



# 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 2014  
Roma, 19 giugno

# 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 2014  
Roma, 19 giugno



*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 Benedetto Renda

*Tesoriere*

Dottoressa Orietta Maria Varnelli

*Presidente del Collegio dei Probiviri*

Cavaliere del Lavoro Giuseppe Nardini

*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

Dottoressa Chiara Lungarotti

Cav. del Lavoro Giacomo Rallo

*Presidente del Sindacato Nazionale Vini Speciali*

Dottor Giancarlo Moretti Polegato

*Vice Presidenti*

Dottor Alessio Planeta

Dottor Giorgio Castagnotti

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 Andrea Panzani

Dottor Augusto Reina

*Presidente del Sindacato Nazionale Aceti*

Dottor Franco Ponti

*Vice Presidente*

Dottor Massimo Toschi

*Consiglieri Cooptati*

Dottor Etile Carpené

Dottor Andrea Montorfano

Dottor Sandro Sartor

*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 dell'Osservatorio di Mercato*

Dottor Giorgio Liveriero

**Probiviri**

---

Dottor Pietro Romano Alagna

Dottor Manlio Collavini

**Revisori Contabili**

---

Ingegnere Giuseppe D'Avino

Dottoressa Micaela Pallini

**Direzione**

---

*Direttore Generale*

Dottor Ottavio Cagianò 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 provvedimenti 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
- 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 - Spirits Europe
- in Culinaria Europe.

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



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





## *Introduzione*

Autorità, Cari Ospiti ed Associati, Cari Amici

ci incontriamo per l'appuntamento annuale, al termine del secondo mandato con il quale si chiude la mia esperienza alla Presidenza di Federvini.

Sono stati sei anni intensi, a dir poco complessi, dove lo scenario economico così duro ha impegnato non solo le persone ed i mercati ma ha inciso profondamente sul quadro politico, a tutti i livelli. Abbiamo avuto enormi tensioni in molti dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo ed in alcuni di essi ancora permangono scenari di guerra. Tutti abbiamo desiderato che si ristabilisse un clima di sicurezza sul piano internazionale ma continuavamo ad avere situazioni complesse e difficili, anche molto vicine alla porta di casa, dall'Ucraina alla Siria al Nord Africa e la grande tragedia dell'immigrazione.

È indubbio che l'Unione Europea deve rafforzare il proprio ruolo sul piano politico e sul piano economico per far sentire tutto il suo peso nello scenario mondiale e nei rapporti fra i Paesi che la compongono: è l'augurio che invio anche a nome di tutti voi a coloro che presto saranno protagonisti delle rinnovate istituzioni europee ed a coloro che saranno particolarmente impegnati nel semestre di Presidenza che l'Italia affronterà fra poco meno di due settimane.

Sul piano personale è stato un periodo altrettanto complesso, impegnativo, stimolante, arricchito dalla vicinanza e dalla condivisione del percorso che ho avuto con ciascuno di voi: un grazie forte, sincero e commosso lo antepongo a tutto senza attendere la fine della relazione, momento usualmente dedicato.

Ma, come di consueto, proseguo toccando i principali temi che hanno caratterizzato lo scorso anno.

*Il 2013*

Il 2013, indicato in moltissime previsioni come l'anno della svolta, si è rivelato l'anno peggiore nel lungo percorso della crisi. Il *PIL* ha raggiunto quota 1.560 miliardi con un calo significativo sull'anno precedente, -0,4% in valore corrente e -1,9% a valore costante. Neanche il tasso d'inflazione è riuscito ad assicurare il segno "più" in valori correnti al prodotto interno lordo, seguendo lo stesso segno negativo dell'anno precedente. Così siamo stati ricondotti, per trovare un livello del *PIL* nazionale a valori costanti analogo a quello espresso nel 2013, molto indietro nel tempo, all'anno 2000: in pratica non abbiamo avuto crescita di base e siamo tornati al punto di partenza in termini di ricchezza prodotta.

Ma in questo scenario l'industria alimentare nazionale ha confermato, comunque, il suo ruolo fondamentale di sostegno anticiclico. Il fatturato del settore ha raggiunto i 132 miliardi di euro, con un aumento del +1,5% sul 2012 legato solo all'effetto prezzi, stante il calo della produzione in termini quantitativi.

Ed in questa fotografia di gruppo, i settori rappresentati dalla Federvini hanno mostrato una marcia in più, situazione che può essere duramente messa in crisi da provvedimenti nazionali che invece di alleggerire il carico burocratico e il carico fiscale, li stanno aumentando.

I dati sui consumi interni, invece, portano ancora ad uno scenario difficile: la caduta dei consumi alimentari è stata vistosa in questi anni e nel 2013 sembra che abbia ancora avuto la forza di accelerare la contrazione. Il taglio in valore reale, al netto dell'inflazione, delle vendite alimentari l'anno scorso è stato di quasi 4 punti, che si sono aggiunti ai 10 punti accumulati nei cinque anni precedenti. Il calo in quantità vera e propria è stato vicino ai 2 punti.

Un calo complessivo dei consumi alimentari in valori "reali" vicino ai 14 punti sull'arco 2007-2013 colpisce davvero: probabilmente nel calo si nasconde una parte di minore spreco ma è evidente che si sono imposti nuovi modelli di consumo e che l'alimentare è diventato anch'esso una voce di importante risparmio quotidiano per le famiglie. Un segnale di conferma può essere l'analisi del "paniere di spesa" degli italiani: il "peso" dell'alimentare è diminuito, in cinque anni, dal 17,7% del 2008 al 16,8% del 2013.

Va aggiunto che le vendite alimentari nel canale GDO hanno segnato, a fine 2013, un -0,4% in valuta corrente, mentre quelle dei piccoli esercizi si sono fermate su un -3,0%. La "forbice" tra i due canali è rimasta ampia, quindi, a conferma che la componente di servizio offerta dai negozi di prossimità ha perso altro terreno, a fronte del fattore risparmio legato alle grandi catene e alle loro massicce offerte in promozione che l'industria, a monte, è costretta a sostenere. Solo i discount si sono avvantaggiati, raggiungendo oltre il 10% del fatturato delle vendite alimentari totali.

Se guardiamo i dati, vediamo che i nostri prodotti seguono, forse più marcatamente, questa analisi. Ecco perché abbiamo sentito tante voci che chiedono di continuare a guardare con attenzione alle esportazioni, perché dai mercati esteri è arrivato un po' di ossigeno, molto importante per fronteggiare il quadro interno. Ma ancor più ad alta voce si chiede di guardare al mercato interno: esso appare disorientato sia per il basso livello di fiducia

che ha contratto decisamente l'orientamento alla spesa degli italiani, sia per contrastare quelle indicazioni generiche che chiedono di spostare il peso della fiscalità verso i consumi, aumentando la tensione di tutti gli operatori. Infine, e soprattutto, si chiede di guardare al mercato interno per contrastare tante voci approssimative che prendendo spunto da situazioni, gravi ma isolabili e circoscrivibili, stanno scaricando sempre più i loro effetti sui consumatori tradizionali.

## *Immagine dei nostri prodotti*

Nonostante quel che talvolta leggiamo o ascoltiamo nelle interviste, il consumo dei nostri prodotti continua a scendere mentre si mantiene solido uno stile di consumo misurato, consapevole e responsabile, che ormai è sinonimo di Stile Mediterraneo.

In oltre 20 anni il consumo pro-capite di alcol è più che dimezzato andandosi a stabilire sul livello indicato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità come "raccomandato" (6 litri procapite/anno, espressi in alcol puro, Risoluzione "*Health 2020: the European policy for health and well-being*").

E se questo non bastasse da solo come indice di quel che sono realmente i consumi nel nostro Paese, andando a leggere il rapporto "Global status report on alcohol and health 2014", di recentissima pubblicazione da parte dell'OMS, troveremo che una serie di dati descrivono il nostro Paese come uno dei più "morigerati", se non il più morigerato, responsabile e maturo, nell'approccio al consumo di bevande alcoliche.

Ma i dati puntuali contenuti nel citato recente Report dell'OMS - che pure non ha certo un approccio "mediterraneo" al problema della prevenzione e del contrasto dei danni e dei rischi legati al consumo eccessivo ovvero all'abuso di alcol - disegnano il volto di un Paese nel quale il consumo eccessivo, o l'abuso di alcol, che pure purtroppo esistono, coinvolgono una minoranza dei consumatori e dei consumi: credo che sia proprio da questo punto che deve ripartire la riflessione sui consumi nel mercato interno senza pensare che si voglia sminuire il problema.

Per far crescere generazioni attente e corrette negli stili di vita e nei consumi, dobbiamo dedicare maggior attenzione alla educazione e alla informazione: sono attività importanti, a prospettiva lunga, paragonabili alle infrastrutture necessarie per lo sviluppo economico di un paese. E se queste sono oggetto di programmazione, altrettanto deve essere elaborato nel campo della educazione alimentare, nella educazione al bere ma anche nella educazione a stili di vita corretti ed equilibrati.

Il nostro paese in realtà è, con meraviglia forse di molti, assai più virtuoso di altri e dovrebbe essere preso come esempio di moderazione e consapevolezza quando, a Bruxelles, si discutono strategie ed interventi per la prevenzione ed il contrasto dei fenomeni di abuso o di consumo eccessivo di alcol. Questa consapevolezza, questo corretto e soprattutto diffuso approccio al consumo di bevande alcoliche, che vede nella misura e nella qualità i suoi fulcri portanti, non sono nati per caso né sono una riscoperta di questi ultimi anni: le nostre Imprese rivendicano la loro parte di merito perché convinte della bontà e della correttezza dei messaggi diffusi, della trasparenza e della coerenza delle posizioni espresse e delle iniziative sviluppate, che hanno consentito di raggiungere questi importanti risultati.

Ci fa piacere leggere nella relazione, trasmessa a febbraio di quest'anno dal Ministro della Salute al Parlamento, le tendenze positive nella evoluzione di alcuni indicatori di rischio, che incoraggiano a proseguire con l'educazione e l'informazione. Leggiamo infatti:

- *tra il 2010 e il 2011 si registra una riduzione dei consumi binge drinking, con una prevalenza che passa dal 8,3% al 7,5% e che interrompe il trend in crescita in atto dal 2003;*
- *tra il 2010 e il 2011 nella fascia di età al di sotto dei 16 anni i consumi a rischio si*

*presentano in calo, interessando nel 2011 il 14% dei ragazzi contro il 15,2% del 2010, ed il 9,7% delle ragazze contro il 12% del 2010, per un totale di 338.000 minori nel 2011 contro i 390.000 del 2010;*

- *tra le giovanissime ragazze di 14-17 si evidenzia a partire dal 2009 una tendenza al calo dei consumi fuori pasto;*
- *fra i giovani studenti italiani di 15-19 anni monitorati nell'indagine ESPAD si evidenzia negli ultimi anni una diminuzione degli episodi di ubriachezza e degli atteggiamenti favorevoli alla pratica di comportamenti a rischio quali l'ubriacarsi una volta a settimana o il consumo quotidiano eccedentario;*
- *i giovani italiani di 15-24 anni monitorati da recenti indagini europee Flash Eurobarometro risultano, in rapporto ai loro coetanei europei, fra quelli che percepiscono maggiormente (oltre la media europea) il rischio del bere regolare e sono al primo posto per la percezione del rischio del bere occasionale;*
- *continua il trend discendente del tasso nazionale di ospedalizzazione per diagnosi totalmente alcol attribuibili, in atto dal 2002 (che trova riscontro anche a livello regionale, sebbene con andamenti diversi nelle singole Regioni) e della mortalità per cirrosi epatica;*
- *continua a diminuire il numero degli incidenti stradali e la percentuale di incidenti del venerdì e sabato notte in rapporto al totale degli incidenti notturni;*
- *si conferma, secondo i dati del sistema di sorveglianza PASSI, la tendenza alla diminuzione delle persone che guidano l'auto o la moto dopo aver bevuto nell'ora precedente almeno due unità alcoliche, che nel 2011 risultano il 9% degli intervistati contro il 12% del 2008.*

Certo, siamo consapevoli che molto resta da fare tuttavia qualcosa di importante è stato fatto. Per quanto riguarda la Federazione, segnalo ad esempio lo sviluppo di una APP, insieme a 3G ed alla Fondazione Veronesi, che consente di tenere memoria di quanto si consuma e stimare il livello di alcolemia nel sangue. Si tratta di uno strumento che aiuta a sensibilizzare gli utenti sul tema alcol e guida perché aiuta a stimare la concentrazione di alcol nel sangue così da tener conto dei limiti di legge; nello stesso tempo, può essere uno strumento che aiuta a prendere conoscenza e coscienza dei propri comportamenti aiutando a verificare quale siano le modalità più attente di consumo.

Siamo convinti che i comparti rappresentati dalla Federazione illustrino, con orgoglio e competenza, il meglio delle tradizioni culturali ed enogastronomiche del nostro Paese, beni fondamentali nella crescita economica e pietra angolare per sviluppare politiche di aumento dell'occupazione.

Chiediamo, in particolare ai nostri interlocutori pubblici, di mostrare consapevolezza per continuare a svolgere il nostro mestiere, con quella passione, responsabilità e determinazione, che ci hanno guidato fino ad oggi e ci guideranno domani ad offrire il nostro contributo, anche economico, alla ripresa del nostro Paese.

## *Il peso fiscale*

È un punto altrettanto dolente rispetto al tema dei consumi sul mercato nazionale ed i messaggi genericamente negativi con il quale spesso li si affronta. Sappiamo bene che in un momento così straordinario come quello che abbiamo vissuto e stiamo vivendo la leva fiscale diventa una degli strumenti maggiormente utilizzati dai Governi: ancor più quando sul gettito fiscale si costruiscono gli scenari economici che devono passare l'esame delle istituzioni internazionali.

I Governi che si sono succeduti nel tempo non hanno costituito eccezione a questa regola ed il risultato finale è stato un indubbio aumento generale del carico fiscale, con due punti di IVA in più ed una fiscalità specifica sulla casa che ha inciso negativamente sulla propensione alla spesa da parte dei consumatori chiamati a fronteggiare anche l'incertezza sull'esatto importo della tassazione.

Queste manovre fiscali hanno toccato tutti ma per quel che riguarda i nostri settori non sono bastate perché abbiamo avuto un carico straordinario, complicato e reso ancor più punitivo dalle modalità con le quali sono state determinati i nuovi livelli di accisa.

Fra la fine del 2013 e l'inizio del 2014 due decreti legge quasi contemporanei, a fronte di alcune voci di spesa, portavano a copertura l'aumento delle accise sugli spiriti - Grappa, amari, limoncello, aperitivi - e sui prodotti intermedi, quali sono i vermouth ed i vini liquorosi, il Marsala fra tutti. Già questo elemento fa rabbrivire perché testimonia di percorsi paralleli nelle strategie economiche che possono mettere a rischio sia la buona riuscita della manovra che si persegue, sia il settore economico produttivo che con tali misure può essere messo in ginocchio.

Ed il rischio è molto alto perché fra le misure originarie e le correzioni intervenute durante i lavori di conversione in legge i settori rappresentati hanno fatto già fronte a ben tre aumenti di imposta, ad inizio ottobre quasi contemporaneamente al secondo punto di IVA aggiunto, al 1° gennaio 2014, al 1° marzo 2014; e se già questo calendario non fosse disastroso di per sé, ci attende una quarta scadenza al 1° gennaio 2015 che porterebbe l'aumento finale a poco meno del 30%.

Non si tratta di un sacrificio indispensabile per superare la crisi: qui siamo di fronte ad uno scenario impossibile sia nei tempi che nelle modalità con il quale è stato disegnato. I nostri Associati si sono trovati addosso tre aumenti ravvicinati, che hanno imposto loro di affrontare una complessa situazione finanziaria per sostenere i versamenti dei maggiori importi di accisa rispetto al momento di recupero di quanto anticipato con il pagamento della merce da parte del consumatore.

Hanno dovuto per tre volte a poca distanza di tempo, adeguare gli importi della cauzioni e della fidejussioni per poter garantire lo Stato sul pagamento dell'accisa.

Ed, infine, hanno dovuto mettere tre volte mano ai sistemi informatici ed amministrativi per gestire i continui cambiamenti.

Come uscirà il consumatore dal caos dei prezzi al consumo visto che i meccanismi di adeguamento dei listini non possono avere lo stesso ritmo di aumenti così ravvicinati nel

tempo? L'accisa, che per sua natura è una imposta al consumo, diviene in questo modo parte di un sistema di concorrenza assolutamente spurio e inaccettabile per gli operatori.

Chi ha affrontato già tre aumenti, non è in grado né può affrontare il quarto: sono gli stessi dati del gettito di questi mesi a testimoniare che quel che i nostri Associati potevano gestire, lo hanno fatto – ribadisco – nella convinzione che fosse un contributo al superamento del momento più critico della crisi economica.

Un altro passo in quella direzione diventa complesso per le migliaia di piccoli e medi operatori che stanno da un lato mantenendo, con la loro presenza diffusa sul territorio, un movimento economico importante: una volta messi in crisi questi operatori, non ci sarebbero altre alternative sul piano locale e si aprirebbero tante falle e smagliature nel contributo alla economia ed ancora di più al Made in Italy.

Chiediamo quindi con forza al Governo ed al Parlamento di verificare il quadro con attenzione: i tre aumenti si sta cercando, con grande coraggio e fatica, di superarli. Il quarto sarebbe, in moltissimi casi e per molte aree, fatale con la beffa di non vedere compensato il valore della manovra a fronte di conseguenti ulteriori consumi calanti e minor gettito.

La materia fiscale non si ferma solo al gravissimo problema degli aumenti di accisa: diamo quindi uno sguardo agli altri aspetti tecnici che rivestono notevole importanza per l'attività delle aziende: primo tra tutti è senza dubbio quello relativo alla riforma del Testo Unico delle Accise.

Tale opportunità discende da una delega all'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli che potrà predisporre ed emanare, al più tardi entro marzo 2015, un nuovo Testo Unico delle Accise che, nel rispetto dei vincoli imposti dalla Direttiva CE n.118 del 2008, consenta di accedere al massimo delle semplificazioni, ferme restando le giuste potestà di controllo dell'Amministrazione.

L'obiettivo è ambizioso e l'opportunità deve essere colta: semplificare vuol dire, innanzitutto, ridurre al minimo gli adempimenti amministrativi delle aziende, anche al fine di contenere i relativi costi e preservare tempo, energie e risorse da dedicare allo sforzo produttivo.

L'informatizzazione delle accise è giunta a buon punto e se ne cominciano a vedere i risvolti positivi, apprezzati anche dalle aziende. Insomma, a fronte degli investimenti, per la formazione delle risorse umane e per l'acquisto degli strumenti informatici, le Aziende stanno verificando il vantaggio del più rapido confronto con le Amministrazioni, nazionale e comunitarie.

In Federvini è stato immediatamente creato uno specifico gruppo di lavoro proprio per seguire le attività preparatorie dell'Agenzia e per mettere a punto le proposte di modifica non solo al Testo Unico Accise vigente ma anche ai molteplici decreti ministeriali di attuazione dello stesso.

Il lavoro da svolgere è indubbiamente di grandissima rilevanza ed è un'opportunità da non perdere. Il processo di telematizzazione delle accise riguarda, infatti, molteplici aspetti delle diverse attività dei depositi fiscali di alcool e bevande alcoliche, rendendo gli



stessi, di fatto, controllabili praticamente on line.

Il lavoro di revisione del Testo Unico delle Accise non sarà, per parte nostra, dedicato soltanto alla semplificazione amministrativa, ma soprattutto a ridurre al minimo le inutili immobilizzazioni finanziarie, in virtù, come detto, della possibilità di effettuare i controlli on line ed in tempo reale.

Sempre con la finalità della massima semplificazione, stiamo attivamente collaborando con l'Agencia delle Dogane e dei Monopoli per l'implementazione del Progetto RE.TE., cioè dei Registri Telematici dei depositi fiscali.

Abbiamo candidato alcune aziende Associate che parteciperanno alla fase sperimentale di tale importante progetto che prenderà le mosse proprio in questi giorni. Si tratta anche in questo caso, di una nuova e ulteriore funzionalità che consentirà di passare dall'attuale sistema cartaceo ad un sistema telematizzato in cui sia privilegiato lo snellimento delle procedure amministrative con conseguente maggiore rapidità del dialogo tra impresa ed Amministrazione.

## *Export*

Sentiamo continuamente affermare che i nostri settori hanno goduto di una situazione ben differente rispetto ad altri settori produttivi nazionali grazie ai valori conseguiti con l'esportazione. È vero ma non è certo un dato casuale, visto che tutti gli operatori hanno raddoppiato le energie dedicate ai mercati esteri per compensare la complicazione del mercato interno e che il settore vitivinicolo ha aggiunto importanti investimenti per accompagnare i fondi destinati alla promozione sui mercati dei Paesi terzi.

I produttori dei nostri settori da tempo viaggiano per il mondo, altrimenti le nostre produzioni non avrebbero raggiunto quel successo mondiale che è loro attribuito o taluni marchi e prodotti non sarebbero oggi considerati icone del nostro paese. Come detto, un aiuto è arrivato anche dalla misura "promozione" inserita nella riforma OCM del 2008: a più riprese la Federazione aveva chiesto misure disegnate dalla prospettiva di mercato da parte dell'Unione europea, perché solo rinforzando le posizioni sui mercati avremmo potuto dare slancio alla produzione europea nel suo insieme e per ciascuno dei singoli sistemi nazionali.

I risultati conseguiti in questi anni testimoniano della bontà di questa misura e della esigenza di analizzare con attenzione quanto fatto finora per evitare di perdere la spinta che l'insieme dei fondi comunitari e privati portano al settore.

I fondi OCM sono indispensabili per mantenere la competitività del sistema a fronte della concorrenza degli altri paesi membri e dei produttori extra UE. Tuttavia, è diffusa la sensazione che ci troviamo di fronte ad atteggiamenti difformi nel sistema di allocamento dei fondi tra il nostro paese e gli altri paesi membri. Studiare quanto fanno altri sistemi è indispensabile; ispirarsi a dei modelli positivi, infatti, può essere utile per aiutarci nelle scelte visto che gli effetti di queste azioni incidono anche sulla nostra capacità di fare concorrenza.

Un piccolo esempio è rappresentato dalla suddivisione dei fondi nel nostro paese. Essa sembra essere effettuata guardando con un occhio più attento e preoccupato più al peso politico tra il centro e le periferie, piuttosto che allo scenario competitivo, primo indicatore di chi, dove e come dovrebbe investire. Bisognerebbe tornare a disegnare una strategia di sistema ed ovviamente porsi il tema di come raggiungere quei fatidici 7 miliardi di euro di export posti dal Governo come obiettivo per il settore vinicolo: non è certo un obiettivo irrealista, ma non è neanche agile il suo raggiungimento senza un opportuno cambio di passo.

E teniamo conto che sono molte le difficoltà tecniche che il nostro export deve affrontare, dalla Russia ed i possibili cambi di legislazione, all'India che proprio a marzo ha improvvisamente cambiato le regole di presentazione, con conseguenti difficoltà se non veri e propri blocchi, in quanto non ha concesso dei tempi di adeguamento. Sono molti i container che sono stati fermi e con molte incertezze cominciano solo ora ad essere sbloccati. E sono molti ancora gli esempi che potrei portare, a testimonianza che le normative tecniche diventano talvolta i veri rubinetti con i quali singoli paesi regolano le importazioni sul proprio territorio.

Ma alcune considerazioni più articolate intendo dedicarle al caso della Cina. A luglio

2013, quasi un fulmine a ciel sereno, le importazioni di vino europeo sono state oggetto di una denuncia, da parte di un'associazione cinese di produttori di vino, per accertare i presunti danni subiti dagli operatori cinesi a fronte di quelli che ritenevano essere i benefici di cui godono i produttori europei grazie alla OCM

La procedura è stata aperta nel pieno rispetto delle regole del WTO, in parallelo alle procedure con le quali l'UE considerava le importazioni nell'Unione europea di pannelli solari ed ha obbligato fra luglio ed agosto a mettere in moto una importante attenzione al dossier, visto che nelle fasi iniziali i singoli produttori hanno dovuto registrarsi ed interloquire con le Autorità cinesi.

Non entro nel dettaglio sull'attività di quelle settimane: sottolineo invece l'importanza del gioco di squadra. Mi fa piacere ancora una volta ringraziare il Vice Ministro Calenda e tutto il suo staff: l'immediata percezione della dimensione del problema ha portato a mettere all'opera un *task force* ed una perfetta regia che ha permesso di compiere efficacemente i primi passi insieme agli esponenti dei Ministeri degli Affari Esteri e delle Politiche Agricole e dell'Agenzia per l'Internazionalizzazione, l'ex ICE, pur in un momento complesso per la sua riorganizzazione.

È poi intervenuto, opportunamente, il momento del dialogo e del confronto: qui è stata la nostra Associazione europea, il Comité Vins a prendere il testimone per confrontarsi con l'Associazione cinese e cercare di dipanare la matassa, sempre seguita in questa attività, dalla Commissione UE ma anche dai Governi nazionali attraverso noi associazioni nazionali.

