

COMUNICATO STAMPA

Roma, 28 giugno 2010

IL PRESIDENTE NAZIONALE DELLA CONFAGRICOLTURA: "METTERE DI NUOVO LE ALI ALL'ITALIA DEL VINO".

"In agricoltura la green economy è già una realtà". Lo ha detto il presidente nazionale di Confagricoltura, Federico Vecchioni.

"Ambiente, qualità e innovazione sono sfide raccolte dall'agricoltura già da diverso tempo - ha detto Vecchioni -. Per proseguire su questa strada occorre però una attenta considerazione delle necessità del settore".

E a proposito del territorio e delle sue vocazioni produttive il presidente di Confagricoltura ha evidenziato come sia necessario "mettere di nuovo le ali all'Italia del vino". Una disamina a tutto tondo la sua, che ha richiamato la necessità, anche nel settore vitivinicolo, della semplificazione burocratica, del rilancio dell'export anche in termini di valore oltre che di quantità, di 'filieri leggere' e rapporti con la GDO alla pari.

"Sulle problematiche di miglioramento dell'efficienza e della competitività è incentrata l'attenzione del progetto di Confagricoltura 'Futuro Fertile' il cui dossier di proposte per la semplificazione burocratica - ha ricordato Vecchioni - è stato consegnato al ministro delle Politiche agricole".

Confagricoltura ha chiesto anche di rivedere il piano dei controlli, alleggerendo le incombenze a carico dei vitivinicoltori, eliminando quelle non espressamente richieste dall'Ocm vino; inserendo, laddove possibile, le autocertificazioni sull'esempio di quanto si fa in Francia e riducendo i controlli ispettivi più costosi ed invasivi. "Perché è questo il punto: meno burocrazia significa meno costi e maggiore efficienza dei controlli".

Vecchioni infine si è soffermato sull'export del vino. "La crescita in quantità dell'esportazione - ha detto - è stata pagata cara in termini di valore (nel 2009 ad un aumento del 6,2% della quantità esportata, è corrisposta una contrazione in valore del 5,5%)".

"L'export deve crescere, dando la giusta remunerazione del prodotto - ha proseguito il presidente di Confagricoltura -. Il vino ha un valore, che va riconosciuto, che è legato alle tradizioni, alla cultura del territorio di riferimento,

al rispetto dell'ambiente, alla salubrità del bere, all'identità aziendale; e fa da traino a tutto il made in Italy".

"E' un comparto, quello del vino, che deve costruire relazioni importanti con la grande distribuzione organizzata - ha detto Federico Vecchioni - superando le politiche al ribasso che, alla lunga, sono controproducenti per tutti".