

COMUNICATI DEL CONSORZIO

**L'ALLARME DEL PRESIDENTE BUSI "AGRICOLTORI ABITUATI AI SACRIFICI, MA COSÌ IMPOSSIBILE ANDARE AVANTI" - "SE CONTINUIAMO COSÌ FRA POCHI MESI IL 40% DELLA TOSCANA SARÀ IN VENDITA"**

"Siamo rimasti soli. Nonostante gli annunci del Governo le nostre aziende stanno cercando di superare questa crisi senza precedenti facendo affidamento esclusivamente sulle proprie forze. Noi imprenditori agricoli siamo abituati alla sofferenze e ai sacrifici: ogni anno la nostra produzione dipende dalle condizioni climatiche che nel giro di qualche giorno, senza preavviso, possono compromettere le nostre colture e la stabilità dell'azienda. In un momento come questo però non ci aspettavamo che la distanza fra i problemi delle imprese e le Istituzioni fosse così abissale." E' l'allarme lanciato da Giovanni Busi, presidente del Consorzio Vino Chianti, in occasione dell'as-

semblea del Consorzio riunita, per la prima volta a Firenze, dopo la fase di lockdown.

"Il tempo è finito - ha spiegato Busi - e non c'è più possibilità di andare avanti. Se si continua così, senza alcun sostegno, nei prossimi mesi il 40% della Toscana sarà in vendita. Le aziende chiuderanno e diventerà il più grande boomerang mai visto prima dal punto di vista patrimoniale. E questo coinvolgerà tutti. Chiuderanno aziende grandi e piccole, blasonate o meno. Ci rimetterà tutta la regione senza alcuna possibilità di tornare indietro."

In questo quadro dominato dall'incertezza non è ancora chiaro quali saranno le fiere che riprenderanno "Non sappiamo ancora quando potremo ripartire con la nostra attività promozionale - ha spiegato Busi - un capitolo fondamentale per l'export che fino ad oggi rappresentava il 70% del nostro mercato. E' evidente che se non dovessero ripartire in Europa e nel mondo i grandi eventi legati al mondo del vino, rischiamo di veder compromesse le nostre vendite, già duramente colpite dalla chiusura del canale Ho.re.ca in questi mesi."

"E' arrivato il momento - ha concluso il Presidente del Consorzio Vino Chianti - di mobilitare tutto il mondo del vino toscano per farci ascoltare. In questa fase non possiamo permetterci il lusso di restare ancorati ai soliti campanili. Per la Toscana il mondo del vino rappresenta una componente imprescindibile per il rilancio dell'economia regionale."



## NORMATIVA E COMUNICATI

## DISTILLAZIONE DI CRISI, IN FRANCIA VIA LIBERA PER 200 MILIONI DI LITRI, MENTRE L'ITALIA ASPETTA

Domanda e offerta. Da un lato, l'ormai endemica scarsità di alcol, in farmacia come al supermercato, dall'altra, le cantine piene di vino, magari non ai livelli che si temeva a inizio pandemia, ma comunque vicini ai livelli di guardia via via che la prossima vendemmia si avvicina. La soluzione, per far incontrare le esigenze diverse di due settori poi non così lontani, è la distillazione di crisi, a cui l'Italia ha deciso di ricorrere da settimane, ma per "liberare" le aziende di 150 milioni di litri di vini comuni, come previsto dal Dl Rilancio, manca ancora il decreto attuativo, mentre la Francia ha già dato il via libera ad analoga sorte per 200 milioni di litri di vino, non solo comune, ma anche a denominazione d'origine, pronti a diventare gel disinfectante (in vendita in farmacia già nelle prossime settimane) o bioetanolo.

## L'AGRICOLTURA RIPARTE COL PATTO PER L'EXPORT

2 “Iniziativa tempestiva e utile anche per il rilancio delle esportazioni agroalimentari italiane dopo l'emergenza sanitaria”: Confagricoltura commenta così il “Patto per l'Export” presentato oggi dal Ministro degli Affari Esteri, Luigi Di Maio, accolto positivamente anche dalle altre organizzazioni delle imprese, come Coldiretti, che sottolinea di aver “sottoscritto con grande soddisfazione il Patto per l'export, che valorizza il ruolo di traino svolto da settore agroalimentare con una grande sinergia del sistema Paese”, e Cia-Agricoltori Italiani, che ha ritenuto fondamentale il Patto “per rilanciare il Made in Italy sui mercati esteri. Dopo il freno imposto dall'emergenza Coronavirus, c'è bisogno di azioni unitarie tempestive e strategie commerciali innovative, che puntino sempre di più sui canali digitali”. Un Patto, per tutti gli attori del settore agricolo e della filiera agroalimentare, fondamentale per la ripartenza, dopo i mesi di crisi causati dalla pandemia, da 1,4 miliardi di euro, che mira a rilanciare e proteggere l'export tricolore nel mondo, messo ancora una volta in difficoltà da disinformazione e concorrenza sleale, iniziata in concomitanza con la diffusione del Coronavirus in Italia, che ha portato Paesi alleati a richiedere certificati “virus free” sulle merci. Una pretesa svanita non appena la pandemia si è propagata in tutto il pianeta, con la chiusura delle frontiere e le misure per contenimento che hanno determinato il brusco freno al commercio a livello globale. Il risultato è che il 74% delle imprese agroalimentari che esportano ha registrato da allora una diminuzione delle vendite all'estero per effetto di una pioggia di disdette provenienti dai clienti di tutto il mondo: secondo un'indagine emerge che ha pagare il conto più pesante sono stati il settore del vino e del florovivaismo, ma

