

La confederazione artigiana lancia la sua proposta di legge alla Beer Attraction di Rimini

# Giù le accise ai microbirrifici

## Cna: meno burocrazia per i produttori. E uguale per tutti

DI ANDREA SETTEFONTI

**A**bbassare le accise per i microbirrifici, ridurre il carico burocratico in maniera uguale su tutto il territorio italiano. È questo il senso della proposta di disegno di legge presentata a Rimini da **Cna-Unionbirrai**, nell'ambito di Beer Attraction, evento internazionale dedicato ai birrifici indipendenti. La proposta è in favore delle oltre 870 piccole imprese che producono birra artigianale. «Uno dei problemi dei microbirrifici italiani è che non riescono a essere competitivi in Italia e all'estero per i costi produzione gravati da tasse e accise», commenta **Claudio Carpentieri**, responsabile politiche fiscali e societarie di **Cna**, colui che ha articolato la proposta. In Italia valore dell'accisa è passato dai 28,2 centesimi per litro del 2013 ai 35,9 di gennaio 2015. E l'Italia non ha neppure stabilito aliquote ridotte per i birrifici più piccoli, «che per legge sono quelli che producono meno di 10 mila ettolitri, ma il limite andrebbe alzato». In 20 Paesi europei su 28, infatti, si favoriscono i produttori fino

Il comparto microbirrifici in numeri	
Accisa	da 28,2 € cent/litro (luglio 2013) a 35,9 € cent/litro (gennaio 2015)
Imprese	875
trend	335 (nel 2010); 473 (2012); 836 (2014)
Addetti	1.300 (4.000 con l'indotto)
Età media titolari	30/35 anni
Produzione	250 mila ettolitri (oltre il 2% del totale nazionale) trend produzione +20% anno
Fatturato	120 milioni di euro
Export	10% (trend +10% annuo)
Ettari	226 mila coltivazione cereali per produzione di birra

a 200 mila ettolitri l'anno, soglia che per Cna andrebbe, invece, «modulata tra 5 mila e 40 mila ettolitri e su queste fasce calcolare le accise con riduzioni percentuali». «Ci sono due diverse esigenze», continua Carpentieri. «La prima, appunto, relativa alle accise troppe alte che solo se venissero ridotte almeno del 50% renderebbero le nostre im-

prese competitive». Poi c'è il problema dell'accertamento dell'accisa. «Grazie ad un nostro emendamento approvato nel 2008 per semplificare la burocrazia e eliminare un po' di registri cartacei, si prevedeva l'installazione di un meccanismo elettronico subito prima del condizionamento, un contatore sulla li-

nea di imbottigliamento, per misurare la birra e calcolare il valore da pagare. Ma le **Dogane** hanno superato la norma e hanno messo il misuratore sul mosto e non sulla birra. Così l'accisa viene calcolata su un 15-20% in più, fatto di scarti

che non sarebbero tassabili». Ma non basta. «Non solo è stato tassato ciò che non doveva e prima ancora che sia birra, ma alcune Dogane territoriali applicano la norma come gli pare e in alcune zone chiedono anche i registri cartacei». Ecco dunque che il disegno di decreto legge chiede anche una uniformità nell'accertamento «con un sistema unico che devono applicare tutte le Dogane indicato dal ministero dell'economia e finanze». I microbirrifici sono in continua crescita. Nel 2010 erano 335, adesso sono 875. Anche la produzione, nel 2013, è stata superiore ai 250 mila ettolitri, oltre il 2% del totale nazionale. Il fatturato del settore è di 120 milioni di euro l'anno, con ricadute sull'agricoltura che impegna 226 mila ettari in coltivazioni cerealicole destinate alla produzione di birra.



## La Delizia cresce in ricavi e cambia la rete di vendita

**Cantina Viticoltori Friulani La Delizia** punta in alto. Non paga di un incremento del fatturato del 34,26% nel 2014, quando ha sfiorato i 34,5 mln euro, progetta un'ulteriore crescita a doppia cifra per quest'anno. «La crescita registrata nel 2014», dichiara a ItaliaOggi **Pietro Bisconti**, direttore generale della cooperativa di Casarsa della Delizia-Pn, «può dirsi il risultato eccezionale d'una strategia



