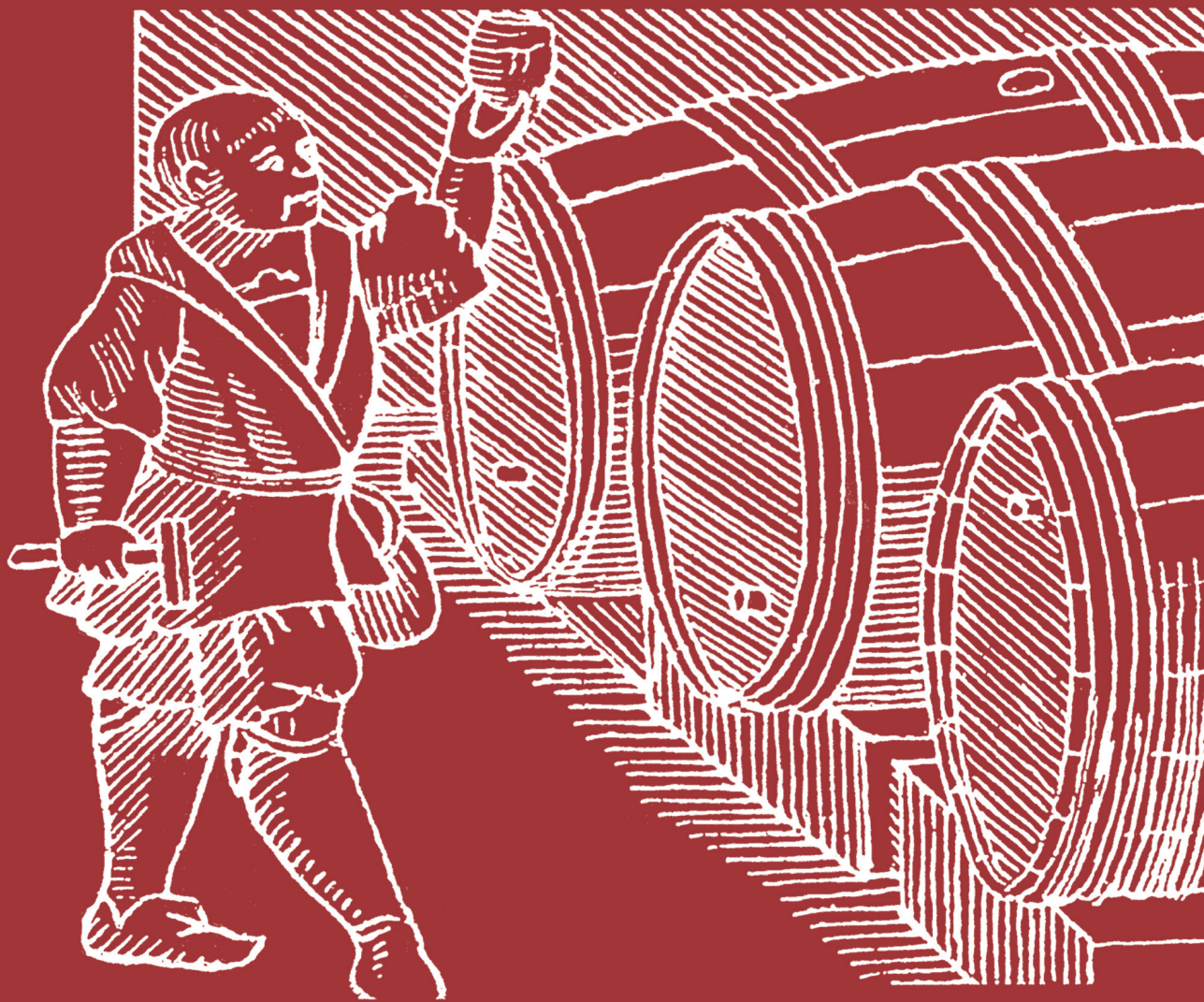


# FEDERVINI

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



Relazione del Presidente Lamberto Vallarino Gancia  
e del Consiglio della Federazione

Assemblea 2009



# FEDERVINI

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



Relazione del Presidente Lamberto Vallarino Gancia  
e del Consiglio della Federazione

Assemblea 2009  
Roma, 1 luglio

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 (2002-2007)  
Dottor Lamberto Vallarino Gancia (2008-)

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

---

*Presidente Generale*

Dottor Lamberto Vallarino Gancia

*Vice Presidenti della Federazione*

Dottor Maurizio Cibrario

Dottor Luca Garavoglia

*Past President*

Professor Piero Mastroberardino

*Presidente della Sezione**Regionale Siciliana*

Dottor Pietro Romano Alagna

*Tesoriere*

Dottoressa Orietta Maria Varnelli

*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 Aldo Davoli

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

Dottor Sandro Sartor

*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 Luca Marzotto

*Vice Presidenti*

Dottor Sandro Boscaini

Dottor Rolando Chiossi

Dottor Renzo Cotarella

Dottor Adolfo Folonari

Cavaliere del Lavoro Giacomo Rallo

Dottor Andrea Sartori

*Presidente del Sindacato Nazionale  
Vini Speciali*

Dottor Giancarlo Moretti Polegato

*Vice Presidenti*

Dottor Stefano Leonangeli

Dottor Alessio Planeta

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 sciropi*

Signor Guido Luxardo Franchi

*Vice Presidenti*

Cav. del Lavoro Francesco Rosario Averna

Dottor Franco Bonadeo

Dottor Niccolò Branca

Dottor Enrico Lavagnino

Dottor Augusto Reina

Dottor Roberto Rizzoli

*Presidente del Sindacato Nazionale Aceti*

Dottor Pierpaolo Di Cosimo

*Vice Presidente*

Dottor Giuseppe Verdi

*Consiglieri Cooptati*

Dottor Pio Boffa

Dottor Etile Carpené

Dottoressa Chiara Lungarotti

Dottor Gianni Marzagalli

**Probiviri**

---

Dottor Pier Francesco Bolla

Dottor Francesco Ricasoli

Dottor Massimo Toschi

**Revisori dei Conti**

---

*Revisori effettivi*

Ingegnere Giuseppe D'Avino

Dottoressa Micaela Pallini

**Direzione**

---

*Direttore Generale*

Dottor Ottavio Cagiano de Azevedo

*Vice Direttore*

Dottor Gian Luca Volpi

## 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*

### *Considerazioni generali*

Autorità, Colleghi e Amici,

ci troviamo per l'annuale appuntamento, il primo del mio mandato alla Presidenza.

La Federazione è da tempo ben presente nella mia Azienda e nella mia Famiglia, visto che sono il terzo rappresentante, seguendo mio nonno e mio padre, a divenire Presidente di Federvini: ma da sole questa tradizione, questa eredità familiare, non mi avrebbero consentito di gestire la Federazione.

Desidero iniziare questa relazione con un caloroso saluto a Piero Mastroberardino non soltanto per come ha gestito il doppio mandato ma soprattutto per lo spirito che ha lasciato all'interno della Federazione, per averne ulteriormente sviluppato l'immagine ed il ruolo, per gli importanti risultati ottenuti. Ancora una volta desidero ringraziarlo insieme a tutti Voi per l'impegno e la competenza.

Questo nostro appuntamento annuale è chiamato a commentare l'anno che si è chiuso di per sé già ricchissimo di accadimenti, ma è chiaro che lo scenario che stiamo vivendo non può esimersi dal collegare il 2008 al primo semestre 2009.

Inizio dunque da quei segnali chiari, palesi e, per quel che riguarda il nostro settore, anche anticipatori della crisi che nella seconda metà del 2008 ha attraversato l'economia mondiale, toccando soprattutto quei sistemi più legati alla economia finanziaria rispetto ai sistemi maggiormente legati ad una economia reale: la crisi, dopo la fase iniziale che ha sorpreso ed allarmato per le dimensioni che si ipotizzavano, ha toccato tantissimi mercati e moltissimi consumatori.

Le criticità sul tappeto restano ancora tante e la situazione economica attuale a livello globale, continua a rimanere una delle principali preoccupazioni, accentuata dalla riduzione del PIL del primo trimestre di quest'anno e dall'incertezza dei rapporti monetari che ne conseguono. Le ridotte dimensioni delle nostre imprese che hanno da una parte consentito di sostenere la crisi grazie ad una flessibilità strutturale, a lungo andare potrebbero non permettere di sostenere una competitività così estrema. Se nel 2008, infatti, se ne è potuto contenere l'effetto - ed i settori rappresentati dalla Federazione hanno avuto anche qualche merito in più rispetto ad altri settori - i primi dati del 2009 mostrano, invece, un andamento diverso in particolare all'esportazione.

Ancora una volta le nostre capacità di adattarci e di essere flessibili vuoi per la varietà nella qualità e tipologia della nostra offerta, vuoi per le dimensioni aziendali, sono riuscite a contenere la battuta d'arresto, risultato che va considerato positivamente.

Misure di contenimento e reazioni anche tempestive ci sono state, occorre riconoscerlo, ed in larga parte coordinate all'interno dell'Unione Europea a dimostrazione della valenza di questa Istituzione: dunque taluni risultati negativi di tappa non possono essere proiettati come risultato finale del giro, tanto più ora che segnali di risveglio, seppure timidi, cominciano a manifestarsi. Vorrei solo ricordare a questo proposito la particolare energia che abbiamo tutti sentito in occasione del Vinitaly a Verona! E colgo subito l'occasione per salutare il nuovo Pre-

sidente di Veronafiere Ettore Riello e ringraziare l'avvocato Castelletti per tutto ciò che ha fatto durante il suo mandato.

Questo momento complesso del mercato mondiale è coinciso con la discussione di grandi riforme comunitarie e nazionali: la considero una coincidenza quanto mai propizia perché consente di agire in profondità guardando ancor più convinti al domani. Non dobbiamo avere paura dei cambiamenti mentre dobbiamo trarre il maggior vantaggio possibile dalle riflessioni comuni con tutti i soggetti attori dei processi di riforma, contando su quella disponibilità alla solidarietà di sistema che le crisi portano a far salire in superficie più agilmente.

Il 2008 ci ha portato la riforma dell'Organizzazione Comune di Mercato per il settore del vino, i cui risvolti si fanno sentire ben oltre la Filiera vitivinicola arrivando a toccare, ad esempio, anche i produttori di Grappa e di Brandy, se solo guardiamo ad alcune turbolenze registrate durante la prima vendemmia con le nuove regole nella raccolta delle vinacce e per la distillazione dei cosiddetti alcoli per usi da bocca.

Il 2008 ci ha portato anche il varo del Regolamento 110, che definisce la grande famiglia delle acquaviti e dei liquori, con un'enorme soddisfazione per il nostro Paese che ha visto finalmente riconosciuta Grappa come nostra esclusiva indicazione geografica.

Le riforme europee inducono cambiamenti di grande portata e pretendono capacità di adattamento anche nei nostri scenari e nelle nostre imprese. Dobbiamo affrontare questo momento con il contributo di tutti, dobbiamo agire nella ferma convinzione che questi strumenti, indispensabili per chiudere una fase economica che comunque ci ha dato grossissime soddisfazioni, andranno a costituire la spinta propulsiva nella nuova fase che sta iniziando.

I nostri settori sono sempre protagonisti e tra i leader mondiali: questo ci impone una doppia responsabilità perché chiamati ad ogni appuntamento a confermare il nostro ruolo; ma nello stesso tempo, dobbiamo essere coscienti del fatto che molti guardano alle nostre mosse per regolare di conseguenza le loro.

Tutto questo deve essere considerato e gestito come un patrimonio che aggiunge forza alla nostra realtà economica e sociale e che deve portarci a rafforzare ancor più la nostra coesione per non far mai mancare in Federazione il contributo di idee e l'impegno: in questo modo la nostra partecipazione ai tavoli di discussione porterà i risultati che in tanti domandiamo alla Federazione.

E se questo primo sguardo d'insieme già testimonia la complessità, il dettaglio che provo ora a fornirVi lo sottolineerà ancor di più: tenendo presente che rimarrò sempre sul piano generale perché è difficile riassumere quelli che sono stati i tanti dibattiti che la Federazione ha affrontato, sostenuto e portato avanti dall'Assemblea dello scorso anno.

Però un altro saluto mi sembra doveroso ed importante: ho citato poco fa la solidarietà e mi sembra giusto a questo proposito inviare un saluto alle popolazioni dell'Abruzzo provate dal terremoto. Ci sono stati gesti di generosità immediata che stanno permettendo di superare la fase iniziale assai critica: il saluto di questa Assemblea vuole essere un ulteriore, piccolo segnale per dimostrare che vi è grande attenzione perché siano superate quanto prima le situazioni di grave disagio.

*I consumatori, l'immagine dei prodotti, il nostro impegno*

Credo non sorprenda nessuno se anche quest'anno entriamo nel vivo dei nostri temi con questo paragrafo: taluni fenomeni sociali sono portati ad incidere profondamente sulla immagine dei nostri prodotti ed il sistema della comunicazione, pur con importanti eccezioni, non sembra almeno finora aver contenuto una tendenza sensazionalistica che interessa e vede coinvolti i nostri prodotti, tanto da essere quasi più facile contare i pochi giorni in cui notizie contro il consumo di alcol non sono state diffuse o riprese.

La complessità del tema è sotto gli occhi di tutti, con gli incidenti stradali legati alla guida in stato di ubriachezza e gli eccessi giovanili che muovono, noi produttori per primi, a discutere sul da farsi. Purtroppo la facilità di alcuni messaggi e le proposte di soluzioni "in tempo reale" con richieste di immediati divieti, non consentono un confronto che dovrebbe invece essere impostato con maggior serenità di giudizio per cercare di individuare gli interventi più opportuni ed efficaci.

Siamo passati dalla necessità di aumentare i controlli lungo le strade, soprattutto nelle ore serali e notturne, attività opportuna ed indispensabile anche come vera opera di prevenzione, ad una sorta di pregiudizio concettuale: se si beve un poco di vino o di un'altra bevanda alcolica non si è più in condizione di guidare.

La necessità di affiancare i giovani nel momento della loro crescita e maturazione rispetto a comportamenti irresponsabili, con messaggi e formule educative appropriate ma soprattutto convincenti per loro, è stata sopraffatta dalla richiesta di strumenti regolatori che invece coinvolgono trasversalmente l'intera collettività dimostrandosi di poco effetto e scarsa presa su coloro che dovrebbero ricevere la maggior attenzione. Il tema è vasto e noi produttori non abbiamo certo la presunzione di possedere la soluzione: però siamo profondamente colpiti da questo clima, ragione per la quale come Federazione abbiamo sentito la necessità di affidarci ad esperti e ad Istituti di ricerca per analizzare questi fenomeni.

La risposta è univoca, senza esitazioni: nella fase giovanile sussistono dei problemi, fondamentalmente insiti proprio nell'età, ma superata la fase critica è il consumo moderato, il piacere della conoscenza e della ricerca della qualità che tornano ad essere i pilastri, non leggeri paletti, che sorreggono le scelte dei consumatori.

Ancora una volta viene confermato che il modello di consumo mediterraneo, di cui l'Italia è fra le massime espressioni, è ancora diffusissimo, sentito e praticato dalla stragrande maggioranza dei consumatori.

Ed allora sottolineo come una mirata opera di educazione, formazione ed informazione verso i giovani che veda coinvolti, *in primis*, le famiglie sostenute dalla scuola e da tutti gli ambienti di aggregazione e di educazione, non ultimi tutti coloro che sono parte attiva nel rilascio dei patentini e delle patenti, possa costituire lo strumento più efficace per diffondere messaggi rilevanti che siano ascoltati e fatti propri dai giovani; accompagnando questa rete di interventi con efficienti modalità di controllo dei fenomeni di deviazione o di infrazione, avremo dei risultati ben più rilevanti di quelli ottenuti con le proibizioni ed i divieti. Credo che le esperienze di molti Paesi che con ostinazione hanno praticato e continuano a praticare il percorso proibizionistico senza alcun risultato positivo, ma anzi con un ancor più forte radicamen-

to di comportamenti di abuso anche nelle età successive a quella giovanile, offra al decisore politico il miglior conforto su quale strada imboccare e percorrere.

La Federazione non ha mai fatto mancare attenzione ed energie su questi temi: anzi proprio all'aumentare dei toni del dibattito ha sentito la necessità di migliorare la propria capacità di comunicazione non certo per prendere parte a discussioni alimentate sovente da numeri che appaiono proprio incredibili se solo ci si sofferma a leggerli con attenzione, ma per aumentare l'attenzione sui modelli culturali in cui il piacere e l'amore per la vita sia sempre connesso alla coscienza ed al pieno rispetto di se stessi e degli altri.

La necessità ed al tempo stesso la opportunità di questo messaggio ci è stata anche proprio recentemente confermata da uno studio che il prof. Mannheimer ha condotto confrontando questo aspetto della nostra società e della nostra cultura con le analoghe situazioni riscontrate in alcuni altri Paesi dell'Unione Europea. Ne sono usciti dati interessanti:

- 1) la tendenza ad eccedere con l'alcol in Italia tocca una parte minoritaria di popolazione e varia molto al variare dell'età;
- 2) i giovani all'estero sono più precoci per quanto riguarda le prime esperienze legate all'alcol;
- 3) il consumo responsabile nel nostro Paese è ancora dominante sul consumo smodato di alcolici: in Italia, più che in altri Paesi d'Europa, è ancora diffusa la tendenza a dilazionare il consumo di alcol nel corso della settimana.

È un tema sul quale avremmo ancora molto da dire, ma sono ancora molte le informazioni sull'attività dello scorso anno: c'è però un ulteriore elemento che ritengo importante aggiungere.

Ad ottobre, organizzata dal Sottosegretario al Lavoro, Salute e Politiche sociali, onorevole Roccella, si è svolta la Prima conferenza nazionale sull'alcol ed i problemi alcolcorrelati; vi abbiamo preso parte, perché abbiamo sentito di essere considerati utili all'analisi delle questioni che venivano poste in discussione: così interpretiamo il nostro ruolo di responsabilità e confronto con le Istituzioni, nello stesso modo e negli stessi toni contiamo di poter continuare a rappresentare per Governo e Parlamento una voce attenta, informata, documentata e sensibile.

*Il settore vitivinicolo*

L'ho già anticipato, la riforma dell'Organizzazione Comune di Mercato, dopo averci impegnato intensamente nei due anni precedenti, è giunta a conclusione nel 2008 con la pubblicazione del Regolamento 479/2008.

Prima di entrare in alcuni aspetti specifici, voglio ribadire come questa riforma si sia sviluppata in tempi rapidissimi, con un ritmo forsennato che spesso non ha consentito ai delegati nazionali e neanche ai nostri uffici di analizzare completamente i testi in discussione, perché venivano prodotte versioni diverse in pochi giorni, sempre e solo in inglese dato che le versioni ufficiali nelle lingue nazionali giungono solo alla vigilia del voto finale; e aggiungo pur chiamandosi Riforma dell'Organizzazione Comune del Mercato Vino, ha perso questa centralità sul mercato del vino fin dalle fasi di avvio degli approfondimenti per divenire di fatto una riorganizzazione delle voci di bilancio dedicate dalla Unione Europea al settore vitivinicolo: certamente il settore si attendeva qualcosa di più!

Come tutte le riforme contiene del buono, ma anche del meno buono che ha lasciato forte malessere. Però questa è oggi la riforma in vigore e così la dobbiamo gestire. Sono tanti i temi che dobbiamo rapidamente sviluppare a livello nazionale, visto che è alle porte il 1° agosto 2009 quando andranno in vigore norme applicative di grande rilevanza, sulle denominazioni di origine e sulle indicazioni geografiche, sulla designazione e presentazione dei vini con l'apertura alla indicazione del vitigno e dell'annata anche per i vini che non impiegano un riferimento geografico; ed infine le nuove regole relative alle pratiche enologiche con un riferimento diretto agli elenchi curati dall'OIV.

Abbiamo affrontato con un confronto continuo con il Ministero delle Politiche Agricole e la delegazione nazionale che ha gestito a Bruxelles, dopo il Regolamento di base, dapprima le prime misure di applicazione che hanno riguardato il programma nazionale, comprensivo del piano di promozione per i Paesi Terzi; e durante lo scorso inverno e la primavera l'impianto della normativa per i cosiddetti vini varietali, questa nuova categoria nata per la determinata volontà soprattutto dei Paesi consumatori all'interno dell'Unione Europea che hanno trovato nella Commissaria una convinta e strenua paladina.

Il continuo confronto e disponibilità – di cui ringrazio il Ministro Zaia, i suoi diretti collaboratori e tutti i dirigenti e funzionari del Ministero coinvolti sul tema - ha permesso di adottare misure di applicazione meglio strutturate che lasciano agli Stati nazionali di fissare le regole per individuare quali vitigni consentire nella presentazione dei prodotti, insieme alle modalità di controllo e sulla tracciabilità. Abbiamo potuto con un'intensa attività di studio e verifica dei testi onorare la dichiarazione ripetuta più volte dalla Commissaria Mariann Fischer Boel che per il settore dei vini spumanti sarebbe stato mantenuto, fin nel dettaglio, l'impianto della normativa europea fissato a metà degli anni '80; a conferma che una normativa studiata approfonditamente con un contributo importante della professione può accompagnare lo sviluppo di un settore ed essere valida ed attuale anche a più di vent'anni dalla sua prima emanazione.

Ancora una volta ha giocato un ruolo importante il confronto operato all'interno del CEEV, con un Segretariato attivissimo ed assai competente, che ha consentito di trovare un punto di equilibrio anche su dossier spinosi come quello della produzione dei vini rosati che tanto ha occupato la fase finale dell'approvazione del Regolamento: non diamo per scontate cose che

semplici non sono proprio state (e lo dico anche nel mio ruolo di Presidente del CEEV), viste le profonde differenze delle filiere produttive di Spagna, Francia ed Italia, tanto da far trovare raramente questi Paesi in totale sintonia sulle espressioni di voto sui nuovi Regolamenti.

Soluzioni equilibrate sono state trovate per le pratiche enologiche, da ultimo con il recupero dei limiti alla dealcolizzazione così come previsti dalle regole OIV.

Risultati positivi sono stati raggiunti, come detto, con le regole dei vini spumanti e con la maggiore protezione per la tutela internazionale dei nostri riferimenti geografici e di molte menzioni tradizionali che hanno assunto nel tempo lo stesso potere evocativo esclusivo di una indicazione geografica.

Si oppongono, invece, alcune forti preoccupazioni per il quadro combinato delle nuove norme comunitarie e di quelle attese sul piano nazionale per la definizione delle regole di presentazione dei vini varietali, per la limitazione della zona di vinificazione delle indicazioni geografiche, per i controlli, infine, dei vini a indicazione geografica e a denominazione di origine; se per i primi la disponibilità dell'Ispettorato Controllo Qualità ha permesso di avere un altro anno di tempo per la loro organizzazione, a pochi giorni dall'avvio della prossima campagna vendemmiale non disponiamo ancora di una soluzione adeguata in larga parte dell'Italia per i controlli sulle denominazioni di origine.

Anche se superfluo, sottolineo come tutte queste regole, e ancor più le differenze che potrebbero nascere attraverso le discipline nazionali di applicazione, incidono profondamente non solo sul buon funzionamento e sull'immagine del settore europeo e nazionale, ma rappresentano un elemento che può determinare alterazioni alla concorrenza fra gli operatori dei diversi territori ed ancor più gravi squilibri con i produttori degli altri Paesi dell'Unione Europea!

È proprio poco affermare che è mancato in questo scenario, un efficace coordinamento fra e nella Filiera e fra e nelle Istituzioni nazionali e locali preposte al settore. Le tensioni interne a questi soggetti andranno a scaricarsi ancora una volta sul vino che per l'immagine ed il contributo economico che offre al Paese merita ben altre cure ed attenzioni.

Ora abbiamo di fronte a noi un impegno importantissimo: la riforma della Legge 164/92 attraverso la delega inserita nella Legge Comunitaria 2008, impegno importantissimo che deve trovare la Filiera vitivinicola pronta e con la maggiore volontà di coesione possibile.

Utilizziamo questa occasione per dimostrare la maturità del settore e dei suoi protagonisti: ne ero convinto già come produttore, ne sono ancora più convinto ora con l'esperienza che sto maturando anche all'interno del Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini, che sotto la presidenza di Giuseppe Martelli, deve far fronte ad una mole enorme di lavoro per rispondere alla giusta esigenza di modifiche dei disciplinari ed alla istituzione di nuove denominazioni ed indicazioni geografiche che da tante parti d'Italia sono pervenute in virtù del cambio di regole che avremo dal prossimo 1° agosto. Ma deve far fronte anche ad una frenesia di proposte e richieste dettate solo da mere opportunità localistiche che dimostrano di non avere in considerazione l'appartenenza ad un sistema vitivinicolo nazionale.

Chiedo uno sforzo particolare alle imprese, a noi imprenditori perché la nostra voce sia unica e forte e sappia esprimere, con intensità, a tutti i livelli identiche richieste: non ci possono essere fraintendimenti, non possiamo perdere questo importante appuntamento interno mentre siamo capaci di rappresentare nel mondo il vino italiano, guadagnando enorme rispetto ed attenzione.

Non è solo riscrivere la Legge 164/92, è anche determinare il percorso di applicazione, il contenuto dei disciplinari, il sistema dei controlli e l'attività del Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini per far sì che siano la vera espressione e regolamentazione di un prodotto esclusivo di un determinato territorio ma, nello stesso tempo, consentano di rappresentare il supporto per la presenza sul mercato di queste produzioni.

Abbiamo dei pilastri che hanno sostenuto il vino italiano nella sua fase più complessa, la crescita e l'affermazione. Parlo del territorio, delle uve, dei marchi, del produttore.

Oggi abbiamo uno strumento in più ed è la prima volta: la possibilità di svolgere programmi di promozione sui Paesi terzi in aggiunta ai programmi di promozione già in essere sulla base degli strumenti della Politica Agricola Comune. Abbiamo chiesto queste misure a gran voce, ne abbiamo sostenuto l'indispensabilità ed il Comité Vins, la nostra Associazione europea, ne ha fatto uno degli elementi centrali di richiesta.

Il programma nazionale ha visto affermare il ruolo centrale delle Regioni, cui è riservato il 70% dei fondi ma anche sul restante 30%, riservato a programmi di valenza nazionale, certamente dovranno dire la loro.

Abbiamo chiesto, chiediamo e continuiamo a chiedere a gran voce una cabina di regia che non deve essere limitata alla gestione dei fondi legati alla riforma dell'OCM, ma deve essere funzione di tutta l'attività di promozione.

Sforzi in questa direzione ed una totale comprensione l'abbiamo trovata nell'ambasciatore Umberto Vattani, Presidente dell'ICE, in Walter Brunello Presidente di Buonitalia, in Luigi Carletti Presidente dell'Enoteca Italiana di Siena: la loro attività è indubbiamente valida e preziosa per il settore e noi siamo ben grati per l'impegno, la professionalità, la costanza che mettono in campo insieme alle loro strutture. Ma anche loro incontrano difficoltà nel realizzare la convinta e forte condivisione delle attività per il gran numero di interlocutori.

La Federvini, in attesa di poter giungere a questo risultato indispensabile, esprime una proposta semplice ma che riteniamo assai importante per la definizione dei programmi di promozione dei prossimi anni quando le cifre coinvolte saranno ben più rilevanti: l'istituzione di un elenco di qualsiasi manifestazione di promozione che avvenga fuori del territorio nazionale.

Facciamo in modo che laddove sono presenti fondi pubblici, vuoi a valere sui programmi tradizionali di promozione, vuoi a valere sui fondi specifici che l'OCM offre, vuoi che siano iniziative nazionali, vuoi che siano iniziative regionali, ci sia un calendario aggiornato di tutti questi eventi. E sarebbe auspicabile che questo calendario fosse disponibile in rete in modo da poter essere accessibile a tutti.



È una proposta semplice, ma che offre degli elementi utili sui quali poi basare negli anni successivi correzioni, affinamenti, miglioramenti. Perché consentirà di monitorare quante azioni sono state concentrate nelle stesse aree, senza pensare ad un filo conduttore che ne potesse aumentare le potenzialità (girando il mondo in più di un'occasione ho avuto la sensazione che la promozione al vino italiano ben rappresenti le difficoltà linguistiche registrate nella costruzione della torre di Babele!); perché consentirà di verificare se tutte le azioni siano state ben condotte e se abbiano avuto efficacia; perché potremo meglio organizzare la logistica delle operazioni su determinati mercati, ad esempio, andando ad utilizzare a ripetizione degli spazi che costituiscano una sorta di vetrina continua dell'immagine del nostro Paese.

È chiaro che oggi le risorse limitate portano a presidiare pochi mercati, ma non dovrà più avvenire, come invece oggi succede, che sui mercati più "gettonati" - Stati Uniti, Canada, Russia, Cina, India, Giappone - si concentri la quasi totalità delle nostre azioni senza che l'uno sappia che cosa sta facendo l'altro.

Dico questo per i mercati internazionali, ma penso anche a ciò che avviene all'interno dell'Unione Europea.

Iniziative di prestigio poste in atto da Regioni sono poco conosciute dagli stessi operatori di quella Regione che ne potrebbero trarre un sicuro vantaggio; o, peggio, come mi è capitato anche qui di verificare direttamente in funzione degli assai frequenti viaggi a Bruxelles, si viene a conoscenza di più inviti a degustazioni di prodotti italiani organizzate per i nostri rappresentanti nelle Istituzioni comunitarie nella stessa giornata o nella stessa serata, di fatto sovrapponendosi l'una all'altra nello svolgimento.

Istituiamo questa agenda/calendario e di qui partiamo nella riflessione sull'opportunità che sia l'immagine del sistema del vino italiano, ma invero penso al sistema Paese, a guidare le azioni di promozione e non il desiderio di portare all'estero questo o quel vino, questo o quel "campanile".

*I vini aromatizzati*

È necessario un breve passaggio su questo importante settore. I Servizi della Commissione Europea hanno valutato l'opportunità, alla fine del 2007, di procedere ad un aggiornamento del Regolamento 1601/91, sia per coordinarlo a nuove regolamentazioni intervenute dopo la sua emanazione, ad esempio in materia di procedure interne alle Istituzioni Europee e di riparto di competenze fra Consiglio e Parlamento Europeo, da un lato, e la Commissione UE, dall'altro; sia per tener conto della nuova normativa in materia di aromi e sostanze aromatizzanti; sia perché sembravano esserci delle richieste di modifica.

Un confronto con la produzione europea ha permesso di accertare il vivo interesse a lasciare immutato, nella sostanza, il Regolamento 1601/91: i Servizi della Commissione Europea hanno quindi proceduto a predisporre un testo di sola ricodifica del Regolamento 1601 che risulta essere stato condiviso in prima lettura dal Consiglio UE e dal Parlamento Europeo.

Nel frattempo tuttavia, la riforma dell'OCM vino è intervenuta anche sul sistema di classificazione e definizione dei vini cancellando fra l'altro la categoria dei vini da tavola: queste modifiche hanno dei riverberi anche nel Regolamento dei vini aromatizzati e dunque la procedura di approvazione sembrerebbe aver subito una battuta d'arresto.

Poiché il problema non risiede in questo Regolamento ma nel Regolamento di riforma dell'OCM, ci auguriamo che il percorso burocratico di ricodificazione del Regolamento 1601 si chiuda rapidamente secondo le attese della produzione.

## *Il Regolamento 110*

Lo abbiamo già commentato nella precedente Assemblea ma, data la valenza dei risultati conseguiti e l'importanza della normativa per il settore, desidero tornarci nuovamente.

Il 13 febbraio, al termine di un lungo confronto con la produzione e fra gli Stati nazionali, è stato pubblicato il Regolamento 110/2008 che ha sostituito il Regolamento 1576/89: è la norma che definisce le acquaviti, i liquori e tutte le altre bevande alcoliche con una gradazione superiore a 15% vol.

Va ricordato che il Regolamento in vigore dal 1989 era stato discusso ed approvato senza l'importante contributo dei tanti Paesi che hanno raggiunto successivamente l'Unione Europea: fu discusso infatti nella Europa a 12 rispetto alla attuale realtà di 27 Stati.

Ho piacere di ricordare questi fatti perché aggiungono valore e merito al grande successo conseguito dalla delegazione italiana, in particolare dai rappresentanti del Ministero delle Politiche Agricole, visto che il Regolamento mantiene tutte le previsioni che già esistevano e che la produzione italiana ha chiesto a gran voce che fossero mantenute. Ma in più ha consentito di vedere riconosciuta Grappa come indicazione geografica italiana.

Il precedente Regolamento si era limitato a stabilire che Grappa era la denominazione dell'acquavite di vinaccia ottenuta in Italia: sapevamo che era un primo importantissimo passo, ma era indispensabile acquisire lo status di indicazione geografica per poter affermare in campo internazionale l'esclusività della nostra denominazione.

Ora il Regolamento 110 indica senza dubbi che Grappa è un'indicazione geografica.

Il Regolamento è entrato in vigore a maggio del 2008 ed a maggio 2009 è terminato il periodo transitorio nel caso vi fossero state produzioni non conformi: è una previsione che va letta più in direzione dei nuovi Paesi aderenti che non di quelli già soggetti al Regolamento 1576, visto che fra questo ed il nuovo Regolamento 110 vi è una continuità totale, senza differenze rilevanti nelle definizioni dei prodotti.

Tuttavia, ed è stato proprio una sorpresa apprenderlo, la Commissione Europea ha predisposto delle linee guida dedicate all'applicazione degli articoli 9, 10 e 11 sull'uso dei termini composti nella designazione dei prodotti: ne siamo stati informati nel corso della recente Assemblea della nostra Associazione europea CEPS ed insieme a numerose altre delegazioni abbiamo segnalato subito le preoccupazioni che tale lavoro destava, tanto più che non tiene conto del complesso delle disposizioni esistenti in materia di etichettatura ed interviene ad oltre un anno dalla pubblicazione del Regolamento sulla Gazzetta Ufficiale.

Altrettanto complesso è, ora, lo scenario che si pone sul piano nazionale: per completare il quadro normativo del precedente Regolamento 1576 era stato nel 1997 emanato il DPR 297 anche per sostituire la normativa nazionale risalente al 1951.

Le norme, molto ben curate e studiate dai Ministeri allora denominati dell'Agricoltura e dell'Industria, erano state tenute in considerazione durante i lavori di adozione del Regolamento 110 e ne era stata riconosciuta la piena validità ed applicabilità anche quando fosse andato in applicazione il nuovo Regolamento; con l'esigenza tuttavia di dover apportare delle correzioni specifiche, in concomitanza con i lavori di predisposizione delle schede tecniche da

inviare a Bruxelles; elemento indispensabile per iscrivere le indicazioni geografiche nell'elenco delle indicazioni tutelate a livello comunitario.

Di recente è intervenuto un emendamento alla Legge Comunitaria 2008 che comporta l'abrogazione di una disposizione relativa alla Grappa: come detto, questo tipo di assestamento era stato previsto in parallelo alla predisposizione delle schede tecniche, due delle quali essendo relative alla Grappa ed al Brandy Italiano avevano visto il Ministero delle Politiche Agricole attivarsi per tempo, pur concedendo il Regolamento di produrre queste schede nei sette anni successivi alla entrata in vigore.

La difficile lettura del quadro normativo che ne è scaturito, impone l'attesa di istruzioni da parte del Ministero delle Politiche Agricole, per informare gli Associati sulle modalità operative cui dovranno attenersi per dare attuazione alla nuova disposizione.

*L'aceto di vino e l'aceto balsamico di Modena*

Finalmente la notizia tanto attesa è giunta: a quindici anni dalla prima richiesta di protezione della denominazione “Aceto Balsamico di Modena” il 10 giugno scorso abbiamo avuto il voto favorevole con la sola astensione della delegazione francese; ora “Aceto Balsamico di Modena” è un’indicazione geografica protetta.

Al di là della legittima soddisfazione degli operatori, il riconoscimento consentirà di avviare un ulteriore lavoro di difesa della denominazione “Aceto”: ben sapete che in Italia per anni abbiamo considerato aceto come sinonimo di aceto di vino e ben due sentenze della Corte di Giustizia, agli albori dell’affermazione di quel principio della libera circolazione dei beni che oggi viviamo come elemento naturale della Unione Europea, costrinsero la Repubblica Italiana a modificare la propria legislazione.

Ed è oramai chiaro in tutta l’Unione Europea che il termine aceto individua la famiglia dei prodotti ottenuti dalla fermentazione acetica di liquidi alcolici di origine agricola.

Oggi forti di questa concezione, desideriamo vedere confermato che il termine aceto sia sempre accompagnato dalla specificazione della materia prima di origine per evitare confusioni sul mercato e malintesi con il consumatore.

Abbiamo avuto in tutti questi anni, come ottimo alleato e supporto nella difesa della denominazione Aceto Balsamico di Modena, la nostra Associazione europea, il CPIV: di qui partiremo per completare il quadro ed aggiungere al bel successo di questo lungo cammino un’altra medaglia a supporto e difesa della qualità delle nostre produzioni.

## *Le accise e le modalità della telematizzazione*

È un tema, quello delle accise, che dà molta più soddisfazione a tutti i Soci della Federazione quando non è citato né trattato. Ma ritengo sia doveroso da parte mia parlarne proprio nel giorno in cui inizia il semestre di Presidenza della Unione Europea da parte della Svezia.

Alla collocazione geografica ed alle differenze climatiche, per citare le più banali distanze fra i nostri due Paesi, aggiungo senza esitazioni anche il diverso modo di considerare le bevande alcoliche ed il vino in particolare.

Per ben due volte negli ultimi anni, il Consiglio dell'Unione Europea si è espresso a larga maggioranza contro la revisione della Direttiva sulla struttura delle accise sull'alcol e sulle bevande alcoliche: l'obiettivo non era la riforma della Direttiva in quanto tale, ma fondamentalmente la rimozione dell'accisa zero sul vino e sulle altre bevande fermentate.

Questo percorso sta riprendendo piede. La Commissione ha affidato alla London School of Economics la realizzazione di uno studio di impatto della fiscalità sulle bevande alcoliche così come oggi è applicata nei 27 Stati, per valutare fra l'altro se crei delle difficoltà alla libera circolazione delle merci, se costituisca uno strumento di protezione delle produzioni nazionali e se i suoi effetti incidano sulle scelte del consumatore. Apparentemente tutte domande legittime che condividiamo alla luce dell'esigenza di un mercato europeo molto più unitario.

Ma la realtà dei fatti è ben diversa se si considera la ferma volontà di alcuni Paesi dell'Unione di utilizzare questo studio per poter riavviare le discussioni sull'impianto della Direttiva ed in particolare sulla esigenza di eliminare le diverse categorie fiscali di prodotti per passare ad un sistema unico di tassazione basato sulla gradazione del prodotto.

È forte quindi il richiamo ai nostri Rappresentanti del Ministero dell'Economia che partecipino alle discussioni a Bruxelles, ma soprattutto a coloro che sono stati chiamati a compilare il questionario per la predisposizione dello studio di impatto, di esaminare con cura il testo, offrendo la nostra massima disponibilità alla collaborazione, ed a valutare con attenzione i dati che vengono domandati.

Sul fronte della telematizzazione, dobbiamo dar atto alla Agenzia delle Dogane di aver lavorato con la massima apertura e disponibilità per l'applicazione in Italia di questo primo passo verso una migliore gestione del rapporto fra operatori di prodotti soggetti ad accisa e Autorità di controllo: Federvini ha colto questa opportunità con la massima attenzione organizzando sia delle giornate di incontro e studio per i Soci alla presenza dei dirigenti e degli esperti dell'Agenzia delle dogane, sia offrendo ogni possibile aiuto per superare le difficoltà tecniche che man mano venivano segnalate dalle Aziende che andavano ad applicare le procedure in fase sperimentale.

