



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

FACOLTÀ DI AGRARIA

DIP. DI TERRITORIO E SISTEMI AGRO-FORESTALI

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE E TECNOLOGIE
AGRARIE**

TESI DI LAUREA

**REVISIONE DEI DISCIPLINARI DEL PROSECCO E
PROPENSIONE ALL'ACQUISTO DEI CONSUMATORI:
UN'ANALISI CON UN ESPERIMENTO DI SCELTA**

*REVISION OF THE SPECIFICATION OF THE PROSECCO WINE AND
CONSUMERS PURCHASE PROPENSITY: A DISCRETE CHOICE
EXPERIMENT*

Relatore:

Prof. TIZIANO TEMPESTA

Correlatore:

Dott. DANIELE DJUMBOUNG

Laureando:

**GIANLUCA CHINAZZI
Matricola n. 622614**

ANNO ACCADEMICO 2010-2011



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

FACOLTÀ DI AGRARIA

DIP. DI TERRITORIO E SISTEMI AGRO-FORESTALI

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE E TECNOLOGIE
AGRARIE**

TESI DI LAUREA

**REVISIONE DEI DISCIPLINARI DEL PROSECCO E
PROPENSIONE ALL'ACQUISTO DEI CONSUMATORI:
UN'ANALISI CON UN ESPERIMENTO DI SCELTA**

*REVISION OF THE SPECIFICATION OF THE PROSECCO WINE AND
CONSUMERS PURCHASE PROPENSITY: A DISCRETE CHOICE
EXPERIMENT*

Relatore:

Prof. TIZIANO TEMPESTA

Correlatore:

Dott. DANIELE DJUMBOUNG

Laureando:

GIANLUCA CHINAZZI

Matricola n. 622614

ANNO ACCADEMICO 2010-2011

INDICE

Riassunto	1
Abstract	2
Introduzione	5
Capitolo 1 Storia del Prosecco e descrizione delle aree di produzione del vino	8
1.1 Storia del Prosecco	8
1.2 Geologia e geomorfologia del territorio del Prosecco	13
1.3 L'area di produzione del Prosecco dal 1969 al 2008	15
- 1.3.1 L'area di produzione del Prosecco D.O.C.	15
- 1.3.2 L'area di produzione del Prosecco I.G.T. .	22
1.4 La nuova area di produzione del Prosecco (luglio 2009)	30
- 1.4.1 L'area del Prosecco D.O.C.G.	32
- 1.4.2 L'area del Prosecco D.O.C.	36
- 1.4.3 L'evoluzione delle superfici vitate di Prosecco	39
- 1.4.4 Il Consorzio per la tutela e difesa del Prosecco	42
- 1.4.5 Le motivazioni e le cause che hanno portato al cambiamento della denominazione del Prosecco	46
Capitolo 2 Aspetti economici e produttivi del distretto del Prosecco	52
2.1 Il mercato dei vini D.O.C. Conegliano-Valdobbiadene nel 2009	52
- 2.1.1 Situazione della D.O.C. Conegliano-Valdobbiadene nell'anno 2009.....	53
- 2.1.2 Strutture gestionali ed organizzative	55
- 2.1.3 Strutture viticole	60
- 2.1.4 Strutture enologiche	60
- 2.1.5 Evoluzione delle strutture di mercato in Italia e all'estero (2003-2009).....	61
- 2.1.6 Evoluzione del mercato in Italia e per aree Nielsen (2003-2009)	66
- 2.1.7 Evoluzione dei canali distributivi in Italia (2003-2009)	71
- 2.1.8 Mercati internazionali (2003-2009)	73
- 2.1.9 Evoluzione dei profili del posizionamento di prezzo del Prosecco Conegliano-Valdobbiadene (2003-2009)	78
2.2 Dinamiche di mercato nella struttura dell'offerta del Superiore di Cartizze: annata 2009.....	86
- 2.2.1 Strutture gestionali ed organizzative del Superiore di Cartizze	87
- 2.2.2 Superiore di Cartizze: evoluzione delle strutture commerciali e di mercato e performance del prezzo (2006-2009)	90
2.3 Prosecco I.G.T.: Evoluzione del mercato e posizionamento del prezzo nel periodo 2003-2009.....	95
- 2.3.1 Tendenze del Prosecco a I.G.T. nelle imprese della denominazione Conegliano-Valdobbiadene	97
- 2.3.2 Prosecco a I.G.T.: cambiamenti nelle strutture di mercato in Italia e all'estero.....	98
- 2.3.3 L'andamento di mercato del Prosecco I.G.T.	100
- 2.3.4 I canali distributivi del Prosecco I.G.T.	101
- 2.3.5 Le vendite del Prosecco I.G.T.	103
- 2.3.6 Prosecco a I.G.T.: cambiamenti nelle esportazioni dei Paesi del resto del mondo....	105
- 2.3.7 Cambiamenti nel posizionamento di prezzo del Prosecco I.G.T.	107
- 2.3.8 Prosecco I.G.T.: Risultati produttivi ed economici all'annata 2009	111

- 2.3.9 Prosecco I.G.T.: la tendenza del mercato 2003-2009	114
2.4 Risultati economici attuali della nuova denominazione Conegliano-Valdobbiadene: la situazione nel 2010 e le previsioni produttive future	115
Capitolo 3 Descrizione dell'indagine	126
3.1 Obbiettivi dell'indagine	126
3.2 Materiali e metodi usati nell'indagine	126
3.3 Choice Experiment	127
3.4 Il questionario	131
3.5 La raccolta dati	136
Capitolo 4 Risultati dell'indagine	138
4.1 Risultati "sezione 1" del questionario: informazioni su consumo generale di vino	138
4.2 Risultati "sezione 2" del questionario: informazioni sul Prosecco	141
4.3 Risultati "sezione 3" del questionario: il Set di scelta	153
4.4 Risultati "sezione 4" del questionario: caratteristiche socio-economiche del campione	155
4.5 Risultati "sezione 5" del questionario: le domande di verifica	161
Capitolo 5 Il modello statistico dell'indagine	166
Conclusioni	172
Bibliografia	174
Appendici	180
- Appendice A: Il decreto ministeriale 17 luglio 2009, pubblicato su G.U. n° 173 del 28.07.2009	180
- Appendice B: Il questionario	205
- Appendice C: I cartellini utilizzati per il Choice experiment	208
Ringraziamenti	215

RIASSUNTO

La realtà produttiva del Prosecco, a partire dal 1° agosto 2009, è radicalmente cambiata tramite la riforma portata a compimento con l'emanazione del Decreto Ministeriale del 17 luglio 2009. Il decreto ha sancito l'entrata in vigore di un nuovo disciplinare di produzione del Prosecco con una serie di novità, tra le quali di particolare importanza è il riconoscimento della denominazione D.O.C.G. (Denominazione di Origine Controllata e Garantita) all'area di produzione storica del vino, posta fra i comuni di Conegliano e Valdobbiadene. Allo stesso tempo è stato varato l'allargamento della già esistente denominazione D.O.C. (Denominazione di Origine Controllata) che è stata estesa alle province di Belluno, Padova, Treviso, Venezia e Vicenza in Veneto e Pordenone, Udine, Gorizia e Trieste nella regione Friuli Venezia Giulia. L'allargamento dell'area D.O.C. e della base produttiva ha consentito di garantire la tutela delle produzioni di Prosecco contro le forme di concorrenza sleale che si manifestano oramai da tanto tempo nei mercati. Dal 2009 infatti non può più essere commercializzato del vino denominato Prosecco che non sia prodotto all'interno dell'area D.O.C. o D.O.C.G. . Almeno potenzialmente il provvedimento dovrebbe pertanto avere dei benefici per i produttori. Non va però trascurato che le cantine operanti nell'area ex D.O.C., ora D.O.C.G., potrebbero vedere ridursi i loro profitti qualora il consumatore non fosse in grado di conoscere il significato di D.O.C.G. o non fosse in grado di riconoscere il luogo di produzione quale fattore centrale nella definizione della qualità del Prosecco.

In questo studio si è cercato innanzitutto di comprendere se i consumatori siano riusciti a recepire, nell'arco degli ultimi due anni, l'entità dei cambiamenti avvenuti nel distretto del Prosecco. Inoltre, si è cercato di comprendere quali siano i fattori che potrebbero essere utilizzati a livello di marketing per promuovere la produzione di Prosecco realizzata nella D.O.C.G. e per renderla sufficientemente distinguibile da quella della nuova D.O.C. . Per raggiungere tale obiettivo è stato predisposto un questionario in cui erano contenute sia domande relative alle caratteristiche dei consumatori ed al loro rapporto con il Prosecco, sia dati sulla conoscenza della D.O.C.G. Per comprendere meglio le preferenze dei consumatori tramite un esperimento di scelta si è cercato di comprendere quali fattori territoriali possano incidere sulla propensione all'acquisto. I fattori considerati sono stati: l'utilizzo di uve provenienti da vitigni di biotipi locali (assente, parziale e prevalente); la tutela del paesaggio storico-tradizionale; la tracciabilità; il luogo di produzione (D.O.C.G., D.O.C., altro); il prezzo del prodotto. Con l'utilizzo di un disegno sperimentale di tipo ortogonale sono stati individuati 18 profili, che sono stati organizzati in 6 diversi set di scelta. Il questionario è stato sottoposto a 220 persone. Le interviste sono state effettuate in un centro commerciale di Conegliano, in provincia di Treviso. Tramite l'esperimento di scelta sono state stimate le utilità marginali derivanti da ognuno dei livelli considerati per i cinque attributi. Pur con i limiti derivanti dalla limitatezza del campione e della sua parziale rappresentatività statistica, la ricerca ha posto in evidenza l'esistenza di una discreta segmentazione dei consumatori in base alle preferenze manifestate. Si è inoltre potuto osservare che tendenzialmente i fattori che incidono di più sulla propensione all'acquisto sono stati, a seconda del segmento di mercato, l'uso di biotipi locali, la tracciabilità e la conservazione del paesaggio. La produzione in area D.O.C. o D.O.C.G., pur avendo in generale un effetto positivo sulla propensione all'acquisto, è stata però meno importante degli altri elementi considerati con la sola eccezione di una frazione di consumatori pari a circa il 20% degli intervistati.

ABSTRACT

The reality of Prosecco production, starting from 1st august 2009, has radically been changed by the reform carried through with the enactment of Ministerial Decree of 17th July 2009. The decree had marked the entry into force of a new specification for the production of Prosecco with a series of innovations, among which of particular importance is the recognition of the designation of D.O.C.G. (Protected and guaranteed designation of origin) in the historical production area of wine, located between the towns of Conegliano and Valdobbiadene. At the same time the existing designation P.D.O.. (Protected designation of origin) has been extended to the provinces of Belluno, Padua, Treviso, Venice and Vicenza in Veneto and Pordenone, Udine, Gorizia and Trieste in the region Friuli Venezia Giulia. The enlargement of the P.D.O. and of the productive base has allowed to ensure the protection of the productions of Prosecco against forms of unfair competition occurring in the markets for a long time. Since 2009 in fact, a wine that is not produced within the area with P.D.O. or Protected and guaranteed designation of origin cannot be called "Prosecco" anymore. At least potentially the measure is therefore expected to have benefits for producers. It should not be overlooked that the wineries operating in the ex-P.D.O. area, now Protected and guaranteed designations of origin, could see their profits reduced, if the consumer is not able to know the meaning of Protected and guaranteed designations of origin or is not able to recognize the place of production as a central factor in defining the quality of Prosecco.

In this study it was tried in particular to understand whether the consumers are able to understand, over the last two years, the importance of the changes occurred in the district of Prosecco. Also, it was tried to understand what are the factors that could be used in marketing to promote the production of Prosecco realized in the Protected and guaranteed designations of origin and to make it sufficiently distinguishable from that of the new P.D.O.. To achieve this objective a questionnaire was prepared which contained questions concerning both the characteristics of consumers and their relationship with Prosecco, and knowledge of data of the Protected and guaranteed designations of origin. To better understand the consumers' preferences, through a choice experiment it was tried to understand what territorial factors may affect the purchase propensity. The factors considered were: the use of grapes from vines of local biotypes (absent, partial, and mainly); the protection of historic traditional landscape; the traceability; the place of production (Protected and guaranteed designations of origin, P.D.O., other); the price of the product. With the use of an experimental design of orthogonal type 18 profiles were identified that have been organized into 6 different sets of choice. The questionnaire was subjected to 220 people. The interviews were conducted in a shopping center of Conegliano in the province of Treviso. Through the choice experiment marginal utilities from each of the levels considered for the five attributes were estimated. Despite the limitations caused by the limited sample and its partial statistic representation, the research has highlighted the existence of a discrete segmentation of consumers according to the preferences shown. It has also been observed that tendentially the factors that affect more the purchase propensity were, depending on market segment, the use of local biotypes, the traceability and the landscape preservation. The production in the areas P.D.O. or Protected and guaranteed designations of origin, while having generally a positive effect on the purchase propensity, however was less important than other elements considered with the exception of a fraction of consumers, approximately equivalent to 20% of people interviewed.

INTRODUZIONE

A partire dal 1° agosto 2009, è entrato in vigore il nuovo disciplinare di produzione del prosecco che ha introdotto, rispetto alla precedente legislazione, due importanti novità: l'ottenimento della denominazione D.O.C.G. nella zona di produzione storica del vino; l'estensione della zona D.O.C. ad un'area molto più ampia della precedente. Questi cambiamenti, su richiesta dei consorzi di tutela e delle associazioni di produttori, sono stati voluti per cercare di garantire una maggiore protezione giuridica nei riguardi del prosecco e del suo comparto produttivo sia nel mercato nazionale che in quello internazionale. L'estensione della area D.O.C. fino a comprendere la località "Prosecco" in provincia di Trieste, ha consentito di attribuire il nome di quello che altrimenti sarebbe stato un vitigno, a un vino, e quindi di poter individuare una D.O.C. di nome Prosecco. Il provvedimento nasce in prevalenza dall'intento di contrastare le produzioni irregolari, cioè non attenenti ai disciplinari ufficiali del prodotto, che da tempo "inquinano" il mercato con produzioni similari che impropriamente utilizzano la dicitura "Prosecco" nell'etichetta. In contemporanea, fra gli altri propositi, c'è anche quello di poter riuscire a governare correttamente la denominazione del vino cercando di garantire il giusto equilibrio fra produzione e consumo, e assicurare, di conseguenza, la giusta remunerazione ai viticoltori che hanno investito in tali produzioni ingenti risorse. L'immagine che la nuova denominazione vuole trasmettere al consumatore è quella di un settore che punta sulle produzioni di qualità, su una concezione di filiera ben organizzata e che tiene nella massima considerazione la tutela del territorio. In tale contesto un ruolo fondamentale potrebbe essere assunto dal collegamento tra la qualità del prodotto e quella del territorio di produzione che, almeno per l'area D.O.C.G., presenta indubbe valenze paesaggistiche e storico-culturali. La qualità del territorio potrebbe risultare uno strumento importante di valorizzazione del prodotto specie se saranno attuate adeguate politiche di sviluppo dell'enoturismo e, più in generale, dell'agriturismo. Quest'ultima considerazione è importante anche sotto il profilo culturale poiché il territorio dell'area di Conegliano – Valdobbiadene, per la peculiarità del suo paesaggio, è sotto osservazione e verifica da parte dell'Unesco, in quanto già dall'ottobre 2010 il consorzio di tutela ha ufficializzato l'inserimento dell'area nella "*Tentative list*" dei potenziali siti ambientali che dovrebbero entrare a far parte del patrimonio Unesco.

Per molti versi la scommessa posta in essere dalla revisione dell'area D.O.C. e dall'introduzione della D.O.C.G. è ricca di incognite per i produttori della D.O.C. storica che godevano di un'indubbia posizione di privilegio nel mercato vinicolo nazionale e internazionale. L'estensione dell'area produttiva comporterà inevitabilmente un aumento dell'offerta che potrebbe avere ripercussioni negative sul prezzo e quindi sui redditi dei produttori. Si noti a riguardo che poiché

sono stati inglobati nella D.O.C. estesi territori di pianura, i produttori delle aree collinari si troverebbero in una posizione notevolmente svantaggiata a causa dei maggiori costi di produzione. I produttori dell'ex area D.O.C. correrebbero perciò il rischio di trovarsi fuori mercato. L'unica possibilità che ciò non accada è costituita, in un'ottica di lungo periodo, dalla capacità dei produttori della D.O.C.G. di spuntare dei prezzi più elevati rispetto a quelli della D.O.C.. Perché ciò accada, è necessario che i consumatori riconoscano la maggiore qualità del prosecco ottenuto nella D.O.C.G.. E' noto, peraltro, che in realtà i consumatori, specie più giovani, non hanno una grande capacità di comprendere le caratteristiche qualitative del vino. Per essi saranno invece assai più importanti i messaggi mediatici che i produttori saranno in grado di inviare. In altri termini, solo adeguate strategie di marketing potranno consentire ai produttori della D.O.C.G. di non perdere quel vantaggio competitivo di cui hanno goduto fino ad oggi. Ma su cosa dovrà puntare tale azione di marketing? Cosa potrà concorrere a differenziare la produzione della D.O.C.G. da quella della D.O.C.? Pur essendo indubbio che la qualità del vino sarà l'elemento centrale per vincere tale sfida, la comunicazione della qualità sarà per molti versi altrettanto importante.

Questo lavoro nasce dal tentativo di comprendere quali potrebbero essere le strategie di marketing da adottare al fine di valorizzare opportunamente il prosecco ottenuto nella nuova D.O.C.G..

A tale riguardo si è cercato innanzitutto di comprendere come l'opinione pubblica, ovvero il consumatore finale, abbia recepito questo nuovo provvedimento disciplinare riguardante la zona di produzione del prosecco. In secondo luogo si è cercato di comprendere quali fattori possano concorrere maggiormente a creare l'immagine del prosecco. In altri termini, con questa ricerca si è cercato di individuare quali siano gli elementi strategici da considerare ai fini del marketing del prodotto. Come noto, il consumatore, nel caso di prodotti come il vino (che è un tipico *experience good*), basa le sue decisioni d'acquisto in base alle caratteristiche intrinseche ed estrinseche. Le caratteristiche intrinseche fanno riferimento essenzialmente alla qualità del vino e quelle estrinseche a tutti gli altri fattori che possono costituire un indicatore di qualità. Molto spesso però, a causa della notevole variabilità della qualità del prodotto, un ruolo fondamentale viene svolto dalle caratteristiche estrinseche. Queste possono riguardare il prodotto in sé (ad esempio la forma della bottiglia, l'etichetta, il prezzo, il brand, il tipo di lavorazione, il tipo di vitigni, ecc.), il contesto di vendita (organizzazione dei locali, organizzazione degli scaffali, ecc.) e il contesto territoriale di produzione (area D.O.C., qualità del paesaggio, qualità dell'ambiente, ecc.). Considerando le problematiche richiamate, tramite un esperimento di scelta (*choice experiment*) si è cercato di indagare l'atteggiamento dei consumatori nei riguardi di alcune caratteristiche estrinseche che potrebbero rivelarsi strategiche ai fini dell'avvio di politiche di marketing da parte del consorzio di tutela della D.O.C.G.. In particolare sono stati considerati i seguenti elementi:

- area di produzione (D.O.C.G., D.O.C., altra area)
- tracciabilità (indicazione esatta del luogo geografico di produzione delle uve)
- storicità del paesaggio (produzione in aree dove è stato conservato il paesaggio storico)
- biotipo del vitigno (vini ottenuti in prevalenza da biotipi locali, parzialmente da biotipi locali, da biotipi generici)
- prezzo.

Allo scopo di capire quale è il punto di vista del consumatore, è stato redatto un apposito questionario proposto ad un campione di 220 persone. Il questionario è articolato in varie parti. Nella prima sono state raccolte informazioni relative al consumo di vino, alla conoscenza e all'acquisto del prosecco (con particolare riferimento alle problematiche connesse all'istituzione della D.O.C.G.), ai fattori considerati nell'acquisto di vino. Nella seconda è stato realizzato l'esperimento di scelta proponendo agli intervistati di scegliere il vino che acquisterebbero in 6 set di scelta caratterizzati dalla presenza di quattro tipi di vino che si diversificano in base alle 5 caratteristiche indicate in precedenza. Nella terza parte, infine, sono state raccolte informazioni di tipo socioeconomico.

Le interviste sono state effettuate all'interno di un centro commerciale del comune di Conegliano (TV), in quanto il centro commerciale rappresenta il sito ideale dove si concentrano tutte le diverse figure di consumatori ordinari cui si è rivolta in modo specifico l'indagine.

La tesi è strutturata come segue: nel primo capitolo è fornito un inquadramento dell'area di produzione del prosecco. In particolare viene analizzata l'area come era strutturata in passato e come è mutata in seguito all'entrata in vigore del nuovo disciplinare. Sono state riportate inoltre le motivazioni e le cause che hanno condotto alla formazione della nuova D.O.C.G. e alla ristrutturazione della D.O.C.. Nel secondo capitolo sarà effettuato un inquadramento economico-produttivo dell'area del prosecco e saranno illustrati i dati più recenti relativi alla produzione ed alle vendite, evidenziando altresì gli andamenti degli ultimi anni. Nel terzo capitolo è riportata l'indagine vera e propria; vengono esposti gli obiettivi e le problematiche affrontate nell'indagine e la metodologia impiegata per l'analisi delle preferenze dei consumatori tramite l'esperimento di scelta. Nel quarto capitolo sono illustrati i dati relativi alle caratteristiche del campione sia con riferimento agli aspetti socioeconomici, sia per quanto riguarda l'attitudine nei confronti del consumo di vino e del prosecco. Da ultimo nel quinto capitolo verranno infine illustrati i risultati dell'esperimento di scelta e saranno indicati i fattori, tra quelli utilizzati nell'esperimento stesso, che hanno influenzato maggiormente la propensione all'acquisto degli intervistati.

CAPITOLO 1

STORIA DEL PROSECCO E DESCRIZIONE DELLE AREE DI PRODUZIONE DEL VINO

1.1 Storia del Prosecco

Nelle colline che fanno da sfondo a Conegliano e Valdobbiadene esisteva già nei secoli XV, XVI e XVII una viticoltura e una produzione enologica di pregio e molto apprezzata dai mercati di allora. Ne sono prova numerosi documenti dell'epoca come la Reformazione del Magnifico Consiglio di Conegliano del 20 gennaio 1543 in cui si legge: “... *di quanta importanza al momento sia il veder li vini di monte di questo territorio quali per la maggior parte sono comprati da tedeschi, con utile universale di tutte queste terre ...*”; oppure la relazione di Zaccaria Contarini, Podestà e Capitano di Conegliano che afferma: “... *cavandosi dalli monti ... quantità di vini dolci e di altra sorta eccellentissimi, dei quali se ne vanno in gran parte in Alemagna e fino nella corte di Polonia*”, con una produzione negli anni migliori di 5.000 botti. Le letture tenute presso l'Accademia di Conegliano da Antonio del Giudice (1772) tendono a specificare la vocazionalità che i territori in questione hanno nella giacitura, esposizione, clima che sono favorevoli ad una eccellente coltivazione della vite, ma in modo esplicito si afferma anche che le varietà utilizzate sono l'elemento base per ottenere prodotti di qualità. Fra tutti questi non compariva ancora il Prosecco o le Prosecche la cui origine però non può essere ricercata in questi colli. Secondo il Villafranchi (Villafranchi G.C., 1773) infatti, il vitigno proveniva dal territorio triestino, probabilmente prendendo il nome del paese di Prosecco. Tale autore, in un saggio del 1773, scriveva: “ *Tra quelli d'Italia era dai romani infinitamente gradito il vino Pucino, latinamente Puxinum, oggigiorno detto Prosecco, che tutt'ora si raccoglie nel pendio del monte Contuel in faccia al Mare Adriatico, poche miglia distante da Trieste ...*”, (Tomasi, Cettolin, Calò e Bini, 2004). La prima citazione scritta del prosecco nell'ampelografia trevigiana risale al 1772 nel VII volume del Giornale d'Italia dove l'accademico Francesco Maria Malvolti, in sede all'Accademia di Conegliano, parlava della qualità della viticoltura locale citandola nella frase: “ *chi non sa quanto squisiti siano i nostri Marzemini, Bianchetti, Proseccchi, Moscatelli...*”; così come sempre a cavallo tra la fine '700 inizio '800, Giovanni Nardi esaltava le condizioni del territorio di Conegliano dove: “ *vivono e fruttificano viti di ogni sorta ... noi vediamo alignare sotto i nostri occhi l'uva che produce il Tokai, la Malvasia, il Prosecco ...*”(Tomasi, Cettolin, Calò e Bini, 2004). Le “Proseccche” cominciano quindi a

fruttificare in questi colli, ma ancora minoritarie rispetto ad altre uve e comunque coltivate in coltura promiscua. Tant'è che, a quest'ultimo riguardo, ancora nel quarto congresso degli scienziati italiani a Padova (1842) venne sollevata un'importante questione dal nobile Pietro Estense Selvatico: egli affermò che nulla sarebbe mai cambiato nelle campagne e nessun miglioramento sarebbe stato possibile introdurre fino a che non si fosse riusciti a separare le colture. Fin dalla metà del '600 infatti, si era affermato il regime dei tre campi, una distribuzione colturale destinata a durare per secoli. Tutti i terreni erano coltivati in modo uniforme: di tre campi uno era di granoturco e due a frumento, fiancheggiati o intervallati da filari alberati di vite. La vite a palo secco era un'eccezione; di norma essa era appunto associata ad altri alberi (e catastalmente il terreno risultava così seminativo vitato-arborato). Il criterio che era alla base di questa impostazione dei campi era quello dell'autosufficienza podereale: il mais con la sua resa più sicura, assicurava la stabilità produttiva contro la relativa aleatorietà del frumento e del vino. La vendita del vino rappresentava la principale fonte di denaro liquido necessario per le spese, l'acquisto e il rinnovo delle scorte; era quindi importante che la produzione viticola mirasse soprattutto alla quantità, anche perché l'aspetto qualitativo era molto compromesso dalla cattiva pratica enologica. Nell'assenza di ogni tentativo di miglioramento c'era in questo regime una sorta di sussistenza assicurata, simile a quella dell'economia curtense medievale.

Altre due importanti date a testimonianza della presenza del Prosecco sui colli trevigiani sono: 1823, anno in cui nel catalogo del Conte di Maniago sono citati: Glere grosse o Mostose, Prosecco minuto o slungo, Prosecco o Prosecco Tondo, e il 1863 quando nel "Catalogo della esposizione delle uve friulane" si trova scritto: Glera secca, Glera grossa, Prosecco. Nel catalogo del Conte Maniago, sono così descritti: Prosecco minuto o slungo: "*Bianca mangereccia da bottiglie e da botte. Pianta poco vigorosa, tralci con nodi fitti, foglie lobate in tre o cinque poco marcatamente, pochissimo lanuginose al rovescio; grappoli poco alati, poco lunghi, piuttosto grossi; acini ineguali alquanto rari, giallo rossicci, meno che mediocri, rotondi, assai dolci, saporiti, scorza grossa e dura*". Prosecco o Prosecco Tondo: "*Bianca mangereccia o da botte. Pianta vigorosa, tralci con nodi piuttosto fitti, foglie trilobate alquanto lanuginose al rovescio, grappoli alati lunghi, alquanto sottili, acini rari, gialli, pochissimo ovali, alquanto grossi, dolci, poco fragili, polpa spessa, scorza grossa e dura*". Mentre nella seconda data citata (1863), si riporta: "*Bianca da bottiglia e da botte. Foglie mediocri, verdi pallide, glabre; peduncolo verde, tenace; acini sferici, dorati, dolcissimi, aromatici. Vuolsi che questa varietà fosse il vino tanto amato da Livia Imperatrice*". Si nota subito che vi erano tipi di "Prosecco" dalle differenti caratteristiche morfologiche e anche qualitative dal momento che nel saggio del 1823 il vino in questione è definito "da botte", mentre in quello del 1863 "da bottiglia e da botte"(Tomasi, Cettolin, Calò e

Bini, 2004). L'avvio e la diffusione della coltivazione del Prosecco cominciarono però con qualche difficoltà. Nella seconda metà del XIX° secolo tutta la viticoltura venne ripetutamente compromessa da tre flagelli provenienti dal nord America: l'oidio, la peronospora e la fillossera; i loro effetti decurtarono le produzioni dei vigneti e peggiorarono ulteriormente la qualità dei vini. Il Prosecco infatti si dimostrò pochissimo resistente a tali malattie. Di fronte a questo evento il critico Di Rovanseda nel 1877 scriveva: *“Il Prosecco era, tempo addietro, il principale vitigno del Coneglianese, non solo, ma di Valdobbiadene, Asolo e Vittorio. In piano oramai ha pochissima importanza essendo stato quasi completamente sostituito dal Verdiso, e nel Coneglianese perde ogni dì terreno, scomparendo sotto il flagello dell'oidio, della peronospora e delle esigenze climateriche. Ora il massimo di coltura lo si ha solo nel distretto di Valdobbiadene”*. Inoltre le colture di uve di Prosecco erano affette da una scarsissima purezza varietale. Oltre ad esser volutamente frammiste ad altre uve, esse stesse erano rappresentate da vari tipi, spesso molto diversi gli uni dagli altri (Biodiversità Veneto 2007). Tuttavia questi eventi furono per certi aspetti benefici perché stimolarono anche nel Coneglianese gli studi viticoli ed enologici. E' certo che da allora la viticoltura non fu più la stessa: con la ricostruzione dei vigneti locali con ceppi americani, ebbe inizio una viticoltura moderna basata su nuove operazioni di tecnica colturale ma soprattutto non più guidata dalla tradizione ma dalla scienza. Infatti nel 1868 fu istituita la Società Enologica Trevigiana, fondata da Carpenè e Benedetti con sede a Conegliano (vista la sua posizione centrale fra i colli trevigiani), con lo scopo di migliorare la manifattura del vino e di renderlo commerciabile anche all'estero (Tomasi, Cettolin, Calò, Bini 2004; Biodiversità Veneto 2007). Tutto ciò diede un forte impulso alla diffusione del Prosecco e notevoli apprezzamenti da parte dei mercati. Con l'apprezzamento del vino iniziò in contemporanea la selezione varietale fra i vari tipi di Prosecco che si coltivavano nelle colline trevigiane. In particolare fra i più importanti risultati ottenuti si ricorda l'isolamento di un biotipo con acini tondi e dimensioni irregolari, lavoro svolto dal conte Marco Giulio Balbi Valier, che in suo onore verrà identificato tempo dopo come “Prosecco Balbi”. Inoltre il lavoro di selezione ha portato anche all'abbandono di varietà di Prosecco poco produttive e poco pregiate come il *“Prosecco di Piave”* che secondo la Rivista di Viteicoltura ed Enologia Italiana di Conegliano *“Promette molta uva dapprincipio ma cade al momento della fioritura, quindi di difficile allegagione”*,(Tomasi, Cettolin, Calò e Bini 2004; Biodiversità Veneto, 2007). In seguito a quest'opera, ed a un tempo di promozione e di miglioramento, il Prosecco si diffuse anche in altre parti del Veneto: dai colli padovani attorno ad Este, Monselice e Montagnana, fino al Vicentino ed ovviamente nelle altre zone della provincia trevigiana (Biodiversità Veneto, 2007). Nel 1874, Vianello e Carpenè in *“La vite ed il vino nella provincia di Treviso”*, cominciarono a parlare della diffusione del vitigno. Secondo quanto scritto, il Prosecco era coltivato in quattro

comuni: uno nel distretto di Conegliano, che né produceva 798 ettolitri; due nel distretto di Valdobbiadene per 2.270 ettolitri e uno nel distretto di Asolo per una quota di 648 ettolitri; cifre che parlano di una produzione totale di 3.700 ettolitri, ancora molto risicata rispetto ai 23.500 ettolitri di Verdiso, i 14.500 di Bianchetto e i 3.900 di Boschera. Sempre Vianello e Carpenè ci danno le quotazioni dell'epoca di tali vini: mentre il Verdiso di San Pietro di Feletto valeva 60 lire per ettolitro, il Prosecco di Valdobbiadene ne valeva 37 per ettolitro a conferma dell'eccellenza delle colline a ridosso di Conegliano (Tomasi, Cettolin, Calò e Bini 2004). In tale periodo si fece sempre più forte l'esigenza dell'istituzione di stazioni sperimentali per lo studio dei problemi agrari e nel 1876, su proposta dell'ingegnere Giovan Battista Cerletti, venne istituita a Conegliano la Scuola di Viticoltura ed Enologia che in pochi anni si fece nome in tutta Italia per la serietà dei suoi studi. Fu questa una delle iniziative più concrete per il riordino e lo sviluppo del settore e perché concludeva un iter di proposte, dialoghi e progetti che mettevano in primo piano la necessità di dare primaria importanza alla scienza del settore enologico (Tomasi e Gaiotti, 2011). Negli stessi anni il Prosecco Balbi entra ufficialmente nell'Ampelografia italiana con il fascicolo 6° del 1887 dove viene descritto il Prosecco bianco e si precisa che del Prosecco *“si conosco alcune sottovarietà designate col nome di Prosecco lungo, che ha il grappolo più lungo, l'acino più piccolo, di forma ovale e con punteggiatura; Prosecco dal pecol rosso e Prosecco Balbi, notevole quest'ultimo perché ha gli acini di grossezza assai irregolare, e fra gli acini di grossezza media, rotondeggiante, se ne trova una grande quantità di piccoli dando l'esempio di una speciale atrofizzazione costante”* (Tomasi, Cettolin, Calò e Bini, 2004). Nel 1877, quasi corollario alla scuola, fu fondato un Circolo Enofilo con lo scopo di studiare i bisogni e promuovere lo sviluppo dell'enotecnica locale e nazionale. Esso rappresentava un complesso di iniziative che si riflettevano in un progresso e cambiamento che via via si realizzava anche sui colli vitati dove iniziavano a penetrare concetti di impianto, sistemazioni e conduzioni di vigneti più razionali, anche se la viticoltura promiscua continuava ad essere dominante. Infatti, in provincia di Treviso nel periodo 1909-1914 vi erano 134.000 ettari di coltivazione promiscua e solo 3.000 ettari di vigneto specializzato e di per se la qualità dei vini non era di alto pregio (Tomasi e Gaiotti, 2011). Il Prosecco comunque ha continuato a diffondersi e già nei primi anni del '900 sono sempre più precise le informazioni sui diversi biotipi. Nel 1907 sulla Rivista della Scuola di Viticoltura ed Enologia di Conegliano (Anno XIII – serie IV), in un saggio di S.A. Sannino, si possono trovare notizie sulla coltivazione di Proseccchi nella provincia di Treviso: *“ Nella zona collinare della provincia trevigiana, ai piedi delle Prealpi, dove si producono i migliori vini bianchi, è coltivato estesamente il Prosecco lungo ad acino ovale, da non confondere col Prosecco tondo o Prosecco bianco ad acino rotondo ...”*; esistevano quindi vari tipi di Prosecco dal comportamento diverso e, come ipotizza Sannino, con differenze tali da renderli “vitigni

diversi”. Lo stesso autore afferma ancora in un altro scritto: “ *Non sarà privo di importanza indicare brevemente e chiaramente i vitigni che sotto il nome di Prosecco si coltivano nei distretti di Conegliano, Valdobbiadene e Vittorio. A Conegliano da tempi antichi si coltiva il Prosecco nostrano, mentre non si trova il Prosecco Balbi, che presenta grappoli spargoli e molti acini verdi, immaturi alla vendemmia*”(Tomasi, Cettolin, Calò e Bini, 2004). Nel 1923 nasce la Stazione Sperimentale di Viticoltura ed Enologia (ora Istituto Sperimentale per la Viticoltura), che diventerà nel tempo un importante punto di riferimento per il settore viticolo provinciale, regionale e nazionale; esso opererà molto con i suoi vigneti sperimentali con la scelta dei vitigni tale da portar a rimodellare l’aspetto viticolo delle colline trevigiane con particolare attenzione alla valorizzazione dei vitigni di *Vinifera* dopo il concreto pericolo di un’estesa diffusione dei cosiddetti “*ibridi produttori diretti*”. Negli anni ’30 lo sviluppo delle superfici a vigneto specializzato continuava a crescere e dagli inizi degli anni’40 in provincia si era raggiunta la quota di 7.388 ettari, con ancora una cospicua matrice di vigneti a coltura promiscua che ammontavano a 154.000 ettari. Di questi vigneti tra specializzati e promiscui nei colli di Conegliano e Valdobbiadene predominavano il Prosecco e il Verdiso. Le quote minori erano rappresentate da Bianchetta, Malvasia Trevigiana, Riesling Italico e Boschera. Nel 1960 i vigneti specializzati in provincia di Treviso avevano raggiunto i 12.000 ettari, i vigneti promiscui invece erano calati a 121.000 e per la collina il vitigno fondamentale diventava sempre di più il Prosecco, seguito da Verdiso e Riesling Italico (Tomasi e Gaiotti, 2011). Proprio in questi anni si raggiunge la piena valorizzazione del vino Prosecco e la sua tutela normativa in relazione alla legge sulla Denominazione di Origine dei Vini. Nel 1969 con il D.P.R. del 2.04.1969, pubblicato poi su G.U. n. 141 del 7.06.1969, viene riconosciuta la D.O.C. del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene e il relativo territorio di produzione, prodotto nelle colline trevigiane a base di vitigno Prosecco. Qui si fa riferimento a un unico vitigno Prosecco bianco, rappresentato dal Prosecco tondo e successivamente codificato nel Catalogo Nazionale delle Varietà di Vite (D.P.R. 24/12/1969 n. 1164). Le coltivazioni in questi anni diventano pressoché tutte specializzate tenuto conto che nel 1970 si contavano in provincia 33.650 ettari di questo tipo di vigneti contro una quota di solo 24.817 ettari di viticoltura promiscua. La specializzazione colturale ha quindi gradualmente eliminato la variabilità delle antiche popolazioni e ha portato all’affermazione del tipo ad acino tondo più adatto alla produzione dello spumante, un prodotto sempre più richiesto (Tomasi, Cettolin, Calò e Bini, 2004; Tomasi e Gaiotti, 2011). Dagli anni ’70 ad oggi è storia recente; al decreto del 1969 negli anni sono state apportate varie modifiche, varate tramite il D.P.R. del 12.06.1985; il D.P.R. del 29.08.2000; il D.M. del 30.06.2005 e in ultima il D.M. Politiche Agricole del 25.05.2007 prima dell’entrata in vigore dell’innovativo decreto del 17 luglio 2009, (pubblicato su G.U. n.173 del 28.07.2009) che di fatto ha riconosciuto la

Denominazione di Origine Controllata e Garantita dei vini “Conegliano –Valdobbiadene Prosecco” ed esteso notevolmente la già esistente area D.O.C.. Da ricordare i due tipi fondamentali di Prosecco come riportati nella tabella 1.1, Prosecco lungo e Prosecco tondo o Balbi, ognuno con una propria autonomia varietale che li porta ad avere evidenti differenze morfologiche e qualitative.

	SIGLA CLONE	ZONA DI ORIGINE	PRODUTTIVITÀ
PROSECCO TONDO (B)	ISV-ESAV 10	Solighetto	Buona
	ISV-ESAV 14	S.Stefano di Valdobbiadene	Media
	ISV-ESAV 19	Collagù di Farra di Soligo	Buona
	FEDIT 8 CGS	Colli Euganei	Buona
	VCR 101	San Pietro di Feletto	Media
PROSECCO LUNGO (B)	VCR 40	Mas di Vittorio Veneto	Media
	VCR 50	Vittorio Veneto	Buona
	VCR 90	Vittorio Veneto	Buona
	ISV 2	Mas di Vittorio Veneto	Media
	ISV 3	Susegana	Buona

Tabella 1.1: Cloni attualmente omologati e disponibili per le due varietà di Prosecco (Tomasi, Cettolin, Calò e Bini, 2004).

1.2 Geologia e geomorfologia del territorio del Prosecco

La morfologia del territorio collinare del Prosecco si compone di una serie di rilievi allungati, disposti con direzione Nord-Sud nella parte più meridionale e Est-Ovest nella parte settentrionale e separati da profonde incisioni. A questi si aggiungono i versanti meridionali della dorsale prealpina Monte Visentin – Monte Cesen, che cingono a nord, da Valdobbiadene fino a Revine, le aree DOC. Le litologie presenti nell’area sono principalmente di origine sedimentaria. L’ambiente di deposizione, per il progressivo sollevamento tettonico, cui il territorio è soggetto ancora oggi, è passato da quello di fondale marino a quello costiero-lagunare. Gli strati depositi sono stati deformati dalle spinte tettoniche e, una volta portati in superficie, esposti all’azione modellante dei diversi agenti erosivi (vento, pioggia, gelo, ecc.) che agendo in maniera diversificata a seconda della composizione litologica hanno determinato le forme degli attuali rilievi. I colli a nord di Conegliano

e Susegana, fino all'altezza di Vittorio Veneto e Refrontolo, come pure nella zona vicino a Fregona e Sarmede, sono costituiti prevalentemente da rocce argillose del Miocene che determinano le forme dolcemente ondulate del paesaggio sulle quali spiccano saltuariamente le emergenze dei conglomerati calcarei poligenici, rocce più competenti, responsabili delle forme più aspre e dalle pendenze più ripide. Nella zona di Colle Umberto e in quella a nord di Ogliano sono presenti depositi glaciali che, pur presentando forme dolci ed ondulate tipiche del paesaggio delle argille mioceniche, si sono originati attraverso la deposizione dei materiali trasportati dai ghiacciai che hanno raggiunto la pianura durante i periodi più freddi del Quaternario. Si tratta in particolare del ghiacciaio del Piave un ramo del quale, spingendosi verso Revine, con le ultime avanzate glaciali ha dato origine alla collina dei Gai e ad altri rilievi delle trasfluenze di Nogarolo, Tarzo e Resera. Residui di depositi fluvioglaciali di epoche precedenti riferibili al corpo principale del ghiacciaio plavense si rivengono invece nella zona di Valdobbiadene. Il ritirarsi del ghiacciaio, ha lasciato alcune zone depresse che sono state occupate successivamente da specchi d'acqua; l'esempio più evidente è rappresentato dai laghi di Revine formati appunto in seguito al retrocedere del ramo Lapisino dell'imponente ghiacciaio del Piave. Nella zona dei Feletti, ampie paleo superfici sommitali, impostate prevalentemente su substrato conglomeratico, si presentano quasi pianeggianti e perciò molto stabili e poco interessate nel tempo da fenomeni erosivi intensi. L'ampia fascia del Solighese, tra Vidor e Refrontolo, è caratterizzata da una netta prevalenza di rocce conglomeratiche del Miocene, costituite da ciottoli eterogenei cementati con una matrice più fine, a diverso grado di competenza ed erodibilità. Se ci si sposta verso settentrione in corrispondenza della fascia che si dispiega da Vittorio Veneto verso ovest e che si affaccia sulla parallela valle di Cison di Valmarino, Miane, Revine, si trovano rocce costituite da argille, arenarie e marne del Miocene. Questi litotipi presentano diversa competenza strutturale in relazione alle loro caratteristiche intrinseche di permeabilità e cementazione e danno origine a versanti a pendenza variabile dalle superfici più inclinate sulle arenarie a quelle più dolci sulle marne. Le aree più elevate in quota ed ancora coltivate a vite, a nord di Valdobbiadene, Miane, Follina e Valmareno, sono caratterizzate dalla prevalenza di rocce calcaree fittamente stratificate, dure e competenti del periodo Cretaceo (Biancone, Scaglia Rossa). Limitate superfici riferibili a lembi di antichi terrazzi di origine fluvioglaciale, di difficile datazione, si rilevano sporadicamente tra Follina e Pieve di Soligo (località Farrò). Bordano ovunque i rilievi collinari e subalpini, conoidi e fondovalle di origine fluviale formati in prevalenza negli ultimi 10.000 anni (Olocene) e in molti casi ancora parzialmente attivi mentre la porzione di pianura che chiude verso ovest l'area è costituita da sistemi terrazzati appartenenti al conoide ghiaioso dell'alta pianura del Piave di età pleistocenica (Tomasi e Gaiotti, 2011).

1.3 L'Area di produzione del Prosecco dal 1969 al 2008

Il decreto del 2.04.1969, incluse le varie modifiche apportate ad esso con successivi emendamenti legislativi, ha regolamentato le produzioni di Prosecco D.O.C. fino al 2008. Fino a tale anno, infatti, le produzioni del D.O.C. (Denominazione di Origine Controllata) erano ottenute nell'area storica del distretto posto fra Conegliano e Valdobbiadene, rappresentante un'area di 15 comuni collinari, ubicati fra le due cittadine, che insieme sono andati in seguito a costituire il Consorzio per la tutela del Prosecco. Fino al 2008 poi il Prosecco era ottenibile anche sotto un'altra denominazione: Prosecco I.G.T. (Indicazione Geografica Tipica). Tale denominazione riguardava tutte le produzioni di Prosecco regionali e interregionali ottenute al di fuori dell'area D.O.C.; questa tipologia di Prosecco non era regolamentata da un disciplinare specifico come nel caso del Prosecco D.O.C., ma nello specifico era parte integrante di un ampio gruppo di denominazioni I.G.T. del Triveneto ancora oggi esistenti e con un loro proprio disciplinare di produzione: Vini I.G.T. Colli Trevigiani; Vini I.G.T. Delle Venezie; Vini I.G.T. della Marca Trevigiana e Vini I.G.T. del Veneto. Queste quattro I.G.T. rappresentavano, fino al 2008, il comprensorio di produzione del Prosecco I.G.T.. Tale Prosecco era ottenibile anche da un'altra I.G.T. , la I.G.T. dei Vini dell'Alto Livenza che comprende anche parte del territorio di confine della provincia di Pordenone. Le cinque denominazioni I.G.T. citate rappresentano una gamma di vini regionali che in comune hanno tutti le stesse normative da rispettare di un unico disciplinare di produzione. Pertanto il Prosecco (oggi definito "Glera", per quanto riguarda l'ottenimento del prodotto uva, nei disciplinari modificati di queste I.G.T.) in questo caso specifico era autorizzato ad essere prodotto nella zona iscritta al disciplinare dello specifico I.G.T., essendo appartenente ad un gruppo di vini ad Indicazione Geografica Tipica, regolamentato dalle norme di un unico disciplinare.

1.3.1 L'Area di produzione del Prosecco D.O.C.

La **denominazione di origine controllata (D.O.C.)** è un marchio di origine italiano che certifica la zona di origine e delimitata della raccolta delle uve utilizzate per la produzione del vino sul quale è apposto il marchio. Esso viene utilizzato per designare un prodotto di qualità e rinomato, le cui caratteristiche sono connesse all'ambiente naturale ed ai fattori umani e rispettano uno specifico disciplinare di produzione approvato con decreto ministeriale. Un vino con tale denominazione, prima di essere messo in commercio, deve essere sottoposto in fase di produzione a una preliminare analisi chimico-fisica e ad un esame organolettico che certifichi il rispetto dei requisiti previsti dal disciplinare; il mancato rispetto dei requisiti ne impedisce la messa in commercio con la dicitura

D.O.C. (De Raho, 2010). Questa tipologia di vini è sottoposta a controlli rigorosi per quanto concerne la resa massima di uva per ettaro ottenibile dall'impianto viticolo e il quantitativo di uva trasformabile in vino. Per questi due fattori sono fissati dei limiti produttivi, di solito riportati nel disciplinare di produzione. Inoltre sono previste nelle indicazioni anche le denominazioni di sottozona (obbligatorie) come per esempio il comune, frazione, podere, vigna, etc... ed è consentita oltre all'indicazione del vitigno anche la descrizione dei metodi di vinificazione e di qualificazioni specifiche del prodotto finale. Come già prima osservato in precedenza, il Prosecco D.O.C. fino al 2008 era esclusivamente prodotto nell'area collinare storica, comprendente i seguenti comuni: Conegliano, San Vendemiano, Colle Umberto, Vittorio Veneto, Tarzo, Cison di Valmarino, Follina, Miane, Valdobbiadene, Vidor, Farra di Soligo, Pieve di Soligo, San Pietro di Feletto, Refrontolo, Susegana, tutti ubicati in provincia di Treviso (Figura 1.1). Il distretto si estende su quasi 20.000 ettari di superficie agricola (Figura 1.2). In tale territorio, le condizioni ambientali, le caratteristiche dei terreni e l'esposizione prevalentemente meridionale dei versanti, rendono questa zona particolarmente adatta alla viticoltura. Il clima è mite in tutta l'area, con inverni non eccessivamente freddi ed estati calde ma non afose. Le precipitazioni sono abbondanti e raggiungono in media i 1250 mm l'anno, ma si concentrano in pochi giorni. Il territorio di coltivazione dal punto di vista geografico è interamente collinare, modellato dal ghiacciaio del fiume Piave e dai suoi rami laterali, caratterizzato inoltre da suoli poco profondi e forti escursioni termiche (12°/14°), elementi che consentono di produrre uve con buoni valori di zuccheri e acidità. La vite è coltivata su terreni di natura diversa con ampia variabilità di esposizioni, pendenze e altimetrie (Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2011).

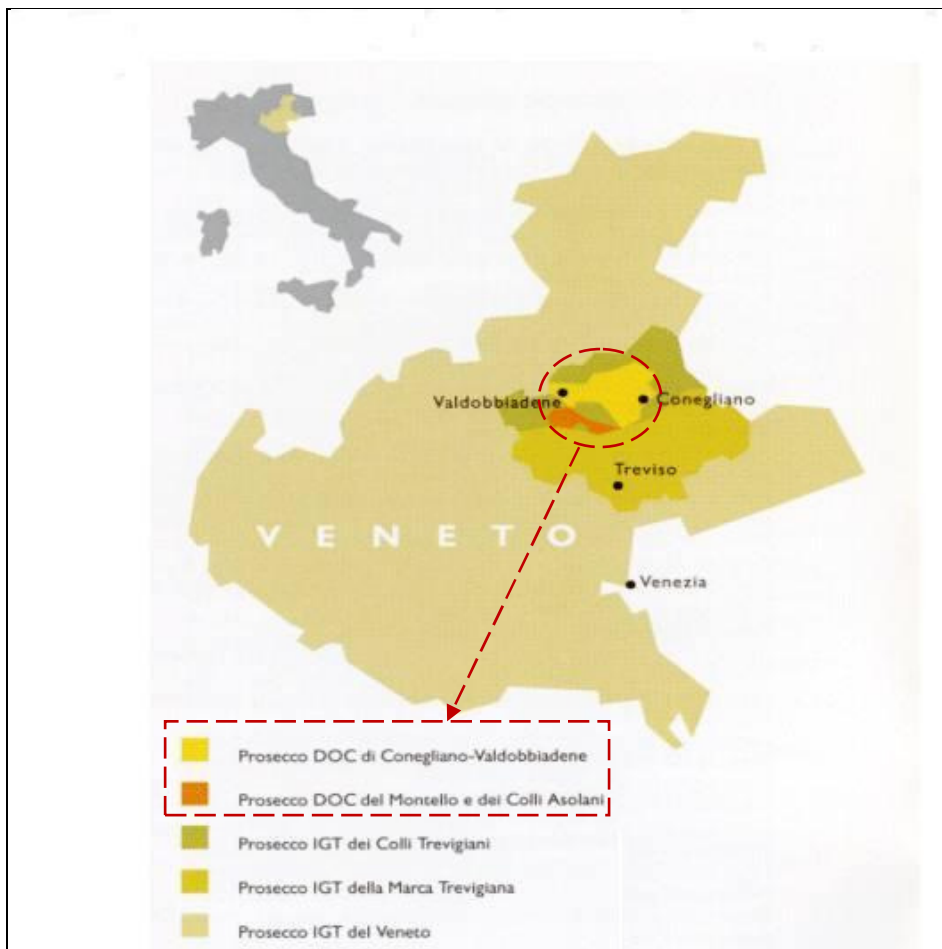


Figura 1.1 Area DOC di produzione del Prosecco fino al 2008, prima dell'entrata in vigore del nuovo disciplinare. (Fonte: Zanchetta, 2002).

La vite viene però coltivata solo nella parte più soleggiata dei colli, il versante sud, a un'altitudine compresa tra i 50 e i 500 metri sul livello del mare, mentre il versante nord è spesso ricoperto da boschi. Gli ettari iscritti all'albo vigneti della denominazione Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene erano 3.932 all'anno 2000; di questi 105 ettari risultavano appartenenti alla sottozona "Superiore di Cartizze". Nella decade 1990–2000 la superficie dei vigneti ammessi alla D.O.C. è gradualmente aumentata; l'incremento totale nel decennio 1990-2000 è stato del 32%. Parallelamente alla superficie, nel corso degli anni è cresciuta anche la produzione potenziale di uva (espressa in quintali). Se si guarda la resa reale, chiaramente soggetta alle rese ottenute ogni anno, nel periodo 1990-2000 si è registrato un aumento del 50% dei quintali di uva prodotta. Anche la resa annuale per vendemmia, in riferimento ad una maggiore superficie vitata, è aumentata notevolmente passando dalla resa annuale del 74% nel 1990 ad un 85% nel 2000, quindi un aumento del 9% in poco più di un decennio (Zanchetta, 2002). Secondo il censimento dell'agricoltura effettuato nel 2000, gli impianti di Prosecco coprivano una superficie di circa 8.000

ettari, quasi tutti nel Veneto, dove rappresentavano circa il 10% della superficie totale a vigneto. La provincia di Treviso ne contava oltre 7.500: di questi circa 3.300 facevano riferimento alla D.O.C. di Conegliano e Valdobbiadene, 250 circa alla D.O.C. Montello e Colli Asolani e alle D.O.C. del Torchiato di Fregona, mentre i rimanenti erano distribuiti nella pianura trevigiana (Tomasi e Gaiotti, 2011).

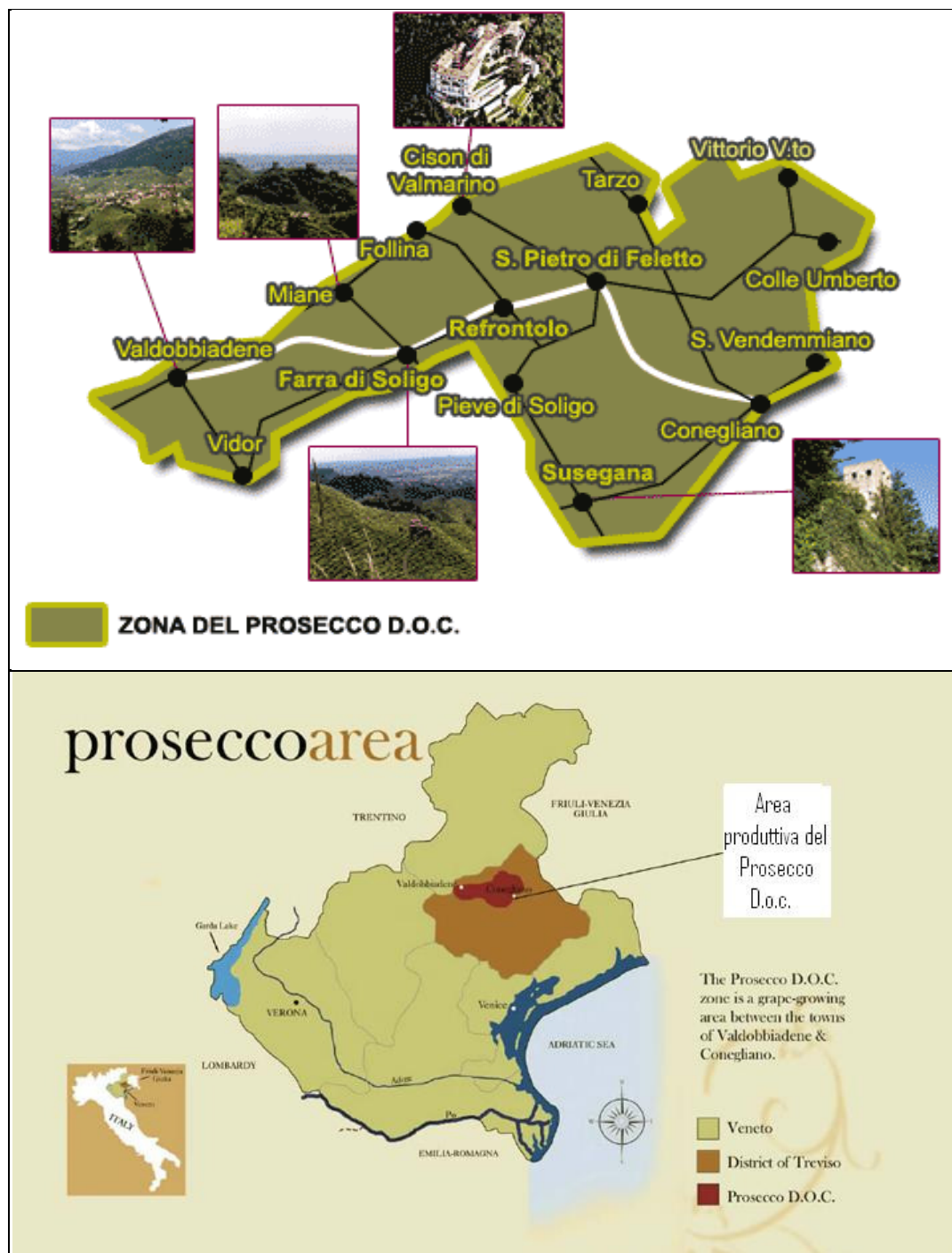


Figura 1.2 La precedente area di produzione del Prosecco Conegliano-Valdobbiadene D.O.C. nel dettaglio (fonte: Venetoglobe, 2008; cantine Maschio U.s.a., 2010)

L'area della sottozona “Cartizze” (Figura 1.3) è una piccola collina molto scoscesa, sita in comune di Valdobbiadene e comprende le frazioni di San Pietro di Barbozza, Santo Stefano e Saccol. In questa sottozona nasce, dalla combinazione del microclima del luogo e di un terreno antichissimo, originatosi dal sollevamento di fondali marini, un vero e proprio *Cru*. Sopra la roccia madre si trova uno strato di terreno assai vario, con morene, arenarie ed argille che permettono all'acqua in eccesso di drenare facilmente e velocemente, mentre il terreno trattiene quella quantità di liquido ideale per uno sviluppo equilibrato delle viti e dell'uva. Il nome della località, riportato pure nelle mappe del catasto, secondo alcuni studi probabilmente deriva dal vocabolo dialettale "*gardiz o gardizze*", vocabolo che indica i graticci usati dai contadini del luogo per stendere ad appassire le uve raccolte. Nella sottozona Cartizze, infatti, le uve vengono vendemmiate molto tardi, quando gli acini presentano già i primi segni di appassimento naturale ed un colore dorato e trasparente che le fa assomigliare proprio ai grappoli messi ad appassire. Questa tecnica enologica conferisce al vino una concentrazione di sapori e aromi unici e d'intensità inusuale. Già alla stesura del primo disciplinare si tenne conto di queste peculiarità e si decise di valorizzarle creando una sottozona dedicata in modo specifico a questa produzione (Zanchetta, 2002; Pozzali, 2010). Una seconda ipotesi sull'origine del nome è sostenuta dal valdobbiadenese Bruno Bonoro, studioso di storia locale, il quale fa derivare il nome da "*cardus*", cioè il cardo, un fiore spinoso un tempo molto diffuso sugli sterrati e sui terreni poveri e marnosi come quelli che caratterizzano la collina del Cartizze. Terza e ultima ipotesi è quella sostenuta dallo storico trevigiano Giovanni Tozzato, il quale dal primo documento pervenuto con l'indicazione del toponimo "*Caurige*" (1362) fa derivare Cartizze da carro o strada per il transito dei carriaggi (Pozzali, 2010). Solo in questa zona, in tutto il territorio del prosecco di Valdobbiadene, si possono trovare condizioni di clima temperato (temperatura media annua 12,5° C con escursione termica media annua di circa 20-21° C) in confronto ad altre aree anche limitrofe. Le colline ai piedi del monte Cesen ed Endimione, di fronte alla frazione di San Pietro di Barbozza (Bastie e dintorni) forniscono riparo dalle correnti fredde che discendono dai monti verso la pianura. La zona del Cartizze gode quindi di uno scudo naturale interposto tra la sua zona e le Prealpi che gli permette di avere un clima sicuramente più temperato di altre zone, anche rispetto alla vicina Valdobbiadene.

