



# 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 2011  
Roma, 24 maggio

FEDERVINI

---

**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 2011  
Roma, 24 maggio

CONFINDUSTRIA



*I Presidenti della Federvini dalla fondazione*

Commendatore Ercole Brambilla (1921-1923)  
Cavaliere del Lavoro Francesco Folonari (1923-1925)  
Onorevole Vittorino Gervasio (1927-1942)  
Avvocato Edoardo Masi (-1943)  
Conte Metello Rossi di Montelera (1944-1947)  
Ingegnere Nino Folonari (1947-1950)  
Avvocato Luigi Fenoglietto (1951-1956)  
Conte Lando Rossi di Montelera (1957-1967)  
Avvocato Paolo Pellegrino (1968-1970)  
Cavaliere del Lavoro Lamberto Vallarino Gancia (1971-1977)  
Marchese Oberto Spinola (1978-1980)  
Dottor Piero Beanato (1981)  
Dottor Ambrogio Folonari (1981-1983)  
Conte Alberto Marone Cinzano (1984-1986)  
Cavaliere del Lavoro Marchese Piero Antinori (1987-1989)  
Cavaliere del Lavoro Vittorio Vallarino Gancia (1990-1992)  
Cavaliere del Lavoro Giuseppe Nardini (1993-1995)  
Conte Luigi Rossi di Montelera (1996-2001)  
Professor Piero Mastroberardino (2002-2007)  
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 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 Franco Bonadeo

*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

*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 sciroppi*

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

**Organi sociali del nuovo Triennio 2011-2013****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 Benedetto Renda

*Tesoriere*

Dottor Orietta Maria Varnelli

*Presidente del Collegio dei Probiviri*

Cavaliere del Lavoro Giuseppe Nardini

*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 Franco Bonadeo

*Presidente del Collegio dei Revisori Contabili*

Avvocato Maurilio Fratino

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

Dottor Luca Marzotto

*Vice Presidenti*

Dottor Pio Boffa

Dottor Sandro Boscaini

Dottor Rolando Chiossi

Dottor Renzo Cotarella

Dottor Chiara Lungarotti

*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 sciroppi*

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 Franco Ponti

*Vice Presidente*

Dottor Massimo Toschi

*Consiglieri Cooptati*

Dottor Etile Carpené

Dottor Adolfo Folonari

Dottor Gianni Marzagalli

**Probiviri**

---

Dottor Pietro Romano Alagna

Dottor Manlio Collavini

**Revisori Contabili**

---

Ingegnere Giuseppe D'Avino

Dottor 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 quelli 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 Contratti 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 dei vini
- 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**





**Introduzione**

Cari Amici,

la relazione all'Assemblea di quest'anno coincide con il termine del triennio del mio mandato alla Presidenza.

Quando sono stato eletto conoscevo la Federazione per averla frequentata da tantissimi anni; nello stesso tempo beneficiavo della lunghissima esperienza associativa della mia Azienda tanto che mio padre Vittorio negli anni '90 e mio nonno Lamberto, prima, ne sono stati Presidenti.

La novità del ruolo e le responsabilità dell'eredità che ricevevo da Piero Mastroberardino mi hanno dimostrato che il "ponte di comando" è ben complesso. Affermo questo avendo avuto un intenso triennio a prescindere dallo scenario nazionale ed internazionale che definire impegnativo è certamente riduttivo.

Alla crisi economica internazionale si è accompagnata nel 2010 una serie di eventi straordinari che hanno mostrato, semmai ve ne fosse bisogno, la fragilità dell'uomo di fronte alla natura: dal terremoto ad Haiti alle inondazioni in Australia, dal blocco di larga parte dello spazio aereo per l'eruzione del vulcano in Islanda al disastro petrolifero nel Golfo del Messico. Eventi tutti, insieme alla recente tragedia verificatasi in Giappone, che hanno determinato ulteriori vicissitudini economiche.

Abbiamo avuto tanti importanti cambiamenti. È certo che lo scenario economico ed internazionale di questo triennio ha reso tutto molto più difficile, anche solo l'applicazione dei tanti cambiamenti normativi che sono arrivati sul nostro tavolo: penso ad esempio alla riforma dell'OCM nata con l'idea di essere decisamente innovativa, se non addirittura rivoluzionaria, che ha già perso nella fase di dibattito una parte della sua potenzialità ed ha visto i suoi effetti di rilancio ulteriormente ridotti dalla fase congiunturale così peculiare.

Proseguo citando alcune delle maggiori novità legislative comunitarie. Abbiamo avuto cambi nelle regole di produzione e di tutela delle bevande spiritose; altri nel quadro normativo relativo agli aromi passando da una Direttiva ad un Regolamento; abbiamo tutte e tre le Istituzioni europee – Consiglio, Parlamento e Commissione - coinvolte nella fase finale dell'iter di approvazione del Regolamento sulle informazioni al consumatore che andrà a sostituire, dopo più di trenta anni, la Direttiva sulla presentazione ed etichettatura dei prodotti alimentari; abbiamo avuto, inoltre le discussioni finali e l'avvio della procedura informatizzata di inoltro e scambio dei documenti di trasporto dei nostri prodotti all'interno dell'Unione Europea; tutti cambiamenti che hanno richiesto degli ulteriori assestamenti normativi a livello nazionale.

Seguire tanti differenti argomenti dall'interno della Federazione, viverli con una partecipazione attenta ed assidua, anche perché accompagnata dalla Presidenza del Comité Vins, l'Associazione europea del vino, e da un dialogo intenso con la Presidenza della CEPS, l'Organizzazione europea degli spiriti, per individuare un quadro d'insieme che migliorasse la voce dei settori a Bruxelles, mi ha rafforzato innanzitutto nella convinzione della grande differenza professionale che grazie al contributo di tutti Voi Colleghi Imprenditori raccolgo in Federvini.

Lo dico sinceramente perché proprio questa intensa attività mi ha fatto apprezzare enormemente la Vostra solidarietà e rende ancor più meritoria l'attenzione con cui tutti Voi mi avete sostenuto, confortato, stimolato ed incoraggiato in questo mandato alla Presidenza.

## *Le Aree Tematiche*

### *I nostri consumatori*

Entro quindi, come di consueto, nel dettaglio dei singoli dossiers che abbiamo gestito, partendo dal tema che più di ogni altro ci ha fatto palpitare nel corso del 2010: il rapporto con i nostri consumatori.

Il mercato nazionale ha mostrato una contrazione dei consumi anche nel 2010. È un andamento che si ripete da diversi anni, cui contribuiscono tante distinte motivazioni: ma più di ogni altra, a nostro avviso, il continuo, forte allarmismo sulle modalità di consumo dei nostri prodotti, dagli aperitivi ai vini, dai liquori ai distillati.

Non è corretto descrivere il nostro modello di consumo di bevande alcoliche sulla base di mode e modelli assolutamente deprecabili, di quei consumatori, in particolare del mondo giovanile – pochi, ampiamente in minoranza - che per nulla interessati alle caratteristiche del prodotto, cercano durante il fine settimana uno stordimento, un'evasione, un annullamento della realtà attraverso tante diverse sfide: dalla resistenza fisica per arrivare alla mattina dopo a quella dei consumi fuori di qualsiasi regola.

Mode e modelli che proprio in quanto negativi traggono gran parte della loro forza dall'eco mediatica, dal passaparola fuori controllo e dall'inevitabile fascino che il "proibito" esercita in un circolo perverso che, ci tengo a sottolinearlo, è interesse nostro, al pari delle Istituzioni, spezzare.

Al danno che provocano a loro stessi - e talvolta anche ad altri - si aggiunge una comunicazione stampa di forte pregiudizio nei confronti di tutti i consumi, con il risultato che il consumatore moderato, il consumatore attento - quello che ha aiutato i settori, in particolare l'enologia italiana, a crescere proponendosi sul mercato con una percezione ed una realtà di qualità estremamente importante - oggi si allontana perché spaventato, perché teme di incapere in controlli e sanzioni anche per comportamenti che certamente non lo espongono ad alcun rischio.

Non possiamo, né vogliamo, tradire questo rapporto profondo con i consumatori. È grazie a loro e per loro che in tutti questi anni sono stati realizzati importanti investimenti, abbiamo migliorato la qualità dei nostri prodotti, abbiamo aumentato le nostre capacità produttive, abbiamo offerto la nostra migliore immagine alla loro valutazione, abbiamo cercato di interpretare al meglio le loro esigenze in un processo di miglioramento continuo, che avremmo piacere di vedere riconosciuto anche dalle Istituzioni.

Se non riusciremo a ristabilire un rapporto di fiducia profondo, continueremo a perdere i consumatori attenti esponendo al rischio di sopravvivenza le nostre attività e importanti aree del territorio che non vedranno sostenuta la loro realtà economica.

Ma il danno più profondo lo sconteranno le future generazioni che non avranno nel consumatore moderato il testimone e l'insegnante per sviluppare e consolidare la sapienza nei consumi che ancora oggi è fortemente radicata nel nostro Paese e rischia di perdere terreno se non sarà alimentata da comportamenti ed attenzioni coerenti.

Noi non abbiamo mai avuto dubbi su questo forte legame, ma per essere certi che non fosse solo una sensazione di noi addetti ai lavori, abbiamo chiesto la collaborazione del professor

Mannheimer e del suo Istituto di ricerca che, indagando i comportamenti e le motivazioni che guidano l'approccio al consumo di bevande alcoliche sia nel nostro Paese che in altri Paesi dell'Unione europea, ci ha illustrato delle evidenze con estrema chiarezza e rigore, fatti che al tempo stesso ci confortano e ci sollecitano ad un rinnovato impegno nei confronti dei nostri consumatori, primi e fondamentali partners delle nostre attività.

Richiamiamo, quindi, ancora una volta l'attenzione del Governo, del Parlamento, delle Regioni, degli Amministratori di tutti i Comuni d'Italia, perché si sentano sempre più coinvolti nell'informare ed educare i consumatori; per rincuorarli nella loro capacità di saper distinguere il consumo intelligente, il consumo attento ed il consumo quotidiano dall'abuso, da tutte le forme di consumo sbagliato.

Perché il consumo "buono" esiste ed è il consumo moderato, responsabile, secondo i tempi ed i modi che, da sempre, caratterizzano i momenti migliori della socialità, della convivialità della nostra società. Non diciamo nulla di nuovo: tuttavia è bene ripeterlo e ricordarlo a tutti con assiduità.

Tutto questo, e molto altro, è quello che chiamiamo "Lo Stile Mediterraneo".

Lo sapevamo, lo abbiamo imparato dai nostri padri e dai nostri nonni, lo "Stile Mediterraneo" è radicato nella cultura, nella tradizione e nella società italiana, ed è nostro impegno consolidarlo e trasmetterlo alle generazioni future, oggi ancor più determinati anche grazie al fatto che la dieta mediterranea, che ne è una delle più alte espressioni, ha trovato il riconoscimento e la tutela dell'Unesco.

Riprendendo questa rete di contatti incideremo con maggior forza su quegli aspetti di devianza che tanto preoccupano anche noi produttori e sui quali sappiamo attenti ed impegnati il Ministero della Salute ed il Ministero della Gioventù.

L'attenzione al mercato nazionale è fondamentale ma certamente non assorbe tutte le nostre energie perché è stato proprio il mercato internazionale che ha compensato il settore permettendogli di raggiungere traguardi di grandissimo successo.

## *La fiscalità*

Su questa materia due considerazioni, una a carattere politico ed una tecnica per gli importanti cambiamenti normativi che sono intervenuti in merito ai documenti di trasporto dei nostri prodotti.

Quando sentiamo parlare di fiscalità nei nostri settori il pensiero vola subito all'accisa: se le voci giungono da Bruxelles, sappiamo di essere di fronte ad un nuovo tentativo di introdurre una accisa positiva sul vino e di dover rispondere ancora una volta alla richiesta di considerare la fiscalità sulle bevande alcoliche come uno strumento di politica sociale.

Anche nel 2010 abbiamo avuto queste discussioni a fronte di uno studio affidato dalla Commissione europea ad un istituto inglese di analisi economiche che avrebbe dovuto sostenere l'opportunità della modifica della direttiva accise. Questo studio, con una impostazione e delle conclusioni molto articolate che abbiamo fortemente criticato, si è concentrato fra l'altro su due elementi:

- un giudizio negativo sul permanere dell'accisa zero applicata al vino ed agli altri prodotti fermentati, per le difficoltà che genera nel sistema degli scambi comunitari; elemento ben capzioso se guardiamo sia i dati del commercio intracomunitario del vino, sia quali Paesi abbiano realizzato i maggiori incrementi. Vi tolgo subito la curiosità: i maggiori incrementi li abbiamo avuti in Paesi che applicano accise elevate sul vino ed ancor più elevate sui liquori e le acquaviti!
- la modifica delle diverse categorie fiscali previste dalla direttiva accise oggi esistenti, motivata con la circostanza che le tecnologie produttive odierne possono consentire modifiche alla composizione dei prodotti finalizzate all'inserimento degli stessi in tre categorie distinte per fasce di gradazione, palese anticamera della tassazione unica a grado per qualsiasi bevanda alcolica. Anche in questo caso, descrivendo dei possibili prodotti – che nella realtà proprio non esistono – si è cercato di utilizzare la tecnologia come un grimaldello per tornare a discutere delle categorie fiscali.

Ancora una volta la Commissione UE, insieme ad alcuni Governi nazionali che la hanno molto sollecitata, ha visto fallire il tentativo ma siamo purtroppo certi che ve ne saranno di nuovi. Diamo atto al Ministero dell'economia ed ai suoi rappresentanti a Bruxelles che la posizione dell'Italia è stata ferma nel respingere ogni ipotesi di ridiscussione della direttiva e di conseguenza dell'accisa "zero" sul vino.

Se queste sono le preoccupazioni di scenario che giungono da Bruxelles, quando il tema accise viene toccato in Italia la materia genera altrettante preoccupazioni: sempre più spesso si propone di utilizzare come formula di copertura di eventuali spese o oneri a carico del bilancio dello Stato l'aumento delle accise sugli spiriti, sulla birra e sui prodotti intermedi. Non siamo la soluzione per tutte le occasioni! Oltre al peso diretto che viene chiesto al settore ed ai nostri consumatori, l'aumento delle accise genera un supplemento di costi amministrativi che non appaiono ma che sono rilevanti: ad esempio il maggior costo delle cauzioni che dobbiamo accendere a favore dello Stato sugli stabilimenti di produzione e sulla movimentazione dei prodotti.

Come si può pensare che in un momento così particolare per i consumi dei nostri prodotti, sia

possibile alle imprese far fronte senza problemi a variazioni sia nei costi diretti sia nella disponibilità di liquidità immediata per versare i maggiori incrementi di accisa? Noi non lo comprendiamo! I dati mostrano chiaramente che il gettito è in discesa ed eventuali incrementi determinerebbero un'ulteriore compressione ed esporrebbero al rischio di chiusura molte piccole e medie imprese che non sopporterebbero i maggiori oneri diretti ed indiretti.

Passando all'aspetto tecnico, il 2010 ci ha visto ancora intensamente impegnati nel preparare l'avvio della movimentazione dei nostri prodotti con un nuovo sistema di gestione dei documenti di trasporto, avendo avuto dal 1° gennaio di quest'anno concreta attuazione, non solo a livello italiano ma anche comunitario, la dematerializzazione dei documenti di accompagnamento, e cioè dei DAA, utilizzati per la movimentazione dei nostri prodotti.

Le Aziende Associate alla Federazione sono arrivate preparate - anche se le sorprese non sono mancate - all'importante appuntamento avendo avuto un confronto continuo e serrato con l'Agenzia delle Dogane che ha consentito alle stesse di effettuare numerose prove sperimentali.

È chiaro che la dematerializzazione di questo documento non costituisce la massima semplificazione possibile e la panacea di tutte le criticità di un sistema prima totalmente cartaceo. È stato, infatti, necessario un investimento in tecnologia da parte delle imprese, poi un lungo processo di coordinamento nonché sicuramente anche un cambio di mentalità e di approccio a tali realtà.

Le disposizioni del nuovo Testo Unico Accise, infatti, prevedono un diverso approccio sistematico alla gestione amministrativo/contabile dei depositi fiscali. Mi riferisco, ad esempio, al fatto che entro l'autunno attendiamo i decreti del Direttore dell'Agenzia delle Dogane con cui verranno abrogati alcuni registri cartacei che ormai datate disposizioni regolamentari prevedono come obbligatori per i depositi fiscali.

Tale attività andrà a sostenere un'altra importante novità che abbiamo avuto nel 2010: l'autorizzazione a tenere in forma esclusivamente elettronica la gran parte dei registri delle contabilità dei depositi fiscali e la trasmissione dei dati contabili dei depositi agli organi dell'Amministrazione Finanziaria esclusivamente in forma telematica.

## *La promozione*

I brillanti risultati nell'export conseguiti nel 2010 soprattutto dal comparto vinicolo, che il primo scorcio del 2011 conferma, non sono frutto del caso. Sono anni che i produttori affrontano i mercati con grinta, con determinazione e sempre più insieme: non è ancora un viaggiare generalizzato di comune accordo, ma credo che nella coscienza di tutti sia chiaro che il successo è anche da legare a questo nuovo modo di affrontare i mercati esteri.

Guardando ai prossimi anni, ed alle misure di cofinanziamento che l'Unione Europea attraverso l'OCM mette a disposizione degli operatori, è necessario proseguire nella richiesta che la Federazione da anni porta avanti: una cabina di regia che aiuti e metta a sistema gli investimenti nella promozione non solo come coordinamento economico-finanziario, ma anche come coordinamento tecnico, anche limitato, nei messaggi che portino il mercato estero a riconoscere subito la firma italiana; che consentano di comprendere, qualunque sia la lingua del mercato di consumo, che è l'Italia che gli sta inviando quel messaggio.

I primi anni sono trascorsi con una forma di coordinamento a corrente alternata, non ancora vera cabina di regia; forse in conseguenza dei diversi cambi che abbiamo avuto alla guida del Ministero delle Politiche Agricole. Abbiamo continuato ad insistere e ci sembra che i nostri stimoli abbiano dato impulso all'avvio di forme di organizzazione più efficienti ed efficaci. Sono dei primi importanti segnali: il percorso è ancora lungo e richiede molta determinazione e buona volontà da parte di tutti i protagonisti.

Tenuto conto della grande rilevanza dell'export dell'agroalimentare - e nell'ambito di questa voce del primato del settore vinicolo - è forte l'auspicio che le imprese e le proprie voci di rappresentanza siano considerate sempre più partner di grande affidamento ed esperienza.

## *La tutela dei riferimenti geografici*

L'ultima OCM ha portato a dover rivedere l'assetto delle disposizioni in materia di denominazioni per andare incontro al sistema di classificazione dei riferimenti geografici nelle due famiglie, denominazione di origine protetta ed indicazione geografica protetta, che l'Unione Europea ha imposto in quasi tutti i settori agroalimentari.

Questo cambiamento nasce dalle nuove regole del WTO, anche se purtroppo in quell'ambito il registro delle indicazioni geografiche per vini, liquori e distillati, continua a restare tristemente vuoto; e vuole assicurare una migliore tutela e protezione dei nostri elementi geografici ora protetti direttamente a livello europeo.

Questa innovazione nello stesso tempo ha imposto di rivedere molti disciplinari di produzione ed ora impone di trasformare tutti i disciplinari in altrettante schede tecniche da inviare a Bruxelles.

Alla maggior tutela e protezione si sono accompagnate delle importanti innovazioni regolamentari: ad esempio per le IGT oggi si impone di fissare la coincidenza, pur con un regime di possibili deroghe, tra l'area di vinificazione e l'area di produzione delle uve.

Ho la sensazione – e con me molti Colleghi – che diversi cambiamenti siano stati introdotti in Italia senza procedere ad un'efficace analisi dello scenario; pertanto, i provvedimenti che ne sono conseguiti non hanno beneficiato di quel processo di valutazione globale indispensabile per una migliore armonia nelle decisioni.

Per esempio non si è mai ampiamente discusso di come applicare alle IGT la regola della “zona limitrofa” nella definizione della zona di produzione. Anzi, seguendo il criterio del caso per caso, si è creata della confusione che ora rende più complessa la ricerca di possibili soluzioni comuni.

Il settore del vino – non ci stancheremo di ripeterlo – è un settore a valenza economica nazionale al di là della rilevanza che singole denominazioni o singoli ambiti territoriali possono avere.

La vitivinicoltura è presente in maniera pressoché omogenea su tutto il territorio nazionale, con effetti economici importantissimi; che, come ha dimostrato una ricerca del CUEIM (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale) su stimolo della Federazione, non si limitano al solo al settore vitivinicolo ma inducono un enorme sviluppo economico, a monte e a valle, fino a “12” volte superiore al valore iniziale dell'investimento.

Dunque quando si vanno a delineare le regole del settore, le stesse hanno un impatto maggiore ed attraverso la concatenazione – visto che nessun ambito locale è a sé stante – sull'intera economia nazionale. Se non entriamo in questa ottica di analisi del settore viticolo, continueremo a lasciare le imprese in balia del contrasto che vi può essere, anche solo per esigenze momentanee, tra un ambito territoriale ed un altro.

Prima di passare ad altri temi credo che sia comunque indispensabile tornare a sottolineare una criticità che avevamo già ricordato durante la discussione del Decreto Legislativo 61/2010.

Parlo del nuovo ruolo che i Consorzi hanno assunto, ruolo che per alcuni aspetti compete loro in relazione alla lunga tradizione che ha accompagnato l'attività di questi enti. Però i nuovi



compiti sono particolarmente rilevanti e, nello stesso tempo, possono determinare degli effetti anche su aziende non attive nel Consorzio.

Questo chiede di porre la massima attenzione alle regole di valutazione sul grado di rappresentatività del Consorzio, oggi certamente non equilibrato verso il sistema delle imprese. Ed affermo questo sia in generale per tutti i Consorzi quale che sia la tipologia della denominazione che utilizzano e tutelano, sia con maggior convinzione nei confronti ad esempio del Consorzio di tutela del vino liquoroso.

Appare evidente come per questi prodotti calcolare la rappresentatività sul prevalente apporto della parte agricola mette ai margini tutte quelle aziende che con grandi investimenti, attenzione ed impegno hanno finora custodito il patrimonio rappresentato dalla denominazione.

*Osservatorio di settore*

Che i settori rappresentati dalla Federazione siano una risorsa importante per l'economia nazionale è dato certo e noto: occorre, quindi, che se ne traggano le coerenti conseguenze, anche a livello istituzionale. Occorre, e lo chiediamo, l'istituzione di un osservatorio economico nazionale che segua le dinamiche economiche fondamentali, ne esegua un approfondimento a supporto delle centinaia di migliaia di operatori dei nostri settori che da soli non possono affrontare o recuperare questo tipo di analisi.

Oggi stiamo mettendo le basi per la politica agricola degli anni futuri e sembra che l'unico punto cruciale sia il mantenimento del divieto di nuovi impianti o la loro liberalizzazione.

Evitiamo qualsiasi malinteso: non è in discussione la rilevanza di questa materia! Il nostro settore quando pensa ad investimenti nel vigneto deve guardare mediamente ai futuri venticinque anni; deve mantenere un equilibrio nelle proprie scelte sapendo che anche la più attenta analisi difficilmente gli consentirà di intuire quali potranno essere le preferenze del consumatore già solo da qui a cinque anni. E questa riflessione è ancor più importante quando sono in gioco denominazioni o distretti produttivi particolarmente rilevanti.

Però, ripeto, non possiamo considerare la discussione sui diritti d'impianto quale punto unico della nostra riflessione che deve essere più ampia e tale da consentire di guardare con altrettanta attenzione sia la produzione che il mercato.

Non è questione di chi prevale, non è questione di supremazia: è l'esigenza indispensabile di considerarci "filiera" dove la produzione deve trovare sbocco sul mercato e dal mercato devono arrivare le indicazioni che trovano attenta la produzione.

Se non entriamo in quest'ottica, il primo nostro concorrente sarà sempre il vicino di casa, mentre è indispensabile che le energie, le attenzioni e gli investimenti siano dedicati al consumatore finale: è dalla sua scelta che dipende il nostro successo. E per raggiungere questo obiettivo la filiera non deve avere esitazioni.

*Il Decreto Legislativo 61/2010*

Alla mutata impostazione comunitaria ha fatto seguito la necessaria modifica del quadro normativo nazionale: per i prodotti a denominazione di origine e ad indicazione geografica abbiamo avuto, nell'aprile del 2010, il nuovo Decreto Legislativo che ha fissato le modalità di passaggio dalle regole della Legge 164/92 al nuovo impianto comunitario.

Il Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini - nelle sue due articolazioni, la Sezione Amministrativa e quella Interprofessionale - è stato chiamato ad un lavoro straordinario per fare in modo che le nostre denominazioni di origine e le indicazioni geografiche avessero le carte in regola per essere presentate a Bruxelles ed ottenere così la tutela e la protezione comunitaria.

Questa fase di passaggio si chiuderà a dicembre 2011 quando cesserà anche l'attività di questa edizione del Comitato: dovrà essere nominato il nuovo, fortemente alleggerito nella composizione, come prevede il Decreto Legislativo 61/2010, ma forse anche nei compiti, prevalentemente consultivi.

Come già sottolineato, è stato fatto tantissimo con l'apporto delle Regioni e della Segreteria Amministrativa: ma è mancato talvolta il disegno di insieme.

Le esigenze congiunturali, le spinte che provenivano da questo o quel territorio, ci hanno portato ad avere profonde differenze nei nostri disciplinari, da quelli che riconoscono la piena tradizionalità a territori produttivi antichi e rinomati a quelli che hanno come valenza principale la valorizzazione e tutela di vitigni autoctoni; a quelli, infine, che rincorrono nomi già noti ed immediatamente riconoscibili dai consumatori internazionali.

Il quadro d'insieme che ne è scaturito è di grandissima rilevanza per la valorizzazione dei territori e per la disciplina di tantissime denominazioni articolate su tantissime tipologie. Però, nello stesso tempo, presenta alcune incongruenze che ci auguriamo, superata la fase straordinaria che si è dovuta affrontare come conseguenza della riforma e del calendario europei, portino ad una valutazione più serena e spingano a realizzare accorpamenti ed a migliorare le definizioni degli ambiti territoriali.

## *I controlli*

Chiudendo questo breve panorama dei temi vinicoli non possiamo non toccare la materia dei controlli. La riforma comunitaria ha introdotto una novità consistente con l'obbligo della certificazione da parte di enti terzi; ancora una volta il settore è giunto preparato ma diviso all'interno della filiera sulle strategie e sugli obiettivi. Questo ha fatto sì che in alcuni casi venissero adottate decisioni che ci rendono "diversi" dai nostri partners europei.

Vogliamo mantenere la diversità per quel che riguarda il rigore dei controlli e l'immagine di un sistema efficiente, ma non possiamo svolgere la nostra attività con controlli che generano costi e ripetizioni di atti che nulla danno né al settore vitivinicolo, né al consumatore, mentre sottraggono tante risorse alle imprese.

Ed il dibattito proprio in queste settimane diventa particolarmente caldo per quel che riguarda le IGT. Nelle ultime due campagne vendemmiali abbiamo beneficiato di un regime transitorio con i controlli affidati all'Ispettorato Centrale Qualità e Repressione Frodi, cui siamo particolarmente grati per essersi sobbarcato questo rilevante impegno. Ora è in dirittura di arrivo il Decreto che intende definire il passaggio dei controlli agli enti terzi ed anche in questo caso stiamo assistendo alla previsione di nuovi appesantimenti amministrativi e burocratici.

Pur se è noto a tutti, voglio ricordare e sottolineare che gran parte dei successi conseguiti in questi anni dal vino italiano è stata realizzata con i vini ad indicazione geografica, perché i loro disciplinari presentano una maggiore versatilità, perché i loro sistemi di produzione consentono di cogliere meglio le formule di contenimento dei costi anche legati alla logistica di produzione.

Si rischia, invece, con le nuove regole di vedere allineata questa categoria con i vini a denominazione di origine, per i costi che i controlli andranno a generare, insieme al mutato quadro produttivo che ho già ricordato. Così facendo rischiamo di perdere la grande flessibilità e la grande adattabilità di questi vini ai tempi di richiesta che possono giungere dal mercato.

Dunque controlli sì, insieme a tutte le garanzie per il consumatore come è consuetudine normale del settore agroalimentare italiano ed ancor più storicamente del settore del vino italiano; ma attenzione a tutti quelli che possono essere inutili orpelli o ulteriori oneri da cui nessuno trae beneficio.

