



**MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE  
ALIMENTARI E FORESTALI**



# **Politiche del settore vitivinicolo internazionali, europee e italiane**

Convegno Progetto *Amphora*, Firenze 6 dicembre 2013

Dr. Michele Alessi  
Dirigente Ufficio Vitivinicolo  
Dipartimento delle politiche europee e  
internazionali e dello sviluppo rurale - DGPIUE

[piue8@mpaaf.gov.it](mailto:piue8@mpaaf.gov.it)

Il vino è una delle componenti più importanti degli scambi agroalimentari nazionali con 4,8 miliardi di euro venduti nel 2012, in crescita di 7 punti percentuali rispetto al 2011. Della voce vino, quella con un maggior *appeal sui mercati esteri* è *quella dei vini confezionati di qualità* (3,1 miliardi di euro, ossia +4,5% rispetto al 2011). In ogni caso nel 2012 sono state estremamente interessanti le *performance degli spumanti, che crescono di 15,8 punti percentuali* rispetto al precedente anno.

*(Fonte: Inea)*



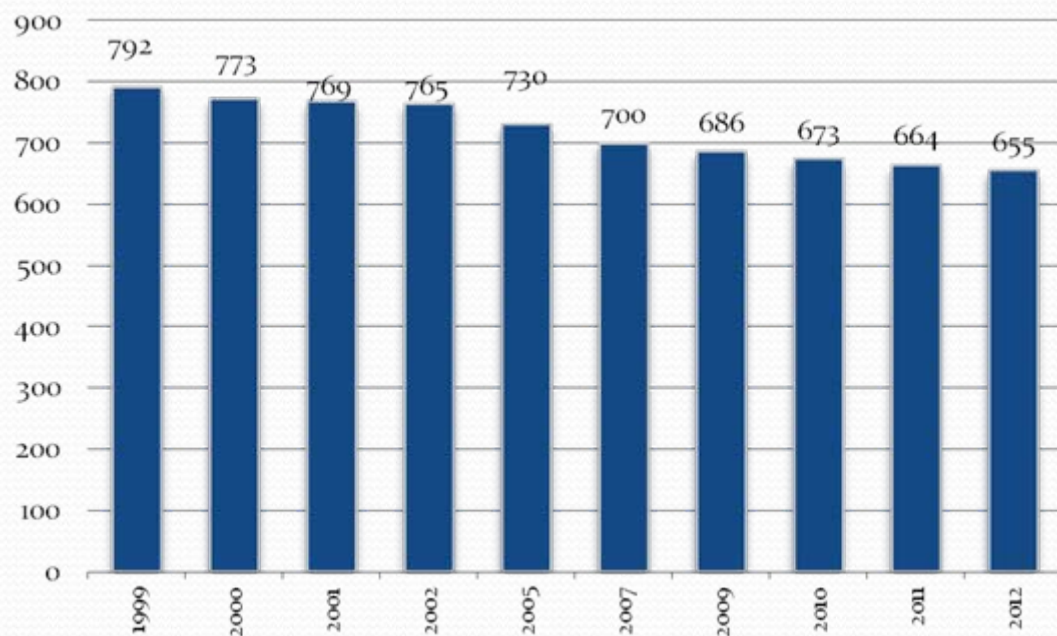
# I numeri del settore del vino in Italia

	Unità di misura	media 1997-1999	media 2005-2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Struttura</b>								
<u>aziende agricole</u>	(n)	770.206	485.543			383.645		
superficie	(ha)	802.612	732.642	700.075	686.407	673.325	663.905	654.800
ha/azienda	(n)	1,0	1	1,5	1,5	1,8		
aziende vinificatrici			73.310	66.570		62.525		
imprese industriali		2.157	1.991				1.807	
addetti industria		19.225	17.865				13.124	
addetti/industria		9	9				7	

(Fonte: Ismea)

La riduzione delle superfici ha chiaramente avuto ripercussioni sulla produzione, che è passata da una media di oltre 55,3 milioni di ettolitri alla fine degli anni novanta, ai 47,6 milioni dell'inizio del nuovo millennio, per scendere ancora negli anni successivi. La minore produzione ha interessato soprattutto i vini comuni e di conseguenza nel corso degli anni è cresciuta la quota delle produzioni a denominazione di origine, passata dal 28% del triennio 1997-1999, al 31% del 2005-2007, mentre attualmente è di oltre il 33%. Se si aggiungono anche le produzioni IG, negli ultimi anni la quota va dal 60% al 66%.

