

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



**F
E
D
E
R
V
I
N
I**

ASSEMBLEA

Roma, 22 maggio 2018

Relazione del Presidente Sandro Boscaini
e del Consiglio della Federazione

SOMMARIO

Introduzione	1
L'export dei nostri prodotti	3
Gli accordi internazionali	5
Il mercato interno	7
I cambiamenti normativi	10
La socialità	12
La ricerca Nielsen	14
Scotia: MUP – Irish Bill	15
Codex: etichettatura alcol e bevande alcoliche	16
Relazioni industriali	16
Fiscalità	17
La Federazione	18
Le conclusioni	19
Grafici e Tabelle	21
Nielsen guarda ai nostri settori	45

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

Cari Amici,

eccoci all'appuntamento annuale per commentare un altro anno di vita della nostra Federazione, della nostra casa comune: è stato un anno intenso e complesso, aggettivi che si attagliano perfettamente anche ai primi mesi di quest'anno.

Abbiamo chiuso il 2017 con importanti soddisfazioni se guardiamo ai dati del nostro export ed anche, per la prima volta dopo tanti anni, del mercato nazionale. Operiamo in uno scenario politico internazionale connotato da un crescendo di misure limitative o di ostacolo agli scambi, mentre continua l'impegno della UE nella sottoscrizione di accordi commerciali bilaterali e multilaterali. Ed ancora una volta viene da pensare alla grande occasione mancata non chiudendo l'accordo TTIP (*Transatlantic Trade and Investment Partnership*).

La Federazione lo ha detto più volte e lo ricordo anche in questa Assemblea, con grande convinzione: abbiamo bisogno di esportare, i nostri prodotti sono richiesti in tutto il mondo, non possiamo avere esitazioni nel cercare di realizzare accordi commerciali per facilitare i flussi commerciali.

I nostri prodotti sono diventati il più forte richiamo che l'Italia possa mettere in campo, insieme al patrimonio artistico, archeologico e ambientale per continuare ad avere un flusso di turismo così importante come quello cui abbiamo assistito nel 2017. Lo sottolineo con forza: questo insieme, unico e particolare che l'Italia può offrire rispetto a qualsiasi altra destinazione mondiale, deve essere messo a sistema.

È un passo importante aver dedicato il 2018 al Cibo Italiano, lo è ancor più se osserviamo che la dedica è stata coniata dal Ministero dei Beni culturali insieme al Ministero delle Politiche Agricole: dobbiamo ora essere conseguenti e fare in modo che si continui su questo percorso.

Tocco solo con poche parole lo scenario politico: siamo passati attraverso una legislatura complessa, giunta al termine con diversi cambi di Governo. Le elezioni non hanno portato a superare agevolmente le difficoltà; è normale che alla situazione in corso la Federazione opponga le richieste di azione, di programmazione, di continuità, per operare con la sicurezza e con la certezza di essere accompagnati da Istituzioni attente e comprensive della rilevanza dei settori che la Federazione rappresenta.

In questa cornice, le nostre Imprese hanno raddoppiato le loro energie ed i loro impegni: anzi il settore agroalimentare ed i nostri settori, in particolare, sono stati particolarmente attivi, risultando primi come apporto di energie economiche positive.

Ma in alcune partite è mancata l'azione di sostegno e condivisione dei nostri sforzi, abbiamo giocato senza il supporto del tifo, come quando ci siamo trovati con le misure di promozione legate all'OCM ridotte nelle disponibilità e con le modalità operative in ritardo

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

rispetto al calendario dei piani aziendali ed alla puntualità operativa dei nostri maggiori concorrenti.

È risultato importante e di soddisfazione lo sforzo straordinario messo in piedi dal MISE, insieme con l'ICE: dopo il piano straordinario per il Made in Italy, ha dedicato ai vini risorse ulteriori per piani mirati negli Stati Uniti ed in Cina. Esprimo a nome di tutti una grande riconoscenza anche per il metodo di lavoro utilizzato, con il coinvolgimento diretto degli operatori, insieme ad un impegno professionalmente importante del Ministero, dell'ICE e dei suoi uffici distaccati nei diversi paesi d'azione.

Alla gratitudine aggiungo un sogno, insieme a tutti voi colleghi ed amici imprenditori: di uscire dall'alveo della straordinarietà e sperare che queste azioni di promozione, questo modo di agire, questa attenzione, siano elementi della quotidiana programmazione di ogni Governo perché dedicate a settori che sono allo stesso tempo patrimonio culturale e patrimonio economico di questo paese.

In occasione della scorsa assemblea ci rallegravamo per l'adozione della legge 238/2016, il testo unico del vino, e per le parole dell'articolo 1 dedicate proprio al riconoscimento del valore dei nostri settori. A quella soddisfazione si è aggiunta, poi, quella per la definizione dell'Enoturismo, norma votata dal Parlamento poco prima della chiusura della legislatura.

Per noi è un segnale importante, ora i due testi di legge devono trovare pieno compimento: non mi riferisco solo agli atti amministrativi di applicazione, certamente urgenti ed importanti – il rallentamento dovuto al passaggio elettorale ed alla formazione del nuovo governo hanno già portato un inspiegabile disagio nella definizione del Comitato DO, i cui lavori sono fermi da dicembre scorso -. Intendo parlare della necessaria evoluzione culturale che dia pieno senso e vitalità alle parole così speciali dell'articolo 1 della legge 238/2016:

“Il vino, 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.”

Dobbiamo fare in modo che il patrimonio di persone, territori e imprese che hanno reso grande l'Italia nel mondo, che l'hanno resa una protagonista indiscussa a livello mondiale, sia considerato, gestito, amministrato come un *unicum*: non si possono continuare ad affrontare percorsi normativi che vedono contrapposti il Ministero delle Politiche Agricole e le Regioni; non possiamo vedere mortificato il nostro modello di consumo, il nostro stile di vita, la nostra innata cultura di armonia, di gusti e sapori diversi con la presenza di semafori rossi a sconsigliarne i consumi, o con affermazioni che danneggino i nostri prodotti ed i nostri modelli di consumo. Dobbiamo valorizzare la nostra socialità, dobbiamo promuovere le nostre note eccellenze artistiche, storiche, ambientali, insieme a quelle agro-alimentari.

Possiamo mettere insieme tantissimi progetti facendo ruotare, intorno ai nostri settori ed a tutto l'agro-alimentare, il patrimonio artistico, archeologico, ambientale: rappresentano

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

larghissima parte della nostra economia, potremmo ridisegnare priorità nazionali e integrazione territoriale, dimostrando che sostenibilità e scelte di politica economica non sono voci che generano attriti, anzi possono insieme aiutare a ridisegnare la nostra Italia.

Lo chiediamo a chi sarà chiamato ad amministrare il Paese, a chi vuol mettere in piedi ricette concrete e praticabili di ricerca e sostegno dello sviluppo. Mettiamo a sistema queste voci del nostro patrimonio, affermiamo con un messaggio d'insieme il valore della nostra storia, delle nostre conoscenze, dei nostri prodotti, delle nostre imprese.

La Federazione dalla fine degli anni '80 non ha mancato mai di ricordare il rilievo di questo passaggio per tutelare i nostri maggiori patrimoni, incluso quello enogastronomico: dobbiamo sempre più e sempre meglio sviluppare iniziative ed attenzioni per offrire maggiori soddisfazioni ai milioni di turisti che giungono per visitare il nostro paese proprio per queste sue peculiarità; e contemporaneamente ai milioni di consumatori che ricercano e comprano prodotti italiani nei loro mercati domestici anche per vivere o rivivere delle emozioni.

È un auspicio ed una forte richiesta alle nostre Istituzioni: guardino con occhi diversi i nostri settori, ne colgano il rilievo e la unicità.

Sono elementi che possono rappresentare la grande differenza per gli investimenti e per il sostegno allo sviluppo dei territori, per far crescere il nostro export, per rafforzare il ruolo che ci si attende da un paese leader in questi comparti.

Come di consueto, l'appuntamento annuale è anche il momento per ripercorrere velocemente i tanti dossier che ci sono passati davanti lo scorso anno ed in questo primo scorcio del 2018.

L'export dei nostri prodotti

Partiamo con il piede giusto, le esportazioni. Quelle di vini e mosti nel 2017 confermano un andamento positivo sia in valore con 6 miliardi e 150 milioni (+6,4 % sul 2016) che in volume con 22 milioni 558 mila hl (+ 3,7 % sul 2016).

Il comparto vini e mosti copre il 20% dell'intero export del food and beverage del Paese, ne rappresenta una vera architrave. Nel dettaglio i vini DOP hanno registrato una lieve flessione nei volumi con 4,5 milioni di hl (-3,3%) ed un incremento in valore di quasi 1,2% con 2 miliardi e 115 milioni di Euro; mentre i vini IGP sfiorano quasi i 6 milioni di hl in volume (+3,17%) e segnano un buon andamento in valore con 1,5 miliardi di Euro (+5,6%).

Nell'ambito dei primi mercati, pur essendo confermata la posizione degli Stati Uniti come principale importatore in valore con 1,4 miliardi di euro ed in volume con 3,4 milioni di hl, le performance espansive più vistose, nell'export di vini, sono state raggiunte in Russia, con una quota di 132 milioni di euro (+47,6%), in Cina, con una quota di 130 milioni di euro (+28,9%), e infine in Brasile, con una quota di 39 milioni di euro (+60,8%).

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

Nella UE, la Germania si conferma il primo mercato di destinazione dei vini e dei mosti con 5,7 milioni di hl e 1 miliardo di euro; segue in valore il Regno Unito con 816 milioni di euro; e segnalò la performance della Svizzera con quasi 362 milioni di euro, dove all'interesse per i nostri vini si è aggiunta, probabilmente, una spinta legata alla modifica del valore di cambio della valuta adottato dal Governo confederale.

Gli spumanti continuano a conseguire risultati molto brillanti sia in volume che in valore: ne abbiamo esportati per 3,6 milioni di hl (+9,3%), per un valore di 1 miliardo e 337 milioni di euro (+13,9%). Certamente questi valori sono sostenuti dalla corsa entusiasmante del Prosecco.

Sempre per gli spumanti, gli Stati Uniti si confermano il primo mercato extra UE con 722 mila hl (13,8% rispetto al 2016) e quasi 300 milioni di Euro (+16,3% rispetto all'anno precedente).

Il Regno Unito è il primo mercato della UE e la prima destinazione degli spumanti italiani con 408 milioni di Euro (12%) e 1 milione 168 mila hl (+9%).

I vini liquorosi registrano una flessione nelle quantità con 130 mila hl (-6,4%) ed una crescita in valore con 64 milioni di Euro (+12%).

I vini aromatizzati con 1 milione 142 mila hl segnano un +2,4% in volume e 161 milioni di euro in valore con +4,1%.

La Francia è il primo mercato di sbocco dei vini aromatizzati con quasi 25 milioni di Euro (+8,8% sull'anno precedente) seguita dalla Russia con quasi 21 milioni di Euro e dalla Spagna con 18 milioni di Euro.

Le bevande spiritose hanno raggiunto nel 2017 un export di quasi 857 milioni di Euro, con un aumento brillante, +14,4%, sull'anno precedente: i liquori rappresentano il 60% dell'export.

Gli Stati Uniti occupano una posizione di rilievo essendo il mercato più premiante con quasi 124 milioni di Euro (+11,3%) ed in volume con 210 mila hl (+8,7%). In Europa la Germania è in testa con un valore pari a quasi 195 milioni di Euro (+6,6%) e in volume 192 mila ettanidri (+4,6%).

La Grappa presenta un rallentamento sia in valore che in quantità. I mercati più rilevanti sono la Germania che importa prevalentemente Grappa in bottiglia per un valore pari a quasi 19 milioni di Euro, seguita dalla Svizzera con 6,4 milioni di Euro.

Gli aceti mostrano un incremento in quantità (+3,7%) e un lieve rallentamento in valore (-1,1%). In Europa i mercati più brillanti sono la Germania con circa 197 mila hl e 34 milioni di Euro in valore e la Francia con 146 mila hl e 20 milioni di Euro.

Gli Stati Uniti rappresentano la prima destinazione extra Ue, confermandosi un mercato di soddisfazione dove l'export di aceti raggiunge un volume pari a quasi 386 mila hl ed un valore pari a quasi 80 milioni di Euro.

Gli accordi internazionali

Se i dati di export ci hanno fatto compiere il primo passo in scioltezza, con questo paragrafo inizio a toccare le difficoltà e le complessità: ci stiamo confrontando con nuovi delicati equilibri della politica commerciale.

Da un lato l'importante conclusione di alcuni accordi internazionali con mercati strategici per i settori rappresentati dalla Federazione unitamente all'avvio di altri trattati, dall'altra l'incertezza generata dalle recenti barriere tariffarie introdotte dall'amministrazione americana con la presidenza Trump.

Alla fine del 2017 è entrato in vigore l'accordo CETA "*Comprehensive Economic and Trade Agreement*" con il quale sono stati raggiunti degli importanti miglioramenti nei rapporti commerciali con il Canada, in particolare nell'alleggerimento dei dazi e nella rimozione di ostacoli all'esportazione.

Tuttavia, nell'ambito della procedura di implementazione, rimangono delle criticità rispetto al cosiddetto COSD "*cost of service differential*" che è stato convertito in una tariffa, non più basata sul valore ma sul volume.

Recentemente i Liquor Boards degli Stati dell'Ontario e del Quebec hanno rese note le modalità dell'adeguamento dei rispettivi costi differenziali, ma ancora permangono delle incertezze sull'applicazione effettiva e in quali canali commerciali: l'impatto economico di tale cambiamento potrebbe dipendere da diversi fattori come la tipologia del prodotto o il prezzo. E permangono diverse, se non discriminatorie, le condizioni di immissione al consumo fra i prodotti locali e gli altri prodotti importati.

Altra questione altrettanto complessa, i *mark-up* provinciali: il CETA si propone l'obiettivo, nei prossimi 5 anni, di eliminare la differenza nelle maggiorazioni applicate a livello provinciale sui vini e le bevande spiritose. Sarebbe un bel passo in avanti, verso un'ulteriore semplificazione ed una maggiore trasparenza.

Intanto, però, persiste la difficoltà del commercio di bevande alcoliche fra province, perché il loro acquisto ed il loro trasporto da una provincia all'altra è ancora soggetto a limitazioni e restrizioni.

Infine, a rendere ancor più complicato questo scenario, è sopraggiunto l'aumento del peso fiscale, con la legge di Bilancio 2017-2018 del Governo federale canadese che ha introdotto un incremento pari al 2% delle accise cui va aggiunto l'ulteriore aumento legato al tasso di inflazione.

Nell'ultimo scorcio dell'anno passato è stato concluso anche l'Accordo EPA "*Economic Partnership Agreement Eu-Japan*" tra l'Unione europea ed il Giappone.

Attualmente è in corso la revisione legale dei testi così da portarli all'approvazione del Consiglio e del Parlamento europei e del Governo giapponese, per andare in vigore nel 2019, presumibilmente, prima della fine del mandato dell'attuale Commissione.

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

L'accordo prevede, già all'entrata in vigore, una rimozione dei dazi sui vini e su alcune bevande alcoliche, cui si aggiunge una procedura intesa ad accelerare l'approvazione da parte del Giappone di alcuni additivi normalmente utilizzati dai produttori europei. E' poi presente il capitolo delle indicazioni geografiche che ricevono la medesima protezione prevista a livello europeo.

Sono ancora in fieri i negoziati per l'Accordo di Associazione fra l'Unione Europea e Paesi del Mercosur (Argentina, Brasile, Paraguay, Uruguay, Venezuela e Bolivia), avviati nel 1999, sospesi più volte, poi ripresi nell'ottobre 2015.

Al momento non sono stati raggiunti livelli soddisfacenti nelle trattative sulla rimozione progressiva dei dazi e sul capitolo sulle indicazioni geografiche, mentre sembra procedere a fatica la revisione dell'allegato già esistente per vini e spiriti.

Rimanendo nella stessa parte del mondo, recentemente, ad aprile 2018, l'Unione europea ed il Messico hanno raggiunto un testo condiviso nei principi, che sarà la base sulla quale sarà incardinato l'accordo vero e proprio.

Nel capitolo relativo allo scambio dei beni è presente un allegato dedicato al commercio dei vini e delle bevande spiritose dove sono presenti disposizioni in materia di etichettatura, certificazioni e pratiche enologiche ammesse. Nello stesso capitolo, inoltre, viene integrato ed aggiornato l'Accordo sulle bevande spiritose, stipulato nel 1997.

I nostri settori, essendo estremamente vocati all'export, non possono che rallegrarsi per questo fermento di iniziative ed auspicare la conclusione di ulteriori accordi che aprano nuove relazioni commerciali. Tuttavia è evidente come la recente introduzione dei dazi americani, generi forti preoccupazioni per gli effetti destabilizzanti che possono arrecare, fino a sfociare in una escalation di contromisure da parte di tutti i protagonisti.

Mentre si cercano soluzioni alle questioni più rilevanti, gli operatori devono far fronte agli effetti che si scaricano sulle proprie poste di bilancio e sulle previsioni riguardo i valori di cambio delle valute, in particolare euro e dollaro, che chiaramente si muovono immediatamente all'annuncio di eventuali inasprimenti delle tensioni sui singoli fronti internazionali.

Queste tensioni mettono a dura prova settori della grande industria, caratterizzati da operatori di dimensioni rilevanti: possiamo tutti facilmente immaginare quali conseguenze, ma soprattutto quali complicazioni, rechino nei nostri settori animati da imprese di medie, piccole e piccolissime dimensioni.

Prendo ad esempio il mercato della Russia: ha delle potenzialità straordinarie, i nostri flussi commerciali subirono un'interruzione brusca pochi anni orsono, nel 2017 abbiamo colto quei segnali straordinari di ripresa che ho poco fa ricordato. Tutto questo lo potremmo vedere svanire di nuovo se aumentassero le tensioni politiche o commerciali anche su settori estranei ai nostri.

Le incertezze internazionali coinvolgono anche la Cina: abbiamo trascorso la scorsa estate con il timore di dover attivare una nuova certificazione – per tutte le produzioni agroalimentari importate in Cina – ad ottobre 2017; il termine è ora slittato ad ottobre

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

2019 e gli approfondimenti che sta portando avanti l'UE, per un certificato unico europeo, traggono ispirazione dalle riflessioni che i settori europei dei vini e degli spiriti hanno portato avanti.

Se, dunque, il dialogo e l'approfondimento sembrano seguire un buon solco, rimane sempre forte la preoccupazione di ritardi o disagi amministrativi che possano rallentare il flusso quotidiano delle operazioni. E restano sullo sfondo, anche per questo paese, le tensioni che possono nascere dalle reazioni all'applicazione di dazi su altri fronti commerciali.

Con questi pochi esempi, perché la lista può essere allungata, purtroppo, senza difficoltà parlando della Thailandia o dell'India o ... voglio sottolineare, a costo di essere ripetitivo, perché la Federazione ha sostenuto e sostiene con vigore la richiesta di considerare i settori che rappresenta come strategici e rilevanti ai fini dell'export.

Abbiamo bisogno di questa considerazione, di questo riconoscimento, di attenzioni adeguate a questa rilevanza: dal dialogo diretto fra amministrazioni, anche e soprattutto digitale, alla disponibilità di infrastrutture a banda larga che coprano l'intero territorio nazionale perché le nostre aziende non sono collocate nelle grandi aree urbane, all'assistenza continua nei paesi di destinazione attraverso le rappresentanze diplomatiche e gli uffici ICE.

Dobbiamo poter consentire ai produttori di avvalersi con efficienza di tutti questi supporti; di poter operare in un ambiente digitale che sia veramente all'altezza della economia 4.0 che si va progettando, indispensabile non solo per l'attività di verifica e controllo, ma anche per la parte commerciale e per il rapporto con i consumatori. La semplificazione e la trasparenza passano anche da questi investimenti.

In tema di export torno, infine, a far sentire la voce della Federazione sulla promozione: se da un lato ci sentiamo soddisfatti per le misure messe in atto dal MISE perché dopo il piano straordinario dedicato al Made in Italy, abbiamo visto nuovi investimenti dedicati ai mercati degli US e della Cina per i vini ed una prima esperienza di promozione in Canada e US per gli spiriti; dall'altro chiediamo ancora una volta al Governo ed alle regioni di considerare con grandissima attenzione le risorse disponibili alle imprese per la promozione sui mercati dei paesi terzi con i fondi previsti dalla OCM vino.

Dobbiamo consentire ai produttori di potersi avvalere con efficienza di questo strumento, non solo perché è strumento di concorrenza con le altre enologie europee, ma anche perché le nostre reti di importazione e di distribuzione nei paesi terzi attendono queste iniziative, anche laddove i nostri prodotti sono già ben apprezzati. Non possiamo avere un passo diverso rispetto alle loro attese, agli altri paesi della UE, non possiamo continuare a tenere le imprese in sospenso rispetto ai mercati esteri ed ai loro protagonisti.

Il mercato interno

Guardiamo al mercato nazionale: pur tra mille complicazioni, il 2017 è stato un anno di svolta, non clamorosa nelle dimensioni ma valida nella direzione. Ha interrotto una

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

lunghissima serie negativa portando finalmente il segno + anche per i consumi sul mercato nazionale.

La produzione alimentare 2017 ha segnato un aumento del +1,7% sull'anno precedente. Il passo ha accelerato dopo il +1,1% del 2016. La ripresa produttiva è inconfutabile e ha consentito al settore di recuperare sostanzialmente il livello di produzione del 2007, ultimo anno pre-crisi. A fianco, la produzione industriale nel suo complesso, malgrado il buon +3,0% registrato a consuntivo 2017, è rimasta ancora 19 punti sotto il livello pre-crisi.

All'interno del contesto alimentare, il comparto enologico (censito dall'Istat come "vino da uve non autoprodotte") ha registrato una crescita meno marcata, pari al +0,7%, ma pur sempre positiva: sulla dimensione finale ha influito sicuramente anche l'andamento della vendemmia 2017, la più complessa delle ultime decadi.

La dinamica produttiva dell'industria alimentare si è rafforzata a inizio 2018. Nel primo bimestre dell'anno ha segnato un +4,9% sullo stesso periodo 2017. Ne emerge una netta accelerazione rispetto al consuntivo dell'anno precedente e il sorpasso del trend manifatturiero nazionale che, pur accelerando, si è fermato in parallelo sul +3,4%.

Anche la produzione enologica ha accelerato nel bimestre, con un aumento del +1,0% che la vede tuttavia attardata rispetto al 4,9% dei restanti settori.

Il fatturato alimentare ha fatto nel 2017 un balzo superiore alle aspettative. Dopo quattro anni di stop a quota 132 miliardi, la combinazione del citato aumento di produzione e di un aumento dei prezzi alimentari alla produzione del +2,0% in media d'anno ha portato la stima 2017 a quota 137 miliardi, con un aumento del +3,8% sul 2016. Il totale industria ha segnato in parallelo un aumento del +4,6%.

Anche il fatturato del vino ha segnato un passo espansivo: ha raggiunto infatti la quota di 10miliardi440milioni, con un incremento del +1,0% sull'anno precedente e una incidenza importante, pari al 7,6% sul fatturato complessivo del food and beverage. A fianco, il fatturato specifico degli "alcoli e acquaviti" ha toccato quota 900 milioni, con un aumento del +5,6% sul 2016.

Nel primo bimestre 2018 il fatturato alimentare ha segnato un progresso sostanzialmente in linea con l'anno precedente, registrando un +3,5%, contro il +3,4% parallelo del totale industria.

Il cambio non si può ascrivere ad una sola motivazione: in questo caso si sommano segnali di cambiamento nell'orientamento di spesa degli italiani, anche legato ad un diverso clima di fiducia, l'importantissimo flusso turistico che ha animato i nostri territori e le nostre città; le note positive che arrivano dalla ristorazione, in quanto anch'essa ha studiato nuove combinazioni da offrire ai consumatori.

