

# FEDERVINI

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



*Via Mentana, 2b - 00185 Roma  
Telefono: (06) 4941630 - 4469421  
Telefax: (06) 4941566  
Sito web: [www.federvini.it](http://www.federvini.it)  
e-mail: [federvini@federvini.it](mailto:federvini@federvini.it)*

Senato della Repubblica

9<sup>a</sup> Commissione Agricoltura

Ufficio di Presidenza

AUDIZIONE IN VIDEO CONFERENZA DI FEDERVINI SUL DOC. XXVII, N.18  
(PNRR)

Martedì 16 marzo 2021

# FEDERVINI

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



Federvini ringrazia la Presidenza della Commissione per l'invito ricevuto; il particolare momento economico rende ancor più apprezzata l'attenzione del decisore politico verso le Imprese rappresentate da Federvini.

L'agenda di queste Audizioni è sempre molto compressa, lo è ancor più, immaginiamo, nella versione "a distanza" con la quale partecipiamo oggi.

Procediamo quindi per punti molto sintetici, avendo come filo conduttore le attività oggetto di interesse della Commissione, restando a disposizione per ogni successivo approfondimento che potesse risultare utile.

## Chi è Federvini

Federvini associa le Imprese produttrici di vini, aperitivi, liquori, amari, distillati, aceti di fermentazione e Aceto Balsamico di Modena.

Sono tutti ambiti nei quali l'Italia ha raggiunto una leadership mondiale, grazie alle caratteristiche ed alla qualità dei prodotti e dei produttori: in ogni settore abbiamo imprese e marchi di valore mondiale, quale che sia la loro dimensione con cui sono tradizionalmente definite, micro, piccole, medie, grandi, multinazionali. Inoltre, le Imprese sono contraddistinte da una quasi esclusiva imprenditoria familiare, molto radicata nel territorio di origine, anche quando la storia le ha portate a crescere al di fuori di tale ambito.

Limitaremo le tabelle con cifre ed indicatori economici, ma invitiamo a considerare un dato per tutti: nel 2019, l'export delle imprese attive nei settori rappresentati valeva da solo pochi decimali meno del 20% dell'intero export agroalimentare italiano.

L'11 marzo, l'ISTAT ha diffuso i dati conclusivi relativi alle esportazioni italiane nel 2020: apparentemente il dato - 2,2% dovrebbe essere visto quasi come un dato positivo; in realtà, rischiamo una lettura impropria perché quel dato nasconde la reale difficoltà che sta vivendo la maggior parte del tessuto produttivo nazionale. Nel settore del vino italiano abbiamo molte piccole e medie realtà focalizzate nell'alto di gamma che, nonostante uno scenario distributivo meno polarizzato nel mondo rispetto all'Italia, hanno sofferto lo stop, ancora in gran parte in atto, della ristorazione e dei viaggi, che, per una certa fascia di vino, resta predominante.

Ma non è l'unico fattore: per tutti e tre i settori - Vini, Spiriti ed Aceti - la classifica dei principali Paesi di destinazione vede nei primi posti USA e UK: sul primo mercato i nostri operatori hanno dovuto fronteggiare le complessità determinate dall'applicazione dei dazi come conseguenza della disputa Boeing vs Airbus e, prim'ancora, di quella sull'alluminio e acciaio; sul secondo le tensioni e le complessità legate alla Brexit. Se qualche segnale ben positivo lo si inizia ad intravedere con gli USA, le complicazioni commerciali legate alla Brexit non hanno ancora sfogato tutti i loro effetti, nonostante la grande e competente assistenza messa in campo dall'ICE.

## La pandemia

Non pensiamo sia necessario sottolineare quanto la pandemia abbia influito sulle attività, sul giro d'affari, sulle esigenze finanziarie delle Imprese.

# FEDERVINI

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



Crediamo che sia doveroso ricordare che proprio in questi giorni, un anno fa, gli occhi del mondo erano puntati sull'Italia perché qui si registravano ufficialmente i primi casi di contagio, fuori dal territorio cinese.