difficoltà sono segnalate anche per ortofrutta, formaggi, salumi e conserve. Tra i punti fondamentali del “Patto per l'Export”, c'è quello della cooperazione: è indispensabile operare in modo unitario, in primis per superare la frammentazione del sistema di promozione internazionale italiano, con il coordinamento delle attività tra livello centrale e livello territoriale (Regioni, Camere di Commercio, enti di promozione), affinché vi sia un'azione coordinata, univoca e integrata a livello internazionale. È fondamentale l'inserimento di sei esperti agricoli nella rete diplomatico-consolare, che potranno ottimizzare il lavoro delle Ambasciate nella rimozione di barriere non tariffarie e nella promozione delle eccellenze della filiera agroalimentare. Una richiesta per colmare una lacuna dell'Italia rispetto ad altri Stati membri. Ma anche il ruolo della tecnologia, che più che mai durante i mesi di lockdown si è rivelata alleata anche del settore agricolo e agroalimentare: la spinta verso l'utilizzo sempre maggiore delle tecnologie digitali come nuova modalità di incontro tra buyer e imprese è importante, ma questo richiede il superamento del digital divide con le aree interne del Paese, affinché vi sia la disponibilità di una reale dotazione infrastrutturale anche nelle aree rurali, elemento cruciale della competitività delle aziende agricole a livello globale. Il patto per l'export riconosce il ruolo di traino che svolge l'agroalimentare per l'intero Made in Italy e promuove le necessarie sinergie istituzionali all'estero anche con il coinvolgimento delle Ambasciate. **Sul piano degli scambi commerciali occorre impiegare tutte le energie diplomatiche per superare i dazi Usa e l'embargo russo che colpiscono duramente il Made in Italy agroalimentare in un momento difficile per le nostre esportazioni”.**

## NORMATIVA E COMUNICATI

## DE CASTRO: “BUDGET PER NUOVA POLITICA AGRICOLA +2,8%”. E SEMPRE PIÙ SOSTENIBILITÀ

“Per il prossimo periodo di programmazione 2021-2027 la Politica agricola comune potrà disporre di un budget di 391,5 miliardi di euro, a fronte dei 380,8 miliardi disponibili per i sette anni in scadenza nel 2020, con un aumento del 2,8%”.

Lo ha detto il coordinatore della commissione Agricoltura del Parlamento europeo, Paolo De Castro, aprendo il webinar su ‘Agricoltura e sviluppo rurale nel bilancio europeo 2021-2027’ organizzato con la collaborazione di Pe e Commissione Ue. Un confronto a 360 gradi tra organizzazioni agricole e i rappresentanti delle istituzioni Ue e nazionali sulla definizione di una strategia di sostegno e rilancio per questo setto-

re strategico. “La proposta di Quadro finanziario 2021-27 presentata dal commissario al Bilancio, Johannes Hahn - ha ricordato De Castro - prevede addirittura una dotazione per la Pac di 26,5 miliardi in più a prezzi correnti rispetto alla vecchia proposta della Commissione nel 2018, con un incremento del 7,2%; una somma di cui 16,5 miliardi andranno a rafforzare il fondo per lo sviluppo rurale con un aumento superiore all’8% per finanziare anche gli obiettivi del nuovo Green Deal”. L’europarlamentare ha precisato che “con la futura programmazione gli agricoltori saranno incentivati e non penalizzati, per produrre in modo sempre più sostenibile, con metodi rispettosi dell’ambiente”.

## LA COMAGRI DEL PARLAMENTO UE INVIA LETTERA CON RICHIESTE SU VINO E ORTOFRUTTA AL COMMISSARIO ALL’AGRICOLTURA

Facendo seguito all’incontro del 9 giugno scorso tra il Commissario UE all’Agricoltura e i coordinatori politici della Commissione Agricoltura del Parlamento europeo, Norbert Lins, Presidente della Comagri al PE, ha inviato una lettera indirizzata proprio al Commissario Wojciechowski con le richieste pressanti dei settori vitivinicolo e ortofrutticolo italiano. Per quanto riguarda il settore vino, nella missiva si chiede una maggiore flessibilità in materia di etichettatura per l’anno di raccolta e la possibilità di utilizzare aiuti di Stato per le misure più urgenti, dalla riduzione produttiva

alla promozione congiunta, ravvisando anche la necessità di estendere alle attività enoturistiche il campo di applicazione delle misure finanziate dai piani nazionali di sostegno per il vino, in linea con l’obiettivo annunciato dalla Commissione di rilanciare il turismo locale, culturale e rurale. Per ristabilire la fiducia tra la Commissione, il Parlamento e il comparto vitivinicolo, la Comagri propone inoltre di istituire un gruppo di alto livello per il rilancio economico del settore e valutare la possibilità di estendere la flessibilità e le misure di crisi anche al 2021.

## TURISMO: FASE 2, UNA POPOLAZIONE GRANDE QUASI COME QUELLA DELL’EUROPA VORREBBE VENIRE IN ITALIA

L’esordio di un’estate condizionata dal virus ha motivato ancora di più i viaggiatori che non sembrano intenzionati a rinunciare alle vacanze anche grazie all’apertura delle frontiere regionali e alla ripresa di alcuni voli interni ed internazionali. L’Italia non spaventa e anzi viene considerata come un Paese “covid free”, iper monitorato e rassicurante stando al monitoraggio social di Enit- Agenzia Nazionale del Turismo. A fine maggio si contano oltre 753,7 mila citazioni sul viaggio in Italia - di cui 50 mila comparse sul web e 703,7 mila dai social - che hanno prodotto 207,1 milioni di interazioni. Cala progressivamente lo spazio dedicato dai principali quotidiani europei

e americani al tema Covid in Italia e oltre 618 mila reazioni di gradimento (di cui 85.400 di affetto, 335.200 di empatica tristezza, 60.300 di stupore) sono riservate alla Penisola. Il trend epidemico non è più il solo polo di interesse delle ricerche web sull’Italia: il tema “economia” (13 per cento delle ricerche web) supera il macro-tema “sanità” (9,3%).

Sale anche la cultura (5,2%) in quarta posizione ad alimentare il sentiment positivo. Il trend negativo è completamente azzerato. Le ricerche web sul turismo in Italia producono oltre 300 milioni di visualizzazioni, un numero enorme pari all’intera popolazione europea.