Il risultato di questo sforzo è giunto con la firma del *Memorandum of Understanding* che ha portato l'Associazione cinese a ritirare la denuncia, bloccando la procedura che avrebbe potuto portare all'applicazione proprio in queste settimane di dazi all'importazione in Cina dei vini originari dell'Unione europea. Ancora non è giunto il momento di considerare chiuso il dossier perché dobbiamo realizzare con la professione europea tutto quanto indicato nel memorandum, ma abbiamo avuto la prova che è possibile – e lo sappiamo fare bene – attivarsi in maniera coordinata ed efficace.

Ma accanto alle ombre, si profilano nuove, interessanti ed importanti prospettive in materia di commercio internazionale.

Il negoziato per il raggiungimento di un accordo commerciale bilaterale UE-USA, dopo l'analogo accordo raggiunto nell'ottobre scorso col Canada, sembra in dirittura di arrivo: potrebbe portare rapidamente alla reciproca liberalizzazione daziaria sui due mercati e alla creazione di maggiori salvaguardie, proprio in tema di difesa dei marchi e delle indicazioni geografiche, temi sui quali i nostri settori da anni si battono per vedere compiuti dei passi in avanti. Certamente l'accordo con gli USA sarà un passo importante mentre quello con il Canada potrà sortire i suoi migliori effetti solo dopo che, nei differenti stati, siano superate le limitazioni ed i condizionamenti che il sistema locale di monopolio impongono alla commercializzazione dei nostri prodotti.

Ed è vivo auspicio che gli esiti del FTA con il Canada in materia di proprietà intellettuale

e difesa e tutela delle denominazioni e dei marchi – attraverso anche la clausola della evocazione che di per sé può essere oggetto di contestazione - possa costituire la base di partenza per i colloqui in corso con gli USA, che pure presentano delle criticità e prevedono dei tempi relativamente lunghi di attuazione.

Costruire un'area di libero scambio tra le due sponde dell'Atlantico sarà un risultato storico, con vantaggi commerciali enormi per le imprese di ambo le parti e un incremento significativo del volume d'affari.

## *Attività Sindacale*

In tema di relazioni industriali, il 2013 è stato un anno denso di attività, caratterizzato dalla gestione e dalla attuazione degli impegni assunti nel CCNL, rinnovato nell'ottobre del 2012, a partire dal welfare.

In particolare, il 22 gennaio 2014 le Associazioni Industriali e le Organizzazioni sindacali hanno sottoscritto un Accordo nazionale per rendere operativo l'impegno concernente il sostegno della maternità e della paternità per il periodo di astensione facoltativa post partum. Le parti hanno concordato di assicurare la gestione di tale intervento attraverso il fondo di assistenza integrativa di settore (FASA), che ha rapidamente organizzato, in forma mutualistica, l'erogazione di una diaria per integrare l'indennità riconosciuta dall'Inps nello stesso periodo.

È indubbio che il FASA è partito con il piede giusto ed il bilancio di un anno e mezzo di attività è soddisfacente: la prestazione assistenziale è stata apprezzata dagli aventi diritto e il meccanismo ha ben funzionato, consentendo al fondo, per l'anno 2013, di liquidare oltre 900 pratiche, riuscendo ad offrire una prestazione assistenziale integrativa pari a circa l'80% in media delle retribuzioni degli interessati.

Inoltre dopo il primo anno e mezzo è stato possibile introdurre un netto miglioramento delle prestazioni erogate sia in termini di voci che di importi. In base alla nuova convenzione stipulata dal primo marzo 2014, sono state ampliate e migliorate le aree di garanzia, introducendo un sistema rimborsuale diretto tramite strutture convenzionate. Inoltre possono usufruire delle prestazioni anche i componenti del nucleo familiare, coniuge e figli fiscalmente a carico dell'iscritto, mantenendo fermo il contributo aziendale ai 120 euro/anno per dipendente previsti dal contratto.

Ancora: il 10 ottobre 2013, è stato sottoscritto tra le Associazioni industriali alimentari e le Organizzazioni sindacali Fai-Cisl, Flai-Cgil, Uila-Uil l'Accordo per l'attuazione dei rinvii alla contrattazione previsti dalla Legge 9 agosto 2013, n. 99. Da sottolineare che il settore alimentare è stato il primo (e l'unico nel panorama del manifatturiero) ad avere adattato e migliorato le disposizioni contrattuali ai rinvii ai CCNL previsti dalla legge 9 agosto 2013, n. 99, finalizzata proprio a realizzare misure straordinarie per la promozione dell'occupazione giovanile.

In sintesi l'intesa, che modifica ed aggiorna l'art 18 del CCNL di categoria sulla base delle novità legislative sopravvenute (L. 99/2013):

- precisa che l'Accordo di settore del 17.3.2008 sulla stagionalità soddisfa i requisiti legali per la non applicazione di intervalli temporali tra più contratti a tempo determinato stipulati con il medesimo lavoratore;
- prevede l'applicazione di intervalli temporali ridotti di 5 o 10 giorni (rispetto a quelli ordinari di legge, pari a 10 o 20 giorni tra un contratto ed un altro), rispettivamente per i rapporti a termine con durata fino a 6 mesi o superiore a 6 mesi, per tutte le tipologie di assunzione a termine con causale ex art. 1 del DLgs 368/2001 (ragioni di carattere tecnico, produttivo, organizzativo o sostitutivo);

- individua ulteriori ipotesi di assunzione, rispetto a quella di legge, per le quali non è richiesto il requisito delle ragioni giustificatrici dell'apposizione del termine (cd. ipotesi acausali di contratto a termine):
  1. possibilità di instaurare un secondo rapporto a tempo determinato acausale, rispetto al primo rapporto acausale già previsto dalla legge con lo stesso datore di lavoro, la cui durata non può eccedere i 12 mesi; tale secondo rapporto di lavoro acausale, a tempo determinato, potrà avere una durata non superiore alla durata del primo contratto comprensiva di eventuale proroga, e dovrà riguardare le stesse mansioni;
  2. un rapporto a tempo determinato acausale, di durata non superiore a 12 mesi, con soggetti che con lo stesso datore di lavoro abbiano precedentemente avuto altri rapporti di lavoro a tempo determinato ai sensi dell'art. 1, primo comma del DLgs 368/2001. Tale ipotesi si distingue dalla prima in quanto consente di riassumere con contratto acausale anche lavoratori precedentemente assunti a termine con causale dall'azienda;
- prevede la possibilità di non applicare intervalli temporali per le assunzioni acausali di cui al punto precedente. Resta ferma la possibilità di instaurare un secondo contratto acausale a prescindere dal lasso temporale intercorrente con il contratto precedente.

In materia di Cassa Assicurativa Rischio Vita, nel mese di Luglio 2013, il Consiglio di Amministrazione ha stipulato una nuova polizza assicurativa che ha notevolmente migliorato i massimali assicurati per tutte le fasce d'età contemplate dalla convenzione.

Concludo questo excursus sulla materia sindacale con Alifond, il Fondo di previdenza complementare di settore, evidenziando che è stato dato avvio alla gestione finanziaria multi comparto, affidando la gestione finanziaria ad un numero elevato di intermediari, con il duplice fine di diversificare il rischio e migliorare il rendimento finanziario dei tre comparti d'investimento: garantito, bilanciato e dinamico.

## *La legislazione vinicola*

Sono tante le considerazioni e gli spunti su questo argomento. Mi limito a toccare due temi di maggior rilievo: il passaggio dalla disciplina dei diritti di impianto alle autorizzazioni previste con la recente riforma della OCM vino e la riscrittura delle regole nazionali, in parte di scenario, in parte di applicazione e completamento delle regole europee.

La prima è materia molto delicata sulla quale andiamo a giocare le sorti del futuro della nostra enologia ed allo stesso tempo, il futuro dei nostri produttori. Stiamo perdendo su base annua, per varie ragioni, importanti superfici destinate alla viticoltura: alcune di queste perdite sono sicuramente compensate da nuovi investimenti ma altre le possiamo misurare solo a distanza di tempo, quando le cifre effettive emergono attraverso le denunce ed i rilevamenti.

È fatto noto a tutti che la proprietà agricola in Italia è polverizzata tanto da avere dimensioni medie decisamente inferiori ai colleghi spagnoli e francesi. E proprio questa polverizzazione porta alla scomparsa di anno in anno, di superfici che i proprietari non hanno più le forze o la voglia di condurre. E se d'istinto vengono definite "proprietà marginali" il loro insieme, in termini di superficie totale annua ma soprattutto in termini di conoscenza e professionalità, è tutt'altro che marginale.

Stiamo verificando questa situazione con molto ritardo, quando il rischio che le nuove misure di crescita del vigneto europeo, in base alla nuova disciplina delle autorizzazioni agli impianti, possa risultare addirittura inferiore appunto a questa fetta di vigneto che perdiamo in sordina: come detto, ne va della nostra futura capacità competitiva e ne va anche di una parte importante della agricoltura tradizionalmente più collinare.

Non c'è dubbio che la posizione ed il rispetto che i vini italiani hanno raggiunto in questi anni, è frutto diretto dei grandi investimenti operati nel passato sui vigneti, per impiantarli con sistemi più moderni, introducendo varietà qualitativamente più importanti e ponendo grande attenzione nella cura degli stessi per ottenere le migliori caratteristiche in fase di vendemmia.

A questi sono stati affiancati altrettanti ed importanti investimenti nelle cantine, anche qui per tener conto delle migliori tecnologie e per sviluppare le migliori caratteristiche qualitative dei vini, con un occhio attento alle attese del consumatore e dei mercati. Inutile aggiungere che molti degli investimenti hanno anche consentito di migliorare la gestione ambientale e la sostenibilità dei vigneti e delle cantine.

Ma molto è stato fatto anche per migliorare le garanzie che i produttori possono offrire al consumatore sul rispetto di tutte le regole, generali e specifiche dei singoli disciplinari, così da avere la certezza che quanto sta acquistando corrisponde proprio a quel che è scritto nella etichetta. La tracciabilità è una parola chiave, ma è anche un percorso affrontato con determinazione e successo: per questo non dobbiamo aver timore di verificarne continuamente il funzionamento ed adeguarlo dove possibile per evitare duplicazioni di controlli e sovrastrutture onerose che altre enologie europee, altrettanto blasonate hanno saputo gestire in modo differente.

Ed un'occasione propizia è offerta dai lavori affrontati dalla larghissima maggioranza

delle associazioni ed enti della filiera vitivinicola che ha portato, dopo un lungo ed attento confronto, ad offrire al legislatore un testo unico riassuntivo. Come tutti noi Presidenti delle associazioni che hanno lavorato al testo unico in occasione della sua presentazione, posso dire che esso rappresenta una proposta di compromesso fra le diverse esigenze messe in luce durante il confronto, ma è anche un testo di base destinato ad accogliere quelle integrazioni e quelle miglorie che il confronto fra Governo e Parlamento sicuramente apporterà.

Sarà anche l'occasione per affinare le disposizioni in materia di aceti. Abbiamo due importanti obiettivi: il primo è fornire agli operatori strumenti analitici a supporto del mercato che consentano di accertare le caratteristiche del prodotto ed avere certezza della sua rispondenza alle singole definizioni di produzione. È stato avviato un lungo lavoro di confronto, sia in Italia sia presso l'OIV, e grazie anche all'attività dell'Istituto di San Michele all'Adige sono stati riconosciuti nuovi metodi di analisi che effettivamente aiutano al raggiungimento di questi risultati.

Il secondo obiettivo è il rafforzamento della tutela del nome aceto insieme alla tutela integrale delle denominazioni di prodotti straordinari ed unici come gli aceti balsamici tradizionali di Modena e Reggio Emilia che hanno ottenuto il riconoscimento DOP e l'aceto balsamico di Modena che ha ottenuto il riconoscimento come IGP. Si intende vedere riconosciuto, grazie al testo normativo di riscrittura delle disposizioni vitivinicole, che il termine aceto, al di fuori dei prodotti ottenuti con la doppia fermentazione, in queste sole denominazioni è storico e tradizionale; e che l'abbinamento dei termini aceto balsamico è altrettanto storicamente e tradizionalmente utilizzato solo per quelle tre denominazioni e non può quindi essere impiegato al di fuori di quei casi.

Desidero intanto inviare a nome di tutti gli Associati un particolare ringraziamento al Presidente della Commissione Agricoltura della Camera, on.le Luca Sani, che ha voluto sottoscrivere il testo e metterlo subito nel calendario dei lavori della commissione: sono certo che non farà mancare le occasioni di confronto ed approfondimento ma certamente farà di tutto perché i lavori procedano rapidamente. Ed un in bocca al lupo all'on. Fiorio, relatore sul provvedimento, certi della sua convinzione nel trasferire quanto prima al Senato, un testo affinato, condiviso e soprattutto utile per un settore di così grande valore per l'economia italiana



*Il Reg. (UE) 1169/2011 - Le informazioni al consumatore*

La materia dell'informazione al consumatore - come noto - è stata oggetto di una profonda e complessa revisione nel mercato unico con l'adozione del Regolamento (UE) 1169/2011 che dal 13 dicembre 2014 andrà in applicazione. È un percorso importante perché da una direttiva, con le relative misure di implementazione nazionale, si è passati ad un regolamento che va in vigore nello stesso momento e con le stesse norme nei 28 paesi dell'Unione.

Avremo cambiamenti che toccano immediatamente la presentazione dei nostri prodotti così come quella di qualsiasi prodotto alimentare, ma dobbiamo ancora attendere delle riflessioni specifiche per quel che riguarda le dichiarazioni della lista degli ingredienti e dei valori nutrizionali nella presentazione delle bevande alcoliche.

In questo senso sono già al lavoro le nostre Associazioni europee - CEEV, Spirits Europe e Culinaria Europe - sia per quel che riguarda le prime misure applicative in riferimento agli specifici prodotti, sia per quel che riguarda le future misure di completamento.

Sul piano nazionale, Federalimentare, insieme alle Associazioni nazionali di categoria aderenti, sta finalizzando la stesura di Linee Guida interpretative dirette ad agevolare la comprensione e il rispetto delle nuove disposizioni da parte delle Aziende.

La Federazione ha inoltre intrapreso un'azione di confronto e analisi approfondita. Lo scopo è quello di garantire il pieno adeguamento dell'ordinamento nazionale al quadro comunitario e fornire agli operatori le indicazioni necessarie a delineare un quadro operativo certo in tempi ragionevoli.

*Il regolamento 110/2008 - Le bevande spiritose*

La Federazione ha lavorato intensamente nel corso del 2013 sul regolamento 110 e sulle misure di applicazione che i servizi della Commissione hanno predisposto in materia di prodotti composti: si sono dovuti affrontare diversi punti di vista fra le Associazioni nazionali presenti nella nostra associazione europea Spirits Europe a fronte di differenti, quando non addirittura totalmente assenti, disposizioni nazionali di produzione e presentazione; ma è stato anche affrontato un importante confronto interno sul corretto modo di leggere ed applicare le disposizioni.

Indubbiamente è stato un riconoscimento alle analisi condotte, la conferma da parte dei servizi della Commissione UE sulle modalità di lettura operate dalla Federazione, che consentono alle aziende associate di procedere alla predisposizione delle etichette dei prodotti composti nelle giuste modalità e nei termini di adattamento previsti dallo stesso regolamento di applicazione 716/2013: si tratta di quelle particolari bevande spiritose nella cui composizione viene impiegata una delle bevande spiritose la cui definizione è presente nell'allegato II del regolamento 110 e la cui presenza è citata nella presentazione del nuovo prodotto.

Contemporaneamente sono proseguiti i lavori per la predisposizione delle schede tecniche relative alle indicazioni geografiche presenti nell'allegato III del Regolamento 110. Dobbiamo purtroppo constatare che nonostante l'attenzione e l'impegno del Ministero delle Politiche Agricole, continuano le osservazioni della Commissione UE sulla norma che introduce l'obbligo dell'imbottigliamento in Italia della Grappa: la previsione di entrata in vigore di questo obbligo, fissata originariamente al 1° gennaio 2012 è stata già, con due diversi provvedimenti, fatta slittare al 1° luglio 2014.

Non sappiamo quale decisione sarà ora presa dalle nostre Autorità, mentre ci sembra di dover registrare un atteggiamento molto rigido da parte della Commissione UE, tanto da ipotizzare un ricorso alla Corte di Giustizia qualora l'Italia confermi l'obbligo dell'imbottigliamento.

## *Il regolamento 251/2014 - I vini aromatizzati e le bevande a base di vino*

Pur portando come anno di pubblicazione in gazzetta quest'anno, i lavori preparatori più intensi si sono svolti proprio nel corso del 2013 sia a livello di Consiglio UE che di Parlamento europeo: si è trattato infatti di riscrivere il regolamento 1601 che fin dal 1991 aveva consentito al settore sia di definire le denominazioni tradizionali, sia di consentire di sviluppare nuovi prodotti attraverso una cornice regolamentare comune.

È un settore nel quale ancora una volta l'Italia è leader, visto che quasi il 70 % del prodotto che circola nell'Unione Europea proviene proprio da produttori italiani. Non deve stupire quindi la grande attenzione che la Federazione ha dedicato alla procedura trovando sia nel nostro ministero delle politiche agricole sia nel relatore al parlamento europeo, on.le Paolo Bartolozzi, grandissima attenzione e piena condivisione delle proposte di soluzione sui punti, pochi per fortuna, più controversi.

Il risultato finale è in piena sintonia con le attese ed è forte la convinzione che potrà accompagnare il settore anche nella ricerca di innovazione, pur salvaguardando ancora una volta le produzioni e le denominazioni tradizionali.

Siamo ora pronti ad affrontare i lavori per le misure applicative, cominciando proprio dalla regolamentazione delle pratiche enologiche e dei metodi di analisi che l'OIV ha già messo a punto: in queste materie, data la totale prossimità con il settore vitivinicolo, è stata infatti adottata dalle Istituzioni europee la stessa impostazione di questo settore, riprendendo le normative OIV senza dover procedere a rielaborare altri elenchi o definire nuovi metodi di riferimento.

## *Rapporti associativi*

Prima di chiudere questa relazione, voglio spendere due parole su alcuni aspetti del mondo associativo, alla luce della esperienza che i due mandati hanno aggiunto alla mia conoscenza e alle Associazioni con le quali sono venuto in contatto proprio nel ruolo di Presidente della Federvini.

Intendo dire due parole su Federalimentare che da tempo sta attraversando una crisi importante che ha portato ad assistere a momenti molto delicati dello spirito e del vincolo associativo: è fortissimo l'augurio che ci sia la volontà di tutti di condividere e definire una strada che ne consolidi e valorizzi il ruolo per tutto il settore alimentare in linea anche con la riforma che Confindustria ha delineato.

Ben diversa è invece la situazione in Federvini: abbiamo avviato con le modifiche allo statuto, una revisione importante che era stata sollecitata a più riprese ed intendiamo proseguire nel dialogo, *in primis* con l'Unione Italiana Vini, per individuare le soluzioni migliori che offrano alle imprese vinicole servizi adeguati al ruolo ed all'immagine che hanno raggiunto. Abbiamo già intrapreso e continueremo a farlo un percorso che aumenti la valorizzazione e la rappresentatività di tutti i settori che la nostra Federazione coinvolge.

## *Conclusioni e ringraziamenti*

Sono tanti, anzi tantissimi, i ringraziamenti che vorrei porgere alla fine di questo impegno, che ho potuto affrontare grazie soprattutto alla condivisione di ogni momento ed all'aiuto in ogni decisione che ho ricevuto dai colleghi del Consiglio. Non si tratta più di legami di lavoro ma di stima, amicizia e conoscenza reciproca ben più importante che per me rimarrà per sempre.

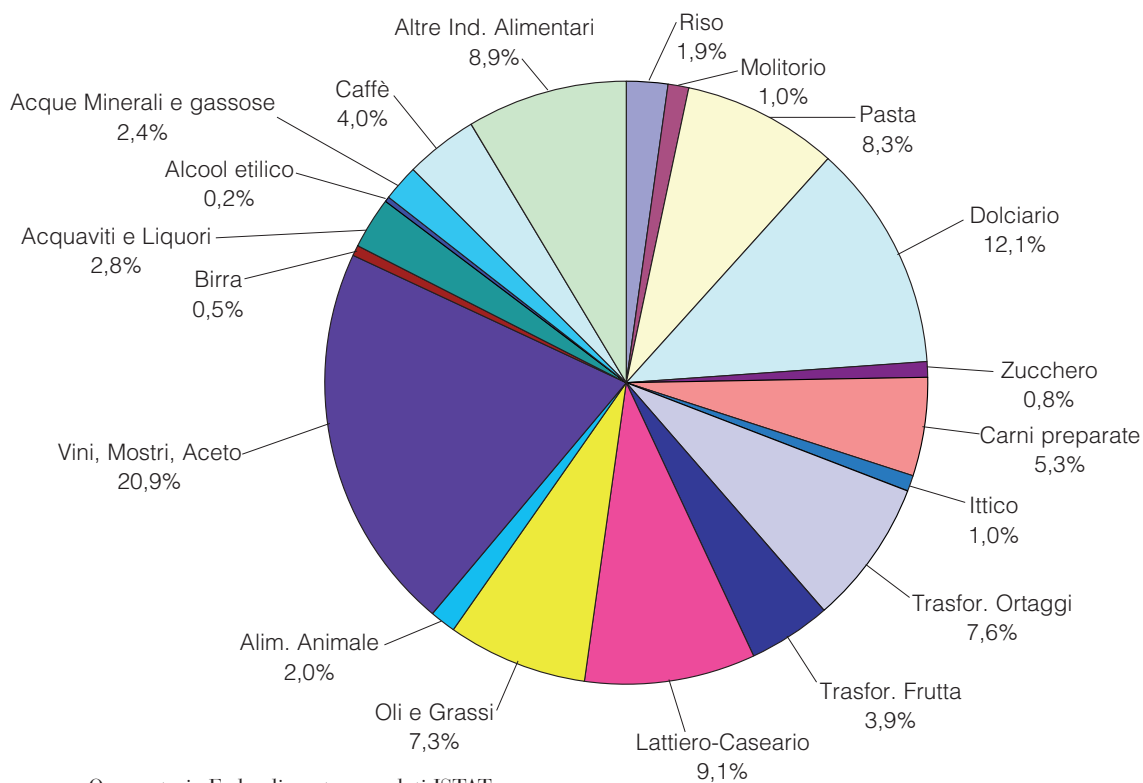
Un ulteriore e particolare ringraziamento lo voglio anche dedicare a tutte le presone che hanno lavorato per 6 anni con me e facenti parte del team di Federvini guidate da Ottavio Cagianò de Azevedo e Gianluca Volpi che mi hanno dato tanto supporto e permesso di svolgere con sentimenti di stima, professionalità, dedizione e grande fiducia il mio mandato.

E per evitare di dimenticare qualcuno nel lungo elenco che dovrebbe ricordare Esponenti dei Governi che si sono succeduti, Parlamentari nazionali ed europei, esponenti delle Istituzioni europee e dei nostri ministeri, i rappresentanti e gli esponenti delle organizzazioni sociali ed economiche, invio un GRAZIE fortissimo a tutti, certo che un buon bicchiere ci farà sicuramente incontrare di nuovo.... anche perché prima di tutto noi lo vediamo mezzo pieno in quanto il resto lo abbiamo bevuto in modo responsabile ed in stile Mediterraneo.

