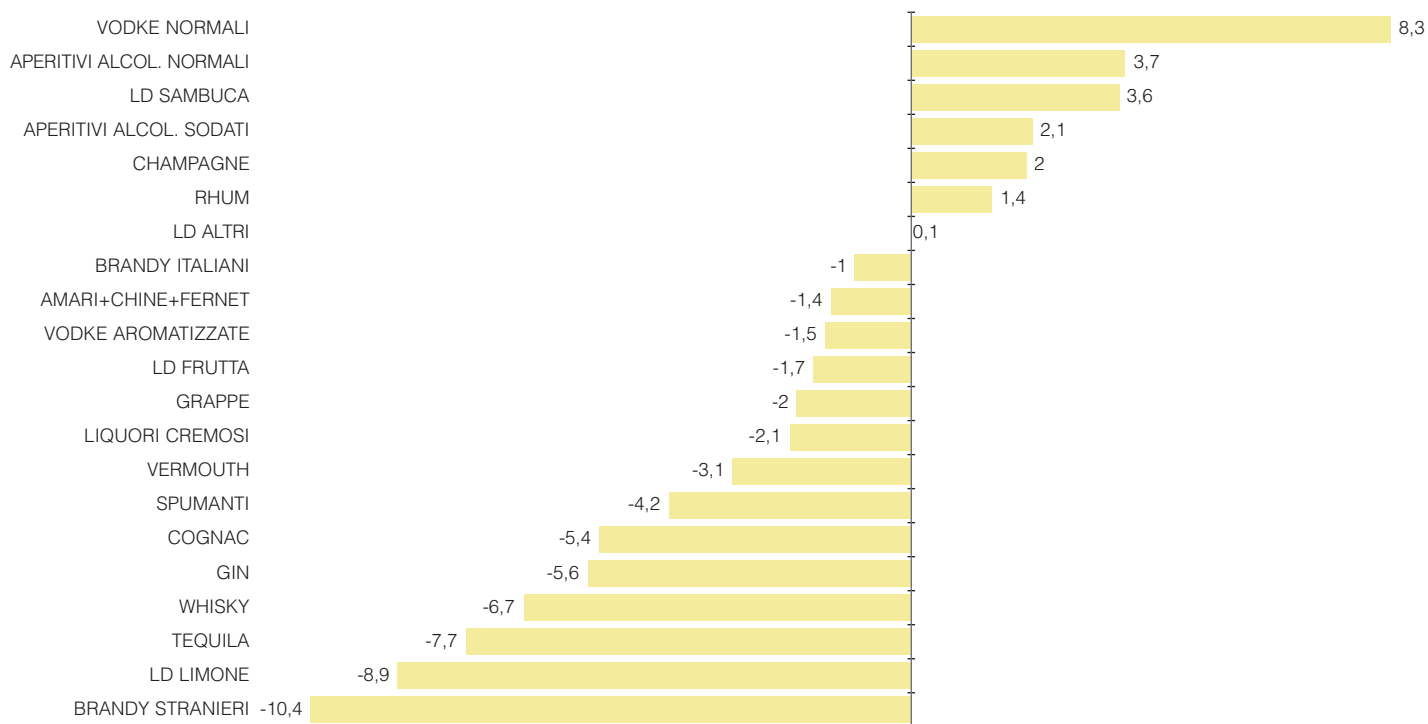
**Grafico 39**  
**La tendenza del mercato italiano 2006 (var% volumi vs 2005)**



