



Agricoltura Oggi

Capital
NUOVO NUMERO
**I 50 CINESI
 CHE CONTANO
 IN ITALIA**

IL PRIMO GIORNALE DEGLI IMPRENDITORI, DEGLI OPERATORI E DEI PROFESSIONISTI DELLA TERRA E DELL'AGROINDUSTRIA

Accordo tra ministero e regioni sul decreto di tutela. Fondi dedicati al recupero e al ripristino

Difesi i vigneti eroici. E storici Arriva il riconoscimento di stato. E un marchio di tutela

di **LUIGI CHIARELLO**

Scudo di stato sui vigneti storici e sui vigneti eroici. E un marchio nazionale per valorizzarli. I vigneti storici sono quelli che vantano una produzione anteriore al 1960, hanno forme tradizionali di cura, beneficiano di sistemazioni idrauliche-agrarie storiche, oppure sono di particolare pregio paesaggistico. Cioè ricadono in aree iscritte al Registro nazionale dei paesaggi rurali di interesse storico, oppure sono zone tutelate dall'Unesco o riconosciute da leggi regionali. I vigneti eroici, invece, sono quelli ubicati su terreni con pendenza superiore al 30%; quindi vengono coltivati in aree in cui, per via delle particolari condizioni orografiche, la meccanizzazione ha diversi problemi a sostituire l'uomo, oppure in territori con un'altitudine superiore ai 500 metri, o, ancora, sono caratterizzati da impianti su terrazze, su gradoni o sono situati in piccole isole. Le due definizioni sono contenute in un decreto apposto per la salvaguardia dei due tipi di vigneti, quelli «eroici» e quelli



«storici» appunto, sul cui testo è stata raggiunta l'intesa, il sei giugno scorso, in sede di Conferenza stato-regioni. Si tratta di «un tassello importante per tutelare zone meravigliose del nostro paese e valorizzare imprese che operano con tecniche tradizionali, spesso in condizioni impervie. Aziende che, con le loro etichette, rappresentano spesso dei fiori all'occhiello di una produzione enologica di altissima qualità», ha dichiarato **Leonardo Di Gioia**, il coordinatore della commissione Politiche agricole della Conferenza delle regioni e

delle province autonome (e assessore della regione Puglia). Il decreto, che trova origine nel Testo unico del vino (art. 7 della legge 238/2016), rimanda ad un ulteriore provvedimento per la definizione di «un marchio nazionale per la viticoltura eroica o storica»: «Questa è un'opportunità per tutti i territori e può legarsi alla promozione turistica di molte regioni italiane», ha chiosato Di Gioia, che ha aggiunto: «C'è stato un buon lavoro di condivisione col ministero; il provvedimento ha recepito tutte le proposte delle regioni. Queste ultime, come

già avviene da un anno per il *Marchio Prodotti di Montagna*, riceveranno le domande dei produttori per il riconoscimento dei vigneti eroici e storici, svolgeranno l'istruttoria delle domande e terranno gli elenchi, garantendo anche i successivi controlli». Il riconoscimento di questo genere di vigneti, infatti, comporterà per le aziende la possibilità di poter fruire di una parte dei fondi previsti dal Programma nazionale di sostegno al settore vitivinicolo che, complessivamente, nell'ultima rimodulazione, prevede circa 337 milioni di euro per tutti gli interventi previsti: «Una parte di questi fondi sicuramente sarà indirizzata al ripristino, al recupero, alla manutenzione e alla salvaguardia dei vigneti eroici e storici che», ricorda Di Gioia, «utilizzano vitigni autoctoni». Soddisfatta anche l'**Uncem** (l'Unione nazionale comuni, comunità, enti montani), il cui presidente, **Marco Bussoni**, chiosa: «Adesso il Mi-paaf dovrà investire un po' di risorse su questo fronte. Non bastano infatti le intese e i decreti».