## **Tabelle e grafici**

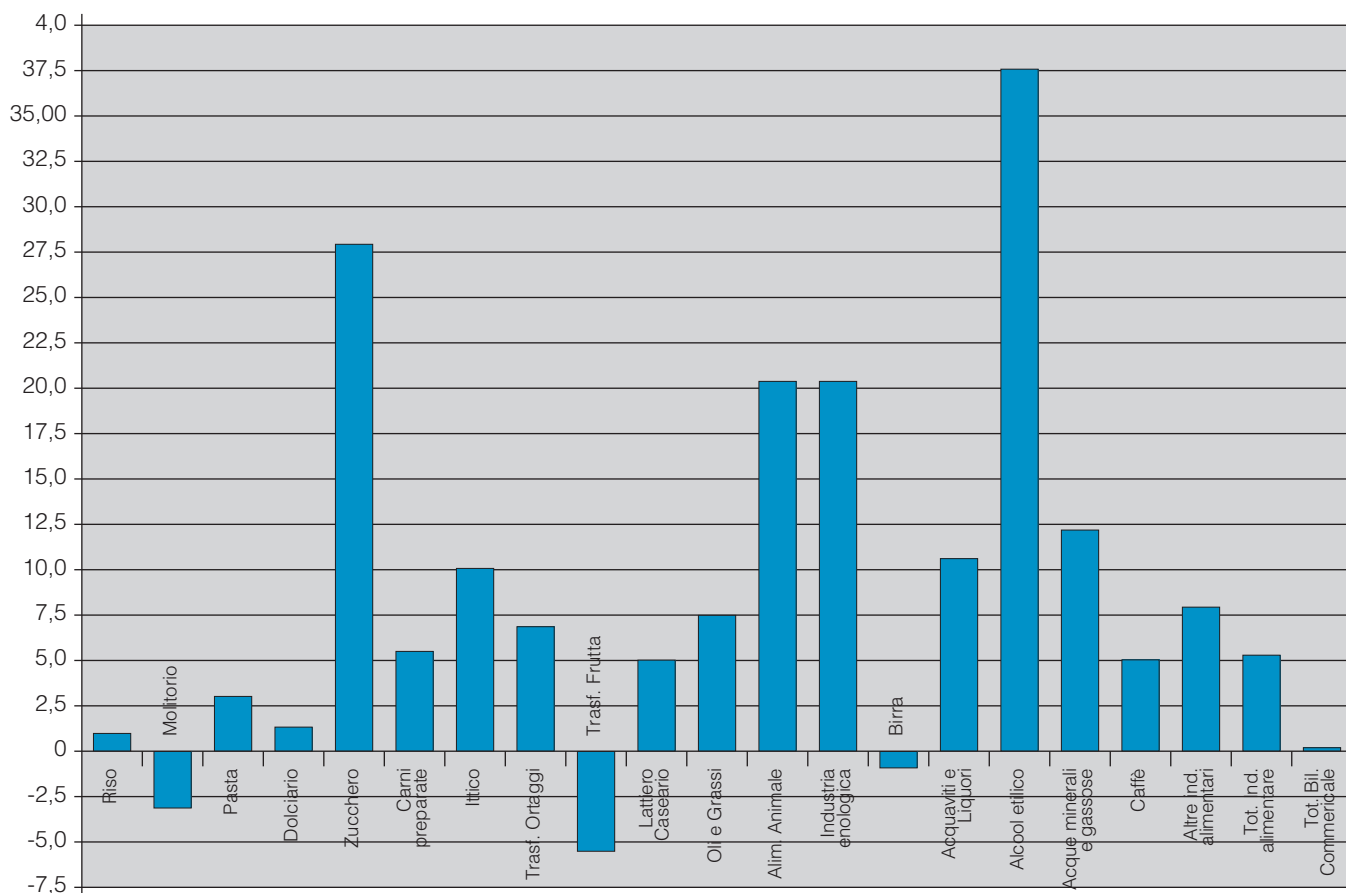
**I dati dell'Osservatorio di Mercato Federvini/Ac Nielsen  
sono sul sito della Federazione [www.federvini.it](http://www.federvini.it)**

**Grafico 1**  
**L'export dell'industria alimentare nel 2013**



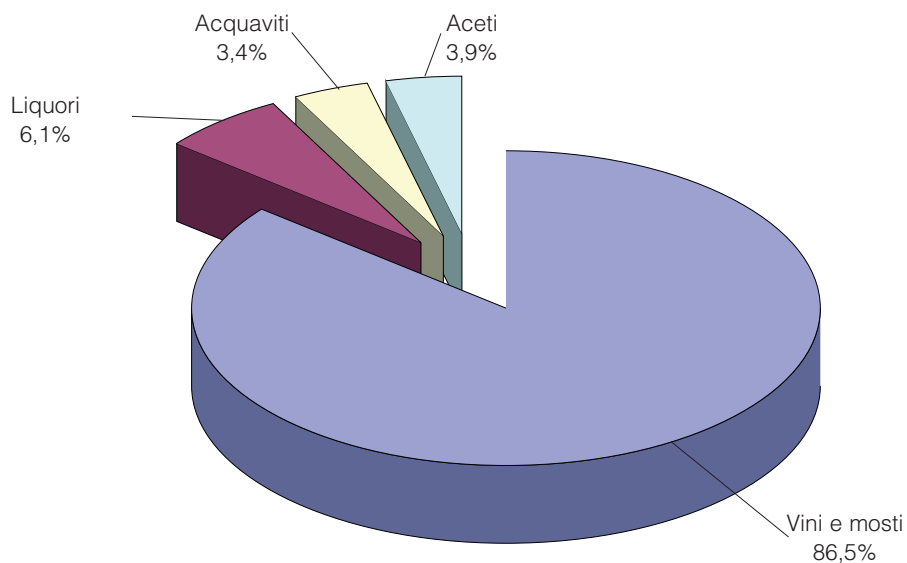
Osservatorio Federalimentare su dati ISTAT

**Grafico 2**  
**Export industria alimentare: le dinamiche in valuta**



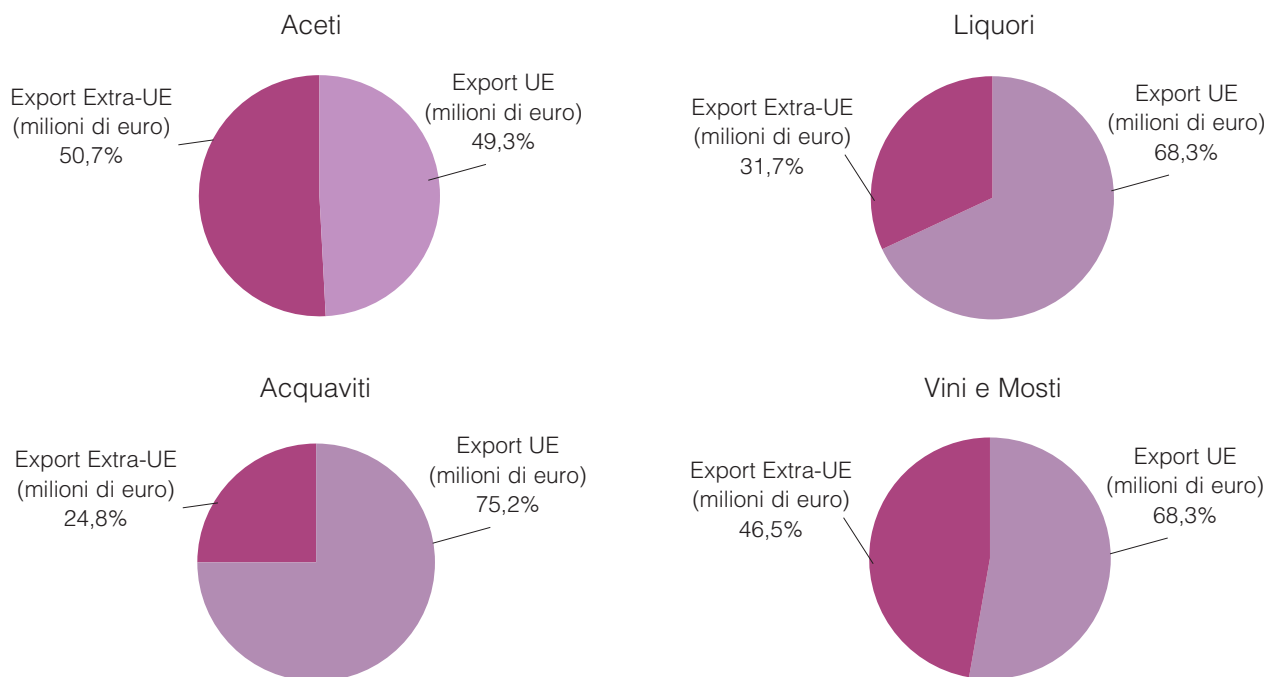
Osservatorio Federalimentare su dati ISTAT

**Grafico 3**  
**Composizione delle esportazioni per l'intero comparto**  
**(espressa in valore)**



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

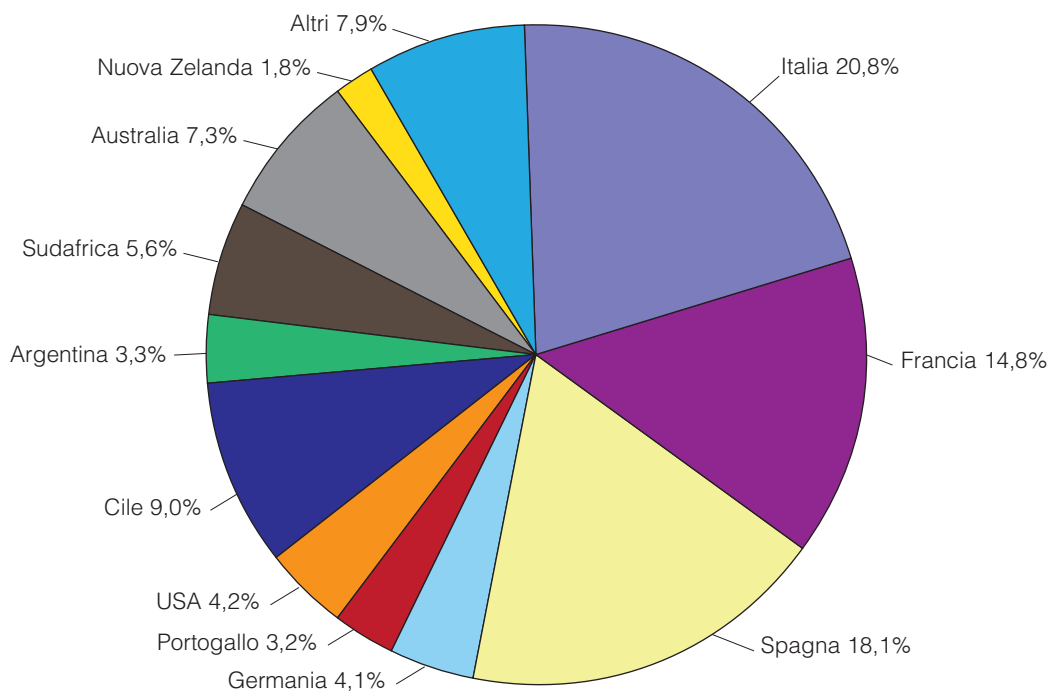
**Grafico 4**  
**Export verso UE e verso Mondo per l'intero comparto**  
**(espressa in valore)**



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

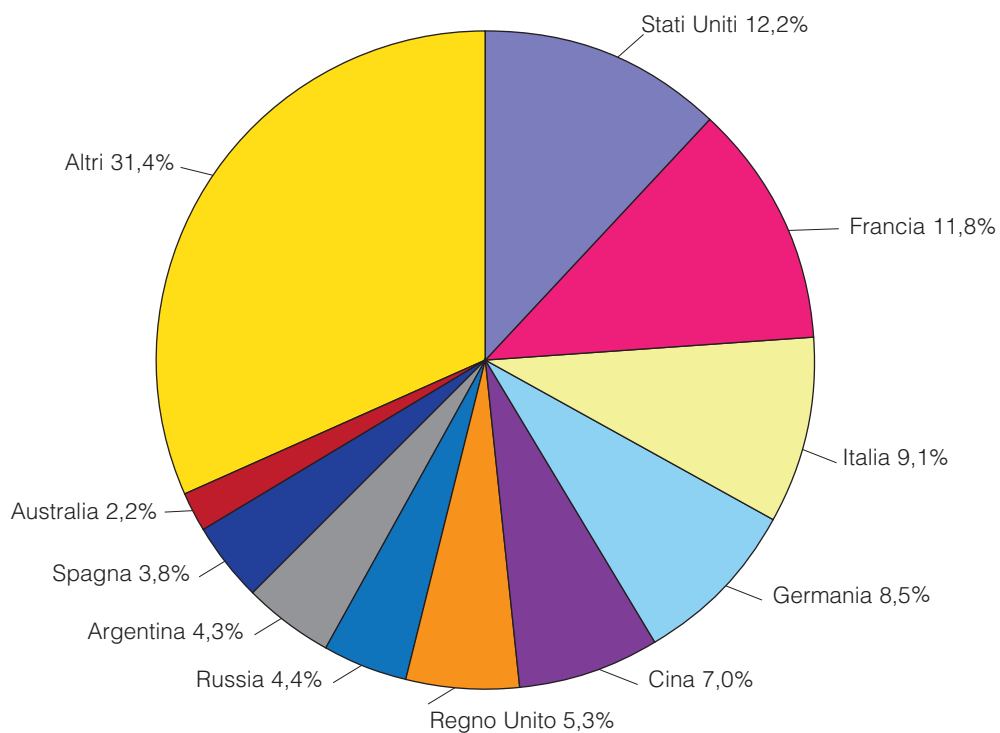


**Grafico 5**  
**L'esportazione vinicola dei principali esportatori nel 2013**  
**in milioni di hl**



Osservatorio Federvini su dati OIV

**Grafico 6**  
**I maggiori Paesi consumatori di vino nel mondo**  
**in milioni di hl**



Osservatorio Federvini su dati OIV

*Tabella 1*  
**Importazioni**

	QUANTITÀ (in 000 hl)			VALORE (in milioni di euro)		
	2012	2013	var. %	2012	2013	var. %
Vini e Mosti	2.777,495	2.711,117	-2,4	308,265	322,926	4,8
Vini aromatizzati	21,207	18,332	-13,6	2,104	1,940	-7,8
Liquori ed altre bev. alcoliche	hn 37,621	37,306	-0,8	51,886	55,229	6,4
Acquaviti	hn 279,780	250,848	-10,3	208,866	201,024	-3,7
Aceti	447,646	408,061	-8,8	119,644	17,171	-12,6

Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

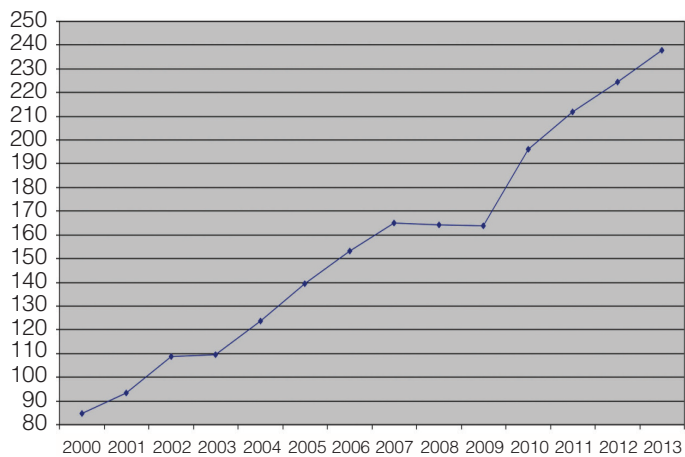
*Tabella 2*  
**Esportazioni**

	QUANTITÀ (in 000 hl)			VALORE (in milioni di euro)		
	2012	2013	var. %	2012	2013	var. %
Vini e Mosti	22.600.501	21.556.771	-4,6	4.867,533	5.223,883	7,3
Vini liquorosi	233,946	114,423	-51,1	58,430	57,454	-1,7
Vini aromatizzati	1.373,219	1.238,103	-9,8	172,096	185,256	7,6
Liquori ed altre bev. alcoliche	hn 303,871	292,705	-3,7	357,139	368,331	3,1
Acquaviti	hn 369,006	328,919	-10,9	197,626	206,845	4,7
Aceti	1.116,910	1.077,089	-3,6	224,578	237,664	5,8

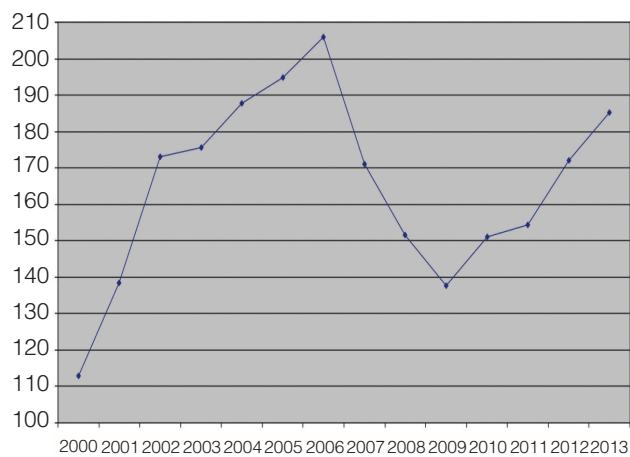
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

**Grafico 7**  
**L'export dei settori rappresentati da Federvini**  
**(in milioni di euro)**

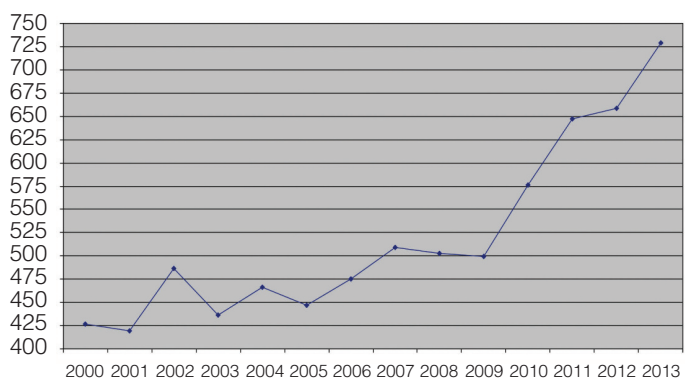
Aceti



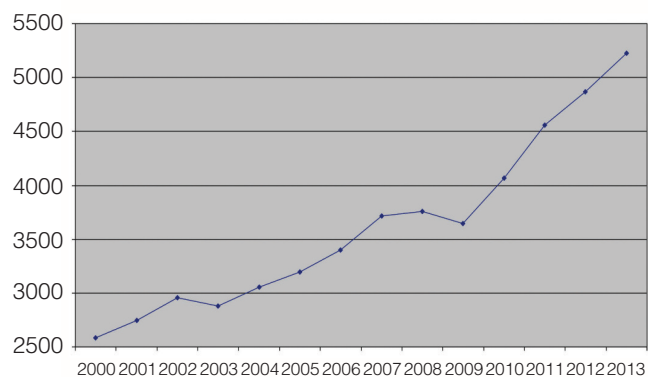
Vini aromatizzati



Acquaviti e liquori



Vini e mosti



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

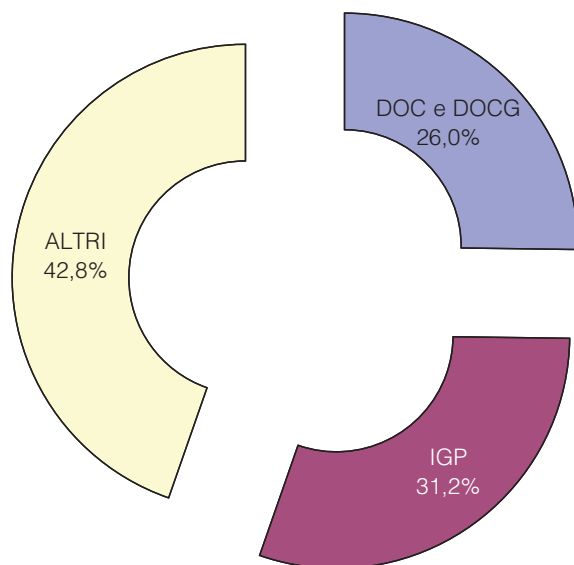
*Tabella 3*  
*Esportazione vini e mosti*

	QUANTITÀ (in 000 hl)			VALORE (in milioni di euro)		
	2012	2013	var.%	2012	2013	var.%
Champagne	7,28	5,28	-27,4	22,60	19,37	-14,3
Asti	468,80	481,21	2,6	150,11	173,50	15,6
Altri Spumanti	1.373,88	1.610,25	17,2	452,08	542,99	20,1
Spumanti	1.842,68	2.091,46	13,5	602,19	716,49	19,0
Vini frizzanti	1.904,84	1.783,65	-6,4	374,00	372,53	-0,4
Vini DOP bianchi conf.<=2l*	1.388,04	1.385,65	-0,2	424,76	454,19	6,9
Vini DOP bianchi conf.>2l*	111,05	125,51	13,0	10,61	14,38	35,5
Vini DOP rossi e rosati conf.<=2l*	2.949,08	2.909,60	-1,3	1.306,77	1.376,11	5,3
Vini DOP rossi e rosati conf.>2l*	248,65	170,23	-31,5	32,53	28,05	-13,8
Totale Vini DOP*	4.696,82	4.590,99	-2,3	1.774,67	1.872,72	5,5
Vini IGP bianchi conf.<=2l*	2.480,76	2.548,00	2,7	529,01	597,22	12,9
Vini IGP bianchi conf.>2l*	459,28	427,71	-6,9	44,12	49,61	12,5
Vini IGP rossi e rosati conf.<=2l*	2.141,34	2.008,76	-6,2	642,30	649,62	1,1
Vini IGP rossi e rosati conf.>2l*	522,62	537,64	2,9	61,31	73,53	19,9
Totale Vini IGP*	5.604,00	5.522,12	-1,5	1.276,74	1.369,98	7,3
Altri vini bianchi	3.951,65	3.606,55	-8,7	281,22	296,16	13,4
Altri vini rossi e rosati	2.740,67	2.410,85	-12,0	290,10	300,32	3,5
Altri vini	6.692,33	6.017,39	-10,1	551,32	596,48	8,2
Vini liquorosi	233,95	114,423	-51,1	58,43	57,454	-1,7
Vini aromatizzati	1.373,22	1.238,10	-9,8	172,10	185,26	7,6
Mosti	245,40	193,34	-21,2	35,48	33,61	-5,3
Vini e mosti	22.600,50	21.556,77	-4,6	4.867,53	5.223,88	7,3

(\*)< 15% vol.

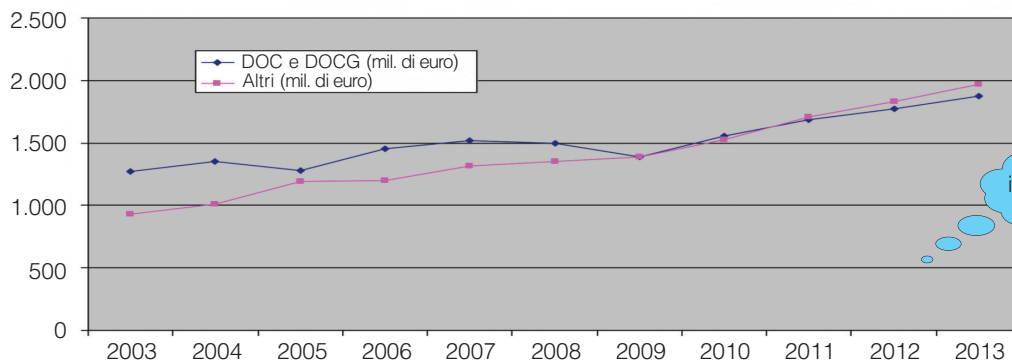
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