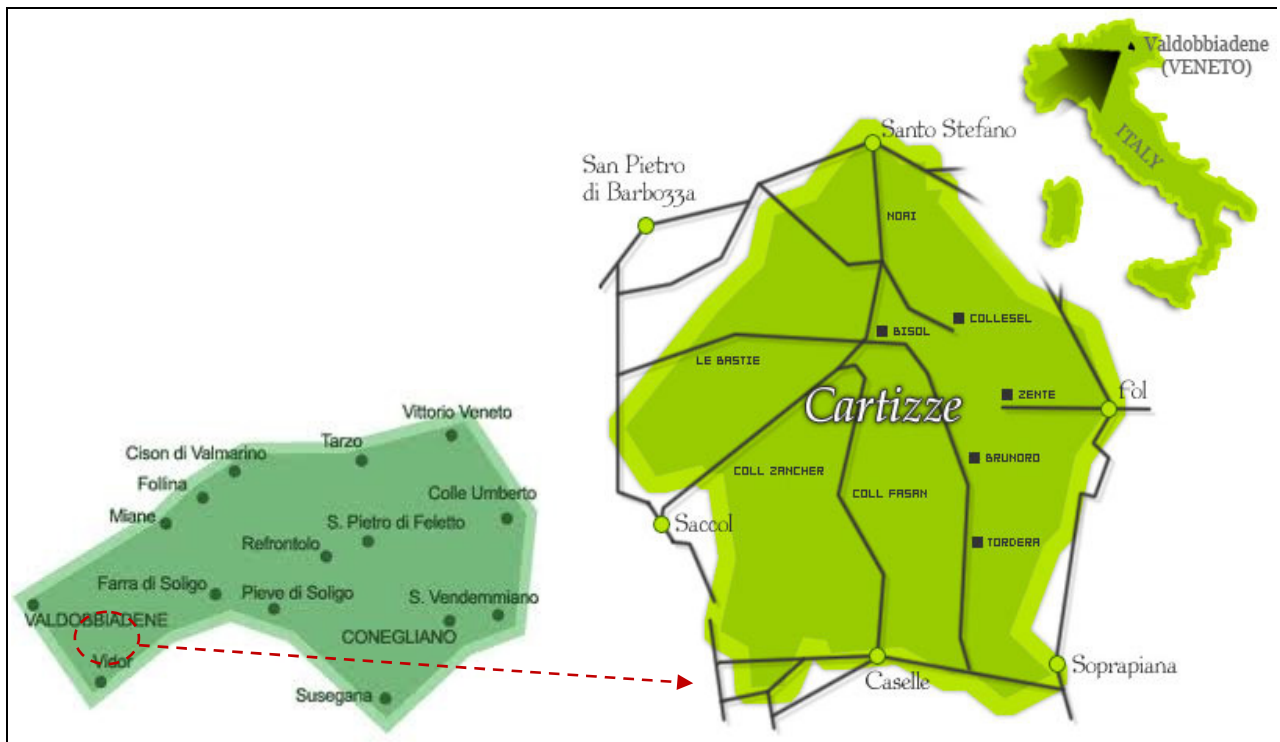


Figura 1.3 La sottozona del Superiore di Cartizze in dettaglio (Fonte: Archivio «100Vino», 2011; Archivio Forbigevents, 2005)

Oltre alla zona collinare storica di Conegliano e Valdobbiadene e alla sottozona del Superiore di Cartizze, il Prosecco fino al 2008 era coltivato anche in un'altra area della Marca Trevigiana, riguardante il settore territoriale compreso fra il Montello e i Colli Asolani; la D.O.C. Montello-Colli Asolani (Figura 1.4), che è formata da due aree collinari a ridosso del massiccio del Grappa appartenenti alle Prealpi Venete. L'area è delimitata a nord e a est dal fiume Piave, ad ovest dalla fascia pedemontana e a sud dal tratto vicentino e trevigiano della pianura Padana. Il territorio si estende per circa 20.000 ettari. L'area vitata si sviluppa prevalentemente sui versanti collinari meno rialzati e protetti per una superficie vitata complessiva di circa 1.500 ettari. Secondo i disciplinari di produzione le uve devono essere prodotte nella zona di produzione che comprende l'intero territorio del comune di Monfumo e parte del territorio dei comuni di: Asolo, Caerano, S.Marco, Castalcucco, Cavaso del Tomba, Cornuda, Crocetta del Montello, Fonte, Giavera del Montello, Maser, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa, Pederobba, Possagno del Grappa, S. Zenone degli Ezzelini e Volpago del Montello. Questi 18 comuni formavano in sintesi l'area produttiva della D.O.C. Montello e Colli Asolani (Disciplinare Montello Colli Asolani; fonte Archivi Regione Veneto, 2002).

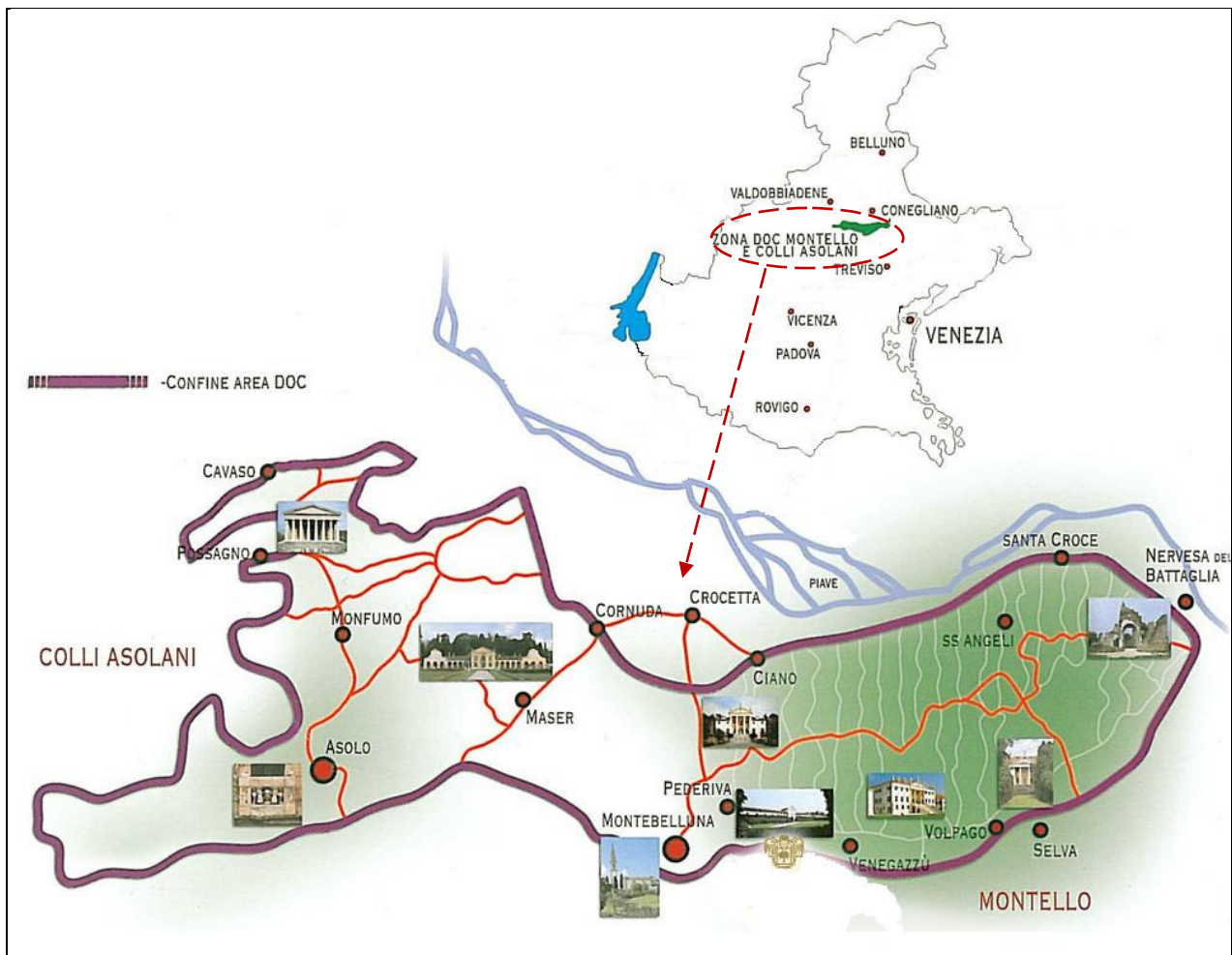


Figura 1.4 L'area produttiva del distretto D.o.c. Montello e Colli Asolani nel dettaglio (Fonte: Archivio Montelvini S.p.a., 2011)

Alla vendemmia 2004 la superficie totale a vigneto D.O.C. di Prosecco contava 4.300 ettari di cui 105 relativi alla sottozona di produzione del Prosecco Superiore di Cartize. Il totale delle aziende che eseguivano la vinificazione raggiungeva la quota di 462 di cui 149 che si occupavano anche direttamente dell'imbottigliamento; 3.100 sono invece i viticoltori dell'area risultanti iscritti all'Albo dei Vigneti (CIRVE, 2005). Nell'anno 2006 la superficie vitata era aumentata di 200 ettari, le aziende viticole 2.800 aziende viticole, le cantine di vinificazione 460 cantine di vinificazione e le aziende imbottigiatrici 153. A livello occupazionale il settore impiega 246 enologi e 1.500 addetti nel solo settore enologico (Vettorello, 2007). Nel 2007 la superficie vitata D.O.C. è incrementata ulteriormente con oltre 4.830 ettari di cui 106 relativi al Superiore di Cartize. Le cantine si sono mantenute sostanzialmente stabili così come l'occupazione. (Vettorello, 2008).

1.3.2 L'Area di produzione del Prosecco I.G.T.

L'Indicazione Geografica Tipica (I.G.T.) indica vini da tavola di qualità prodotti in aree generalmente ampie. I requisiti sono meno restrittivi di quelli richiesti per i vini a denominazione di origine controllata. Questa categoria comprende i vini da tavola prodotti in determinate regioni o aree geografiche (autorizzate per legge), talvolta secondo un generico disciplinare di produzione; essi possono riportare sull'etichetta, oltre all'indicazione del colore, anche l'indicazione del o dei vitigni utilizzati e l'annata di raccolta delle uve. È opportuno precisare inoltre che la collocazione di un vino tra gli IGT è dovuta sia a scelte commerciali, sia all'impossibilità, per la loro composizione (vitigni utilizzati), di rientrare nei disciplinari dei vini di qualità delle zone di produzione DOC e DOCG (De Raho, 2010). In tale denominazione i vini sono regolati dal disciplinare di produzione, dove è indicato il territorio di produzione ad ampia dimensione con la possibilità di menzionare anche sottozone. Come riportato all'inizio del capitolo, la produzione del Prosecco I.G.T. era racchiusa e rappresentata fino al 2008 in un gruppo di cinque diverse denominazioni, collocate tra le regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia: Vini I.G.T. "Colli Trevigiani"; Vini I.G.T. Delle Venezie; Vini I.G.T. della Marca Trevigiana, Vini I.G.T. del Veneto e la I.G.T. dei Vini dell'Alto Livenza. Nella fattispecie è importante specificare che ognuna di queste denominazioni garantisce e rappresenta la produzione di un insieme di vini tipici del territorio e non di un singolo prodotto, su cui vige tale denominazione e di cui faceva parte anche la produzione di Prosecco "esterno alla D.O.C." fino al 2008. Per il Prosecco I.G.T., in termini produttivi, la resa di uva per ettaro doveva assestarsi per un massimo di 250 quintali per ettaro; la resa in vino richiesta invece prevedeva una quota massima pari all'80% del prodotto raccolto in campo. Nel dettaglio l'area di competenza di ognuna di queste denominazioni I.G.T. è così rappresentata:

- I.G.T. dei vini "Colli Trevigiani":

I vini ad indicazione geografica tipica "Colli Trevigiani" bianchi, rossi e rosati devono essere ottenuti da uve provenienti da vigneti composti, nell'ambito aziendale, da uno o più vitigni raccomandati e/o autorizzati per la provincia di Treviso. La zona di produzione delle uve di Prosecco (e degli altri vini) per l'ottenimento dei mosti e dei vini atti a essere designati con l'indicazione geografica tipica "Colli Trevigiani" comprende l'area collinare del territorio amministrativo della provincia di Treviso come si può intravedere nella figura 1.5. Tale denominazione nel dettaglio si estende presso i comuni e le località descritte nel disciplinare di produzione: "dalla località Ciano in comune di Crocetta del Montello il limite prosegue verso est lungo la provinciale detta "panoramica del Montello" fino al punto di uscita sulla stessa della trasversale del Montello contraddistinta con il n. 14; dall'incrocio segue una linea retta verticale

rispetto alla “panoramica” fino a raggiungere l'orlo del colle che dà sul fiume Piave. Da questo punto il limite segue in direzione est la parte alta della scarpata del Montello che costeggia il Piave fino alla località detta Case Saccardo in comune di Nervesa della Battaglia, prosegue quindi verso sud-est, lungo il confine tra i comuni di Nervesa e Susegana lungo la litoranea del Piave che passando per l'idrometro conduce all'abitato di Nervesa, da dove piega ad ovest lungo la strada statale n. 248 “Schiavonesca Marosticana” che percorre fino al confine della provincia di Treviso con quella di Vicenza, in prossimità del km 42,500 circa, nel comune di S. Zenone degli Ezzelini. In corrispondenza di tale confine, segue verso nord la strada per Liedolo, supera tale centro abitato in località Capitello, piega a est lungo la strada per Mezzociel. Di qui prosegue lungo la strada per Fonte Alto, da dove piega verso nord costeggiando la strada per Paderno del Grappa. Superato il paese di Paderno del Grappa, il limite segue la rotabile in direzione nord per Possagno del Grappa, toccando Tuna, Rover e giunto in località Fornace piega a nordovest per la località Roi di Possagno, da dove, costeggiando il torrentello raggiunge la località Giustinet. Prosegue, quindi verso est tenendosi a monte della “Pedemontana” del Grappa ad una quota di circa 300 metri e cioè al limite di vegetazione naturale della vite. Il confine passa pertanto sopra il paese di Possagno in corrispondenza del tempio del Canova poco sopra l'abitato di Obledo e di Cavaso del Tomba, mantenendosi ad una distanza media di circa 400 metri a nord della pedemontana del Grappa. Riavvicinandosi a tale strada, il limite raggiunge la parte alta dell'abitato di Grenigo in comune di Cavaso da dove in linea retta giunge alla località Costa Alta. Da qui, a quota 303, segue dagli inizi la strada che passando nei pressi della colonia Pedemontana porta a sud est sulla pedemontana del Grappa. Scende quindi per tale strada e ritornando sulla pedemontana del Grappa, il limite costeggia quest'ultima fino al suo punto di intersezione con la statale n. 348 “Feltrina”, una volta superato il centro abitato di Pederobba. Segue quindi detta strada fino ad Onigo di Pederobba, in corrispondenza del quale piega ad est seguendo la strada per Covolo, tocca Pieve, Rive, costeggia il canale Brentella fino a quota 160 e poi, verso nord-est raggiunge Covolo, lo supera e giunge a Barche, dove raggiunge la quota 146 in prossimità della riva del Piave. Da quota 146 prosegue lungo la strada verso sud fino ad incrociare quella per Crocetta del Montello in prossimità del km 27,800 circa. Lungo tale strada prosegue verso sud e all'altezza della località Fornace piega a sudest per quella che raggiunge Rivasecca, la supera e seguendo sempre verso sud-est la strada che costeggia il canale di Castelviero, raggiunge la località Ciano da dove è iniziata la delimitazione. Il confine nord prende come punto di partenza località Fornace, prosegue lungo il greto della sinistra del fiume Piave ai confini fino con la provincia di Belluno. Segue detto confine provinciale fino a quota 582 sotto Crocra. Prosegue a est toccando Tomba, C. Spinazzè, C. Trenta e proseguendo in linea retta nella stessa direzione raggiunge i confini con il comune di Valdobbiadene. Scende lungo

i medesimi fino a Monte Perlo (quota 610) si stacca verso est fino a Casa Simonetto per arrivare al Monte Castello, passando sotto le casere S. Maria, Zoppè, Geronazzo. Dal Monte Castello entra nel borgo Val di Guietta costeggiando a 100 metri a monte la strada che porta a Combai e raggiunge la piazza di detto paese. Da qui il confine nord è delimitato da una linea a nord della strada pedemontana corrispondente alla curva di livello di 500 metri. Passa a nord dei comuni di Miane, Follina, Cison di Valmarino, Revine, Vittorio Veneto, fino ad incontrare la strada statale n. 51 di Alemagna in località Savassa. Quindi riprende a est di detta strada statale, la curva di livello 500 metri passando a nord del comune di Fregona e Sarmede fino ad incontrare il confine con la provincia di Pordenone in località Valbona a quota 608. Segue a sud detto confine provinciale fino a Torricello in comune di Cordignano. Da qui attraversa il centro di Cordignano, prosegue verso ovest lungo la strada che conduce a Vittorio Veneto fino all'incrocio con la linea di confine con il comune di Colle Umberto in località S. Stefano. Da qui si dirige a sud, seguendo il confine tra i comuni di Cordignano e Colle Umberto fino a raggiungere la località 4 Strade sulla strada statale n. 13 Pontebbana. Segue quindi verso ovest detta strada statale e passando per il centro storico di Conegliano, arriva a Susegana, passa la strada provinciale della Barca a Colfosco e prosegue lungo la strada Colfosco-Pieve di Soligo fino in località Colomбере. Segue poi la linea di delimitazione attraversando il quartier del Piave, il confine amministrativo del comune di Farra di Soligo fino a raggiungere in località Palù a sud, di Campagnola i confini amministrativi del comune di Vidor. Segue a sud i medesimi fino al greto della sinistra del fiume Piave. Prosegue ad ovest lungo il medesimo fino alla località Fornace” (Disciplinare di produzione I.G.T. “Colli Trevigiani”; Caldano, Rossi 2008). La superficie totale dell'area si attesta intorno ai 1687,7 ettari ed il Prosecco tende a essere il vitigno più coltivato per più dell'80% dell'area rispetto alle risicate percentuali degli altri vitigni (Chardonnay 4,7%, Merlot 2,7%, Pinot Bianco 2,1%, Incrocio Manzoni 6.0.13 1,7%, Cabernet 1,4% e Verdiso con l'1,2%). Su 246.300 q di produzione totale nel 2005, il Prosecco rappresentava con una quota dell'86% il vino più prodotto del distretto (Marzi, 2005).

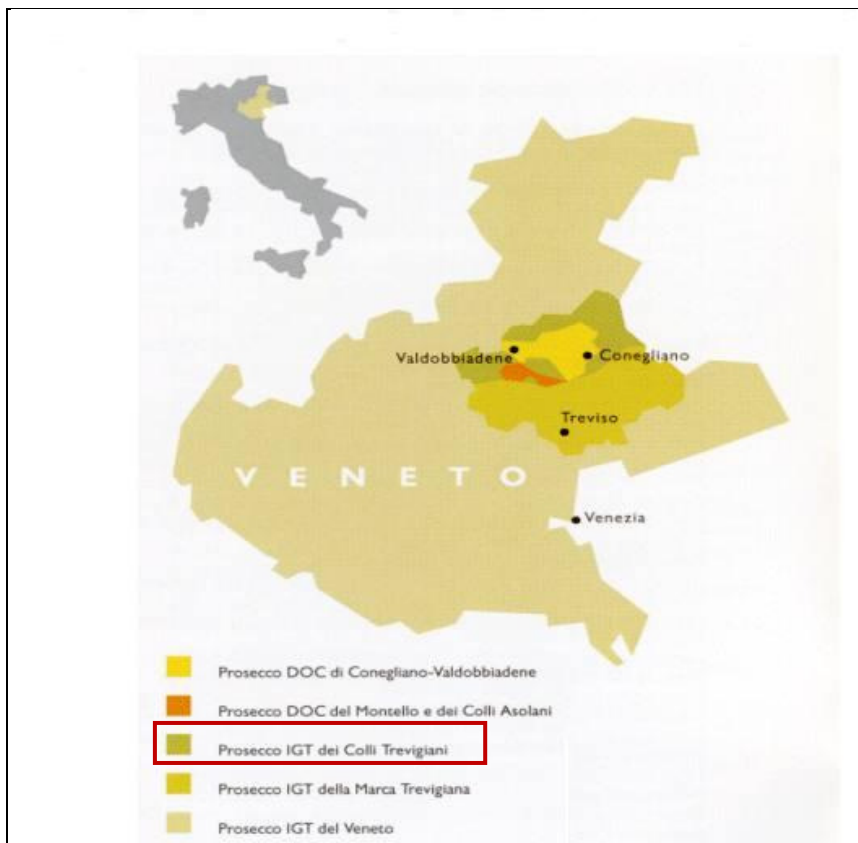


Figura 1.5 In verde l'area della denominazione I.G.T. del Prosecco "Colli di Conegliano" in dettaglio (Fonte: Zanchetta, 2002)

- I.G.T. dei vini "delle Venezie":

I vini ad indicazione geografica tipica "delle Venezie" bianchi, rossi e rosati devono essere ottenuti da uve provenienti da vigneti composti, nell'ambito aziendale, da uno o più vitigni raccomandati e/o autorizzati per tutte le province della regione Veneto, per tutte le province della regione Friuli Venezia Giulia (Disciplinare di produzione I.G.T. "delle Venezie"; Caldano e Rossi, 2008). La zona di produzione delle uve di Prosecco per l'ottenimento dei mosti e dei vini atti a essere designati con l'indicazione geografica tipica "delle Venezie" riguardava tutte le province del Veneto e le province di Pordenone, Udine e Trieste (Figura 1.6). La superficie si attesta intorno ai 412,1 ettari. Il Pinot Grigio è il vitigno più coltivato (32,6% della superficie totale), seguito dal Merlot (28,7%). Riscicata la presenza del Prosecco sia in termini di superficie vitata che di quota produttiva nell'area (Marzi, 2005).



Figura 1.6: L'area regionale veneto-friulana su cui era consentita la produzione del Prosecco I.G.T. "delle Venezie"; è esclusa la provincia di Gorizia (fonte: mappa elaborata in proprio, 2011)

- I.G.T. della "Marca Trevigiana"

I vini ad indicazione geografica tipica "Marca Trevigiana" bianchi, rossi e rosati devono essere ottenuti da uve provenienti da vigneti composti, nell'ambito aziendale, da uno o più vitigni raccomandati e/o autorizzati per la provincia di Treviso. La zona di produzione delle uve di Prosecco per l'ottenimento dei mosti e dei vini atti a essere designati con indicazione geografica tipica "Marca Trevigiana" comprende l'intero territorio della provincia di Treviso (Figura 1.7). (Disciplinare di produzione I.G.T. "Marca Trevigiana"; Caldano e Rossi, 2008). La zona presenta un'area di 9.037,3 ettari; il Prosecco con il 16% della superficie coltivata è il secondo vitigno più coltivato dopo il Merlot che detiene la quota di maggioranza con il 26,4%, ma comunque davanti al Cabernet Sauvignon che si ferma all'8,5%, a Verduzzo (8,3%), Pinot Grigio (6,9%), Pinot Bianco (6,4%), Chardonnay (5,9%), Cabernet Franc (5,7%), Bianco Veneto (3,6%) e Raboso (1,9%). Dal punto di vista produttivo, dalle statistiche del 2005, il Prosecco rappresenta il 20% della produzione totale del distretto superato solo dal Merlot. (Marzi, 2005).



Figura 1.7 In arancione, l'area produttiva del Prosecco I.G.T. "Marca Trevigiana", corrispondente alla provincia di Treviso (fonte: mappa elaborata in proprio, 2011)

- I.G.T. "Veneto"

La zona di produzione delle uve di Prosecco per l'ottenimento dei mosti e dei vini atti a essere designati con indicazione geografica tipica "Veneto" comprende l'intero territorio amministrativo delle provincie di Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Verona, Vicenza (Figura 1.8). (Disciplinare di produzione I.G.T. "Veneto"; Caldano e Rossi, 2008). La superficie adibita alla coltivazione del Prosecco si attesta intorno all'8,3% della superficie totale superata in gran parte dal Merlot con il 18% del totale, Verduzzo con l'11,4%, Pinot Grigio con il 9% e Cabernet Franc con l'8,8% (il restante 12,5% è ripartito fra Pinot Bianco a 6,5%, Raboso 3,6% e Sauvignon 2,4%). Dai dati del 2005, il Prosecco è terzo nella graduatoria dal punto di vista produttivo con l'11,8% della produzione totale, superato solo dal Merlot con il 18,4%. (Marzi, 2005).



Figura 1.8 In verde l'area di produzione del Prosecco I.G.T. "Veneto" (fonte: mappa elaborata in proprio, 2011)

- I.G.T. "Alto Livenza"

La zona di produzione delle uve di Prosecco (e degli altri vitigni presenti nel disciplinare), atte a produrre i vini dell'indicazione geografica tipica "Alto Livenza" coincide con l'intero territorio amministrativo dei comuni di: Cordignano, Orsago, Gaiarine, Portobuffolè, Gorgo al Monticano, Mansuè, Motta di Livenza e Meduna di Livenza, in provincia di Treviso e dei comuni di Brugnera, Caneva, Fontanafredda, Pasiano di Pordenone, Polcenigo, Prati e Sacile in provincia di Pordenone (Figura. 1.9), (Disciplinare di produzione I.G.T. "Alto Livenza"; Caldano e Rossi, 2008). Secondo i dati statistici riguardanti le denunce delle uve I.G.T., alla vendemmia 2002 la superficie dell'Alto Livenza contava un totale di 2.162,96 ettari. Tuttavia molto è la superficie coltivata a Prosecco dato che la maggior parte è dedicata al Pinot Bianco (34%) e al Cabernet Franc (26%) (Marzi, 2005).

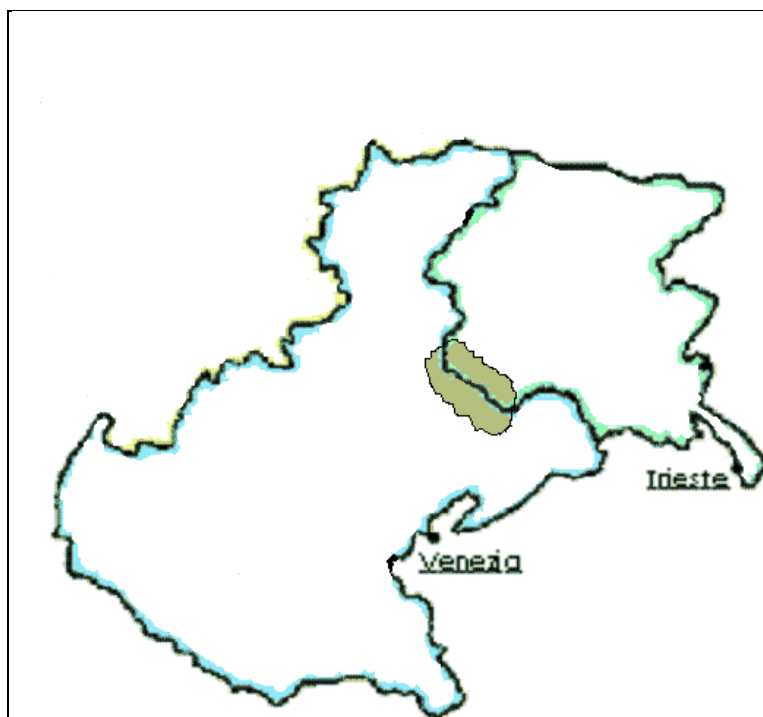


Figura 1.9 In verde l'area di produzione del Prosecco I.G.T. "Alto Livenza" (fonte: mappa elaborata in proprio, 2011)

Le cinque I.G.T. rappresentano in Veneto una superficie totale di 15397,55 ettari. La produzione totale secondo i dati dell'annata 2005 è stata di 2.177.814,21 q di prodotto finale (Marzi, 2005). Nella tabella 1.2 sotto sono riportate le percentuali delle superfici occupate e della produzione di uva dei cinque vitigni più coltivati nei cinque distretti I.G.T. del Veneto nell'annata 2005. Il Prosecco si nota subito che è predominante nell'intero areale I.G.T. sia in termini di produzione che di diffusione territoriale.

DENOMINAZIONE VITIGNO	SUPERFICIE (%)	PRODUZIONE (%)
PROSECCO	20,8%	25%
MERLOT	21,4%	20,7%
VERDUZZO	8,2%	8,8%
PINOT GRIGIO	7,5%	7,6%
CABERNET FRANC	6,0%	4,9%

Tabella 1.2: Distribuzione dei 5 vitigni più coltivati nel comprensorio I.G.T. veneto in termini territoriali e produttivi all'anno 2005 (Marzi, 2005).

1.4 La nuova area di produzione del Prosecco (luglio 2009)

A partire dal 1° agosto 2009 l'assetto territoriale e produttivo del Prosecco si presenta con una nuova configurazione grazie rinnovamenti alle novità introdotte dall'entrata in vigore del decreto ministeriale del Ministero delle politiche Agricole del 17 luglio 2009 (pubblicato su gazzetta ufficiale n°173 del 28.7.2009). Il decreto presenta nei suoi contenuti delle importanti novità per quanto riguarda l'intera filiera produttiva e il comprensorio territoriale del Prosecco. La novità più importante è stata l'acquisizione della denominazione **D.O.C.G. (Denominazione di Origine Controllata Garantita)** per tutta l'area di produzione storica del vino, ovvero quel territorio collinare di 15 comuni compreso tra Conegliano e Valdobbiadene che fino al 2008 ha rappresentato il territorio dell'area D.O.C.. Dal punto di vista territoriale tale rinnovamento non solo ha portato l'areale produttivo storico a passare da D.O.C. a D.O.C.G. mantenendo inalterati i confini dell'area, ma ha garantito anche il mantenimento della sottozona del Superiore di Cartizze conferendo anche ad essa la denominazione D.O.C.G.. Allo stesso modo, lo stesso grado di tutela è stato conferito al territorio del Prosecco Montello e Colli Asolani che ha conservato l'originale distretto territoriale ed ha acquisito la nomina di "D.O.C.G. Colli Asolani". La seconda novità riguarda l'allargamento della D.O.C.. Come si può notare dalla figura 1.11, la nuova area D.O.C. ingloba oggi un territorio molto più vasto che comprende due regioni, Veneto e Friuli Venezia Giulia, e nove provincie: Belluno, Padova, Treviso, Venezia e Vicenza in Veneto e tutto il territorio amministrativo delle provincie di Pordenone, Udine, Gorizia e Trieste in Friuli. Con tale rinnovamento la nuova D.O.C. va a sostituire tutte le precedenti I.G.T. del Prosecco (I.G.T. "Colli Trevigiani", I.G.T. "Delle Venezie", I.G.T. "Marca Trevigiana", I.G.T. "Veneto" e la I.G.T. "Alto Livenza"). La figura 1.10, riassume e confronta le differenze e le novità fra la situazione antecedente al 2009 e quella attuale. La terza importante novità riguarda il cambiamento di espressione per quanto concerne il nome della varietà di vitigno; esso a partire dal 2009 non è più definito col nome di "Prosecco" ma viene chiamato con il suo antico sinonimo di origine, "Glera" al fine di potere tutelare il prodotto finale contro imitazioni o produzioni contraffatte, molto frequenti negli ultimi anni nel mercato del settore che hanno presentato pseudonimi coniatosi proprio a partire dal nome originale "Prosecco".

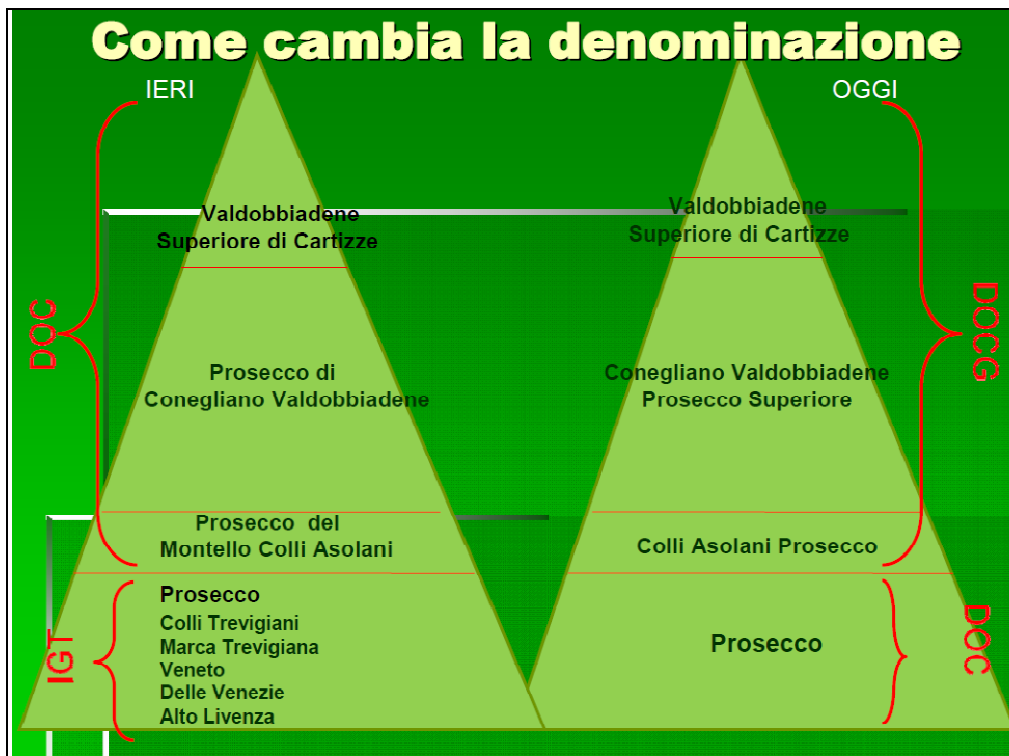


Figura 1.10 Confronto fra la precedente e l'attuale situazione della denominazione del Prosecco (Fonte: Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2011)



Figura 1.11: La nuova area di produzione del prosecco D.O.C. e D.O.C.G. dopo l'entrata in vigore del nuovo disciplinare di produzione il 1° agosto 2009 (Fonte: Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG 2011; Archivio Viniesapori 2010)

1.4.1 L'area del Prosecco D.O.C.G.

Come indicato all'inizio del paragrafo, l'area di produzione del Prosecco D.O.C.G., corrisponde all'areale storico di produzione di questo vino, rappresentato dal territorio collinare compreso tra Conegliano e Valdobbiadene. L'area della D.O.C.G., che fino al 2008 rappresentava la precedente D.O.C. del Prosecco, equivale quindi al territorio amministrativo dei comuni di Conegliano, San Vendemiano, Colle Umberto, Vittorio Veneto, Tarzo, Cison di Valmarino, Follina, Miane, Valdobbiadene, Vidor, Farra di Soligo, Pieve di Soligo, San Pietro di Feletto, Refrontolo, Susegana, come dimostra la figura 1.12. Anche la sottozona del Superiore di Cartizze ha mantenuto i confini territoriali originari, compresi fra le frazioni di frazioni di San Pietro di Barbozza, Santo Stefano e Saccol, nel comune di Valdobbiadene. Anche per questo prodotto è stata conferita la dicitura D.O.C.G., chiamato "Valdobbiadene Superiore di Cartizze D.O.C.G.".



Figura 1.12 L'attuale area della D.O.C.G. del Prosecco in dettaglio (fonte: Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., 2011)

Dal 1° agosto 2009 il vino ottenuto in tale area produttiva è denominato "Conegliano-Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G." ed è prodotto con il taglio di uve del vitigno "Glera" al minimo dell'85% e delle varietà locali Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera, Glera lunga per un massimo del 15% del prodotto totale. Oltre a tali varietà, nelle pratiche di vinificazione per

l'ottenimento del Conegliano-Valdobbiadene D.O.C.G., possono essere utilizzati vini costituiti dai vitigni Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, presi da soli o congiuntamente. La resa a ettaro mantiene lo stesso limite che aveva per il precedente Prosecco D.O.C., 135 quintali/ettaro. Anche per il Superiore di Cartizze rimane inalterato il limite di resa/ettaro: 120 quintali/ettaro con titolo alcolimetrico volumico naturale minimo di 9,50% vol. La coltivazione della vite si concentra come già citato in precedenza sui versanti esposti a sud fino a 500 metri di altezza su pendenze che possono arrivare fino al 70%. La maggior parte coltivata a Glera ma con piccole aree di Perera, Bianchetta e Verdiso. Le viti sono coltivate con sistemi trasversali alle linee di pendenza, di "traverso" e "girapoggio" in densità medie di 3.000/4.000 ceppi per ettaro. La forma di allevamento tradizionale delle viti è il Silvòz che presenta una densità media di 2.000/2.500 ceppi per ettaro. Negli ultimi anni è stato però introdotto anche il Guyot che presenta densità maggiori fino a 4.000 ceppi a per ettaro. Le uve devono provenire da vigneti dell'area delimitata per legge, iscritti all'Albo della Camera di Commercio in cui sono riportati tutti i dati catastali che li identificano. La vinificazione può essere eseguita secondo le norme previste dal disciplinare e può avvenire solo all'interno dei comuni della zona D.O.C.G.. Per il Cartizze la vinificazione può avvenire solo all'interno del comune di Valdobbiadene. L'imbottigliamento e la spumantizzazione del vino possono essere eseguiti solo nelle cantine della provincia di Treviso (Pozzali, 2010). Il "Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore" può essere prodotto nelle seguenti tipologie: Spumante, Frizzante e Tranquillo. Una novità importante con l'istituzione della D.O.C.G. è rappresentata dalla introduzione della dicitura "Rive", riservata solo ai vini spumanti, ovvero il vino prodotto con le selezioni di vigneto, vale a dire con l'utilizzo esclusivamente di uve di una sottozona o di un comune che devono poi essere menzionate in etichetta. Il termine "Rive" indica, nel dialetto locale, i vigneti situati sui pendii ripidi e questa categoria di vini mira ad evidenziare la qualità e le caratteristiche molto diverse che le località possono avere all'interno della denominazione stessa. Il "Rive" deve sempre riportare in etichetta il nome del comune o della frazione in cui si trova il vigneto (esempio "Rive di Colbertaldo"). Per i vini con tale termine la resa è fissata al limite massimo di 130 quintali/ettaro con l'obbligo della raccolta a mano delle uve e dell'indicazione dell'anno di produzione cioè il millesimo in etichetta. Nel territorio di Conegliano e Valdobbiadene sono presenti in tutto 43 "Rive" che rimandano ad altrettanti piccoli "Cru" e nel nuovo disciplinare sono stati identificati in totale 12 comuni e 31 frazioni specificabili in etichetta con la menzione Rive; i comuni sono Cison di Valmarino, Colle Umberto, Farra di Soligo, Follina, Miane, Pieve di Soligo, Refrontolo, San Pietro di Feletto, San Vendemiano, Susegana, Tarzo e Vidor; le frazioni di comune sono Arfanta, Bagnolo, Barbisano, Bigolino, Campea, Carpesica, Col San Martino, Colbertaldo, Colfosco, Collalto, Combai, Corbanese, Cozzuolo, Farrò, Formeniga, Guia, Manzana,

Ogliano, Premaor, Resera, Rolle, Rua, San Giovanni, San Michele, San Pietro di Barbozza, San Vito, Santa Maria, Santo Stefano, Scomigo, Solighetto e Soligo (fonte: Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., 2011; Pozzali, 2010). Il controllo avviene in ogni fase della produzione, dal vigneto alla bottiglia tramite il lavoro e la collaborazione di tre diversi enti: il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene D.O.C.G. l'istituzione più importante, Valoritalia e la Camera di Commercio; al termine delle verifiche, a ogni bottiglia viene apposto il contrassegno di Stato con un numero progressivo come quello riportato nelle figure 1.13 e 1.14.



Figura 1.13 Il contrassegno di Stato per il Conegliano Valdobbiadene DOCG (fonte: Rivista Conegliano-Valdobbiadene, 2009; News sul Prosecco – Proseccoroad, 2011)



Figura 1.14 Il contrassegno di Stato per l'Asolo Prosecco DOCG Superiore (fonte:archivio notizie Azienda Belecasel, 2010)

Con la nuova D.O.C.G. il corretto uso della denominazione dovrà riguardare l'intera etichettatura (come riportato nell'esempio della figura 1.15), e quindi non solo l'etichetta, ma tutta la presentazione del prodotto: su confezioni, depliant ecc., e tutto ciò che accompagna il prodotto; il termine Prosecco non potrà mai essere utilizzato disgiunto da quello dell'intera denominazione.

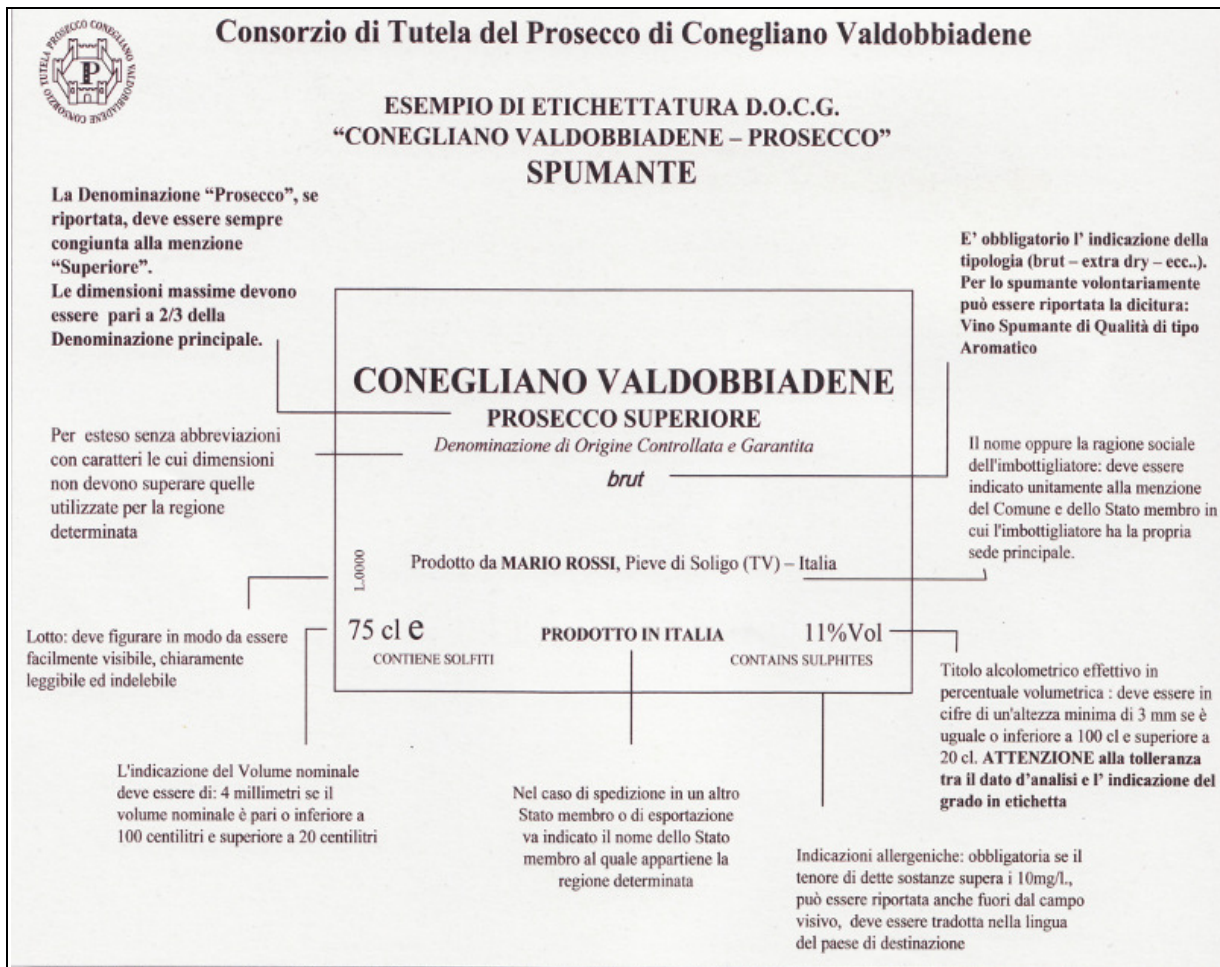


Figura 1.15 Esempio di etichettatura corretta per il Prosecco D.O.C.G. (fonte: Rivista Conegliano-Valdobbiadene 2009; News sul Prosecco - Proseccoroad 2011)

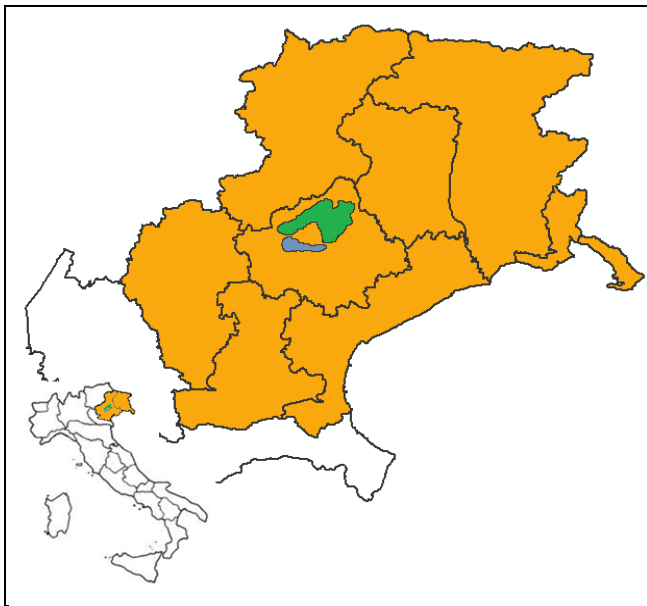
Per quanto riguarda la commercializzazione dei prodotti D.O.C.G., prima dell'imbottigliamento ogni partita di vino deve superare l'esame organolettico eseguito da delle commissioni di enologi incaricate dalla Camera di Commercio.

La D.O.C.G. Colli Asolani ha mantenuto anch'essa gli originali confini già istituiti in precedenza al 2009. Il distretto, in provincia di Treviso, si incentra sull'intero territorio dei comuni di Castelvico, Cornuda e Monfumo; si estende a ovest su parte dei comuni di San Zenone degli Ezzelini e Fonte; a nord sulle aree collinari dei comuni ai piedi del Monte Grappa, da Paderno del Grappa a Pederobba; a est include una parte della zona del Montello e del comune di Montebelluna e infine a sud include parte dei comuni di Caerano San Marco e appunto Asolo. Il disciplinare di produzione 2009 ha formalizzato la coltivazione tradizionale già in uso e le varietà di vinificazione spumante e frizzante. Considera idonei alla denominazione soltanto i vigneti ben esposti e impiantati sui terreni collinari e pedo-collinari, escludendo i vigneti di fondovalle e quelli esposti ai venti di tramontana.

La forma di coltivazione consentita è soltanto la spalliera semplice con un numero minimo di 3.000 ceppi per ettaro, senza forzature di coltivazione. Anche in tale caso la resa massima consentita è di 120 quintali d'uva per ettaro con titolo alcolimetrico volumico naturale minimo di 9,50% vol.. Il Prosecco deve essere ottenuto almeno per l'85% da uve Glera e il restante 15% da uve di Verdiso, Perera, Bianchetta trevigiana e Glera lunga. Il disciplinare salvaguarda anche la pratica tradizionale del taglio con aggiunta di vini ottenuti da uve di Pinot (bianco, nero e grigio) e Chardonnay, provenienti da vigneti della stessa zona D.O.C.G. e iscritti negli appositi albi (fonte: Turismo Regione Veneto, 2011). Nel 2009, primo anno dell'entrata in vigore della D.O.C.G., la struttura viticola della denominazione ha presentato 5.000 ettari in produzione per un totale di 6.100 ettari di vigneti iscritti all'Albo dei Vigneti D.O.C.G.; di questi 106 sono localizzati nell'area del superiore di Cartizze. La fase della produzione del vigneto impegna quasi 3.000 viticoltori. Nel distretto, le case spumantistiche sono 166 e si avvalgono nei quadri tecnici dell'apporto di oltre 250 enologi. Complessivamente gli addetti al settore enologico distrettuale sono oltre 5.000 (Boatto, Balestrieri, Barisan, 2010).

1.4.2 L'area del Prosecco D.O.C.

La modifica dell'estensione dell'area del Prosecco D.O.C. costituisce sicuramente un'importante elemento innovativo nel settore vitivinicolo trevigiano che dovrà favorire un rinnovamento del settore. L'ampliamento della D.O.C. a nove province ha di fatto notevolmente ampliato la base produttiva, anche se tale estensione è avvenuta in parte a scapito delle precedenti IGT che sono state abolite (Figura 1.16). Con tale rivoluzione la D.O.C. del Prosecco è divenuta la più produttiva e una delle più estese del panorama viticolo italiano come si può vedere nella tabella 1.3.



- DOC Prosecco
- DOCG Conegliano Valdobbiadene
- DOCG Colli Asolani

Figura 1.16: In giallo l'area dell'attuale area D.O.C. del Prosecco (fonte: elaborazione CIRVE 2011)

Le D.O.C. d'Italia		
	Ettari	Ettolitri
1	Prosecco Doc	11.600 1.149.000
2	Montepulciano	11.786 845.491
3	Chianti	15.179 809.833
4	Asti	9.733 688.083
5	Soave	5.859 574.173
6	Trentino	5.956 506.155

Tabella 1.3: Confronto tra la D.O.C. del Prosecco e le altre D.O.C. italiane (fonte: archivio Tribuna di Treviso 2010)

Il nuovo disciplinare D.O.C. prevede che, come base ampelografica, il vino a denominazione di origine controllata "Prosecco" deve essere ottenuto da uve provenienti da vigneti costituiti dal vitigno Glera per almeno l'85%. Possono concorrere, in ambito aziendale, da soli o congiuntamente fino ad un massimo del 15%, i seguenti vitigni: Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera, Glera lunga, Chardonnay, Pinot bianco, Pinot grigio e Pinot nero (vinificato in bianco). Sono da considerarsi idonei i terreni ben esposti ad esclusione di quelli ad alta dotazione idrica con risalita della falda e quelli torbosi. I sestri d'impianto, le forme di allevamento e i sistemi di potatura devono essere quelli generalmente usati e, comunque, atti a non modificare le caratteristiche delle uve e del vino. Per i

vigneti piantati dopo l'approvazione del nuovo disciplinare sono ammesse solo le forme di allevamento a spalliera semplice e doppia e la densità minima di impianto per ettaro non deve essere inferiore a 2.300 ceppi. La resa massima di uva ammessa per la produzione dei vini non deve essere superiore a 180 quintali per ettaro di vigneto a coltura specializzata (contro i 250 quintali per ettaro della vecchia denominazione I.G.T.). La resa in vino deve attestarsi per almeno 70% della produzione totale del vigneto (contro l'80% della precedente I.G.T.) e le uve destinate alla vinificazione devono assicurare un titolo alcolimetrico volumico naturale minimo di 9,50% vol. e un titolo di 9,0% vol. nel caso le produzioni a cui sono destinate le uve siano "Prosecco" frizzante o spumante (Disciplinare di produzione del Prosecco D.O.C., fonte Confagricoltura Treviso, 2009). Nel 2010 è stata stimata una superficie dei vigneti iscritti all'albo della D.O.C. pari a 12.600 ettari. Le aziende viticole riconosciute e affiliate al Consorzio della denominazione D.O.C. sono 6120; 301 sono le aziende vinificatrici e 354 sono le case spumantistiche (CIRVE, 2011); la figura 1.17 illustra la situazione odierna, all'anno 2011 della superficie vitata a "Glera" nell'area della nuova denominazione.

Superficie vitata a "Glera" per comune (ettari), 2011:

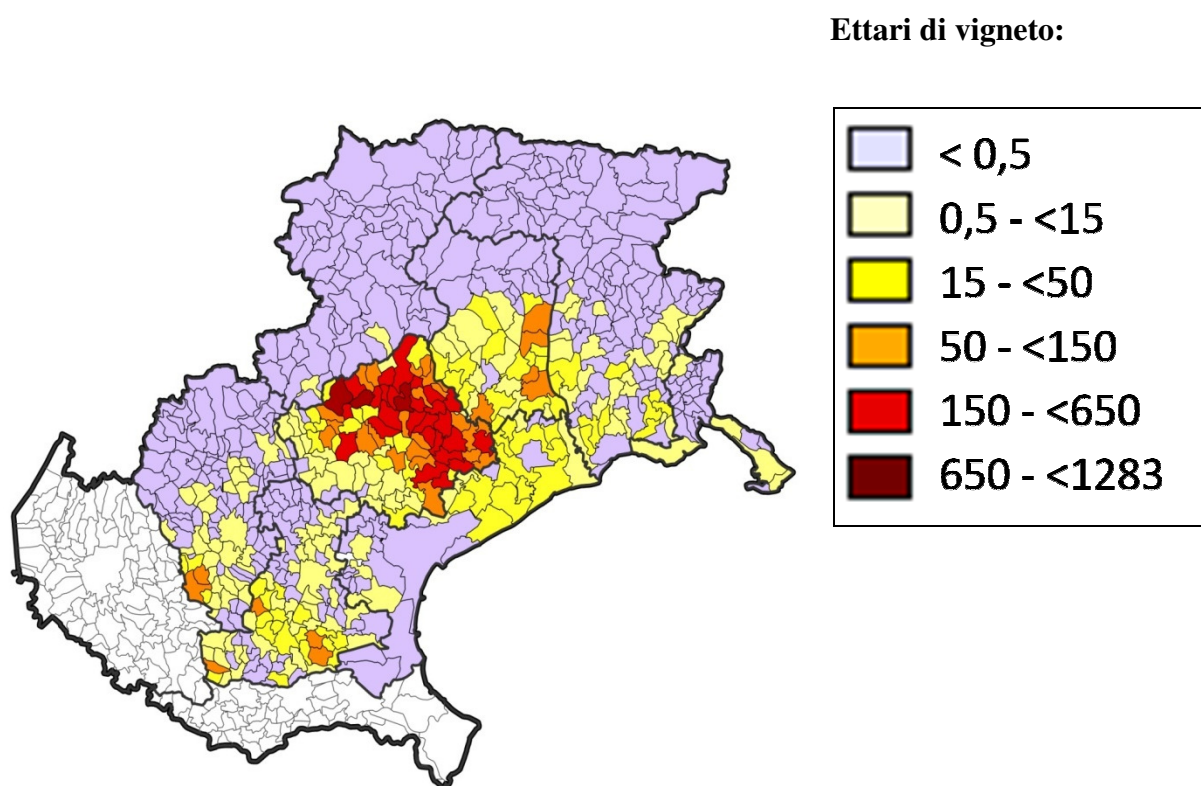


Figura 1.17 Superficie vitata a "Glera" per comune (ettari) nel 2011 nelle regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia (Fonte: CIRVE su elaborazione dati AVEPA ed ERSA 2011)

1.4.3 L'evoluzione delle superfici vitate di Prosecco

Nel complesso, in meno di due anni, gli ettari coltivati a Glera, complice soprattutto l'allargamento del comprensorio produttivo, sono aumentati di 5.024 ettari dovuti essenzialmente ai nuovi impianti. Nel 2008 tra D.O.C. Prosecco Conegliano Valdobbiadene e I.G.T. Prosecco gli ettari ammontavano a 12.776. A fine 2010 i vigneti della D.O.C.G. Conegliano e Valdobbiadene e della D.O.C. Prosecco totale erano pari 17.800 ettari (+39% quasi), (Palese, 2010). La tabella 1.4 e il successivo grafico 1.1, illustrano l'evoluzione e l'andamento dei nuovi impianti di Glera nel periodo dal 1995 al 2011. I dati riferiti all'anno 2011 sono stati ottenuti tramite stime; inoltre i dati non considerano le superfici sovrainnestate.