Questo sistema ora ha preso avvio nella sua prima fase: ci auguriamo che il lavoro prosegua nelle stesse modalità perché il raggiungimento dell'obiettivo finale andrebbe a costituire una vera ed importante semplificazione della "burocrazia" connessa alla movimentazione dei prodotti e alla gestione delle accise.

## *I Regolamenti per l'informazione del consumatore*

Un breve accenno a questa importantissima normativa comunitaria nata sotto la spinta della creazione del diritto alimentare europeo. Dopo aver per tanti anni inseguito la definizione di normative di settore, al momento della creazione della Agenzia Europea per la Sicurezza Alimentare, l'Unione Europea decise di riorganizzare le disposizioni a carattere orizzontale, d'interesse cioè di tutti i prodotti agro-alimentari.

Il primo blocco di lavoro ha interessato gli additivi e gli aromi. I testi dei Regolamenti hanno concluso il loro iter di approvazione e devono ora essere completati con alcune normative di raccordo sempre in ambito europeo: il lavoro per quel che riguarda gli aromi è stato abbastanza semplice ed ha permesso di prevedere degli specifici articoli già nel Regolamento di base.

Più complicato appare, invece, il lavoro di raccordo in materia di additivi: come è noto, dopo aver definito la funzione di impiego e le caratteristiche di purezza dell'additivo, le regole comunitarie indicano in molti casi lo specifico settore di impiego. Poiché non tutte le produzioni dispongono di una normativa comunitaria che ne dia una definizione, si pone l'esigenza di verificare la corrispondenza dell'impiego del singolo additivo con tutte le produzioni interessate, per evitare che rimanendo esclusa qualcuna, il produttore si veda ingiustificatamente limitato nell'uso di taluna di queste sostanze.

A fianco di questo primo ciclo di normativa, il Consiglio e il Parlamento Europeo hanno affrontato l'esame di una seconda ondata di regolamentazioni tesa a regolare la dichiarazione degli ingredienti e le caratteristiche nutrizionali dei prodotti alimentari: anche in questo caso ci troviamo di fronte alla complessità di individuare con esattezza il campo di applicazione visto che la quasi totalità dei nostri prodotti sono al momento esclusi da tali obbligazioni in attesa di specifiche disposizioni per le bevande alcoliche da adottarsi nei cinque anni successivi.

È chiaro che la Federazione continuerà ad intervenire per fare in modo che tutte le bevande alcoliche siano escluse dal campo di applicazione di questa normativa per aver modo di valutare e disegnare per l'intero settore un quadro coerente ed unico di disposizioni sia in materia di dichiarazione degli ingredienti, sia in materia di valori energetici, se proprio indispensabili, visto che i valori nutrizionali non hanno senso e creerebbero dei malintesi al consumatore.

Un passaggio merita anche la questione della dichiarazione degli allergeni in etichetta: lo abbiamo sempre affermato e lo ripeto a scanso di qualsiasi equivoco, ogni informazione realmente utile per la salute del consumatore gli sarà offerta. Però dobbiamo trovare modo di evitare di rendere ingestibili i nostri magazzini per la presenza di confezioni differenziate per singoli mercati e soprattutto evitare di impedire lo spostamento di confezioni da un Paese all'altro per mere questioni linguistiche.

Mentre siamo impegnati insieme a tutta la professione europea per completare il quadro di ricerche scientifiche utili a far riconoscere la deroga in via permanente dalla dichiarazione di alcune sostanze perché prive di effetti allergici nelle modalità utilizzate nelle nostre produzioni, abbiamo ottenuto che la data di applicazione dell'obbligo di indicare queste sostanze scadesse alla fine del 2010.

Nel frattempo con il Regolamento relativo alla etichettatura dei vini e degli altri prodotti vitivinicoli abbiamo ottenuto un simbolo grafico da utilizzare in fase sperimentale in abbinamento alla scritta per dichiarare la presenza dei solfiti. Abbiamo ora la responsabilità di utilizzarlo per farlo conoscere ai consumatori così che ne apprezzino la semplicità di individuazione e riconoscibilità

Se questo percorso di diffusione del simbolo crescerà rapidamente e potremo dimostrare la immediata comprensione da parte del consumatore, avremo una nuova opportunità per tornare a chiedere ai Servizi della Commissione di liberarci dal vincolo delle tante espressioni linguistiche obbligatorie nella indicazione degli allergeni, che ci stanno non poco complicando la vita.



## *La contrattazione collettiva*

Ho detto all'inizio che il tempo della crisi è anche tempo di grandi riforme: ne abbiamo un'altra prova in materia di disciplina del lavoro, visto che dopo il confronto durante il 2008 e la dichiarazione di intenti di inizio anno, è stato firmato, il 15 aprile 2009 l'accordo di riforma degli assetti contrattuali fra Confindustria, i Sindacati, ma non la CGIL, ed il Governo.

La prima ed immediata conseguenza dell'accordo la sta vivendo proprio in queste settimane la delegazione sindacale di Federalimentare, chiamata non più a definire il rinnovo economico alla scadenza del biennio del contratto collettivo nazionale in essere, bensì l'intero contratto.

Alla luce delle nuove regole il contratto avrà validità triennale senza revisione della parte economica in corso di validità, salvo il recupero inflattivo adottato sulla base del nuovo indice previsionale costruito sulla base dell'indice dei prezzi al consumo armonizzato depurato dei prezzi dei beni energetici importati.

Al tavolo delle trattative siede, oltre le sigle firmatarie dell'accordo, con grande responsabilità, anche CGIL: la piattaforma per il rinnovo è molto onerosa sia per le richieste salariali dirette sia per le numerose voci che possono aver influenza sulla organizzazione del lavoro.

Il confronto è in corso attraverso una prima serie di incontri tecnici volti a chiarire ogni singola voce delle richieste: un grazie particolare voglio indirizzarlo a nome di Voi tutti alla nostra delegazione sindacale guidata da Maurizio Pizzolotto per l'impegno professionale e di tempo che sta dedicando al rinnovo. E pur essendo stato dato mandato nel corso dell'Assemblea dello scorso anno, desidero che l'Assemblea di quest'anno rinnovi il mandato pieno alla trattativa ed a concludere la sottoscrizione del contratto.

## *Saluto finale*

Termino questa mia prima relazione con un sentito e caloroso ringraziamento ai Vice Presidenti, ai Presidenti dei Sindacati, con cui non sono certo mancati argomenti da affrontare nelle riunioni dei rispettivi Consigli, ed a tutti i Colleghi impegnati negli Organi della Federazione; aggiungo un particolare saluto alla Presidenza del CASA la cui attività è rilevante alla luce del quadro nazionale che abbiamo commentato e delle iniziative di grande importanza che le nostre Associazioni europee stanno portando avanti, il Comité Vins con “Wine in moderation” e la CEPS con la propria Carta di principi. Un saluto speciale lo indirizzo a Bruno Savino che per diversi anni ha guidato l'Osservatorio di Federvini con attenzione e pazienza: ad aprile ha rassegnato le dimissioni avendo raggiunto il traguardo della pensione.

In tutti ho trovato sempre piena ed immediata collaborazione anche in questo periodo in cui le nostre Aziende ci assorbono tantissimo e chiedono grande attenzione.

Saluto e ringrazio Giandomenico Auricchio perché sta guidando Federalimentare in una fase delicata, con molto impegno e dedizione: sappia, ma credo che ne abbia avuta ampia testimonianza, che Federvini si sente impegnata in questo lavoro di approfondimento e non farà mai mancare il suo contributo di attenzione.

Un saluto particolare a Piero Perron, Presidente di Assobirra ma anche di Conai: la materia della gestione dei rifiuti da imballaggi sta diventando sempre più complessa ed in prospettiva onerosa per le nostre Aziende. Gli esprimo dunque a nome di Voi tutti i nostri ringraziamenti per aver offerto la propria disponibilità a presiedere il Consorzio in un momento così delicato.

E sempre in tema di imballaggi, ho il piacere di annunciare la firma di un accordo quadro con Assovetro visto l'aiuto che questo materiale dà alla conservazione delle caratteristiche qualitative dei nostri prodotti: svilupperemo insieme, fra l'altro, delle giornate di formazione e delle iniziative per ricordare l'esigenza di una attenta attività per favorire la necessità della raccolta differenziata.

Un saluto anche ai Presidenti delle nostre Associazioni internazionali Guy Tapernoux della CEPS (Confédération Européenne des Producteurs de Spiritueux), Barry Chevallier-Guild del CPIV (Comité Permanent International du Vinaigre), Jim Finkle della FIVS (Fédération Internationale des Vins et Spiritueux), confermando loro che Federvini è fortemente attenta e collaborativa e continuerà ad essere ben attiva in tutte le discussioni.

Desidero ringraziare i rappresentanti di Governo, del Parlamento, dei Ministeri, delle Regioni, cui Federvini, talvolta anche con molta passione, ha costantemente rappresentato le proprie posizioni, ottenendo sempre attenzione e considerazione, anche se non sempre ragione, sulle sue richieste.

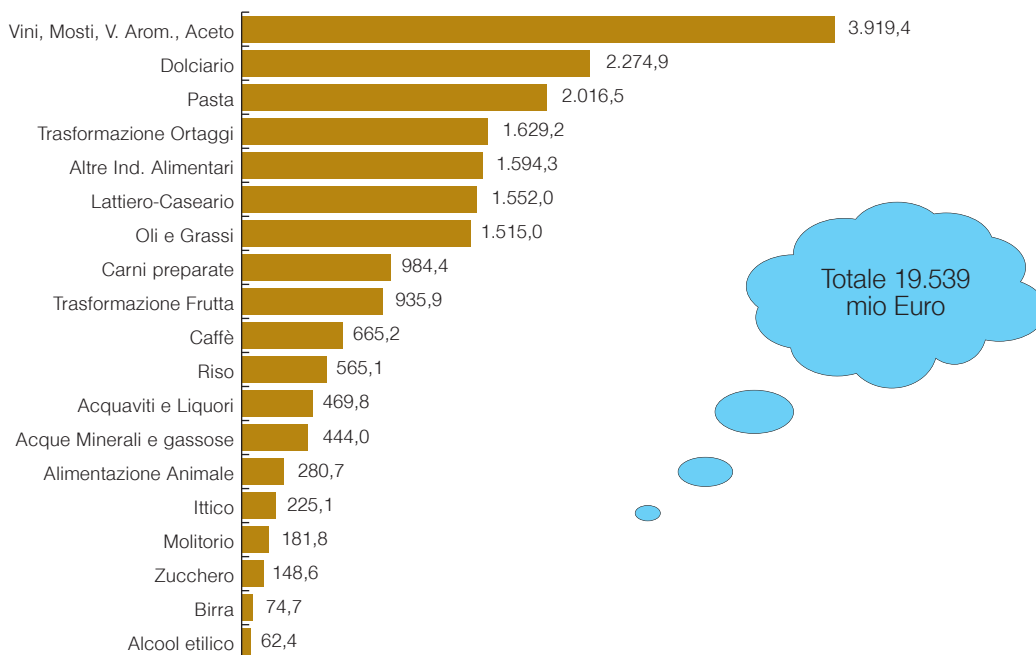
Ed in conclusione un ringraziamento a tutti Voi Soci per la fiducia che mi avete accordato, per la Vostra presenza qui oggi e per l'attenzione e partecipazione con la quale vivete l'attività della Federazione; e a tutto il team di Federvini per il supporto, per la dedizione e per l'ottimo funzionamento della Federazione.



## **Tabelle e grafici**

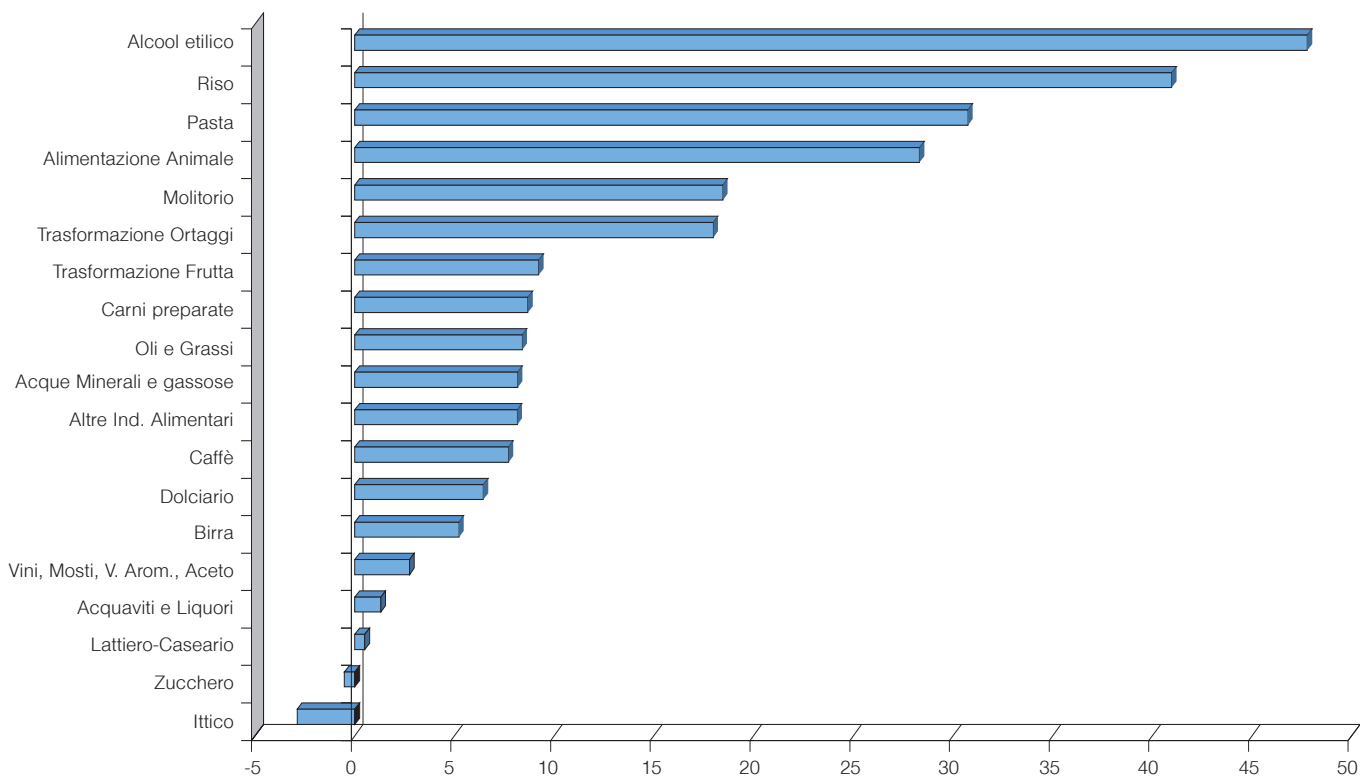
**I dati dell'Osservatorio di Mercato Federvini/Ac Nielsen/IRI Inc.  
sono sul sito della Federazione [www.federvini.it](http://www.federvini.it)**

**Grafico 1**  
**L'export dell'industria alimentare nel 2008**



Elaborazioni Federalimentare di dati ISTAT

**Grafico 2**  
**Variazione % delle esportazioni dell'industria alimentare**  
**(per valore delle esportazioni 2008/2007)**



Elaborazioni Federalimentare di dati ISTAT

*Tabella 1*  
**Importazioni**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Vini e Mosti	1.828.516	1.749.596	4,5%	326.244.421	345.830.458	-5,7%
Vermouth e altri vini aromatizzati	20.826	17.506	19,0%	2.805.644	3.222.152	-12,9%
Liquori ed altre bev. alcoliche hn	108.488	98.198	10,5%	117.571.818	120.978.113	-2,8%
Acquaviti hn	201.663	212.934	-5,3%	167.248.407	184.766.416	-9,5%
Aceti	332.829	306.401	8,6%	12.593.936	10.704.272	17,7%

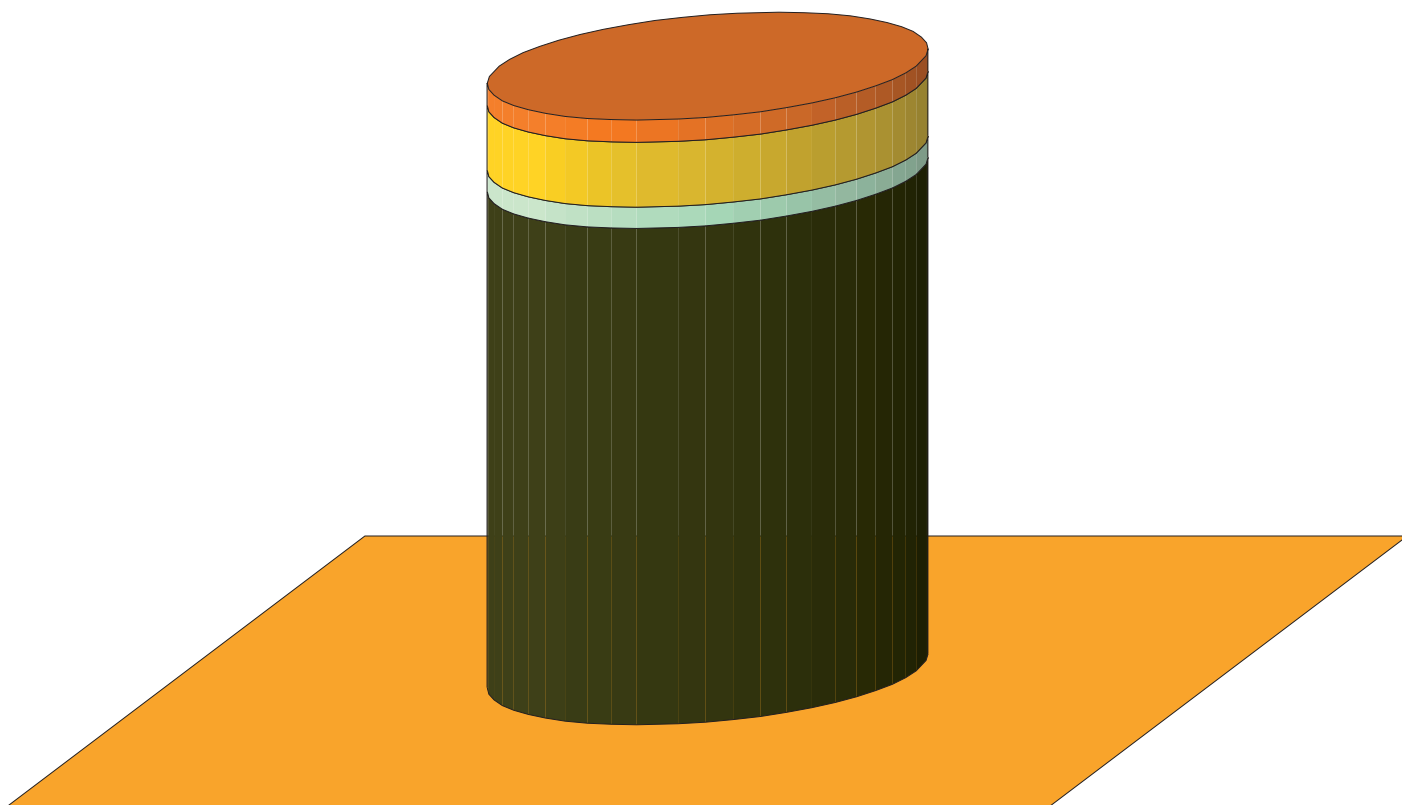
*Tabella 2*  
**Esportazioni**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Vini e Mosti	17.508.661	18.481.428	-5,3%	3.603.372.600	3.478.479.003	3,6%
Vermouth e altri vini aromatizzati	1.391.617	1.191.567	16,8%	151.741.241	170.903.558	-11,2%
Liquori ed altre bev. alcoliche hn	351.306	381.107	-7,8%	342.822.730	351.355.848	-2,4%
Acquaviti hn	295.501	311.786	-5,2%	126.873.068	120.889.483	4,9%
Aceti	821.389	855.612	-4,0%	164.290.611	165.088.001	-0,5%

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 3  
Composizione delle esportazioni per l'intero comparto (2008)



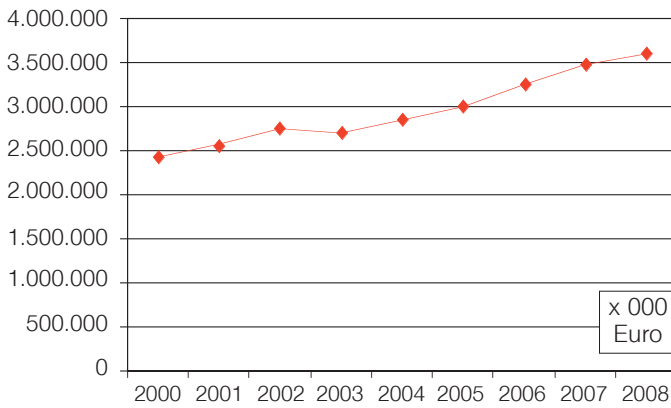
■ Aceti 3,7%   ■ Acquaviti e Liquori 10,7%   ■ Vini aromatizzati 3,5%   ■ Vini e Mosti 82,1%

Totale 4.389.224.813 Euro

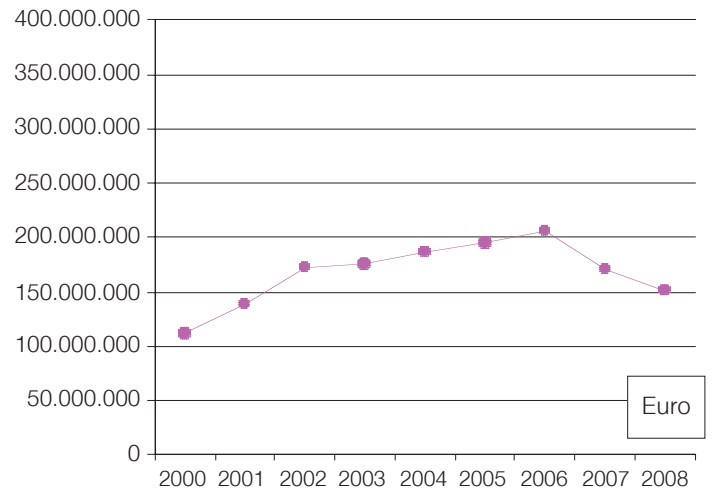
Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

Grafico 4  
L'export dei settori di Federvini

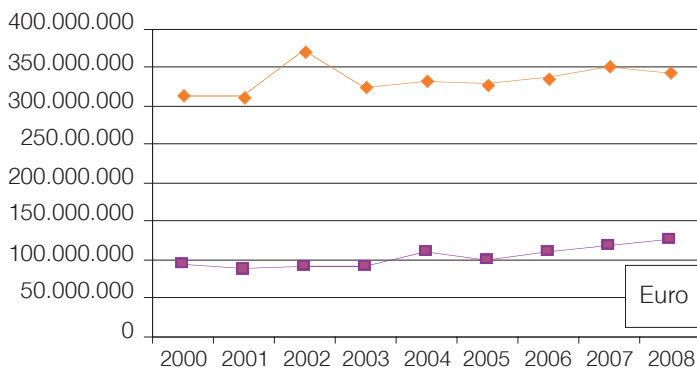
Vini e Mosti



Vini aromatizzati



Acquaviti e Liquori



■ Acquaviti    ◆ Liquori

Aceti

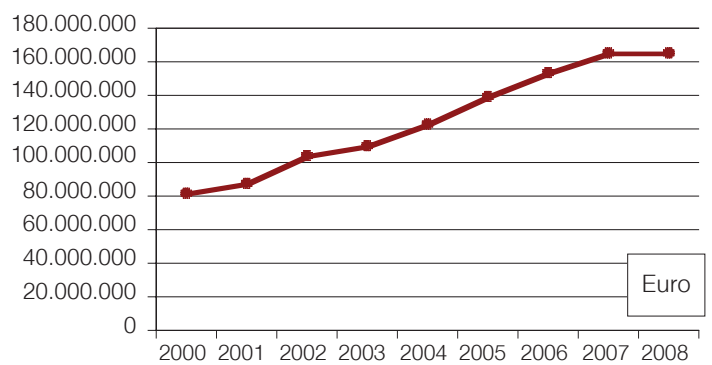
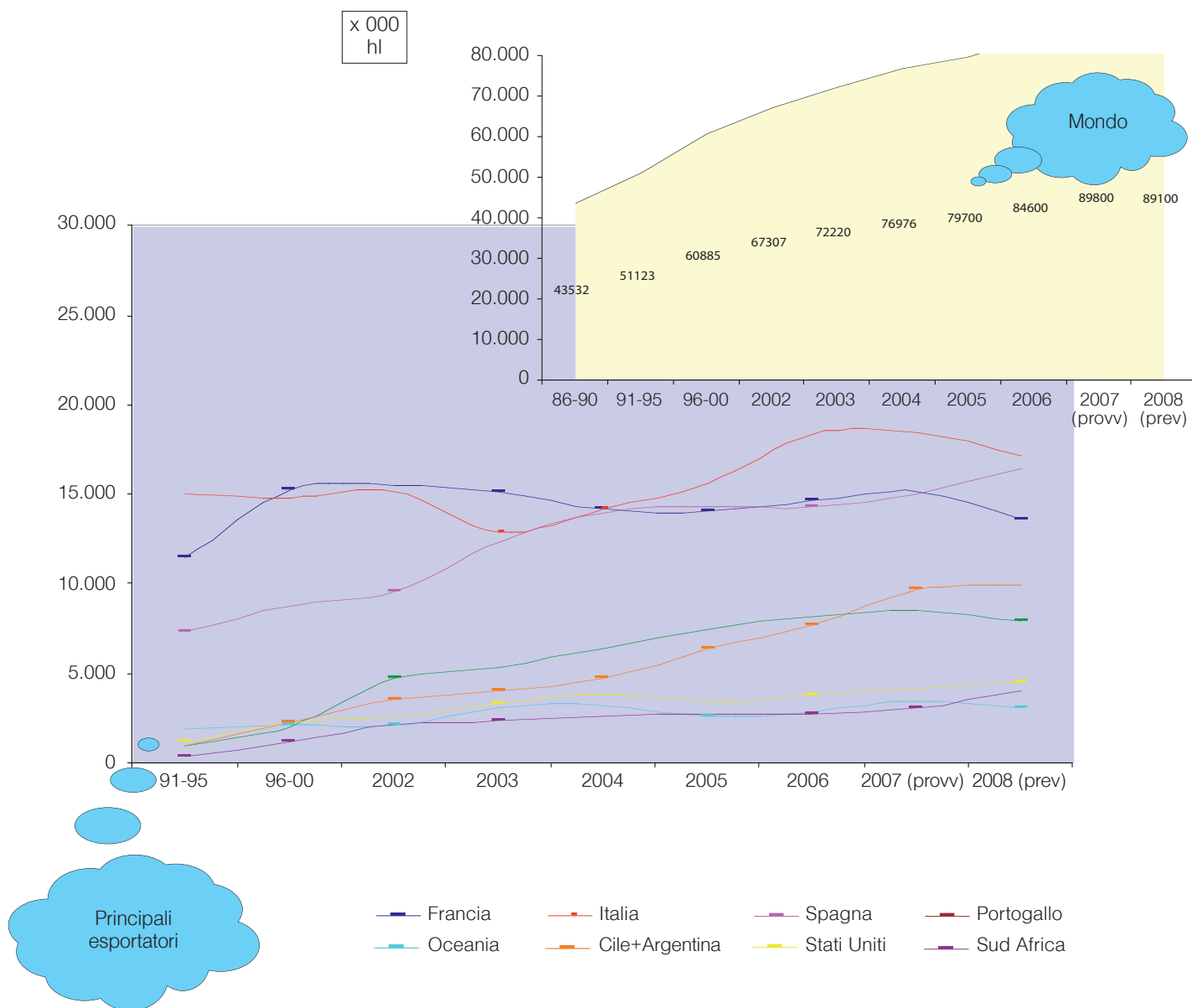


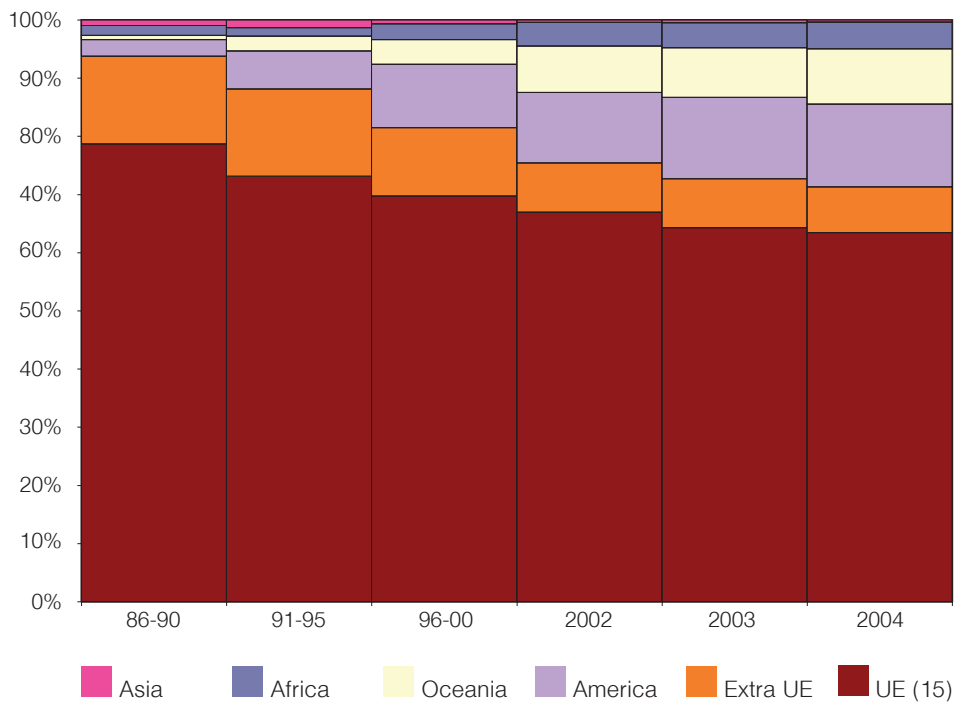


Grafico 5  
L'esportazione vinicola dei principali esportatori



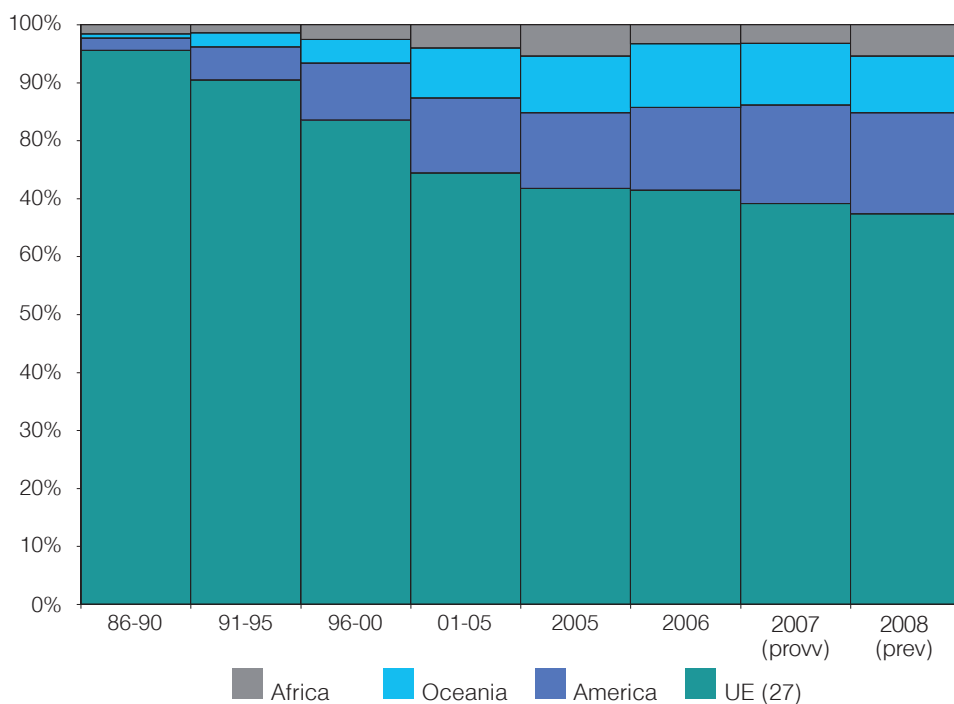
Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

*Grafico 6  
La composizione dell'esportazione vinicola mondiale*



Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

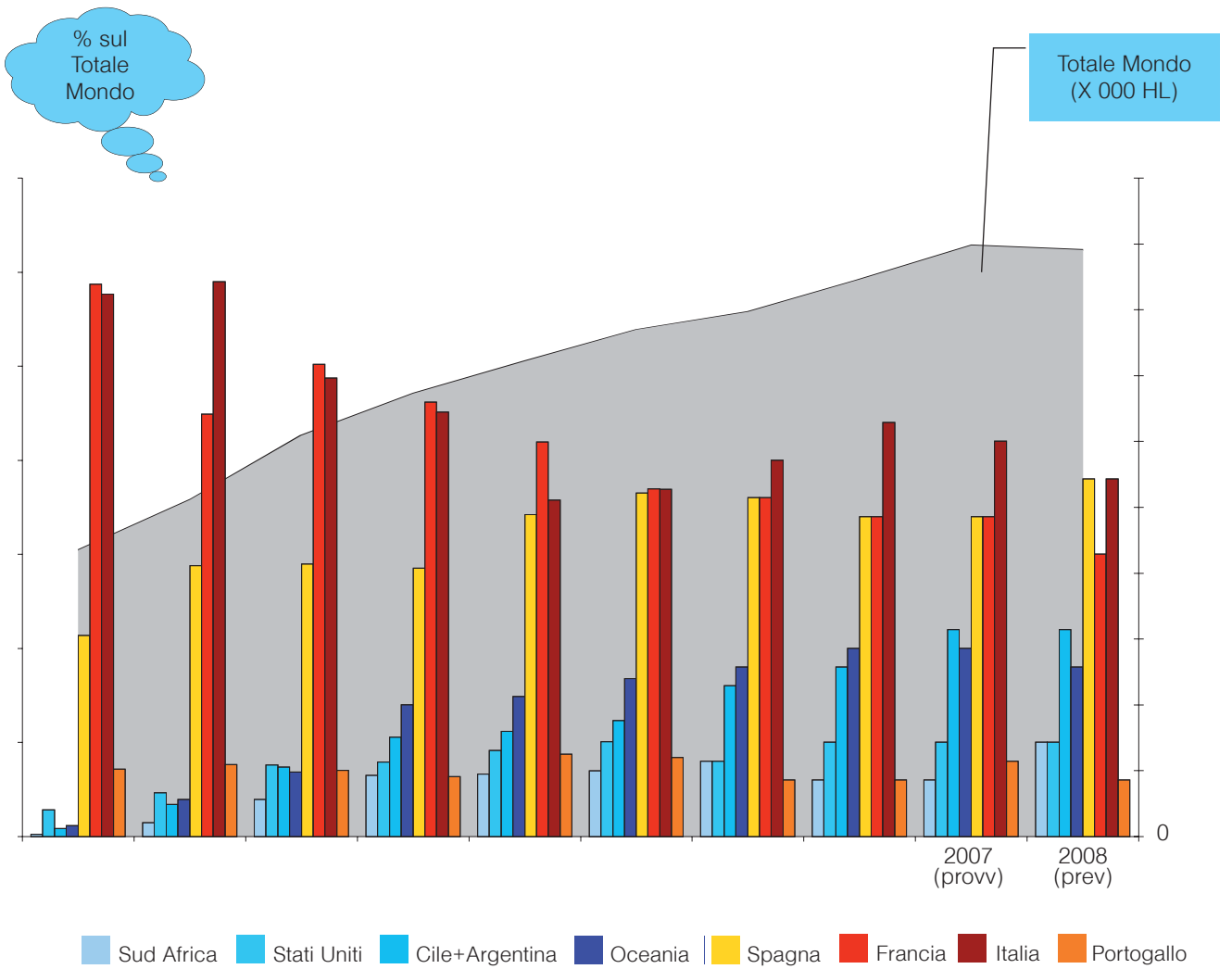
*Grafico 7  
La composizione dell'esportazione vinicola mondiale*



*I Paesi monitorati dalle statistiche sulla base delle quali questo grafico è stato costruito sono i principali esportatori, che rappresentano complessivamente il 94% dell'esportazione vinicola mondiale. Essi sono: UE (27) = Francia, Italia, Spagna, Germania Portogallo Bulgaria, Ungheria, Romania - America = Cile, Argentina, USA - Oceania = Australia e Nuova Zelanda - Africa = Sudafrica, Algeria, Tunisia, Marocco.*

Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

Grafico 8  
 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)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Vini (1)	14.404.934	15.629.740	-7,8%	2.851.643.523	2.830.312.462	0,8%
V.Q.P.R.D.	4.359.313	4.539.667	-4,0%	1.498.839.238	1.517.165.871	-1,2%
• bianchi	1.541.766	1.601.875	-3,8%	429.201.584	443.568.235	-3,2%
• rossi e rosati	2.817.547	2.937.791	-4,1%	1.069.637.654	1.073.597.636	-0,4%
Altri	10.045.620	11.090.073	-9,4%	1.352.804.285	1.313.146.591	3,0%
• bianchi	5.497.304	6.154.638	-10,7%	654.824.114	632.361.797	3,6%
• rossi e rosati	4.548.316	4.935.435	-7,8%	697.980.171	680.784.794	2,5%
Spumanti	1.272.819	1.074.015	18,5%	443.567.925	386.754.847	14,7%
• Asti (2)	614.922	473.386	29,9%	149.274.939	143.852.223	3,8%
Frizzanti	1.579.507	1.488.911	6,1%	260.436.529	216.710.380	20,2%
Vini liquorosi (3)	66.074	59.075	11,8%	23.178.634	17.833.419	30,0%
Mosti	169.774	215.832	-21,3%	17.397.755	19.082.383	-8,8%
<b>Totale vini e mosti</b>	<b>17.508.661</b>	<b>18.481.428</b>	<b>-5,3%</b>	<b>3.603.372.600</b>	<b>3.478.479.003</b>	<b>3,6%</b>

(\*) provvisori

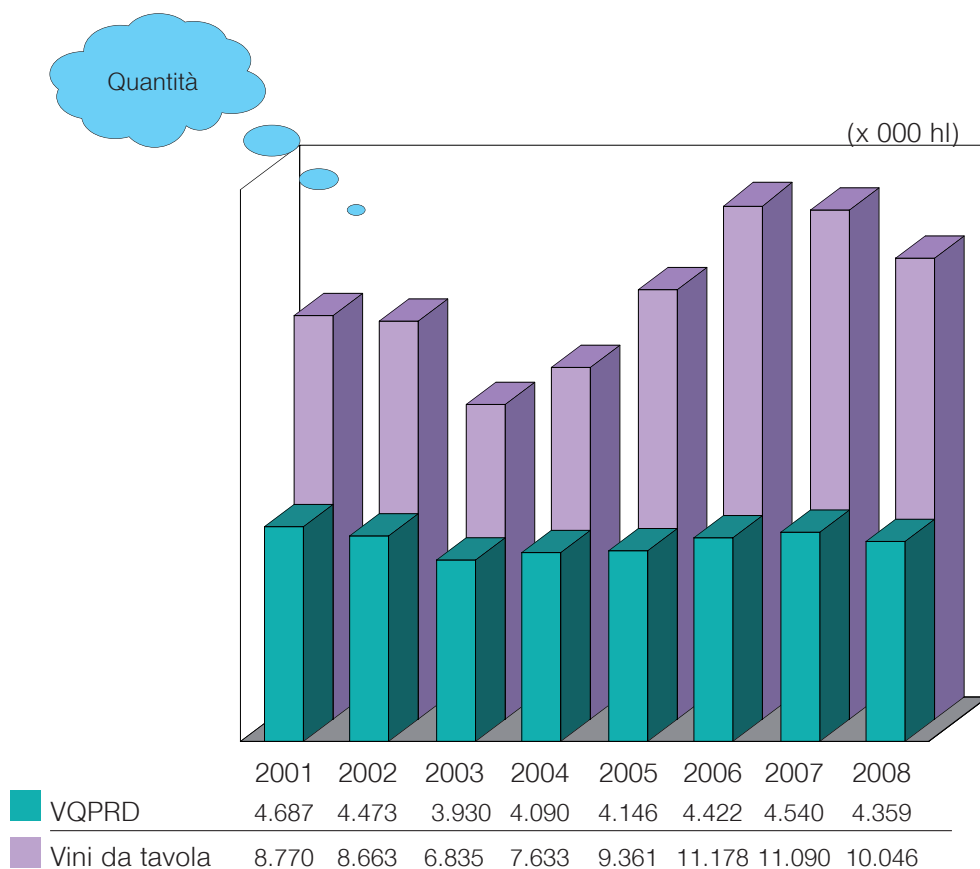
(1) di gradazione fino a 15% vol ed esclusi vini frizzanti e spumanti