**Grafico 40**  
**La dimensione del mercato italiano 2006 (in mio litri)**



**Grafico 41**  
**La tendenza del mercato italiano in volume anno 2006 vs 2005**



**Grafico 42**  
**La canalizzazione del mercato italiano in volume (2006)**

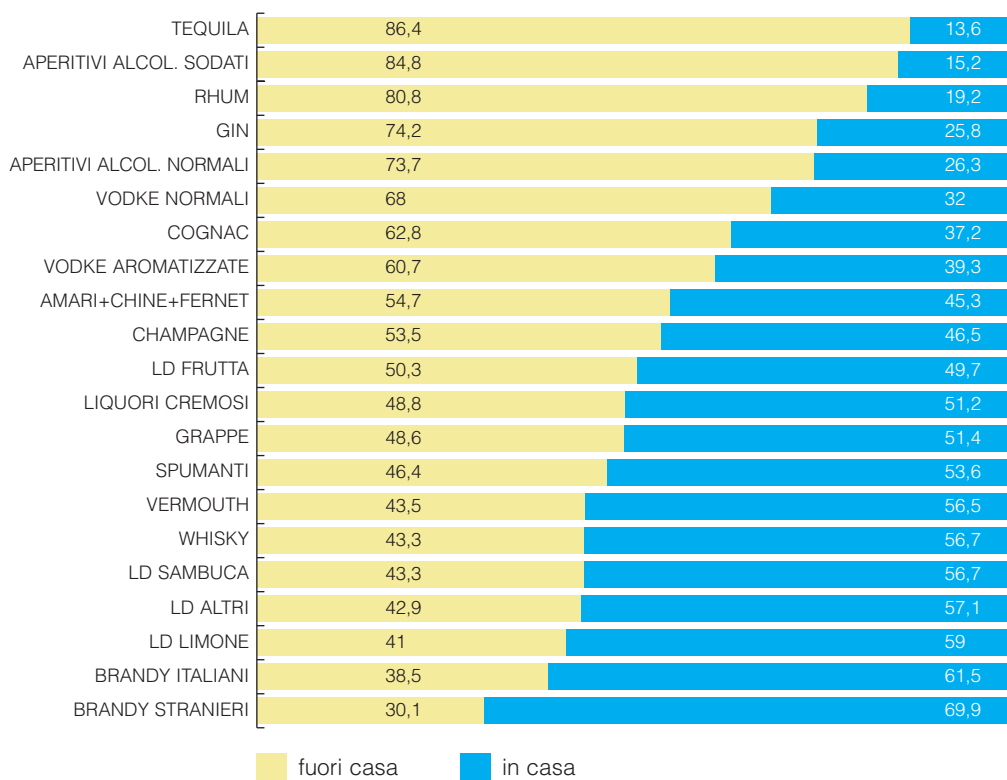


Grafico 43