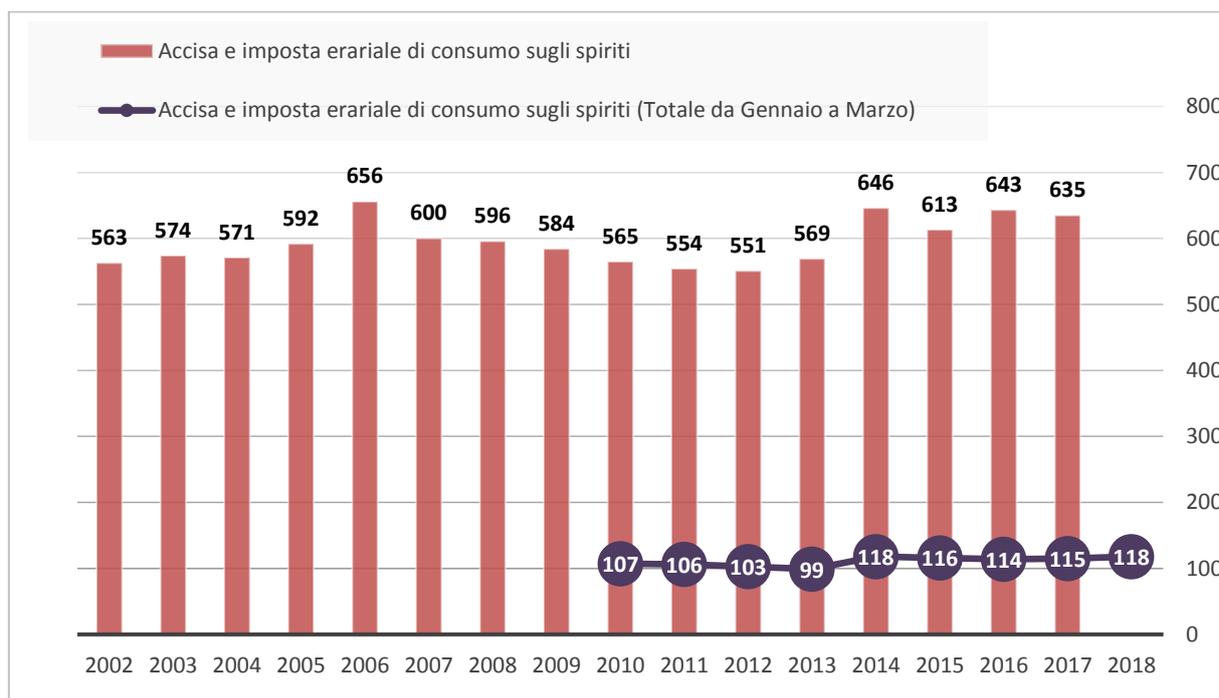
È uno scenario che dobbiamo rinforzare. Siamo attrezzati per l'accoglienza ed il turismo, abbiamo una reputazione del Paese decisamente invidiabile, dobbiamo consolidare questa combinazione favorevole: la lunga attesa per la formazione del nuovo Governo, la pausa nelle misure strutturali o il loro immediato ripensamento e l'annuncio che più di

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

ogni altro preoccupa – i movimenti al rialzo delle aliquote IVA – sono, invece, tarli che minano la solidità della ripresa.

Non abbiamo la bacchetta magica né ne invochiamo l'uso supponendo che altri la abbiano: non faremo certamente mancare il senso di responsabilità delle imprese nel continuare ad impegnarsi così come lo hanno fatto in questi anni, però è legittimo chiedere che in una fase ancora così delicata ci sia un'attenta e condivisa valutazione dell'impatto delle manovre di politica economica.

Mostro questo grafico, aggiornato al primo trimestre del 2018:



È l'andamento del gettito dell'accisa (in milioni di euro) sugli spiriti – comprensivo del gettito anche sui prodotti intermedi – che pubblica il dipartimento Finanze del Ministero dell'Economia.

Fra il 2013 ed il 2015 abbiamo subito quattro aumenti di accisa, l'incremento finale del valore dell'accisa è stato di pochissimi decimali inferiore al 30%: il grafico mostra, senza bisogno di aiuto di altre cifre o parole, quanto poco di quell'aumento sia confluito nelle casse dello Stato. Purtroppo, non mostra quanto abbia punito le aziende, visto che diverse fra loro non hanno superato la crisi perché il peso finanziario, che gli aumenti aggiungono, è stato in molti casi la goccia di troppo.

Ancora una volta chiediamo di studiare con attenzione questo grafico, di verificare con le imprese cosa è successo, valutando anche cosa accadde, rispetto alle condizioni contrattuali di vendita, con i ripetuti cambi di listini e le conseguenti confusioni di mercato dato che le bevande alcoliche non hanno una velocità di rotazione elevata sugli scaffali; ed anche rispetto all'impatto sui consumi ed alla sopravvivenza delle aziende che non hanno una voce consistente di export.

I cambiamenti normativi

LA SEDE DELLO STABILIMENTO

Con l'entrata in vigore del Regolamento 1169/2011, contavamo di avere in un'unica cornice normativa le regole di etichettatura e presentazione dei prodotti alimentari. Purtroppo così non è stato, perché abbiamo continuato a vedere nascere a livello locale, numerose ulteriori prescrizioni: l'Italia non è rimasta a guardare e su proposta dei Ministri delle Politiche agricole e della Salute, dopo la consueta procedura di notifica a Bruxelles, a settembre scorso è stato pubblicato il decreto l.vo 145/2017, entrato in applicazione ad aprile di quest'anno.

Con il nuovo decreto è stato reso obbligatorio indicare l'indirizzo dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento nella presentazione dei prodotti alimentari da parte di operatori presenti sul territorio nazionale; è stata accolta la sola eccezione per i prodotti vitivinicoli poiché soggiacciono ad una normativa europea che già regolava la stessa materia.

La norma è stata voluta nel presupposto di una maggiore informazione del consumatore e nella esigenza di agevolare il compito delle autorità di controllo; motivazioni che tuttavia non trovano appoggio allorché, ad esempio, il prodotto sia stato confezionato in un altro paese dell'Unione Europea. Ma nonostante le numerose richieste di confronto ed approfondimento, il decreto ha chiuso il suo iter e recentemente ha trovato ancor più compimento con le nuove disposizioni sanzionatorie adottate con il decreto legislativo 231: sono state disciplinate le omissioni alle prescrizioni del Regolamento 1169/2011, con sanzioni il cui importo medio è ben elevato.

DICHIARAZIONI DEGLI INGREDIENTI E DEI VALORI NUTRIZIONALI

Nel Regolamento 1169/2011 è stabilito che la Commissione avrebbe dovuto presentare un rapporto per definire gli ulteriori passi in materia di etichettatura degli ingredienti e dei valori nutrizionali delle bevande alcoliche: lo scorso anno la Commissione dette un anno di tempo ai settori europei delle bevande alcoliche per presentare proposte comuni su come procedere. La proposta, alla fine di un intenso lavoro di mediazione, è stata presentata ad inizio marzo scorso: è strutturata in una parte generale e in 4 allegati settoriali, che riflettono le esigenze e le peculiarità specifiche per la birra, i vini, i sidri, e gli spiriti.

Sviluppata con l'obiettivo di fornire informazioni più articolate rispetto a quelle prescritte dal Regolamento 1169/2011, attraverso un importante ricorso alle nuove opportunità che la tecnologia telematica e digitale offre, la proposta contiene le indicazioni sia per quel che riguarda la presentazione dei prodotti sia per come utilizzare le nuove risorse tecnologiche di cui il consumatore può avvalersi per completare il quadro di conoscenze sulle differenti bevande alcoliche: fra l'altro le nuove tecnologie sono in grado di garantire sempre l'impiego della lingua del consumatore e maggiori spazi per l'informazione e per gli approfondimenti che risultassero utili.

Al momento, la proposta è nelle mani della Commissione UE, che la valuterà anche attraverso il confronto con i delegati dei Governi nazionali; al termine dell'esame, deciderà

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

sulla rispondenza alle attese di informazione del consumatore, procedendo in caso negativo alla definizione di una proposta legislativa.

NUOVA OCM

Mentre è stato definito il bilancio UE anche per la gestione della PAC fino al 2020, si apre ora l'approfondimento per la redazione della nuova PAC che dovrà tener conto del nuovo assetto europeo conseguente all'uscita del Regno Unito.

E nel frattempo si deve anche discutere su come impostare i nuovi piani di sostegno nazionali, sui quali pende una preoccupazione relevantissima. I servizi della Commissione UE hanno infatti fornito un parere alla Spagna in merito alle modalità di partecipazioni alle misure di promozione nei mercati dei paesi terzi: azioni da parte degli stessi operatori e progetti per gli stessi mercati potrebbero rappresentare elemento di preclusione per partecipare ai nuovi bandi.

Contro un'ipotesi così inconcepibile si sono mossi subito i governi di Francia e Italia e le associazioni europee della filiera vitivinicola: vedremo come si risolverà il problema, ci auguriamo che il buon senso prevalga.

A fianco delle preoccupazioni europee, restano le preoccupazioni per le modalità operative nazionali: ai noti disagi verificatisi nel 2016 e nel 2017, si aggiungono di nuovo le preoccupazioni per i ritardi del bando 2018. A fronte della dinamicità degli operatori degli altri paesi UE, è difficile per gli importatori e i distributori dei nostri vini nei paesi terzi poter comprendere il perché di queste esitazioni e di questi ritardi: ad essere danneggiati sono i nostri produttori che perdono le possibilità di mantenere una pressione commerciale adeguata proprio ora che devono confermare gli importanti traguardi raggiunti.

Visto che ho appena toccato un tema spinoso, quello della promozione, affronto un'altra spina: le autorizzazioni agli impianti. Abbiamo visto cosa sta succedendo ad ogni avviso di concessione di autorizzazioni: le richieste sono significativamente superiori alle disponibilità ed in più si devono individuare e contrastare meccanismi speculativi che possono ingenerare importanti spostamenti di valore.

Anche i dati relativi alle domande 2018 sono risultate, enormemente superiori alle disponibilità: possiamo illuderci nel guardare alla parte positiva della medaglia, la grande dimensione di investimenti che il settore è in grado di attrarre e/o produrre, ma nello stesso tempo non possiamo considerare i disagi per gli operatori che devono crescere e gli ostacoli per coloro che vogliono consolidare le posizioni di mercato che hanno conseguito.

I tempi di impianto di un vigneto sono già da soli lunghi e impegnativi: come può un operatore che abbia esigenza di migliorare le proprie disponibilità di produzione e offerta, realizzare il proprio investimento a colpi di pochi metri di autorizzazioni all'anno? (a scanso di equivoci, confermo che parlo di metri: è questo il risultato che emerge in alcune parti del territorio).

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

È indispensabile sedersi intorno al tavolo e discutere in profondità del problema, altrimenti in pochi anni vedremo scomparire il nostro patrimonio vitivinicolo.

REGOLAMENTO 110/2008

Altra materia che ha visto assorbire moltissime energie della Federazione e dei nostri associati: la discussione della nuova redazione del Regolamento dedicato alla definizione e presentazione delle bevande spiritose.

Da un avvio che sembrava destinato ad intervenire su pochi elementi, la maggior parte legati ai nuovi compiti e ruoli definiti fra le Istituzioni europee con il trattato di Lisbona, siamo arrivati alla totale riscrittura del Regolamento e allo stravolgimento di alcune regole tale da mettere a repentaglio alcune produzioni.

Mi riferisco alle modifiche che sono state ipotizzate per la definizione del Brandy che toccano la dimensione dell'arrotondamento e le regole per l'invecchiamento che non consideriamo rispettose della grande tradizione produttiva europea. Per cercare di trovare una soluzione al problema di una singola I.G. spagnola per la quale tutti sono in favore di una soluzione derogatoria, si rischia di sconvolgere l'intero settore europeo del Brandy. Ed altrettanto preoccupa la confusione nelle regole che gestiscono l'impiego di o il riferimento e l'allusione a una bevanda definita nella presentazione di altre bevande spiritose o altri prodotti alimentari.

Nell'ultimo quadrimestre del 2017 ed in questi primi mesi del 2018, al voto del Parlamento Europeo si è affiancato un intenso lavoro degli esperti nazionali presso il Consiglio UE: diamo atto con grande soddisfazione che il Ministero delle Politiche agricole, cui compete la gestione di questo Regolamento, ha permesso alla Federazione di seguire passo passo l'evolversi della situazione, con un approfondimento continuo ed una piena ed attenta considerazione delle posizioni espresse.

Le aziende sono riconoscenti e chiedono di mantenere viva l'attenzione durante la fase finale: sta per partire, infatti, la sessione di lavori dove una delegazione ristretta del Parlamento europeo con la presidenza di turno del Consiglio e la mediazione della Commissione europea dovrà tentare di chiudere le discussioni sulle parti ancora non consolidate e trovare una formulazione condivisa.

Siamo certi dell'attenzione e del sostegno ma siamo al contempo preoccupati perché dietro le modifiche delle denominazioni possono realizzarsi importanti scontri commerciali. Non desideriamo proprio vedere messi a repentaglio settori e produzioni di lunga tradizione e solidità ben note ed apprezzate al consumatore, con scorciatoie che pregiudichino questo rapporto di fiducia e conoscenza dei prodotti.

La socialità

Nonostante i toni allarmistici spesso utilizzati, il consumo di bevande alcoliche in Italia si mantiene a livelli tra i più bassi dell'intera Unione europea, così come l'incidenza di fenomeni di abuso o consumo scorretto: lo scenario è stato anche notato dall'OMS che in

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

materia di consumo scorretto e dannoso di alcol, colloca l'Italia al più basso dei 5 livelli di rischio codificato ("least risk")



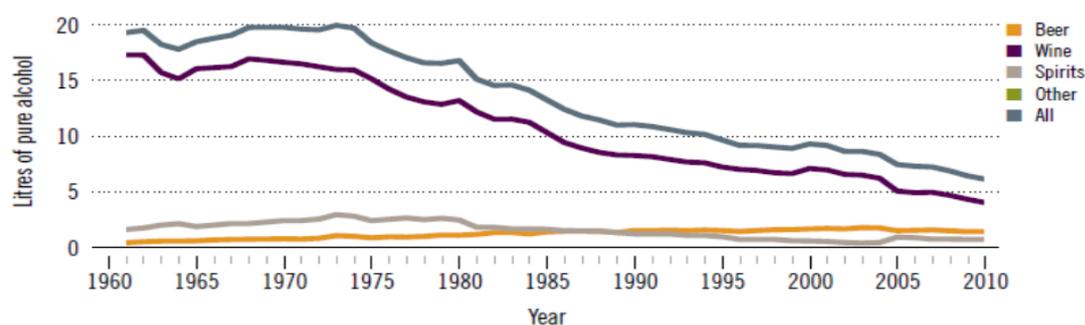
Patterns of drinking score, 2010

LEAST RISKY < 1 2 3 4 5 > MOST RISKY

ALCOHOL CONSUMPTION: LEVELS AND PATTERNS

Recorded alcohol per capita (15+) consumption, 1961–2010

Data refer to litres of pure alcohol per capita (15+).



Questa certificazione dell'OMS non ci sorprende anzi ci ricorda, se ancora ce ne fosse bisogno, che il consumo di vini, spumanti, liquori, acquaviti e aperitivi nel nostro paese non solo sono parte integrante di una cultura millenaria, di una tradizione da preservare e valorizzare e di uno stile di vita che il mondo ci invidia, ma forse proprio per questa antica saggezza, sono anche consumati con attenzione, moderazione e responsabilità.

Non stiamo parlando di come le nostre produzioni abbiano saputo conquistarsi una leadership indiscussa a livello mondiale – l'abbiamo già commentato con i dati economici – né del fatto che siano ormai vere e proprie icone di uno stile di consumo, o meglio di vita, che il mondo segue come modello.

Il punto quindi non è il consumo in sé, ma le forme di abuso o di consumo scorretto. La differenza non è di poco conto ed è uno dei criteri che riteniamo debbano sempre essere tenuti presenti quando si considerano misure, interventi e politiche in tema di prevenzione o contrasto dei rischi alcol correlati.

Non criminalizzare il consumo, ma prevenire e intervenire per colpire l'abuso ed ogni consumo sbagliato, per informare ed educare – o piuttosto ricordare – sulle modalità di consumo migliori, che puntino sempre alla qualità.

La Ricerca Nielsen

Confermando un trend storico e stabilizzato, i nostri consumatori continuano a premiare la qualità e i consumi misurati, secondo un trend consolidato e costante che ci ha portato, negli ultimi 20 anni, a vedere più che dimezzati i volumi dei nostri consumi: lo abbiamo appena visto, si collocano ora fra i più bassi in assoluto tra quelli a livello di Unione Europea.

Stando ai principali risultati della ricerca *I consumi di bevande alcoliche in Italia - 2017* che la Federazione ha commissionato a Nielsen, i consumi ed i consumatori italiani hanno le seguenti caratteristiche fondamentali: gli italiani continuano a premiare qualità e consumi misurati.

La ricerca conferma ancora una volta i livelli bassi nei consumi e la flessione del numero dei consumatori rispetto ai non bevitori.

Si tratta di un trend costante negli ultimi anni: nonostante siamo uno dei grandi Paesi produttori di bevande alcoliche, rimaniamo in coda nei consumi pro-capite a livello UE; è un dato così certo che lo ha notato, come detto, anche l'OMS.

Alla vigilia dell'avvio delle manifestazioni per l'anno del Cibo Italiano, emerge chiara la preferenza verso modelli e condizioni di consumo ancora legate al nostro modo tradizionale, *in primis* sempre legato al cibo. È un consumo che privilegia prodotti di qualità, consumi moderati per una esperienza di consumo positiva, responsabile anche socialmente. I consumi appaiono orientati verso la qualità anche per le fasce di età più giovani, dunque anche loro consumano meno ma meglio.

Rispetto al 2015, per il 2017 la ricerca evidenzia consumi in leggero calo tra i consumatori giovani adulti (pari ad un -4% tra i 20 e 24 anni) ed un leggero incremento per le fasce di età 25-34 (+3%) e 25-44 (+1%); sostanzialmente stabile o in leggero calo il consumo degli over 45. La frequenza generale di consumo è in leggera diminuzione per coloro che consumano alcol più di una volta al giorno: si passa da una media di consumo di 3,9 volte alla settimana nel 2013 a 3,3 nel 2017.

Il modello di consumo prevalente è quello sociale, conviviale, fuori casa (61% dei consumatori) e nei luoghi di ristorazione (ristoranti/pizzerie/trattorie).

Se questo è il quadro dei consumi e dei relativi modelli a livello nazionale, si può agevolmente capire perché in più di un caso risultano non giustificabili né tantomeno accettabili nel nostro Paese le misure e gli interventi proposti e o teorizzati a livello UE dai Paesi soprattutto dell'Europa del Nord o dell'Est.

Si tratta infatti di Paesi con tradizioni, culture ed abitudini di consumo differenti dal nostro, che per i loro contesti nazionali con maggior forza sono sollecitati dai problemi del contrasto dell'abuso e della prevenzione dei danni alcol correlati, seguendo modelli di riferimento molto più orientati verso interventi proibizionisti.

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

In questo contesto europeo, è per noi fondamentale che venga sempre riaffermato il principio dei differenti contesti, culture e tradizioni, cui conseguono approcci e misure differenziate

Citiamo, con piacere e soddisfazione, la posizione espressa dal Governo Italiano sul documento conclusivo della Presidenza di turno della UE, proposto dal governo Estone, in materia di politiche di prevenzione e di contrasto ai fenomeni dell'abuso; documento con il quale si proponeva di condividere a livello europeo la utilità di una serie di indicazioni generali orientate ad interventi di limitazione drastica alla pubblicità delle bevande alcoliche, alla loro disponibilità commerciale e alla adozione di misure fiscali di disincentivazione al consumo: ancora una volta strumenti generici, mirati sul consumo, non sull'abuso o sui consumi sbagliati, nell'assunto che riducendo il consumo si riducano automaticamente anche i problemi.

È stata l'occasione per segnalare che, pur nel rispetto dei comuni valori europei, non esiste una soluzione unica per problemi differenti, che meritano invece approcci diversificati e rispettosi di contesti, tradizioni e culture diverse. Nello specifico, abbiamo con piacere visto richiamati, nel documento Italiano alcuni concetti e principi che la Federazione da sempre condivide e sostiene, quali:

- un consumo non pericoloso non comporta un aumento significativo del rischio di conseguenze per la salute,
- per garantire l'efficacia delle politiche di prevenzione e della comunicazione alla popolazione, in particolare alle fasce giovanili, è indispensabile un approccio multisettoriale che coinvolga anche gli stakeholders,
- l'adozione di misure fiscali non costituisce di per sé una misura di provata efficacia, anzi potrebbe stimolare modalità di approvvigionamento illecite, anche attraverso canali alternativi, mettendo a rischio la sicurezza e la salute dei consumatori.

Sono le direttrici che chiediamo non vadano mai perse quando si affrontano temi così complessi e rilevanti.

Scozia: minimum unit price (M.U.P.) e Irish Bill

Introdotta per la prima volta in Scozia il 31 ottobre 2011 come "legge sugli alcolici" il 1° maggio, in un testo parzialmente differente, è entrato in vigore in Scozia l'obbligo del prezzo minimo per le bevande contenenti alcol, alla fine di un percorso lungo e complesso, che ha visto dapprima una pronuncia della Corte di Giustizia della Unione europea, e quindi un ricorso della Scotch Whisky Association all'Alta Corte dell'Inghilterra.

Il Governo scozzese ha garantito che monitorerà le questioni pratiche relative all'attuazione del provvedimento, con particolare attenzione agli eventuali effetti distorsivi che ne possono derivare per i prodotti importati.

Nel frattempo si è andata sviluppando la vicenda dell'Irish Bill.

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

Avviata come “ legge sulla salute pubblica – Alcol ”, ispirata probabilmente anche dalla norma scozzese, è stata notificata a Bruxelles alla fine del mese di gennaio 2016, e prevedeva diverse disposizioni in materia di divieti di pubblicità, obblighi di etichettatura specifica attraverso “Health Warning” sul consumo di alcol, il rimando ad un sito WEB, di proprietà e gestione pubblica, per informazioni sull'alcol, infine la previsione anche qui di un prezzo unitario minimo, modificabile a discrezione del Ministero della salute, di 1 € per unità di alcol.

Su entrambi i dossier la Federazione è stata molto attiva, insieme alle aziende associate ed alle nostre associazioni europee: abbiamo avuto un attentissimo ascolto e supporto del Governo perché in entrambe le procedure di consultazione europea ha espresso il disappunto per le proposte normative a fronte degli obiettivi perseguiti. Non è stata una voce isolata perché sono emerse critiche ed osservazioni anche da altri 9 Paesi UE tra i quali Francia, Germania, Spagna e Portogallo.

Ma nello scorso mese di gennaio, sono state proposte nuove modifiche ed integrazioni al testo di base: il governo irlandese ha, infatti, aggiunto l'obbligo di indicare in etichetta e nelle pubblicità dei prodotti alcolici un “Health warning” relativo al legame diretto tra alcol e tumori, oltre ad altre prescrizioni in materia di servizio e presenza delle bevande alcoliche in caso vi sia il rischio di presenza di minori.

Anche in questo caso, la Federazione si è attivata ottenendo l'invio, da parte del Governo Italiano, di un secondo parere dettagliato, in coerenza con quanto già fatto in occasione della prima notifica irlandese. Complessivamente la seconda notifica ha ricevuto 8 commenti e 2 opinioni dettagliate: la procedura di adozione dell'Irish Bill è di conseguenza stata nuovamente sospesa, al momento sino al 20 luglio 2018.