Mi fermo in questa carrellata sui temi dei vini, che ne tralascia certamente altri di altrettanto grande rilievo. La Federazione non ha mancato di seguirli puntualmente come, per esempio, la materia degli allergeni che ci ha visto ottenere un ulteriore periodo di esenzione dall'obbligo di indicarne alcuni, in attesa degli esiti degli approfondimenti scientifici che mi auguro portino alla definitiva decisione di esenzione; la materia dei biocidi visto che, per meccanismi complessi di incomunicabilità all'interno dei Servizi della Commissione UE, si vuol vietare l'impiego dell'anidride solforosa come sanitizzante delle botti, dei barili e di ogni altro recipiente in legno in uso nelle cantine, nelle distillerie, negli acetifici: anche in questo caso abbiamo guadagnato un ulteriore periodo di riflessione, testimoniando il danno che il settore patirebbe; ora si è aperto il confronto con i Servizi cui metteremo a disposizione ogni utile elemento informativo per un'ulteriore valutazione dell'impatto ambientale che può derivare dall'uso di queste sostanze nei nostri settori.

## *Le bevande spiritose*

Nel settore delle bevande spiritose tre sono stati gli argomenti che più di ogni altro hanno occupato l'agenda: il Regolamento sulle informazioni al consumatore, le possibili misure applicative del Regolamento 110/2008, la disciplina degli aromi e di taluni coloranti.

Il Regolamento sulle informazioni al consumatore - come abbiamo detto - interessa trasversalmente tutti i Soci della Federazione, ma nel caso dei prodotti a base di alcol distillato ha creato parecchi disagi visto che l'elenco iniziale di esenzioni dall'obbligo di riportare la lista degli ingredienti ed i valori nutrizionali, basato esclusivamente su riferimenti a Regolamenti esistenti, è stato via via allungato senza un criterio oggettivo. La Federazione ha da subito sostenuto, con il pieno appoggio della delegazione italiana, la necessità di riassumere tutte le esenzioni nella voce "bevande con un titolo alcolometrico superiore a 1,2% vol", ma la proposta ha ottenuto solo il sostegno di alcune delegazioni nazionali, con il risultato che la deroga per i prodotti a meno di 15% vol è ancora in discussione. E questo a causa dei cosiddetti alcopops: può apparire incredibile, ma una "favola metropolitana" ha creato un lungo confronto politico, che ancora non trova soluzione.

Si vuole, infatti, stabilire un diverso regime per questi prodotti che sono una famiglia nata dalla comunicazione stampa, non certo esistente nella realtà. E quali prodotti si pensa di individuare con questa definizione? I primi tentativi hanno creato ulteriori problemi perché la definizione copriva prevalentemente, se non esclusivamente, nostri prodotti tradizionali!

Ecco perché siamo particolarmente grati al Ministero della Salute per il grande equilibrio mostrato durante la prima lettura ed all'avvio della seconda lettura: in vista del compromesso finale moltiplicheremo le nostre energie perché sia adottata una soluzione di buon senso.

Sulle misure di applicazione del Regolamento 110/2008 il cuore delle discussioni ruota intorno ad alcune linee guida in materia di etichettatura diffuse dalla Commissione UE, che hanno creato non pochi disagi ai produttori di diversi Paesi dell'Unione Europea. Fortunatamente non in Italia dove le disposizioni, lungimiranti, contenute nel DPR 297/97 mantengono anche in questa materia piena validità ed hanno consentito di schivare quei disagi.

I Servizi della Commissione UE, dietro l'insistenza soprattutto della CEPS e delle delegazioni nazionali, hanno finalmente all'inizio di quest'anno preso atto dell'esigenza di disporre di un regolamento per dare corretta ed uniforme applicazione agli articoli 10 e 11 del Regolamento 110/2008: seguiremo i lavori con grande attenzione.

## *Gli aromi e gli additivi*

In tempi non sospetti avevamo segnalato la necessità di ragionare sugli sviluppi che avrebbe potuto prendere l'attività di valutazione che la regolamentazione europea sulla sicurezza alimentare ha affidato all'EFSA (Autorità europea per la sicurezza alimentare).

Anche qui non voglio creare alcun malinteso: desideriamo assicurare in tutte le forme possibili la sicurezza, la salubrità, la bontà dei nostri prodotti, ma ci troviamo di fronte al fatto che con sempre maggior frequenza vengono assunti pareri in materia di principi attivi e di additivi sulla base di posizioni di grandissima cautela, così che di volta in volta vengono proposte restrizioni nelle dosi massime di impiego.

Alcune di queste restrizioni ci preoccupano perché impongono di riformulare i prodotti, ma in alcuni casi la preoccupazione è maggiore perché le nuove soglie proposte non consentono di utilizzare la sostanza che perde a questi nuovi livelli ogni utilità. Non smetteremo mai di accogliere le restrizioni di fronte ai rischi per il consumatore, però siamo molto perplessi quando questi cambiamenti sono dettati da principi di cautela portati all'estremo e senza una concreta, apprezzabile percentuale di rischio.

Chiediamo, quindi, di porre la massima attenzione a queste preoccupazioni.

## *Gli aceti*

È stato ancora un anno complesso che ha visto il settore patire per la mancanza di certezze del sistema normativo comunitario e nazionale: gli aceti seguono la normativa dei prodotti alimentari, ma nello stesso tempo l'aceto di vino è strettamente legato alle indicazioni che escono dall'Organizzazione Comune di Mercato sia per quel che riguarda la presentazione, sia per quel che riguarda la tecnologia di produzione.

E queste contraddizioni, purtroppo, le ritroviamo anche per gli Aceti Balsamici Tradizionali di Modena e di Reggio Emilia e per l'Aceto Balsamico di Modena.

Il salto che il settore si attendeva dopo la chiusura di tutti i dossiers a Bruxelles purtroppo non è stato completo: continuano ad esserci forti dubbi e contrasti nel settore.

Ci auguriamo che una volta per tutte si vogliano affrontare con trasparenza e determinazione i vari punti nodali con il pieno sostegno del Ministero delle Politiche Agricole, al fine di giungere ad un quadro normativo chiaro e di piena soddisfazione per gli operatori.

## *La disciplina del lavoro*

L'anno trascorso è stato caratterizzato soprattutto dalla fase di gestione del CCNL rinnovato il 22 settembre 2009. A tale riguardo, sono stati attuati due importanti impegni assunti nel CCNL Industria alimentare.

Il primo è rappresentato dalla costituzione, nel mese di gennaio, della Cassa nazionale per il rischio vita dei lavoratori dell'industria alimentare, che offre una copertura assicurativa a favore degli eredi dei dipendenti a tempo indeterminato deceduti in costanza di rapporto di lavoro. Alla Cassa - resa operativa dal mese di luglio - aderiscono circa 130.000 lavoratori per un totale di circa 4360 Aziende. Il lavoro di messa a punto del nuovo Organismo è stato molto impegnativo, anche perché rappresenta una novità nel panorama degli enti di natura contrattuale presenti nel settore manifatturiero.

Il secondo obiettivo riguarda la costituzione del Fondo di assistenza sanitaria integrativa dell'industria alimentare, volto a fornire prestazioni di assistenza sanitaria ai lavoratori a tempo indeterminato e ai contrattisti a termine con durata del rapporto pari o superiore a 9 mesi. A tale riguardo, è stato recentemente sottoscritto a livello nazionale un accordo per l'accantonamento da parte delle aziende, a decorrere da gennaio 2011, della contribuzione al Fondo sanitario prevista dall'accordo di rinnovo del CCNL 22.9.2009.



## *Conclusioni*

Ho iniziato questa relazione con un forte ringraziamento a tutti i Soci per l'attenzione e l'impegno con cui hanno seguito l'attività della Federazione in questi anni, unito al ringraziamento particolare ai componenti del Consiglio della Federazione e del Comitato di Presidenza per il grande sostegno che mi hanno dato. Allargo questo riconoscimento a tutti i Consiglieri e, in particolare, al C.A.S.A. ed al suo Presidente Aldo Davoli per la continua attenzione e sollecitazione che hanno animato l'attività, ma che hanno soprattutto portato a realizzare un importante programma di azioni per sottolineare l'impegno della Federazione sui temi del bere corretto e responsabile.

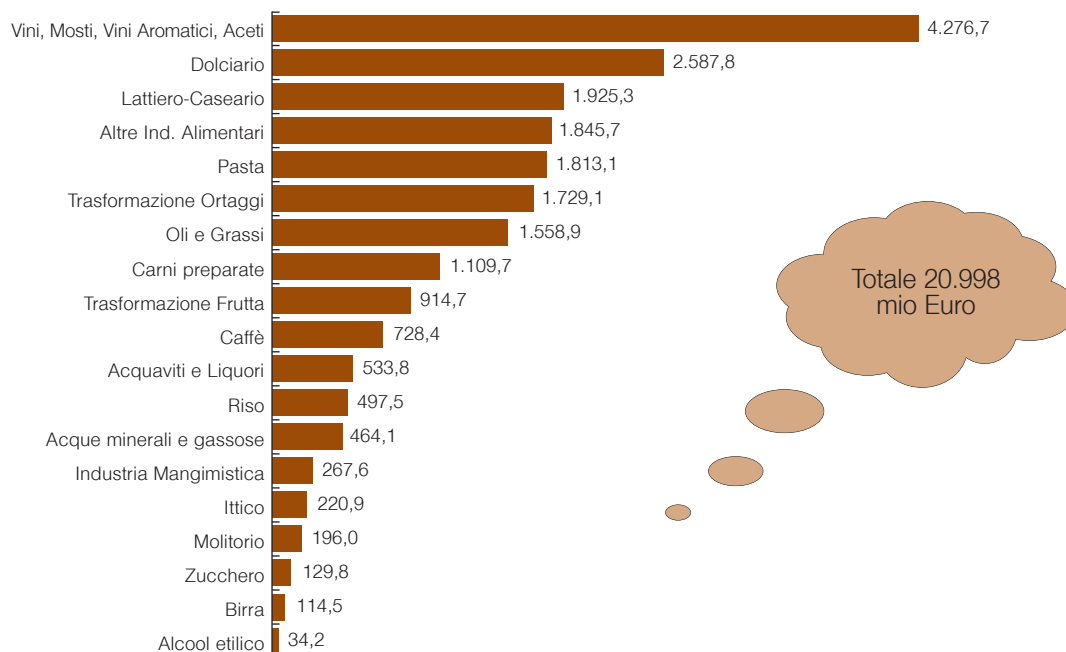
Vorrei aggiungere singoli ringraziamenti agli esponenti del Governo, del Parlamento e dei Ministeri, dai quali ho sempre ricevuto grande attenzione e considerazione; ed ancora a tutti coloro con i quali mi sono confrontato nella filiera, in Federalimentare, al Comité Vins ed alla CEPS.

Piuttosto che un ringraziamento singolo, nominativo, che porterebbe a compiere qualche grave omissione, preferisco alzare il calice verso tutti per un brindisi ideale collettivo.

Mi riservo un grazie finale e particolare, anche a nome di tutti Voi, al personale della Federazione per la sempre attenta, professionale, attiva collaborazione che ho sperimentato nei tre anni e nelle tantissime giornate che ho speso presso gli uffici della Federazione.

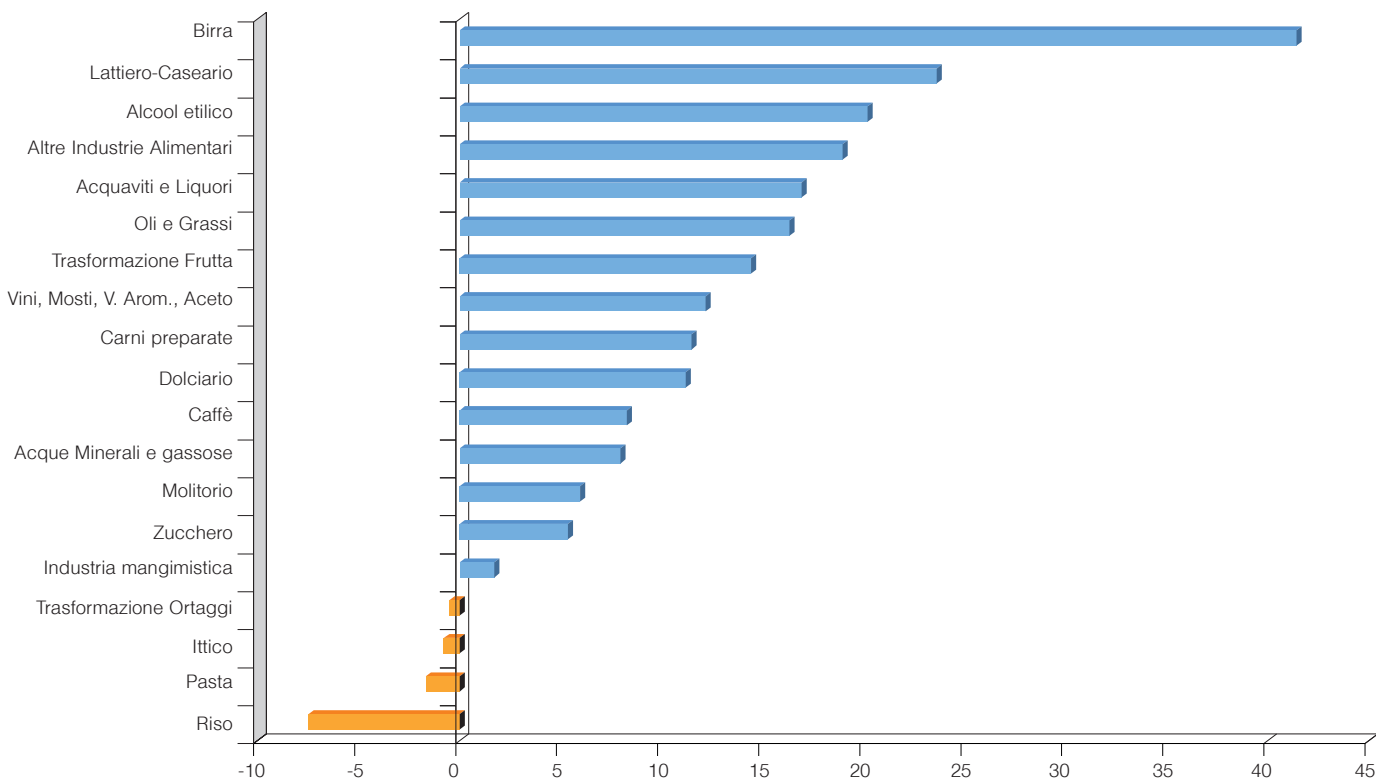


**Grafico 1**  
**L'export dell'industria alimentare nel 2010**



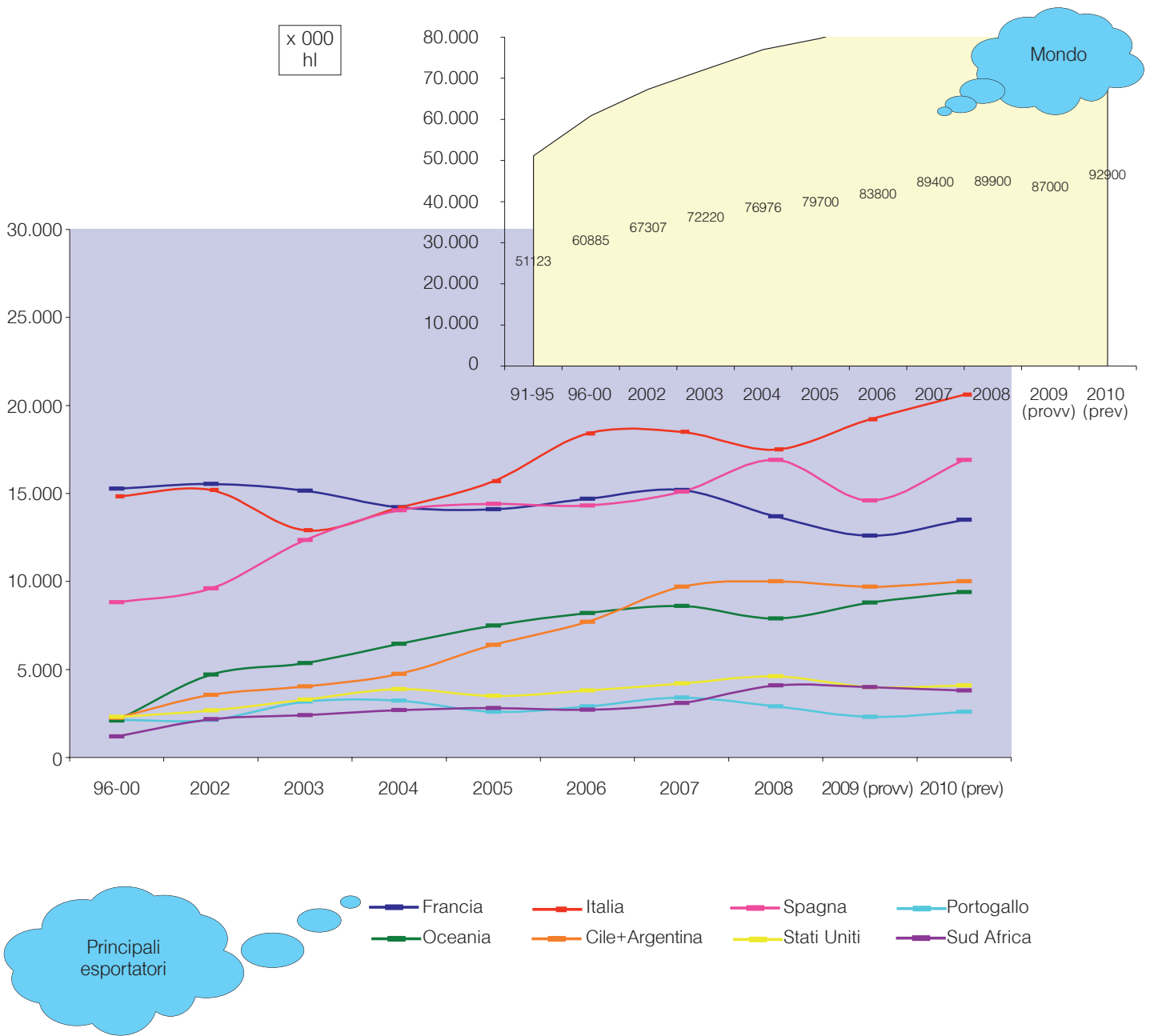
Elaborazioni Federalimentare di dati ISTAT

**Grafico 2**  
**Variazione % delle esportazioni dell'industria alimentare**  
**(per valore delle esportazioni 2010/2009)**



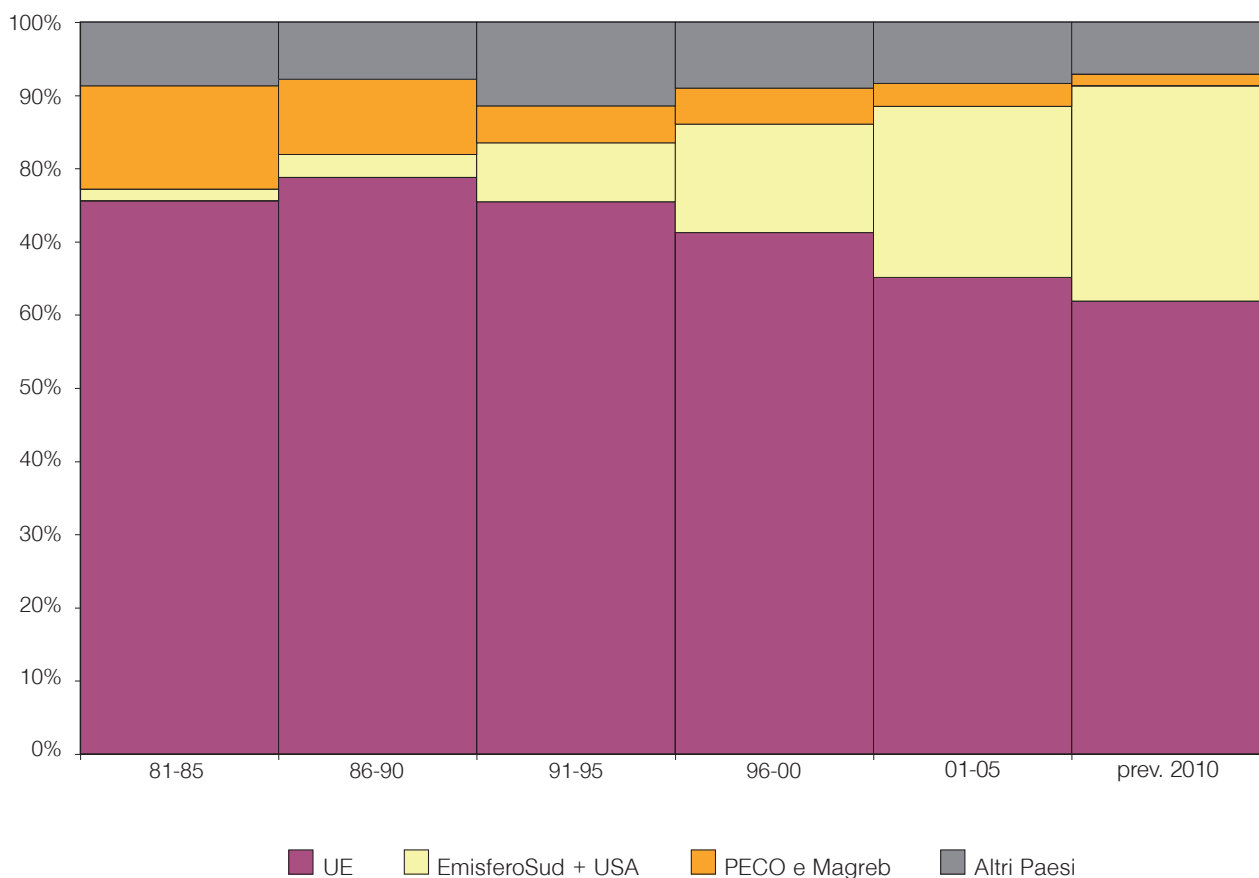
Elaborazioni Federalimentare di dati ISTAT

Grafico 3  
L'esportazione vinicola dei principali esportatori



Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

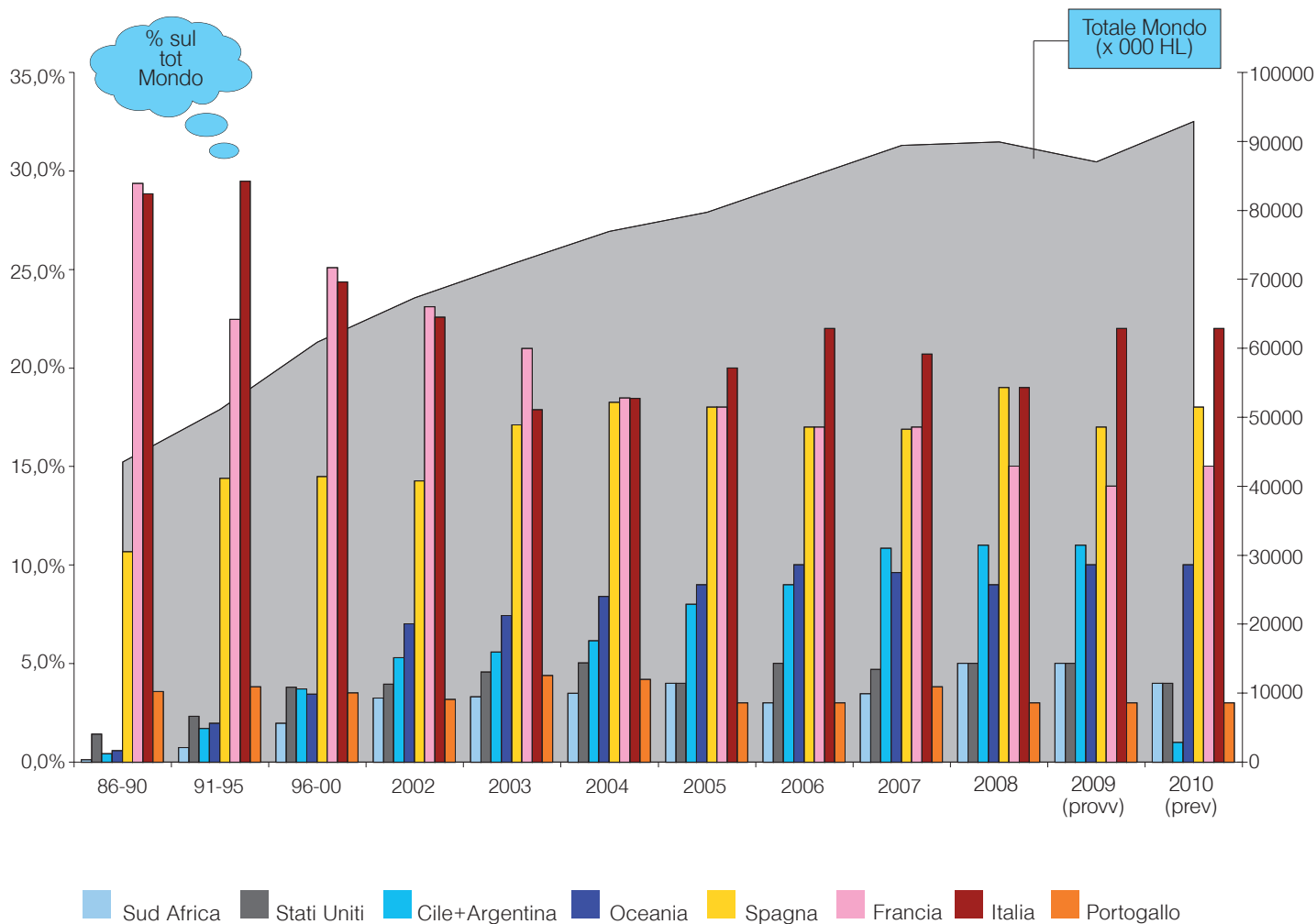
**Grafico 4**  
**La composizione dell'esportazione vinicola mondiale**



*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, 5 primi esportatori (Germania, Spagna, Francia, Italia, Portogallo); Emisfero Sud (Argentina, Cile, Australia e Nuova Zelanda) + USA; PECO (Bulgaria, Ungheria, Romania) e Magreb (Algeria, Tunisia, Marocco).*

Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

Grafico 5  
 La presenza dei primi Paesi esportatori nell'esportazione vinicola



Dati dell'Organisation Internationale de la Vigne e du Vin

*Tabella 1*  
**Importazioni**

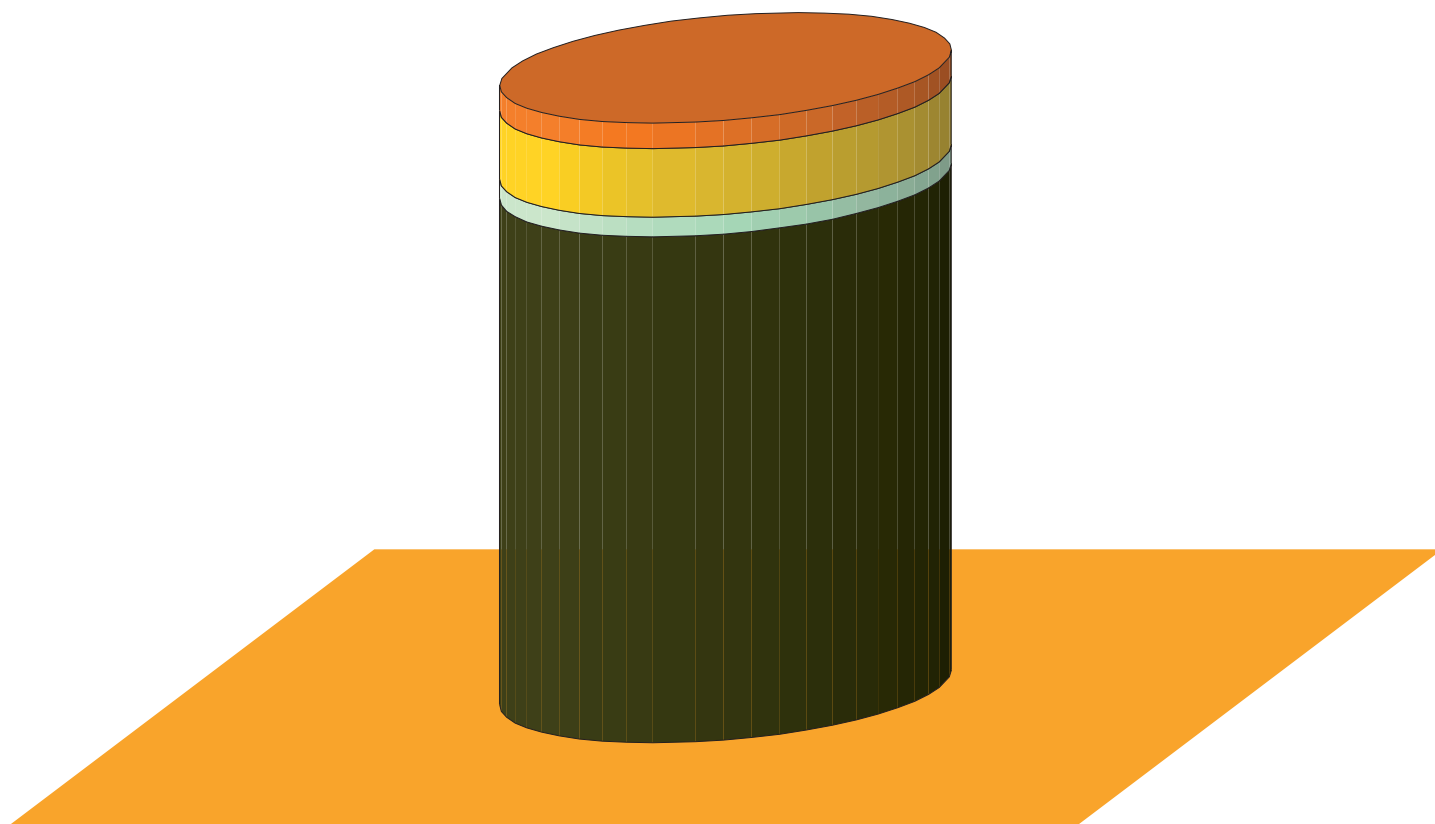
	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Vini e Mosti	1.665.319	1.452.674	14,6%	259.064.278	250.389.629	3,5%
Vermouth e altri vini aromatizzati	21.098	17.411	21,2%	2.215.669	2.339.459	-5,3%
Liquori ed altre bev. alcoliche hn	108.537	118.025	-8,0%	116.353.676	110.849.049	5,0%
Acquaviti hn	444.851	217.489	104,5%	204.373.316	162.346.714	25,9%
Aceti	354.059	328.043	7,9%	12.585.996	11.995.491	4,9%