DATI TAROCATI

Quote latte e trappole di stato

Il contenzioso sulle quote latte si chiude con un nulla di fatto. Ma l'ordinanza con cui il giudice per le indagini preliminari, **Paola di Nicola**, accoglie il 5 giugno scorso la richiesta di archiviazione del procedimento nei confronti di ignoti certifica l'esistenza di una «mostruosità» contabile, che ha determinato nei decenni multe alla meglio inesatte, alla peggio non dovute. Sanzioni a carico degli allevatori splanofatori, scattate per l'ipotesico superamento della quota nazionale, il cui calcolo è stato costruito su presupposti errati, algoritmi difettosi, capi inesistenti, dati inattendibili. Cifre fornite dall'Istituto zooprofilattico di Teramo e usate da Agea, l'agenzia per le erogazioni in agricoltura, come clava per le sanzioni. *ItaliaOggi*, a lungo e in solitudine tra il 2012 e il 2014, ha condotto su queste pagine un'inchiesta a riguardo, denunciando le storture di un sistema che ha portato alla chiusura di molte stalle. Oggi il decreto di archiviazione del Tribunale di Roma conferma le anomalie denunciate. Si legge nell'ordinanza che i dati a fondamento del calcolo delle multe sono falsi; che la falsità dei dati era nota da 20 anni a tutte le autorità amministrative e politiche, con ingenti danni all'erario; che la corte di giustizia Ue (causa C-433/15, sentenza 24/1/2018) ha affermato che vi è prova certa che l'Italia abbia assunto comportamenti lacunososi e negligenti. Ma se è il sistema che bara, casca tutto. Come fanno le imprese a fidarsi. E a investire?

Luigi Chiarello

Le cantine smart sugli scudi Gavi premia de' Frescobaldi

*Smart Wine è il primo osservatorio sull'uso e l'impatto delle tecnologie digitali nella filiera integrata del vino in vigna, in cantina, nella distribuzione e nella comunicazione. A realizzarlo è stato il Premio Gavi La Buona Italia andato quest'anno all'azienda Marchesi de' Frescobaldi. Le Menzioni Speciali sono andate a Guido Berlucchi (Bs) per Smart Wine in Vigna, a Cantina Placido Volpone (Fg) per la Smart Wine Blockchain e a Marchesi Antinori (Fi) per Smart Wine nell'Accoglienza. Adottare le nuove tecnologie digitali in vigna significa produrre il vino in modo più naturale, diminuendo fertilizzanti e altri sostanze nocive. Introdurre la blockchain vuol dire andare oltre la tracciabilità assicurata della fascette Doc e Doeg e firmare un patto di fiducia con il consumatore finale, perché si rendono visibili e condivisibili tutte le tappe della filiera della produzione del vino, dal lavoro in vigna fino allo scaffale, passando da ogni operazione in cantina. «Siamo voluti andare oltre i droni o i sensori in vigna. Per noi, digital innovation ha voluto dire andare a vedere come il digitale possa rendere più efficace la produzione, in vigna come in cantina, nella distribuzione e nella comunicazione», spiega a ItaliaOggi **Francesco Moneti**, ideatore del premio. «Il nostro osservatorio ha redatto una short list di 15 imprese virtuose che hanno mezzi e struttura per occuparsi di innovazione. Sono aziende dislocate lungo tutta l'Italia anche se la prevalenza è in Toscana».*

Supplemento a cura
di **LUIGI CHIARELLO**
agricolturaoggi@class.it

Sulle tavole dei giapponesi van forte cibi e vini d'Italia

*Sempre più cibo e vino made in Italy sulle tavole dei giapponesi con l'Italia secondo fornitore di vino in Giappone dietro alla Francia. Negli ultimi dieci anni, l'import di vino italiano è cresciuto ad un tasso medio annuo del 4%, quello di formaggi del 5,9%, l'olio d'oliva del 7,5%. Usa, Australia e paesi asiatici i principali concorrenti. E con l'accordo di libero scambio in vigore dal 1° febbraio tra Ue e Giappone, i prodotti italiani diventano più competitivi, grazie all'abbattimento, tra il 15 e il 40% dei dazi e delle barriere non tariffarie. Nel primo quadrimestre di quest'anno, infatti, le importazioni di prodotti agroalimentari italiani in Giappone sono cresciute di quasi il 13% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, rispetto ad una media di mercato che ha visto aumentare l'import totale di food&beverage di circa il 9%. «Sebbene il Giappone pesi solo per il 2% sull'export agroalimentare italiano, la rilevanza di questo mercato è molto più strategica per alcuni prodotti. Basti pensare all'olio d'oliva, dove il paese del Sol Levante incide per il 7% sull'export», dichiara **Denis Pantini**, responsabile dell'area agroalimentare di **Nomisma**. Sono i dati diffusi al IV Forum Agrifood Monitor organizzato da **Nomisma** e **Crif** che si sommano ai numeri del **Nomisma Wine Monitor** che per i vini evidenzia una crescita tendenziale in valore nel primo trimestre del 3,4%. Mercato giapponese del vino cui guarda con interesse il **Consorzio della Valpolicella**. «I dati raccontano il sorpasso dell'Italia sul Cile, che perde quasi il 25% delle vendite, e un aumento dei vini fermi imbottigliati made in Italy del 7%, a fronte di una domanda complessiva sul segmento a -4%», chiosa il direttore del Consorzio, **Olga Bussinello**. E positive sono le prospettive per tutto il settore alimentare».*