Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: *l'Europa investe nelle zone rurali*

Unione Europea

Assessorato Agricoltura

PSR 14-20 Campania

25 febbraio
2016

L'IRPINIA DEL VINO

tra mercato locale e mercato globale

Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: *l'Europa investe nelle zone rurali*

Unione Europea

Assessorato Agricoltura

PSR 14-20 Campania

L'IRPINIA DEL VINO

tra mercato locale e mercato globale

25 febbraio 2016

Claudio Ansanelli

"Strategie e strumenti di sviluppo per le aziende vitivinicole – il ruolo della Regione Campania"

Un altro convegno, ma non se ne fanno già troppi?

Stamattina ci occuperemo fondamentalmente di promozione del vino irpino sui mercati. Perché? Ovvio, perché pensiamo ce ne sia bisogno

Perciò oggi parleremo:

- degli strumenti di aggregazione essenziali per proporsi stabilmente sui mercati, in particolare quelli internazionali;
- del *caso* Consorzio di Tutela del Sannio;
- del *caso* Consorzio di Tutela Vini d'Irpinia;
- delle azioni per la promozione;
- dei finanziamenti per l'internazionalizzazione delle imprese;
- di territori come fattore di aggregazione e collaborazione;
- di mercato futuro, di nuove sfide e strategie, di competitività delle PMI.

L'Irpinia del Vino lavora sulla qualità del prodotto

QUALITA' ECCELLENTE

3 DOCG (Taurasi, Fiano, Greco di Tufo)
19 Tipologie DOC Irpinia e IGP

Ottime conoscenze e competenze degli operatori sui processi produttivi e sulle innovazioni di prodotto e di processo;
Facoltà di Agraria – Corso in Scienze Viticole ed Enologiche
Istituto Agrario specializzato in viticoltura ed enologia

6.000 ettari di superficie vitata
Quasi 200 cantine e migliaia di viticoltori
14 milioni di bottiglie prodotte
Comparto di punta nell'economia irpinia
Migliaia di addetti nella filiera

L'Irpinia del vino sfrutta il suo potenziale produttivo di qualità?

Superficie (ha)
- da schedario 6.000
- idonea 4.000
- rivendicata 1.900

Vino DOP	Superficie idonea (ha)	**Sup. rivendicata (ha)**	**Rivendicata/ Idonea (%)**	**Uva rivendicata q.li**	Resa (q.li/ha)	**Vino Ottenibile hl**
Fiano di Avellino	526	401	76	24.427	61	17.091
Greco di Tufo	738	667	90	44.940	67	31.458
Taurasi	851	396	46	24.917	63	17.441
Irpinia	1543	366	23	24.471	67	17.113
TOTALE	**3658**	**1.830**	**50**	**118.755**	**65**	**83.103**

L'Irpinia del vino lavora sulla qualità del prodotto

In termini di vigneto e di cantina

Vigneto, prendiamo il 2015

Piano Nazionale Vitivinicolo

Assegnati alla Campania 7,6 Milioni di euro per 4 azioni.

Per i nuovi vigneti sono state pagati contributi per 6,5 milioni di euro. Ad Avellino 1,9 Meuro

Investimenti in macchine, attrezzature e cantine, i 7 anni del PSR per la provincia di Avellino

Misura 121

121 istanze ammesse, 37 Meuro di spesa, 18 milioni di contributo

Cluster 112- 121

51 istanze ammesse, 8,5 Meuro di spesa, 6 milioni tra premio e contributo

Quindi **45** milioni di euro per investimenti (24 Meuro contributi)

L'Irpinia del vino lavora poco sulla promozione del prodotto

Prendiamo il 2015

Piano Nazionale Vitivinicolo

Assegnati alla Campania **7,6** Milioni di euro per 4 azioni.

Per la promozione Paesi Terzi spesi **0,85** milioni di euro (per i nuovi vigneti erano arrivate domande per 9,5 milioni di euro)

Avellino spesi 0,22 milioni di euro (per i nuovi vigneti spesi 1,9 milioni di euro)

Prendiamo il PSR per la provincia di Avellino, in 7 anni sono stati spesi in promozione del vino (Misura 133) euro **0**.

(Investimenti in macchine, attrezzature e cantine **45** milioni di euro – In vigneti di qualità, RRV quasi **10** milioni)

Quanto dovrebbe spendere un'impresa in promozione per competere sui mercati?

L'Irpinia del vino lavora poco sulla promozione del prodotto

Torniamo al 2015 e al Piano Nazionale Vitivinicolo (OCM Vino)
Cosa fanno le altre regioni?

