

Documento programmatico Settore VITIVINICOLO

“La cooperativa è un'associazione autonoma di persone unite volontariamente per soddisfare le loro aspirazioni e bisogni economici, sociali e culturali comuni attraverso la creazione di un'impresa di proprietà comune e democraticamente controllata. È, inoltre, basata sui valori dell'autosufficienza, dell'autoresponsabilità, della democrazia, dell'uguaglianza, dell'equità e della solidarietà. Nella tradizione dei loro fondatori, i soci delle cooperative credono nei valori etici dell'onestà, della trasparenza, della responsabilità sociale e dell'attenzione verso gli altri...”

Alleanza Cooperativa Internazionale, Dichiarazione di Identità Cooperativa

Premessa

Il settore vitivinicolo rappresenta un'eccellenza della cooperazione italiana, così come la cooperazione rappresenta una quota importante della produzione vinicola nazionale, attestandosi al 58% del vino prodotto.

Negli anni è stato continuo il percorso verso un innalzamento della qualità del prodotto cooperativo: sempre più vino imbottigliato e sempre più vino a denominazione d'origine ed a indicazione geografica.

Allo stesso tempo abbiamo assistito e assistiamo ad un percorso teso all'aggregazione tra cooperative: questo ha permesso a diverse cooperative dell'Alleanza di affermarsi sui mercati nazionali ed internazionali, fino a collocarsi ai primi posti delle classifiche delle aziende vitivinicole di maggiori dimensioni. Infatti, la necessità di investimenti importanti ha indotto i nostri soci viticoltori che conducono appezzamenti a vigneto, che mediamente non superano i due ettari, ad associarsi in cooperativa e, successivamente, le cooperative ad unirsi tra di loro, per dotarsi di adeguata struttura e capitale ed avere dimensioni compatibili con le forze del mercato. Questo a conferma che la forma cooperativa è geneticamente il risultato dell'unione tra tanti piccoli.

La cooperazione, inoltre, è quel modello di impresa che più aderisce al concetto di *glocalismo*. Là dove è presente, il sistema cooperativo consente, tramite l'aggregazione di tanti, spesso piccoli e piccolissimi produttori, di portare quelle che sono le eccellenze dei nostri territori in mercati anche molto lontani. Senza il sistema cooperativo questi prodotti difficilmente arriverebbero sui mercati internazionali, e forse alcune regioni viticole nemmeno esisterebbero più, schiacciate da una concorrenza che con l'apertura dei mercati si è fatta via via più forte.

In termini di quadro normativo, il vino è uno di quei pochissimi prodotti che ancora possono godere di misure e risorse specifiche dedicate nel quadro dell'Organizzazione Comune di Mercato (OCM) unica. Anche in termini di gestione del potenziale produttivo, nonostante i tentativi di liberalizzazione portati avanti dalla Commissione europea, il mondo vitivinicolo è riuscito a mantenere uno strumento di regolazione, seppure attenuato rispetto al passato, che è quello del nuovo sistema delle autorizzazioni per gli impianti viticoli. Quanto sopra detto, a fronte, comunque, della conferma, anche nella recente riforma della PAC, dell'eliminazione di fatto di tutte le misure di gestione del mercato in precedenza previste, fatta eccezione per la misura della vendemmia verde e quella della distillazione di crisi, che ora però potrà essere finanziata con sole risorse nazionali.

L'avanzamento del percorso che porterà alla nascita di un'unica grande centrale cooperativa, ha permesso anche alle cooperative vitivinicole di far sentire con maggior forza la propria voce nelle diverse sedi istituzionali. L'obiettivo dell'Alleanza deve essere quello di valorizzare il modello cooperativo, come portatore di valori e di valore, e di dare sempre più voce alle imprese che ne fanno parte. Quello su cui occorre interrogarsi in questa sede, è con quali mezzi e modalità raggiungere tale obiettivo.

Consistenza del settore

La vendemmia mondiale 2015, secondo i dati forniti dalla Organizzazione internazionale della vigna e del vino (OIV), dovrebbe attestarsi a 275,7 milioni di ettolitri, con un incremento del 2% rispetto al 2014.