# La superficie vitata secondo i dati dell'inventario (000 ettari)



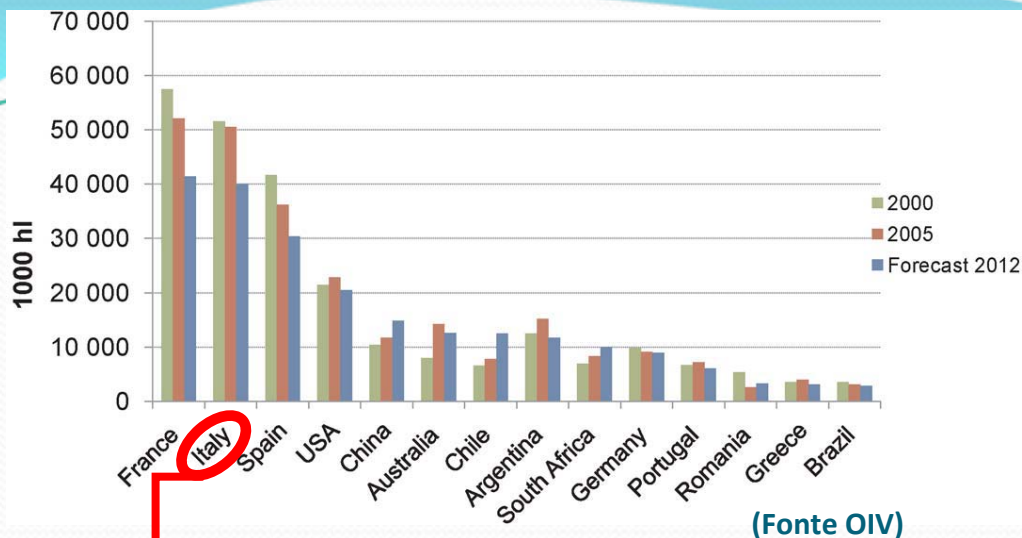
(Fonte Ismea su dati Agea)

Nel corso degli ultimi venti anni si è assistito ad un progressivo **impoverimento del patrimonio viticolo nazionale fino ad arrivare sotto soglia dei 660 mila ettari**. Secondo i dati dell'inventario viticolo nazionale nel 2012/2013 si contavano: 315 mila ettari di vitigni destinati alla produzione di vini DOP; 178 per IGP e 162 per vini comuni.

Il patrimonio varietale è molto ricco e particolarmente «regionalizzato». I dati dell'ultimo Inventario menzionano circa **240 varietà che coprono l'85%** della superficie totale



# Principali paesi produttori

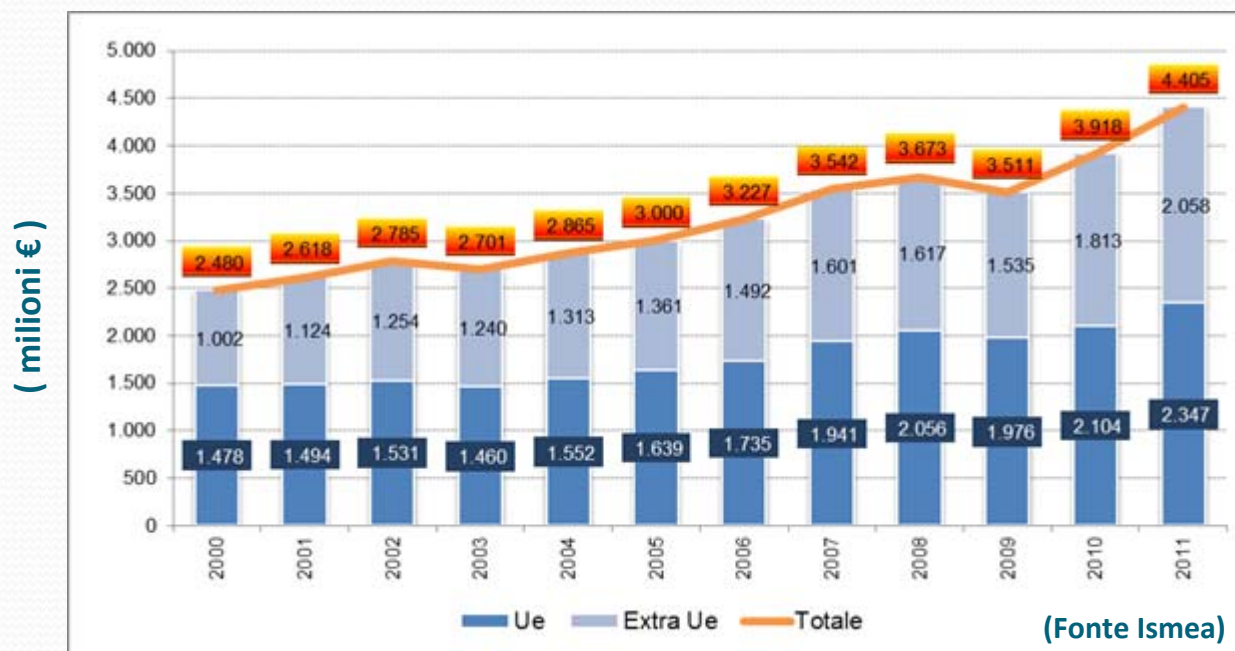


ITALIA	Unità di misura	media 1997-1999	media 2005-2007	2008	2009	2010	2011	2012*
<b>Offerta</b>								
<u>produzione</u>	(000 hl)	55.259	47.585	46.245	45.800	46.745	42.705	41.070
<u>peso denominazioni (Doc/Docg)</u>	(% q.)	27,3	31,3	31,2	33,1	33,1	33,1	33,0
<u>fatturato industria</u>	(milioni €)	6.437	9.767	10.900	10.600	10.700	11.235	
<u>peso sul fatturato ind. agroalimentare</u>	(% v.)		9	9,2	8,8	8,6	8,8	
<u>quota di mercato prime quattro imprese</u>	(% v.)	6,9	7,9	7,9	7,8	9,5	9,7	

