

20 Mag 2020

Vino: la filiera scrive a Emiliano, assenti le misure per far ripartire la promozione

G.d.O.

A filiera del vino italiano scrive al coordinatore della Commissione Politiche agricole della Conferenza delle Regioni, Michele Emiliano e agli assessori regionali all'Agricoltura per protestare per l'assenza di un decreto sulla promozione all'estero del vino dall'ordine del giorno della prossima Conferenza Stato Regioni. E' una dura presa di posizione, quella di Confagricoltura, Cia, Alleanza delle Cooperative italiane e Assoenologi per protestare per le mancate modifiche al decreto promozione (che detta le regole per usufruire del ricco budget da oltre 100 milioni di euro l'anno per la promozione all'estero). Le attuali norme (ovvero il decreto ministeriale n. 3893 del 2019) – scrivono le associazioni della filiera – in assenza di correttivi, semplificazioni e maggiori flessibilità non consentono la realizzazione dei progetti promozionali.

In particolare le richieste della filiera riguardavano la sterilizzazione delle penalizzazioni previste dall'articolo 17 del decreto (che prevedono l'esclusione dai progetti promozione per i due anni successivi a carico di coloro che non sottoscrivono il contratto in seguito alla pubblicazione della graduatoria; abbandonano in corso d'opera il progetto; presentano una rendicontazione inferiore all'80% del costo del progetto).

Ma da parte dei rappresentanti della filiera vitivinicola erano state avanzate anche alcune importanti richieste in termini di maggiore flessibilità nel cambiamento delle azioni previste dai programmi che nelle attuali condizioni risultano difficili da realizzare "sia per motivi logistici, sia per la riprogrammazione o l'annullamento di eventi già calendarizzati (cambio location, mercato, tipologia di azione).

Sulla base delle difficoltà legate all'emergenza – segnalano dalla filiera – le aziende si sono strutturate per realizzare le attività promozionali anche con modalità alternative promuovendo degustazioni sul web. Nuove modalità che però non trovano al momento collocazione all'interno dei progetti e i relativi costi non possono essere coperti dai finanziamenti. Come non sono contemplati i costi ad esempio per la spedizione dei vini necessari per le degustazioni, quelli per il personale con incarichi di *brand ambassador*, o ancora gli investimenti legati al rinnovamento delle proprie tecnologie (sistemi di videoconferenza, sistemi di e-learning).

E ancora "Data la situazione – aggiungono Alleanza Coop, Assoenologi, Cia e Confagricoltura – che al momento rende impossibile la realizzazione di attività a forte socializzazione, inoltre, sarebbe opportuno eliminare i vincoli (5% dell'ammontare complessivo delle azioni) previsti per le attività di PR e marketing expertise che al momento paiono essere quelle più facilmente realizzabili dalle aziende per presidiare i mercati".

Ma soprattutto si richiede che le variazioni tra le sub azioni vengano sempre consentite anche se si tratta di sub azioni non previste a progetto senza che questo comporti una ulteriore e preliminare richiesta autorizzativa. Viene chiesta flessibilità per chi aveva proposto investimenti su diversi paesi target di comprenderne di nuovi rimodulandoli rispetto a paesi sui quali i progetti non si riescono ad effettuare o anche la possibilità di spostare budget tra i diversi paesi obiettivo. E si richiede che le variazioni possano essere effettuate senza particolari limiti temporali. A proposito del calendario viene poi richiesto che le attività dei progetti 2019/20 possano essere realizzate fino a marzo 2021, per cercare in questo modo di recuperare le attività che non si sono potute realizzare nei mesi di gennaio, febbraio e marzo contrassegnati dalla fase acuta della pandemia.