La tendenza del mercato italiano in volume. In casa: anno 2006 vs 2005

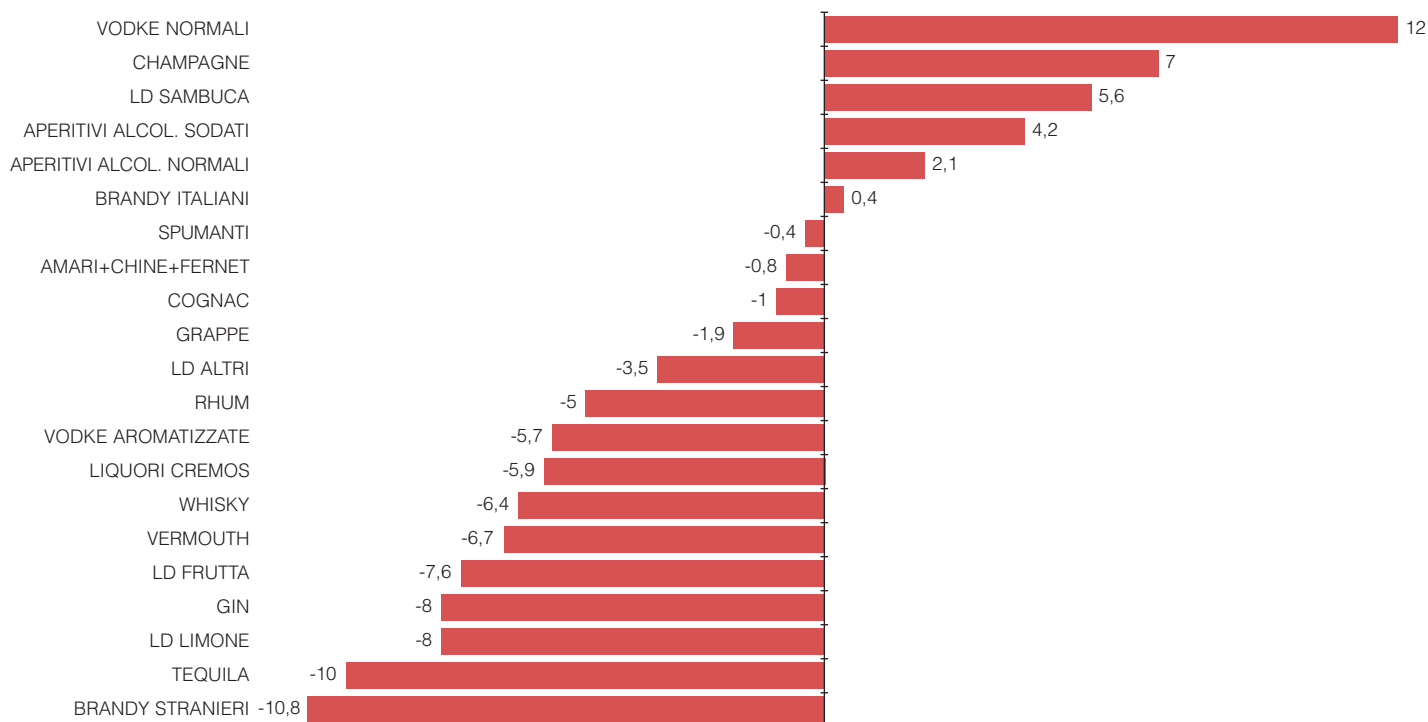


Grafico 44

La tendenza del mercato italiano in volume. Fuori casa: anno 2006 vs 2005

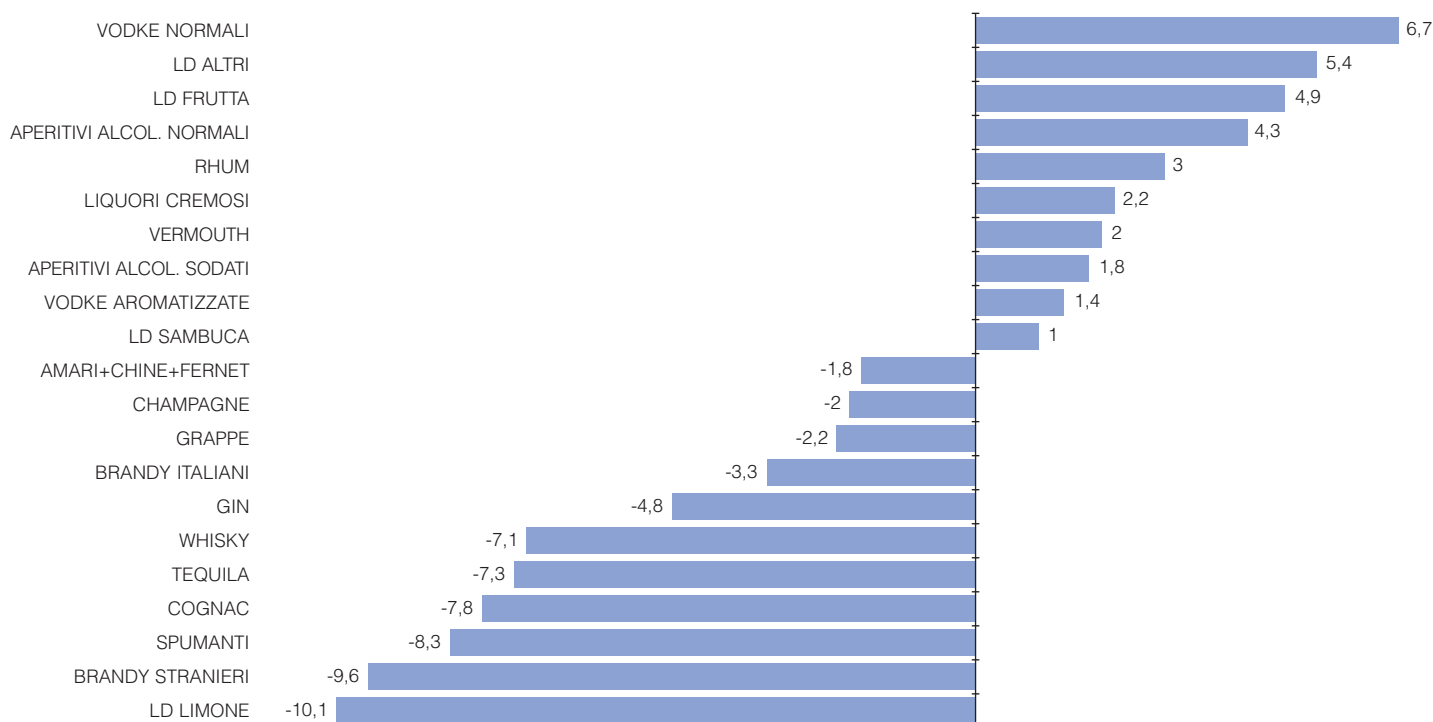


Grafico 45  
 L'universo rappresentato da IRI (Food&Beverage)  