(Fonte Ismea)

# L'export italiano di vino

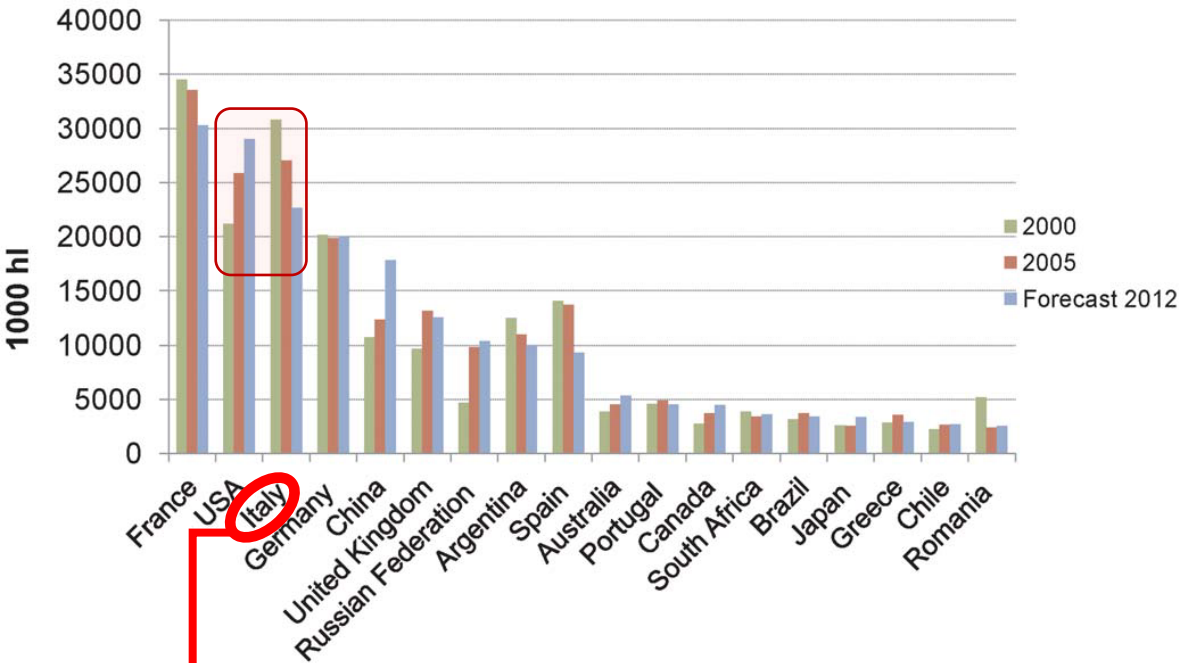
	Unità di misura	media 1997-1999	media 2005-2007	2008	2009	2010	2011	2012*
<u>export</u>	(milioni €)	2.126	3.257	3.673	3.511	3.918	4.403	4.733
peso sul tot. agroalimentare	(% v.)	14	15	14,0	14,2	14,1	14,6	14,8
<b>export/produzione</b>	<b>(% q.)</b>	<b>29</b>	<b>37</b>	<b>39,1</b>	<b>42,6</b>	<b>46,0</b>	<b>58,3</b>	<b>54,3</b>
<u>saldo</u>	(milioni €)	1.952	2.944	3.343	3.259	3.662	3.658	4.105
saldo normalizzato	(% v.)	85	83	83,5	86,6	87,6	87,3	87,4





# Principali paesi consumatori

(fonte OIV)



mhl	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*	Change in % 2000-2012
France	34 500	33 919	34 820	34 081	33 218	33 530	33 003	32 169	30 800	30 215	29 272	29 322	30 269	-12%
USA	21 200	21 250	22 538	23 801	24 750	25 850	26 700	27 850	27 700	27 250	27 600	28 425	29 000	37%
Italy	30 800	30 150	27 709	29 343	28 300	27 016	27 332	26 700	26 166	24 100	24 624	23 052	22 633	-27%
Germany	20 150	20 044	20 272	19 735	19 845	19 848	20 210	20 782	20 747	20 224	20 200	19 707	20 000	-1%
China	10 695	10 952	11 364	11 993	12 120	12 306	13 012	13 884	14 046	14 514	15 180	16 339	17 817	67%
UK	9 696	10 336	11 222	11 584	12 742	13 143	12 672	13 702	13 483	12 680	12 900	12 860	12 533	29%
Russian Fed.	4 699	6 067	6 404	8 682	9 159	9 809	11 251	12 690	11 840	10 368	12 197	11 276	10 394	121%
Argentina	12 491	12 036	11 988	12 338	11 113	10 972	11 103	11 166	10 677	10 342	9 753	9 809	10 051	-20%
Spain	14 046	14 238	13 960	13 798	13 898	13 686	13 514	13 100	12 168	11 271	10 896	9 894	9 300	-34%
Australia	3 899	3 976	4 007	4 196	4 361	4 523	4 567	4 903	4 932	5 120	5 351	5 325	5 375	38%
World Total	226	228	230	237	239	239	247	255	251	243	242	244	243	8%