	'95-													
Prov.	'99	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
PN	13	16	2	190	11	30	44	16	60	35	150	630	800*	
GO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35*	
TS	0,6	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	
UD	67	21	24	8	16	25	25	16	70	68	60	150	190*	
F.V.G.	80,6	37	26	198	27	55	72	32	130	103	210	780	1025*	
TV	1120	420	394	459	389	525	756	686	760	980	1500	1700	2000*	
VE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	260	320*	
VI	8	88	62	16	4	5	12	25	40	106	130	250	320*	
PD	56	8	5	10	24	24	47	70	80	130	195	200	240*	
BL	5,5	1	2	6	0,5	0,5	4	2	5	2	5	7	4*	
Veneto	1190	517	463	491	418	555	819	783	885	1218	1906	2417	2884*	
TOT.	1270	554	489	689	445	610	891	815	1015	1321	2116	3197	3909	

(*: Stime) Tabella 1.4: Andamento ed evoluzione dei nuovi impianti di Glera nel periodo 1995-2011 nell'area della D.O.C. del Prosecco (CIRVE, 2011)

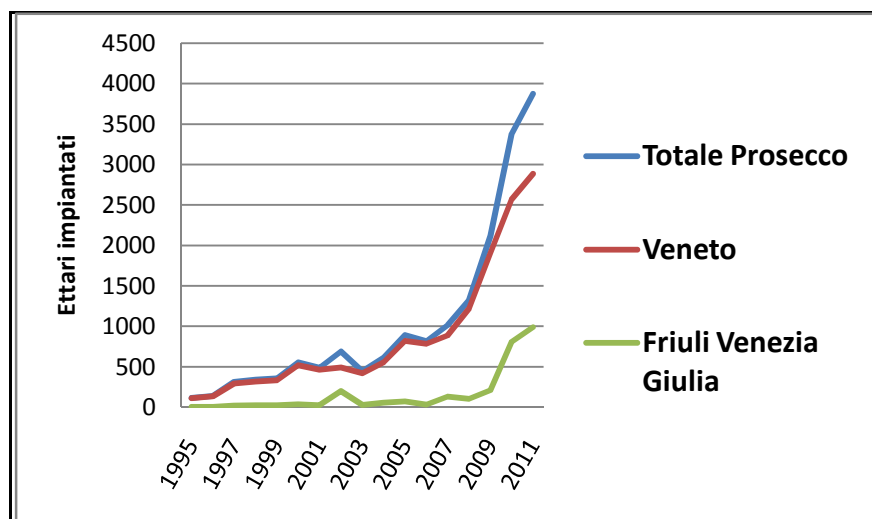


Grafico 1.1: Evoluzione delle superfici vitate a Glera nel periodo 1995-2011 nelle aree della denominazione del Prosecco (fonte: elaborazione CIRVE sui dati dei vivaisti, 2011)

Secondo gli studi effettuati dal CIRVE, a metà 2011 tra area produttiva del D.O.C.G. e area D.O.C., il comprensorio produttivo del Glera ha raggiunto un totale di 23.300 ettari; gli ettari D.O.C.G. sono stimati in una quota totale di 6.200, quelli D.O.C. 17.100; la tabella 1.5 sottostante riporta i dati degli ultimi tre anni per quanto concerne gli ettari di vigneto a Glera con relative specificazioni ai nuovi impianti sottoforma di barbatelle, sovrainnesti o vasetti (fonte: CIRVE, 2011).

	2009	2010	2011
Totale DOC	9.200	12.600	17.100
Vigneti in produzione	4.500	5.500	6.800
Vigneti al 3° anno (100%)	1.000	1.300	2.400
Vigneti al 2° anno (60%)	1.300	2.400	3.400
Nuovi impianti	2.400	3.400	4.500
- barbatelle	2.100	3.100	2.500
- sovrainnesti	300	300	600
- vasetti			1.400
Totale DOCG	6.100	6.200	6.200
DOC + DOCG	15.300	18.800	23.300

Tabella 1.5: L'evoluzione degli impianti di Glera nel triennio 2009-2011 nelle aree delle denominazioni del Prosecco (fonte: elaborazione CIRVE su dati AVEPA, ERSA, Vivaisti e operatori viticoli, 2011)

Nel riferimento al potenziale viticolo della campagna 2009-2010, i dati relativi al numero delle barbatelle poste a dimora per il Veneto risultarono pari a 8.935.500 di ceppi per il Veneto e a 1.940.000 per il Friuli Venezia Giulia (Tabella 1.6). Secondo i dati riportati in tabella 1.6 esse sono distribuite in modo non omogeneo: la maggior parte delle nuove superfici di Glera è situata infatti nella provincia di Treviso con 2.000 ettari. Considerando un numero medio di barbatelle per ettaro pari a 3.000, in media nel Veneto si sarebbe avuto un aumento della superficie a Glera di quasi 3.000 ettari, a cui si aggiungono i 647 ettari del Friuli Venezia Giulia, con un aumento complessivo di poco superiore ai 3.600 ettari. A questi dati vanno tuttavia sottratte le quote, pari a 525 ettari, destinate al rimpiazzo per la sostituzione fisiologica nei vigneti e per le fallanze, e aggiunti 300 ettari per sovrainnesti da riconversione varietale di vigneti in produzione. In definitiva vi sarebbe stato un aumento delle superfici vitate a Glera di 3.400 ettari per la campagna 2009-2010 (Boatto, Barisan e Pizzo, 2010).

Regione/ provincia	Nuovi impianti e rimpiazzati 2009-10		
	barbatelle a dimora (n.)	superficie (ha)	percentuale per provincia
Veneto:	8.935.500	2.978	82,2
Treviso (1)	6.000.000	2.000	55,2
Venezia	1.375.000	458	12,6
Padova	550.000	183	5,1
Vicenza	362.500	121	3,3
Belluno	0	0	0,0
Verona (2)	648.000	216	6,0
Friuli Venezia Giulia:	1.940.000	647	17,8
Pordenone	1.360.000	453	12,5
Udine	580.000	193	5,3
Gorizia	0	0	0,0
Trieste	0	0	0,0
Totale (nuovi impianti + rimpiazzati)	10.875.500	3.625	100,0
Totale (rimpiazzati)	1.570.000	523	-
Sovrainnesti	-	300	-
Totale	9.305.500	3.402	-

(1) I dati considerano le stime degli impianti effettuati e i tassi di rinnovo dei vigneti ; il 25% delle barbatelle è stato posto a dimora in collina, quasi totalmente per rimpiazzati.

(2) Barbatelle vendute a Verona e piantate in provincia di Treviso (50%) e Vicenza (50%)

Tabella 1.6: Variazione del potenziale viticolo del vitigno Glera a giugno 2010 (Boatto, Barisan e Pizzo, 2010)

Nel 2002 le aziende socie del Consorzio erano 183 di cui 108 classificate come cantine spumantistiche mentre le restanti 75 come aziende solo produttrici di uva. Nello stesso anno è stato rilevato che nella “vecchia” zona D.O.C. (l’attuale area D.O.C.G.) su 3.300 aziende presenti solo poco più il 3% del totale era aderente al Consorzio. Risultavano affiliate 15 grandi case spumantistiche e anche 4 cooperative (Zanchetta, 2002). All’anno 2011 risultano associate al nuovo consorzio D.O.C.G. 152 aziende; l’elenco delle aziende è riportato nella tabella 1.7. Come osservato in precedenza, il Consorzio per la tutela del Prosecco D.O.C. invece conta, all’anno 2011, 6120 aziende iscritte.

ABBAZIA FOLLINA	COMPAGNIA DEL VINO	PERLAGE
ADAMI	CONTARINI SPUMANTI	PRAPIAN
ADAMO CANEL SPUMANTI	CONTE COLLALTO	PROGETTIDIVINI
AGOSTINETTO BRUNO	CONTE LOREDAN GASPARINI	REBULI
AL CANEVON	DEA	RICCARDO
ANDREA DA PONTE	DISTILLERIA BOTTEGA	ROBERTI ITALO
ANDREOLA	DOMUS PICTA	ROCCAT
ANTONINI CERESA	DRUSIAN FRANCESCO	ROMANI FACCO BARBARA
ASTORIA VINI	EREDI GHETTI	RONFINI
BALLANCIN LINO	FASOL MENIN	RUGGERI
BELLENDIA	FOLLADOR	SALATIN VINI
BELLUSSI SPUMANTI	FOSS MARAI	SAN GIOVANNI
BEPIN DE ETO	FRASSINELLI	SAN GIUSEPPE
BERNARDI PIETRO	FROZZA	SAN GREGORIO
BEVILACQUA GIUSEPPE	FURLAN	SANFELETTO
BIANCAVIGNA	GARBARA	SANTA MARGHERITA
BISOL	GIAVI	SANTANTONI
BORGO ANTICO	GREGORETTO LUIGI	SCANDOLERA
BORGO MOLINO	IL COLLE	SCUOLA ENOLOGICA CONEGLIANO
BORGOLUCE	IL FOLLO	SERRE SPUMANTI
BORTOLIN ANGELO	LA CASA VECCHIA	SILVANO FOLLADOR
BORTOLIN FRATELLI	LA FARRA	SIRO MEROTTO
BORTOLOMIOL	LA GIOIOSA	SIVAG
BORTOLOTTI	LA MARCA	SOMMARIVA
BUFFON GIORGIO	LA RIVA DEI FRATI	SORELLE BRONCA
BUOSI PAOLO	LA TORDERA	SPAGNOL VINI
BUSO BENIAMINO	L'ANTICA QUERCIA	SPUMANTI DAL DIN
CA' SALINA	LE BERTOLE	SPUMANTI GEMIN
CA' VITTORIA	LE COLTURE	TANORE'
CAMPION	LE CONTESSE	TENUTA S. GALLO
CANELLA	LE MANZANE	TERRE DI SAN VENANZIO
CANTINA BERNARDI	LE VIGNE DI ALICE	TOFFOLI
CANTINA COLLI DEL SOLIGO	LE VOLPERE	TONON VINI
CANTINA SOCIALE CONEGLIANO	LUCCHETTA MARCELLO	TORMENA ANGELO
CANTINA PONTE VECCHIO	MACCARI SPUMANTI	TORMENA FRATELLI
CANTINA SOCIALE VITTORIO VENETO	MALIBRÀN	TORRE ZECCHI
CANTINE MASCHIO	MARCHIORI	VAL D'OCA
CARMINA	MARSURA NATALE	VALDELLOVO
CARPENE' MALVOLTI	MARSURET	VALDO SPUMANTI
CASALINI ANDREA	MASCHIO BENEIAMINO	VALDOC SARTORI
CASE BIANCHE	MASOTTINA	VARASCHIN
CASELLE	MASS BIANCHET	VETTORI
CENETAE	MEROTTO	VIGNE DORO
CEPOL	MIONETTO	VIGNE MATTE
CESCHIN GIULIO	MIOTTO VALTER	VIGNE SAVIE
CIODET SPUMANTI	MONGARDA	VILLA MARIA
COL DEL LUPO	MONTESEL	VILLA SANDI
COL VETORAZ	NANI RIZZI	VINICOLA SERENA
COESEL	NARDI GIORDANO	ZARDETTO SPUMANTI
COLSALIZ	NINO FRANCO SPUMANTI	ZUCCHETTO
COLVENDRA	PEDERIVA SPUMANTI	

Tabella 1.7: le 152 aziende attualmente associate al Consorzio di Tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco D.O.C.G. (fonte: Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., 2011)

A partire dal 2009, dopo i cambiamenti avvenuti nella denominazione, il Consorzio per la tutela del Prosecco svolge le proprie funzioni distrettuali in due diverse modalità:

- le aziende produttrici dell'area storica di Conegliano e Valdobbiadene sotto la denominazione D.O.C.G., sono iscritte al Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G.;
- il Consorzio per la tutela del Prosecco D.O.C. rappresenta invece la sezione amministrativa del Consorzio a cui sono associati i produttori della nuova area D.O.C..

Nella figura 1.19 sono riportati i due simboli ufficiali del Consorzio del Prosecco.



Figura 1.19 I simboli del Consorzio di Tutela del Prosecco (fonte: CIRVE 2011; Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2011).

Oggi il Consorzio di Tutela riunisce la quasi totalità dei produttori del territorio e il suo lavoro di tutela è divenuto sempre più importante, essendo stato determinante per l'ottenimento della DOCG Conegliano Valdobbiadene. Il Consorzio è un Ente privato d'interesse pubblico e raggruppa tutte le categorie di produttori: i viticoltori, i vinificatori, gli imbottiglieri. Tramite le sue strutture tecniche e la collaborazione con gli Istituti di ricerca, svolge un importante lavoro per migliorare la tecnica in vigneto e in cantina, fornendo servizi di assistenza e formazione. Il Consorzio segue tutte le fasi di produzione dall'impianto alla potatura, fino alla scelta dell'epoca di vendemmia e al controllo delle pratiche di vinificazione (Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., 2011). I settori di attività del Consorzio più importanti sono il

controllo della qualità, la ricerca e lo sviluppo, la divulgazione e valorizzazione del marchio, la promozione, l'informazione e l'assistenza tecnica, viticola e legale. La ricerca e sviluppo è rilevante per quasi tutti i Consorzi in generale e si attua tramite collaborazioni con altri enti regionali, o con altri Consorzi vinicoli. Non mancano gli sviluppi di studi riguardanti le campagne viticole, la lotta guidata e di tutto ciò che permette di migliorare l'allevamento della vite e la qualità del prodotto finale. Oltre all'assistenza di natura tecnica e legislativa, il Consorzio di Tutela del Prosecco ha svolto delle attività di ricerca di mercato; queste indagini sono state eseguite con l'intento di studiare il comportamento dei vari mercati, ma anche dei singoli consumatori. Questo tipo di lavoro chiaramente permette al Consorzio e ai suoi associati di poter pianificare le strategie produttive e quelle di marketing e le strategie di comunicazione future nel modo più preciso ed efficace possibile (Zanchetta, 2002). Oltre a promuovere lo sviluppo delle tecniche viticole ed enologiche, il lavoro del Consorzio è volto a garantire e migliorare la qualità del Conegliano Valdobbiadene e per questo collabora con Valoritalia, fondazione istituita nel 2005 dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, per il controllo della qualità e della tracciabilità del prodotto. Quale attento osservatore del mercato e dell'evoluzione dei gusti e degli stili di vita, il Consorzio è un punto di riferimento importante e il suo ruolo è anche fare conoscere e tutelare l'immagine del Conegliano Valdobbiadene in Italia e all'estero, grazie all'organizzazione di eventi, manifestazioni e piani di comunicazione. Parallelamente al riconoscimento della D.O.C.G., il Consorzio ha avviato un importante percorso di analisi e sviluppo dei valori della Marca Conegliano Valdobbiadene, con l'obiettivo di orientare la propria attenzione allo sviluppo del territorio e alla sostenibilità ambientale, alla valorizzazione della storia come traccia per disegnare il futuro e all'impegno per preservare nel tempo la qualità superiore di questo vino (Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., 2011).

1.4.5 Le motivazioni e le cause che hanno portato al cambiamento della denominazione del Prosecco

Il lavoro della riforma del Prosecco, conclusosi nel 2009 con l'ottenimento della D.O.C.G. e l'allargamento della D.O.C. ha avuto inizio già nel 2000 su iniziativa del Consorzio per la tutela del Prosecco per contrastare le diverse speculazioni e frodi alimentari che da parecchi anni il vino tendeva a subire. Il primo obiettivo della riforma è stato quello di poter ancorare ad un dato territorio, al cui interno ricade storicamente il toponimo "prosecco" l'areale produttivo. Fino al 2008 "Prosecco" era il nome della varietà dell'uva e per molti anni i produttori dell'area storica

hanno puntato sul nome “Prosecco D.O.C.” più che su quello del territorio. Con la riforma del 2009 non si parla più di “Prosecco D.O.C.”, sigla che identifica un’area più ampia, ma grazie alla denominazione D.O.C.G. si parla e si sottolinea la menzione superiore, vale a dire il territorio limitato di Conegliano e Valdobbiadene, la culla storica del Prosecco dove esso è catalogato come superiore. Con tale identificazione si è voluto tutelare e riconoscere un vero e proprio *terroir* (territorio), cioè una conformazione con un’ampia gamma di componenti: con il termine *terroir* si devono infatti intendere il paesaggio, la storia, il clima, il suolo, la geomorfologia del sito, i vitigni (le varietà, i portainnesti, i cloni), il vigneto e in ultima l’opera dell’uomo (cultura, tecnica di coltivazione e vinificazione, marketing ...). Più in sintesi per *terroir* si intende l’insieme dei fattori che interagiscono nel determinare le tipologie di produzione. L’uomo è una componente fondamentale perché il prestigio di un’area viticola, o persino di una singola vigna, ha origine dall’intelligente e costante opera del viticoltore che ha saputo utilizzare e far esaltare il binomio vitigno-ambiente: quest’ultimo si arricchisce allora del fattore umano e di tutte le componenti (tradizione, cultura, professionalità, esperienza), per concretizzarsi in un dato prodotto (il vino) come somma delle reciproche interazioni e sinergie. Il vitigno, l’ambiente e l’uomo sono perciò considerate come le tre entità che garantiscono al vino qualità, originalità e unicità, e proprio sulla loro interazione si basa il *terroir* e la “vocazione” viticola di un dato territorio, dove il vigneto deve essere inteso sia come unità produttiva sia come insieme di cognizioni tecniche messe in atto per massimizzare il risultato qualitativo (Marengi, 2005). I caratteri pedo-climatici, la tecnica viticola applicata, la bellezza del paesaggio, la storia del luogo e della sua gente, le tradizioni e il vivere sociale sono i punti cardine su cui poggiano la tipicità e il progresso qualitativo delle produzioni enologiche (Marengi, 2005). Con questo insieme di fattori, collegati insieme l’uno con l’altro, perciò la riforma del Prosecco ha voluto costituire un’immagine e un vero proprio marchio originale per questo vino nel mercato nazionale ed estero per poterne tutelare l’unicità. Il secondo principale obiettivo per cui si è voluta questa “rivoluzione” del Prosecco sta nel riuscire a combattere le produzioni irregolari del settore. Un importante motivo da sottolineare è stato proprio quello di insistere nell’esaltare il legame fra vino e territorio tramite la creazione della menzione “Rive” cioè di specificare nel dettaglio ogni prodotto derivato da una limitata area di origine, come per esempio una collina. Questo per la riforma è stato considerato come un nuovo strumento per tutelare di più le produzioni dei viticoltori della zona storica dalla concorrenza spesso anche sleale che ha teso a immettere sul mercato prodotti vinicoli simili al Prosecco, ma sotto l’insegna di nomi falsi o modificati dall’originale. Anche per questo con il rinnovamento della denominazione del Prosecco un fattore non trascurabile è stato quello del cambio di espressione del nome della varietà di uva; se fino al 2008 la varietà di uva era menzionata col nome “Prosecco”, nome con cui veniva definito

anche il vino ottenuto, a partire dal 2009 la varietà viene enunciata con l'appellativo di "Glera", l'antico nome di origine del vitigno; in questo modo l'obbiettivo della riformulazione anche del nome coincide con la volontà di proteggere l'immagine del vino contro le imitazioni illegali che molto spesso si manifestano nel mercato, vedi per esempio il caso del "Rosecco", un vino brut rosè, che stava per essere messo in vendita dalla prestigiosa catena distributiva inglese Mark & Spenser come imitazione del Prosecco, che è solo l'ultimo esempio dei tanti prodotti fantasiosi presenti sul mercato internazionale delle imitazioni del Made in Italy alimentare che sviluppa un fatturato di 52 miliardi di euro. E' quanto afferma la Coldiretti in riferimento al sequestro da parte dell'Icqr di Conegliano di oltre 14.000 bottiglie del "Rosecco" poste in vendita dalla catena distributiva inglese al prezzo di 8,99 sterline (fonte: Coldiretti 2010; Newsfood, 2010). Con il termine "Glera" non solo si è voluto puntare alla completa salvaguardia del vino nel mercato ma allo stesso tempo anche alla tutela di un vitigno patrimonio storico dell'ampelografia italiana per evitare casi come quello che ha visto coinvolto i "Tocai" friulano (riguardo al caso diplomatico del "Tokaj" ungherese) in cui è stato posto il divieto di utilizzare la denominazione a partire dal 31 marzo 2007, in seguito a un accordo tra Unione Europea ed Ungheria. Con tale accordo il vino Tocai non può più essere prodotto in Italia, o meglio potrà esistere ancora, ma con l'obbligo di cambiare nome. La Corte europea del Lussemburgo ha stabilito che è valido il divieto di utilizzare la denominazione dopo il 31 marzo 2007 per taluni vini italiani, risultante dall'accordo tra Unione Europea e Ungheria: «Le regole in materia di omonimia degli accordi internazionali esaminati non impongono che, di fronte all'indicazione geografica ungherese "Tokaj", la denominazione della varietà di vite italiana «Tocai friulano» possa continuare ad essere utilizzata per la designazione e la presentazione di determinati vini italiani» spiega un comunicato diffuso dalla Corte; in sintesi i produttori friulani della zona non possono più utilizzare il termine Tocai e per difendere e consolidare le posizioni storicamente acquisite sul mercato europeo ed internazionale dal vino Tocai hanno dovuto ricorrere alle nuove designazioni autorizzate "Friulano" e "Tai" (fonte: archivio Corriere della Sera, 2005). Un caso-esempio in cui la viticoltura italiana ha perso una parte del suo patrimonio e precedenti di questo tipo hanno rappresentato uno dei motivi più importanti per l'entrata in vigore del nuovo termine per l'identificazione del vitigno. La riforma ha approfittato di questa ragione proprio per estendere l'area D.O.C. fino alla provincia di Trieste dove si trova il paese Prosecco da cui avrebbe preso il nome sia il vitigno che il vino. Il cambiamento della denominazione è stato importante anche al fine di favorire la diffusione dell'enoturismo. Tale settore, nell'area collinare di Conegliano-Valdobbiadene, sta aumentando di anno in anno e la sua espansione sta diventando una notevole fonte di guadagno per le imprese viticole del luogo. Un ampio numero di aziende da qualche anno a questa parte ha già saputo sfruttare il fenomeno turistico nel territorio evolvendosi nel loro esercizio

in sistemi aziendali dalla doppia attività: produttiva per quanto concerne la coltivazione della vite e la produzione del vino, e agrituristica per l'offerta di vitto e alloggio e la degustazione per i clienti dei prodotti tipici del luogo. L'agriturismo, o meglio in tale caso specifico l'enoturismo, sono perciò visti come una possibilità di garantire l'integrazione del reddito agli agricoltori-viticoltori della zona, nel mantenere le popolazioni rurali delle zone collinari per evitare che si manifesti l'abbandono di tali aree, e allo stesso tempo anche come uno strumento che possa contribuire alla tutela del paesaggio grazie all'opera di cura e di mantenimento dell'ambiente originale (esempio pulizia dei fossi, potatura della flora naturale, ecc. ...) che la gente locale mette in atto per cooperare alla sua conservazione. L'enoturismo aiuta nel diffondere la conoscenza del paesaggio culturale del luogo per far percepire ai visitatori l'impronta dell'uomo nel territorio con i suoi usi, costumi, tradizioni culturali, prodotti e ricette tipiche del territorio, ecc. Nel territorio collinare del distretto di Conegliano-Valdobbiadene la massima espressione dell'enoturismo locale è rappresentata dalla "Strada del Prosecco"; che parte dal Castello di Conegliano e attraversa tutta la fascia collinare di produzione del vino bianco Prosecco e Cartizze ed arriva a Valdobbiadene, alle pendici del monte Cesen. È un percorso turistico caratterizzato dal paesaggio collinare di viti e casolari del luogo per un totale di 120 chilometri complessivi che si addentrano e si inerpicano lungo i colli dell'area di Conegliano-Valdobbiadene. Ultima, ma non per questo meno importante, questione che la riforma del Prosecco ha invece portato di conseguenza all'entrata in vigore, riguarda proprio la particolare identità del territorio dell'area storica. Dall'ottobre 2010, infatti, il territorio collinare del distretto di Conegliano-Valdobbiadene è stato ufficialmente inserito nella cosiddetta "*Tentative list*" dell'Unesco, riguardante i potenziali siti ambientali che sono sotto osservazione dall'ente per essere candidati a divenire Patrimonio mondiale dell'Umanità. Una conquista importante risultato di una politica che con la riforma ha puntato sull'obiettivo di collegare in maniera indissolubile i prodotti con l'area che li origina permettendo così di attribuire al territorio, ed in definitiva al suo paesaggio, la funzione di un vero e proprio marchio. Nell'area di Conegliano-Valdobbiadene l'attività dell'uomo, e in particolare la viticoltura, ha saputo perfettamente integrarsi e svilupparsi in accordo con le particolarità (e unicità) geografiche, fisiche e climatiche del luogo. L'opportunità di appartenere a una lista di quasi 900 siti distribuiti in 145 paesi del mondo, rappresentativi del meglio esistente in campo naturale e culturale diventa un obiettivo importante per la visibilità e tutela del territorio collinare del distretto. La candidatura delle colline di Conegliano-Valdobbiadene apparterrà all'ambito dei cosiddetti "paesaggi culturali", ovvero territori nei quali l'attività dell'uomo e il paesaggio hanno subito una sorta di coevoluzione. Ciò rappresenta un'eccezionale ed antica testimonianza di una civiltà e cultura materiale ancora viva insieme anche alla pratica della viticoltura della zona, manuale, non

meccanizzata e particolarmente efficace sotto il profilo della sostenibilità ambientale e della variabilità paesaggistica, un esempio unico di insediamento umano rappresentativo di un uso responsabile ed interessante del territorio. Questo permetterà, in caso di evoluzioni positive, di rinsaldare in modo definitivo il legame tra prodotto Prosecco e territorio di Conegliano-Valdobbiadene, con lo svilupparsi di un'immagine che potrebbe avere una risonanza e autorevolezza mondiale nei mercati, risultando perciò importante per i produttori della denominazione. Inoltre una seconda e non trascurabile conseguenza è la ricaduta turistica nell'area che viene stimata in mezzo milione di visitatori in più solo per l'effetto di iscrizione alla lista Unesco (Saccon, 2011).

CAPITOLO 2

ASPETTI ECONOMICI E PRODUTTIVI DEL DISTRETTO DEL PROSECCO

In questo capitolo vengono analizzati i principali risultati economici e produttivi del settore vitivinicolo nel territorio di produzione del Prosecco D.O.C. di Conegliano-Valdobbiadene nel 2009, e quelli della stessa annata inerenti al Superiore di Cartizze e al Prosecco I.G.T..

2.1 Il mercato dei vini D.O.C. Conegliano-Valdobbiadene nel 2009

Con l'ottenimento della D.O.C.G., il territorio di produzione del Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene si è posizionato tra le Denominazioni al vertice della classificazione italiana dei vini di qualità.

Le profonde trasformazioni introdotte con la D.O.C.G. Conegliano-Valdobbiadene e con la creazione della D.O.C. Prosecco per l'area veneto-friulana, rendono di particolare importanza l'analisi e il monitoraggio del sistema economico-produttivo e distrettuale del Prosecco (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

In questo paragrafo sarà analizzata la situazione di mercato relativa all'annata 2009, un'annata per certi versi definita "ibrida" o meglio di transizione, tenendo in considerazione che il cambiamento della denominazione, il passaggio cioè per la zona storica del distretto di Conegliano e Valdobbiadene da D.O.C. a D.O.C.G. e l'acquisizione della menzione D.O.C. per il vecchio comprensorio I.G.T. dell'area veneto-friulana è avvenuta il 1° agosto del 2009, a poche settimane dall'inizio della vendemmia 2009. Pertanto l'analisi riguarderà le produzioni di Prosecco D.O.C.. Nei paragrafi successivi saranno poi passate in rassegna le dinamiche di fondo che hanno caratterizzato l'evoluzione nelle strutture economiche e di mercato del distretto di Conegliano-Valdobbiadene, intercorse nell'ultimo settennio (2003–2009).

I dati economici che verranno riportati in seguito fanno parte dell'indagine 2009 svolta dal centro CIRVE di Conegliano nel territorio del distretto. Il campione dell'indagine svolta è formato da 185 imprese imbottigliatrici, di cui 153 commercializzano almeno una designazione produttiva "Conegliano-Valdobbiadene" e ben 143 sono case spumantistiche, corrispondenti all' 86,1% dei

casi. Nel complesso, il *data set* della ricerca ha registrato un'offerta commercializzata, nel formato *standard*, di oltre 110 milioni di bottiglie, ripartite tra 51,9 milioni di bottiglie a D.O.C. e le restanti 58,1 di bottiglie a I.G.T..

L'analisi dell'evoluzione è stata effettuata previa normalizzazione dei dati del campione, che ha portato a considerare il solo *pool* di aziende che, nell'arco del settennio di riferimento 2003-2009, hanno cooperato in modo continuativo al progetto di ricerca. Accanto alle analisi aggregate, condotte sull'intero campione, si è ritenuto opportuno procedere, come avvenuto nelle precedenti indagini, a una suddivisione per classi dimensionali. La segmentazione del campione è stata effettuata utilizzando come criterio discriminante la produzione totale commercializzata in bottiglia nel 2009, che permette di cogliere più in profondità le tendenze intervenute nella realtà aziendale della denominazione la stratificazione aziendale, è stata dimensionata sulla base del totale delle bottiglie commercializzate (da 0,75 litri), (sia Conegliano-Valdobbiadene D.O.C. che Prosecco I.G.T. di cui si parlerà nel paragrafo corrispondente), nelle rispettive versioni spumante e frizzante. Gli strati del campione sono stati suddivisi in: I) aziende piccole (<150.000 bottiglie); II) aziende medie (150.000-500.000); III) aziende grandi (500.001-1.000.000); IV) aziende molto grandi (>1.000.000). Relativamente al campione stabilizzato, ai fini comparativi inter-annuali si è assunta l'invarianza dei rapporti di composizione per classe dimensionale. Il campione stabilizzato contempla una distribuzione, per numero di aziende, che comprende le seguenti frequenze: 1) il 62,3% di aziende piccole (<150.000 bottiglie commercializzate); 2) il 16,4% di aziende medie (150.001-500.000 bottiglie); 3) il 7,4% di aziende grandi (500.001-1.000.000 di bottiglie); 4) il 13,9% di aziende molto grandi (>1.000.000 bottiglie) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

2.1.1 Situazione della D.O.C. Conegliano-Valdobbiadene nell'anno 2009

Nel 2009, la D.O.C. Conegliano-Valdobbiadene ha registrato un volume della produzione pari a 60,8 milioni di bottiglie che si traducono in un valore al consumo, in circa 380 milioni di euro (Tabella 2.1).

DOCG Conegliano Valdobbiadene	2009
Situazione generale:	
Nascita della Denominazione di Origine	1969
Riconoscimento della DOCG	2009
Comuni compresi nella nuova DOCG	15
Superficie iscritta all'Albo Vigneti	6.100 Ha
Superficie iscritta a "Superiore di Cartizze"	106 Ha
Addetti del settore nell'area DOCG:	
- n. Viticoltori	2.913
- n. Vinificatori	454
- n. Enologi	250
- n. Addetti settore enologico	1.500
Case spumantistiche	166
Caratteristiche dell'annata:	
Bottiglie totali prodotte	60.840.000
Bottiglie di spumante prodotte	51.656.000
Bottiglie di spumante Superiore di Cartizze	1.299.000
Bottiglie totali della tipologia Spumante	52.955.000
Percentuale dello spumante sul totale delle bottiglie prodotte	87%
Bottiglie di frizzante prodotte	7.518.000
Bottiglie di tranquillo prodotte	367.000
Bottiglie totali esportate	34,8%
Spumante esportato sul totale delle bottiglie vendute	36,6%
Frizzante esportato sul totale delle bottiglie vendute	29,6%
Superiore di Cartizze esportato sul totale delle bottiglie vendute	4,3%
Valore del prodotto al consumo	Euro 380.000.000

Tabella 2.1 Area della nuova D.O.C.G. Conegliano-Valdobbiadene da agosto 2009: situazione generale e caratteristiche dell'annata 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

La struttura viticola della Denominazione è rimasta stabile, caratterizzata da 5.000 ettari in produzione e 6.100 ettari di vigneti iscritti alla D.O.C.G. (da agosto 2009), di questi 106 sono localizzati nell'area del Superiore di Cartizze. La fase della produzione in vigneto ha impegnato, nel 2009, quasi 3.000 viticoltori. Nel distretto, le case spumantistiche sono risultate 166 e si avvalgono nei quadri tecnici dell'apporto di oltre 250 enologi. Complessivamente gli addetti al settore enologico distrettuale sono stati conteggiati in oltre 5.000.

La tipologia "Spumante" costituisce il tipo di Prosecco venduto in bottiglia ampiamente prevalente, avendo costituito nel 2009 circa l'87% del totale delle bottiglie vendute (D.O.C. e Superiore di Cartizze).

Il frizzante ha mantenuto un'offerta pari a 7,5 milioni di bottiglie, mentre il Superiore di Cartizze si è assestato su 1,3 milioni di bottiglie. La tradizionale produzione di tranquillo si riduce a 367.000 bottiglie.

Nel 2009 la quota esportata ha raggiunto complessivamente il 34,8%, dato da addebitarsi principalmente all'elevata esportazione della tipologia "Spumante" (36,6%). La quota esportata è marcatamente inferiore per il frizzante (29,6%) e per il Superiore di Cartizze (4,3%) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

2.1.2 Strutture gestionali ed organizzative

Dall'analisi dei dati del 2009 delle imprese del Distretto di Conegliano-Valdobbiadene è emerso che l'esercizio delle attività economiche è organizzato in strutture giuridiche assai differenziate. Sono, infatti, presenti società di persone, imprese individuali, società di capitali e società cooperative (Figura 2.1). Le imprese individuali sono comunque ampiamente prevalenti costituendo più del 60% delle unità produttive oggetto d'indagine.

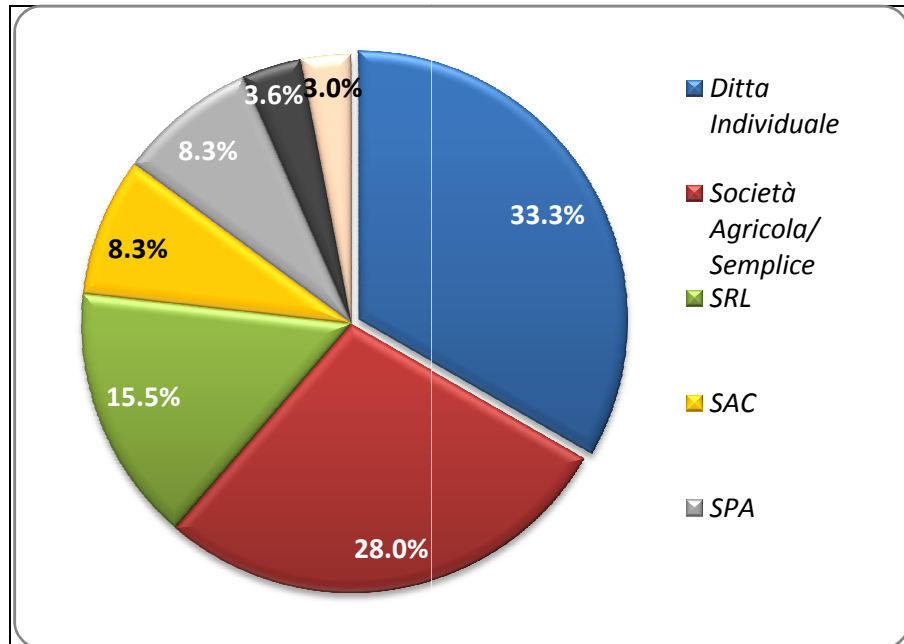


Figura 2.1 Distretto Conegliano-Valdobbiadene: aziende imbottigiatrici per forma giuridica (tutto il campione), anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Per quanto riguarda il fatturato, sono ampiamente prevalenti imprese di piccole o medie dimensioni con un fatturato inferiore a 500.000 euro che costituiscono il 52,1% dei casi (Figura 2.2). All'opposto le imprese molto grandi (fatturato superiore ai 5 milioni di euro) costituiscono meno del 20% del totale.

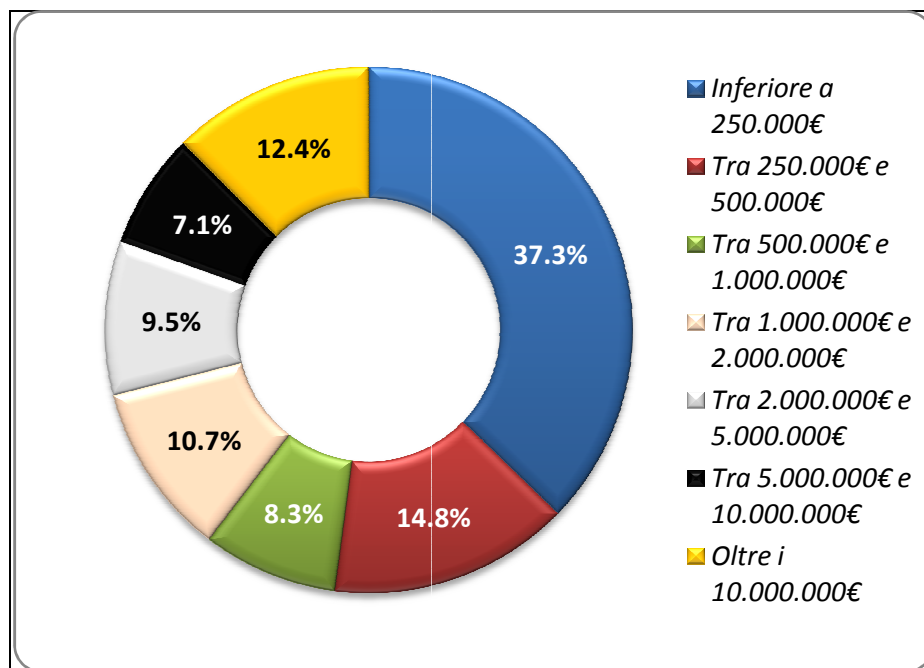


Figura 2.2 Distretto Conegliano-Valdobbiadene: distribuzione aziendale per classi di fatturato (tutto il campione analizzato), anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Riguardo all'occupazione nelle cantine, si è registrato un consolidamento dei livelli del 2008, sulla stessa linea della precedente indagine (2008) (Figura 2.3). Questi esiti sono risultati in controtendenza sia rispetto al totale dell'occupazione agricola nazionale, sia rispetto alla situazione regionale veneta.

Considerando la ripartizione degli attivi per classe di totale di occupati emerge nuovamente che le aziende di piccole dimensioni sono ampiamente prevalenti nel territorio in esame. Più di metà degli attivi è occupato in cantine con 1 o 2 dipendenti (Figura 2.3) e circa il 70% in imprese con 1-5 dipendenti.

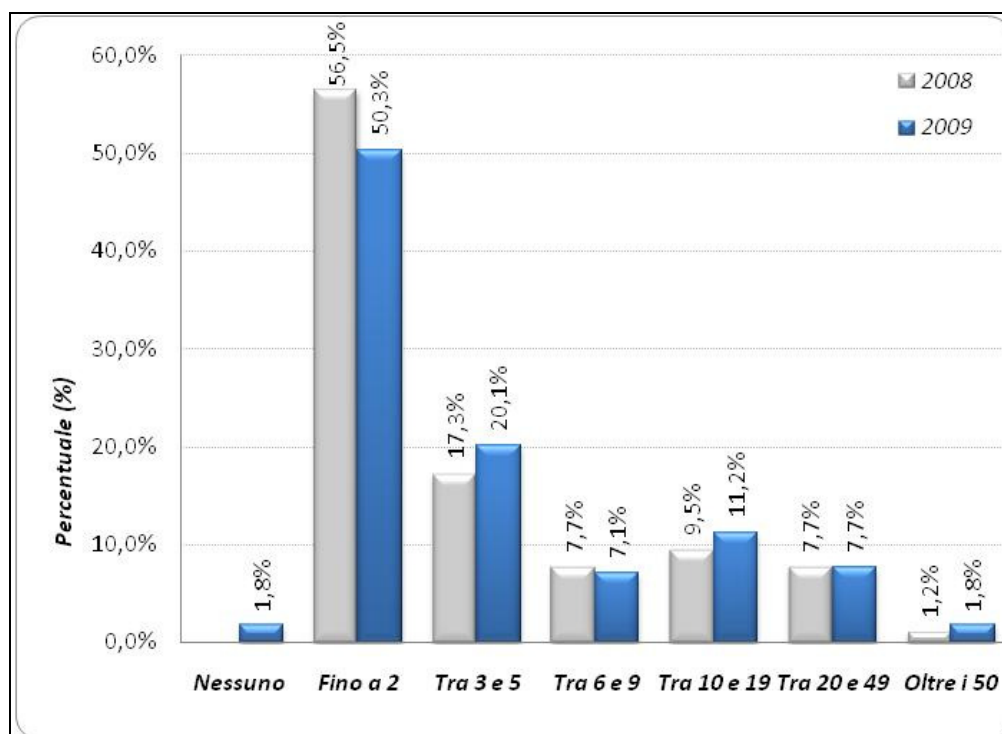


Figura 2.3 Distretto Conegliano-Valdobbiadene: addetti aziendali dipendenti, collaboratori e familiari a tempo pieno in cantina per classi di impiego (tutto il campione), anni 2008/2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Per quanto riguarda le dinamiche occupazionali tra il 2008 e il 2009 (Figura 2.4) sono aumentati i livelli occupazionali sia nelle imprese con fatturato tra 5 milioni e 10 milioni di euro nelle classi con numero di addetti tra 6 e 49 unità (+13,9% dei casi), sia di quelli delle aziende relativamente molto grandi (con fatturato oltre i 10 milioni di euro), che hanno registrato un avanzamento dei tassi di attività nelle classi tra 10 e 19 addetti per azienda (+6,8% dei casi) e oltre 50 addetti (+5,6% dei casi).

Nelle cantine nel 2009 erano occupati 265 enologi, pari a 1,56 per azienda. Ogni enologo del Distretto spumantistico è, nella media, responsabile di uno stabilimento dotato di una capienza potenziale in vasi vinari di oltre 11.500 ettolitri di vino, di cui oltre 1.500 ettolitri costituiti da autoclavi.

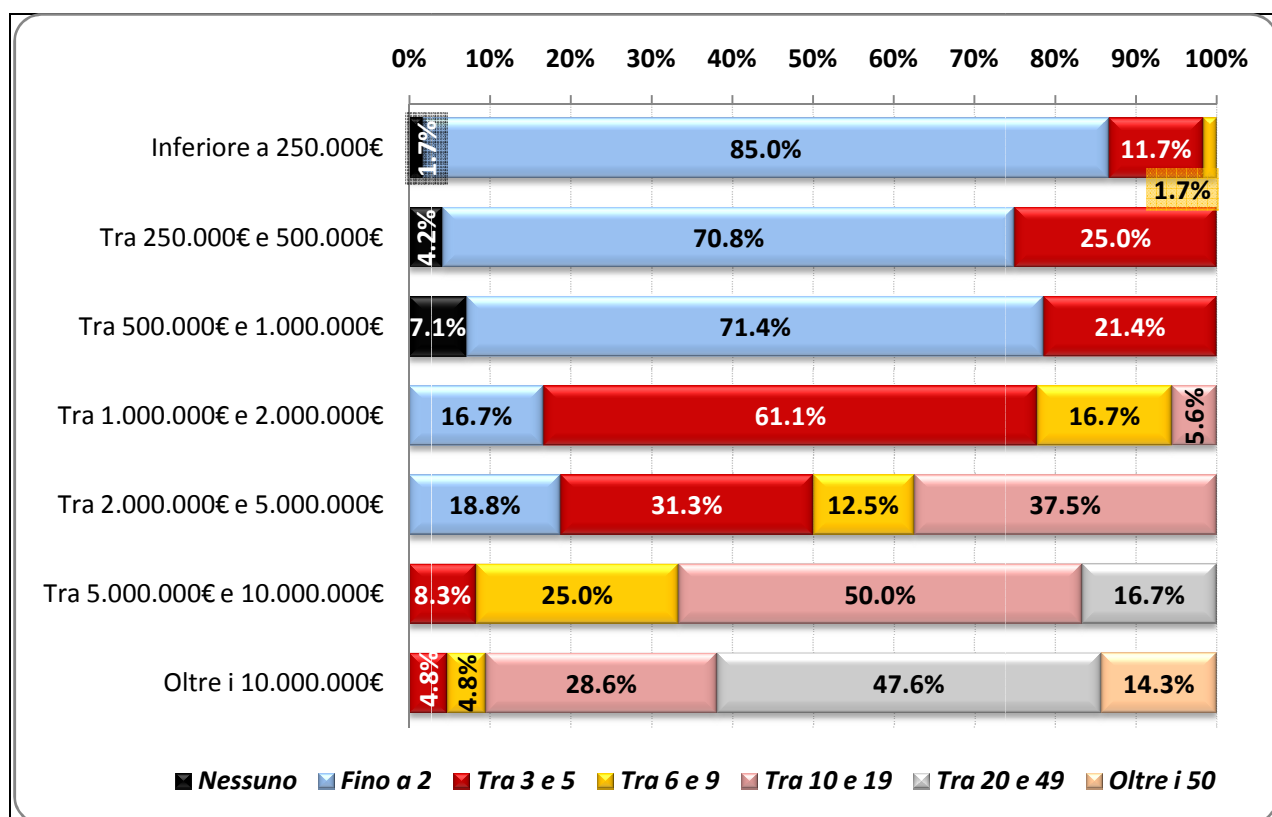


Figura 2.4 Distretto Conegliano-Valdobbiadene: addetti aziendali dipendenti, collaboratori e familiari a tempo pieno per classe di fatturato (tutto il campione), anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Nel confronto con l'annata 2008 si è riscontrato nel 2009 un lieve incremento dello *staff* tecnico di cantina. In particolare, si è registrata la presenza di un enologo responsabile della produzione nel 65,9% delle aziende indagate, di due enologi nel 17,1% dei casi, mentre è aumentata al 9,4% la frequenza delle aziende con tre enologi e al 5,9% quella con quattro e più enologi (Figura 2.5).

In quest'ambito, quasi i 2/3 delle aziende confermate, dispongono della presenza di un enologo interno, mentre nel 30,4% dei casi si è fatto ricorso ad enologi esterni all'organigramma aziendale.

Con riferimento all'esame per classe dimensionale si sono confermate differenze significative a livello di organico: le aziende piccole (64,3% dei casi) e medie (51,6%) si sono contraddistinte per il ricorso prevalente all'enologo interno o, a quello esterno. Diversamente, le aziende relativamente grandi e molto grandi (95,7%), hanno ricorso sempre all'enologo interno e si sono avvalse anche della figura dell'enologo esterno (rispettivamente nell'11,1% e 4,3% delle imprese).

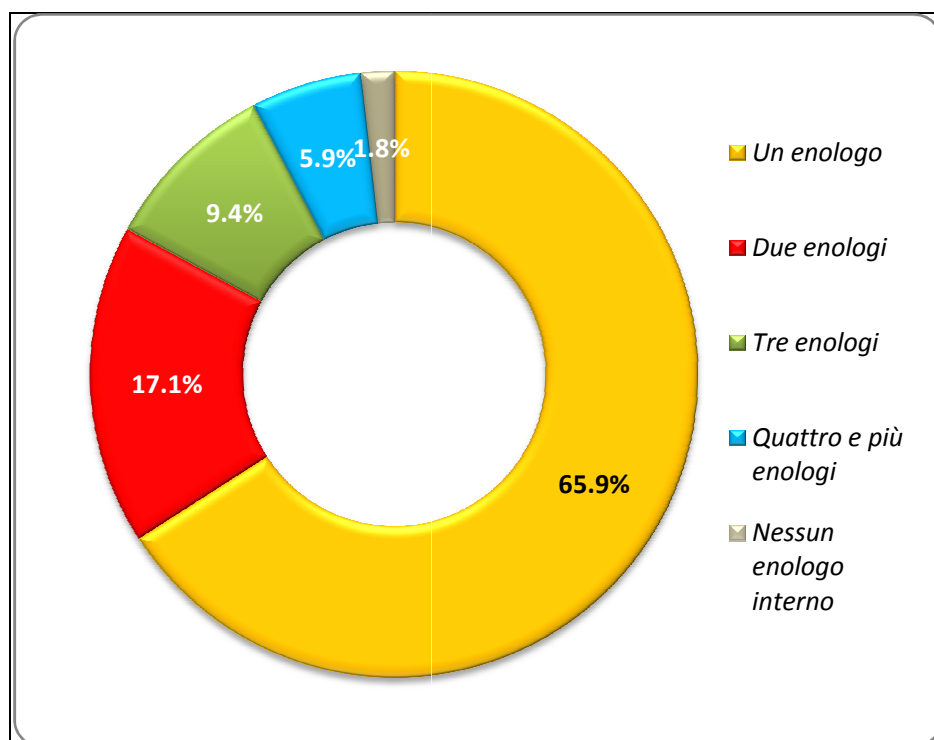


Figura 2.5 Distretto Conegliano-Valdobbiadene: enologi per azienda (tutto il campione), anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Dall'esame condotto nell'ambito dei profili manageriali d'impresa del Distretto è emerso un progresso nei quadri dirigenziali e nella presenza di figure con specifiche competenze negli aspetti del marketing (Tabella 2.2). Queste dinamiche sono suffragate dalla crescente presenza del direttore commerciale (39,5% dei casi) e del responsabile marketing per le esportazioni (37,5%), professionalità che consentono sia di consolidare il *business* d'impresa sul mercato domestico, sia di gestire con opportune strategie la presenza nei mercati internazionali (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

	Presenza	Assenza	Totale
	Percentuale (%)		
Direttore commerciale	39,5%	60,5%	100,0%
Responsabile export	37,9%	62,1%	100,0%

Tabella 2.2 Distretto Conegliano-Valdobbiadene: direttore commerciale e responsabile *export* (tutto il campione), anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.1.3 Strutture viticole

Con riferimento alle analisi delle strutture viticole non emergono differenze significative rispetto all'annata 2008, fatti salvi i cambiamenti intervenuti nelle designazioni delle produzioni (D.O.C.G. e D.O.C.) per effetto dell'entrata a regime del D.M. del 17 luglio 2009. Nell'ambito di una superficie viticola totale pari a 2.286 ettari, il 72,2% delle aziende imbottigliatrici distrettuali ha presentato anche la produzione di uva proveniente dai propri vigneti, a conferma di una buona connessione tra le fasi viticolo-enologiche a quelle commerciali (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

2.1.4 Strutture enologiche

Dall'analisi condotta nell'ambito delle strutture enologiche distrettuali si sono registrate, rispetto al 2008, variazioni di interesse che attengono la consistenza delle immobilizzazioni in vasi vinari (Tabella 2.3). Al riguardo, si è riscontrato un aumento delle capacità d'incantamento con una ripartizione asimmetrica dei volumi e una capienza mediana, pari a 3.150 ettolitri per azienda. In termini di autoclavi è aumentato significativamente lo stoccaggio medio d'impresa, raggiungendo i 2.484 ettolitri per azienda (+16,1% rispetto al 2008), corrispondente a un rapporto per azienda, tra il totale delle capacità d'incantamento e in autoclavi pari a 8:1. Queste tendenze sono risultate ascrivibili, da un lato, alla crescente domanda del mercato dei vini spumanti e, dall'altro, alla necessità di adeguare le strutture enologiche all'operatività di cantina (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

	Numero Aziende	Totale	Media	Mediana
		Volume (Hl)		
Capacità dello stabilimento	166	3.329.074	20.055	3.150
Capacità in autoclavi	168	417.240	2.484	200

Tabella 2.3 Distretto Conegliano-Valdobbiadene: vasi vinari (tutto il campione), anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Complessivamente, l'indagine ha registrato la presenza di 143 aziende che commercializzano lo spumante "Conegliano-Valdobbiadene" per un volume in bottiglia di 43,9 milioni di bottiglie, pari

all'85% della produzione e corrispondente ad una produzione media di 307.000 bottiglie per azienda (Tabella 2.4).

Per quanto riguarda il frizzante, la percentuale monitorata con l'indagine ha raggiunto una quota del 91,6%, pari a 6,9 milioni di bottiglie con una media di quasi 64.000 bottiglie per azienda, certificate dal Consorzio di Tutela. Globalmente, i dati dell'indagine hanno censito una dimensione dell'offerta venduta pari a 50,8 milioni di bottiglie D.O.C. relativa a 153 case vinicole della Denominazione (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

Tipologia	Aziende		Bottiglie (da 0,75 litri)		
	Numero	%	Numero	%	Media
Spumante	143	93,5	43.900.923	86,4	306.999
Frizzante	108	70,6	6.888.897	13,6	63.786
Totale	153	100,0	50.789.820	100,0	331.960

Tabella 2.4 Conegliano-Valdobbiadene: ripartizione della produzione a D.O.C. per tipologia (tutto il campione), anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.1.5 Evoluzione delle strutture di mercato in Italia e all'estero (2003-2009)

Dal 2003 al 2009, la produzione totale del Conegliano-Valdobbiadene è passata da 39,5 milioni di bottiglie a 60,8 milioni di bottiglie (+54,1%), corrispondente ad un tasso medio annuo del 9% (figura 2.6). Il *trend* positivo è dovuto essenzialmente allo spumante che, da un lato ha raggiunto una quota di mercato pari a 51,7 milioni di bottiglie, dall'altro, ha realizzato un tasso di incremento annuo mediamente pari al 10,6%, a conferma del crescente apprezzamento del prodotto. La sua percentuale sul totale dell'espansione di Prosecco è passata dal 56,1% all'89,2% nel 2009 (Figura 2.6).

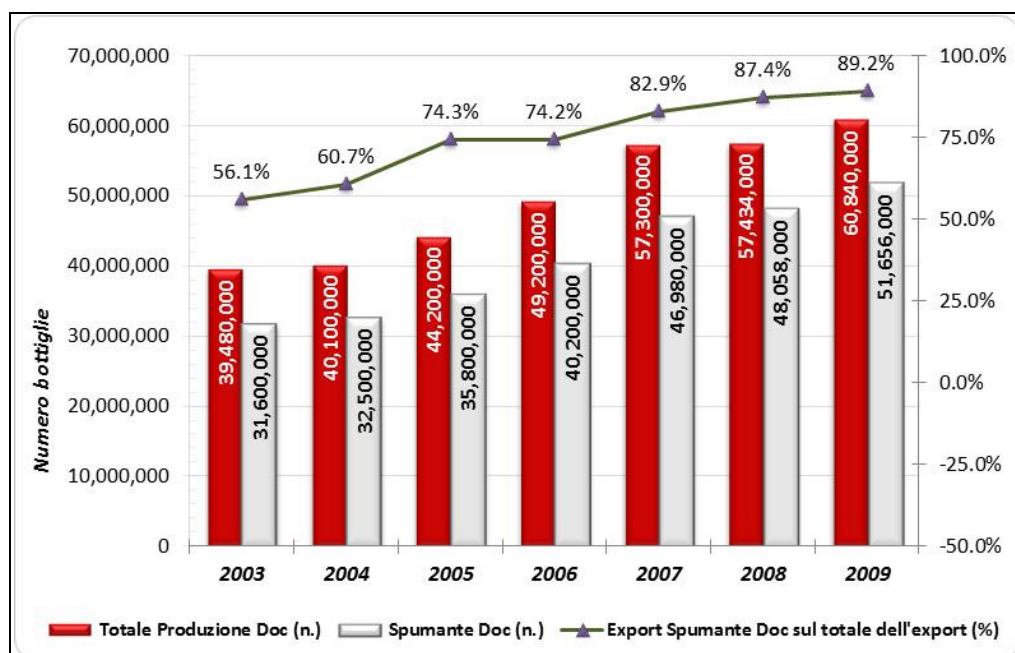


Figura 2.6 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: produzione in bottiglia (0,75 litri) e incidenza delle esportazioni di spumante sul totale, anni 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Spumante

Il mercato estero ha assorbito circa il 39% della produzione di bottiglie nel periodo in esame anche se nel 2009 si è avuto un forte incremento dell'export (Figura 2.7).

Tale percentuale, pur con alcune variazioni, risulta sostanzialmente simile per le cantine con diverse dimensioni. Si nota comunque che all'aumentare delle dimensioni aziendali aumenta la percentuale della produzione di spumante esportata (Figure 2.8, 2.9, 2.10 e 2.11). L'incremento della percentuale delle esportazioni che si è avuta nel 2009 è da attribuire alle cantine di dimensioni maggiori.