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

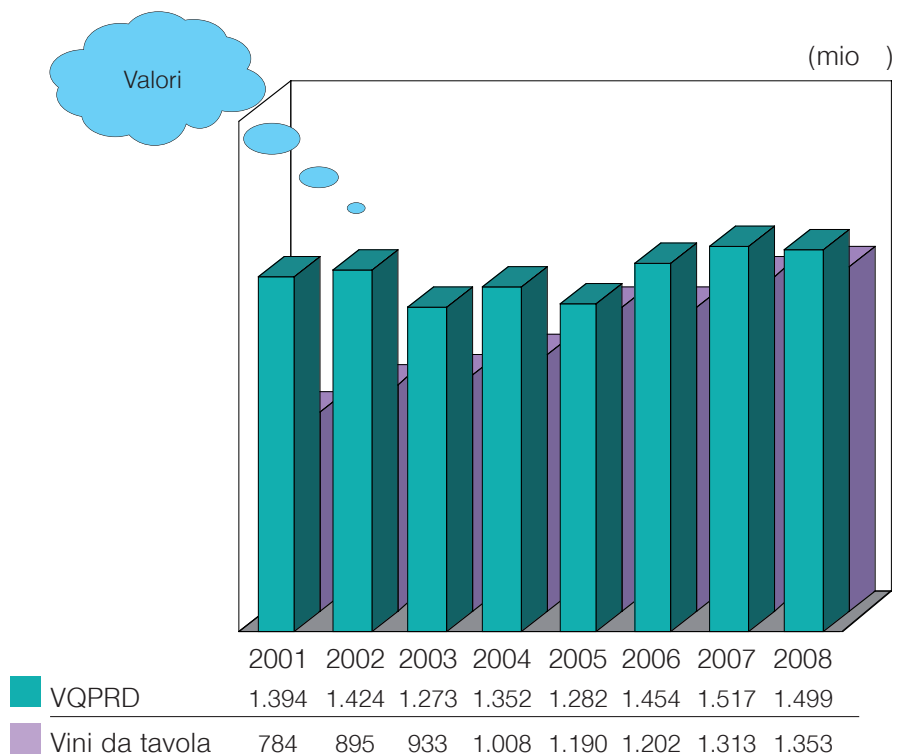
(3) La classificazione basata sulla nomenclatura doganale comune a partire dalla quale sono compilati i dati ISTAT non distingue, in alcune voci, i vini liquorosi dagli altri vini tra 15° e 22° le cui esportazioni rimangono quindi comprese in questo dato complessivo. Non sono invece compresi alcuni tipi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

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 9  
*Esportazione vini tranquilli secondo il tipo*

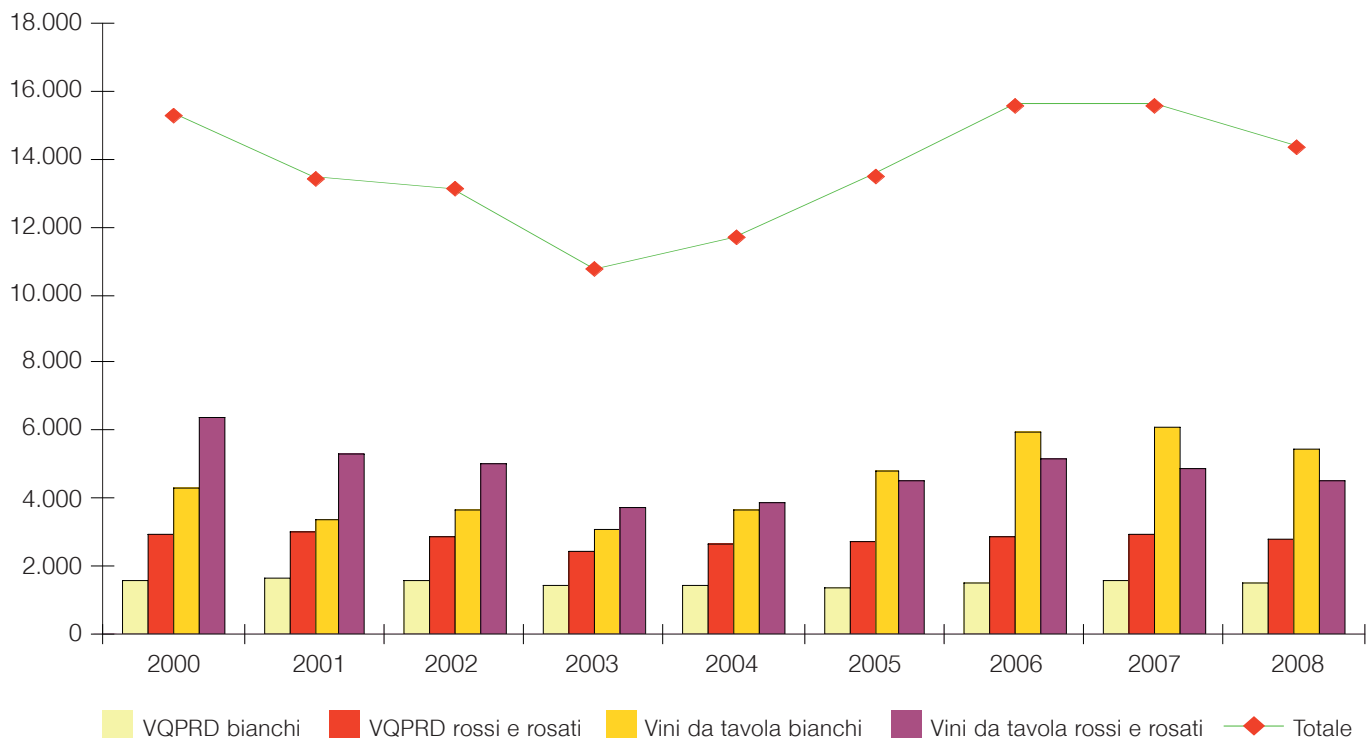


Osservatorio Federvini su base dati ISTAT



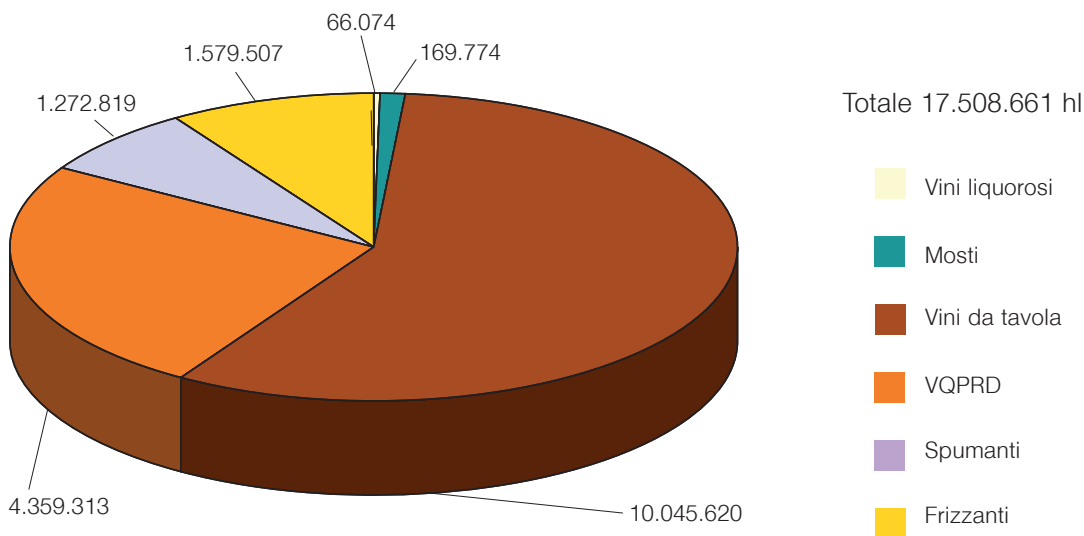
Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

**Grafico 10**  
**L'esportazione di vini tranquilli secondo il tipo e il colore**  
**(migliaia di ettolitri)**



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

**Grafico 11**  
**Esportazione di vini e mosti, composizione della quantità esportata nel 2008**



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

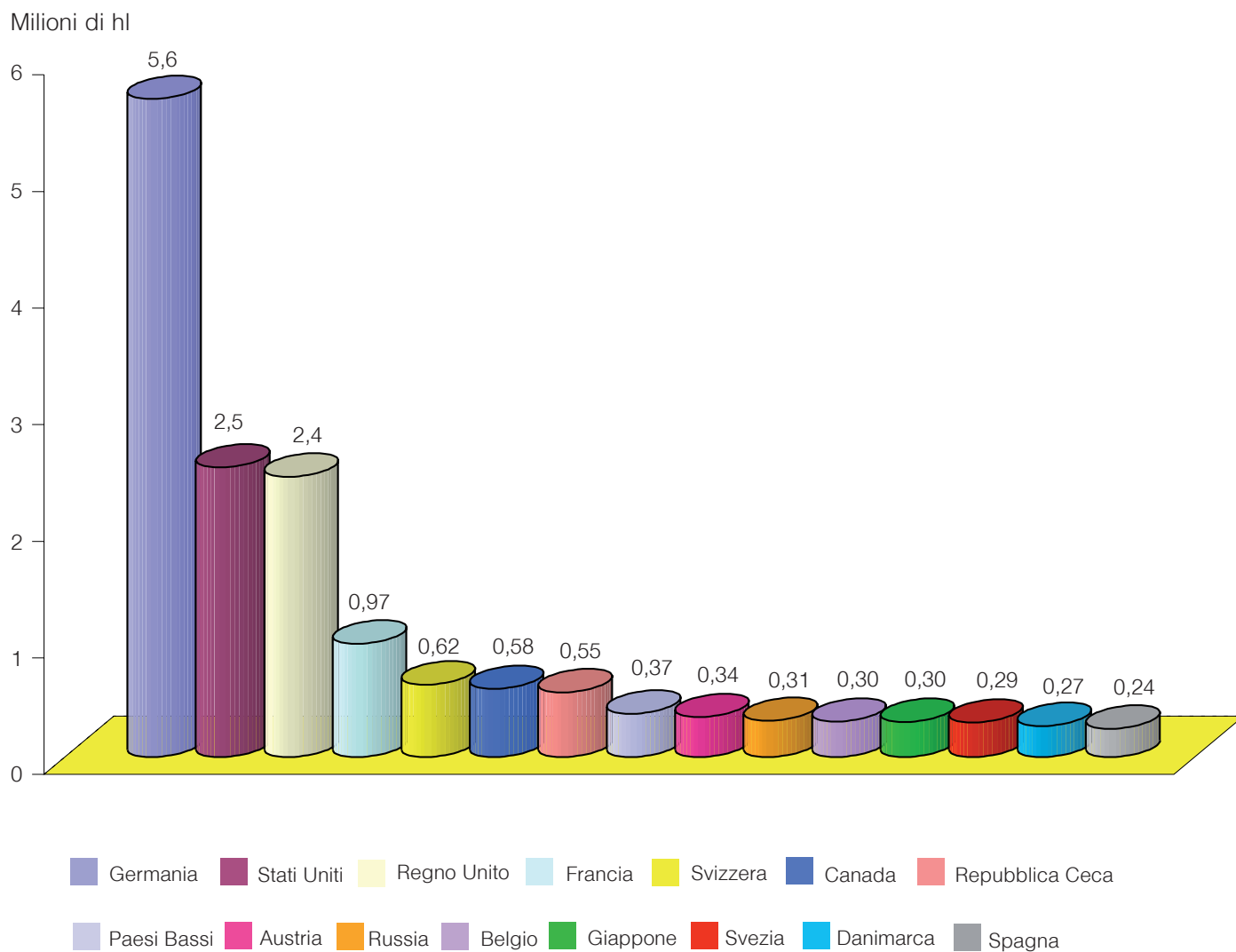
*Tabella 4*  
***Esportazione vini e mosti (compresi vini frizzanti,  
vini spumanti e vini liquorosi)***

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio	302.943	292.247	3,7%	63.687.338	57.432.388	10,9%
Danimarca	265.143	275.641	-3,8%	92.401.493	94.494.222	-2,2%
Francia	971.641	1.261.054	-23,0%	81.492.928	83.198.971	-2,1%
Germania	5.642.529	6.180.806	-8,7%	766.454.465	733.564.396	4,5%
Grecia	103.146	119.128	-13,4%	9.189.109	8.579.362	7,1%
Irlanda	86.708	78.425	10,6%	23.354.126	20.863.319	11,9%
Lussemburgo	33.992	26.594	27,8%	6.928.937	5.849.305	18,5%
Paesi Bassi	371.192	338.601	9,6%	90.504.975	76.489.687	18,3%
Portogallo	48.786	43.865	11,2%	10.382.486	8.936.263	16,2%
Regno Unito	2.402.796	2.313.766	3,8%	493.996.945	461.413.075	7,1%
Spagna	241.395	260.468	-7,3%	69.837.221	66.176.972	5,5%
Austria	341.774	438.493	-22,1%	68.112.901	70.232.152	-3,0%
Finlandia	60.314	59.029	2,2%	16.959.308	16.302.295	4,0%
Svezia	295.135	258.379	14,2%	81.244.667	71.596.354	13,5%
Polonia	155.782	131.195	18,7%	18.762.485	14.742.676	27,3%
Repubblica Ceca	553.927	574.074	-3,5%	31.603.403	27.641.103	14,3%
Slovacchia	107.981	160.243	-32,6%	5.971.301	6.908.540	-13,6%
Ungheria	213.550	427.404	-50,0%	12.135.394	17.909.999	-32,2%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>12.374.520</b>	<b>11.674.133</b>	<b>6,0%</b>	<b>1.972.171.285</b>	<b>1.866.120.681</b>	<b>5,7%</b>
Australia	70.319	60.074	17,1%	20.807.642	18.701.849	11,3%
Brasile	108.012	111.981	-3,5%	24.227.602	23.021.585	5,2%
Canada	583.754	575.053	1,5%	202.278.330	197.140.868	2,6%
Cina	84.877	84.769	0,1%	15.161.467	14.841.168	2,2%
Giappone	300.816	281.984	6,7%	102.823.907	100.597.272	2,2%
Norvegia	147.791	130.975	12,8%	50.121.656	43.721.555	14,6%
Russia	309.308	237.856	30,0%	64.031.622	57.552.752	11,3%
Stati Uniti	2.482.349	2.537.608	-2,2%	799.563.226	829.532.946	-3,6%
Svizzera	620.062	625.226	-0,8%	228.459.573	218.741.278	4,4%
<b>Totale mondo</b>	<b>17.508.661</b>	<b>18.481.428</b>	<b>-5,3%</b>	<b>3.603.372.600</b>	<b>3.478.479.003</b>	<b>3,6%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

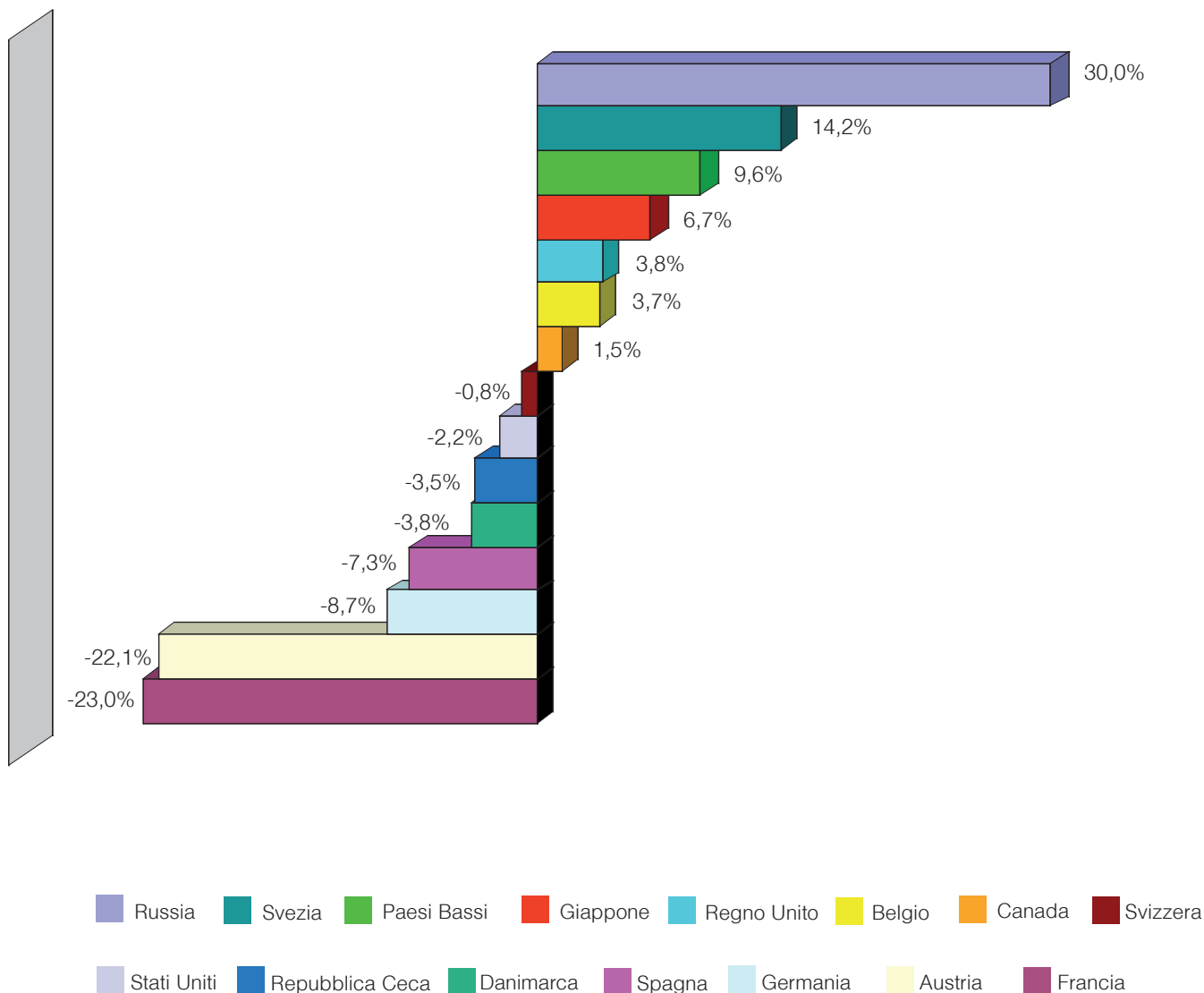
Grafico 12  
**Principali destinazioni delle esportazioni di vini e mosti**  
*(per quantità esportate nel 2008)*



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

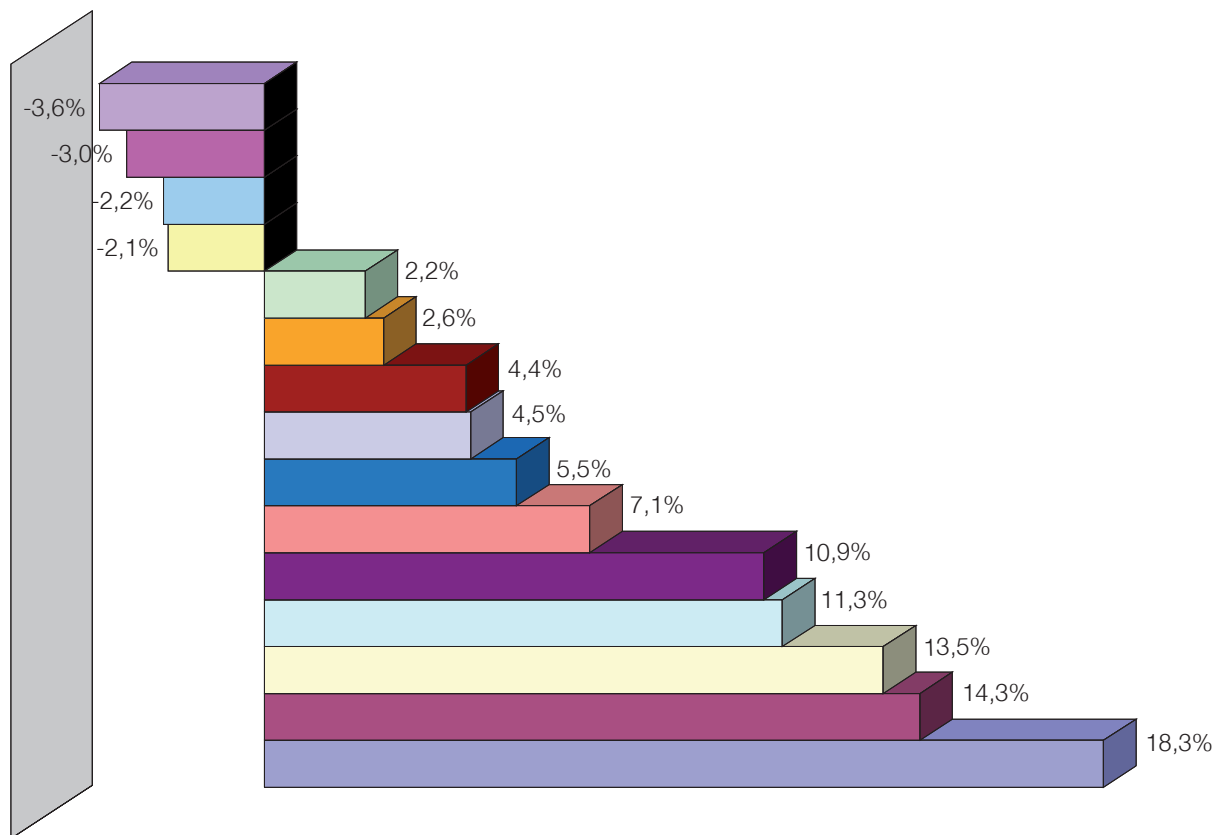


*Grafico 13*  
**Variazione % dei volumi di vini e mosti**  
**esportati verso i principali mercati (2008/2007)**



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Grafico 14*  
**Variatione del valore delle esportazioni di vini e mosti verso le principali destinazioni (2008/2007)**



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

Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Tabella 5*  
*Esportazione vini frizzanti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio	9.820	8.373	17,3%	1.716.904	1.255.178	36,8%
Danimarca	6.883	5.515	24,8%	910.939	802.676	13,5%
Francia	40.121	36.158	11,0%	5.888.951	5.172.873	13,8%
Germania	638.597	621.413	2,8%	107.109.596	88.642.825	20,8%
Paesi Bassi	111.284	92.196	20,7%	19.052.305	13.726.325	38,8%
Regno Unito	39.197	27.080	44,7%	8.425.885	5.662.400	48,8%
Spagna	209.405	222.941	-6,1%	27.015.096	28.083.952	-3,8%
Austria	83.197	85.684	-2,9%	15.723.104	14.998.066	4,8%
Finlandia	3.248	3.266	-0,5%	736.583	672.563	9,5%
Svezia	1.503	1.680	-10,5%	299.684	314.152	-4,6%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>1.185.589</b>	<b>1.132.231</b>	<b>4,7%</b>	<b>192.801.618</b>	<b>163.015.068</b>	<b>18,3%</b>
Australia	5.763	8.266	-30,3%	1.196.550	1.326.071	-9,8%
Brasile	55.815	45.453	22,8%	7.047.785	5.479.820	28,6%
Canada	11.963	7.757	54,2%	3.033.350	1.165.472	160,3%
Giappone	8.601	5.384	59,8%	2.103.481	1.283.411	63,9%
Norvegia	461	194	137,3%	220.861	74.299	197,3%
Stati Uniti	249.255	236.816	5,3%	39.495.739	33.521.472	17,8%
Svizzera	14.070	8.702	61,7%	5.950.968	3.398.124	75,1%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.579.507</b>	<b>1.488.911</b>	<b>6,1%</b>	<b>260.436.529</b>	<b>216.710.380</b>	<b>20,2%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 6*  
*Esportazione vini spumanti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio	27.432	20.455	34,1%	8.095.435	6.525.912	24,1%
Danimarca	17.377	14.626	18,8%	5.671.328	4.848.231	17,0%
Francia	59.106	26.008	127,3%	10.178.328	12.765.225	-20,3%
Germania	257.704	249.831	3,2%	68.165.183	62.133.804	9,7%
Grecia	8.078	7.587	6,5%	2.250.250	1.660.771	35,5%
Paesi Bassi	18.161	14.554	24,8%	14.122.028	9.534.512	48,1%
Portogallo	44.796	40.767	9,9%	9.423.808	8.143.355	15,7%
Regno Unito	91.400	95.705	-4,5%	75.130.151	56.108.852	33,9%
Spagna	8.578	8.742	-1,9%	36.963.403	31.840.604	16,1%
Austria	31.667	36.216	-12,6%	12.809.555	10.935.691	17,1%
Polonia	28.378	22.453	26,4%	4.716.634	3.330.823	41,6%
Svezia	18.255	15.953	14,4%	6.292.421	5.709.004	10,2%
Ungheria	19.262	19.968	-3,5%	2.853.050	2.977.064	-4,2%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>679.322</b>	<b>611.597</b>	<b>11,1%</b>	<b>272.652.691</b>	<b>228.705.441</b>	<b>19,2%</b>
Australia	30.743	25.186	22,1%	6.880.571	7.852.783	-12,4%
Brasile	16.076	19.610	-18,0%	4.284.836	4.893.297	-12,4%
Canada	23.748	16.168	46,9%	7.408.269	6.244.126	18,6%
Giappone	44.204	36.949	19,6%	18.172.127	16.527.310	10,0%
Norvegia	9.295	7.715	20,5%	2.775.101	2.600.998	6,7%
Russia	128.242	70.031	83,1%	28.523.269	23.613.493	20,8%
Stati Uniti	213.934	177.531	20,5%	55.010.759	57.234.816	-3,9%
Svizzera	59.582	58.163	2,4%	24.677.164	22.352.715	10,4%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.272.819</b>	<b>1.074.015</b>	<b>18,5%</b>	<b>443.567.925</b>	<b>386.754.847</b>	<b>14,7%</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)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio	382	387	-1,4%	176.698	190.919	-7,4%
Danimarca	727	820	-11,4%	517.196	484.839	6,7%
Francia	1.642	1.510	8,8%	358.127	339.727	5,4%
Germania	11.836	11.032	7,3%	2.804.131	2.617.504	7,1%
Paesi Bassi	665	670	-0,8%	467.320	417.237	12,0%
Regno Unito	3.037	3.572	-15,0%	1.276.780	1.432.581	-10,9%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>20.849</b>	<b>20.660</b>	<b>0,9%</b>	<b>7.424.721</b>	<b>6.890.542</b>	<b>7,8%</b>
Canada	959	1.160	-17,3%	769.885	794.176	-3,1%
Giappone	2.570	1.871	37,4%	862.252	736.373	17,1%
Stati Uniti	19.394	23.716	-18,2%	5.202.016	5.581.591	-6,8%
Svizzera	9.996	3.960	152,4%	5.339.077	1.405.844	279,8%
<b>Totale mondo</b>	<b>66.074</b>	<b>59.075</b>	<b>11,8%</b>	<b>23.178.634</b>	<b>17.833.419</b>	<b>30,0%</b>

(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. Non sono invece compresi alcuni tipi di vini liquorosi con gradazione inferiore a 15°

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Tabella 8*  
*Esportazione vini aromatizzati*

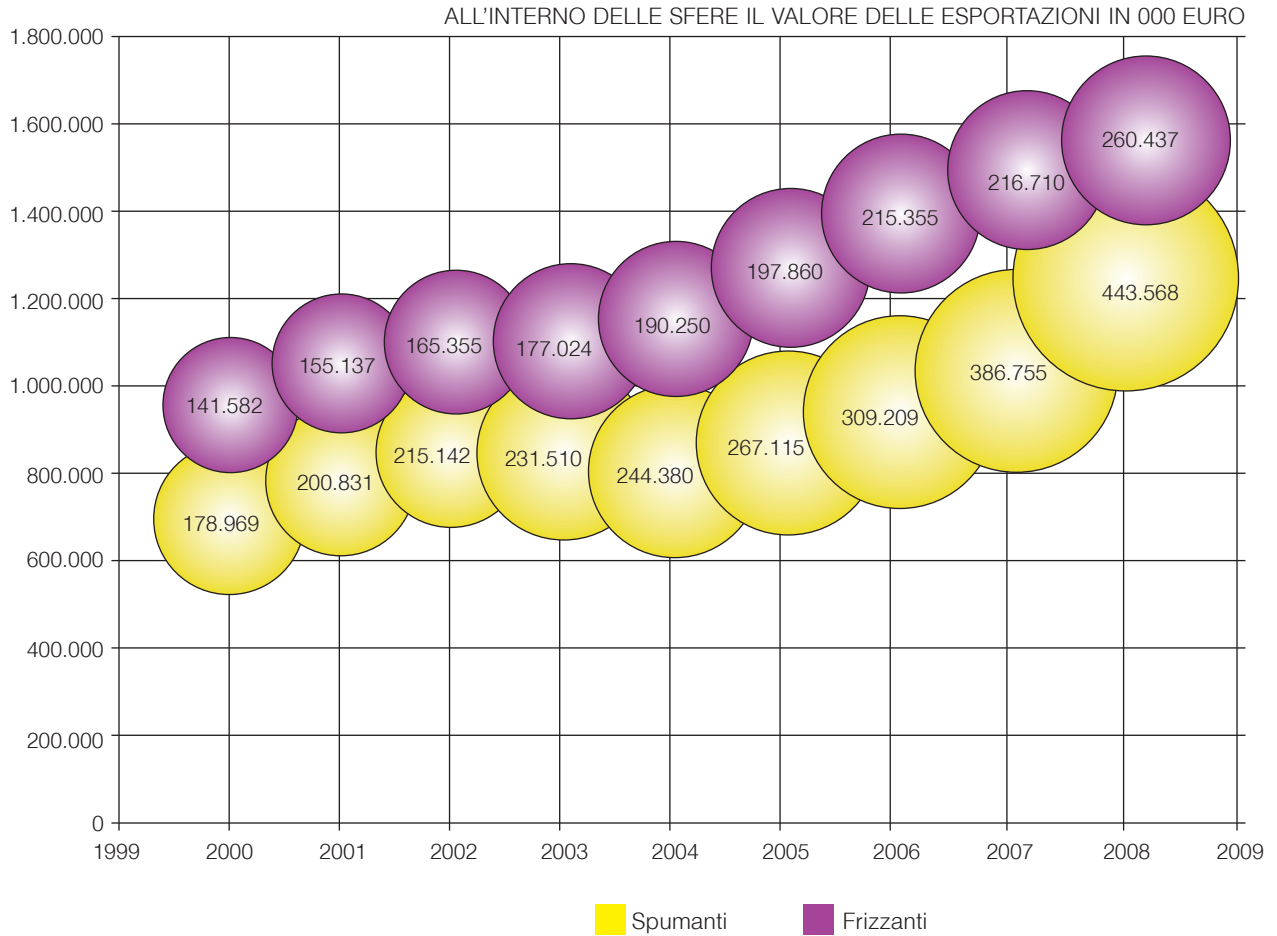
	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio	44.431	41.078	8,2%	4.574.330	4.188.113	9,2%
Danimarca	35.325	35.219	0,3%	3.813.528	4.519.132	-15,6%
Francia	224.827	228.982	-1,8%	32.250.374	34.053.028	-5,3%
Germania	91.822	98.628	-6,9%	11.160.893	11.186.451	-0,2%
Grecia	10.298	9.763	5,5%	1.130.810	1.370.249	-17,5%
Paesi Bassi	29.473	27.880	5,7%	3.866.039	3.395.257	13,9%
Portogallo	5.912	5.225	13,1%	639.388	550.975	16,0%
Regno Unito	98.634	109.457	-9,9%	10.479.128	11.707.637	-10,5%
Spagna	40.540	33.286	21,8%	5.076.719	3.789.954	34,0%
Austria	9.952	10.635	-6,4%	1.347.292	1.646.502	-18,2%
Svezia	8.022	8.739	-8,2%	1.153.765	1.444.144	-20,1%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>760.762</b>	<b>746.821</b>	<b>1,9%</b>	<b>92.871.675</b>	<b>95.041.682</b>	<b>-2,3%</b>
Canada	31.034	26.144	18,7%	2.929.942	3.164.748	-7,4%
Giappone	5.542	3.260	70,0%	544.423	476.502	14,3%
Norvegia	5.013	5.536	-9,4%	466.158	1.118.630	-58,3%
Russia	343.351	224.034	53,3%	32.070.040	40.221.749	-20,3%
Stati Uniti	81.661	71.044	14,9%	8.077.998	9.506.174	-15,0%
Svizzera	36.568	30.881	18,4%	2.840.911	5.099.895	-44,3%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.391.617</b>	<b>1.191.567</b>	<b>16,8%</b>	<b>151.741.241</b>	<b>170.903.558</b>	<b>-11,2%</b>

(\*) provvisori

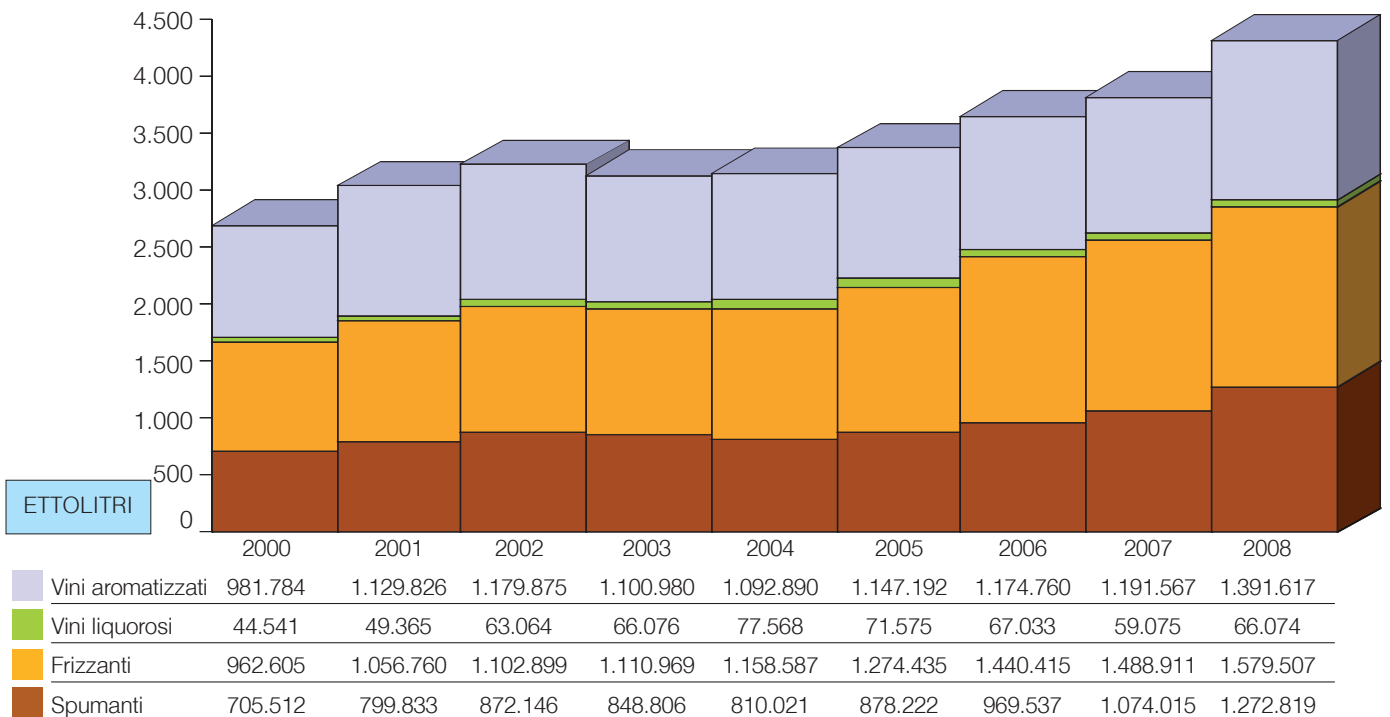
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT



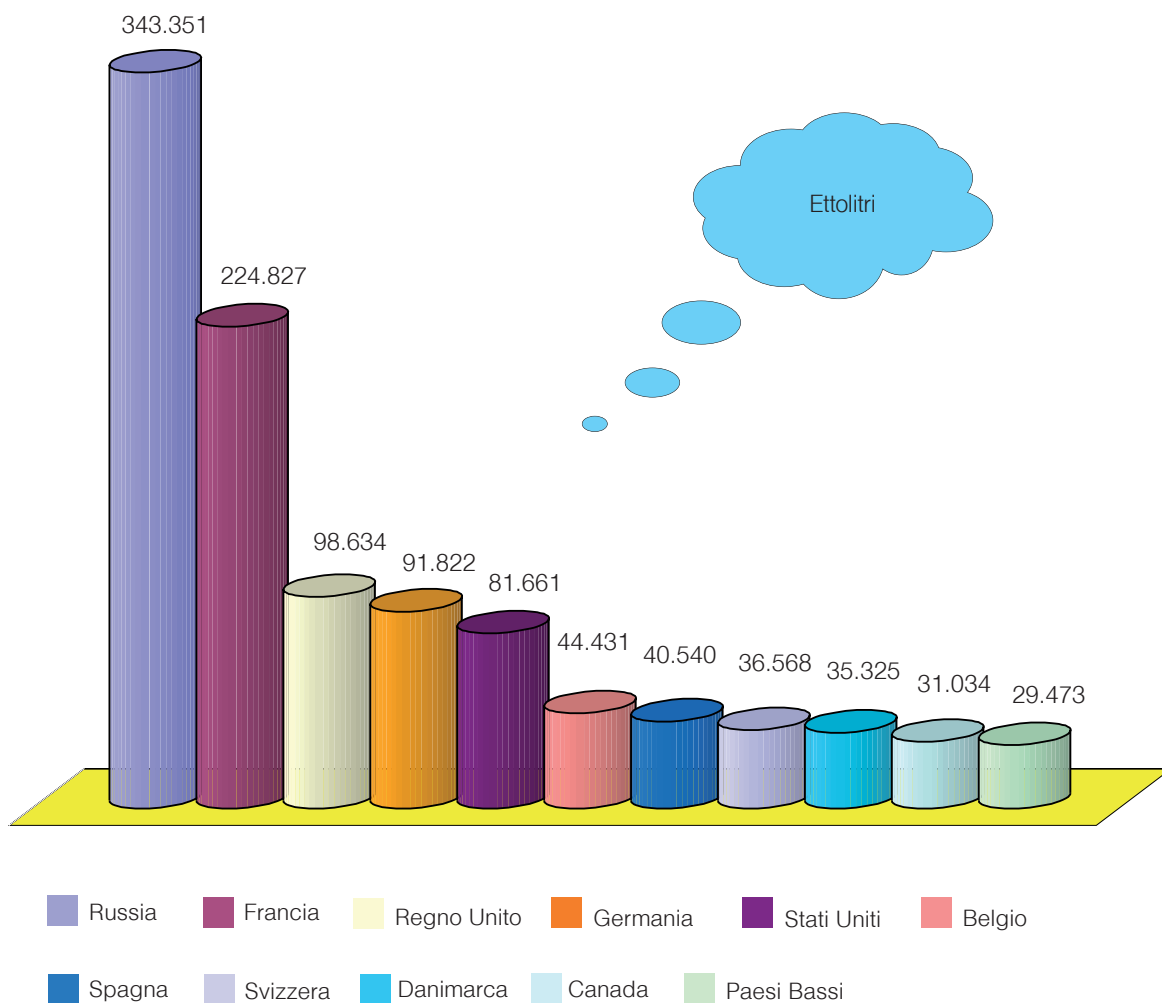
**Grafico 15**  
**L'esportazione dei vini con le bollicine**



