lavori in corso

IN CALCE AL CONVEGNO DI CALDERINO

Quando il vino promuove agricoltura e territorio

Fabrizio Binacchi
GIORNALISTA RAI,
GIÀ CONDUTTORE DI LINEA VERDE
E TGR AGRICOLTURA

Il vino, più di ogni altro prodotto, ha la capacità di richiamare ricordi e sensazioni legati a un territorio, al suo paesaggio, alle sue tradizioni, divenendo così un fattore trainante per la promozione di intere regioni. Se a questo potere evocativo si aggiungono l’inventiva e l’estro femminili può compiersi un autentico miracolo commerciale, come è emerso in occasione dell’annuale appuntamento bolognese sul marketing del vino.

Non c’è prodotto agricolo più evocativo del vino.
Evocativo di una storia, di un territorio, di una emozione, di una visione della vita, di una tradizione, di un costume. S’è capito, da 25-30 anni, che col vino buono si poteva fare turismo e promozione del territorio. Coinvolgendo miele e formaggi, ortaggi e frutta, prosciutti e salumi. E molti nostri produttori italiani hanno sviluppato carriere e fortune su questa combinazione: vino, qualità, marketing, territorio. Le denominazioni e le indicazioni geografiche hanno fatto il resto aiutando il settore a primeggiare nell’agricoltura italiana e a competere nei mercati mondiali anche con prodotti che fan paura ai francesi. Il vino aiuta a riconoscere e a ricordare un territorio, una tradizione, una famiglia, un sapore.

La forza delle emozioni

È vero che anche altri prodotti agricoli hanno imboccato questa strada blindando il concetto della qualità nell’alveo della territorialità, pensiamo al pomodoro di Pachino, al cappero di Pantelleria, all’asparago di Altedo o di Bassano, ai fiori di Pescia, per “zappingare” da una merceologia all’altra. Ma è pur vero che solo il prodotto vino è in grado di far scattare quelle sublimazioni emozionali e quei richiami di consumo che lo rendono immediatamente identificabile col suo territorio, con le sue colline di coltivazioni, con i suoi casali di raccolta e con le sue cantine di lavorazione.
Facciamo qualche prova orale-olfattiva. Solo a pronunciare o leggere queste parole seguenti possiamo mettere in azione palato, ricordi profumi. Morellino di Scansano, Brunello di Montalcino, Aglianico del Vulture, Primitivo di Manduria, Pignoletto dei Colli Bolognesi, Nobile di Montepulciano, Rosato dei Colli Morenici del Garda, solo per fare qualche stra-conosciuto esempio. La strada è stata giusta. Perché il vino ha promosso tutta l’agricoltura e il territorio, contagiando l’interesse per altri prodotti come ortaggi, formaggi, oli, salumi. Una filiera del consumo intersettoriale della qualità territoriale, che in questi ultimi decenni ha anche cambiato il modo di fare turismo.
E in questo contesto l’Emilia Romagna con le proprie articolazioni amministrative, a cominciare dagli assessorati provinciali all’agricoltura, ha aiutato e innescato un processo di riconoscimento allargato e di inclusione intelligente. E cioè: sulla scia dei vini e dei nomi più conosciuti si consolida lo sforzo di allargare lo sguardo a produzioni meno note e blasonate per moltiplicare l’effetto di mercato e far scattare l’inserimento di altre etichette territoriali nella grande giostra del businessdel vino. Anche su questo fronte l’Emilia Romagna fa da regione di cerniera tra un Centro - Toscana, Umbria, Marche, regioni che vantano tantissime etichette internazionalmente prestigiose - e un Nord che ha pure tante eccellenze - pensiamo al Piemonte e alla Valle d’Aosta ma anche a Lombardia, Trentino - Alto Adige, Friuli e Veneto - ma che forse non fa abbastanza nell’investimento in rete come realizzato invece dai circuiti toscani.

Ocm vitivinicola: le proposte in discussione

La Commissione europea ha da poco accolto la proposta di riforma dell’organizzazione comune del mercato vitivinicolo,
con un volume di risorse disponibili pari a 1,3 miliardi di euro. Fra i principali interventi di seguito elencati – sui quali il dibattito è ancora in corso – si segnalano le misure di promozione del vino nei paesi terzi e, all’interno dell’Ue, le iniziative di
informazione rivolte al consumatore.

- Soppressione immediata di tutte le misure di sostegno del mercato dimostratesi inefficaci, come i vari aiuti per la distillazione, il magazzinaggio privato e le restituzioni all'esportazione.
- Proibizione dell'aggiunta di zucchero per arricchire il vino ed eliminazione dell'aiuto per l'utilizzazione di mosti per l'arricchimento, che era stato istituito per compensare il costo superiore del mosto rispetto allo zucchero.
- Sostituzione della distillazione di crisi con due misure di gestione delle crisi, finanziate a partire da dotazioni finanziarie nazionali.

Una parte più cospicua di risorse andrà a finanziare la promozione dei vini europei, in particolare sui mercati dei paesi terzi.