 1 gennaio 2007

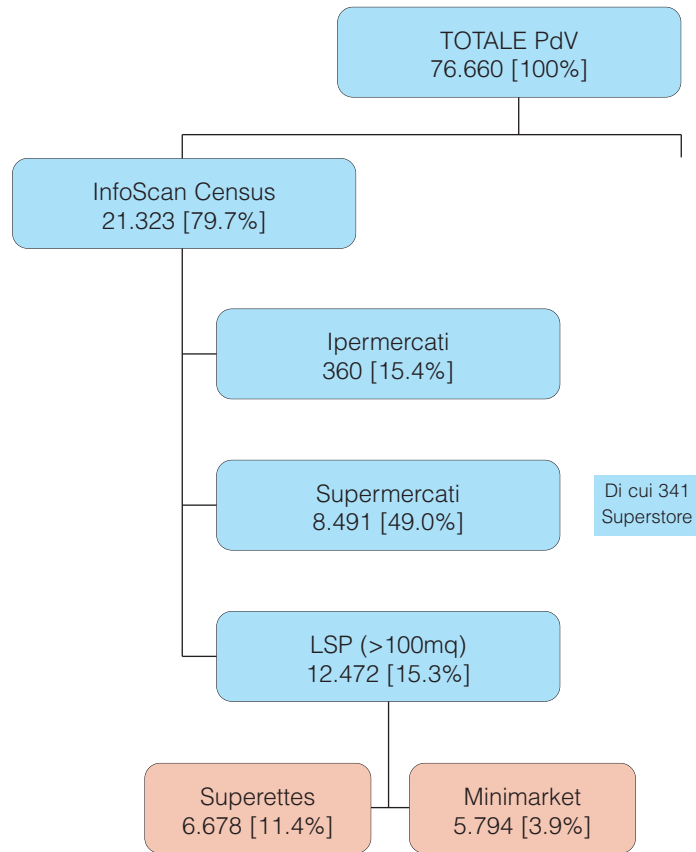


Grafico 46  
Alcolici: dimensione e trend - anno 2006

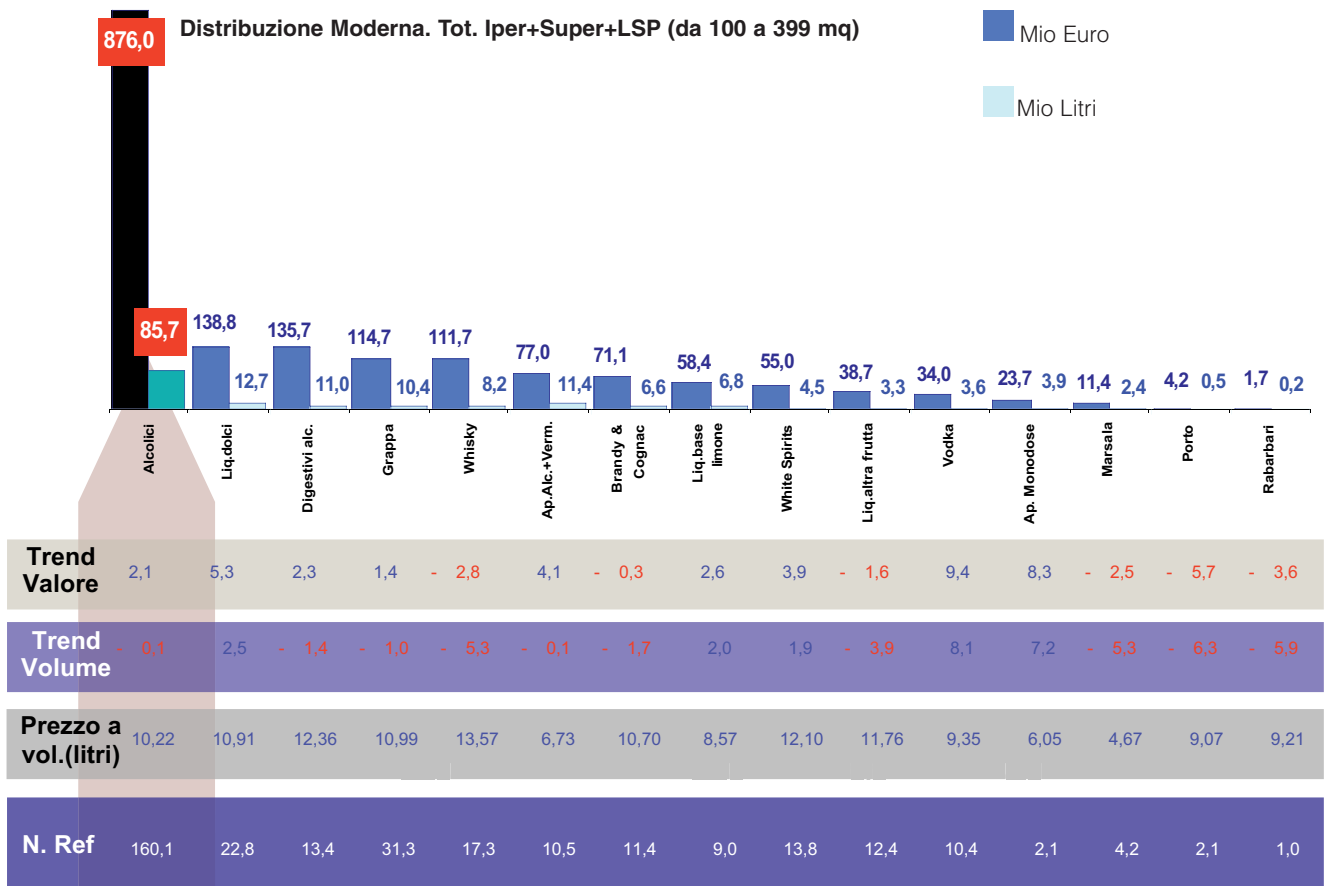


Grafico 47  
Universo Grossisti bevande: la struttura organizzativa

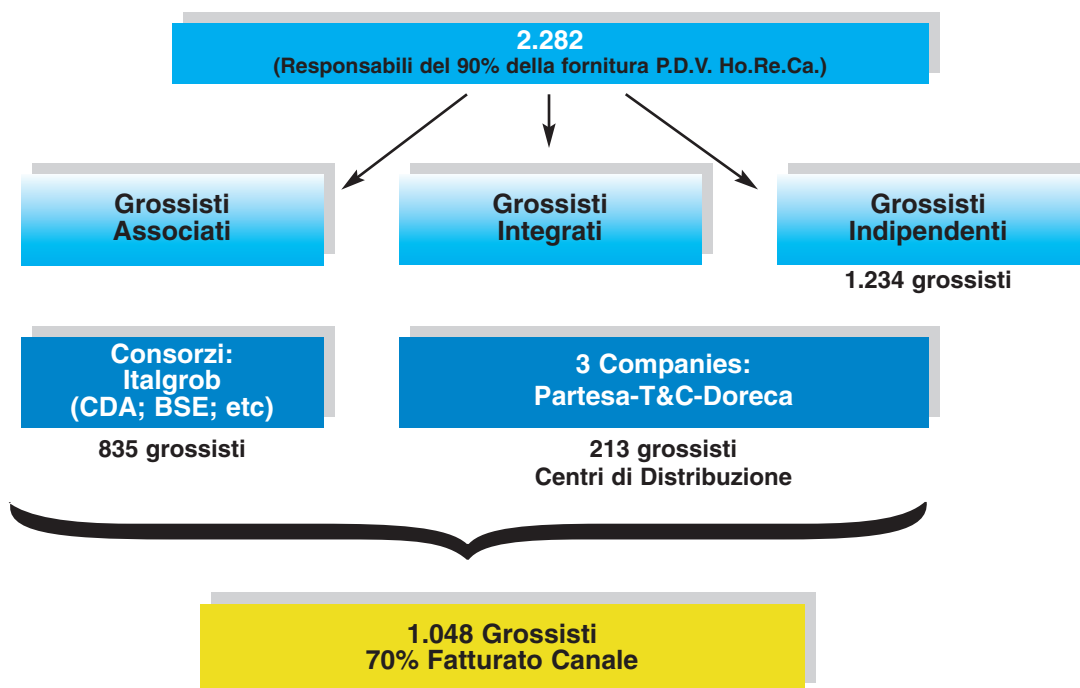


Grafico 48  