CODEX etichettatura alcol e bevande alcoliche.

Si tratta di un dossier che la Federazione ha portato avanti, in pieno accordo e con il supporto del Ministero delle Politiche agricole, per evitare che, utilizzando un pretesto procedurale (la richiesta di adozione di uno standard Codex per una bevanda alcolica di produzione asiatica), fosse avviato in sede Codex un lavoro più generale e diretto in materia di etichettatura delle bevande alcoliche; obiettivo in realtà perseguito con continuità dal Segretariato dell'OMS, che in materia di alcol desidera che le politiche, strategie e linee guida di quell'organismo siano incluse negli standard del Codex.

Anche in questo caso l'Italia è stato il solo paese a livello UE, a contestare questo processo: abbiamo constatato che i rappresentanti italiani al Codex, alla luce delle riunioni e delle informazioni condivise, hanno tenuto posizioni in linea con gli auspici della Federazione. Attualmente il lavoro Codex su questo dossier, nonostante sia stato contrastato da molti Paesi dopo l'intervento italiano, è ancora in corso, affidato ad un gruppo di lavoro presieduto dalla Russia. A marzo scorso, anche a seguito del coinvolgimento formale della Commissione UE, è stata accolta la indicazione che l'eventuale raccomandazione Codex non comprenda alcun *warning* nelle etichette.

Relazioni industriali

Per quanto attiene alle relazioni industriali, Federvini ha partecipato attivamente ai tavoli, ai gruppi di lavoro costituiti in seno a Federalimentare, nonché ai lavori della delegazione industriale.

In materia di formazione continua, Federvini ha partecipato ai lavori del Comitato tecnico permanente dell'Industria alimentare, organismo deputato ad esaminare ed approvare i piani formativi presentati dagli enti di formazione a valere sugli avvisi emessi da Fondimpresa, il fondo interprofessionale per la formazione continua costituito da Confindustria, Cgil, Cisl, Uil. Ai numerosi piani formativi settoriali hanno partecipato molte aziende del settore vitivinicolo, traendo vantaggi dalla formazione sia in termini di competitività, che di soddisfazione e crescita professionale dei lavoratori.

Sul versante del welfare contrattuale, tema quest'ultimo molto sentito in questi ultimi anni, sostenuto anche dai Governi con normative fiscali specifiche, è stata rinnovata nel 2017 la polizza sanitaria del Fondo FASA, ampliandone garanzie e migliorando massimali e franchigie; in un'ottica di buone relazioni industriali, le Associazioni industriali alimentari e i Sindacati di categoria hanno sottoscritto un accordo che riconosce l'estensione della copertura assicurativa ai lavoratori licenziati per motivi economici e involontariamente disoccupati, in coerenza con gli impegni assunti in sede di definizione del contratto collettivo nazionale di lavoro per l'Industria alimentare: tale misura si svilupperà per un periodo sperimentale fino al 31.12.2019.

Fiscalità

Siamo tutti ben consapevoli dell'importanza e dell'impatto che ha la fiscalità nell'economia dei nostri prodotti.

La Commissione Europea ha iniziato, nel 2014, un processo di consultazione di diverse parti sociali ed economiche per la revisione normativa di due fondamentali Direttive UE:

- la numero 83 del 1992, che stabilisce i criteri di riferimento per l'assoggettamento ad accisa delle bevande alcoliche e dell'alcool; e
- la numero 84, sempre del 1992, per stabilire il livello minimo di accisa sulle diverse categorie di bevande alcoliche, prevedendo anche la facoltà degli Stati membri di innalzare l'aliquota minima di accisa prevista dalla Direttiva stessa.

Stiamo partecipando attivamente, anche tramite le nostre associazioni europee di settore SpiritsEurope e Comité Vins al procedimento di revisione normativa che, fino ad oggi, pare non porre in discussione criteri che sono stati recepiti nella legislazione italiana con l'emanazione del Testo Unico delle Accise, più di venti anni fa.

Ugualmente interessata da revisione normativa è un'altra Direttiva comunitaria, la numero 118 del 2008, che stabilisce regole comuni in materia di produzione, detenzione e movimentazione dell'alcool e delle bevande alcoliche. In questo caso la necessità di revisione del testo è dettata da motivi tecnici direttamente derivanti dal processo di telematizzazione delle scritture contabili e dei documenti di accompagnamento dei

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

prodotti; dalla necessità di adeguare il testo alle previsioni del nuovo Codice Doganale Comunitario, entrato in vigore nel 2018, nel cui “corpo” la telematizzazione ha una presenza imprescindibile, che si riflette direttamente sulla normativa accise, soprattutto per quanto l’import/export e le relative procedure; ed infine dalla necessità di regolamentare, a livello comunitario, la disciplina delle vendite a distanza dei nostri prodotti – il cosiddetto e-commerce –, normativa ad oggi “incompiuta”. L’importanza di questa materia si evince anche dal fatto che la Commissione ha creato uno specifico gruppo di lavoro che si riunirà alla fine di questo mese a Bruxelles ed al quale parteciperà anche la Federazione.

Quale diretta conseguenza dei mutamenti normativi della Direttiva 118/2008, abbiamo avuto, grazie all’Agenzia delle Dogane e tramite una Determinazione direttoriale diffusa pochi giorni, l’ulteriore implementazione del progetto Re.Te, (Registri Telematici) per tutte le Aziende Associate che producono bevande alcoliche ad accisa positiva: con l’adozione e l’attivazione della procedura potranno tenere i registri contabili esclusivamente in forma telematica con una notevole semplificazione anche sul fronte delle cauzioni da prestare per il prodotto detenuto.

Altra materia di interesse è la informatizzazione dei “conti garanzia”: si trova in avanzato stato di sperimentazione, al termine ci attendiamo una vera semplificazione nella gestione delle garanzie con un alleggerimento del relativo onere finanziario.

Passando al settore vitivinicolo, si è completato il processo di informatizzazione del Registro unico vitivinicolo: in questo caso, anche sulla base di specifici Regolamenti Comunitari entrati in vigore nel marzo 2018, avremo la telematizzazione non solo dei registri, ma anche quella dei documenti di accompagnamento dei prodotti vitivinicoli, che verranno creati informaticamente dall’Azienda estrapolando i dati dal registro unico vitivinicolo.

E’ stato diffuso nelle scorse settimane un apposito decreto dipartimentale dell’ICQRF che stabilisce le modalità di creazione, gestione ed invio del documento di accompagnamento MVV esclusivamente in forma telematica (MVV-E). Anche in questo caso, l’utilizzo dell’MVV-E avverrà in due distinte fasi: la prima che prevede la facoltà dell’Azienda di utilizzare tale documento telematico; e la seconda in cui l’utilizzo di tale documento diverrà obbligatorio, con contemporanea abrogazione della normativa previgente in materia, che riguardava esclusivamente documenti di accompagnamento cartacei.

La Federazione

Prima di chiudere la rassegna, anche se non esaustiva, di quanto la Federazione ha affrontato nel corso dell’anno, permettetemi alcune parole sulla nostra struttura: con il pieno supporto del Comitato di Presidenza e di alcuni di voi che sono stati impegnati sul fronte delle commissioni operative, abbiamo messo a punto un nuovo schema di funzionamento della Federazione, accompagnando alla tradizionale ripartizione delle categorie merceologiche anche altre importanti attività trasversali.

RELAZIONE ALL'ASSEMBLEA

La prima evidenza di questo lavoro è la nuova pagina web della Federazione, diventato un vero e proprio portale: stiamo cercando di comunicare diversamente, stiamo rafforzando le modalità operative sui canali social per aumentare il tono di voce. Abbiamo investito su forte stimolo degli associati ma anche di voci esterne che desiderano sempre più e sempre meglio essere in contatto, attraverso la Federazione con le nostre aziende e con noi imprenditori.

Non ci fermiamo qui: oltre a migliorare le modalità di comunicazione, per le quali è indispensabile la vostra visione, anche critica, ed i vostri stimoli continueremo con la diversa impostazione nell'area tecnica, anche grazie al protocollo ed al progetto di lavoro comune definito con Assoenologi, e nell'allargamento dei servizi associativi alle imprese.

È un passaggio importante: i nostri uffici la stanno accompagnando con la consueta professionalità e decisione, sono certo che anche voi non farete mancare il vostro supporto ed il vostro aiuto.

Proseguiremo anche nel confronto interno a Federalimentare, perché alla fine dell'anno interverrà il cambio alla presidenza: come sapete sono coinvolto, come saggio, in questo importante passaggio di testimone. Nell'apprezzare i grandi risultati conseguiti dall'attuale presidenza, Federalimentare dovrà essere in grado di intercettare quei processi evolutivi indicati anche nello schema di riforma confederale.

Le conclusioni

Mi avvio alla conclusione con un saluto particolare a due persone in particolare, fra quanti ci hanno lasciati, per il tempo e le attenzioni che hanno dedicato alla Federazione ed alla vita associativa: Lorenzo Vallarino Gancia che, oltre agli importanti incarichi aziendali ed in Confindustria, ha accompagnato le riflessioni della Federazione sui temi sociali, guidando il CASA per numerosi mandati. E Giuseppe Nardini, Presidente della Federazione all'inizio degli anni novanta: fintanto che le condizioni di salute glielo hanno permesso è stato prodigo di consigli e di attenzioni verso la Federazione e con tutti noi.

Infine la conclusione breve ma fortemente sentita per ringraziare i colleghi del Consiglio e tutte le persone che in questo anno ci hanno accompagnato, sostenuto, aiutato. Un elenco nominativo è impossibile ma il grazie a ciascuno è veramente di cuore.

ALLEGATI

TABELLE E GRAFICI a cura del centro studi Federalimentare e
Federvini

NIELSEN FOTOGRAFA I NOSTRI SETTORI

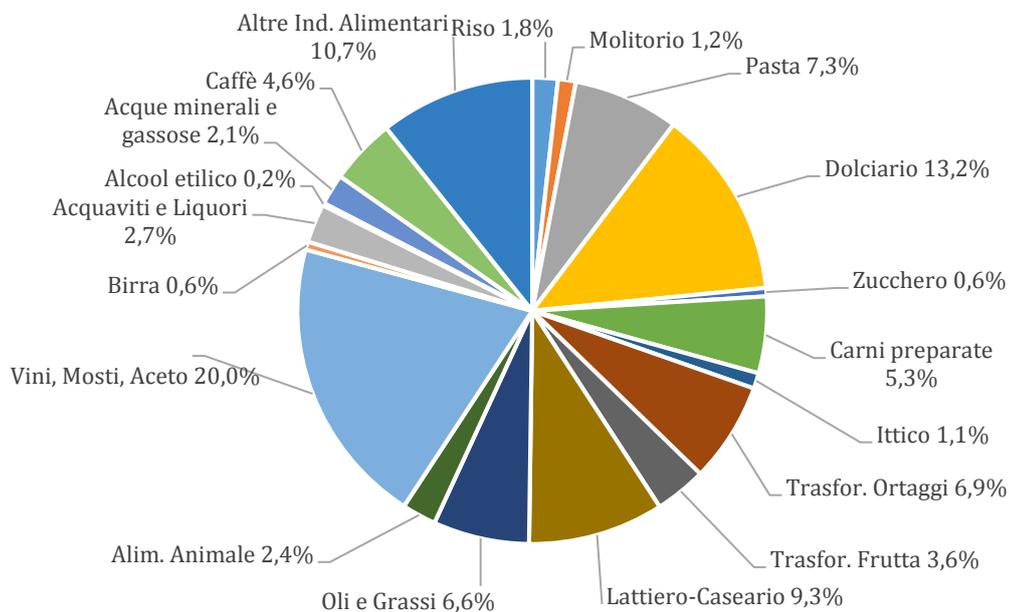


FEDERVINI

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

L'export dell'industria alimentare nel 2017

GRAFICO 1

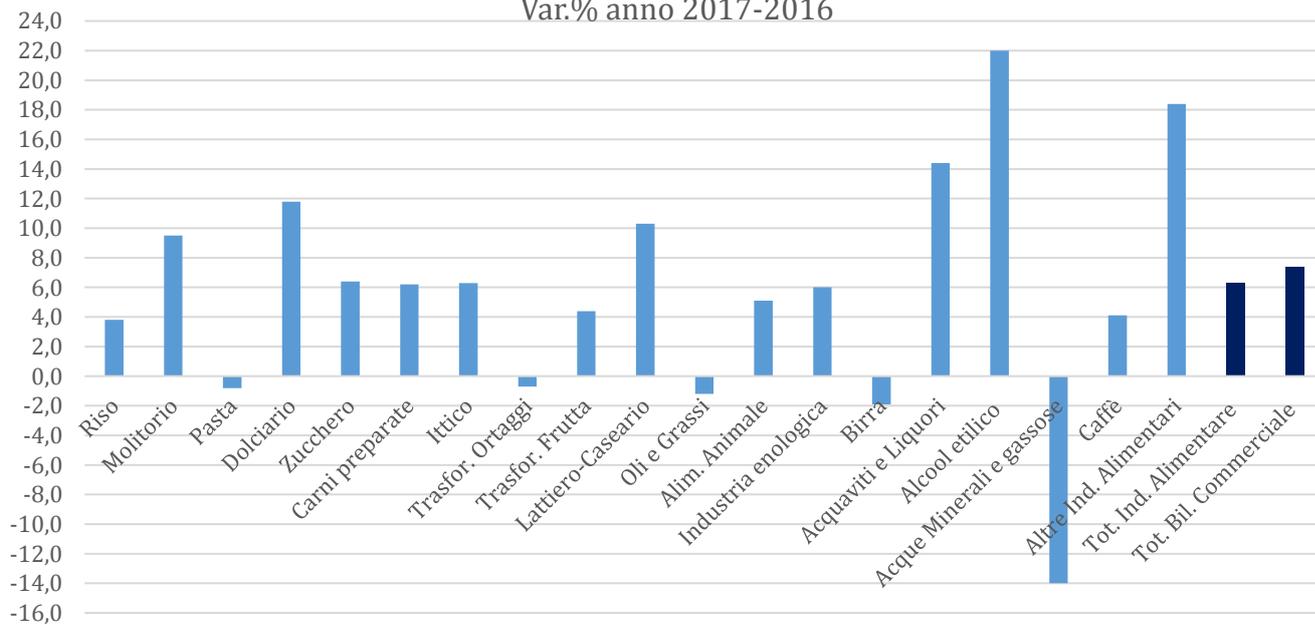


Fonte: elaborazione Federalimentare su dati Istat

GRAFICO 2

Le dinamiche in valuta

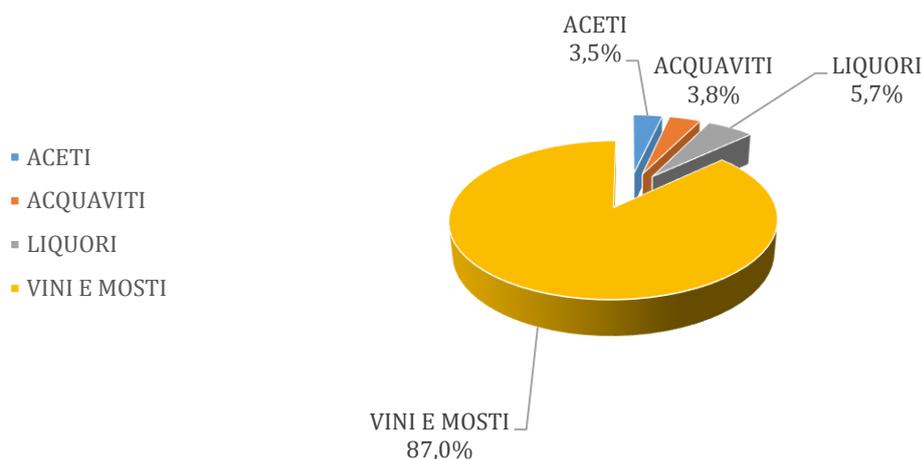
Var.% anno 2017-2016



Fonte: elaborazione Federalimentare su dati Istat

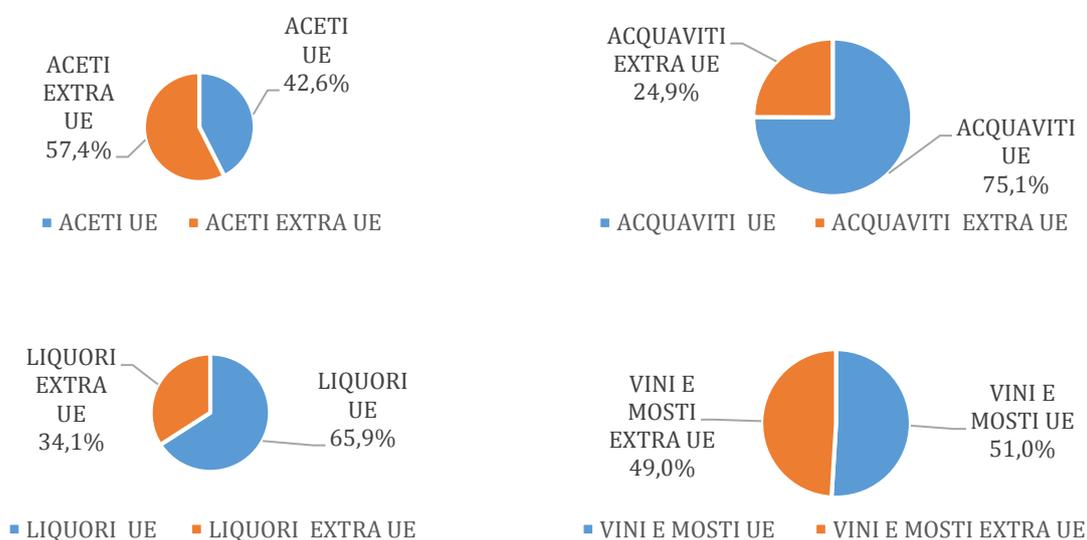
Composizioni delle esportazioni per l'intero comparto (valore)

GRAFICO 3



Fonte: Osservatorio Federvini su dati ISTAT

GRAFICO 4



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Importazioni

TABELLA 1

	QUANTITA' (000 hl)			VALORE (milioni euro)		
	2016	2017	Var % 2017/16	2016	2017	Var % 2017/16
<i>Vini e mosti</i>	1.752,831	2.101,957	19,9	312,199	322,217	3,2
<i>Vini aromatizzati</i>	46,446	25,538	- 45,0	4,742	2,369	-50
<i>Liquori e altre bevande alcoliche (hn)</i>	49,985	45,000	-10,0	70,107	73,022	4,2
<i>Acquaviti (hn)</i>	241,848	332,486	37,5	243,642	338,486	38,9
<i>Aceti</i>	466,299	552,007	18,4	19,551	21,605	10,5

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

Esportazioni

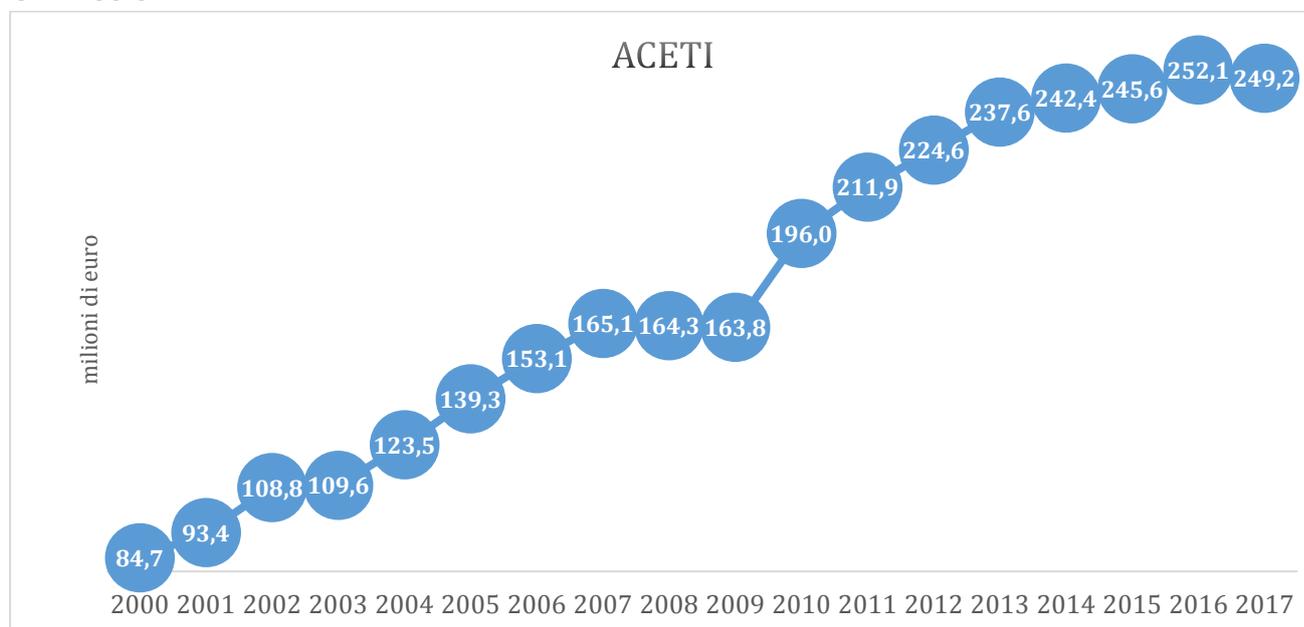
TABELLA 2

	QUANTITA' (000 hl)			VALORE (milioni euro)		
	2016	2017	Var % 2017/16	2016	2017	Var % 2017/16
<i>Vini e mosti</i>	21.760,398	22.558,226	3,7	5.782,372	6.150,292	6,4
<i>Vini liquorosi</i>	139,544	130,488	-6,5	57,185	64,104	12,1
<i>Vini aromatizzati</i>	1.116,442	1.142,820	2,4	155,117	161,486	4,1
<i>Liquori e altre bevande alcoliche (hn)</i>	252,672	259,358	2,6	380,390	401,568	5,6
<i>Acquaviti (hn)</i>	241,737	330,055	36,5	197,376	267,520	35,5
<i>Aceti</i>	1.206,678	1.251,282	3,7	251,989	249,182	-1,1

