

Promozione. Il Mipaaf sta per presentare il bando per utilizzare i 102 milioni per crescere all'estero

Vino, in arrivo le gare export

Da definire i criteri di valutazione dei piani - Verso un doppio binario

Giorgio dell'Orefice

■ «Il diavolo si nasconde nei dettagli». È quello che pensano in questi giorni molte aziende vitivinicole che attendono dal ministero per le Politiche agricole la definizione degli aspetti operativi che guideranno gli investimenti sulla promozione del vino nei mercati esteri. Il ministero, ha già varato nelle scorse settimane un decreto che riscrive le regole fissate nel 2010 per gestire il budget di circa 102 milioni l'anno (fino al 2020) per cofinanziare al 50% i progetti.

Una misura che in media attiva investimenti per circa 200 milioni l'anno. Il decreto, nell'ottica di migliorare l'efficienza della spesa (secondo l'Uiv nell'ultimo triennio sono rimasti inutilizzati circa cento milioni) ha introdotto importanti novità come l'abbassamento della soglia minima dell'investimento (da 100mila a 50mila euro) che allargherà la platea dei beneficiari. O come il tetto minimo di attuazione del progetto dell'85%. In passato chi non spendeva le risorse non subiva penalizzazioni, d'ora in poi questa soglia farà scattare una sorta di "daspo" sulla promozione del vino. Ovve-

ro chi utilizzerà meno dell'85% di quanto assegnato non potrà accedere agli incentivi per un biennio. «La misura sarà di grande aiuto - spiegano in Confagricoltura - per spingere le imprese a formulare progetti che siano davvero in grado di realizzare e non promuovere iniziative faraoniche che poi si rivelano fuori portata».

Insomma fissati alcuni principi

IL MODELLO

Individuata una soglia minima di spesa: chi non utilizza almeno l'85% delle risorse assegnate sarà escluso dai contributi per 2 anni

pli molto è però stato demandato ai dettagli, ovvero a quelli che ad alcuni possono sembrare meri tecnicismi ma dai quali invece può venire (o meno) una svolta sul piano dell'efficacia della spesa. Dettagli che saranno contenuti nel bando e nell'invito alla presentazione dei progetti in via di definizione. Molto attesa è ad esempio la tabella dei costi standard.

Una prima proposta è stata formulata dalla filiera e dovrà essere ora vagliata dagli uffici del ministero. «Vengono definiti - spiega Domenico Mastrogiovanni della Cia - costi minimi e massimi per la partecipazione a fiere, l'organizzazione di degustazioni guidate, la realizzazione di materiale promozionale o di incontri B2B».

Uno schema per rendere più omogenea la spesa ma anche un primo step per arrivare a definire un doppio binario nella presentazione dei progetti con un iter semplificato per le aziende che opteranno per la tabella di costi standard e tutte le altre che dovranno invece rendicontare le fatture di ogni spesa certificate da un revisore dei conti. «Il decreto ha fissato le priorità - spiega il responsabile vino di Coldiretti, Domenico Bosco -: si terrà conto dei mercati obiettivo, di chi imbottiglia il vino da vigneti propri, di chi privilegia i vini Doc e Docg. Ma ha rinviato al bando la definizione dei punteggi da attribuire alle diverse azioni. Il che equivale a demandare le scelte strategiche ai dettagli applicativi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