L'UE-28, che rappresenta il maggior produttore mondiale, contando mediamente per il 60% del totale, ha stimato la sua produzione 2015 a 172 milioni di ettolitri. Questo valore, di circa il 3,5% superiore alla scorsa annata, è tuttavia il risultato di un progressivo processo di diminuzione della produzione europea, riconducibile, da una parte, agli estirpi eseguiti tra il 2009 e il 2011, e, dall'altra, all'eliminazione delle misure di distillazione previste dall'OCM precedente la riforma del 2008.

Circa il 65% dei vini prodotti nell'UE porta è a Denominazione di Origine Protetta (DOP) o a Indicazione Geografica Protetta (IGP).

Grazie ad un andamento climatico favorevole durante tutto l'arco stagionale, nel 2015 l'Italia ha riconquistato la leadership mondiale, producendo 50,4 milioni di ettolitri di vino – inclusi i mosti, con un aumento di oltre il 12% rispetto alla precedente campagna, che si era caratterizzata per una contrazione dei volumi prodotti. Ciò significa che il nostro piccolo e variegato Paese, da solo, produce poco meno di 1/5 del totale mondiale. Il 59% della produzione italiana è rappresentata da vini DOP e IGP, ma già dalla scorsa campagna si registra un problema legato ai prezzi molto bassi per la restante parte della produzione, in particolare nel caso dei vini generici. Tale problema di prezzi è riconducibile in buona parte alla concorrenza del prodotto spagnolo, venduto a prezzi assai bassi, ed in parte ad un livello delle scorte ancora troppo elevato.

Consistenza dell'Alleanza nel settore

I dati più completi di cui disponiamo sono quelli forniti dall'Osservatorio della Cooperazione Agricola Italiana, i quali, basandosi sui bilanci depositati, si riferiscono all'anno 2013. Secondo tali dati, le 512 cooperative attive nel settore fatturano complessivamente 4,3 miliardi di euro (10% del giro d'affari cooperativo) e coinvolgono poco meno di 8.700 addetti (9% del totale della cooperazione agricola). Il 67% degli addetti è impiegato a tempo indeterminato, e la quota femminile è del 29%.

Le dimensioni medie di una cooperativa vitivinicola associata sono pari a 8,4 milioni di euro di giro d'affari e, in termini di occupati, in media l'impresa vitivinicola coinvolge 17 addetti.

I soci produttori sono quasi 179.000: di questi, il 94% è rappresentato da soci persone fisiche, mentre il restante 6% è rappresentato da soci persone giuridiche (aziende agricole).

La valorizzazione dei soci è garantita da un livello medio di prevalenza mutualistica che si attesta ben oltre l'82%.

Si tratta prevalentemente di cooperative di conferimento, impegnate nella concentrazione delle uve

e nella loro trasformazione, nonché nella vendita di vino sfuso e imbottigliato.

La presenza delle imprese cooperative è trasversale nelle diverse aree del paese, data la generale vocazione produttiva vitivinicola del territorio italiano, ma in ogni caso in termini di valori economici si conferma il primato del nord (77% del fatturato di settore). La forma cooperativa al Sud del nostro Paese, sebbene nel vitivinicolo sia più solida che in altri settori, presenta ancora un carattere meno evoluto rispetto alle regioni settentrionali e, pertanto, non riesce ancora ad offrire le stesse risposte in termini organizzativi e dimensionali.

Nel 2014 le esportazioni di vino italiano hanno raggiunto la quota di 5,1 miliardi di euro. Nello stesso anno il fatturato aggregato derivante dall'export delle cantine cooperative è arrivato a 1,8 miliardi di euro, pari al 35% circa di tutto il valore del vino commercializzato all'estero.

Di tutti i settori agroalimentari, il vino è sicuramente il comparto cooperativo maggiormente internazionalizzato con il 60% delle cantine che può essere definito esportatore abituale.

Nel complesso, il 33% del fatturato delle cooperative vitivinicole italiane è prodotto all'estero e il trend è in continuo aumento. Di queste esportazioni: il 66% del totale è costituito di prodotti a marchio, al contempo, il 58% è rappresentato da prodotti IGP e DOP.

Rispetto ai principali mercati di sbocco, segnaliamo che il 59% del fatturato cooperativo estero del settore è prodotto all'interno dell'UE, mentre il restante 41% nei mercati extra-UE.