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

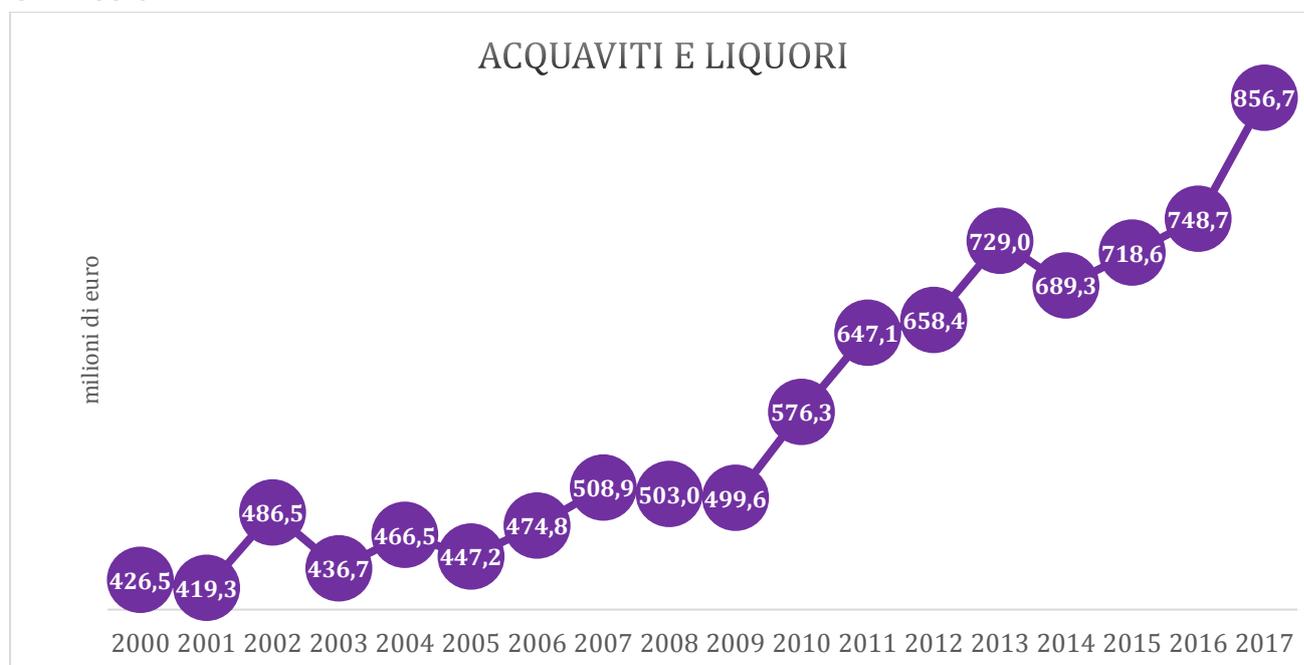
Evoluzione export nel periodo 2000-2017

GRAFICO 5



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

GRAFICO 6



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

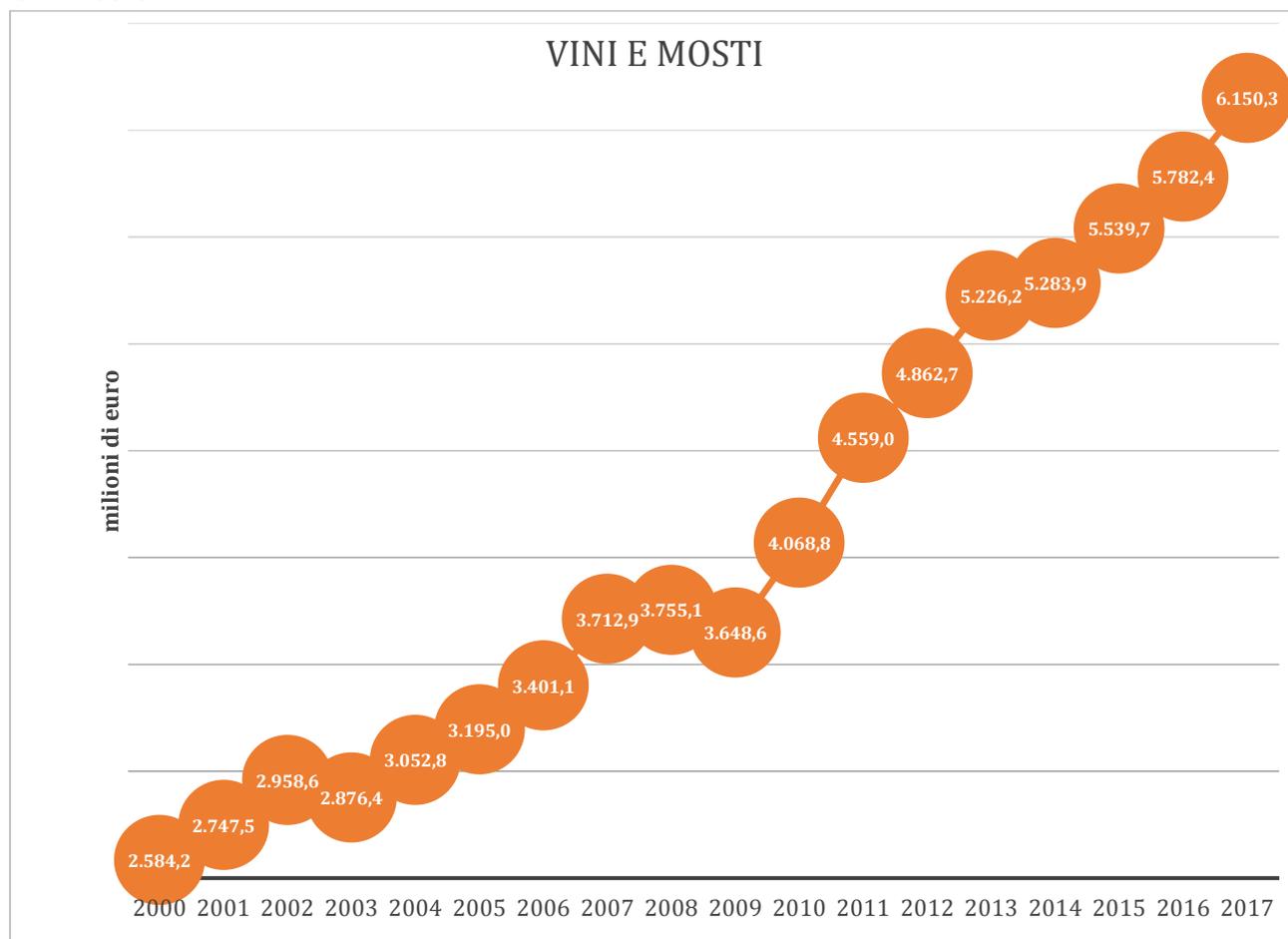
Evoluzione export nel periodo 2000-2017

GRAFICO 7



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

GRAFICO 8



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

Esportazioni vini e mosti

TABELLA 3

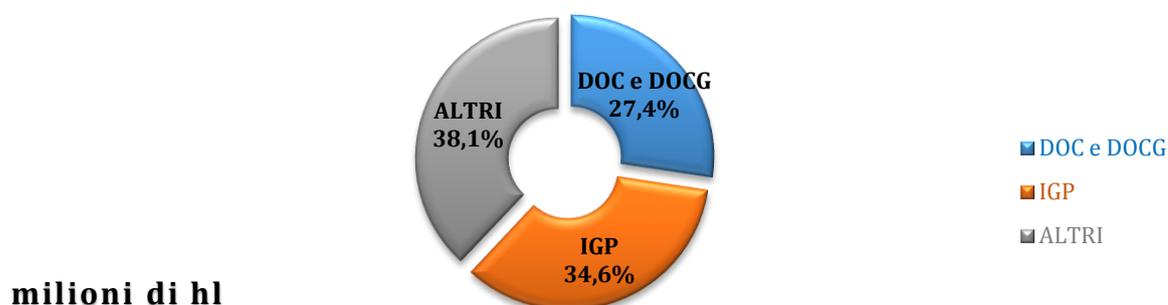
	QUANTITA' (000 HL)			VALORE (milioni euro)		
	2016	2017	Var% 2017/16	2016	2017	Var% 2017/16
<i>Champagne</i>	6,99	7,12	1,86	21,95	21,17	-3,57
<i>Asti</i>	359,21	384,22	6,96	120,40	127,89	6,22
<i>Altri spumanti</i>	2.988,14	3.272,93	9,53	1.054,33	1.210,09	14,77
SPUMANTI	3.347,35	3.657,15	9,26	1.174,73	1.337,98	13,90
<i>Vini frizzanti</i>	1.670,35	1.699,77	1,76	372,54	395,29	6,10
<i>Vini DOP bianchi (vol. <15°) in confezioni <=2 l</i>	1.565,18	1.539,94	-1,61	577,27	594,35	2,96
<i>Vini DOP rossi e rosati (vol. <15°) in confezioni <=2 l</i>	2.684,99	2.734,87	1,86	1.436,52	1.478,11	2,90
<i>Vini DOP (vol. <15°) in confezioni >2 l</i>	480,33	296,96	-38,18	77,79	43,22	-44,45
TOTALE VINI DOP (vol. <15°)	4.730,50	4.571,77	-3,36	2.091,58	2.115,68	1,15
<i>- Vini IGP bianchi (vol. <15°) in confezioni <=2 l</i>	2.490,08	2.455,74	-1,38	613,36	618,68	0,87
<i>- Vini IGP rossi e rosati (vol. <15°) in confezioni <=2 l</i>	2.151,56	2.298,37	6,82	756,44	819,84	8,38
<i>- Vini IGP (vol. <15°) in confezioni >2 l</i>	1.130,28	1.201,03	6,26	133,06	148,73	11,78
TOTALE VINI IGP (vol. <15°)	5.771,92	5.955,14	3,17	1.502,86	1.587,25	5,62
<i>- Altri vini bianchi</i>	2.847,73	2.951,48	3,64	163,20	182,65	11,91
<i>- Altri vini rossi e rosati</i>	1.881,31	2.125,80	13,00	202,26	231,25	14,33
ALTRI VINI	4.729,04	5.077,28	7,36	365,46	413,90	13,25
<i>Vini liquorosi</i>	139,54	130,49	-6,49	57,185	64,104	12,10
<i>Vini Aromatizzati</i>	1.116,44	1.142,82	2,36	155,117	161,486	4,11
<i>Mosti</i>	248,27	316,69	27,56	40,94	53,43	30,53
VINI E MOSTI	21.760,40	22.558,23	3,67	5.782,372	6.150,292	6,36

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Esportazioni di vini di gradazione fino a 15% vol. esclusi vini frizzanti e spumanti nel 2017

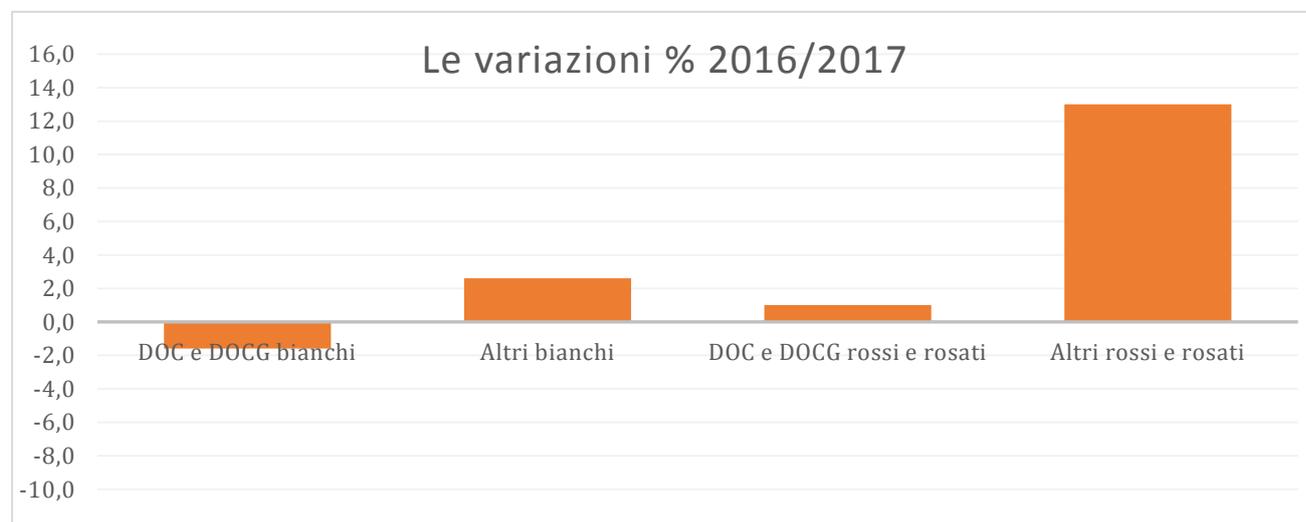
GRAFICO 9



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

Esportazione vini tranquilli secondo il tipo e il colore

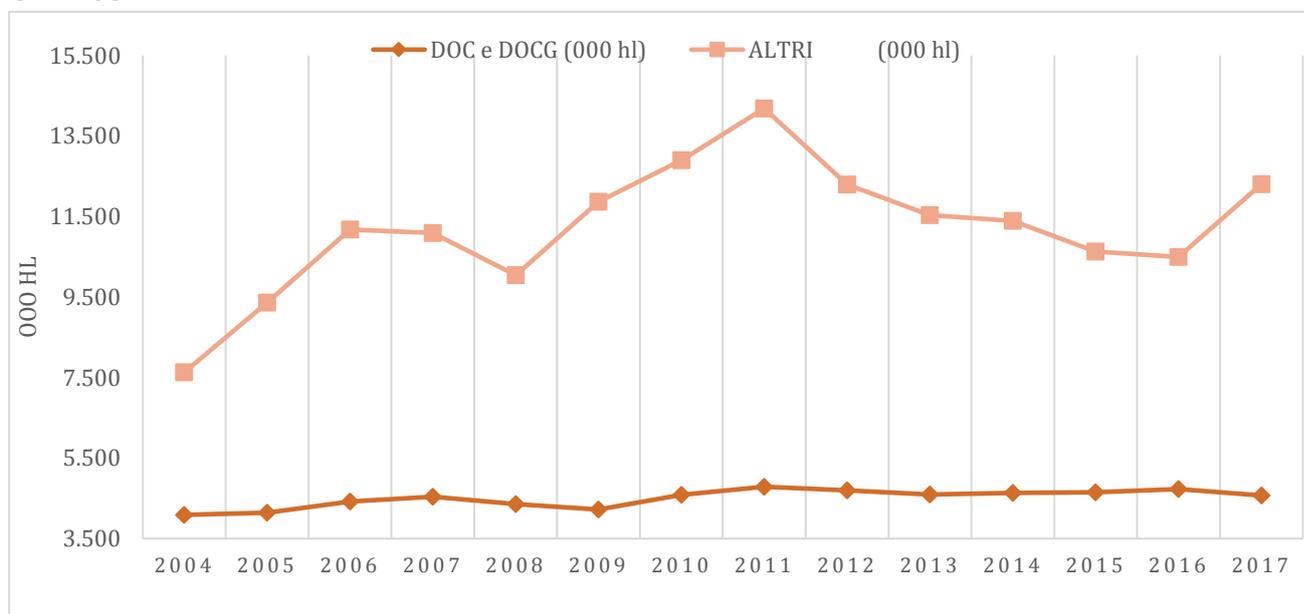
GRAFICO 10



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

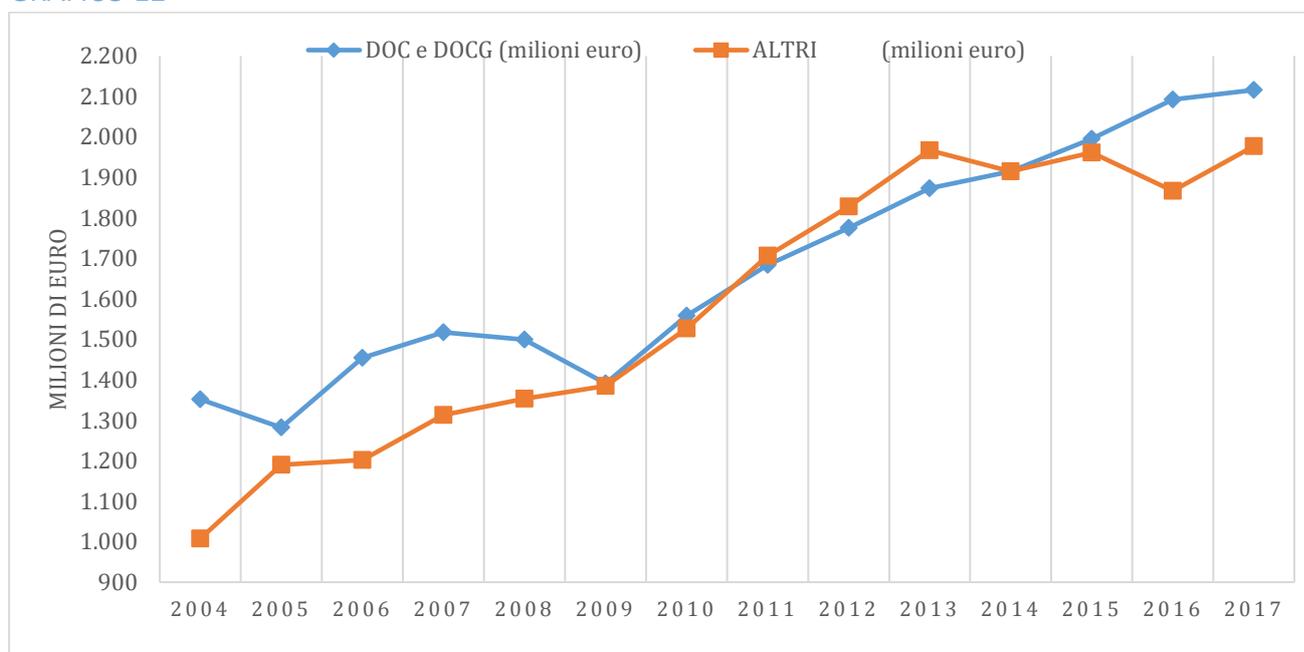
Esportazione vini tranquilli secondo il tipo

GRAFICO 11



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

GRAFICO 12



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

Export vini e mosti: destinazioni 2017 (compresi vini frizzanti, vini spumanti e vini liquorosi)

TABELLA 4

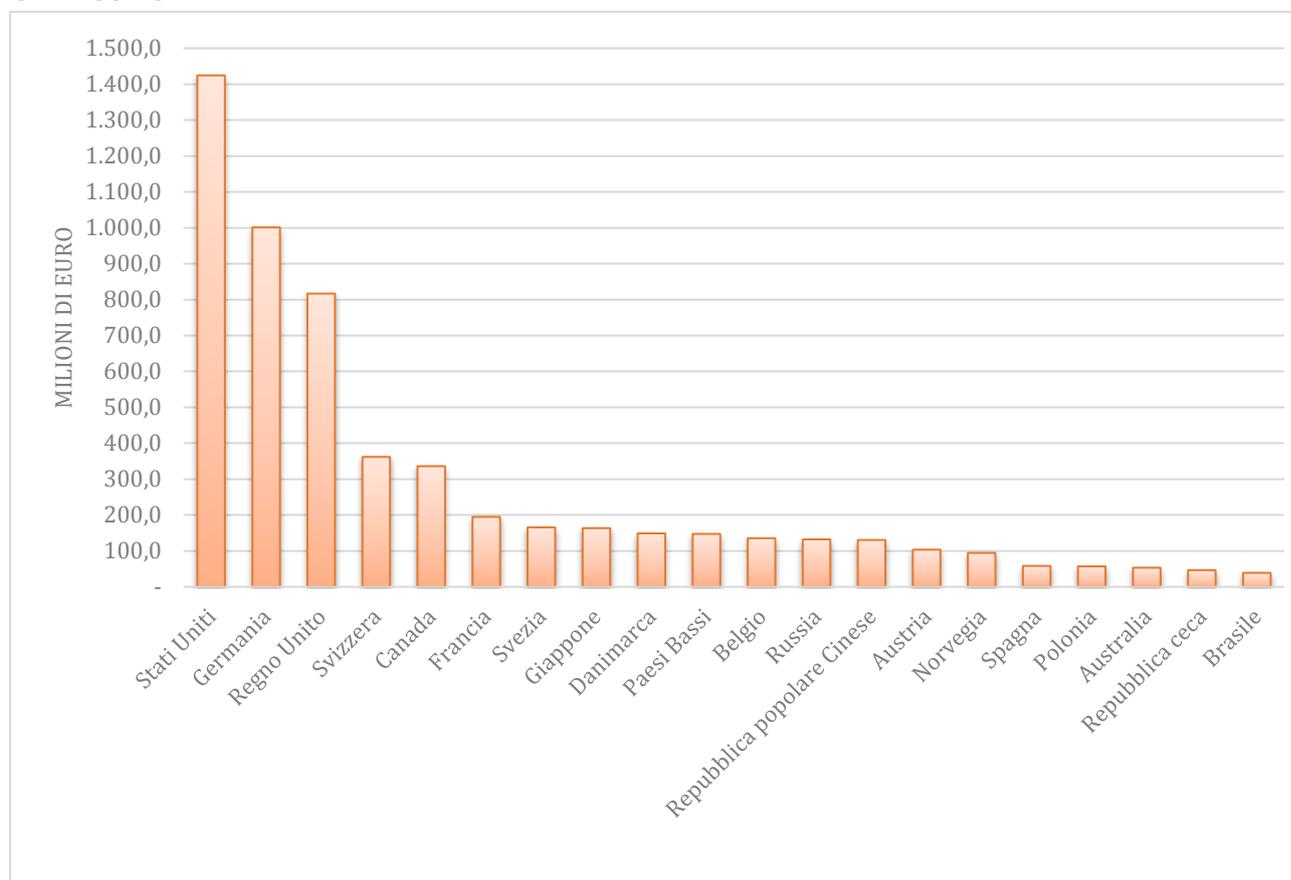
Paesi	Quantità 2017 (000 hl)	Var% 2017/2016	Valore 2017 (milioni euro)	Var% 2017/2016
Austria	496,334	-7,0	103,563	0,7
Belgio	434,959	10,0	135,496	8,6
Bulgaria	37,043	2,6	6,723	-5,4
Danimarca	402,177	-1,7	148,876	0,4
Finlandia	92,150	9,1	34,840	13,2
Francia	1.249,105	4,9	194,854	9,0
Germania	5.769,041	0,4	1.001,130	0,2
Grecia	135,227	-4	17,328	14,4
Estonia	38,521	19,3	15,250	21,8
Irlanda	124,078	7,6	35,921	13,1
Lituania	164,653	6,6	18,811	20,5
Malta	50,306	15,4	12,215	9,1
Paesi Bassi	472,896	0,5	147,484	1,8
Polonia	264,643	-8,1	57,028	3,5
Portogallo	102,772	12,2	15,834	7,2
Regno Unito	3.121,242	2,4	816,745	5,8
Repubblica ceca	359,552	-3,7	46,624	9,1
Romania	66,763	38,2	12,645	21,2
Slovacchia	158,319	-2,5	14,689	16,9
Spagna	376,208	-6,3	58,362	-1,2
Svezia	529,027	8,4	165,602	6,2
Ungheria	155,425	-14,6	11,821	-2,3
Totale UE	14.855,555	1,1	3.134,792	4,1
Australia	119,450	8,3	53,340	13,2
Brasile	148,300	60,4	39,071	60,8
Canada	814,437	9,0	336,105	8,9
Cina	380,118	26,5	130,535	28,9
Corea del Sud	52,829	8,6	25,635	7,5
Giappone	445,441	9,9	163,503	7,8
Messico	131,647	13,6	33,559	13,1
Norvegia	234,511	-3,5	94,455	-0,1
Russia	620,604	47,8	132,198	47,6
Stati Uniti d'America	3.408,875	1,7	1.424,397	4,3
Svizzera	773,528	4,1	361,905	6,4
Ucraina	110,080	29,9	25,658	22,7
Totale Mondo	22.558,226	3,7	6.150,292	6,4

N.B. Il totale dei 27 membri UE non coincide completamente con i totali indicati per via degli arrotondamenti