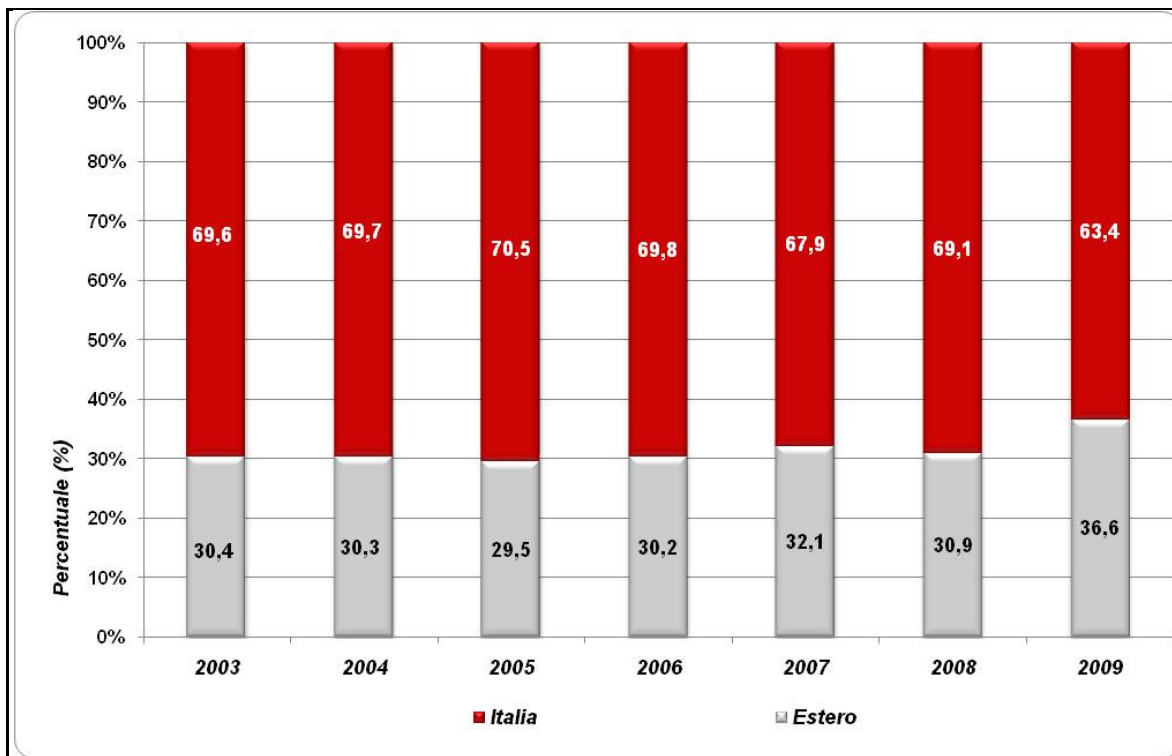


Figura 2.7 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni dello spumante per i mercati Italia-estero, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

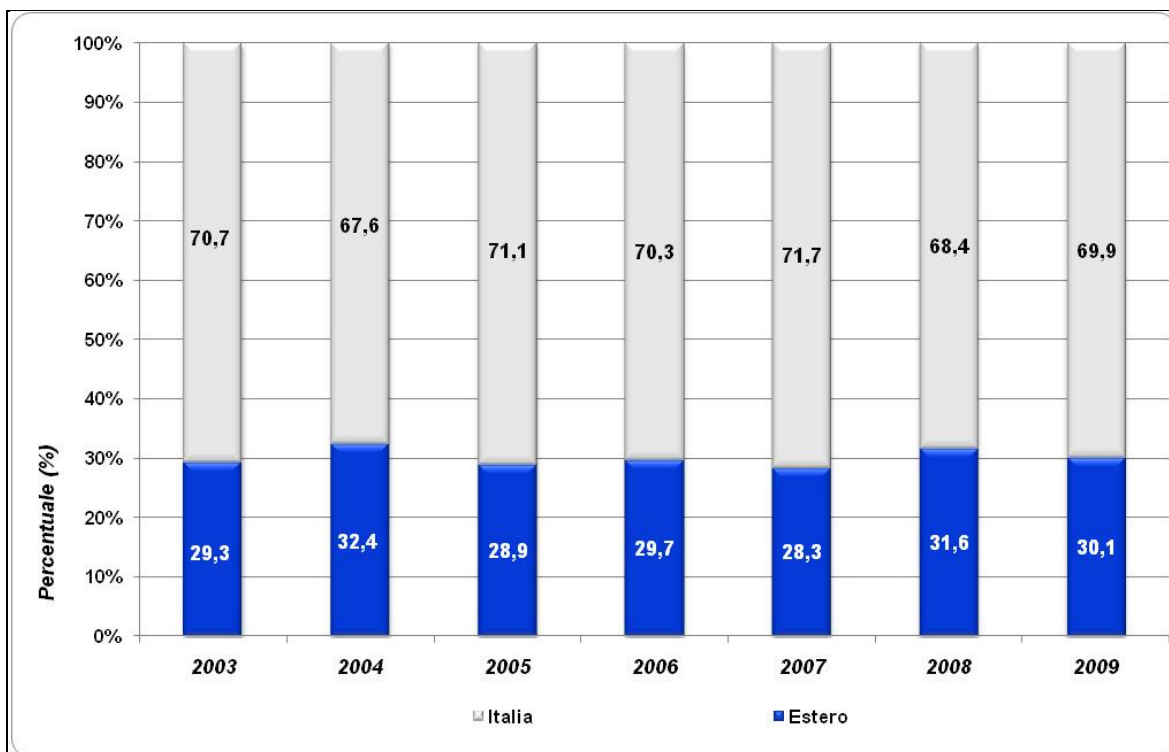


Figura 2.8 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni dello spumante per i mercati Italia-estero (aziende piccole, <150.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

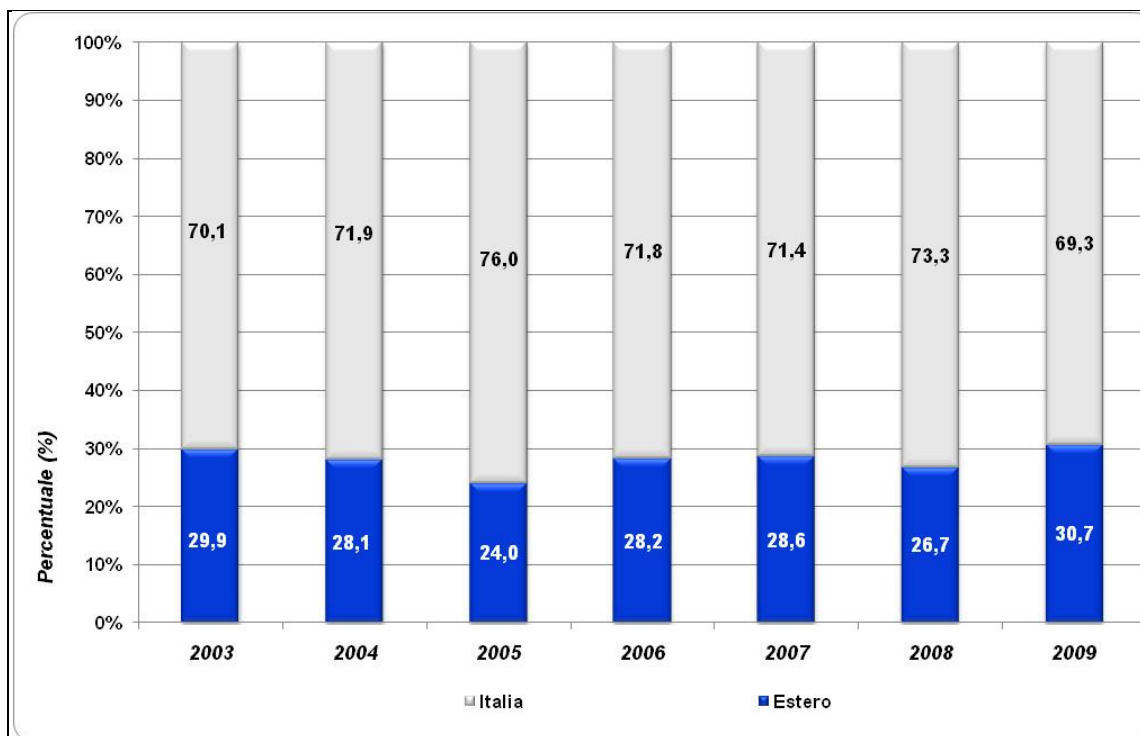


Figura 2.9 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni dello spumante per i mercati Italia-estero (aziende medie, 150.000-500.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

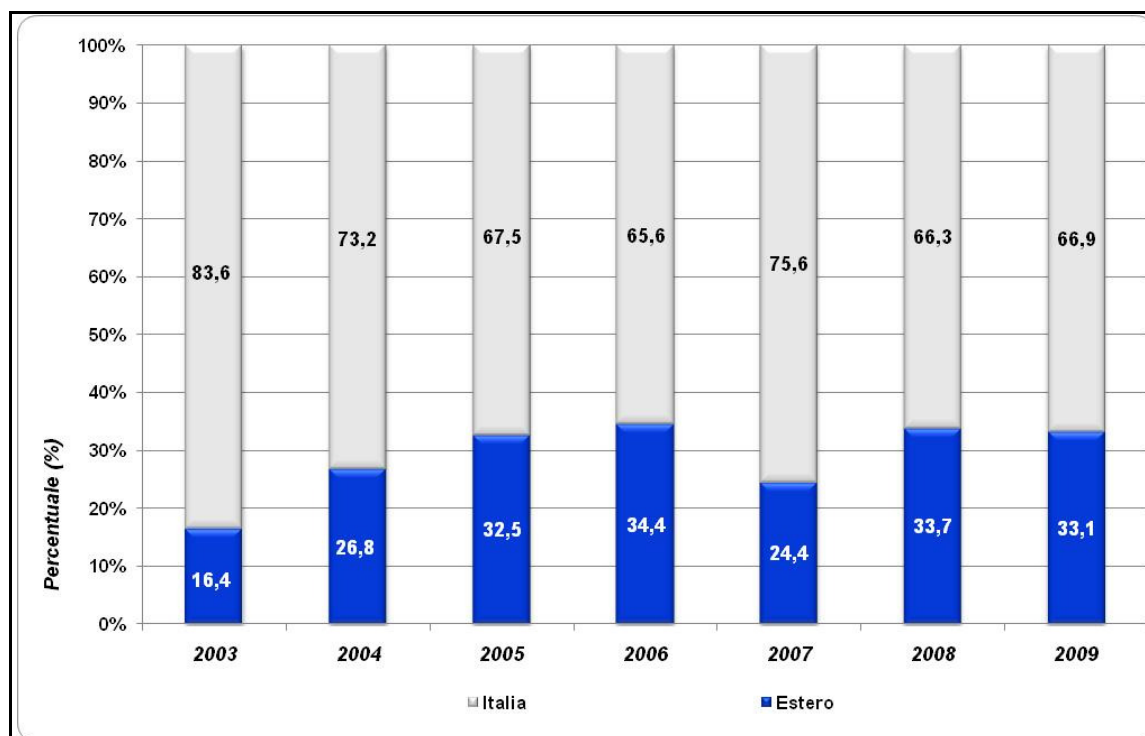


Figura 2.10 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni dello spumante per i mercati Italia-estero (aziende grandi , 500.001-1.000.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

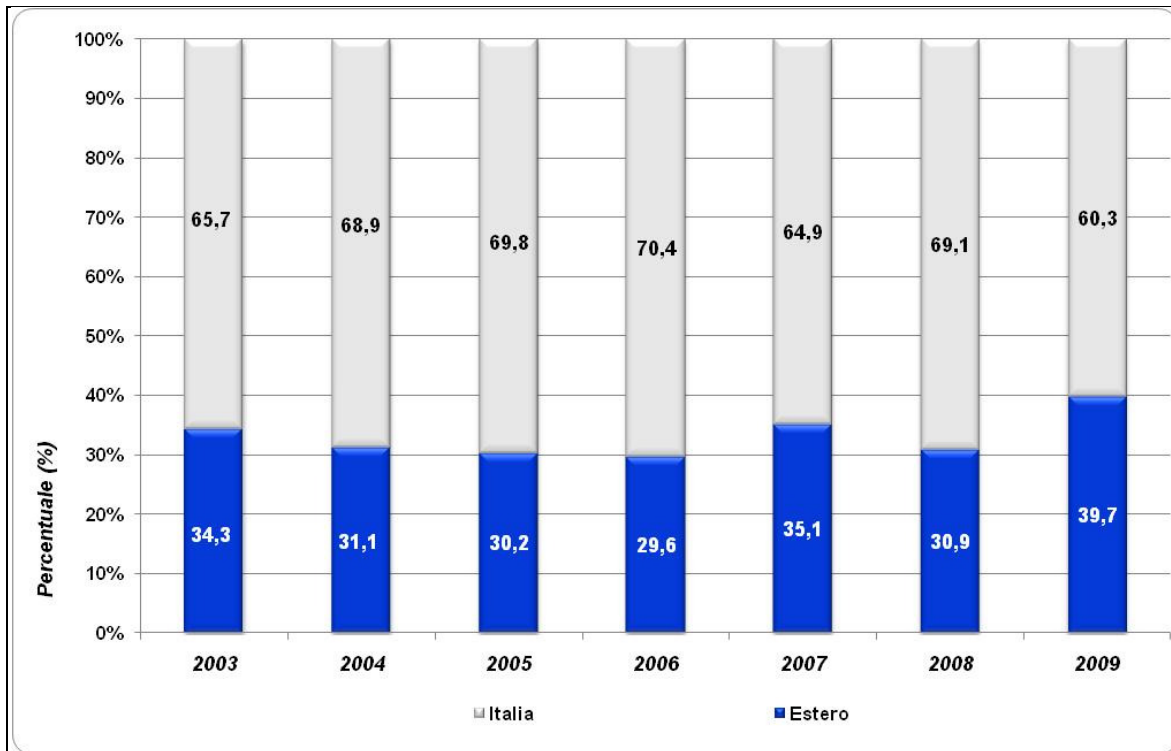


Figura 2.11 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni dello spumante per i mercati Italia-estero (aziende grandi , >1.000.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Frizzante

La versione frizzante, che rappresenta il 12,5% della denominazione e dal 2003 al 2009, ha registrato un significativo ridimensionamento della quota di export, passata da più del 38% nel 2003 al 29,6% del 2009 (Figura 2.12) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

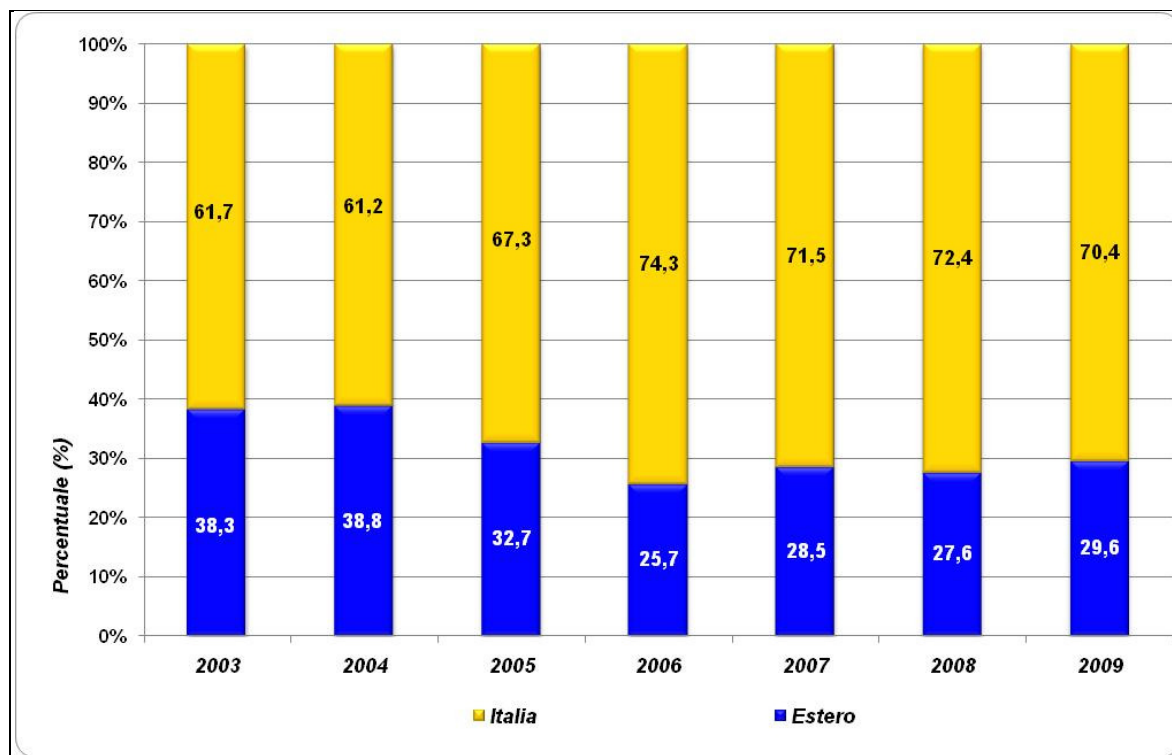


Figura 2.12 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni del frizzante per i mercati Italia-estero, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.1.6 Evoluzione del mercato in Italia e per aree Nielsen (2003-2009)

Prosecco Spumante

Per lo spumante le regioni settentrionali hanno assorbito nel 2009 circa il 70% delle vendite di Prosecco in Italia (Figura 2.13). Circa un quinto delle bottiglie è venduta nel Veneto. La ripartizione delle vendite fra le aree Nielsen non presenta variazioni univoche nel periodo in esame. In generale comunque la percentuale del Prosecco venduto al Centro-Sud si è mantenuta attorno al 30%. Non va comunque trascurato che in questo periodo si è verificato un aumento consistente delle vendite e quindi i mercati hanno assorbito in uguale misura il Prosecco.

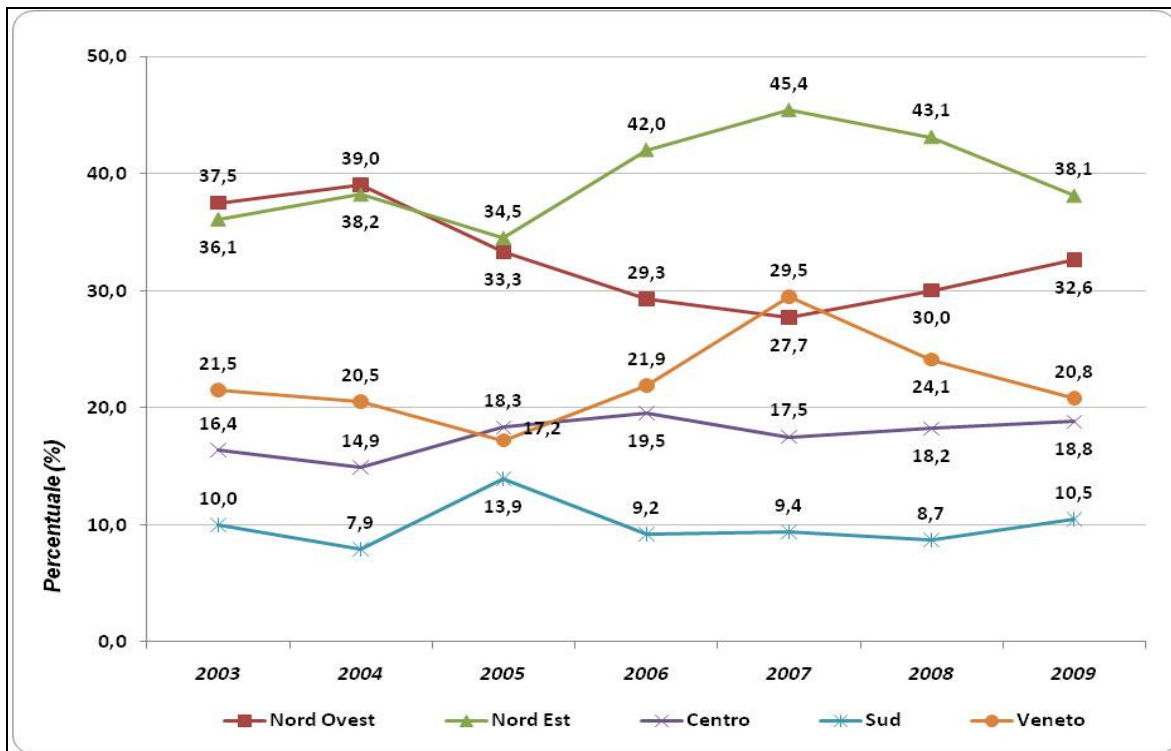


Figura 2.13 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: spumante per aree Nielsen in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Con riferimento alle strategie di mercato delle cantine di diverse dimensioni (Figure 2.14, 2.15, 2.16 e 2.17) si nota che la percentuale delle vendite tra nord e centro sud si mantiene sostanzialmente inalterata. Le aziende più piccole sembrano puntare maggiormente sui mercati locali, mentre quelle più grandi spingono le loro vendite anche nel Centro-Sud.

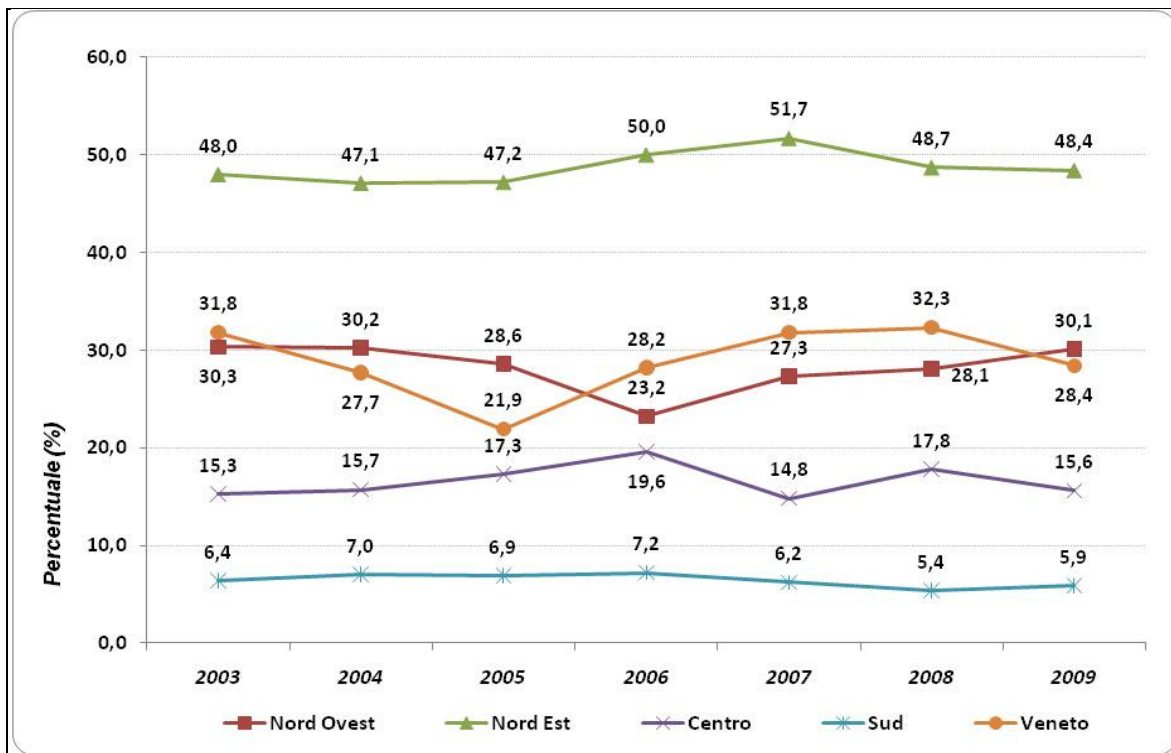


Figura 2.14 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: spumante per aree Nielsen in Italia (aziende piccole, <150.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

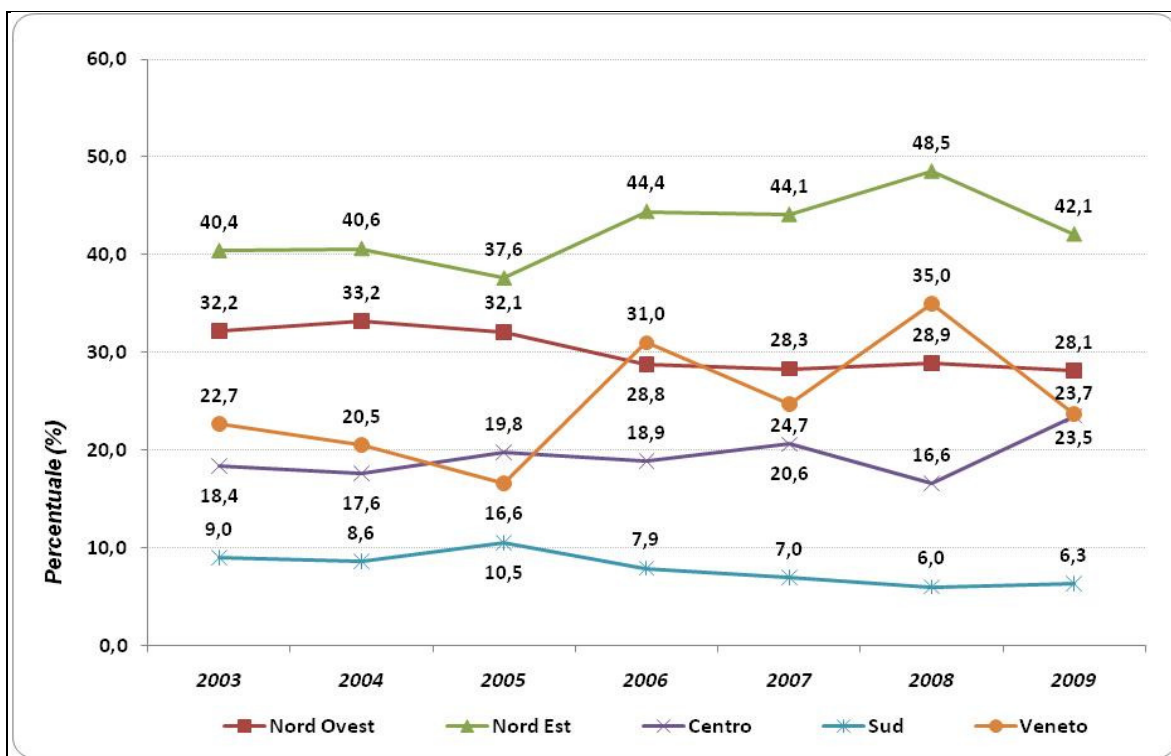


Figura 2.15 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: spumante per aree Nielsen in Italia (aziende medie, 150.000-500.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

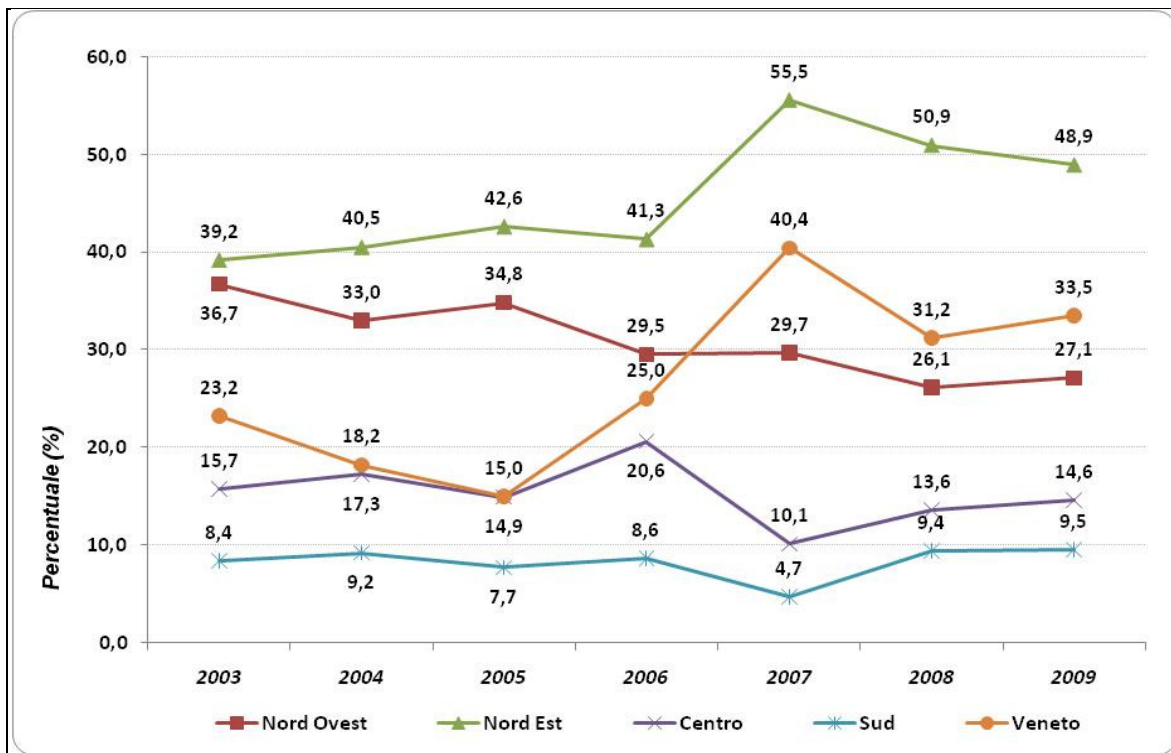


Figura 2.16 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: spumante per aree Nielsen in Italia (aziende grandi, 500.001-1.000.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

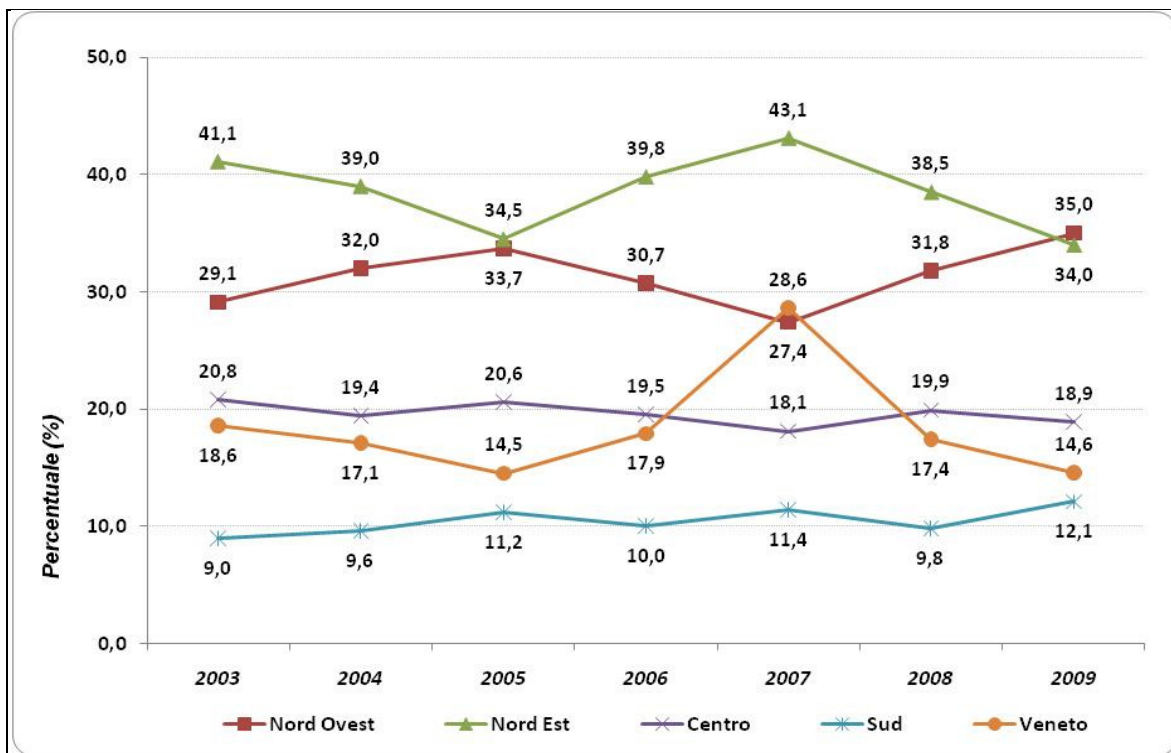


Figura 2.17 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene per aree Nielsen in Italia (aziende grandi, >1.000.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Frizzante

Dall'analisi dell'evoluzione di mercato del frizzante, all'anno 2009 il Nord Est si è confermato mercato leader con il 38% delle vendite, ma ha dimostrato una dinamica leggermente regressiva se consideriamo l'arco temporale 2003-2007 (-3,7%) (Figura 2.18). Tale andamento è risultato in controtendenza a quello riscontrato per il Nord Ovest (+4,4%), che è salito al 35,2% delle vendite sul mercato domestico. Contrastanti si sono confermati i *trend* delle regioni centrali, che sono risaliti al 15,5%, segnalando una riduzione della quota pari al 3,3%, che ha di conseguenza avvantaggiato il Sud dove è stato realizzato l'11,3% dei volumi. Il Sud ha ceduto però 7 punti percentuali considerando l'ultimo quadriennio, ma è avanzato se si va ad esaminare l'intero periodo 2003 - 2009 (+2,6%).

In generale, la dinamica di fondo riscontrata per il frizzante ha ricalcato in buon parte quella riscontrata per lo spumante, e si accompagna alla minore rilevanza delle quote destinate alle aree centro-meridionali del Paese (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

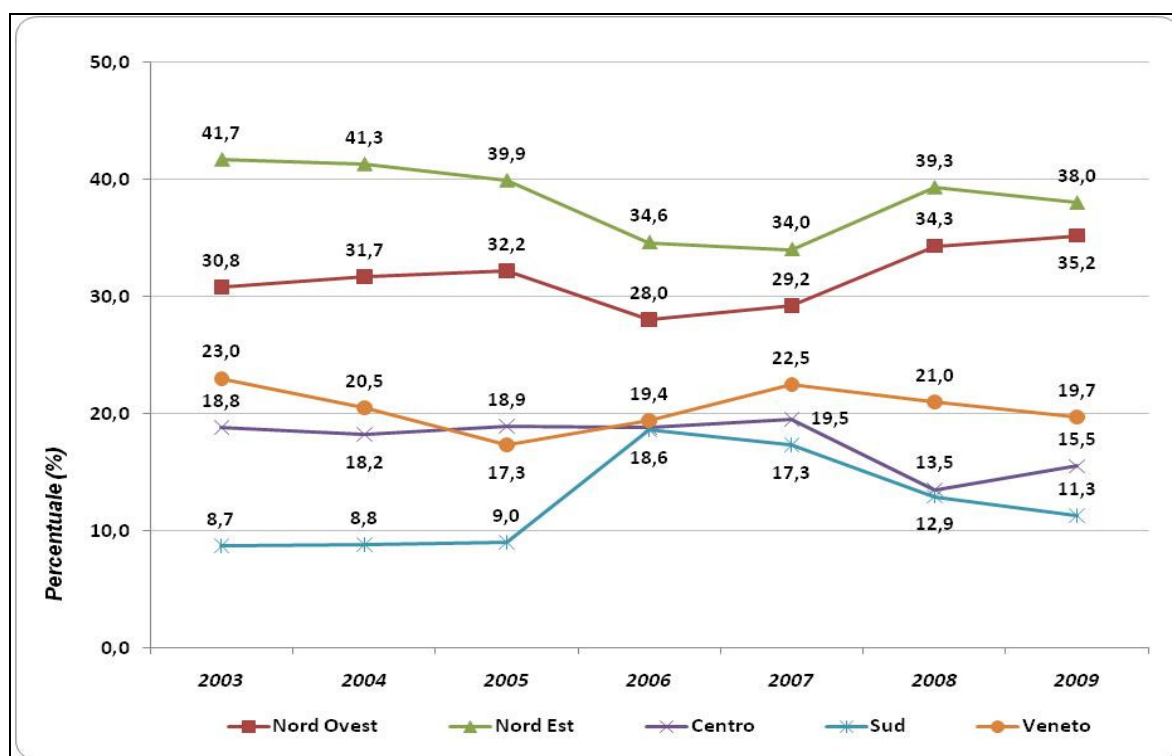


Figura 2.18 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: frizzante per aree Nielsen in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.1.7 Evoluzione dei canali distributivi in Italia (2003-2009)

Prosecco Spumante

Dall'esame di evoluzione per canali distributivi dello spumante si è evidenziato un sensibile cambiamento nella composizione delle vendite relative all'arco temporale 2003–2009 (Figura 2.19). Il mercato dell'*HoReCa* ha rappresentato in questi sette anni il principale sbocco delle imprese con il 35,1% delle vendite in Italia, anche se è stata evidenziata una sensibile riduzione del peso percentuale nell'arco del periodo 2003–2009 (-19,4%). I mutamenti della dinamica di fondo riscontrata per il canale “fuori casa” (corrispondente al canale *HoReCa*) hanno favorito, da un lato, la Grande Distribuzione Organizzata, che è salita al 32,4% delle vendite, guadagnando oltre 5 punti percentuali, dall'altro i grossisti, che hanno concretizzato delle *performance* di rilievo raggiungendo il 21,3% (+6,2%) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

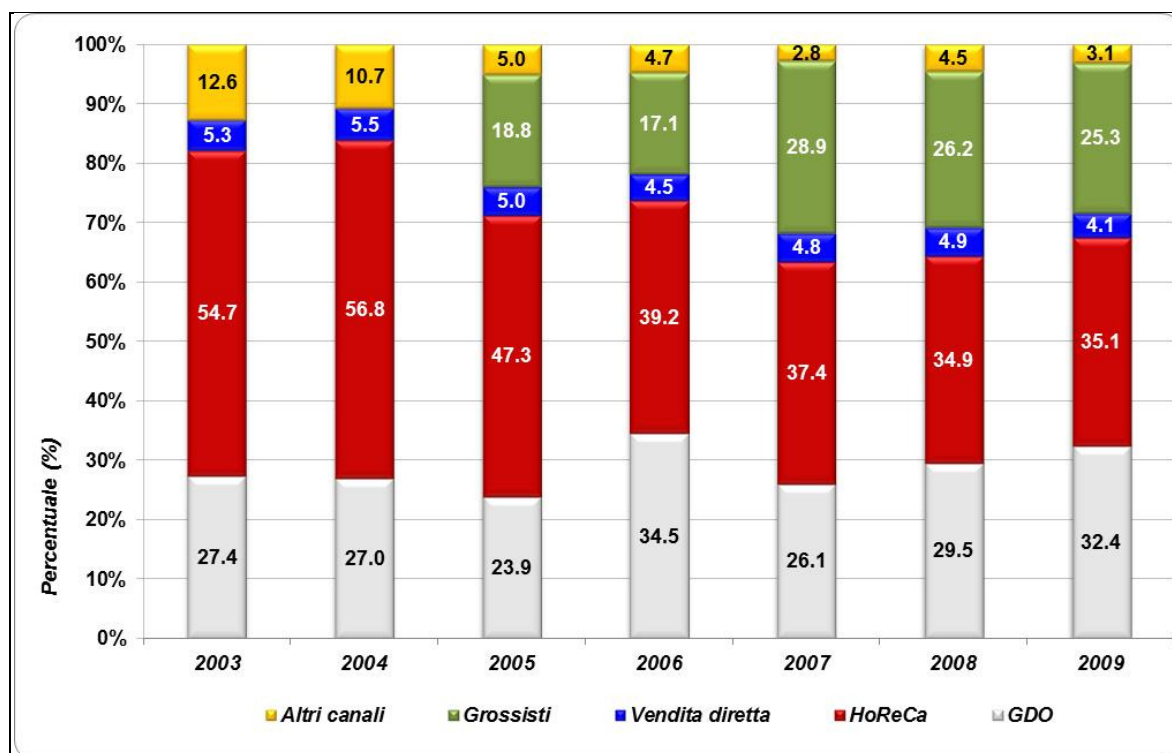


Figura 2.19 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: spumante per canali di commercializzazione in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Frizzante

Le dinamiche di fondo riscontrate per lo spumante nel 2009 hanno ricalcato in larga misura gli andamenti di mercato della versione frizzante (Figura 2.20).

In particolare, le dinamiche che investono il canale *HoReCa* hanno evidenziato un recupero in termini relativi della posizione di *leadership* (33,5%) rispetto agli altri canali, nonostante la perdita di 14 punti percentuali nel periodo 2003-2009. Questo *trend* ha avvantaggiato la GDO, che ha visto salire la quota vendite al 32,7%, con un recupero di 7 punti percentuali nel corso del settennio, mentre si è andato a ridurre il ruolo della vendita diretta (-0,5%), che ha assorbito l'11% delle vendite. Malgrado il suo peso relativo, il frizzante tende a creare ancora buone opportunità di vendita per un numero significativo di aziende, in particolare per quelle di piccole dimensioni (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

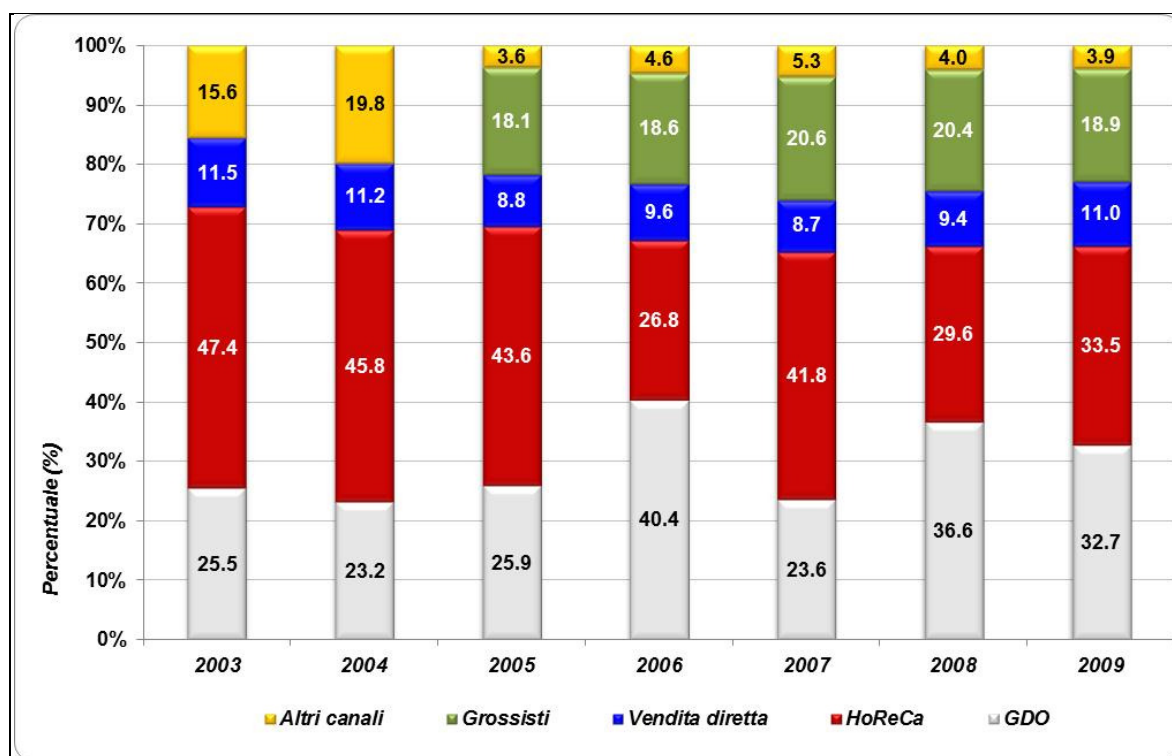


Figura 2.20 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: frizzante per canali di commercializzazione in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.1.8 Mercati internazionali (2003-2009)

Nell'ambito delle analisi sulle esportazioni si sono ricavate le principali dinamiche che hanno contraddistinto la condotta sui mercati internazionali delle imprese della D.O.C. Conegliano Valdobbiadene nell'arco temporale settennale 2003-2009.

Lo studio in questione si è riferito alle principali aree geografiche nazionali e internazionali, in particolare: *i*) Europa; *ii*) aree del resto del mondo (America, Asia, Africa e Oceania).

Dall'esame dell'andamento delle esportazioni, l'Europa, all'anno 2009, ha continuato a rappresentare il mercato di riferimento con un rapporto di quota pari al 78,4% delle vendite estere. Essa, tuttavia, ha evidenziato una contrazione su base settennale pari al 2,6% (Tabella 2.5). Alla flessione percentuale delle vendite del "Vecchio Mondo" (Europa) si è associata una crescita del peso delle vendite destinate alle aree del "Nuovo Mondo" (America e Oceania), che ha registrato complessivamente un'espansione pari al 3,1% (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).





Continenti:	Rapporto di quota (%) 2009	Var. % 2009 su 2003
Europa	78,4	 -2,6
America	17,3	 +2,9
Asia ed Africa	3,2	 -0,5
Oceania	1,1	 +0,2

Tabella 2.5 Conegliano-Valdobbiadene: ripartizione delle vendite in bottiglia dello spumante per continente (tutto il campione), anni 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Esportazioni verso i principali paesi europei

Prosecco Spumante

Nell'ambito delle vendite all'estero, la Germania è risultata nel 2009 il principale mercato di sbocco dello spumante con il 33,3% delle vendite internazionali, ma essa ha nel complesso ridotto leggermente la percentuale nel lungo termine (2003-2009) (Figura 2.21). La Svizzera nel 2009 ha mantenuto la seconda posizione con il 19,4% delle vendite, e per effetto della crescita di 7 punti

percentuali nel biennio, è riuscita a contenere la perdita su base settennale al 14,4%. In controtendenza si è confermata la crescita del mercato del Regno Unito, che ha raggiunto il 9,3%, segnalando un aumento delle vendite rispetto al 2003 pari al 4,8%. Questa tendenza si è andata ad associare all'interessante progresso del mercato austriaco che ha aumentato sensibilmente (+3,9%), giungendo al 7,7% delle esportazioni. Nella tabella 2.6 vengono riassunte le quote di mercato del Conegliano-Valdobbiadene spumante dei principali paesi acquirenti europei all'anno 2009 e il differenziale rispetto alla quota del 2003 (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

PAESE EUROPEO	RAPPORTO DI QUOTA 2009 (%)	VARIAZIONE % 2009 SU 2003
Germania	33,3% Spumante 55,6% Frizzante	-0,2 -21,2
Svizzera	19,4% Spumante 2,6% Frizzante	-14,4 -2,4
Regno Unito	9,3% Spumante 7,8% Frizzante	+4,8 +7,3
Austria	7,7% Spumante 18,8% Frizzante	+3,9 +4,3
Benelux	2,8% Spumante 4,2% Frizzante	+0,4 +3,2
Scandinavia	1,3% Spumante 0,2% Frizzante	- +0,2
Altri	4,6% Spumante 3,7% Frizzante	+2,9 +3,2

Tabella 2.6 Evoluzione quote di mercato del Conegliano-Valdobbiadene spumante dei principali paesi acquirenti europei all'anno 2009 e differenziale rispetto alla quota del 2003 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

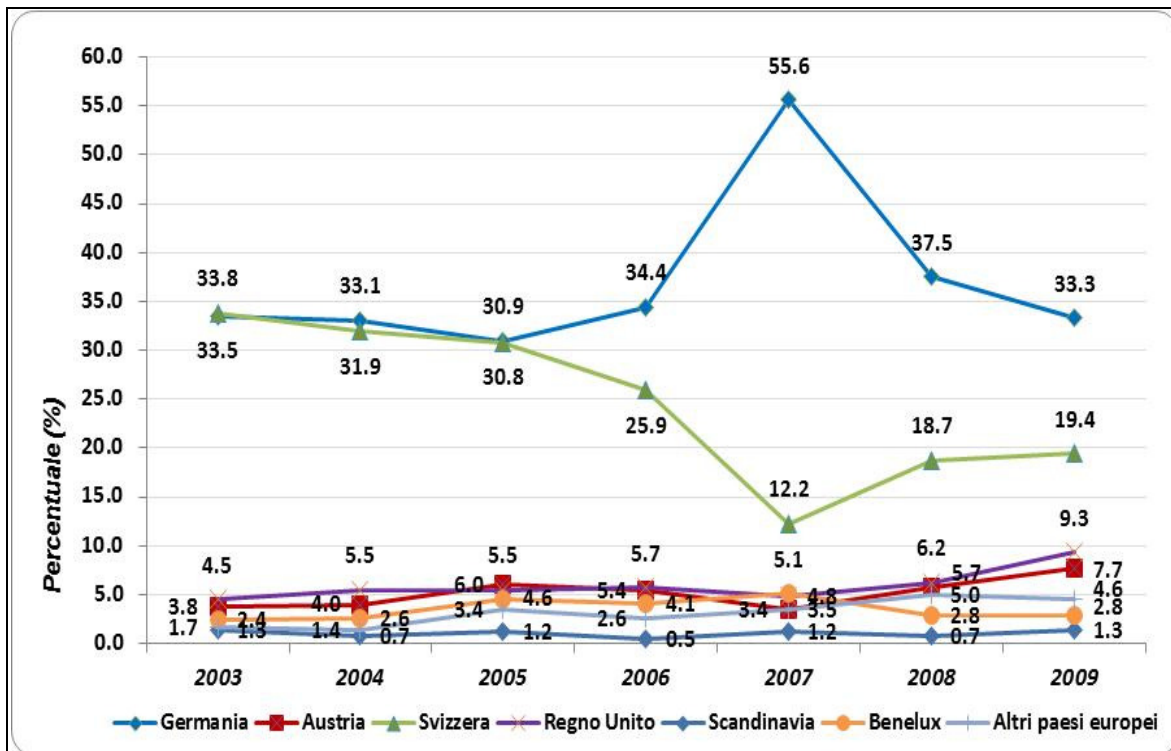


Figura 2.21 Evoluzione di mercato del Conegliano Valdobbiadene: esportazioni europee dello spumante per paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Frizzante

In generale, anche con riferimento all'export 2009, questa tipologia perde di importanza. I risultati dell'indagine hanno evidenziato il ruolo egemonico del mercato europeo, con una quota pari al 92,9% delle vendite estere, in parte controbilanciato da una flessione del 5,4% su base settimanale, assorbita dai mercati extraeuropei (+4,8%) (Figura 2.22).

Sui mercati europei la Germania ha detenuto la maggioranza della quota esportata con il 55,6% delle vendite ma ha segnalato nel periodo considerato anche una regolare contrazione rispetto al totale delle vendite internazionali (-21,2%). Sul mercato dell'Austria si sono rafforzate le vendite e questo Paese si è collocato in seconda posizione, raggiungendo una percentuale pari al 18,8%, evidenziando un progresso nel settennio del 4,3%. Queste tendenze si accompagnano all'interessante sviluppo dei mercati Nord europei: il Regno Unito (7,8% delle vendite) e il Benelux (4,3%) hanno ampliato significativamente i corrispondenti volumi assorbiti, segnalando rispettivamente un +7,3% e un +3,2% in raffronto al 2003 (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

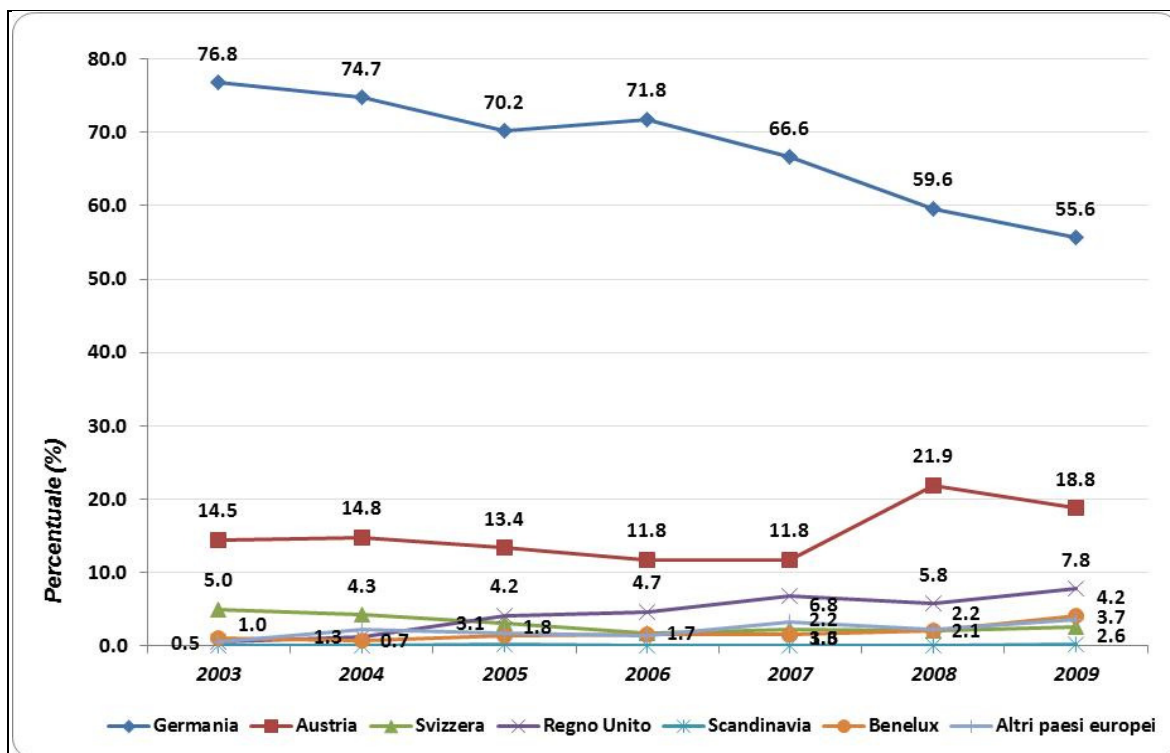


Figura 2.22 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni europee del frizzante per paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Esportazioni nei paesi extra europei

Prosecco Spumante

Dall'esame della condotta delle imprese sui mercati del resto del mondo, si è registrato un incremento della vendita di spumante pari al 2,6% nel periodo 2003-2009, con un valore dei volumi commercializzati all'estero pari al 21,6%, corrispondente a più di 4 milioni di bottiglie.

Nell'ambito del mercato Nord americano, gli Usa detengono il 9,8% dell'*export*, aumentando significativamente la quota (+2,3%) (Figura 2.23).

Questa tendenza si è associata alla crescita del mercato dell'America Latina (+1,2%), che ha raggiunto il 4% delle esportazioni, a cui si è contrapposta la diminuzione del Canada, che ha registrato una lieve contrazione su base settennale (-0,6%), e del 3,5% in termini di peso dell'*export*. Alla diminuzione della quota vendite del mercato canadese si è unita la diminuzione del peso del mercato nipponico (-1,3%), che si attesta all'1,9%, precedendo l'Oceania che sale all'1,1% (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

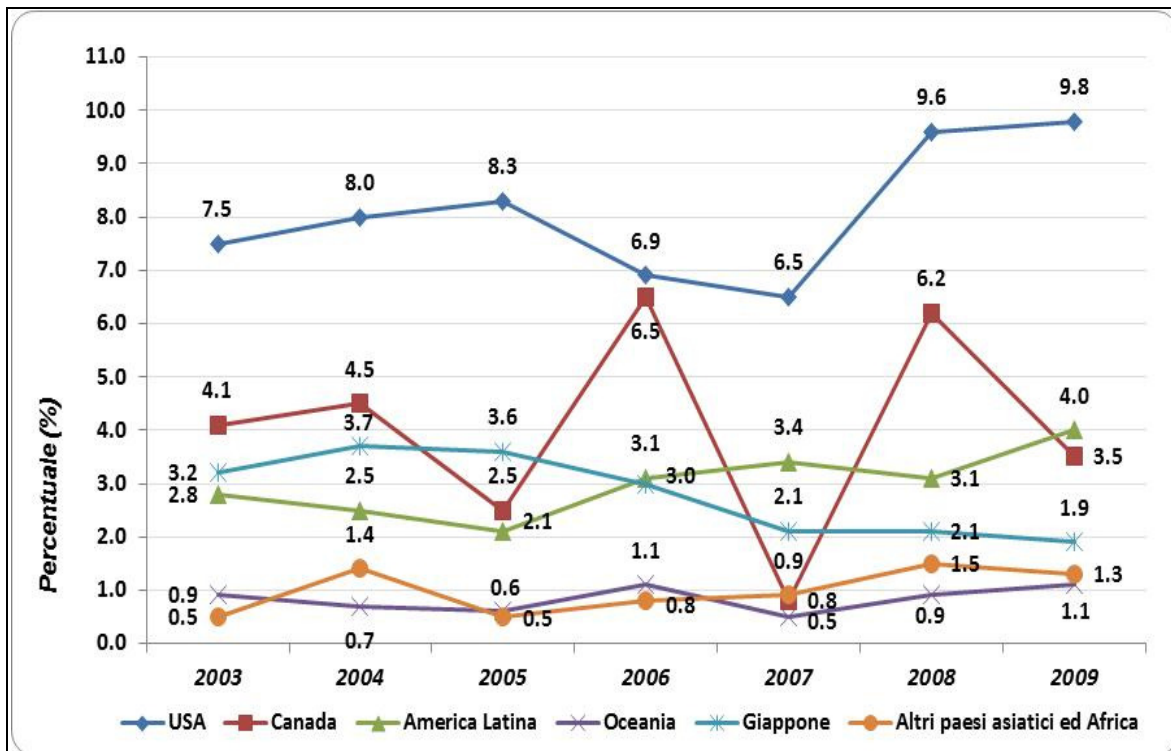


Figura 2.23 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene esportazioni extra europee dello spumante per paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Frizzante

Nel quadro dei mercati *extra* europei del frizzante, la quota complessiva all'anno 2009 è stata pari al 7,1% delle esportazioni ed è stata accompagnata ad una crescita del 5,4%, su base settennale, in larga misura ascrivibile al mercato Nord americano (Figura 2.24). In questo contesto, i mercati del Canada e degli Usa sono avanzati significativamente, segnalando nell'insieme un aumento del 4,6% delle vendite estere, attestandosi rispettivamente al 2,8% e al 2,5% delle quote. Questa dinamica si è associata alla crescita dei mercati minori dell'America Latina e del Giappone, che hanno raggiunto, rispettivamente l'1,1% e lo 0,6% delle vendite all'estero (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

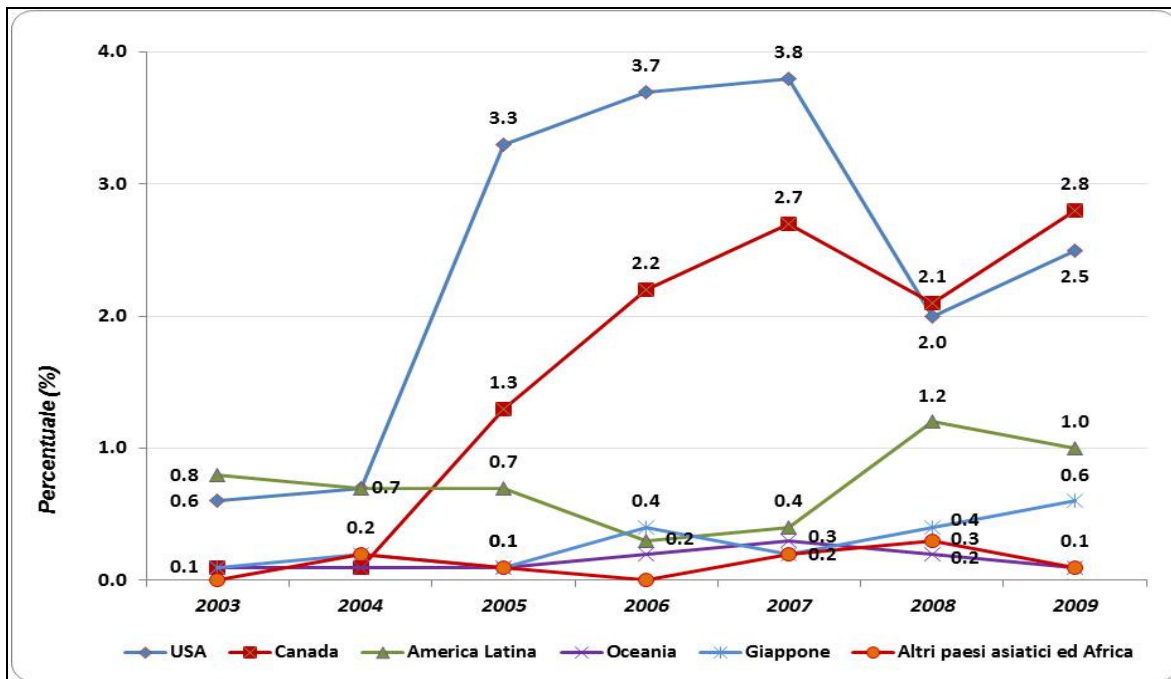


Figura 2.24 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: esportazioni extra europee del frizzante per paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.1.9 Evoluzione dei profili del posizionamento di prezzo del Prosecco Conegliano-Valdobbiadene (2003-2009)

Dall'analisi condotta sui risultati del posizionamento di prezzo, relativa ai canali diretti al pubblico e all'ingrosso, è risultato possibile cogliere una componente rilevante delle performance delle imprese della Denominazione Conegliano Valdobbiadene, sia relativamente all'ultimo anno (2008/2009) della vecchia denominazione, sia rispetto all'intero periodo dell'indagine (2003 - 2009). Dal lato della domanda, la conoscenza del prezzo ha rappresentato un'informazione basilare per il consumatore che trova a dover scegliere tra proposte diverse e tener conto delle esperienze pregresse di acquisto del vino.