*Tabella 2*  
**Esportazioni**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Vini e Mosti	21.582.458	19.518.935	10,6%	3.929.331.782	3.510.903.642	11,9%
Vermouth e altri vini aromatizzati	1.379.682	1.318.664	4,6%	151.246.864	137.716.648	9,8%
Liquori ed altre bev. alcoliche hn	381.218	339.344	12,3%	385.931.081	326.859.624	18,1%
Acquaviti hn	249.740	265.371	-5,9%	147.820.441	131.604.800	12,3%
Aceti	1.021.531	826.645	23,6%	196.072.325	162.593.354	20,6%

(\*) provvisori  
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 6*  
*Composizione delle esportazioni per l'intero comparto (2010)*



■ Aceti 4,1%   ■ Acquaviti e Liquori 11,1%   ■ Vini aromatizzati 3,1%   ■ Vini e Mosti 81,7%

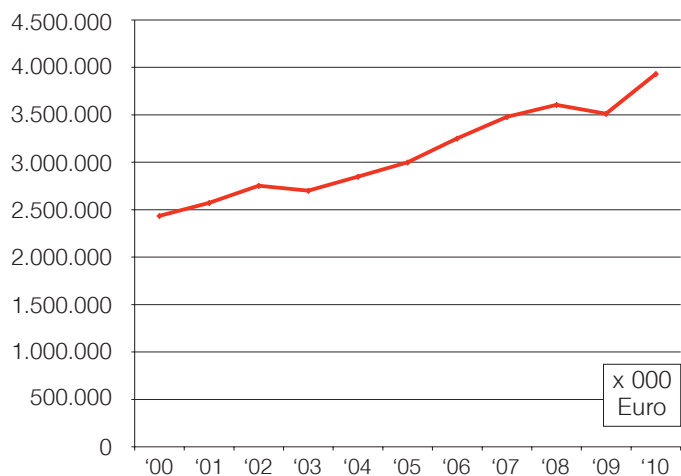
Totale 4.810.402.493 Euro

Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

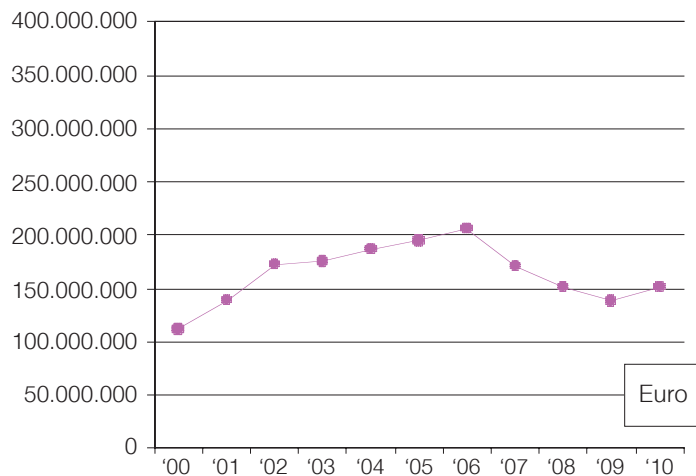


Grafico 7  
L'export dei settori di Federvini

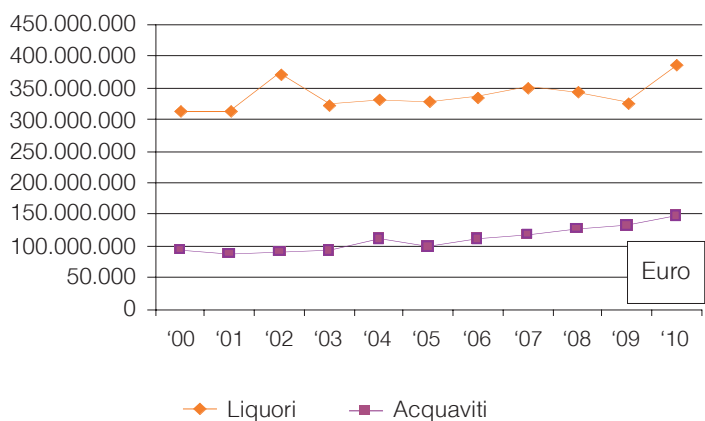
Vini e Mosti



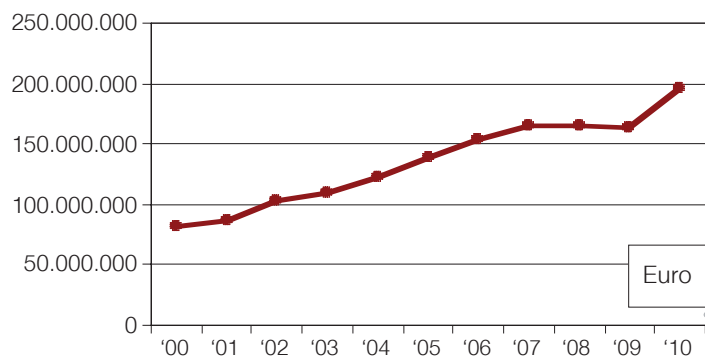
Vini aromatizzati



Acquaviti e Liquori



Aceti



*Tabella 3*  
*Esportazione vini e mosti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Vini (1)	16.826.796	16.092.024	4,6%	2.968.147.150	2.776.124.660	6,9%
DOC e DOCG	4.589.485	4.224.401	8,6%	1.558.337.465	1.391.215.004	12,0%
• bianchi	1.501.988	1.432.196	4,9%	391.491.840	383.025.570	2,2%
• rossi e rosati	3.087.497	2.792.204	10,6%	1.166.845.625	1.008.189.434	15,7%
Altri	12.237.312	11.867.623	3,1%	1.409.809.685	1.384.909.656	1,8%
• bianchi	6.804.426	6.463.538	5,3%	643.071.475	647.136.787	-0,6%
• rossi e rosati	5.432.886	5.404.085	0,5%	766.738.210	737.772.869	3,9%
Spumanti	1.635.844	1.380.698	18,5%	444.898.195	388.126.381	14,6%
• Asti (2)	659.566	618.539	6,6%	157.287.235	141.354.700	11,3%
Mosti	287.563	199.895	43,9%	31.805.266	22.195.727	43,3%
<b>Totale vini e mosti</b>	<b>21.582.458</b>	<b>19.518.935</b>	<b>10,6%</b>	<b>3.929.331.782</b>	<b>3.510.903.642</b>	<b>11,9%</b>

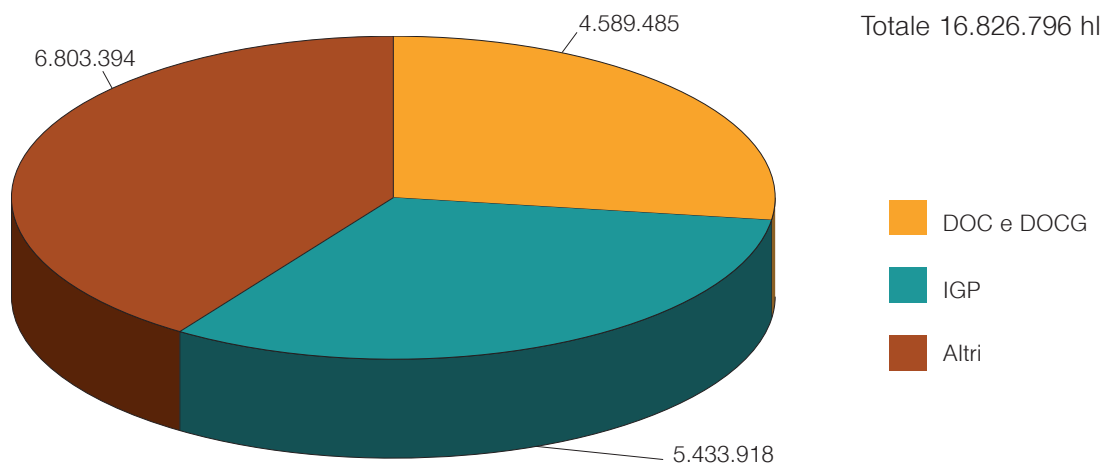
(\*) provvisori

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

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

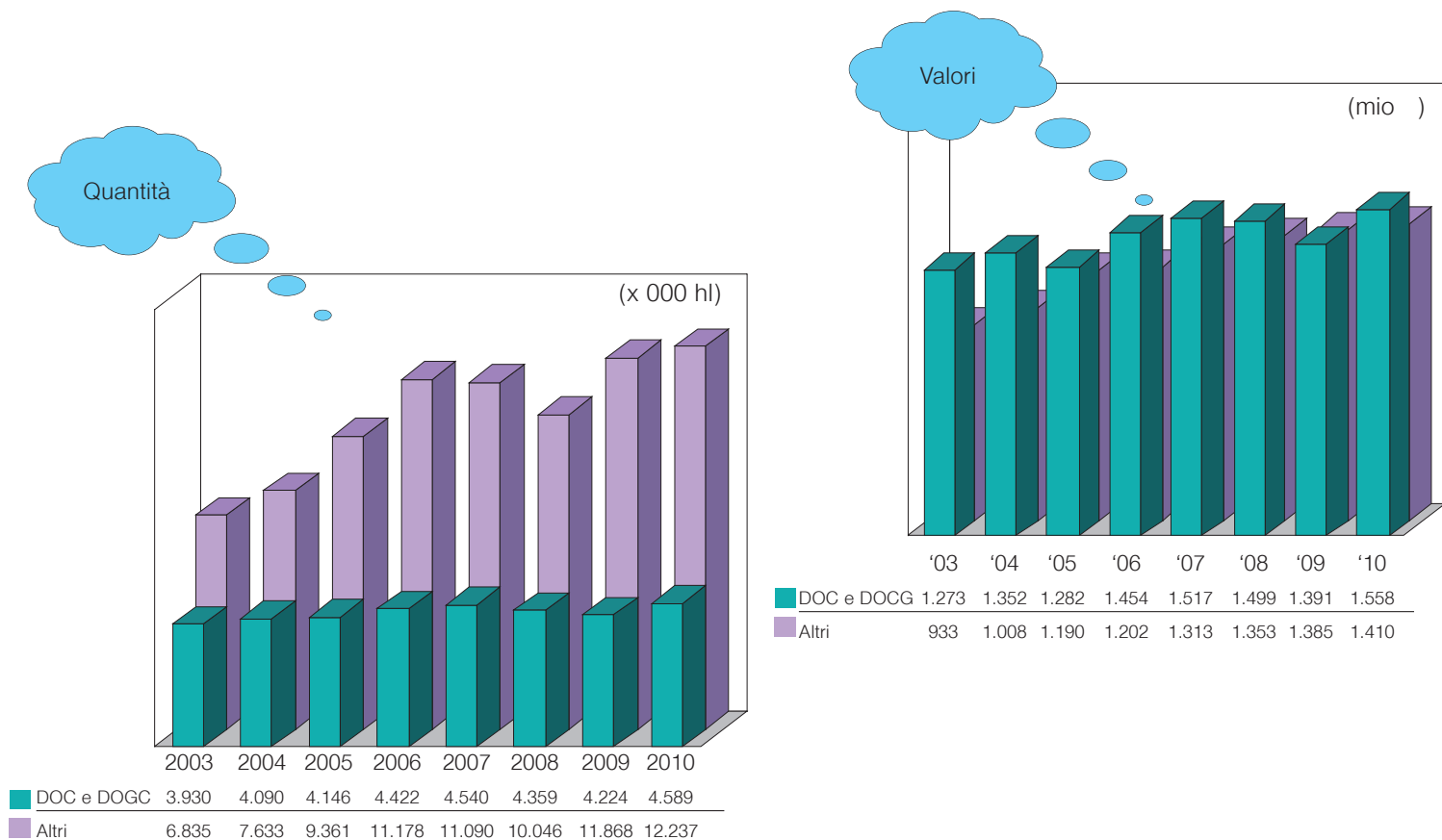
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 8*  
**Esportazione di vini nel 2010**  
*di gradazione fino a 15% vol esclusi vini frizzanti e spumanti*

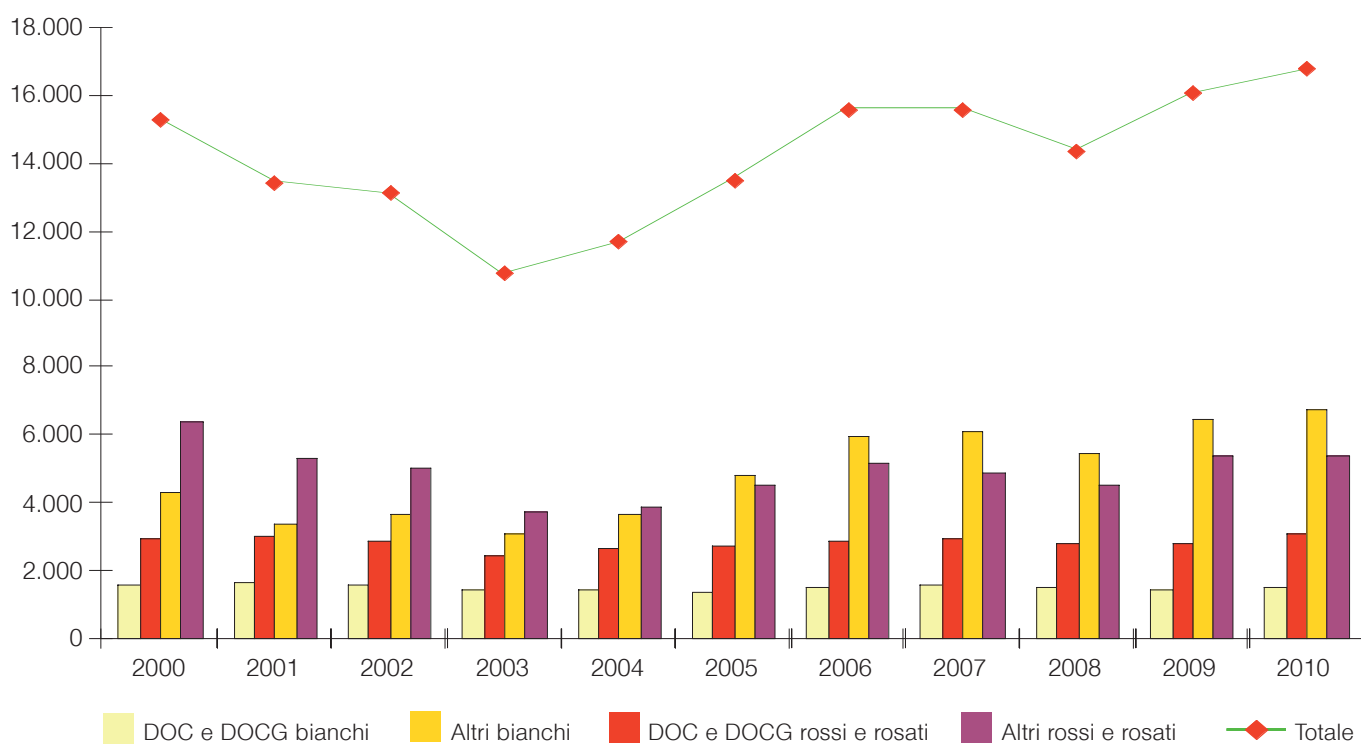


Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

**Grafico 9**  
**Esportazione vini tranquilli secondo il tipo**



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



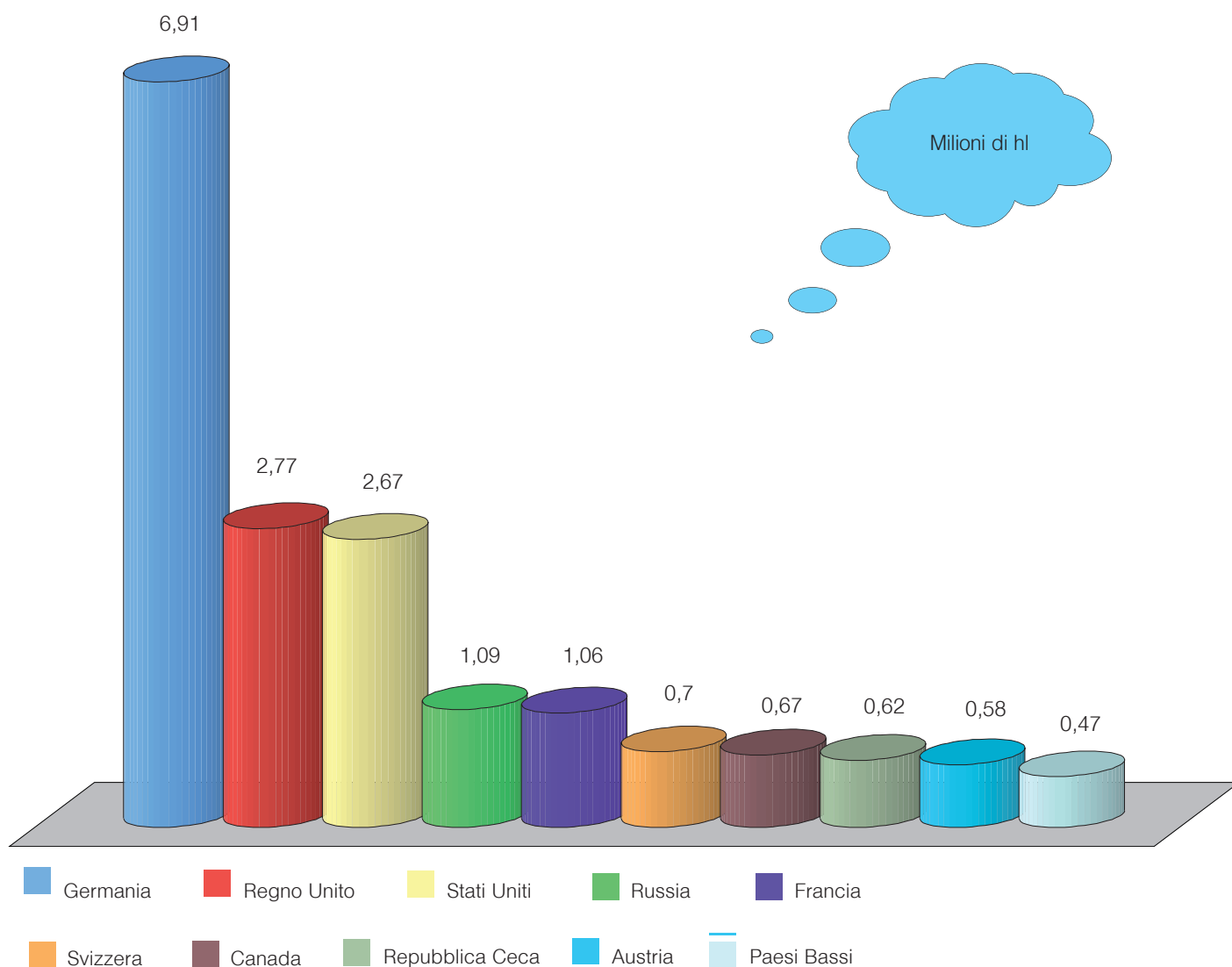
*Tabella 4*  
**Esportazione vini e mosti (compresi vini frizzanti,  
vini spumanti e vini liquorosi)**

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Austria	580.535	367.412	58,0%	87.722.117	73.133.143	19,9%
Belgio	281.582	307.940	-8,6%	69.532.866	67.587.715	2,9%
Danimarca	362.715	311.556	16,4%	132.316.542	104.758.127	26,3%
Finlandia	68.538	68.004	0,8%	19.239.370	17.509.348	9,9%
Francia	1.056.225	1.292.342	-18,3%	86.760.688	90.650.923	-4,3%
Germania	6.915.356	6.694.596	3,3%	850.556.947	816.884.183	4,1%
Grecia	75.018	76.124	-1,5%	8.991.540	8.642.659	4,0%
Irlanda	115.804	82.581	40,2%	24.553.670	18.403.148	33,4%
Lituania	100.586	62.494	61,0%	8.875.370	5.696.022	55,8%
Paesi Bassi	465.934	414.715	12,4%	101.321.705	90.524.664	11,9%
Polonia	156.949	120.262	30,5%	21.180.092	16.036.086	32,1%
Portogallo	63.520	48.994	29,6%	10.666.387	8.579.413	24,3%
Regno Unito	2.765.834	2.700.611	2,4%	471.340.389	462.638.734	1,9%
Repubblica Ceca	619.309	554.065	11,8%	36.797.478	30.084.058	22,3%
Slovacchia	201.720	103.375	95,1%	9.501.917	5.624.145	68,9%
Spagna	302.775	223.569	35,4%	36.032.332	36.380.257	-1,0%
Svezia	325.554	343.192	-5,1%	85.085.870	83.188.310	2,3%
Ungheria	362.701	103.589	250,1%	13.296.105	7.361.643	80,6%
<b>Totale UE (27)</b>	<b>15.118.906</b>	<b>14.088.595</b>	<b>7,3%</b>	<b>2.115.064.547</b>	<b>1.976.052.617</b>	<b>7,0%</b>
Australia	76.112	67.611	12,6%	21.200.771	17.048.290	24,4%
Brasile	137.072	88.726	54,5%	30.510.508	19.704.947	54,8%
Canada	669.532	608.459	10,0%	245.583.745	190.732.126	28,8%
Cina	228.762	79.666	187,2%	40.737.202	19.598.881	107,9%
Corea del Sud	37.961	32.717	16,0%	13.013.389	12.863.405	1,2%
Giappone	326.693	315.235	3,6%	102.299.436	97.553.122	4,9%
Messico	48.171	41.064	17,3%	11.356.740	8.982.433	26,4%
Norvegia	178.550	183.035	-2,5%	59.669.533	57.883.492	3,1%
Russia	1.087.615	662.893	64,1%	104.006.425	65.504.519	58,8%
Stati Uniti	2.636.987	2.409.215	9,5%	827.280.147	742.020.798	11,5%
Svizzera	701.476	700.974	0,1%	259.160.029	230.476.715	12,4%
<b>Totale mondo</b>	<b>21.582.458</b>	<b>19.518.935</b>	<b>10,6%</b>	<b>3.929.331.782</b>	<b>3.510.903.642</b>	<b>11,9%</b>

(\*) provvisori

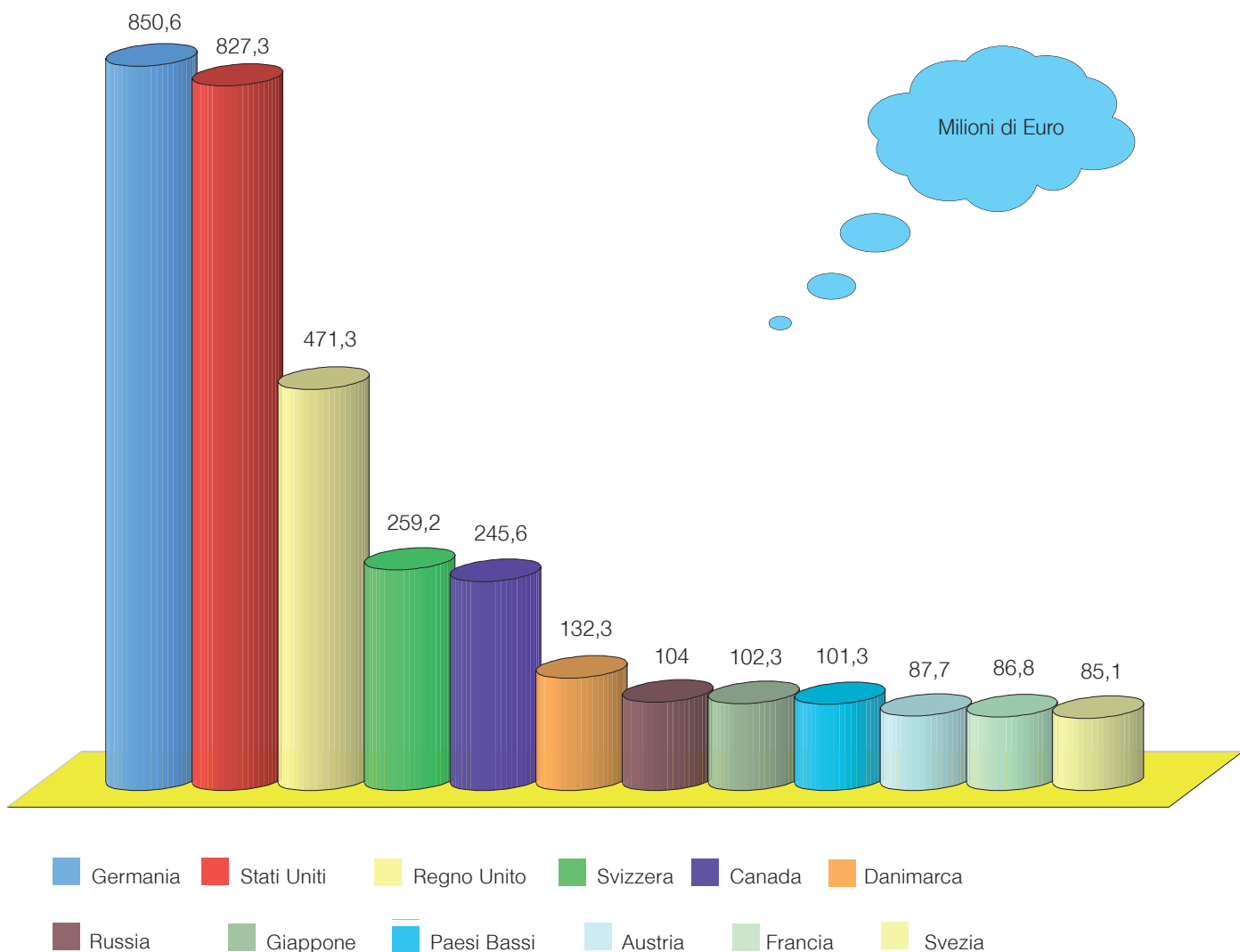
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 11*  
**Principali destinazioni delle esportazioni di vini e mosti**  
*(per quantità esportate nel 2010)*