**Grafico 16**  
**L'andamento nel comparto vinicolo (esclusi i vini tranquilli)**



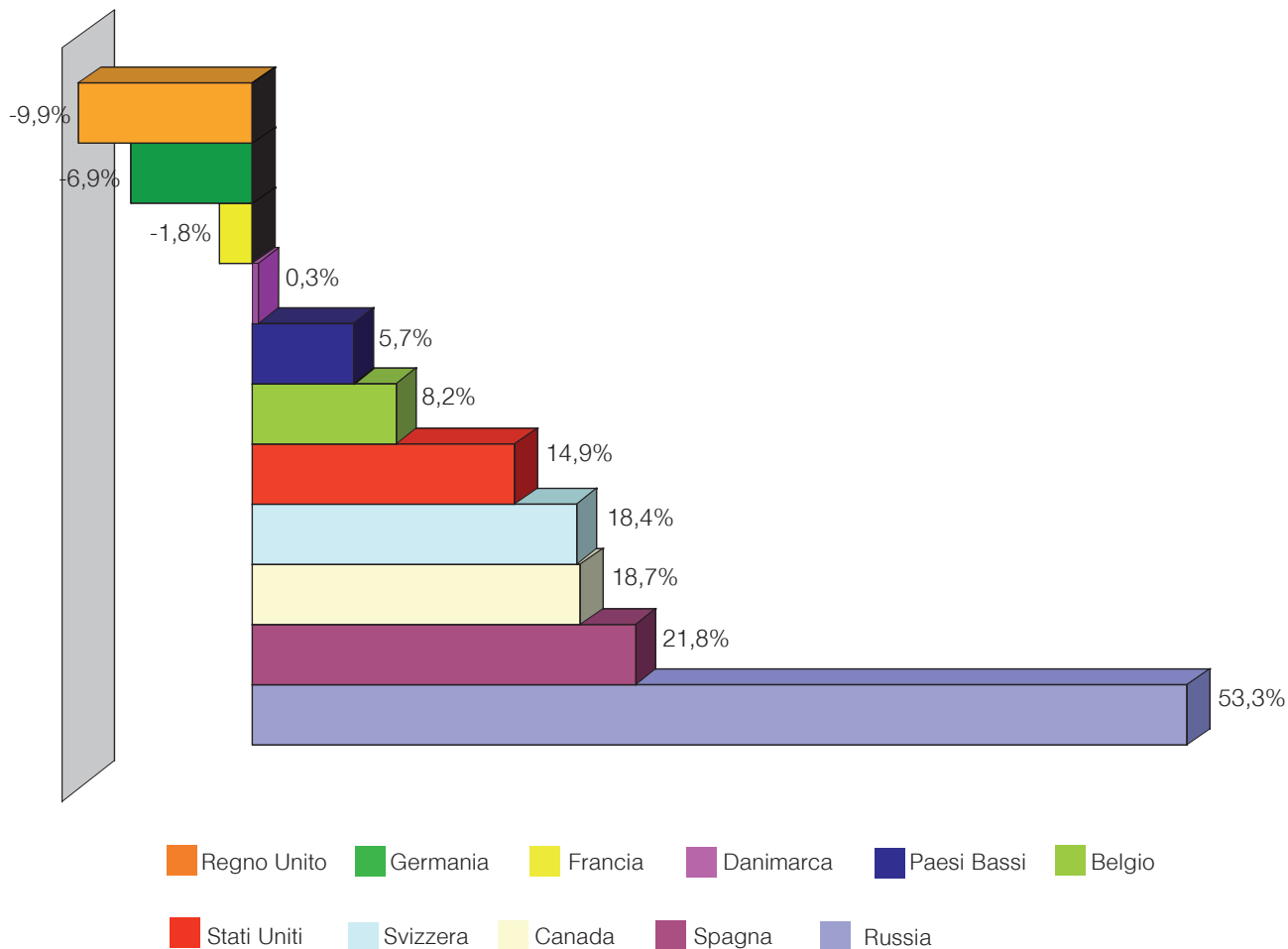
*Grafico 17*  
**Principali Paesi di destinazione dei vini aromatizzati**  
*(per quantità esportate nel 2008)*



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT



*Grafico 18*  
***Variazione dei volumi dei vini aromatizzati***  
***esportati verso i principali mercati (2008/2007)***



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

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

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Acquaviti di vino e vinaccia	241.582	237.434	1,7%	76.492.123	72.571.225	5,4%
• di cui Grappa	30.078	29.625	1,5%	39.238.967	38.627.175	1,6%
Altre acquaviti	53.919	74.352	-27,5%	50.505.508	45.974.862	9,9%
Liquori e altre bevande alcoliche	351.306	381.107	-7,8%	342.822.730	351.355.848	-2,4%
<b>Totale</b>	<b>646.807</b>	<b>692.894</b>	<b>22,5%</b>	<b>469.820.361</b>	<b>469.901.935</b>	<b>5,9%</b>

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

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Liquori e altre bevande alcoliche	108.488	98.198	10,5%	117.571.818	120.978.113	-2,8%
• Gin	11.716	15.887	-26,3%	10.709.887	14.997.203	-28,6%
• Vodka	30.947	28.117	10,1%	19.976.596	17.953.817	11,3%
• Altri	65.826	54.194	21,5%	86.885.335	88.027.093	-1,3%
Acquaviti	201.663	212.934	-5,3%	167.248.407	184.766.416	-9,5%
• Whisky	74.045	83.937	-11,8%	86.738.736	98.866.305	-12,3%
•• Bourbon	1.419	2.358	-39,8%	2.368.922	3.592.558	-34,1%
•• Scotch	58.050	64.445	-9,9%	61.079.400	70.306.354	-13,1%
••• di malto	12.751	9.185	38,8%	18.365.010	18.447.128	-0,4%
••• Blended	44.221	53.788	-17,8%	42.407.871	50.843.642	-16,6%
• Acquaviti di vino e di vinaccia	42.459	37.550	13,1%	15.627.502	19.692.341	-20,6%
•• Cognac	2.482	3.358	-26,1%	7.662.851	10.123.138	-24,3%
• Rum	72.556	68.133	6,5%	57.842.861	56.400.779	2,6%
• Altre	12.603	23.314	-45,9%	7.039.308	9.806.991	-28,2%
<b>Totale</b>	<b>310.151</b>	<b>311.131</b>	<b>-0,3%</b>	<b>284.820.225</b>	<b>305.744.529</b>	<b>-6,8%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT



Grafico 19  
Acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche

ALL'INTERNO DELLE SFERE LE QUANTITÀ IN ETTANIDRI

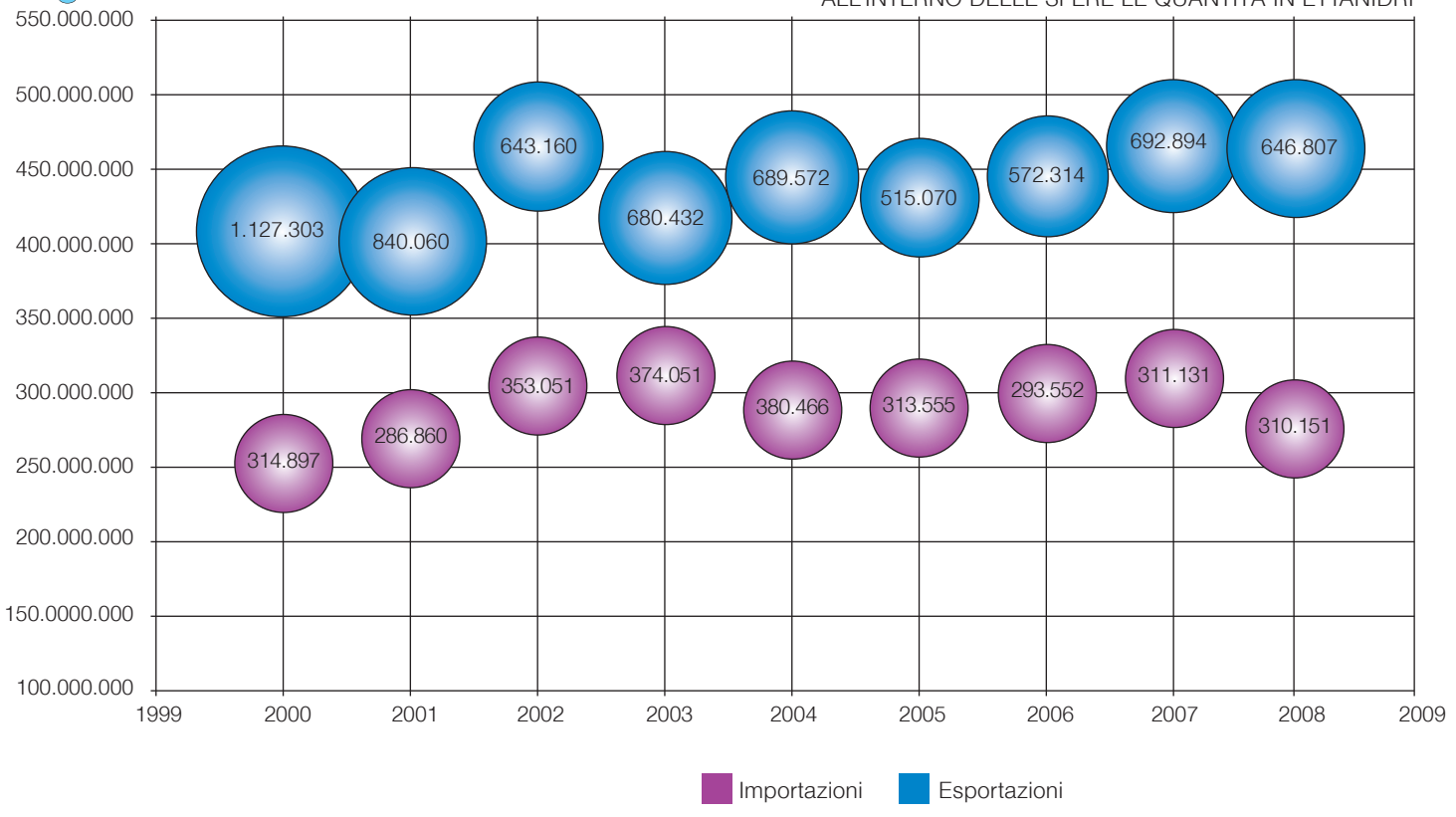
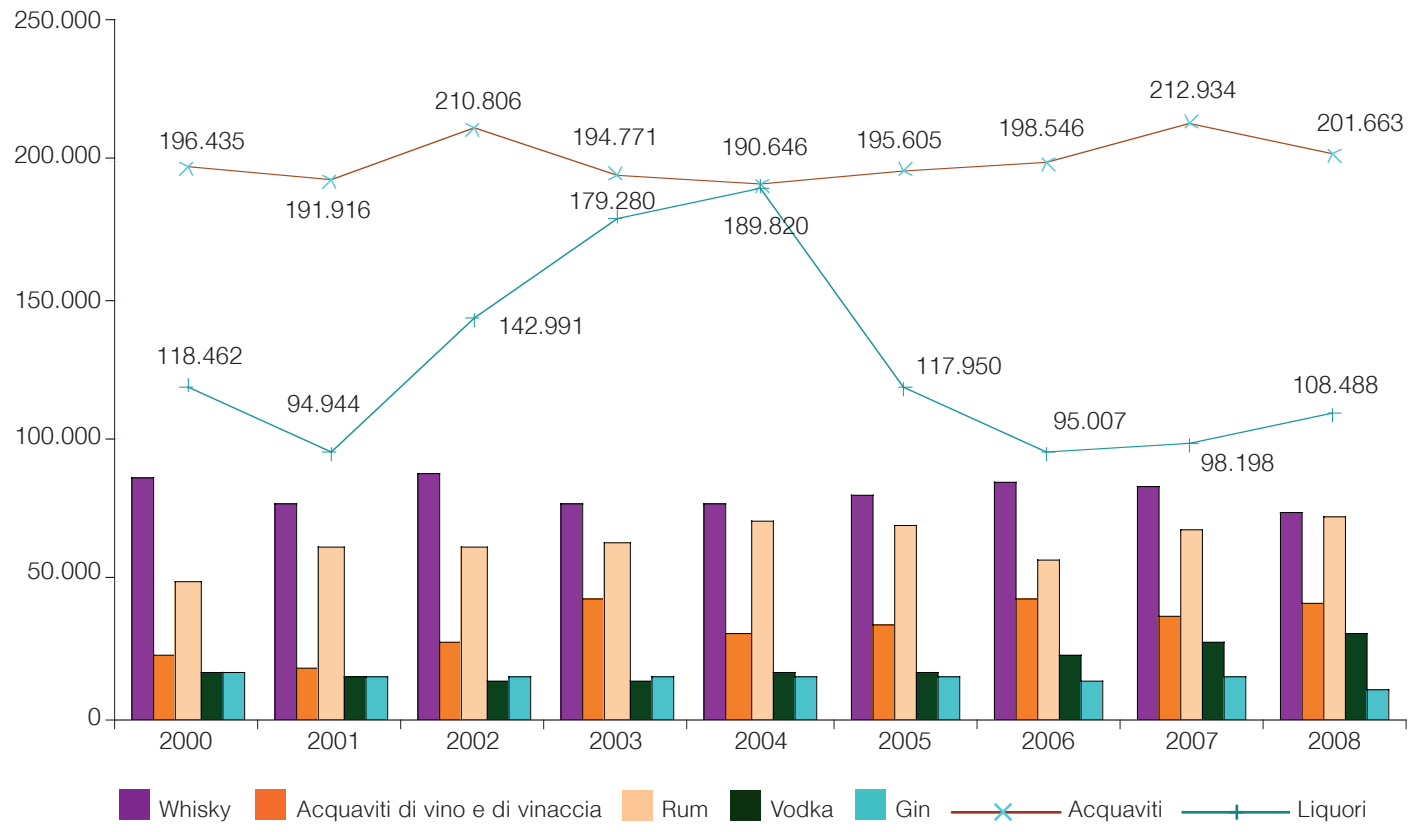
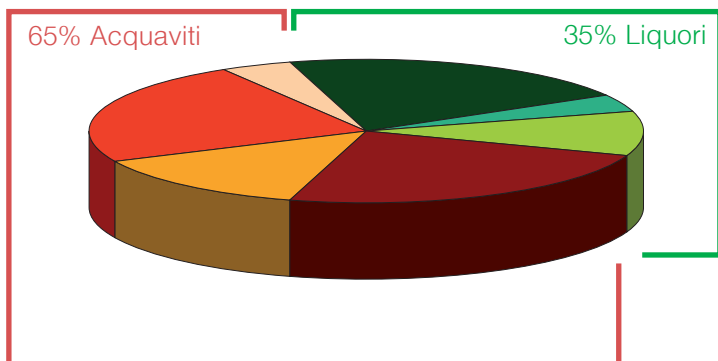


Grafico 20  
Importazione di acquaviti, liquori e altre bevande alcoliche



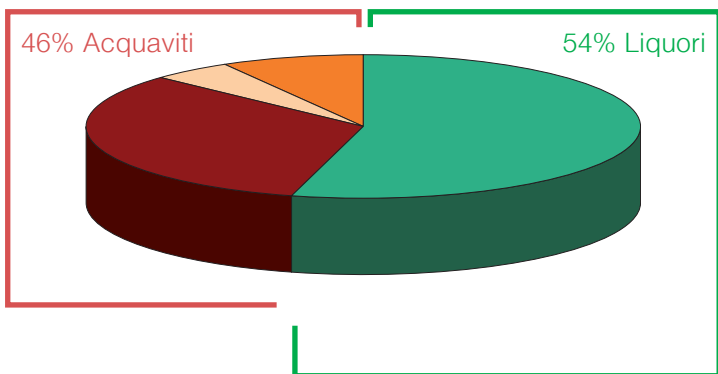
Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

Grafico 21  
*Importazione ed esportazione di acquaviti e liquori (2008)*



**Importazione**

- Altri liquori 21,2%
- Gin 3,8%
- Vodka 10,0%
- Whisky 23,9%
- Acquaviti di vino e di vinaccia 13,7%
- Rum 23,4%
- Altre acquaviti 4,1%



**Esportazione**

- Liquori 54,3%
- Acquaviti di vino e di vinaccia 32,7%
- Grappa 4,7%
- Altre acquaviti 8,3%

Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

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

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio (1)	21.324	8.302	156,9%	10.750.208	10.652.419	0,9%
Danimarca	7.648	8.164	-6,3%	6.981.181	8.317.732	-16,1%
Francia	126.762	151.274	-16,2%	31.840.111	34.224.379	-7,0%
Germania	161.126	190.572	-15,5%	135.580.770	138.229.031	-1,9%
Grecia	12.940	14.454	-10,5%	13.763.073	13.246.842	3,9%
Irlanda	582	636	-8,4%	707.339	574.521	23,1%
Lussemburgo	978	969	0,9%	953.768	895.247	6,5%
Paesi Bassi	6.300	8.665	-27,3%	9.893.520	12.236.711	-19,1%
Portogallo (2)	26.074	8.220	217,2%	6.092.435	3.180.892	91,5%
Regno Unito	33.972	27.269	24,6%	33.878.236	32.897.179	3,0%
Spagna	43.799	40.377	8,5%	34.759.804	30.953.413	12,3%
Austria	13.401	16.842	-20,4%	11.244.573	11.083.795	1,5%
Finlandia	1.476	900	64,0%	2.173.802	1.874.780	15,9%
Svezia	2.057	1.932	6,5%	2.338.559	2.104.006	11,1%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>459.511</b>	<b>479.103</b>	<b>-4,1%</b>	<b>301.418.107</b>	<b>300.891.555</b>	<b>0,2%</b>
Australia	3.775	2.851	32,4%	3.092.571	2.717.436	13,8%
Canada	11.451	13.732	-16,6%	14.067.041	13.836.398	1,7%
Croazia	3.501	2.917	20,0%	2.732.095	2.176.081	25,6%
Giappone	4.089	4.334	-5,7%	5.543.429	5.471.916	1,3%
Stati Uniti	69.381	64.091	8,3%	61.321.446	64.798.531	-5,4%
Svizzera	14.021	15.017	-6,6%	17.595.647	16.777.533	4,9%
<b>Totale mondo</b>	<b>646.807</b>	<b>692.894</b>	<b>-6,7%</b>	<b>469.820.361</b>	<b>469.901.935</b>	<b>0,0%</b>

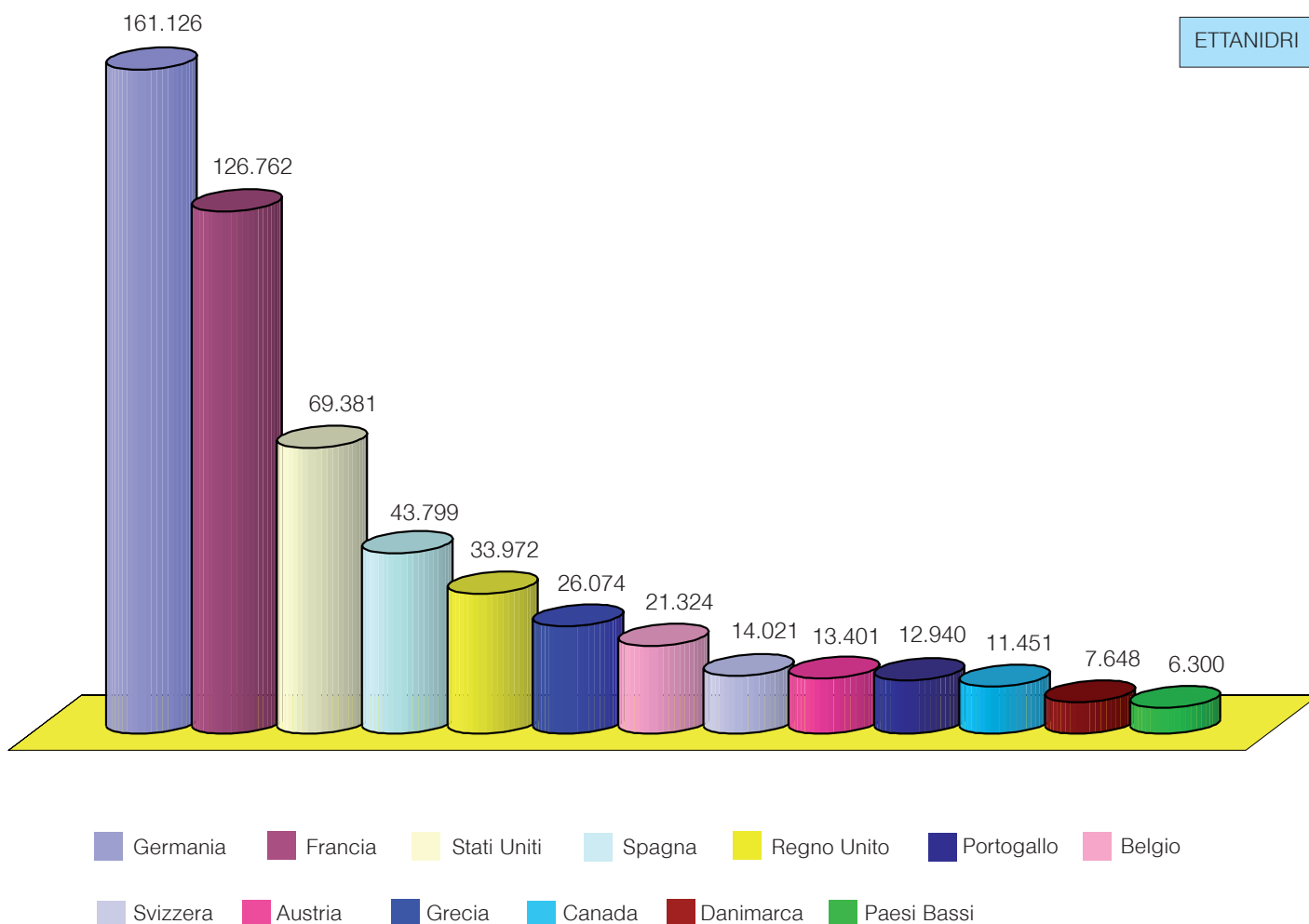
(\*) provvisori

(1) (2) I dati ISTAT provvisori 2008 registrano la spedizione dall'Italia verso il Belgio di 14.500 ettanidri di acquaviti di vino e di vinacce in recipienti maggiori di 2 litri (vd 22082089) e la spedizione verso il Portogallo di 22.200 hn per la medesima voce doganale. Questo dato nel 2007 era risultato nullo per il Belgio e per il Portogallo era di 5.200 hn.

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 22

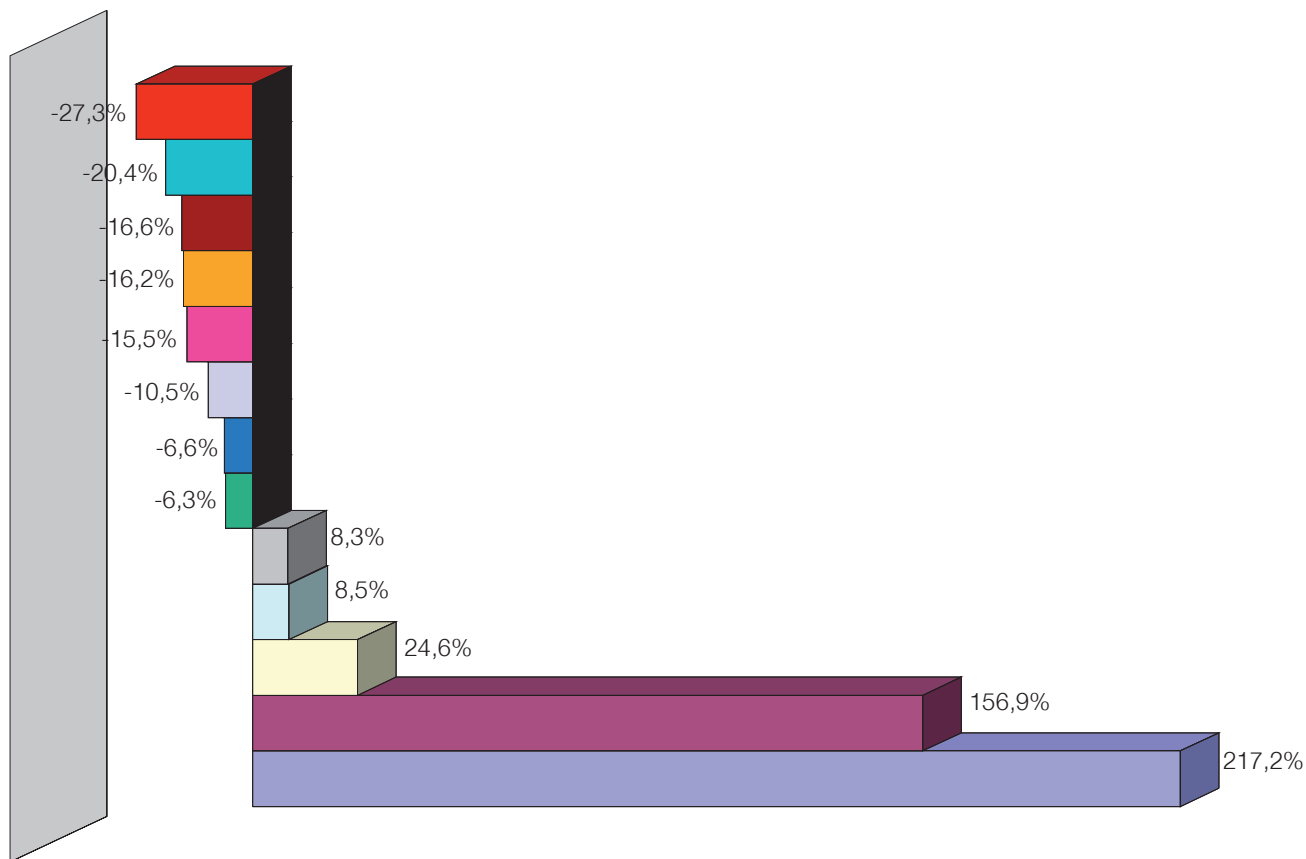
**Principali Paesi di destinazione delle esportazioni di acquaviti e liquori  
(per quantità esportate nel 2008)**



*I dati ISTAT provvisori 2008 registrano la spedizione dall'Italia verso il Belgio di 14.500 ettanidri di acquaviti di vino e di vinacce in recipienti maggiori di 2 litri (vd 22082089) e la spedizione verso il Portogallo di 22.200 hn per la medesima voce doganale. Questo dato nel 2007 era risultato nullo per il Belgio e per il Portogallo era di 5.200 hn.*

Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Grafico 23  
 Variazione % dei volumi di acquaviti e liquori  
 esportati verso i principali mercati (2008/2007)*



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

*I dati ISTAT provvisori 2008 registrano la spedizione dall'Italia verso il Belgio di 14.500 ettanidri di acquaviti di vino e di vinacce in recipienti maggiori di 2 litri (vd 22082089) e la spedizione verso il Portogallo di 22.200 hn per la medesima voce doganale. Questo dato nel 2007 era risultato nullo per il Belgio e per il Portogallo era di 5.200 hn.*

Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Tabella 12*  
*Esportazione acquaviti*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio (1)	15.437	1.134	1261,8%	2.534.124	1.401.776	80,8%
Danimarca	350	447	-21,7%	560.527	657.557	-14,8%
Francia	103.009	124.536	-17,3%	12.792.006	14.390.903	-11,1%
Germania	58.731	68.738	-14,6%	42.409.312	40.357.089	5,1%
Grecia	662	2.121	-68,8%	690.467	1.123.126	-38,5%
Irlanda	568	630	-9,8%	678.186	561.446	20,8%
Lussemburgo	231	189	21,8%	336.470	269.084	25,0%
Paesi Bassi	1.557	3.309	-52,9%	2.511.245	4.431.579	-43,3%
Portogallo (2)	22.501	5.239	329,5%	3.494.254	707.281	394,0%
Regno Unito	1.846	1.407	31,2%	2.311.704	1.654.475	39,7%
Spagna	16.992	8.200	107,2%	9.455.379	6.122.311	54,4%
Austria	7.184	12.061	-40,4%	4.704.567	5.171.814	-9,0%
Finlandia	58	53	7,8%	110.057	105.052	4,8%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>229.379</b>	<b>228.222</b>	<b>0,5%</b>	<b>82.442.052</b>	<b>76.913.140</b>	<b>7,2%</b>
Australia	150	139	7,4%	194.726	254.815	-23,6%
Canada	1.721	1.940	-11,3%	2.162.680	2.349.183	-7,9%
Croazia	2.868	2.454	16,9%	2.104.698	1.640.147	28,3%
Giappone	527	752	-29,9%	1.890.900	2.348.643	-19,5%
Stati Uniti	14.835	8.573	73,0%	4.260.184	3.465.703	22,9%
Svizzera	4.731	4.560	3,8%	8.732.420	8.415.664	3,8%
<b>Totale mondo</b>	<b>295.033</b>	<b>311.787</b>	<b>-5,4%</b>	<b>126.873.068</b>	<b>120.889.483</b>	<b>4,9%</b>

(\*) provvisori

(1) (2) I dati ISTAT provvisori 2008 registrano la spedizione dall'Italia verso il Belgio di 14.500 ettanidri di acquaviti di vino e di vinacce in recipienti maggiori di 2 litri (vd 22082089) e la spedizione verso il Portogallo di 22.200 hn per la medesima voce doganale. Questo dato nel 2007 era risultato nullo per il Belgio e per il Portogallo era di 5.200 hn.

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT



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

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio	5.887	7.168	-17,9%	8.216.084	9.250.643	-11,2%
Danimarca	7.298	7.718	-5,4%	6.420.654	7.660.175	-16,2%
Francia	23.753	26.738	-11,2%	19.048.105	19.833.476	-4,0%
Germania	102.395	121.834	-16,0%	93.171.458	97.871.942	-4,8%
Grecia	12.278	12.332	-0,4%	13.072.606	12.123.716	7,8%
Irlanda	14	6	152,3%	29.153	13.075	123,0%
Lussemburgo	1.692	1.621	4,4%	1.245.977	1.246.642	-0,1%
Paesi Bassi	4.743	5.356	-11,4%	7.382.275	7.805.132	-5,4%
Portogallo	3.106	2.981	4,2%	2.475.288	2.473.611	0,1%
Regno Unito	32.126	25.862	24,2%	31.566.532	31.242.704	1,0%
Spagna	26.807	32.177	-16,7%	25.304.329	24.831.102	1,9%
Austria	6.217	4.782	30,0%	6.540.006	5.911.981	10,6%
Finlandia	1.418	846	67,6%	2.063.745	1.769.728	16,6%
Svezia	1.262	1.185	6,5%	1.864.117	1.631.447	14,3%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>229.666</b>	<b>250.881</b>	<b>-8,5%</b>	<b>218.853.066</b>	<b>223.978.415</b>	<b>-2,3%</b>
Australia	3.626	2.712	33,7%	2.897.845	2.462.621	17,7%
Canada	9.730	11.792	-17,5%	11.904.361	11.487.215	3,6%
Croazia	632	463	36,5%	627.397	535.934	17,1%
Giappone	3.562	3.582	-0,6%	3.652.529	3.123.273	16,9%
Stati Uniti	54.546	55.518	-1,7%	57.061.262	61.332.828	-7,0%
Svizzera	9.290	10.457	-11,2%	8.863.227	8.361.869	6,0%
<b>Totale mondo</b>	<b>351.307</b>	<b>381.107</b>	<b>-7,8%</b>	<b>342.824.304</b>	<b>351.355.848</b>	<b>-2,4%</b>

(\*) provvisori

Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

(1) (2) I dati ISTAT provvisori 2008 registrano la spedizione dall'Italia verso il Belgio di 14.500 ettanidri di acquaviti di vino e di vinacce in recipienti maggiori di 2 litri (vd 22082089) e la spedizione verso il Portogallo di 22.200 hn per la medesima voce doganale. Questo dato nel 2007 era risultato nullo per il Belgio e per il Portogallo era di 5.200 hn.

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

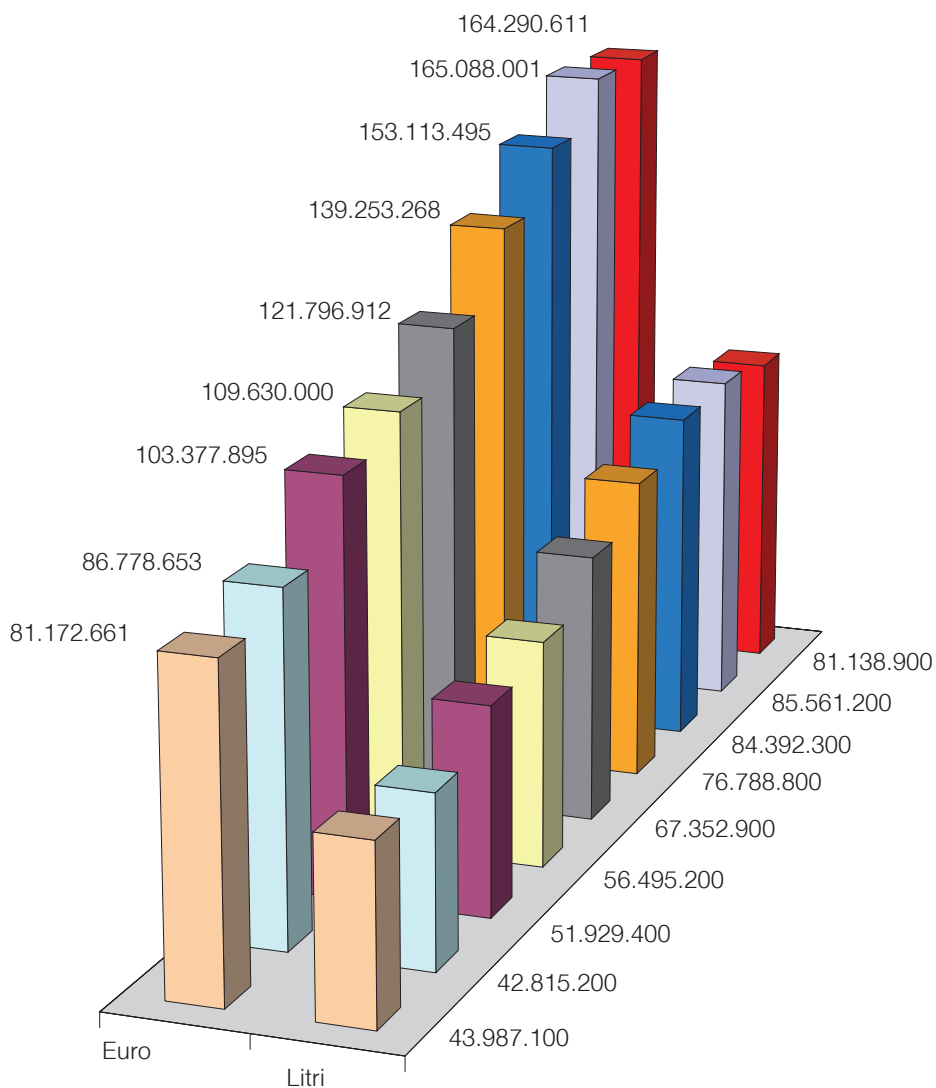
*Tabella 14*  
*Esportazione aceti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2008 (*)	2007		2008 (*)	2007	
Belgio	5.873	6.480	-9,4%	1.948.503	2.167.664	-10,1%
Danimarca	3.435	4.140	-17,0%	1.275.811	1.329.371	-4,0%
Francia	92.175	89.758	2,7%	13.518.081	12.766.182	5,9%
Germania	168.527	184.121	-8,5%	33.122.423	33.870.807	-2,2%
Paesi Bassi	4.200	4.754	-11,7%	1.753.298	1.752.726	0,0%
Regno Unito	27.926	32.277	-13,5%	9.242.337	11.206.685	-17,5%
Spagna	52.892	51.596	2,5%	7.117.599	6.856.093	3,8%
Austria	24.943	21.874	14,0%	4.478.010	4.510.408	-0,7%
Finlandia	2.793	2.430	15,0%	504.221	494.756	1,9%
Svezia	10.707	12.574	-14,9%	3.046.644	3.174.868	-4,0%
<b>Totale UE (25)</b>	<b>411.827</b>	<b>429.739</b>	<b>-4,2%</b>	<b>80.246.246</b>	<b>82.352.740</b>	<b>-2,6%</b>
Australia	28.802	31.010	-7,1%	5.347.492	5.361.730	-0,3%
Brasile	9.924	8.418	17,9%	1.928.940	1.541.145	25,2%
Canada	27.988	26.939	3,9%	6.785.848	6.236.129	8,8%
Giappone	8.645	9.105	-5,0%	2.935.153	3.104.760	-5,5%
Stati Uniti	249.358	270.939	-8,0%	46.070.010	46.363.545	-0,6%
Sud Africa	6.226	5.779	7,7%	1.013.189	901.102	12,4%
Svizzera	30.373	31.489	-3,5%	9.920.354	10.590.902	-6,3%
<b>Totale mondo</b>	<b>821.389</b>	<b>855.612</b>	<b>-4,0%</b>	<b>164.290.611</b>	<b>165.088.001</b>	<b>-0,5%</b>

(\*) provvisori

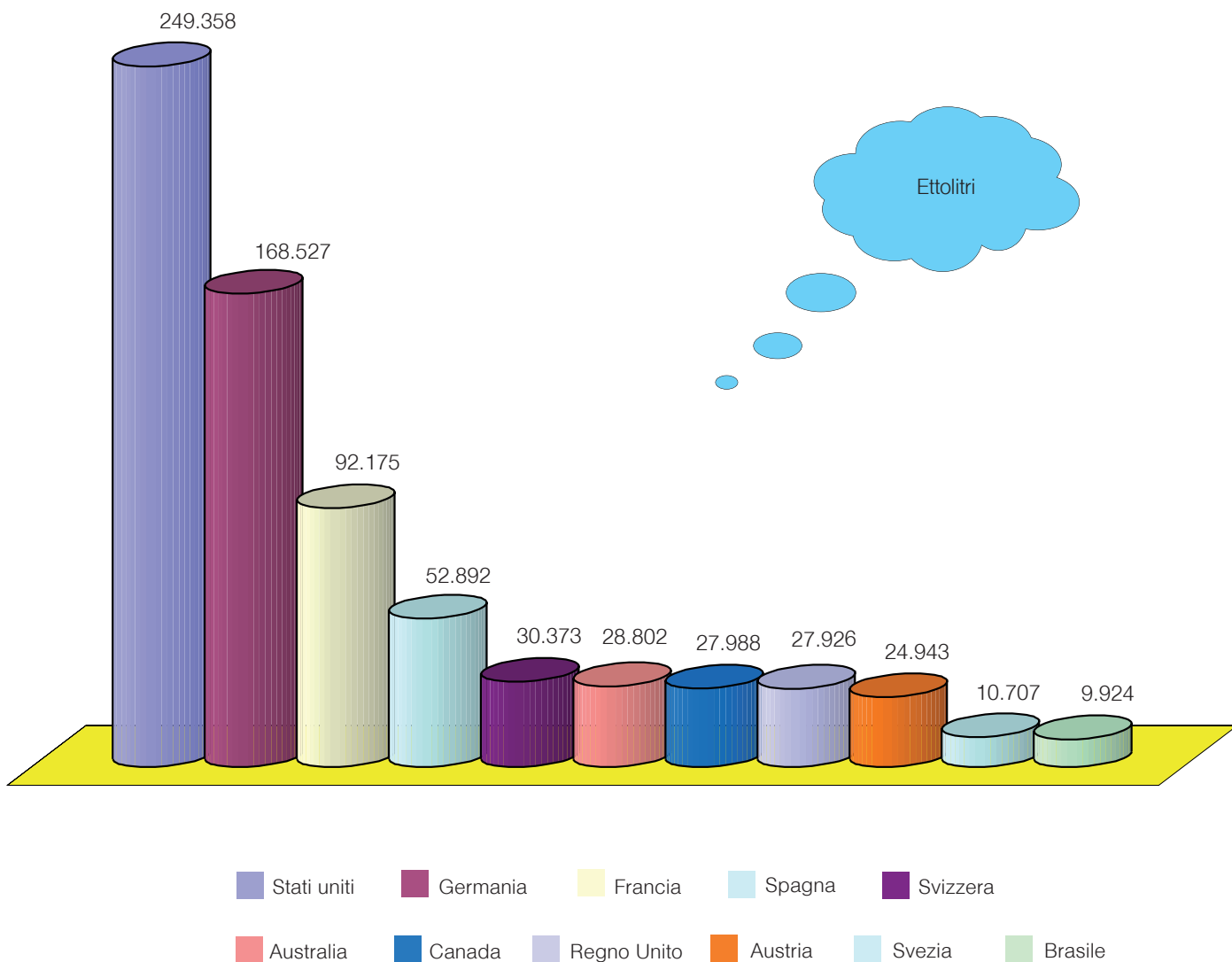
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

