

Promuovere il vino, le misure per le aziende

La promozione costituisce una leva strategica per il vino made in Italy. E sono soprattutto i nuovi mercati ad attrarre l'attenzione dei produttori italiani. Quello della promozione resta dunque un tema caldo per il vino e più in generale per tutto l'agroalimentare. Con l'obiettivo più volte sottolineato dal presidente della Coldiretti, Ettore Prandini, di semplificare e fare sistema con una struttura che ricalchi il modello della Sopexa francese. Da qui dunque il forte interesse per il decreto sull'attuazione nella misura "Promozione sui mercati dei Paesi terzi" nel quadro dell'Ocm vino che recentemente ha incassato il via libera dalle Regioni. Il budget per il programma nazionale di sostegno al settore del vino per il 2019-2020 è di circa 337 milioni di cui quasi 102 milioni sono riservati alla promozione sui mercati terzi. La dotazione è per il 30% gestita dal Mipaaf e per il restante 70% dalle Regioni. Per favorire il pieno utilizzo dei fondi il programma di sostegno sottolinea che le eventuali economie saranno ripartite tra Regioni e Province autonome che dimostreranno la capacità di spendere ulteriori risorse. Per quanto riguarda la misura per la promozione sui mercati di paesi terzi il finanziamento più elevato è quello del Veneto con 12.484.282,84 euro, tallonato da Sicilia (8.853.557,66) e Puglia (7.327.029,23 euro). Con il testo definitivamente approvato si fissa a 3 milioni l'importo massimo dei progetti e si ribadisce il criterio della prevalenza dei vini di propria produzione o dei propri associati nell'accesso ai contributi a fondo perduto pari al 50% delle spese sostenute. Tale contributo può essere implementato con fondi nazionali e regionali fino a un massimo di un ulteriore 30%. L'ammontare complessivo non può andare oltre l'80 per cento. Vediamo nel dettaglio le modalità di attuazione della misura. Intanto i soggetti che possono presentare un progetto di promozione. Si tratta delle organizzazioni professionali, delle organizzazioni di produttori di vino, delle associazioni di organizzazioni di produttori di vino, delle organizzazioni interprofessionali, dei consorzi di tutela, dei produttori divini (imprese singole o associate in regola con le dichiarazioni vitivinicole nell'ultimo triennio che commercializzano vino di propria produzione o di imprese associate), dei soggetti pubblici con esperienza nel settore vino e nella promozione dei prodotti agricoli, delle associazioni temporanee di impresa, dei consorzi, delle associazioni, delle federazioni, delle società cooperative e delle reti di impresa. La promozione deve riguardare vini a denominazione di origine protetta, indicazione geografica protetta, vini spumanti di qualità, di qualità aromatici e vini con l'indicazione della varietà. Tre le tipologie di progetti: nazionali, regionali e multiregionali (soggetti proponenti che hanno sede in almeno tre regioni) che devono avere una durata massima di tre anni. Sono ammesse ai finanziamenti le azioni in materia di pubblicità, promozione e relazioni pubbliche che evidenzino gli elevati standard delle produzioni vinicole della Ue, la partecipazione a manifestazioni e fiere internazionali, campagne di informazione in particolare su Dop, Igp e bio e studi per valutare l'impatto delle azioni promozionali e informative. Sono stati fissate anche delle condizioni che danno diritto a un bonus (tra 1 e 20 punti), tra queste che chi presenti il progetto sia un nuovo beneficiario, che l'iniziativa sia rivolta a un nuovo paese terzo, a un nuovo mercato o a un paese emergente, che la contribuzione richiesta sia inferiore al 50%, che si tratti di un Consorzio di tutela, che la promozione sia finalizzata solo a vini Dop o Igp. Premialità infine per beneficiari singoli o in forma aggregata costituiti da piccole e micro imprese. L'approvazione del decreto è un passo fondamentale, ora però si passa alla fase successiva della definizione del bando Mipaaf e dei bandi regionali. Un'occasione per apportare limature al provvedimento e per introdurre elementi di maggiore flessibilità e che dunque

modifiche suggerite sono state già introdotte, ma che bisogna comunque fare ancora di più nel segno della flessibilità e della possibilità di realizzare azioni orizzontali. Intanto anche per la prossima annualità è aperto il cantiere Coldiretti per presentare nuovi progetti. Nel 2018-2019, infatti, attraverso l'Associazione "Vigneto Italia" Coldiretti si è collocata ai primi posti della graduatoria con due importanti progetti rivolti a Stati Uniti, Svizzera, Cina, Giappone, Canada e Russia. Anche quest'anno è possibile cogliere l'importante opportunità di valorizzare nei Paesi terzi il vino made in Italy. I produttori possono rivolgersi alle sedi territoriali Coldiretti per rilasciare la manifestazione di interesse a appena definiti i bandi potranno essere definiti i progetti e le modalità di partecipazione.