**Grafico 8**  
**L'esportazione di vini di gradazione fino al 15% vol. esclusi i vini frizzanti e spumanti nel 2013**

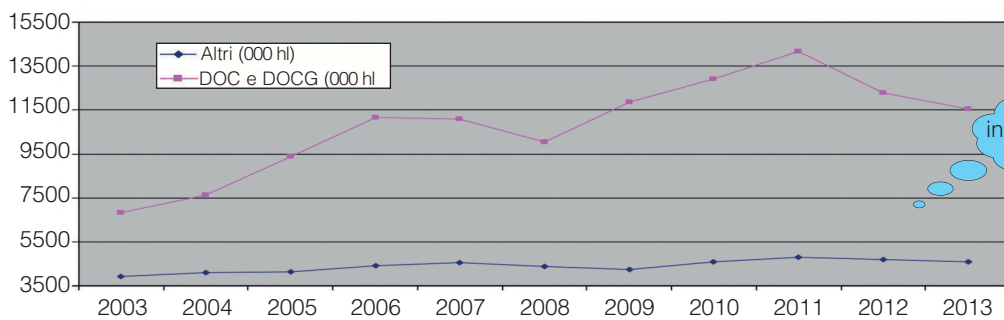


Osservatorio Federvini su dati ISTAT

**Grafico 9**  
**Esportazione vini tranquilli secondo il tipo (valori e quantità)**



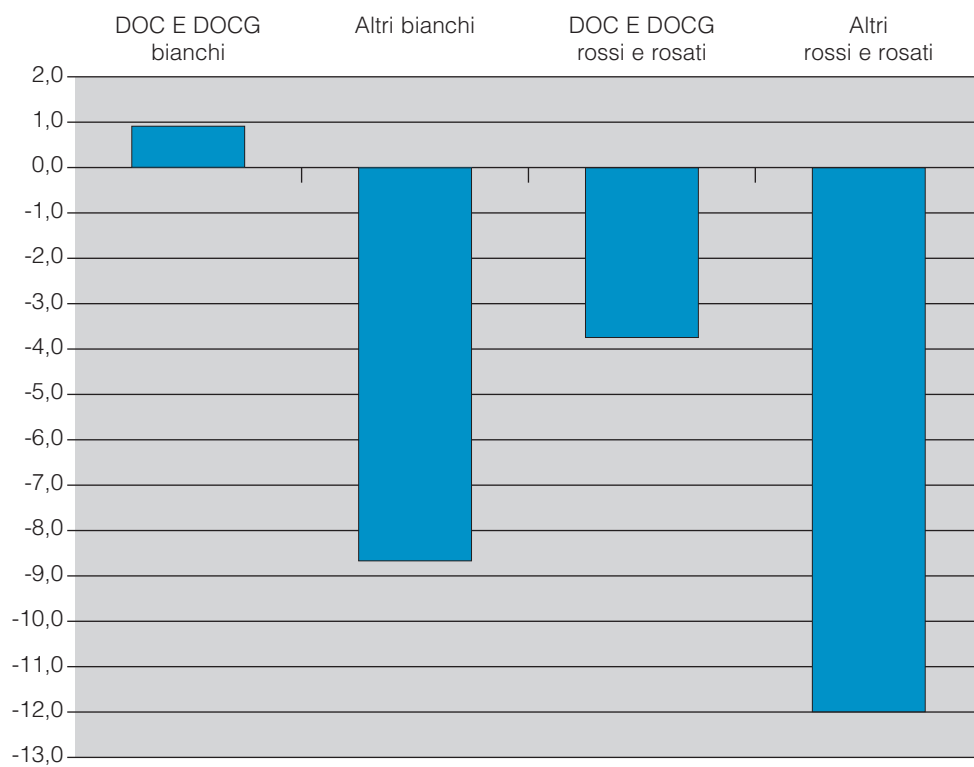
in valori



in quantità

Osservatorio Federvini su dati ISTAT

*Grafico 10*  
*L'esportazione dei vini tranquilli secondo il tipo (quantità)*



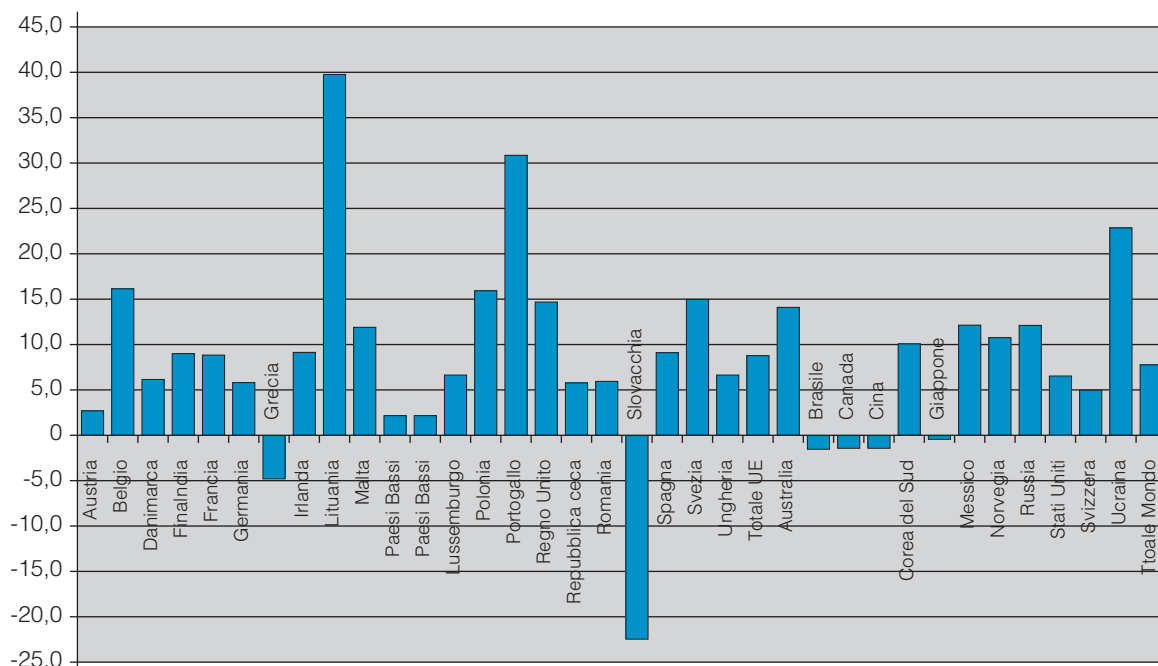
Osservatorio Federvini su dati ISTAT

*Tabella 4*  
**Esportazione vini e mosti, destinazioni 2013**  
*(compresi vini frizzanti, vini spumanti e vini liquorosi)*

	QUANTITÀ (in 000 hl)			VALORE (in milioni di euro)		
	2012	2013	var.%	2012	2013	var.%
Austria	564,304	529,730	-7,7	101,580	103,324	1,7
Belgio	334,327	340,335	1,8	86,298	100,166	16,1
Danimarca	370,942	406,809	9,7	126,610	134,729	6,4
Finlandia	72,227	72,968	1,0	23,025	25,082	8,9
Francia	1.180,436	1.106,403	-6,3	157,203	155,551	9,1
Germania	6.395,196	6.123,701	-4,2	987,901	1.046,493	5,9
Grecia	128,438	71,582	-44,3	12,337	11,725	-5,0
Irlanda	110,642	116,826	5,6	26,821	29,387	9,6
Lituania	158,542	192,679	21,5	15,841	22,165	39,9
Malta	43,288	38,832	-10,3	7,349	8,227	11,9
Paesi Bassi	483,547	475,817	-1,6	117,882	120,814	2,5
Polonia	240,018	209,330	-12,8	34,408	39,305	14,2
Portogallo	84,399	95,287	12,9	11,340	14,890	31,3
Regno Unito	2.970,780	2.982,808	0,4	543,785	626,831	15,3
Repubblica Ceca	348,267	314,245	-9,8	36,013	38,245	6,2
Romania	87,641	66,009	-24,7	9,230	9,827	6,5
Slovacchia	184,360	122,429	-33,6	14,203	10,961	-22,8
Spagna	300,364	256,428	-14,6	42,098	45,676	8,5
Svezia	427,360	473,503	10,8	123,367	141,714	14,9
Ungheria	1.017,759	763,747	-25,0	35,578	37,980	6,8
Australia	84,888	87,621	3,2	30,687	34,722	13,1
Brasile	111,253	101,488	-8,8	30,580	30,264	-1,0
Canada	738,187	710,292	-3,8	286,360	283,541	-1
Cina	326,751	220,772	-32,4	77,104	74,987	-2,7
Corea del Sud	51,287	50,512	-1,5	18,853	20,692	9,7
Giappone	446,732	429,165	-3,9	155,296	155,045	-0,2
Messico	75,992	78,259	3,0	17,539	19,698	12,3
Norvegia	230,823	237,183	2,8	79,182	87,957	11,1
Russia	814,427	665,360	-18,3	133,314	150,278	12,7
Stati Uniti	3.004,653	3.021,672	0,6	1.015,027	1.088,620	7,2
Svizzera	740,482	704,115	-4,9	302,066	317,254	5,0
Ucraina	71,300	75,909	6,5	16,668	20,379	22,3
<b>Totale UE</b>	<b>15.505,266</b>	<b>14.784,769</b>	<b>-4,6</b>	<b>2.567,434</b>	<b>2.793,772</b>	<b>8,8</b>
<b>Totale Mondo</b>	<b>22.600,501</b>	<b>21.556,71</b>	<b>-4,6</b>	<b>4.867,533</b>	<b>5,223,883</b>	<b>7,3</b>

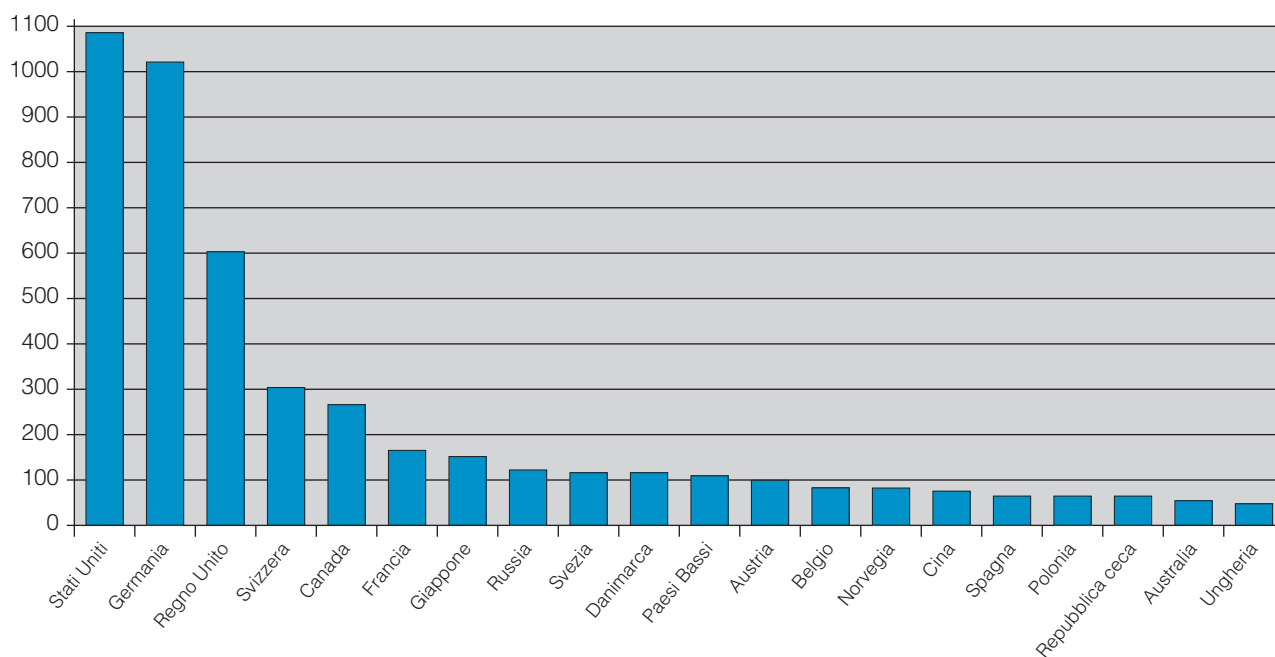
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

*Grafico 12*  
**Export vini e mosti. Le variazioni % in valore 2013/2014**



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

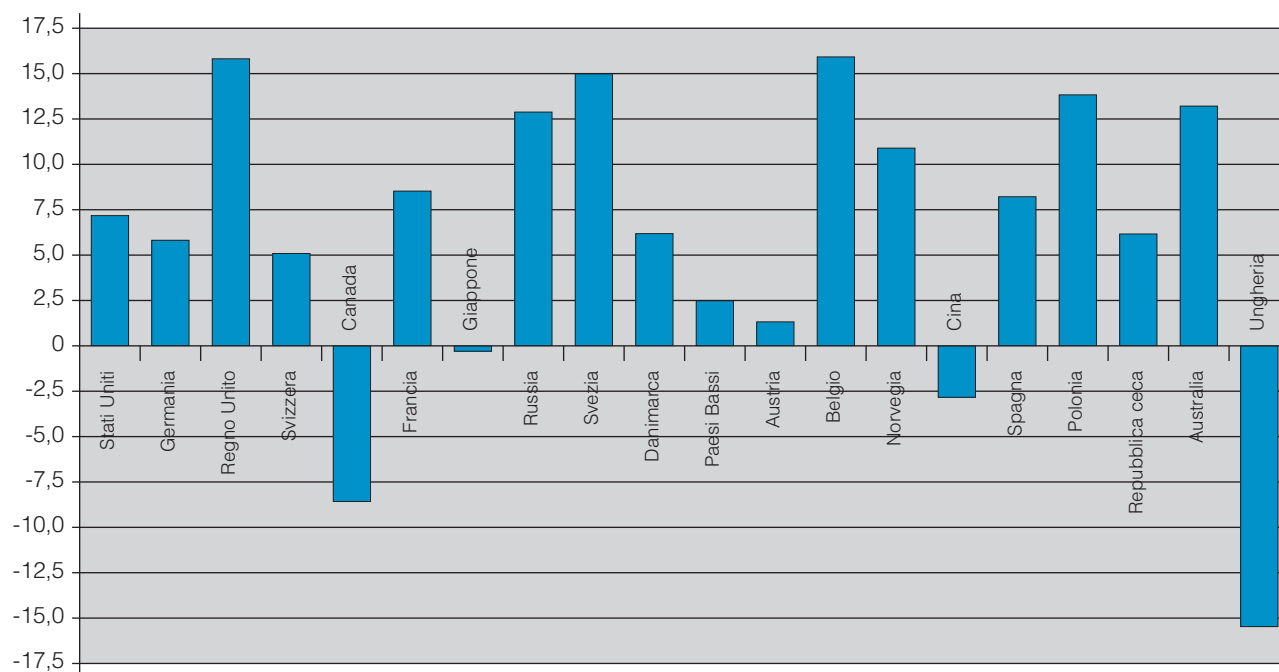
*Grafico 13*  
**Principali destinazioni delle esportazioni di vini e mosti (in valore nel 2013)**



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

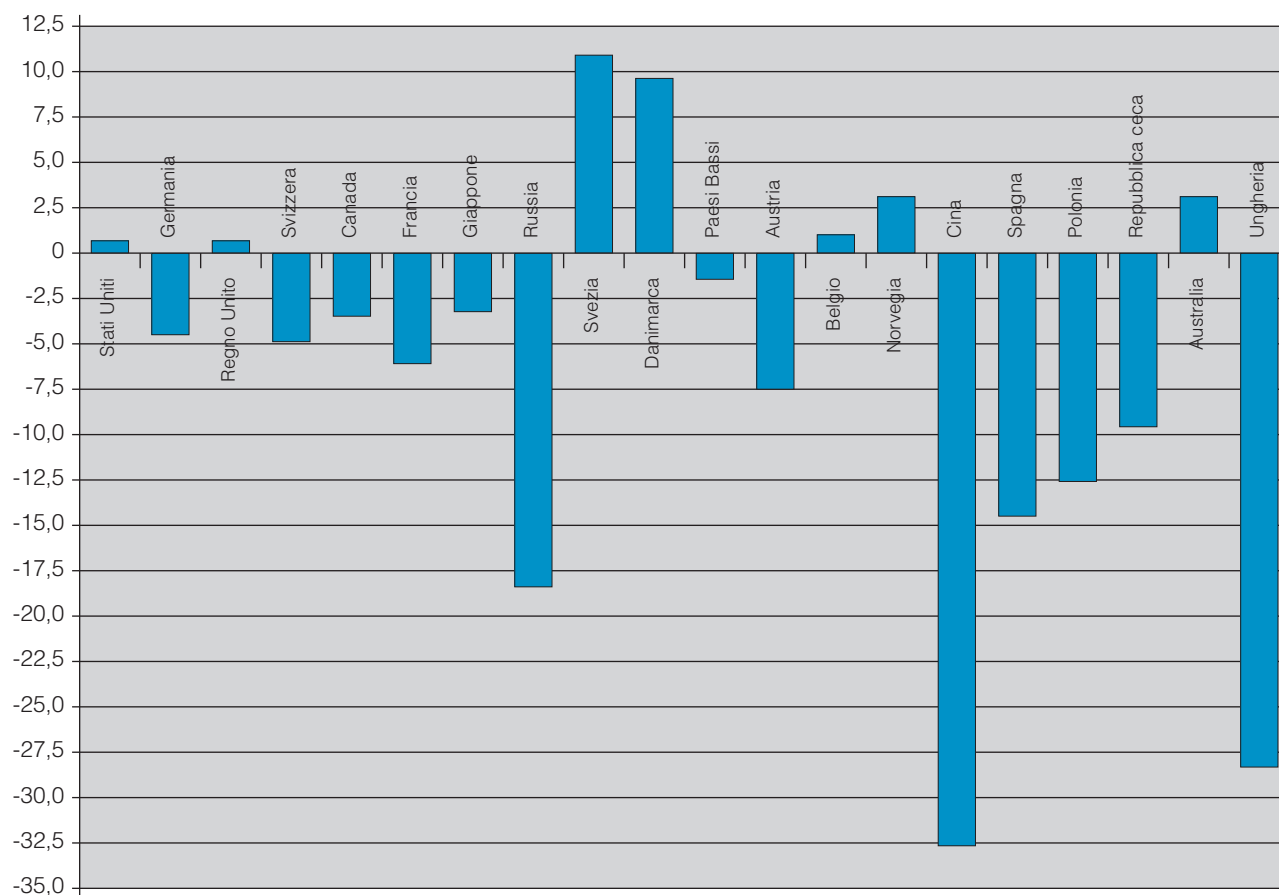


*Grafico 14*  
***Variazione % principali destinazioni delle esportazioni***  
***di vini e mosti (in valore nel 2013)***



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

*Grafico 15*  
***Variazione % principali destinazioni delle esportazioni***  
***di vini e mostri (in quantità nel 2013)***



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

*Tabella 5*  
*Esportazione spumanti*

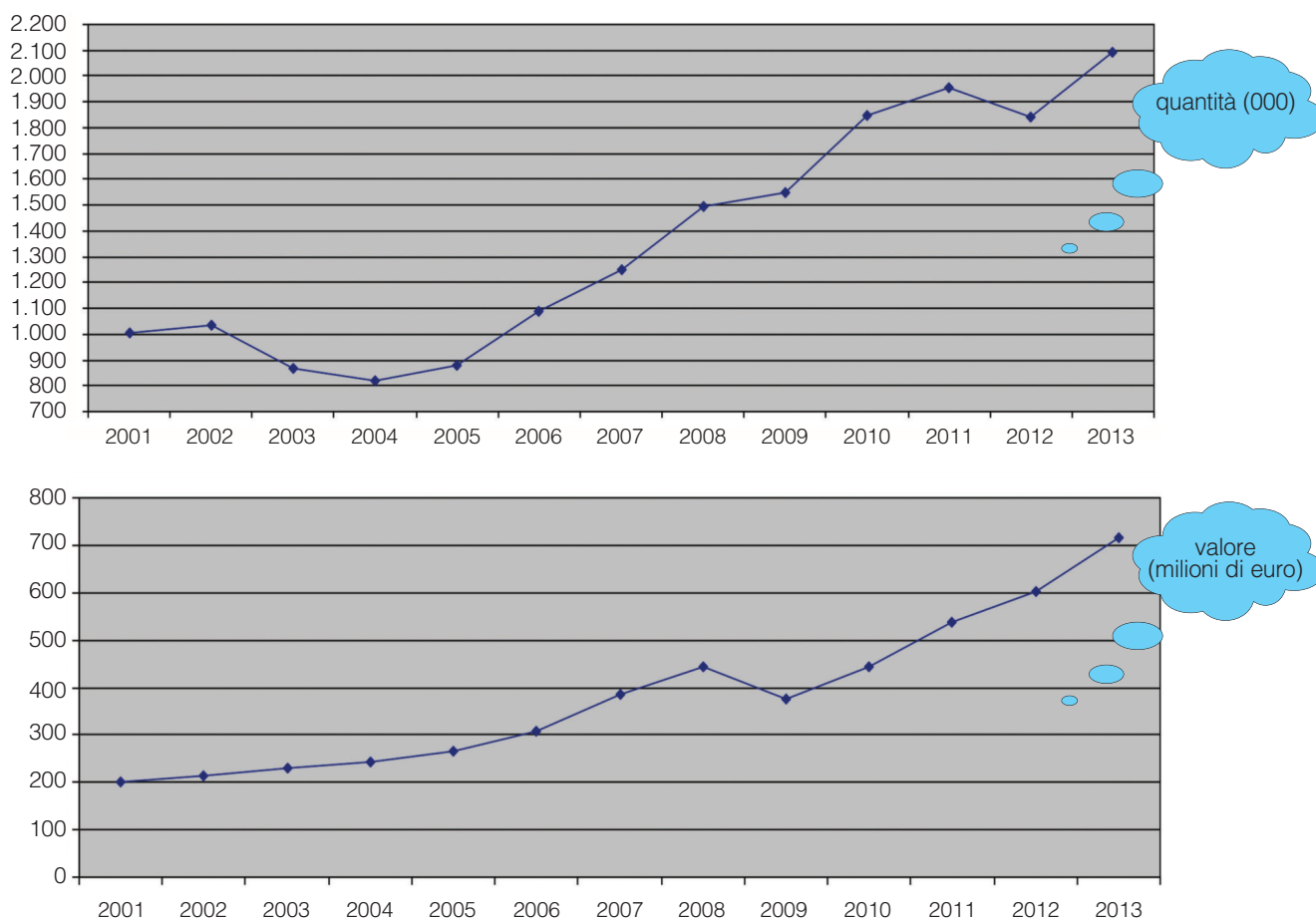
	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Stati Uniti	358,113	13,2	136,9	18,3
Regno Unito	394,036	40,2	125,7	43,9
Germania	253,257	-16,7	90,5	-6,4
Russia	146,425	28,7	51,4	53,0
Svizzera	95,934	0,4	41,5	-2,0
Giappone	59,648	0,6	24,8	6,4
Austria	60,948	-5,4	23,0	3,1
Belgio	61,643	16,2	21,5	28,6
Lettonia	57,718	20,7	19,1	35,3
Francia	141,754	56,5	18,6	9,9
Canada	34,438	-7,6	16,6	4,5
Svezia	36,090	28,1	14,2	30,1
Australia	26,920	12,3	11,0	35,7
Paesi Bassi	27,347	6,2	10,3	10,5
Cinese, Repubblica popolare	26,286	33,3	8,2	51,7
Danimarca	22,528	6,8	8,1	14,6
Norvegia	17,572	61,1	7,6	71,8
Portogallo	27,604	-5,5	5,6	24,0
Ucraina	13,832	38,1	5,4	47,1
Polonia	19,253	-6,1	5,4	19,4
Messico	14,706	17,4	4,6	21,6
Finlandia	12,666	44,1	4,5	64,9
Estonia	11,589	25,6	3,9	48,0
Brasile	11,892	-7,2	3,9	-10,9
Grecia	10,711	6,0	3,2	30,7
Singapore	6,294	28,7	3,1	57,8
Lituania	10,586	15,2	3,0	40,1
Repubblica ceca	8,762	-34,8	2,7	-21,3
Hong Kong	4,604	9,4	2,4	7,0
Romania	7,627	1,6	2,2	22,4
Spagna	7,146	31,0	2,2	35,0
Ungheria	6,378	-14,0	2,1	22,1
Irlanda	4,971	26,6	2,0	26,8
Taiwan	2,570	12,4	1,9	81,9
Thailandia	4,817	-3,4	1,9	8,2
Kazakistan	5,358	23,3	1,9	29,6
Nigeria	8,749	5,5	1,7	0,8

segue *Tabella 5*  
***Esportazione spumanti***

	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Perù	6,165	-3,4	1,7	10,7
Panama	5,872	1.494,3	1,4	951,2
Israele	5,923	96,0	1,4	109,4
Emirati arabi uniti	2,334	-5,1	1,1	1,9
<b>Totale UE</b>	<b>1.196,581</b>	<b>13,7</b>	<b>372,0</b>	<b>18,5</b>
<b>Totale Mondo</b>	<b>2.091,463</b>	<b>13,5</b>	<b>716,5</b>	<b>19,0</b>

Elaborazioni Federni su dati ISTAT

*Grafico 16*  
***Esportazione spumanti valore e quantità 2000-2013***  
*(quantità in 000 hl, valori in milioni di euro)*