Grafico 24  
L'esportazione di aceti



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

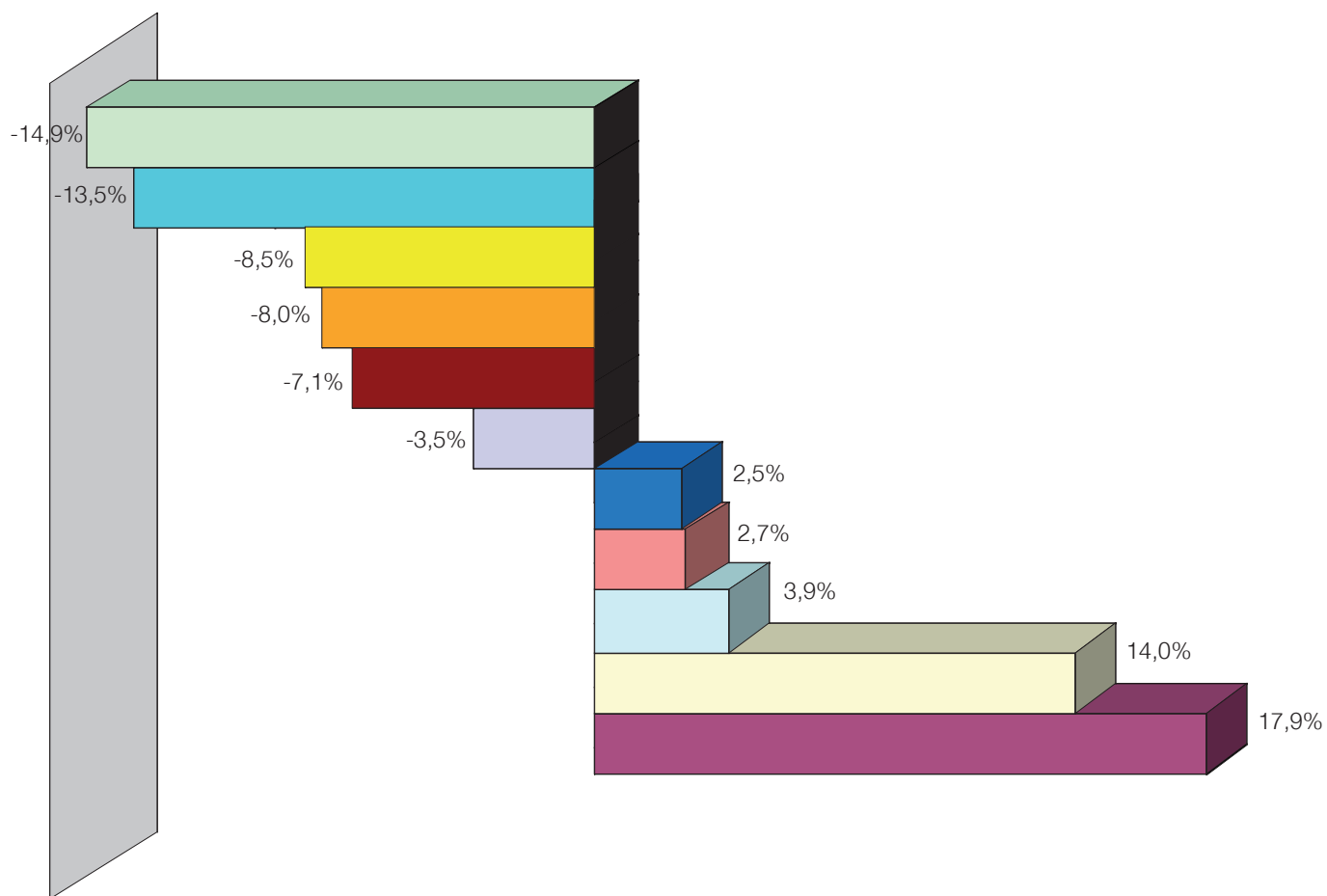
Grafico 25  
**Principali Paesi di destinazione delle esportazioni di aceti**  
 (per quantità esportate nel 2008)



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

Grafico 26

*Variatione dei volumi degli aceti esportati verso i principali mercati (2008/2007)*

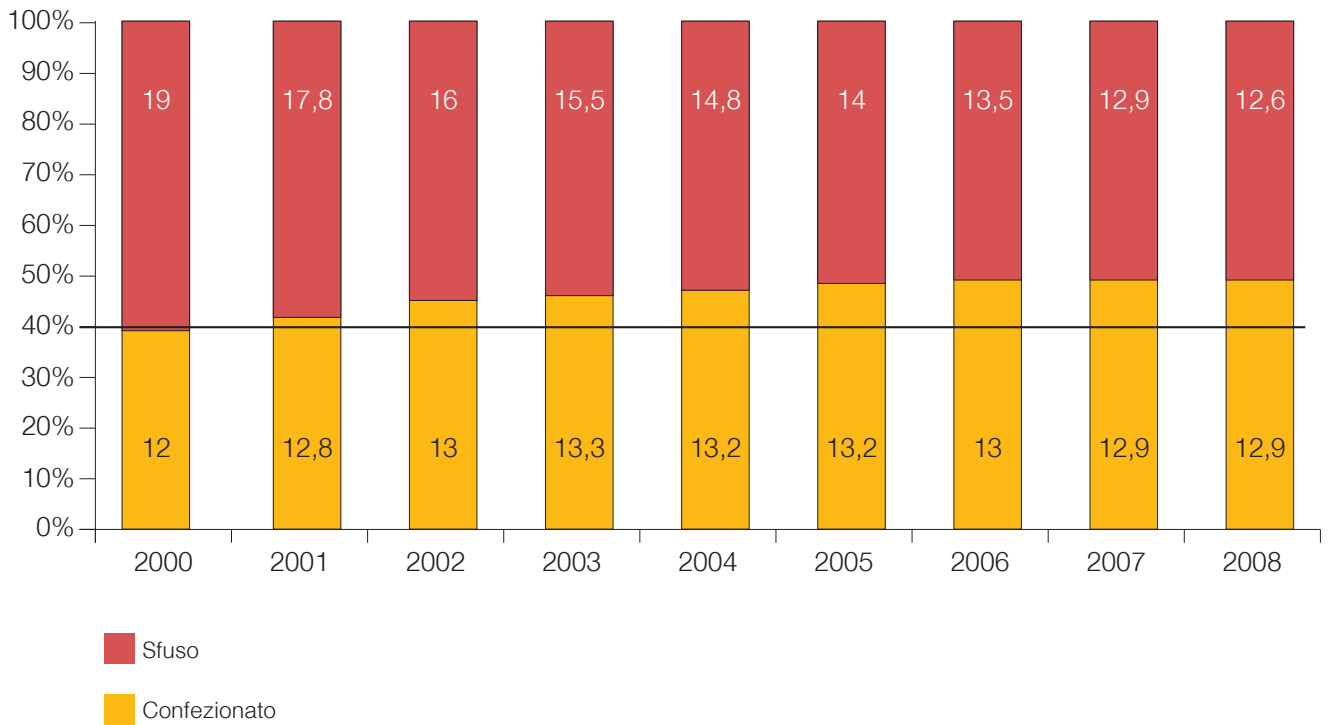
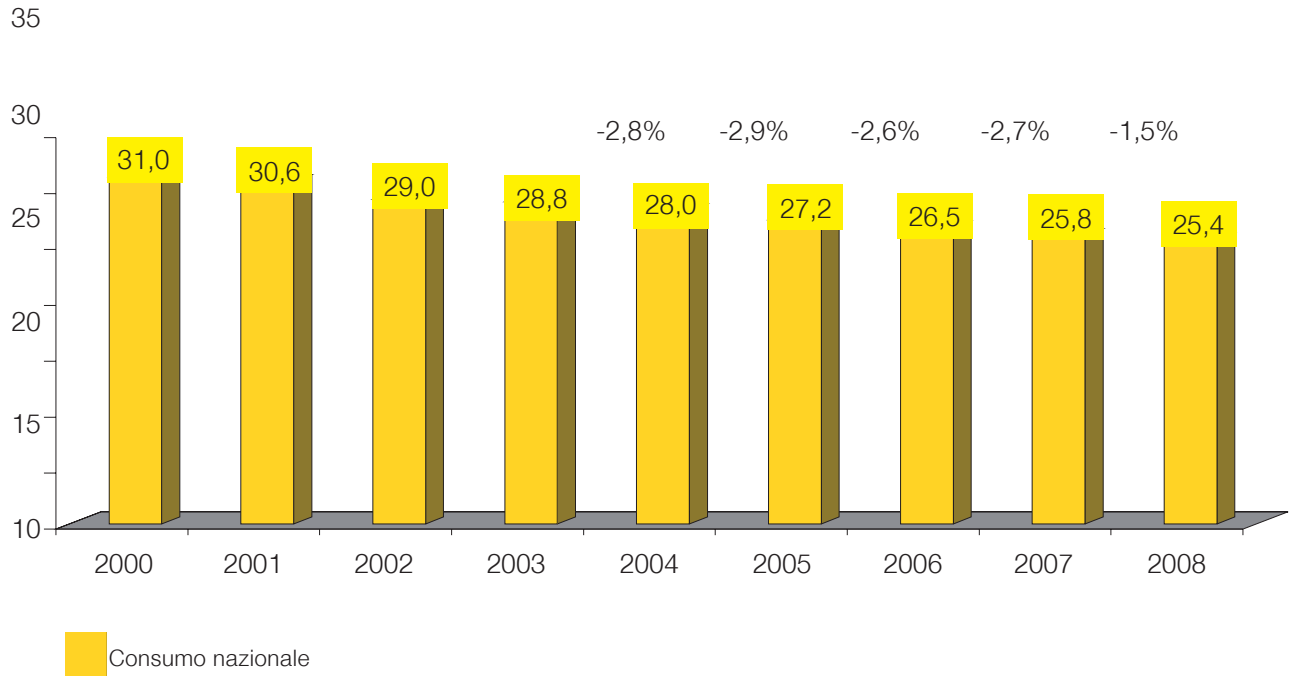


- Svezia
  - Regno Unito
  - Germania
  - Stati Uniti
  - Australia
  - Svizzera
- 
- Spagna
  - Francia
  - Canada
  - Austria
  - Brasile

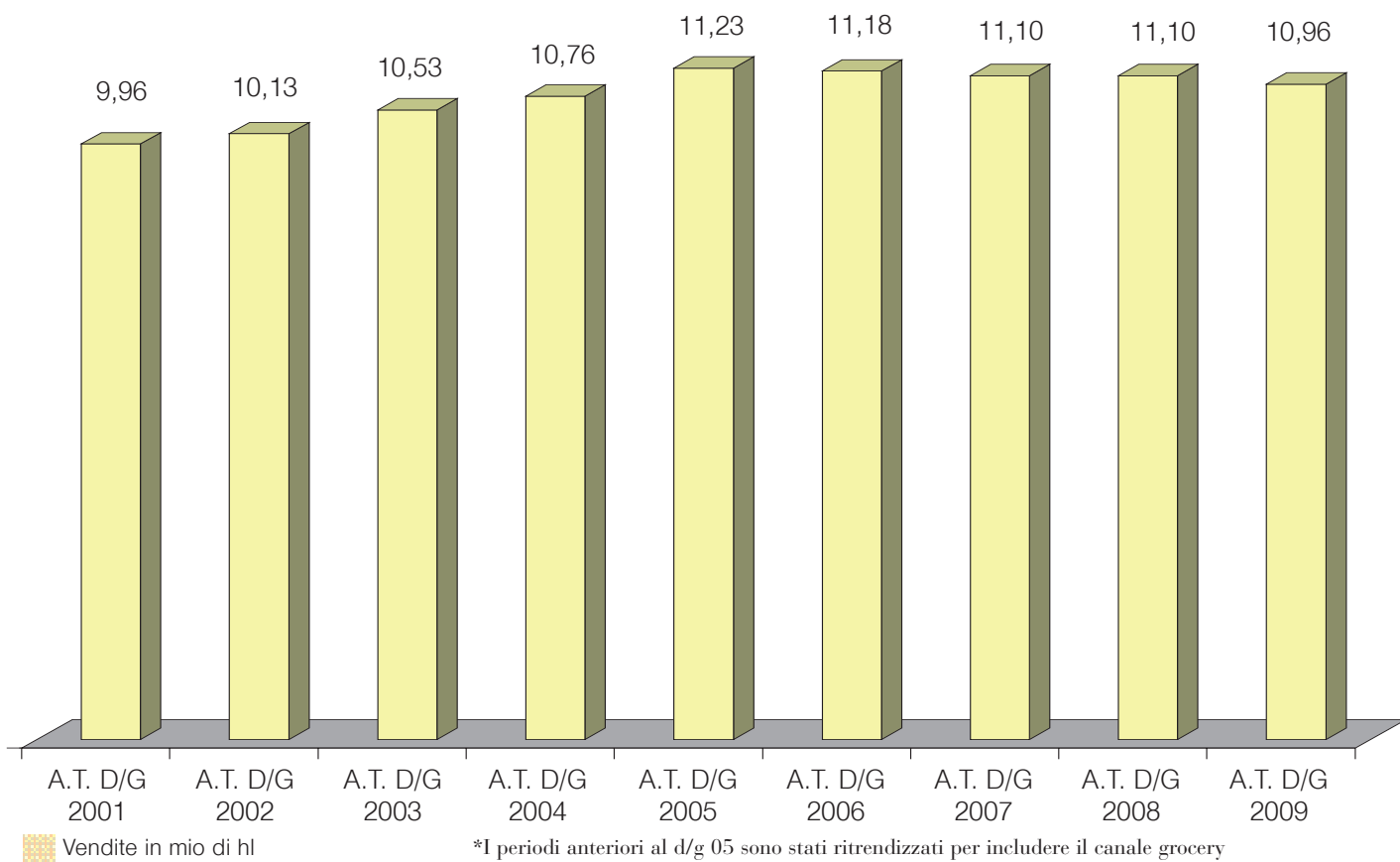
Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

Grafico 27

Vino - andamento dei consumi interni negli ultimi 9 anni - mio hl



*Grafico 28*  
**Totale vino: il mercato in Italia rilevato da ACNielsen**



*Grafico 29*  
**Totale vino nel food**  
*stabile in trend in volume mentre cresce in valore*

	a.t. D/G 08	a.t. D/G 09
<b>Valore (mio di euro)</b>	<b>1.773</b>	<b>1.867</b>
<b>Volumi (mio di hl)</b>	<b>7,85</b>	<b>7,88</b>

Prezzo medio lt.= 2,37 e stabile

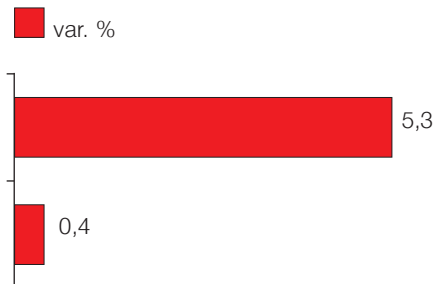
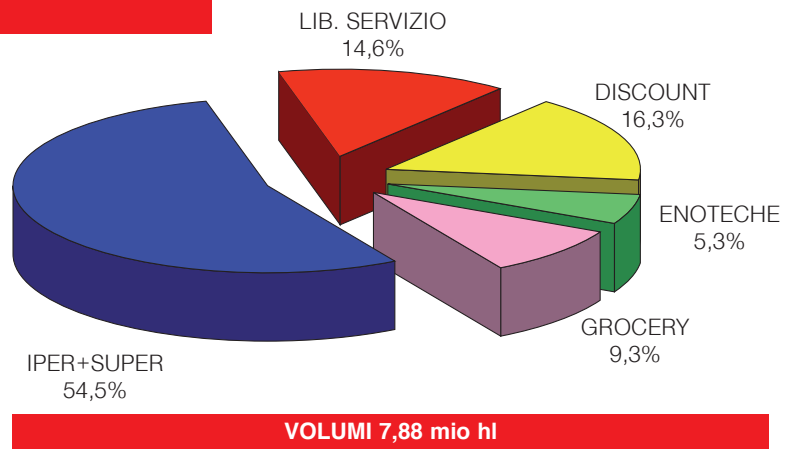
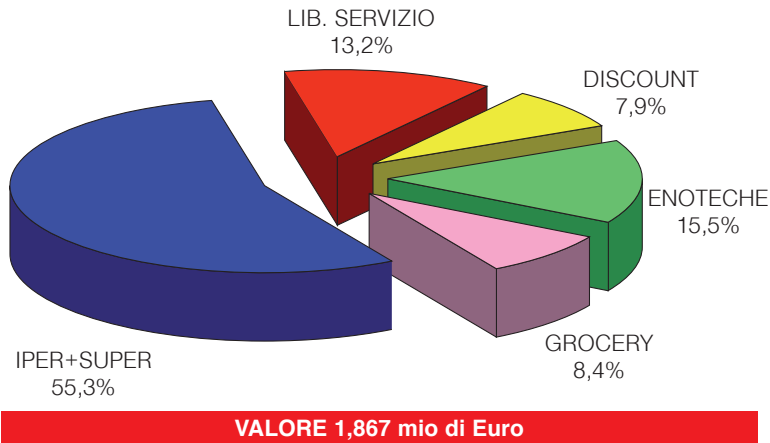
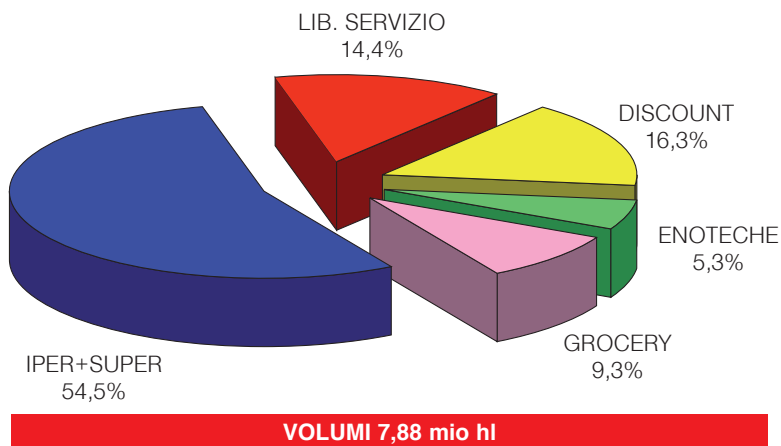


Grafico 30  
Vino Vac: l'incidenza dei canali



Enoteche: stima ON e DG 09

Grafico 31  
Vino VAC: trend dei canali continua la crescita del Discount; positivo anche il trend del Libero Servizio



Enoteche: stima ON e DG 09

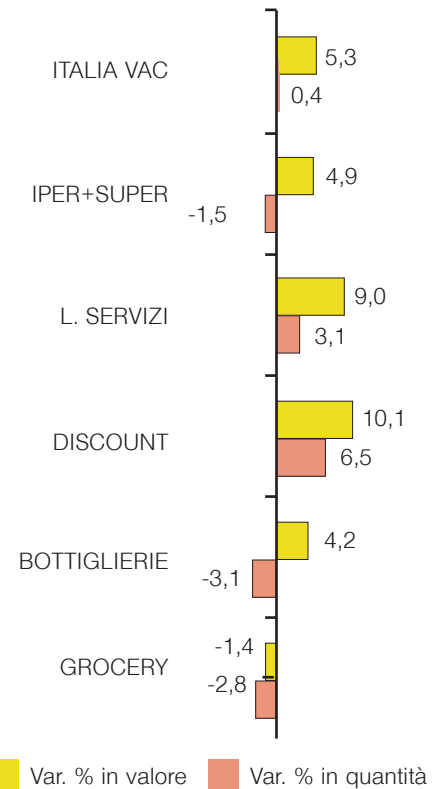




Grafico 32

*Il mercato del vino nel canale moderno 2008: solo il vetro da 0,75cl ha mostrato un trend positivo in volume*

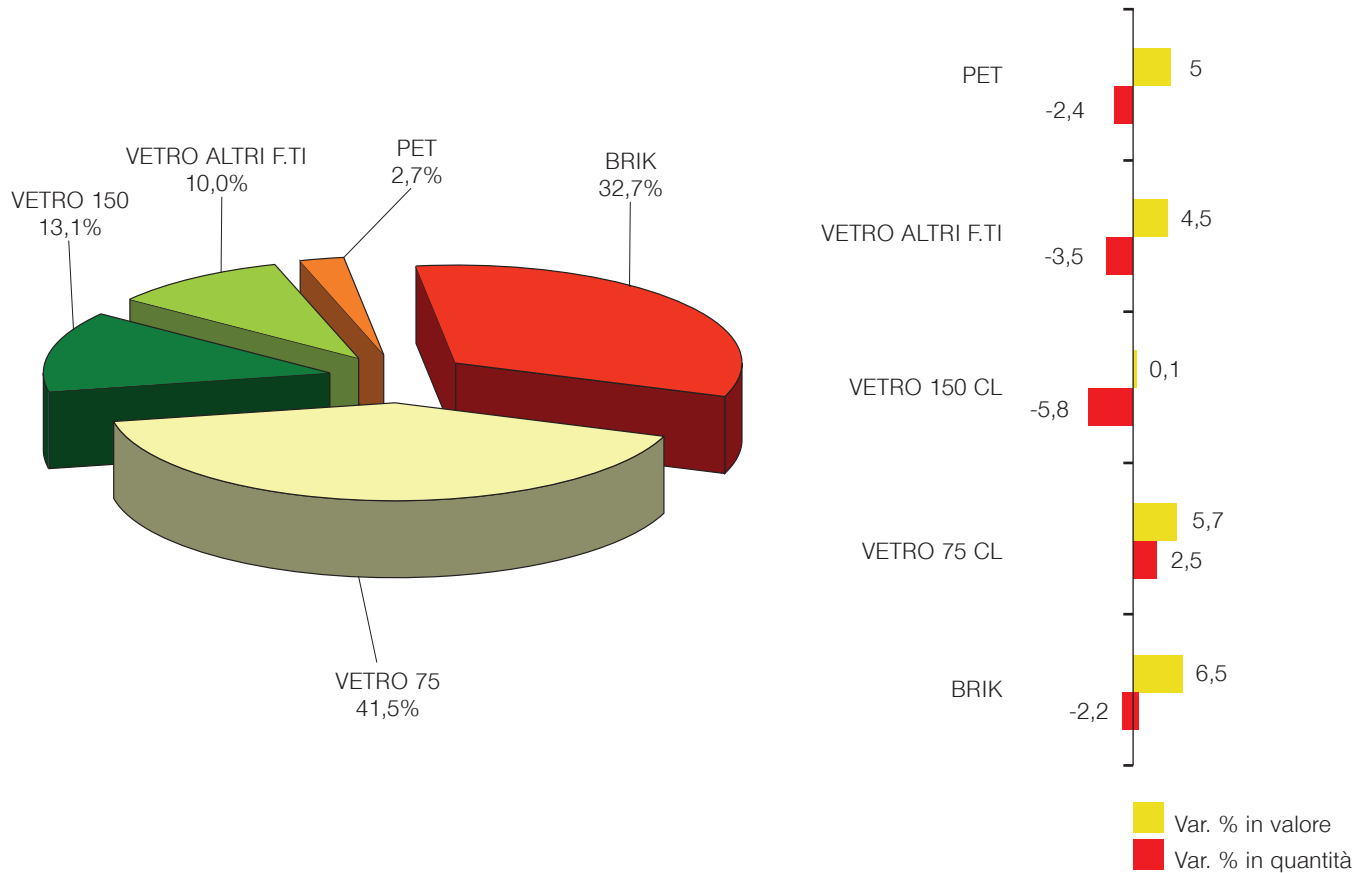
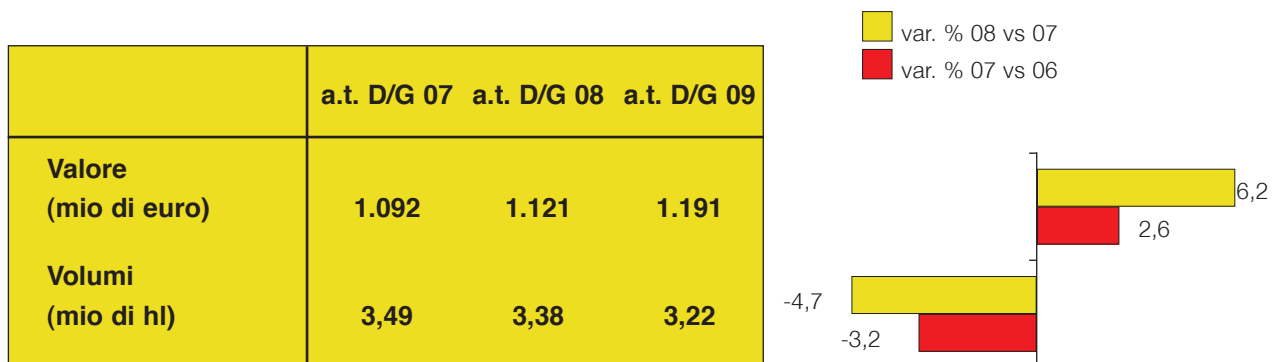
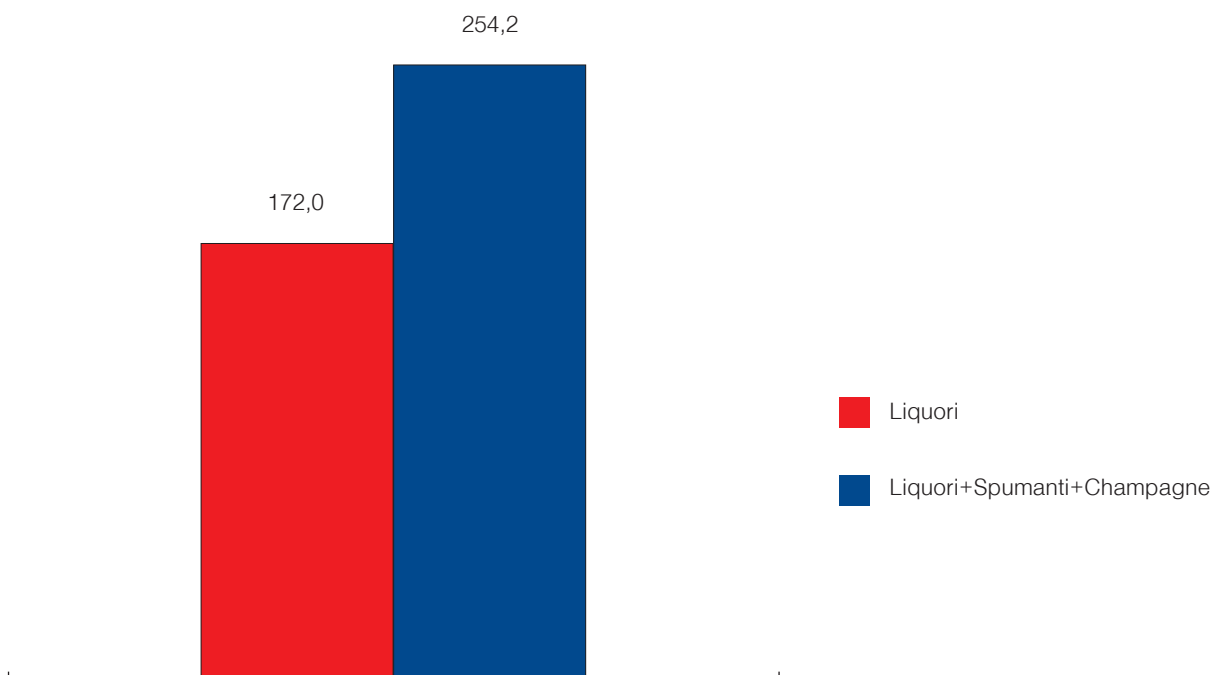


Grafico 33

*Totale vino nella ristorazione commerciale: il mercato nel fuori casa flette a volume ma segna in positivo a valore*

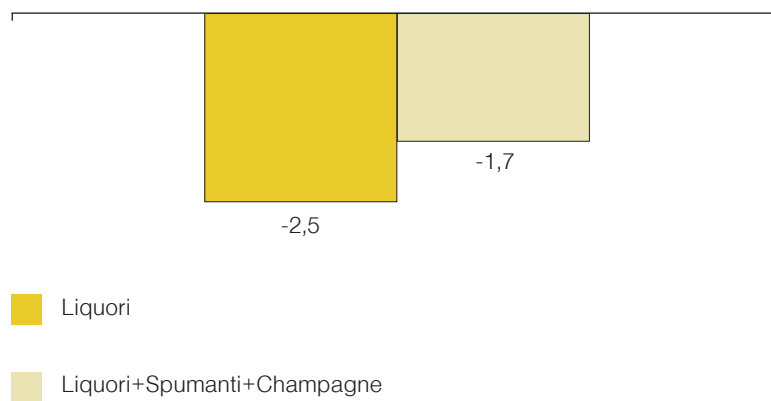


*Grafico 34*  
**Dimensione del mercato italiano 2008 (in mio litri)**



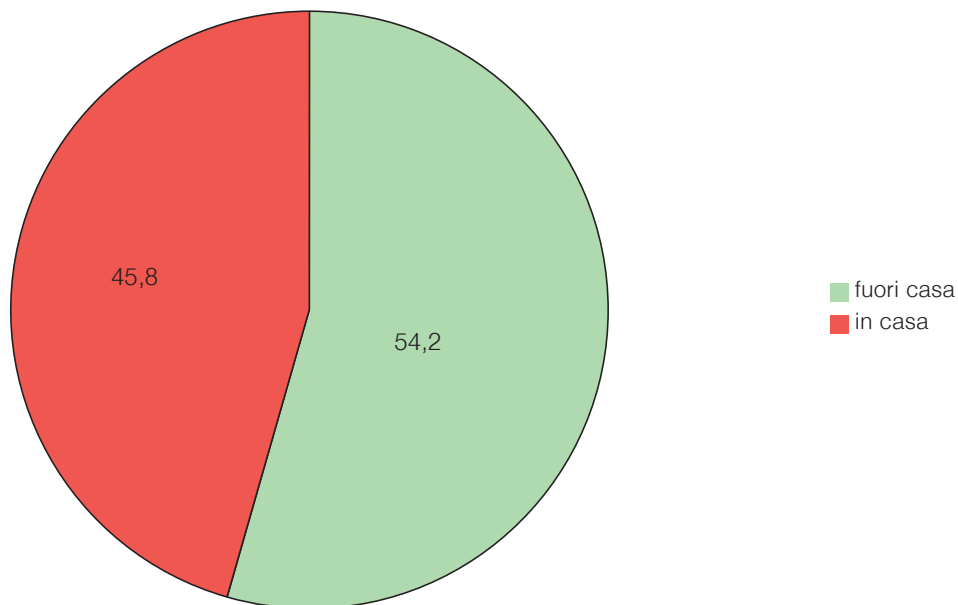
Fonte: StimaNielsen

*Grafico 35*  
**La tendenza del mercato italiano 2008 (var% volumi vs 2007)**



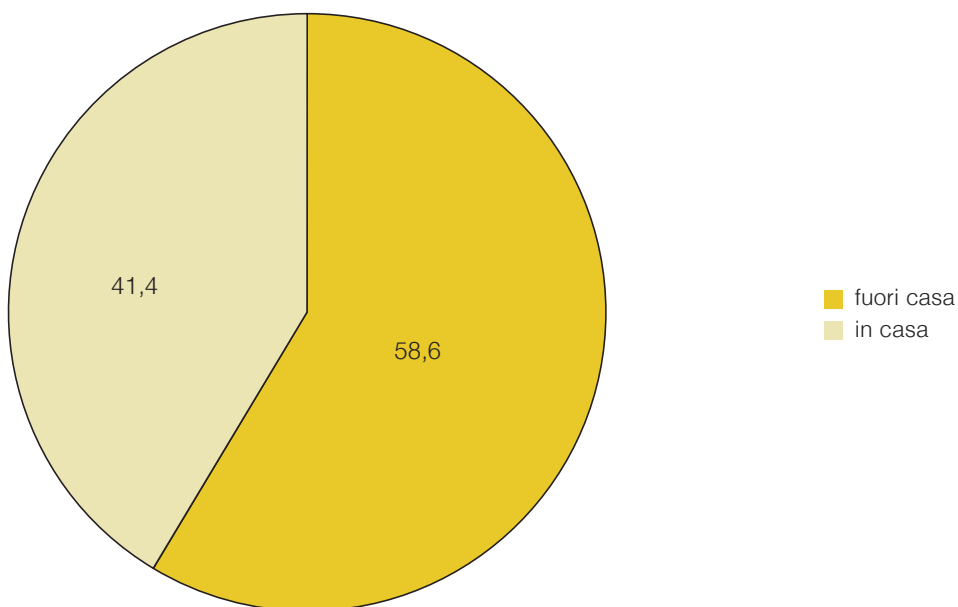
Fonte: StimaNielsen

*Grafico 36*  
**Canalizzazione del mercato liquor+spumanti+Champagne (2008)**



Fonte: StimaNielsen

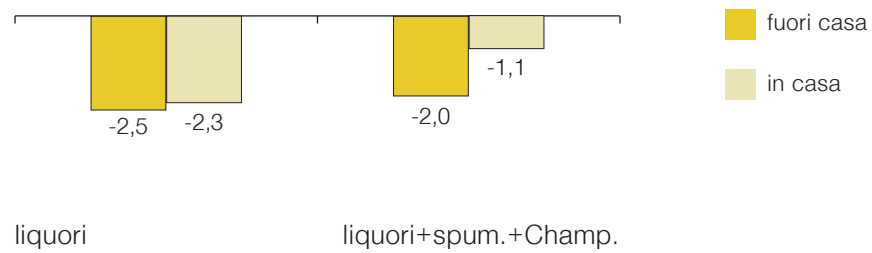
*Grafico 37*  
**Canalizzazione del mercato liquor (2008)**