❖ Negli ultimi quindici anni il **settore vinicolo italiano** è stato caratterizzato da importanti cambiamenti che da un lato derivano da un tendenza ormai strutturale, più che trentennale, relativa soprattutto alla flessione dei consumi e delle produzioni e da un diverso modo di vivere il vino nell'alimentazione.

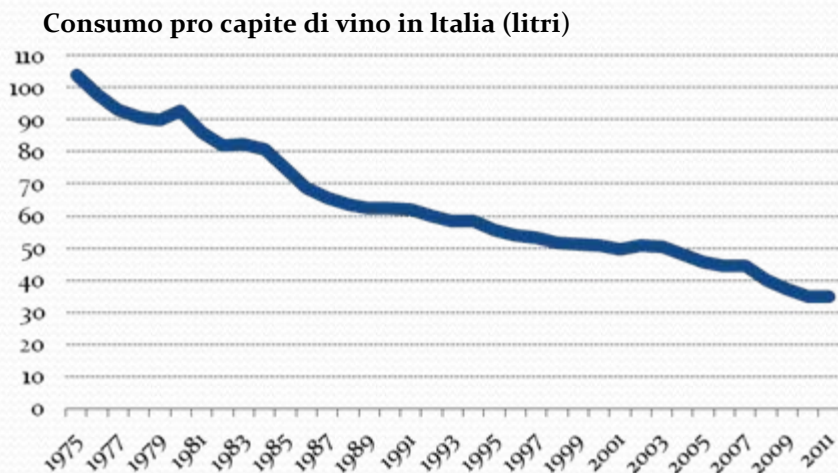
❖ Negli ultimi decenni in Italia, come in tutti i Paesi tradizionalmente consumatori, il vino ha sostanzialmente mutato funzione d'uso e, da alimento energetico particolarmente diffuso nelle regioni agricole, è progressivamente diventato sempre più un prodotto dal consumo occasionale legato a situazioni speciali, oppure consumo "culturale" da intenditori.

❖ Ne è derivata una lenta e costante flessione dei consumi di vino. Negli ultimi trent'anni il consumo pro capite si è più che dimezzato e **nel 2009 si è attestato per la prima volta sotto la soglia dei 40 litri, per poi restare tra i 35 ed 37 litri pro capite.**

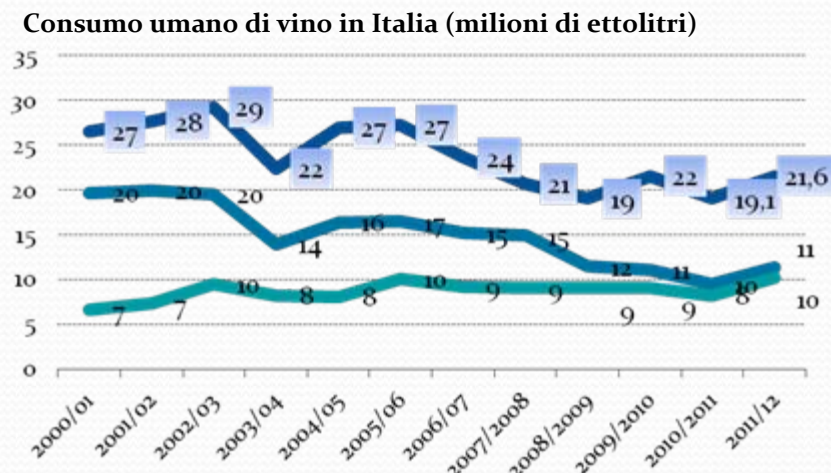


# I consumi di vino in Italia: una lenta e costante flessione

Se nel 2001 il rapporto **consumo vini DO/ consumo totale vino** si attestava a circa il 25%, nel 2011 tale rapporto ha raggiunto quasi il 50%.



Fonte: Ismea su dati Assobirra



Consumo totale Comune -Igr Dop  
Fonte: Ismea, bilanci di approvvigionamento Eurostat

**Obiettivo strategico:** aumento del consumo di vino di qualità in termini di numero di consumatori più che in termini di quantità pro-capite.