L'Alleanza delle cooperative italiane nel settore vitivinicolo: a che punto siamo

Nell'Ottobre 2014, in linea con quanto previsto per tutti i settori dell'Alleanza, è stato costituito il Coordinamento del settore vitivinicolo dell'Alleanza delle Cooperative Italiane, che da allora si è già riunito diverse volte per analizzare e discutere questioni di attualità per il comparto, nonché per definire posizioni comuni e condivise. Nell'incontro del Luglio 2015, inoltre, si è pervenuti alla nomina di un Coordinatore, individuato nella persona di Ruenza Santandrea, e di un Vice Coordinatore, nella persona di Carlo Dalmonte.

L'Alleanza delle Cooperative Italiane rappresenta ormai una presenza consolidata nelle diverse sedi istituzionali: a Bruxelles, in particolare nell'ambito del Copa - Cogeca, da Gennaio 2015 l'Alleanza è accreditata come soggetto unico, dunque, in tutte le riunioni del Gruppo di lavoro del settore, così come in quelle di confronto con la Commissione europea, la cooperazione vitivinicola italiana è rappresentata da una voce unica.

La stessa modalità di condivisione delle posizioni è utilizzata al livello nazionale, sia nell'ambito degli incontri presso i Ministeri, sia nel confronto con le altre organizzazioni di rappresentanza della filiera vitivinicola.

Così come anche negli altri settori dell'Alleanza, una delle sfide principali consiste oggi

nell'affermazione sui territori, dove le strutture associative *in primis*, ma anche le imprese associate, dovrebbero acquisire sempre maggiore consapevolezza dei vantaggi del confluire verso un'unità di intenti e di azione.

ANALISI DEL SETTORE VITIVINICOLO

Punti di debolezza

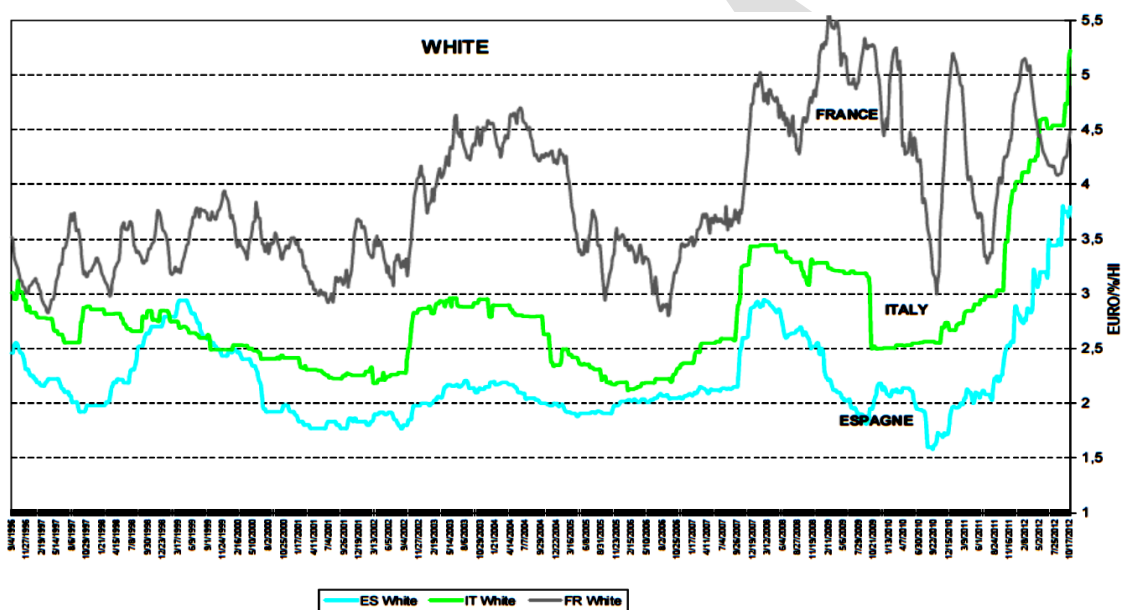
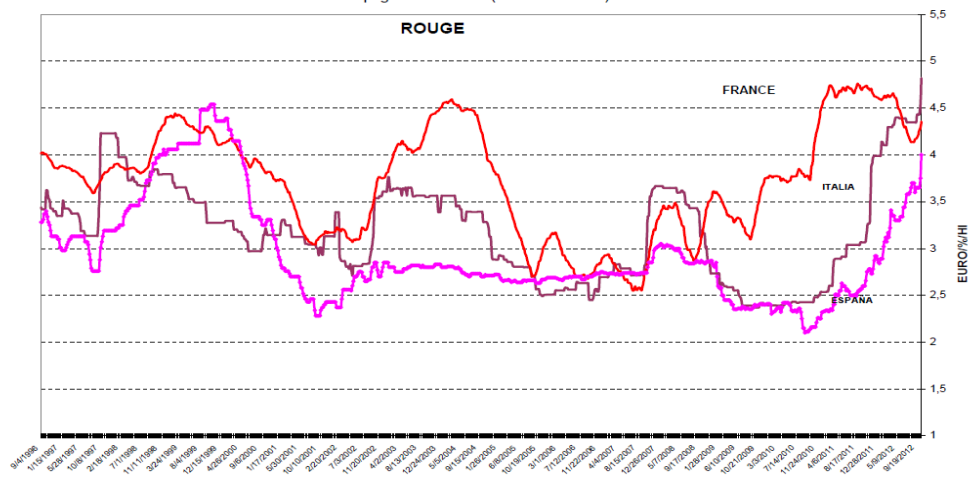
- ✓ Prosegue il declino dei consumi interni, arrivati al minimo storico dei 34 litri annui pro-capite nel 2014, rispetto ai 51 litri pro - capite del 2000 ed ai 75 litri pro - capite del 1985
- ✓ Produzione volatile – il vino è un prodotto agricolo

