

# L'INFORMATORE AGRARIO

[www.informatoreagrario.it](http://www.informatoreagrario.it)



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.p.A. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

• AL VIA UN CAPITOLO IMPORTANTE DELL'OCM

# Come promuovere i vini nei Paesi terzi

Un decreto ha stabilito le modalità per ottenere i notevoli finanziamenti a disposizione. Tempi strettissimi per accedere ai fondi stanziati per la campagna 2008-2009

di Palma Esposito

**A** seguito all'emanazione del decreto ministeriale di imminente pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*, sono stati attivati anche in Italia gli aiuti a sostegno della «promozione dei vini nei Paesi terzi» previsti nella nuova ocm vino.

Il nostro Paese vi ha destinato una parte notevole del proprio budget complessivo (*tabella 1*), arrivando a regime a riservare più del 30% delle risorse disponibili.

La gestione della misura è sia nazionale che regionale, con una ripartizione delle risorse rispettivamente al 30 e al 70%.

La quota regionale è a sua volta suddivisa fra le Regioni in base a un criterio sostanzialmente storico, anche se le Amministrazioni regionali hanno la possibilità di incrementare il budget assegnato utilizzando le economie realizzate nelle altre misure ammesse dal regolamento Ce n. 479/2008. La nuova revisione dei fondi per la campagna in corso è stata già effettuata (*tabella 2*).

Le iniziative promozionali possono essere rivolte solo ai vini dop, igr, ai vini spumante

**TABELLA 1 - Budget nazionale per promuovere i vini nei Paesi terzi**

Anno	Fondi (euro)
2009	7.000.000
2010	35.015.687
2011	48.444.438
2012	82.380.817
2013	102.164.449
2014 e seguenti	102.259.267

A regime, il budget per la promozione del vino italiano assorbirà più del 30% delle risorse disponibili.

di qualità e ai vini spumante di qualità aromatico e, dal 2009-2010, anche ai vini varietali, ma non in via esclusiva.

Sarà possibile ottenere finanziamenti per le azioni di promozione e pubblicità attraverso stampa e televisione, per la partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale, per la creazione di campagne informative e promozionali da attuarsi presso la gdo e la ristorazione, ma anche, tra l'altro, per l'attivazione di siti Internet, l'organizzazione di degustazioni guidate e di incontri con operatori dei Paesi terzi.

Un elemento innovativo molto apprezzato dalle imprese è legato alla possibilità di promuovere anche i marchi aziendali e non solo quelli collettivi.

Il contributo è garantito in cofinanziamento per un massimo del 50% per tutti i beneficiari, a eccezione delle grandi aziende per le quali il contributo scende al 30%.

I produttori di vino e le associazioni, anche temporanee, di impresa sono i principali beneficiari individuati per la misura insieme alle organizzazioni professionali e interprofessionali (consigli interprofessionali, consorzi e loro associazioni e federazioni) e agli enti pubblici con comprovata esperienza nel mondo del vino e della promozione, anche se non come beneficiari unici.

È data facoltà a tali soggetti di affidare la gestione dell'attività di promozione a organizzazioni interprofessionali, consorzi, soggetti privati e organismi pubblici.

## Condizioni di accesso

Al fine di verificare che le imprese abbiano capacità sufficiente per far fronte alle specifiche esigenze del commercio con i Paesi terzi e posseggano le risorse necessarie per garantire l'applicazione più efficace possibile della misura, il Ministero delle politiche agricole ha regolato le condizioni di accesso delle imprese e ha stabilito dei costi minimi complessivi per Paese.

Di fatto, per l'anno 2008-2009 le aziende vitivinicole o le associazioni possono richiedere fondi a condizione che confezionino il 25% della produzione, o imbottiglino 300.000 bottiglie ed esportino il 10% della propria produzione, per progetti di promozione dal costo minimo complessivo di 100.000 euro.