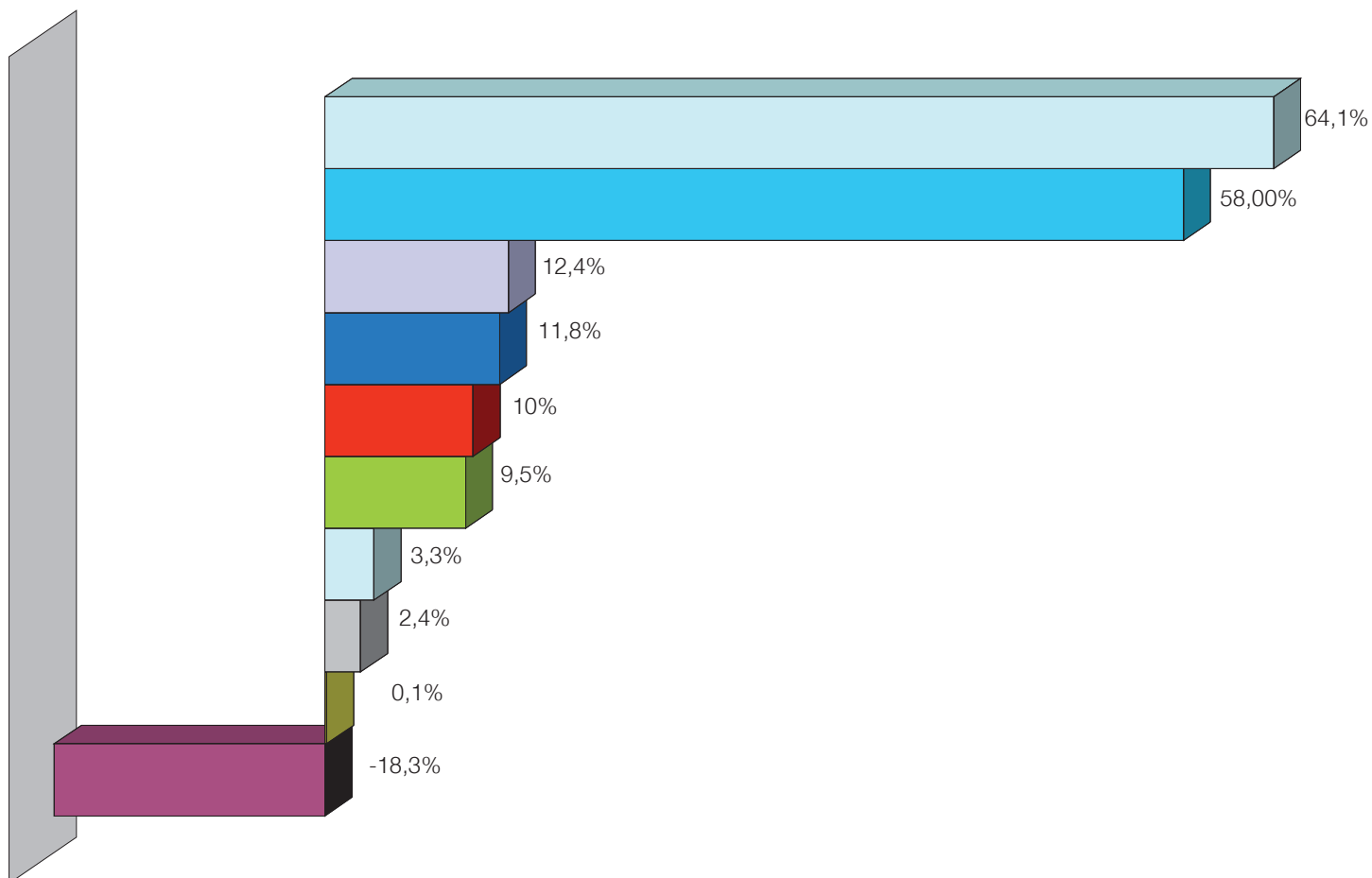
Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Grafico 12*  
**Principali destinazioni delle esportazioni di vini e mosti**  
*(per valore delle esportazioni nel 2010)*



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

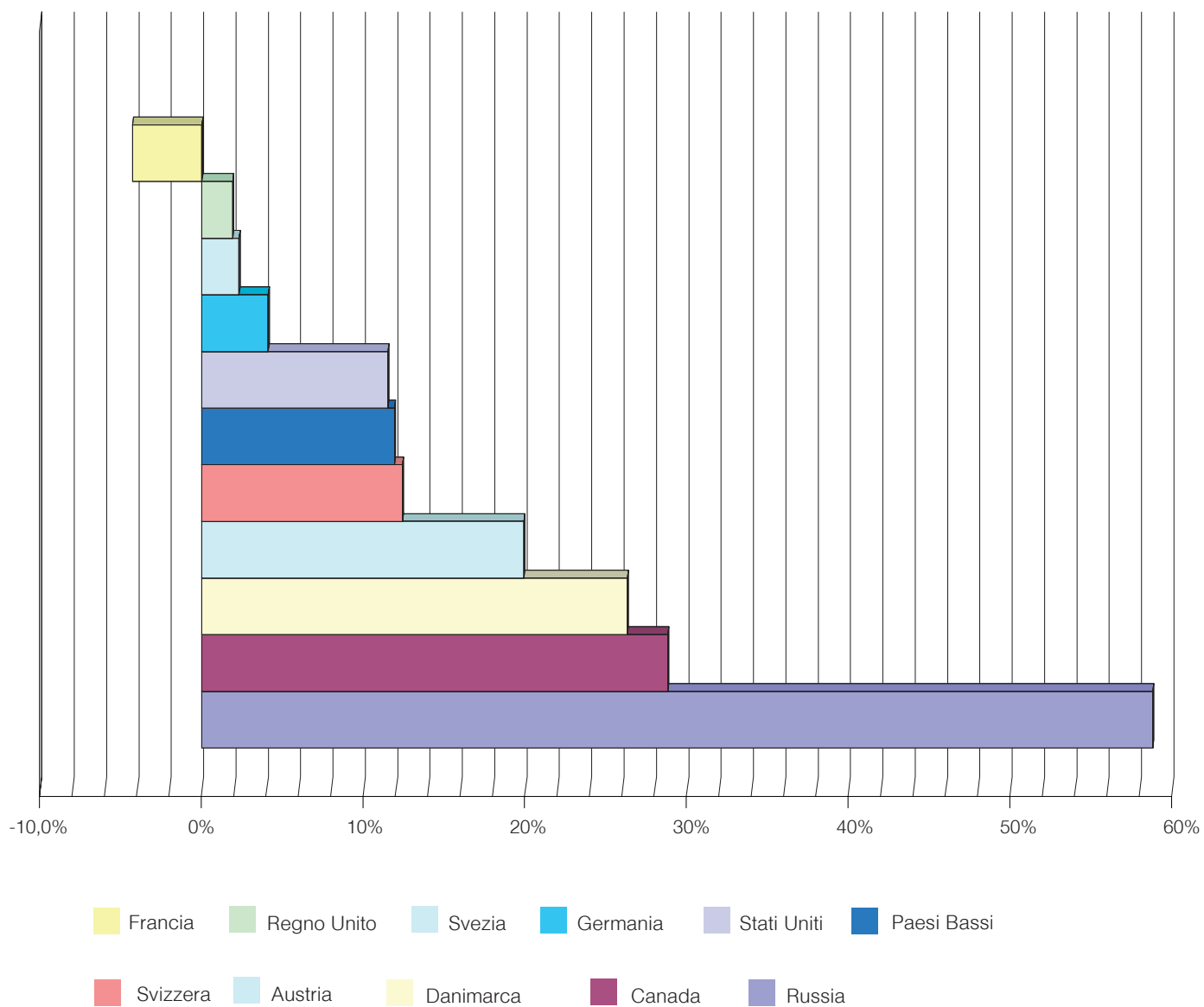
*Grafico 13*  
**Variazione % dei volumi di vini e mosti**  
**esportati verso i principali mercati (2010/2009)**



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT



*Grafico 14*  
***Variatione del valore delle esportazioni di vini e mosti***  
***verso le principali destinazioni (2010/2009)***



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

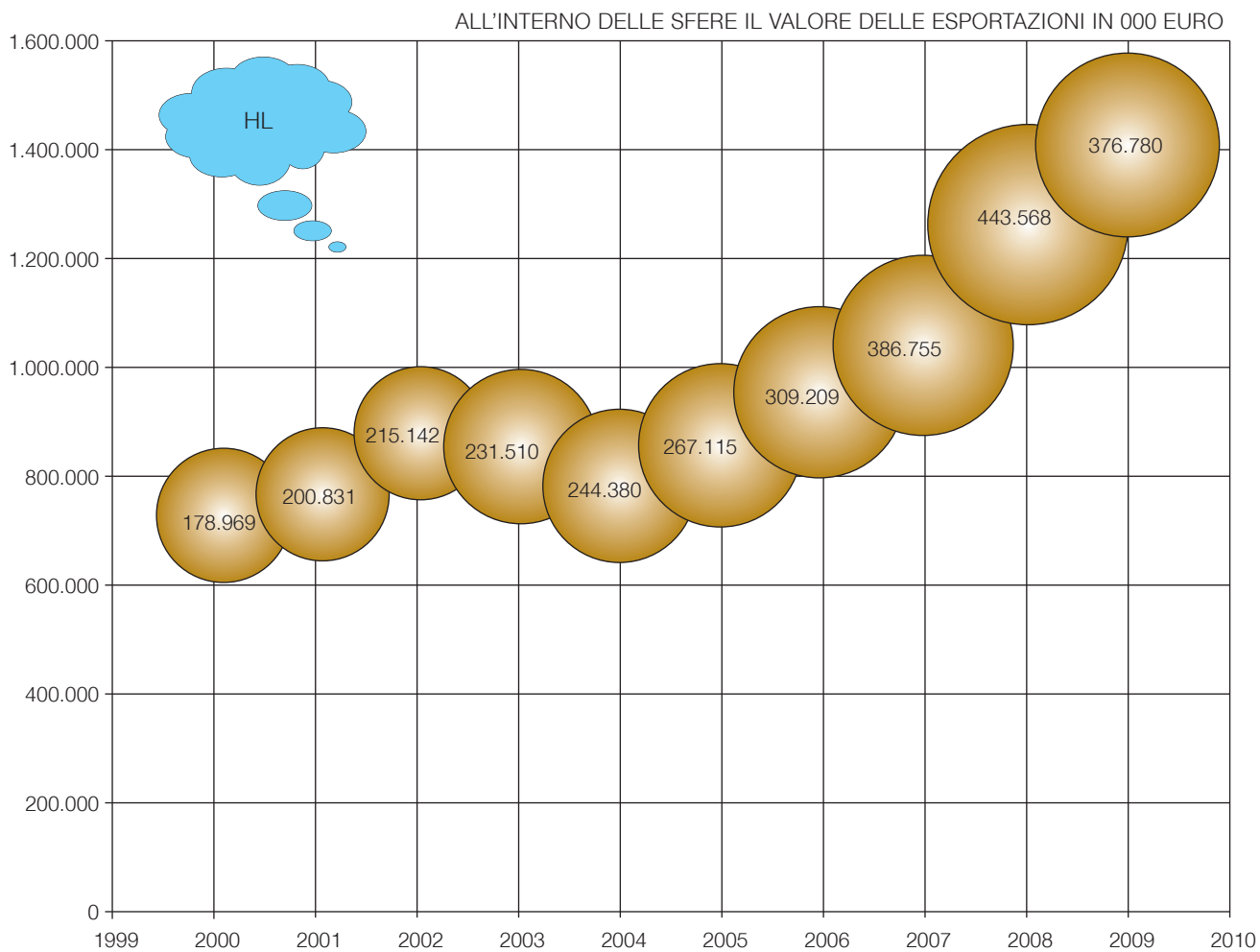
*Tabella 5*  
*Esportazione spumanti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Austria	58.013	48.882	18,7%	18.845.149	17.454.782	8,0%
Belgio	40.038	32.776	22,2%	12.615.503	10.047.493	25,6%
Danimarca	24.038	21.828	10,1%	7.481.388	7.045.760	6,2%
Francia	42.822	46.904	-8,7%	8.747.453	12.498.026	-30,0%
Germania	300.462	295.719	1,6%	89.530.970	81.617.863	9,7%
Grecia	9.349	7.319	27,7%	2.583.201	2.115.510	22,1%
Lettonia	8.814	6.751	30,6%	2.948.395	1.507.765	95,5%
Paesi Bassi	23.473	19.688	19,2%	9.013.572	8.814.391	2,3%
Polonia	20.027	20.431	-2,0%	3.960.828	3.663.595	8,1%
Portogallo	48.062	41.899	14,7%	7.992.875	7.228.571	10,6%
Regno Unito	168.252	133.315	26,2%	51.076.849	45.201.168	13,0%
Repubblica Ceca	17.245	10.523	63,9%	3.281.516	1.927.838	70,2%
Svezia	20.887	18.204	14,7%	7.372.328	6.273.989	17,5%
<b>Totale UE (27)</b>	<b>840.140</b>	<b>752.911</b>	<b>11,6%</b>	<b>239.809.389</b>	<b>223.628.281</b>	<b>7,2%</b>
Australia	38.361	37.976	1,0%	6.773.232	6.529.576	3,7%
Brasile	18.704	12.356	51,4%	5.316.338	3.179.414	67,2%
Canada	31.766	28.973	9,6%	10.163.961	7.864.545	29,2%
Giappone	43.768	48.387	-9,5%	16.646.079	16.302.408	2,1%
Norvegia	9.405	8.526	10,3%	2.385.148	2.086.696	14,3%
Russia	197.782	96.557	104,8%	38.733.552	20.871.668	85,6%
Stati Uniti	280.745	254.413	10,3%	74.071.803	61.816.556	19,8%
Svizzera	72.057	71.271	1,1%	27.783.851	27.421.825	1,3%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.635.844</b>	<b>1.380.698</b>	<b>18,5%</b>	<b>444.898.195</b>	<b>388.126.381</b>	<b>14,6%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 15*  
*L'esportazione dei vini spumanti*



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

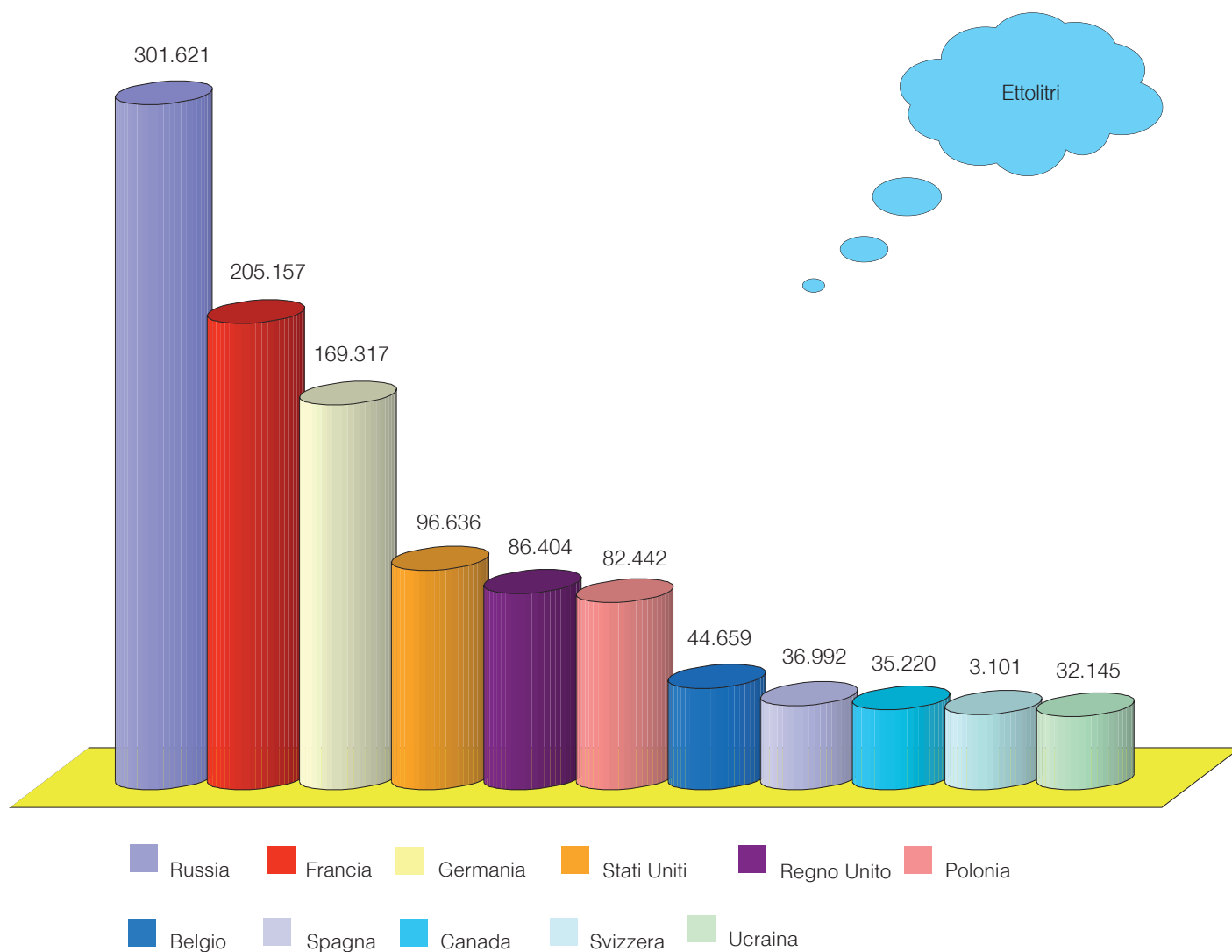
*Tabella 6*  
*Esportazione vini aromatizzati*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Austria	11.722	9.538	22,9%	1.618.951	1.378.975	17,4%
Belgio	44.659	41.205	8,4%	5.125.542	4.319.460	18,7%
Danimarca	18.087	33.182	-45,5%	1.856.788	3.571.862	-48,0%
Francia	205.157	191.466	7,2%	31.102.931	28.247.264	10,1%
Germania	169.317	104.720	61,7%	20.622.824	11.309.941	82,3%
Lettonia	14.304	14.042	1,9%	1.515.591	1.476.215	2,7%
Lituania	18.659	16.916	10,3%	1.772.035	1.676.658	5,7%
Paesi Bassi	24.602	26.765	-8,1%	2.910.742	3.539.601	-17,8%
Polonia	82.442	79.171	4,1%	8.699.571	8.865.870	-1,9%
Regno Unito	86.404	93.053	-7,1%	8.670.185	9.466.686	-8,4%
Repubblica Ceca	15.060	14.975	0,6%	1.888.811	2.080.265	-9,2%
Spagna	36.992	40.962	-9,7%	5.474.983	5.123.302	6,9%
Svezia	8.172	20.884	-60,9%	1.184.538	3.169.328	-62,6%
Ungheria	13.471	10.041	34,2%	1.699.634	1.148.467	48,0%
<b>Totale UE (27)</b>	<b>787.613</b>	<b>746.386</b>	<b>5,5%</b>	<b>98.440.828</b>	<b>91.422.058</b>	<b>7,7%</b>
Canada	35.220	35.749	-1,5%	2.882.590	2.901.737	-0,7%
Russia	301.621	287.803	4,8%	27.707.280	22.835.220	21,3%
Stati Uniti	96.636	98.705	-2,1%	8.349.633	8.799.877	-5,1%
Svizzera	33.101	37.928	-12,7%	2.742.165	2.583.859	6,1%
Ucraina	32.145	11.621	176,6%	2.524.885	899.965	180,6%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.379.682</b>	<b>1.318.664</b>	<b>4,6%</b>	<b>151.246.864</b>	<b>137.716.648</b>	<b>9,8%</b>

(\*) provvisori

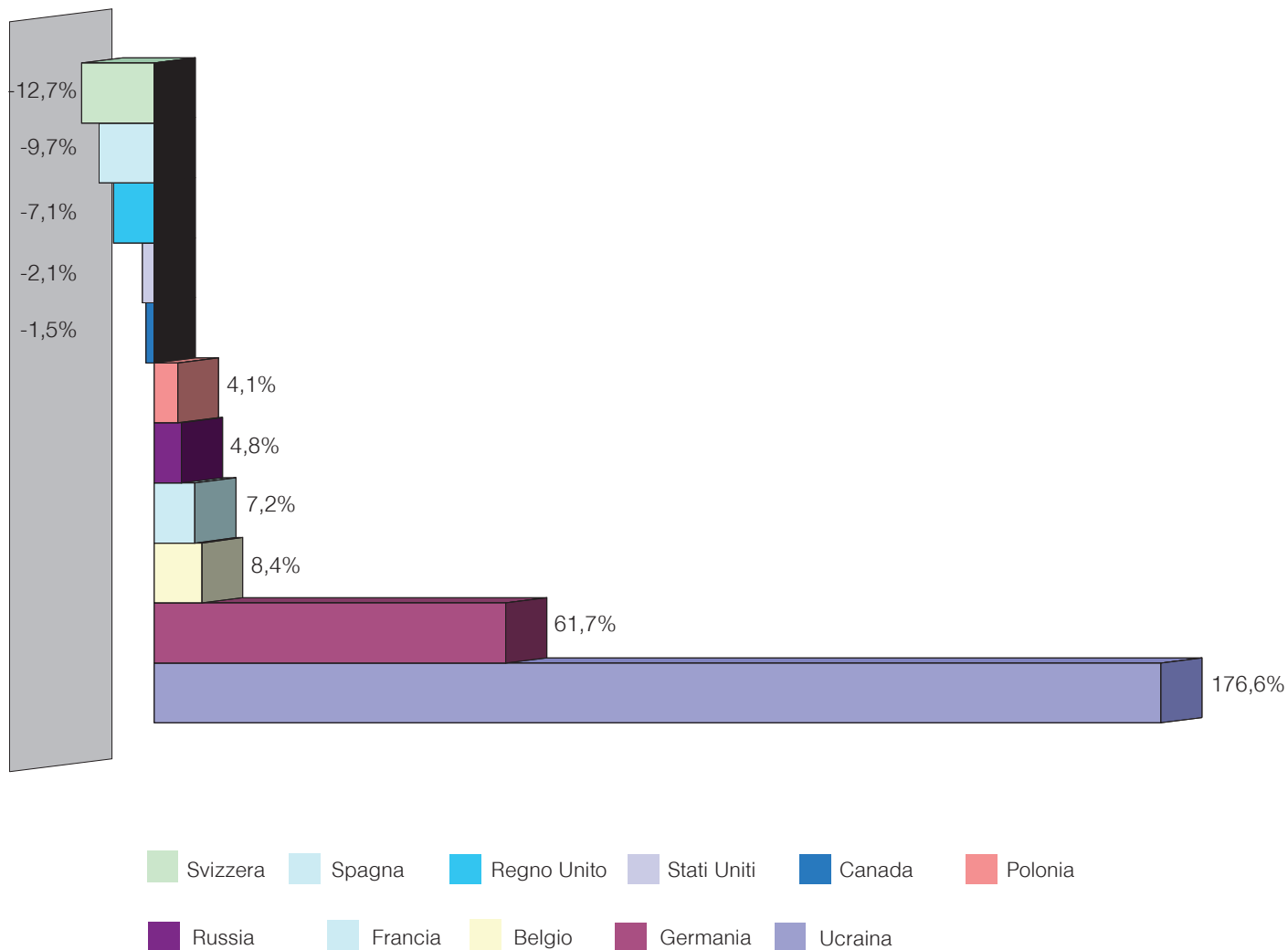
Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

*Grafico 16*  
**Principali Paesi di destinazione dei vini aromatizzati**  
*(per quantità esportate nel 2010)*



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Grafico 17*  
***Variazione dei volumi dei vini aromatizzati***  
***esportati verso i principali mercati (2010/2009)***



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Tabella 7*  
*Importazioni acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
• Gin	13.623	11.560	17,8%	14.350.945	12.111.351	18,5%
• Vodka	44.808	40.703	10,1%	26.623.750	22.058.050	20,7%
• Whisky	103.569	66.291	56,2%	93.612.662	77.685.624	20,5%
•• Bourbon	2.158	1.943	11,1%	3.677.667	2.937.677	25,2%
•• Scotch	83.831	51.741	62,0%	64.533.566	54.220.850	19,0%
• Acquaviti di vino e di vinaccia	203.322	47.520	327,9%	28.144.769	16.513.253	70,4%
•• Cognac	2.975	2.518	18,2%	8.829.778	7.625.745	15,8%
• Rum	126.166	92.620	36,2%	74.448.107	61.714.073	20,6%
• Altri	61.899	76.821	-19,4%	83.546.759	83.113.452	0,5%
<b>Totale</b>	<b>553.388</b>	<b>335.515</b>	<b>64,9%</b>	<b>320.726.992</b>	<b>273.195.803</b>	<b>17,4%</b>

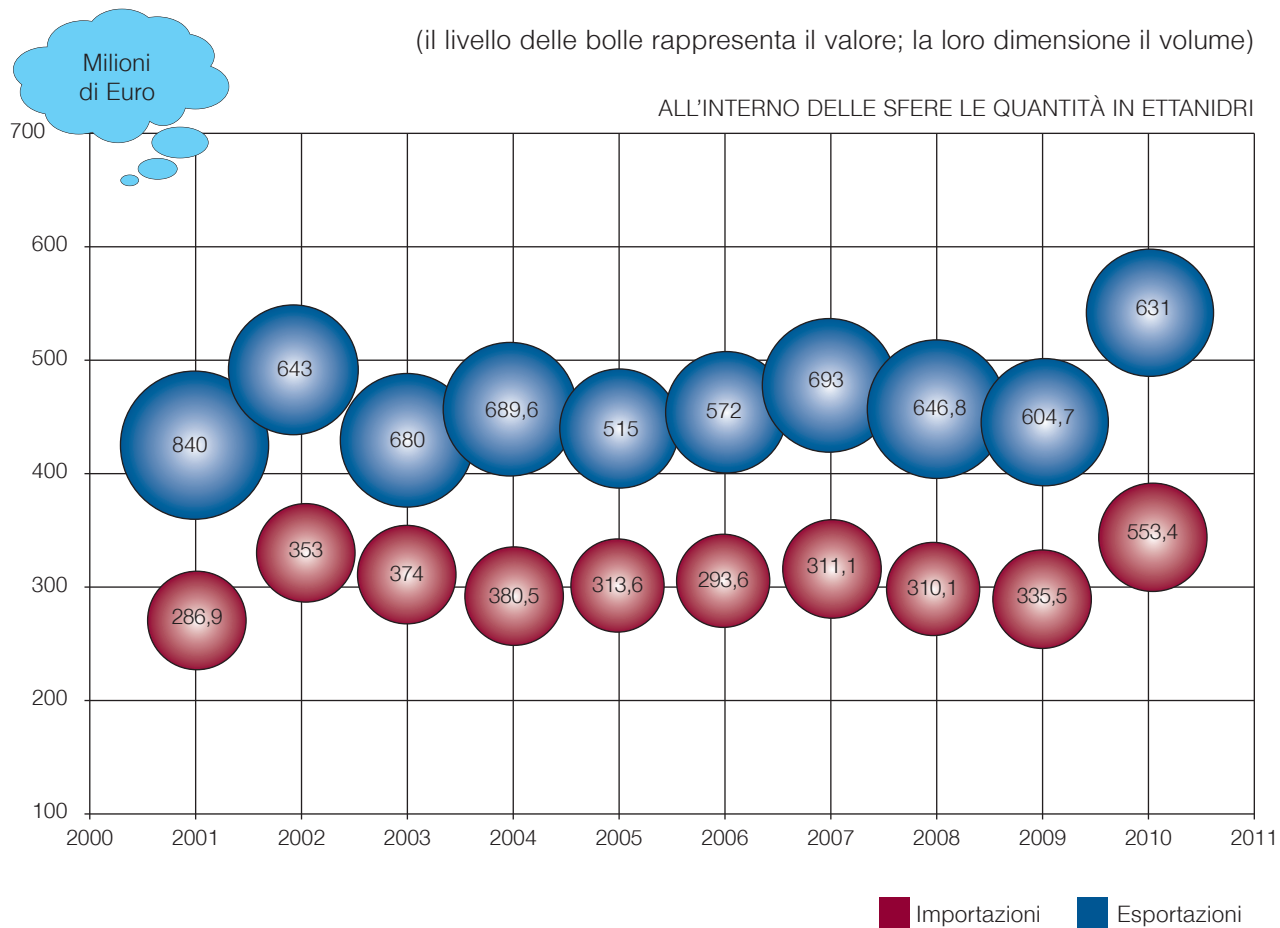
*Tabella 8*  
*Esportazione acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche*

	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Acquaviti di vino e vinaccia	146.716	185.044	-20,7%	67.747.745	68.145.775	-0,6%
• di cui Grappa	29.525	28.510	3,6%	38.180.688	35.244.984	8,3%
Altre acquaviti	103.024	80.327	28,3%	80.072.696	63.459.030	26,2%
Liquori ed altre bevande alcoliche	381.218	339.344	12,3%	385.931.081	326.859.619	18,1%
<b>Totale</b>	<b>630.958</b>	<b>604.715</b>	<b>4,3%</b>	<b>533.751.522</b>	<b>458.464.424</b>	<b>16,4%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

