



Intro:

Come i miei amici sanno mi piace bere un bel metodo classico, ricco e fresco nello stesso momento. Conosco molti produttori e posso trasportare il mio vino tra Italia e Germania (volendo fino 60 litri alla volta o vino fermo fino 90 litri) per piacere mio e senza ostacoli, avendo già pagato il dovuto alla fonte. Ma a volte sogno di ritornare per sempre in Germania e mi chiedo: come fare a bere il mio vino preferito, se non è disponibile in enoteca?

Katrin ama la rete:

Virtualmente posso visitare ogni internet shop e ogni sito di una cantina o il suo profilo in un portale o social media, posso prendere contatto, fare due chiacchiere e anche ordinare il vino dalla Germania: ma poi iniziano problemi che una persona di buon senso non riesce capire, anche bevendo solo vino fermo con accise zero, anche nel paese teutonico.

Katrin si fa delle domande:

Non sento spesso i politici stessi che lodano i piccoli vignaioli per il loro sostegno dell'ambiente, la difesa del paesaggio, il vino vero, autoctono, di terroir con il gusto inconfondibile, per il piacere che danno al consumatore? Ma sembra che dimentichino cosa significa la designazione "piccolo produttore" scelto per la ridotta quantità che produce e che ha da vendere. Si capisce che difficilmente può diventare partner della GDO (Grande Distribuzione Organizzata) che porta con la sua sofisticata distribuzione le fragole anche in inverno, il vino cileno e quant'altro e ci offre nel vero senso della parola il mondo. La tentazione è forte in un supermercato. E per il contadino-vignaiolo è cambiato il mercato; non è più solo quello locale, dei vicini. Ma grazie alla rete potrebbe trovare una nuova clientela ovunque. Potrebbe, dato che la logistica del vino anche in piccole quantità ha oggi un prezzo ragionevole.

Katrin pensa sul consumo proprio:

Magari, non avrò sempre il tempo di intraprendere un viaggio di mille chilometri per 24 bottiglie. E non sono una alcolodipendente, altrimenti prenderei alcol qualsiasi per inebriarmi e non un vino fine e con gusto ampio. E preferisco anche non bere niente se non trovo quel vino che mi soddisfa. E se me lo faccio spedire? Sono solo 24 bottiglie e non il massimo che potrei portare andando io direttamente, i 60 litri (cioè 80 bottiglie). Cosa cambia?

Katrin perde la speranza:

Lo stato tedesco vuole da me 1,02 Euro d'accise più l'IVA tedesca del 19% , ma non so dove versare questa cifra. Come privato non ho i requisiti per poterla pagare. Niente. Solo prendendo il vino in Italia non devo niente oltre l'Iva italiana.



Piace a: Fiscus

Certo che siamo lontani delle prassi d'una volta quando ad ogni ponte, ogni porta di città, ogni ansa di fiume si doveva lasciare un tributo per passare con la propria merce. Oggi abbiamo solamente i confini, ormai neppure presidati, degli stati e del mercato interno europeo, ma la burocrazia sembra più complicata e più ostacolante che allora, quando si poteva, almeno, passare indipendentemente se eri piccolo o grande e il tributo era chiaro e trasparente. E oggi?

Katrin all'inizio del delirio:

Oggi le amministrazioni pubbliche sono gonfiate e lavorano pure inefficacemente ovvero decidono per investimenti in progetti che giovano solo a pochi, oppure i compiti base statali (che vengono finanziati con le imposte dei cittadini) non vengono eseguiti ed erogati come si deve. Si dice privatizzati, che suona più moderno, ma intanto è una prova d'incapacità dei politici e funzionari statali. O esiste magari un'imposta sull'utilizzo del buon senso che mi è sfuggita, e dato che i burocrati vogliono risparmiarsi la quota evitano di utilizzare la zucca?