Dal 2009-2010 i valori passano a 600.000 bottiglie e a un'esportazione del 15% della produzione per progetti dal costo complessivo minimo di 300.000 euro e poi dal 2011-2012 di 500.000 euro.

Sulla base delle indicazioni derivanti dall'ocm, le disposizioni nazionali assegnano una preferenza alle micro, piccole e medie imprese, così come definite dalla raccomandazione 2003/361/Ce.

Una media impresa è definita come un'impresa il cui organico sia inferiore a 250 persone e il cui fatturato non superi 50 milioni di euro o il cui totale di bilancio annuale non sia superiore a 43 milioni di euro.

Una piccola impresa è definita come un'impresa il cui organico sia inferiore a 50 persone e il cui fatturato o il totale del bilancio annuale non superi 10 milioni di euro.

**TABELLA 2 - Ripartizione regionale dei fondi (euro) per la promozione dei vini della campagna 2008-2009**

Regione	Fondi (euro)
Piemonte	344.364,99
Valle d'Aosta	1.488,82
Lombardia	143.496,34
Prov. Aut. Bolzano	0
Prov. Aut. Trento	0
Veneto	772.794,09
Friuli Venezia Giulia	122.760,9
Liguria	73.302,25
Emilia-Romagna	2.500.000,00
Toscana	254.668,14
Umbria	1.333.009,47
Marche	696.455,52
Lazio	1.001.283,73
Abruzzo	427.207,75
Molise	22.069,64
Campania	87.308,91
Puglia	847.578,41
Basilicata	6.985,60
Calabria	9.583,48
Sicilia	617.055,12
Sardegna	0
<b>Totale</b>	<b>9.261.413,16</b>

Una microimpresa è definita come un'impresa il cui organico sia inferiore a 10 persone e il cui fatturato o il totale di bilancio annuale non superi 2 milioni di euro.

Di fatto fra le indicazioni per la valutazione dei progetti a valere sui fondi nazionali è previsto che sia data priorità ai progetti presentati da associazioni temporanee di impresa costituite da almeno tre imprese classificabili come medie imprese e altre classificabili come micro o piccole imprese; inoltre per le micro, piccole o medie imprese il costo complessivo minimo per progetto per Paese può essere ridotto del 20%.

### Valutazione dei progetti

Molto delicata sarà anche la preparazione della griglia di valutazione dei progetti: il regolamento comunitario prevede che le domande siano valutate in base alla coerenza delle strategie proposte con gli obiettivi fissati, in base alla qualità delle azioni, all'impatto in termini di sviluppo della domanda dei relativi prodotti. Non sembra però che tali criteri siano stati ben definiti nel decreto; il criterio di preferenza adottato favorisce, in realtà, i progetti che chiedono un contributo inferiore almeno del 5% rispetto a quello massimo concedibile in ordine decrescente di intensità percentuale della riduzione.

La tendenza dei beneficiari potrebbe essere quella di ribassare le richieste per avere maggiori possibilità, ma allo stesso tempo si darebbero maggiori possibilità di approvazione ai progetti presentati da beneficiari che hanno meno bisogno di sostegno comunitario.

I progetti a valere sui fondi regionali sono regolati dalle disposizioni adottate dalle Regioni con propri bandi. Sostanzialmente tali bandi dovrebbero riprendere le disposizioni nazionali, anche se potrebbero essere inserite eventualmente differenziazioni e limitazioni sulle azioni ammissibili, sui Paesi di destinazione, sui beneficiari e sui soggetti attuatori e, tra l'altro, anche sulla griglia dei punteggi di valutazione.

La tempistica, almeno per il primo anno è strettissima: per il 2008-2009 i progetti devono essere presentati entro 20 giorni dalla pubblicazione in *Gazzetta Ufficiale*.

I progetti a valere sui fondi nazionali si presentano ad Agea e in copia al Mipaaf, mentre quelli a valere sui fondi regionali si presentano alle Regioni e ad Agea e in copia al Mipaaf.