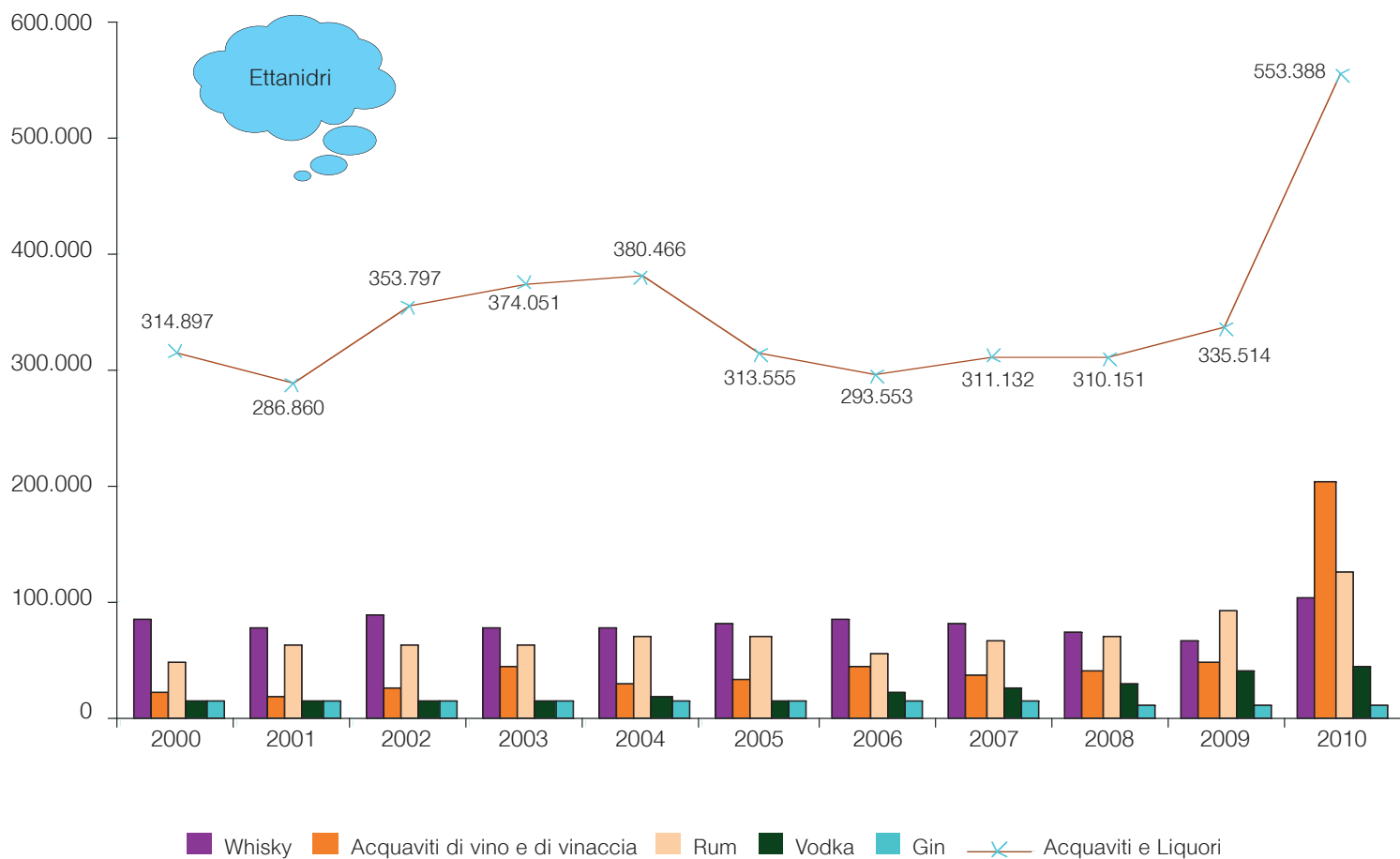
*Grafico 18*  
*Esportazioni di acquaviti, liquori e altre bevande alcoliche*



Elaborazioni Federalimentare di dati ISTAT

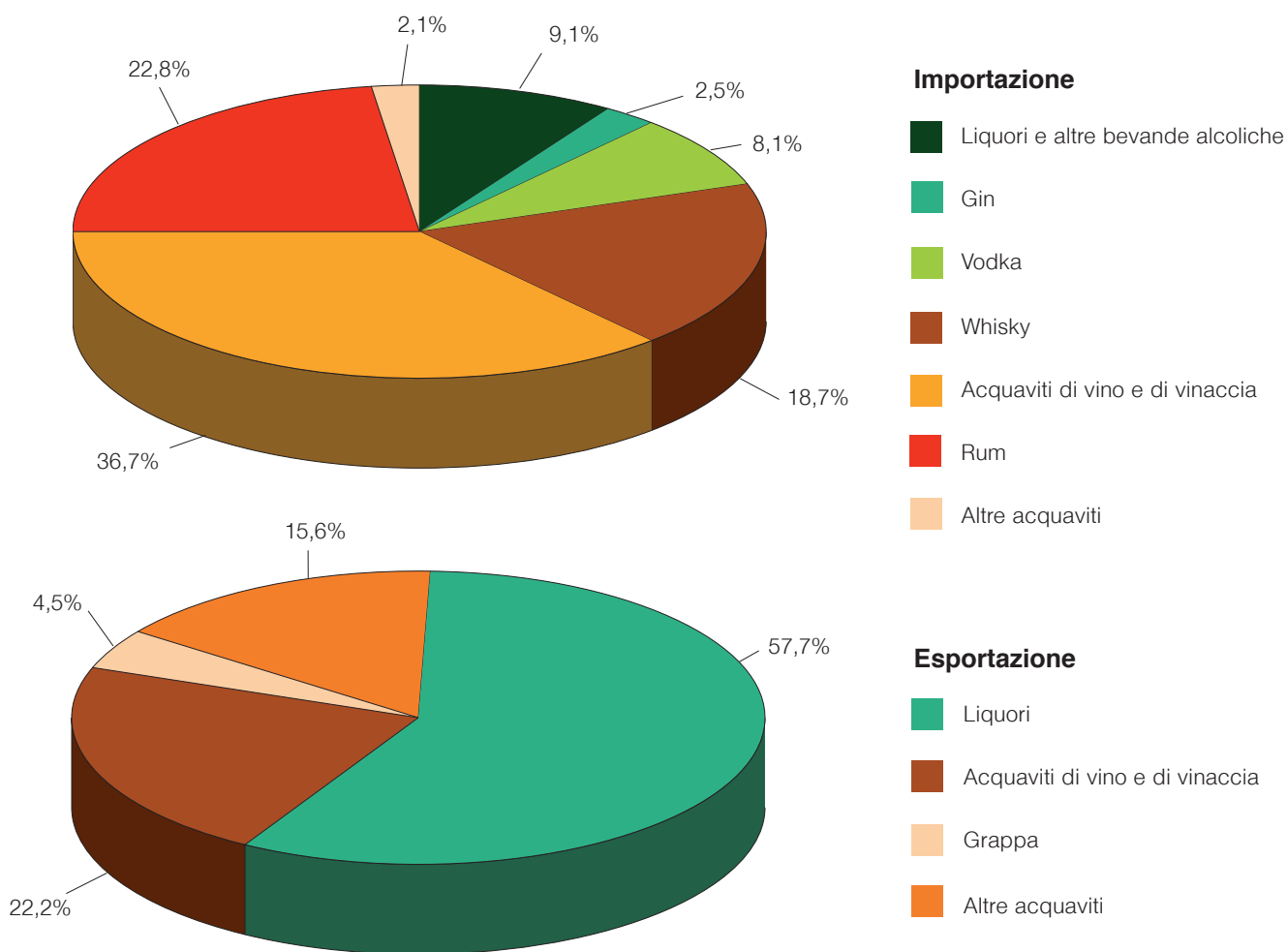


Grafico 19  
**Importazione di acquaviti, liquori e altre bevande alcoliche**



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

Grafico 20  
 Importazione ed esportazione di acquaviti e liquori (2010)



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

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

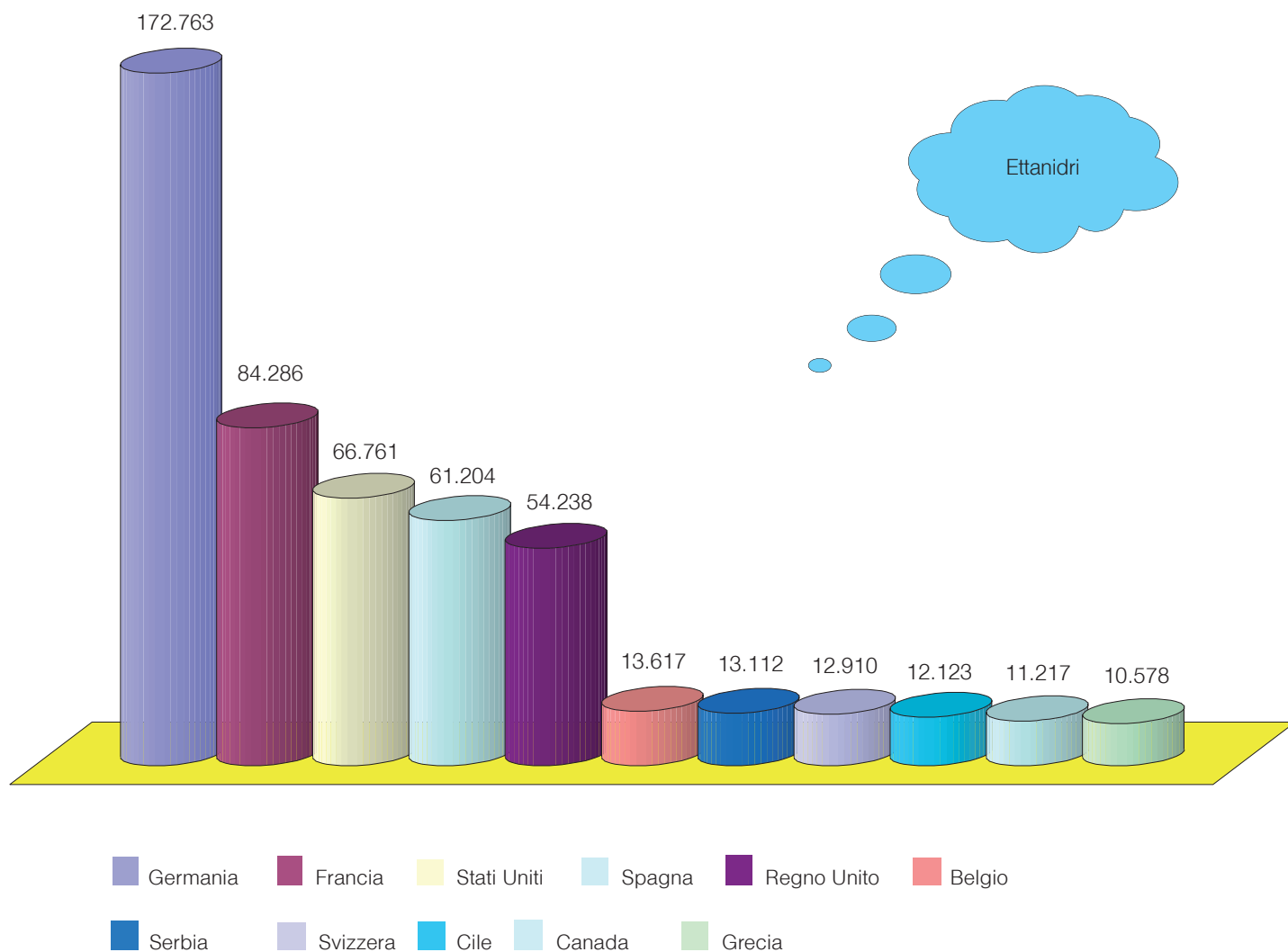
	QUANTITÀ (in ettanidri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Austria	8.865	11.242	-21,1%	12.307.470	12.522.858	-1,7%
Belgio	13.617	6.350	114,5%	12.900.055	9.565.888	34,9%
Danimarca	6.915	6.301	9,7%	6.020.797	5.676.958	6,1%
Francia	84.286	109.193	-22,8%	30.110.366	32.463.974	-7,2%
Irlanda	1.094	593	84,5%	1.398.624	673.264	107,7%
Lussemburgo	863	772	11,8%	1.015.268	801.928	26,6%
Germania	172.763	155.190	11,3%	157.180.252	131.320.985	19,7%
Grecia	10.578	13.808	-23,4%	11.327.772	12.262.155	-7,6%
Paesi Bassi	7.458	6.373	17,0%	12.367.598	9.966.345	24,1%
Polonia	4.954	2.703	83,3%	2.922.392	2.567.111	13,8%
Portogallo	3.632	2.513	44,6%	2.865.931	1.705.814	68,0%
Regno Unito	54.238	39.341	37,9%	54.756.150	36.272.342	51,0%
Repubblica Ceca	3.965	6.029	-34,2%	2.309.254	2.515.034	-8,2%
Romania	5.046	2.185	130,9%	2.640.494	1.355.319	94,8%
Spagna	61.204	57.697	6,1%	47.206.842	40.800.111	15,7%
Svezia	2.318	2.072	11,9%	2.732.589	1.907.186	43,3%
<b>Totale UE (a 27)</b>	<b>452.237</b>	<b>433.183</b>	<b>4,4%</b>	<b>369.866.319</b>	<b>312.236.291</b>	<b>18,5%</b>
Australia	4.733	5.289	-10,5%	4.450.249	3.825.147	16,3%
Canada	11.217	10.316	8,7%	17.093.021	12.725.212	34,3%
Cile	12.123	6.129	97,8%	6.510.764	3.317.925	96,2%
Croazia	5.486	3.348	63,9%	2.769.448	2.328.908	18,9%
Emirati Arabi	4.493	1.871	140,1%	2.891.683	2.694.585	7,3%
Giappone	4.373	3.963	10,4%	5.550.174	5.471.078	1,4%
Russia	4.293	1.038	313,6%	8.859.100	2.095.748	322,7%
Serbia	13.112	21.221	-38,2%	2.588.712	3.827.697	-32,4%
Stati Uniti	66.761	71.204	-6,2%	58.983.695	62.925.011	-6,3%
Svizzera	12.910	13.211	-2,3%	18.818.412	17.961.874	4,8%
Turchia	5.246	3.026	73,3%	2.911.617	2.057.541	41,5%
<b>Totale mondo</b>	<b>630.958</b>	<b>604.715</b>	<b>4,3%</b>	<b>533.751.522</b>	<b>458.464.424</b>	<b>16,4%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

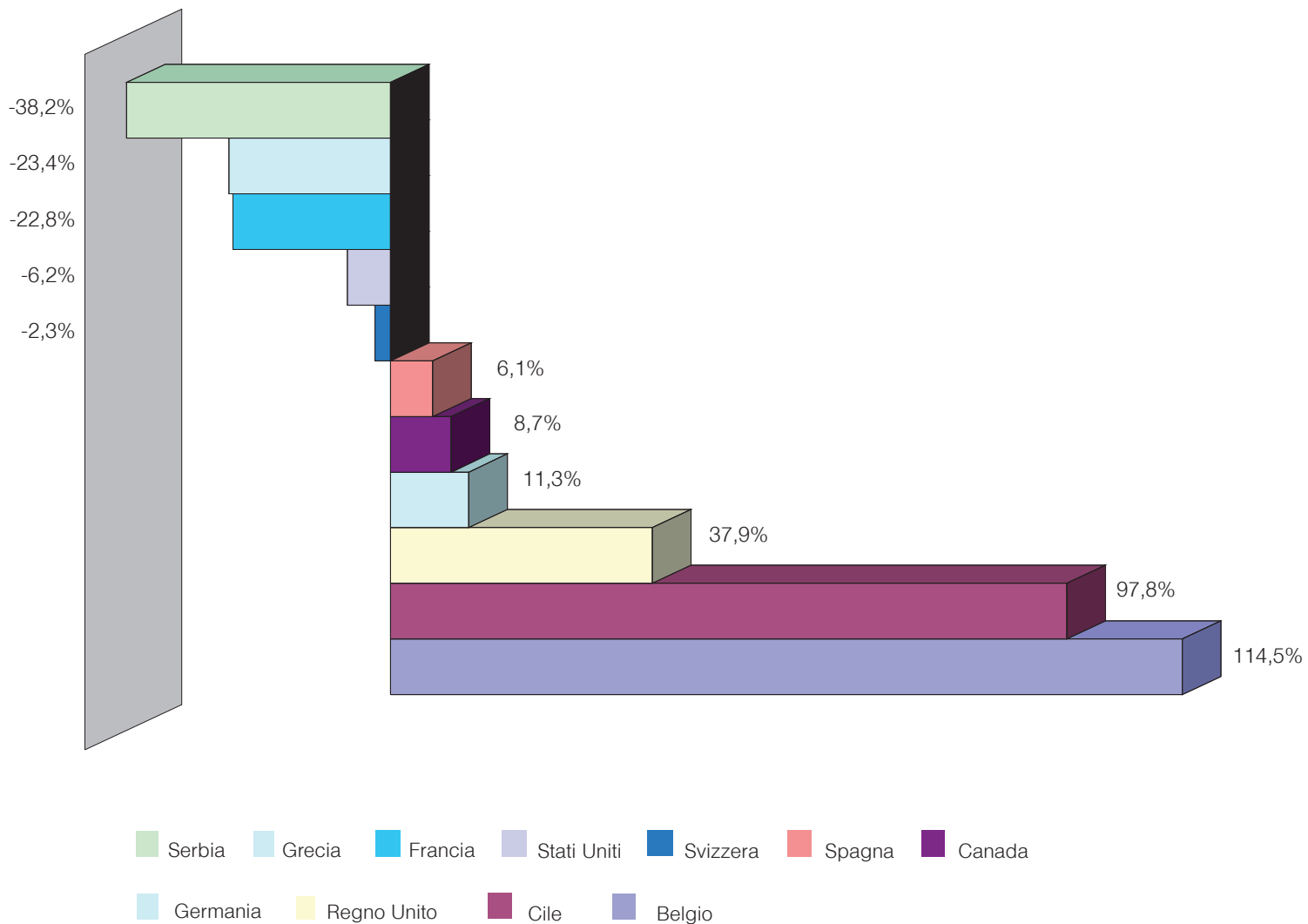
Grafico 21

**Principali Paesi di destinazione delle esportazioni di acquaviti e liquori  
(per quantità esportate nel 2010)**



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

*Grafico 22*  
**Variatione % dei valori delle esportazioni di acquaviti e liquori verso i principali mercati (2010/2009)**



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

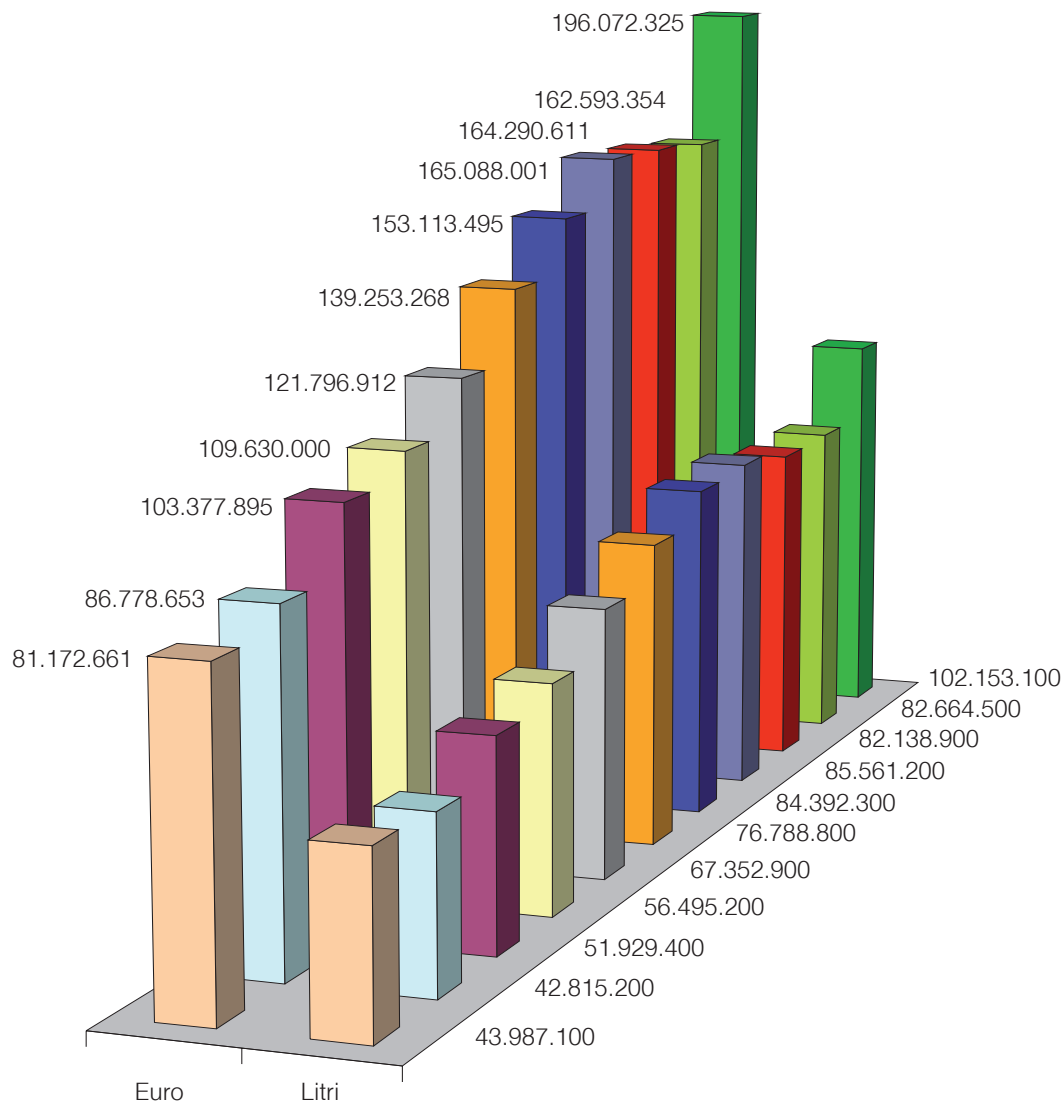
*Tabella 10*  
*Esportazione aceti*

	QUANTITÀ (in ettolitri)			VALORE (in euro)		
	2010 (*)	2009		2010 (*)	2009	
Austria	31.105	26.952	15,4%	6.075.140	5.129.426	18,4%
Belgio	7.161	6.040	18,5%	2.415.218	2.202.063	9,7%
Danimarca	8.417	4.565	84,4%	1.551.071	1.501.542	3,3%
Francia	117.107	84.126	39,2%	17.211.737	12.978.573	32,6%
Germania	204.465	145.577	40,5%	39.238.680	29.626.010	32,4%
Grecia	8.038	5.709	40,8%	2.029.182	1.606.410	26,3%
Paesi Bassi	7.352	4.728	55,5%	2.478.498	1.850.471	33,9%
Regno Unito	47.342	40.174	17,8%	12.280.834	9.923.557	23,8%
Spagna	68.642	56.416	21,7%	7.925.007	6.693.016	18,4%
Svezia	16.690	11.122	50,1%	4.009.497	2.880.818	39,2%
<b>Totale UE (27)</b>	<b>543.998</b>	<b>405.178</b>	<b>34,3%</b>	<b>100.277.055</b>	<b>78.205.388</b>	<b>28,2%</b>
Australia	39.909	33.757	18,2%	6.537.726	5.486.409	19,2%
Brasile	11.003	7.450	47,7%	1.919.969	1.451.776	32,2%
Canada	32.745	34.119	-4,0%	9.327.200	8.399.069	11,1%
Corea del Sud	6.036	5.658	6,7%	1.690.303	1.394.194	21,2%
Giappone	9.819	8.295	18,4%	3.332.965	2.882.613	15,6%
Stati Uniti	284.950	258.849	10,1%	50.238.728	46.159.173	8,8%
Sud Africa	7.486	6.285	19,1%	1.240.702	1.052.913	17,8%
Svizzera	33.464	33.524	-0,2%	10.891.459	10.644.640	2,3%
<b>Totale mondo</b>	<b>1.021.531</b>	<b>833.894</b>	<b>22,5%</b>	<b>196.072.325</b>	<b>163.839.736</b>	<b>19,7%</b>