Katrin alla prova di lucidità:

Mi sono informata che le accise sono di esclusiva competenza degli erari nazionali; di conseguenza gli Stati membri hanno posto in essere una cornice che costituisce un quadro comune minimo che regola gli aspetti di generale interesse, lasciando la determinazione dei profili d'interesse nazionale ai singoli ordinamenti statali in base al principio di sussidiarietà che vuol dire "quello che può fare una piccola struttura locale, regionale o statale non deve essere regolato dalla UE." In questo modo l'UE garantisce un equilibrio tra i principi cardine e le esigenze (tributarie e di gettito) e la sovranità degli Stati. Ma anche dove le accise sono stabilite con valore zero, come per esempio in Italia e in Germania per il vino fermo (diverso per lo spumante e i distillati), ostacolano lo stesso mercato con procedure complicate che violano in fondo il diritto della libera circolazione delle merci, discriminando il cittadino europeo in due sensi:

1. il piccolo produttore italiano a cui vengono impedito certe vie per la distribuzione, esempio la vendita al privato sul "libero" mercato (mercato interno) europeo, pur avendo in lui il cliente perfetto per le sue misure di produzione e le opportunità che offre internet.
2. il cittadino europeo che preferisce bere il vino italiano ma non vuole essere obbligato a bere solo quel vino che decide la GDO o un importatore per lui. Infatti per chi ama il vino non è la questione di bere vino o meno ma è la questione quale vino bere, degustare, godere e ad esso viene tolta la libera scelta.

L'Unione Europea (UE) mi dice che si basa sui principi cardini della libertà di circolazione delle persone, delle merci, dei servizi e degli strumenti finanziari. Invece l'ininterrotta applicazione da parte degli stati membri di livelli di accisa ampiamente divergenti sulle bevande alcoliche smentisce questo principio e intralcia il corretto funzionamento del mercato interno.

Allora mi chiedo chi potrebbe avere un interesse che le accise rimangano. E' la Commissione in Europa o il Parlamento Europeo che raccomandano una armonizzazione? E' il ministero dell'economia e delle finanze nazionale da cui dipende direttamente anche il sistema doganale? E' il ministero dello sviluppo economico che si occupa anche di Antitrust e tra le sue funzioni è anche l'occuparsi della tutela contro le pratiche commerciali sleali? (Non è sleale porre ostacoli ad una intera categoria nella vendita via internet o per corrispondenza?) E' l'industria vinicola a cui fa comodo se i cittadini europei chiedono un gusto del vino sempre uguale non conoscendo le differenze?



Non piace a: Coca-Cola-Wine, monopoli, sviluppo economico, mipaaf, abbiamesemprefattocosi e altri



Piace a: il cittadino europeo, vignaioli uniti e altri

Commento da Katrin Walter: Mi sa che mi devo informare ancora meglio per intraprendere delle giuste misure e sapere contro chi si deve lottare.



Piace a: il cittadino europeo, CoraggioOggi e altri

Katrin cerca con le ultime forze di essere intraprendente:

Ma ora guardo quale sono le possibilità concrete che ci lasciano le leggi per vendere ai privati, enoteche, ristoranti (in seguito chiamati privati indicando sia i privati veri e propri ma anche i soggetti non dotati di un numero d'accisa). Prendo come esempio la Germania, il paese dove sono nata, anche perché è un paese vicino e affine al vino italiano.

Possibile evento UNO di Katrin:

Incaricare un proprio rappresentante fiscale

Secondo il principio che disciplina il mercato interno, quando i prodotti sottoposti ad accisa (anche se è zero) sono acquistati da privati per uso personale e trasportati dagli stessi in un altro Stato membro, l'accisa dovrebbe essere pagata nello Stato membro in cui i prodotti sono stati acquistati (Direttiva 2008/118/CE, preambolo comma 27 e articolo 32). Invece nel caso di vendite a distanza, i prodotti sono sottoposti ad accisa nello Stato membro di destinazione (articolo 36). Pagabile nel momento della messa in vendita è anche l'imposta sul valore aggiunto. Perciò serve l'apertura di una posizione IVA, da parte dell'impresa italiana, nel paese di invio della merce:

- ➔ ai fini delle accise,
il venditore italiano deve appoggiare la spedizione su un codice di accisa del paese del consumatore. Il debitore dell'imposta nel paese di arrivo è il venditore stesso. Lo stato membro di destinazione può prevedere che il debitore dell'imposta sia un rappresentante fiscale stabilito in tale paese
- ➔ ai fini IVA,
il venditore italiano deve identificarsi nel paese del consumatore finale (direttamente o dove consentito a mezzo di rappresentante fiscale) e applicare l'IVA di tale paese

In Germania come rappresentante fiscale possono essere autorizzati solamente le seguenti persone:

1. chi esercita la professione di consulente fiscale o consulente legale
2. spedizionieri in quanto danno aiuto nelle pratiche fiscali-doganali
3. altri imprenditori commerciali in quanto danno aiuto nelle pratiche fiscali-doganali (es. commercianti)

Le ultime due categorie sono autorizzate a esercitare la rappresentanza fiscale solo se hanno sede nella Repubblica Federale della Germania.