Com'è noto quest'ultimo si colloca tra i cosiddetti "*experience goods*", ossia tra i beni che prima di essere acquistati prevedono un'esperienza diretta di consumo. In particolare, nell'ambito del processo che conduce alla decisione di acquisto, il consumatore contempla una valutazione dei prezzi di riferimento in relazione alle qualità percepite del prodotto. Dal lato dell'offerta, le scelte concernenti le politiche di prezzo costituiscono uno degli elementi più importanti della competitività delle imprese e della formazione del livello del reddito da esse conseguito. In

generale, le imprese considerano molteplici fattori nella definizione e nella modifica del livello dei prezzi, quali il contesto operativo, il ruolo dei competitori e il quadro normativo (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

Prosecco Spumante

Dall'analisi del livello dei prezzi dello spumante applicati allo spaccio aziendale è emerso un rafforzamento delle vendite nella fascia di prezzo *Premium* (+6,9% su base annua). Nel segmento di prezzo tra 5 e 7 euro a bottiglia è, infatti, presente il 71,7% della produzione venduta (Figure 2.25 e 2.26). La tendenza al rialzo dei prezzi è stata identificata anche per i vini nella fascia di prezzo *Popular premium*, che va rispettivamente dai 3 ai 4 euro a bottiglia e dai 4 ai 5 euro a bottiglia. In questo ambito, le vendite, nel 2009, hanno raggiunto rispettivamente l'11,8% nel primo caso e il 13,8% dei volumi nel secondo, con un aumento complessivo di 2 punti percentuali in raffronto al 2008. Per contro, la fascia di prezzo *Basic* ha prodotto un'uscita quasi totale della produzione dal segmento (0,1% delle vendite), segnalando una contrazione di 9 punti percentuali, rispetto al 2009. Infine, nel segmento di prezzo cosiddetto "*Super premium*" si è riscontrato il 2,6% delle vendite. Diversamente, il canale all'ingrosso ha denotato una crescita delle vendite nella fascia qualitativa dei vini *Popular premium* (70,4%), segnalando un aumento pari al 12,2% delle vendite nella fascia tra 3 e 5 euro a bottiglia, anche se i prezzi dei due canali di mercato non sono confrontabili, in quanto al dettaglio il prezzo aumenta. Tale incremento dei prezzi, almeno in parte, dovrebbe essere attribuito all'adeguamento dei listini dei prezzi all'inflazione. In particolare, la fascia tra 3 e 4 euro è salita al 40%, con un aumento pari al 6,8% su base annua, tendenza che si associa alla crescita di oltre 5 punti percentuali delle vendite nella fascia di prezzo più elevata *Popular premium* (31,5%). Per contro, è andata a stabilizzarsi la fascia *Premium* che ha visto raggiungere il 25% delle vendite mentre si è ridotta all'1,6% la fascia *Super premium* e si è assistito all'uscita quasi totale (0,1% delle vendite) del segmento dei vini *Basic*, che hanno visto segnalare una flessione di 12 punti percentuali su base annua. Dall'esame del posizionamento di prezzo dello spumante, relativo al periodo 2008-2009, si è intravisto un posizionamento differenziato in relazione ai canali di sbocco, che ha privilegiato le vendite nella fascia di prezzo dei vini *Premium* per il canale diretto e una maggiore polarizzazione nel segmento *Popular premium* per i vini venduti all'ingrosso. Questa variazione tendenziale ha confermato gli andamenti in larga misura opposti nella ripartizione delle vendite tra i canali, compatibili con una strategia *multichannel pricing* (multicanale per il prezzo), e tendente a privilegiare una limitazione della "forbice dei prezzi", coerente con una logica di ulteriore valorizzazione dei prodotti della Denominazione. In questo quadro si sono confermate e

rafforzate ulteriormente le evidenze, riscontrate anche in precedenti studi, che rispecchiano differenziate strategie di adattamento del prezzo al prodotto. In particolare si è riscontrato una logica tendente ad associare il *Premium price* dei vini commercializzati nella fascia *Premium*, al buon rapporto prezzo-qualità dei volumi presente nel canale all'ingrosso. Queste performance di mercato ha manifestato un generale e significativo ritocco al rialzo dei listini rispetto nel 2008, in sintonia con la politica di valorizzazione della qualità della Denominazione Conegliano-Valdobbiadene, che tende a concretizzarsi nell'immaginario del consumatore (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

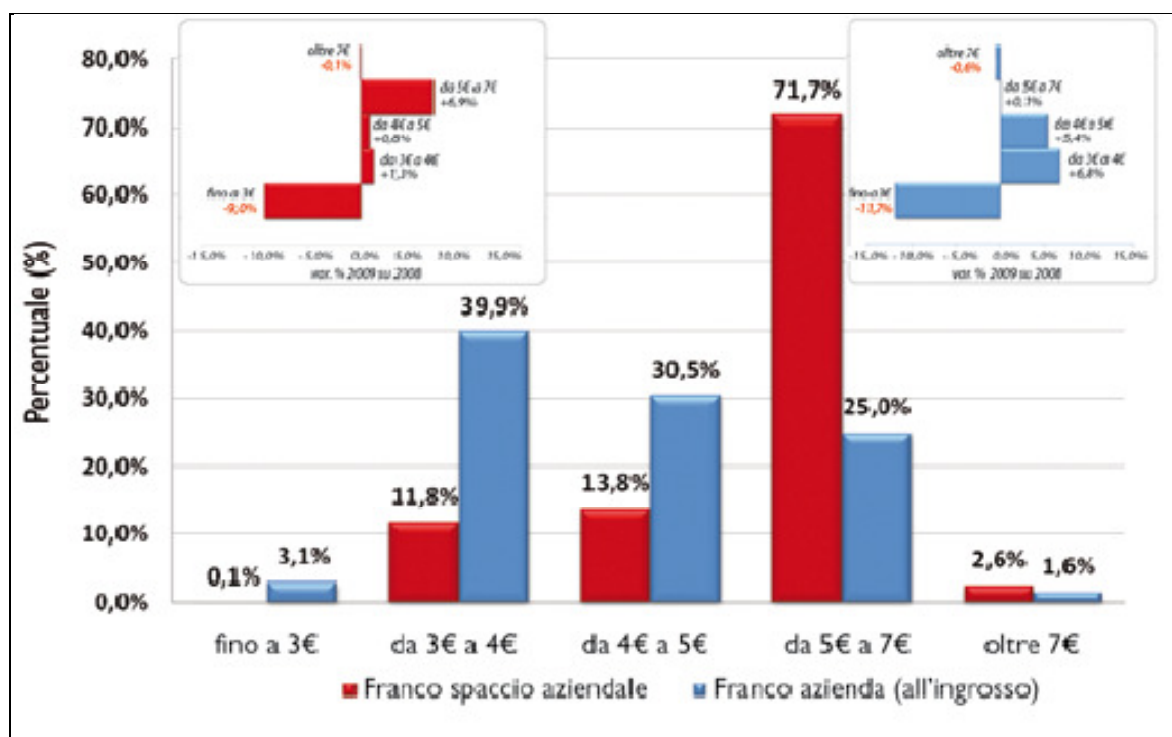


Figura 2.25 Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale e franco azienda, anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Poiché il vino prodotto non può essere improvvisamente migliorato con l'istituzione della D.O.C.G., una parte dell'aumento dei prezzi può essere motivato dal tentativo dei produttori di utilizzare il prezzo come segnale di qualità in un modo, per certi versi, improprio. Ciò è dovuto al fatto che le imprese tentano di adottare una politica di discriminazione dei prezzi di tipo monopolistico cercando di approfittare della nuova denominazione soprattutto presso i clienti più affezionati (vendita diretta), ma non possono seguire tale politica nei mercati concorrenziali, tramite le vendite all'ingrosso. In questo caso l'eventuale *premium price*, sarà incamerato dal grossista e dal dettagliante.

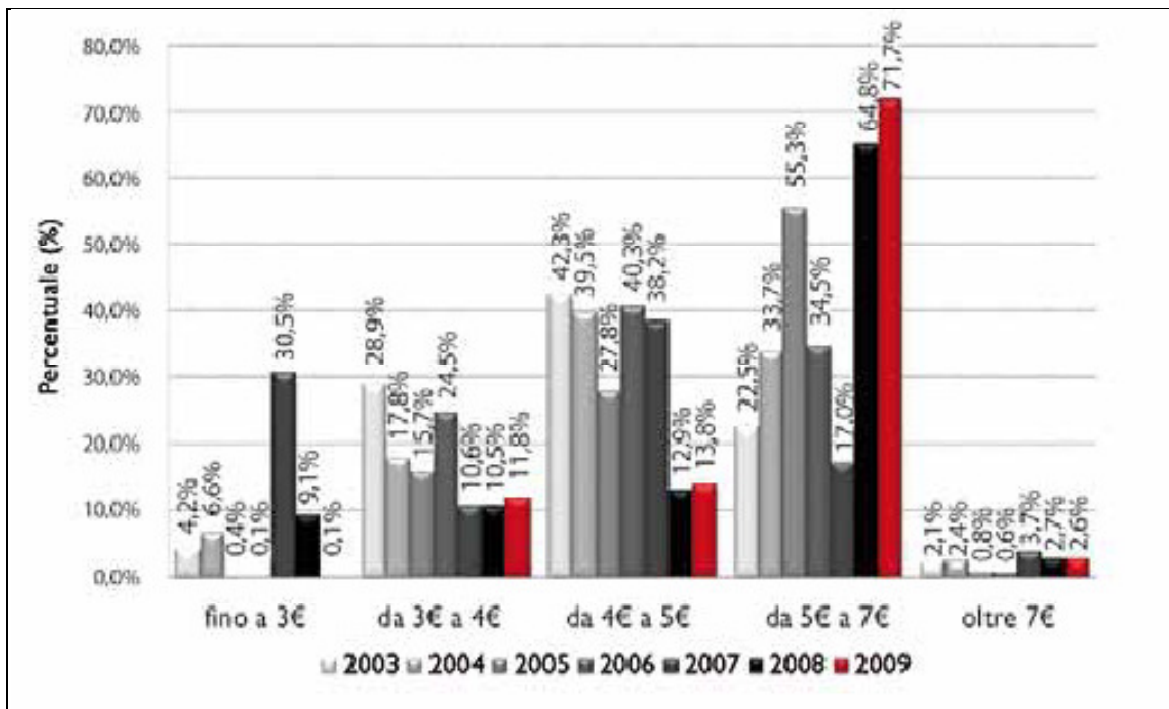


Figura 2.26 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Dall'esame delle politiche di prezzo nel periodo 2003-2009 applicate nel canale di vendita diretta al pubblico, si sono confermate differenti strategie di prezzo in relazione alla classe dimensionale d'impresa. In particolare, le aziende piccole hanno evidenziato, nel 2009, una significativa variazione dei rapporti di quota rispetto al 2008, con una focalizzazione delle vendite nella fascia di prezzo *Popular premium* tra 4 e 5 euro a bottiglia (60,7% della produzione), segnalando uno spostamento di volumi pari al 24,1% delle vendite (Figura 2.27). Questa tendenza si è unita ad una contrazione, di pari peso, dei volumi commercializzati nel segmento di prezzo tra i 3 e i 4 euro a bottiglia. Le aziende medie, dal canto loro, hanno consolidato al 50,3% il presidio della fascia di prezzo alta *Popular premium*, tra 4 e 5 euro a bottiglia, ma allo stesso tempo hanno concentrato gli sforzi nell'accrescere la quota della produzione commercializzata nella fascia di prezzo *Premium*, che segnala un +8,3% su base annua (Figura 2.28) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

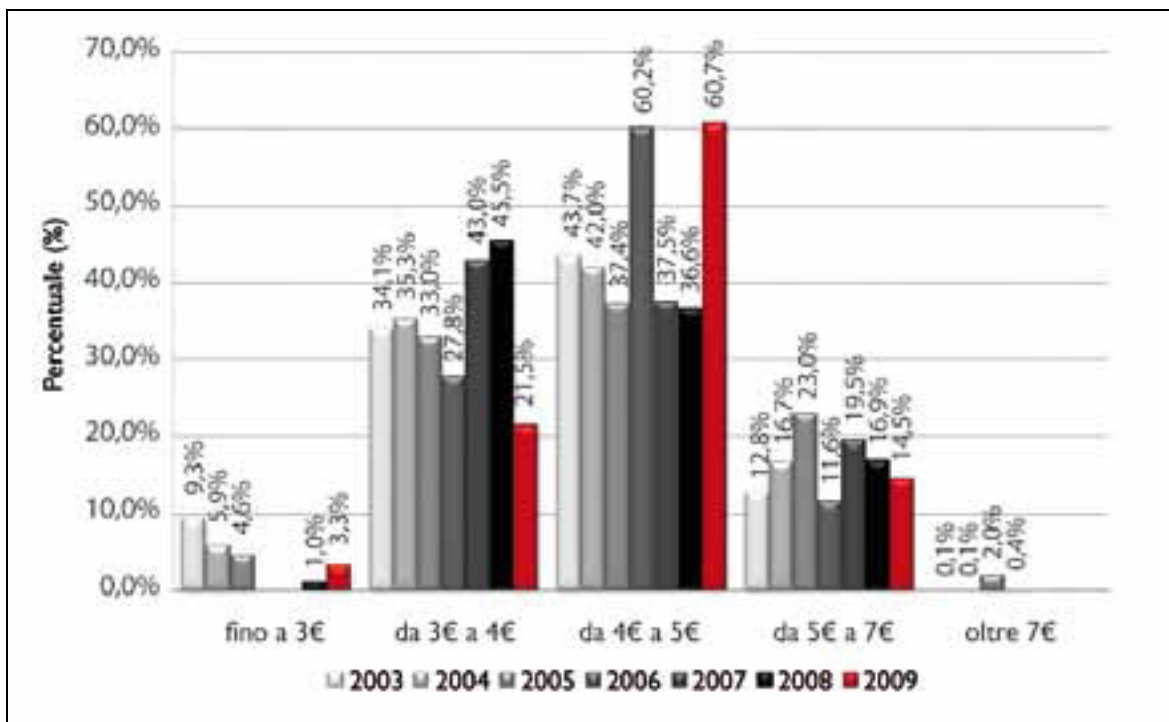


Figura 2.27 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale (aziende piccole, <150.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

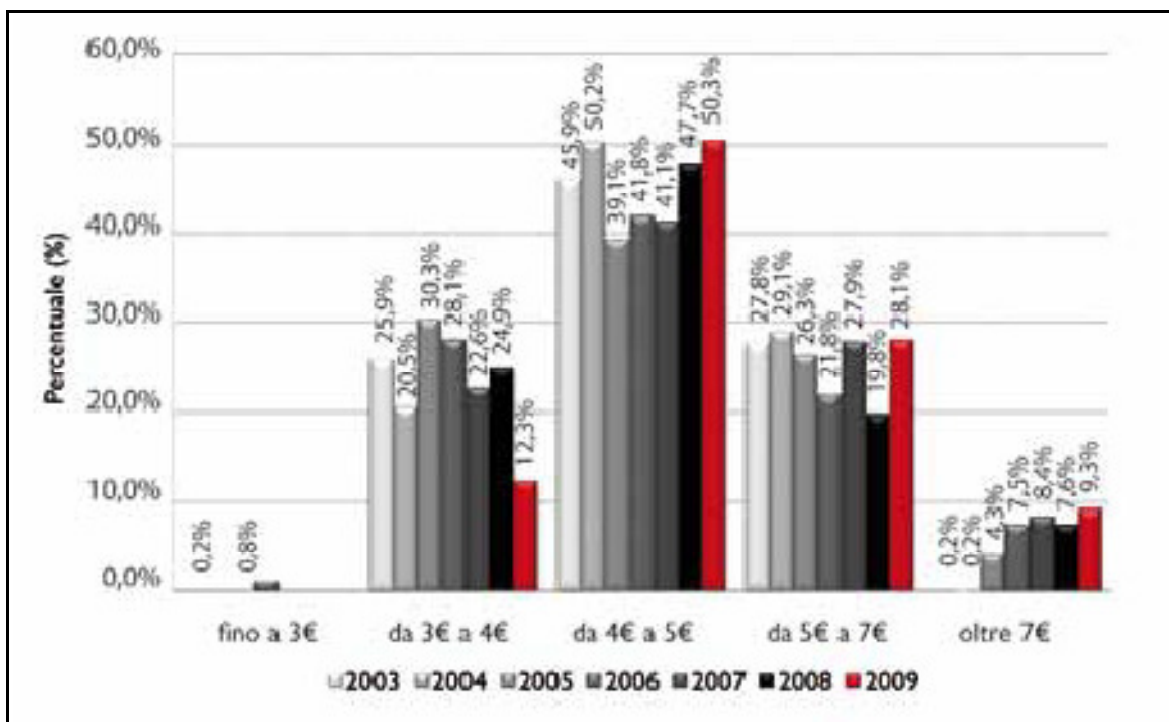


Figura 2.28 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale (aziende medie, 150.000-500.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Le aziende grandi hanno evidenziato nel 2009 una più accentuata concentrazione delle vendite nella fascia di prezzo *Premium* con il 69,6% della produzione a cui si è associata una crescita nella medesima fascia di 23 punti percentuali, ascrivibile in larga misura alla riduzione delle vendite nel segmento di prezzo *Popular premium* (-22%) (Figura 2.29). Le aziende molto grandi si sono poi contraddistinte nel 2009 per l'ulteriore progresso della fascia di prezzo *Premium* (+8% in confronto al 2008) che ha visto innalzarsi al 78,5% la frequenza delle vendite assorbite da questo segmento qualitativo (Figura 2.30).

Dall'esame si conferma la diversa forza commerciale e potere di mercato delle imprese in relazione alla classe dimensionale: in particolare, le imprese grandi e molto grandi esercitano una focalizzazione nella fascia di prezzo *Premium*, mentre le aziende medio-piccole sono maggiormente presenti nella fascia di prezzo *Popular premium* (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

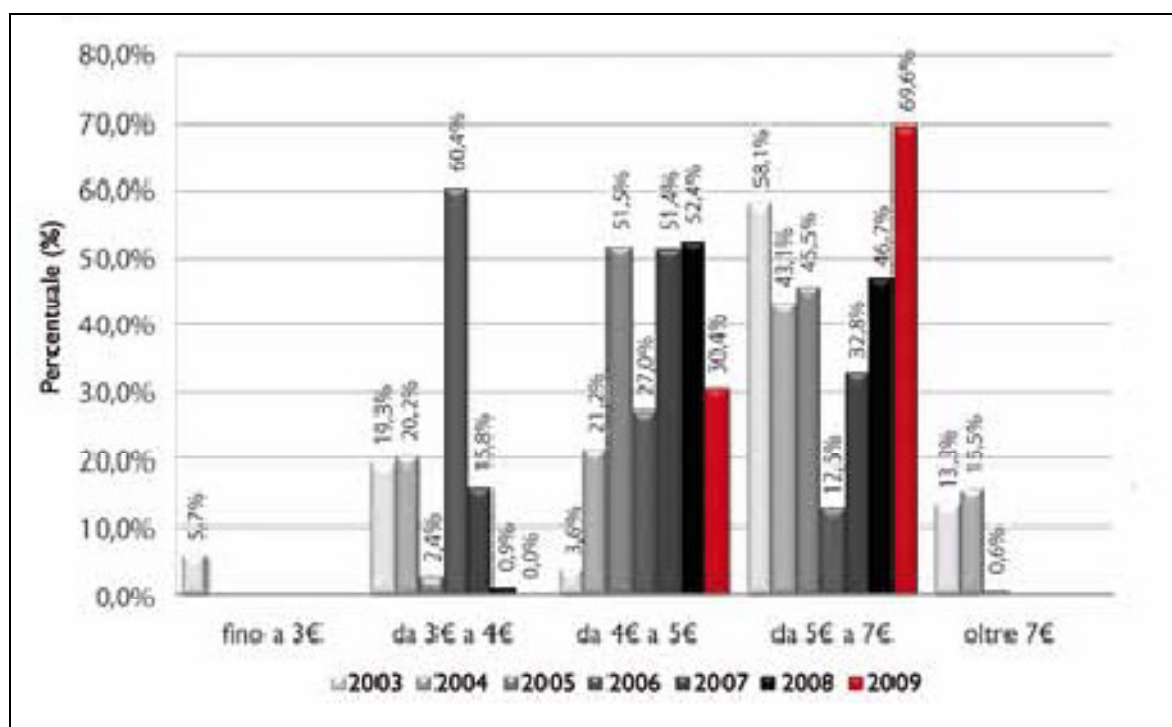


Figura 2.29 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale (aziende grandi, 500.001-1.000.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

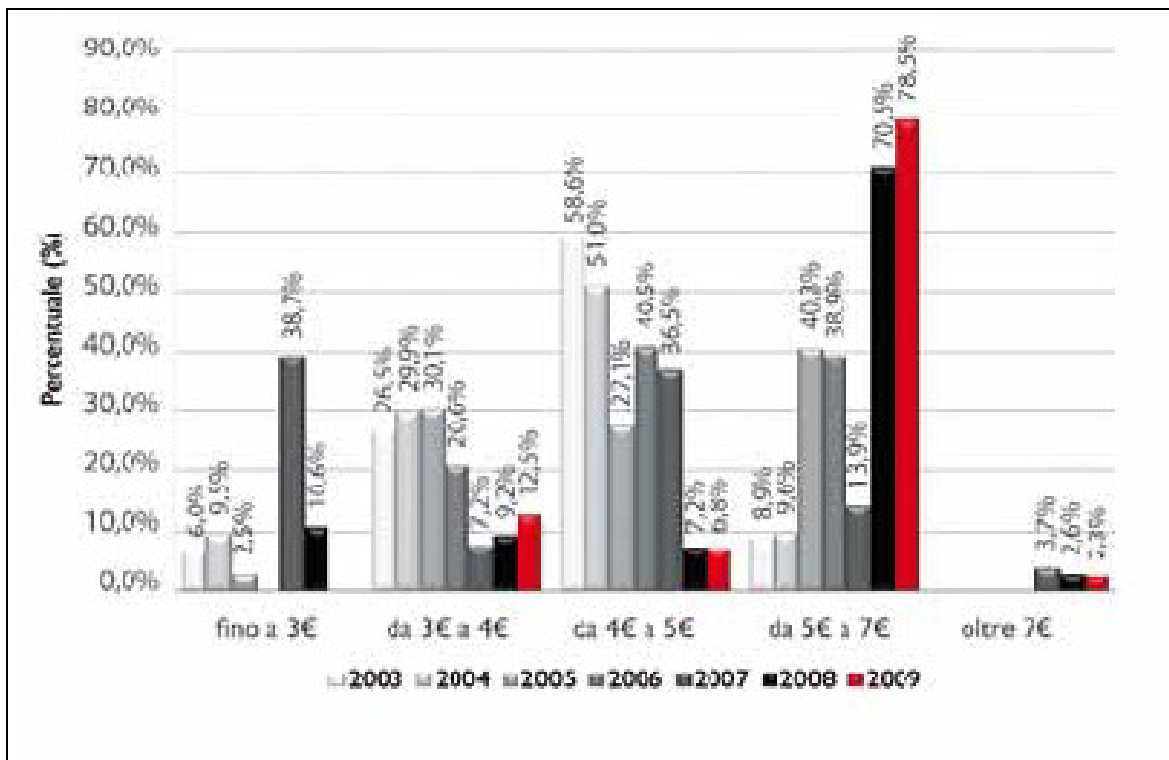


Figura 2.30 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale (aziende grandi, >1.000.000 bottiglie), 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Frizzante

Con riferimento al frizzante all'anno 2009 si sono rilevati lievi scostamenti delle vendite per fasce di prezzo rispetto al 2008, con un andamento tendenziale dalla fascia di prezzo *Basic* a quella *Premium* (Figure 2.31 e 2.32). In particolare, la fascia *Premium* nel 2009 ha assorbito una quota vendite pari al 42,5%, segnalando un aumento dell'1,8% su base annua che tende a contrapporsi alla flessione del segmento-prezzo *Popular Premium* (-4%), nella fascia tra i 4 e i 5 euro, che si è attestato al 35,5% delle vendite. Questa tendenza si è associata alla crescita delle vendite, pari all'1,9% su base annua, nella fascia di prezzo tra 3 e 4 euro a bottiglia, salita a 14,4%, e di quella ascrivibile ai vini *Premium* che si è stabilita alla quota di 7,6%. Nel canale all'ingrosso, la fascia di prezzo *Popular premium*, tra i 3 e 4 euro a bottiglia, ha mantenuto una quota maggioritaria, con il 31,2% delle vendite, ma ha visto perdere 5 punti percentuali su base annua. Questa tendenza ribassista si è riscontrata anche per la fascia tra i 4 e i 5 euro a bottiglia, che si è ridotta al 23,2%. Per contro nel 2009 c'è stato un aumento della fascia di prezzo *Premium* che ha registrato un rapporto di quota pari al 28,5% della produzione commercializzata, con una significativa crescita rispetto al 2008 (+11,4%). Questi risultati vedono una crescita della fascia *Premium* e una riduzione

della “forbice dei prezzi”, che ha manifestato, da un lato il calo delle quote dei vini *Basic* (-3,6%), (che si sono stabilizzati al 17% delle vendite) dall’altro, dell’uscita dalla fascia di prezzo *Super premium* (-0,1%). Nel caso del frizzante la strategia “*multichannel pricing*” è apparsa più sfuocata rispetto alla versione spumante (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

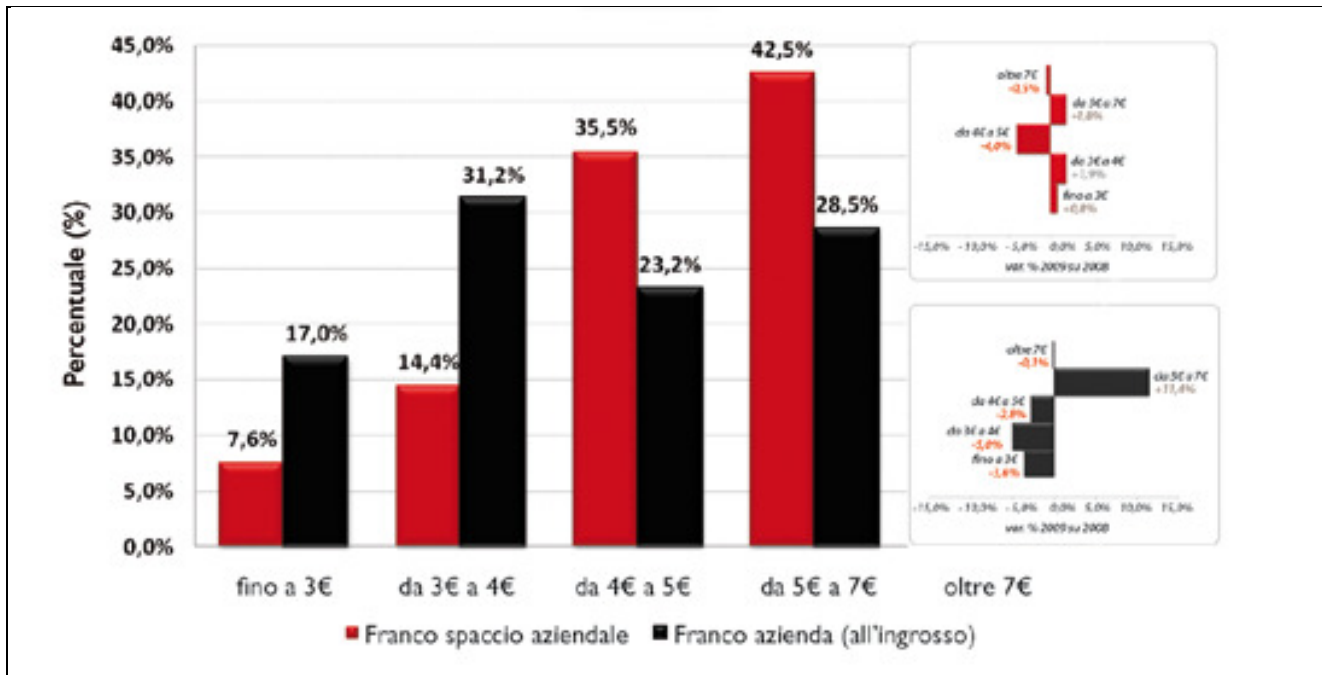


Figura 2.31 Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo del frizzante, franco spaccio aziendale e franco azienda, anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

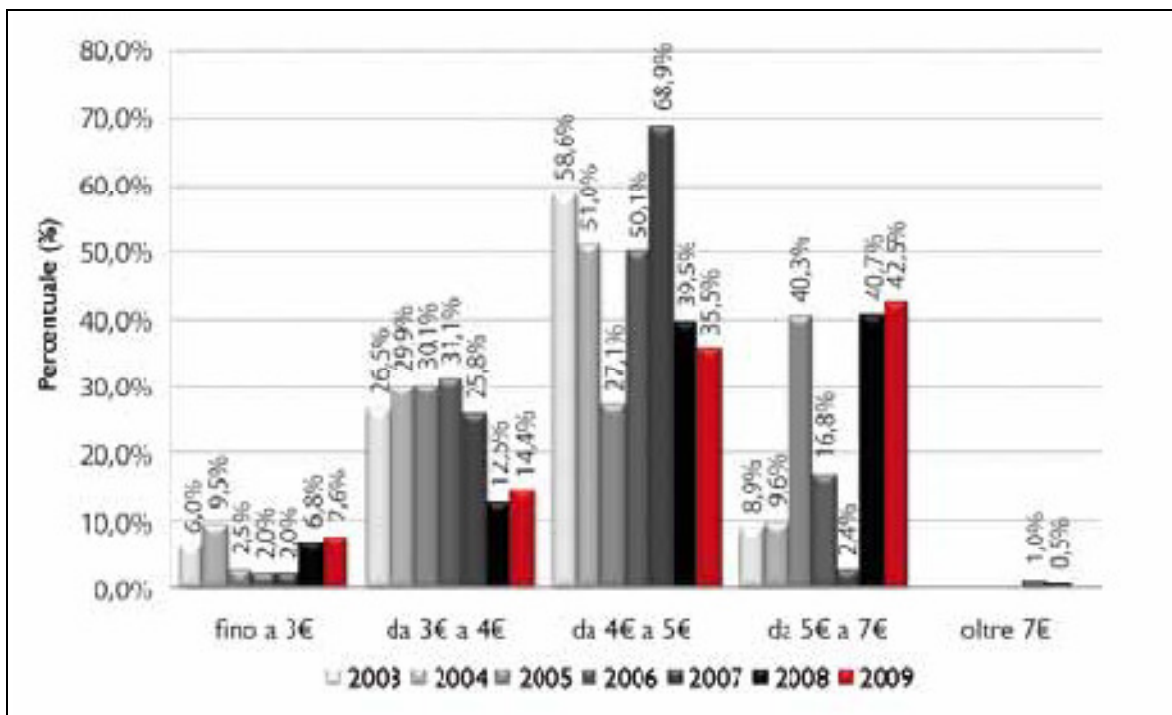


Figura 2.32 Evoluzione di mercato del Conegliano-Valdobbiadene: posizionamento di prezzo del frizzante, franco spaccio aziendale, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Per cogliere meglio l'evoluzione della struttura produttiva e di mercato sia domestico sia estero del Conegliano-Valdobbiadene, si è ritenuto opportuno considerare sia il dato aggregato relativo all'intero campione sia i risultati disaggregati in relazione alle quattro classi dimensionali (Tabella 2.7). Quest'ultimo approfondimento permette, infatti, di cogliere in modo più appropriato il ruolo della struttura sulla performance delle aziende in termini di crescita, sbocchi di mercato e livello dei prezzi (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

Classe dimensionale	Numero aziende	Produzione commercializzata	% su n° aziende	% su produzione commercializzata
Piccole (< 150.000 bottiglie)	76	2.660.634	62,3	3,3
Medie (150.000 - 500.000 bottiglie)	20	6.462.666	16,4	8,1
Grandi 1 (500.000 - 1.000.000 bottiglie)	9	6.836.748	7,4	8,6
Grandi 2 (> 1.000.000 bottiglie)	17	63.850.253	13,9	80,0
Totale	122	79.810.301	100,0	100,0

Tabella 2.7 Distribuzione produzione Conegliano-Valdobbiadene per numero di aziende, anno 2009, (campione stabilizzato) (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.2 Dinamiche di mercato nella struttura dell'offerta del Superiore di Cartizze: annata 2009

Il Superiore di Cartizze è uno dei “gioielli enologici” delle colline trevigiane e fa parte del “forziere vitivinicolo nazionale”, grazie alla qualità che questa nicchia produttiva ha saputo conquistarsi nell'immaginario collettivo (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2007).

L'offerta del Superiore di Cartizze proviene dal limitato areale di produzione demarcato dalle scoscese colline di San Pietro di Barbozza, Santo Stefano e Saccol, nel comune di Valdobbiadene. Dall'entrata a regime del D.M. del 17 luglio 2009, l'area è stata anch'essa promossa a Denominazione di Origine Controllata e Garantita. Nel 2009, il numero delle imprese che hanno prodotto il Superiore di Cartizze è stato pari a 127, e la superficie vitata si è mantenuta, dati i vincoli normativi, su livelli stabili dalla metà degli anni Ottanta attorno ai 106 ettari. La materia prima atta a divenire Superiore di Cartizze ammonta a circa 1.251 tonnellate. La commercializzazione del prodotto interessa una produzione pari a 1,3 milioni di bottiglie. Nel 2008, la produzione è stata pari a 1,45 milioni di bottiglie, con un incremento dell'11,5% rispetto al 2007 (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2009). Dall'analisi dei risultati al 2009, si registrano volumi commercializzati pari a 1,13 milioni di bottiglie, corrispondenti all'86,9% della produzione dell'area del Superiore di Cartizze (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

2.2.1 Strutture gestionali ed organizzative del Superiore di Cartizze

Per quanto riguarda le strutture aziendali (Tabella 2.8), nel 69% delle aziende del Superiore di Cartizze è presente un enologo interno, mentre il 29,3% ricorre all'enologo esterno e solo una piccola quota, si avvale di entrambi (1,7%) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2009).

	Ditta Individuale	Società agricola	SRL	SAC	SPA	SNC	SAS	TOT.
Forma giuridica	33,9%	7,1%	21,4%	7,1%	16,1%	8,9%	5,4%	100,0%
			SI		NO			TOT.
Azienda agricola			60,0%		40,0%			100,0%
		Interno	Esterno		Interno/Esterno			TOT.
Enologo		69,0%	29,3%		1,7%			100,0%
	I	2	3		4 e più			TOT.
N° enologi	49,1%	35,1%	10,5%		5,3%			100,0%
	Nessuno	< 2	3 - 5	6 - 9	10 - 19	20 - 49	> 50	TOT.
Numero addetti in cantina (a tempo pieno)	0,0%	37,9%	15,5%	12,1%	15,5%	15,5%	3,4%	100,0%
			Presenza		Assenza			TOT.
Direttore commerciale			48,3%		51,7%			100,0%

Tabella 2.8 Aziende del Superiore di Cartizze: profilo gestionale e organizzativo, anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2009)

Dall'esame dei risultati delle strutture gestionali ed organizzative nel 2009 si registra una prevalenza delle società di capitali, pari al 39,4% dei casi; seguono per importanza le ditte individuali, con il 27,9% e, infine le società di persone (24,6%) e le società cooperative (8,2%) (Tabella 2.9).

	Ditta individuale	Società agricola	SRL	SAC	SPA	SNC	SAS	TOT.
Forma giuridica	27.9%	14,8%	24,6%	8,2%	14,8%	4,9%	4,9%	100.0%
			SI		NO			TOT.
Azienda agricola		60.0%			40.0%			100.0%
			SI		NO			TOT.
Direttore commerciale		48.3%			51.7%			100,0%

Tabella 2.9 Aziende del Superiore di Cartizze: profilo gestionale e organizzativo, anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

La trasformazione della materia prima, proveniente in tutto o in parte dai propri vigneti, riguarda il 61% delle imprese. Con riferimento ai quadri tecnici, si registra un enologo responsabile della produzione nel 67,8% dei casi, mentre all'enologo esterno ricorrono il 23,7% delle imprese e solamente il 5,1% vede la presenza di entrambe le figure nella conduzione dei processi di vinificazione. Per quanto attiene i livelli occupazionali di cantina, il 30% delle aziende prevede nelle proprie maestranze fino a due addetti, mentre risultano abbastanza omogenee, sui 15 punti percentuali, le frequenze delle classi superiori, in particolare di quelle che impiegano da 3 a 5 addetti e fino a quelle che prevedono uno staff della produzione tra 20 e 49 unità. Nell'ambito dell'esame dei profili manageriali d'impresa, emerge la presenza di un direttore commerciale nel 61,7% dei casi, figura che affianca il responsabile dell'export nel 59,3% delle imprese, ascrivibile in particolar modo alle realtà di grandi dimensioni (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

La commercializzazione, secondo le analisi riportate nel rapporto CIRVE 2007, riguardante i risultati economici del 2006, ha visto prevalere le aziende di piccole dimensioni (35,1%), con una sostanziale equa distribuzione delle classi intermedie e una significativa presenza di unità aziendali di maggiore di dimensione (Tabella 2.10) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2007).

AZIENDE			N. BOTTIGLIE COMMERCIALIZZATE (0,75 LT)			
Produzione bottiglie	TOT. n.	% sul tot.	DOC	% su DOC	DOC Spumante	% su DOC Spumante
Aziende piccole (< 150.000 bott.)	20	35,1	717.070	2,4	516.600	2,3
Aziende medie (150.000 - 500.000 bott.)	14	24,6	2.947.893	10,0	2.256.432	10,1
Aziende grandi (500.000 - 1.000.000 bott.)	9	15,7	3.654.180	12,5	2.909.850	13,0
Aziende molto grandi (> 1.000.000 bott.)	14	24,6	22.024.674	75,1	16.707.674	74,6
TOTALE	57	100,0	29.343.817	100,0	22.390.556	100,0

Tabella 2.10 Profilo di mercato delle aziende che commercializzano il Superiore di Cartizze per classe dimensionale, anno 2006 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2007)

Sempre dai dati del 2006 rilevati, si è evidenziato, per quanto riguarda la commercializzazione del solo Superiore di Cartizze (Tabella 2.11), una relazione significativa tra la produzione totale imbottigliata di Prosecco D.O.C. e quella di Cartizze, il che indica come tale prodotto sia per le aziende un importante arricchimento di gamma (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2007).

N. BOTTIGLIE COMMERCIALIZZATE (0,75 LT) - SUPERIORE DI CARTIZZE					
Produzione bottiglie	TOT. n.	% su Tot.	MEDIA n.	% su bott. DOC	% su bott. Spumante
Aziende piccole (< 150.000 bott.)	77.418	6,3	3.871	10,8	15,0
Aziende medie (150.000 - 500.000 bott.)	151.329	12,4	10.809	5,1	6,7
Aziende grandi (500.000 - 1.000.000 bott.)	109.741	9,0	12.193	3,0	3,8
Az. molto grandi (> 1.000.000 bott.)	884.387	72,3	63.171	4,0	5,3
TOTALE	1.222.875	100,0	21.454	4,2	5,5

Tabella 2.11 Profilo di mercato del Superiore di Cartizze per classe dimensionale aziendale, anno 2006 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2007)

All'anno 2009, dall'esame delle imprese per classi di fatturato, emerge che, le piccole aziende costituiscono il 23,7% dei casi (Tabella 2.12). Le aziende medie, con un fatturato tra 500.000 e 2 milioni hanno rappresentato il 28,8% dei casi. La medesima frequenza di imprese è rappresentata nella classe di fatturato tra 2 e 10 milioni di euro (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

Fatturato	Aziende		Bottiglie commercializzate (0,75 l)	
	Numero	%	Numero	%
Inferiore a 250.000 Euro	12	20.3%	31.512	2.8%
Tra 250.001 e 500.000 Euro	2	3.4%	8.000	0.7%
Tra 500.001 e 1.000.000 Euro	6	10.2%	28.195	2.5%
Tra 1.000.001 e 2.000.000 Euro	11	18.6%	119.800	10.6%
Tra 2.000.001 e 5.000.000 Euro	8	13.6%	119.472	10.6%
Tra 5.000.001 e 10.000.000 Euro	9	15.3%	236.206	20.9%
Oltre i 10.000.000 Euro	11	18.6%	585.891	51.9%
Totale	59	100,0%	1.129.076	100.0%

Tabella 2.12 Aziende del Superiore di Cartizze: profili delle strutture produttive per classe di fatturato, anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Nel portafoglio della Denominazione, il Superiore di Cartizze esercita un ruolo importante nei profili del marketing d'impresa, posizionandosi all'interno della gamma dei vini *Super premium*, che incontrano i gusti del consumatore più esigente (es. *connoisseur*, ecc). A questo riguardo, il vino designa una tipologia differenziata e rinomata all'apice della piramide qualitativa del sistema distrettuale della Denominazione Conegliano Valdobbiadene. Queste connotazioni differenziali rappresentano nell'immaginario collettivo un *plus*, contemplando le esigenze di eterogeneità dei gusti del consumatore che può così trovare un prodotto unico e di particolare pregio (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

2.2.2 Superiore di Cartizze: evoluzione delle strutture commerciali e di mercato e performance di prezzo (2006-2009)

Dall'analisi dei risultati, condotta nell'ambito delle strutture commerciali, si è confermato il ruolo fondamentale del mercato domestico, con il 95,7% delle vendite, e si è segnalato l'aumento delle esportazioni pari all'1,3% su base quadriennale (Figura 2.33).

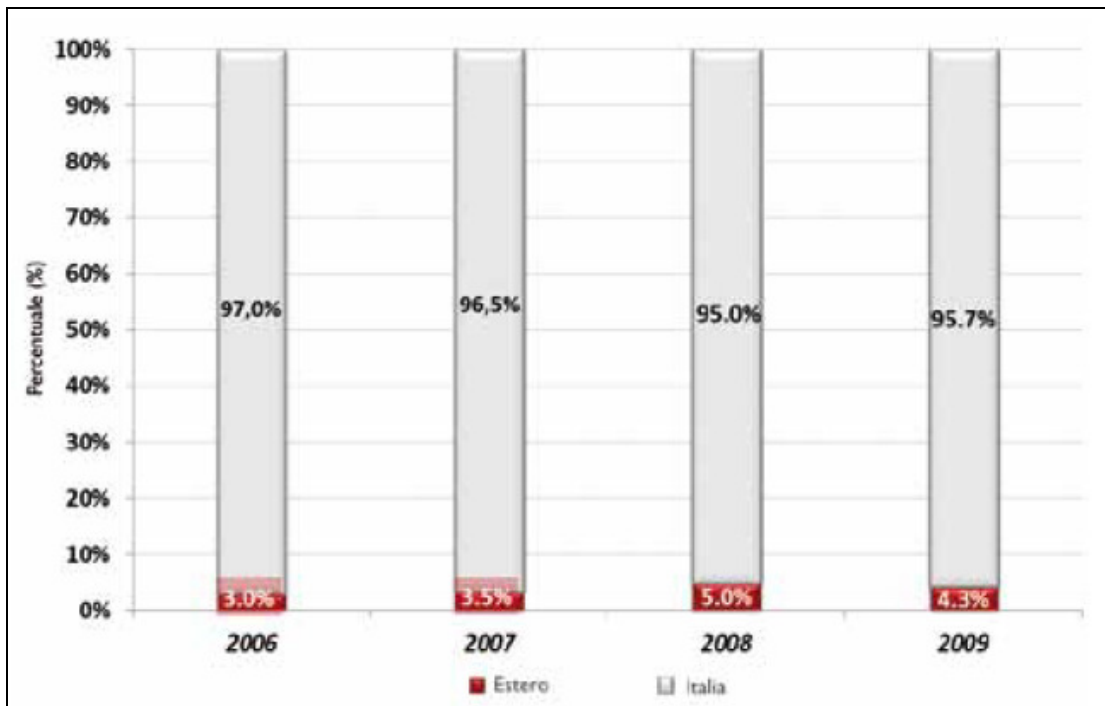


Figura 2.33 Superiore di Cartizze: vendite in bottiglia (0,75 litri) tra Italia ed estero, anni 2006-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Per quanto attiene l'esame per aree Nielsen, il mercato di riferimento è risultato il Nord Est, con il 40,8% delle vendite, segnalando un aumento pari al 4,8% rispetto al 2008 e di 11 punti percentuali dal 2006 (Figura 2.34). Questa variazione tendenziale si è associata alla contrazione del Nord Ovest al 34,9%, con la conseguente perdita di 7 punti percentuali nel quadriennio. Le regioni centro meridionali hanno ridotto le rispettive quote di mercato al 15,8% e all'8,5% delle vendite, segnalando complessivamente una flessione pari al 4,3% in raffronto al 2006 (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

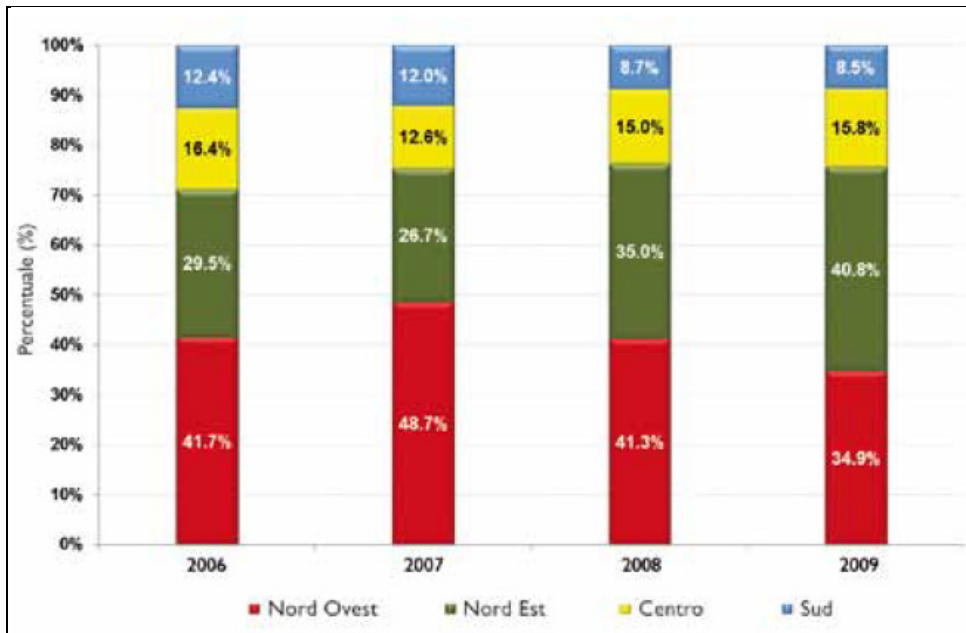


Figura 2.34 Superiore di Cartizze: vendite in bottiglia (0,75 litri) per aree Nielsen in Italia, anni 2006-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Dall'analisi per canali di sbocco si è confermato il ruolo prevalente del canale *HoReCa*, che ha assorbito il 46,7% delle vendite nazionali, ma ha visto segnalare una perdita di 4 punti percentuali su base annuale e del 4,6% rispetto al 2006 (Figura 2.35). Per contro, la Grande Distribuzione Organizzata si è attestata al 27,6% dei volumi recuperando il "terreno" perduto nel quadriennio, e registrando un +4,8% su base annuale. I grossisti si sono mantenuti pressoché stabili nell'arco del periodo 2006-2009, attorno ai 12 punti percentuali. La vendita diretta si è attestata all'8,8% evidenziando un aumento pari al 2,6% su base quadriennale (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

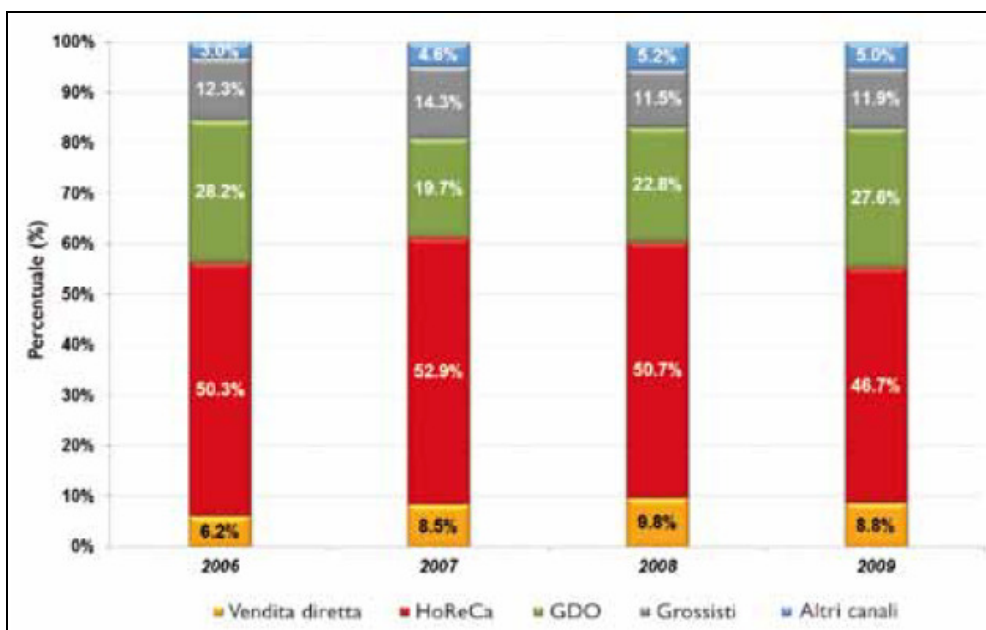


Figura 2.35 Superiore di Cartizze: distribuzione delle vendite in bottiglia (0,75 litri) per canale di sbocco in Italia, anni 2006-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Dall'analisi dei risultati dei mercati esteri si è registrata, rispetto al 2008, una ripresa del rapporto di quota del mercato extra europeo al 38,9%, mentre il mercato di riferimento rimane quello europeo (Tabella 2.13). In quest'ambito, la Germania si è confermata come mercato di riferimento con il 23,3% delle vendite all'estero, precedendo la Svizzera, con il 17,1%, e gli Usa, che occupano la terza posizione con il 16,3% dei volumi. L'America Latina mantiene la quarta posizione con l'8,9% dei volumi esportati (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

Europa	Germania	Austria	Svizzera	Regno Unito	Scandinavia	Benelux	Altri paesi europei
2006	16,3%	3,1%	14,4%	8,4%	0,5%	1,5%	4,0%
2007	4,9%	1,7%	4,5%	2,5%	0,3%	9,4%	3,9%
2008	27,5%	2,6%	16,3%	5,5%	1,0%	2,4%	12,0%
2009	23,3%	4,3%	17,1%	1,9%	1,6%	2,8%	10,0%
Resto del mondo	USA	Canada	America Latina	Oceania	Giappone	Altri paesi asiatici e Africa	
2006	16,5%	0,8%	32,7%	0,2%	1,1%	0,5%	
2007	25,1%	6,6%	37,9%	0,0%	1,6%	1,6%	
2008	17,3%	2,1%	10,5%	0,0%	2,0%	0,8%	
2009	15,1%	1,8%	8,9%	0,8%	1,7%	10,6%	

Tabella 2.13 Superiore di Cartizze: ripartizione delle esportazioni in bottiglia (0,75 litri) per i mercati esteri, anni 2006-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Dall'analisi del livello dei prezzi del canale diretto al pubblico si è evidenziato un apprezzamento dei listini del Superiore di Cartizze in raffronto al 2008 (Figura 2.36). In particolare, la fascia *Super premium*, tra 7 e 10 euro a bottiglia, ha confermato un ruolo dominante nell'assorbimento del prodotto attestandosi al 54,5% dei volumi, ma ha segnalato una riduzione pari al 5,9% su base annuale. Questa tendenza da un lato accompagna l'uscita quasi totale dal segmento *Premium* (0,3% della produzione), dall'altro favorisce lo spostamento dell'11,4% dei volumi nella fascia alta dei vini *Super premium*, oltre i 10 euro a bottiglia, che raggiungono il 45,2% della produzione (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

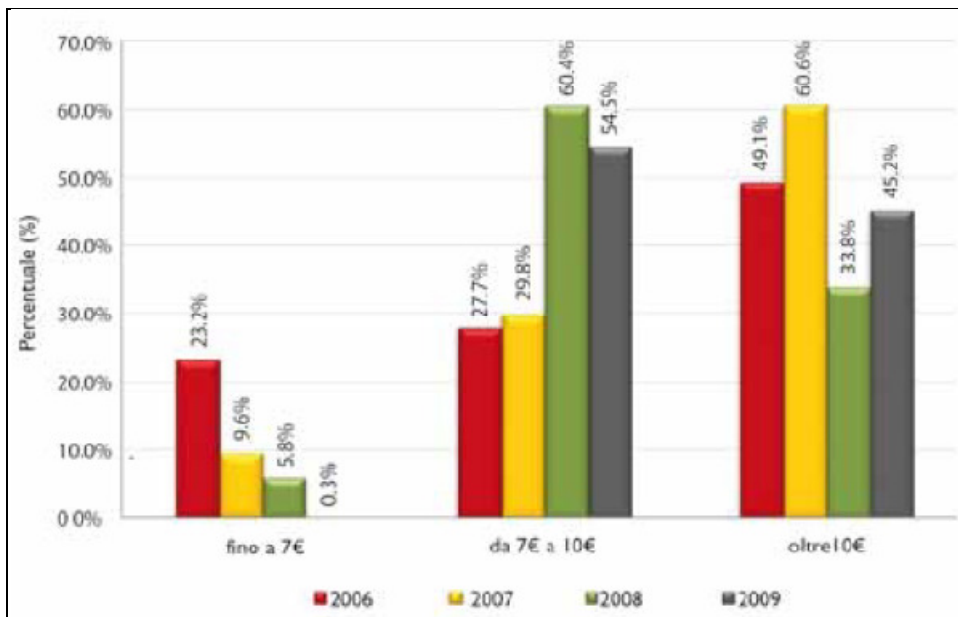


Figura 2.36 Superiore di Cartizze: posizionamento di prezzo franco spaccio aziendale in bottiglia (0,75 litri), anni 2006-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Con riferimento al canale all'ingrosso, come riportato nella figura 2.37, il 70% della produzione si è focalizzata tra 7 e 10 euro a bottiglia, segnalando un significativo incremento, pari al 7,7% delle vendite, che si associa alla riduzione, di pari peso, dei volumi commercializzati nel segmento *Premium*, che si riduce al 2,8%. Per questo, la quota delle vendite assorbite dal mercato nella fascia oltre i 10 euro a bottiglia si è mantenuta stabile, attestandosi al 27,2% dei volumi. I cambiamenti intervenuti nel mercato del Superiore di Cartizze hanno evidenziato differenze apprezzabili nel posizionamento di prezzo rispetto al 2008, rilevandosi una diversa politica di prezzo in relazione con i canali di sbocco (strategia “*multichannel pricing*”), che è ritornata ad avvantaggiare il canale diretto (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

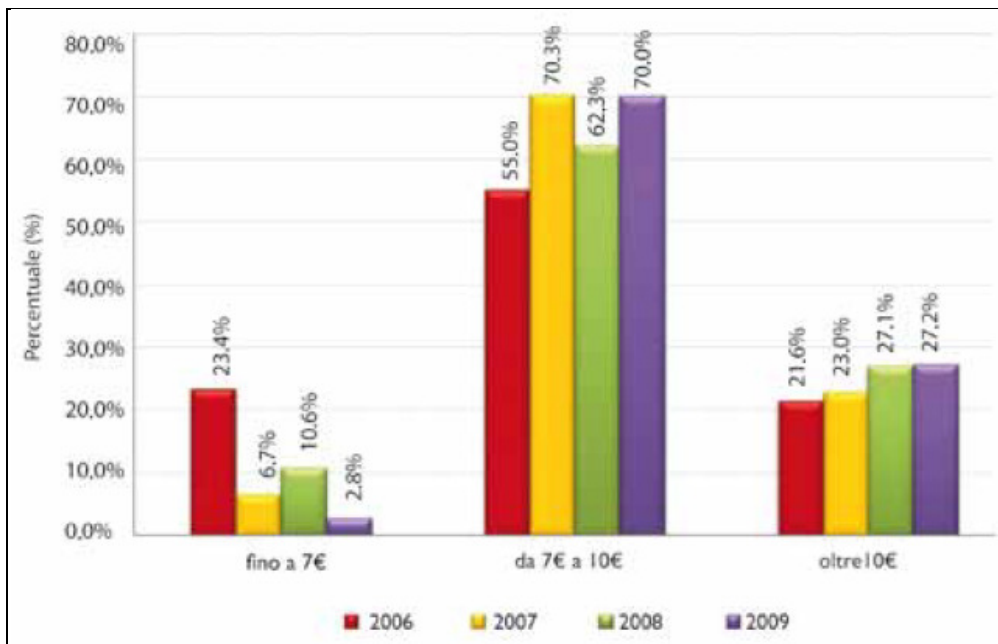


Figura 2.37 Superiore di Cartizze: posizionamento di prezzo franco azienda in bottiglia (0,75 litri), anni 2006-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3 Prosecco I.G.T.: Evoluzione del mercato e posizionamento del prezzo nel periodo 2003-2009

Sebbene dal 2010 il Prosecco I.G.T. (Indicazione Geografica Tipica) non sia più producibile e commercializzabile¹, esso ha rappresentato un ramo molto importante e cospicuo del mercato, italiano ed estero, del Prosecco fino all'annata 2009. Il Prosecco I.G.T. infatti entrava nella composizione strategica del portafoglio prodotti delle imprese del Distretto D.O.C. Conegliano-Valdobbiadene con una logica di diversificazione dell'offerta produttiva, al fine di accrescere la dimensione e la profondità della gamma produttiva. L'assetto strategico delle imprese, infatti, segue due differenti direzioni per la crescita sui mercati: affianca alle tradizionali produzioni di pregio a D.O.C., un'offerta di vini a I.G.T. per soddisfare la domanda nel modo più ampio possibile. Nel primo caso, in genere, la produzione è orientata verso un posizionamento nei segmenti di prezzo superiori. Il secondo, visto talvolta come completamento al primo, si indirizza verso un posizionamento in segmenti di consumo meno esigenti. In questo quadro, la diversificazione del

¹ L'esaurimento delle scorte e giacenze delle annate precedenti, come riportato nel nuovo disciplinare di produzione del Prosecco, doveva essere compiuto entro il termine fissato al 1° aprile 2010 ma poi ulteriormente prorogato fino al 31 dicembre 2010; da tale data il Prosecco I.G.T. non può più essere introdotto in commercio.

posizionamento permette di soddisfare in ampiezza e in profondità le richieste del consumatore, agendo soprattutto sulla leva del prezzo (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2007). Nell'ambito delle strategie di prodotto della Denominazione è importante considerare perciò anche i rapporti che sono intervenuti tra la Denominazione Conegliano Valdobbiadene e le I.G.T.. Le imprese spumantistiche del Prosecco fino al 2009, infatti, al fine di soddisfare al meglio la domanda, adottavano, in genere, soluzioni che contemplavano la presenza di un *mix* di prodotti aziendali, che andavano dallo spumante e frizzante a denominazione di origine al Superiore di Cartizze, dallo spumante I.G.T. al frizzante I.G.T.. La gamma poi poteva essere arricchita in profondità, con ulteriori referenze, come i 'cru' territoriali o particolari *cuvée* creati dagli enologi (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2009).