(\*) provvisori

Elaborazioni Federvini di dati ISTAT

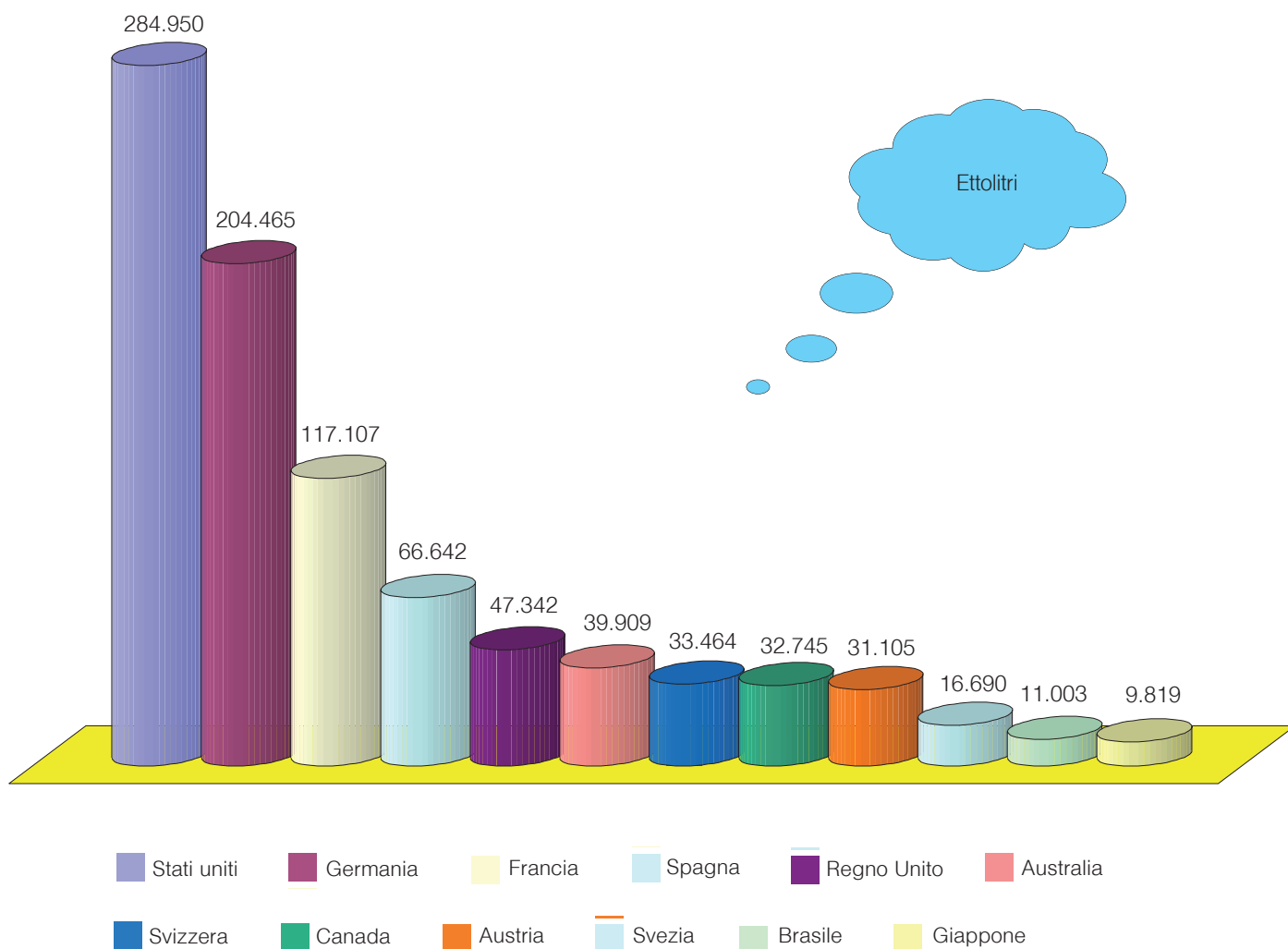
Grafico 23  
L'esportazione di aceti



Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

Grafico 24

**Principali Paesi di destinazione delle esportazioni di aceti  
(per quantità esportate nel 2010)**

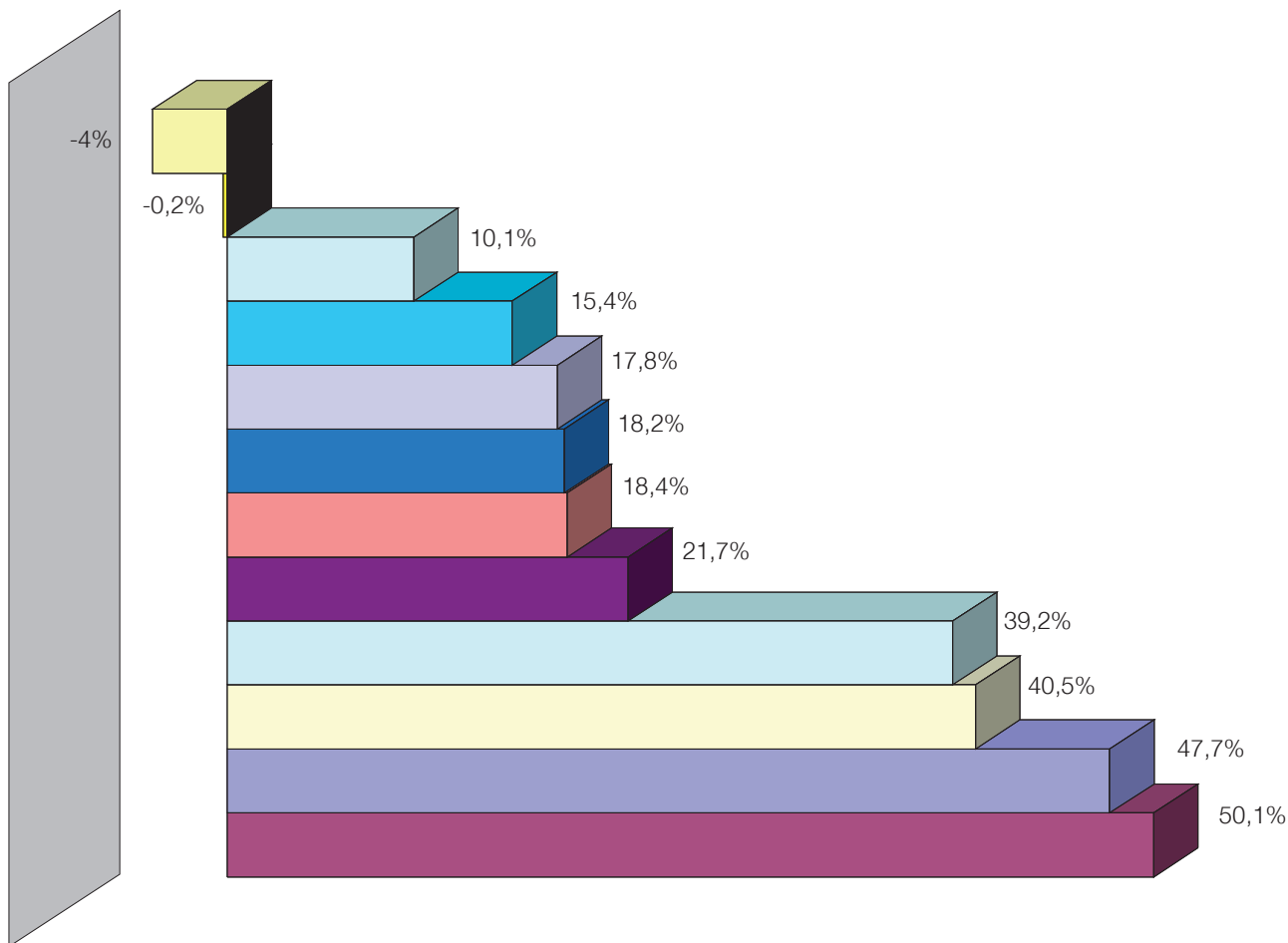


Osservatorio Federvini su base dati ISTAT



Grafico 25

**Variatione dei volumi degli aceti esportati verso i principali mercati (2010/2009)**

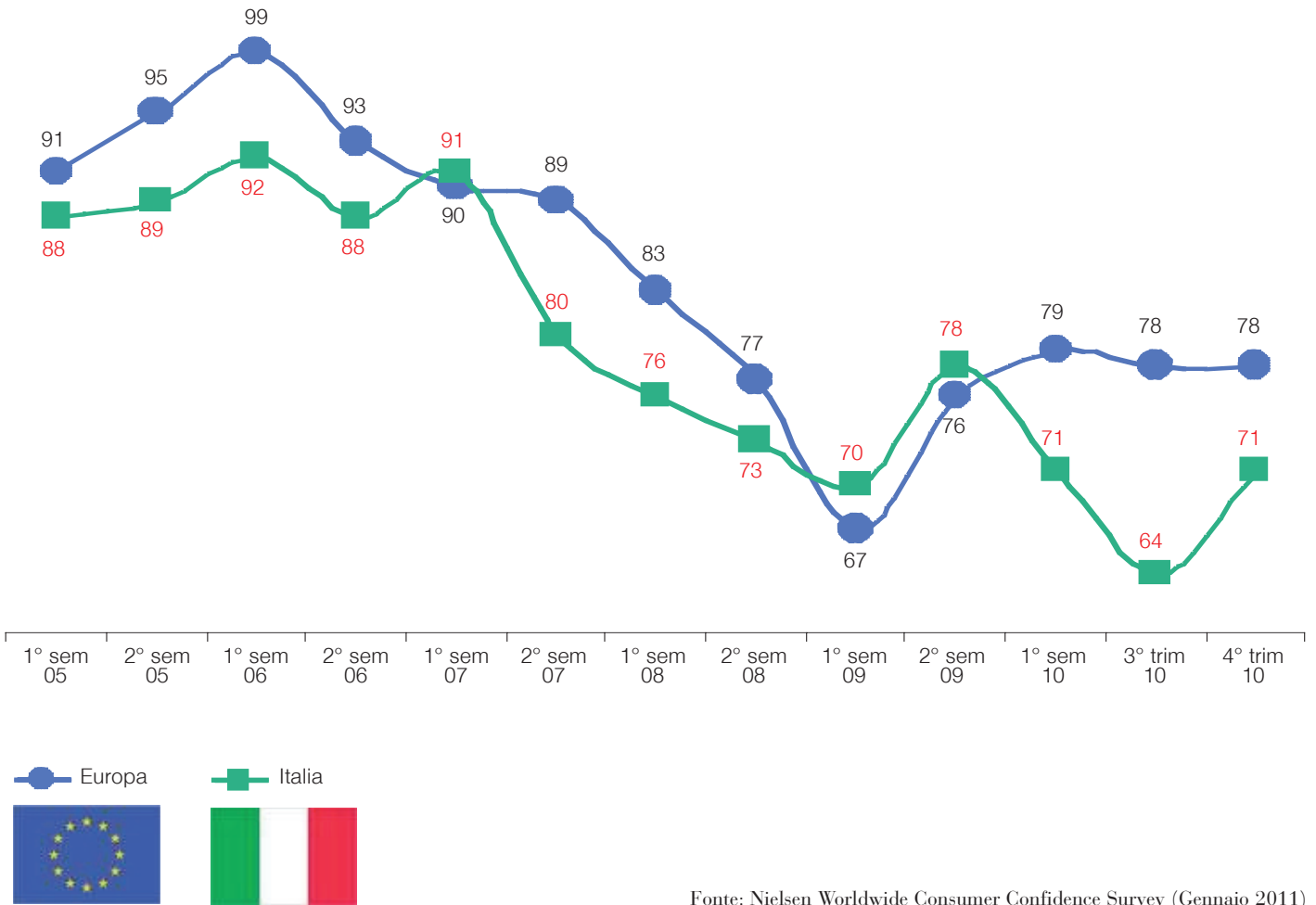


- Canada
  Svizzera
  Stati Uniti
  Austria
  Regno Unito
  Australia
- Giappone
  Spagna
  Francia
  Germania
  Brasile
  Svezia

Osservatorio Federvini su base dati ISTAT

Grafico 26

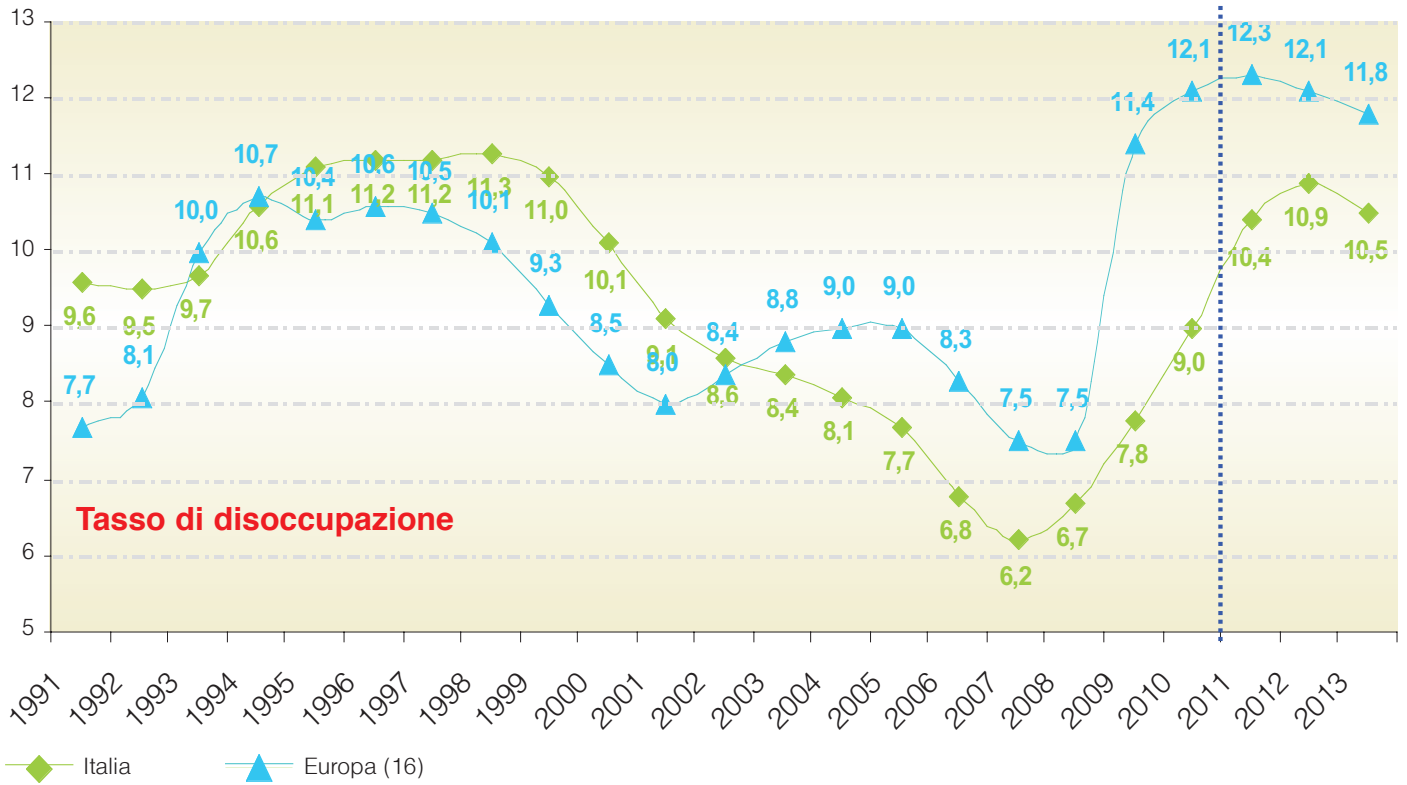
*Gli italiani restano più preoccupati rispetto alla media dei cittadini europei nonostante una ripresa dell'ultimo trimestre*



Fonte: Nielsen Worldwide Consumer Confidence Survey (Gennaio 2011)

Grafico 27

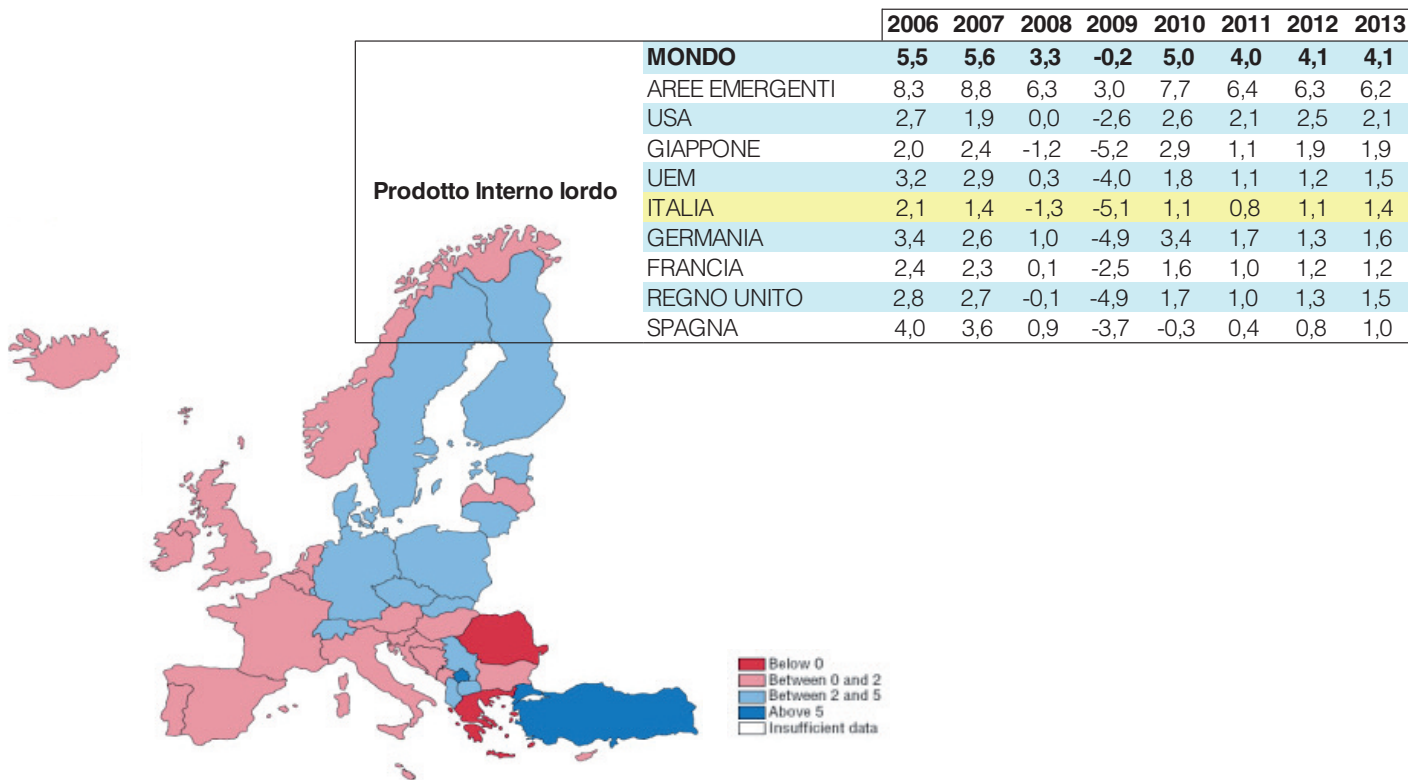
*Una delle principali cause di questo clima di (s)fiducia è la preoccupazione per l'impiego*



Fonte: NBI - Nielsen Business Indicators su dati Istat/Prometeia (Luglio 2010)

Grafico 28

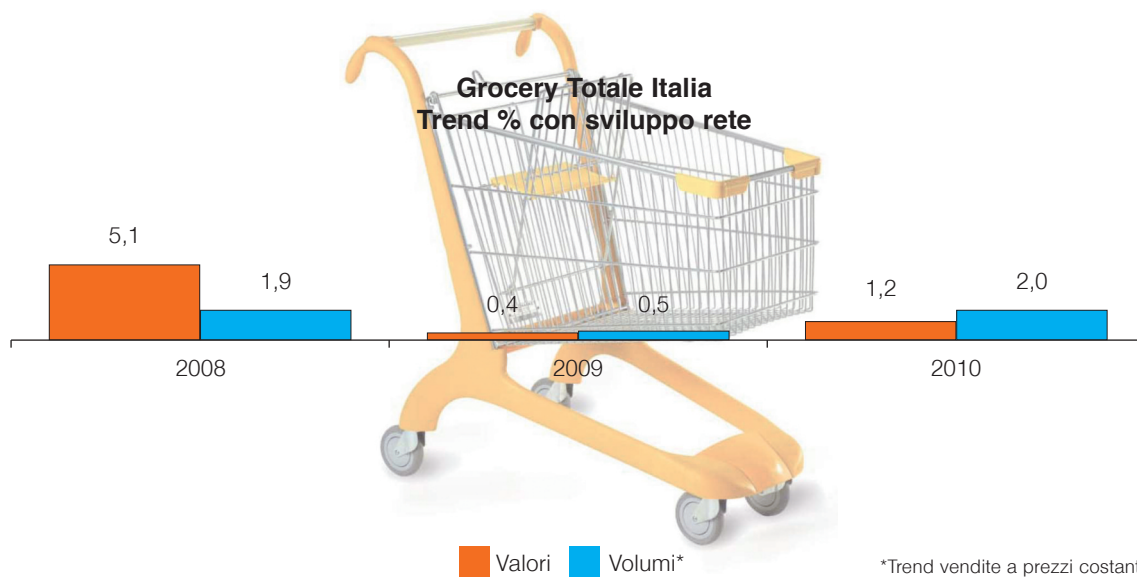
*L'altra componente che incide sul clima di fiducia è un andamento del PIL, sia per il 2010 che le previsioni future, più debole e più lento a causa dei bassi livelli di produttività*



Source: IMF

Grafico 29

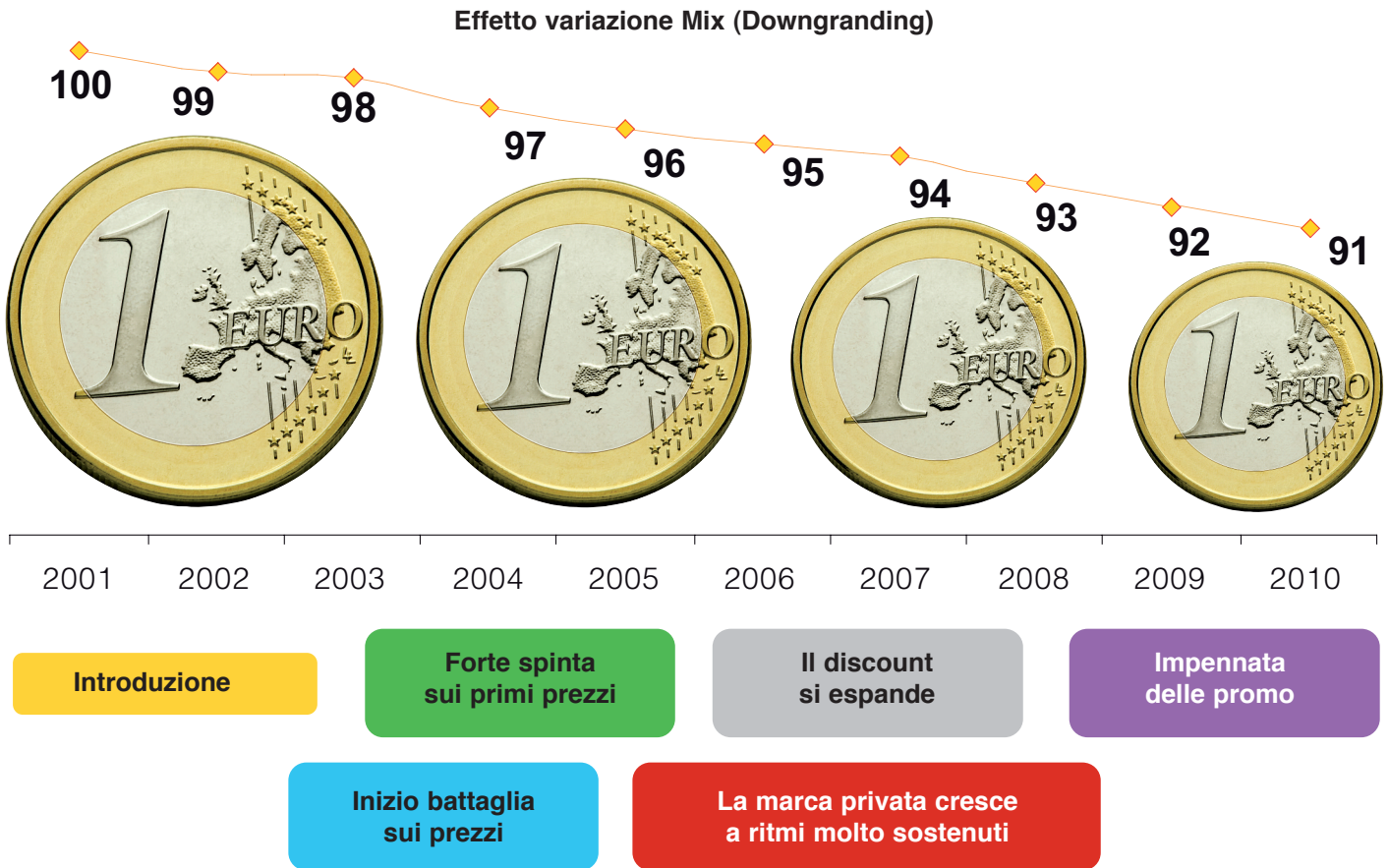
*Distribuzione italiana: nel 2010 risultati di vendita più positivi rispetto al 2009*



Fonte: Nielsen Market Track / Grocery

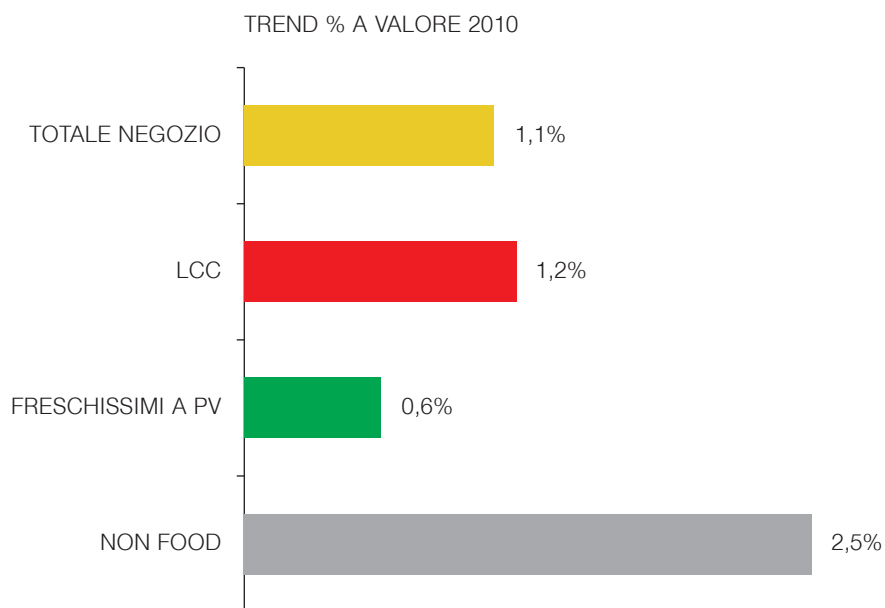
Grafico 30

Carrello di minor valore: 10 punti in 10 anni



Fonte: Nielsen Trade\*Mis

*Grafico 31*  
*Andamenti dei settori merceologici*

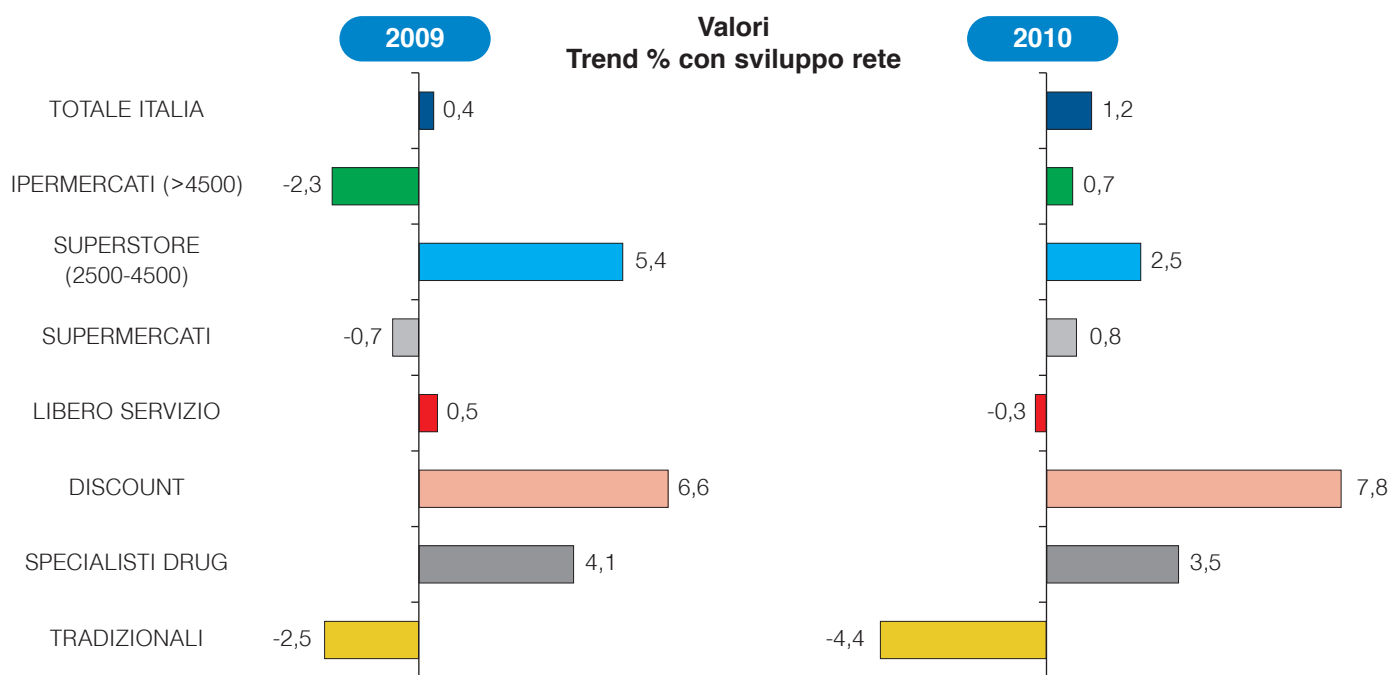


- Nel 2010 il Non food ha avuto buone performance, complice anche il passaggio al digitale terrestre (TV, accessori TV, decoder, ecc.) e il mondo legato alla cucina (pentole, elettrodomestici, conservazione).
- Il peso variabile, ha avuto un andamento meno positivo rispetto al LCC; cresce invece il fresco a Libero Servizio + 3,7%.