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

*Tabella 6*  
*Esportazione dei vini aromatizzati*

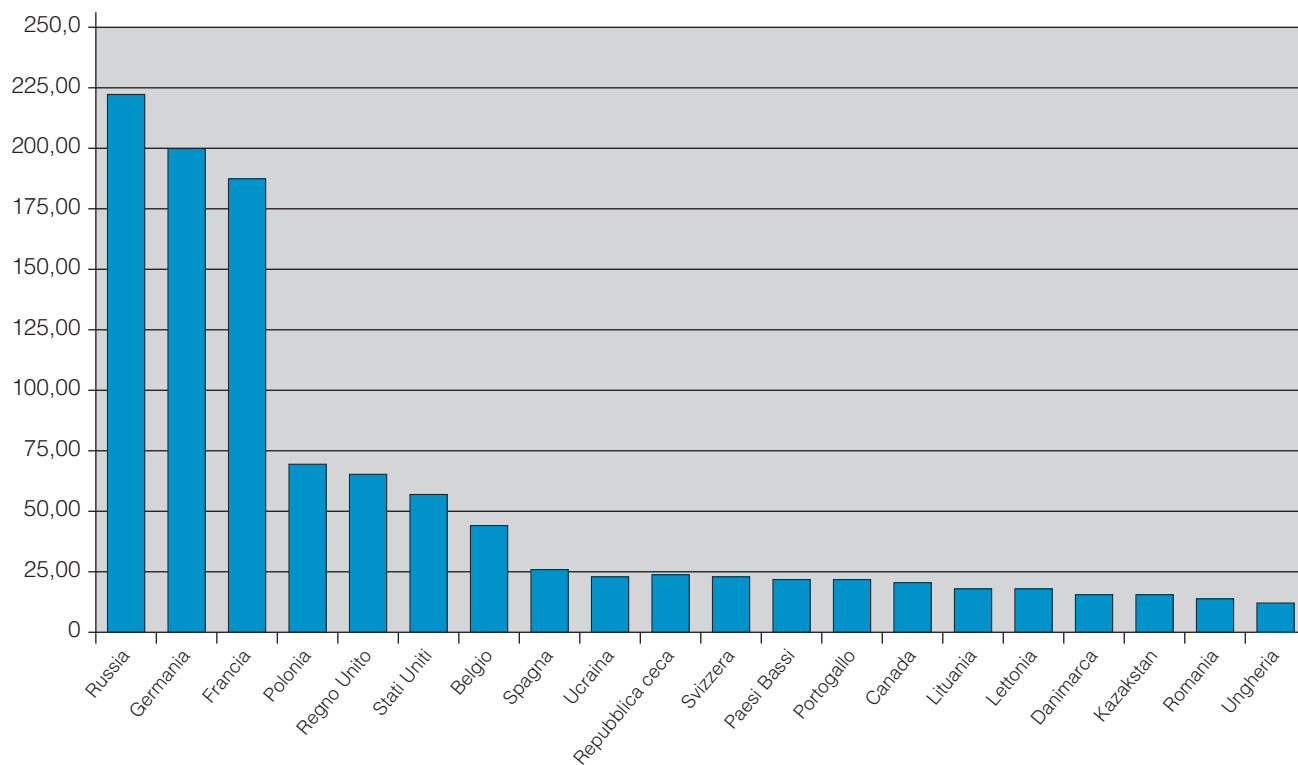
	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Russia	226,346	-10,6	35,73	7,5
Francia	191,004	-9,7	32,35	10,1
Germania	203,606	-10,2	26,99	-10,1
Stati Uniti	61,889	-10,3	10,89	18,5
Polonia	69,948	-15,7	8,82	2,9
Regno Unito	65,785	-17,0	8,76	6,7
Belgio	55,936	-9,7	8,24	24,1
Spagna	42,667	-14,2	5,98	0,1
Ucraina	29,450	-18,6	4,29	9,4
Repubblica ceca	26,993	46,2	4,16	98,0
Svizzera	25,770	-10,8	3,75	5,0
Paesi Bassi	25,450	14,5	3,33	36,9
Canada	19,349	-23,6	3,05	2,5
Portogallo	20,608	7,7	2,72	25,2
Austria	14,231	-21,3	2,50	-21,2
Lituania	18,198	-9,7	2,23	15,6
Lettonia	15,292	42,1	2,05	70,5
Danimarca	12,694	-10,1	1,70	6,9
Kazakistan	9,183	12,8	1,45	46,2
Norvegia	5,450	-34,3	1,05	-34,8
Ungheria	6,822	-34,9	0,95	-10,2
Romania	8,044	4,3	0,94	28,1
Svezia	4,206	-45,0	0,91	-19,6
Australia	3,762	-0,9	0,87	14,3
Israele	4,227	45,5	0,85	57,1
Grecia	3,756	-7,8	0,65	30,0
Giappone	2,989	-17,0	0,62	20,0
Georgia	4,180	6,7	0,57	34,5
Slovacchia	4,279	-14,9	0,55	-1,8
Turchia	3,309	15,5	0,54	42,8
Bulgaria	2,332	-16,0	0,43	-4,0

segue *Tabella 6*  
*Esportazione dei vini aromatizzati*

	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Corea, Repubblica di	2,623	660,3	0,40	910,5
Singapore	2,974	-17,4	0,39	14,8
Sudafrica	2,106	-5,5	0,38	32,5
Slovenia	2,704	131,8	0,38	136,4
Irlanda	2,646	-15,2	0,34	-1,5
Estonia	2,157	6,5	0,34	34,3
Angola	1,875	-45,4	0,26	-48,0
Camerun	1,926	351,3	0,26	477,8
Serbia	1,832	0,2	0,26	16,4
Malta	2,278	-4,9	0,24	6,8
Cinese, Repubblica popolare	1,560	238,3	0,23	324,8
India	1,688	60,5	0,21	133,6
Finlandia	1,108	19,1	0,20	84,3
Togo	1,417	13,8	0,19	28,6
Croazia	1,160	8,9	0,17	51,7
Bielorussia	0,701	-83,7	0,16	-63,8
Emirati arabi uniti	0,821	-55,3	0,15	-35,7
Messico	1,007	-54,4	0,15	-34,2
<b>Totale UE</b>	<b>803,604</b>	<b>-9,1</b>	<b>115,84</b>	<b>6,2</b>
<b>Totale Mondo</b>	<b>1.238,103</b>	<b>-9,8</b>	<b>185,26</b>	<b>7,6</b>

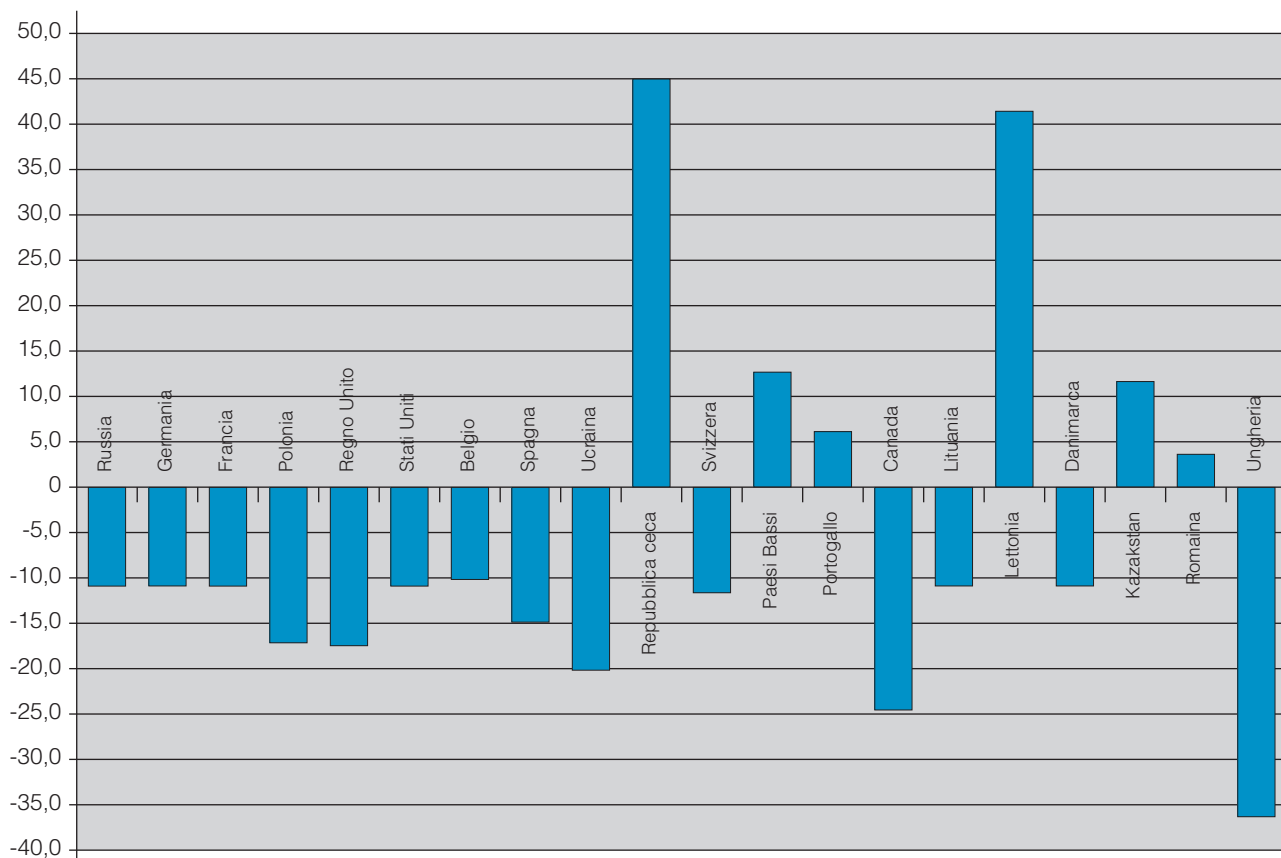
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

*Grafico 17*  
**Esportazione 2013 di vini aromatizzati in quantità**  
*(migliaia di ettolitri)*



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

*Grafico 18*  
**Variazione % esportazioni 2013 di vini aromatizzati**  
*in quantità (migliaia di ettolitri)*



Osservatorio Federvini su dati ISTAT



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

	QUANTITÀ (in 000 ettanidri)			VALORE (in milioni di euro)		
	2012	2013	var. %	2012	2013	var. %
Cognac	2,260	1,760	-22,2	7,837	6,747	-13,9
Armagnac	0,329	0,367	11,5	1,040	0,959	-7,8
Grappa (recipienti <=2l)	0,322	0,409	27,0	0,398	0,379	-4,8
Grappa (recipienti >2l)	5,143	7,015	36,4	1,016	1,304	28,3
Altre acquaviti di vino e vinaccia	52,886	39,345	-25,6	18,366	15,530	-15,4
<b>Acquaviti di vino e vinaccia</b>	<b>60,941</b>	<b>48,895</b>	<b>-19,8</b>	<b>28,657</b>	<b>24,919</b>	<b>-13,0</b>
Bourbon	4,908	2,927	-40,3	5,738	3,564	-37,9
Whisky	64,178	68,578	6,9	77,030	79,248	2,9
Rum e tafia	98,786	75,367	-23,7	56,870	47,708	-16,1
Gin	13,282	14,924	12,4	11,328	12,656	11,7
Vodka	24,664	29,168	18,3	20,155	24,094	19,6
Altre acquaviti di cereali e altri prodotti*	13,022	10,988	-15,6	8,988	8,836	-1,7
<b>Acquaviti di cereali ed altri prodotti</b>	<b>218,839</b>	<b>201,952</b>	<b>-7,7</b>	<b>180,109</b>	<b>176,105</b>	<b>-2,2</b>
<b>Totale acquaviti</b>	<b>279,780</b>	<b>250,848</b>	<b>-10,3</b>	<b>208,766</b>	<b>201,024</b>	<b>-3,7</b>
Liquori (recipienti <=2l)	31,250	32,433	3,8	49,253	52,342	6,3
Liquori (recipienti >2l)	6,372	4,873	-23,5	2,633	2,886	9,6
Liquori	37,621	37,306	-0,8	51,886	55,229	6,4
Vinello, idromele e le altre bevande fermentate	157,767	139,215	-11,8	67,061	55,663	-17,0
<b>Industria delle acquaviti e dei liquori</b>	<b>475,169</b>	<b>427,368</b>	<b>-10,1</b>	<b>327,713</b>	<b>311,916</b>	<b>-4,8</b>

\* escluso vino e vinacce

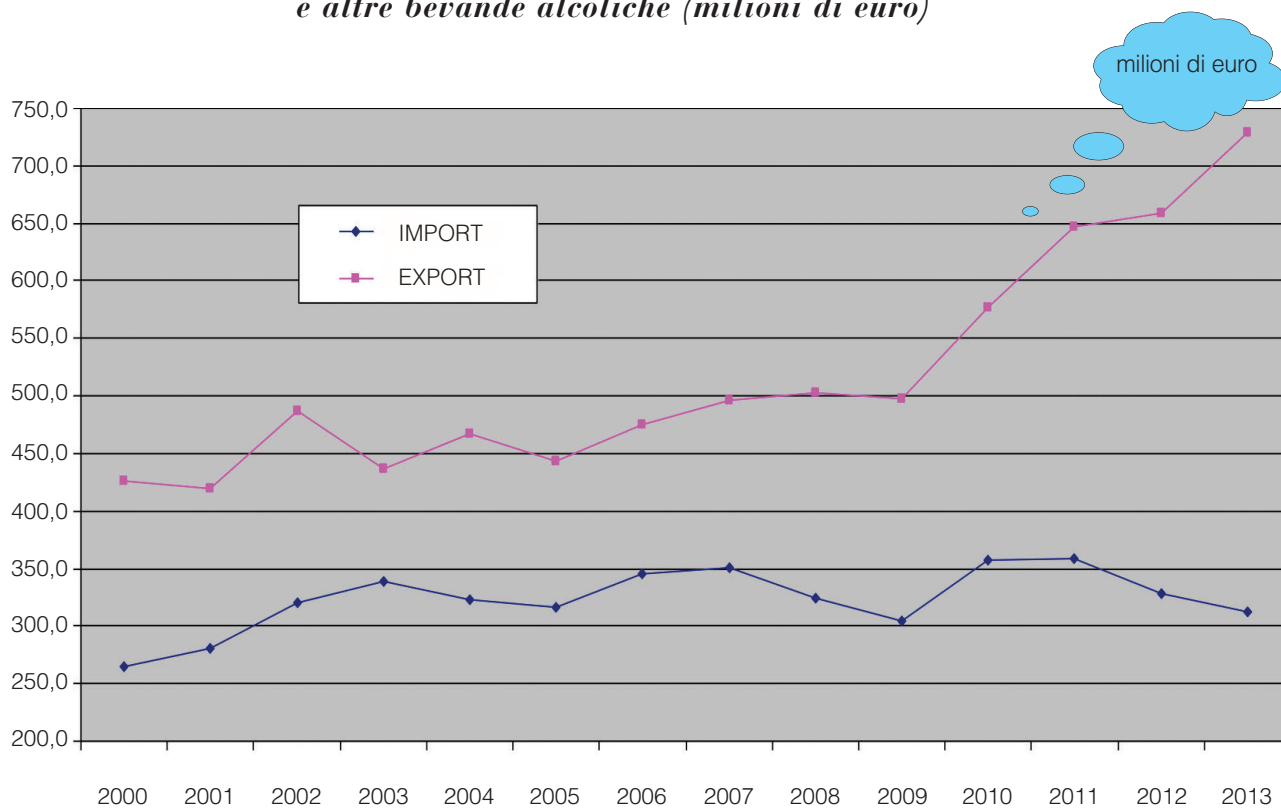
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

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

	QUANTITÀ (in 000 ettanidri)			VALORE (in milioni di euro)		
	2012	2013	var. %	2012	2013	var. %
Acquaviti di vino e vinaccia	227,497	171,167	-24,8	103,438	98,347	-4,9
• di cui Grappa	37,920	32,278	-14,9	43,171	43,075	-0,2
Altre acquaviti	189,350	138,604	-26,8	58,998	53,321	-9,6
Liquori ed altre bevande alcoliche	672,877	621,624	-7,6	460,800	521,735	13,2
<b>Totale</b>	<b>1.015,407</b>	<b>1.160,175</b>	<b>4,4</b>	<b>658,426</b>	<b>728,580</b>	<b>10,7</b>

Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

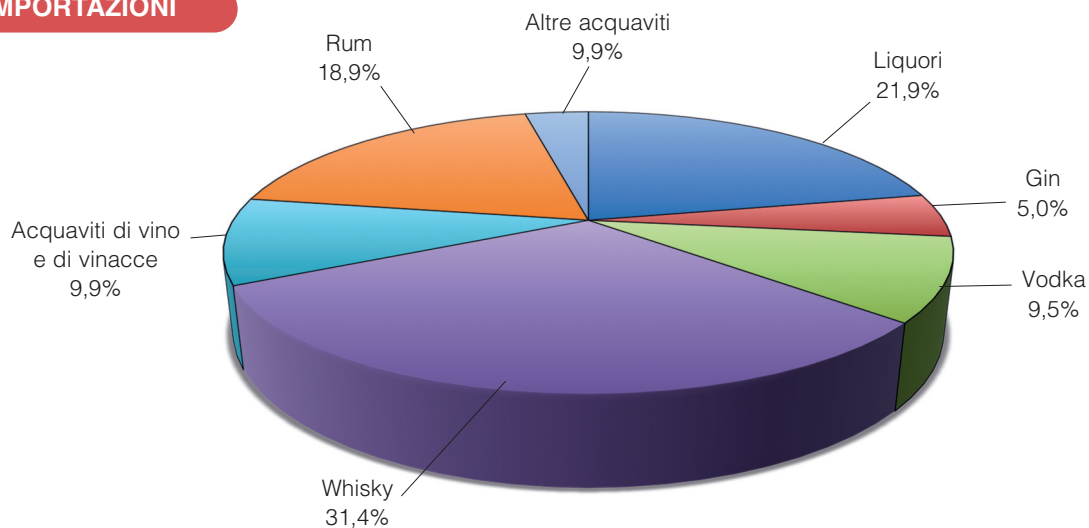
Grafico 19  
**Import - export 2013 di acquaviti, liquori  
 e altre bevande alcoliche (milioni di euro)**



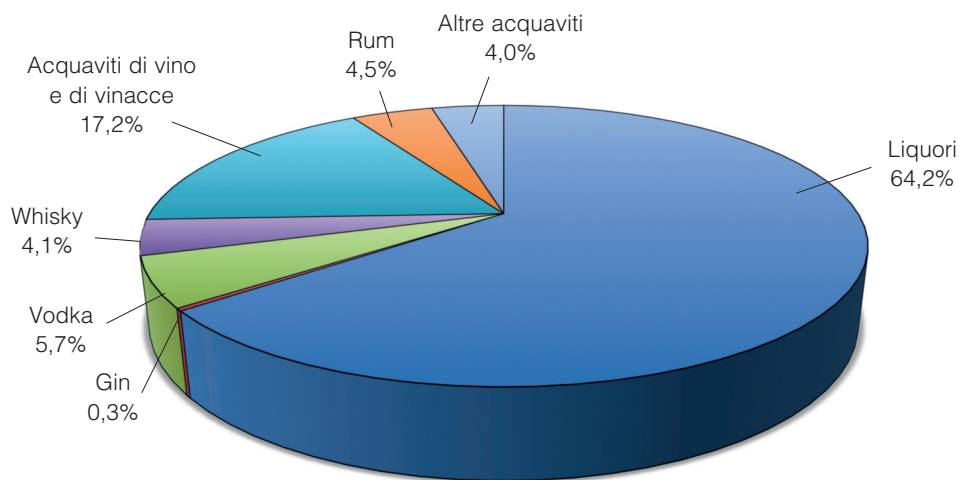
Osservatorio Federvini su dati ISTAT

Grafico 20  
 Importazioni ed esportazioni di acquaviti e liquori 2013

**IMPORTAZIONI**



**ESPORTAZIONI**



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

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

	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Austria	14,082	9,4	19,532	16,2
Austria	14,082	9,4	19,532	16,2
Belgio	16,733	-15,2	19,653	1,7
Bulgaria	1,076	15,3	0,807	53,8
Danimarca	28,713	-9,4	10,212	-34,3
Estonia	2,282	252,5	2,047	340,1
Finlandia	1,629	-27,7	2,068	-2,6
Francia	171,480	-7,5	55,905	10,6
Germania	199,590	3,6	184,999	8,6
Grecia	11,160	-13,4	9,471	47
Irlanda	4,449	32,7	5,865	135,3
Lituania	76,790	216,3	6,860	135,2
Lussemburgo	1,067	-1,8	1,133	2,9
Malta	2,155	33,4	1,601	53,8
Paesi Bassi	26,142	42,9	15,719	-6,5
Polonia	4,241	28,5	4,264	21,1
Portogallo	3,396	4,4	5,101	66,1
Regno Unito	49,133	-39,9	73,592	3,5
Repubblica ceca	17,156	-17,6	8,520	-2,8
Romania	1,534	22,6	2,580	102,2
Slovacchia	1,578	-18,1	0,707	-0,8
Slovenia	4,029	1,7	2,705	7,7
Spagna	81,868	-2,3	52,586	2,0
Svezia	2,339	23,0	4,262	56,4
Ungheria	0,577	-47,8	0,875	49,0

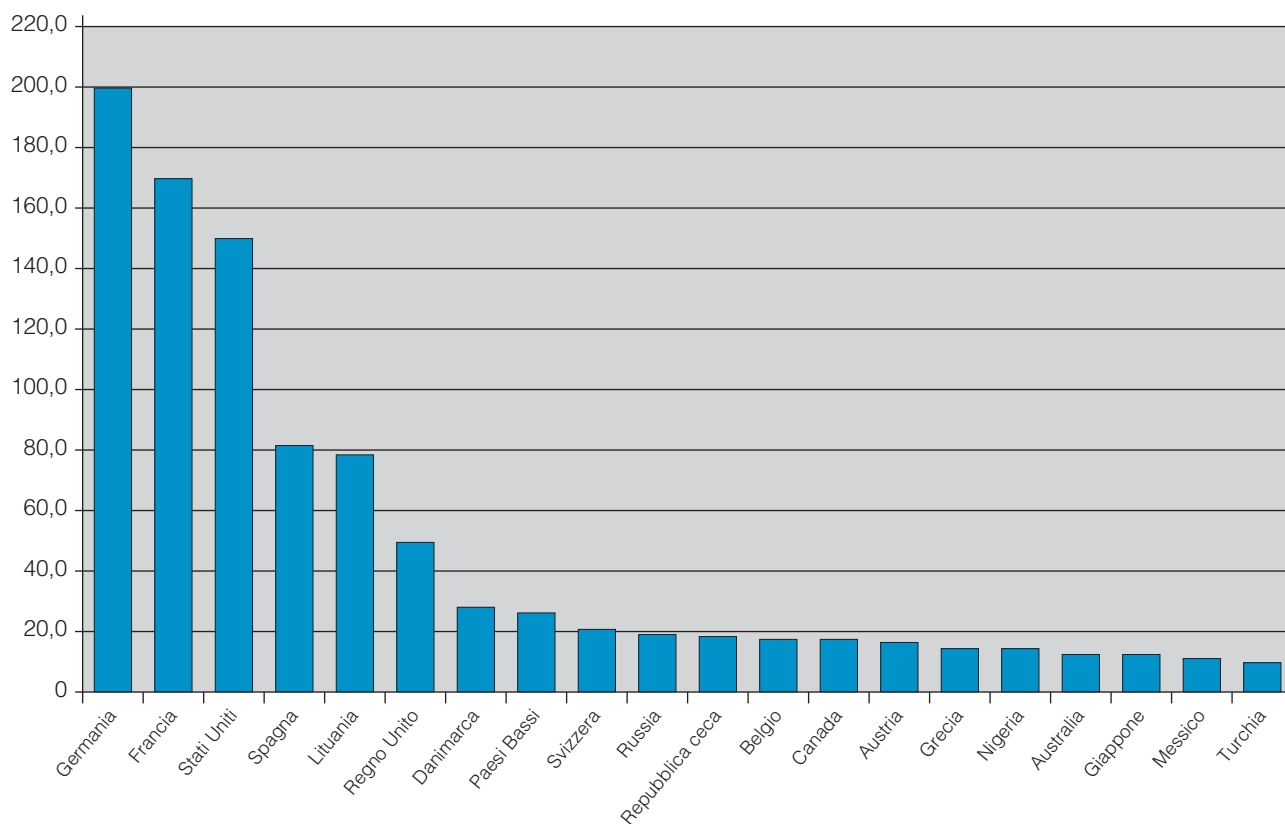
segue *Tabella 9****Esportazione acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche***

	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Australia	9,024	27,8	9,446	24,3
Brasile	1,046	0,6	1,213	25,8
Canada	15,704	14,0	17,572	-4,1
Cile	4,953	-47,7	3,496	-38,9
Cina	2,950	80,6	2,009	77,1
Corea del Sud	1,514	53,1	0,866	41,5
Croazia	3,942	-22,8	2,595	1,4
Emirati Arabi	2,046	-10,2	2,356	5,1
Giappone	8,584	-9,5	8,252	-13,5
India	3,553	268,6	1,816	225,8
Israele	3,814	4,8	1,719	39,3
Messico	7,522	204,5	3,963	95,9
Nigeria	10,321	458,4	4,522	153,1
Norvegia	2,051	62,7	2,560	46,7
Russia	17,785	60,9	10,837	20,1
Serbia	2,157	-76,8	1,199	-58,3
Stati Uniti d'America	148,206	-0,8	83,337	1,1
Sud Africa	35,210	1305,5	25,641	1.454,7
Svizzera	18,922	-10,5	24,400	-1,3
Turchia	6,285	30,5	2,984	17,8
Ucraina	4,265	74,7	2,459	15,7
<b>Totale UE (*)</b>	<b>724,357</b>	<b>1,6</b>	<b>492,041</b>	<b>9,7</b>
<b>Totale Mondo</b>	<b>1,060,175</b>	<b>4,4</b>	<b>728,580</b>	<b>10,6</b>

(\*) Il totale dei 27 membri non coincide completamente con l'importo indicato, a causa di alcuni arrotondamenti.