## NORMATIVA E COMUNICATI

## AL VIA LE DOMANDE PER CHIEDERE CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO

Via libera alle domande per chiedere il contributo a fondo perduto previsto dal Decreto Rilancio e destinato alle imprese danneggiate dal Covid-19. Ne possono beneficiare anche gli agricoltori, in qualunque forma societaria, compreso chi integra la produzione con attività agricole connesse o chi svolge attività eccedentarie rispetto al reddito agrario, nonché i titolari di partita Iva agricola fino a 7.000 euro e, tra questi, anche gli agricoltori in regime cosiddetto di esonero. Per ottenere il bonus è necessario compilare elettronicamente la domanda, da trasmettere tramite il sito web dell'Agenzia dell'Entrate, direttamente o attraverso un intermediario fiscale, fino al 24 agosto. **Per richiedere il fondo a sostegno delle perdite subite a causa di Coronavirus e lockdown bisogna dimostrare una riduzione di almeno il 33% del fatturato conseguito in aprile 2020 su aprile 2019, e non bisogna aver conseguito nel 2019 ricavi o compensi superiori a 5 milioni di euro. Il contributo viene commisurato all'ammontare della perdita.**

## ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

## L'EXPORT DELLE REGIONI NEL PRIMO TRIMESTRE 2020: E CRESCONO VENETO, TOSCANA E PIEMONTE

4

In piena tempesta Covid, la nave del vino italiano diretta verso i mercati del mondo, non è naufragata, e anzi, secondo tante fonti (dall'Osservatorio Vinality-Nomisma a quello di Unione Italiana Vini, è riuscita, almeno nei primi 3-4 mesi 2020, a tenere la rotta, pur in mezzo a mille difficoltà portate dal lockdown attuato in tanti Paesi. Lo raccontano anche le performance delle diverse Regioni registrate dall'Istat, analizzate da WineNews. Nel complesso, il primo trimestre parla di un export 2020 cresciuto del 6,2% (sullo stesso periodo 2019), a quota 1,5 miliardi di euro. Il Veneto del Prosecco e dell'Amarone, del Soave e del Lugana, tra gli altri, si conferma locomotiva delle esportazioni italiane, con una crescita del +7,4 per 542 milioni di euro, davanti alla Toscana del Chianti Classico e del Brunello di Montalcino, del Chianti e del Nobile di Montepulciano, del Morellino di Scansano e della Vernaccia, per cita-

re gli alfieri più celebri, che tra le grandi Regioni del vino italiano è quella che è cresciuta di più, a +12,2%, per 246 milioni di euro. Sul gradino più basso del podio c'è il Piemonte di Barolo e Barbaresco, della Barbara d'Asti e del Nizza, del Gavi e dell'Asti, dell'Alta Langa e del Roero, sostanzialmente stabile, a +1,4%, per 235 milioni di euro. Ha tenuto anche il Trentino Alto Adige del Teroldego e del Trentodoc, che ha spedito nel mondo 132 milioni di euro di vino (+3,2%), così come l'Emilia Romagna di Lambrusco e Sangiovese(+0,8%), a 75 milioni di euro. Tra le Regioni principali per valore, in grande sofferenza la Lombardia, in calo del -14,3% a 59 milioni di euro, e anche l'Abruzzo, giù del -2%, a 44 milioni di euro. Crescono in maniera importante le grandi regioni del Sud: +33,6% per la Sicilia, con la sua grande Doc regionale, ma anche con l'Etna, la Val di Noto, Vittoria e così via, che ha spedito vino per 45 milioni di euro, e +20,5% per la Puglia del Primitivo di Manduria e del Salento, del Nero di Troia e dei vini di Castel del Monte, a 44 milioni di euro. In crescita, tra le altre anche il Friuli Venezia Giulia del Collio e del Friulano, a +6,9%, le Marche del Verdicchio e del Rosso Conero a +5,9%, e ancora il Lazio (+16%), le Marche (+5,9%), la Campania (+35%) e la Basilicata (+6,2%).



## ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

## VINO IN ITALIA, LO STUDIO SU UN MERCATO DA 34 MILIONI DI CONSUMATORI

Su 50 milioni di adulti quelli che bevono vino in Italia sono 34 milioni, di cui 28 si concedono un calice almeno una volta a settimana, con 1 consumatore di vino su 3 che beve quasi ogni giorno. È una delle evidenze che emergono dal Report n. 1 "Italy Wine Landscapes 2020" dell'agenzia inglese Wine Intelligence. Da cui emerge per il vino in Italia un consumo di 43 litri pro-capite per i soli fermi (dietro ai soli Portogallo, con 56,4 litri, e Francia con 49 litri), con i consumatori divisi equamente tra uomini e donne. Il 42% ha più di 55 anni, il 32% sta nella fascia tra i 18 ed 44 anni. Un popolo di "curiosi" del vino, tanto il che il 55% vuole provare vini diversi con regolarità (percentuale che sale al 69% tra gli under 34). **Per il vino in Italia, le denominazioni più conosciute sono il Prosecco DOP (52% la percentuale di chi ha sentito parlare della denominazione), Brunello di Montalcino DOP (51%), Montepulciano d'Abruzzo DOP (50%), Chianti DOP (48%), Chianti Classico DOP (45%), Franciacorta DOP (45%), Barolo DOP (40%), Barbera d'Asti DOP (40%), Lambrusco DOP (40%), Asti e Moscato d'Asti DOP (38%), seguiti da Primitivo di Manduria DOP, Amarone della Valpolicella DOP, Valpolicella DOP, Vermentino di Sardegna DOP, Conegliano Valdobbiadene - Prosecco DOP, Oltrepò Pavese DOP, Nobile di Montepulciano DOP, Bardolino DOP, Greco di Tufo DOP e Morellino di Scansano DOP.** In generale, più di 1 consumatore su 2 ritiene il vino elemento importante del proprio stile di vita e il 53% ritiene anche che in generale le bottiglie abbiano un prezzo ragionevole. Il 41% si sente competente in materia, il 24% dice invece di non capirne molto. Ancora per il vino in Italia emerge che il rosso (89% la percentuale di chi ne ha bevuto almeno una volta nell'ultimo anno) e bianco (88%) sono le bevande alcoliche più consumate dagli italiani, tallonate dalla birra (85%). A distanza segue lo Spritz (54%), davanti agli spumanti dolci come l'Asti (51%), alla birra artigianale (47%), alle bollicine italiane in genere (46%) e ad altri vini spumanti (45%). Tra le varietà consumate dal maggior numero di italiani, sul fronte dei