Agea dovrebbe stipulare i contratti entro il 30-7-2009 e, comunque, le iniziative previste dai progetti approvati dovranno essere effettuate entro il 31-12-2009.

● **Palma Esposito**

● Nominata Michela Vittoria Brambilla

# Il Governo ripropone il ministro del turismo

La neoministro punta al rilancio del turismo enogastronomico in stretta collaborazione con il Ministero delle politiche agricole, ma esclude l'agriturismo dai «buoni vacanze»

di **Giorgio Lo Surdo**

**F**ino a qualche anno fa il mondo agricolo non si interessava più di tanto alle vicende di governo del turismo. Oggi, invece, anche grazie all'affermazione dell'agriturismo ci si rende finalmente conto di quanto il turismo (enogastronomico, naturalistico, rurale) aiuti il mercato dei prodotti agricoli, in particolare di quelli a denominazione d'origine, tradizionali, di qualità.

Non è quindi di poco conto, per l'agricoltura, la recente nomina di Michela Vittoria Brambilla a ministro del turismo. Un segnale, sia pur ancora «limitato», dell'attenzione che il Governo intende riservare all'industria delle vacanze, accreditata di un fatturato di 90 miliardi di euro che con l'indotto arriverebbe a 160 miliardi (11% del pil nazionale). Di questi, 9 miliardi sono attribuiti al turismo nei parchi, 2,5 al turismo enogastronomico e 1,1 all'agriturismo. Ma bisogna considerare che fra i settori citati si registrano inevitabili sovrapposizioni.

Dicevamo che si tratta di un segnale «limitato». In effetti, dopo l'abolizione del Ministero del turismo e dello spettacolo, sancita dall'esito del referendum del 5-4-1993, le competenze in materia di turismo sono state affidate al Ministero dell'industria (in seguito, delle attività produttive e poi dello sviluppo economico) e, da luglio 2006, alla presidenza del Consiglio dei ministri con l'istituzione di un apposito Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo, presieduto da un sottosegretario. Ora il sottosegretario è stato

promosso ministro: è senza portafoglio, non guida un vero e proprio Ministero (resta il Dipartimento), ma fa parte del Consiglio dei ministri e può quindi partecipare più efficacemente alle scelte del Governo.

La prima uscita della neoministro interessa da vicino il mondo dell'agricoltura. Riguarda infatti l'istituzione della «Commissione per la promozione e il sostegno del turismo enogastronomico» di cui è presidente onorario il noto gastronomo Gualtiero Marchesi e coordinatore il giornalista Pierluigi Ronchetti. Brambilla ha annunciato una stretta collaborazione con il ministro delle politiche agricole, alimentari e forestali, Luca Zaia, per stabilire una efficace sinergia fra agricoltura e turismo.

### Formazione all'ospitalità

Altro tema recentemente affrontato dal ministro Brambilla è quello della formazione professionale degli addetti nel settore turistico, con la costituzione di un «Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità», attraverso il quale intende stabilire una

più stretta coerenza fra le necessità professionali delle imprese e i programmi formativi degli istituti tecnici e professionali, e dell'università. Non sarebbe male che si desse agli studenti una preparazione meno «convenzionale», più attenta a valorizzare le peculiarità territoriali, i prodotti tipici dell'agricoltura e le risorse agrituristiche.

Da segnalare, infine, il progetto per l'assegnazione alle famiglie a basso reddito dei cosiddetti «buoni vacanze», che contribuiscono all'abbattimento delle spese

di soggiorno turistico (esclusa l'alta stagione) con uno stanziamento complessivo di 5 milioni di euro. Ma nel decreto di attuazione del progetto, inspiegabilmente, si precisa che l'intervento riguarda i settori del turismo balneare, montano e termale. Sembrerebbe dunque che ne sia escluso l'agriturismo, e in generale il turismo rurale, almeno per ciò che riguarda l'offerta non riconducibile alle tre localizzazioni precedentemente citate. E, francamente, non se ne comprende il motivo.



**Michela Vittoria Brambilla, ministro del turismo**