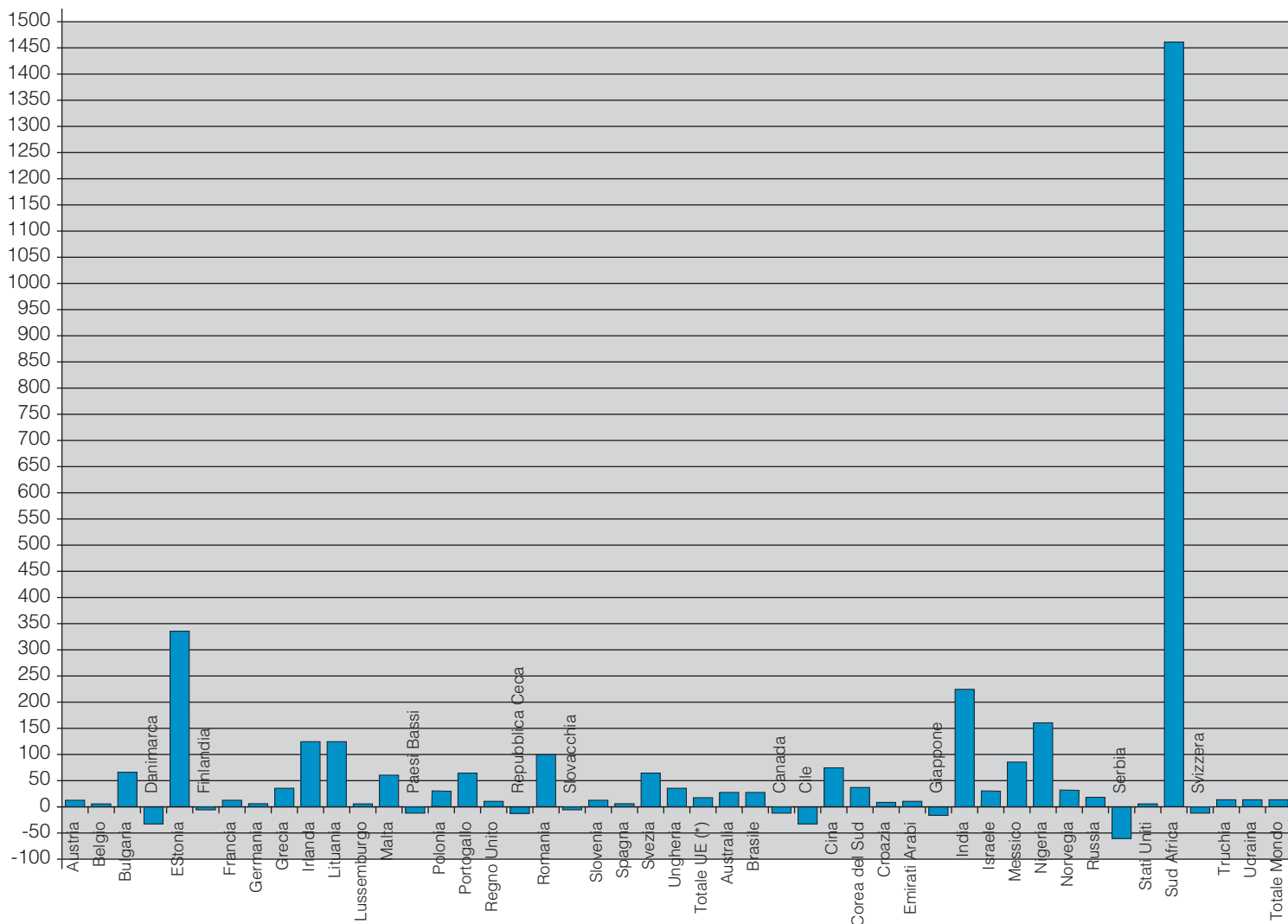
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

*Grafico 21*  
**Principali Paesi di destinazione acquaviti e liquori**  
*(per quantità esportate nel 2013 in migliaia di ettolitri)*



Osservatorio Federvini su dati ISTAT

Grafico 22  
 Variazione 2012/2013 in valore delle esportazioni di acquaviti e liquori  
 per Paese di destinazione (variazioni % 000 euro)



Osservatorio Federvini su dati ISTAT



*Tabella 10*  
*Esportazione aceti*

	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Austria	35,660	-15,7	8,712	-4,1
Belgio	7,065	-11,3	2,902	6,3
Bulgaria	1,631	1,9	0,304	33,1
Danimarca	4,724	2,9	1,608	10,1
Estonia	0,260	15,6	0,063	6,4
Finlandia	2,939	-12,0	0,636	-17,0
Francia	123,602	2,5	21,4	11,4
Germania	202,989	-4,4	43,213	7,4
Grecia	5,827	-2,6	1,317	-5,7
Irlanda	2,705	7,1	0,777	32,4
Lettonia	0,410	-29,6	0,132	2
Lituania	0,868	-24,6	0,154	-5,9
Lussemburgo	0,577	26,6	0,24	9,6
Malta	1,082	18,2	0,254	7
Paesi Bassi	7,322	-2,6	2,786	1,7
Polonia	10,101	10,6	1,481	14,1
Portogallo	3,728	-2,5	0,458	9
Regno Unito	64,007	7,0	14,670	10,5
Repubblica ceca	3,043	9,1	0,772	7,6
Romania	2,866	-20,4	0,654	-6,4
Slovacchia	0,410	21,0	0,149	54,2
Slovenia	4,499	67,5	0,610	32,7
Spagna	64,483	-3,6	9,159	3,8
Svezia	16,915	14,1	4,333	7,9
Ungheria	0,867	-0,3	0,28	25,1

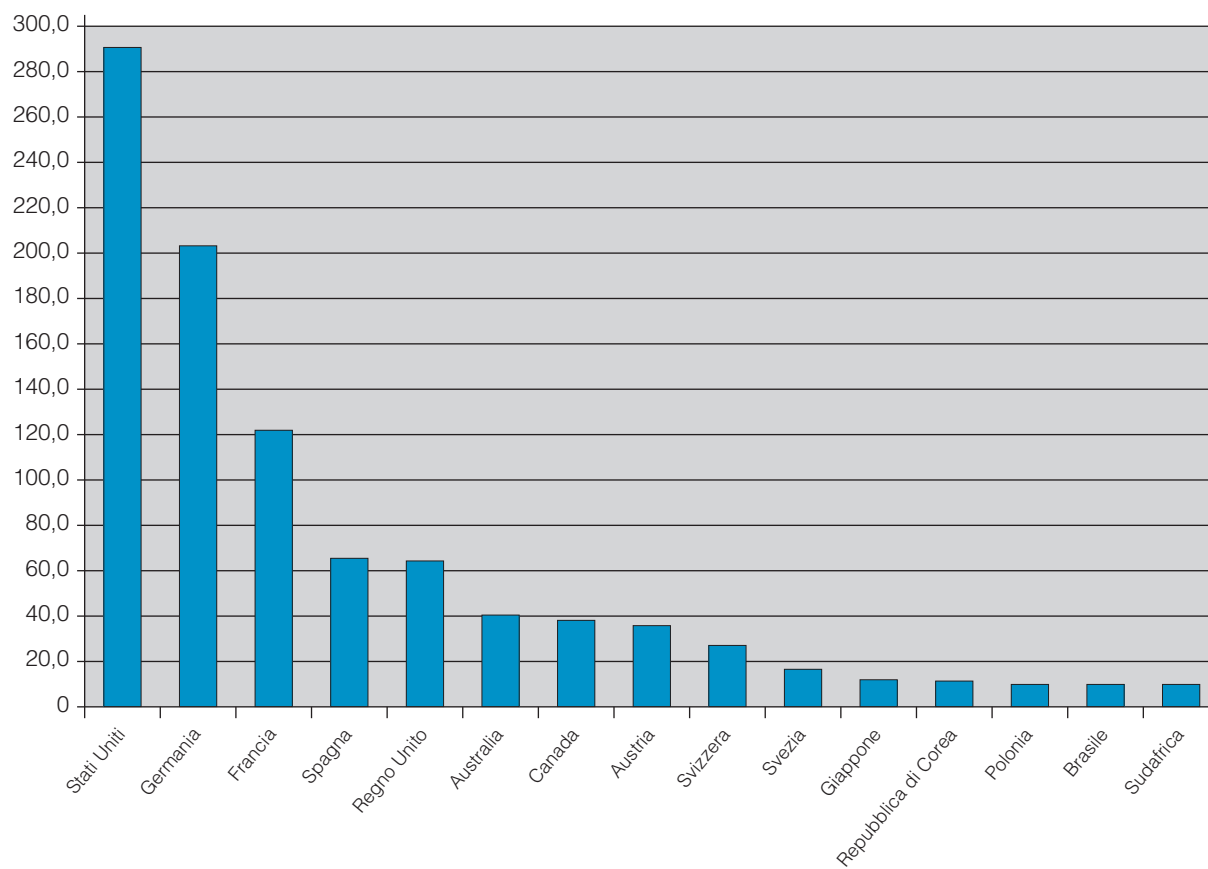
segue *Tabella 10*  
*Esportazione aceti*

	QUANTITÀ (in 000 hl)		VALORE (in milioni di euro)	
	2013	var. % 2013/12	2013	var. % 2013/12
Australia	39,209	5,5	8,192	14,6
Brasile	10,078	-22,0	2,125	-13,5
Canada	38,562	-9,8	12,185	-0,7
Cile	3,849	-9,2	0,700	5,0
Cina	4,890	39,8	1,071	44,8
Corea del Sud	11,539	25,9	3,19	16,1
Croazia	2,784	-37,3	0,468	-7,6
Emirati Arabi	2,449	-4,8	0,953	25,4
Giappone	11,625	6,9	4,451	12
Hong Kong	2,762	6,0	0,914	16,8
Iran	1,446	-38,1	0,296	-38,6
Messico	4,200	41,7	1,147	55,8
Norvegia	1,999	-2,6	0,819	-10,2
Nuova Zelanda	5,171	-1,8	0,966	7,1
Russia	6,344	26,1	1,77	27,6
Stati Uniti d'America	292,730	-8,9	62,134	1,4
Sud Africa	9,995	27,9	2,011	56,8
Svizzera	29,361	-18,1	10,700	-1,0
Turchia	1,904	10,1	0,308	-8,8
<b>Totale UE (*)</b>	<b>569,375</b>	<b>-1,4</b>	<b>117,311</b>	<b>7,1</b>
<b>Totale Mondo</b>	<b>1.077,09</b>	<b>-3,6</b>	<b>237,664</b>	<b>5,8</b>

(\*) Il totale dei 27 membri non concide completamente con l'importo indicato a causa degli arrotondamenti

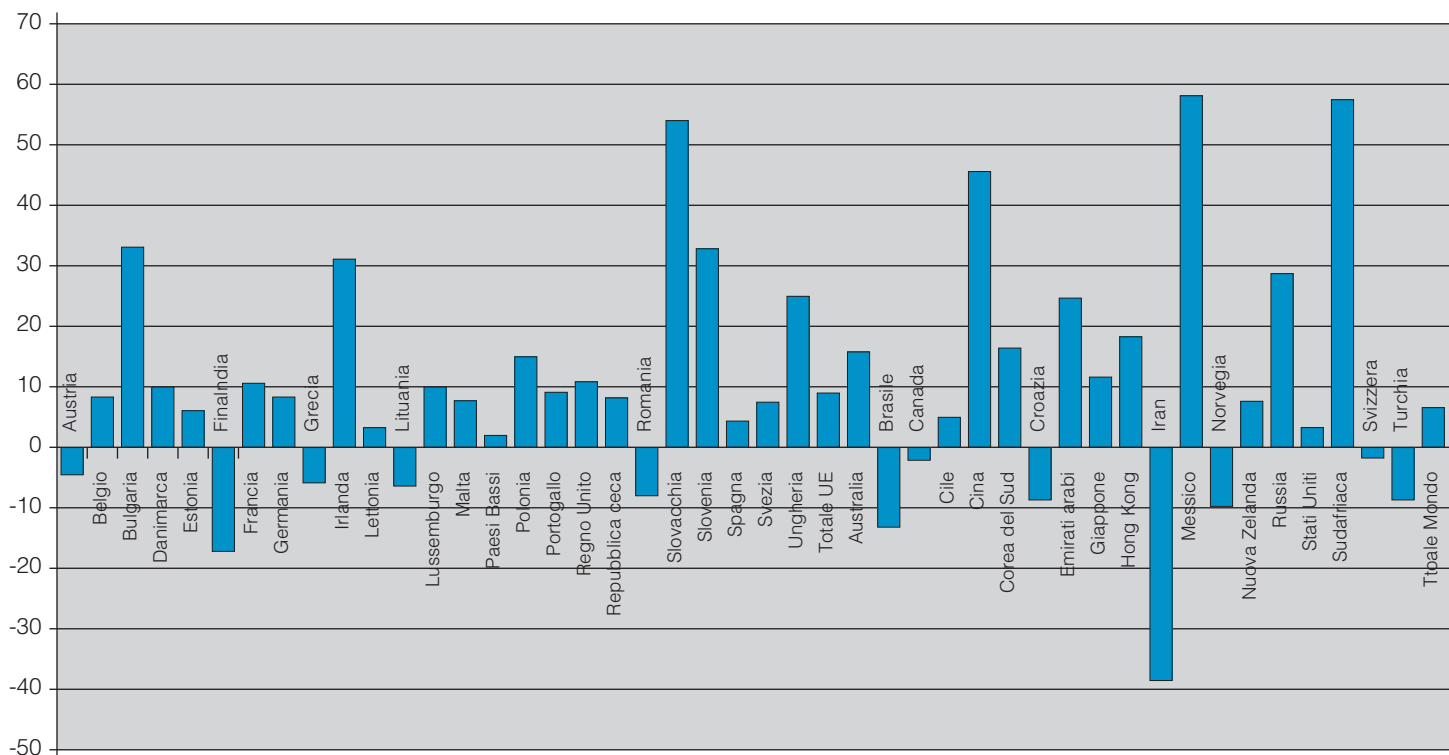
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

*Grafico 23*  
**Esportazioni 2013 di aceti per Paese di destinazione**  
*(migliaia di ettolitri)*



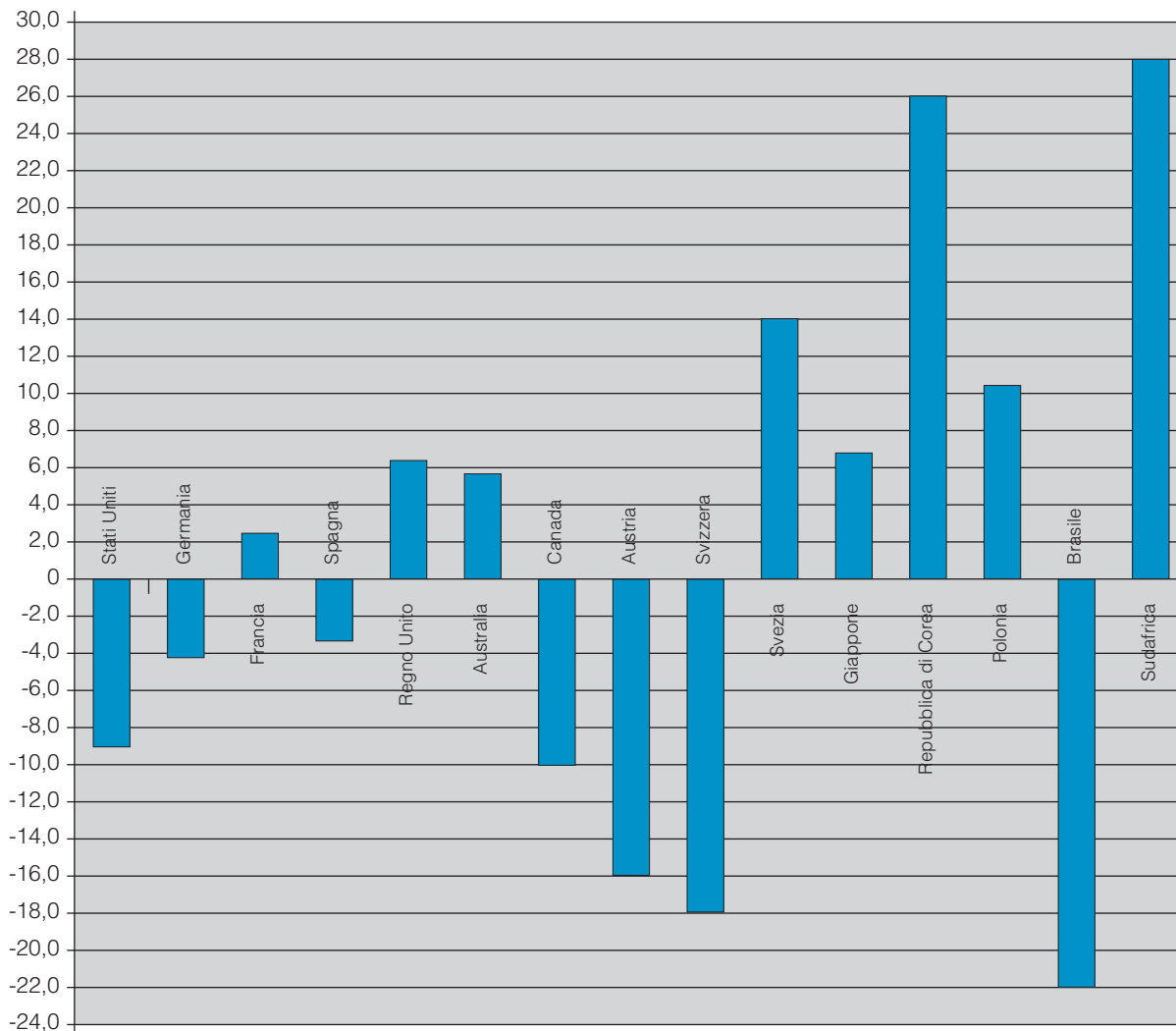
Osservatorio Federvini su dati ISTAT

Grafico 24  
*Variazione % in valore delle esportazioni di aceti*



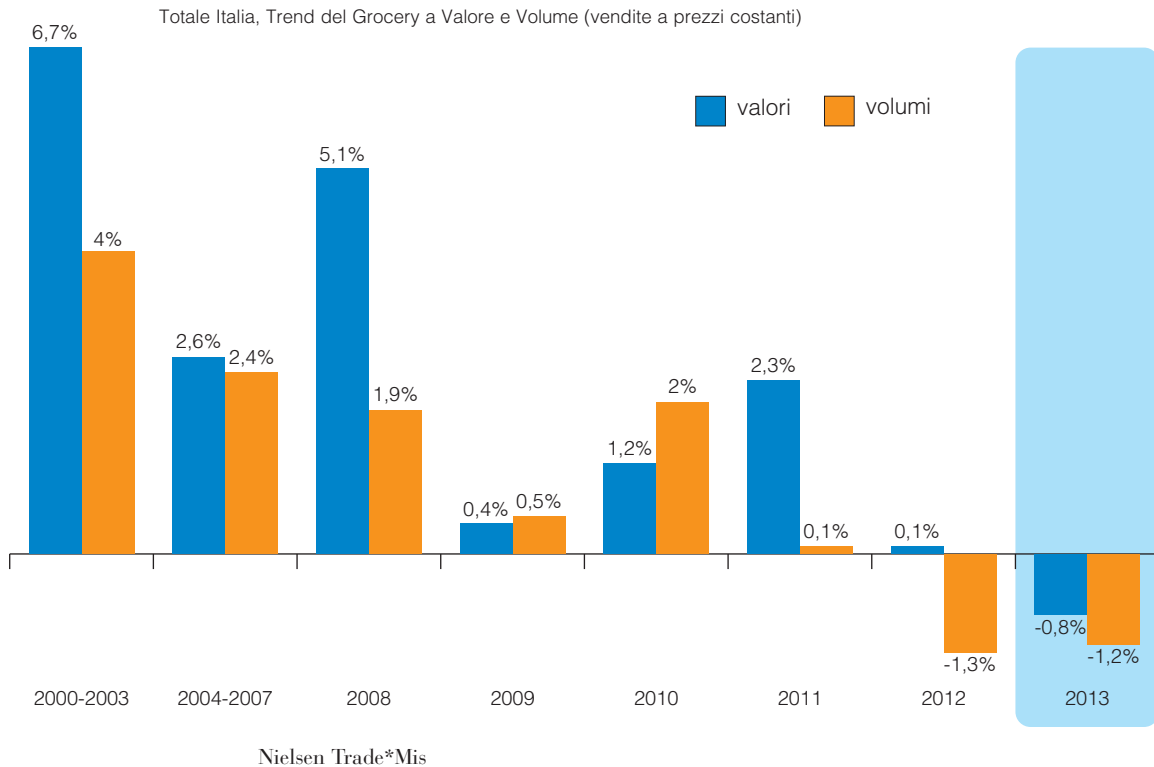
Elaborazioni Federvini su dati ISTAT

Grafico 25  
 Variazione % 2012/2013 di aceti in quantità per Paese di destinazione  
 (variazioni % su migliaia di ettolitri)

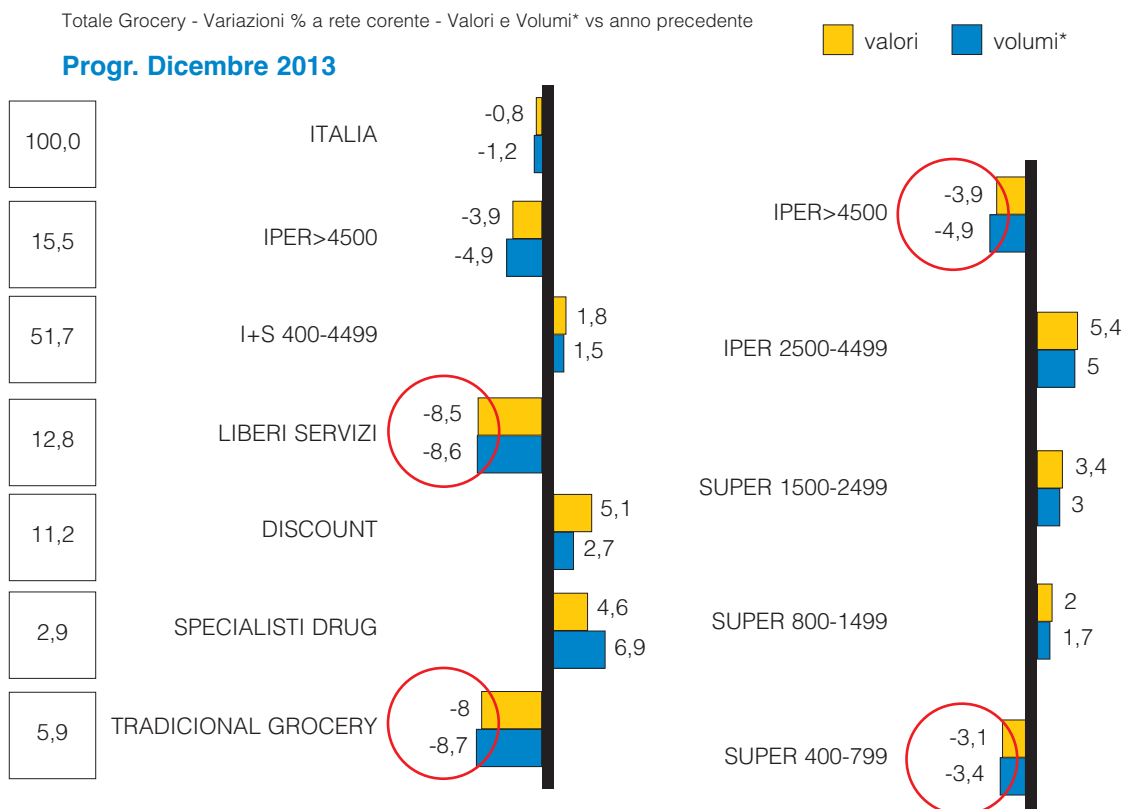


Osservatorio Federvini su dati ISTAT

**Grafico 26**  
**Nel 2013 cala il fatturato del largo consumo confezionato**



**Grafico 27**  
**Grandi iper e piccoli supermercati in flessione**



**Grafico 28**  
**Nel grocery sono il food confezionato, il fresco e il pets ad ottenere i risultati migliori**

Incidenza e trend delle aree merceologiche - Totale Grocery  
 Variazioni % a rete corrente - Valori e Volumi \* anni precedenti

var. volumi var. valore



**Progr. Dicembre 2013**



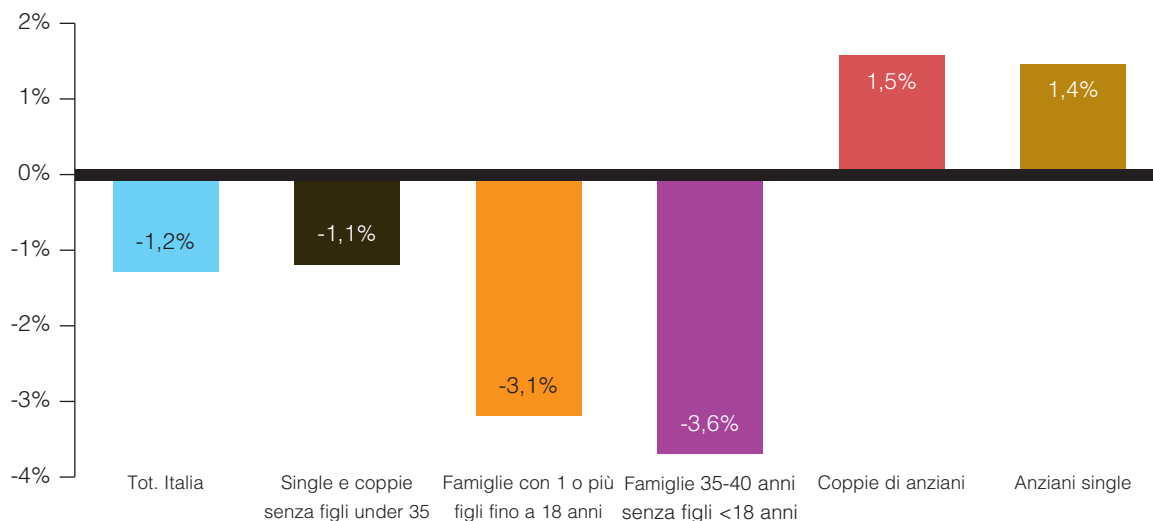
Nielsen Trade\*Mis

**Grafico 29**  
**Le famiglie con figli quelle più in difficoltà**



Trend della spesa in valore nell'ultimo anno

Prodotti di largo consumo confezionato e freschissimo - Totale Italia (tutte le fonti) - ultimo anno terminante ad ottobre 2013