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

Principali destinazioni delle esportazioni di vini e mosti

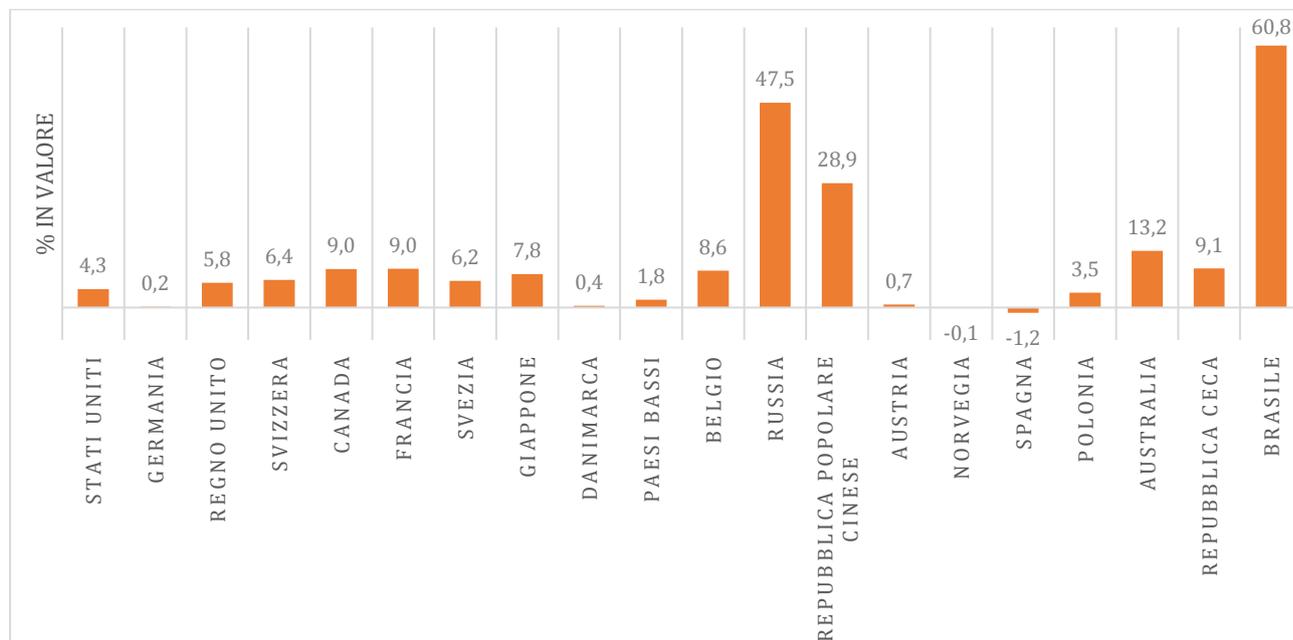
GRAFICO 13



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

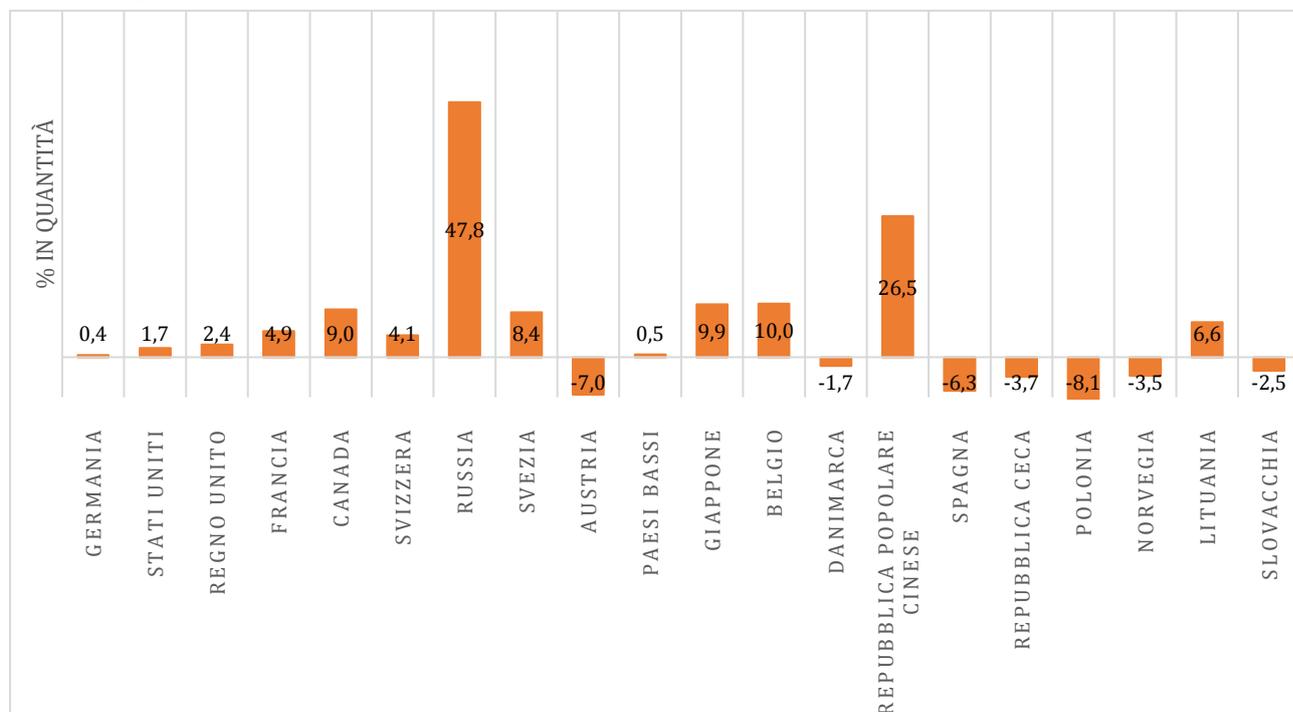
Variazioni % principali destinazioni delle esportazioni di vini e mosti

GRAFICO 14



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

GRAFICO 15

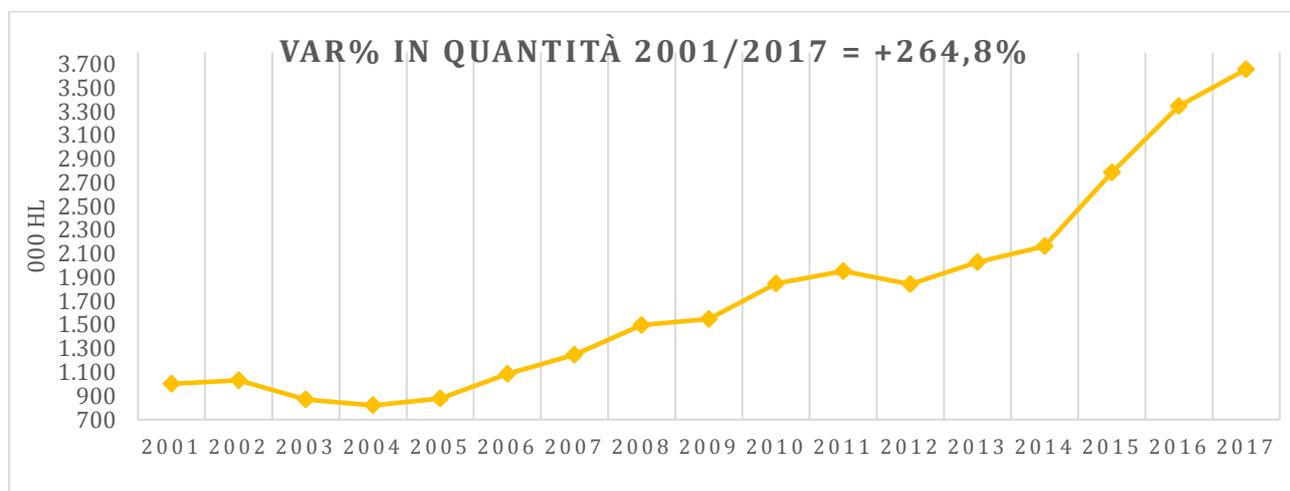


Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

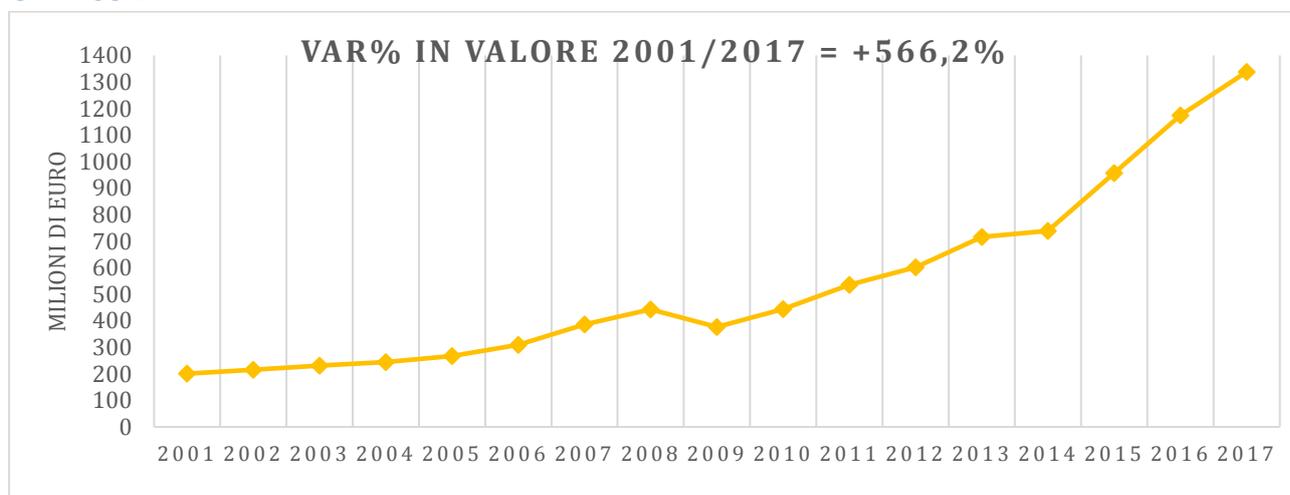
Esportazione spumanti in quantità e in valore

GRAFICO 16



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

GRAFICO 17



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

Esportazione Spumanti

TABELLA 5

Paesi	Quantità 2017 (000 hl)	Var% 2017/2016	Valore 2017 (milioni euro)	Var% 2017/2016
Regno Unito	1.168,601	8,9	408,756	12,0
Stati Uniti	722,426	13,8	295,981	16,3
Germania	259,587	6,3	95,253	4,5
Francia	170,087	-15,6	44,292	15,2
Russia	125,510	33,2	38,475	33,2
Svizzera	110,617	2,4	53,633	0,5
Belgio	95,794	7,5	35,299	15,3
Svezia	87,699	11,1	33,113	8,6
Spagna	71,994	-20,4	11,140	7,4
Giappone	68,957	8,1	26,922	7,6
Canada	67,286	26,5	32,558	25,3
Austria	58,281	0,5	24,218	3,4
Lettonia	55,498	35,0	19,241	43,0
Polonia	48,095	17,2	15,867	20,2
Australia	47,680	32,4	20,869	36,0
Repubblica popolare cinese	46,497	19,8	14,995	32,4
Norvegia	32,572	2,0	14,994	4,7
Portogallo	30,807	-3,6	5,745	-1,4
Paesi Bassi	30,418	3,5	12,078	3,0
Danimarca	25,545	-3,4	10,469	8,2
Grecia	20,350	25,5	6,793	31,7
Finlandia	19,764	-3,6	7,952	2,4
Ucraina	17,917	26,0	6,176	19,0
Messico	17,499	0,7	5,949	7,9
Romania	17,386	14,7	5,629	21,3
Brasile	16,123	32,1	4,754	36,8
Repubblica ceca	15,933	4,6	5,816	5,8
Estonia	15,901	20,2	6,322	27,5
Ungheria	14,508	101,2	2,894	23,1
Lituania	11,361	-2,0	3,699	9,4
Irlanda	9,688	18,3	3,909	21,4
Repubblica di Corea	8,757	65,7	3,571	54,0
Nigeria	8,348	80,7	1,505	58,2
Perù	7,894	41,6	2,910	27,1
Hong Kong	7,291	27,0	4,037	27,8
Israele	7,120	-23,2	1,759	-14,6
Emirati arabi uniti	6,987	18,3	3,370	18,7
Cipro	6,941	34,0	2,237	44,7
Nuova Zelanda	6,500	27,7	2,891	42,2
Slovacchia	6,177	41,5	2,331	39,0
Totale UE	2.259,382	5,6	770,132	11,7
Totale Mondo	3.657,152	9,3	1.337,979	13,9

Fonte: elaborazione Federvini su dati ISTAT

Esportazione vini aromatizzati

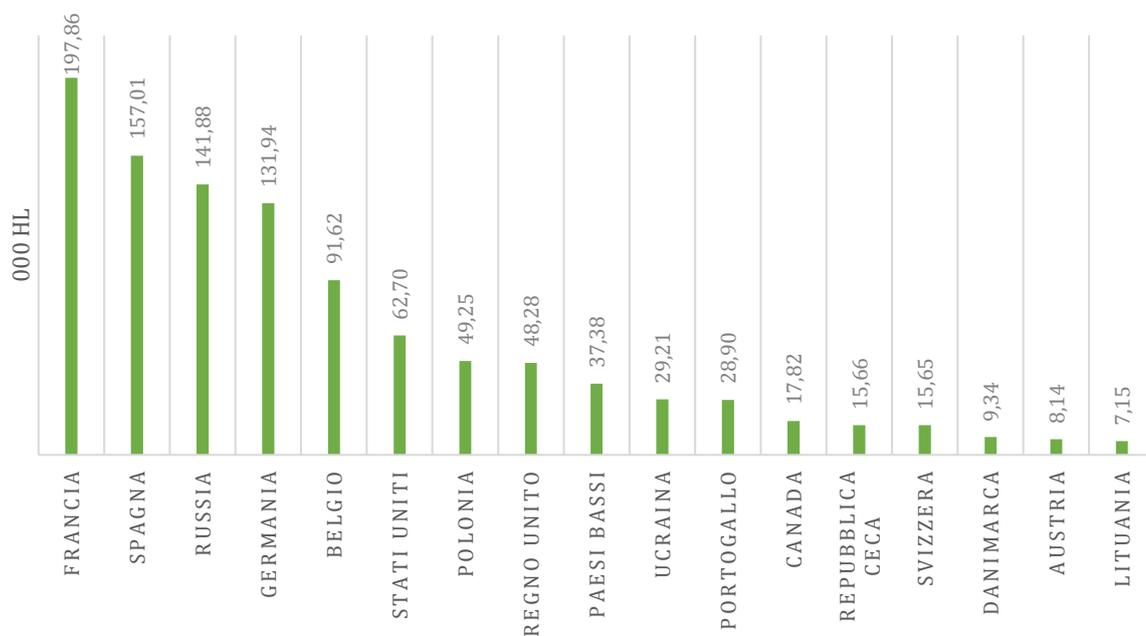
TABELLA 6

Paesi	Quantità 2017 (000 hl)	Var% 2017/2016	Valore 2017 (milioni euro)	Var% 2017/2016
Francia	197,859	16,3	24,900	8,8
Spagna	157,010	1,5	18,349	2,1
Russia	141,878	65,6	20,703	77,9
Germania	131,943	-26,9	15,852	-24,0
Belgio	91,616	13,9	13,275	15,5
Stati Uniti	62,697	2,1	16,889	7,0
Polonia	49,252	-16,6	6,816	-5,9
Regno Unito	48,285	-12,2	6,047	-9,4
Paesi Bassi	37,380	14,8	5,400	12,7
Ucraina	29,208	45,4	3,844	39,1
Portogallo	28,896	25,8	3,552	8,6
Canada	17,821	-1,6	3,047	1,9
Repubblica ceca	15,665	-12,9	1,926	-10,2
Svizzera	15,654	-23,2	2,038	-24,2
Danimarca	9,338	-7,6	1,200	0,3
Austria	8,136	-11,4	1,363	-4,3
Lituania	7,145	-5,5	0,618	-19,3
Lettonia	6,250	-76,1	0,936	-70,9
Kazakistan	4,992	46,7	0,745	33,9
Ungheria	4,415	-33,7	0,552	-33,8
Australia	4,401	-6,8	1,107	2,1
Vietnam	3,645	86,3	0,610	42,4
Georgia	3,617	4,9	0,443	1,1
Svezia	3,541	-39,0	0,760	-27,8
Slovacchia	3,249	-21,7	0,448	-49,9
Giappone	3,203	-9,5	0,875	-13,0
Romania	3,074	-23,3	0,553	-8,2
Repubblica popolare cinese	3,051	161,7	0,521	134,1
Andorra	2,976	11,3	0,362	5,5
Malta	2,871	-9,0	0,370	0,7
Serbia	2,729	23,0	0,351	33,5
Thailandia	2,711	90,4	0,266	66,9
Israele	2,536	9,5	0,624	25,2
Norvegia	2,195	-3,5	0,295	-3,6
Grecia	2,120	-18,2	0,434	-10,9
Angola	1,908	1.991,7	0,314	1.491,3
Repubblica di Corea	1,810	10,0	0,292	16,5
Togo	1,605	-30,6	0,205	-28,9
Estonia	1,580	24,6	0,242	26,0
Irlanda	1,523	-31,7	0,209	-29,0
Finlandia	1,512	76,9	0,331	115,6
Turchia	1,494	246,0	0,264	262,0
Messico	1,295	-14,3	0,177	-29,8
Bulgaria	1,257	-46,2	0,164	-88,2
Guinea equatoriale	1,186	75,0	0,136	65,9
Singapore	1,104	5,9	0,222	0,2
Sudafrica	1,095	-20,3	0,139	-41,1
Croazia	0,981	-4,7	0,128	-10,8
Emirati arabi uniti	0,971	50,6	0,212	81,2
Camerun	0,873	165,8	0,101	152,4
Repubblica Dominicana	0,852	-8,1	0,111	-10,9
Cipro	0,724	1,9	0,126	12,1
Totale UE	816,360	-5,3	104,737	-5,3
Totale Mondo	1.142,820	2,4	161,486	4,1

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

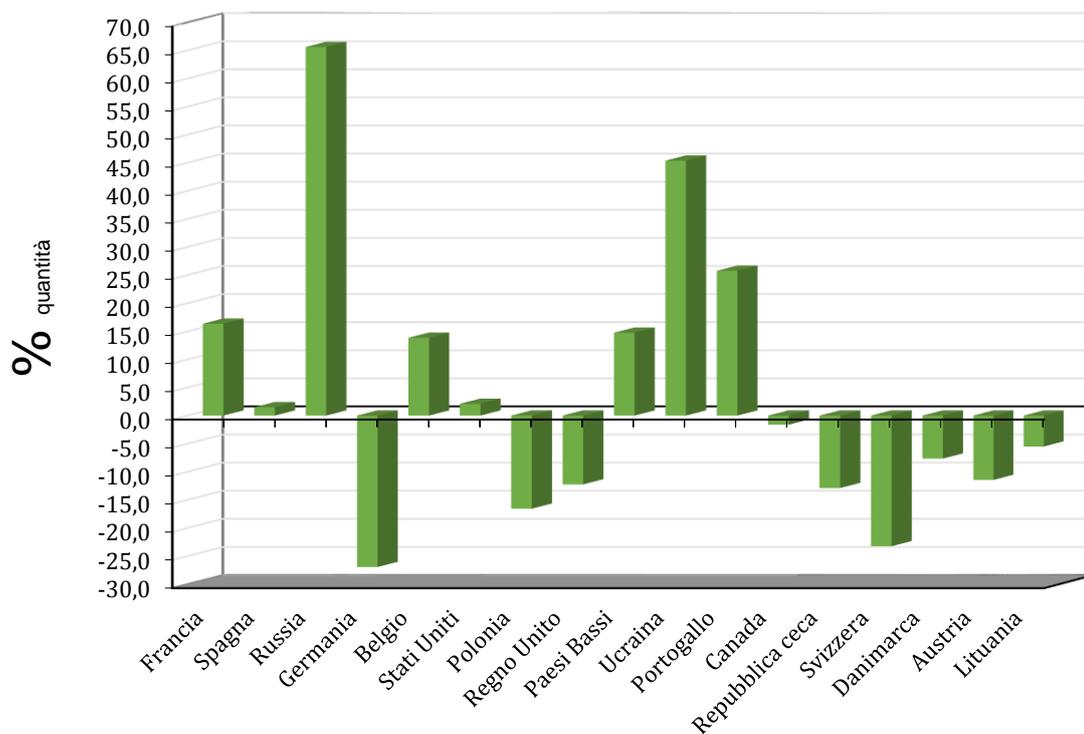
Esportazione 2017 di vini aromatizzati in quantità

GRAFICO 18



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

GRAFICO 19



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Importazioni acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche

TABELLA 7

	QUANTITA' (in 000 hn)			VALORE (in milioni di euro)		
	2016	2017	Var% 2017/16	2016	2017	Var% 2017/16
- Cognac	1,992	2,598	30,4	9,056	11,823	30,6
- Armagnac	0,294	0,318	8,1	1,163	1,168	0,4
- Grappa in recipienti di capacità fino a 2 litri	0,137	0,120	-11,8	0,207	0,189	-8,7
- Grappa in recipienti di capacità superiore a 2 litri	0,004	0,000	-91,1	0,009	0,003	-70,7
- Altre acquaviti di vino e di vinaccia	36,703	44,833	22,1	12,748	12,456	-2,3
ACQUAVITI DI VINO E VINACCE	39,130	47,869	22,3	23,183	25,638	10,6
- Bourbon	8,863	12,282	38,6	23,986	34,472	43,7
- Whisky	58,306	65,209	11,8	68,932	70,442	2,2
- Rum e tafia	69,747	129,600	85,8	58,050	125,930	116,9
- Gin	23,907	27,866	16,6	27,719	36,959	33,3
- Vodka	29,111	32,500	11,6	30,501	30,894	1,3
- Altre acquaviti di cereali e altri prodotti (escluso vino e vinacce)	12,783	17,160	34,2	11,271	14,151	25,5
ACQUAVITI DI CEREALI E ALTRI PRODOTTI	202,718	284,617	40,4	220,459	312,848	41,9
TOTALE ACQUAVITI	241,848	332,486	37,5	243,642	338,486	38,9
Liquori presentati in recipienti di capacità =< 2 l	46,686	41,959	-10,1	68,561	71,594	4,4
Liquori presentati in recipienti di capacità > 2 l	3,299	3,041	-7,8	1,546	1,428	-7,6
LIQUORI	49,985	45,000	-10,0	70,107	73,022	4,2
VINELLO, IDROMELE E ALTRE BEVANDE FERMENTATE	109,717	121,839	11,0	55,524	53,463	-3,7
INDUSTRIA DELLE ACQUEVITI I LIQUORI	401,549	499,325	24,3	369,274	464,971	25,9

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Esportazioni acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche

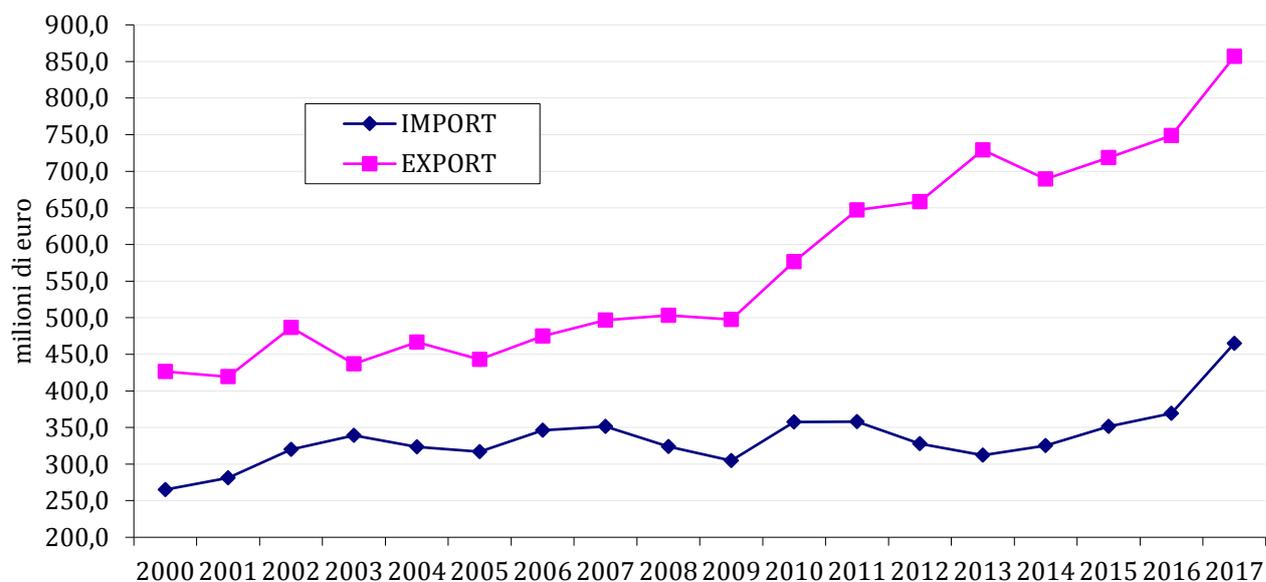
TABELLA 8

	QUANTITA' (in 000 ettanidri)			VALORE (in milioni euro)		
	2016	2017	Var% 2017/16	2016	2017	Var% 2017/16
<i>Acquaviti di vino e di vinaccia</i>	77,339	86,092	11,3	65,057	62,115	-4,5
<i>di cui grappa</i>	28,920	25,342	-12,4	44,203	39,688	-10,3
<i>Altre acquaviti</i>	164,398	243,962	48,4	132,319	205,404	55,2
<i>Liquori e altre bevande alcoliche</i>	252,672	259,358	2,6	380,390	401,568	5,6
Totale	921,315	1.003,522	8,9	748,697	856,682	14,4

