



# Regione Umbria - Assemblea legislativa

---

## VITIVINICOLTURA: “PROGETTO VINO”, BENE PROMOZIONE INTEGRATA E AGGREGAZIONE, DUBBI SU MARCHIO E CONSORZIO UNICI - IN II° COMMISSIONE LE OSSERVAZIONI DEI SOGGETTI INTERESSATI

17 Febbraio 2014

### In sintesi

*Accordo sulla necessità di attivare azioni integrate e coordinate di promozione del vino umbro e del territorio regionale nel suo complesso, ma qualche perplessità e dubbi sulla istituzione di un marchio “Umbria” da apporre alle etichette, o del Consorzio unico per la tutela. Questo in sintesi è quanto emerso dall'audizione dei rappresentanti della vitivinicoltura umbra (produttori, associazioni di categoria, consorzi di tutela) chiamati stamani dalla Seconda Commissione ad esprimere le proprie valutazioni sul “Progetto Vino” elaborato dalla Giunta regionale per sviluppare la vitivinicoltura umbra.*

**(Acs)** Perugia, 17 febbraio 2014 - Tutti d'accordo sulla necessità di attivare azioni integrate e coordinate di promozione del vino umbro e del territorio regionale nel suo complesso, ma qualche perplessità e dubbi sulla istituzione di un marchio “Umbria” da apporre alle etichette, o del Consorzio unico per la tutela. Questo è quanto emerso dall'audizione dei rappresentanti della vitivinicoltura umbra (produttori, associazioni di categoria, consorzi di tutela) chiamati stamani dalla Seconda Commissione ad esprimere le proprie valutazioni sul “Progetto Vino” (vedi: <http://goo.gl/Yxi8LU> e <http://goo.gl/3mNV4A>) elaborato dalla Giunta regionale per sviluppare la vitivinicoltura umbra. Il presidente della Commissione, Gianfranco Chiacchieroni, nell'aprire il confronto, cui ha partecipato anche l'assessore regionale all'agricoltura Fernanda Cecchini, ha spiegato che sul documento sono già pervenute alcune osservazioni che “insieme a quelle che raccoglieremo oggi costituirà la base per una occasione di confronto più approfondito che mi auguro possa avvenire presto in Aula”.

### INTERVENTI

**ENZO BARBI** (Consorzio Vino Orvieto) “PENSARE DI AGGREGARE I VARI CONSORZI IN UN UNICO ORGANISMO REGIONALE È FORSE PREMATURO. Progetto valido che indica la giusta direzione da seguire: realizzare un maggiore coordinamento fra i vari soggetti attivi nella promozione del vino umbro. L'Umbria ha bisogno di maggiore forza di coesione, ancora scarsamente conosciuta all'estero. E i consorzi di tutela sono protagonisti di questa attività. Pensare di aggregarli in un unico organismo regionale è forse prematuro, la direzione è quella giusta, ma occorre far maturare i tempi. Necessario invece un maggiore coordinamento di filiera, con una struttura snella ed efficace. Occorre credere e investire nel nome 'Umbria', ma istituire un marchio regionale da affiancare ai prodotti vitivinicoli territoriali, per alcuni produttori, fra i quali quelli orvietani, potrebbe costituire un problema”.

**LORENZO BERTI** (Cantina coop Sasso dei Lupi): “UNA REGIONE PICCOLA COME L'UMBRIA DEVE UNIFICARE GLI SFORZI DEI TANTI PICCOLI PRODUTTORI LOCALI. Le imprese vitivinicole cooperative risentono fortemente della crisi del credito principale causa di molte chiusure. Anche imprese storiche come la nostra, attiva dal '58, risentono delle difficoltà del settore. Le cooperative necessitano di misure specifiche di sostegno nel Piano di sviluppo rurale ed anche per ciò che riguarda l'accesso al credito. Il Progetto regionale va bene, ma spesso tali strumenti si traducono poi in iniziative che finiscono in mille rivoli. Per limitare questo rischio, noi produttori avremmo dovuto fare delle proposte e dei progetti specifici mettendoli poi insieme e aggregandoli su proposte di qualità. Noi cooperative avremmo dovuto intraprendere questa strada, ma ci siamo invece divisi. Ora occorre unire forze e progettualità”.

**AMILCARE PAMBUFFETTI** (Consorzio Vini Montefalco): “MEGLIO INIZIATIVE DI PROMOZIONE CUI ADERIRE VOLTA PER VOLTA, PIUTTOSTO CHE ISTITUIRE IL CONSORZIO UNICO O IL MARCHIO 'UMBRIA' SU TUTTI I VINI. Il nostro Consorzio non si è ancora espresso sul Progetto. Rispetto ai contenuti, bene l'indicazione del nome 'Umbria' come elemento comune su cui sviluppare impegno e attività dei produttori, ma vediamo come: meglio forse iniziative e progetti di promozione ai quali aderire volta per volta, piuttosto che istituire il marchio 'Umbria' su tutti i vini o il Consorzio unico, perché l'identità di ogni singolo territorio rappresenta un valore faticosamente raggiunto e da salvaguardare. In particolare, il Consorzio unico non convince troppo perché i livelli di cofinanziamento richiesti per utilizzare le risorse comunitarie costituirebbe un impegno troppo grande per le aziende. Discorso diverso se questo strumento nascesse per iniziativa della Regione e con un adeguato impegno finanziario da parte di essa”.