bianchi spiccano Chardonnay, Pinot Bianco, Pinot Grigio, Moscato, Falanghina e Verdicchio, mentre tra i rossi guidano Nero d'Avola, Montepulciano, Lambrusco, Merlot, Sangiovese e Primitivo. Tra i canali di acquisto per il vino in Italia, supermercati (72%) e ipermercati (48%) rimangono i canali di acquisto del vino più popolari tra i consumatori regolari di vino italiani, ma 2 consumatori italiani su 5 hanno acquistato vino anche in negozi specializzati, come enoteche o vinerie (46%), negli ultimi 6 mesi, mentre il 29% acquista direttamente in azienda, ed il 14% su internet. Focus sull'e-commerce, che in tempi di lockdown ha registrato crescita percentuali vertiginose: secondo l'analisi Wine Intelligence, su questo canale l'acquirente è soprattutto maschio (66%), e giovane (il 52% ha tra i 18 ed i 44 anni), ed è fatto soprattutto da curiosi appassionati: il 77% di chi compra on line vuole sperimentare nuovi vini, il 71% dichiara un coinvolgimento alto nei confronti del vino. Guardando alla ristorazione, invece, canale più colpito dalla crisi imposta dal Covid, se da un lato emerge che il 74% di consuma vino lo fa non solo a casa, ma anche in ristoranti e bar, le prospettive in questo senso non sono incoraggianti: solo il 6% dei consumatori sondati si dice più propenso di prima ad andare a pranzo o a cena al ristorante, mentre l'82% pensa di farlo meno anche quando saranno passate le restrizioni per contenere il contagio. Trend direttamente opposto, invece, a quello di chi pensa che farà più di prima la spesa on line, pari al 40%, a fronte di un 29% che pensa di diminuire gli acquisti via web.



## ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

## CANTINA ITALIA: REPORT N. 15/2020 CON DATI AL 4 GIUGNO 2020 DEI VINI, MOSTI, DENOMINAZIONI DETENUTI IN ITALIA. RISPETTO A UN ANNO FA AUMENTA LA GIACENZA DI VINI DOP (+1,2%)

Alla data del 4 giugno 2020 negli stabilimenti enologici italiani erano presenti 48,1 milioni di ettolitri di vino, 4,7 milioni di ettolitri di mosti e 94 mila di ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (VNAIF). Rispetto al 31 maggio 2019, si osserva una riduzione del 3,1% per i vini (+1,2% per i vini DOP, -1,7% per i vini IGP, con varietali e vini da tavola che registrano un calo di oltre il 12-13%), del 10,4% per i mosti e del 36,1% per i VNAIF. In riduzione i dati delle giacenze anche rispetto al 28 maggio 2020: -1,2% per i vini (-1,0% per i vini DOP, -1,5% per i vini IGP), -3,1% per i mosti e

-22,1% per i VNAIF. Il 52,5% del vino detenuto è a DOP (25.246.266 hl), con una prevalenza del rosso (53,7%). Il 26,2% del vino è a IGP (12.584.333 hl), anche in questo caso con prevalenza del rosso (56,0%), mentre i vini varietali detenuti costituiscono appena l'1,4% del totale.

Il restante 19,9% è costituito da altri vini. Nonostante il gran numero di DO presenti (526), 10 denominazioni costituiscono il 40,2% del totale dei vini a DO presenti; le prime 20 denominazioni rappresentano oltre la metà del totale delle DO (56,5%).

## L'EMERGENZA COVID SPINGE GLI ITALIANI VERSO I VINI ALTERNATIVI

6

Chi saranno i futuri consumatori e cosa influenzerà il rapporto con il vino? La domanda è quanto mai attuale e la risposta è di alto interesse per i produttori vitivinicoli italiani, alla luce del nuovo contesto economico e in vista dell'elaborazione di una strategia per la ripartenza nel breve periodo e della crescita nel lungo periodo.

Gli acquirenti, influenzati più che mai dall'esperienza unica e straordinaria del prolungato lockdown e dalle nuove disposizioni sanitarie, stanno ulteriormente orientando le proprie scelte verso prodotti salutari, naturali e adeguati a un nuovo stile di vita che pone al centro il benessere personale. Di fatto, l'emergenza Covid-19 ha accelerato quel percorso di innalzamento qualitativo che abbiamo visto affermarsi gradualmente negli ultimi anni, mediante una nuova forma di consapevolezza attorno ai prodotti agroalimentari e, nel nostro caso, attorno al vino.

Lo conferma anche il recente rapporto Italy Landscapes, realizzato da Wine Intelligence, società inglese specializzata in ricerche di mercato che, per la prima volta, ha passato in rassegna consumatori e operatori del panorama italiano, indicando le principali tendenze future. Un futuro che vedrà sempre più determinante il ruolo dei cosiddetti "vini alternativi", a cui stanno guardando con crescente interesse soprattutto le giovani generazioni.

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

## TENGONO I CONSUMI IN SVEZIA, PAESI BASSI E GERMANIA AI TEMPI DEL COVID-19

L'arrivo del coronavirus all'inizio di quest'anno avrebbe potuto minare alcune tendenze che negli ultimi anni si erano consolidate in Paesi come Svezia, Olanda e Germania, segnatamente riguardo la propensione dei consumatori di vino ad orientarsi sempre più verso la qualità e, dunque, verso una "premiumizzazione" nelle scelte d'acquisto. I nuovi report realizzati da Wine Intelligence su questi mercati suggeriscono, al contrario, che ciò

non è avvenuto. Lo dimostrano i dati raccolti sui consumi di vino che rivelano un impatto alquanto contenuto delle misure restrittive sulle abitudini di consumo nei rispettivi Paesi. Altro filo conduttore che emerge dai report di Wine Intelligence sembra essere quello che vede i bevitori di vino in tutti e tre i mercati sostanzialmente calmi e ottimisti nel riprendere i loro precedenti stili di vita a livello sociale.

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

## GERMANIA: MINISTERO PRESENTA PROGETTO DI RIFORMA PER LEGGE SUL VINO CON L'OBIETTIVO DI PROMUOVERNE L'EXPORT

Il Ministro federale dell'alimentazione e dell'agricoltura della Germania ha presentato un progetto di legge per la modifica delle norme tedesche vigenti sul vino.