Incaricare un rappresentante fiscale in Germania è solamente possibile se l'azienda rappresentata oppure la persona dell'imprenditore rappresentata non ha né residenza, né domicilio o sede principale o secondaria sul territorio tedesco e solamente se vengono realizzati solo fatturati senza imposte e non si deve versare dell'imposta a monte (IVA a credito).

Per una piccola-media aziende sostenere tale dispendio sembra troppo impegnativo considerando che fin qui avrebbero solamente risolto la parte fiscale-doganale ma non la logistica i cui costi si aggiungono.

Non piace a: vini veri, vignaioli uniti, naturale, simplify

Piace a: Fiscus, Controllatutto, HappyBurocrazia, abbiamefattosemprecosi



Foto inserita da Fiscus

Commento da Fiscus: Pecunia non olet

Commento dal cittadino europeo: A mortuo tributum exigere

Non piace a: Fiscus, HappyBurocrazia

Piace a: il cittadino europeo, BuonSenso e altri

Possibile evento DUE di Katrin:

Soluzione tramite le convenzioni di Wein-Plus

Wein-Plus è già conosciuto come guida dei vini e network europeo che offre ai soci iscritti diverse convenzioni per risparmiare e semplificare la vita quotidiano per chi produce e vende vino. Sta preparando una soluzione per vendere inizialmente ai privati tedeschi tramite un partner con un rappresentante fiscale in Germania.

Semplificando funziona nel seguente modo: Tutti i vini da 80 punti in poi (soglia di Wein-Plus per pubblicare gli esiti) dei soci iscritti vengono pubblicato nel Online-Shop del partner Winexplicit. Questo Online-Shop viene menzionato come fonte d'acquisto nella stessa guida di Wein-Plus. Il privato ordina presso questa fonte. Il produttore vende e trasporta il vino al partner con sede in Lombardia, cioè in Italia (possibile anche immagazzinare per velocizzare il processo). Winexplicit trasporta il vino in Germania e lo manda con una fattura con IVA tedesca al cliente e risolve tutte le pratiche doganali e fiscali. Il prezzo della vendita al partner deve contenere un minimo margine prestabilito, per coprire i costi della gestione. Al cliente in Germania la merce arriva solo con l'aggiunta delle spese per il trasporto come nel caso d'ordini in rete.

Il vantaggio: i clienti trovano anche i vini dei piccoli produttori, i quali, spesso, i dettaglianti non si mettono nell'assortimento avendo maggior impegno nella comunicazione. Il produttore risolve il problema doganale con un piccolo contributo che paga solo in caso di necessità, ma si crea un mercato senza sostenere un proprio sistema rigido. Va detto che con questa soluzione si risolve anche la parte logistica. E un ulteriore vantaggio consiste nel fatto che i vini vengono anche degustati per la guida online e appaiono nel network di Wein-Plus, frequentato dagli appassionati del vino. In questo caso può fungere anche come strumento di marketing e pubbliche relazioni e i risultati sono linkabile per i fini comunicativi e promozionali in Italia e in altri paesi. (Inoltre, si può utilizzare le altre convenzioni di Wein-Plus come le agevolazioni presso UPS e produttori d'imballaggi sicuri per le spedizioni e le vendite nazionali e/o ad altri partner nel mondo.)



Non piace a: Coca-Cola-Wine, Roberto Parking, Lucrezia Maroni

Piace a: Wein-Plus

Possibile evento TRE di Katrin:

Aumentare il flusso dei visitatori in cantina o alle fiere-mercato in Italia



Per vendere più ai privati si dovrebbe anche pensare come aumentare il numero di visitatori in cantina. L'esperienza di una visita nel luogo dove nasce il nettare di bacco fa sempre impressione e riesce a aumentare in genere l'entusiasmo per il vino e la fidelizzazione del cliente con la propria cantina e il proprio vino grazie al coinvolgimento nel contatto diretto in una atmosfera amichevole. Conviene rendere accogliente il luogo, coinvolgere con la storia del luogo e le storie sui prodotti, offrire informazioni, corsi, gite, servizi aggiuntivi oltre di un vino d'alta qualità che convince nella degustazione.