PRODUZIONE (MILIONI DI HL)

(Fonte Commissione europea)

	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	Var. 15/16 su 14/15	Var. 15/16 su media ultime 5 campagne
Spagna	40,7	37,1	34,2	53,2	44	42	- 5%	+ 0%
Francia	46,4	51	41,3	41,4	47	47,7	+ 1%	+ 5%
Italia	50,5	44,7	45,6	54	44,7	50,3	+13%	+5%

- ✓ La variabilità della produzione genera volatilità nei prezzi, con particolare riferimento alle quotazioni dei vini senza indicazione geografica



- ✓ Sul mercato dei vini senza indicazione geografica sfusi si registra una forte concorrenza delle produzioni spagnole
- ✓ In un tale contesto, si rileva l'assenza di un meccanismo europeo di gestione delle crisi. La PAC riformata, infatti, ha consegnato agli Stati membri il compito di stabilizzare il mercato (art. 167 del reg. UE n. 1308/2013). A tal proposito, si richiama l'attenzione a quanto accaduto sui mercati europei (italiani e spagnoli *in primis*) nell'estate del 2014 all'annuncio della notizia circa un imminente distillazione di crisi obbligatoria a carico dei produttori da parte delle autorità spagnole
- ✓ Permane una elevata frammentazione della produzione ed un ancora diffuso nanismo cooperativo. Secondo i dati dell'Osservatorio sulla cooperazione agricola italiana, il 47% delle cooperative vitivinicole ha un fatturato inferiore ai 2 milioni di euro e contribuisce per il 3% al fatturato complessivo prodotto dalle cantine sociali. Il 28% delle cooperative ha un fatturato tra i 2 ed i 7 milioni di euro, producendo il 12% della ricchezza totale generata dal comparto. Il 22% delle cooperative ha un fatturato tra i 7 ed i 40 milioni di euro, contribuendo al 40% del fatturato globale della cooperazione vitivinicola. Infine, il 3% delle cooperative supera i 40 milioni di euro di fatturato, generando però il 45% della ricchezza totale prodotta
- ✓ In alcuni casi, sottoutilizzazione o utilizzazione non efficiente degli impianti di produzione

- ✓ Declino delle superfici vitate in Italia e nei principali Paesi europei produttori di vino, a fronte di un aumento delle superfici vitate nei cosiddetti Paesi del nuovo mondo

SUPERFICI (1.000 HA)
(Fonte Commissione europea)