L'obiettivo del Governo è quello di favorire migliori opportunità di marketing per i viticoltori tedeschi - e dunque creare più valore ed espandere la quota di mercato dei vini nazionali - nonché maggiore chiarezza e orientamento per i consumatori. Secondo il Ministero, il progetto di legge

è equilibrato e tiene conto dei diversi interessi, basandosi su un ampio accordo con le principali associazioni.

Tra le novità proposte nei nuovi regolamenti: il rafforzamento del sistema vitivinicolo tedesco di qualità basato sempre più sull'origine geografica; uno spazio massimo ammissibile per i nuovi impianti fissato allo 0,3% e aggiornato annualmente sull'area totale effettiva coltivata a vite (fino al 2023); più fondi per la promozione.

## STUDIO SUL CONSUMO DI VINO IN SPAGNA PRIMA DELLA CRISI DI COVID-19

Prima della crisi Covid-19, il consumo di vino in Spagna segnava un progresso (nel 2019, +9% sul 2018) dopo 10 anni di sostanziale stabilità. Attraverso i canali GDO e Horeca vengono veicolati rispettivamente il 35,4% (appena il 17% in valore) e il 31,4% (oltre il 54,5% in valore) del vino commercializzato nel Paese. Il resto, circa un terzo del totale, raggiunge i consumatori attraverso altri canali meno studiati e dove le stime della quantità e del valore sono più difficili da ottenere (enoteche, e-commerce, vendita diretta, ecc.). Sono alcuni dati che emergono dalla lettura di uno studio approfondito promosso dall'Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) e realizzato dall'Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV).

7

## SPAGNA: 90 MILIONI DI EURO PER MITIGARE GLI EFFETTI DI COVID-19 NEL SETTORE VITIVINICOLO.

Il Ministero dell'agricoltura spagnolo ha presentato, per l'approvazione al Consiglio dei Ministri, un pacchetto di misure straordinarie per un valore di 90,5 milioni di euro. Tra le misure proposte, sono previste la distillazione di crisi, aiuti per l'ammasso privato e la vendemmia verde per le sole uve atte a DO, una pratica che non è mai stata attuata in Spagna. Il piano urgente ha ottenuto l'approvazione dell'esecutivo spagnolo.

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## TARIFFE USA - INVESTIGAZIONE DELL'USTR SUI PAESI CHE ATTIVANO PRATICHE COMMERCIALI SLEALI - ITALIA SOTTOLENTE DI INGRANDIMENTO

Nelle ultime settimane gli Stati Uniti hanno lanciato un'indagine che potrebbe comportare l'imposizione di tariffe punitive ai paesi risultano attuare pratiche commerciali sleali, dannose per gli interessi americani, nella pianificazione ed applicazione di tasse digitali. L'USTR ha dichiarato di stare investigando su Austria, Brasile, Repubblica Ceca, India, Indonesia, Italia, Spagna, Turchia e Regno Unito. Nel frattempo, l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico sta lavorando ad un progetto di definizione della tassazione per le attività digitali, che dovrebbe guidare tutti i paesi in tale processo. Lo studio dovrebbe essere presentato al termine dell'anno.

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## OSSERVATORIO VINITALY-NOMISMA WINE MONITOR: AD APRILE EXPORT EXTRA-UE DIFFICILE PER IL VINO NAZIONALE - L'ITALIA RESISTE A DIFFERENZA DELLA FRANCIA

Soffre ma resiste, per ora, il vigneto Italia all'attacco del Covid-19 sul fronte dei mercati extra-UE. Al contrario del suo principale competitor, la Francia, in caduta libera. Il quadro del mercato del vino nel primo quadrimestre 2020, rilevato dall'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor (a fonte dogane), è sempre più spezzato in 2 parti: il primo bimestre da record, il secondo da dimenticare. Con un aprile in pieno lockdown globale e tra i peggiori di sempre. Nel complesso, andando a misurare le performance a valore del periodo nei top 10 Paesi importatori (che valgono il 50% dell'export), l'Italia segna a sorpresa +5,1% sullo stesso periodo dell'anno precedente, grazie all'ottima prestazione negli Stati Uniti (+10,8%, nei primi 2 mesi il dato era a +40%) e in Canada (+7,1%). Profondo rosso invece sul vino francese (-10,1%), in ritirata nelle sue piazze chiave sia in Oriente che in Occidente. Il crinale, già sconnesso a marzo, si fa però quasi proibitivo ad aprile, dove per i fermi imbottigliati italiani si registrano pesanti cali in tutti i mercati considerati a eccezione di Canada, Russia e Corea del Sud. Si va dal -5,2% (a valori) del Giappone al -12,5% degli Usa (+6,8% gli sparkling), dal -26% della Svizzera al -48% della Cina, per un deficit complessivo sull'anno pre-

cedente del 7,2%, contro però il -22,2% francese. Nei prossimi mesi, secondo l'Osservatorio, la crisi peserà ancora su un bene voluttuario come il vino, alle prese con un minor potere di acquisto della domanda, oltre allo smaltimento dell'invenduto nella ristorazione e nei magazzini degli importatori. Senza considerare il trend della domanda UE ad aprile, che si preannuncia con un segno negativo più marcato. Secondo l'analisi, il potenziale rimbalzo potrebbe arrivare nel medio periodo dagli Stati Uniti - già in fase di ripresa dell'occupazione - e forse anche dalla Cina, che pur uscendo per prima dalla pandemia nell'ultimo mese ha dimezzato le proprie importazioni, probabilmente a causa di una forte flessione economica accentuata dal conflitto commerciale con gli Stati Uniti.

Nel frattempo, in piena crisi da Covid-19, l'Italia guadagna quote di mercato in quasi tutti i Paesi importatori, con incrementi consistenti in Svizzera (dal 33,1% al 37,7%) e negli Usa (dal 31,4% al 34,2%). Dove da marzo ai primi di maggio si sono impennate del 31% le vendite nell'off-trade, in particolare nelle fasce medie di prezzo (11-20 dollari), segmento in cui l'Italia è molto presente e competitiva.