Ci siamo trovati all'improvviso a dover garantire che non solo noi italiani non stavamo diffondendo il contagio, ma neanche i nostri prodotti. Mentre cercavamo di mettere in sicurezza ambienti di lavoro e lavoratori, per garantire una continuità di forniture, ci venivano richieste le certificazioni e le assicurazioni più disparate.

Non che i momenti successivi siano stati più semplici, ma certamente il drammatico isolamento iniziale ha messo subito in luce come lo scenario sfuggisse a qualsiasi modello di crisi; con in più il dolore per le vittime e per la pressione cui erano sottoposti il personale e le strutture sanitarie.

Il passaggio dal contagio italiano alla malattia pandemica ha definitivamente evidenziato la dimensione e la gravità dello scenario: lo apprendemmo con la conferenza stampa del direttore dell'OMS l'11 marzo 2020.

Dalle nostre Imprese associate escono – per alcune di loro da diverse centinaia di anni – prodotti destinati alla socialità (responsabile e consapevole!), mentre siamo andati incontro ad un'unica regola dominante: “il distanziamento sociale”, che ancora oggi regola la vita mondiale. È questo il metro da utilizzare per misurare la crisi dei nostri settori.

**Il canale HoReCa, in Italia e nel mondo, rappresenta un canale relevantissimo per raggiungere i consumatori con i nostri prodotti.**

Fintanto che non riprenderà vita, ci mancherà un terminale fondamentale: **la ripresa di questo settore, insieme con quello della ospitalità e del turismo, è la chiave indispensabile per la ripartenza.**

Né la GDO, né la seppur interessante crescita delle vendite a distanza, infatti, hanno sinora potuto compensare i valori non realizzati dal canale HoReCa.

Per questa ragione, abbiamo molto apprezzato la forte attenzione che il Governo ed il Parlamento intendono dedicare al turismo ed alla ospitalità, poiché sono vie di sviluppo che consentiranno al settore agro-alimentare di far conoscere di più e meglio il valore delle nostre produzioni e delle nostre tradizioni eno-gastronomiche, aiutando anche i territori ad accelerare la ripresa.

## Digitalizzazione, innovazione, competitività.

**Abbiamo un bisogno urgente di un'infrastruttura digitale efficiente a copertura di ogni angolo del territorio nazionale.**

Le nostre Imprese sono presenti capillarmente su tutto il territorio nazionale, nella stragrande situazione fuori in ambiti rurali, spesso anche collinari quando non montani. Da questi punti di partenza, sono state capaci di portare i propri prodotti e di costruire, in ogni luogo del mondo, l'immagine della grandissima qualità italiana.

La pandemia ha mostrato quanto la comunicazione digitale sia fondamentale nelle relazioni, anche commerciali. A tale proposito sono indispensabili anche nuovi modelli di servizi digitali in occasioni di fiere e manifestazioni promozionali.

# FEDERVINI

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



Pensiamo al flusso di operatori commerciali e comunicatori internazionali che affluivano, annualmente fra la fine di marzo ed inizio aprile, a Verona, per un evento così rilevante come Vinitaly: la manifestazione nel 2020 non c'è stata, nel 2021 la certezza che possa esservi si riduce di giorno in giorno.

**È indispensabile che i sistemi fieristici siano posti in sicurezza e, insieme con gli operatori interessati, trovino una modalità differente di incontrare i propri partner commerciali ed i consumatori:** il mondo digitale offre delle buone prospettive, non possiamo lasciare vantaggi enormi ai nostri concorrenti perché in Italia non abbiamo una infrastruttura digitale che funzioni efficacemente in ogni ambito territoriale. E nel caso specifico del vino, degli spiriti e dell'aceto, **vanno tenute in conto le rilevanti esperienze che possono mettere insieme l'ICE e Veronafiere per confermare l'importante presenza internazionale dei nostri operatori che compensi le mancate esibizioni fieristiche.**

Ancora: una maggiore digitalizzazione deve entrare nell'orbita delle relazioni con la PA: ma non a senso unico, continuando ad imporre agli operatori di gestire le loro comunicazioni con la PA in forma digitale.