Fonte: StimaNielsen

Grafico 38

**La tendenza del mercato italiano 2008 (var% volumi vs 2007)**



Fonte: StimaNielsen

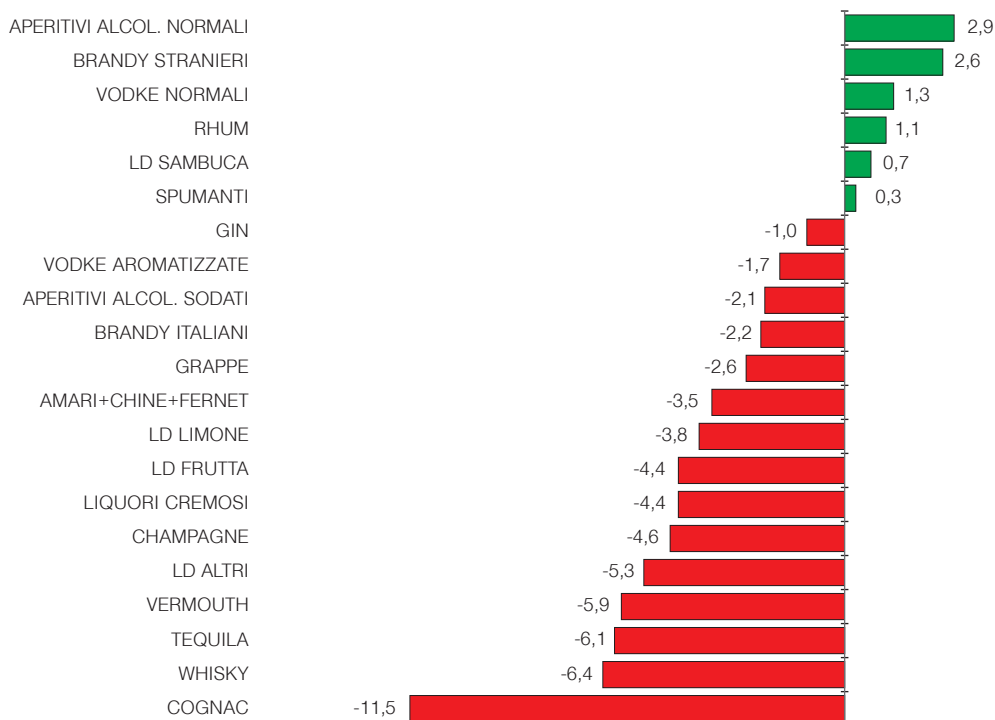
Grafico 39

**La dimensione del mercato italiano 2008 (in mio litri)**



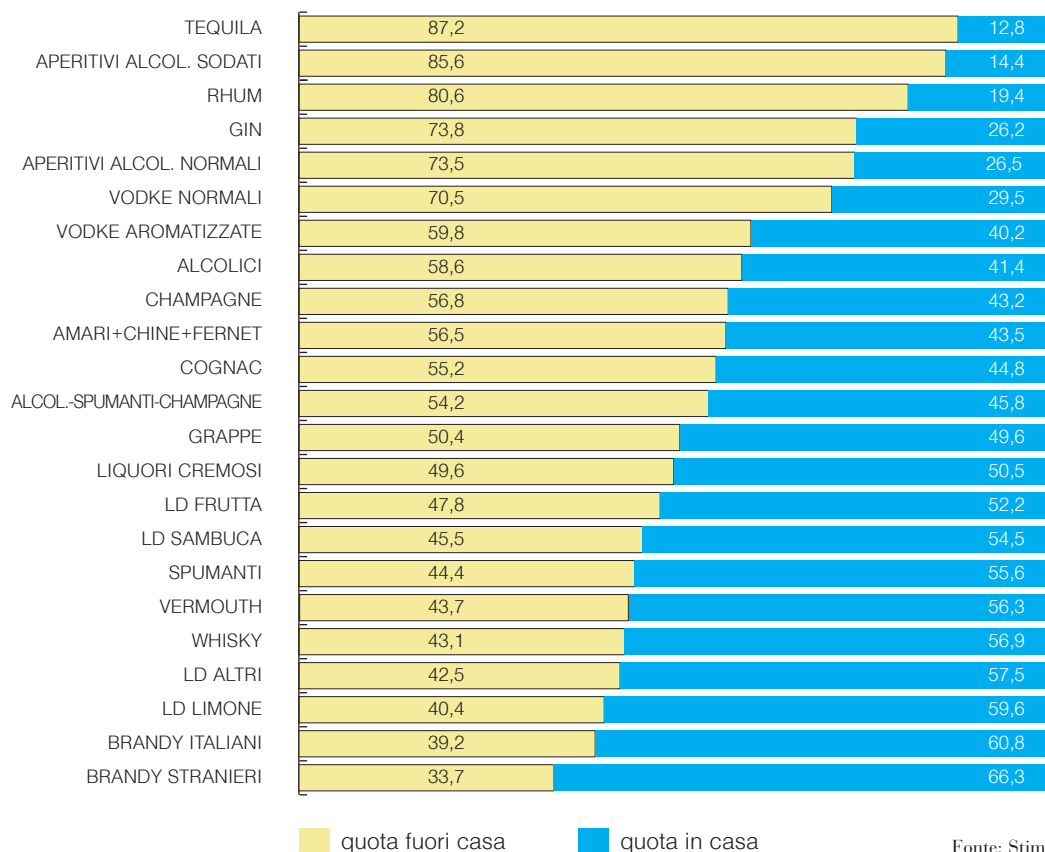
Fonte: StimaNielsen

**Grafico 40**  
**La tendenza del mercato italiano in volume anno 2008 vs 2007**



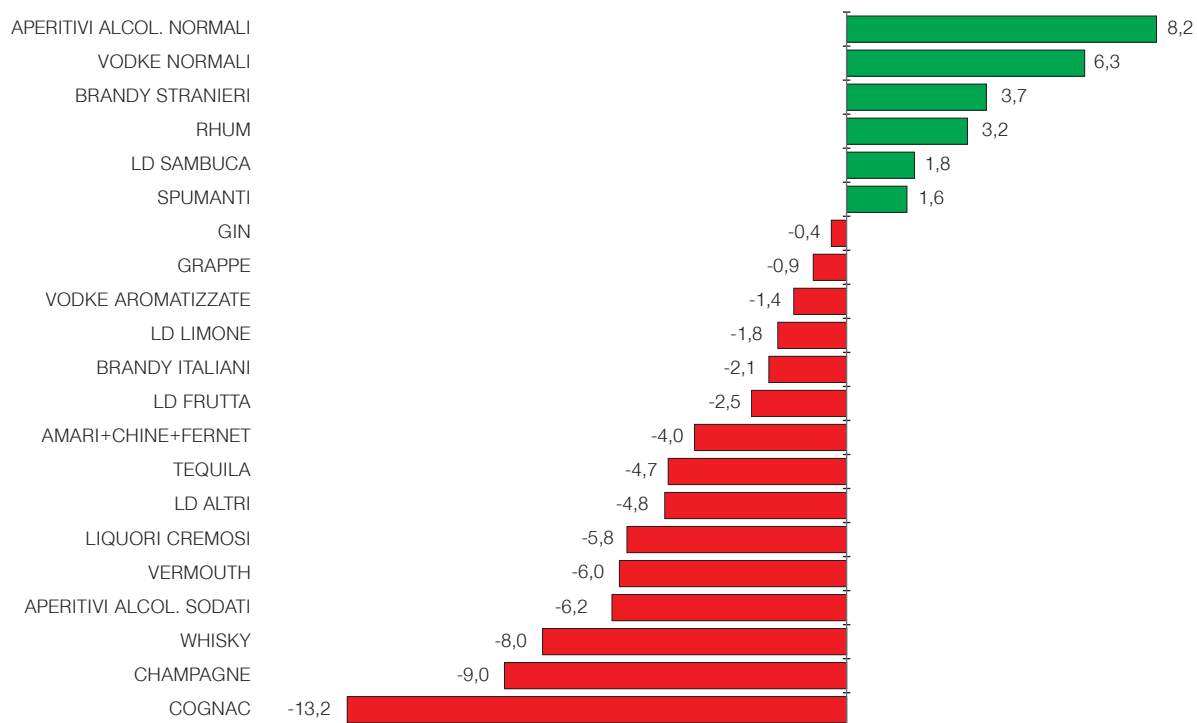
Fonte: StimaNielsen

**Grafico 41**  
**La canalizzazione del mercato italiano in volume (2008)**



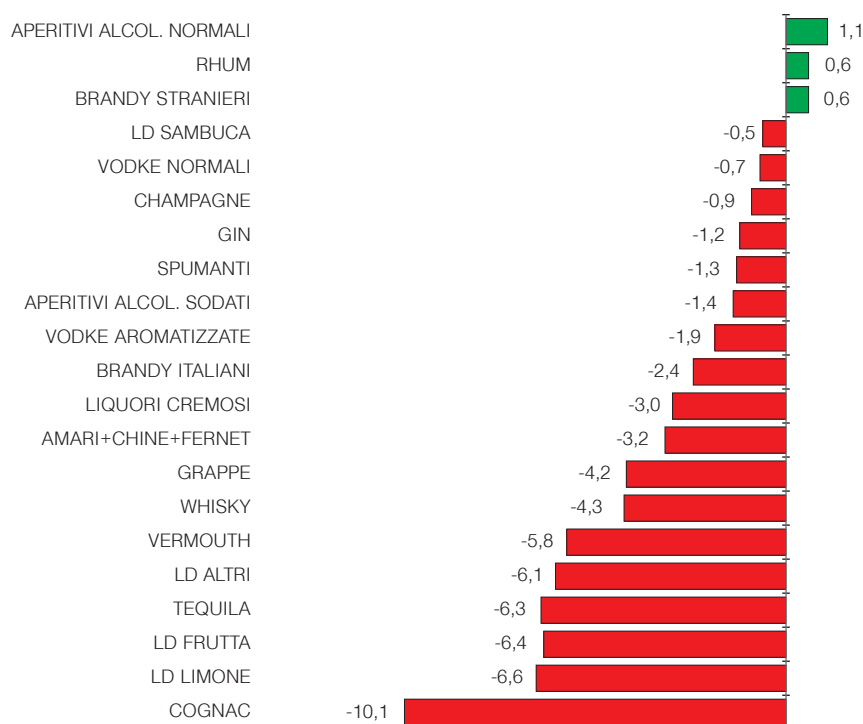
Fonte: StimaNielsen

**Grafico 42**  
**La tendenza del mercato italiano in volume. Off trade: anno 2008 vs 2007**



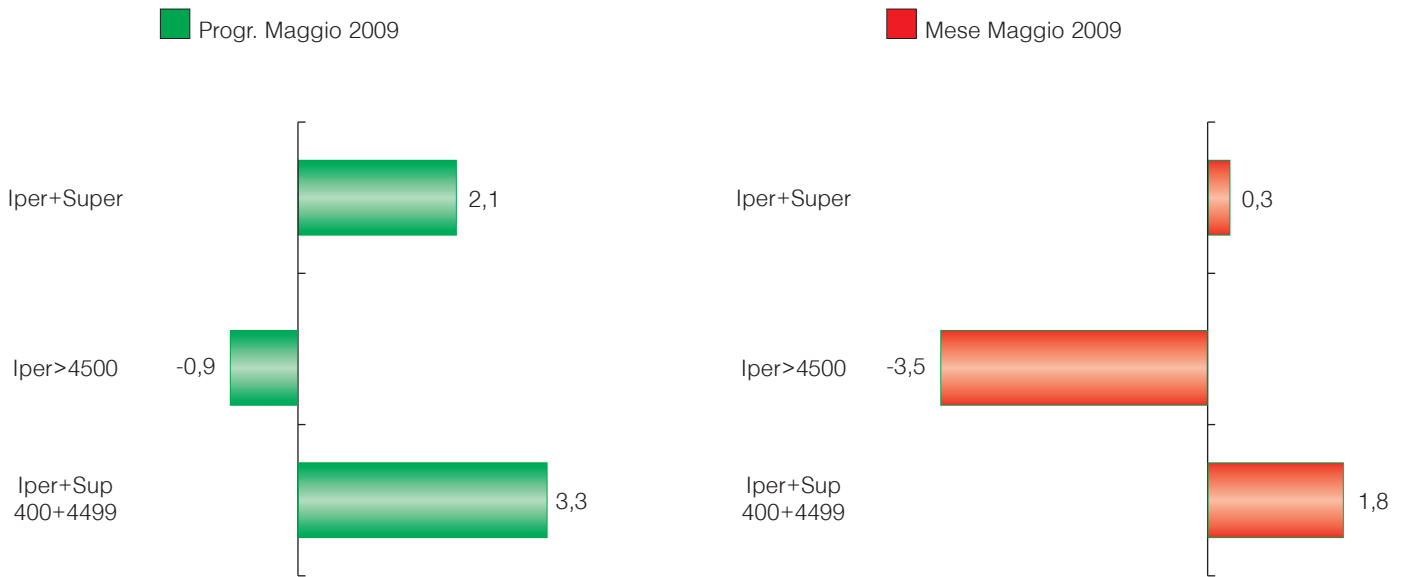
Fonte: StimaNielsen

**Grafico 43**  
**La tendenza del mercato italiano in volume. On trade: anno 2008 vs 2007**

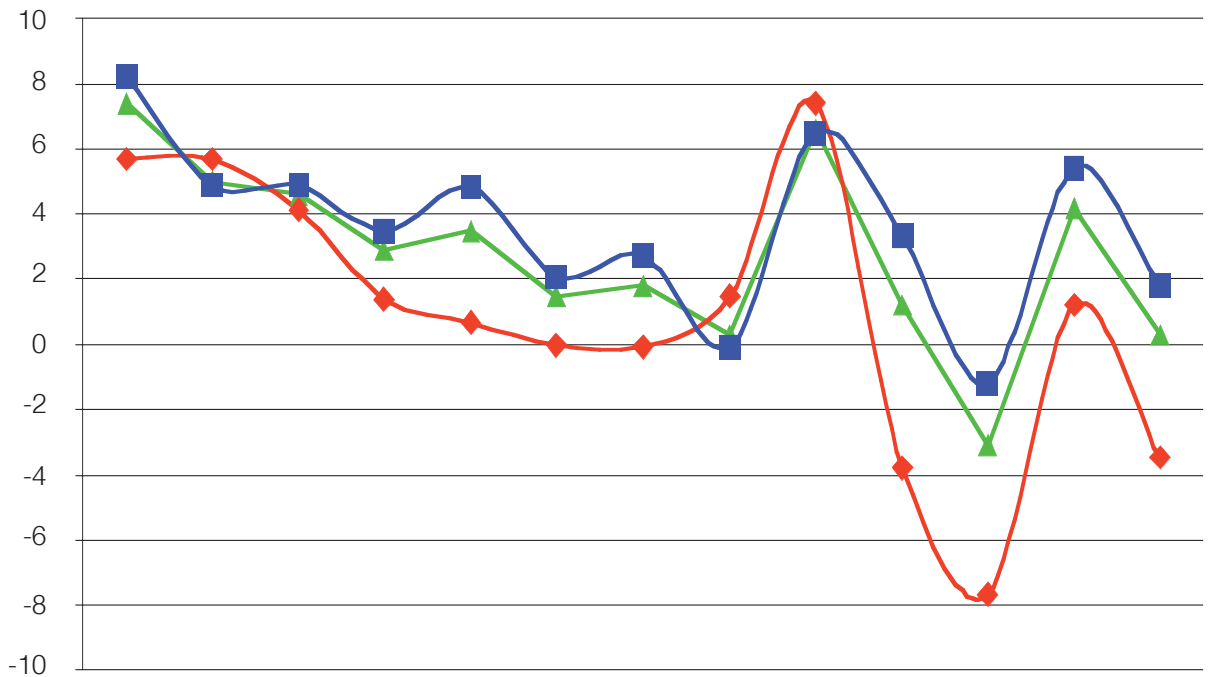


Fonte: StimaNielsen

Grafico 44  
**I trend. Totale fatturato**  
**Variazioni a valore vs anno precedente a rete corrente**



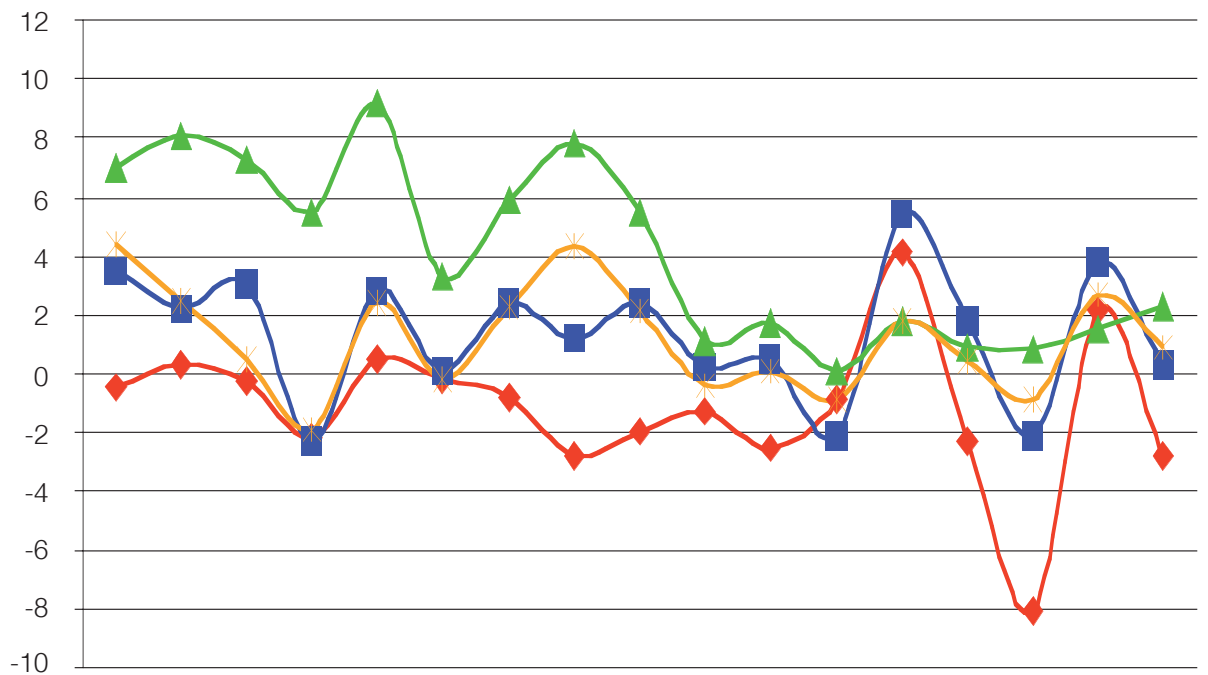
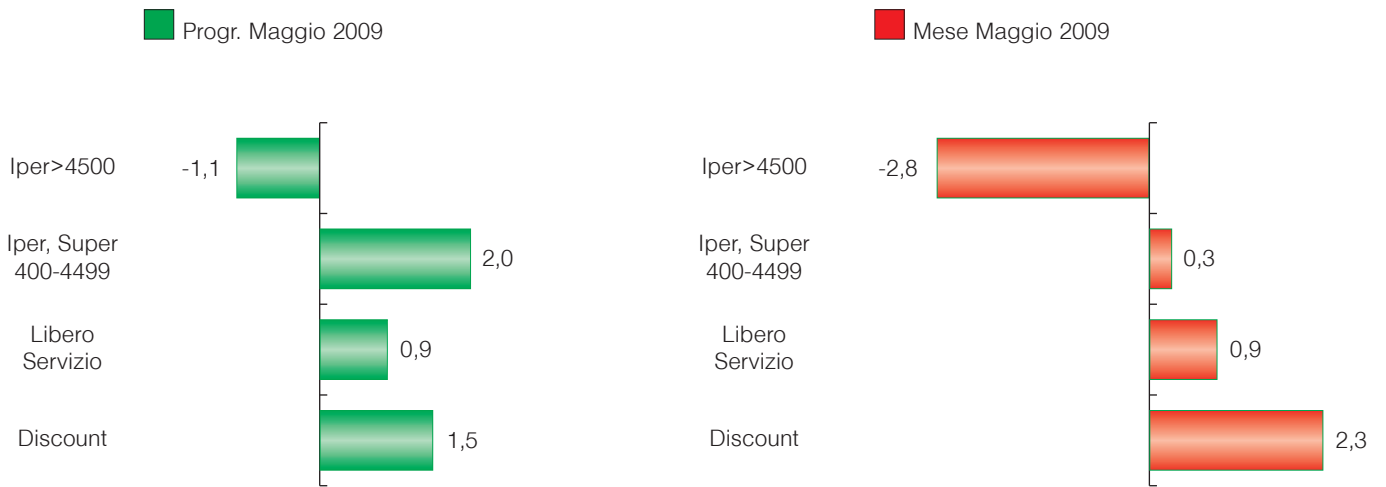
Fonte: Nielsen Trade\*Mis Totale Negozio Iper+Super



	mag.08	giu.08	lug.08	ago.08	set.08	ott.08	nov.08	dic.08	gen.09	feb.09	mar.09	apr.09	mag.09
Iper + Super	7,4	5	4,6	2,9	3,5	1,5	1,8	0,3	6,6	1,2	-3,1	4,2	0,3
Iper>4500	5,7	5,7	4,1	1,4	0,7	0	-0,1	1,5	7,4	-3,8	-7,7	1,2	-3,5
Iper+Sup 400-4499	8,2	4,9	4,9	3,5	4,8	2,1	2,7	-0,1	6,5	3,3	-1,2	5,4	1,8

Fonte: Nielsen Trade\*Mis Totale Negozio Iper+Super

Grafico 45  
**I trend a parità. Totale fatturato**  
**Variatione a valore vs anno precedente a rete costante**



	gen. 08	feb. 08	mar. 08	apr. 08	mag. 08	giu. 08	lug. 08	ago. 08	set. 08	ott. 08	nov. 08	dic. 08	gen. 09	feb. 09	mar. 09	apr. 09	mag. 09
◆ Iper>4500	-0,5	0,3	-0,3	-2,2	0,5	-0,2	-0,8	-2,8	-2,0	-1,3	-2,5	-0,9	4,1	-2,3	-8,1	2,1	-2,8
■ Iper+Sup 400-4499	3,5	2,2	3,0	-2,3	2,8	0,1	2,4	1,2	2,4	0,2	0,5	-2,1	5,4	1,8	-2,1	3,8	0,3
▲ Discount	7,0	8,1	7,3	5,5	9,2	3,3	5,9	7,8	5,5	1,1	1,7	0,1	1,8	0,9	0,8	1,5	2,3
* Lib. Servizio	4,4	2,5	0,5	-1,9	2,4	-0,2	2,3	4,3	2,1	-0,4	0,1	-0,9	1,8	0,4	-0,9	2,7	0,9

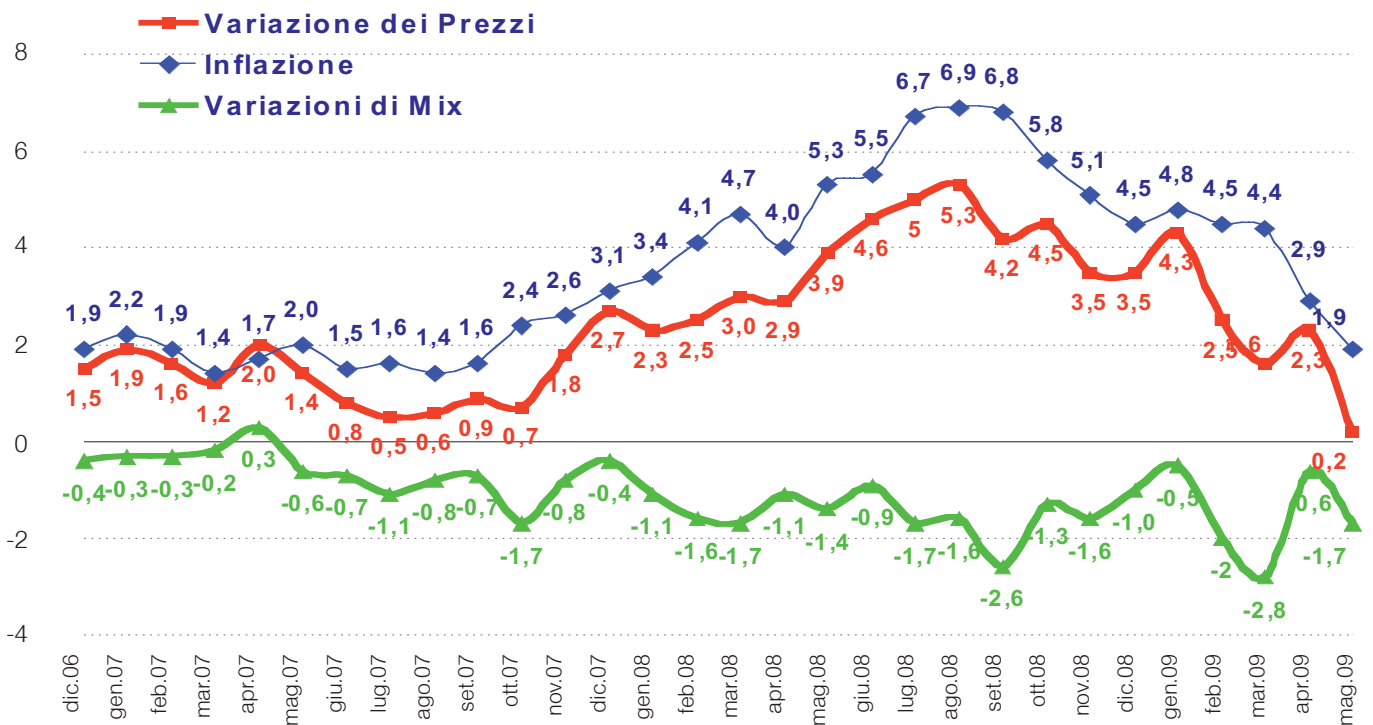
Fonte: Nielsen Like 4 Like 5000



Grafico 46  
 Lettura degli indicatori



Grafico 47  
 I prezzi nel canale moderno: Iper+Super+Libero Servizio.  
 Come varia il Prezzo Medio dei prodotti acquistati

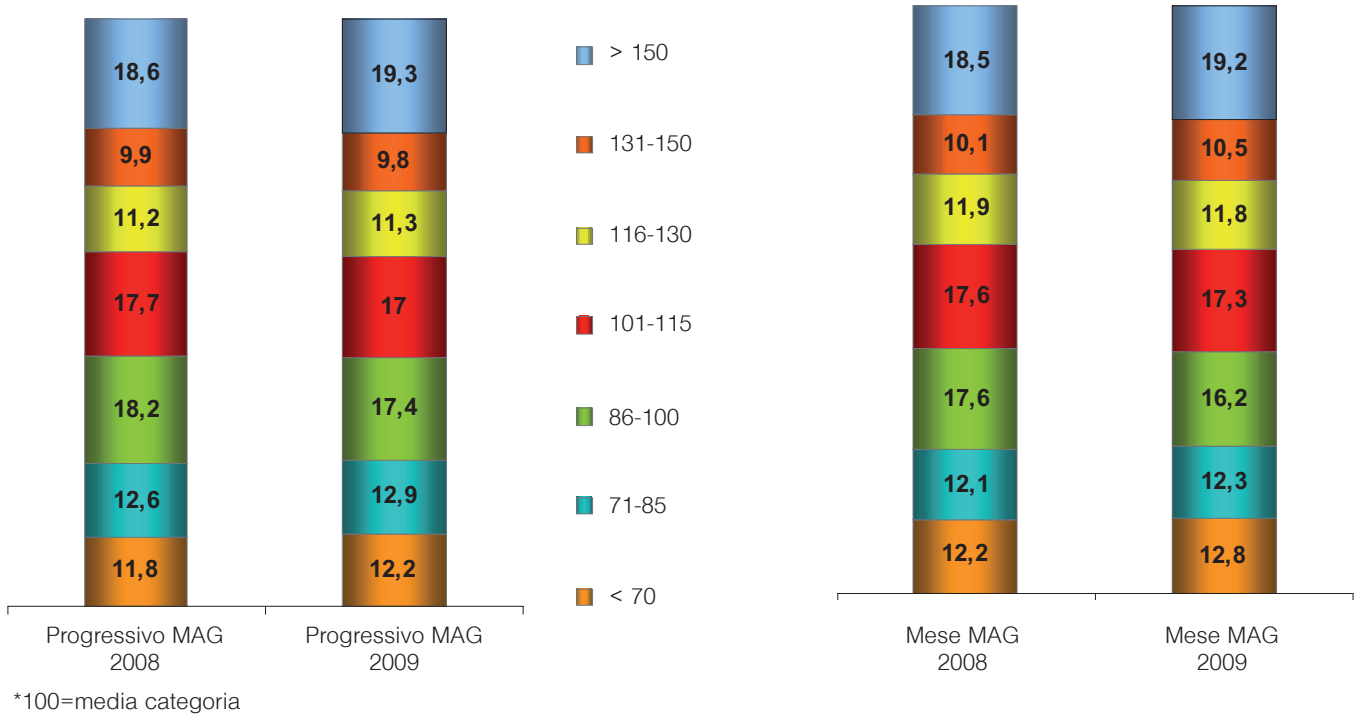


Fonte: Osservatorio Inflazione Nielsen

Grafico 48

**Le variazioni sulla Scala Prezzi.**

**Totale Grocery. Incidenza % per fasce di prezzo\***



Fonte: Nielsen Trade\* Mis Iper+Super+ Libero Servizio

Grafico 49

**Vino confezionato: ytd maggio 2009. Vendite in volume Italy Food**

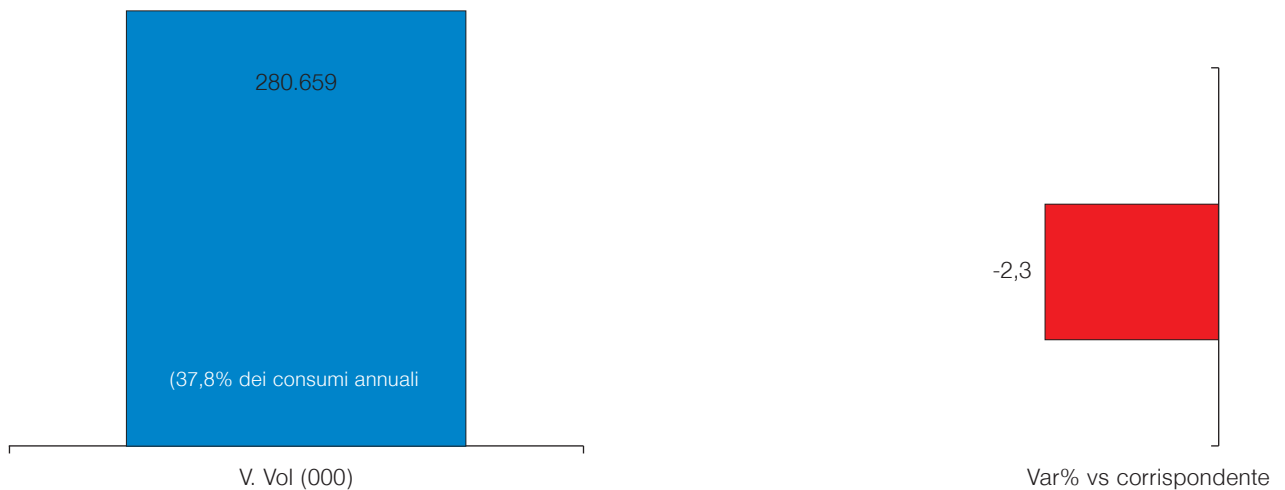


Grafico 50

*Alla stabilità di Area 1 e Area 3 corrispondono le flessioni di Nord Est e Sud, anche per il vino sono stabili solo le vendite del Libero Servizio*

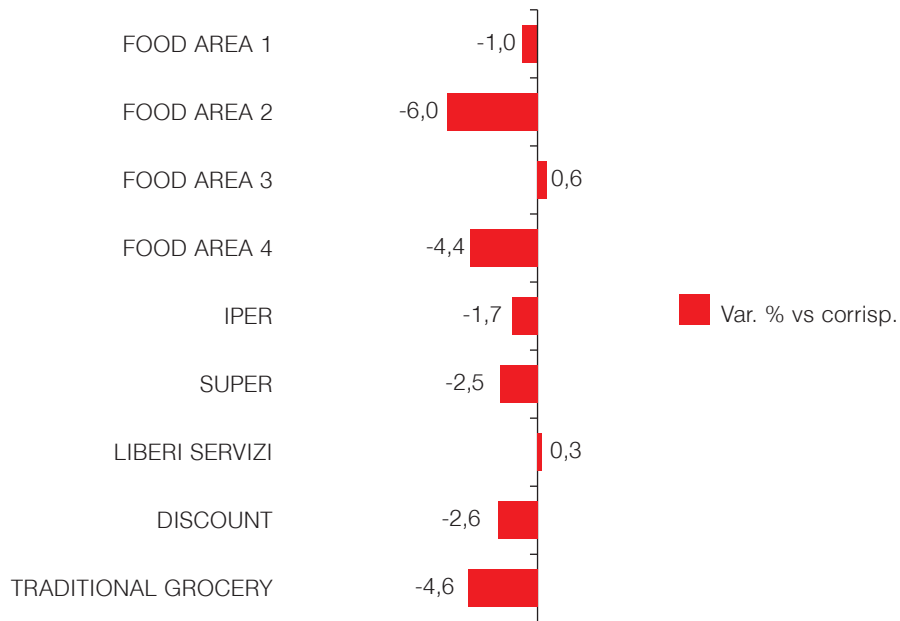


Grafico 51

*Nella Distribuzione Moderna crescono le vendite del vetro da 75 cl e dei piccoli formati: cartone e plastica sono le relatà che hanno aumentato in misura maggiore il prezzo medio di vendita*

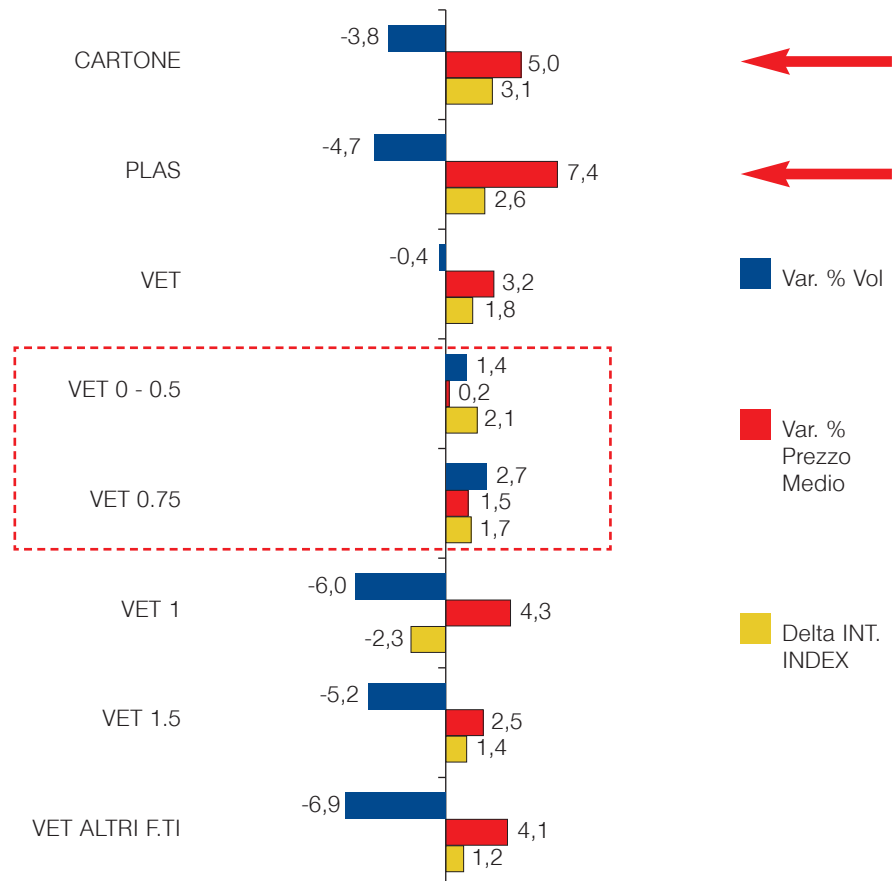


Grafico 52

*Il 2009 inizia lentamente per il comparto liquor.*

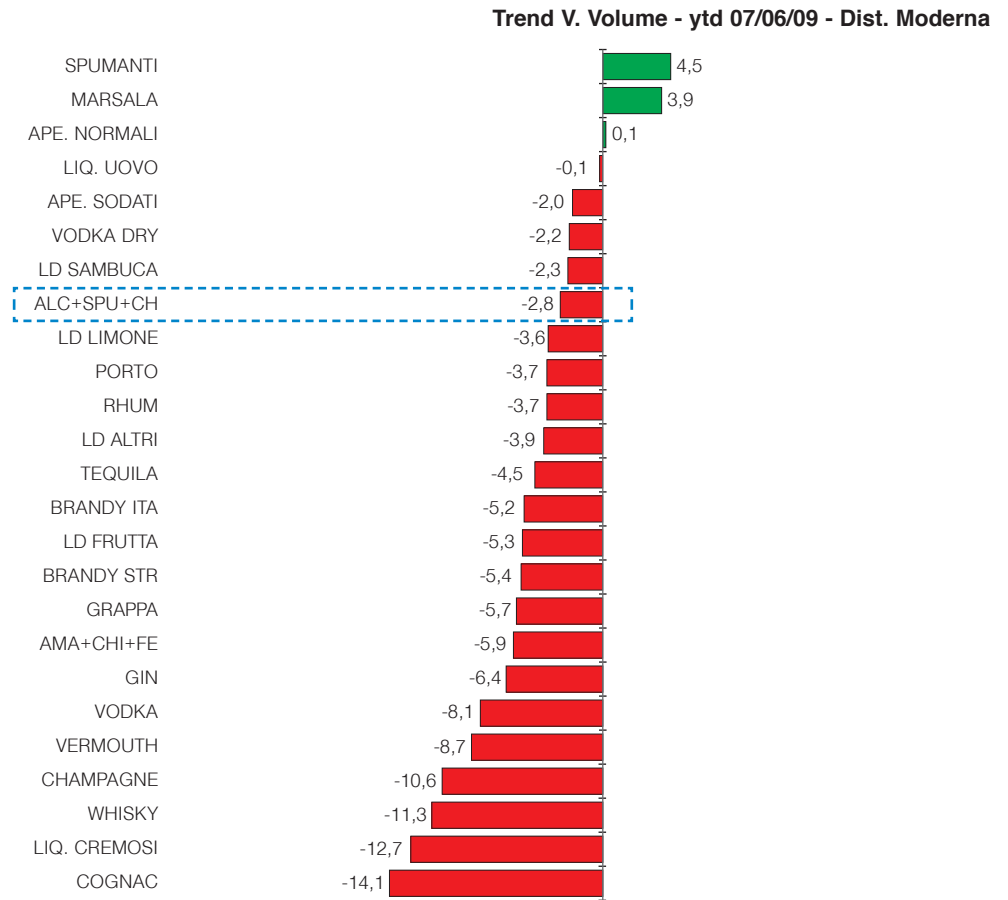


Grafico 53

*Stabili le piccole superfici, in rallentamento super e iper; geograficamente è marcata la flessione in particolare di area 4 e area 1*

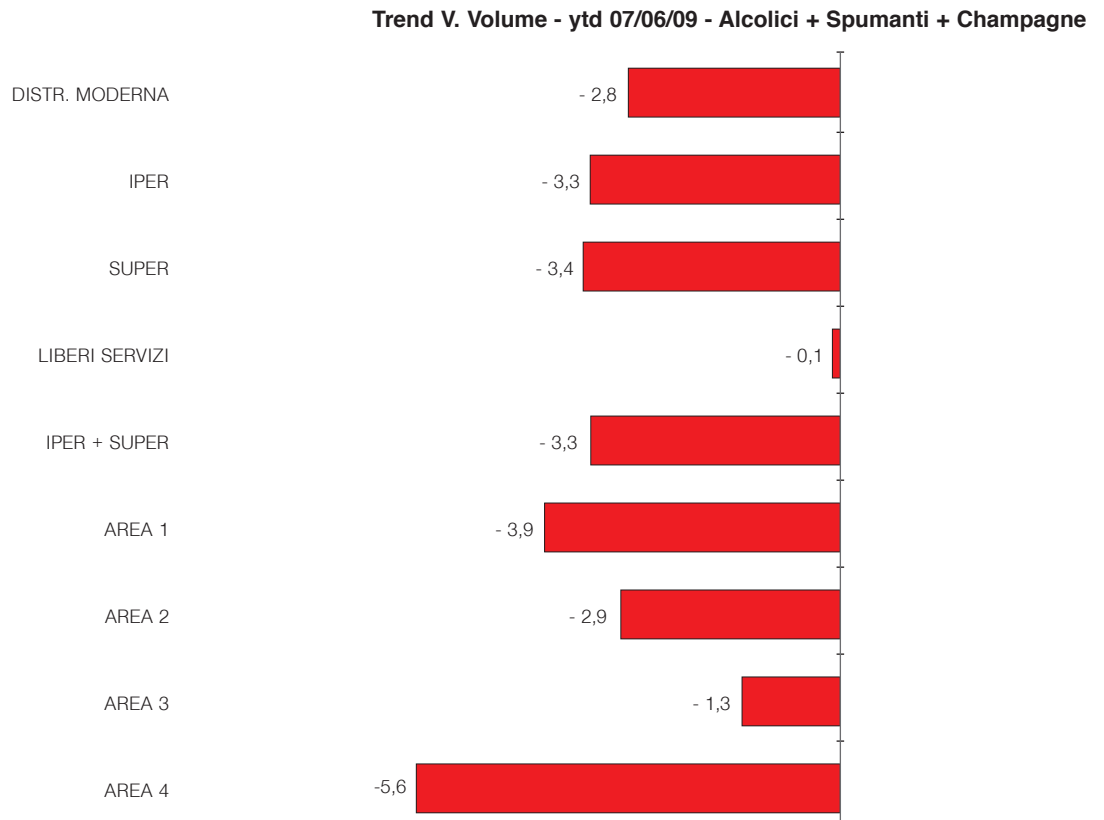
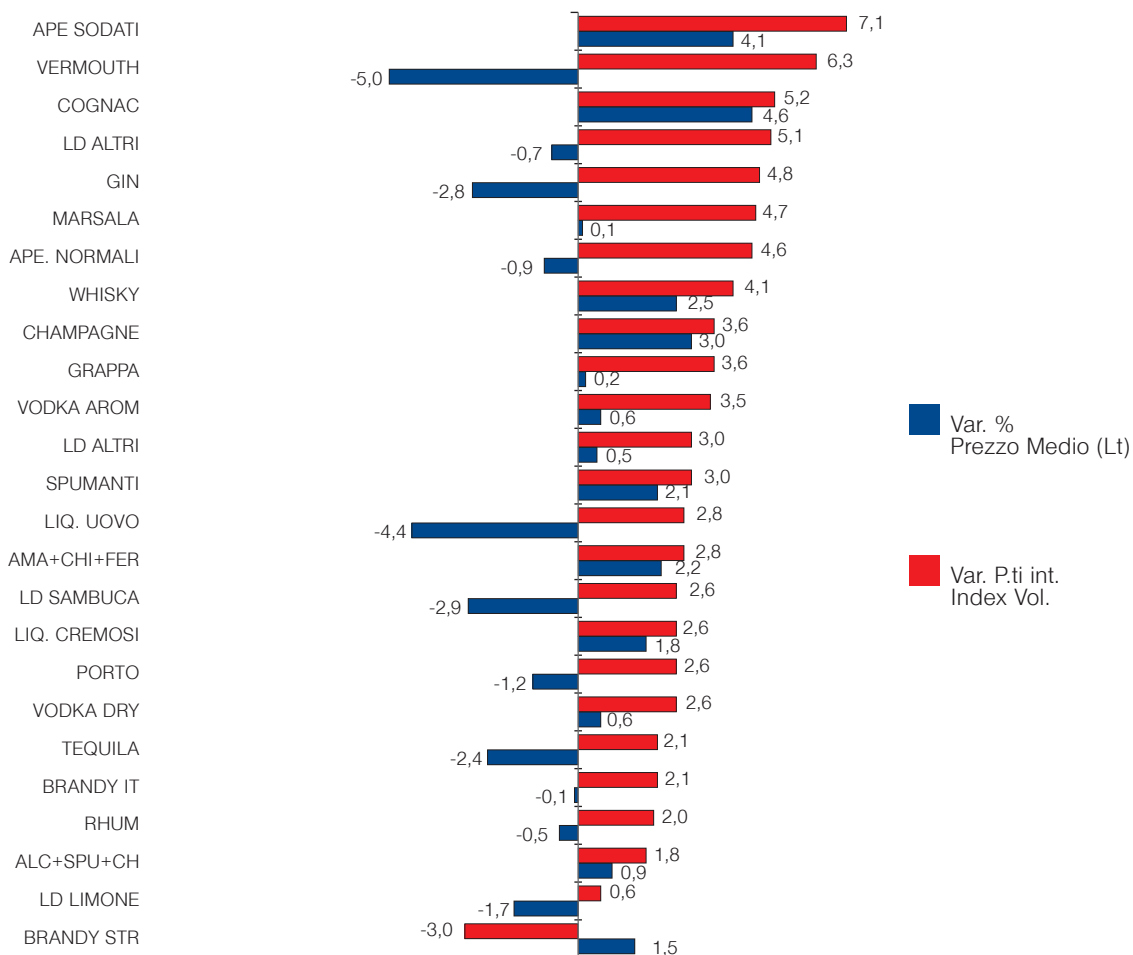