	2007/2008	2011/2012	2012/2013	Var. 07/08 – 12/13	2013/2014
Spagna	1.098	953	957	-13%	?
Francia	848	807	804	-5%	?
Italia	700	654	646	-8%	641

- ✓ Ambiente e attività vitivinicola – ruolo della viticoltura nella preservazione delle zone rurali, in particolare di quelle più svantaggiate – ruolo del vigneto come coltura permanente – impatto ambientale dell’attività vitivinicola - costi di produzione dovuti ai trattamenti fitosanitari – rapporto con le comunità locali – rapporto con i consumatori
- ✓ Età avanzata dei viticoltori, che contribuisce ad un progressivo abbandono dei terreni, fenomeno che è conseguenza anche, se non soprattutto, della difficoltà di ricambio generazionale
- ✓ Vecchie e nuove barriere tariffarie e barriere non tariffarie che ostacolano l’accesso ai mercati dei Paesi terzi
- ✓ Difficoltà di tutela delle DOP e IGP sui mercati extra europei
- ✓ Un elevato numero di DOP e IGP – Difficoltà di tutelare sui mercati internazionali un numero elevato di segni registrati – Riflessione di politica economica: nel 2012 uno studio della Commissione europea ha rilevato che per il 13% delle DOP e IGP vitivinicole europee non sono state registrate vendite – le DOP e IGP sono uno strumento della Politica agricola comune (PAC): utilità di quelle DOP e IGP che non creano reddito per i produttori

Punti di forza:

- ✓ Andamento positivo delle esportazioni

EXPORT (MILIONI DI HL)

(Fonte Ismea)

	2011	2012	2013	2014	Var. 13/14
Francia	14,1	14,9	14,5	14,4	(Ismea parla -1%)
Italia	23,2	21,2	20,2	20,4	+0,8%
Spagna	22,5	21,2	17,6	22,6	+22%

EXPORT (MILIARDI DI EURO)

(Fonte Ismea)

	2011	2012	2013	2014	Var. 13/14	2015
Francia	7,1	7,8	7,7	7,7	(Ismea parla di -1%)	
Italia	4,4	4,6	5,0	5,1	+1,4%	(Ismea ipotizza 5,5)
Spagna	2,2	2,4	2,4	2,5	(Ismea parla di -5%)	

- ✓ Strumenti dedicati al sostegno della competitività del settore nell'OCM unica – Programma nazionale di sostegno al settore vitivinicolo
- ✓ Strumenti dedicati al sostegno della competitività del settore nel quadro dello Sviluppo Rurale – Piani di Sviluppo Rurale regionali
- ✓ Sistema delle denominazioni d'origine protette e delle indicazioni geografiche protette
- ✓ Forte biodiversità della viticoltura europea e, soprattutto, italiana
- ✓ Cooperazione come modello principe dell'aggregazione in agricoltura e della concentrazione della produzione agricola - maggiore efficienza nella fase della lavorazione delle uve, così come una maggiore efficacia nella fase commerciale - recupero di valore aggiunto lungo la

filiera - miglior remunerazione della materia prima conferita dai soci rispetto ai prezzi di mercato. In molti casi, inoltre, l'aggregazione dell'offerta tramite le cooperative, comporta l'ulteriore esternalità positiva di migliorare la qualità del prodotto offerto, grazie agli indirizzi produttivi e al sostegno che la cooperativa fornisce ai propri soci. Nel tempo è infatti aumentata la quota di prodotto imbottigliato dalle cooperative rispetto a quello commercializzato sfuso, e si è assistito ad un miglioramento del posizionamento competitivo dei prodotti della cooperazione

- ✓ Funzione sociale della cooperazione. Anche in periodo di crisi, infatti, le cooperative del settore sono riuscite a mantenere pressoché stabile il numero degli occupati
- ✓ Buona capacità di raggiungere i mercati esteri. La cooperazione in questo non fa eccezione, infatti, le cooperative del settore che esportano i propri prodotti sono circa il 58%, a fronte di un 26% della cooperazione agricola nel suo complesso. Ulteriore dimostrazione si trova nella quota di fatturato che le cooperative vitivinicole realizzano all'estero: questa si attesta in media al 33%, a fronte di un significativamente minore 17% della cooperazione agroalimentare