Si completava in questo modo un'offerta che vedeva al vertice della "piramide qualitativa", le produzioni di pregio, quali quelle del Superiore di Cartizze e del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene, e alla base il *business* dei prodotti a I.G.T., tra cui anche l'I.G.T. Prosecco. Da tenere conto che con una denominazione I.G.T. disponibile per una produzione, l'impresa imbottigliatrice può modulare opportunamente le strategie di vendita in relazione ai tempi e alle condizioni dei mercati e alle fasi del ciclo di vita del prodotto.

Le scelte adottate tendono a privilegiare una politica di prezzo volta a raccordarsi il più possibile con le istanze della domanda:

- I) fasce di prezzo medio-alte che ricercano qualità elevata e controllata, provenienza geografica garantita, riconoscibilità del brand;
- II) fasce di prezzo medio-basse per un prodotto dai caratteri varietali riconoscibili e di accessibilità economica (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2008).

Va da sé che le dimensioni del *mix* di prodotto vanno considerate, nel complesso, sotto i profili del marketing, come ulteriore espressione della condotta delle imprese sul mercato (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2009).

2.3.1 Tendenze del Prosecco a I.G.T. nelle imprese della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco

A questo punto è utile analizzare quelle tendenze del Prosecco I.G.T. nelle imprese della Denominazione Conegliano Valdobbiadene che si sono verificate nell'anno 2009, ultima annata, in cui la denominazione I.G.T. del Prosecco è stata prodotta. Attraverso l'indagine di studio condotta dal CIRVE nel 2009, le imprese della Denominazione Conegliano Valdobbiadene sono state analizzate considerando anche i rapporti di mercato che intervengono nella fase della commercializzazione delle versioni a Indicazioni Geografica Tipica. Questo tipologia di prodotti è utilizzato nella strategia delle imprese della Denominazione secondo logiche di *marketing mix* (la combinazione di variabili controllabili, dette "leve decisionali", di marketing che le imprese impiegano per raggiungere i propri obiettivi), opportunamente articolate e consolidate nel corso degli anni, negli aspetti delle leve di prodotto, prezzo, mercati e comunicazione.

Nel 2009, si è stimato che la dimensione potenziale del mercato del Prosecco a I.G.T. (oggi l'attuale D.O.C.) in bottiglia, prodotto nella vendemmia 2009, abbia oltrepassato la soglia dei 120 milioni di bottiglie. Le imprese del campione analizzato comprendono 122 aziende che hanno destinato alla commercializzazione 37 milioni in bottiglia nel 2009. Con riferimento alla suddivisione per versione produttiva, lo spumante ha registrato il 40,6% della produzione imbottigliata, e il frizzante detiene un rapporto di quota pari al 59,6%.

Da queste analisi sono stati ricavati gli elementi significativi delle evoluzioni in atto, relativi sia alla situazione rilevata nel 2009, sia all'asse temporale settennale 2003-2009 (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

L'analisi dell'evoluzione è stata effettuata previa normalizzazione dei dati del campione, che ha portato a considerare il solo *pool* di aziende che, nell'arco del settennio di riferimento 2003- 2009, hanno cooperato in modo continuativo al progetto di ricerca.

Accanto alle analisi aggregate, condotte sull'intero campione, il procedimento ha previsto una suddivisione per classi dimensionali. La segmentazione del campione è stata effettuata utilizzando come criterio discriminante la produzione totale commercializzata in bottiglia nel 2009, che permette di cogliere più in profondità le tendenze intervenute nella realtà aziendale della denominazione.

La stratificazione aziendale in *cluster* (gruppo di elementi omogenei in un insieme di dati), è stata dimensionata sulla base del totale delle bottiglie commercializzate (da 0,75 litri), sia D.O.C. che I.G.T., nelle rispettive versioni spumante e frizzante. Gli strati del campione sono stati suddivisi in:

i) aziende piccole (<150.000 bottiglie); *ii*) aziende medie (150.000-500.000); *iii*) aziende grandi (500.001-1.000.000); *iv*) aziende molto grandi (>1.000.000).

Relativamente al campione stabilizzato, ai fini comparativi inter-annuali si è assunta l'invarianza dei rapporti di composizione per classe dimensionale.

Il campione stabilizzato contempla una distribuzione, per numero di aziende, che comprende le seguenti frequenze (Tabella 2.14): 1) il 62,3% di aziende piccole (<150.000 bottiglie commercializzate); 2) il 16,4% di aziende medie (150.001-500.000 bottiglie); 3) il 7,4% di aziende grandi (500.001-1.000.000 di bottiglie); 4) il 13,9% di aziende molto grandi (>1.000.000 bottiglie) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

Classe dimensionale	Numero aziende	% su numero aziende	Produzione commercializzata	% su produzione commercializzata
Piccole (<i>< 150.000 bott.</i>)	76	2.660.634	62,3	3,3
Medie (<i>150-500.000 bott.</i>)	20	6.462.666	16,4	8,1
Grandi 1 (<i>500-1.000.000 bott.</i>)	9	6.836.748	7,4	8,6
Grandi 2 (<i>> 1.000.000 bott.</i>)	17	63.850.253	13,9	80,0
Totale	122	79.810.301	100,0	100,0

Tabella 2.14 Campione stabilizzato: distribuzione per numero di aziende, anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3.2 Prosecco a IGT: cambiamenti nelle strutture di mercato in Italia e all'estero

Dall'esame dei risultati dello spumante I.G.T. Prosecco, nel settennio 2003-2009, si è registrato una significativa crescita delle esportazioni che hanno raggiunto il 46,8%, con un aumento della propensione all'*export* pari al 6,9% su base annua. Questa ultima ha trainato al rialzo (+5,9%) il rapporto di quota nel periodo 2003 – 2009 (Figura 2.38).

Analogamente, la versione frizzante ha registrato un'espansione delle quote esportate, che hanno raggiunto nuovamente il massimo, su base settennale, con il 71,8% delle vendite (Figura 2.39), segnalando un aumento pari allo 0,4% su base annuale e una crescita pari al 2,8% in raffronto alla quota detenuta nel 2003 (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

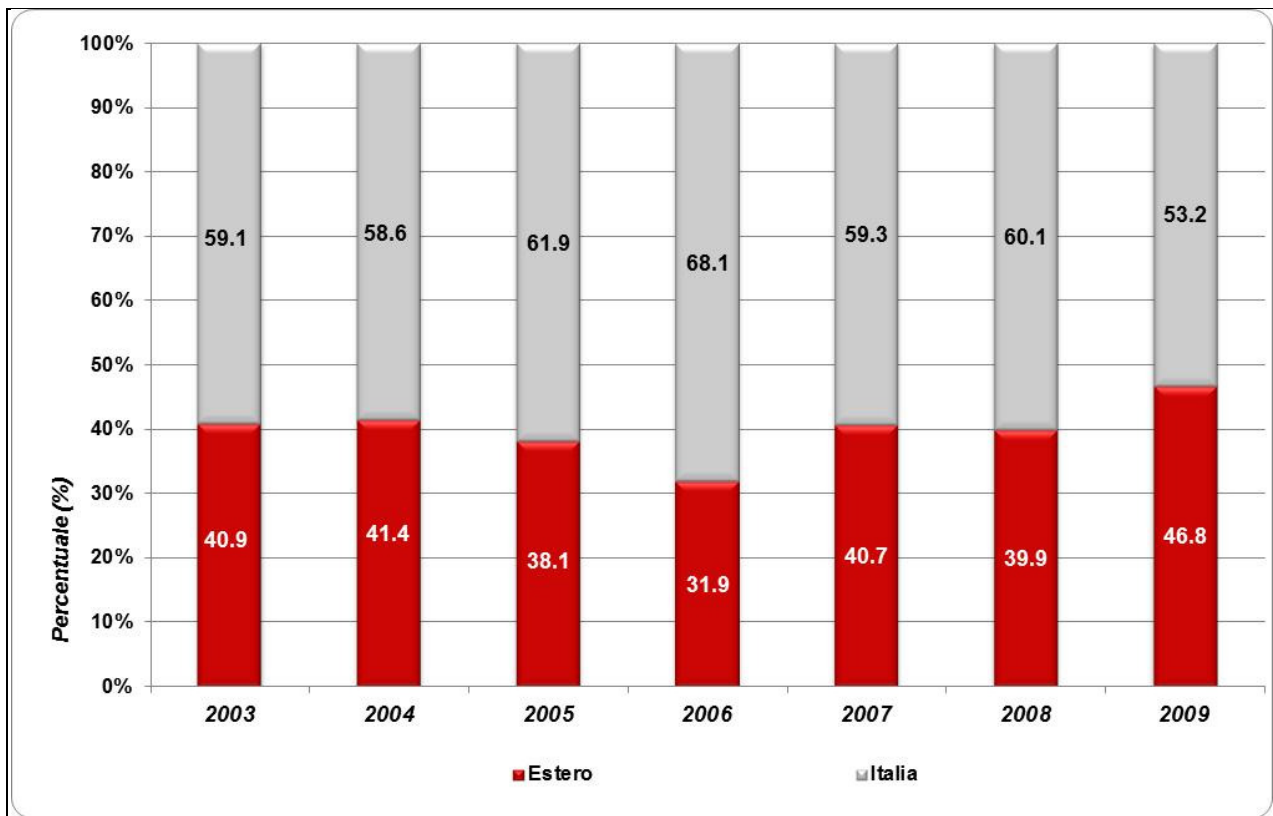


Figura 2.38 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: esportazioni dello spumante per i mercati Italia - estero, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

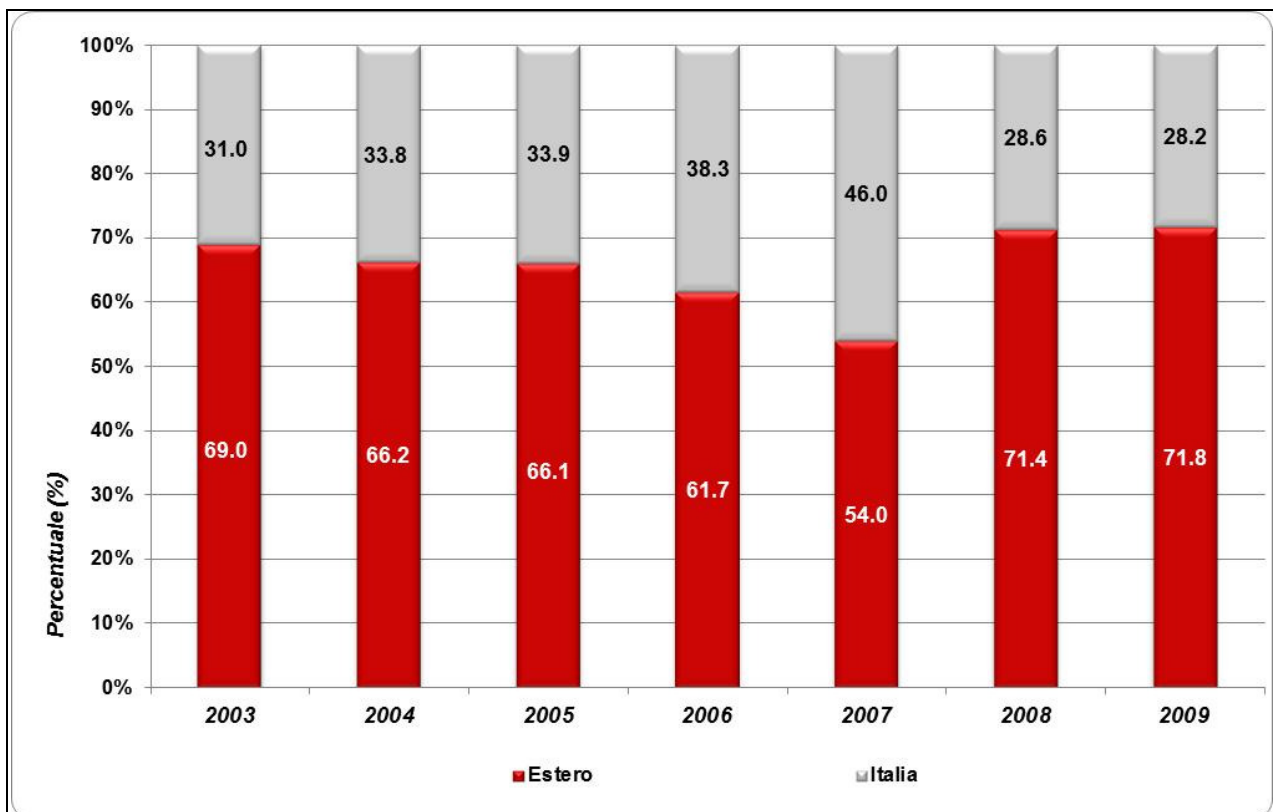


Figura 2.39 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: esportazioni del frizzante per i mercati Italia-estero, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3.3 L'andamento del mercato del Prosecco I.G.T.

Nell'ambito dell'andamento delle vendite dello spumante per aree Nielsen, il Nord Est nel 2009 ha mantenuto la *leadership* in Italia con il 35,3% delle vendite, ma ha teso a contrarre la sua importanza rispetto al 2008 (-2,1%) e nel confronto con il 2003 (-12,3%) (Figura 2.40). Questa tendenza si contrappone alla notevole crescita che si è manifestata da parte del Nord Ovest che raggiungendo il 30,9% dei volumi, ha esteso il rapporto di quota di 7 punti percentuali su base annua e del 10,6% nel settennio. In questo quadro si sono mantenute abbastanza stabili e su livelli di assoluto rilievo le quote destinate alle regioni del Centro e del Sud, che rispettivamente, nel 2009, hanno assorbito il 20,4% e il 13,4% delle vendite.

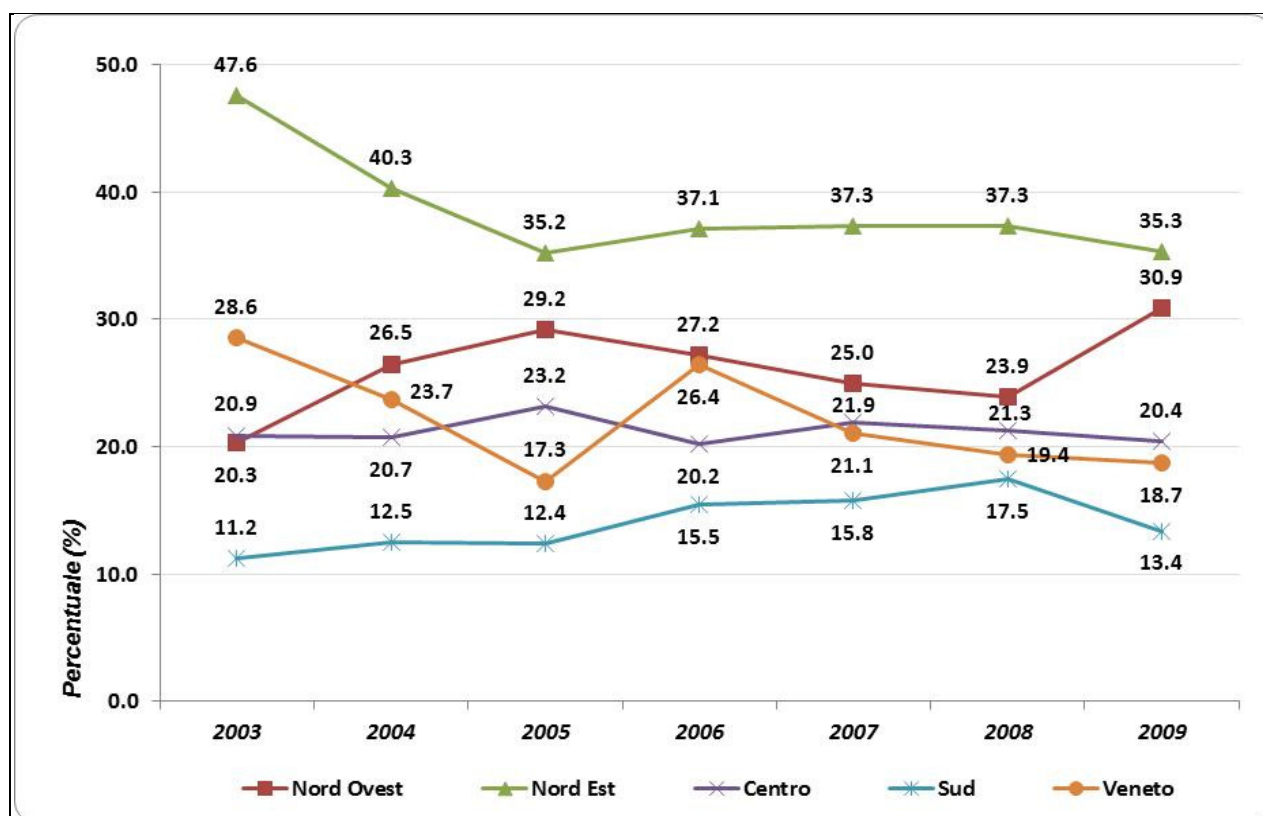


Figura 2.40 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: spumante per aree Nielsen in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Per quanto attiene il frizzante, nel corso del settennio, il mercato si è confermato 'bipolare' e si accompagna a un'alternanza al vertice delle macro aree settentrionali: nel 2009 il Nord Est si è

attestato al 38,2% delle vendite precedendo il Nord Ovest che rimbalza al 37,5% (Figura 2.41). Questo risultato si accompagna, tuttavia, a una perdita relativa e d'importanza del ruolo delle regioni orientali, più lieve in raffronto all'ultima annata 2009, più accentuata nel confronto con il settennio (-9,4%). Per contro, il Nord Ovest è cresciuto significativamente nell'ultimo anno (+8,4%) e nel settennio (+5,3%). Queste variazioni tendenziali si accompagnano al progresso del Centro che ha raggiunto 16,3% delle vendite, denotando una crescita pari al 4,8% su base settennale e di 2 punti percentuali su base annuale, mentre il Sud, al 2009, è ritornato al di sotto della quota detenuta nel 2003 (con l'8%), in virtù della flessione intercorsa nell'ultimo anno (-5,7%) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

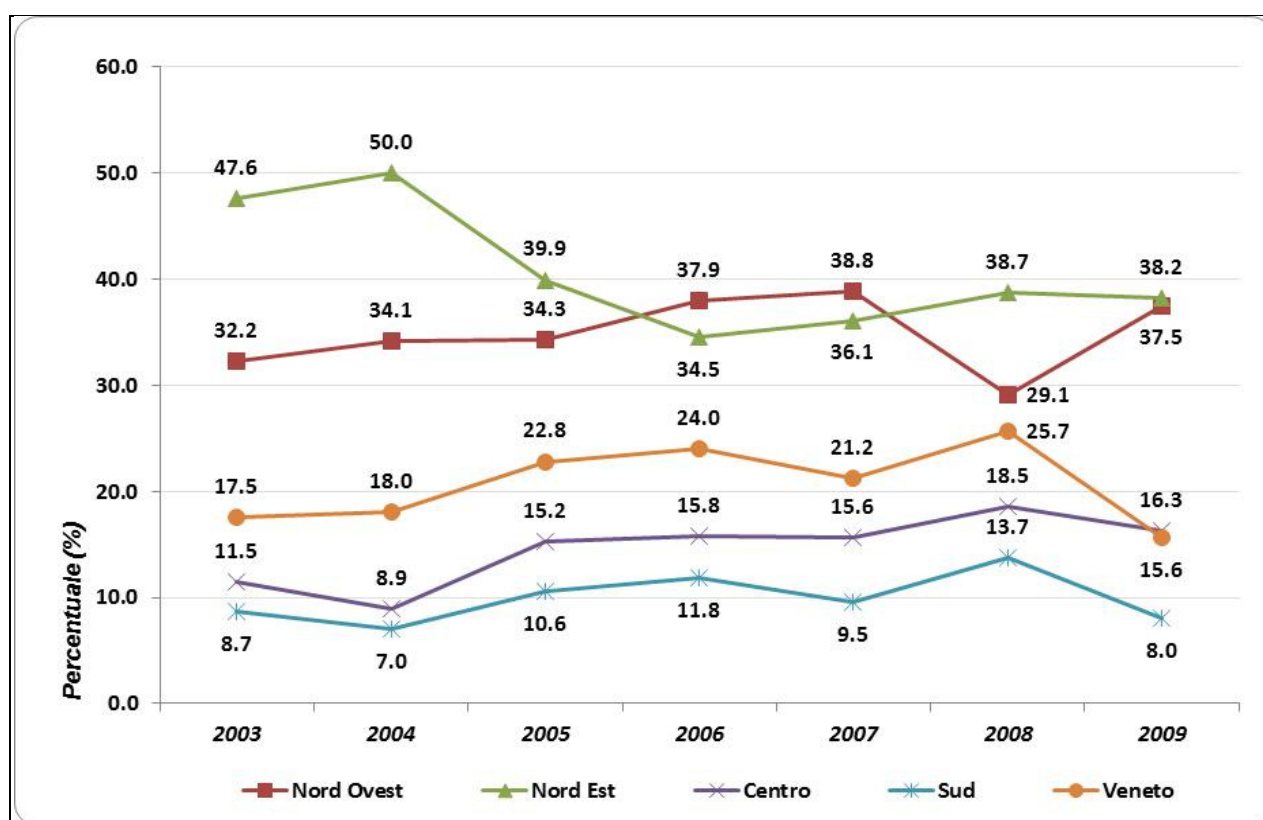


Figura 2.41 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: frizzante per aree Nielsen in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3.4 I canali distributivi del Prosecco I.G.T.

Dall'analisi dei canali di sbocco dello spumante in Italia, nel 2009 si è registrata una situazione delle vendite sostanzialmente "bi - canale" equamente distribuite tra il canale *HoReCa* (40,9%) e dei grossisti (39%) (Figura 2.42). Al riguardo, si nota che la Grande Distribuzione Organizzata

(15,2%) e la vendita diretta (1,8%) tendono a ricoprire un ruolo di secondo piano come canali di sbocco. In questo ambito, l'*HoReCa* è cresciuta su base annuale (+2,1%) ma ha perso nel lungo periodo 34 punti percentuali, mentre i grossisti hanno guadagnato il 6,2% in termini di rapporto di quota nell'ultimo quadriennio. Per contro, la GDO ha perso 5 punti percentuali su base annuale, ma è riuscita a guadagnare nel lungo periodo (+2,5% nel settennio), con il 15,2% delle vendite. Le vendite dirette hanno ridotto il loro peso all'1,8%, segnalando una lieve contrazione, pari all'1,2%, su base settennale.

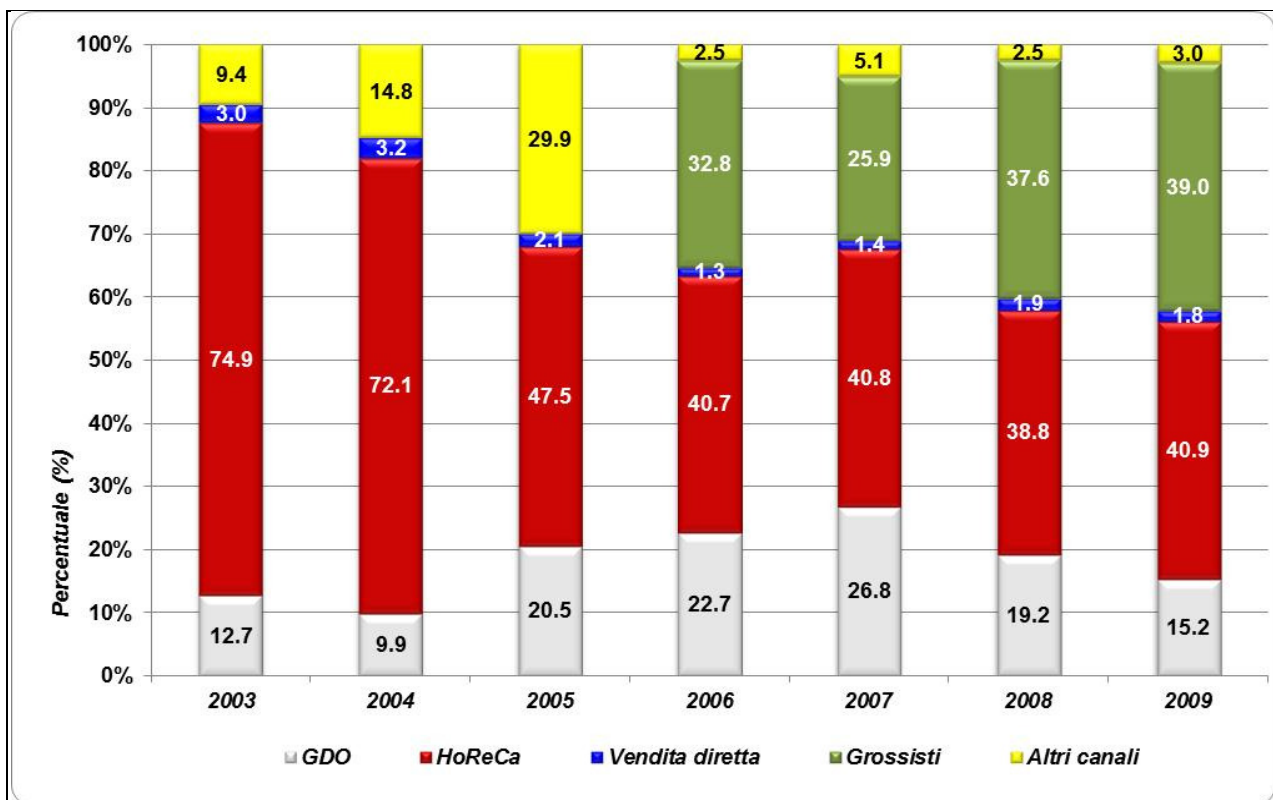


Figura 2.42 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: spumante per canali di commercializzazione in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

Dall'esame della versione frizzante, nel 2009 si è rafforzata la posizione egemone della GDO quale canale di riferimento con il 67,8% delle vendite sul mercato domestico, segmento che ha guadagnato "terreno" sia su base annuale, recuperando un peso di canale pari al 5,1% e soprattutto nel corso del periodo 2003–2009 (+23,1%) (Figura 2.43). Per questa tipologia produttiva, i grossisti ricoprono un ruolo di secondo piano con il 15,6% dei volumi e denotano una riduzione della quota di mercato su base annuale e specialmente in raffronto al 2006 (-3,6%). L'*HoReCa*, dal canto suo, è passata da canale di riferimento delle vendite del 2003 alla terza posizione del 2009, con il 12,2%

delle vendite, segnalando una significativa perdita di importanza sia nel breve periodo (-5,1%) sia nel lungo termine (-18,5%). La vendita diretta ha registrato un'importanza limitata nella commercializzazione del frizzante a I.G.T., pari all'1,5% dei volumi, che si accompagna a una perdita del rapporto di quota maggiormente evidente se viene considerato il settennio (-17,9%) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

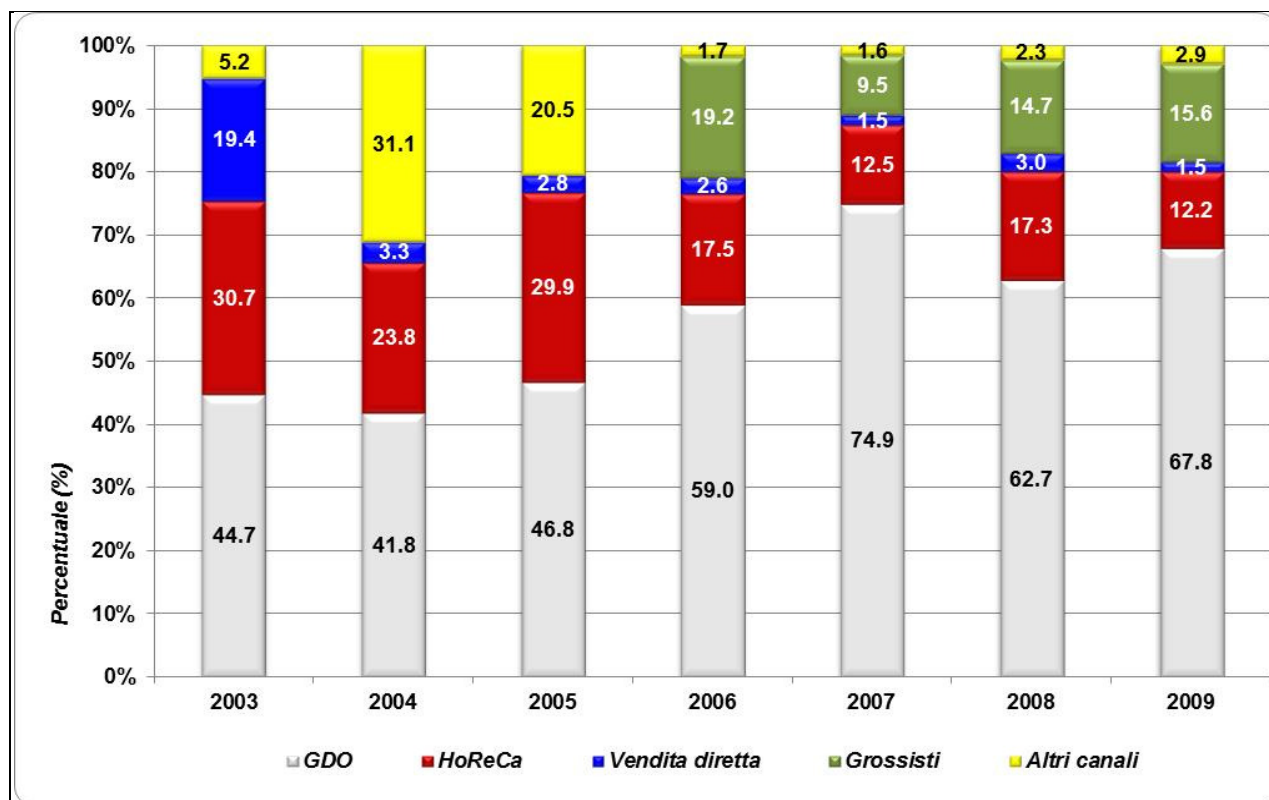


Figura 2.43 Evoluzione di mercato del Prosecco IGT: frizzante per canali di commercializzazione in Italia, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3.5 Le vendite del Prosecco I.G.T.

Dall'analisi condotta nell'ambito delle esportazioni del Prosecco spumante a I.G.T., l'Europa, nel 2009, si è confermata il mercato di riferimento con il 67,5% delle vendite, ma ha riscontrato una flessione significativa su base annuale, pari al 7,4%, con una riduzione su base settennale al 5,4% (Figura 2.44). In quest'ambito, la Germania si è confermata il mercato di riferimento delle esportazioni con il 28,4% delle vendite, pur contraendo in modo rilevante la quota di mercato sia rispetto al 2008 (-2,5%), sia soprattutto in raffronto al 2003 (-22,3%). A questa tendenza è andato a contrapporsi l'andamento delle vendite sul mercato del Regno Unito che, nonostante la perdita di 3

punti percentuali su base annuale, ha aumentato sensibilmente nel corso del periodo 2003-2009 (+15,5%). Questa dinamica di fondo si è associata alla crescita del ruolo dell'Austria, che ha raggiunto l'8,7% delle vendite estere, andando a segnalare un progresso abbastanza regolare, pari a 2,1% su base annuale e al 7,3% nella media settennale. Per contro, la Svizzera è calata al 7,7% delle vendite perdendo il 2,8% dal 2008 e il 6,8% dal 2003. I mercati Nord europei (Benelux e Scandinavia) hanno aumentato invece lievemente nel complesso, andando a raggiungere il 3,8% delle vendite estere.

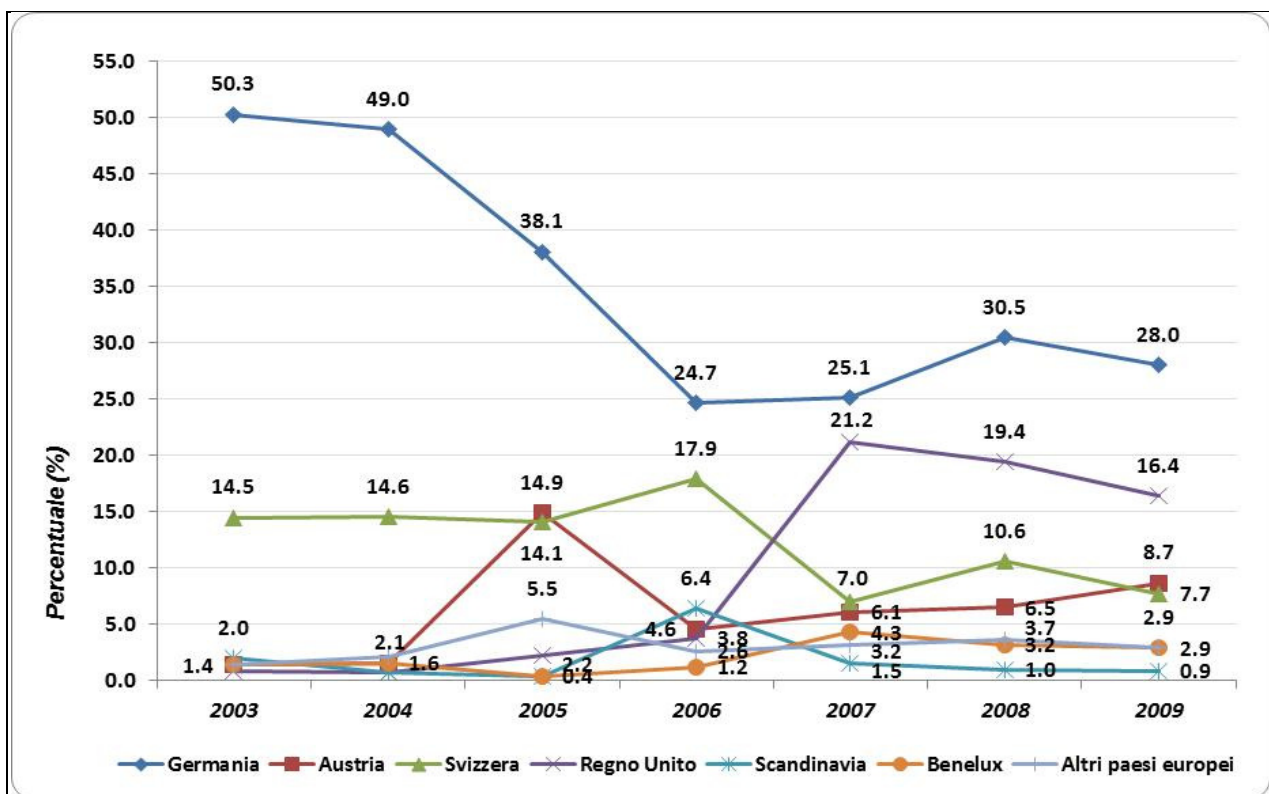


Figura 2.44 Evoluzione di mercato del Prosecco IGT: esportazioni europee dello spumante per Paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Il mercato del frizzante commercializzato in Europa rappresenta il 94,7% delle quote esportate, segnalando una flessione pari al 4,6% nell'arco temporale 2003 - 2009 (Figura 2.45).

In questo quadro, la Germania, nel 2009, ha detenuto la maggioranza assoluta delle vendite, con il 67,4%, ma ha registrato una flessione delle quote di mercato sia rispetto nel 2008 (-7%) e soprattutto in raffronto con il 2003 (-13,7%). Questa dinamica si associa alla significativa ed interessante crescita dei mercati Nord europei avvenuta negli ultimi anni. In particolare, il Benelux ha raggiunto il 13,5% delle vendite estere e si è segnalato per uno sviluppo della quota di mercato, pari all'8,7% dal 2008 e di 13 punti percentuali rispetto al 2003. Il Regno Unito, inoltre, è salito al

3,6% delle vendite divenendo un interessante mercato di sbocco. Dal canto loro, l'Austria e la Svizzera hanno confermato la dinamica riflessiva delle vendite dei Paesi di “lingua tedesca”, con quote pari rispettivamente al 7,7% e all'1,5% dei volumi esteri, segnalando una flessione di 8 punti percentuali su base settennale, nonostante la ripresa ascrivibile all'ultimo anno (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

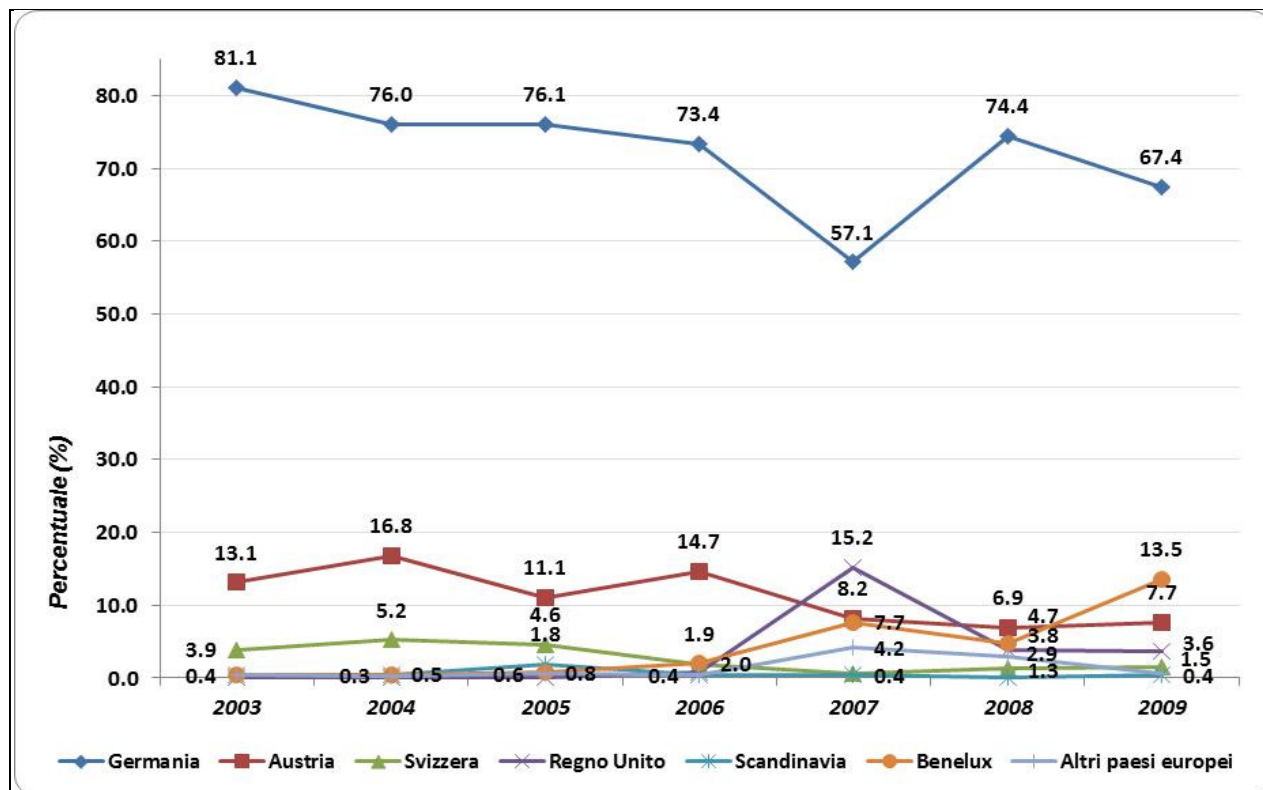


Figura 2.45 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: esportazioni europee del frizzante per Paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3.6 Prosecco a IGT: cambiamenti nelle esportazioni dei Paesi del resto del mondo

Dall'esame dei risultati del mercato *extra* europeo dello spumante, nell'anno 2009 è emerso un progresso della quota di mercato, pari al 7,4% su base settennale, che ha portato l'export al 32,5% delle esportazioni totali (Figura 2.47). In questa area, gli Stati Uniti detengono il 25,5% delle vendite e rappresentano il secondo mercato di riferimento internazionale, con un progresso pari all'8,5% su base annuale, che ha portato il guadagno, della quota di mercato realizzato dal 2003, al 14%. Seguono da lontano i mercati minori: il Canada con il 2,2% e l'America Latina, che con l'1,7%

ha manifestato una contrazione significativa del mercato su base settennale (-10,2%), e lieve su base annua (-0,8%). Tali dinamiche si sono accompagnate a una stabilizzazione del mercato giapponese con l'1,3% dell'*export*. Dall'esame dei mercati internazionali del frizzante è emersa l'importante crescita del 4,6% dei Paesi *extra* europei che, nel 2009, si sono attestati nel complesso al 5,3% delle vendite estere (Figura 2.48). L'area Nord americana traina lo sviluppo di questi mercati con il 3,6% delle esportazioni e una crescita del 3,2% nel settennio. Questa dinamica si associa alla ripresa delle vendite verso l'America Latina, che si sono attestate all'1,4% del totale ed una leggera flessione, su base annua, del mercato nipponico allo 0,3% (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

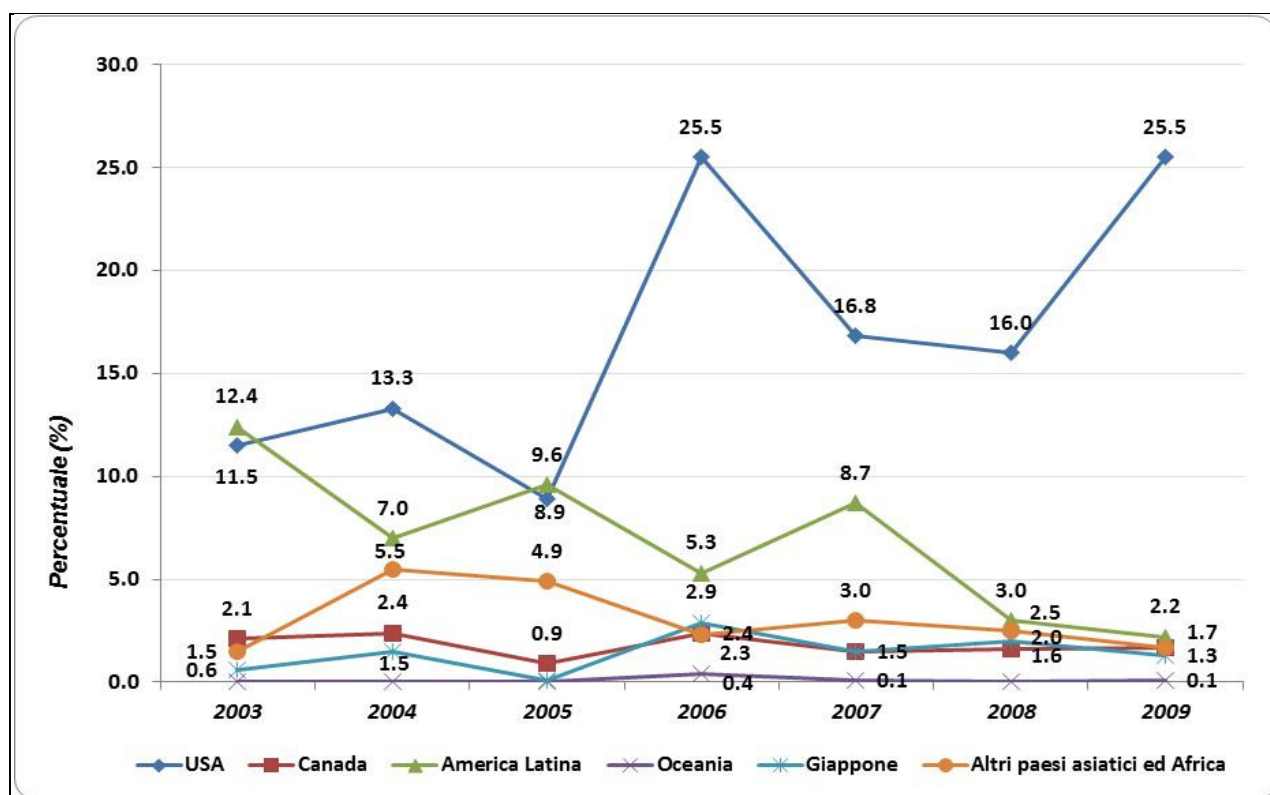


Figura 2.47 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: esportazioni extra europee dello spumante per paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

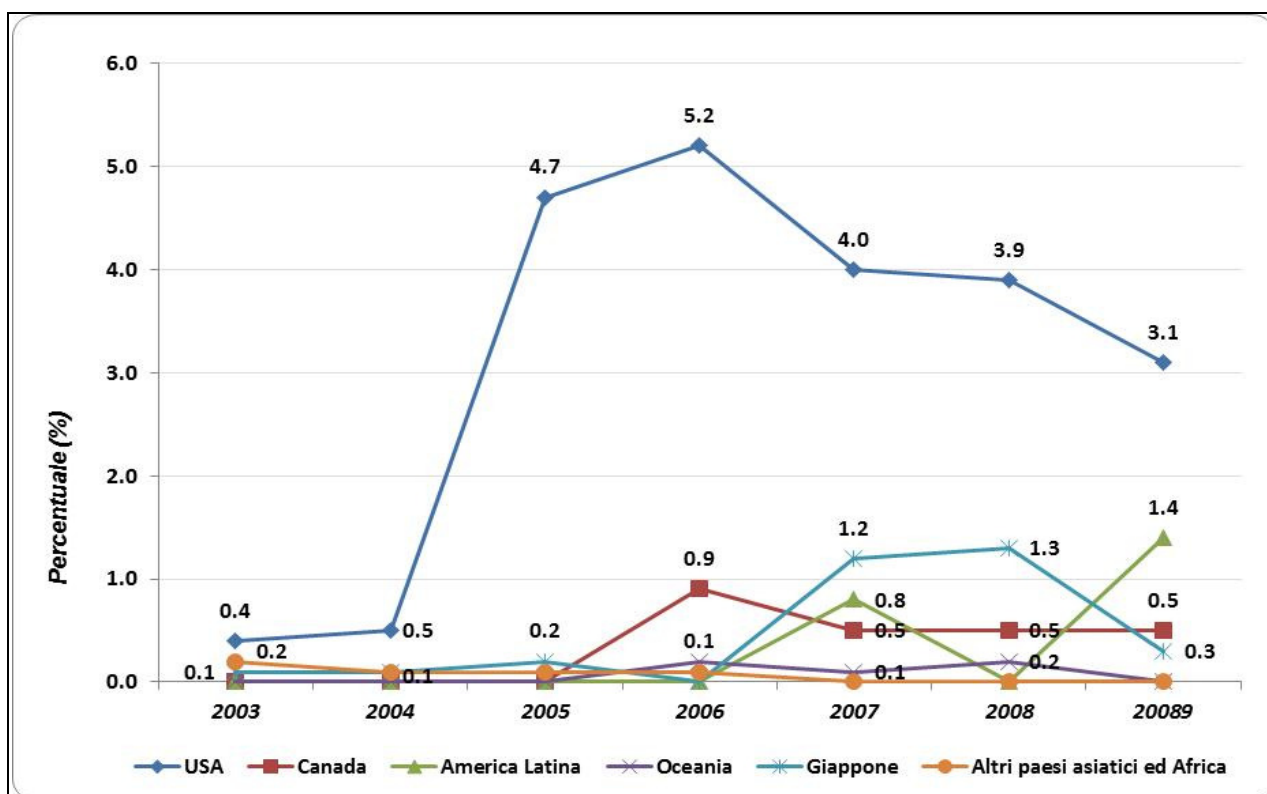


Figura 2.48 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: esportazioni extra europee del frizzante per Paese, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3.7 Cambiamenti nel posizionamento di prezzo del Prosecco I.G.T.

Prosecco Spumante

Nell'anno 2009, dall'esame del livello dei prezzi applicati allo spaccio aziendale emerge una differenziata politica di prezzo rispetto del 2008, già presente negli anni precedenti e più accentuata rispetto alla tipologia a D.O.C.. In particolare, le vendite allo spaccio aziendale dello spumante hanno denotato un posizionamento di prezzo che ha privilegiato le vendite nella fascia dei vini *Popular premium* tra 3 e 4 euro a bottiglia, con il 51,3% della produzione, segnalando un aumento del rapporto di quota pari al 25,9% su base annuale (Figura 2.49).

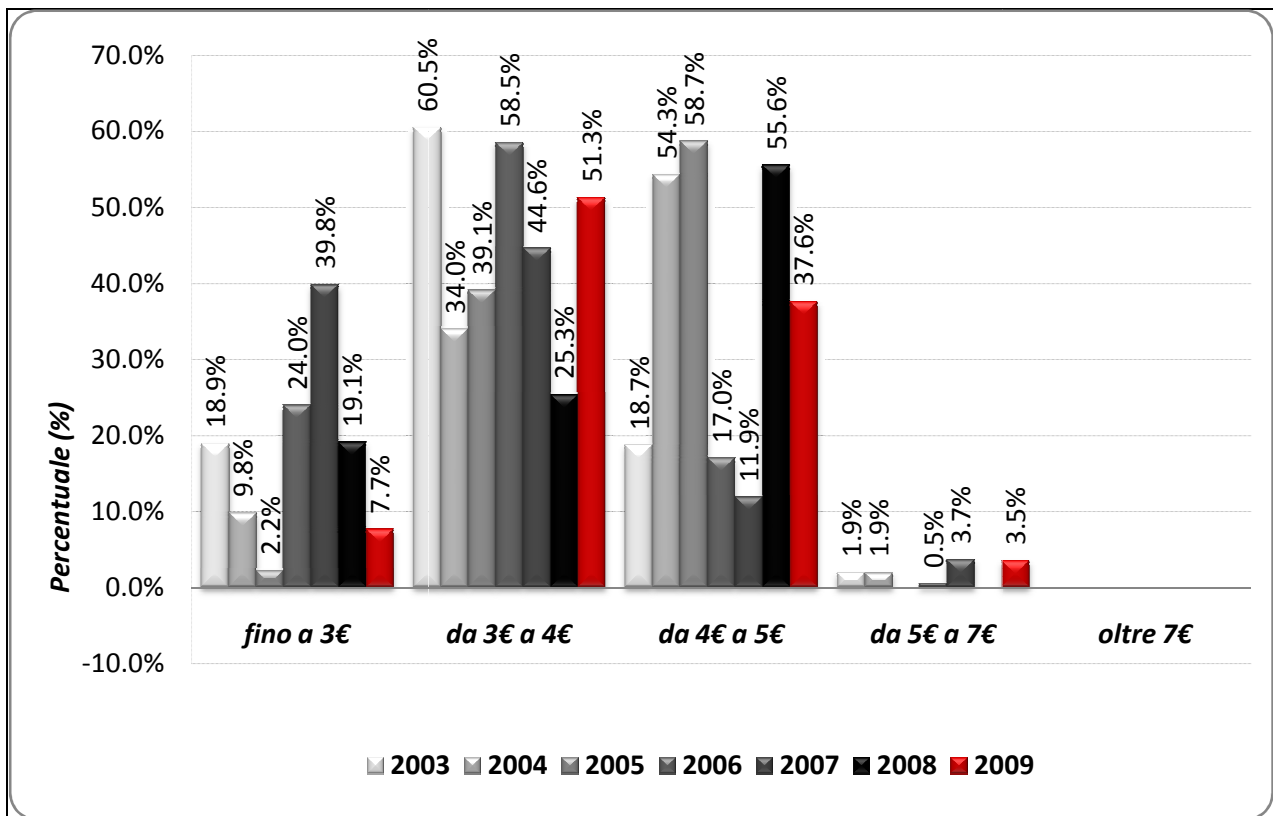


Figura 2.49 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Questa tendenza si accompagna, da un lato, alla flessione del segmento di prezzo tra 4 e 5 euro a bottiglia (-18% della produzione), che scende al 37,6%; dall'altro, alla contrazione della fascia *Basic* al 7%, che ha registrato una diminuzione pari all'11,5%. Per contro, il 3,5% della produzione ha previsto un ritocco al rialzo del corso dei listini nella fascia *Premium*. Con riferimento alle analisi sulle *performance* del prezzo dello spumante per classe dimensionale, sono emerse delle differenze rispetto al 2008 (Figura 2.50).

Le imprese piccole hanno mantenuto un forte presidio della fascia *Popular premium*, tra i 3 e i 4 euro a bottiglia, con il 58% della produzione venduta e si sono contraddistinte per la crescita della fascia tra 4 e 5 euro a bottiglia, pari al 14,5% su base annuale. Le aziende medie si sono focalizzate nel segmento tra 3 e 4 euro a bottiglia, con il 63,5% delle vendite e si sono distinte per il sensibile apprezzamento della fascia *Premium*, pari al 9,4%. Dal canto loro, le aziende grandi, da un lato, hanno dimostrato una maggiore forza commerciale collocandosi con il 63,2% dei volumi nella fascia *Premium* (più elevata), tra 4 e 5 a euro a bottiglia; dall'altro, hanno ritoccato al ribasso il listino dei prezzi nella fascia tra 3 e 4 euro, che ha segnalato un aumento pari all'11,3%. Le aziende relativamente molto grandi in termini di scala produttiva hanno privilegiato l'assorbimento delle

vendite nella fascia *Popular premium* (88,9%), e uno spostamento dei volumi nella fascia dai 3 ai 4 euro a bottiglia (+5,3%) (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

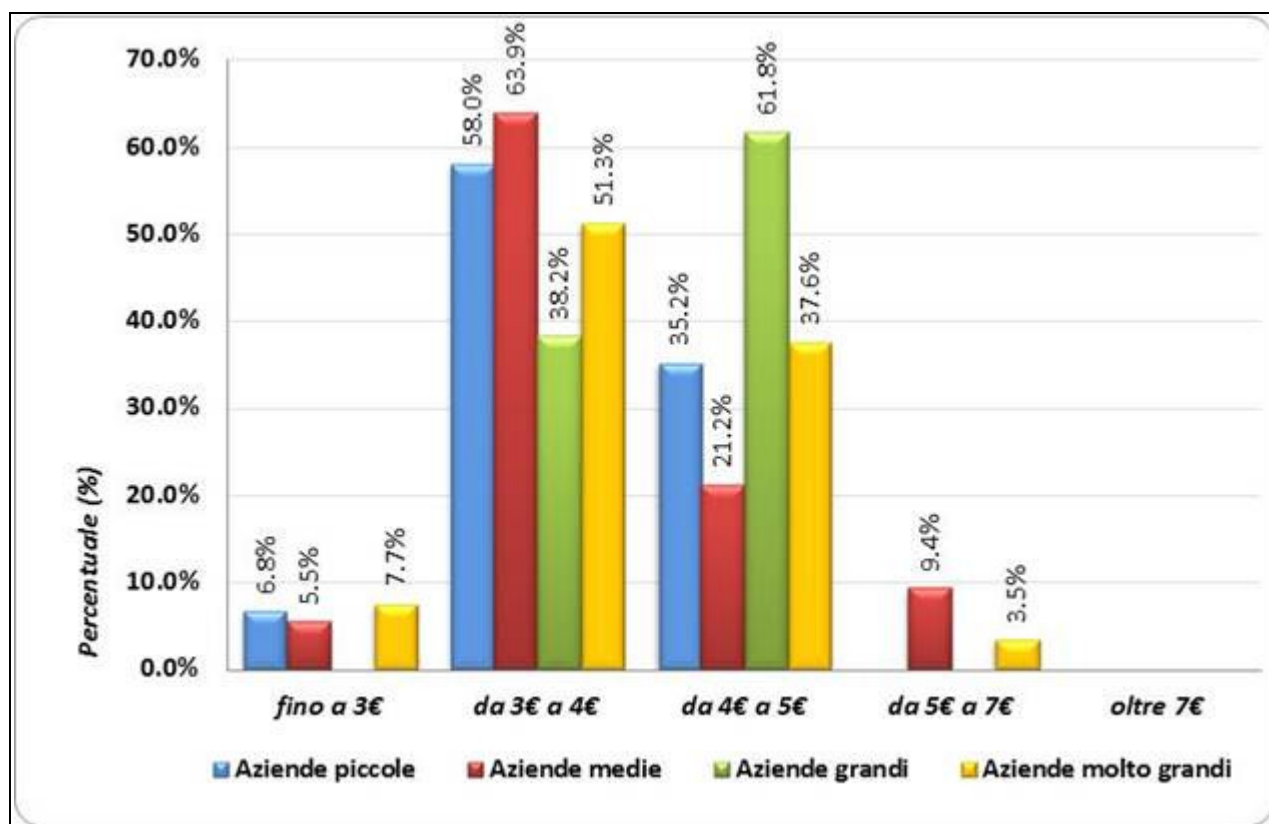


Figura 2.50 Prosecco I.G.T.: posizionamento di prezzo dello spumante, franco spaccio aziendale per classe dimensionale, anno 2009 (fonte; Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Prosecco Frizzante

Con riferimento al frizzante, è emerso nel 2009 un apprezzamento generale del livello dei prezzi rispetto al 2008, superiore rispetto all'inflazione, con un andamento che ricalca da vicino quello della versione spumante (Figura 2.51). In particolare, la maggior parte della produzione è stata venduta nella fascia *Popular premium* (45,2%), tra 3 e 4 euro a bottiglia, mostrando un aumento pari al 4,4% su base annuale. Questa tendenza si è associata all'aumento della quota commercializzata nel segmento tra 4 e 5 euro a bottiglia (+3,3%), che è salita fino al 26,5% dei volumi. A questa variazione tendenziale si è contrapposta la flessione della fascia *Basic*, con il 25,2% delle vendite, che corrisponde a una flessione su base annuale pari all'11,5%, a cui si è associata la fascia *Premium* che si è consolidata, invece, al 2,8%.