# Politiche del settore

## OCM

- Ricerca di un maggior livello di qualità e di competitività per il settore vitivinicolo europeo (DO/IG)
- Conquista di nuove quote di mercato (es. Promozione, Informazione)
- Consolidamento del ruolo socio-economico, ambientale e del paesaggio della viticoltura delle zone rurali (es. viticoltura di montagna)

## Politiche nazionali

- tutela della qualità
- sicurezza alimentare

## Politiche internazionali

- armonizzazione (es. nuove pratiche enologiche, tutela salute consumatore)



# Prima programmazione del PNS vino 2009-2013: Spesa in Italia (milioni di €)

	2009	2010	2011	2012	2013	Totale
RPU						
Promozione mercati terzi	4,5	25,1	48,5	65,8	83,5	<b>227,4</b>
Ristrutt. e riconversione	82,6	86,1	93,2	157,4	156,1	<b>575,4</b>
Fondi mutualizzazione						
Assicurazione raccolto		35,3	27,8	32,0	35,1	<b>130,2</b>
Vendemmia verde		16,4	24,0	7,6	0,8	<b>48,7</b>
Investimenti			6,6	23,8	55,5	<b>85,8</b>
Distill. sottoprodotti	19,9	23,6	22,4	15,0	5,2	<b>86,1</b>
Distill. alcol alim.	43,4	28,6	12,7	9,5		<b>94,1</b>
Distill. di crisi	27,0	12,1	8,0			<b>47,2</b>
Arricchimento	59,8	64,6	49,0	29,8		<b>203,2</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>237,2</b>	<b>291,9</b>	<b>292,1</b>	<b>340,7</b>	<b>336,2</b>	<b>1.498,1</b>

Fonte: Ismea su dati Agea

Dotazioni PNS UE totale	2009	2010	2011	2012	2013	TOTALE
	794.287	1.024.744	1.019.000	1.246.861	1.230.464	<b>5.315.356</b>

Fonte: Reg. (CE) 1234/2007

## La promozione sui mercati dei paesi terzi

	2009	2010	2011	2012	2013*
<b>numero di progetti</b>	52	61	164	157	
<b>principali paesi terzi interessati</b>	Usa, Canada, Corea, Giappone, Svizzera, Russia, Cina, Brasile, Messico, India, Ucraina, Albania, Kenya	Usa, Canada, Corea, Giappone, Svizzera, Russia, Cina, Brasile, Messico, India, Ucraina, Albania, Kenya	Usa, Canada, Corea, Giappone, Svizzera, Russia, Cina, Brasile, Messico, India, Ucraina, Ghana	Usa, Canada, Corea, Giappone, Svizzera, Russia, Cina, Brasile, Messico, India, Ucraina, Ghana, Australia, Turchia, Nuova Zelanda, America Latina, Medio Oriente	
<b>aiuti FEAGA (euro)</b>	4.514.283	25.110.522	48.518.412	65.774.189	83.500.000

Fonte: Ismea

Con l'inserimento nel programma di sostegno della promozione del vino nei paesi terzi l'Italia ha voluto potenziare il mercato extra-Ue e trovare nuovi sbocchi per il prodotto nazionale. D'altronde è dalle esportazioni, e non dai consumi interni, che continuano ad arrivare i risultati più incoraggianti per il settore, ed è dunque il mercato estero quello nel quale la propensione a investire è maggiore.

In questi anni di applicazione, le aziende partecipanti alla misura hanno visto crescere la loro immagine sui mercati esteri e conseguentemente incrementare le vendite, divenendo più competitive e contribuendo ad elevare la reputazione e la notorietà del vino italiano in paesi ritenuti, a volte, di difficile penetrabilità.