In questo Federvini è stata attivissima: in particolare, nei programmi sperimentali condotti dall'Agenzia delle dogane e dall'ICQRF per definire il passaggio di numerosi obblighi burocratici da cartaceo a digitale, messi in campo con importanti impegni economici da parte degli operatori. **È necessario che questi sistemi parlino fra loro, consentano alla PA, di qualunque livello, nazionale o territoriale, di accedere alle informazioni senza dover interrogare gli operatori; e si deve accelerare il processo di digitalizzazione dall'anagrafe delle aziende ai catasti immobiliare ed agricolo (ed in questo ambito quello viticolo). Per non parlare del registro unico dei controlli, che da elemento distintivo, con il passare del tempo, rischia di divenire una nuova chimera.**

Questo processo è indispensabile: rende ancora più forte il sistema produttivo nazionale, ci rende più forti sui mercati internazionali, perché rafforza la competitività delle Aziende e la credibilità del Sistema Paese.

Si deve anche avere il coraggio di abbandonare modalità di verifica e controllo oramai superati dal tempo: un esempio su tutti, **il contrassegno fiscale adottato negli anni trenta per avere la certezza della verifica del pagamento dell'accisa gravante sulle bevande alcoliche avviate al consumo sul mercato nazionale.** Oggi quello strumento è palesemente obsoleto a fronte di un sistema di produzione e di versamento delle accise ampiamente digitalizzato e certamente molto più accurato che negli anni '30. Ma in questa evoluzione, **la abrogazione del contrassegno** incontra enormi difficoltà ed ostracismi legati più ad una burocrazia che si autoalimenta piuttosto che a efficienti elementi di verifica e controllo.

Oppure ancora **le importanti semplificazioni introdotte dal Parlamento con la Legge 238/2016 in materia di controlli nel settore vitivinicolo che sono rimaste in parte disattese.**

È proprio di questi giorni la pubblicazione del decreto legislativo in materia di controlli nel settore agro-alimentare che dà, secondo la nostra lettura, un ruolo centrale al Ministero delle politiche Agricole e in particolare all'ICQRF: ci attendiamo ora un migliore coordinamento delle attività. E per le imprese vinicole, come detto, attendiamo la piena applicazione della legge 238/2016: già troppo tempo, infatti, è passato senza una piena e coerente attuazione dell'articolo 59, che traccia la strada in materia di coordinamento degli adempimenti amministrativi, per non parlare dell'articolo 64, comma 14, in

# FEDERVINI

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



materia di organismo responsabile unico dei controlli e della certificazione oppure – ancora – dell’articolo 65 laddove il Legislatore ha voluto indicare alcune interessanti semplificazioni con riferimento alle analisi chimico fisiche ed organolettiche dei vini.

Quanto accaduto con la pandemia deve insegnarci qualcosa. L’intera filiera produttiva si è dovuta rapidamente adattare a nuove ed inattese condizioni di lavoro, sperimentando inedite modalità, fra cui anche quelle legate ai controlli, recepite poi nei provvedimenti emergenziali nazionali ed unionali. È un esempio bellissimo e funzionale di come sia possibile assicurare la continuità dell’attività di controllo e di certificazione, mettendo al contempo **le Aziende nelle condizioni di operare anche in condizioni molto particolari come quelle occorse durante il lockdown, senza rinunciare a quelle garanzie di qualità e autenticità che contraddistinguono il nostro settore vitivinicolo nel mondo.**

## Rivoluzione verde e transizione ecologica

**La filiera vitivinicola ha preso i passi in tempo, avendo promosso la definizione di un piano unico per la sostenibilità: deve ancora superare il confronto nella conferenza Stato-Regioni, ma è vivissimo l’auspicio che il percorso per la sua definizione incontri una accelerazione.**