Pietro Bisconti direttore generale Vini La Delizia

commerciale più incisiva sia in Italia che all'estero e del successo della nuova linea di spumanti **Naonis** che in 10 mesi ha totalizzato vendite per 270 mila bottiglie nel canale horeca. Proseguendo sul solco impostato, dovremmo crescere di un altro 15% quest'anno». Nel 2014, sul fronte domestico, La Delizia ha riorganizzato la rete di vendita al canale horeca, ottenendo un incremento dei volumi del 17% e del 22-23% a valore. Ha poi acquisito nuovi clienti retail, favorita da un portafoglio vini in grado di soddisfare sia le migliori catene di supermercati sia quelle di discount. Sul fronte dell'export, per distinguersi, ha puntato sui vini tipici del suo territorio. «Sul mercato Usa, il principale per noi all'export», aggiunge Bisconti, «abbiamo cambiato rotta affidandoci a una dozzina di distributori locali, non più a uno-due broker, per incrementare la penetrazione. Perseguiamo poi una politica di presidio diffuso dei mercati esteri per cogliere le opportunità che si aprono. Oggi i risultati in Russia sono messi in dubbio dalla svalutazione del rublo, in compenso promettono bene la Turchia, dove ci siamo inseriti con successo col pinot grigio».

Michela Achilli

## Sicilia en primeur punta sulla viticoltura sostenibile

Lanteprima mondiale dei vini 2014 prodotti dalle aziende associate ad **Assovini Sicilia** sarà all'insegna della «viticoltura sostenibile: rinnovamento culturale prima che culturale» un tema legato all'Expo di Milano. Dal 17 al 18 aprile, infatti, all'**Atlantis Bay** di Mazarò (ai piedi di Taormina, in provincia di Messina) si tiene l'edizione numero dodici della manifestazione itinerante organizzata e promossa da **Assovini Sicilia**, in collaborazione con **Banca Nuova** (istituto del **Gruppo Popolare di Vicenza**), che coinvolge tutte le aree vitivinicole regionali grazie alla partecipazione di circa quaranta aziende associate e circa 600 etichette in degustazione. Come si declina la sostenibilità nella viticoltura siciliana? Lo spiega **Francesco Ferreri**, presidente della associazione che raccoglie circa 70 aziende siciliane per l'80% del fatturato del settore nell'Isola, e a capo della cantina **Valle dell'Acate**. «Un evento come **Sicilia en Primeur**», ha spiegato, «non può non porre l'accento su tematiche di attualità come lo sviluppo di una viticoltura sempre più green e la salvaguardia della biodiversità, filosofia che ci accompagna in ogni fase della produzione». Un approccio che è facilmente misurabile: i soci, infatti, hanno in questi anni investito notevoli risorse nel rendere la viticoltura sempre più rispettosa dell'ecosistema e di chi vi abita e vi lavora. Dall'indagine svolta ogni anno dall'associazione che sarà presentata in occasione di **Sicilia en primeur**, il 61% delle aziende socie possiede certificazioni ambientali e il 39% produce vini da uve biologiche mentre la quasi totalità utilizza tecniche di concimazione a basso impatto. L'82% opera, inoltre, secondo le regole della lotta guidata e integrata. Una carta da giocare anche sui mercati esteri, sempre più sensibili alle tematiche ambientali. Oggi le aziende di Assovini sono presenti in oltre 70 paesi con un export pari al 59% del fatturato di 250 milioni di euro complessivamente generato.

Antonio Giordano



## Un bollino all'Abruzzo

Sarà presentato al **Vinitaly** il **Bollino di qualità per i prodotti d'Abruzzo**. L'idea nasce da 15 aziende dal settore vitivinicolo, quindi amici, che hanno provato a riunire sotto un'unica associazione, «è **Abruzzo**», i migliori prodotti dell'agroalimentare abruzzese.



L'iniziativa in poco tempo ha raccolto l'adesione e l'interesse di alcuni importanti brand locali della pasta, dell'olio e del settore caseario, fino (è un auspicio) a quello alberghiero. L'obiettivo è fare promozione dei migliori prodotti regionali con alti standard qualitativi. Nel solo settore vino, si contano i nomi di Torre dei Beati, Cirelli, Illuminati, Cataldi Madonna, Fattoria La Valentina, Ulisse, Emidio Pepe, Valentini, Tenuta Terraviva, Tiberio, I Fauri, Nicodemi, De Fermo, Gentile, Valle Reale.

Arturo Centofanti