## HOGAN: POSSIBILI DAZI EUROPEI SUI PRODOTTI USA DA LUGLIO

L'UE dovrebbe sapere "a inizio luglio" dal WTO l'ammontare dei dazi che potrà poi applicare ai prodotti Usa per gli aiuti illegali dati da Washington alla Boeing. Lo ha detto il Commissario al commercio UE Phil Hogan. Le posizioni sulla disputa Airbus-Boeing, che ha già portato a dazi Usa contro l'Europa in diversi settori, "restano distanti" e gli Usa "si sono ritirati dai colloqui", ha spiegato Hogan. "Se la situazione non cambia - ha aggiunto - non avremo altra scelta che imporre le nostre sanzioni". L'eventuale imposizione di sanzioni agli Usa "non dovrebbe essere vista come un'escalation" della battaglia commerciale ma come "una mossa essenziale per riportare gli Stati Uniti al tavolo dei negoziati", ha spiegato Hogan.

Tale dichiarazione si colloca in un contesto tem-

porale che prevede a metà agosto l'apertura di una nuova finestra del c.d. "carosello", procedura con cui l'amministrazione Usa può decidere se mantenere i dazi sugli stessi prodotti individuati sin da ottobre 2019, se innalzare la percentuale ad essi applicata, o addirittura se estenderla anche ai vini.

Il Commissario Hogan ha altresì annunciato il lancio di una consultazione per la revisione della politica commerciale comune dell'UE, al fine di preparare un documento sui nuovi obiettivi strategici "entro la fine dell'anno". La crisi degli scambi commerciali internazionali causata dal Covid-19 potrebbe tradursi, a detta di Hogan, in un calo delle esportazioni UE nel 2020 compreso tra il 9 e il 15%, con una diminuzione in valore fino a un massimo di 470 miliardi di euro.



## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## MERCATI - TRA LE TENSIONI CON GLI USA E LA BREXIT, QUANTO RISCHIA IL VINO ITALIANO?

**USA:** Non c'è pace per il vino italiano. Il contenzioso commerciale tra Europa e Stati Uniti si complica dopo l'annuncio da parte del governo di Washington dell'apertura di nuove indagini sulla web tax, il prelievo fiscale che colpisce i ricavi dei giganti dell'online come Amazon, Google, Apple, Facebook. In Italia, la misura è stata inserita nella Legge di bilancio 2020 e prevede il prelievo del 3% sui ricavi superiori a 750 milioni di euro. Dopo una prima minaccia arrivata a dicembre direttamente dal presidente americano Donald Trump, l'Ustr (ufficio del rappresentante al commercio degli Usa) ha fatto partire un'indagine che potrebbe portare i prodotti italiani, anche agroalimentari, a entrare nell'elenco dei beni sottoposti a dazio, se sarà accertata una discriminazione a carico delle imprese digitali. In questo modo, il vino Made in Italy, scampato alla tornata dei dazi a carosello di ottobre 2019 e di gennaio 2020, nell'ambito dell'applicazione della sentenza Wto sul contenzioso Boeing-Airbus, potrebbe trovarsi stretto a tenaglia. Ad agosto, infatti, scatterà il terzo carosello, quella roulette russa che spaventa tutto il comparto. Altro elemento di tensione è legato alla decisione dell'Ue di applicare dazi doganali sulle aragoste in arrivo dagli Usa. Trump ha risposto con possibili dazi sulle auto europee. Segnali preoccupanti in un momento in cui c'è bisogno di distensione e di ripartire dopo il

lockdown che ha già messo alla prova la tenuta delle imprese. Ad oggi, i dazi Usa (25%) colpiscono l'export italiano di formaggi, salumi, agrumi, succhi di frutta, liquori e cordiali per oltre mezzo miliardo di euro. Le difficoltà economiche sembrano far riemergere tentazioni protezionistiche da parte di Trump, già in difficoltà per le proteste diffuse dopo la morte dell'afroamericano George Floyd.

**REGNO UNITO.** Altro capitolo da non sottovalutare è legato al tema Brexit e ai negoziati in corso. Qui, per il vino italiano ed europeo, in caso di mancato accordo entro ottobre, si prospetta la possibilità di un incremento delle accise all'import dal 2021, nonostante la stessa filiera inglese degli importatori di vino abbia invitato il governo Johnson a ripensarci.

Il capo negoziatore per l'Ue, Michel Barnier, è uscito con un nulla di fatto dal recente incontro di venerdì 5 giugno con Londra. "L'Ue" ha detto l'ex ministro francese "resta calma, paziente e unita dietro alla Dichiarazione politica: vogliamo una partnership ambiziosa col Regno Unito, ma deve rispecchiare i nostri interessi di lungo termine". All'Europa, non piacciono le eccessive richieste del Regno Unito che, a detta di Barnier, sta scegliendo volta per volta (secondo la politica del cherry-picking) ciò che è più vantaggioso.

9

## BREXIT - PROSEGUONO LE TRATTATIVE MA SENZA REGISTRARE PROGRESSI

L'ultimo ciclo di negoziati si è svolto dal 2 al 5 giugno e non vi sono stati "progressi sostanziali" nei colloqui. Secondo i negoziatori dell'U.E., il Regno Unito non ha mostrato alcuna reale volontà di essere costruttivo, anche se sono ancora contrari all'idea di estendere il periodo di transizione oltre il 31 dicembre. Senza tale estensione, il Regno Unito lascerebbe il mercato unico e l'unione doganale in meno di sette mesi. Dato il tempo necessario per ratificare un accordo, la CE ha affermato che entro il 31 ottobre sarà necessario un testo giuridico completo. Il problema principale affrontato dai negoziatori dell'U.E. la scorsa setti-

mana è che il Regno Unito non sembrava desideroso di attenersi all'accordo politico concordato dal primo ministro britannico Boris Johnson nel 2019 (su diverse questioni come gli aiuti di Stato, la concorrenza, le norme sociali e occupazionali, l'ambiente, cambiamenti climatici, questioni fiscali...).