In generale occorrerebbe riconoscere alla produzione viticola – ma non solo ad essa, è sufficiente vedere le limonaie della penisola sorrentina, tanto per fare un altro esempio – il ruolo che i produttori hanno nella custodia del territorio: laddove si mantiene la presenza di coltivazioni che chiedono una presenza continua, è facile constatare quanto ne abbia beneficiato anche la tutela idrogeologica del territorio. Si parla spesso della **fragilità del nostro territorio**, purtroppo soprattutto all’indomani di episodi legati alle manifestazioni meteo più impattanti. Laddove è presente la vitivinicoltura questi fenomeni non vengono registrati, anche se talvolta grandine, vento, tempeste di pioggia e gelo piegano e distruggono i vigneti: il territorio resiste perché è parte integrante della attenzione del conduttore del vigneto, che così da “agricoltore specializzato” assume anche il ruolo di **custode del territorio** a beneficio della collettività locale.

Questo ruolo dovrebbe trovare una formula di compensazione fiscale al momento dell’impianto, tenuto conto che da questi investimenti non trarrà beneficio solo l’operatore che li pone in essere, ma anche la comunità che sul territorio è presente. **Chiediamo che nel piano di revisione fiscale si tenga conto dell’impatto positivo di questi investimenti, anche nell’ottica del risparmio degli interventi straordinari per l’assessamento idrogeologico, così come lo studio di un meccanismo di compensazione in grado di riconoscere il contributo positivo che il vigneto – al pari delle altre colture arboree – offre in termini di lotta al cambiamento climatico per l’effetto positivo in termini di sequestro della CO<sub>2</sub>.**

Solo così l’Azienda sarà al centro del *Green Deal*, diventando laboratorio prima e motore poi della svolta verde che ci viene chiesta e sulla quale siamo tutti impegnati.

Su un fronte diverso, richiamiamo l’attenzione sul ciclo degli imballaggi: i settori da anni sono attentissimi agli imballaggi, sia come elemento di custodia della qualità dei prodotti, sia come elemento agile da gestire a fine vita. In questo senso, chiediamo di porre attenzione alle esigenze cui il contenitore è destinato: ad esempio, ponendo come obiettivi virtuosi la riduzione del peso dei contenitori nel settore degli spumanti si rischia di creare delle situazioni discriminatorie incomprensibili. Il peso in questo caso (ma non è l’unico) è funzione della lunga permanenza in azienda, delle esigenze di spostamenti plurimi, della capacità di trattenere un’importante sovrappressione a

# FEDERVINI

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



garanzia delle peculiari caratteristiche del prodotto, per non citare, infine, la esigenza di sicurezza nel trasporto e in tutte le fasi che precedono il momento di consumo.

Misure che incidano nel ciclo degli imballaggi, pur utili e condivise nella individuazione dei canali di recupero e riciclo a fine vita, devono essere attentamente studiate caso per caso, per evitare che diventino motivo di inciampo per importanti filiere nazionali. Non a caso si parla di economia circolare, a testimonianza della necessità dell'esistenza di un ciclo economico.

Permetteteci **una nota specifica al di fuori del PNRR**: chiediamo di adottare urgentemente una correzione dell'articolo 219, comma 5, primo periodo, del Codice dell'Ambiente (d.lgs. n. 152/2006), per modificare le disposizioni in materia di identificazione degli imballaggi da parte dei loro produttori e utilizzatori. Il rinvio adottato solo per gli impegni in capo agli utilizzatori, sta comunque generando confusione; inoltre, la norma non è stata notificata in ambito internazionale e questo sta creando ulteriori tensioni in capo agli operatori italiani. Un riesame della disposizione è indispensabile.

## Istruzione, ricerca, cultura

Anche su questi filoni, le Imprese del settore e l'Italia hanno importanti esperienze da fissare come obiettivi rilevanti, nella fase della ripresa.

Partiamo dalla varietà e dall'equilibrio della nostra alimentazione: non sono solo i nostri ricercatori a dirlo, ma anche studiosi di altre aree geografiche ad aver rilevato il valore della nostra dieta. Trasferiamo al settore il modello così bene adottato nel campo della tutela artistica.