**MARCO CAPRAI** (presidente Confagricoltura-Umbria): “OCCORRE UNIRE LE FORZE SOTTO IL DENOMINATORE COMUNE DEL MARCHIO 'UMBRIA'. SVILUPPARE IL MASSIMO DELL'IMPEGNO DI NOI PRODUTTORI. Insieme alla Confederazione italiana agricoltori (Cia) abbiamo firmato un documento di appoggio al progetto della Regione. Nella situazione di crisi attuale occorre attuare velocemente misure di sviluppo del comparto, e per far fronte alla diminuzione del mercato interno dobbiamo puntare sull'export e per fare buoni risultati dobbiamo essere competitivi. Occorre unire le forze sotto il denominatore comune del marchio 'Umbria' e in questo quadro sviluppare il massimo dell'impegno di noi produttori. Non è vero che il marchio unico rischia di deprimere le aziende: il Bordeaux racchiude in sé centinaia di produttori che commercializzano con eccellenti risultati il proprio prodotto e il proprio territorio. In passato la frammentazione degli interventi ha reso meno efficace l'azione: troppi i consorzi, o le strade del vino,

contribuendo a innalzare i costi. Ora possiamo semplificare, aggregare, recuperare risorse e rendere così più efficace l'attività di promozione. La viticoltura umbra ha perso il 50 per cento della sua produzione, se si continua così, con la bassa penetrazione nei mercati che abbiamo, rischiamo di perdere tutto. Se vogliamo affrontare mercati non solo di nicchia dobbiamo salvaguardare la produzione, aggregarci per usare la 'forza' del marchio Umbria”.

ROBERTO BERIOLI (cantina coop Terre del Carpine): “LE COOP VITIVINICOLE UMBRE NON HANNO SAPUTO AVVIARE SERI PERCORSI DI AGGREGAZIONE. D'accordo con Caprai su necessità di scelte veloci. Come impresa abbiamo intrapreso azioni di qualificazione aziendale: ci siamo aggregati ai Molini riuniti di Ellera e Umbertide, e attivato una collaborazione con il consorzio Civeco di Ravenna per l'export. Il Progetto ci pare procedere in maniera un po' lenta rispetto ai tempi imposti dai problemi delle aziende agrarie e vitivinicole. Qualità delle imprese e dimensioni questi i problemi che le coop umbre non hanno saputo risolvere: è mancata la volontà di avviare seri percorsi di aggregazione”.

ROBERTO MONTAGNOLI (Coldiretti-Umbria): “URGENTE INTERVENIRE SUL SETTORE COSTRUENDO AZIONI UNIVOCHE E UTILIZZANDO AL MEGLIO IL MARCHIO 'UMBRIA'. Rispetto a ciò il Progetto indica un percorso interessante, suggerendo di correggere gli errori del passato realizzando una efficace coesione territoriale, snellezza organizzativa e reale integrazione. Oggi è necessario attivare risorse, ma soprattutto sviluppare reali sinergie promozionali, assegnando il giusto peso e valore anche ai piccoli produttori. Bene quindi il marchio 'Umbria', salvaguardando però 'l'identità' dei produttori locali. Necessario poi assicurare azioni volte a semplificare e rendere più snelli e meno burocratici gli strumenti di programmazione, con un impegno particolare nei confronti del problema dell'accesso al credito”.

TERESA SEVERINI (Consorzio vini Torgiano): “METTERE INSIEME LE FORZE PER LA PROMOZIONE È LA STRADA GIUSTA, MA L'IMMAGINE ESTERNA DELL'UMBRIA È TROPPO DEBOLE. Non c'è ad esempio promozione integrata e sensata tra turismo e tutto il resto che offre la regione. Il marchio Umbria? Attenzione a come utilizzarlo. In passato ci siamo opposti al Doc Umbria che rischiava di non valorizzare e di non far conoscere adeguatamente le singole specificità delle zone d'origine. Promuovere quindi azioni integrate di promozione ma soprattutto aiutare la vitivinicoltura con altre azioni della Regione: esempio le infrastrutture stradali. Dobbiamo quindi attrezzare l'Umbria, farla conoscere e renderla praticabile”. TB/

I lanci dell'agenzia di informazione del Consiglio regionale su Facebook:

<https://www.facebook.com/consiglioregionaleumbria>

---

**Source URL:** <http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/vitivinicoltura-progetto-vino-bene-promozione-integrata-e>

#### **List of links present in page**

- <http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/vitivinicoltura-progetto-vino-bene-promozione-integrata-e>
- <http://goo.gl/Yxi8LU>
- <http://goo.gl/3mNV4A>
- <https://www.facebook.com/consiglioregionaleumbria>