Minacce

- ✓ In caso di surplus di produzione, attivazione (o minaccia di attivazione) della distillazione di crisi obbligatoria a carico dei produttori da parte delle autorità spagnole – effetto depressivo sui listini europei
- ✓ Crescente internazionalizzazione dei mercati e nanismo cooperativo
- ✓ L'OCM unica dopo il 2018 – il settore vitivinicolo avrà ancora strumenti dedicati al sostegno della competitività?
- ✓ Etichettatura – Revisione della disciplina vigente proposta dalla Commissione europea (liberalizzazione dell'uso dei nomi di varietà di vite oggi riservati a precise DOP e IGP): quali gli effetti sulla competitività di alcune regioni viticole?
- ✓ Etichettatura – Revisione della disciplina vigente proposta dalla Commissione europea (lista degli ingredienti; lingua facilmente comprensibile per il consumatore; indicazione nutrizionale): Quali gli effetti sui consumi? Quali gli effetti sui costi di produzione degli operatori?
- ✓ Il nuovo sistema autorizzativo degli impianti viticoli
- ✓ Cambiamento climatico
- ✓ Campagne di informazione / inchieste dei mezzi di comunicazione che creano allarmi tra i consumatori: quali gli effetti sull'immagine del vino? Quali gli effetti sui consumi?
- ✓ Lentezza negli accordi internazionali, rispetto al protagonismo di alcuni Paesi extra UE. Si veda, a titolo d'esempio, il Trans Pacific Partnership (TPP)

Opportunità

- ✓ Mutata geografica dei consumi. Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un progressivo incremento dei consumi di vino nei Paesi non produttori di vino. Negli Stati Uniti nel 2014 il consumo di vino ha raggiunto i 30,7 milioni di ettolitri, registrando un incremento del 45% rispetto al 2000. Nello stesso periodo di riferimento, Cina e Regno Unito hanno aumentato i

consumi di vino, rispettivamente, a 15,8 milioni di ettolitri e 12,6 milioni di ettolitri, con un incremento del 45% per il mercato cinese e del 30% per il mercato d'oltremarica.

- ✓ Conseguente aumento del grado di internazionalizzazione dei mercati. Nel 2000 il 27% del vino mondiale era consumato in un Paese diverso da quello di produzione; nel 2014 il dato sale al 43%
- ✓ Biologico. Secondo i dati Wine Monitor – Nomisma, nel mondo il 4,6% della superficie vitata è bio. Nell'UE l'incidenza sale al 7,6% (la viticoltura biologica europea rappresenta il 78% della superficie vitata bio mondiale). Nel 2009 l'Italia ha perso il primato delle superfici vitate bio, guidato ora dalla Spagna, con poco meno di 84 mila ettari nel 2013. Considerando l'orizzonte temporale 2003 - 2013 il Paese iberico presenta una crescita del +410%, mentre l'Italia del +114% e la Francia del +297%. A livello nazionale, il settore viticolo biologico nel 2013 ha registrato quasi 68 mila ettari di superficie con un aumento del 18,5% rispetto all'anno precedente. La superficie viticola convertita al biologico registra una dinamica positiva, in un contesto in cui le superfici viticole complessive registrano invece una costante perdita. A conferma di ciò, nel 2014 le superfici viticole condotte con metodo biologico hanno raggiunto i 72.361 ettari, arrivando ad un'incidenza sul totale di oltre l'11%.
Spostando l'obiettivo sulla superficie a vite biologica per regione, in Italia guida la Sicilia (25 mila ettari nel 2013; +61,5% rispetto al 2011; 37% delle superfici bio in Italia), seguono la Puglia (10.604 ettari, +32,5%) e la Toscana (8.748 ettari, +73,7%).
Sul lato della domanda, invece, si registra un interesse crescente da parte dei consumatori verso i vini biologici, i cui acquisti sono aumentati nel 2014 del 5,9% su base annua (fonte Panel Famiglie Ismea – Nielsen). Un'indagine di Wine Monitor – Nomisma segnala l'esistenza di un segmento di consumatori con forte interesse per il vino biologico, di dimensioni ancora piccole ma in grande aumento (solo nel 2014 tale gruppo non superava l'1%). Nel 2015, infatti, il tasso di penetrazione del vino bio è in netta crescita: il 16,8% degli italiani (18-65 anni) ha consumato, in almeno una occasione, in casa o *away from home*, un vino a marchio bio. Balzo importante se si pensa che nel 2013 il consumo di vino bio coinvolgeva il 2% della popolazione e nel 2014 l'11,6%. Il successo e l'interesse nei confronti del vino bio sono legati al posizionamento in termini di qualità, percepita superiore rispetto ai vini convenzionali dal 49% dei consumatori (un ulteriore 45% giudica la qualità dei 2 prodotti identica). Tale valutazione diventa ancor più forte tra chi consuma vino bio: il 68% degli intervistati considera superiore la qualità dei vini a marchio bio. Infine, un dato dai mercati esteri, da cui emerge come il vino biologico di importazione abbia ampi riconoscimenti rispetto ai vini convenzionali: negli Usa il prezzo medio all'import dei vini bio è superiore del 14% rispetto a quelli convenzionali.
- ✓ Fenomeno Prosecco e, più in generale, buon apprezzamento della bollicina – spumantizzazione, e rilancio, delle varietà autoctone italiane
- ✓ Il nuovo sistema autorizzativo degli impianti viticoli
- ✓ L'OCM unica – vino dopo il 2018
- ✓ Proposta di legge relativa al Testo unico della vite e del vino per razionalizzare, semplificare, innovare la disciplina vitivinicola nazionale