Per farsi notare, per attirare a far scegliere la propria cantina o manifestazione mi metto nei panni del potenziale cliente e mi immagino in quale network o social o con quale strumento potrebbe fare le ricerche o quale parole potrebbe cercare quando avrebbe in mente una gita in campagna. Mi vengono in mente siti che portano già nel nome il prodotto desiderato come per esempio **Wein-Plus** (per chi sa il tedesco o inglese) e **Vinix**.

Attivando il turismo del vino e la vendita in cantina anche a persone di provenienza europea, si può nel miglior caso riempire le macchine degli ospiti con 90 litri di vini (di cui fino a 60 di spumante) per persona senza alcun problema doganale e fiscale applicando l'IVA italiana.

Ovviamente non basta vedere i mercati in Europa solo come mercati di sbocco; occorre applicare a questi mercati la stessa attenzione come al mercato locale, regionale, nazionale nella fase del pre- e post-acquisto, cioè comunicare su tali mercati, relazionarsi, promuoversi per essere presi in considerazione e per fidelizzare i consumatori di questi nuovi mercati come si fa anche a casa.

Non piace a: Coca-Cola-Wines

Piace a: vini veri, vignaioli uniti, naturale, TraduzioniProfessionaliDaMadrelingua, simplify, Vinix, Incoming e altri

Katrin è molto stanca:

Piace a: Fiscus, Controllatutto, HappyBurocrazia, abbiamo sempre fatti così, destrarreConTemiSecondari

Katrin dorme:

Qualche ipotesi concettuale tra sogno e incubo

Avendo letto comma per comma di leggi e direttive mi si chiudono gli occhi per la stanchezza. Mi sto addormentando ma vedo una piccola lacuna che si crea del fatto che i piccoli produttori di vino non sono tenuti ad emettere il DAA telematico (e-AD) e non appaiono nel sistema elettronico EMCS. Vedo i prodotti venduti e spediti ai clienti situati in altri stati membri che sono difficili da controllare per la massa di spedizioni. E sembra di sentire dai veli del sogno che si adagia dolcemente su di me, alcuni interpreti, che avvisano che qualora un privato, recatosi personalmente nello stato membro diverso da quello di residenza, acquisti e, impossibilitato ad effettuare il trasporto del prodotto, organizzi la spedizione come se vi provvedesse egli stesso, il carattere personale dell'operazione resta ben verificabile.

Mi impunto contro l'incubo ma non riesco svegliarmi, invece la scena si riempie con tanti vignaioli che spediscono il vino sempre ancora ai privati sentendo anche loro la voce di alcuni interpreti. I colli del vino volano per le frontiere che non ci sono più e qualcuno viene pure acchiappato da qualche persona in divisa grigia scura. Ma quando si ci incontra all'audizione per parlare del caso, una folla riunita di migliaia vignaioli adduce, che

- il carattere personale degli ordini e spedizioni sono ben attestabili per la quantità di questi ordini, per la destinazione agli indirizzi dei privati e per le conferme elettronica del trasporto e della consegna da parte dei corrieri (es. UPS);
- si discrimina la libertà del cittadino europeo e amatore del vino italiano all'estero e lo si obbliga a comprare un vino che sceglie un commerciante locale o un importatore oppure a intasare le strade con il proprio veicolo;
- si viola il principio della libera circolazione dei merci;
- si discriminano i produttori piccoli nell'accesso al mercato libero pur avendo nei privati la giusta clientela per la loro quantità di produzione;
- si discrimina il prodotto del piccolo produttore di fronte il prodotto del grande produttore;
- si rischia il fallimento del vignaiolo e la cessione delle sue attività con ripercussioni sociali ma anche all'ambiente, microclima, biodiversità, economia locale...;
- viene disprezzato il principio di proporzionalità per tutto l'apparato burocratico-amministrativo (pure anche per una causa del genere) che si inizia muovere per una semplice spedizione di qualche cartone di vino invece di applicare le imposte alla fonte, cioè con iva italiana e accise del paese di provenienza (al momento al zero) nel caso degli acquisti da privati in tutta l'Europa. (Una proposta potrebbe anche essere, conoscendo il paese di destinazione, di fatturare le accise in vigore e lo stato italiano le versa poi a tale paese, come succede anche con il valore dei francobolli, cioè i servizi postali che si pagano nel paese di partenza e poi la quota viene ripartita.)
- si perde in Italia potenziale contribuente perché i corrieri e i vignaioli fanno meno fatturato e pagano meno tasse e imposte;
- si dimentica l'aspetto ecologico e si provoca inquinamento se il privato deve fare chilometri solo per ritirare con un proprio mezzo qualche cartone, invece di sfruttare corrieri giornalieri che viaggiano comunque con mezzi pieni o mezzo pieni.
- e si provoca che lo stato di destinazione perde ancora più imposte perché, se il cittadino viaggia all'estero, spende in questi giorni all'estero e non in casa l'imposta sul valore aggiunto.