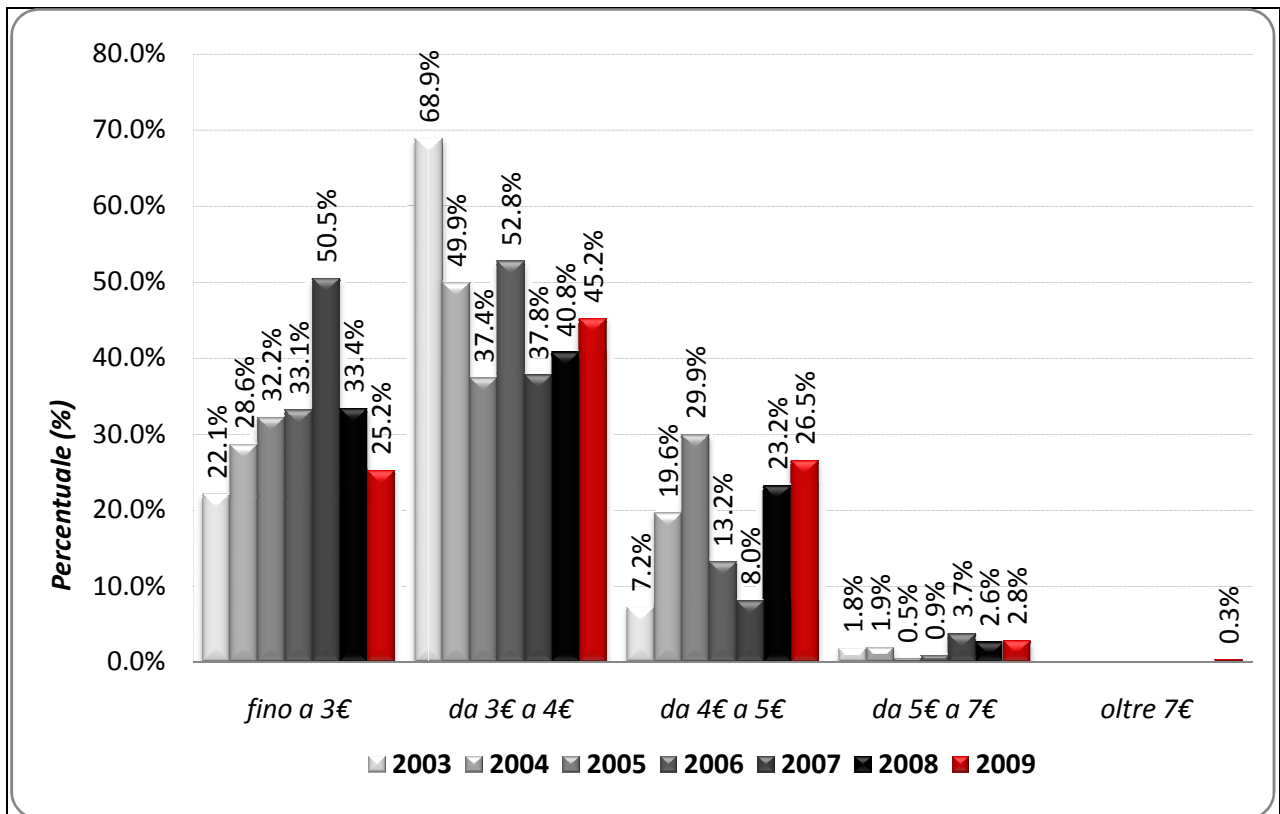


Figura 2.51 Evoluzione di mercato del Prosecco I.G.T.: posizionamento di prezzo del frizzante, franco spaccio aziendale, 2003-2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

Per quanto attiene il frizzante, l'andamento del livello dei prezzi applicati allo spaccio aziendale ha denotato una condotta differente rispetto al 2008, e in relazione con la classe dimensionale d'impresa (Figura 2.52). In particolare, le aziende piccole hanno ridotto il *gap* di prezzo rispetto alle medie focalizzandosi anch'esse nella fascia tra 3 e 4 euro a bottiglia, andando a collocare rispettivamente il 45,5% e il 53% dei volumi. Diversamente, le aziende grandi hanno rovesciato a loro vantaggio i rapporti forza in raffronto alle imprese molto grandi, destinando le prime il 46,1% delle vendite nella fascia tra 4 e 5 euro a bottiglia, le seconde il 45,2% dei volumi nel segmento tra 3 e 4 euro a bottiglia (Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010).

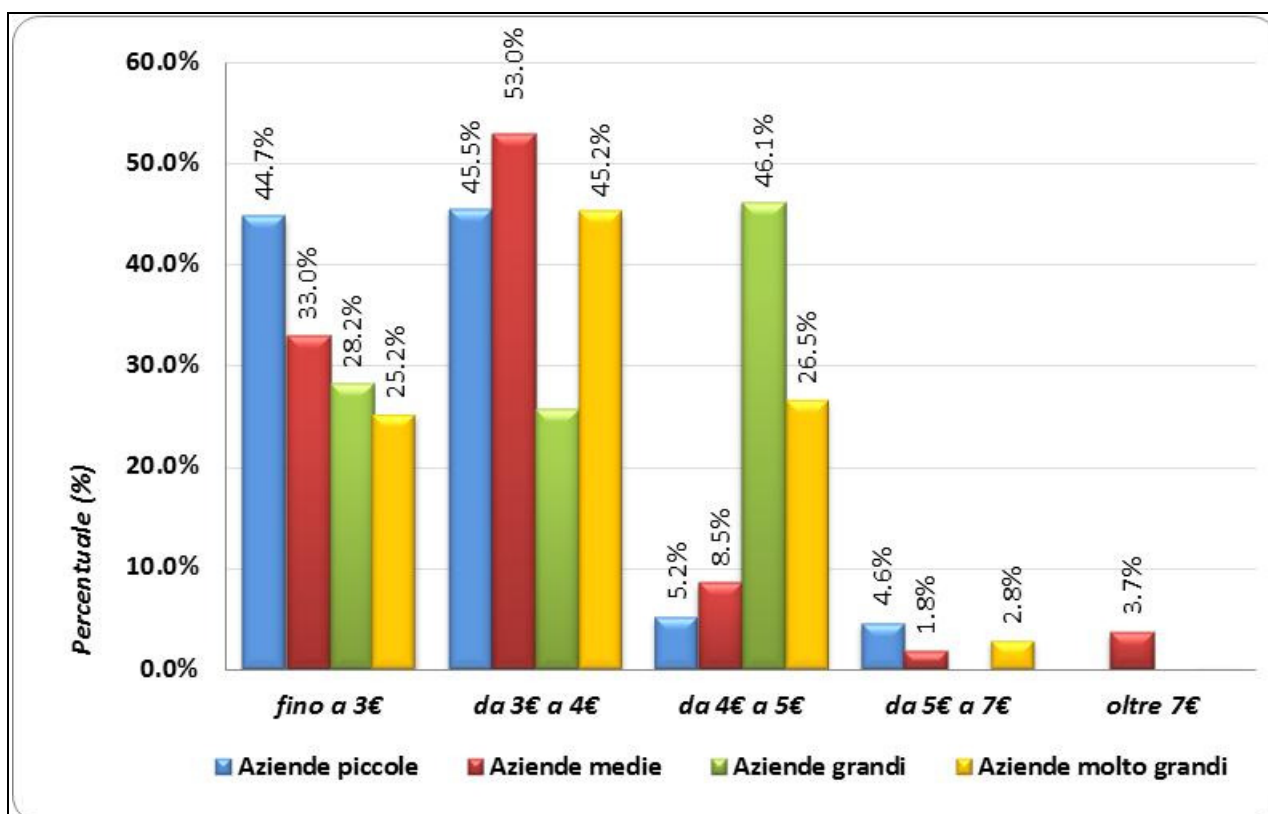


Figura 2.52 Prosecco I.G.T.: posizionamento di prezzo del frizzante, franco spaccio aziendale per classe dimensionale, anno 2009 (fonte: Boatto, Balestrieri e Barisan, 2010)

2.3.8 Prosecco I.G.T.: Risultati produttivi ed economici all'annata 2009

Nell'ultima annata in cui la denominazione I.G.T. del Prosecco è stata in vigore, il valore delle vendite di Prosecco spumante I.G.T. nel canale della GDO ha superato, nell'annata terminante a settembre 2009, i 30 milioni di euro, corrispondente all'11,5% del complesso degli spumanti italiani (Tabella 2.15). La percentuale di frizzante I.G.T., rispetto al totale dei bianchi frizzanti, è del 12,3%, con un volume d'affari di oltre 10 milioni di euro. Il prezzo medio per bottiglia dello spumante I.G.T. è stato di 4,05 euro, inferiore alla media degli spumanti italiani di quasi il 12%. Per quanto riguarda il frizzante I.G.T., il prezzo medio è stato di 3,36 euro, superiore del 42,5% alla media dei frizzanti italiani (Galletto, 2009).

	Vendite in Valore (€)	Vendite in Volume (Lt)	Vendite in Unità (bott.)	Prezzo medio in volume (€/bott.)
Prosecco Spumante Igt (Var. % 2009/2008)	30.418.581 (12,9)	5.629.021 (6,6)	7.849.653 (6,2)	4,05 (5,9)
Totale Spumanti (Var. % 2009/2008)	263.669.836 (4,8)	43.066.281 (0,1)	57.492.221 (0,1)	4.59 (4,7)
Prosecco Frizzante Igt (Var. % 2009/2008)	10.041.712 (20,6)	2.235.038 (18,4)	3.063.920 (18,6)	3.36 (1,9)
Tot. Bianchi Frizzanti (Var. % 2009/2008)	81.684.192 (4,3)	23.708.188 (-0,6)	31.349.145 (-0,5)	2.36 (4,9)

Tabella 2.15 Mercato del Prosecco I.G.T. a valore, volume e prezzo medio per bottiglia nel canale della GDO (ottobre 2008 - settembre 2009), (fonte: Galletto, 2009)

Nei sub-canali della GDO, anche per i Prosecco I.G.T., l'incidenza maggiore compete ai supermercati, che assommano circa i due terzi delle vendite per entrambe le tipologie (Tabella 2.16). Con quasi un quarto delle vendite, gli ipermercati rivestono un ruolo rilevante per il frizzante I.G.T.. Questa tipologia presenta pure a livello di supermercati la crescita più consistente rispetto all'annata precedente.

	Valore delle vendite (€)				% su totale ISS		
	Ipermercati	Super	Superettes	Totale ISS	Iper	Sup.	S.ttes
Prosecco Spumante Igt (Var. % 2009/2008)	5.619.786 (11,2)	20.316.419 (13,0)	4.482.372 (14,9)	30.418.581	18,5	66,8	14,7
Tot. Spumanti	57.131.416	165.549.906	29.996.385	252.677.707	22,6	65,5	11,9
Prosecco Frizzante Igt (Var. % 2009/2008)	2.456.827 (18,3)	6.661.358 (24,3)	923.528 (3,6)	10.041.712	24,5	66,3	9,2
Tot. Bianchi Frizzanti	15.471.306	51.815.678	14.397.208	81.684.192	18,9	63,4	17,6

Tabella 2.16 Prosecco I.G.T.: distribuzione delle vendite in valore nei diversi sub-canali della GDO (ottobre 2008- settembre 2009) (fonte: Galletto, 2009)

In un contesto di variazioni dei prezzi positive rispetto all'annata precedente (Tabella 2.17), il Prosecco spumante I.G.T. registra il prezzo medio più basso negli ipermercati, ovvero 3,81

euro/bottiglia, inferiore di quasi il 6% a quello medio della GDO, nonostante l'incremento più consistente (7,6%) rispetto all'annata precedente. Al contrario, proprio in questo sub-canale, il frizzante evidenzia il prezzo medio più alto, superiore di oltre l'8% rispetto a quello medio, laddove per il totale dei vini bianchi frizzanti si riscontra una differenza negativa di quasi il 10%. Nel caso delle *superettes*, i prezzi di entrambe le tipologie appaiono maggiori di oltre il 4% rispetto a quello medio dell'intero canale (Galletto, 2009). Si ricorda che la *superette* è una tipologia di operatore della grande distribuzione organizzata, cioè un punto vendita alimentare al dettaglio e principalmente a libero servizio di prodotti di largo consumo con una superficie tipicamente compresa tra i duecento ed i quattrocento metri quadrati, sebbene tale criterio possa variare leggermente a seconda dell'insegna (Wikipedia, 2011).

	Prezzo medio in Volume (€/bott.)				Diff. % su prezzo medio		
	Ipermercati	Supermercati	Superettes	Media	Iper	Super.	S.ttes
Prosecco Spumante Igt (Var. % 2009/2008)	3.81 (7,6)	4.09 (5,9)	4.22 (3,4)	4.04	-5,9	0,9	4,3
Totale Spumanti (Var. % 2009/2008)	4.63 (4,3)	4.52 (5,0)	4.71 (3,9)	4.62	0,8	-1,5	2,8
Prosecco Frizzante Igt (Var. % 2009/2008)	3.65 (2,3)	3.25 (1,7)	3.51 (3,8)	3.47	8,2	-3,3	4,5
Tot. Bianchi Frizzanti (Var. % 2009/2008)	2.33 (10,7)	2.61 (2,7)	2.81 (5,1)	2.59	-9,9	0,9	9,0

Tabella 2.17 Prosecco I.G.T.: prezzi medi e differenze percentuali rispetto al prezzo medio nei diversi sub-canali della GDO (fonte: Galletto, 2009)

Rafforzata appare la presenza del Prosecco Spumante I.G.T. nel canale *Cash&Carry*, con un valore delle vendite di 5.351 mila euro, superiore del 12,3% rispetto all'annata precedente, e un prezzo medio di 2,93 euro a bottiglia che, benché inferiore di circa il 38% rispetto a quello della GDO, è in aumento dell'8,3% (Galletto, 2009). Si ricorda che il canale *Cash&Carry*, letteralmente "paga e porta via", rappresenta una tipologia di operatore della grande distribuzione organizzata; si tratta di una formula distributiva in cui sono posti in vendita prodotti alimentari e/o prodotti non alimentari a utilizzatori professionali in possesso di partita IVA (Wikipedia, 2011). Ancora più marcato risulta l'incremento del frizzante I.G.T. (17,1%), tipologia che ora ha raggiunto un fatturato in questo canale di 1.145 euro, quasi doppio rispetto a quello di due anni fa. Il prezzo medio, pari a 2,64 euro,

pur rimanendo sensibilmente più basso di quello della GDO (-22%), è aumentato del 6,6% (Galletto, 2009).

2.3.9 Prosecco I.G.T.: la tendenza del mercato 2003-2009

Nell'intervallo temporale 2003-2009, gli andamenti delle vendite, sia in valore che in volume, delle due tipologie di Prosecco I.G.T., ricalcano in larga parte quelle già messe in luce per i due prodotti a denominazione di origine (Figure 2.53 e 2.54).

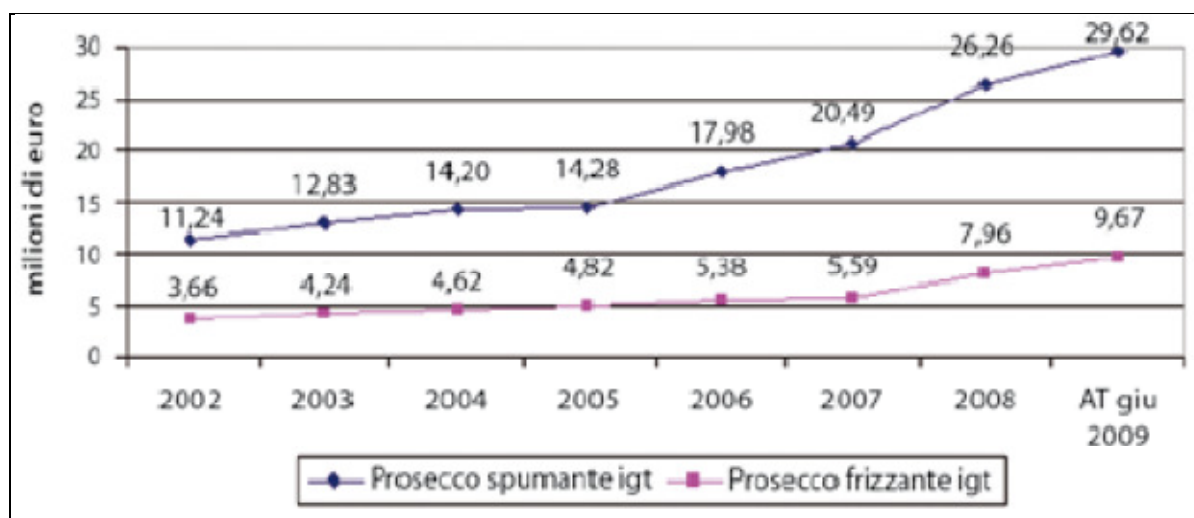


Figura 2.53 Prosecco I.G.T.: andamento delle vendite in valore (fonte: Galletto, 2009)

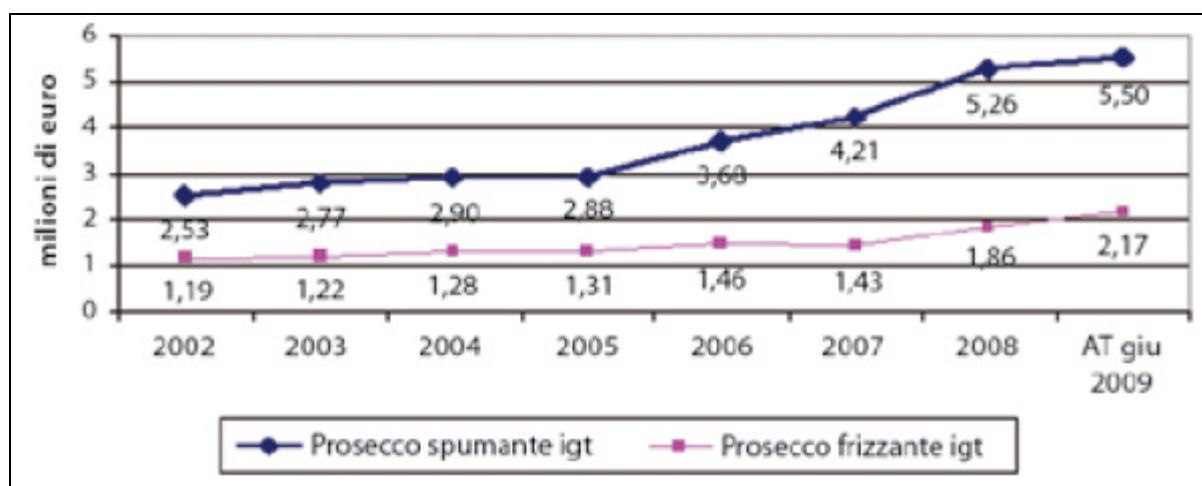


Figura 2.54 Prosecco I.G.T.: andamento delle vendite in volume (fonte: Galletto, 2009)

Le vendite in valore sono aumentate di circa il 164% per ambedue le tipologie, ma per lo spumante I.G.T. l'evoluzione appare più favorevole in termini di quantità che di prezzi (Figura 2.55), a differenza di quanto si riscontra per il frizzante I.G.T.. Per il primo, la variazione delle vendite in volume è stata del 117,4%; per il secondo dell'82,3%. Viceversa, per il primo, il tasso di incremento medio annuo dei prezzi è stato del 2,78%; per il secondo del 5,38%, ovvero quasi doppio di quello dello spumante. Di conseguenza, all'opposto di quanto si è verificato per il Prosecco di Conegliano Valdobbiadene, per quello I.G.T., nell'arco del settennio, si è progressivamente ridotto il differenziale di prezzo fra spumante e frizzante, passando da 0,85 euro nel 2003 a 0,69 euro nel 2009, (Galletto, 2009).

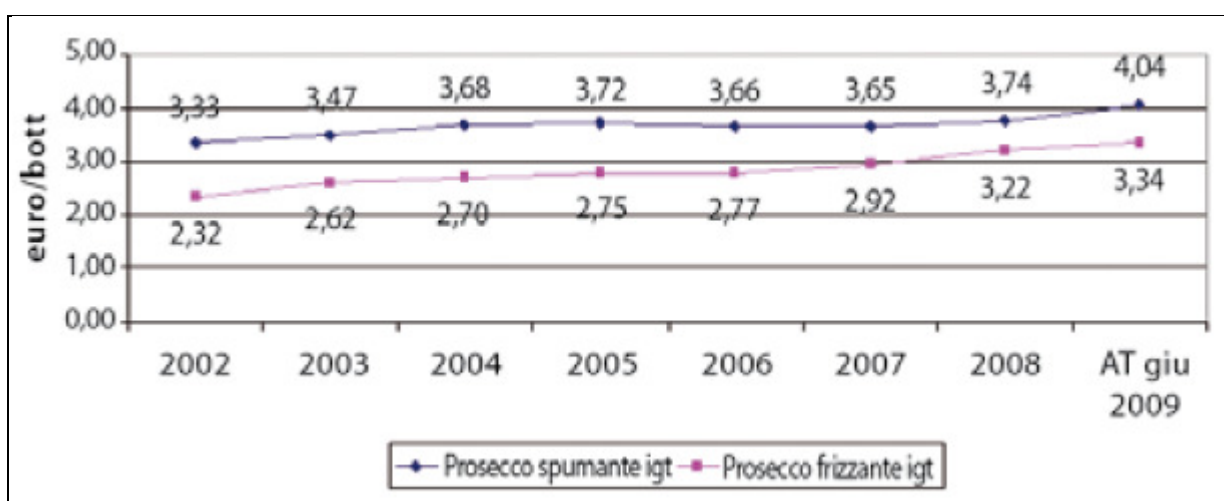


Figura 2.55 Prosecco I.G.T.: andamento del prezzo medio in volume (fonte: Galletto, 2009)

2.4 Risultati economici attuali della nuova denominazione Conegliano-Valdobbiadene : la situazione nel 2010 e le previsioni produttive future

L'annata 2010 ha avuto ampi risultati positivi dal punto di vista produttivo, nonostante quest'ultima sia stata considerata anche essa come un'annata "ibrida" o di transizione come quella del 2009, la prima dopo l'entrata in vigore del D.M. numero 173 del 17 luglio 2009 che ha sancito l'allargamento della D.O.C. e il riconoscimento della denominazione D.O.C.G. nell'area storica

produttiva di Conegliano-Valdobbiadene. Il motivo riguarda, come già citato in precedenza, il fatto che ancora, all'anno 2010, le produzioni in termini "di scaffale" e in generale di mercato, non si sono ancora compiutamente adeguate ai nuovi disciplinari produttivi; basti a pensare che secondo le analisi del Distretto, sia nel 2009 che nel 2010, alcune aziende o società usavano, per le produzioni che immettevano nel mercato, la nuova dicitura legislativa sul prodotto (esempio: nella provincia di Treviso già a inizio 2010, certe aziende hanno messo in commercio il nuovo Prosecco Conegliano-Valdobbiadene D.O.C.; mentre altre distribuivano in commercio solo o ancora il Prosecco I.G.T.) e altre ancora quelle pre-esistenti. Il secondo problema ha riguardato poi la necessità di dovere smaltire entro determinati termini prestabiliti le giacenze di Prosecco I.G.T.. Il termine primo per compiere tale esercizio era stato fissato, all'inizio, al 31 marzo 2010, in seguito poi all'emergere delle problematiche appena citate, lo smaltimento delle scorte di I.G.T. è stato prorogato al nuovo e ultimo termine del 31 dicembre 2010, visto le enormi produzioni di tale prodotto che ancora circolavano nel mercato. Dal 1° gennaio 2011 quindi il Prosecco I.G.T. non potrà essere più messo in commercio. Per tutti questi motivi quindi, secondo quanto accertato anche dal centro studi CIRVE di Conegliano, come per il 2009 anche l'annata di vendemmia 2010 è stata catalogata come "ibrida". La vendemmia 2011 per certi versi quindi rappresenta quindi la prima e vera vendemmia delle nuove denominazioni D.O.C.G. e D.O.C. allargata.

Per quanto riguarda l'evoluzione del comprensorio produttivo del Prosecco, dopo l'entrata in vigore del nuovo disciplinare produttivo, nel 2010 l'analisi dell'incidenza della superficie a Prosecco sul totale della superficie vitata comunale della denominazione ha evidenziato una forte specializzazione dell'area di Conegliano Valdobbiadene e una progressiva diminuzione della concentrazione nelle aree di pianura. Questa diffusione dell'areale di coltivazione del Prosecco si può vedere anche in termini di estensione della superficie per comune, sia sul territorio veneto, sia con riferimento alle province friulane, dove la superficie interessa maggiormente i territori occidentali e meridionali della regione (Figura 2.56). Tale analisi considera come riferimento la situazione all'anno 2008, cioè quella precedente il D.M. 17 luglio 2009, che registra nel Nord-est italiano un'area coltivata a Prosecco pari a 12.776 ettari, di cui 4.908 di vigneti iscritti come D.O.C. Conegliano Valdobbiadene e 7.868 nell'area rivendicata come I.G.T. Prosecco. Ipotizzando il pieno utilizzo del potenziale enologico, questo equivale a 1.338.000 ettolitri di vino prodotto, di cui 915.000 provenienti dall'area I.G.T.. Il prezzo del vino sfuso Prosecco D.O.C. si è attestato sui 1,10-1,30 euro/litro contro i 1,04 euro/litro del vino sfuso I.G.T. nel 2008. (Tabella 2.18) (Boatto, Barisan e Pizzo, 2010).

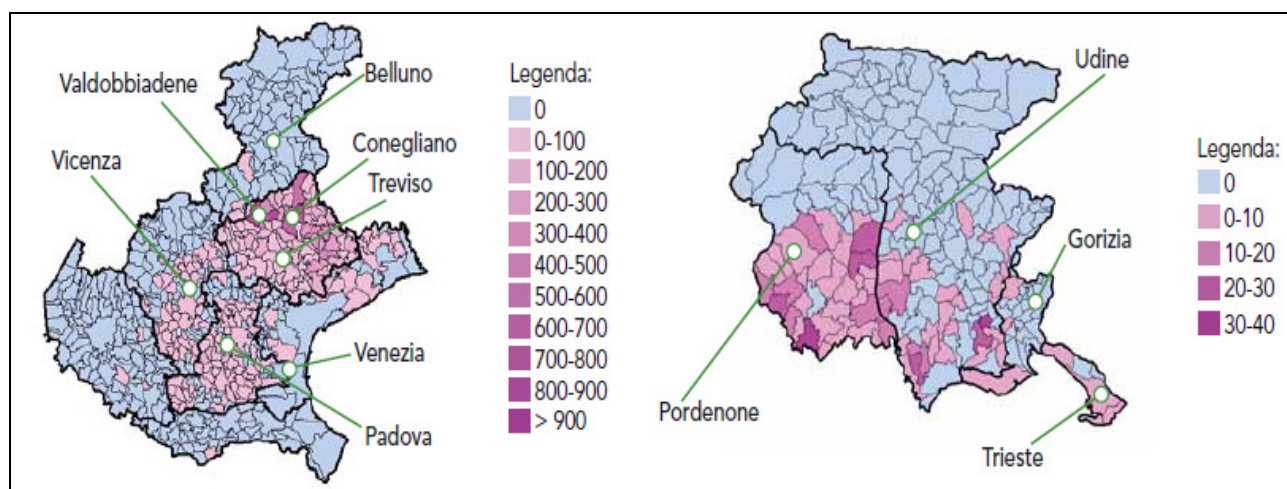


Figura 2.56 Veneto e Friuli Venezia Giulia: superficie vitata a Glera per comune (ettari) (fonte: Boatto, Barisan e Pizzo, 2010)

Situazione al 2008, precedente il dm 17 luglio 2009	
Superficie coltivata a Prosecco nel Nord-est italiano (ha)	12.776
Superficie iscritta come doc Prosecco Conegliano Valdobbiadene (ha)	4.908
Superficie iscritta come Igt Prosecco (ha)	7.868
Produzione totale (hL)	1.338.000
Produzione Prosecco Conegliano Valdobbiadene doc (hL)	423.000
Produzione Prosecco Igt (hL)	915.000
Prezzo del vino sfuso doc (euro/L)	1,91
Prezzo del vino sfuso Igt (euro/L)	1,04
Situazione al 2010, successiva al dm 17 luglio 2009	
Superficie investita a Glera (ha)	17.800
Superficie investita per la nuova doc Prosecco (ha)	11.600
Produzione totale (hL)	1.607.000
Produzione per la nuova doc (hL) (1)	1.149.000
Prezzo del vino sfuso Prosecco doc (euro/L)	1,10-1,30
Prezzo del vino sfuso Glera Igt (euro/L)	0,40-0,50

(1) stima in cui le previsioni attenevano alla possibilità di ottenere nell'annata 2010 ulteriori 230.000 ettolitri di Glera I.G.T. (quale supero della produzione D.O.C.)

Tabella 2.18 Confronto fra ettariato, produzione e prezzi del Prosecco prima e dopo i cambiamenti della denominazione (fonte: Boatto, Barisan e Pizzo, 2010)

Nel 2010, secondo i dati Avepa, gli investimenti a Glera sono risultati invece pari a 17.800 ettari, di cui 11.600 per la nuova D.O.C. Prosecco, che in termini di potenziale enologico ammontano rispettivamente a 1.607.000 ettolitri totali, di cui 1.149.000 per la nuova D.O.C.. Nello stesso anno, è stata stimata anche la possibilità di ottenere dalle produzioni ulteriori 230.000 ettolitri come Glera I.G.T. (quale supero della produzione D.O.C.; l'I.G.T. accanto al nome del vitigno Glera porta

quello dell'area di provenienza: Colli Trevigiani, Marca Trevigiana, Veneto, delle Venezie). Il prezzo medio dello sfuso, secondo i dati della Camera di commercio di Treviso, riferito alla situazione dei primi sei mesi dell'anno 2010, si attestava per il Prosecco D.O.C. tra 1,10 e 1,30 euro/litro e tra 0,40 e 0,50 euro/litro per il Glera I.G.T..

Sulla base di queste informazioni, sono state fatte delle previsioni sulla situazione sia nel breve (2011) sia nel medio termine (2013). In particolare possono essere ipotizzati tre scenari per le future produzioni di Prosecco: *a*) tasso di crescita della domanda nazionale e internazionale del 10% (scenario ottimistico); *b*) tasso di crescita della domanda del 6%, ovvero quello che si è verificato negli ultimi anni (scenario di base); *c*) stabilizzazione della domanda (scenario pessimistico). Per effettuare questa analisi sono state utilizzate le informazioni provenienti dai vivaisti (veneto-friulani) e dagli operatori. Le ipotesi hanno assunto il pieno impiego del potenziale viti-enologico, secondo quanto stabilito dal disciplinare di produzione. Si è assunta, inoltre, un'elasticità della domanda rispetto al prezzo pari all'unità, e cioè che all'aumento del volume della produzione corrisponda una pari diminuzione percentuale del prezzo, in linea con quanto appreso dai dati ricavati dall'Osservatorio economico del Prosecco D.O.C.G..

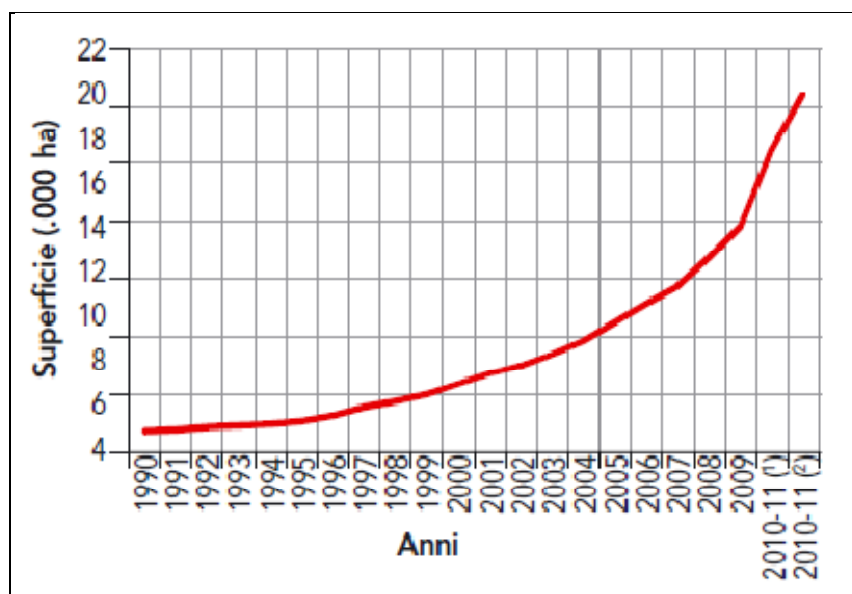
Breve termine: questi dati comportano nel breve termine (2011) per la nuova D.O.C. Prosecco l'aumento delle superfici che dovrebbero aver raggiunto oltre 14.000 ettari, con una produzione potenziale di 1.423.00 ettolitri. Queste proiezioni si traducono, a seconda delle ipotesi di mercato precedentemente formulate, in un prezzo che può al 2011 oscillare nell'ipotesi di base tra 1,00 e 1,10 euro/litro, tra 1,10 e 1,20 euro/litro in quella ottimistica e tra 0,90 e 1,00 euro/litro in quella pessimistica.

Medio termine: considerando la prospettiva di medio termine (2013), data la possibilità di aver potuto censire le barbatelle di Glera già a dimora nei vivai nella campagna 2010-11, si è previsto un ulteriore incremento dei nuovi impianti per 2.800 ettari, già al netto dei rimpiazzati. Questo dovrebbe portare a una crescita della produzione potenziale a 1,9 milioni di ettolitri. Gli effetti maggiormente evidenti sui prezzi, valutati per il mercato dello sfuso, sono di valori unitari compresi tra 0,60 e 0,70 euro/litro, molto vicini a quelli riscontrati nel 2009 (nella situazione cosiddetta "preriforma"), in quello ottimistico tra 0,80 e 0,90 euro/litro e in quello pessimistico tra 0,50 e 0,60 euro/litro.

In sintesi, l'evoluzione complessiva della superficie tra Veneto e Friuli Venezia Giulia (D.O.C.G. e D.O.C.) ha portato a una stima della superficie vitata a Glera di 20.000 ettari nell'anno 2011 (Grafico 2.1). Di particolare interesse è il dato che evidenzia la variazione percentuale delle superfici investite a Glera nell'ultimo periodo. Il trend di incremento del periodo 1990-2011, risulta, infatti, abbastanza equilibrato e coerente con i tassi di crescita della domanda (del 6% annuo). Si

evidenza, tuttavia, la necessità di mantenere sotto attenta osservazione l'evoluzione dell'offerta che negli ultimi anni è cresciuta notevolmente.

D'altra parte, come emerge dalle informazioni fornite dai vivaisti viticoli, i produttori stanno diventando più prudenti e hanno assunto comportamenti in linea con le istanze del mercato. Infatti, un rallentamento degli impianti previsti nelle prossime campagne, unito agli interventi di *governance* del Consorzio di tutela del Prosecco D.O.C. potrà portare l'offerta verso una posizione di equilibrio con la domanda. In questo ambito, il Consorzio si trova a gestire l'avvenire della nuova doc in una situazione perfettamente coerente con le dinamiche del mercato. Pur esistendo degli aspetti che devono essere valutati più approfonditamente, le dinamiche in corso fanno propendere verso una valutazione abbastanza ottimistica, che nella realtà contempla una sfida per i produttori del distretto: mantenere la posizione attuale sul mercato e i tassi di crescita delle vendite, e collocare il prodotto, più che sul mercato nazionale ed europeo, su quello dei paesi terzi.



- (1) il dato considera le stime delle proiezioni degli impianti in atto
- (2) il dato considera le proiezioni delle superfici ottenute utilizzando le stime del materiale viticolo posto a dimora in vivaio

Grafico 2.1 Evoluzione del potenziale viticolo della varietà Glera nel periodo 1990-2011 (fonte: Boatto, Barisan e Pizzo, 2010)

Rimane aperta la questione dei prezzi. Questi ultimi potrebbero, infatti, subire delle fluttuazioni con riflessi non facilmente prevedibili. Almeno in questa prima fase si dovrebbe dare seguito alle iniziative già portate avanti dalla filiera trevigiana attraverso la determinazione di un prezzo medio che abbia validità possibilmente triennale e che eviterebbe l'immotivato impianto di nuovi vigneti

(analisi CIRVE, 2010), dando nel contempo stabilità al mercato del Prosecco (Boatto, Barisan e Pizzo, 2010).

Come citato all'inizio, si conferma il fatto che la vendemmia 2010 ha ottenuto buoni risultati dal punto di vista produttivo.

Secondo i dati del Consorzio di tutela Prosecco D.O.C., la produzione di Prosecco D.O.C. per la vendemmia in tale anno è stata di 1.232.034,31 ettolitri per un totale di 142.287.644 bottiglie certificate e imbottigliate nel 2010. Di questa quota totale la maggior parte, circa 83.079.037 bottiglie riguarda la produzione di D.O.C. frizzante (per un totale del 58,3% della quota totale); 59.070.216 bottiglie riguardano la produzione di D.O.C. spumante (41,5%) e la rimanente quota di 138.391 per quanto concerne il D.O.C. tranquillo (0,2%).

Questi dati riguardano le aziende della zona della D.O.C. Prosecco e a questi si aggiunge la produzione della zona D.O.C.G. che nell'anno 2010 ha prodotto un totale di 65.757.000 bottiglie da 0,75 litri. La produzione nella nuova area D.O.C.G. nell'anno 2010 commercializzata in Italia e all'estero è così ripartita: delle 65.757.000 bottiglie totali prodotte, 57.808.000 sono di spumante; la quota di Superiore di Cartizze totale si è attestata a 1.388.000; c'è da considerare che la percentuale dello spumante sul totale della produzione annuale ha raggiunto circa il 90%. Infatti la tipologia frizzante ha riportato un totale di 6.300.000 bottiglie prodotte, mentre le restanti 261.000 bottiglie riguardano la produzione di Prosecco tranquillo.

La produzione 2010 ha registrato una quota totale del 35% di bottiglie esportate nei mercati esteri. Nel complesso il valore del prodotto al consumo in questo anno ha rappresentato un valore di 400 milioni di euro, constatando un aumento delle vendite del prodotto pari al 6% rispetto al 2009 (Italia a Tavola, 2010). Per il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore, riguardo appunto i mercati esteri, al 2010 gli USA rappresentano il terzo paese di export con il 9,8%, preceduto da Germania (33,3%) e Svizzera (19,4%). Sulla produzione Il mercato americano si conferma sempre più per il Conegliano Valdobbiadene un punto di riferimento di primissimo piano ed insostituibile (Tre Venezie news, 2011).

Le previsioni per la vendemmia 2011 parlano di una quota produttiva totale raggiungibile di 218 milioni di bottiglie, mentre per la vendemmia 2012 si prevede addirittura un totale di 280 milioni, in sintesi un ulteriore aumento del 20% della produzione rispetto a quella che si otterrà nel 2011 (Italia a Tavola, 2010). Il successo è il risultato anche di un'accorta politica dei prezzi, tesa a evitare incrementi incontrollati.

Nella tabella 2.19, vengono riportati i valori del potenziale viticolo registrato a giugno 2010 all'interno della nuova denominazione del Prosecco.

	Numero Barbatelle poste a dimora (n.)	Superficie (ha)	% per provincia
VENETO	8.935.500	2.979	82,2
Treviso	6.000.000	2.000	55,2
Venezia	1.375.000	458	12,6
Padova	550.000	183	5,1
Vicenza	362.500	121	3,3
Belluno	0	0	0,0
FRIULI VENEZIA GIULIA	1.940.000	647	17,8
Pordenone	1.360.000	453	12,5
Udine	580.000	193	5,3
Gorizia	0	0	0,0
Trieste	0	0	0,0
Totale (Nuovi impianti + rimpiazzi)	10.875.500	3.625	100,0
Totale rimpiazzi	1.570.000	523	

Tabella 2.19 Potenziale viticolo della Denominazione Conegliano-Valdobbiadene a giugno 2010 (fonte: Cantine di Marca, 2010)

C'è da specificare anche che la vendemmia 2010, contrariamente alle previsioni che parlavano di prezzi delle uve crollati, a riguardo della qualità della produzione ha permesso una buona remunerazione ai viticoltori di collina. Dagli 85-90 centesimi dell'anno precedente (2009) il prezzo è salito a circa 1 euro al 2010. La vendemmia 2010 si è caratterizzata, infatti, per la grande variabilità, che ha determinato, di collina in collina, qualità e epoche di raccolta diverse. Una diversità che rappresenta una ricchezza codificata dall'anno 2010 nella tipologia Rive, introdotta con la D.O.C.G.. Questa novità ha infatti permesso di mantenere nitide le differenze di prezzo ma anche della qualità del prodotto, fra le due diverse zone della denominazione del Prosecco (D.O.C.G. e D.O.C.), (Castaldo, 2010).

Molto interessante anche una stima effettuata dall'Osservatorio Economico dei Vini Effervescenti (OVSE), che prevede per il 2014-15 una produzione di Prosecco D.O.C. di 350 milioni dai 18mila ettari in produzione tra Veneto e Friuli cui si assommano i 70 milioni di bottiglie D.O.C.G. (di cui

1,3 milioni dell'esclusivo Superiore di Cartizze) che provengono dai 6.100 ettari della zona storica di Conegliano-Valdobbiadene. Lo stesso ente ha calcolato che sulla base della stima ipotizzata, il Prosecco sui mercati esteri nel giro di tre anni effettuerà il sorpasso produttivo sullo Champagne con circa 420 milioni di bottiglie totali prodotte contro i 400 milioni dei rivali francesi.

È bene precisare che tale stima rappresenta un confronto solo di tipo quantitativo, basato cioè sul numero di bottiglie prodotte. Non si considera infatti la diversa tipologia di vino: metodo Classico da una parte (Champagne) e metodo Charmat dall'altra (Prosecco).

Riguardo tale stima è stato anche calcolato che, riguardo le due differenti produzioni, Champagne e Prosecco, un altro fattore che avvantaggia quest'ultimo, riguarda il cosiddetto dato "produzione" che è sempre molto vicino al dato "consumo", in riferimento all'equilibrio fra le quote di prodotto disponibili e le quote di prodotto consumate. Nel caso del Prosecco ci può essere un 5% di differenza in più in termini di produzione considerate le scorte a tempi brevi per il consumo diretto (1-2 mesi). Altro discorso invece, tutt'altro che vantaggioso, per lo Champagne, con una scorta in giacenza che attualmente, nel 2011, è superiore a 1,2 miliardi di bottiglie.

Perciò da tale punto di vista, le produzioni francesi devono fare molta attenzione a non produrre di più di quello che sono in grado di vendere, recuperando invece dalle giacenze. Il Prosecco per certi versi quindi si trova in una posizione produttiva molto più equilibrata e in costante crescita rispetto allo Champagne.

Nel confrontare Prosecco e Champagne sulle produzioni e consumi ed ipotizzando un raffronto tra i dati dell'anno 2010 con le proiezioni del 2014-2015, occorre tenere conto di due fattori: un raffronto "annuale" è difficile perché i sistemi sono molto diversi; i dati dipendono dall'entrata in produzione dei vigneti impiantati nell'anno 2010-2011. L'OVSE ha comunque provato a studiare tale confronto sulla base di stime generali.

E' bene ricordare che in Francia, nella zona dello Champagne è stato temporaneamente sospeso l'allargamento della zona a 352 nuovi comuni e che il sistema Champagne prevede, anno per anno, che la produzione di vino base varia in funzione alla resa stabilita e non agli ettari impiantati. Invece, in Italia la resa a ettaro si stima sul dato ettari impiantati e in produzione, avendo i disciplinari che dettano il massimo di resa per ettaro. Nella regione Champagne, negli ultimi 5 anni, si è passati da una resa autorizzata di 198,60 ad ettaro a 98,70; in questo modo su 32.000 ettari in produzione si possono annualmente, volendo, produrre da 220 milioni di bottiglie a 450 milioni, tenendo conto che oltre 1,2 miliardi di bottiglie sono in giacenza oggi nelle diverse cantine.

Nell'area del Prosecco oggi le rese sono due: 135 quintali per ettaro in zona D.O.C.G. e 180 quintali in zona D.O.C..

Il numero di bottiglie prodotte per ettaro può variare così da 12.000 a 16.500, per I.G.T. anche 18.500. Sono 6.100 gli ettari D.O.C.G. attualmente impiantati e in produzione; sono 9.000 gli ettari doc impiantati e in produzione fra Treviso (circa il 65%) e le altre 8 province. Non tutti i vigneti producono nello stesso modo visto la diversità di altitudine, terreni, sesti di impianto. Nel 2010 e 2011 secondo i dati pubblici, sono stati impiantati per l'area D.O.C. altri 12.000/14.000 ettari, che dal terzo anno possono produrre già il 50% della potenzialità totale, quindi dalla vendemmia 2014 (Italia a Tavola, 2011). Sulla base di questi dati l'OVSE ha confrontato le produzioni di Prosecco e Champagne del 2010 con quelle ipotizzate e calcolate per il 2014, come riportato nella tabella 2.20 sottostante.

Prodotto	Produzione 2010	Produzione ipotetica 2014
Prosecco	<ul style="list-style-type: none"> - 57 milioni di bottiglie D.O.C.G (prodotto e consumato) - 160 milioni di bottiglie D.O.C./I.G.T. (prodotto e consumato) 	<ul style="list-style-type: none"> - 63/65 milioni di bottiglie D.O.C.G. (prodotto e consumato) - 330/350 milioni di bottiglie D.O.C. (prodotto e consumato) per un valore di 1,5 miliardi di euro
Champagne	<ul style="list-style-type: none"> - 260 milioni di bottiglie, produzione stabilita dalla quota per il comparto produzione “<i>raccoltants e manipulants</i>” e dalla quota destinata a riserva in caso di richiesta da parte delle maisons - 320 milioni di bottiglie, consumi totali nel mondo (180 milioni interni) 	<ul style="list-style-type: none"> - 300 milioni di bottiglie, produzione senza allargamento e con resa controllata in base alle giacenze in cantina e quote stabilite per controllo, offerta fra comparto “<i>manipulants e raccoltans</i>” - 350 milioni di bottiglie come consumi presumibili per un valore di 1,5 miliardi di euro

Tabella 2.20 Confronto fra le produzioni attuali di Prosecco e Champagne (2010) e ipotetiche (2014), dati OVSE 2011 (fonte: Italia a Tavola, 2011)

Nella sottostante tabella 2.21 viene riportata l'evoluzione dei prezzi in euro/litro (riguardo i vini alla produzione) di Prosecco D.O.C., Prosecco D.O.C.G. e delle di Glera, nell'arco temporale fra settembre 2009 e giugno 2011 (Elaborazione CIRVE, 2011).

Data/Anno	Prosecco D.O.C.	Prosecco D.O.C.G.	Glera		Data/Anno	Prosecco D.O.C.	Prosecco D.O.C.G.	Glera
01/09/2009	1	1,4	0,45		24/08/2010	1,125	1,125	0,375
08/09/2009	1	1,4	0,44		31/08/2010	1,2	1,2	0,375
15/09/2009	1	1,4	0,44		07/09/2010	1,2	1,2	0,375
22/09/2009	1	1,4	0,44		14/09/2010	1,2	1,2	0,375
29/09/2009	1	1,4	0,44		21/09/2010	1,225	1,225	0,375
06/10/2009	1	1,4	0,44		28/09/2010	1,25	1,25	0,375
13/10/2009	1	1,4	0,44		05/10/2010	1,275	1,275	0,375
20/10/2009	1,05	1,4	0,43		12/10/2010	1,3	1,3	0,425
27/10/2009	1,05	1,4	0,43		19/10/2010	1,3	1,3	0,425
03/11/2009	1,05	1,4	0,43		26/10/2010	1,35	1,35	0,425
10/11/2009	1,05	1,4	0,43		02/11/2010	1,35	1,35	0,425
17/11/2009	1,05	1,4	0,43		09/11/2010	1,35	1,35	0,425
24/11/2009	1,05	1,4	0,43		16/11/2010	1,4	1,4	0,455
01/12/2009	1,085	1,4	0,45		23/11/2010	1,4	1,4	0,455
15/12/2009	1,125	1,425	0,45		30/11/2010	1,45	1,45	0,455
22/12/2009	1,125	1,425	0,45		07/12/2010	1,45	1,45	0,455
29/12/2009	1,125	1,425	0,45		14/12/2010	1,45	1,45	0,455
12/01/2010	1,15	1,425	0,45		21/12/2010	1,45	1,45	0,455
19/01/2010	1,15	1,425	0,45		28/12/2010	1,45	1,45	0,455
26/01/2010	1,15	1,425	0,45		04/01/2011	1,45	1,45	0,455
02/02/2010	1,175	1,425	0,45		11/01/2011	1,45	1,45	0,455
09/02/2010	1,25	1,45	0,45		18/01/2011	1,5	1,5	0,465
16/02/2010	1,25	1,45	0,45		25/01/2011	1,5	1,5	0,465
23/02/2010	1,25	1,45	0,45		01/02/2011	1,55	1,55	0,465
02/03/2010	1,25	1,45	0,45		08/02/2011	1,6	1,6	0,475
09/03/2010	1,3	1,45	0,45		15/02/2011	1,6	1,6	0,475
16/03/2010	1,3	1,45	0,45		22/02/2011	1,6	1,6	0,475
23/03/2010	1,3	1,45	0,45		01/03/2011	1,6	1,6	0,475
30/03/2010	1,3	1,45	0,45		08/03/2011	1,6	1,6	0,475
06/04/2010	1,3	1,45	0,45		15/03/2011	1,6	1,6	0,475
13/04/2010	1,3	1,45	0,45		22/03/2011	1,6	1,6	0,475
20/04/2010	1,3	1,45	0,45		29/03/2011	1,6	1,6	0,475
04/05/2010	1,3	1,45	0,45		05/04/2011	1,6	1,6	0,475
11/05/2010	1,3	1,45	0,45		12/04/2011	1,6	1,6	0,475
18/05/2010	1,3	1,45	0,45		19/04/2011	1,6	1,6	0,475
25/05/2010	1,3	1,45	0,45		26/04/2011	1,6	1,6	0,475
01/06/2010	1,3	1,45	0,45		03/05/2011	1,6	1,6	0,475
08/06/2010	1,3	1,45	0,45		10/05/2011	1,6	1,6	0,475
15/06/2010	1,3	1,45	0,45		17/05/2011	1,6	1,6	0,475
22/06/2010	1,3	1,45	0,425		24/05/2011	1,6	1,6	0,475
29/06/2010	1,3	1,45	0,425		31/05/2011	1,6	1,6	0,475
06/07/2010	1,3	1,45	0,425		07/06/2011	1,6	1,6	0,475
13/07/2010	1,3	1,45	0,425		14/06/2011	1,6	1,6	0,475
20/07/2010	1,3	1,45	0,425		21/06/2011	1,6	1,6	0,475
27/07/2010	1,125	1,45	0,375		28/06/2011	1,6	1,6	0,475
03/08/2010	1,125	1,45	0,375					

Tabella 2.21 Prezzi in euro/litro del Prosecco D.O.C. e D.O.C.G. e del Glera nel periodo settembre 2009- giugno 2011 (fonte: elaborazione Cirve, 2011)

A metà settembre 2011 il prezzo delle uve del Prosecco D.O.C. oscillava fra 0,95-1,00 euro/kg, il Prosecco D.O.C.G. a 1,25-1,30 euro/kg e il Superiore di Cartizze a 4,00-4,50 euro/kg (Camera di Commercio Treviso, 2011). Nel grafico 2.2 che segue viene descritta una panoramica dell'andamento dei prezzi del Prosecco D.O.C., Prosecco D.O.C.G. e Glera nel periodo di ottobre 2004 – febbraio 2011 (Elaborazione CIRVE, 2011).

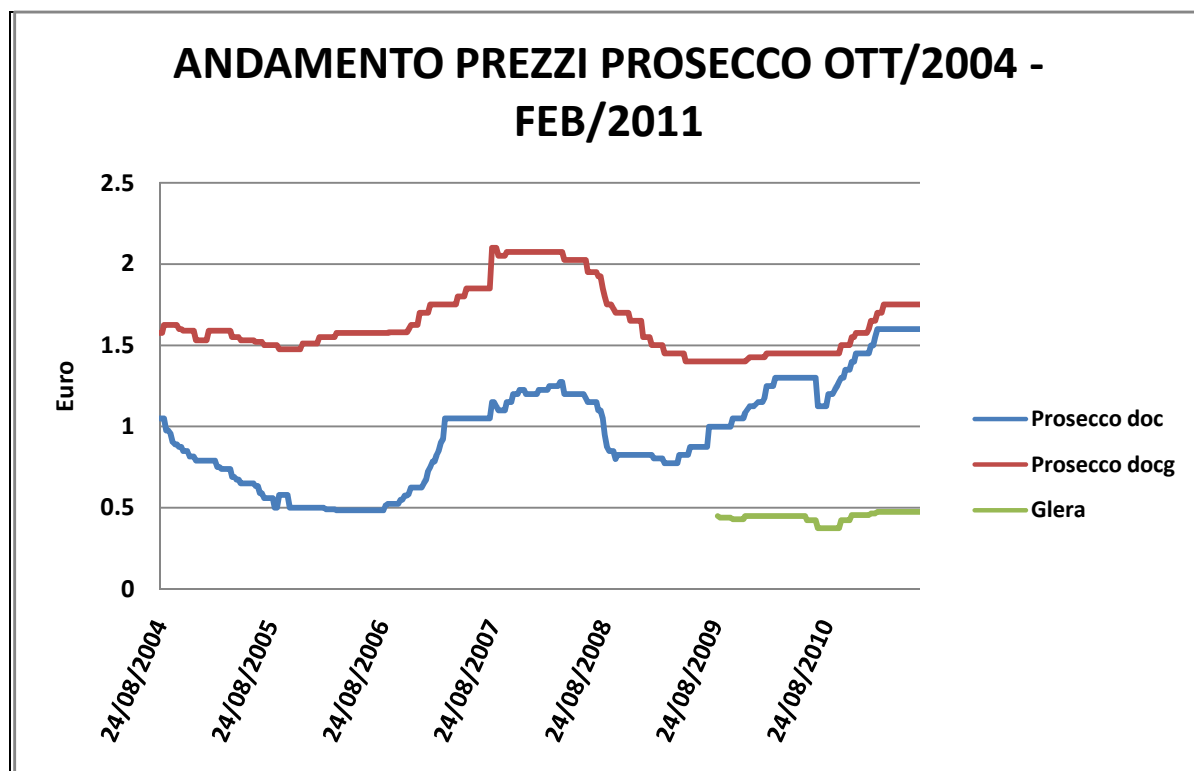


Grafico 2.2 Andamento dei prezzi del Prosecco D.O.C., Prosecco D.O.C.G. e Glera nel periodo di ottobre 2004 – febbraio 2011 (fonte: elaborazione CIRVE, 2011)

CAPITOLO 3

DESCRIZIONE DELL'INDAGINE

3.1 Obbiettivi dell'indagine

L'indagine svolta mira a capire in primis in che modo i consumatori hanno recepito la revisione dei disciplinari del Prosecco avvenuta con l'entrata in vigore del Decreto Ministeriale del 17 luglio 2009, che ha riconosciuto la denominazione D.O.C.G. nell'area storica di produzione di Conegliano-Valdobbiadene e allargato la D.O.C. alle provincie di Treviso, Belluno, Padova, Venezia, Vicenza, Pordenone, Udine, Gorizia e Trieste. Si è cercato capire quale sia il livello conoscitivo dei consumatori sui cambiamenti avvenuti nel distretto del Prosecco. Di fronte a questi avvenimenti, l'obiettivo principale della ricerca è stato quello di individuare quali siano i fattori che attualmente possono influenzare le scelte d'acquisto dei consumatori del Prosecco. Si è cercato in particolare di comprendere se le modifiche nella zona di produzione e del disciplinare potranno influenzare sulle scelte d'acquisto dei consumatori.

3.2 Materiali e metodi usati nell'indagine

Per raggiungere gli obbiettivi prefissati, in questo studio è stata utilizzata una particolare metodologia di raccolta e analisi dei dati: l'Esperimento di scelta (*Choice Experiment*). È stata scelta questa metodologia in quanto essa è considerata la tecnica di statistica multivariata che rispecchia più fedelmente le decisioni di scelta che i consumatori attuano nella realtà. Infatti, in questo frangente, tra le diverse alternative possibili messe a disposizione, la tendenza del consumatore è quella di stabilire quale sia la migliore secondo il suo parere, andando a scartare le altre. Inoltre, altro vantaggio che presenta il *Choice Experiment*, riguarda la possibilità di individuare il prezzo medio che le persone interpellate attribuiscono ad ogni attributo. Il lavoro è stato realizzato con la creazione di un disegno sperimentale per l'individuazione dei profili possibili del prodotto in esame, il Prosecco, profili che sono stati ottenuti tramite la combinazione di cinque diversi attributi. I dati ottenuti sono poi stati elaborati con un apposito software (N-LOGIT3[®]) che ha prodotto i risultati finali dell'indagine, che saranno illustrati nel successivo capitolo 4.