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

Importazioni ed esportazioni acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche

GRAFICO 20



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

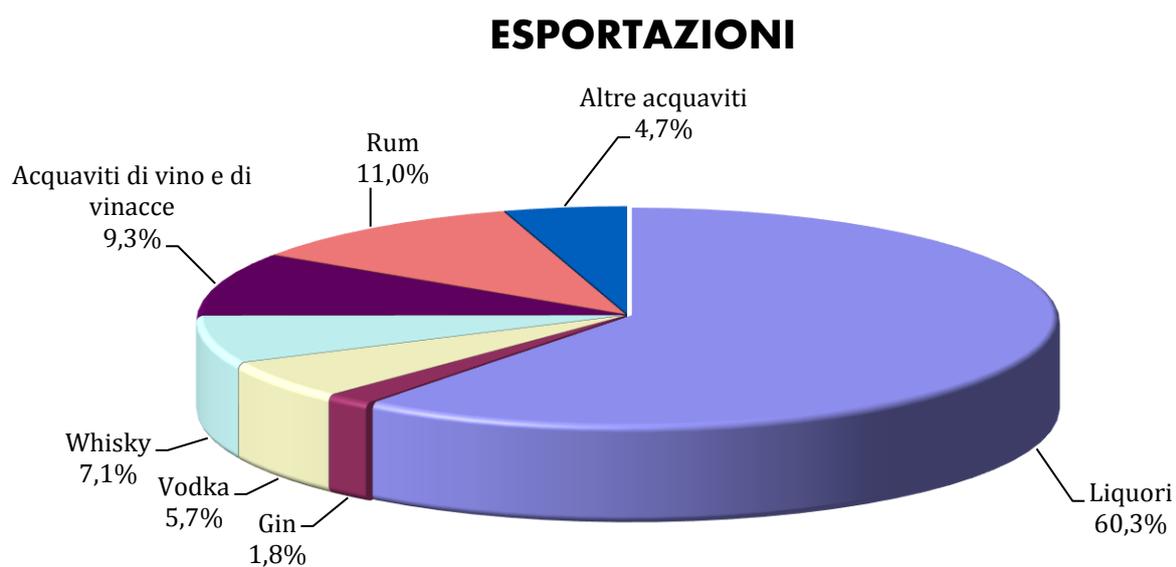
Importazioni ed esportazioni di acquaviti e liquori nel 2017

GRAFICO 21



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

GRAFICO 22



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Esportazione acquaviti, liquori ed altre bevande alcoliche

TABELLA 9

Paesi	Quantità 2017 (000 hn)	Var% 2017/2016	Valore 2017 (milioni euro)	Var% 2017/2016
Austria	10,845	-1,7	21,225	-1,36
Belgio	14,481	-26,7	24,221	12,4
Bulgaria	1,579	-56,3	3,263	-7,9
Danimarca	30,559	-3,8	14,6	3,8
Estonia	0,449	-8,0	0,51	5,5
Finlandia	1,554	4,7	2,008	17,2
Francia	82,854	-46,9	66,705	7,7
Germania	192,274	4,6	194,699	6,6
Grecia	11,037	42,4	14,244	42,4
Irlanda	1,820	-57,1	2,733	-10,4
Lituania	32,732	475,4	4,016	199,2
Lussemburgo	1,229	7,6	1,371	20,6
Malta	4,538	54,1	2,828	1,8
Paesi Bassi	16,587	-31,6	27,496	7,2
Polonia	4,190	-10,0	4,170	19,0
Portogallo	15,462	117,4	6,359	61,3
Regno Unito	53,597	6,1	79,371	2,0
Repubblica ceca	9,143	-1,7	6,447	-10,7
Romania	12,178	325,0	5,696	30,4
Slovacchia	1,808	-32,7	0,907	-78,9
Slovenia	6,371	33,2	2,300	-29,3
Spagna	89,757	99,4	58,363	47,3
Svezia	3,774	29,8	5,112	35,7
Ungheria	2,040	7,3	1,193	19,0
Totale UE	616,404	3,8	565,132	11,6
Australia	7,996	-1,5	13,405	13,6
Brasile	0,614	41,2	1,086	36,8
Canada	14,433	16,8	19,022	11,1
Cile	3,186	165,7	2,739	118,6
Cina	13,468	-6,1	8,564	132,1
Corea del Sud	1,857	49,7	1,946	81,6
Croazia	4,401	1,3	3,743	13,1
Emirati Arabi	2,506	50,0	4,930	40,6
Giappone	9,211	44,4	10,100	45,7
Messico	5,026	32,4	4,304	44,1
Nigeria	2,220	0,0	4,879	1,8
Norvegia	2,144	14,4	1,949	11,3
Russia	13,646	65,5	6,663	103,5
Serbia	1,940	196,8	1,385	193,0
Stati Uniti d'America	210,595	8,7	123,622	11,3
Svizzera	14,988	-2,6	28,128	1,1
Turchia	3,759	59,6	2,621	95,2
Totale Mondo	1.003,522	8,9	856,682	14,4

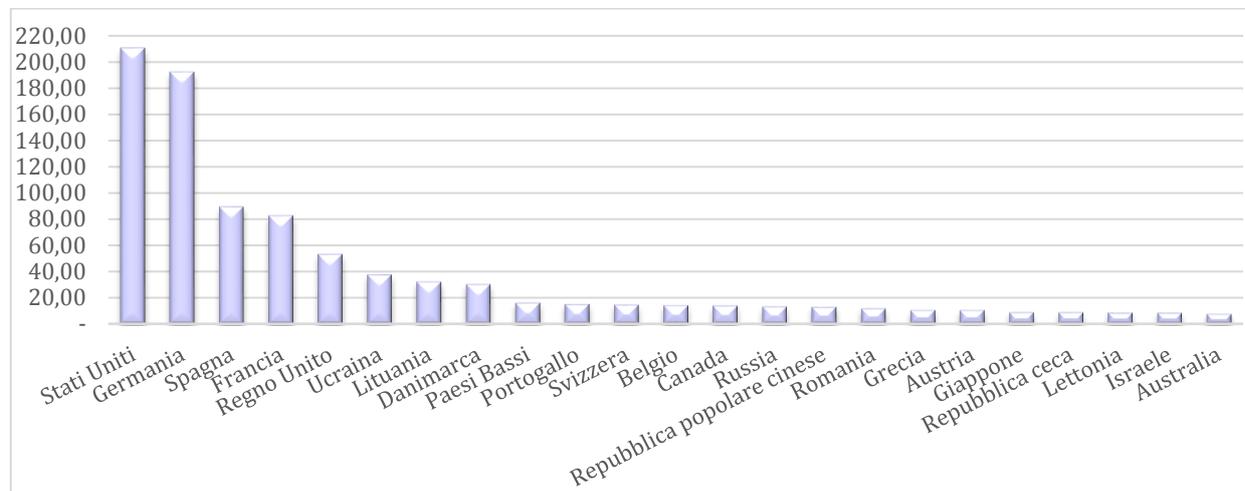
N.B. Il totale dei 27 membri UE non coincide completamente con i totali indicati per via degli arrotondamenti

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Principali Paesi di destinazione acquaviti e liquori per quantità esportate nel 2017

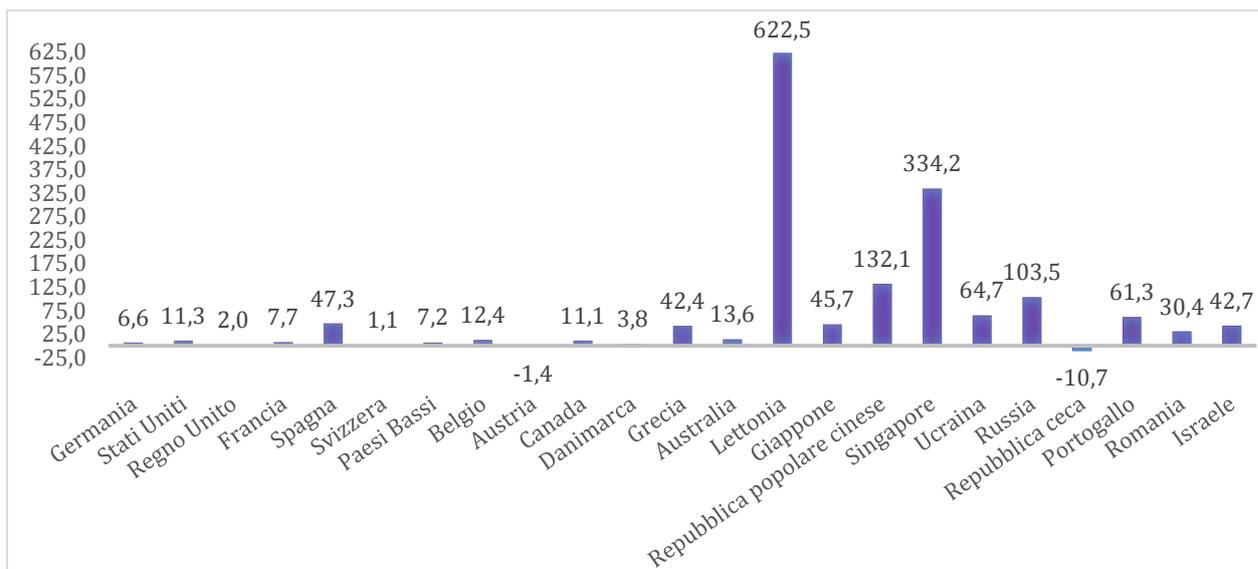
GRAFICO 23



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

Variazioni % 2017/2016 in valore delle esportazioni di acquaviti e liquori per Paese di destinazione

GRAFICO 24



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Esportazione Grappa in recipienti inferiori a 2 litri

TABELLA 10

Paesi	Quantità 2017 (000 hn)	Var% 2017/2016	Valore 2017 (milioni euro)	Var% 2017/2016
Germania	10,682	-22,4	18,620	-17,1
Svizzera	2,242	-6,2	6,448	-11,3
Regno Unito	1,220	308,8	0,640	36,5
Austria	1,065	-4,3	2,100	2,3
Repubblica ceca	0,559	-52,3	0,311	-9,2
Canada	0,480	5,6	1,255	9,1
Russia	0,461	74,3	0,256	24,4
Stati Uniti	0,437	-9,8	1,287	-11,1
Spagna	0,425	-14,0	0,673	-2,4
Lettonia	0,422	688,2	0,234	61,5
Belgio	0,405	14,2	0,810	15,0
Francia	0,362	5,6	0,599	13,8
Santa Sede (Stato della Città del Vaticano)	0,257	-7,3	0,211	1,4
Paesi Bassi	0,242	-12,1	0,576	-14,5
Giappone	0,195	13,0	0,813	35,0
Svezia	0,180	18,8	0,438	-1,0
Lussemburgo	0,158	10,4	0,368	8,5
Sudafrica	0,089	-62,7	0,092	-56,8
Australia	0,073	12,5	0,118	-11,1
Ungheria	0,067	-69,6	0,085	-56,4
Danimarca	0,065	-15,3	0,202	-11,9
Polonia	0,064	35,5	0,105	54,0
Repubblica popolare cinese	0,063	47,0	0,113	23,8
Ucraina	0,057	61,2	0,088	39,9
Argentina	0,055	-20,5	0,024	30,9
Grecia	0,053	42,1	0,138	24,5
Thailandia	0,045	-18,3	0,062	14,8
Norvegia	0,035	-10,4	0,058	-11,5
Malta	0,030	25,7	0,093	10,8
Messico	0,028	81,5	0,037	-26,3
Estonia	0,021	7,0	0,046	-0,02
Slovenia	0,018	-25,2	0,015	-58,7
Portogallo	0,017	-39,6	0,026	-23,9
Irlanda	0,016	42,4	0,017	5,8
Romania	0,016	109,0	0,037	89,8
Uruguay	0,015	110,4	0,010	70,3
Turchia	0,015	-59,8	0,018	-26,9
Lituania	0,014	-27,2	0,052	4,4
Finlandia	0,014	45,4	0,057	60,3
Slovacchia	0,013	26,4	0,047	3,3
Repubblica Dominicana	0,013	-23,9	0,017	-1,6
Israele	0,012	40,4	0,017	8,9
Totale UE	16,158	-13,7	26,373	-11,8
Totale Mondo	20,840	-11,4	37,533	-10,3

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

Esportazione Grappa in recipienti oltre i 2 litri

TABELLA 11

Paesi	Quantità 2017 (000 hn)	Var% 2017/2016	Valore 2017 (milioni euro)	Var% 2017/2016
Germania	3,699	-19,5	1,509	-9,6
Svizzera	0,365	-30,8	0,284	-28,8
Austria	0,146	45,8	0,160	28,1
Spagna	0,127	1.931,9	0,027	288,7
Croazia	0,082	-18,9	0,023	-28,6
Francia	0,017	5,9	0,010	4,2
Ucraina	0,013	.	0,015	.
Belgio	0,012	161,5	0,018	35,2
Santa Sede (Stato della Città del Vaticano)	0,008	9,8	0,008	20,1
Ungheria	0,006	15,4	0,001	62,2
Giappone	0,006	1,0	0,018	-10,3
Repubblica ceca	0,003	-39,6	0,006	-36,9
Svezia	0,002	90,4	0,018	108,5
Stati Uniti	0,002	-55,5	0,008	-43,1
Canada	0,002	48,2	0,009	19,5
Lussemburgo	0,001	20,4	0,005	21,3
Malta	0,001	66,7	0,009	71,7
Polonia	0,001	522,2	0,001	134,0
Lituania	0,001	920,0	0,002	666,5
Repubblica popolare cinese	0,001	.	0,002	.
Bulgaria	0,001	.	0,001	15,0
Grecia	0,001	-4,5	0,003	91,4
Paesi Bassi	0,001	-59,2	0,002	-50,7
Totale Mondo	4,502	-16,5	2,155	-8,4

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

TABELLE E GRAFICI

Principali destinazioni dell'esportazione di aceti nel 2017

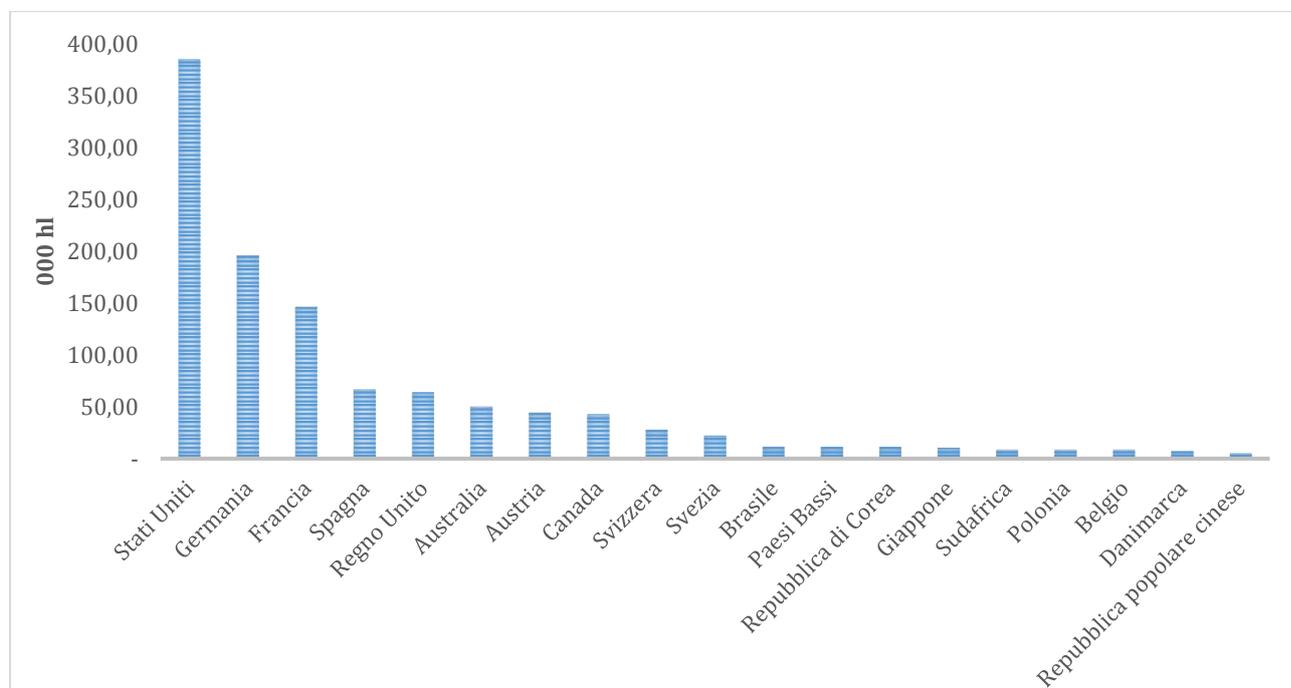
TABELLA 12

Paesi	Quantità 2017 (000 hl)	Var% 2017/2016	Valore 2017 (milioni euro)	Var% 2017/2016
Austria	45,009	11,1	9,101	7,4
Belgio	8,984	15,2	2,909	1,4
Bulgaria	2,313	17,3	0,356	8,6
Danimarca	7,678	7,3	1,831	7,3
Estonia	0,647	26,1	0,100	-1,6
Finlandia	2,354	-18,2	0,486	-18,1
Francia	146,860	5,9	20,428	-0,6
Germania	196,905	-8,6	34,167	-13,9
Grecia	4,190	-20,3	0,751	-21,2
Irlanda	3,170	8,3	0,889	11,2
Lettonia	0,340	-14,5	0,124	-22,1
Lituania	1,492	-16,4	0,278	0,7
Lussemburgo	0,590	-16,6	0,210	-12,9
Malta	1,679	1,0	0,289	-10,0
Paesi Bassi	11,589	5,7	3,665	0,9
Polonia	9,012	-14,2	1,233	-10,6
Portogallo	4,482	-14,8	0,532	-3,1
Regno Unito	64,110	12,9	12,680	-5,7
Repubblica ceca	5,028	8,7	0,718	-5,0
Romania	5,294	24,2	0,755	0,8
Slovacchia	0,514	15,0	0,080	-43,0
Slovenia	4,019	21,0	0,580	1,2
Spagna	67,421	7,0	8,702	11,8
Svezia	22,198	17,0	3,844	-6,7
Ungheria	1,081	-17,6	0,310	-15,7
Totale UE	623,717	1,7	106,133	-4,9
Australia	50,624	18,3	10,077	24,6
Brasile	11,820	36,2	2,248	32,8
Canada	42,996	3,1	12,124	-6,9
Cile	3,258	-5,6	0,530	-0,6
Cina	5,328	-22,9	1,209	-8,6
Corea del Sud	11,569	2,1	3,807	6,5
Croazia	5,263	16,1	0,817	6,4
Emirati Arabi	4,227	21,1	1,321	2,6
Giappone	10,605	3,2	4,208	4,9
Hong Kong	2,220	-35,7	0,805	-25,4
Iran	5,229	116,9	1,185	116,9
Messico	4,602	5,9	1,569	10,2
Norvegia	1,737	-5,2	0,710	-5,1
Nuova Zelanda	4,833	-8,3	0,891	-13,4
Russia	4,705	-8,4	0,878	-9,8
Stati Uniti d'America	385,861	5,0	79,733	-2,5
Sud Africa	9,046	5,2	1,509	24,9
Svizzera	28,443	-6,1	10,271	-2,9
Turchia	1,285	-29,9	0,197	-20,4
Totale Mondo	1.251,282	3,7	249,182	-1,1