Katrin si gira nel dormiveglia ma ora vorrebbe sapere come finisce:

Alla folla si aggiungono dei bravi avvocati che trovano ancora più motivi controllando la decisione di Dassonville e principi come la economicità della riscossione delle imposte, ricordando che sia uno dei quattro principi per le imposte formulati già da Adam Smith, detto anche il padre dell'economia. I giudici seguono senza paura dell'imposta sul buon senso le argomentazioni della folla e ne escono dei precedenti.

E l'unione dei vignaioli forti (unione che i soci non indeboliscono pagando sempre la quota sociale puntualmente) è una unione solidale in cui uno aiuta l'altro anche nel caso di guai. Questa unione che ha le fondamenta nella convinzione della strada giusta e nella forza della unione stessa come nel **consenso del mercato per la qualità dei prodotti** e non nel favore di un politico di turno, questa unione ce l'ha fatta. Ha cambiato il decreto 118 e ha fatto togliere il "trasportato dal medesimo" perché infrangeva molti diritti del cittadino europeo. Applauso fragoroso.

Non piace a: Guardia, Controllatutto, HappyBurocrazia, destrarrecontemisecondari, abbiamofattosemprecosì

Piace a: Metodo Classico, Franciacorta, Champagne, Winzersekt, TrentoDOC, Oltrepò Pavese Metodo Classico, il cittadino europeo, vini veri, CoraggioOggi, MilleVigne, vignaioli uniti, BuonSenso, terroir, biodiversità e altri

Katrin si sveglia:

Finalmente suona la sveglia e mi posso staccare di questo incubo. Devo ridacchiare per queste strane idee che nascono nei miei sogni così lontani dalla vita quotidiana. ;-)

Informazione:

Katrin Walter è una comunicatrice tra Italia e Germania. Si occupa di marketing, PR/ufficio stampa e traduzioni professionali nel mondo del vino, commercio e della promozione. Come lavoratrice intellettuale beve poco ma buono. Di tanto in tanto si porta, però, in uno stato d'ebbrezza, il quale le fa dimenticare alcune avversità oppure si porta in uno stadio tra pensare e sognare che porta alla luce del giorno delle cognizioni impensate e nuove e le relazioni inaspettate, le quali utilizza principalmente per il suo lavoro di successo e le offre – solo in casi eccezionali – ad un pubblico più vasto come in questo caso qui.

Piace a: ComunicareBene, Internazionalizzare, VenderenGermania, Metodo Classico, Endrizzi, MilleVigne, TraduzioniProfessionaliDaMadrelingua, CoraggioOggi, vignaioli uniti, BuonSenso, terroir, biodiversita e tanti altri

Alcuni link utili

Verificare nr P.IVA: www1.agenziaentrate.gov.it/servizi/vies/vies.htm

Le dogane: www.agenziadogane.it

Interessante riassunto della CCIAA Piemontesi sugli aspetti legali, fiscali e doganali nella vendita del vino:

http://images.es.camcom.it/f/UEistruzioneiperluso/76/767_ESUCCP_1122011.pdf

Katrin Walter: www.simplywalter.biz o in Facebook www.facebook.com/katrin.walter

Vinix: www.vinix.it

Wein-Plus: www.wein-plus.it o www.wein-plus.eu e sui dettagli delle convenzioni contact@wein-plus.it

MilleVigne: www.millevigne.it

N.B.:

Questa pubblicazione non costituisce un testo giuridico o un manuale d'uso. Per le esigenze aziendale e lo svolgimento della propria attività professionale si richiede una puntuale verifica presso le autorità e gli organismi istituzionalmente competenti nelle materie di riferimento.

Katrin Walter