

Roma, 18 marzo 2020

Illustre Presidente,

lo stato di emergenza sanitaria e le misure messe in campo per contrastare la diffusione del Coronavirus hanno messo in grossa difficoltà il settore vitivinicolo italiano.

A pesare sul mercato interno è stata la chiusura forzata di ristoranti e bar che si è estesa anche all'estero dove si sono peraltro moltiplicate le disdette per effetto delle difficoltà logistiche, della disinformazione, strumentalizzazione e concorrenza sleale causata dalla la campagna denigratoria sui prodotti italiani.

Un duro colpo per le imprese vitivinicole italiane che realizzano la maggior parte del fatturato proprio all'estero.

Un colpo che va a incrinare un comparto strategico per il Paese dal quale nascono opportunità di lavoro per 1,3 milioni di persone impegnate direttamente in campi, cantine e nella distribuzione commerciale, ma anche in attività connesse e di servizio, per un fatturato che è salito nel 2019 alla quota record di oltre 11 miliardi.

La situazione attuale

Stiamo assistendo a contrazioni fino al 100% delle vendite nel canale HORECA a causa della chiusura di bar, ristoranti ed enoteche. La contrazione di consumi interni si va sempre più affiancando ad una riduzione delle commesse provenienti dai paesi esteri che hanno già adottato o stanno adottando misure simili a quelle adottate in Italia. Ancora una volta le contrazioni maggiori si verificano nei vini destinati al canale Horeca.

*La situazione di incertezza rispetto alla ripresa e alla normalizzazione delle attività di bar, ristoranti, alberghi e agriturismi preoccupa particolarmente le cantine di piccole e medie dimensioni che hanno come principale o unico canale di vendita questi esercizi. **Si consideri infatti che oltre il 95% dei 30.000 produttori di vino non è presente nella grande distribuzione dove la contrazione dei consumi sembrerebbe al momento limitata.***

Il mondo produttivo è fortemente preoccupato della tenuta e della capacità di ripresa dei propri clienti (oltre 300.000 tra bar, ristoranti, enoteche, alberghi) anch'essi molto spesso attività familiari che rischiano il tracollo. L'eventuale assenza di idonei e inediti meccanismi di sostegno per queste attività andrebbe a far perdere clienti e potrebbe determinare una concentrazione degli operatori con ulteriori difficoltà per il settore vitivinicolo italiano.

*Ill. Prof. Avv. Giuseppe Conte
Presidente del Consiglio
dei Ministri*

La forte contrazione delle vendite rischia inoltre di far aumentare in maniera importante le giacenze di vini causando tensioni sui prezzi e mettendo a rischio una adeguata remunerazione dei produttori e della filiera.

Gli interventi necessari

*In questa situazione è necessario intervenire sul fronte degli adempimenti e delle tempistiche connesse con le numerose misure previste dalla OCM di settore **con interventi opportuni a livello Ue** per sostenere le richieste di proroga e deroghe necessarie.*

Vanno inoltre messi in campo strumenti di sostegno alla liquidità e forme di fiscalità di vantaggio per la filiera di produzione, distributiva e di somministrazione dei vini Made in Italy al fine di agevolare e preparare la ripartenza del settore e delle tantissime imprese del comparto vitivinicolo.

Di seguito elenchiamo alcuni dei possibili interventi:

- *Sblocco immediato di tutti i pagamenti di aiuti nazionali e Ue di settore (PAC, PSR, PNS)*
- *Possibilità di impiegare anticipatamente le risorse previste per le annualità successive.*
- *Agevolare gli acquisti dei prodotti Made in Italy e delle relative filiere di distribuzione con particolare attenzione al canale Horeca mediante la possibilità di beneficiare di crediti a tasso zero (durata 3/6 mesi) coperti da garanzia pubblica.*
- *Prevedere una fiscalità di vantaggio (crediti di imposta o sconti iva) sulla vendita e ancor più sulla somministrazione di vini Made in Italy.*

Su un piano più generale è opportuno iniziare a lavorare fin da ora per ricostruire un clima di fiducia nei confronti del marchio Made in Italy che rappresenta una eccellenza riconosciuta sul piano qualitativo a livello comunitario ed internazionale. Serve pertanto porre le premesse per una forte campagna di comunicazione per sostenere i consumi alimentari con il vino che rappresenta da sempre all'estero un elemento di traino per l'intero Made in Italy, alimentare e non.

Non abbiamo dubbi che il mondo vitivinicolo troverà un interlocutore sensibile e puntuale nel Governo Italiano, ma è al tempo stesso cruciale che Governo, partiti e istituzioni, sappiano sostenere la produzione italiana di vino, con tutte le loro forze in particolar modo a livello comunitario.


Ettore Prandini