Regione	Assegnato (Meuro)	Utilizzato in promozione	Utilizzato/Assegnato (%)	Proiezione export vino 2015 (Meuro)
Piemonte	22,5	9,8	44	1.000
Friuli	9,1	3,3	36	100
Umbria	6,5	1,6	25	29
Marche	7,6	1,7	22	50
Campania	7,6	0,85	**11**	**43**

L'Irpinia del vino lavora poco sulla promozione del prodotto

La competizione sui mercati esteri è feroce (lo vedremo dalle relazioni successive) eppure si investe poco

- Tante aziende di piccole dimensioni, offerta molto frammentata (solo 3,1% di cantine cooperative, il 24,1% di cantine trasformatrici e ben il 72,8% di cantine agricole);
- Mancanza di economie di scala;
- Scarsa valorizzazione del binomio Vino e Territorio a differenza di altri Vini
- Tradizionale orientamento al prodotto e non al mercato;
- Mancanza di forme di aggregazione (consorzi, reti, cooperative) e cultura aziendale poco orientata ai concetti di rete e di filiera
- Scarsa presenza in ambito locale di imprese di servizio capaci di proporsi ai produttori

Conseguenze (tanto per dirne una) **38 ha** di vigneto Irpino che ci salutano

Strumenti per crescere all'estero

- Aggregarsi per essere visibili, competitivi ed economici
- Puntare sul binomio "Irpinia e Vino" per essere riconoscibili e attrattivi (es. Enoturismo, Promozione del Territorio, Strade del Vino e Marchio Unico Irpinia)
- Conoscere e Utilizzare gli strumenti di promozione e finanziamento per l'internazionalizzazione (Regione Campania, ICE, Simest, ecc.)

Il ruolo della Regione

- Le attività di promozione con i fondi regionali
- Le attività con i fondi europei dell'OCM
- Le attività con i fondi europei del PSR 2014-2020

Il ruolo della Regione con i fondi europei dell'OCM

La promozione del vino sui mercati dei Paesi Terzi

Riguarda vini DOP, IGP, vini varietali e vini spumanti di qualità

Soggetti ammessi: Organizzazioni professionali, Consorzi di tutela, Organizzazioni di produttori, Produttori di vino, Associazioni anche temporanee di impresa e di scopo, Soggetto pubblico con comprovata esperienza nel settore della promozione

Requisiti

OO.PP. e Consorzi di tutela: rappresentatività della produzione regionale, minimo hl 30.000,00

Organizzazioni di produttori, produttori di vino e Associazioni di Impresa: almeno 300.000 bottiglie prodotte e una percentuale di esportazione di almeno il 5% del prodotto

Il ruolo della Regione con i fondi europei del PSR

M 01Trasferimento di conoscenze e azioni di informazione

M 3.1.1 Sostegno alla nuova adesione ai regimi di qualità

M 4.1.1 Supporto per gli investimenti nelle Aziende agricole

M 4.1.2 Investimenti per il ricambio generazionale nelle aziende agricole e l'inserimento dei giovani agricoltori qualificati

M 4.2.1 Trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli nelle aziende agro-industriali ("Promuovere l'organizzazione della filiera alimentare, comprese la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti agricoli,…….)

M 6.1.1 Riconoscimento del premio per i giovani agricoltori che per la prima volta si insediano come capo azienda agricola

M 6.4.1 Creazione e sviluppo della diversificazione delle imprese agricole

M.9.1.1 Costituzione di associazioni e organizzazioni di produttori nei settori agricolo e forestale

M16 Cooperazione

Altre Misure di supporto indiretto alla filiera

Il ruolo della Regione con i fondi europei del PSR

M 3.2.1 Sostegno per attività di informazione e promozione svolte da associazioni di produttori nel mercato interno relative ai prodotti rientranti in un regime di qualità

Spese ammissibili:

Materiale informativo e promozionale, prodotti multimediali, applicazioni informatiche, immagini fotografiche e video, siti web, gadgets e oggettistica, spazi pubblicitari e servizi radio-televisivi, organizzazione realizzazione di fiere, seminari divulgativi, partecipazione a fiere, mostre, esposizioni, realizzazione di campagne ed eventi promozionali, incluse le attività svolte nei punti vendita e nel canale HoReCa, spese generali (max 5%).

Le condizioni per partecipare:

- azioni di informazione e promozione riguardanti i prodotti agricoli e alimentari che rientrano tra i regimi di qualità di cui all'articolo 16 (1) del reg. (UE) n. 1305/2013 e che sono elencati nei bandi della sotto-misura 3.1

- associazioni di produttori con un numero di operatori che rappresentino una determinata percentuale di prodotto.

Spesa ammissibile per progetto e' compresa fra un minimo di 30.000 € e un massimo di 700.000 €