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

Grafico 32

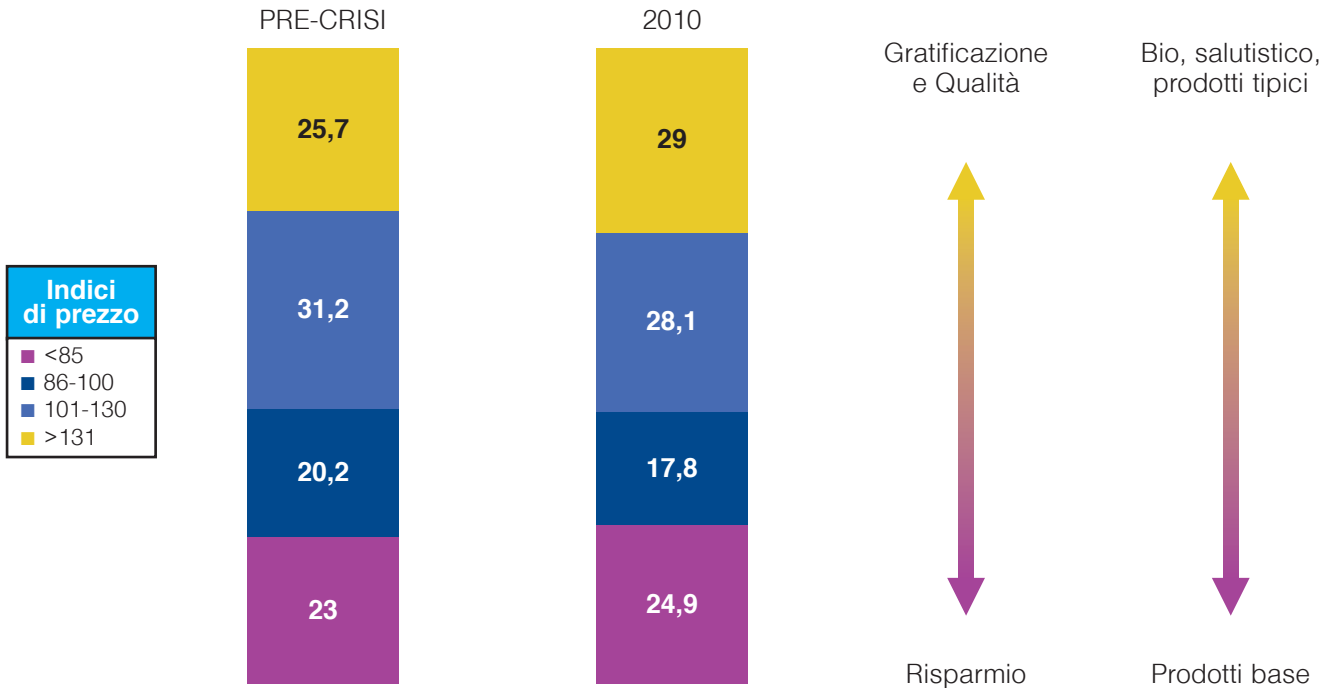
*Il discount e gli specialisti si confermano i più dinamici, parziale recupero degli iper*



Fonte: Nielsen MarketTrack/Grocery

Grafico 33

**La polarizzazione: segnali di recupero di valore.  
Sono in ripresa le categorie “segnate” dalla crisi.**

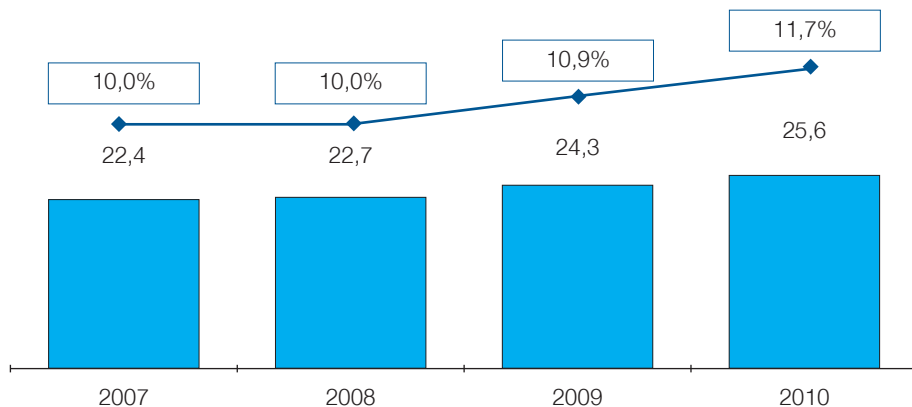


Fonte: Nielsen Trade\*Mis



Grafico 34  
*Promozioni sempre più importanti*

**Pressione promozionale e assortimento in promozione Totale Grocery**



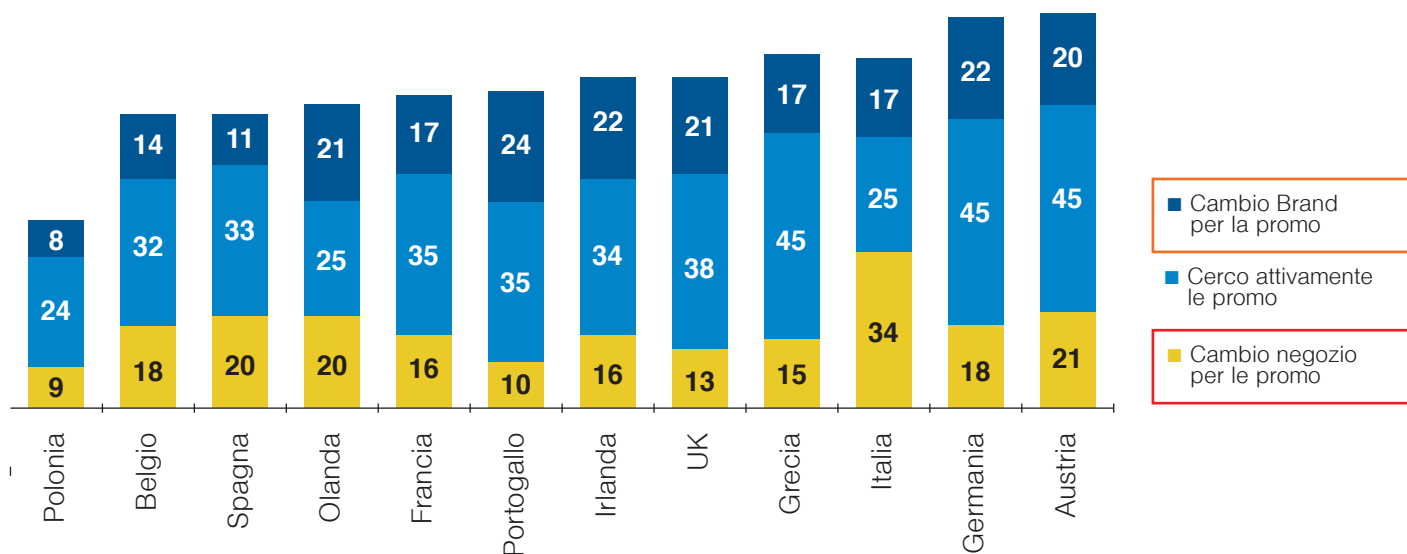
■ Pressione Promo    ◆ % ref promozionale



- Punta del 31% di pressione promozionale negli Iper grandi.
- Dal 27,1 (2009) a 27,6 (2010) lo sconto medio applicato ai prodotti in promozione.

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

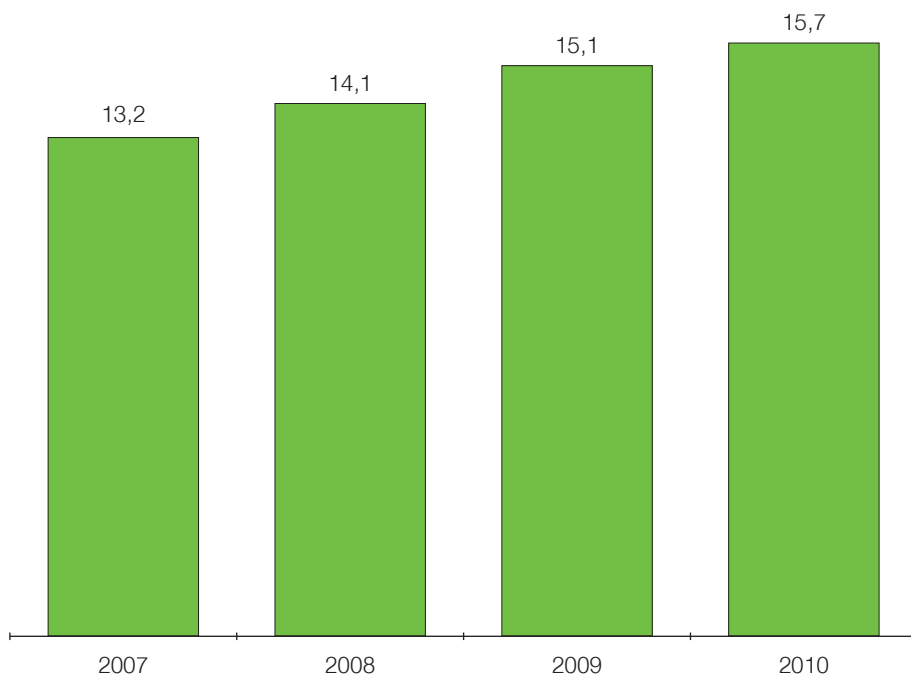
Grafico 35  
*Ricerca di promozioni: italiani al primo posto in Europa*



Fonte: Nielsen Shopper Trends 2010

Grafico 36  
Terzo anno di conferme per la Private Label

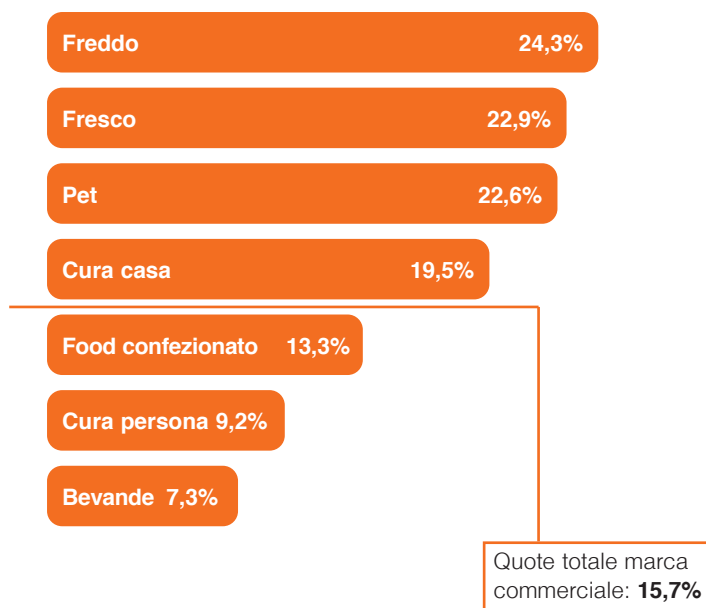
Incidenza % Valore della PL sul Totale Grocery



2,5 punti di incidenza sul Grocery guadagnati in 3 anni pari a circa 1,6 Mld

Grafico 37  
Differenti velocità di crescita nelle aree merceologiche

Incidenza % della marca commerciale nelle diverse aree merceologiche 2010



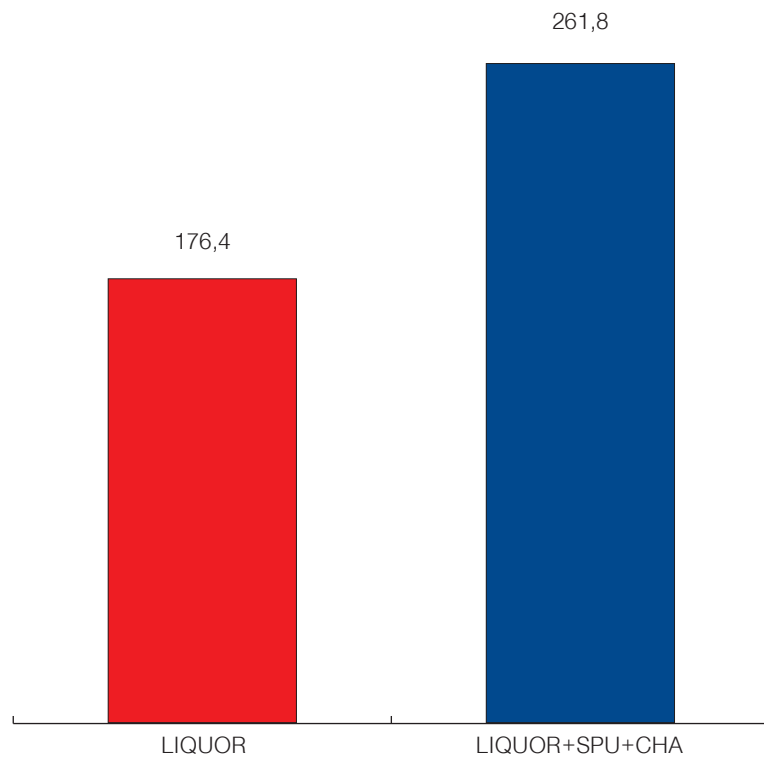
Trend % vs anno precedente

Fresco	+8,5%
Cura persona	+7,2%
Freddo	+4,5%
Cura casa	+3,3%
Pets	+1,6%
Food confezionato	+1,5%
Bevande	-1,5%

Trend % totale marca commerciale: **+4,8%**

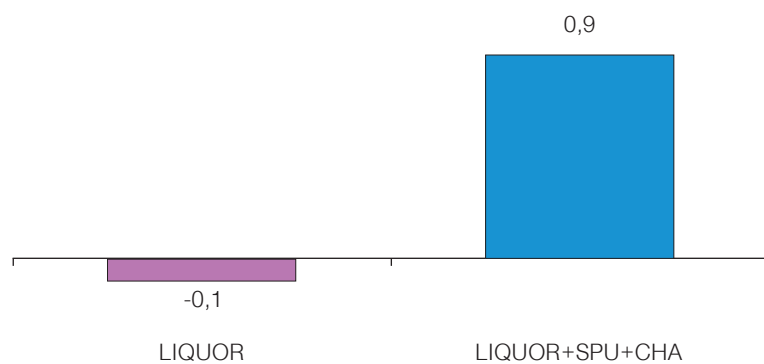
Fonte: Nielsen Trade\*Mis - Iper+Super+Libero Servizio

*Grafico 38*  
**Dimensione del mercato italiano 2010 (in mio litri)**



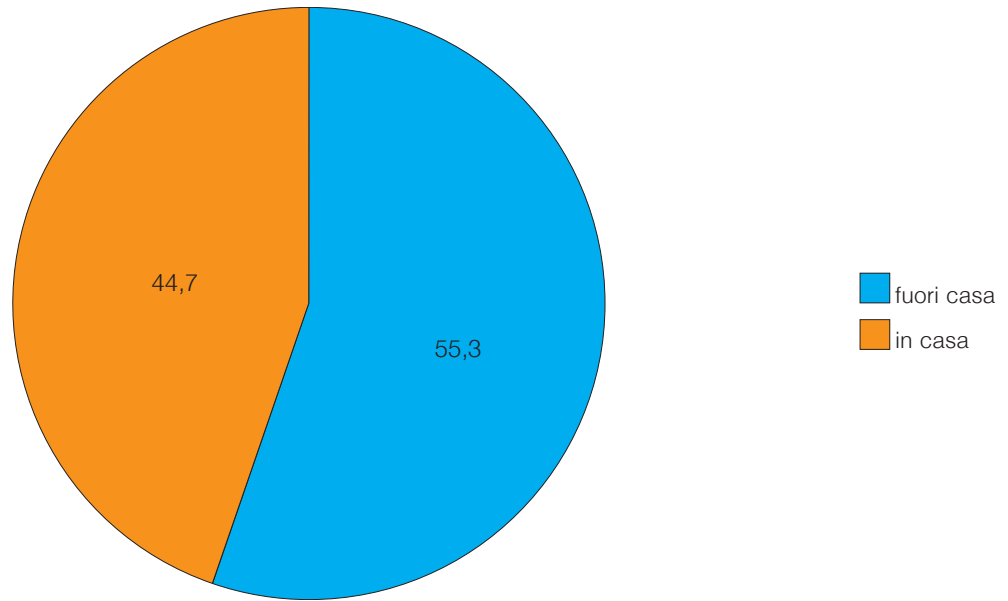
Fonte: Stima Nielsen

*Grafico 39*  
**La tendenza del mercato italiano 2010 (var% volumi vs 2009)**

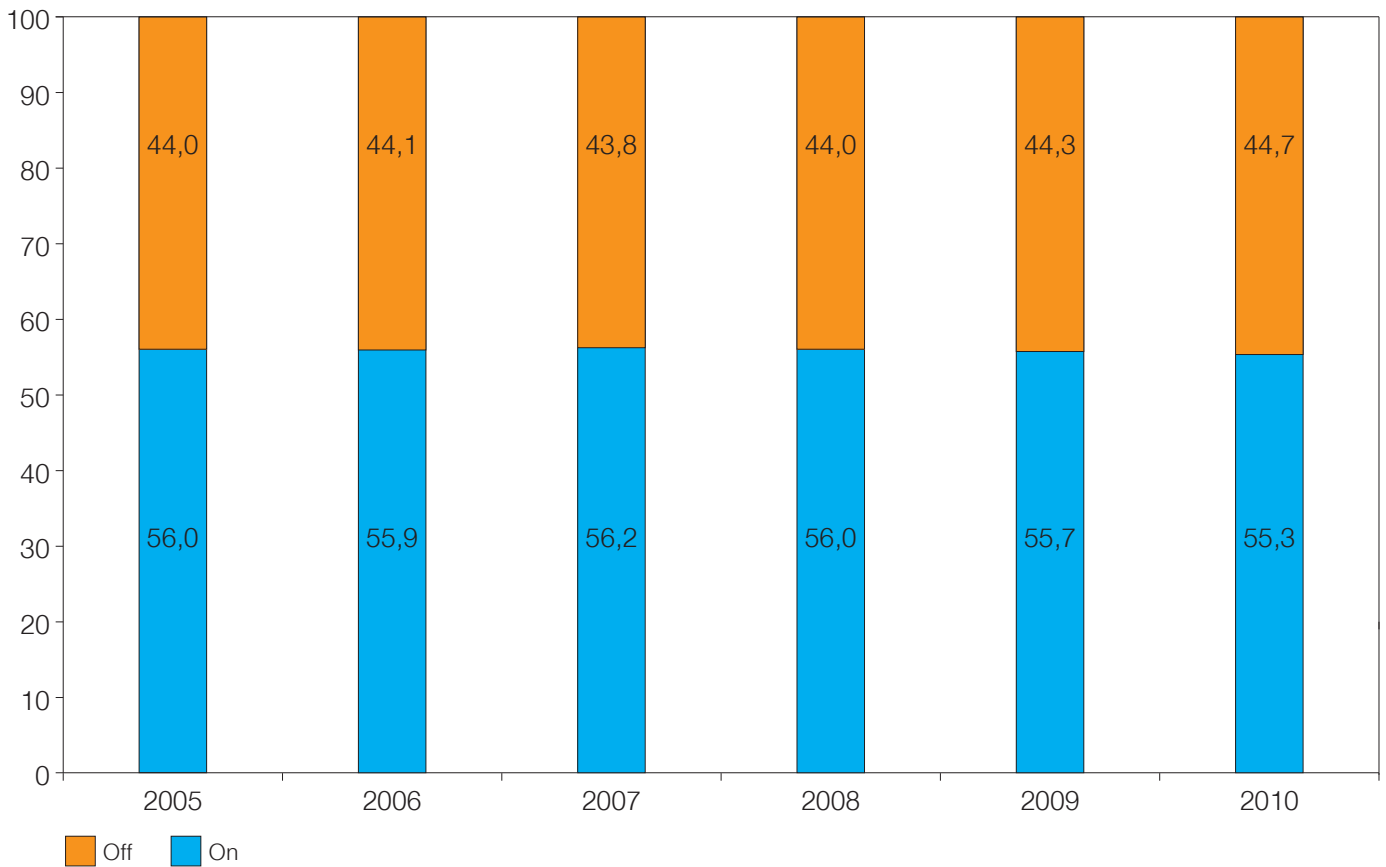


Fonte: Stima Nielsen

*Grafico 40*  
**Canalizzazione del mercato Liquor + Spu + Cha (2010)**

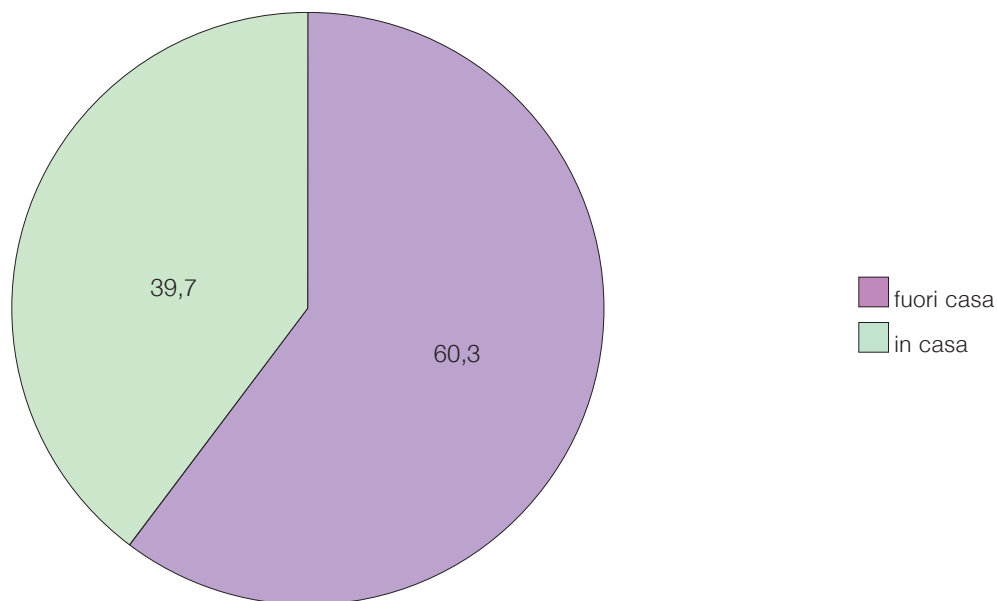


*Grafico 41*  
**Trend Canalizzazione del mercato Liquor + Spu + Cha negli ultimi anni**

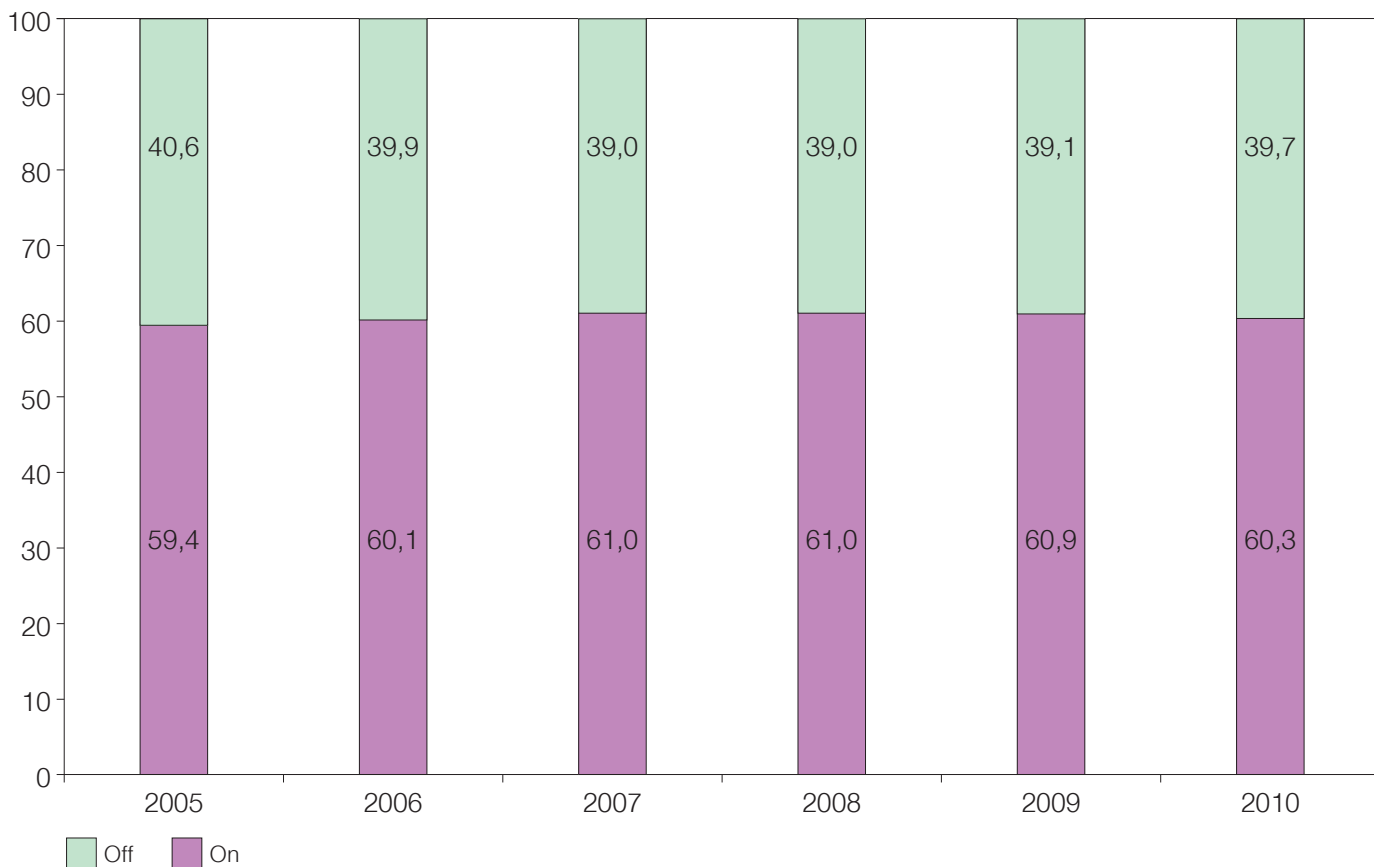


Fonte: Stima Nielsen

*Grafico 42  
Canalizzazione del mercato Liquor (2010)*



*Grafico 43  
Trend Canalizzazione del mercato Liquor  
negli ultimi anni*



Fonte: Stima Nielsen

Grafico 44

La tendenza del mercato italiano nel 2010 (var% volumi vs 2009)

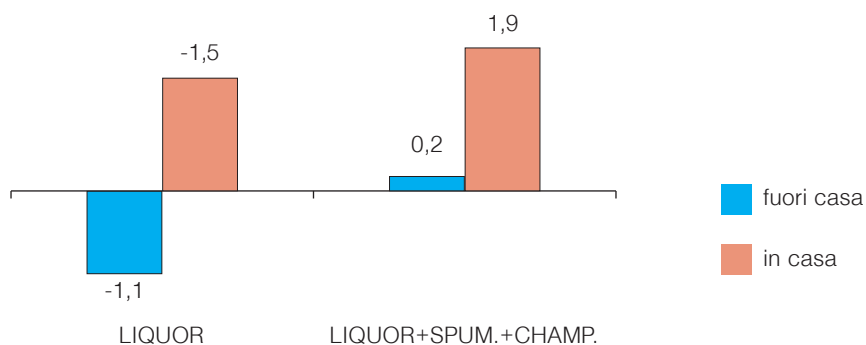
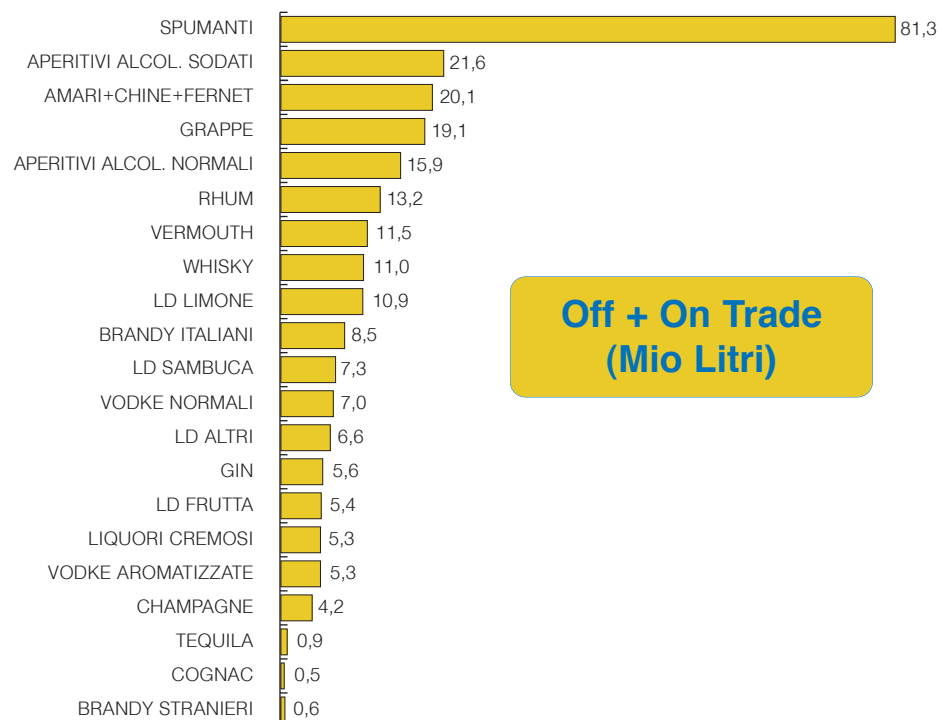