- Mantenimento in vigore, per un periodo transitorio di cinque anni, delle restrizioni agli impianti mentre i produttori non competitivi avranno la possibilità di abbandonare il settore con un aiuto finanziario interessante. Dopo il 2013 verranno abolite le restrizioni agli impianti per permettere ai produttori competitivi di espandere la produzione, se lo desiderano.
- Semplificazione delle regole in materia di etichettatura, incentrando il concetto di qualità sull’origine geografica: saranno individuativini a indicazione geografica protetta (Igp) e vini a denominazione di origine protetta (Dop).
- Assegnazione agli Stati membri di una dotazione finanziaria nazionale affinchè essi possano scegliere all'interno di una gammadi misure quelle più adatte alle situazioni locali.
- Trasferimento di maggiori risorse allo sviluppo rurale per finanziare misure come l'insediamento dei giovani viticoltori e la protezionedell'ambiente, estendendo l’applicazione delle norme previste dalla condizionalità a tutte le superfici vitate ammesseal pagamento unico.
- Rafforzamento della politica di promozione e informazione, destinando a tal fine quasi il 10% del budget totale riservato al comparto. Le misure di promozione al di fuori della Comunità saranno cofinanziate al 50% dall'Ue, mentre le campagne di informazione all'interno dell'Unione europea sui vini a indicazione geografica e sul consumo responsabile e moderato di vino al 60%.

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA DI BOLOGNA
Camera dell'Economia

Notizie dal mondo delle imprese

Mutui facilitati per le aziende bolognesi

Contributi per l'abbattimento degli interessi sono destinati alle aziende agricole che accendano mutui per investimenti con varie finalità: ridurre i costi di produzione, convertire o migliorare l'attività, tutelare il benessere degli animali, ecc.

Aiutare le piccole e medie imprese bolognesi nelle operazioni di finanziamento, abbattendo il costo degli interessi: è questo il primo obiettivo dei contributi previsti anche quest'anno dalla Camera di Commercio.
Da quest'anno a questa finalità se ne aggiunge un'altra: aiutare le imprese a rinegoziare i mutui allungandone la durata. La Camera di Commercio ha infatti previsto fondi destinati esclusivamente ad abbattere gli interessi passivi per investimenti legati all'attività aziendale.
Si rivolge quindi a tutte le micro, piccole e medie imprese di Bologna. In provincia, infatti, i tassi di interesse sui finanziamenti sono mediamente fra i più bassi d'Italia. Merito di una piazza estremamente concorrenziale, ma anche dell'attività dei Consorzi Fidi e delle Cooperative Artigiane di Garanzia. Laddove questi organismi non sono presenti, o non sono sostenuti adeguatamente dalle Camere di Commercio, i mutui per le imprese sono più costosi.
La Camera di Commercio di Bologna ha un rapporto di collaborazione molto stretto con i Consorzi Fidi e le Cooperative Artigiane di Garanzia: negli ultimi 5 anni sono stati 308,5 i milioni di euro di investimenti effettuati in provincia grazie ai contributi messi a disposizione dalla Camera di Commercio per l'abbattimento degli interessi, contributi di cui hanno beneficiato 6.700 imprese. Le relative pratiche di finanziamento sono state seguite dai Consorzi Fidi, e i contributi sono stati messi a disposizione, e in questi ultimi anni anche erogati direttamente, da Piazza della Mercanzia.
I Consorzi Fidi e le Cooperative di Garanzia non hanno scopo di lucro e, oltre a seguire le pratiche di finanziamento in relazione ai contributi della Camera di Commercio, prestano garanzie sui prestiti concessi alle imprese dagli istituti di credito convenzionati. Grazie a questo servizio le imprese non devono produrre alla banca con cui stipulano un mutuo garanzie reali o personali per la parte di prestito garantita dal Confidi.
I fondi della Camera di Commercio per abbassare i costi degli interessi passivi sono destinati alle imprese che hanno la sede o un'unità locale nella provincia di Bologna e che sono in regola con il pagamento del diritto annuale di iscrizione alla Camera di Commercio.
I contributi per l'abbattimento interessi sono rivolti a tutte le aziende indipendentemente dal tipo di attività o di settore. Da quest'anno infatti, grazie ad una serie di modifiche intervenute nella legislazione europea, possono presentare domanda anche le aziende agricole che contraggono mutui per investimenti finalizzati alla riduzione dei costi di produzione, per migliorare e convertire l'attività, per innalzare il livello di qualità dei prodotti o per tutelare e migliorare l'ambiente, l'igiene il benessere degli animali.
Per evitare un'eccessiva polverizzazione dell'intervento, non verranno prese in considerazione richieste di contributi inferiori a 200 euro.

Su www.bo.camcom.it sono disponibili tutte le informazioni relative ai contributi della Camera di Commercio per l'accesso ordinario al credito.
Per altre informazioni: Area Promozione Economica e Internazionalizzazione, tel. 051.6093.516 e-mail: promozione@bo.camcom.it