Se le famiglie con figli sono quelle più in difficoltà, la spesa per consumi alimentari viene sostenuta dalle famiglie più anziane

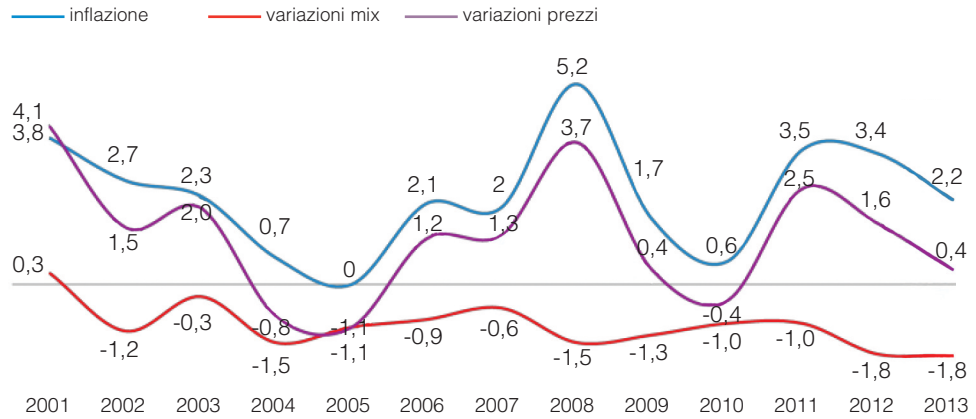
Grafico 30

**Oltre che tagliare le quantità, gli italiani continuano a cambiare la composizione del carrello**



Il consumatore continua a compensare gli incrementi di prezzo con il downgrading

Iper + Super + Libero Servizio



Osservatorio Inflazione Nielsen

Grafico 31

**Famiglie sempre più attente alla spesa la pianificazione degli acquisti**



- di solito pianifica prima di fare la spesa
- ha un budget rigoroso per la spesa di generi alimentari e per la casa e acquista solo i prodotti di cui ha bisogno (Meal Planning)
- di solito acquista solo quanto ha pianificato

Nielsen Shopper Trend 2013

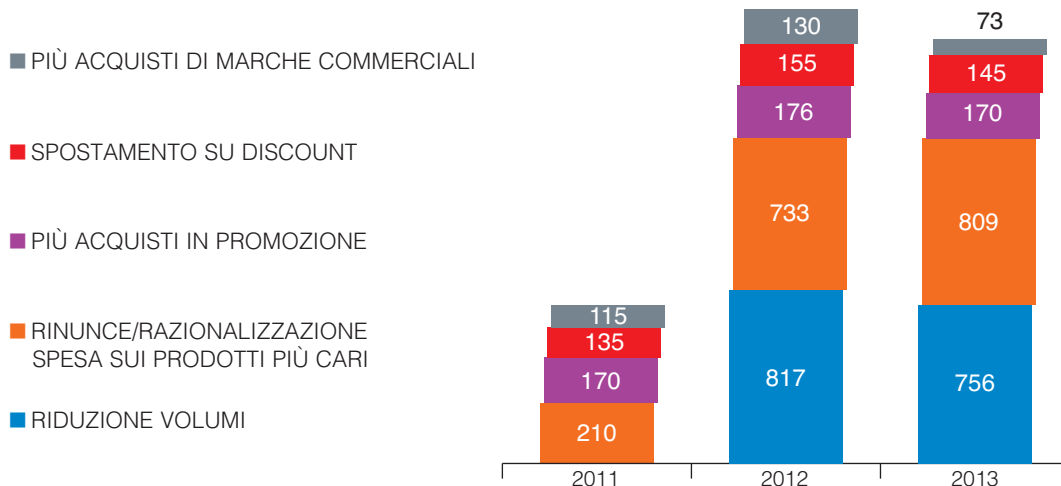


**Grafico 32**  
**Taglio della spesa sugli stessi livelli del 2012**

Nel 2013 la ricerca del risparmio incrementale prosegue sulla falsariga del 2012



**Il risparmio incrementale delle famiglie italiane**

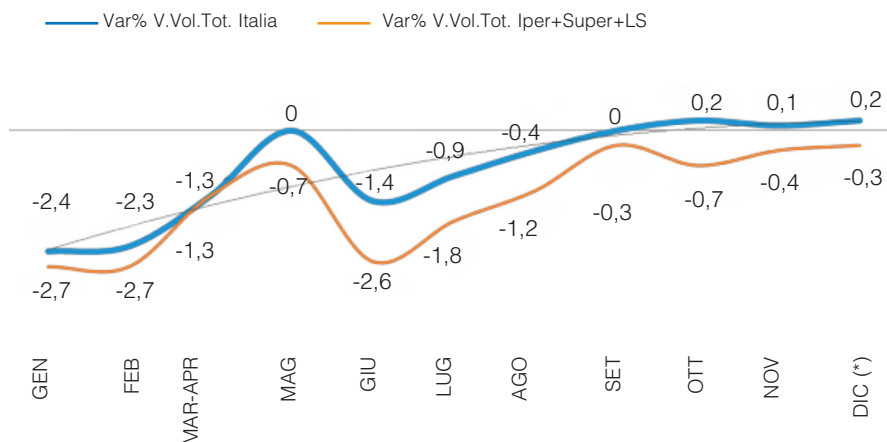


Nielsen Trade\* Mis

**Grafico 33**  
**Segnali di arresto della caduta dei volumi**

Da settembre il trend dei volumi si stabilizza

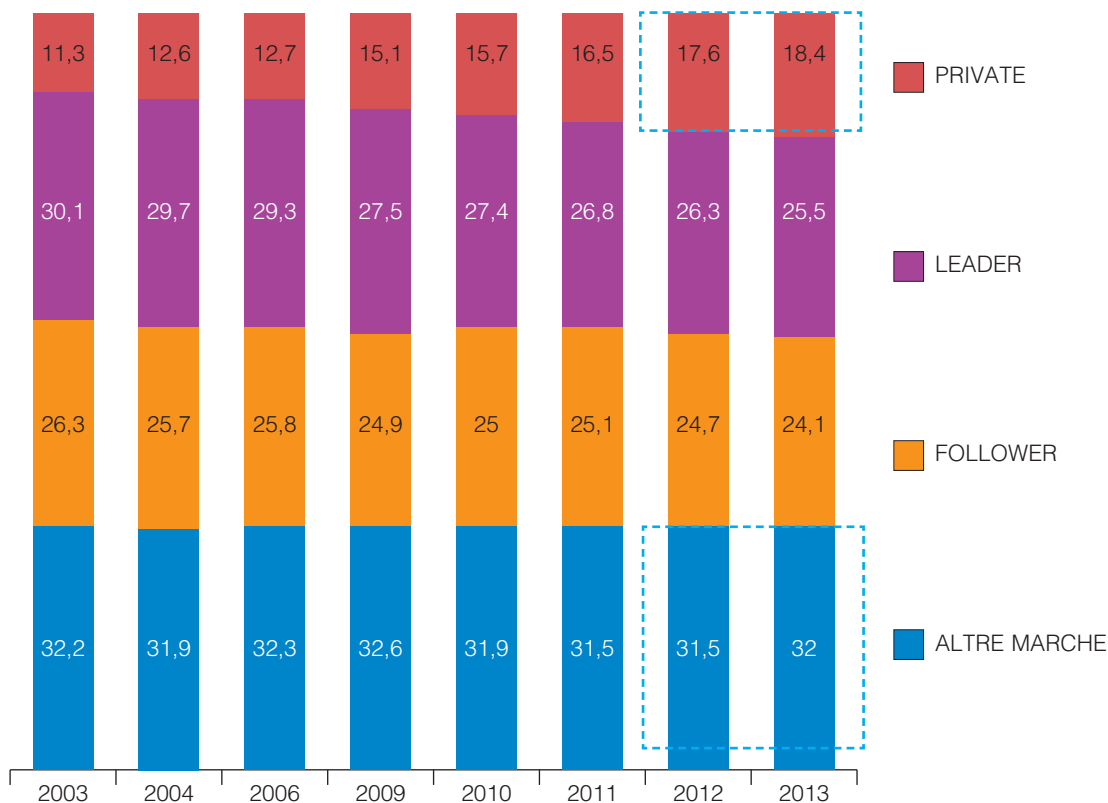
Il trend delle vendite a volume nel 2013



(\*) stima mese di dicembre 2013 + prima settimana 2014

*Grafico 34*  
**Le strategie di risparmio nel largo consumo**

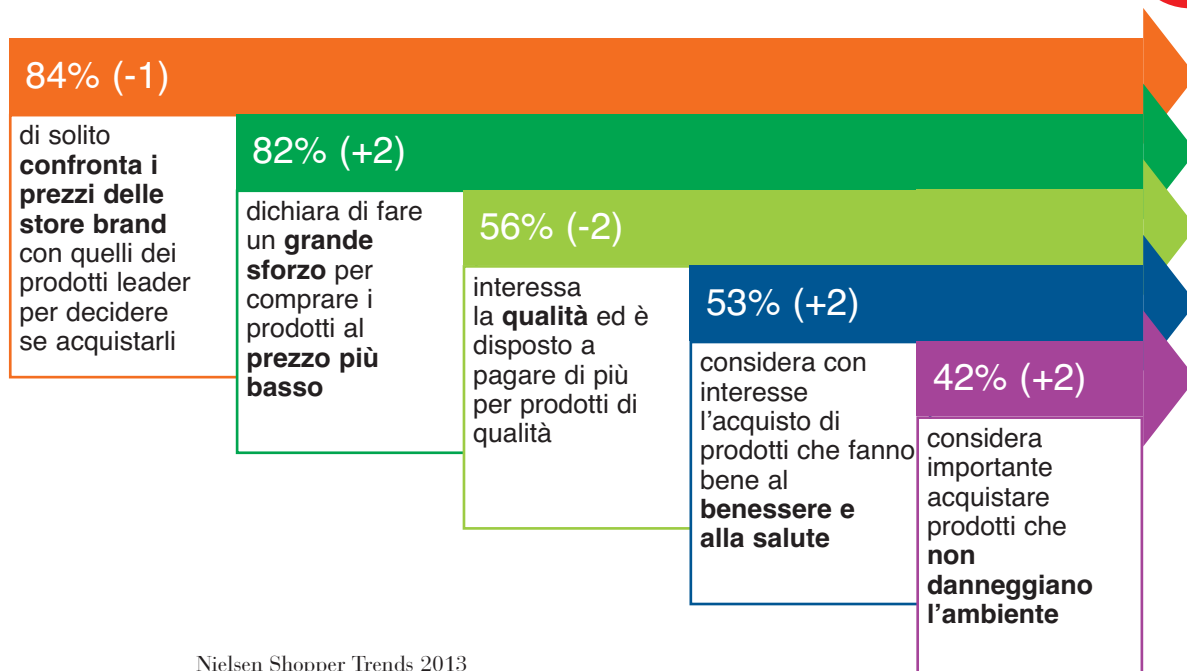
Segmentazione delle vendite per marca. Totale Grocery - Incidenza % a valore



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

Follower: da 2° a 4° Marca

*Grafico 35*  
**Gli stili di acquisto**



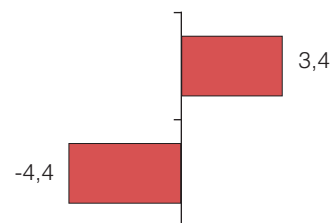
Nielsen Shopper Trends 2013

*Grafico 36*  
**Totale vino nel food**  
*continua la crescita in valore della categoria*

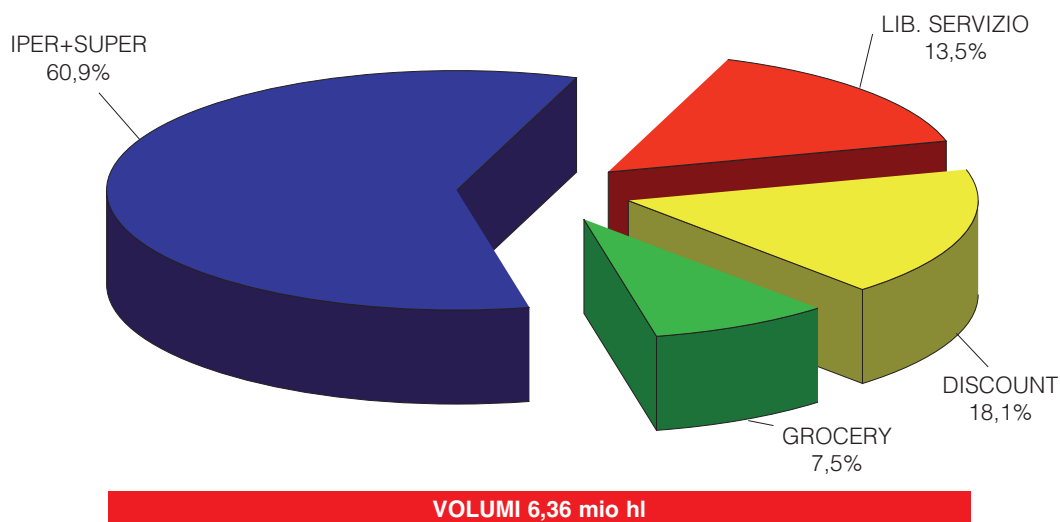
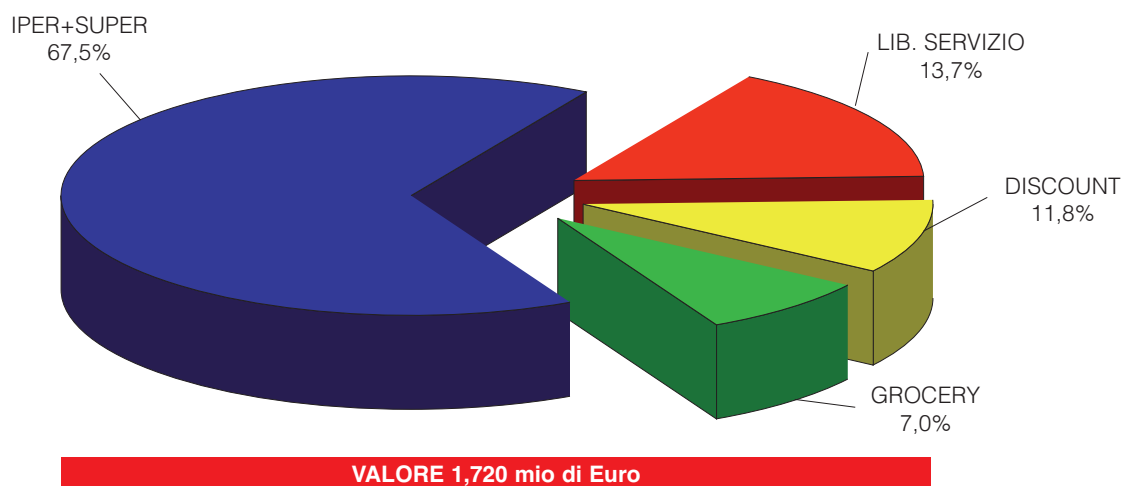
	a.t. Apr 13	a.t. Apr 14
<b>Valore (mio di euro)</b>	<b>1.664</b>	<b>1.720</b>
<b>Volumi (mio di hl)</b>	<b>6,65</b>	<b>6,36</b>

Prezzo medio lt.= 2,71 €

var. %



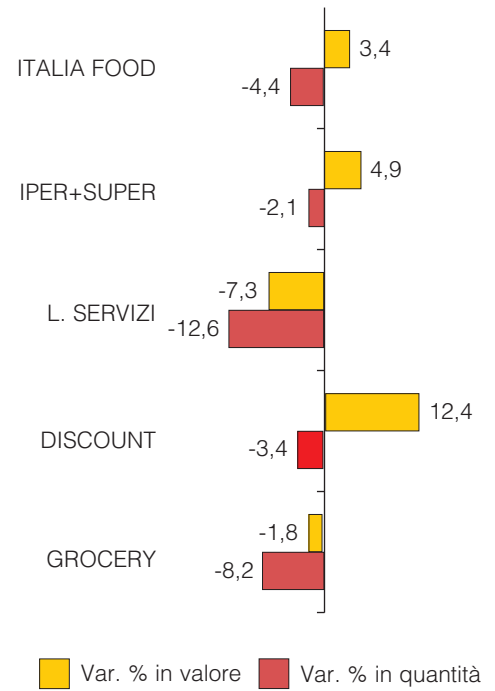
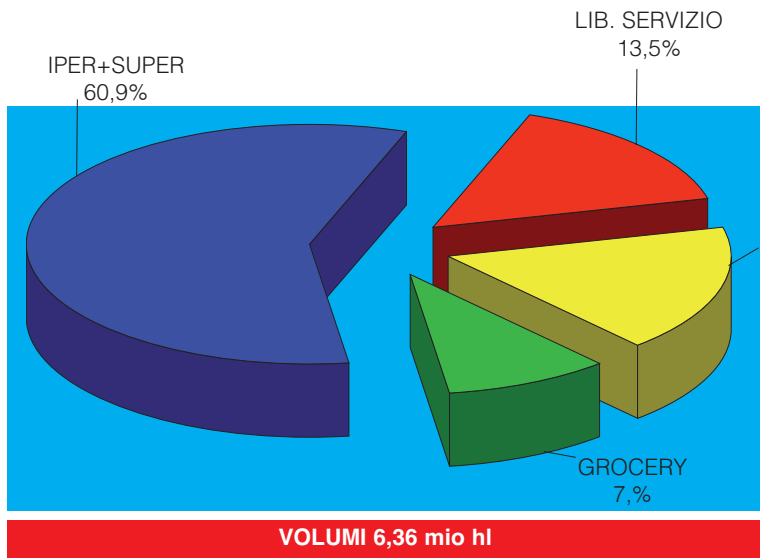
*Grafico 37*  
**Vino Food: l'incidenza dei canali**  
*crece l'importanza a valore del discount (+1 p.to)*



A.T. Aprile 2014

Grafico 38

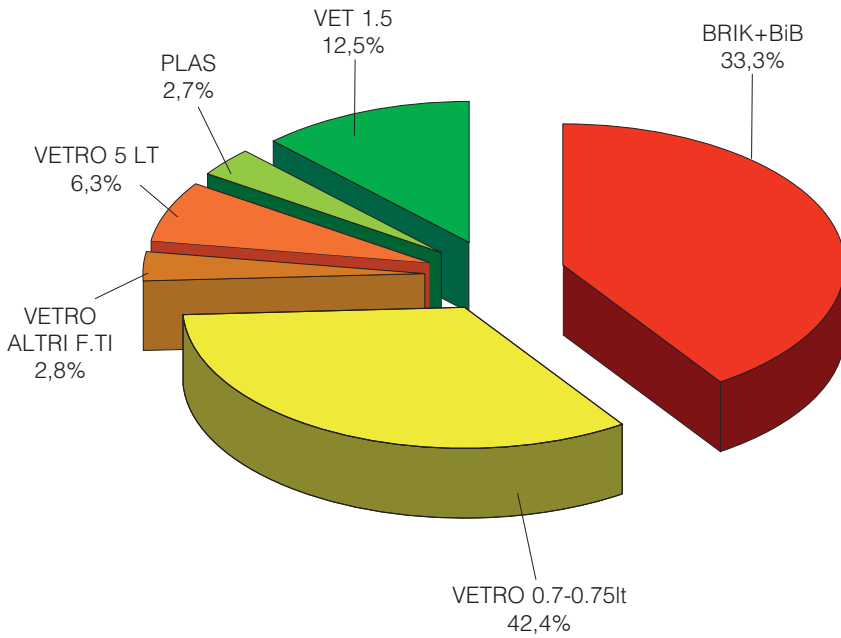
*Vino Food: trend dei canali. Rallentamento che ha coinvolto tutti i canali in volume, in valore invece positivi i discount e gli iper+super*



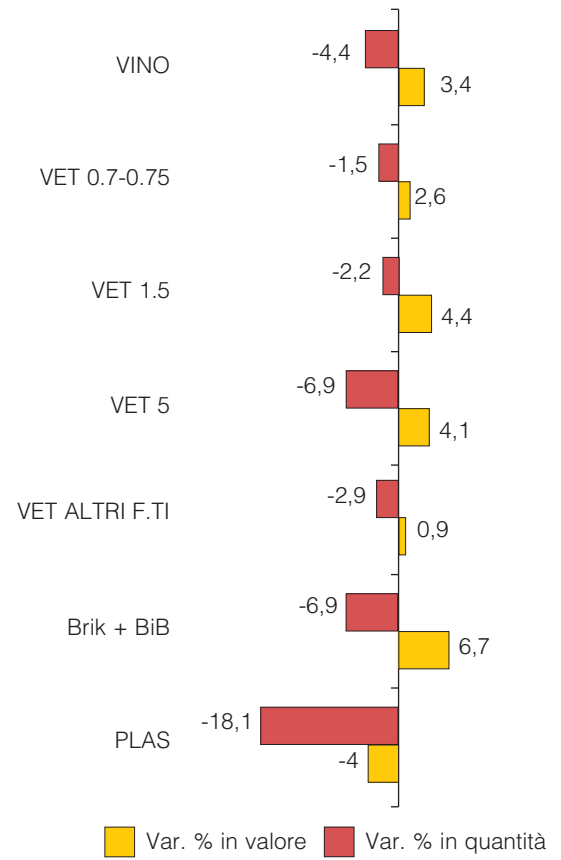
A.T. Aprile 2014

Grafico 39

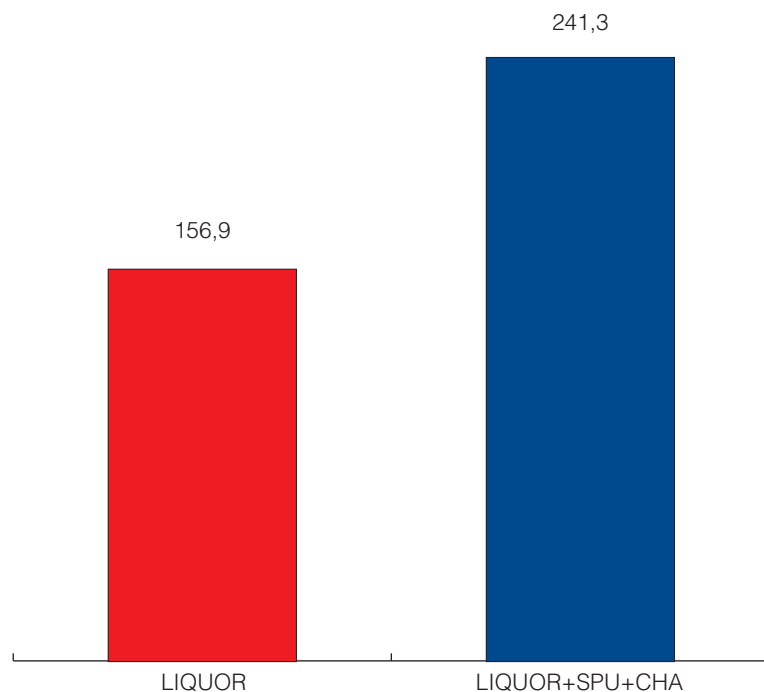
*Il mercato del vino nel canale moderno 2013, leggermente negativo in volume il vetro da 75 cl, sensibile la flessione per Brik e Plastica*