Alcolici: dimensione e trend - anno 2006

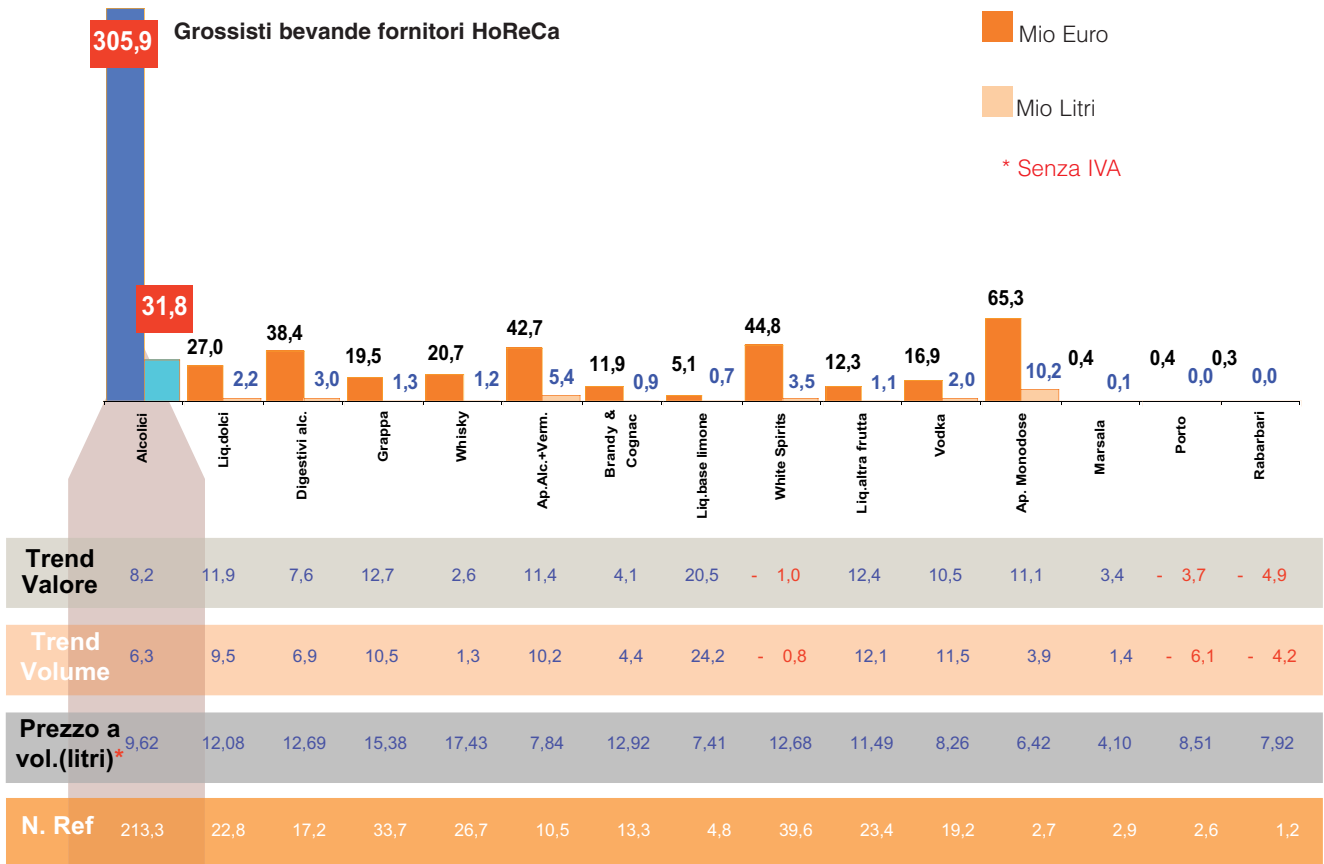


Grafico 49  
Universo cash & carry

superficie media 4.074 mq

Nord Ovest	4.919
Nord Est	3.605
Centro + Sardegna	4.080
Sud	3.728



	PdV	Pot Grocery
Nord Ovest	90	29,2%
Nord Est	98	19,9%
Centro + Sardegna	86	21,8%
Sud	110	29,1%