Fonte: elaborazione Federvini su dati Istat

Esportazioni 2017 di aceti per Paese di destinazione

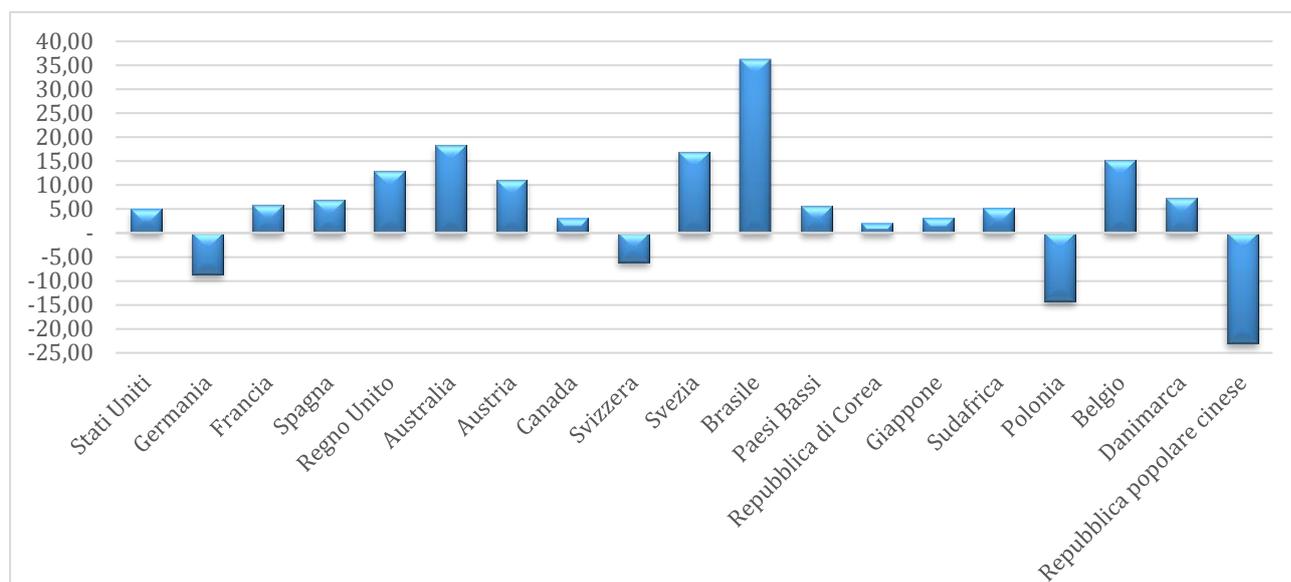
GRAFICO 25



Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

Variazioni % 2017/16 di aceti in quantità per Paese di destinazione

GRAFICO 26

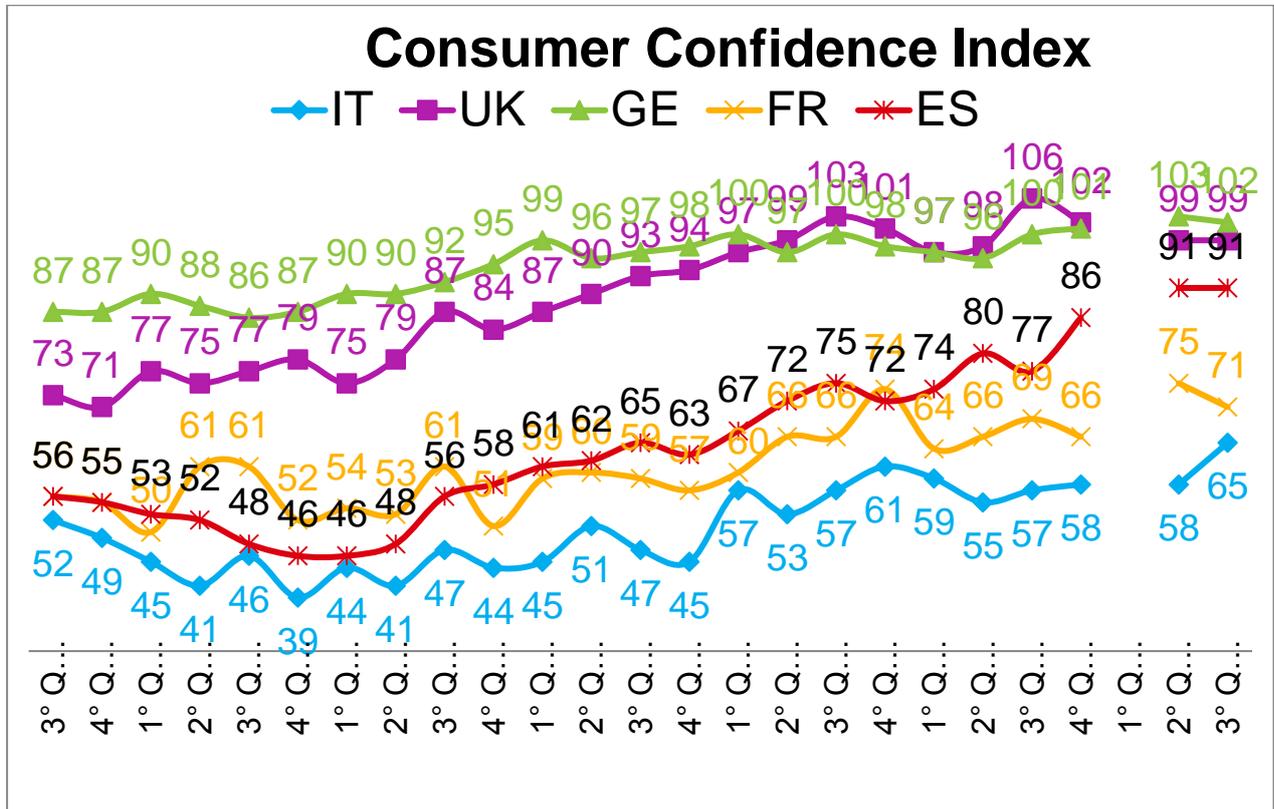


Fonte: Osservatorio Federvini su dati Istat

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

L'andamento dei consumi in sintesi

In ripresa il clima di fiducia

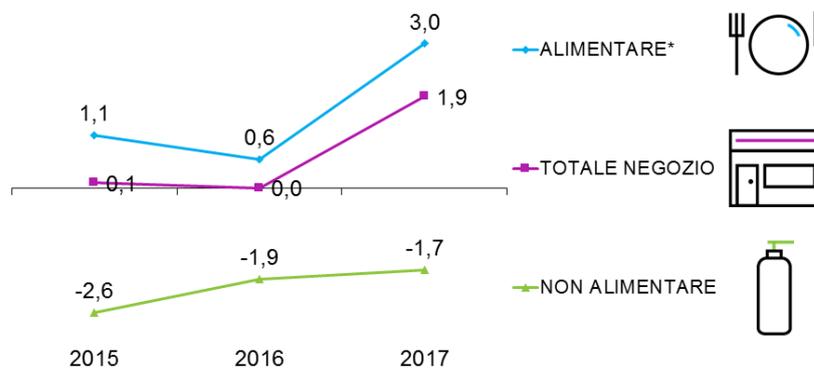


Nielsen Consumer Confidence Q3 2017

Un anno buono per l'alimentare

Il 2017 si chiude in positivo dopo due anni di stabilità dei fatturati

Totale Italia – Trend a Valore dei reparti (peso imposto + peso variabile)



Alimentare+ Bevande+Pets (Peso imposto+Peso Variabile)
Fonte: Nielsen Total Store – Totale Italia

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

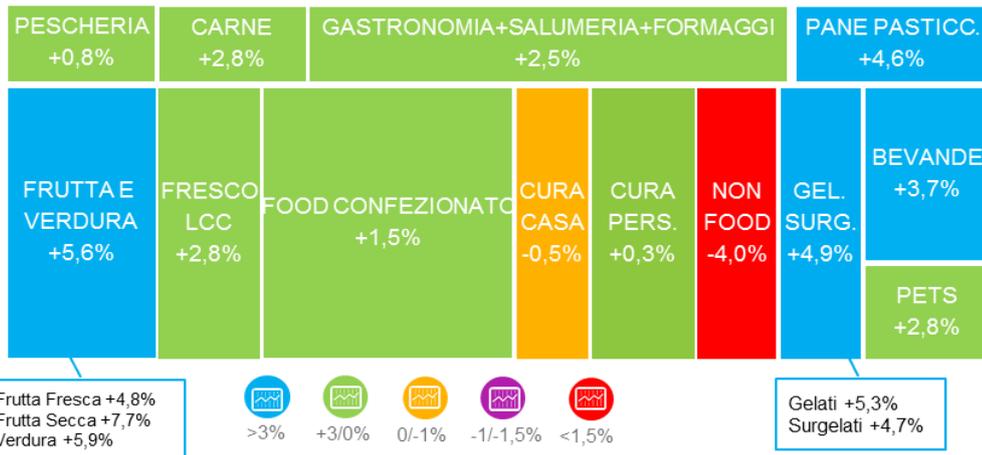
Diverse velocità nella crescita

Inflazione, temperature elevate e mode incidono sui trend

Totale Italia – Progressivo a Dicembre 2017 – Trend a Valore dei reparti (peso imposto+peso variabile)



Trend Totale Negozio 1,9% di cui Alimentare* +3,0%, di cui Non Alimentare -1,7%



* Alimentare+Bevande+Pets (Peso imposto+Peso Variabile)
Fonte: Nielsen Total Store – Totale Italia

Il Lcc cresce per il terzo anno

Dal 2015 crescita costante dei volumi (e dei fatturati)

Totale Italia – Trend a Valore e a Volume (prezzi costanti) del Largo Consumo Confezionato



Valori Volumi Prezzi



Fonte: Nielsen Trade*Mis

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

Come cambia la tavola degli italiani

In forte crescita i prodotti certificati; il lifestyle condiziona sempre più il carrello della spesa



ITALIANITÀ
+4,5%



CERTIFICAZIONI CSR
+3,6%



STILI DI VITA
+10,7%



	TREND VAL. %
DOCG	+8,7%
IGP	+7,8%
100% ITALIANO	+7,8%

	TREND VAL. %
SUSTAINABLE	+3,3%
FRIEND OF THE SEA	+10,2%
FAIR TRADE	+22,7%

	TREND VAL. %
BIO	+14,9%
VEG	+9,8%
KOSHER	+9,7%

Fonte: CommOnPack – Nielsen-Immagine GS1, Iper+Super – Anno 2017

Anche la gdo tenta la ripresa

Iper+Super+Lib. Servizi+Discount - Trend dei fatturati a parità di rete (Progressivo a Dicembre '17)

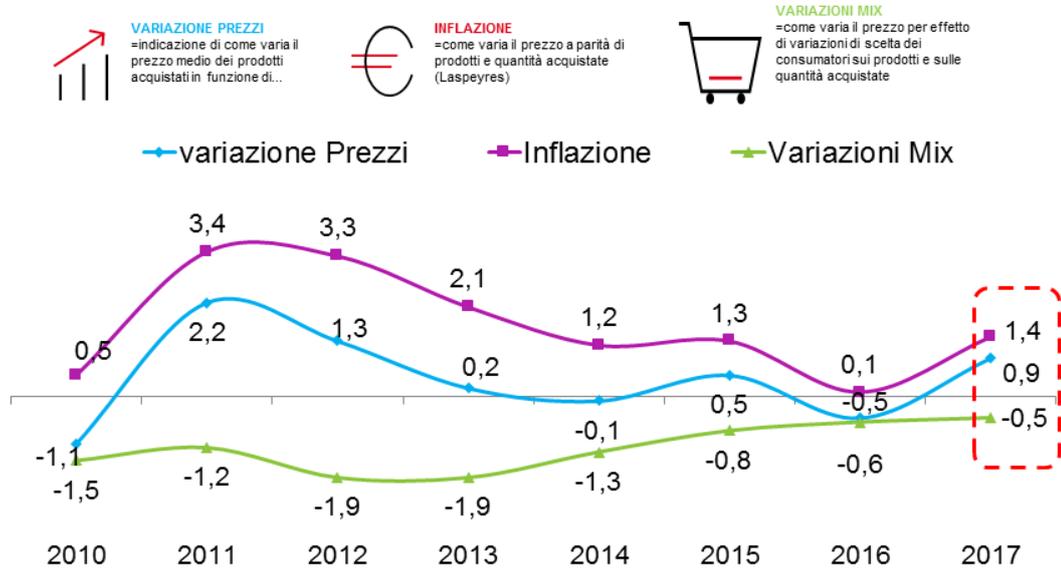


Fonte: Nielsen Like4Like

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

I prezzi tornano a muoversi

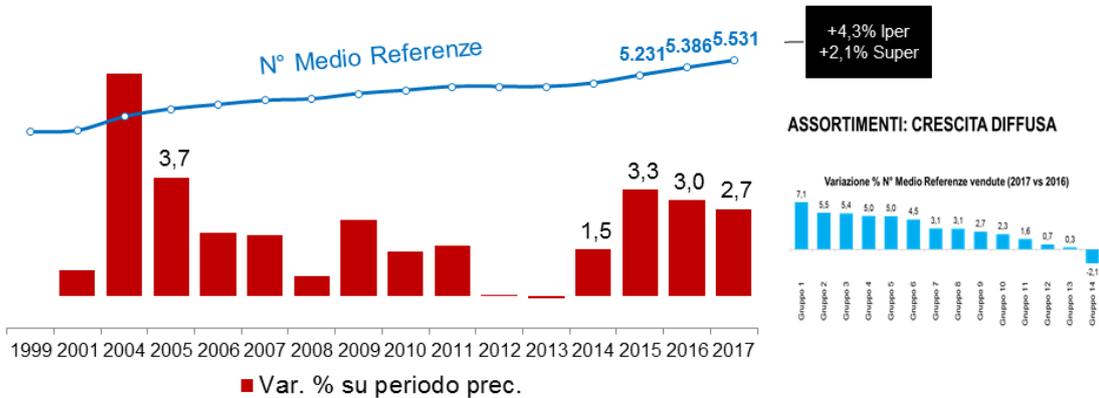
Variatione prezzi medi, inflazione e mix



Fonte: Osservatorio Inflazione Nielsen – Trade Mis Totale Italia

L'assortimento spinge le vendite

Aumenta il numero medio di referenze vendute nei punti vendita

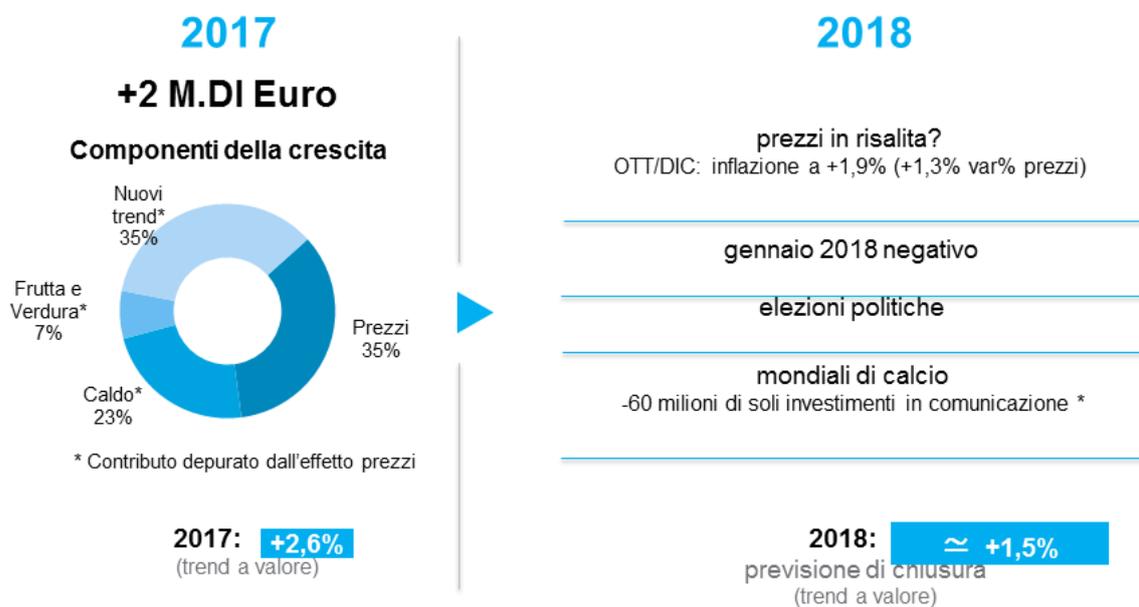


Fonte: Nielsen Trade*Mis – Iper+Super

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

Cosa ci aspetta?

La chiusura dell'anno e le prospettive per i 12 mesi che verranno



Fonte: Nielsen Trade*Mis

* Stime Nielsen su dati AdEx

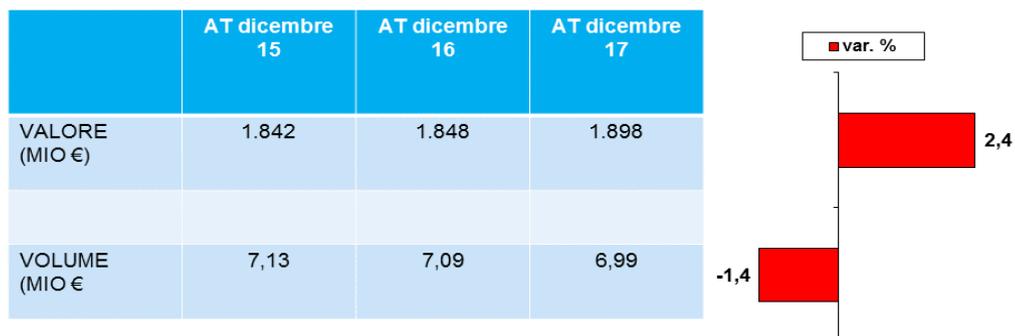
NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

Il Vino nel canale Food

Totale vino nel food

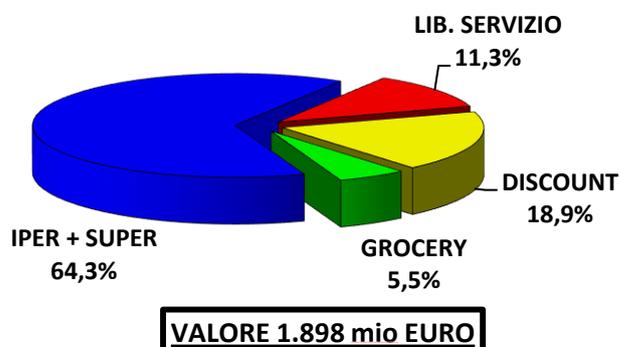
Continua la crescita a valore del mercato

p.medio lt. anno 2017=2,72€

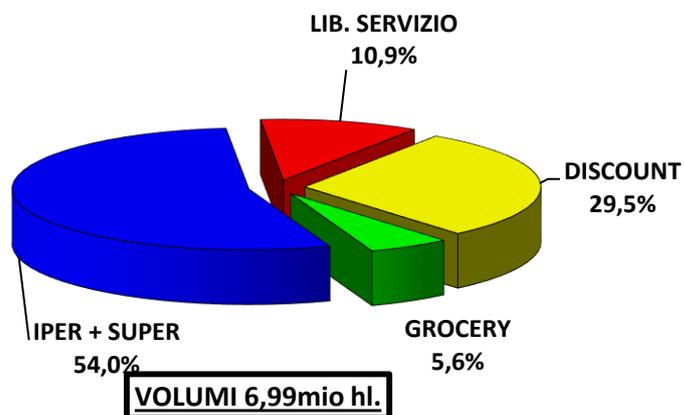


Fonte: Nielsen Market*Track

Vino food: l'incidenza dei canali



A. T. dicembre 2017

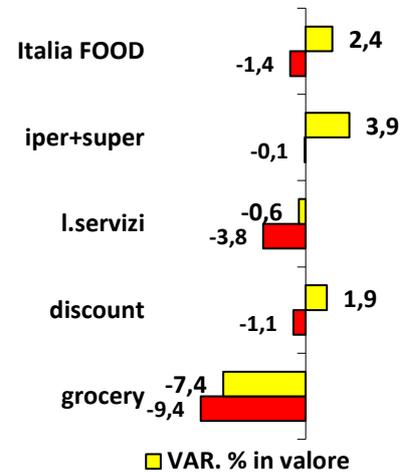
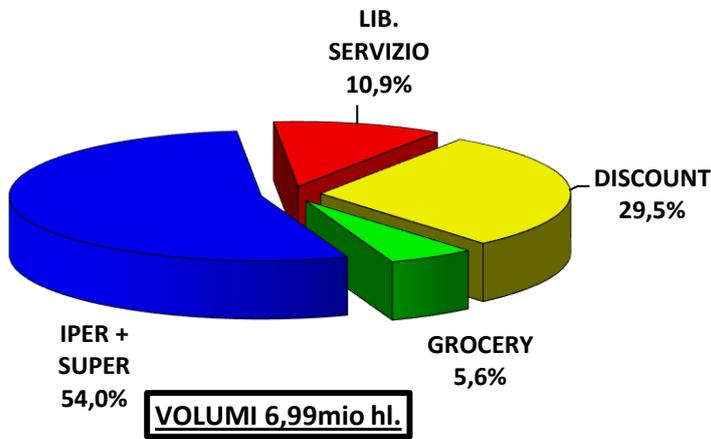


Fonte: Nielsen Market*Track

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

Vino food: trend dei canali

Stabili a volume i Super + Iper, rallentano Libero servizio e Discount

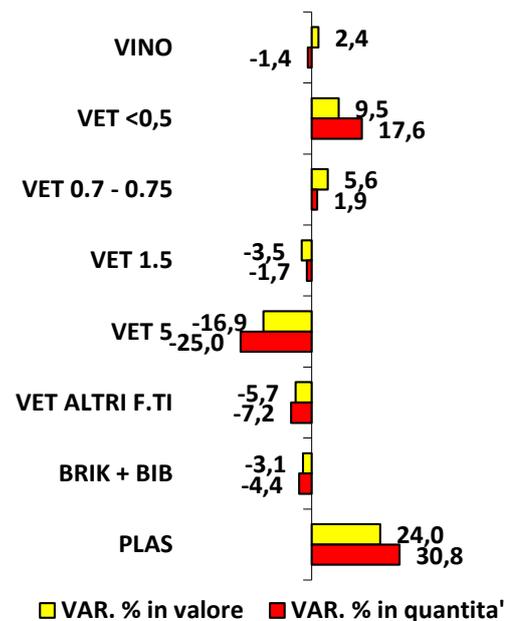
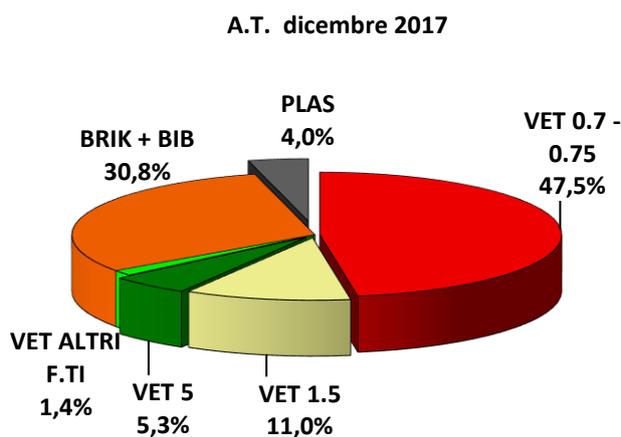


A.T. dicembre 2017

Fonte: Nielsen Market*Track

Vino food: la dinamica dei formati

Categoria trainata dal vetro 75 cl e piccoli formati, importante la performance della plastica

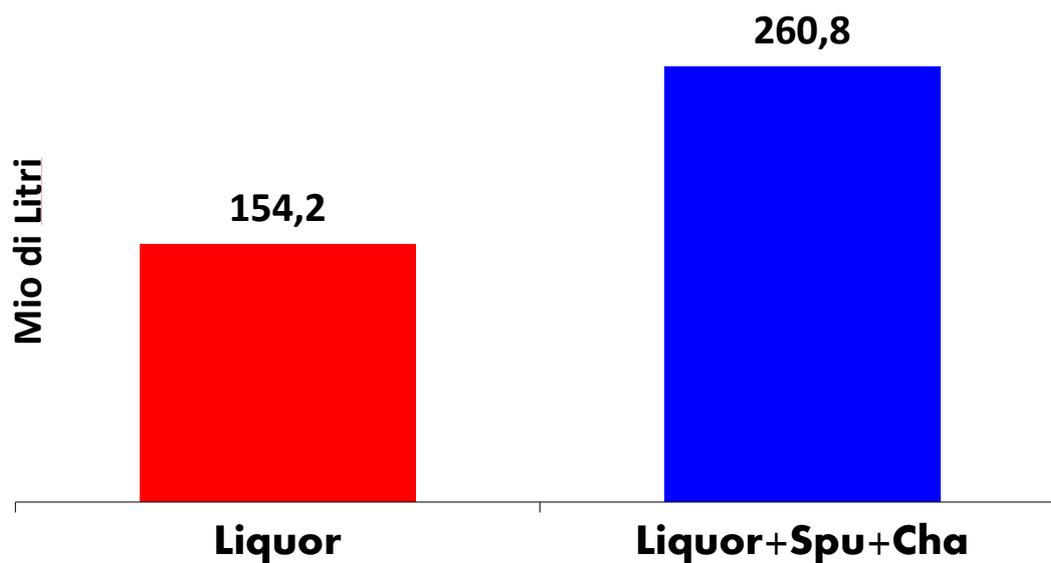


Fonte: Nielsen Market*Track

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

Il Comparto liquori, spumanti e champagne

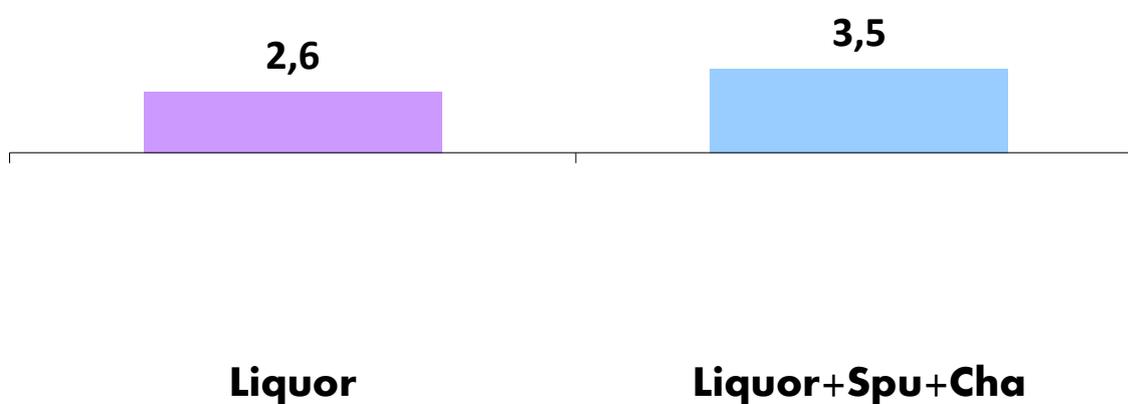
Dimensione del mercato Italiano nel 2017