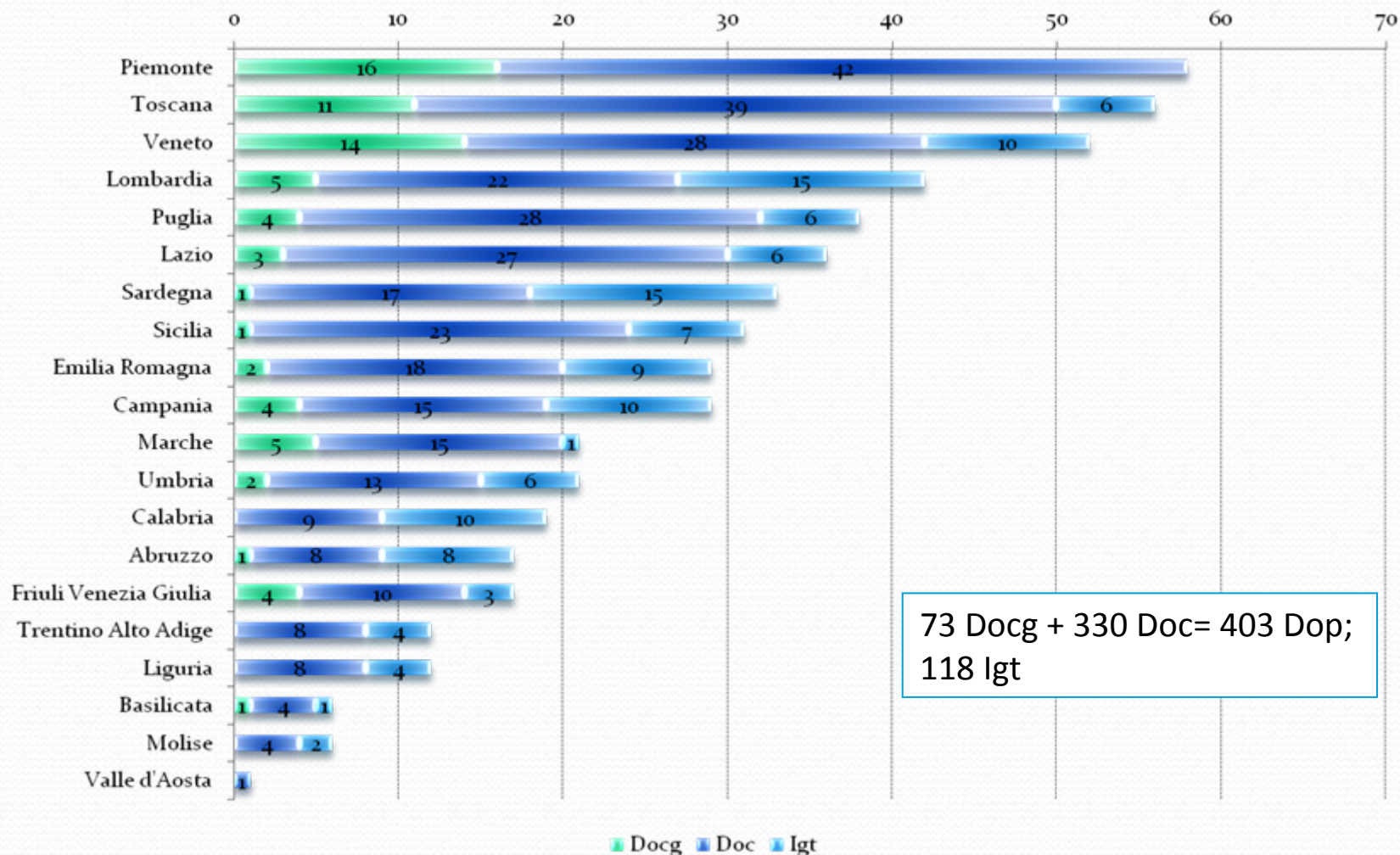
# Programmazione OCM vino (2014-2018): *Promozione sul mercato interno ed informazione al consumatore*

## **MISURE DI SOSTEGNO SPECIFICHE**

### Articolo 43 - *Promozione*

1. Il sostegno ai sensi del presente articolo riguarda le misure di informazione e promozione dei vini dell'Unione:
  - a) *negli Stati membri, al fine di informare i consumatori a proposito del consumo responsabile di vino nonché dei sistemi delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche vigenti nell'Unione; o*
  - b) nei paesi terzi, al fine di migliorarne la competitività.
- [...]
3. Le misure di cui al paragrafo 1, *lettera b)*, *si applicano ai vini a denominazione di origine protetta, ai vini a indicazione geografica protetta e ai vini con indicazione della varietà di uva da vino* e possono essere soltanto:
  - a) azioni in materia di relazioni pubbliche, promozione e pubblicità, che mettano in rilievo *gli elevati standard* dei prodotti dell'Unione, in particolare **in termini di qualità, di sicurezza alimentare o di ambiente**;
  - b) la partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale;
  - c) campagne di **informazione**, in particolare **sui sistemi delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche** e della produzione biologica vigenti nell'Unione;
  - d) studi di nuovi mercati, necessari all'ampliamento degli sbocchi di mercato;
  - e) studi per valutare i risultati delle azioni di informazione e promozione.
4. Il contributo dell'Unione alle attività di promozione di cui al paragrafo 1 non supera il 50% della spesa ammissibile.

# 521 riconoscimenti in Italia (al 31 marzo 2013)







# Politiche del settore

## OCM

- Ricerca di un maggior livello di qualità e di competitività per il settore vitivinicolo europeo (DO/IG)
- Conquista di nuove quote di mercato
- (es. Promozione, Informazione)
- Consolidamento del ruolo socio-ambientale della viticoltura delle zone rurali (es. viticoltura di montagna)