**Rispetto alle indicazioni geografiche, il Regno Unito vorrebbe un accordo simile a quello concluso con il Canada (CETA) o il Giappone (EPA), ma vorrebbe anche essere in grado di riesaminare tutte le IG già protette nell'U.E. alla luce della futura legislazione interna sulle IG.**

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## UK: CORONAVIRUS E RISCHIO “NO DEAL” BREXIT METTONO A REPENTAGLIO IL QUARTO MERCATO DI EXPORT AGROALIMENTARE PER L'ITALIA

Una ricerca condotta da Wine Monitor di Nomsima su un campione di 1.000 consumatori di vino della Gran Bretagna ha evidenziato che, nel periodo di lockdown, 3 consumatori britannici su 10 hanno dichiarato di aver consumato meno vino italiano rispetto al periodo pre-quarantena, contro un 53% che non ha modificato le proprie preferenze di acquisto. Tra le principali ragioni di questa riduzione c'è la chiusura dei ristoranti e dei pub/wine bar.

A questo proposito, occorre ricordare che in Gran Bretagna il fuori casa pesa per il 45% del valore totale dei consumi alimentari (in Italia, in confronto, l'incidenza è pari al 35%). Le altre motivazioni sono l'incremento dei consumi a livello quotidiano e non più occasionale, la riduzione della frequenza di acquisto nei negozi e presso la Grande Distribuzione Organizzata, al fine di evitare troppi contatti con altre persone, e i vincoli di bilancio familiare sempre più stringenti. Questi sono i principali elementi alla base del riposizionamento dei consumi verso il basso, tendenza che ha interessato anche l'Italia e gli Stati Uniti. Con la chiusura del canale Horeca, infatti, lo sviluppo dell'e-commerce di vino e prodotti alimen-

tari ha conosciuto ritmi di crescita vertiginosi in tutti i mercati colpiti dall'epidemia da Covid-19. Resta poi da capire come questi trend si consolideranno in futuro. Riguardo alle prospettive per il post-lockdown i britannici non sembrano troppo propensi a festeggiare quando il periodo di emergenza finirà: solamente il 18% dei consumatori si dice pronto a spendere di più per il vino una volta che riapriranno pub e ristoranti contro un 17% che afferma il contrario e un altro 28% che, addirittura, berrà meno vino perché uscirà di casa con meno frequenza rispetto a quanto faceva prima dell'epidemia.

A quanto pare, dunque, la multicanalità diventerà una strada obbligata nelle strategie commerciali dei produttori del made in Italy alimentare, vista l'eredità che sembra lasciare il Coronavirus in tema di comportamenti di acquisto di wine&food. Altra sfida è quella legata all'incertezza della Brexit, con lo spettro di un “no deal” che incombe sui rapporti commerciali UE-UK. Con un valore superiore ai 3,4 miliardi di euro, il Regno Unito rappresenta il quarto mercato di export di prodotti agroalimentari per l'Italia, di cui 770 milioni di euro legati al vino.

10

## BREXIT: SI CERCA DI STRINGERE I TEMPI

Il Primo Ministro britannico Boris Johnson ha incontrato in videoconferenza il Presidente del Consiglio europeo, Charles Michel, la Presidente della Commissione UE, Ursula von der Leyen, e il Presidente del Parlamento europeo, David Sassoli, per fare il punto sui progressi realizzati finora nella trattativa sulle relazioni future tra l'UE e il Regno Unito e concordare le prossime azioni da intraprendere per l'avanzamento dei negoziati.

Le parti - informa un comunicato congiunto - hanno preso atto della decisione del Regno Unito di non chiedere alcuna proroga del periodo di transizione, che terminerà quindi il 31 dicembre 2020, così come stabilito nelle disposizioni dell'accordo di recesso. Hanno inoltre accolto favorevolmente la notizia di un avanzamento costruttivo delle discussioni sotto la guida dei due

capi negoziatori David Frost e Michel Barnier, permettendo di chiarire e comprendere ulteriormente quelle che sono le posizioni reciproche. Si è tuttavia convenuto che adesso è necessario dare un ulteriore impulso ai negoziati. UE e UK dichiarano di sostenere i piani concordati dai Capi Negoziatori con l'obiettivo di intensificare i colloqui a luglio e creare le condizioni migliori per la conclusione e la ratifica di un accordo prima della fine del 2020. Ciò dovrebbe includere, se possibile, la ricerca di un'intesa preliminare dei principi alla base di qualsiasi accordo.

Le parti hanno riaffermato la loro intenzione di lavorare sodo per la realizzazione di un rapporto che funzioni nell'interesse dei cittadini sia dell'Unione che del Regno Unito. Hanno infine confermato il loro impegno per attuare l'accordo di recesso nel minor tempo possibile.

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## ICE LONDRA E WSTA ELABORANO UN DOCUMENTO CON LE LINEE GUIDA SULL'ETICHETTATURA DEI PRODOTTI VITIVINICOLI IN UK POST 31 DICEMBRE 2020

ICE Londra ha realizzato con il supporto della Wine and Spirits Trade Association (WSTA) un documento con le linee guida sull'etichettatura dei prodotti vitivinicoli nel Regno Unito post 31 dicembre 2020. Il documento è stato predisposto da WSTA supponendo che l'UK non raggiunga un accordo con l'Unione Europea entro quella data.

## LA CAUTELA CONTRADDISTINGUE I CONSUMI DI VINO IN GIAPPONE

I wine drinker in Giappone hanno ridotto il consumo di vino più delle loro controparti occidentali, ma sembrano più propensi a tornare alle normali attività una volta terminate le restrizioni. E' quanto emerge da un'analisi condotta da Wine Intelligence. L'impatto della pandemia sul comportamento dei consumatori di vino in Giappone e le relative restrizioni mostrano molte somiglianze con le tendenze riscontrate nei Paesi asiatici vicini e alcune differenze con i Paesi anglosassoni. I consumatori giapponesi di vino hanno ridotto il loro consumo durante il lockdown, rinunciando soprattutto agli spumanti, e hanno speso mediamente meno per singola bottiglia acquistata. La

manca di occasioni formali o sociali sembra essere stato il principale fattore di riduzione, e bere meno vino sembra essere stata una tendenza diffusa, indipendente dall'età, dal sesso o dalla connessione con la categoria del vino. Segnali confortanti emergono tuttavia in prospettiva futura: i dati suggeriscono che i consumatori giapponesi sono, nel complesso, abbastanza ottimisti sul loro ritorno a uno stile di vita "pre-virus". Oltre 4 su 10 affermano che visiteranno un ristorante con maggiore probabilità, quando gli sarà permesso di farlo, e una percentuale simile rivela l'intenzione di andare in vacanza in Giappone una volta che le restrizioni saranno state allentate.