Fonte: stime Nielsen 2018

Tendenza del mercato Italiano nel 2017

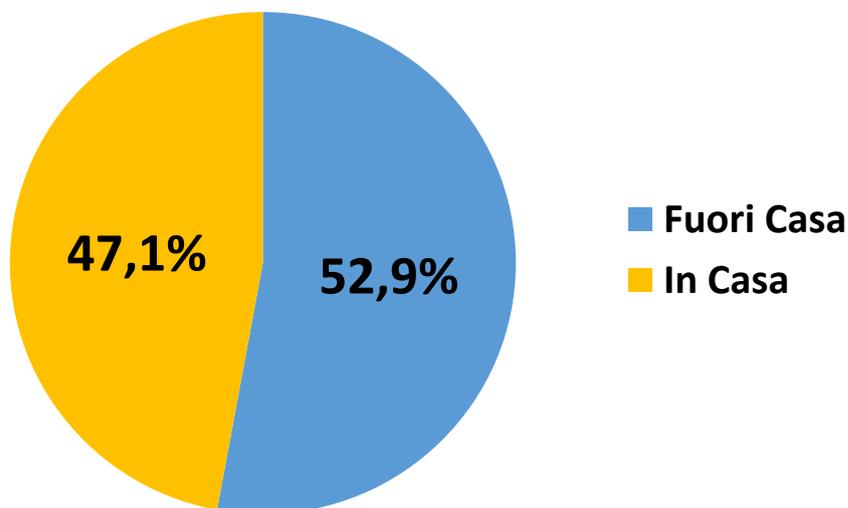
Var. % Vol. vs 2016



Fonte: stime Nielsen 2018

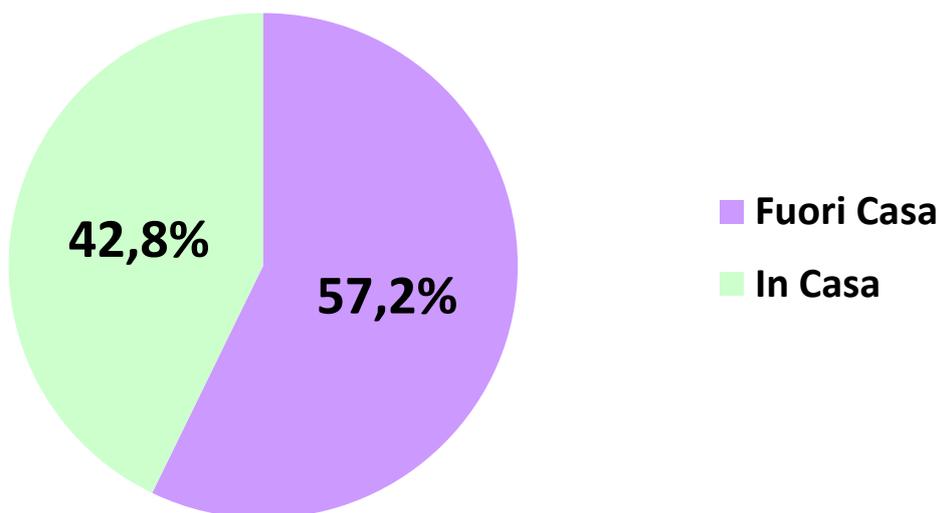
Canalizzazione del mercato nel 2017

Liquori, Spumanti e Champagne



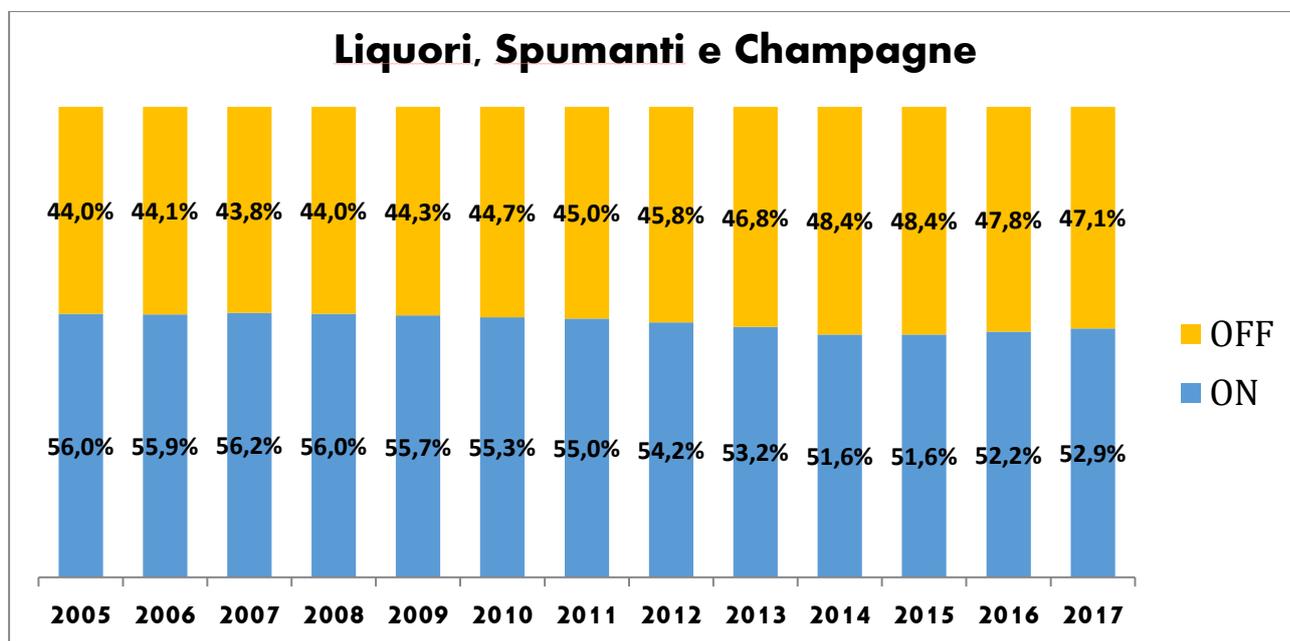
Fonte: stime Nielsen 2018

Liquori

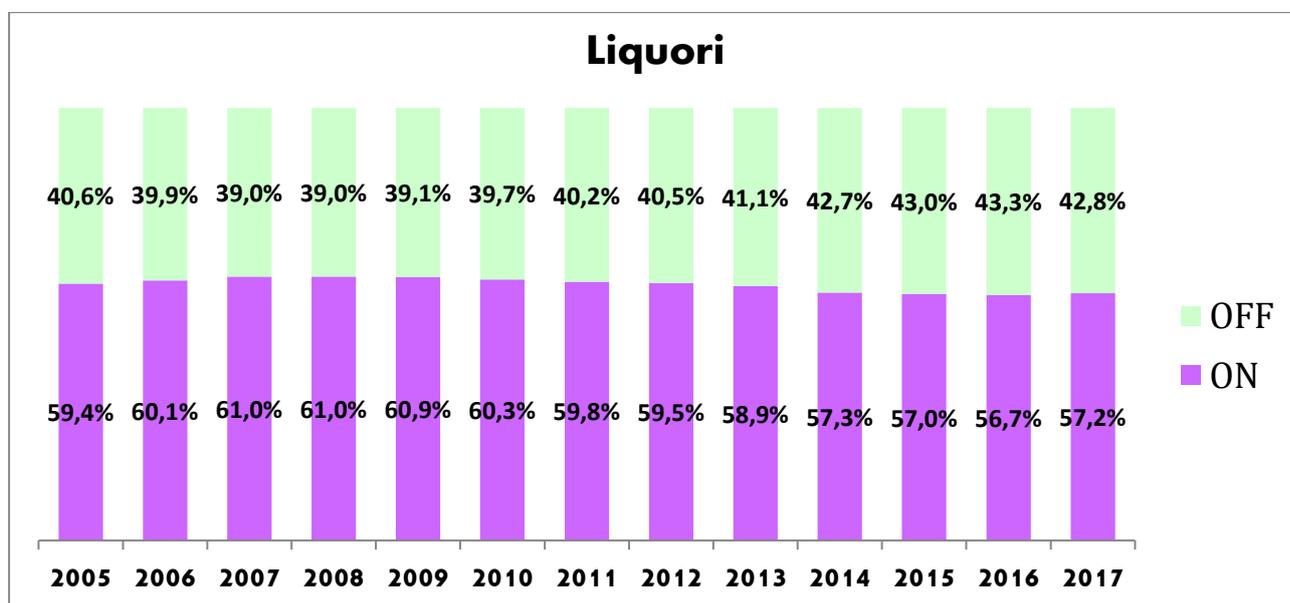


Fonte: stime Nielsen 2018

Trend Canalizzazione del mercato negli ultimi anni



Fonte: stime Nielsen 2018

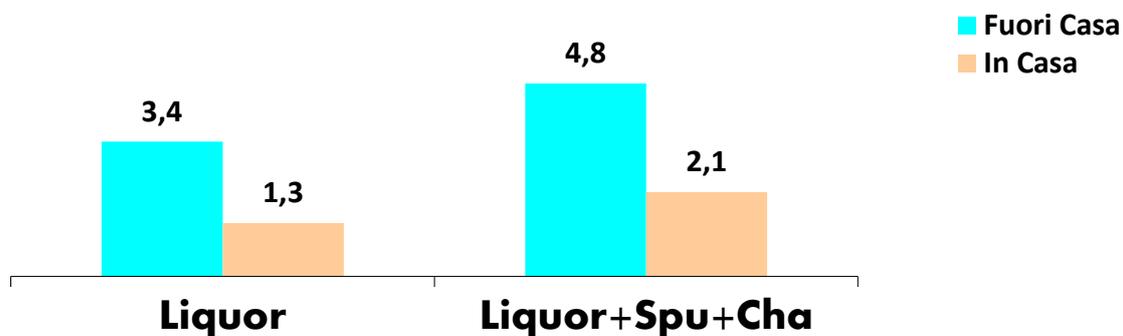


Fonte: stime Nielsen 2018

NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

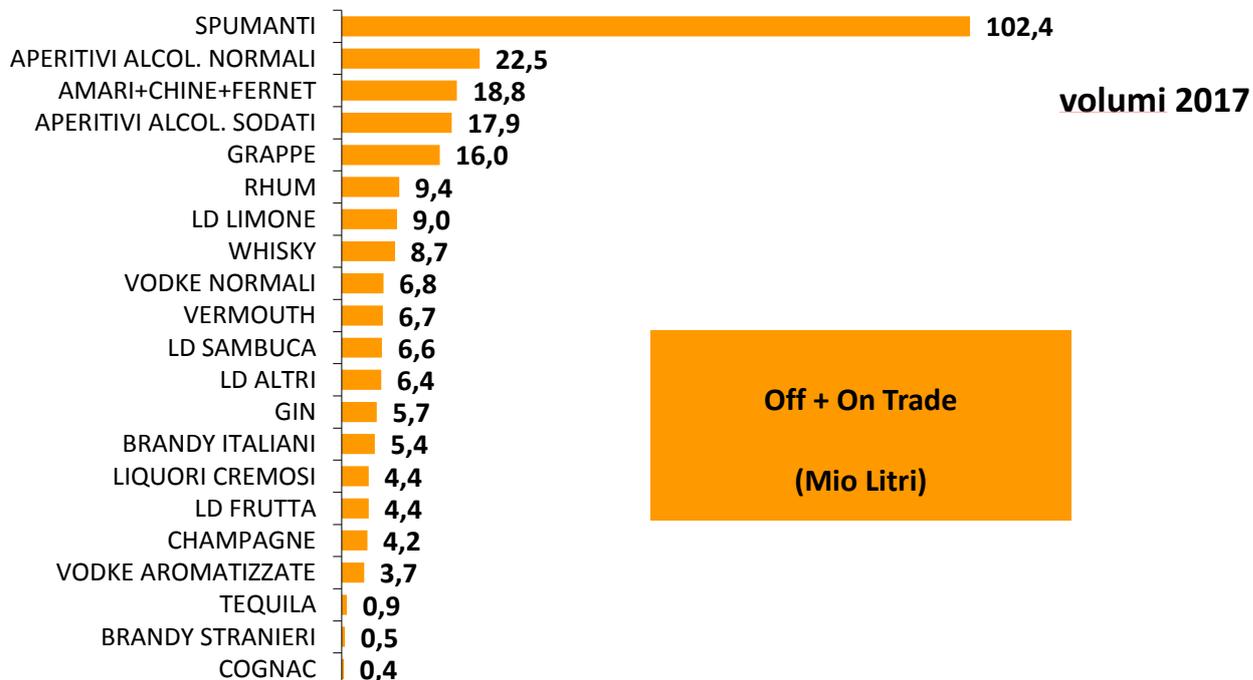
Tendenza del mercato Italiano nel 2017

Var% volumi vs Anno 2016



Fonte: stime Nielsen 2018

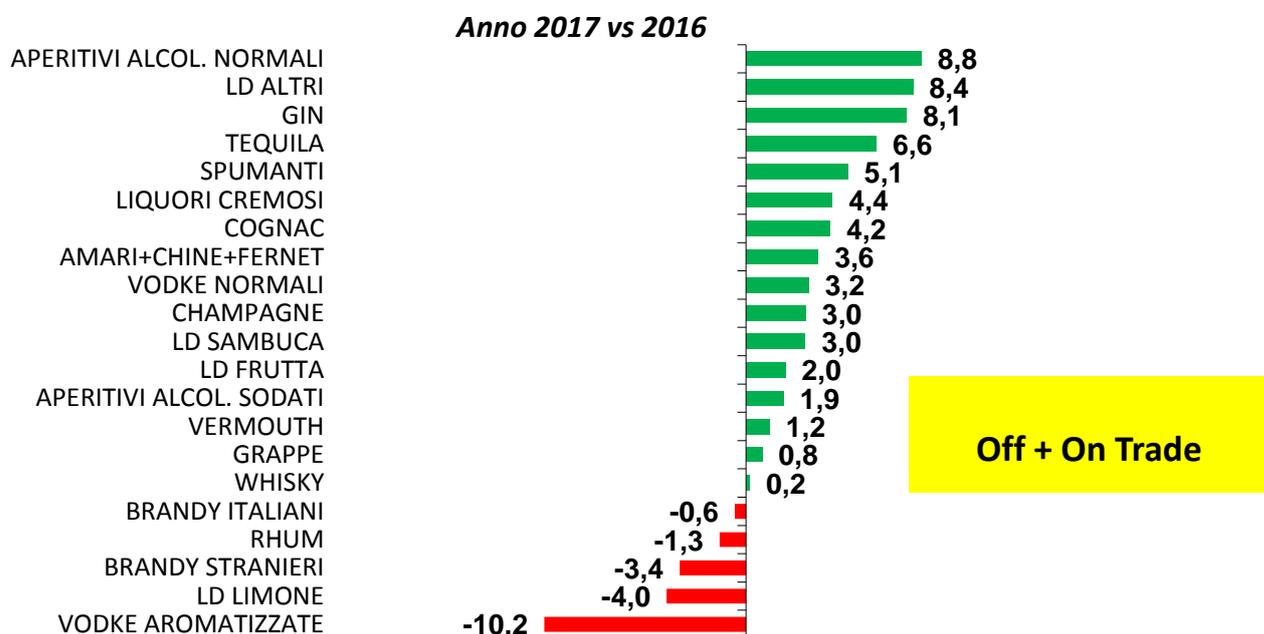
Dimensione del mercato italiano in mio litri



Fonte: stime Nielsen 2018

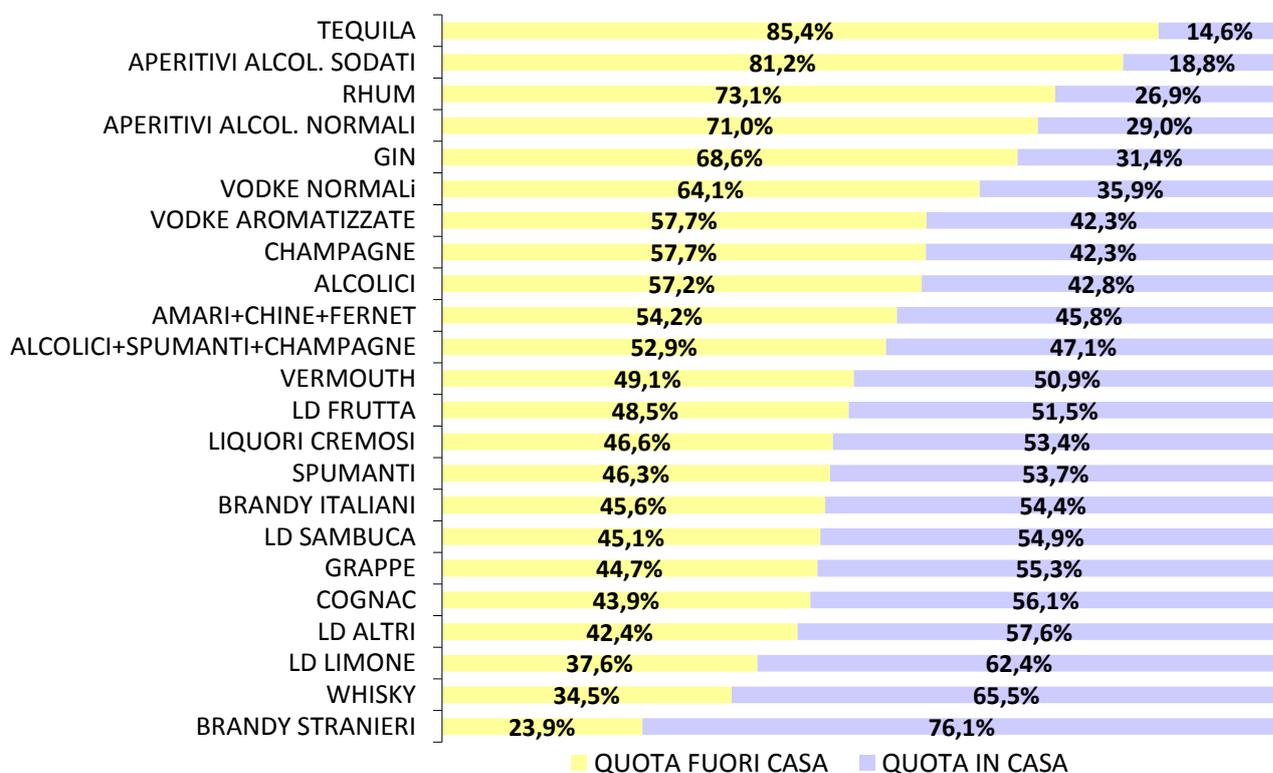
NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

Tendenza del mercato italiano in volume



Fonte: stime Nielsen 2018

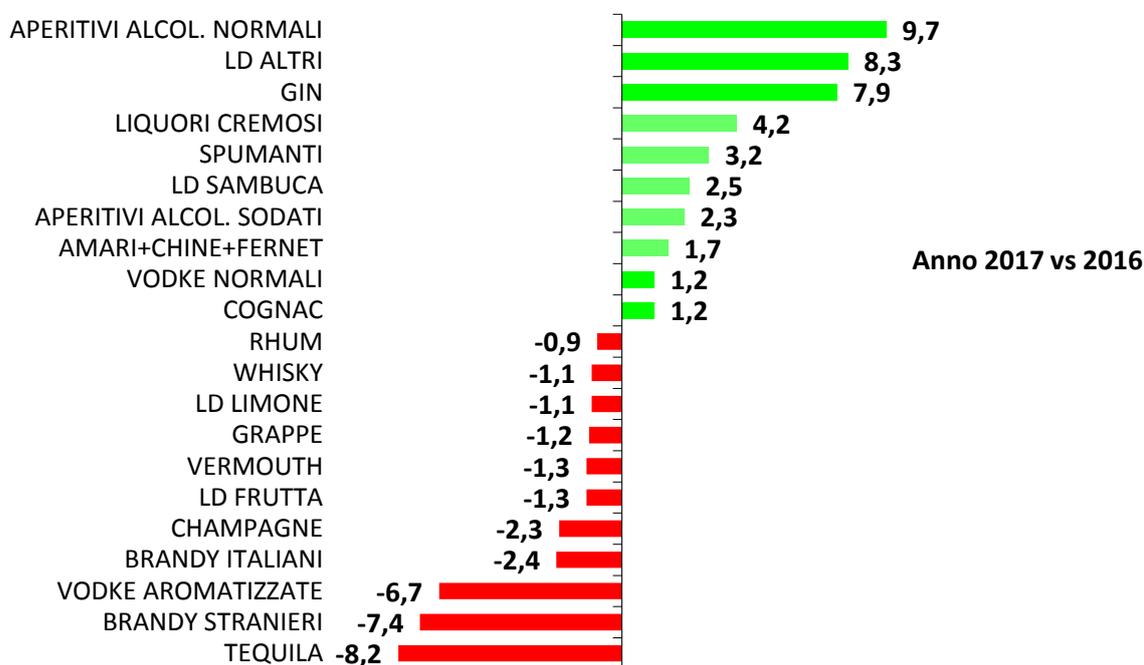
Canalizzazione del mercato italiano in volume



Fonte: stime Nielsen 2018

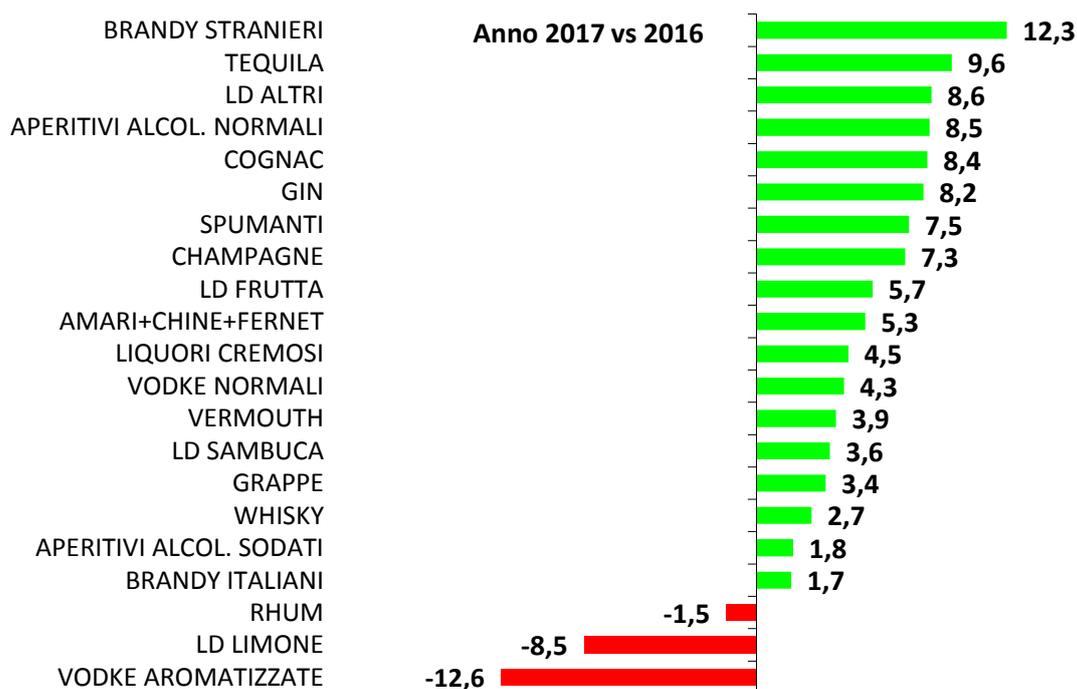
NIELSEN GUARDA AI NOSTRI SETTORI

Tendenza del mercato italiano in volume OFF TRADE



Fonte: stime Nielsen 2018

Tendenza del mercato italiano in volume ON TRADE



Fonte: stime Nielsen 2018