Obiettivi e misure da intraprendere per una cooperazione vitivinicola più competitiva

Nell'era della globalizzazione dei prodotti e dei mercati, le imprese cooperative sono chiamate ad avere una velocità di reazione rispetto ai cambiamenti di mercato sempre più improvvisi.

Sarà quindi fondamentale sostenere e accrescere la capacità produttiva delle nostre imprese.

Oggi e soprattutto nel futuro l'agricoltura conserverà un ruolo trainante per le economie delle zone rurali e svantaggiate nella maggior parte dei paesi dell'Unione Europea. Pertanto, occorrerà mantenere il settore agroalimentare competitivo e dinamico in grado di attrarre i giovani per preservare la vitalità e le potenzialità delle zone rurali nazionali e regionali.

Il mercato nazionale, che nonostante il declino dei consumi pro capite assorbe circa la metà della produzione italiana, sta mostrando, in particolare negli ultimi mesi, segnali cui è necessario prestare attenzione: un aumento dell'1,5% delle vendite a scaffale dei vini DOC ed una contrazione dei segmenti meno costosi.

Accanto al mercato interno vi sono quelli esteri, a cui i nostri prodotti sempre più devono guardare, per consentire al settore una crescita mirata agganciando la domanda internazionale.

In virtù di tali previsioni e del fatto che il mercato è sempre più regolato dalle dinamiche tra domanda e offerta mondiale diventa una condizione necessaria per il futuro delle aziende vitivinicole e soprattutto per quelle cooperative, riuscire a cogliere le sfide e le opportunità che tali mercati offrono.

Per fare ciò è indispensabile avere le giuste informazioni sulle quali poter costruire le proprie strategie di produzione, mirate a soddisfare le richieste del mercato.

Sarà pertanto necessario mettere in campo strumenti e azioni che dipendono direttamente dal sistema cooperativo ed altre che hanno necessità del supporto e l'ausilio delle istituzioni siano esse nazionali e/o dell'Unione europea.

Obiettivi	Misure da intraprendere
Rafforzare il peso politico e sindacale; incentivare una efficace e mirata politica delle alleanze per la razionalizzazione interna e lo sviluppo esterno	Sarà di fondamentale importanza rafforzare le sinergie tra le tre centrali cooperative attraverso una più fluida trasmissione delle informazioni al fine di raggiungere maggiori economie di scala, quelle che consentono razionalizzazioni produttive, logistiche e distributive; economie di scopo che sono fondate sul confronto e l'integrazione di mission e valori che sono poi all'origine di scelte strategiche, operative,