Grafico 54

*I primi mesi del 2009 sono caratterizzati dall'incremento dei prezzi che ha coinvolto prevalentemente il "mondo aperitivo"*

Trend Promozioni e Prezzo medio - ytd 07/06/09 - Dist. Moderna



## Grafico 55

*Come cambiano le nostre abitudini di acquisto***Impatto nella relazione con il Punto Vendita:**

- ✓ Maggior peso della Shopping Mission "Piccoli acquisti"
- ✓ Incremento della frequenza di visita ai pdv (piccole e medie dimensioni)

**Impatto nel comportamento In Store:**

- ✓ Diminuzione del tempo speso a scaffale
- ✓ Aumenta l'attenzione per la promozione a scaffale
- ✓ Cresce l'esigenza di una chiara organizzazione dello scaffale

**Impatto nella relazione con i Prodotti:**

- ✓ Incremento della pianificazione sulla categoria → scelte più razionali
- ✓ Maggiore tendenza al Brand Switching → minore fedeltà alla marca
- ✓ Aumento della sostituzione d'acquisto in caso di OOS

IRI cross - category shopper. Research 2007 vs 2004

## Grafico 56

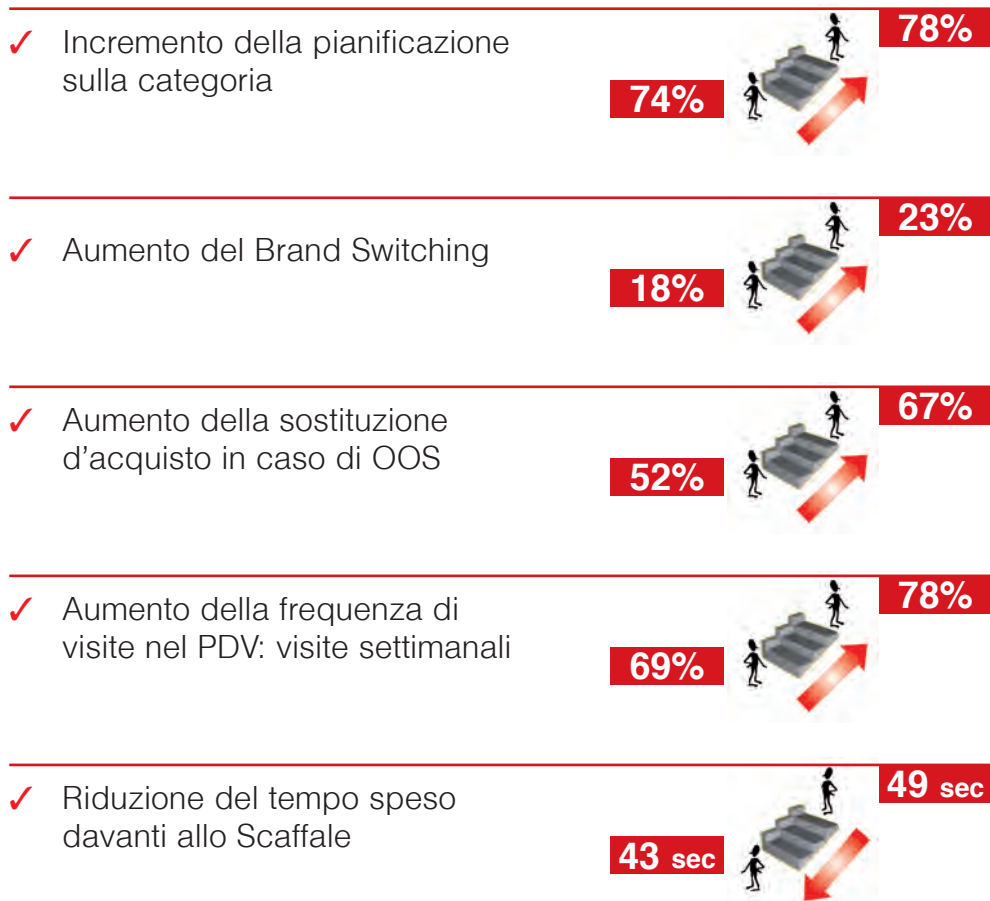
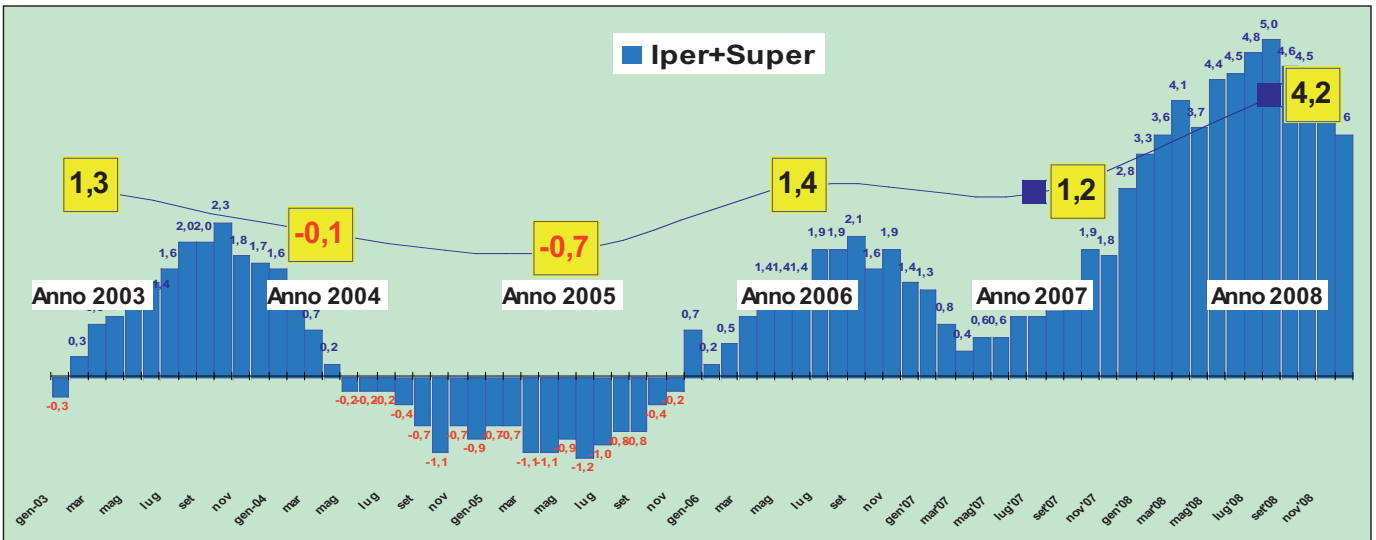
*Italian Shopper dal 2004 al 2007: guidelines for change*

Grafico 57  
Le dinamiche dei prezzi: iper + super



**Gennaio  
2009  
3,5**

Fonte: Osservatorio Prezzi IRI

Grafico 58

La struttura distributiva italiana. Totale food - 1 gennaio 2009

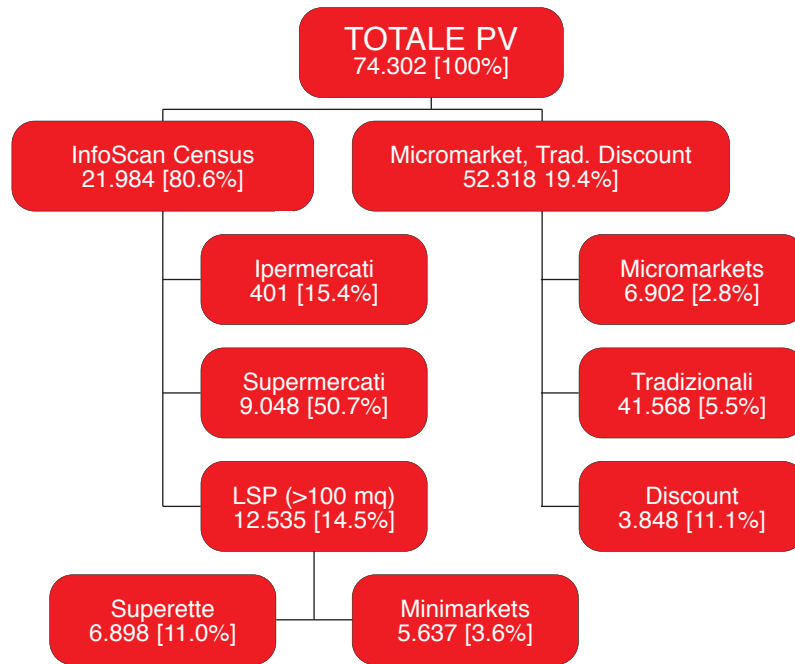
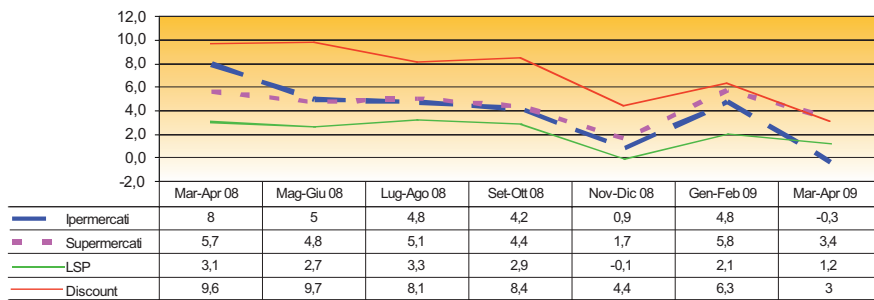


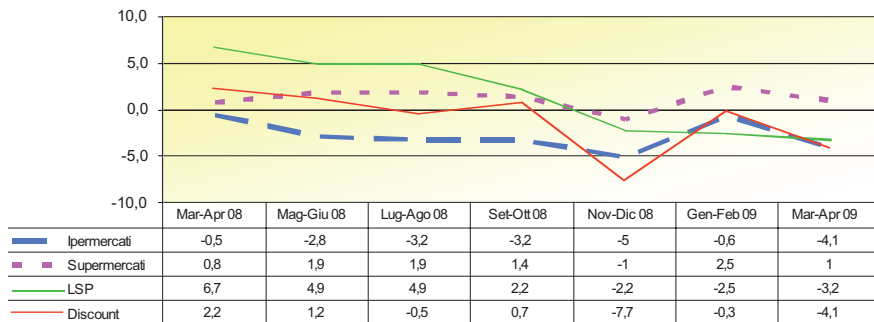
Grafico 59

Trend LCC nei canali. Variazione a valore e vendite medie settimanali. (Progr. Arp. 09)

TREND VALORE



TREND VMS



Progressivo Aprile 2009 TREND		
	Vendite Valore	VMS
Iper	2,0%	-2,4%
Super	4,5%	1,7%
LSP	1,6%	-2,9%
Discount	4,5%	-2,3%

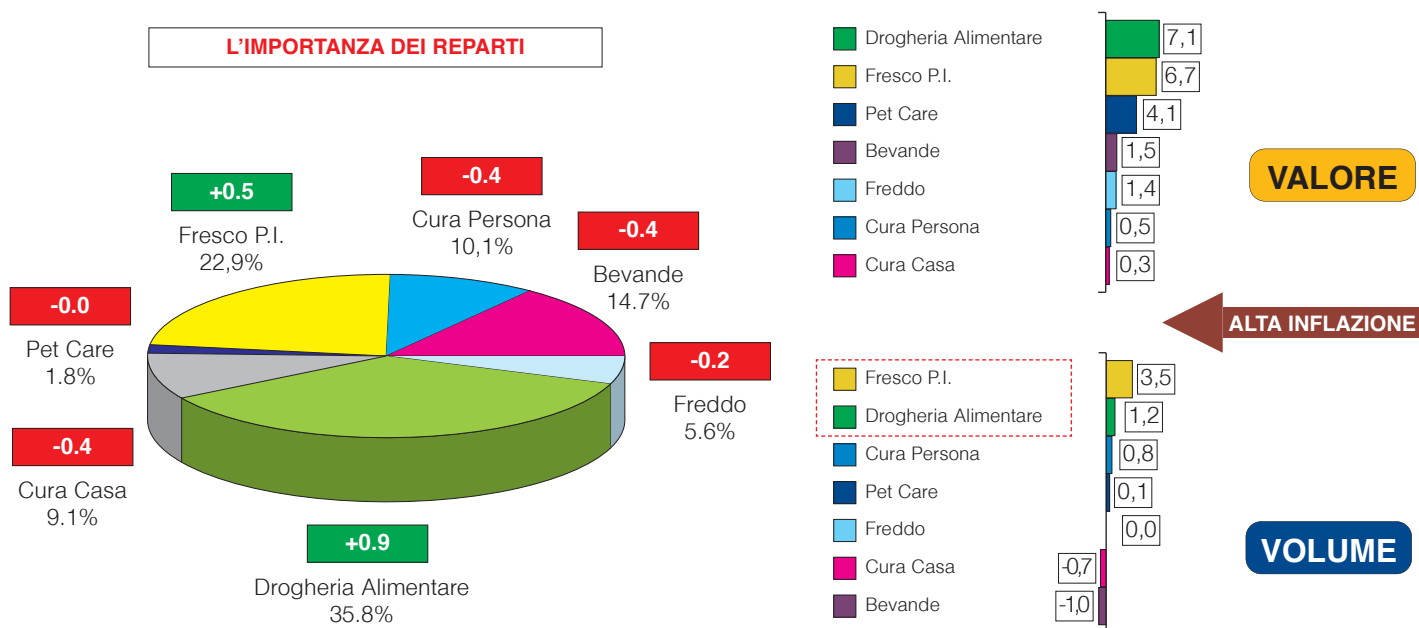
Fonte: Retail Tracking





Grafico 60

La crescita dei volumi è trainata dal fresco e dalla Drogheria alimentare



Fonte: Infoscan Census 2008

Grafico 61

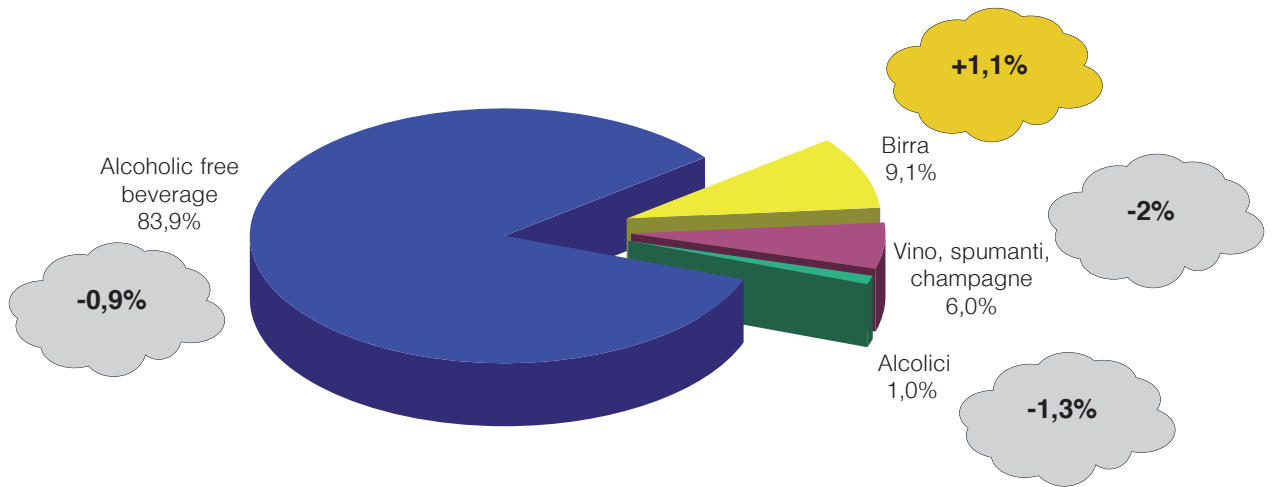
Food e Bevande: le tendenze dei mercati.  
Totale Iper+Super+LSP - AT aprile 2009

	Mio Euro AT Apr 09	Trend Volume			
		2008	Progr. 09	MA 09	apr. 09
<b>Food e Bevande</b>	39.870	0,1	0,0	-0,6	0,5
<b>Bevande</b>	7.215	-1,0	-1,9	-2,0	-1,8
Acqua	1.390	-1,4	-2,7	-2,5	-3,3
Altre Bevande/preparati	107	-2,1	0,0	0,0	-0,8
Aperitivi	177	-1,6	0,8	-0,7	23,1
Bevande gassate	1.010	1,3	2,6	1,2	6,5
Bevande piatte	428	-0,5	-1,5	-0,3	-1,6
Succhi di frutta	669	-0,9	-5,3	-4,9	-12,0
Birre	943	0,5	-1,7	-1,7	0,5
Chapagne/Spumanti	309	-2,0	12,5	3,7	79,2
Liquori	755	-4,5	-3,4	-5,7	11,3
Vino	1.428	-2,4	-1,2	-1,1	-0,7
<b>Freddo</b>	2.740	-0,0	1,2	0,5	-2,0
<b>Gelati</b>	822	-1,3	-7,5	-7,2	-6,1
<b>Surgelati</b>	1.918	0,4	2,3	1,8	-1,1

Grafico 62

*Totale bevande: peso e dinamica delle categorie*

**Peso in volume sull'Anno Terminante e Trend**



**Peso in valore sull'Anno Terminante**

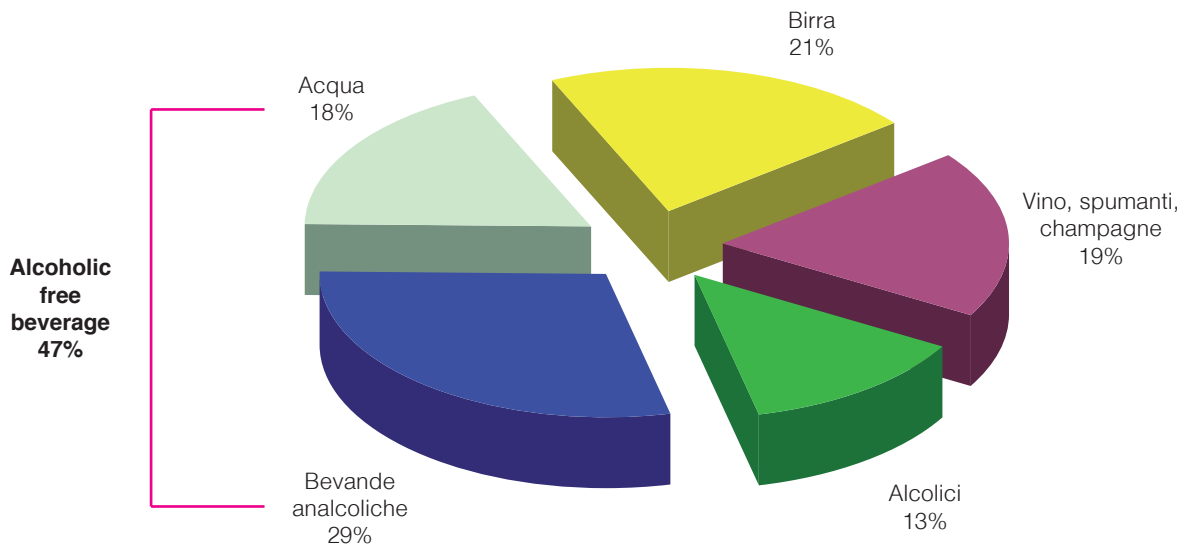


Grafico 63  
 Totale bevande. Peso e dinamica dei canali

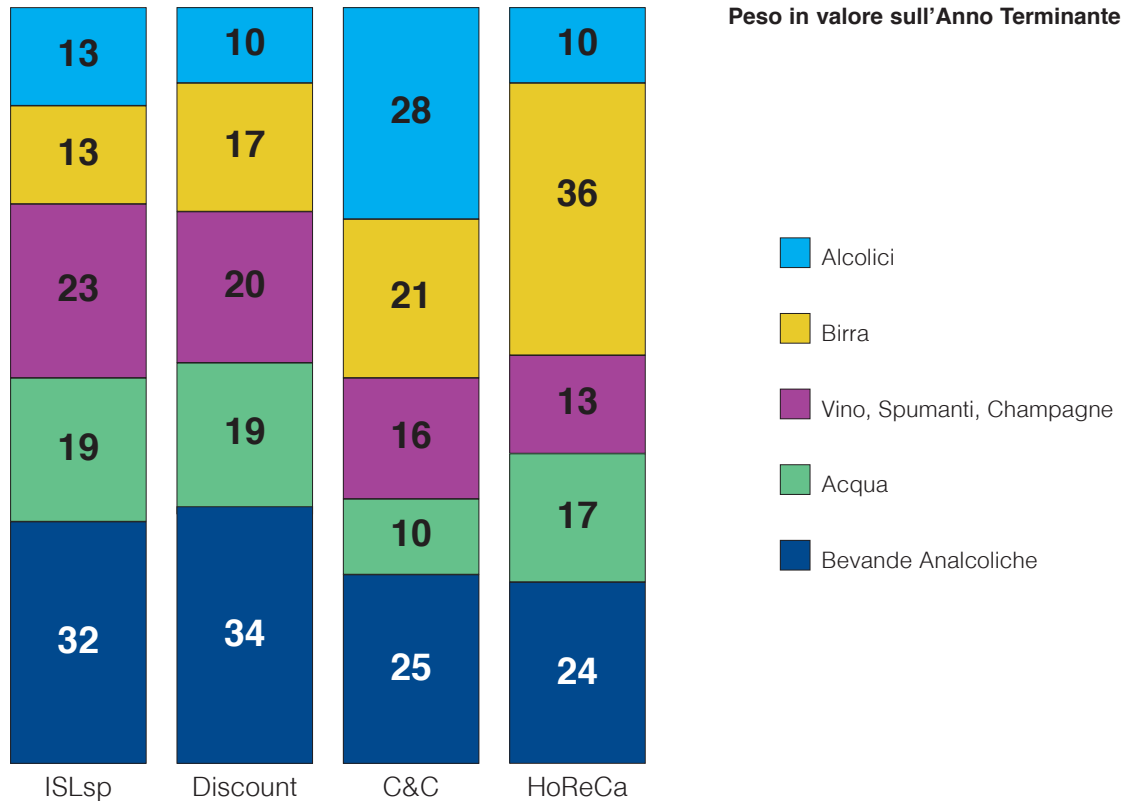


Grafico 64  
 Totale bevande. Peso e dinamica dei canali

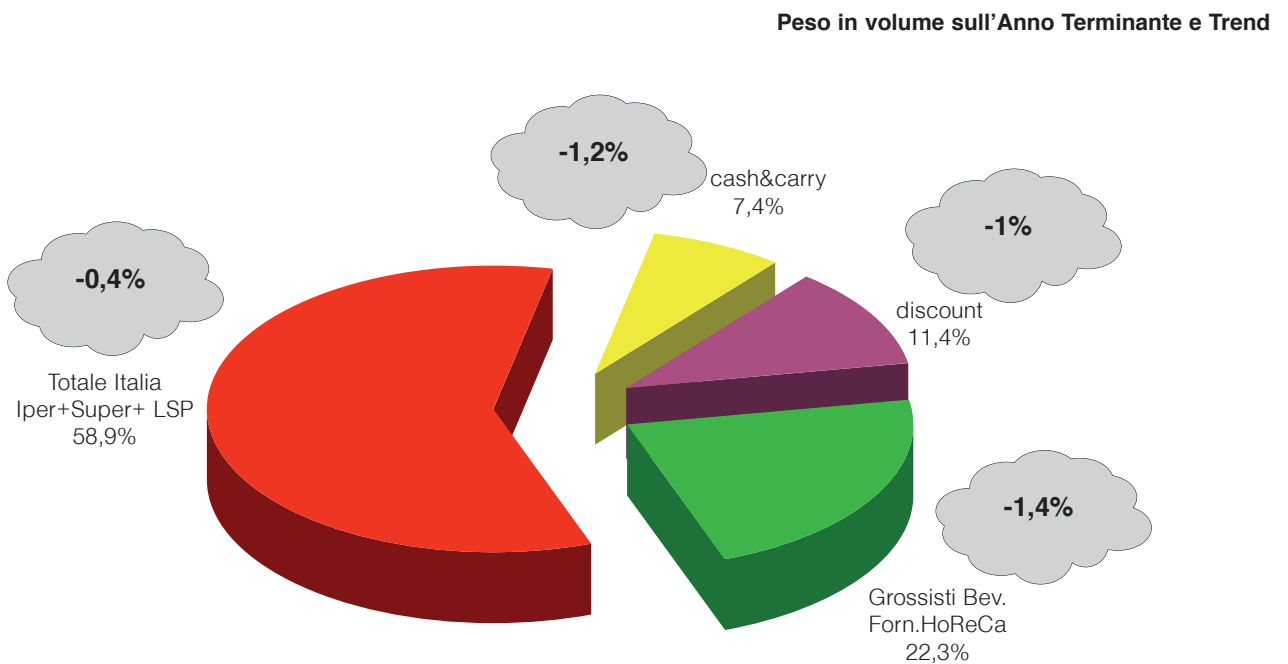


Grafico 65  
Alcolici: dimensione e trend (anno 2008)

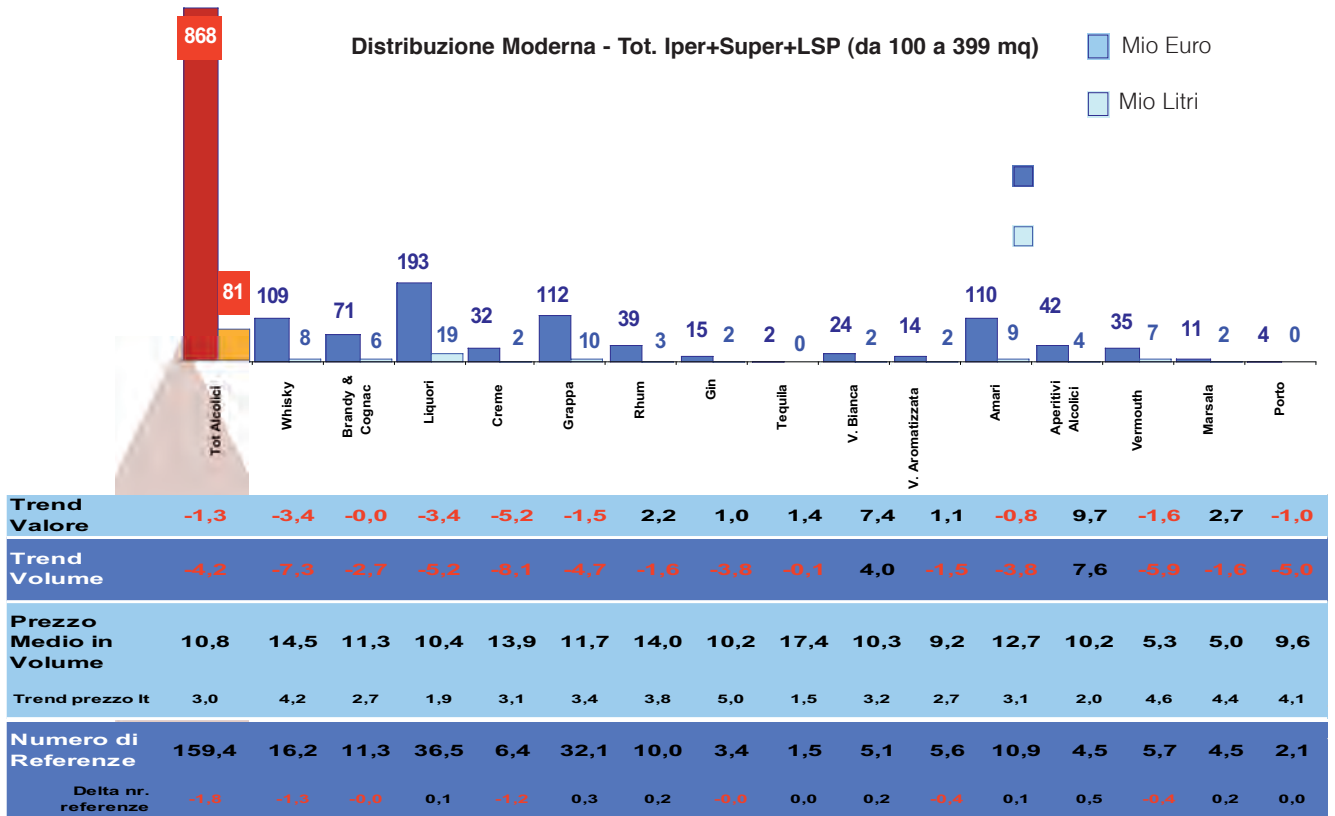


Grafico 66  
Spirits: trend a valore anno 2008 e gen.-mar. 2009  
Totale Italia Iper+Super+Libero servizio piccolo

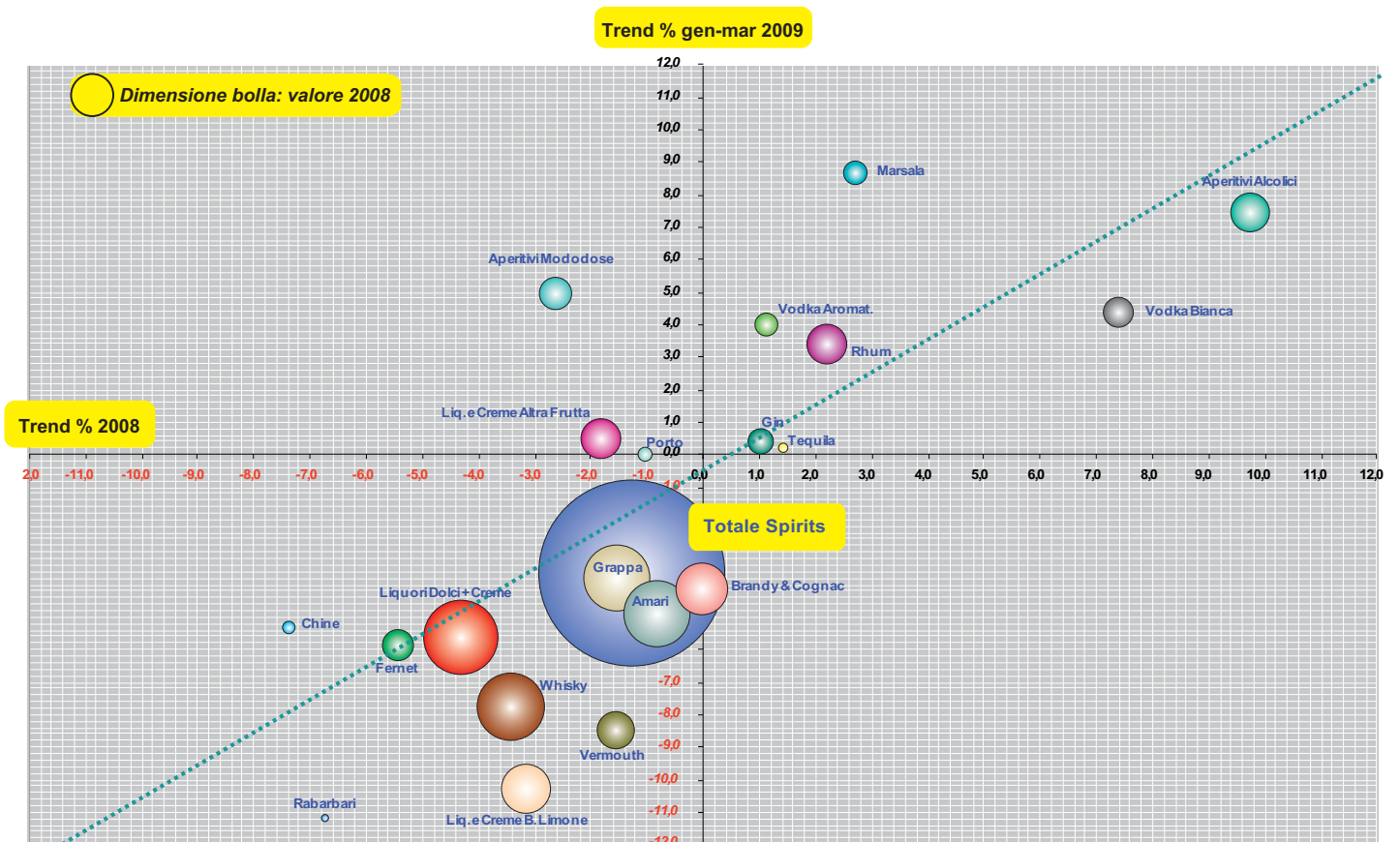


Grafico 67  
Alcolici: dimensione e trend (anno 2008)

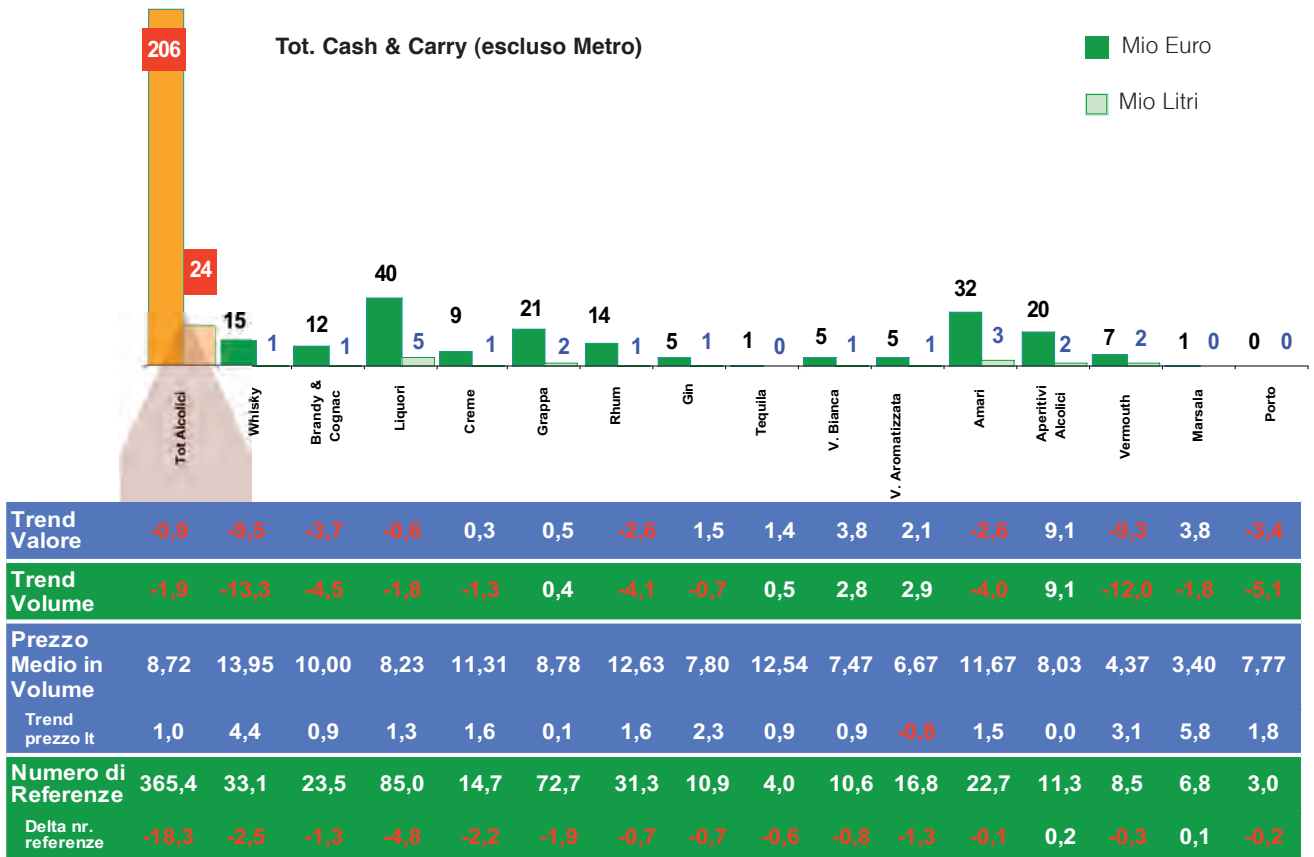


Grafico 68  
Alcolici: dimensione e trend (anno 2008)

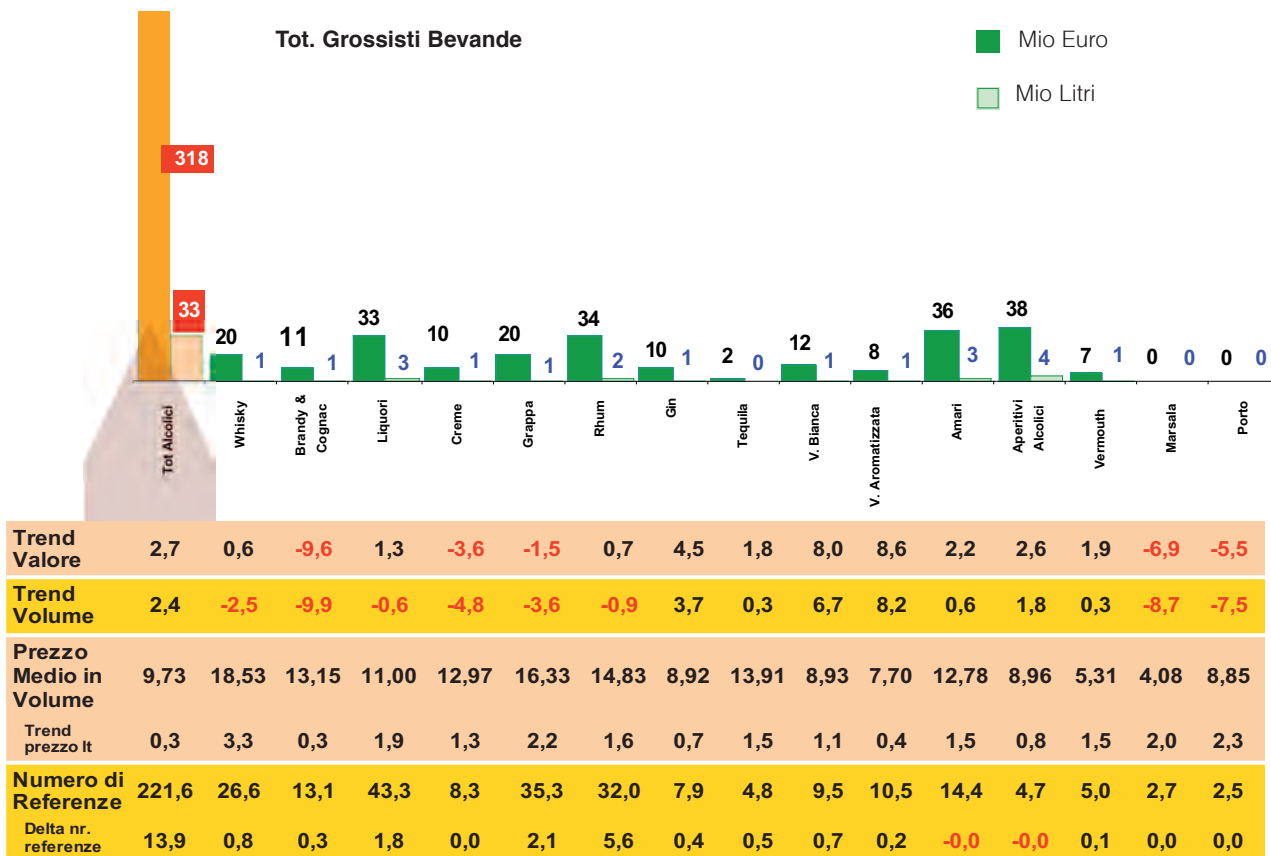


Grafico 69

Vino: dimensione e trend (anno 2008)

