



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



REGIONE CAMPANIA  
Assessorato Agricoltura



PSR 14-20  
Campania

25 febbraio  
2016

# L'IRPINIA DEL VINO

tra mercato locale e mercato globale

**L'IRPINIA DEL VINO**  
tra mercato locale e mercato globale



## **Libero Rillo**

**Il ruolo e l'esperienza del Sannio Consorzio Tutela Vini di Benevento nello sviluppo di politiche di marchio, attraverso gli strumenti strategici della valorizzazione e promozione, della tutela e vigilanza.**

**L'IRPINIA DEL VINO**

tra mercato locale e mercato globale



## Chi siamo

Rappresentatività delle produzioni dei soci, a DO e IG tutelate :

Aglianico del Taburno DOCG = 78 %

Sannio DOP = 97 %

Falanghina del Sannio DOP = 83 %

Benevento o Beneventano IGP = 67 %





## **Cosa facciamo**

Sviluppo di politiche di marchio (azioni collettive) per vini a DO e IG tutelati, con l'obiettivo di qualificare l'offerta attraverso la valorizzazione delle loro qualità peculiari, derivanti dall'aree geografiche di origine e dall'impiego di determinati fattori e/o metodi di produzione.

**L'IRPINIA DEL VINO**  
tra mercato locale e mercato globale



## **Come lo facciamo**

Utilizzo degli strumenti strategici  
della valorizzazione e promozione, della tutela e vigilanza.  
(gestione contrassegni di Stato)

**L'IRPINIA DEL VINO**  
tra mercato locale e mercato globale



## **Perché lo facciamo**

La capacità di attuare politiche di valorizzazione dell'offerta attraverso una politica di marca è solitamente appannaggio delle grandi imprese. La politica di marca necessita infatti di grandi risorse e capacità manageriali.

**L'IRPINIA DEL VINO**  
tra mercato locale e mercato globale



## **Perché lo facciamo**

Nel nostro sistema vitivinicolo è numericamente rilevante la presenza di piccole e medie imprese agricole fortemente radicate nel territorio. Per queste imprese risulta difficile attuare individualmente una politica di marca.





## Perché lo facciamo

Inoltre, per le imprese che operano nella valorizzazione dei prodotti a denominazione controllata e indicazione tipica, le caratteristiche peculiari dell'offerta rappresentano **un patrimonio comune** ad altre imprese, con le quali **va condiviso**.

In questo contesto diviene importante sviluppare politiche di marchio comuni.



**L'IRPINIA DEL VINO**  
tra mercato locale e mercato globale



## Perché lo facciamo

Le politiche di marchio acquisiscono particolare rilievo nell'attuale fase economica caratterizzata dalla crescente globalizzazione dei mercati mondiali favorita dagli accordi del libero scambio.



## **Qualità e politiche di marchio**

L'attività di gestione della qualità che la politica di marchio deve svolgere, necessita della definizione dei disciplinari di produzione che fissano le caratteristiche dei prodotti e del processo di produzione. A tal fine è necessario assicurare che i disciplinari siano caratterizzati da una adeguata flessibilità che garantisca il progressivo aggiustamento delle caratteristiche alla continua evoluzione di gusti ed attitudini dei consumatori e/o alle esigenze di nuovi mercati.

**L'IRPINIA DEL VINO**

tra mercato locale e mercato globale



## **Controllo # Vigilanza**

Non esiste valorizzazione senza controllo (Ente terzo) e vigilanza nella fase del commercio (Consorzio di tutela)



## La promozione

Fondamentale fattore di successo della politica di marchio, costituisce lo strumento necessario per comunicare tra i consumatori esistenti e potenziali, le informazioni relative alle caratteristiche dei prodotti contrassegnati dal marchio



**L'IRPINIA DEL VINO**

tra mercato locale e mercato globale



## **Le denominazioni**

Bisogna pensare come in prospettiva le denominazioni, che sono qualcosa che unisce un territorio e dei produttori con delle caratteristiche simili, con una loro genesi e una loro logica, possano tornare ad avere un valore determinante.



## Le denominazioni

Le denominazioni, hanno una doppia valenza: garantiscono l'origine di un certo tipo di prodotto fatto in un certo modo e dall'altra hanno una valenza informativa, di comunicazione

**L'IRPINIA DEL VINO**  
tra mercato locale e mercato globale



## **Le denominazioni**

Se su questo campo il Consorzio svolge un ruolo efficace, si supera il nostro problema più grosso che è quello della frammentazione.

**L'IRPINIA DEL VINO**  
tra mercato locale e mercato globale



**Grazie per l'attenzione**

Libero Rillo | presidente Sannio Consorzio Tutela Vini

*SannioDop.it | [consorzio@sanniodop.it](mailto:consorzio@sanniodop.it) |*

*Twitter > @SannioDop | Facebook > Sanniodop | YouTube > Sanniodop | Instagram > SannioDop*