Grafico 50  
Alcolici: dimensione e trend - anno 2006

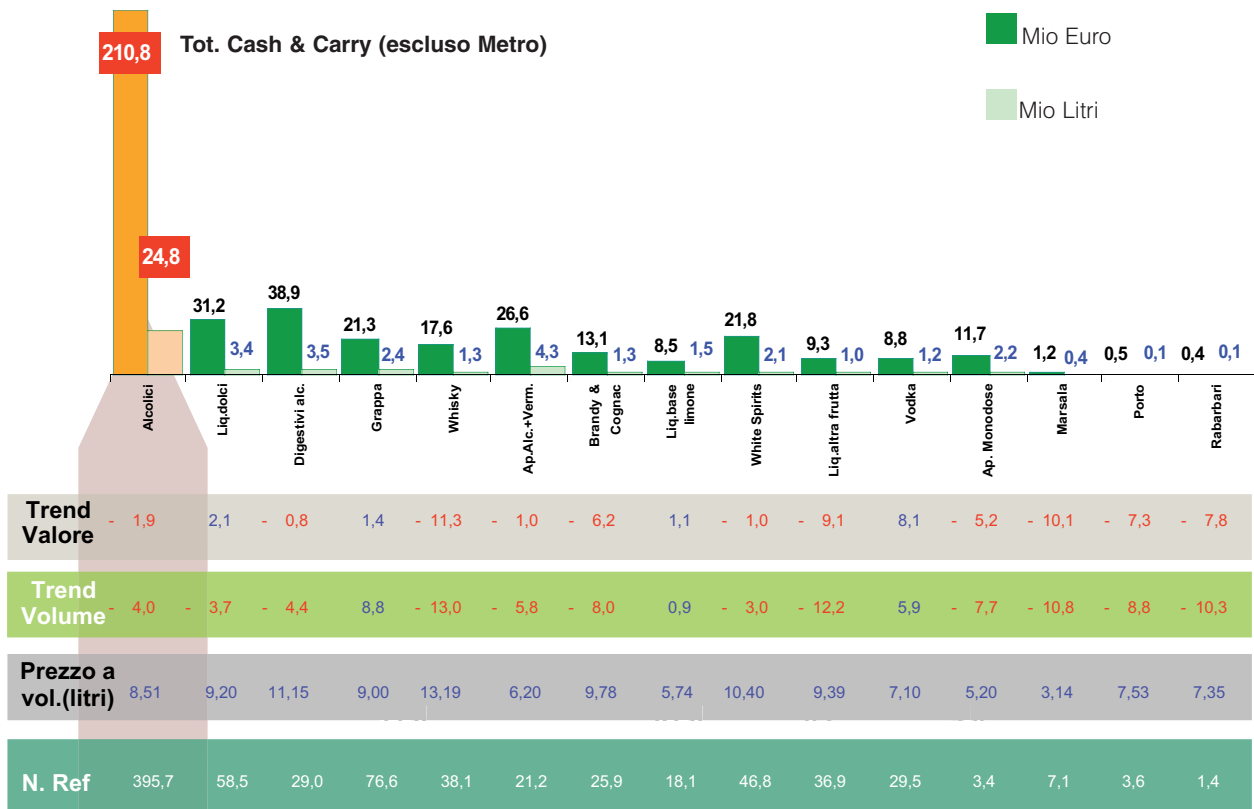


Grafico 51  
Vino: dimensione e trend - anno 2006

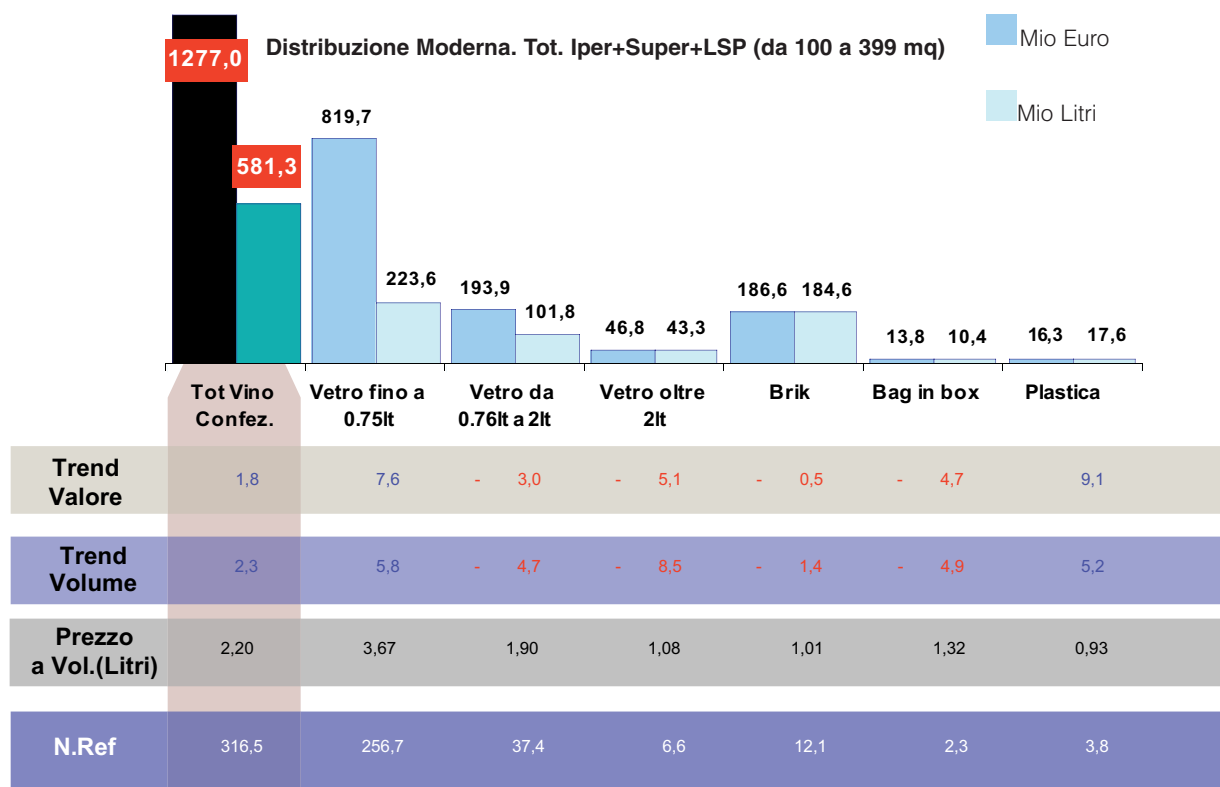


Grafico 52  
Vino: dimensione e trend - anno 2006

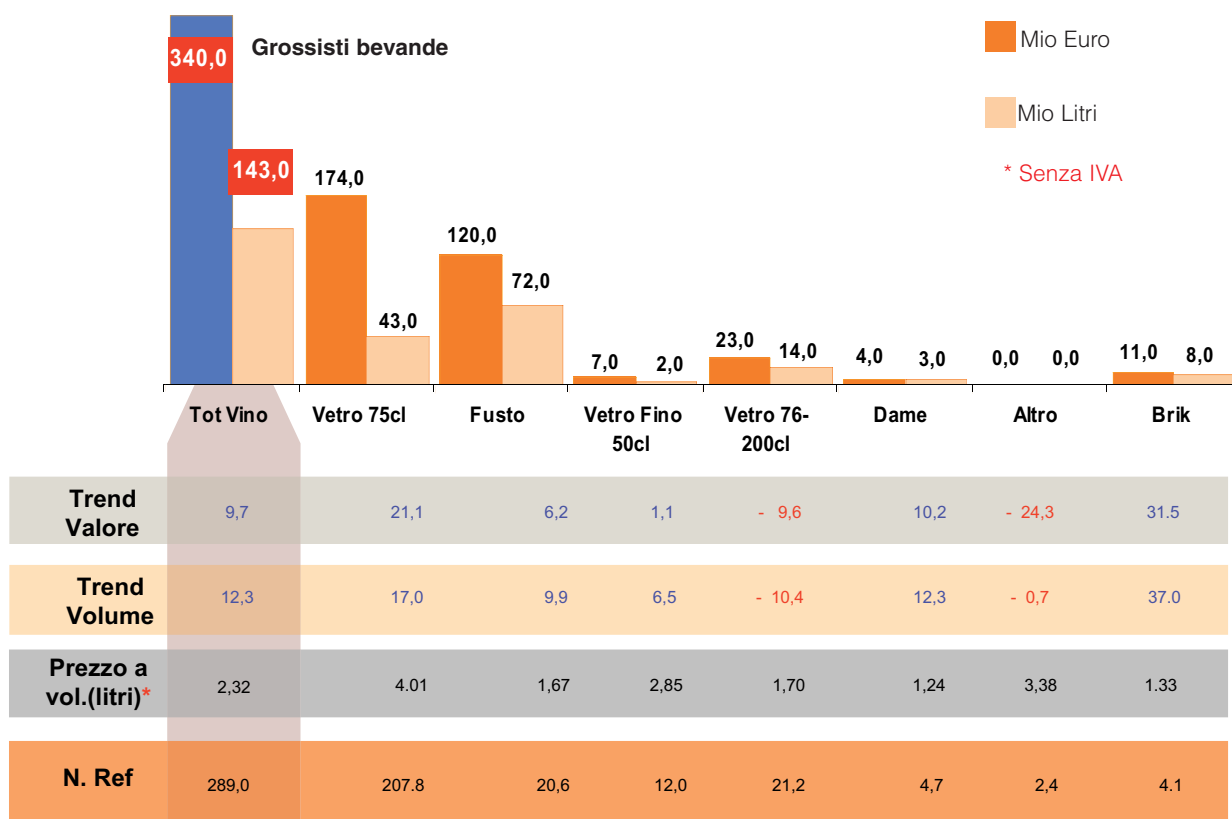


Grafico 53  
Vino: dimensione e trend - anno 2006



Grafico 54

**Aceto: Distribuzione moderna**

L'universo rappresentato da IRI (Food&Beverage) 1 gennaio 2007