## CINA: LE IMPORTAZIONI DI VINO CALANO NEL PRIMO QUADRIMESTRE MA CI SONO CAUTI SEGNALI DI RIPRESA

Le importazioni di vino in bottiglia in Cina sono diminuite di oltre un quarto, in termini sia di volume che di valore, nei quattro mesi da gennaio ad aprile 2020, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I dati doganali mostrano che la Cina ha importato 107 milioni di litri di vino - equivalenti a 143 milioni di bottiglie da 75 cl - nel primo quadrimestre del 2020. Si tratta di un calo annuale del 26,6%. Il valore delle importazioni di vino imbottigliato è diminuito del 27,5%, raggiungendo i 523 milioni di dollari. Se si includono le importazioni di vino spumante, vino sfuso e alcolici a base di uva - come il cognac - il valore totale

delle spedizioni risulta essere diminuito del 31%. Il forte calo delle importazioni coincide con il periodo di blocco causato dal coronavirus in Cina da fine gennaio a inizio aprile. Il lockdown includeva restrizioni di viaggio e la chiusura di esercizi pubblici, come ristoranti e bar.

Segnali positivi giungono invece dalle vendite online (+5,9% nel primo trimestre 2020) ma anche dalle prime survey che mostrano una ritrovata, seppur cauta, fiducia nel settore dell'ospitalità. Da segnalare anche la ripresa delle degustazioni, con relativi corsi professionali, per gli amanti del vino.

## L'INDIA RITIRA LA "TASSA SPECIALE CORONA" DEL 70% SULLE BEVANDE ALCOLICHE

Con il crollo delle vendite, in India è stata revocata la "tassa speciale corona" del 70% che il governo di Delhi aveva imposto sulla vendita di bevande alcoliche. Contestualmente, è stato deliberato un moderato aumento del 5% dell'IVA. L'imperativo di aumentare rapidamente le entrate durante il lockdown aveva spinto il governo indiano a intraprendere questa strada, ma nel giro di pochi giorni, dopo aver evitato affollamenti davanti ai negozi di liquori, le vendite ne hanno risentito fortemente, costringendo il governo a ritirare il provvedimento.

## ACCORDI BILATERALI FRA UNIONE EUROPEA E STATI EXTRA U.E.

### ACCORDO BILATERALE COMMERCIALE U.E.-MERCOSUR

L'accordo commerciale **non è stato ratificato dal parlamento olandese**. Ciò mette a rischio la conclusione del negoziato, essendo necessaria, a tal fine, la ratifica di tutti gli Stati membri U.E. Il governo olandese ha assunto questa decisione constatando un aumento della concorrenza sleale a danno degli agricoltori europei e la mancanza di un'intesa concernente la protezione dell'Amazzonia e la deforestazione illegale.

### ACCORDO BILATERALE COMMERCIALE U.E.-VIETNAM

Il governo vietnamita ha ratificato l'accordo di libero scambio, firmato ad Hanoi lo scorso giugno e ratificato dal Parlamento europeo a febbraio. Alla sua entrata in vigore, l'U.E. alzerà l'85% delle sue tariffe sui beni vietnamiti, procedendo ad un graduale calo delle restanti nei prossimi sette anni. Per quanto riguarda i vini e gli alcolici, saranno protette circa 169 IG in questo mercato in crescita.

### LA COMMISSIONE EUROPEA PUBBLICA UNA RELAZIONE SUL SETTIMO CICLO DI NEGOZIATI U.E.-CILE

La Commissione europea ha pubblicato la relazione che sintetizza i progressi compiuti durante il settimo round di negoziati (dal 25 al 29 maggio) per la modernizzazione della parte commerciale dell'accordo di associazione U.E.-Cile. Sono stati compiuti buoni progressi in un numero significativo di capitoli, anche per quel che concerne alcune disposizioni in materia di diritti di proprietà intellettuale (DPI). Riguardo alle Indicazioni Geografiche, le Parti hanno ripreso la discussione sulla proposta di testo dell'UE. Il confronto ha permesso di chiarire le implicazioni di una serie di disposizioni proposte, in particolare per quanto riguarda l'ambito della protezione, la protezione diretta attraverso l'accordo e il rapporto con i marchi. Sono necessari ulteriori lavori, ad esempio per raggiungere un accordo sulla formulazione di disposizioni concrete.



12

## TECNICO

### LO STATO DI MATURAZIONE DELL'UVA DETERMINA L'OSSIDAZIONE NEL VINO

Fino ad oggi, l'ossidazione nei vini è stata associata a una cattiva gestione dell'ossigeno in cantina, ma uno studio dello spagnolo Instituto de Ciencias de la Vid y el Vino (ICVV) dimostra l'importanza di scegliere il momento giusto per la raccolta delle uve al punto ideale di maturazione, in quanto si determina un miglioramento delle caratteristiche organolettiche del vino, allungandone la capacità di invecchiamento.

#### Consorzio Vino Chianti

Fondato nel 1927

Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE  
Tel. 055 333600 - Fax 055 333601  
E-mail: [info@consorziovinochianti.it](mailto:info@consorziovinochianti.it)  
<http://www.consorziovinochianti.it>

#### L'Informatore del **CHIANTI**

MENSILE DI INFORMAZIONE TECNICA ECONOMICA VITIVINICOLA TRADIZIONE E CULTURA

del Consorzio Vino Chianti Fondato nel 1967

Direttore responsabile: Marco Alessandro Bani - Direzione, Redazione, Impaginazione, amministrazione:  
Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE - Tel. 055 333600 - Fax 055 333601  
E-mail: [info@consorziovinochianti.it](mailto:info@consorziovinochianti.it) - <http://www.consorziovinochianti.it>  
Stampa: ST.G.R.

Registro Tribunale di Firenze - n. 1810 - 16/02/1967