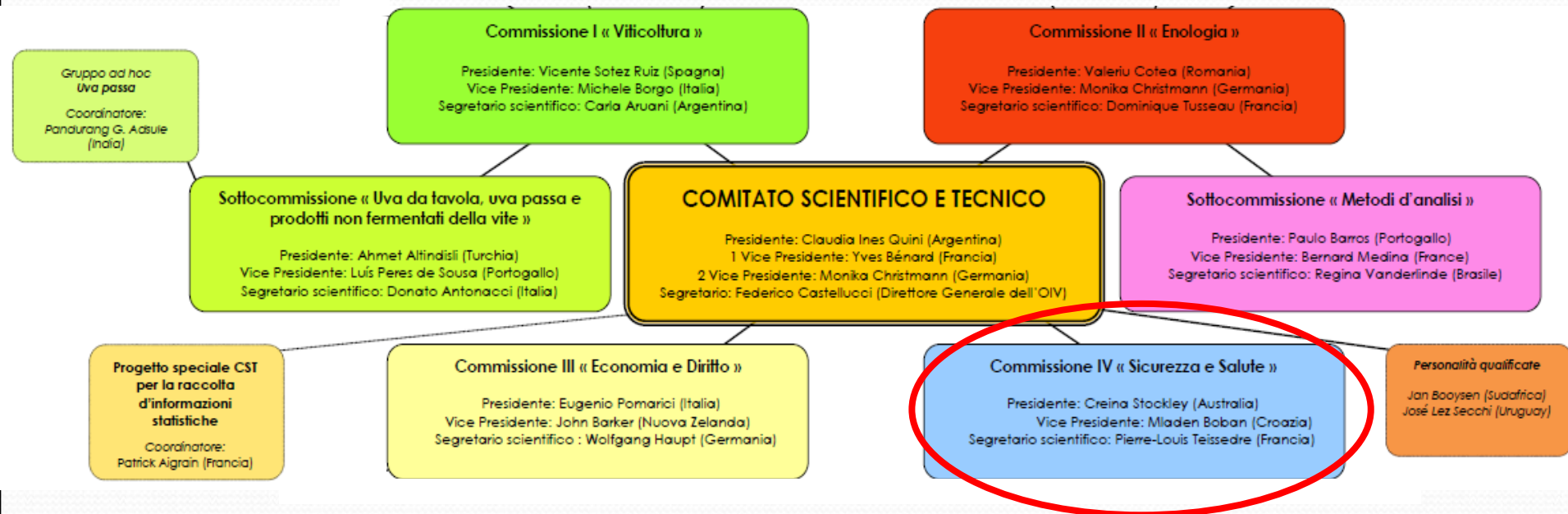
## Politiche nazionali

- tutela della qualità
- sicurezza alimentare

## Politiche internazionali

- armonizzazione (es. nuove pratiche enologiche, tutela salute consumatore)

# Organigramma del Comitato Scientifico Tecnico dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV)



La Commissione IV "Sicurezza e Salute" è in particolare incaricata di trattare **le relazioni del vino e degli altri prodotti della vite rispetto alla salute dei consumatori e degli operatori**. Essa è soprattutto incaricata di **promuovere e di orientare le ricerche sulle specificità nutrizionali e sanitarie appropriate**, di **assicurare un'attenzione scientifica specializzata** che permetta di valutare le caratteristiche proprie dei prodotti derivati dalla vite e di diffondere le informazioni risultanti da queste ricerche ai professionisti della medicina e della salute, ai governi, ai produttori, ai consumatori e agli altri attori della filiera vitivinicola.



# Piano strategico dell'OIV:

## Assi strategici coinvolti

...

### **K) SICUREZZA E QUALITÀ**

*L'OIV partecipa alla tutela della salute dei consumatori e contribuisce alla sicurezza sanitaria delle derrate alimentari mediante il rilevamento specializzato degli sviluppi scientifici che consenta di valutare le caratteristiche specifiche dei prodotti della viticoltura. [Articolo 2.2g dell'Accordo]*

### **L) NUTRIZIONE E SALUTE, ASPETTI INDIVIDUALI E SOCIALI**

*L'OIV partecipa alla tutela della salute dei consumatori e contribuisce alla sicurezza sanitaria delle derrate alimentari mediante la promozione e l'orientamento delle ricerche sulle caratteristiche nutrizionali e sanitarie corrispondenti. [Articolo 2.2g dell'Accordo]*

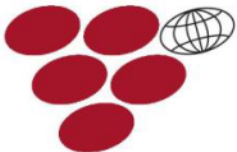
...

### **O) GOVERNANCE E COOPERAZIONE INTERNAZIONALE**

*In conformità agli obiettivi dell'accordo del 3 aprile 2001, l'OIV sostiene le altre organizzazioni internazionali intergovernative e non governative, segnatamente quelle che svolgono attività normative. [Articolo 2.1b dell'Accordo]*

**OIV**

Organizzazione Internazionale  
della Vigna e del Vino



## RISOLUZIONE OIV-OENO 394B-2012

### CORREZIONE DEL TENORE ALCOLICO DEI VINI

#### 3.5.13: Correzione del tenore alcolico dei vini

*Definizione:*

Procedimento che consiste nel ridurre l'eccesso di etanolo nel vino.

*Obiettivo:*

Migliorare l'equilibrio organolettico del vino.