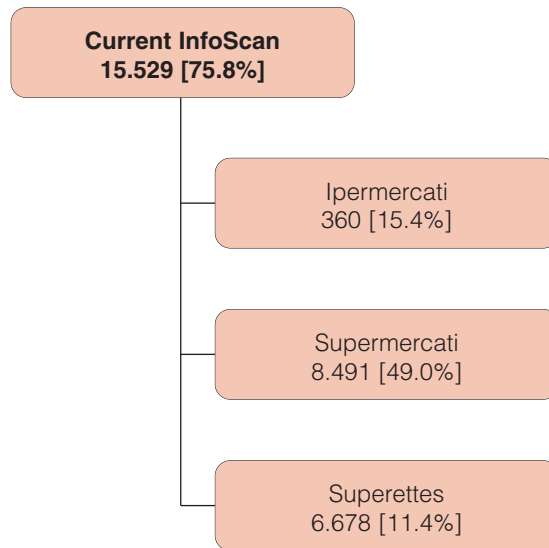
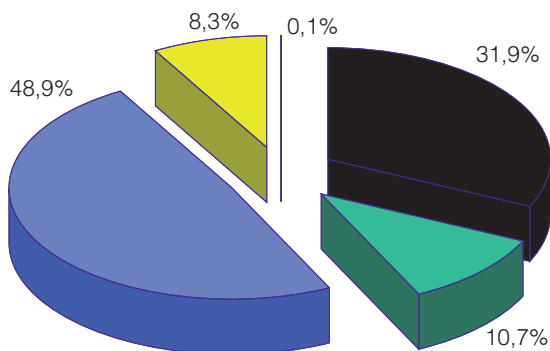


Grafico 55

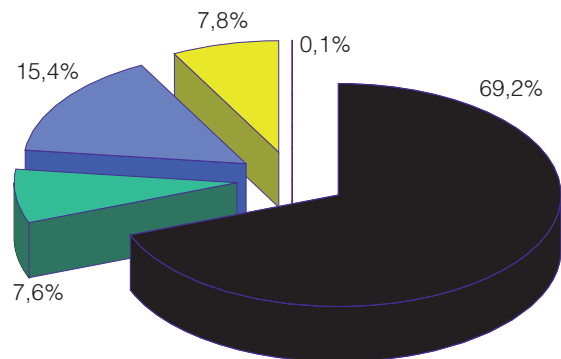
**Aceto: dimensione e trend (2006)**

**tot. aceto valore: 75.5 mio euro; +3,7%**



- Aceto classico
- Aceto di mele
- Aceto balsamico
- Aceto speciale
- Aceto altro

**tot. aceto volume: 45.0 mio litri; -0,8%**





*Indice*

■ I Presidenti della Federazione	3
■ Organi sociali	4
■ Attività della Federvini	5
■ Saluto del Presidente - Considerazioni generali	9
■ Il ruolo nella comunità	10
■ Il commercio internazionale	14
■ Il mercato interno	17
■ Organizzazione comune di mercato - vino	18
■ Riforma del Regolamento 1576/89	23
■ Il tema delle accise	25
■ Riforma della Legge 164/92	27
■ Attività sindacali	29
■ Conclusioni	30
■ Tabelle e grafici	31