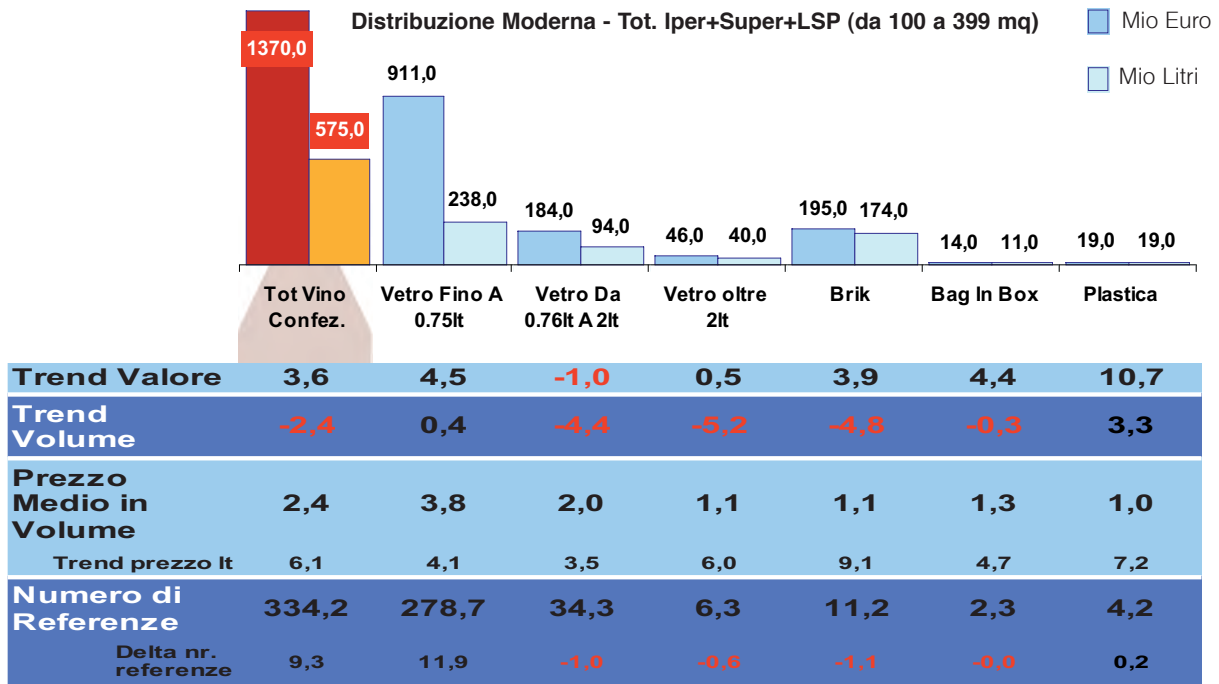


Grafico 70

Vino: trend a valore anno 2008 e gen.-mar. 2009

Totale Italia Iper+Super+Libero servizio piccolo

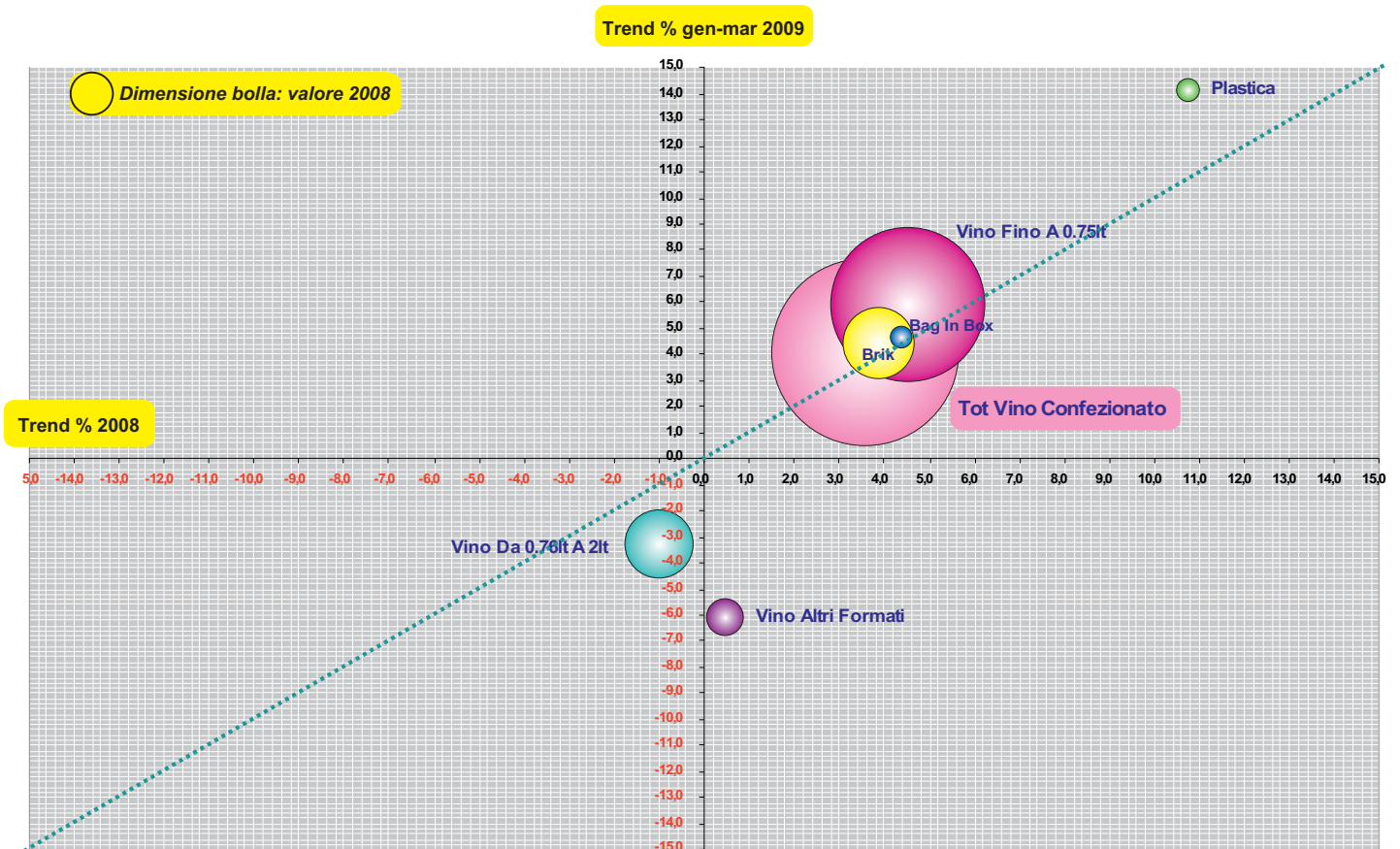
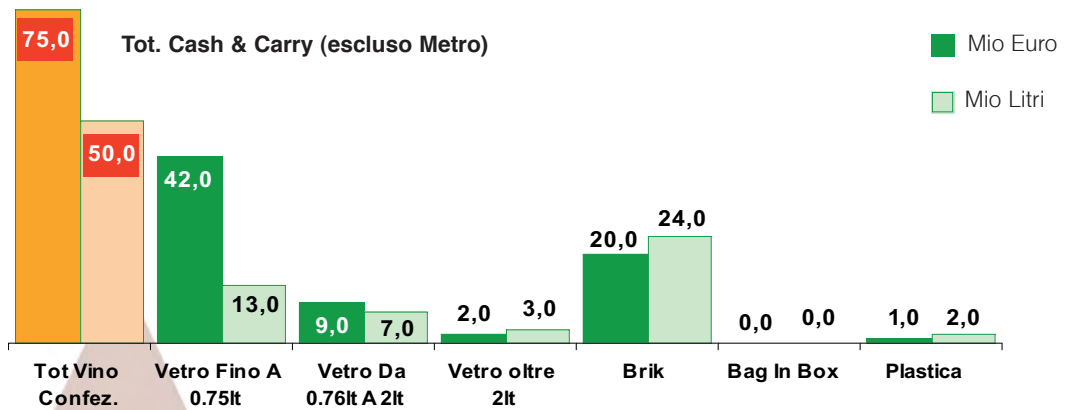


Grafico 71

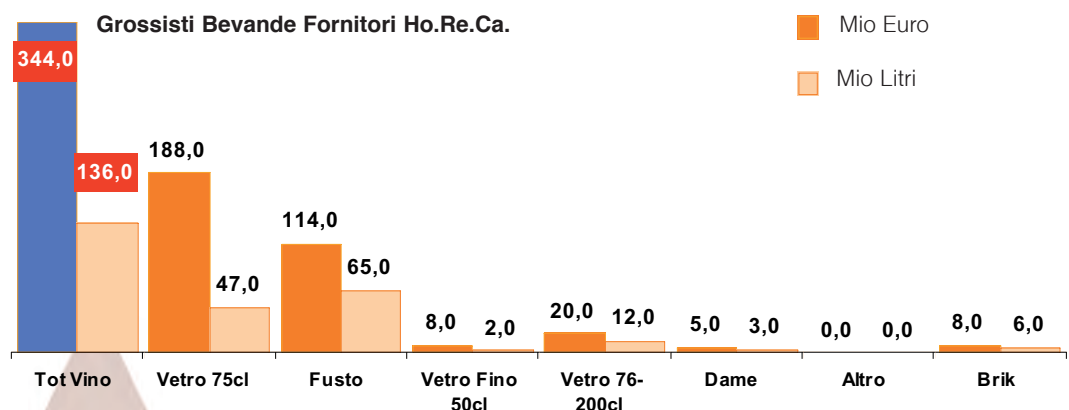
Vino: dimensione e trend (anno 2008)



Trend Valore	1,7	-0,8	0,2	-0,7	6,7	4,8	33,1
Trend Volume	-3,5	-6,7	-5,0	-3,2	-2,0	-0,6	8,0
Prezzo Medio in Volume	1,51	3,15	1,25	0,82	0,83	0,74	0,77
Trend prezzo lt	5,5	5,3	5,9	5,7	9,0	5,4	15,1
Numero di Referenze	299,0	245,3	31,2	7,6	11,0	2,1	4,6
Delta nr. referenze	8,0	8,2	-0,7	-0,1	-0,3	-0,1	0,8

Grafico 72

Vino: dimensione e trend (anno 2008)



\*Senza IVA

Trend Valore	2,8	4,5	-0,3	9,2	-1,2	59,5	78,2	-9,6
Trend Volume	-1,2	3,6	-4,7	0,2	-1,6	33,3	80,5	-12,5
Prezzo Medio in Volume*	2,53	3,97	1,76	3,40	1,68	1,56	3,08	1,33
Trend prezzo lt	4,1	0,8	4,8	9,0	0,6	19,1	-1,3	3,9
Numero di Referenze	269,1	207,4	19,9	12,8	19,1	4,3	1,6	4,0
Delta nr. referenze	3,4	6,1	-0,7	0,4	-0,4	0,3	-1,9	-0,4

Grafico 73

Vino: dimensione e trend (anno 2008)

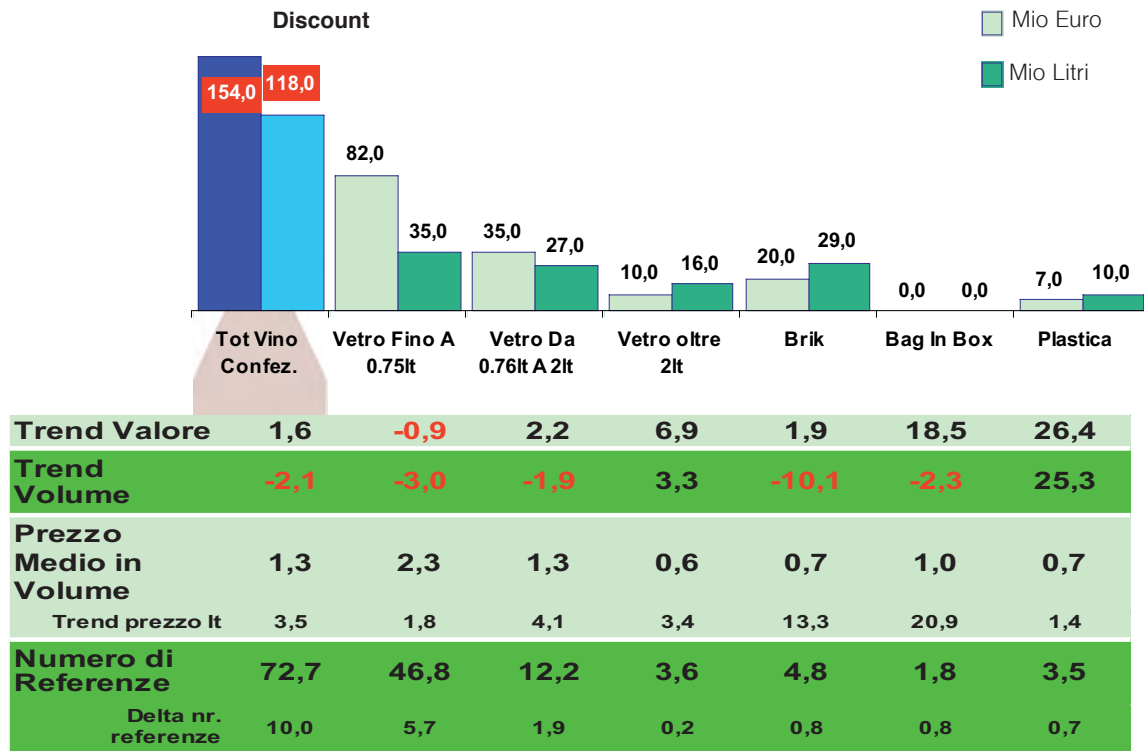




Grafico 74

Spumanti: Fotografia di mercato - AT febbraio 2009

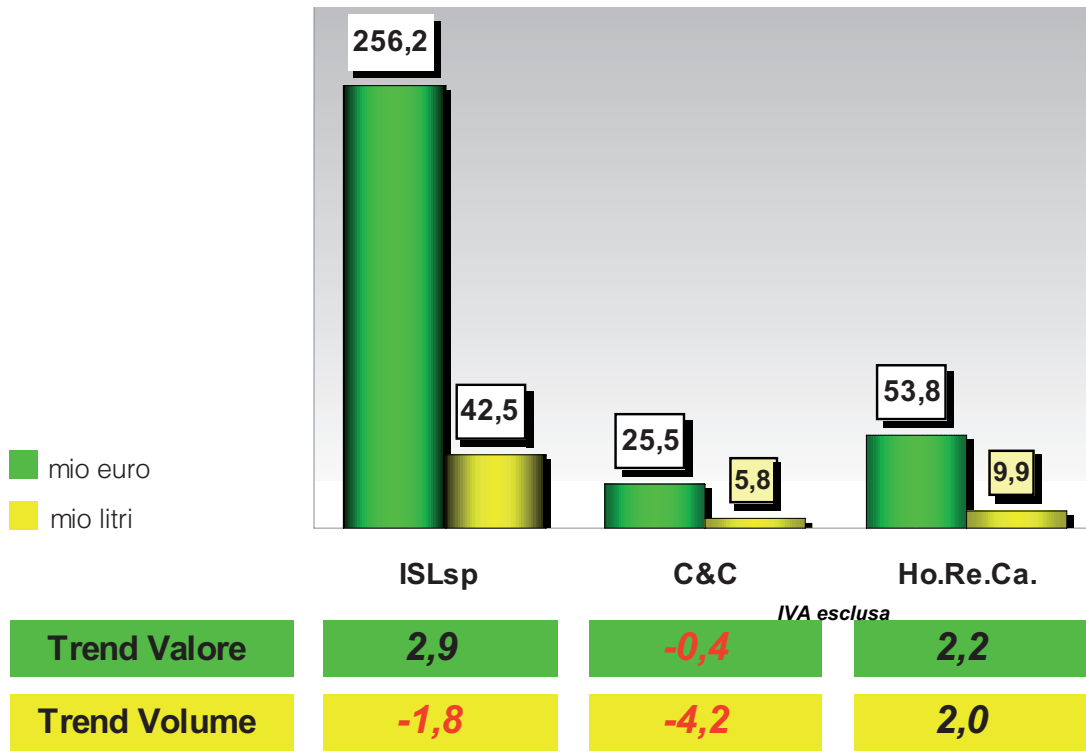


Grafico 75

Spumanti: Fotografia di mercato - AT febbraio 2009

Totale Italia Iper+Super+Libero servizio piccolo (100-399mq)

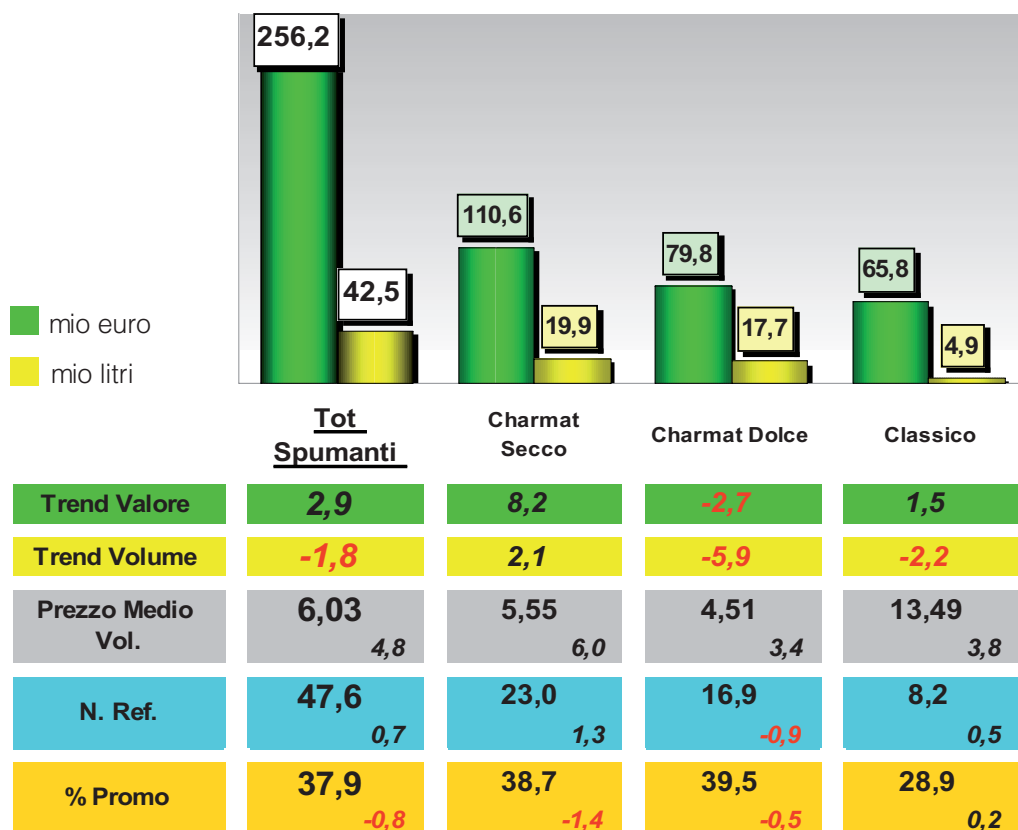
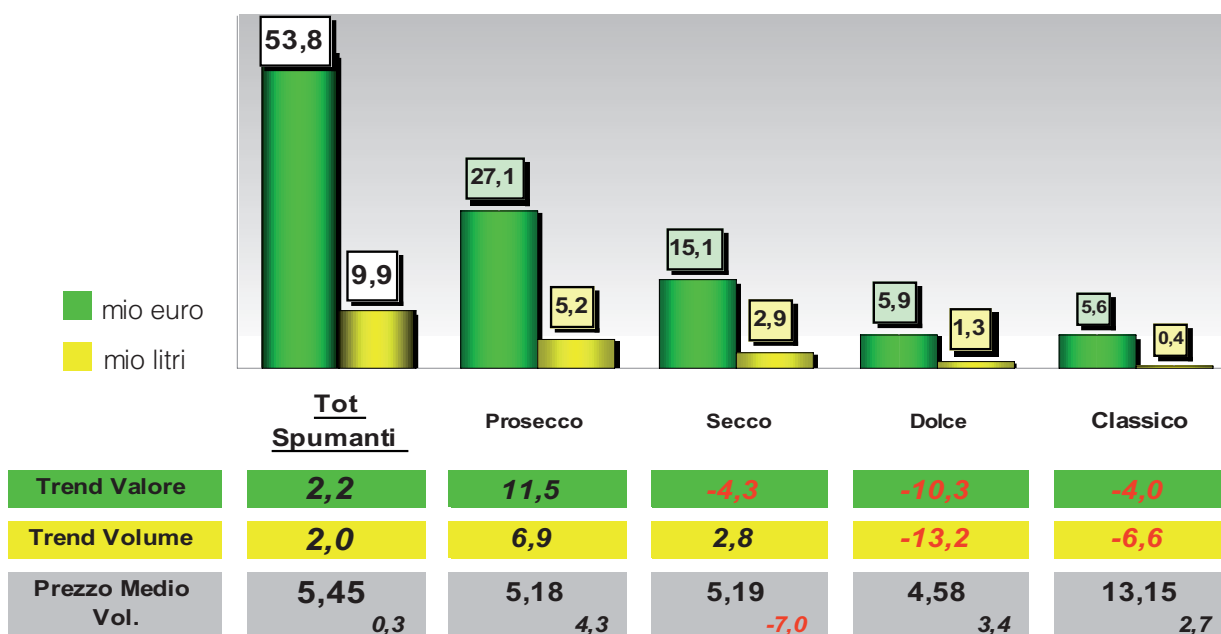


Grafico 76

Spumanti: Fotografia di mercato - AT febbraio 2009

Totale Grossisti Bevande Fornitori Ho.Re.Ca.



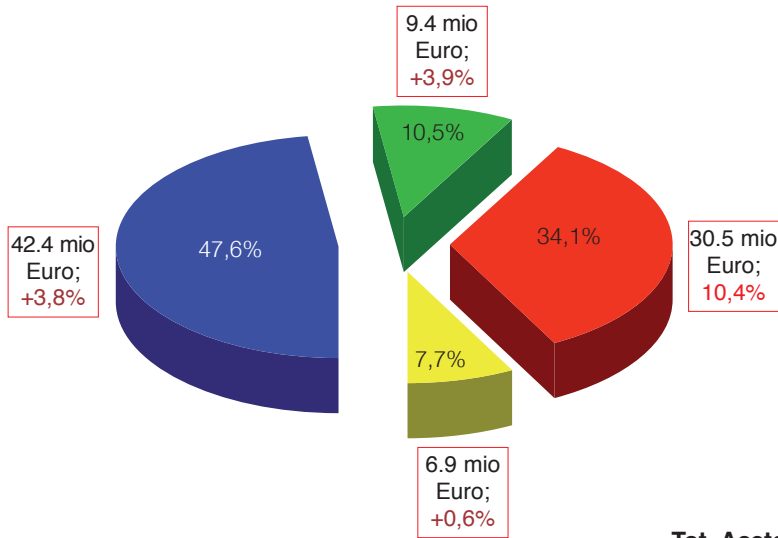
IVA esclusa

Grafico 77

Aceto: dimensione e trend (2008)

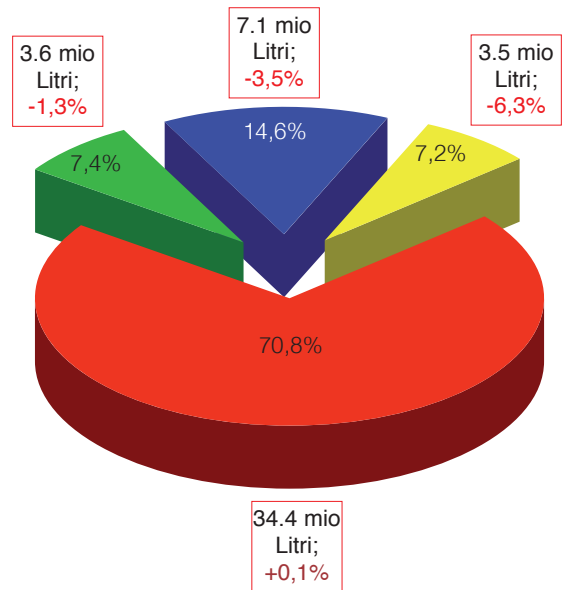
Distribuzione moderna: Tot. Iper+Super+Libero Servizio  
(da 100 a 399mq)

Tot. Aceto Valore: 89.3 mio euro; +5,7%

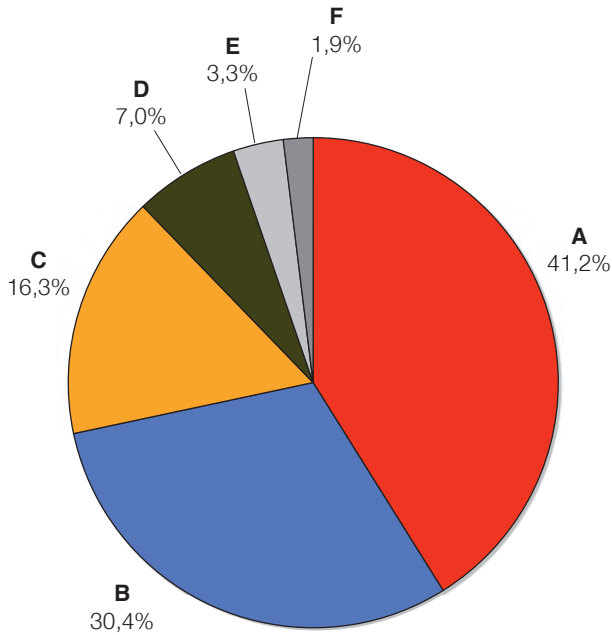


Tot. Aceto Volume: 48.6 mio litri; -1,0%

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

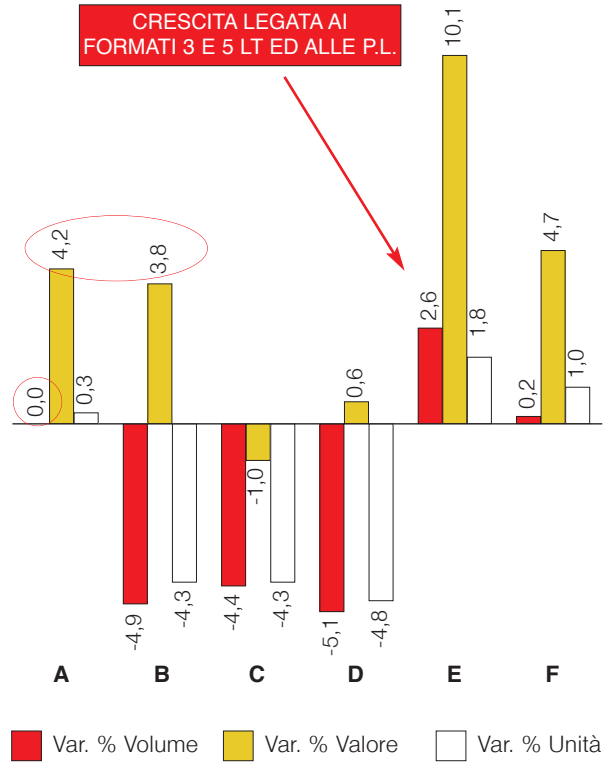


**Grafico 78**  
**Tot vino confezionato: peso e trend dei segmenti**  
**Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Anno 2008**



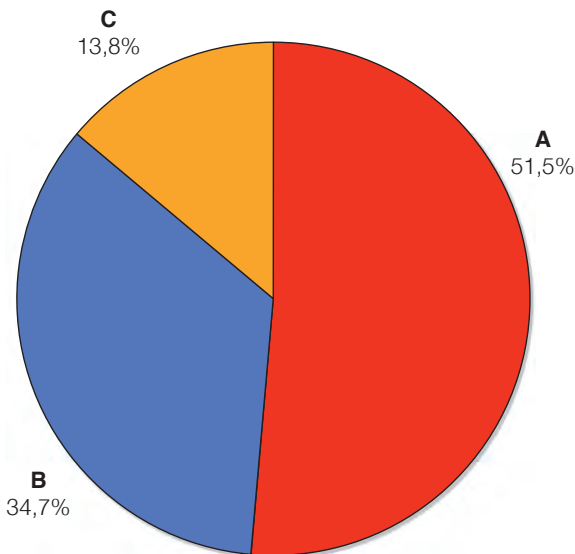
**Volume % AT DIC08**

- A** Vino fino a 0,75lt
- B** Brik
- C** Vino da 0,76lt a 2lt
- D** Vino altri formati
- E** Plastica
- F** Bag in box



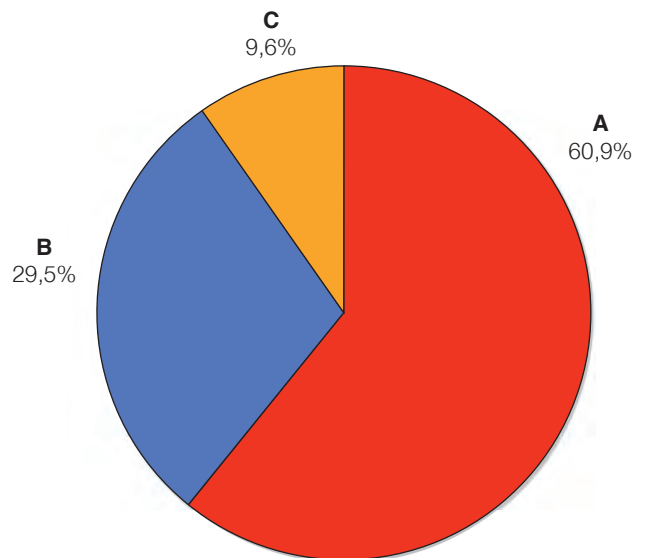
**Grafico 79**  
**Vino fino a 0,75lt: peso e trend dei segmenti**  
**Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - Anno 2008**

Oltre l'86% dei litri ed il 90% del fatturato dello 0,75 è DOCG, DOC, IGT



**Volume % AT DIC08**

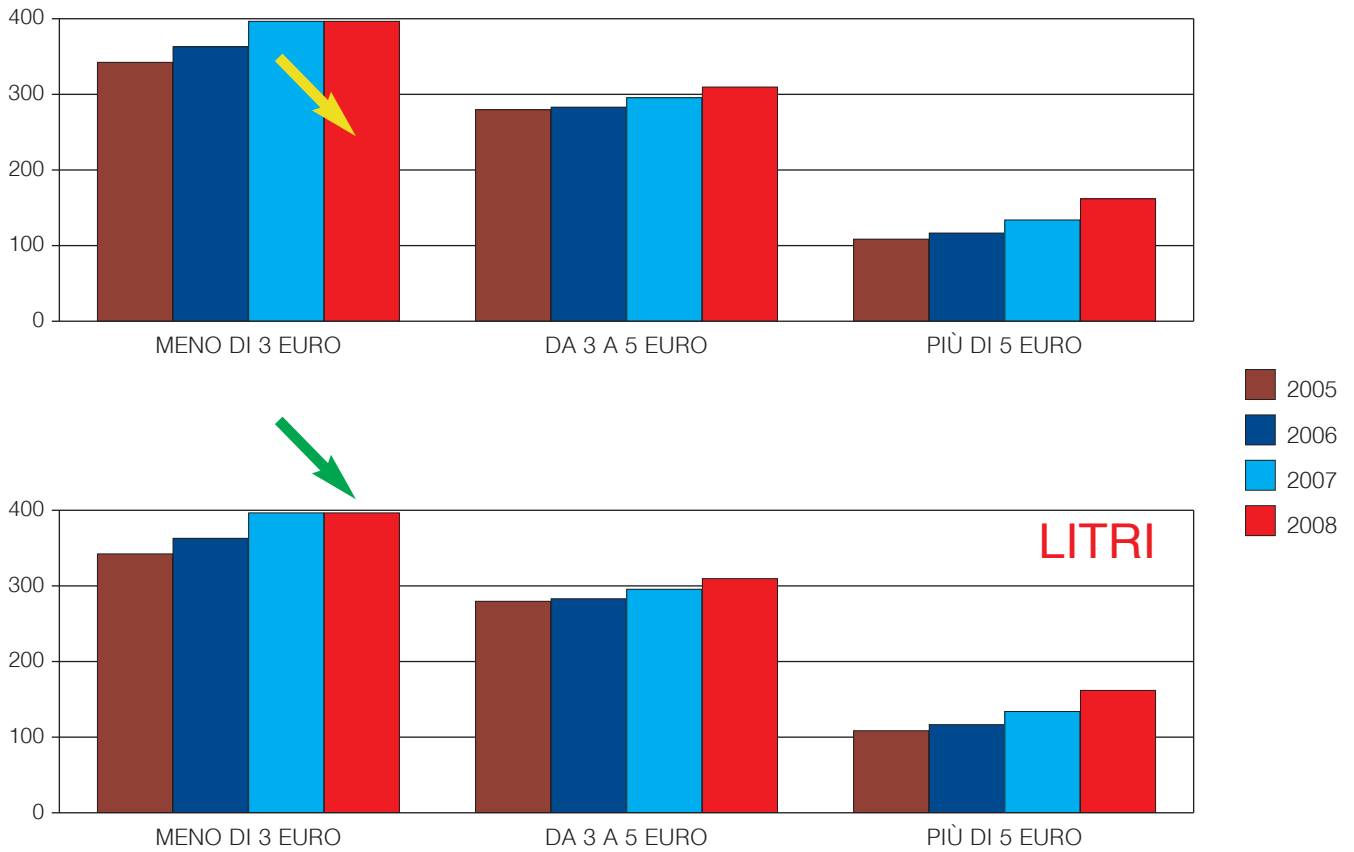
- A** Vino fino a 0,75lt DOC+DOCG
- B** Vino fino a 0,75lt IGT
- C** Vino fino a 0,75lt ALTRO



**Valore % AT. Dic. 08**

Grafico 80

*Volumi / Valori annui delle fasce di prezzo della bottiglia da 0,75 a denominazione (e / mio di lt)*



Il 2008 mostra fatturati e litri in contrazione per i vini a denominazione sotto i 3 euro

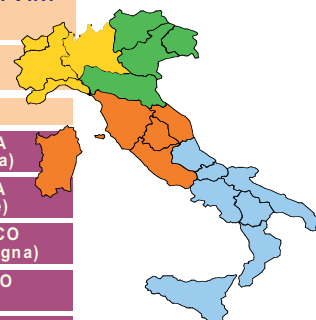
*Grafico 81*  
**Riepilogo peso e trend delle fasce Docg\_Doc\_IGT 0,75cl - 2008**  
*Iper+Super+Libero Servizio Piccolo*

Vini da 0,75 Docg, Doc, IGT	Peso a Valore	Peso a Volume	Trend Valore	Trend Volume
Meno di 3 e	42,9	62,7	-1,0	-3,2
Tra 3 e 5 e	36,7	28,4	6,2	6,2
Più di 5 e	20,4	8,9	16,4	19,2

*Grafico 82*  
**Classifica regionale a valore delle tipologie più vendute tra i vini in bottiglia da 0,75 DOCG, DOC, IGT (anno 2008)**

**Tab. 3 - ANNO 2008 - CLASSIFICA REGIONALE A VALORE (EURO) DELLE TIPOLOGIE PIÙ VENDUTE TRA I VINI IN BOTTIGLIA DA 0,75 DOCG\_DOC\_IGT**

REGIONI (IPER+SUPER)	Peso a valore delle prime tre tipologie	Tipologie		
		1°	2°	3°
Piemonte+Valle d'Aosta	15%	DOLCETTO (Piemonte)	BARBERA (Piemonte)	BONARDA (Lombardia)
Liguria	20%	BONARDA (Lombardia)	DOLCETTO (Piemonte)	BARBERA (Piemonte)
Lombardia	15%	CHIANTI (Toscana)	BONARDA (Lombardia)	LAMBRUSCO (Emilia Romagna)
Veneto	16%	CABERNET (Triveneto)	MERLOT (Triveneto)	PROSECCO (Veneto)
Trentino A.A.	25%	TEROLDEGO (Trentino)	MARZEMINO (Trentino)	LAGREIN (Triveneto)
Friuli V.G.	26%	MERLOT (Triveneto)	CABERNET (Triveneto)	REFOSCO (Friuli)
Emilia Romagna	25%	LAMBRUSCO (Emilia Romagna)	SANGIOVESE (Emilia Romagna)	PIGNOLETTA (Emilia Romagna)
Toscana	28%	CHIANTI (Toscana)	MORELLINO DI SCANSANO (Toscana)	SANGIOVESE (Toscana)
Abruzzo+Molise	45%	MONTEPULCIANO (Abruzzo)	TREBBIANO (Abruzzo)	CERASUOLO (Abruzzo)
Marche	17%	VERDICCHIO (Marche)	ROSSO PICENO (Marche)	MONTEPULCIANO (Abruzzo)
Umbria	10%	SAGRANTINO (Umbria)	CHIANTI (Toscana)	ROSSO di MONTEFALCO (Umbria)
Sardegna	60%	CANNONAU (Sardegna)	VERMENTINO (Sardegna)	MONICA di SARDEGNA (Sardegna)
Lazio	13%	CHIANTI (Toscana)	VERMENTINO (Sardegna)	NERO d'AVOLA (Sicilia)
Campania	23%	SOLOPACA (Campania)	AGLIANICO (Campania)	FALANGHINA (Campania)
Basilicata+Calabria	29%	CIRÒ (Calabria)	NERO d'AVOLA (Sicilia)	AGLIANICO (Campania)
Puglia	21%	PRIMITIVO (Puglia)	NEGROAMARO (Puglia)	SALICE SALENTINO (Puglia)
Sicilia	29%	NERO d'AVOLA (Sicilia)	SYRAH (Sicilia)	ALCAMO (Sicilia)





*Indice*

■ I Presidenti della Federazione	3
■ Organi sociali	4
■ Attività della Federvini	5
■ Saluto del Presidente - Considerazioni generali	9
■ I consumatori, l'immagine dei prodotti, il nostro impegno	11
■ Il settore vitivinicolo	13
■ Vini aromatizzati	17
■ Il Regolamento 110	18
■ L'aceto di vino e l'aceto balsamico di Modena	20
■ Le accise e le modalità della telematizzazione	21
■ I regolamenti per l'informazione del consumatore	22
■ La contrattazione collettiva	24
■ Saluto finale	25
■ Tabelle e grafici	27





FEDERVINI  
Via Mentana, 2b - 00185 Roma  
Telefono 064941630-064469421 • Fax 064941566  
e-mail: [federvini@federvini.it](mailto:federvini@federvini.it)  
[www.federvini.it](http://www.federvini.it)