*Prescrizione:*

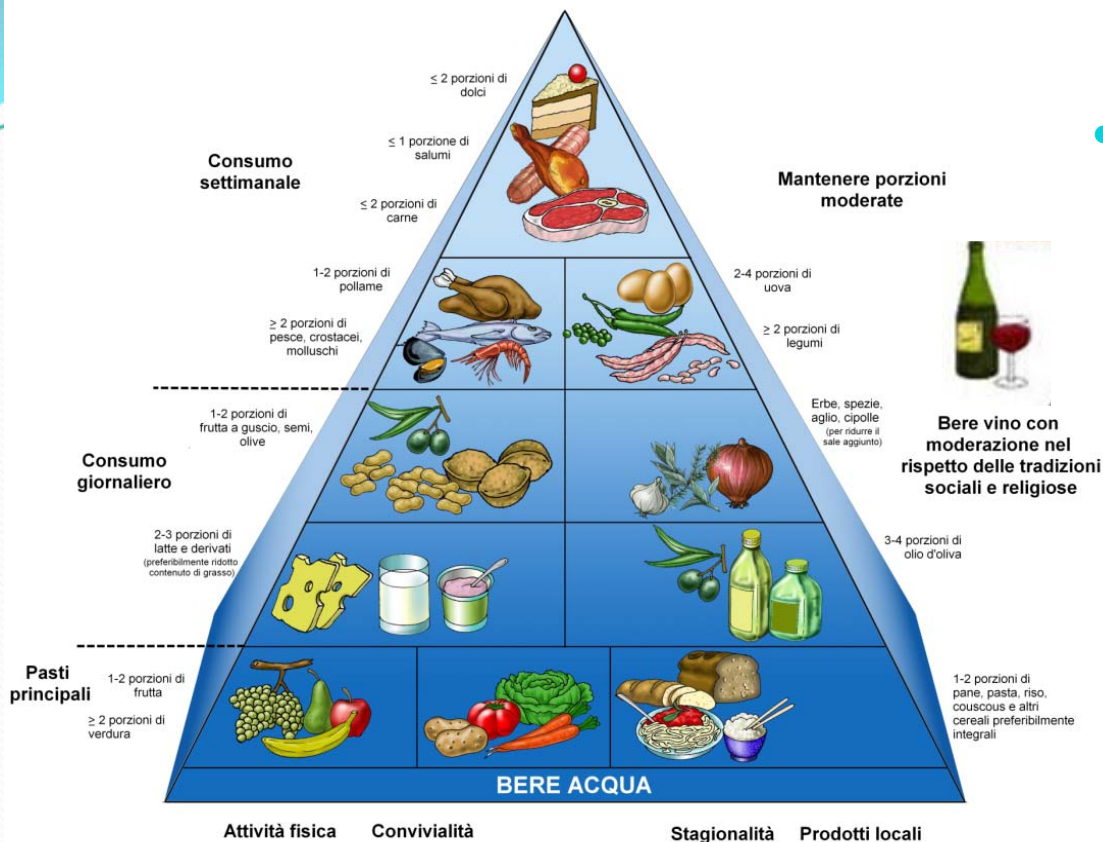
- a. Gli obiettivi possono essere raggiunti mediante singole tecniche di separazione o combinate:
  - ◆ Evaporazione parziale sotto vuoto
  - ◆ Tecniche di membrana
  - ◆ Distillazione\*\*
- b. Tale procedimento non deve essere applicato a vini che presentano altri difetti organolettici.
- c. L'eliminazione dell'etanolo dal vino non deve essere eseguita se il tenore zuccherino del mosto da cui esso proviene è stato precedentemente modificato.
- d. Il tenore alcolico può essere ridotto al massimo del 20%.
- e. Il titolo alcolometrico volumico minimo deve attenersi alla definizione di vino, in base alla scheda 3.1.
- f. Il procedimento sarà posto sotto la responsabilità di un enologo o di un tecnico specializzato.

Raccomandazione dell'OIV:

Ammessa







- Nella dieta mediterranea s'impostano delle regole, che sono facenti parte della buona vita tra le quali il consumo dei pasti in tranquillità e possibilmente in **atmosfera conviviale**, poiché il cibo è anche questo, è il **ritrovarsi a tavola** con la famiglia, gli amici, i colleghi, stare bene insieme agli altri e **apprezzare del buon e sano cibo**.

- Vengono riconosciuti, tra gli aspetti positivi del vino, sia il **carattere sociale della sua degustazione** sia la presenza soprattutto nel vino rosso del “**Resveratrolo**”, potente antiossidante presente nella buccia dell’uva. Il Resveratrolo è forse all’origine del cosiddetto “paradosso francese” che suggerisce che il vino rosso abbia un potere protettivo contro patologie cardiovascolari e processi di invecchiamento. **Attenzione alle quantità: quando si parla di vino, è obbligatorio fissare i limiti di assunzione**, non bisogna dimenticare che, oltre agli effetti positivi del resveratrolo, il vino contiene anche alcool, che se assunto in eccesso, può creare seri danni all’organismo.



**Grazie per  
la cortese attenzione**