

## OCM VINO “MISURA PROMOZIONE DEL VINO SUI MERCATI DEI PAESI TERZI”

La misura “Promozione del vino sui mercati dei paesi terzi” è stata introdotta dalla UE con l’intento di accrescere la competitività delle aziende vitivinicole europee incidendo sulla loro capacità di esportazione in un contesto economico reso difficile dalla concorrenza di nuovi paesi esportatori di vino che sono stati favoriti in questi anni da vantaggi consistenti dovuti al rafforzamento dell’euro rispetto al dollaro, da aree di libero mercato, accordi WTO tra paesi oltre a politiche di protezionismo che vengono attuate ai danni delle aziende europee.

In merito al programma nazionale di sostegno l’Italia ha individuato come propri obiettivi di medio lungo termine lo stimolo all’aggregazione tra aziende, per sopperire alla eccessiva frammentazione e sottodimensionamento del nostro comparto, all’esportazione sui mercati tradizionali ed emergenti sostenendo soprattutto i vini di qualità: Denominazioni di origine e indicazioni geografiche.

Infatti la scheda della misura comunicata dal Mipaaf alla UE contiene la seguente **strategia**:

Migliorare la competitività del settore, anche attraverso forme aggregative, per favorire la penetrazione dei prodotti vitivinicoli nazionali, sia nei paesi tradizionali acquirenti, sia all’interno dei nuovi mercati e/o di paesi emergenti. Valorizzare le produzioni a Denominazione di origine e Indicazione Geografica e particolari tipologie riconosciute di prodotto.

Le **azioni promozionali** sostenute dalla misura sono:

- azioni in materia di relazioni pubbliche, promozione e pubblicità, che mettano in rilievo gli elevati standard dei prodotti dell’Unione, in particolare in termini di qualità, sicurezza alimentare o ambiente;
- partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale;
- campagne di informazione, in particolare sui sistemi delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e della produzione biologica vigenti nell’Unione;
- studi per valutare i risultati delle azioni di informazione e promozione. La spesa per tale azione non supera il 3% dell’importo complessivo del progetto presentato.

Le **tipologie di vino** oggetto di sostegno sono:

- vini a denominazione di origine protetta;
- vini ad indicazione geografica protetta;
- vini spumanti di qualità;
- vini spumanti di qualità aromatici;
- vini con l’indicazione della varietà (I progetti non possono riguardare esclusivamente i vini varietali).

La percentuale di contribuzione pubblica è pari, al massimo, al 50% delle spese sostenute per realizzare il progetto, evidenziando un importante effetto incentivante della misura di stimolo agli investimenti privati.

I proponenti dei progetti promozionali possono essere le organizzazioni professionali, le organizzazioni di produttori, le organizzazioni interprofessionali, i consorzi di tutela, i produttori di vino singoli o associati in associazioni, consorzi, cooperative, Ati, Ats o reti di impresa.

Per ciascuna annualità il Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari emana delle Linee guida nazionali concordate con le Regioni in cui si prevede:

- il sostegno di progetti con valenza nazionale, ossia progetti che prevedono la promozione delle produzioni di almeno 3 Regioni con una riserva di fondi pari al 30% della dotazione annuale complessiva (circa 30 milioni di euro);
- il sostegno di progetti con valenza regionale, ossia progetti che prevedono la promozione delle produzioni della singola Regione, con una riserva di fondi a gestione regionale pari al 70% della dotazione annuale complessiva (circa 70 milioni di euro complessivo) ripartita tra le varie Regioni;
- la facoltà per le Regioni di attivare progetti multiregionali per la promozione delle produzioni di almeno 2 Regioni (progetti indispensabili per denominazioni interregionali o per aziende che hanno produzioni su più regioni), con una riserva di fondi pari a 3 milioni a carico della riserva nazionale e una riserva di pari importo a carico delle Regioni.