Avendo un patrimonio unico al mondo, per studiare e tutelare il nostro patrimonio artistico ed archeologico sono nate delle scuole, dei centri di eccellenza che oggi portano nel mondo la nostra sapienza e la nostra cura. E spesso, prima della diplomazia politica, è intervenuta proprio la cooperazione per la tutela artistica ed archeologica a ricreare rapporti interrotti per le ragioni più diverse da quelle naturali a quelle, purtroppo, belliche.

In Italia abbiamo un patrimonio eno-gastronomico altrettanto unico; ed abbiamo centri di studio altrettanto eccellenti. Ma diversamente dal versante archeologico ed artistico, non abbiamo messo a sistema i due settori.

**Lo chiediamo con forza, di fronte all'emergere di scuole di pensiero che intendono educare e crescere le generazioni future sulla base di messaggi alimentari legati allo stesso funzionamento dei colori di un semaforo o, peggio, direttamente a dei warning.** Abbiamo la possibilità di costruire un percorso diverso, basato su informazione e formazione; abbiamo la possibilità di far vedere a tutto il mondo le potenzialità di questi percorsi alternativi, accompagnando momenti di formazione alla presentazione delle nostre eccellenze agro-alimentari.

La promozione del *Made in Italy* è fondamentale a questo scopo: e le sinergie che si possono creare andranno, ancora una volta, a tutto vantaggio del nostro paese e della sua credibilità.

**La promozione e la sua programmazione devono essere sempre presenti nell'azione di Governo:** abbiamo una forza evocativa presso i consumatori in tantissimi mercati internazionali che supera enormemente la dimensione reale del Paese. Vini e Spiriti sono sicuramente fra le punte di lancia per il valore globale del nostro export, ma anche per il valore dei singoli produttori e dei loro marchi altrettanto conosciuti in ogni angolo del mondo. Ancora una volta torniamo a sollecitare la necessità

# FEDERVINI

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



di una efficace continua attività di promozione, ancor più in questo momento, visto che i prodotti possono viaggiare mentre le persone incontrano ancora tantissime difficoltà.

Abbiamo bisogno di una visibilità continua, assicurando un consolidamento ed un rafforzamento delle posizioni raggiunte nei diversi mercati. Ancor più, come abbiamo già ricordato, in assenza di un evento così rilevante come il Vinitaly.

**I nostri sono prodotti alimentari – un segmento su cui l'Italia detiene una vera e propria leadership nel mondo – ma questa posizione va tutelata e migliorata con l'apporto di nuove scoperte scientifiche e studi continui a supporto dell'attività delle nostre Aziende.** Ecco allora che è fondamentale che i centri di ricerca italiani siano eccellenza nel mondo per gli studi su nuove varietà di vite meno impattanti sull'ambiente e, più in generale, con una migliore capacità di adattamento al cambiamento climatico in atto e nuove e più raffinate tecniche di coltivazione; nuovi macchinari con le più moderne tecnologie per esaltare ancora di più le nostre migliori produzioni agroalimentari; ma anche una rete di formazione capace di offrire alle Aziende i manager del futuro in grado di leggere i cambiamenti del mercato.

In una parola: cultura. **I nostri prodotti sono parte della cultura italiana, un patrimonio da preservare, valorizzare**, investendo sempre più in cultura di prodotto e cultura d'impresa. Perché quello che la Legge n. 238/2016 ha riconosciuto al vino quale *“prodotto della vite, la vite e i territori viticoli, quali frutto del lavoro, dell'insieme delle competenze, delle conoscenze, delle pratiche e delle tradizioni, costituiscono un patrimonio culturale nazionale da tutelare e valorizzare negli aspetti di sostenibilità sociale, economica, produttiva, ambientale e culturale”* lo possiamo estendere a tutti i prodotti della famiglia Federvini.

**È anche da preservare il valore e la ricchezza delle nostre indicazioni geografiche:** non si può accettare che attraverso atti normativi nazionali o iniziative commerciali che evocano le nostre denominazioni si creino le condizioni per formule di contraffazione e concorrenza sleale. Ultima in ordine di tempo, la recente proposta normativa della Slovenia in materia di Aceto, con una previsione normativa che va chiaramente a scapito delle nostre esclusive DOP e IGP dell'Aceto Balsamico.