A.T. Aprile 2014

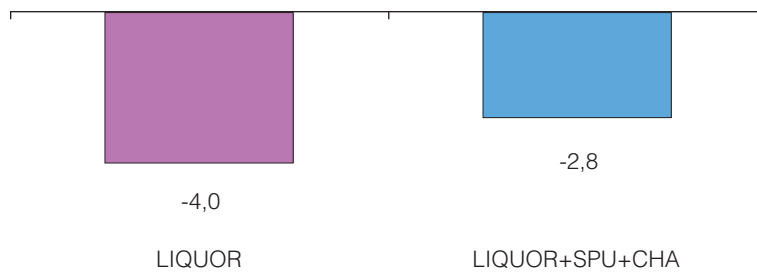


*Grafico 40*  
*Dimensione del mercato italiano nel 2013 (in mio litri)*



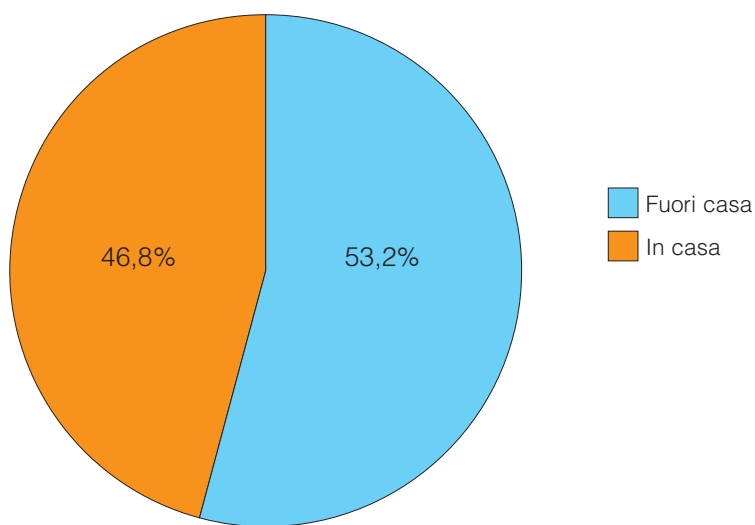
Fonte: StimaNielsen 2014

*Grafico 41*  
*Tendenza del mercato italiano nel 2013 (var% vs anno 2012)*



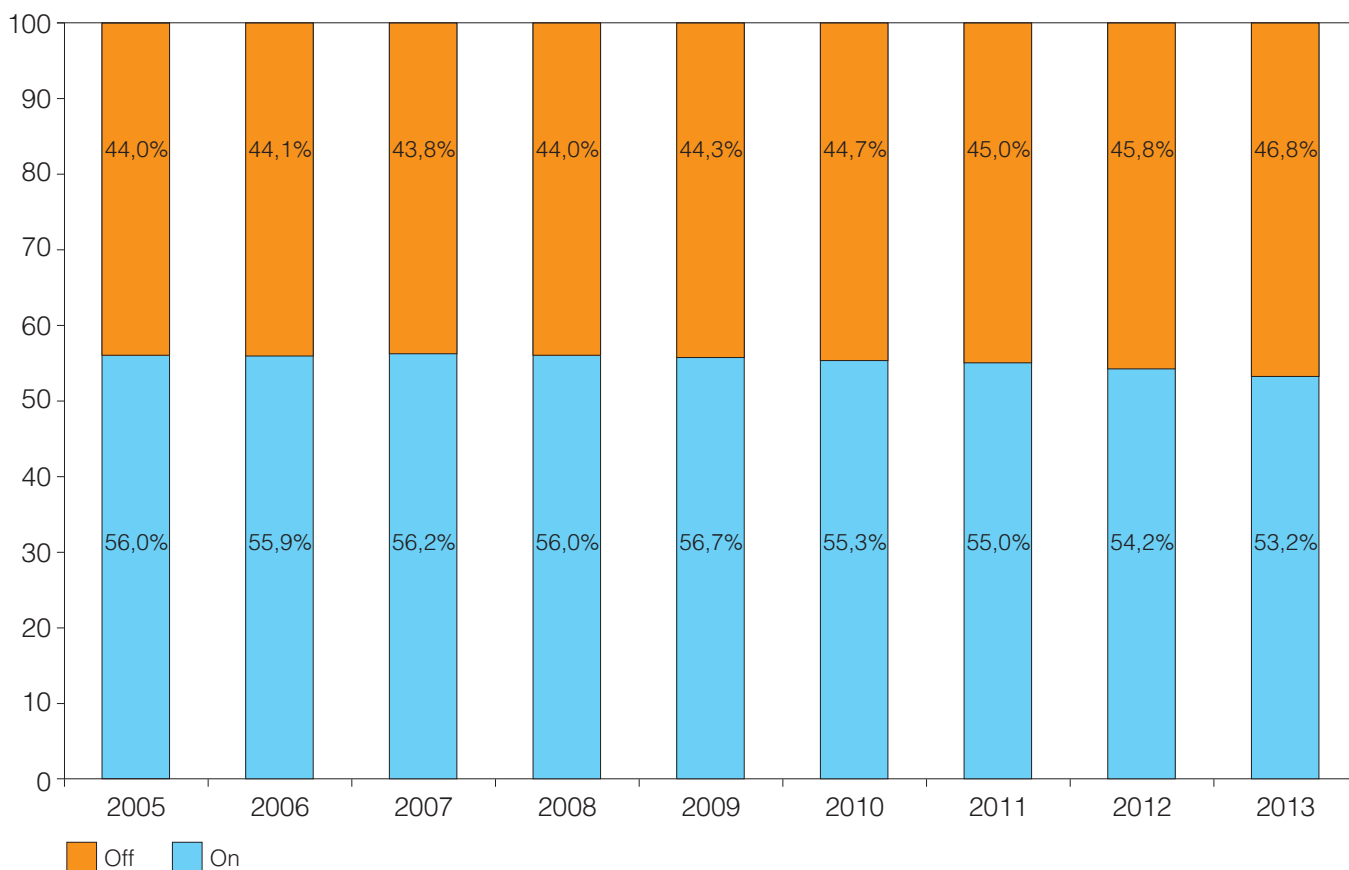
Fonte: StimaNielsen

Grafico 42  
**Canalizzazione del mercato italiano nel 2013**  
**Liquor+Spu+Cha**



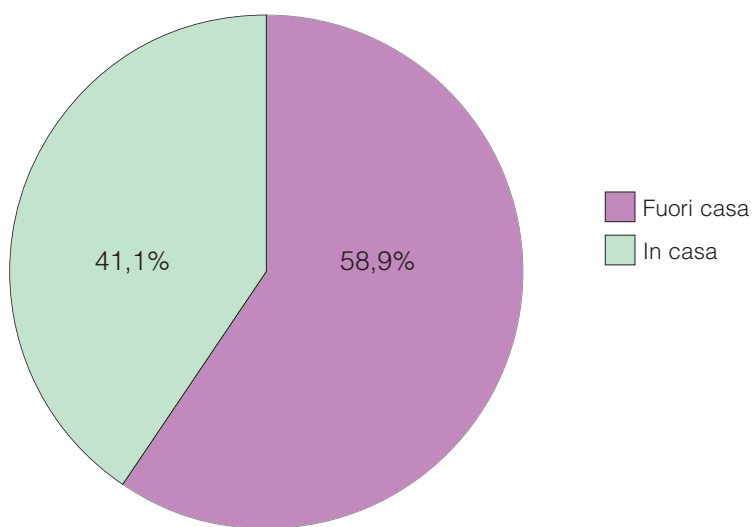
Fonte: Stima Nielsen

Grafico 43  
**Trend Canalizzazione del mercato italiano negli ultimi anni**  
**Liquor+Spu+Cha**



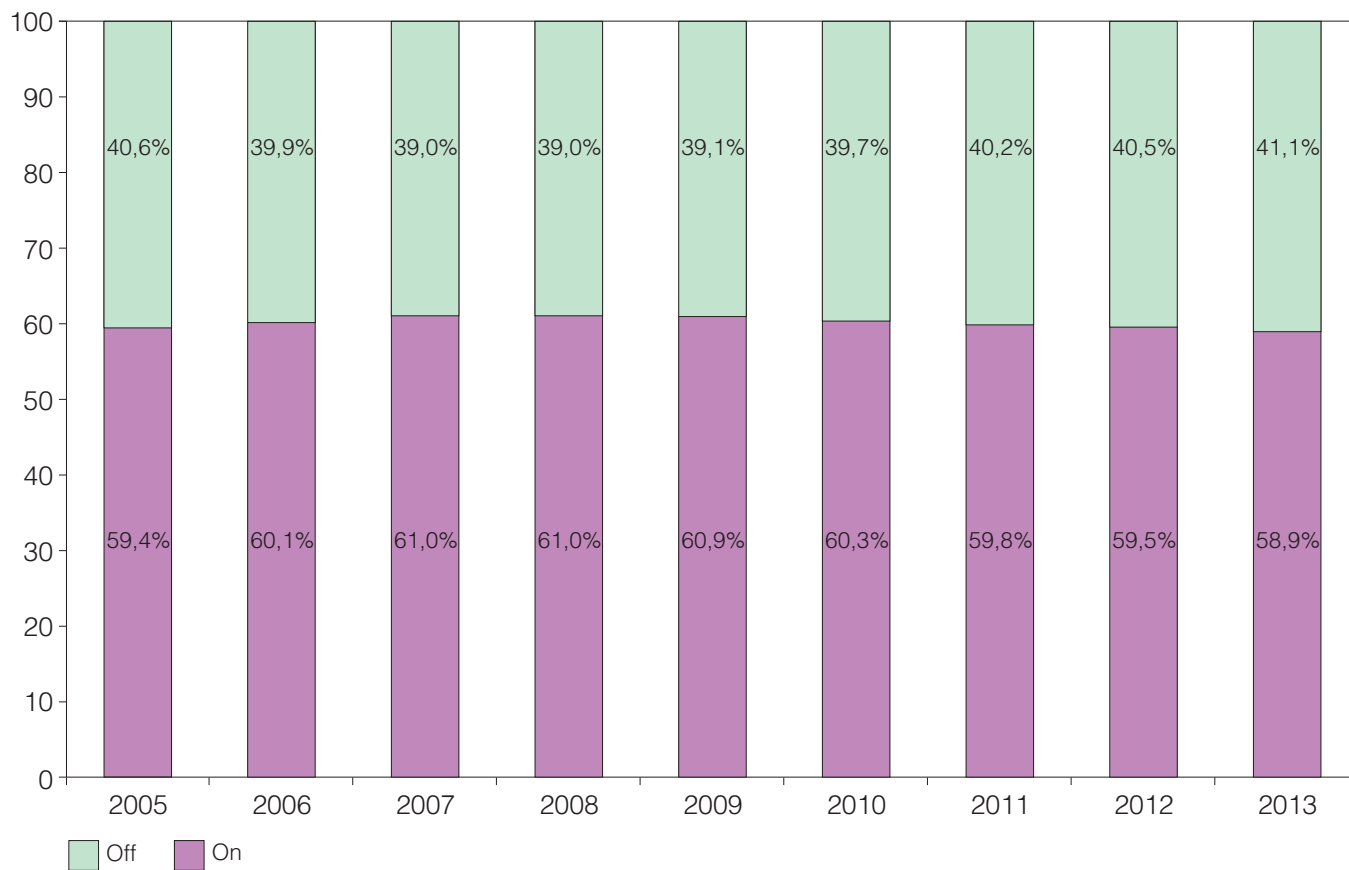
Fonte: Stima Nielsen

*Grafico 44*  
**Canalizzazione del mercato nel 2013**  
**Liquor**



Fonte: Stima Nielsen

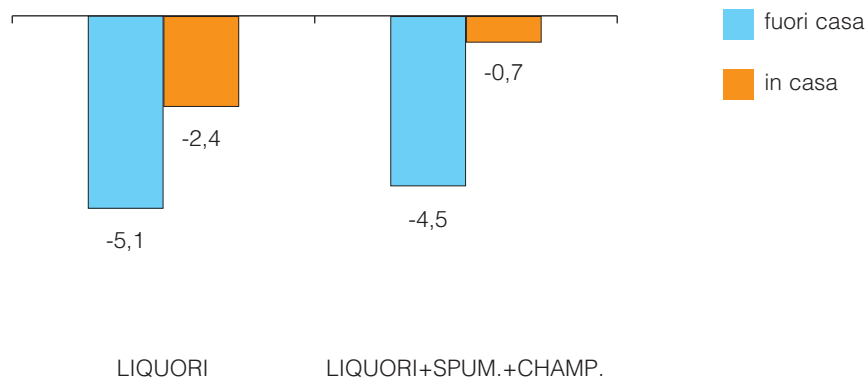
*Grafico 45*  
**Trend Canalizzazione del mercato negli ultimi anni**  
**Liquor**



Fonte: Stima Nielsen

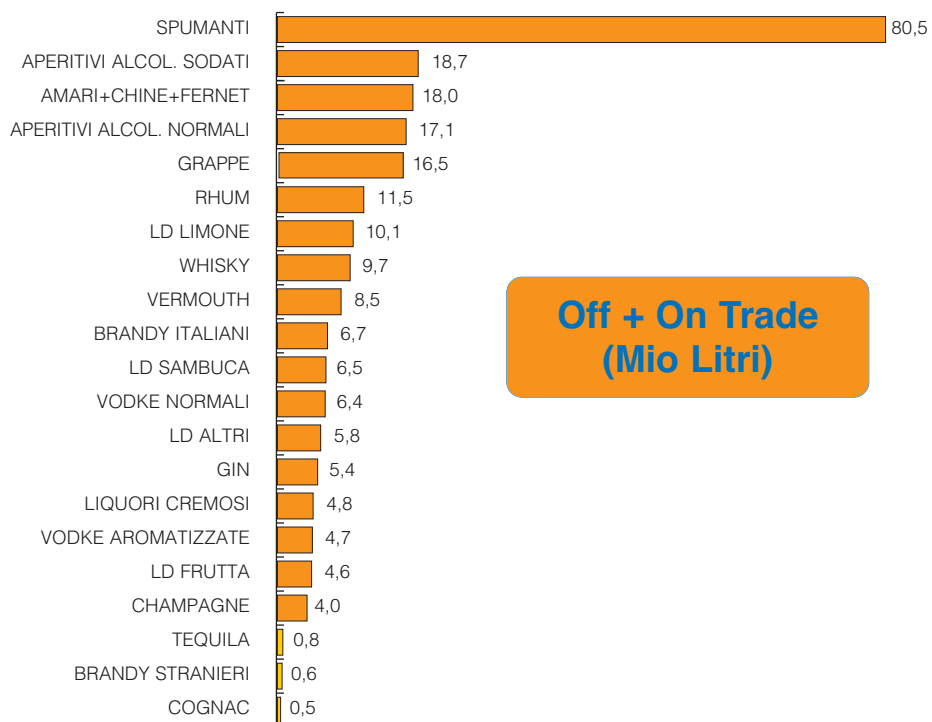


**Grafico 46**  
**La tendenza del mercato italiano nel 2013 (var% volumi vs 2012)**



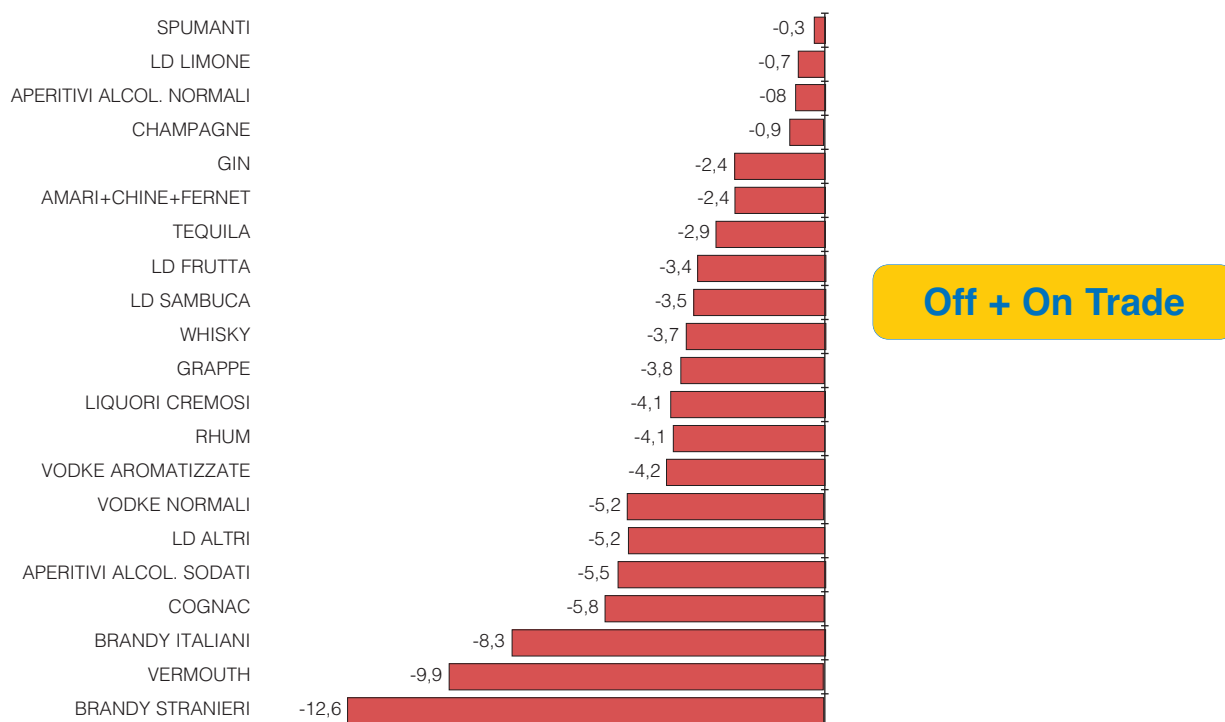
Fonte: StimaNielsen

**Grafico 47**  
**La dimensione del mercato italiano 2013 (in mio litri)**

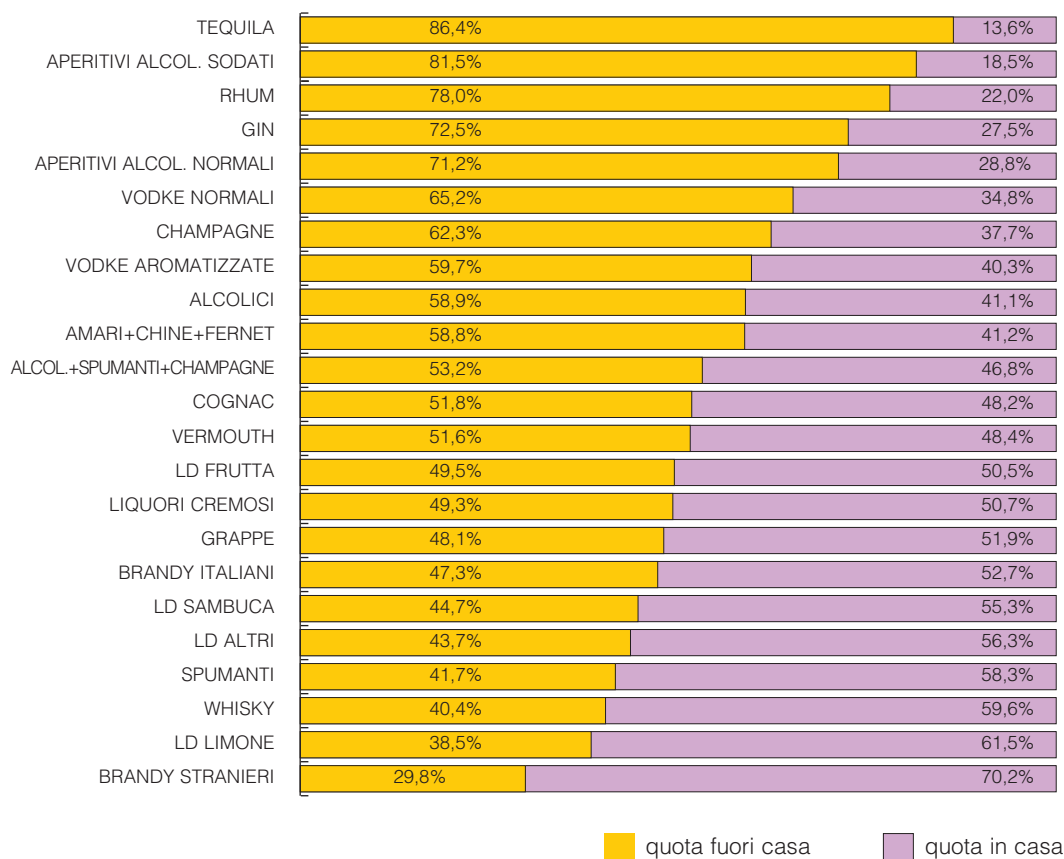


Fonte: StimaNielsen

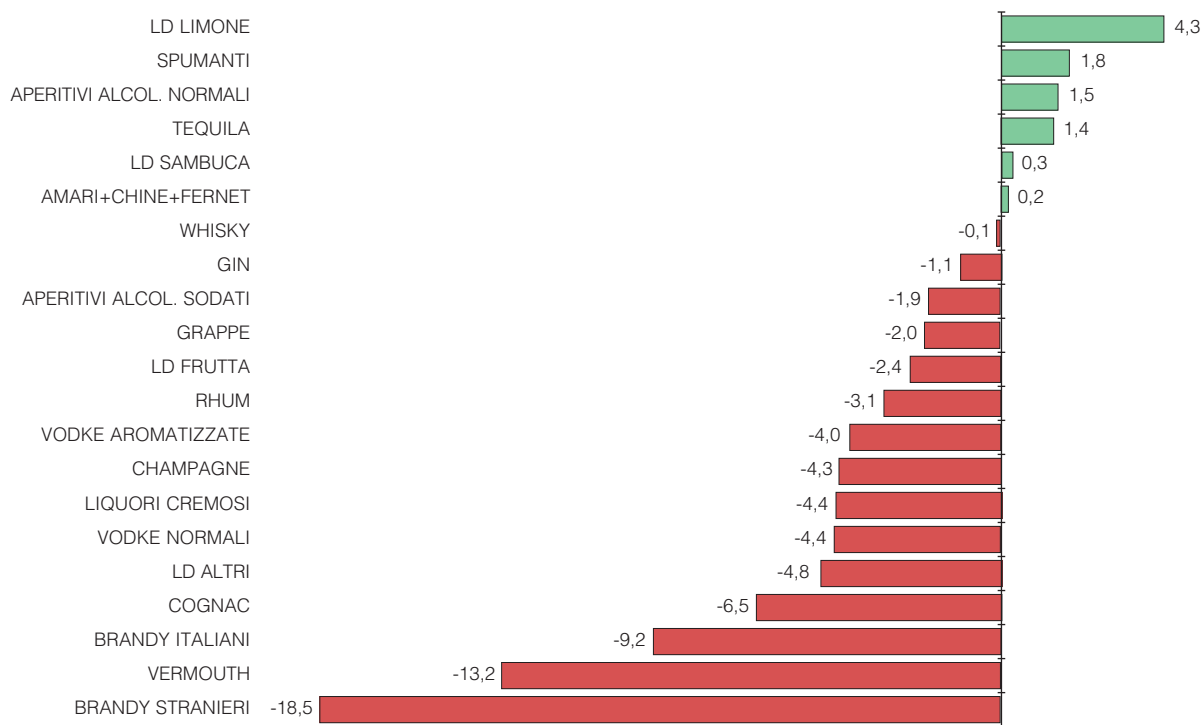
**Grafico 48**  
**La tendenza del mercato italiano in volume anno 2013 vs 2012**



**Grafico 49**  
**La canalizzazione del mercato italiano in volume (2013)**

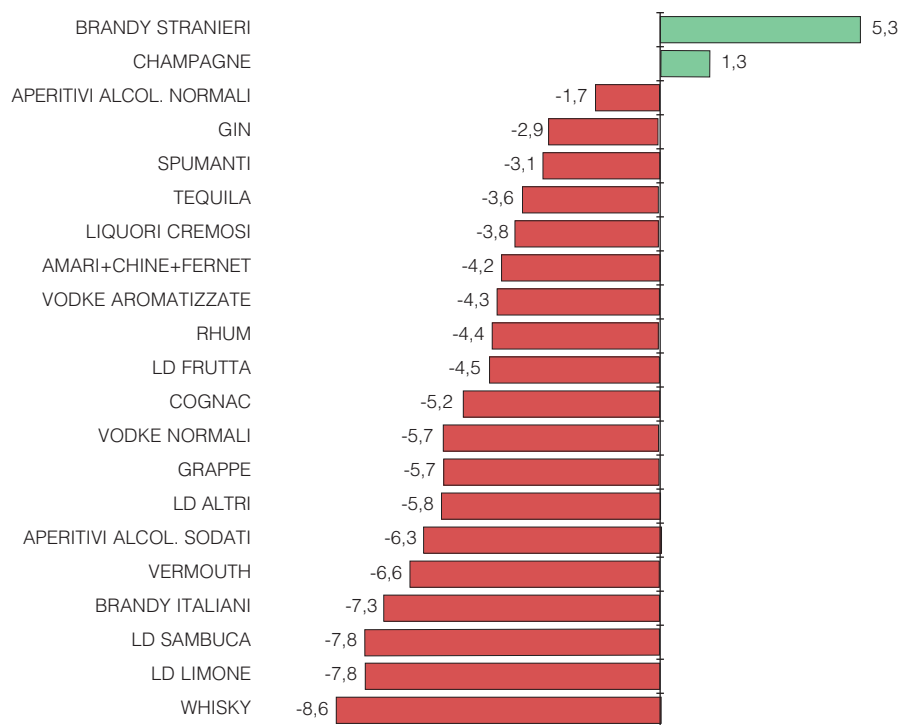


*Grafico 50*  
*Tendenza del mercato italiano in volume off trade*  
*Anno 2013 vs 2012*



Fonte: StimaNielsen

*Grafico 51*  
**La tendenza del mercato italiano in volume**  
**On trade: anno 2013 vs 2012**



Fonte: StimaNielsen



*Indice*

■ I Presidenti della Federvini dalla fondazione	3
■ Organi sociali	4
■ Attività della Federvini	5
■ Introduzione	9
■ Il 2013	10
■ Immagine dei nostri prodotti	12
■ Il peso fiscale	14
■ Export	17
■ Attività sindacale	20
■ La legislazione vinicola	22
■ Il Reg. (UE) 1169/2011 - Le informazioni al consumatore	24
■ Il regolamento 110/2008 - Le bevande spiritose	25
■ Il regolamento 251/2014 - I vini aromatizzati e le bevande a base di vino	26
■ Rapporti associativi	27
■ Conclusioni e ringraziamenti	28
■ Tabelle e grafici	29









Via Mentana, 2b - 00185 Roma - T. 064941630 064469421 - F. 064941566  
[www.federvini.it](http://www.federvini.it) - [federvini@federvini.it](mailto:federvini@federvini.it)