Grafico 45

La dimensione del mercato italiano 2010

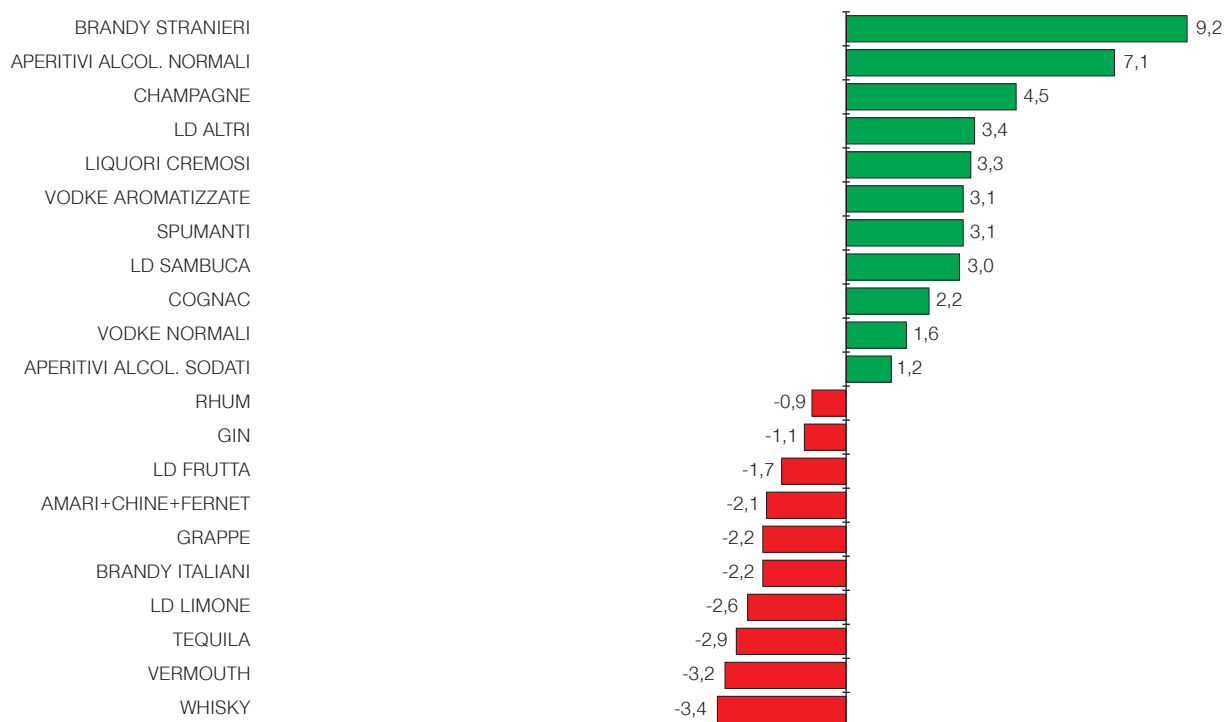
(in mio litri)



Fonte: Stima Nielsen

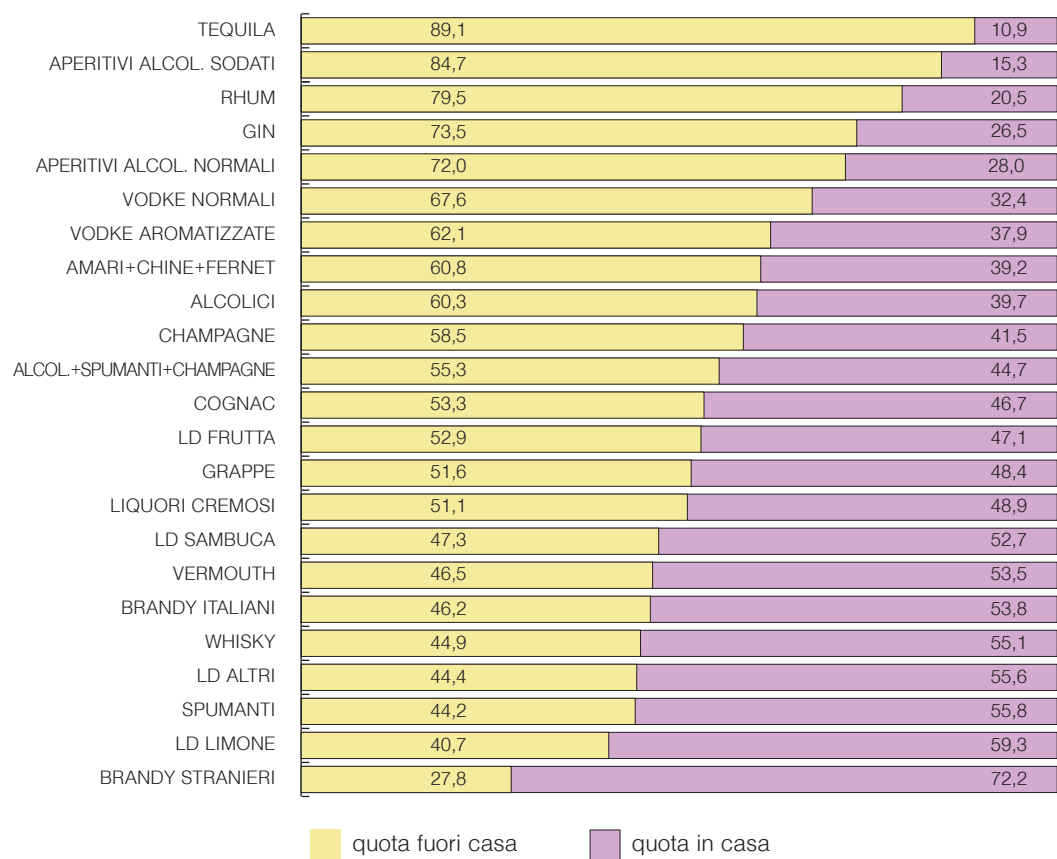
## Grafico 46

## La tendenza del mercato italiano in volume anno 2010 vs 2009



Fonte: Stima Nielsen

*Grafico 47*  
**La canalizzazione del mercato italiano in volume (2010)**



Fonte: Stima Nielsen



Grafico 48

*La tendenza del mercato italiano in volume. Off trade: anno 2010 vs 2009*

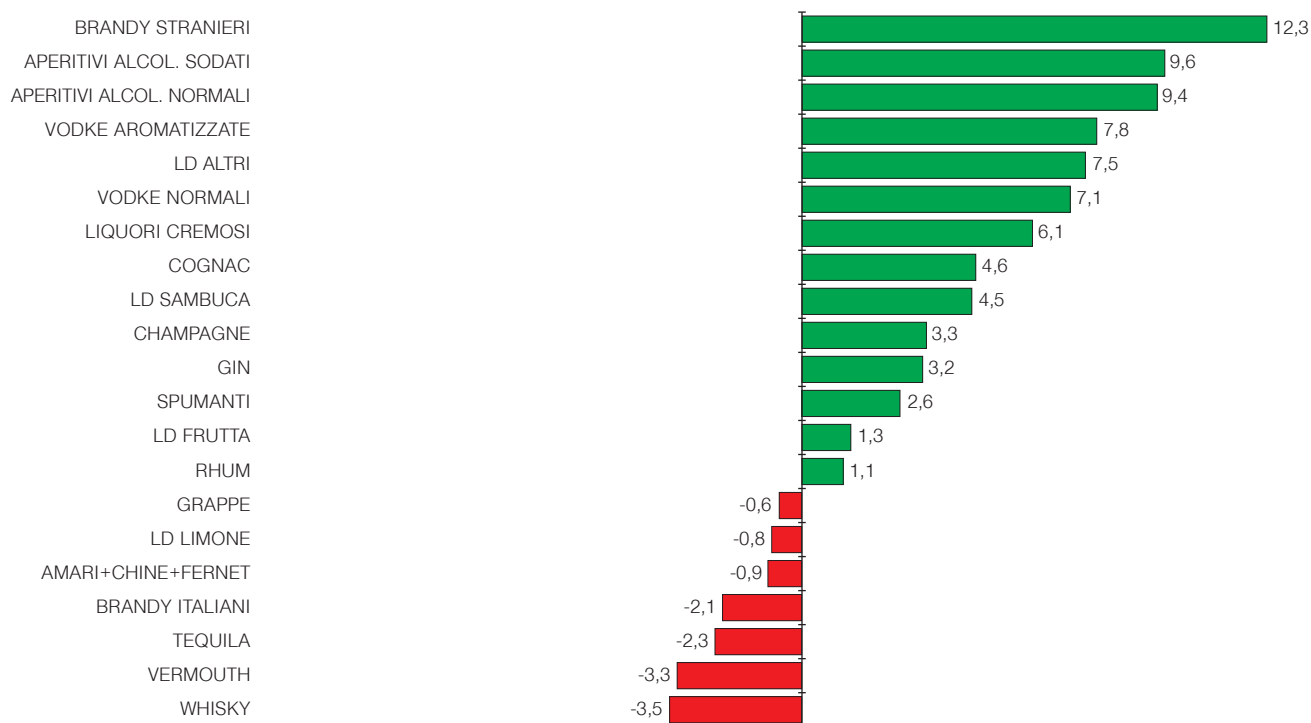
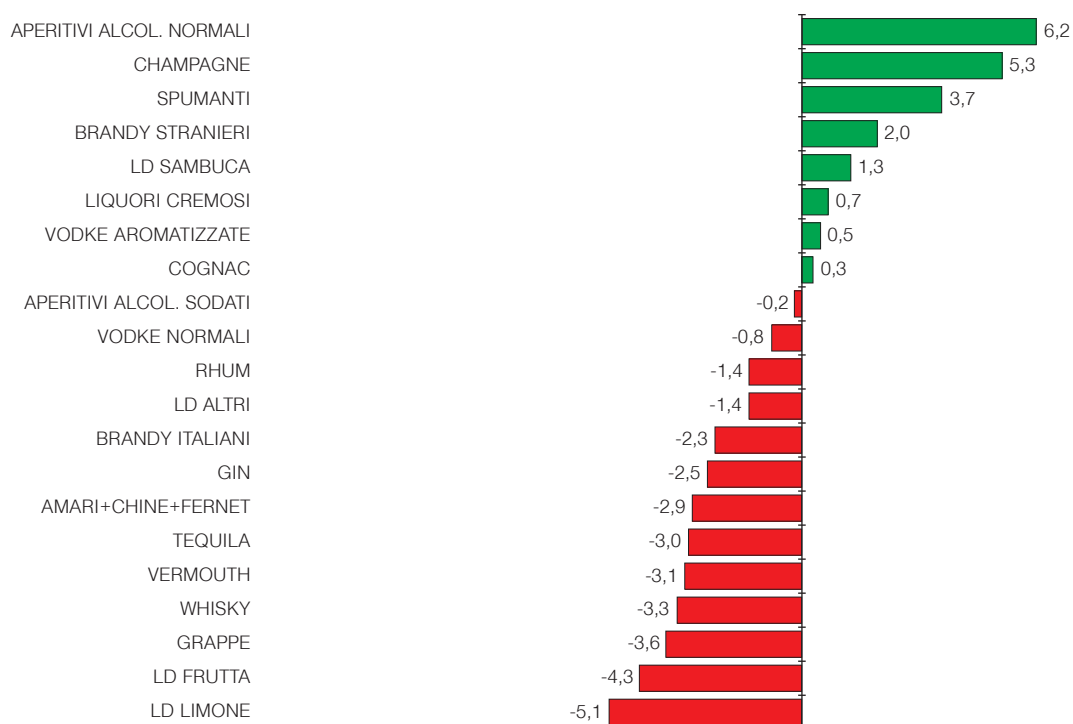


Grafico 49

*La tendenza del mercato italiano in volume. On trade: anno 2010 vs 2009*



Fonte: StimaNielsen

Grafico 50

**Totale vino nel Food: rallentano leggermente le vendite in volume mentre è stabile il valore**

	a.t. Apr 10	a.t. Apr 11
<b>Valore (mio di euro)</b>	1.628	1.639
<b>Volumi (mio di hl)</b>	7,27	7,19

Prezzo medio lt.= 2,28

■ var. %

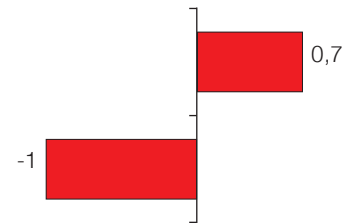


Grafico 51

**Vino - Food: l'incidenza dei canali**

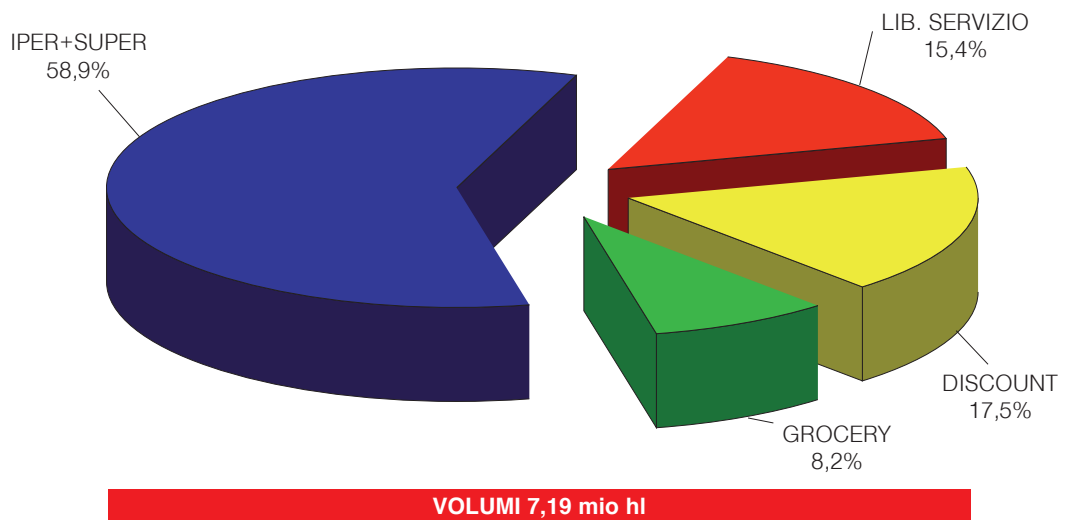
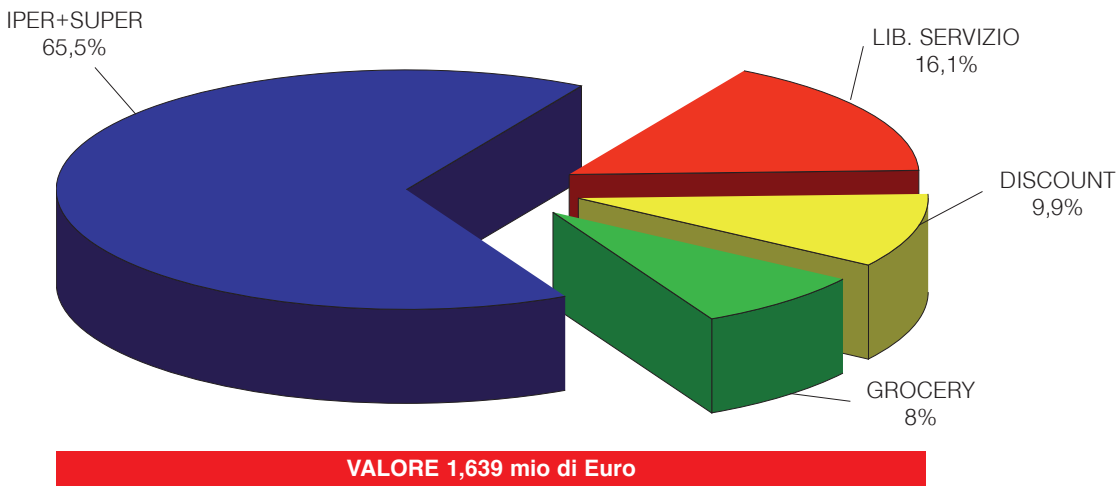


Grafico 52

*Vino Food: trend dei canali. In flessione il trend dei pdv di dimensioni minori, mentre è stabile la situazione nella distribuzione moderna. Interessante recupero del Valore nei liberi servizi*

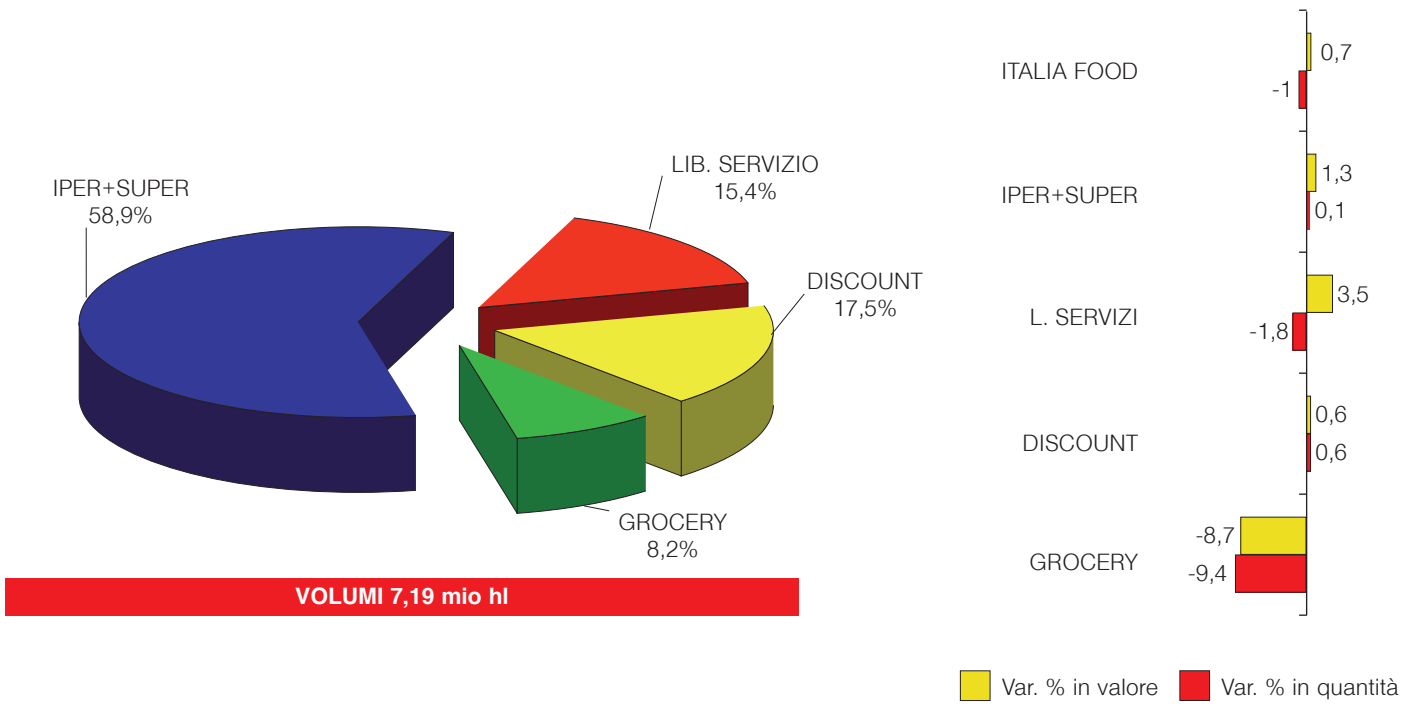


Grafico 53

*Il mercato del vino nel canale moderno 2010: si conferma anche nell'ultimo anno la leggera concentrazione del mercato per il vetro da 75cl*

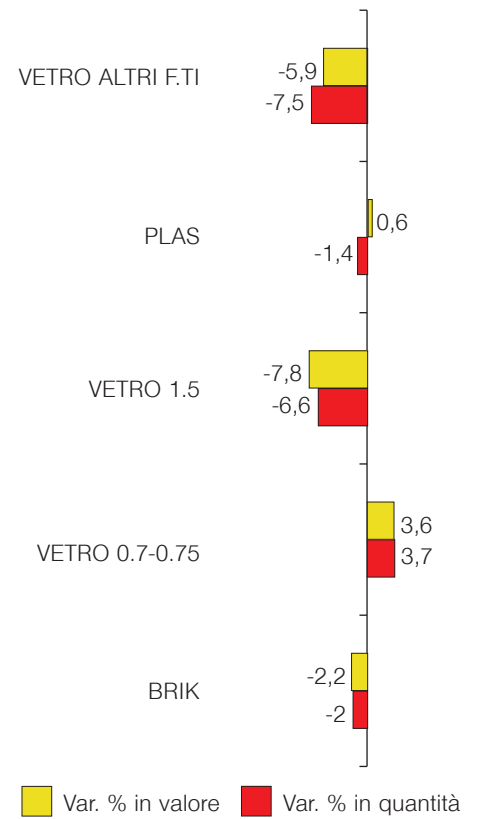
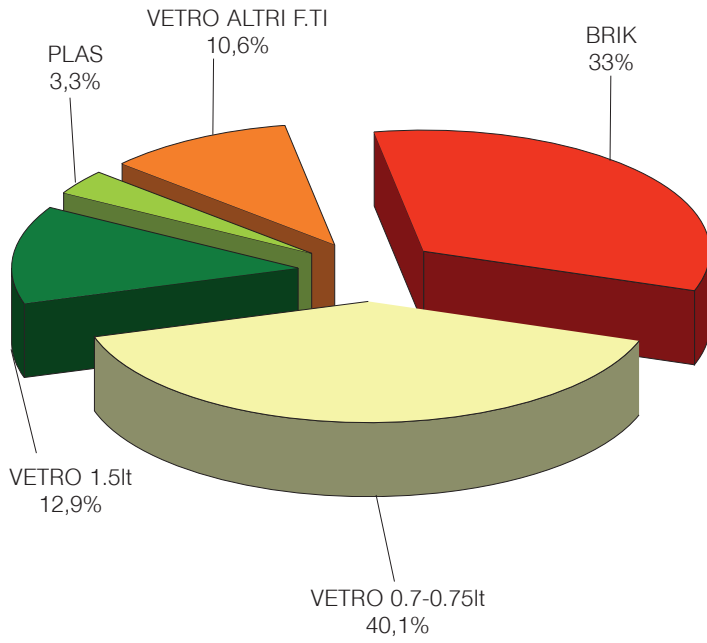
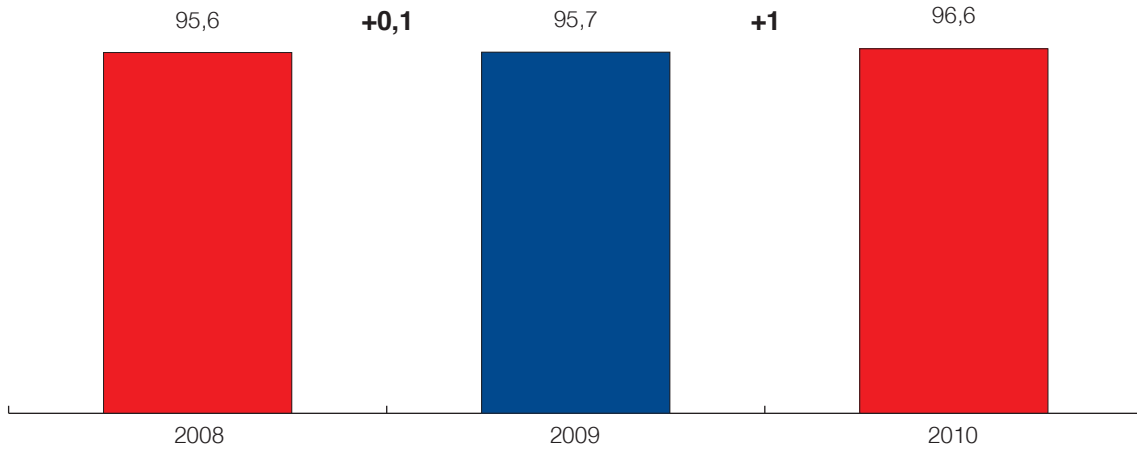
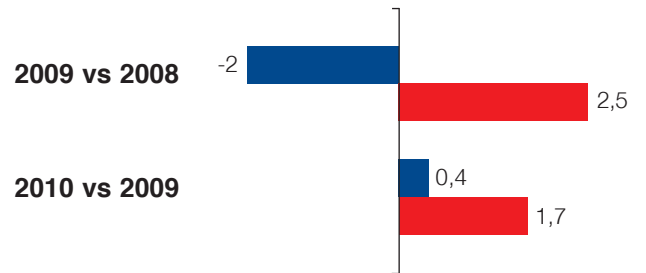
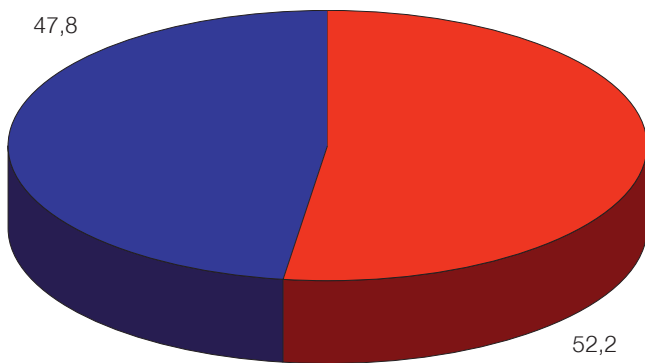


Grafico 54  
 La categoria degli Aperitivi rilevata da Nielsen in Italia  
 Mio di Litri (Off+On Trade)

Il momento aperitivo nel suo complesso sviluppa vendite in volume molto rilevanti...



...e mostra trend interessanti nel canale off trade

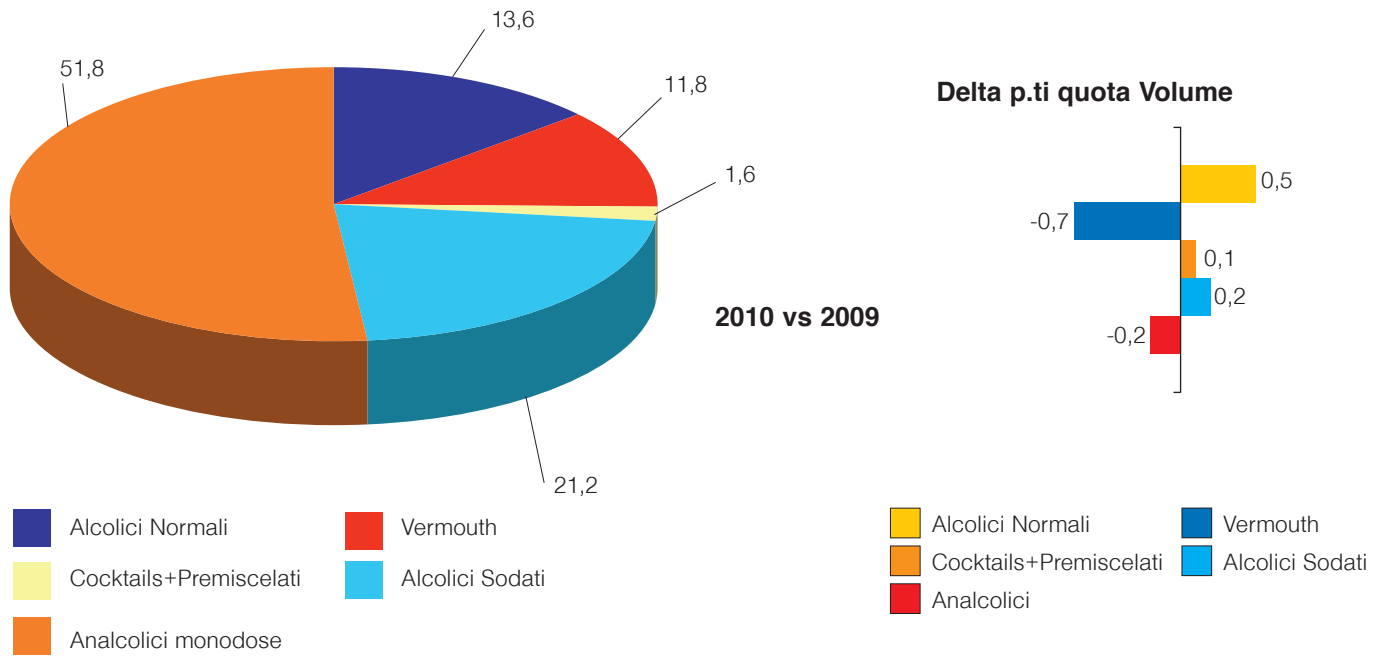


■ On Trade    ■ Off Trade

Fonte: Nielsen Retail

Grafico 55  
**La categoria degli Aperitivi rilevata da Nielsen in Italia  
 (Off+On Trade)**

**Migliorano dal punto di vista competitivo gli aperitivi alcolici, gli alcolici sodati ed i cocktail premiscelati**



Fonte: Nielsen Retail



*Indice*

■ I Presidenti della Federvini dalla fondazione	3
■ Organi sociali	4
■ Organi sociali del nuovo Triennio 2011-2013	5
■ Attività della Federvini	6
■ Introduzione	9
■ Le Aree Tematiche	
I nostri consumatori	10
La fiscalità	12
La promozione	15
La tutela dei riferimenti geografici	15
Osservatorio di settore	17
Il Decreto Legislativo 61/2010	18
I controlli	19
Le bevande spiritose	20
Gli aromi e gli additivi	21
Gli aceti	22
La disciplina del lavoro	23
■ Conclusioni	24
■ Tabelle e grafici	25