	<p>coerenti e condivise. Infine, le economie di conoscenza basate sulla forte interazione di tutte le forme di conoscenze esistenti in una organizzazione e sulla velocità ed efficienza dei relativi scambi per innalzare il potenziale informativo e quindi decisionale. Importanza di conoscere i dati di produzione, nonché quelli relativi all'evoluzione delle superfici vitate, anche alla luce dell'entrata in vigore del nuovo sistema autorizzativo</p> <p>Intensificare l'attività di lobby a livello nazionale, comunitario ed internazionale.</p> <p>Ruolo della cooperazione nel tavolo del vino nazionale</p> <p>Ruolo della cooperazione nell'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (OIV)</p>
<p>Comunicare all'esterno il valore cooperativo ed i valori cooperativi</p>	<p>Investire in comunicazione del valore della cooperazione e dei valori cooperativi.</p> <p>È necessario comunicare maggiormente verso l'esterno e trasmettere la giusta immagine della cooperazione, sinonimo di qualità e salubrità delle produzioni, scardinando le percezioni legate al passato.</p> <p>Bisogna dare alla cooperazione il posto che le spetta: oggi l'agricoltura è raccontata da pochi oratori ed, in alcuni casi, in modo fuorviante o comunque lontano da quella che è la realtà dell'attività agricola e di trasformazione.</p> <p>È necessario un maggiore protagonismo dell'Alleanza in questo campo</p>
<p>Aggregazione</p>	<p>L'Alleanza deve favorire l'aggregazione, oltre che con le misure e gli strumenti adottati sin qui, anche attraverso la promozione di un cambiamento culturale.</p>

<p>Competitività</p>	<p>Competitività d'impresa – ruolo della ricerca e dell'innovazione</p> <p>Competitività di filiera – ruolo della parte agricola e della parte industriale – vini senza indicazione geografica e vini ad indicazione geografica – quali le soluzioni della cooperazione</p> <p>Competitività di sistema – ruolo del decisore pubblico e degli strumenti normativi</p>
<p>Ruolo della cooperazione nella valorizzazione e, quindi, nel governo delle DOP e IGP</p>	<p>La cooperazione per sua natura deve avere un ruolo centrale nella valorizzazione delle DOP e delle IGP tipiche del territorio su cui insiste.</p> <p>Questo comporta una responsabilità e la necessità di visione per lo sviluppo dei vini a denominazione del territorio, per la creazione di una ricchezza diffusa.</p> <p>Essere propositivi su tale questione significa svolgere fino in fondo il ruolo di difensori degli interessi dei soci, per lasciarci alle spalle quell'immagine di coloro che giocano all'ammasso dei vini che ancora molti assegnano alle cantine sociali</p> <p>Modello cooperativo vs modello industriale nello sviluppo di un territorio. Esiste ancora questo dualismo?</p>
<p>OCM unica – vino dopo il 2018</p>	<p>Come noto nel 2018 termina il secondo programma di sostegno al settore vitivinicolo. Stando alle dotazioni di bilancio, l'Unione europea ha stanziato fino al 2020 compreso risorse che possono essere destinate al finanziamento del comparto vitivinicolo. Occorre iniziare ad interrogarsi che fare dopo il 2018 e, soprattutto, dopo il 2020. Attenzione alla capacità di spesa di ogni singolo Paese, in quanto basse capacità di spesa delle risorse stanziare potrebbero essere l'indicatore per</p>

	effettuare dei tagli mirati. In questo, grande responsabilità sta negli operatori verso un utilizzo corretto delle risorse dedicate al comparto.
Semplificazione normativa	Continuare e intensificare l'impegno nella semplificazione ed innovazione normativa, per ridurre il carico burocratico che grava sugli operatori del comparto. Si registrano, infatti, ancora eccessivi adempimenti per le cantine e per i soci viticoltori stessi.
Ambiente e attività vitivinicola	Vista la centralità del tema, anche presso l'opinione pubblica, si dovrebbe partire dal fare un bilancio del proprio livello di sostenibilità, per poi produrre un proprio modello/protocollo a cui i diversi territori e le diverse strutture possano ispirarsi
Reddito	Impegno nel garantire un reddito dignitoso ai soci viticoltori, sia sulle produzioni a DOP e IGP, sia laddove si producono vini senza indicazione geografica. Ad oggi il problema dei prezzi bassi di tali vini, comunemente chiamati vini da tavola o generici, è sentito in ampie aree del territorio nazionale, anche se in alcune zone l'impatto è maggiore.