3.3 Choice Experiment²

Gli esperimenti di scelta (*choice experiment* - CE) costituiscono una variante della *conjoint analysis* (analisi congiunta - CA), un approccio da lungo tempo impiegato per individuare le preferenze dei consumatori nei riguardi delle caratteristiche di nuovi prodotti da immettere nel mercato. La differenza sostanziale tra i *choice experiment* e la *conjoint analysis* è costituita dal fatto che mentre in quest'ultima il consumatore esprime la propria preferenza nei riguardi dei prodotti attraverso un punteggio o un ordinamento, nei *choice experiments* la scelta è di tipo dicotomico. Il consumatore si limita cioè a indicare quale prodotto preferisce all'interno di un set di prodotti con attributi diversi. Il metodo è stato applicato per la prima volta ai beni ambientali da Adamowicz *et al.* (1994) all'inizio degli anni novanta e, per certi versi, costituisce un'estensione della valutazione contingente (*contingent valuation* - CV). Mentre con la valutazione contingente un soggetto è chiamato a scegliere da due alternative nello stato dell'ambiente, con gli esperimenti di scelta egli si esprime su più alternative. Inoltre, rispetto alla valutazione contingente, è possibile ridurre alcune fonti potenziali di errore, raccogliere più informazioni per ogni intervistato, effettuare dei test di coerenza interna delle risposte ottenute. Schematicamente gli esperimenti di scelta si articolano nelle fasi illustrate di seguito:

i) Individuazione e selezione degli attributi ambientali rilevanti ai fini della valutazione

Ogni assetto ambientale è caratterizzato dalla presenza di alcuni elementi (attributi) che possono assumere un'entità (o livello) diversa. A fini di spiegazione, per esempio prendiamo in riferimento un corso d'acqua; in esso gli attributi in grado di caratterizzare l'ecosistema e, di conseguenza, i benefici che può produrre potrebbero essere ad esempio: la quantità d'acqua presente nei periodi di magra (deflusso minimo), il BOD (Biological oxygen demand), la concentrazione di particolari inquinanti ecc.. Ognuno di tali attributi può assumere valori diversi espressi sia in scala quantitativa, sia in scala qualitativa. Ad esempio, sempre in riferimento al caso preso in considerazione, il BOD potrà essere basso, medio o alto ed avere quindi tre possibili livelli. In termini quantitativi i tre livelli vengono tarati con una unità di misura che li possono descrivere quantitativamente; in questo caso i tre livelli per il BOD potrebbero essere: BOD₅ minore di 2 mg/litro; BOD₅ compreso tra 2 e 20 mg/litro; BOD₅ maggiore di 20 mg/litro. Ogni diversa combinazione di attributi e di livelli costituisce un profilo. Nel caso del corso d'acqua preso in riferimento, un primo profilo, ad esempio, potrebbe essere caratterizzato da un elevato deflusso minimo, da un basso BOD e da un livello medio della concentrazione di

² Da Tempesta T., 2011

inquinanti; un secondo profilo avrà invece un deflusso minimo medio, un BOD medio ed un livello di concentrazione di inquinanti alto elevato e così via. Agli intervistati, a cui viene esposta la problematica, sarà chiesto di indicare tra i diversi profili quello che preferiscono. Per raggiungere tale obiettivo , più profili vengono raggruppati al fine di individuare un set di scelta. A titolo esemplificativo, si consideri il caso in cui si vogliano valutare i benefici derivanti da azioni di protezione di un corso d’acqua. Oltre agli attributi indicati in precedenza si dovrà considerare anche il costo associato ad ogni possibile azione, come riportato, per l’esempio considerato, nella tabella 3.1:

Attributo	Livelli
Deflusso minimo	Alto, medio, basso
BOD	Alto, medio, basso
Concentrazione di inquinanti	Alta, media, bassa
Costo	0 €; 50 €; 100 €; 150 €

Tabella 3.1 Esempio di attributi e livelli quantitativi in un esperimento di scelta (fonte: Tempesta, 2011)

Un set di scelta potrebbe essere dato come nell’esempio riportato nella tabella 3.2:

Attributo	Profilo A	Profilo B	Profilo C
Deflusso minimo	Medio	Basso	Basso
BOD	Basso	Medio	Alto
Concentrazione di inquinanti	Basso	Medio	Alta
Costo	100 €	50 €	0 €

Tabella 3.2 Esempio di Set di scelta in un *choice experiment* (fonte: Tempesta, 2011)

Agli intervistati sarà chiesto di indicare il profilo preferito tra i tre proposti. L’esercizio sarà ripetuto più volte proponendo più set di scelta diversi al medesimo intervistato. Va ricordato che, come nel caso della valutazione contingente, anche negli esperimenti di scelta la stima farà

sempre riferimento ad una variazione nella disponibilità del bene o delle sue caratteristiche qualitative.

ii) Scelta dei profili da sottoporre a valutazione

Il numero di profili che si possono definire anche a partire da pochi attributi e livelli è molto grande. Per esempio, avendo, come nel caso precedente, 4 attributi che possono assumere 3 livelli diversi, il numero di possibili combinazioni sarà pari a $4^3 = 64$. È quindi necessario cercare di individuare fin dall'inizio attributi e livelli che siano realistici e non siano ridondanti rispetto agli obiettivi della ricerca. Importante a riguardo è l'organizzazione del *focus group* (gruppo di discussione) al fine di individuare gli attributi rilevanti al fine della valutazione del bene oggetto di studio. Non va trascurato che agli intervistati non si potrà richiedere di esprimere la propria opinione su un numero eccessivo di set di scelta poiché possono insorgere fenomeni di stanchezza che inducono a fornire risposte casuali e poco meditate. Si porrà pertanto il problema di una riduzione e di un'accurata scelta dei profili da sottoporre a valutazione. In prima istanza sarà possibile procedere in tal senso utilizzando un disegno sperimentale di tipo ortogonale. Il disegno ortogonale può però generare dei profili che sono dominati (in senso economico), fenomeno che si verifica quando due profili presentano un eguale livello per tutti gli attributi eccetto che per uno, oppure quando, a livelli qualitativi inferiori degli attributi, corrisponde un costo più elevato. Riguardo al caso precedente se i costi fossero invertiti tra profilo A e B si avrebbe che la politica peggiore dal punto di vista ambientale avrebbe anche il costo più basso per la collettività. Una possibile soluzione può essere quella di effettuare una rilevazione a blocchi, in cui, partendo da un disegno sperimentale che comprende numerosi set di scelta, vengono individuati dei "blocchi" costituiti da un certo numero di set di scelta che saranno sottoposti alla valutazione di sottocampioni di intervistati. Ad esempio, partendo da 16 set di scelta, si potrà far valutare ad un certo numero di intervistati un blocco costituito dai primi 4 set, ad un altro gruppo un blocco costituito dai secondi 4 set, ecc.. Ciò comporta il vantaggio di ridurre l'affaticamento dell'intervistato ma, d'altro canto, rende necessario ampliare il campione. Nell'esempio dovrebbe essere intervistato il quadruplo degli intervistati.

iii) Analisi dei dati

Il trattamento dei dati al fine di stimare il valore del bene o delle sue singole componenti fa ricorso ai modelli di utilità stocastica (*Random Utility Model*). Secondo questo approccio,

proposto originariamente da McFadden (1974), l'utilità derivante dal consumo di un bene può essere scomposta in due parti, una deterministica e una stocastica:

$$(1) \quad U_{an} = V_{an} + \varepsilon_{an}$$

dove: U_{an} è l'utilità latente e non osservabile di un generico consumatore n dovuta alla disponibilità di risorse definita dall'alternativa a , V_{an} è la sua frazione osservabile (o sistematica) e ε_{an} è la frazione di utilità stocastica e non osservabile. Un consumatore sceglierà l'alternativa a nell'ambito del set di scelta C_n in cui sono presenti altre j - alternative se:

$$(2) \quad U_{an} > U_{jn} = (V_{an} + \varepsilon_{an}) > (V_{jn} + \varepsilon_{jn})$$

La probabilità che sia scelta l'alternativa a potrà essere espressa come:

$$(3) \quad P_{a/C_n} = P [(V_{an} + \varepsilon_{an}) > (V_{jn} + \varepsilon_{jn})] = P [(V_{an} - V_{jn}) > (\varepsilon_{jn} - \varepsilon_{an})] \quad \forall a \neq j$$

A fini operativi si può innanzitutto ipotizzare che la funzione condizionale indiretta d'utilità V_{an} sia di tipo additivo e lineare:

$$(4) \quad V_{an} = \beta_1 + \beta_2 x_{an2} + \beta_3 x_{an3} \dots + \beta_k x_{ank} + \alpha(Y - P_a)$$

dove: x_{ank} sono gli attributi del profilo a , β e α sono invece i parametri da stimare, Y è il reddito e P_a è il costo del profilo a .

Per stimare i parametri β si procede alla stima della funzione 4. Al riguardo generalmente si assume che le componenti stocastiche siano identicamente ed indipendentemente Gumbel distribuite (IID), ovvero secondo la legge di Gumbel, riguardante la distribuzione generalizzata dei valori estremi. In questo modo si perviene alla stima di un modello logit multinomiale (MNL) che fornisce la probabilità che a sia scelto rispetto alle j alternative. Attraverso i parametri β della funzione si può pervenire sia alla stima del contributo dei singoli attributi al valore del bene, sia alla stima complessiva del suo valore. Il valore economico di ogni livello di un singolo attributo viene stimato dividendo un generico β per α cioè il coefficiente della variabile "costo".

Gli esperimenti di scelta consentono, come osservato, un sicuro avanzamento nella stima del valore del bene rispetto alla valutazione contingente. Si noti però che non esiste ancora una precisa evidenza sperimentale che con gli esperimenti di scelta si possano superare i principali problemi connessi all'utilizzo della valutazione contingente quali gli errori di tipo ipotetico e l'*embedding* (incorporamento). Pare in ogni modo plausibile che con gli esperimenti di scelta sia più difficile per l'intervistato assumere comportamenti strategici, data la molteplicità delle scelte che è chiamato ad

effettuare durante l'intervista. I fenomeni quali l'acquisto della soddisfazione morale dovrebbero quindi essere meno rilevanti rispetto alla valutazione contingente. Non va però trascurato che gli esperimenti di scelta presentano alcuni problemi specifici che nella valutazione contingente invece non si riscontrano. È ad esempio possibile che, a causa della complessità dell'intervista, le preferenze non siano stabili, ma tendano a modificarsi nel passare dai primi agli ultimi set di scelta. Tale tendenza si può acuire se il numero di attributi è superiore a 4 o 5. A causa della stanchezza si possono poi verificare con una certa frequenza fenomeni quali lo *yea saying* (cioè rispondere "SI" a valori anche molto elevati; possibile tendenza degli intervistati a rispondere positivamente alle offerte anche molto elevate, al fine di affermare la loro adesione di principio alla azione proposta. È una fonte di errore nell'applicazione della valutazione contingente dovuta ad atteggiamenti di compiacenza delle persone verso l'intervistatore o lo sponsor della ricerca) o il *no saying* (nel caso l'intervistato invece risponda "NO"), oppure l'intervistato può adottare una regola di tipo lessicografico nel fornire le risposte. Un altro problema poi riscontrato in letteratura è poi il cosiddetto "*decoy effect*" (effetto esca). Da considerare che, talvolta, l'inserimento di una nuova alternativa dominata nei set di scelta può modificare in modo rilevante la scelta degli intervistati tra le due alternative dominanti e, di conseguenza, il valore assunto dai vari livelli degli attributi. Oltre a violare uno degli assunti di base della teoria del consumatore secondo cui la probabilità di scelta tra due alternative non deve essere modificata dalla presenza di una terza, tale evidenza sperimentale mette in discussione le basi scientifiche stesse su cui poggia il metodo. Queste anomalie sono state riscontrate frequentemente anche nel caso dei beni privati e derivano in generale dalla presenza di comportamenti non del tutto razionali da parte dei consumatori (Tempesta, 2011).

3.4 Il questionario

La raccolta dati è stata eseguita tramite l'utilizzo di un questionario cartaceo, suddiviso in cinque sezioni. La prima sezione presenta alcune domande di "*warm-up*" (riscaldamento), inerenti al consumo in generale di vino da parte dell'intervistato, riguardanti l'acquisto e la frequenza di consumo. La seconda sezione, insieme alla terza, rappresenta il "corpo" del questionario che analizza la considerazione che i consumatori hanno nei riguardi del Prosecco. In questa sezione sono state fatte domande inerenti alle abitudini di consumo di Prosecco, alle preferenze verso esso, alla considerazione verso gli elementi che accompagnano il prodotto, al livello di conoscenze e alle

opinioni dei consumatori in riferimento al Prosecco e agli ultimi cambiamenti normativi e produttivi che lo hanno interessato. Nella terza sezione è stata eseguita l'applicazione del cosiddetto “*choice experiment* “. Per applicare questa tecnica è stato predisposto un disegno sperimentale ortogonale con l'uso del software SPSS[®], con cui sono stati creati 24 profili che riproducono diverse tipologie di Prosecco. Queste tipologie sono state suddivise in 6 gruppi, per poi essere sottoposte alle preferenze e ai giudizi degli intervistati. Per definire i profili da utilizzare nel questionario, il procedimento che si è seguito in questo frangente è stato quello di individuare degli specifici attributi che sono legati all'immagine del Prosecco, cioè delle variabili che possono esercitare nei confronti del consumatore un'influenza nell'acquisto del prodotto, sulle quali poter applicare l'analisi. Gli attributi, per definizione, sono quelle caratteristiche che servono per descrivere le configurazioni alternative del bene negli insiemi di scelta, fra le quali i rispondenti devono indicare la loro preferenza. Tali configurazioni vengono denominate combinazioni di trattamenti o profili. Gli attributi prescelti, oltre ad influenzare fortemente il disegno sperimentale, andranno appunto a costituire le variabili esplicative nella funzione di utilità da stimare. Per il Prosecco sono stati individuati 5 attributi (cioè le variabili) che, come tali, sono stati considerati importanti nel rappresentare la garanzia di tutela del prodotto ed aumentare la qualità e il suo prestigio. Essi sono stati identificati come dei fattori potenziali tali da riuscire a influenzare il consumatore nelle sue scelte di acquisto. I 5 attributi (Tabella 3.3) sono: l'uso di uva proveniente da vitigni di biotipi locali per l'ottenimento del vino, la tutela del paesaggio tradizionale, la tracciabilità dei prodotti, il luogo di produzione e il prezzo. I cinque attributi vengono illustrati nel loro significato tramite l'elenco seguente:

- a) Uso di uva proveniente da vitigni di biotipi locali:** al fine di migliorare la qualità del vino si sta cercando di recuperare i biotipi di vitigni di Prosecco che sono stati selezionati dai viticoltori della zona nei secoli passati, i biotipi locali appunto. I biotipi locali sono meglio adattati alle caratteristiche ambientali e pedo-climatiche del territorio e forniscono perciò produzioni di qualità maggiore. Riguardo a tale caratteristica sono state previste tre diverse possibilità: Prosecco ottenuto da uso prevalente di biotipi locali; Prosecco parzialmente derivato da biotipi locali; vino in cui non vi è alcuna garanzia sull'uso di biotipi locali.

- b) Tutela del paesaggio tradizionale:** la viticoltura in talune aree come quella di produzione del Prosecco vanta una tradizione antichissima. Mentre molto spesso le moderne tecniche di coltivazione hanno causato la scomparsa dei vigneti tradizionali, in certi casi, specie in collina, essi si sono conservati nonostante la loro coltivazione sia però molto onerosa per il viticoltore. Per favorire la tutela dei paesaggi storici, il Distretto del Prosecco, sfruttando

anche gli effetti della riforma avvenuta nel 2009, ha voluto istituire un marchio che certifichi che il vino è stato ottenuto in vigneti di interesse storico, culturale e paesaggistico. In questo modo si cerca di favorire la conservazione del patrimonio culturale e ambientale della zona e degli elementi di identità che ancora lo caratterizzano. Agli intervistati è stato proposto in tale caso, quale elemento per valutare il vino, il fatto che esso fosse stato prodotto conservando i paesaggi tradizionali.

- c) Tracciabilità: Uno degli strumenti su cui insiste da molti anni il Consorzio di tutela del Prosecco, soprattutto col contributo della riforma strutturale del 2009 per eliminare le frodi in campo alimentare, è costituito dalla tracciabilità. La tracciabilità consente ai consumatori di conoscere il reale luogo di produzione dell’uva utilizzata per la produzione del vino. Nel caso specifico del Prosecco con l’introduzione della dicitura “Rive” a partire dal 2009, si può sapere con certezza il comune, l’area territoriale, o addirittura anche la singola collina da cui proviene l’uva che è stata utilizzata per la produzione del Prosecco, individuando perciò in quale riva è stato prodotto. La conoscenza del luogo di produzione dell’uva permette inoltre al consumatore di acquistare vino ottenuto in particolari realtà locali e che quindi può possedere caratteristiche organolettiche uniche dovute al particolare contesto ambientale e climatico, oltre che all’utilizzo di tradizionali tecniche di coltivazione e di vinificazione per l’ottenimento del vino. I produttori del Prosecco stanno cercando quindi di fornire una precisa indicazione del luogo di produzione dell’uva al fine di dare ai consumatori una maggiore garanzia di qualità del prodotto e di tutelare le loro produzioni contro le frodi alimentari e le concorrenze sleali presenti nel mercato. Nei sensi di tale caratteristica al consumatore sono stati proposti due casi: nel primo, vi possono essere Proseccchi con la presenza di tracciabilità riguardo il loro percorso produttivo, e il secondo rappresentante altre situazioni in cui la tracciabilità non è presente dove quindi il consumatore non ha alcuna informazione riguardo l’ottenimento del vino.
- d) Luogo di produzione: Nel caso preso in analisi, riguardo il Prosecco, al consumatore nell’intervista sono stati proposti tre casi rappresentanti tre realtà: *i)* Prosecco derivato dall’area della D.O.C.G., costituita dalla zona storica e più tipica di produzione, posta nelle colline tra Valdobbiadene, Conegliano e Vittorio Veneto. Il vino in tale caso è sottoposto a controlli rigidissimi per la verifica del disciplinare di produzione; *ii)* Prosecco derivato dall’area di produzione della D.O.C. che comprende nell’odierna realtà le provincie di Treviso, Belluno, Padova, Venezia e Vicenza in Veneto e Pordenone, Udine, Gorizia e

Trieste in Friuli Venezia Giulia. Il vino è sottoposto anche in questo caso a controlli per la verifica del rispetto del disciplinare di produzione. *iii*) vino ottenuto in qualsiasi altra parte di Italia, quindi non nelle aree autorizzate dai disciplinari, da uve di Prosecco non sottoposto a nessun controllo dettato da un specifico disciplinare di produzione.

- e) **Prezzo:** al consumatore nell'intervista sono stati proposti tre diversi prezzi che sono parte integrante del gruppo di caratteristiche che rappresentano i diversi set di scelta: 3 euro, 5 euro e 10 euro.

Il risultato finale delle combinazioni tra attributi e livelli comporta la presenza di 108 combinazioni (*Full factory design*). Ovviamente non sarebbe stato possibile proporre agli intervistati un numero così alto di scelte e perciò è stato costruito un disegno ortogonale costituito da 18 profili. I profili ottenuti sono stati raggruppati in 6 cartellini (Tabella 3.4), rappresentanti 6 diversi set di scelta, e i relativi attributi sono stati rappresentati graficamente con lo scopo di facilitare gli intervistati nelle scelte.

Uso di uva da vitigni di biotipi locali	Tutela del paesaggio tradizionale	Tracciabilità	Luogo di produzione	Prezzo (€)
uso prevalente	SI	SI	zona Prosecco D.O.C.G.	3
uso parziale	NO	NO	zona Prosecco D.O.C.	5
nessun uso	-	-	altra zona	10

Tabella 3.3 Attributi e livelli dei cartellini

Cartellino 1	Uso di uva da vitigni di biotipi locali	Tutela del paesaggio tradizionale	Tracciabilità	Luogo di produzione	Prezzo (€)
A	uso prevalente	NO	NO	altra zona	3
B	uso parziale	SI	NO	zona Prosecco D.O.C.G.	5
C	nessun uso	NO	SI	zona Prosecco D.O.C.	10
Cartellino 2	Uso di uva da vitigni di biotipi locali	Tutela del paesaggio tradizionale	Tracciabilità	Luogo di produzione	Prezzo (€)
A	nessun uso	NO	SI	zona Prosecco D.O.C.G.	3
B	uso prevalente	SI	NO	zona Prosecco D.O.C.	5
C	uso parziale	NO	NO	altra zona	10
Cartellino 3	Uso di uva da vitigni di biotipi locali	Tutela del paesaggio tradizionale	Tracciabilità	Luogo di produzione	Prezzo (€)
A	nessun uso	NO	SI	zona Prosecco D.O.C.G.	3
B	uso parziale	SI	NO	altra zona	5
C	uso prevalente	SI	SI	zona Prosecco D.O.C.	10
Cartellino 4	Uso di uva da vitigni di biotipi locali	Tutela del paesaggio tradizionale	Tracciabilità	Luogo di produzione	Prezzo (€)
A	uso prevalente	NO	SI	zona Prosecco D.O.C.	3
B	uso parziale	NO	SI	altra zona	5
C	nessun uso	SI	NO	zona Prosecco D.O.C.G.	10
Cartellino 5	Uso di uva da vitigni di biotipi locali	Tutela del paesaggio tradizionale	Tracciabilità	Luogo di produzione	Prezzo (€)
A	uso parziale	SI	NO	zona Prosecco D.O.C.	3
B	nessun uso	NO	SI	zona Prosecco D.O.C.G.	5
C	uso prevalente	NO	NO	altra zona	10
Cartellino 6	Uso di uva da vitigni di biotipi locali	Tutela del paesaggio tradizionale	Tracciabilità	Luogo di produzione	Prezzo (€)
A	nessun uso	NO	NO	altra zona	3
B	uso parziale	SI	NO	zona Prosecco D.O.C.	5
C	uso prevalente	SI	SI	zona Prosecco D.O.C.G.	10

Tabella 3.4 Profili nei sei cartellini usati nell'indagine

In questa terza fase dell'intervista quindi a ogni intervistato è stato chiesto scegliere per ognuno dei set di scelta, il profilo preferito, cioè quello che avrebbe acquistato. È stata in ogni caso lasciata la possibilità di non sceglierne alcuno tra i profili mostrati qualora la persona non fosse convinta di nessuno dei casi proposti. Nella quarta sezione del questionario è stato chiesto ad ogni intervistato di rispondere ad alcune domande di carattere socio-economico (età, sesso, comune di provenienza, luogo e zona di residenza, numero di componenti in famiglia e numero di attivi, titolo di studio, e settore occupazionale dell'intervistato) per l'ottenimento di informazioni necessarie per le successive elaborazioni statistiche. La quinta e ultima sezione del questionario è rappresentata da due domande di verifica: nella prima all'intervistato è stato chiesto se nel set di scelta, per scegliere il Prosecco da "acquistare" ha considerato uno o più attributi presenti nei cartellini e nella seconda è stato chiesto alle persone di valutare in una scala da uno a cinque quanto ha influito, nelle proprie scelte, ognuno dei 5 attributi presentati. La scala da uno a cinque è così strutturata: Nulla = 1; Poco = 2; Abbastanza = 3; Molto = 4; Moltissimo = 5.

3.5 La raccolta dati

Il lavoro di raccolta dati è stato eseguito tra giugno e luglio 2011, presso un centro commerciale di recente apertura, ubicato nella zona di Conegliano, a nord-est della provincia di Treviso. La raccolta dati si è svolta sempre all'interno del centro commerciale vicino ad una delle due entrate principali utilizzando per il lavoro una postazione composta da un banco e delle sedie con l'accompagnamento di materiali di cartellonistica come supporto per l'esposizione delle intenzioni e per richiamare l'attenzione dei consumatori. È stato scelto come luogo per le interviste il centro commerciale perché esso rappresenta il sito ideale in cui i clienti possono considerarsi rappresentativi della totalità della popolazione, indipendentemente dalla loro fonte di approvvigionamento per il vino; in sintesi all'interno di tale sito è possibile trovare tutte le tipologie di consumatori. Infatti durante lo svolgimento del lavoro è stato possibile intervistare ogni categoria di consumatori: maschi e femmine; giovani, adulti e anziani; persone *single*, persone fidanzate, persone sposate con o senza figli. Sono state scartate quelle persone che alla proposta di sottoporsi a tale intervista si dichiaravano astemie. Un'altra ragione per effettuare le interviste nel centro commerciale è che qui si ambienta la simulazione di acquisto proposta dall'esperimento di scelta. L'intervista iniziava fornendo le informazioni relative alla Facoltà e al Dipartimento da cui è stata

condotta l'indagine e specificando tale lavoro come inerente a una tesi di laurea, per la conclusione del mio ciclo di studi universitari. Agli intervistati è stato spiegato lo scopo della ricerca, fornendo anche delle indicazioni generali riguardanti i cambiamenti legislativi e produttivi del Prosecco e riguardo anche i principali fattori che ne influenzano l'acquisto, considerati il tema centrale dell'argomento. In totale sono state raccolte 220 interviste. Prima di procedere con le interviste al centro commerciale, il questionario è stato sottoposto a un pre-testaggio, attraverso l'apporto di un *focus group* (gruppo di lavoro) di 10 persone che sono state intervistate con l'utilizzo del questionario stesso per valutare, tramite il loro giudizio, se per quest'ultimo erano necessarie correzioni o modifiche nella struttura o nell'impostazione delle domande. Il giudizio generale del *focus group* è stato positivo in termini di chiarezza e di esposizione delle domande e anche nell'apprendimento dell'argomento in questione. A conclusione del pre-testaggio si è potuto iniziare il lavoro di raccolta dati.

CAPITOLO 4

RISULTATI DELL'INDAGINE

Nel capitolo seguente verranno riportati i risultati finali dell'indagine effettuata con l'esperimento di scelta, cercando di capire quali significati vengono espressi da tali risultati. Per comodità i risultati ottenuti verranno descritti analizzando le conclusioni che ogni "sezione" del questionario ha riportato. I risultati che verranno esposti in seguito derivano da una base di dati raccolti in 220 questionari che sono stati sottoposti ad altrettanti intervistati, rappresentanti ogni categoria di consumatore. Questi dati dopo essere stati riassunti e catalogati in un foglio Excel, sono stati elaborati tramite l'utilizzo di un software N-LOGIT 3[®]. Al termine dell'elaborazione statistica, si sono ottenuti i risultati finali dell'indagine.

4.1 Risultati "sezione 1" del questionario: informazioni sul consumo generale di vino

In questa sezione del questionario sono state effettuate delle domande riguardanti il consumo in generale di vino. Nella prima domanda, che chiedeva la quantità media approssimativa di litri di vino che vengono consumati in famiglia nell'arco temporale di una settimana, la risposta più frequente è stata quella di "1 litro". Hanno dato questa risposta un numero di 65 persone, pari al 29,5% del campione totale di 220 intervistati. La seconda risposta che si è maggiormente ripetuta è stata "2 litri" a cui hanno risposto 42 intervistati pari al 19,1% del campione. Trentatré intervistati hanno invece dato come risposta "3 litri" e questi rappresentano il 15% del totale, mentre 17 persone hanno affermato di consumare non più di 0,5 litri a settimana ed esse ammontano al 7,7% del campione analizzato; queste sono state le frequenze maggiori. Ben 11 intervistati invece hanno affermato di non consumare alcun litro di vino durante la settimana (essi rappresentano una quota del 5% del totale) e soltanto 4 riescono ad arrivare ad un consumo settimanale di 10 litri (1,8%), che è equivalsa alla quantità numerica più alta avuta come risposta. Il resto del campione si presenta molto frammentato con diverse risposte, in quanto le quantità che questi intervistati hanno affermato di consumare variano molto in termini numerici, da 1,5 litri fino a 8 litri. La tabella 4.1 riassume il quadro del campione analizzato riguardo le quantità in litri che gli intervistati hanno

affermato di consumare, nel numero di persone intervistate per risposta e nelle corrispondenti percentuali.

Quantità (Litri)	N° intervistati	% sul campione
0,0	11	5,0
0,3	6	2,7
0,5	17	7,7
0,8	1	0,5
1,0	65	29,5
1,5	8	3,6
2,0	42	19,1
2,5	4	1,8
3,0	33	15,0
3,5	1	0,5
4,0	11	5,0
5,0	6	2,7
6,0	7	3,2
7,0	3	1,4
8,0	1	0,5
10,0	4	1,8
Totale	220	100

Tabella 4.1 Quantità in litri di vino che vengono consumati in media alla settimana in famiglia nel campione totale analizzato: numero di intervistati e frequenze percentuali (riferimento alla domanda 1 del questionario)

La seconda domanda chiedeva all'intervistato di specificare chi tra i membri del nucleo familiare, in riferimento alle abitudini della famiglia, si occupa dell'acquisto del vino. C'è da specificare il fatto che in questa domanda è stato possibile far scegliere agli intervistati anche più di una risposta. Una gran parte degli intervistati (139 persone pari al 63,2%) ha affermato di occuparsi in prima persona dell'acquisto di vino in famiglia. Il 39,5% degli intervistati (per un totale di 87 persone) ha dichiarato che il compito dell'acquisto del vino viene delegato ad altre persone (nel questionario tale risposta corrisponde alla voce "Altri"). Questi "altri", da quanto accennato dagli intervistati, escludendo il coniuge ed i figli, sono per lo più altri parenti per esempio fratelli, sorelle, zii, nonni, cugini; nel caso dei giovani intervistati, tali persone sono specialmente i genitori. Oppure ancora, si tratta di persone amiche della famiglia a cui gli intervistati si affidano per l'acquisto del vino. In altri casi, anche se poco frequenti, si tratta di persone delegate dalle cantine o dai negozi alimentari

alla consegna del vino nelle case per i clienti che hanno effettuato delle ordinazioni tramite pony-express. Nel caso di 30 intervistati (13,6%) è il coniuge ad acquistare il vino. In conclusione, il restante 1,4% (solo 3 intervistati), afferma che tale abitudine viene effettuata dai loro figli. La tabella 4.2 riassume i risultati delle distribuzioni di frequenza dei valori assoluti e percentuali inerenti a questa domanda.

Person	N° intervistati	%
Intervistato	139	63,2
Coniuge	30	13,6
Figli	3	1,4
Altro	87	39,5

Tabella 4.2 Ripartizione delle frequenze (valori assoluti e percentuali) delle categorie di persone che acquistano il vino nel campione totale analizzato (riferimento alla domanda 2 del questionario)

Nella terza domanda viene chiesto agli intervistati in quali occasioni, nelle loro abitudini, bevono vino. La tabella 4.3 riassume i risultati delle frequenze dei valori assoluti e percentuali delle risposte date in riferimento alla domanda. Come per il precedente quesito, anche in questo caso gli intervistati hanno avuto la possibilità di scegliere più di una risposta fra quelle a disposizione. Al primo posto della graduatoria, il luogo dove la maggior parte delle persone intervistate si reca ad acquistare il vino è la cantina, con un valore del 61,4% del campione, per un totale di 135 persone. Il secondo luogo più frequentato sono le aziende vitivinicole con il 37,3% (pari a 82 persone intervistate); al terzo posto con il 26,4%, rappresentante un gruppo di 58 intervistati, troviamo i supermercati e negozi alimentari in genere. La percentuale più bassa infine è rappresentata dalle enoteche con un 7,3%, vale a dire solo 16 intervistati.

Luogo di acquisto	N° intervistati	%
Aziende vitivinicole	82	37,3
Cantine	135	61,4
Enoteche	16	7,3
Supermercati e negozi alimentari in genere	58	26,4

Tabella 4.3 Ripartizione delle frequenze del numero di intervistati e relative percentuali dei luoghi di acquisto del vino nel campione totale analizzato (riferimento alla domanda 3 del questionario)

Nella quarta ed ultima domanda della prima sezione, agli intervistati è stato domandato in quale occasione, nelle loro abitudini, bevono vino. Come si può vedere nei dati riportati nella tabella 4.4, il maggior numero di intervistati (135 in totale) tende a consumare il vino nel pasto a casa; questa scelta corrisponde alla quota più alta rilevata, pari al 61,4%. Tendendo conto che anche per questa domanda gli intervistati hanno potuto scegliere più di una risposta, gli altri responsi si sono manifestati con leggere differenze percentuali fra loro. Un gruppo di 112 persone ha affermato di consumare vino anche in occasione di ricorrenze particolari (esempio Natale, Pasqua, anniversari o altre festività e ricorrenze) per una quota percentuale corrispondente del 50,9%. Appena sotto di dieci punti troviamo le altre due opzioni che il questionario in tale domanda metteva a disposizione; la risposta “al bar” è stata data da un totale di 91 individui e corrisponde al 41,4%, mentre la quarta risposta disponibile, “al ristorante” è stata data da 88 intervistati pari ad una percentuale del 40%.

Occasioni	N° intervistati	%
Nel pasto a casa	135	61,4
Al bar	91	41,4
Al ristorante	88	40
In ricorrenze particolari	112	50,9

Tabella 4.4 Ripartizione delle frequenze del numero di intervistati e relative percentuali riguardo le occasioni di consumo del vino in generale nel campione totale analizzato (riferimento alla domanda 4 del questionario)

4.2 Risultati “sezione 2” del questionario: informazioni sul Prosecco

Con le domande della seconda sezione del questionario si è cercato di capire quali conoscenze, preferenze e considerazioni i consumatori manifestano nei confronti del prodotto Prosecco. Nella prima domanda di questa seconda sezione, agli intervistati è stato chiesto se avessero bevuto

Prosecco nell'ultimo anno. Quasi tutto il campione selezionato ha risposto in modo affermativo, infatti, su 220 persone sentite, 218, pari al 99,1% del campione, ha risposto "Sì". A chi rispondeva positivamente alla prima domanda di tale sezione, successivamente venivano fatte le due domande consecutive; in entrambe è stata garantita la possibilità per il consumatore intervistato di potere dare, se egli lo riteneva opportuno, più di una risposta. Nella prima di queste due domande (che corrisponde alla domanda numero 6 del questionario) è stato chiesto quali tipi di Prosecco sono stati bevuti nell'ultimo anno e le risposte disponibili erano "Prosecco frizzante", "Prosecco tranquillo", "Prosecco spumante" e "Superiore di Cartizze" (tabella 4.5). La risposta che ha ottenuto le frequenze più elevate, data da 180 intervistati, è stata "Prosecco frizzante" pari all'81,8%. La risposta "Prosecco tranquillo" ha ottenuto la seconda posizione nei consensi pari ad una frequenza percentuale del 46,8% e data un totale di 103 consumatori. Il 39,5%, ha affermato di aver bevuto nell'ultimo anno il Prosecco spumante, mentre la frequenza più bassa è spettata alla risposta "Superiore di Cartizze" con una percentuale del 32,7% per un totale di 72 persone.

Tipologie	N° intervistati	%
Prosecco Frizzante	180	81,8
Prosecco Tranquillo	103	46,8
Prosecco Spumante	87	39,5
Superiore Cartizze	72	32,7

Tabella 4.5 Ripartizione delle frequenze del numero di intervistati e relative percentuali riguardanti le tipologie di Prosecco consumate nell'ultimo anno dai consumatori del campione analizzato (riferimento alla domanda 6 del questionario)

La seconda domanda (corrispondente alla domanda 7 del questionario) chiedeva agli intervistati in quale luogo avessero bevuto il Prosecco nell'ultima annata. Dai risultati riportati nella tabella 4.6 si può notare una consistente prevalenza della risposta "in casa", risposta data da 150 delle 220 persone intervistate che si traduce in una frequenza percentuale del 68,2%. Di contro, la frequenza più bassa registrata è stata del 7,7%, corrispondente alla risposta "altro", data da solo 17 persone. Le altre risposte si distribuiscono equamente con frequenze che si differenziano fra loro di pochi punti

percentuale; dopo il 68,2% della risposta citata prima, la seconda frequenza maggiore registrata è stata del 54,1%, inerente alla risposta “al ristorante”, data da 119 consumatori intervistati. Segue un responso del 51,8% dove 114 persone ha risposto di aver bevuti il Prosecco al bar. Le risposte “a feste, sagre, mostre ...” e “da amici” presentano più o meno gli stessi valori con rispettivamente una frequenza del 40% per la prima e del 42,3% per la seconda.

Contesto	N°	
	intervistati	%
In casa	150	68,2
Al ristorante	119	54,1
Al bar	114	51,8
A feste, sagre, mostre, etc.	88	40,0
Da amici	93	42,3
Altro	17	7,7

Tabella 4.6 Ripartizione degli intervistati in relazione al contesto in cui hanno consumato Prosecco nell'ultimo anno (riferimento alla domanda 7 del questionario)

La domanda numero 8 del questionario chiedeva ai consumatori se avessero acquistato personalmente Prosecco nel corso dell'ultimo anno; su 220 intervistati, 151 hanno risposto in modo affermativo, pari ad una frequenza percentuale del 68,6% del campione totale. A questa quota che ha risposto “sì” è stata fatta la domanda successiva (domanda numero 9) in riferimento a dove avessero acquistato il Prosecco nell'ultimo anno. La frequenza più alta, pari al 38,6% indica che la maggior parte dei consumatori acquista il Prosecco in cantina (tabella 4.7). Al secondo posto (29,5%) si trova l'acquisto presso le aziende vitivinicole che presentano.. La risposta con la frequenza più bassa è stata quella inerente alle enoteche (4,1% degli intervistati). Se ne può dedurre che i consumatori di Prosecco, almeno secondo quanto rilevato dal campione analizzato, tendono di più ad affidarsi, nell'acquisto del vino, alle strutture di vendita “diretta”. Nello specifico, i consumatori che hanno dato la risposta “altro” si riferivano più o meno tutti all'acquisto di un calice da aperitivo al bar o nei locali di svago. Infine 33 intervistati hanno affermato di acquistare il Prosecco nei supermercati o negozi di alimentari in genere.

Luogo di acquisto	N° intervistati	%
Aziende vitivinicole	57	25,9
Cantina	85	38,6
Enotecche	9	4,1
Supermercati o negozi di alimentari in genere	33	15,0
Altro	11	5,0

Tabella 4.7 Distribuzione del numero di consumatori e relative frequenze percentuali del campione analizzato inerenti al luogo di acquisto del Prosecco (riferimento alla domanda 9 del questionario)

In riferimento alla successiva domanda numero 10 del questionario, nella quale si chiedeva agli intervistati se avessero mai svolto corsi di degustazione del vino, soltanto il 21,4% (47 persone su 220) ha risposto di aver frequentato almeno una volta dei corsi di degustazione. La domanda numero 11 ha cercato di individuare quanto incidessero nei consumatori, riguardo l'acquisto del vino, alcuni degli elementi che compongono l'immagine del prodotto enologico stesso. Questa domanda anche se è stata inserita nella sezione del questionario dedicata al Prosecco, riguarda comunque sia il Prosecco che il vino in termini generali. Gli elementi selezionati per la formulazione di tale domanda sono i seguenti: *i)* Tipo di vino; *ii)* Luogo di produzione; *iii)* Denominazione di origine; *iv)* Conoscenza diretta dell'azienda produttrice; *v)* conoscenza della marca; *vi)* La confezione (etichetta/bottiglie raffinate); *vii)* Consiglio degli amici; *viii)* Tipo di tappo; *xi)* La curiosità di provare nuovi vini; *x)* Il prezzo. Nello specifico in tale quesito è stato chiesto agli intervistati di valutare ogni singolo elemento con una scala di importanza che andava da un valore minimo di "nulla", fino ad un valore massimo di "moltissimo"; gli altri valori della scala, in ordine di importanza crescente, sono: "poco", "abbastanza" e "molto". I risultati ottenuti sono stati riportati nei valori assoluti e nelle frequenze percentuali nella tabella 4.8. Considerando per semplicità il punteggio medio attribuito ad ognuna delle caratteristiche (ponendo moltissimo uguale a 5 e nulla uguale 1) si può notare che il fattore cui viene attribuita la massima importanza è il tipo di vino (punteggio 4,00), seguito, in ordine di importanza dal luogo di produzione (3,75), dalla denominazione d'origine (3,67) e dalla curiosità di provare nuovi vini (3,53). All'estremo opposto poca importanza è stata attribuita alla confezione (2,70), al tipo di tappo (2,76), al consiglio di amici (2,87) e alla conoscenza della marca (2,87). In posizione intermedia si situano il prezzo (3,29) e la conoscenza diretta della ditta produttrice (3,32).

Valori assoluti (n° intervistati)						
	Nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo	Totale
Il tipo di vino	1	8	41	109	61	220
Il luogo di produzione	5	17	48	109	41	220
Denominazione di origine	9	22	56	79	54	220
Conoscenza diretta dell'azienda produttrice	15	38	56	84	27	220
Conoscenza della marca	33	50	61	64	12	220
La confezione (etichetta/bottiglie raffinate)	33	64	67	47	9	220
Consiglio di amici	31	44	74	64	7	220
Tipo di tappo	51	44	49	58	18	220
La curiosità di provare nuovi vini	6	28	60	96	30	220
Il prezzo	10	30	97	75	8	220
Valori percentuali						
	Nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo	Totale
Il tipo di vino	0,5	3,6	18,6	49,5	27,7	100
Il luogo di produzione	2,3	7,7	21,8	49,5	18,6	100
Denominazione di origine	4,1	10,0	25,5	35,9	24,5	100
Conoscenza diretta dell'azienda produttrice	6,8	17,3	25,5	38,2	12,3	100
Conoscenza della marca	15,0	22,7	27,7	29,1	5,5	100
La confezione (etichetta/bottiglie raffinate)	15,0	29,1	30,5	21,4	4,1	100
Consiglio di amici	14,1	20,0	33,6	29,1	3,2	100
Tipo di tappo	23,2	20,0	22,3	26,4	8,2	100
La curiosità di provare nuovi vini	2,7	12,7	27,3	43,6	13,6	100
Il prezzo	4,5	13,6	44,1	34,1	3,6	100

	Punteggio medio
Il tipo di vino	4,00
Il luogo di produzione	3,75
Denominazione di origine	3,67
Conoscenza diretta dell'azienda produttrice	3,32
Conoscenza della marca	2,87
La confezione (etichetta/bottiglie raffinate)	2,70
Consiglio di amici	2,87
Tipo di tappo	2,76
La curiosità di provare nuovi vini	3,53
Il prezzo	3,19

Tabella 4.8 Ripartizione dei valori assoluti e percentuali riguardanti gli elementi che i consumatori considerano importanti nell'acquisto del vino (riferimento alla domanda 11 del questionario)

Il questionario nelle successive domande è stato strutturato in modo da focalizzare quale fosse il livello di conoscenza dei consumatori riguardo al Prosecco e se i cambiamenti della denominazione avvenuti nel 2009 fossero noti alla pubblica opinione. Nelle domande 13, 14 e 15 ai consumatori è stato chiesto se fossero in grado di riconoscere gli acronimi di denominazione che identificano il grado di importanza di un vino. Irrilevante il risultato ottenuto nella domanda numero 13 dove è stato chiesto ai consumatori del centro commerciale se sapevano decifrare la sigla D.O.C.; il 97,7% ha risposto di sì (215 intervistati su 220). Nella domanda successiva il 73,6% degli intervistati ha affermato di sapere il significato dell'acronimo D.O.C.G. anche se va sottolineato come in questo caso vi sia stato un sensibile incremento di coloro che non ne conoscevano il significato. Molto interessante è il risultato ottenuto nella domanda 15 in cui è stato chiesto agli intervistati se avessero un'idea della differenza esistente fra D.O.C. e D.O.C.G.. Soltanto il 58,6% si è dichiarato in grado di spiegare la differenza esistente tra le due tipologie di classificazione. Da notare che sono stati molti i casi in cui gli intervistati rispondevano in modo negativo a tale domanda pur affermando di sapere cosa volessero dire le sigle D.O.C. e D.O.C.G.. Nonostante tale risultato nella successiva domanda, la numero 16, il 68,6% degli intervistati (151 persone su 220) ha dichiarato di aver sentito parlare, in certi casi anche solo di rado, dell'esistenza della D.O.C.G. del Prosecco. Altro fattore interessante è la scarsa conoscenza da parte dei consumatori delle nuove aree di produzione del Prosecco D.O.C. e D.O.C.G.. Nella domanda 16 ai consumatori è stato chiesto, infatti, di indicare quale secondo loro era l'attuale area di produzione del Prosecco D.O.C.G. fra le quattro scelte disponibili (indicate nella legenda della tabella 4.9).

Aree	N° intervistati	%
Area 1	49	22,3
Area 2	103	46,8
Area 3	60	27,3
Area 4	8	3,6
Totale valori	220	100
LEGENDA DELLE AREE		
1 = Comune di Valdobbiadene		
2 = Comuni di Conegliano e Valdobbiadene		
3 = Comuni di Conegliano, Valdobbiadene, San Vendemiano, Colle Umberto, Vittorio Veneto, Tarzo, Cison di Valmarino, San Pietro di Feletto, Refrontolo, Susegana, Pieve di Soligo, Farra di Soligo, Follina, Miane, Vidor		
4 = Tutti i comuni sopra più i comuni collinari del resto della provincia di Treviso		

Tabella 4.9 Ripartizione delle frequenze di numero di intervistati e relative percentuali riguardo i risultati della domanda numero 16 del questionario

Dai risultati ottenuti si può notare che solo il 27,3% dei consumatori intervistati ha individuato correttamente il territorio. Il 46,8% delle persone sentite è convinta che il Prosecco D.O.C.G. si produca soltanto nell'area comunale di Conegliano e Valdobbiadene e secondo un 22,3% addirittura nel solo territorio amministrativo di Valdobbiadene.

Ancora più interessanti si sono verificati i risultati ottenuti inerenti alla domanda 17 (Tabella 4.10), dove è stato chiesto agli intervistati di indicare quale fosse secondo loro l'attuale area di produzione della D.O.C. Prosecco.

Aree	N° intervistati	%
Area 1	102	46,4
Area 2	36	16,4
Area 3	46	20,9
Area 4	12	5,5
Area 5	24	10,9
Totale valori	220	100
LEGENDA AREE		
1 = Comuni di Conegliano, Valdobbiadene, San Vendemiano, Colle Umberto, Vittorio Veneto, Tarzo, Cison di Valmarino, San Pietro di Feletto, Refrontolo, Susegana, Pieve di Soligo, Farra di Soligo, Follina, Miane, Vidor		
2 = Comuni precedenti più il resto della provincia di Treviso		
3 = Comuni precedenti, la provincia di Treviso e la regione Friuli Venezia Giulia		
4 = Le province di Treviso, Belluno, Padova, Vicenza, Venezia		
5 = Le province precedenti e la regione Friuli Venezia Giulia		

Tabella 4.10 Ripartizione delle frequenze di numero di intervistati e relative percentuali riguardo i risultati della domanda numero 17 del questionario

Il 46,4% ha affermato che il Prosecco D.O.C. si produce esclusivamente nel territorio collinare comunale compreso fra Conegliano e Valdobbiadene. Solo il 10,9%, poco più di 24 intervistati, ha

individuato la corretta e attuale area produttiva della D.O.C.. Questi dati ci permettono di capire che, nonostante siano ormai trascorsi più di due anni da quando sono avvenuti i cambiamenti strutturali e legislativi nella denominazione e dall'entrata in vigore del nuovo disciplinare del Prosecco, sembra che i consumatori non abbiano recepito ancora l'entità delle novità avvenute nel distretto del Prosecco. Questo probabilmente è dovuto ad una scarsa circolazione delle informazioni nel territorio o molto più semplicemente a una mancanza di interesse di una certa parte dei consumatori, vale a dire quella frazione di clientela che si interessa solo ed esclusivamente al consumo del prodotto. Infatti, da quanto si è potuto constatare nelle interviste, i consumatori che realmente sono a conoscenza di tali cambiamenti, se si escludono i produttori o i residenti nei comuni del distretto, sono gli appassionati di vino, per esempio coloro che hanno fatto corsi di degustazione o che occupano il tempo libero in visite enoturistiche. Ciò nonostante i dati conclusivi della successiva domanda numero 18, dove agli intervistati è stato chiesto se avessero sentito parlare dell'estensione della D.O.C./D.O.C.G. del Prosecco, dimostrano che il 72,3% dei consumatori del campione rilevato ha risposto positivamente. Se ne può dedurre che una frazione non trascurabile dei consumatori in qualche modo è stata informata dei cambiamenti in atto ma probabilmente il livello e la qualità delle informazioni ottenute sono risultati poco approfonditi. È interessante notare al riguardo che a quasi totalità dei consumatori (89%) ha notizia avuto informazioni dai media (televisione, radio e giornali) oppure da informazioni o confidenze avute per mezzo degli amici (82%). Pochissimi hanno dichiarato di essere venuti a conoscenza dei cambiamenti attraverso internet o il venditore. Considerando che molti hanno dichiarato di acquistare il prodotto direttamente in cantina ne emerge che i produttori non paiono essersi spesi in modo particolare per migliorare le conoscenze dei consumatori. D'altro canto anche i media probabilmente hanno affrontato il tema con una certa superficialità.

Fonte informativa	N° intervistati	%
Amici	82	37,3
Negoziante	13	5,9
Televisione, radio, giornali, etc.	89	40,5
Internet	6	2,7

Tabella 4.11 Fonti informative da cui i consumatori hanno avuto notizia dell'estensione della D.O.C./D.O.C.G. del Prosecco (riferimento alla domanda 19 del questionario)

Nel secondo quesito (domanda numero 20 del questionario) invece ai consumatori è stato chiesto se fossero d'accordo con i provvedimenti normativi che sono stati presi per l'estensione dei confini produttivi della denominazione del Prosecco. Dai risultati finali (Tabella 4.12) si è registrato che, su 220 intervistati, 95, pari ad una frequenza percentuale del 43,2%, ha risposto di no. Le motivazioni a tale risposta sono di varia natura ma si è dedotto che il motivo principale è dovuto al fatto che questo gruppo di consumatori dichiara che il Prosecco, essendo un patrimonio economico e culturale della provincia di Treviso, si debba produrre solo in tale territorio amministrativo e non nelle altre province venete o in quelle friulane. Un'altra motivazione che nelle interviste si è spesso manifestata in tale domanda, riguarda il discorso della qualità. Questi consumatori affermano infatti che, allargando in questo modo l'area D.O.C., con la creazione di un comprensorio produttivo esteso come quello attuale del Prosecco, si rischia di smarrire la tipicità della produzione ma allo stesso tempo ritengono che si farà più fatica ad garantire le produzioni che puntano sulla qualità. Altri consumatori hanno giustificato la risposta negativa che hanno dato a questa domanda col fatto che non capiscono il motivo che ha portato l'estensione dell'area Prosecco D.O.C. anche in province come per esempio Vicenza, Udine o Gorizia, o più in generale l'intera regione Friuli Venezia Giulia, affermando che tali territori non hanno alcuna tradizione per quanto concerne la viticoltura del Prosecco. Molto più bassa è risultata la frequenza di consumatori che invece ha affermato di essere d'accordo con il provvedimento, pari al 29,1% del campione. Fra le motivazioni principali che giustificano la risposta, si riporta soprattutto il fatto che tali intervistati affermano che questo provvedimento permette di tutelare meglio l'immagine del Prosecco contro le produzioni irregolari e un'altra motivazione frequentemente comparsa riguarda il fatto che, secondo questi consumatori, con un'estensione dell'area produttiva, si ha conseguentemente un aumento delle produzioni e un maggiore successo e ricavo nei mercati. Nel campione c'è da registrare infine una quota restante del 27,7%, riferita a quel gruppo di persone intervistate a cui non sono stati formulati questi ultimi due quesiti, in quanto hanno risposto negativamente alla domanda numero 18.

Risposta	N° intervistati	%
SI	64	29,1
NO	95	43,2
Intervistati a cui non è stata posta la domanda	61	27,7
Totale	220	100

Tabella 4.12 Ripartizioni delle frequenze del campione analizzato in riferimento alla risposta data nella domanda numero 20 del questionario

Le domande numero 21, 22, 23 e 24 del questionario hanno come tema comune quello di cercare di individuare il livello di gradimento che i consumatori esprimono nei confronti del Prosecco, in riferimento ovviamente al suo consumo. Con la domanda 21 si è voluto chiedere ai consumatori come considerassero il Prosecco nel loro consumo, cioè in che modo o in che occasioni lo bevono. Agli intervistati è stata data la possibilità di poter fornire anche più di una risposta fra quelle disponibili. Dai risultati ottenuti (Tabella 4.13) si denota che un'elevata percentuale di intervistati (74,5%) considera il Prosecco come aperitivo da bere prima dei pasti. Seguono separate solo da pochi punti percentuale le risposte inerenti al consumo di Prosecco come “vino da pasto” (51,8%) e come vino da occasioni speciali (esempio feste, ricorrenze ...) (48,2%). Solo 61 intervistati su 220, pari al 27,7% definisce il Prosecco come “vino da dessert”.

Occasione di consumo	N° intervistati	%
Vino da pasto	114	51,8
Vino da dessert	61	27,7
Aperitivo	164	74,5
Vino da occasioni speciali (feste, ricorrenze, etc.)	106	48,2

Tabella 4.13 Ripartizione del numero di consumatori in relazione alle occasioni di consumo del Prosecco (riferito alla domanda 21 del questionario)

Nella domanda 22 i consumatori intervistati dovevano esprimere quanto gradiscono bere Prosecco, scegliendo uno fra 5 valori di preferenza.(da poco a moltissimo). Dalla tabella 4.14 si vede che “abbastanza” costituisce la classe modale (43,2%) seguita in termini di importanza dall’opzione “molto” (37,7%). Se ne può dedurre che i consumatori esprimono un grado di soddisfazione per il consumo di Prosecco medio-alto.

Indice di gradimento	N° intervistati	%
Per nulla	1	0,5
Poco	23	10,5
Abbastanza	95	43,2
Molto	83	37,7
Moltissimo	18	8,2
Totale	220	100

Tabella 4.14 Gradimento del consumo di Prosecco nel campione analizzato. (riferimento alla domanda 22 del questionario)

Nel successivo quesito, (domanda numero 23) agli intervistati è stata presentata una tabella dove erano indicate le 4 maggiori tipologie di Prosecco presenti nel mercato (Prosecco frizzante, Prosecco tranquillo, Prosecco spumante e Superiore di Cartizze). Lo scopo di tale quesito era di verificare quanto piacesse ai consumatori ognuna di queste tipologie di Prosecco, in modo che esprimessero la loro preferenza andando a giudicare ogni tipologia con una scala di gradimento composta anche qui da 5 livelli. I livelli di gradimento erano i seguenti: “Per niente”; “Poco”; “Abbastanza”; “Molto” e “Moltissimo”. Esprimendo anche in questo caso il gradimento per le varie tipologie in termini di punteggio medio in scala da 1 a 5, si nota che il tipo di prosecco preferito è il Superiore di Cartizze (3,54), seguito dal Prosecco frizzante (3,36), dal Prosecco tranquillo (2,96) e dallo spumante (2,77). Si può notare che le preferenze dei consumatori rispecchiano abbastanza la qualità media dei diversi tipi di prosecco immessi sul mercato.

PROSECCO FRIZZANTE		
Livello di gradimento	N° intervistati	%
Per nulla	7	3,2
Poco	37	16,8
Abbastanza	69	31,4
Molto	83	37,7
Moltissimo	24	10,9
Totale	220	100
PROSECCO TRANQUILLO		
Livello di gradimento	N° intervistati	%
Per nulla	15	6,8
Poco	66	30,0
Abbastanza	64	29,1
Molto	62	28,2
Moltissimo	13	5,9
Totale	220	100
PROSECCO SPUMANTE		
Livello di gradimento	N° intervistati	%
Per nulla	31	14,1
Poco	63	28,6
Abbastanza	61	27,7
Molto	55	25,0
Moltissimo	10	4,5
Totale	220	100
SUPERIORE DI CARTIZZE		
Livello di gradimento	N° intervistati	%
Per nulla	17	7,7
Poco	23	10,5
Abbastanza	55	25,0
Molto	75	34,1
Moltissimo	50	22,7
Totale	220	100

Punteggio medio:

Tipo di Prosecco	Punteggio medio
Prosecco Frizzante	3,36
Prosecco Tranquillo	2,96
Prosecco Spumante	2,77
Superiore di Cartizze	3,54

Tabella 4.15 Risultati inerenti agli indici di gradimento del campione analizzato nei confronti delle quattro tipologie di Prosecco (riferimento alla domanda 23 del questionario)

4.3 Risultati “sezione 3” del questionario: il Set di scelta

In questa terza sezione vengono analizzati i risultati dell’esperimento di scelta esposto nelle interviste, con i giudizi che i consumatori hanno dato durante l’esposizione dei vari set. I risultati dei set di scelta sono stati riportati nelle tabelle 4.16. L’esperimento di scelta svolto prevedeva che, ad ogni intervistato, fosse mostrato, uno per volta, una serie di cartellini che riportavano delle ipotetiche situazioni di acquisto del Prosecco. Ogni cartellino rappresentava tre diversi scenari. Il consumatore doveva quindi immaginare di trovarsi in un contesto in cui doveva acquistare una bottiglia di Prosecco fra tre differenti tipi messi a disposizione nel cartellino e corrispondenti ai 3 scenari. Ogni bottiglia ipotetica era rappresentata da un *pool* di 5 caratteristiche diverse, corrispondenti ai 5 attributi, ovvero le variabili scelte e analizzate per la realizzazione dell’esperimento di scelta di cui si è parlato nel precedente capitolo 3. Per ognuno dei sei cartellini visionati il consumatore poteva fare una scelta fra le tre disponibili oppure decidere di non fare alcuna scelta se nessuno degli scenari ipotetici lo convinceva. Analizziamo ora i risultati dei singoli set di scelta (Tabella 4.16). Nel primo set di scelta, corrispondente cioè al primo cartellino, si denota una grande maggioranza dei consumatori intervistati, corrispondente al 67,3% (cioè 148 intervistati su 220), che ha optato nel scegliere lo scenario “B” (SET 1_B). Questo scenario prevedeva che l’ipotetica bottiglia di Prosecco fosse dotata dei seguenti attributi: uso parziale di uva da vitigni di biotipi locali; tutela del paesaggio storico presente; assenza di tracciabilità nel prodotto; Prosecco derivato dall’area D.O.C.G. e un prezzo pari a 5 euro. Le deduzioni principali riguardo tale scelta potrebbero spiegare che tali consumatori si siano focalizzati su questo scenario per il fatto che il Prosecco fosse un D.O.C.G. e per di più ad un prezzo considerato molto accessibile, considerata la qualità del prodotto, anche se il prezzo, come si potrà notare più avanti, non è stato in generale molto visionato dai consumatori. Inoltre il fatto che vi fosse tra le caratteristiche del prodotto anche la tutela del paesaggio questo ha influito notevolmente e positivamente su la gran parte di questi 148 intervistati, che hanno considerato importante tale fattore. Molto interessante è specificare che dopo il SET 1_B, la seconda scelta che ha riscosso più consensi è stata quella “estrema” di non scegliere nessuno dei tre scenari (SET 1_D) (14,3%).

SET DI SCELTA 1			SET DI SCELTA 4		
Variabili del set	N° intervistati	%	Variabili del set	N° intervistati	%
SET 1_A	14	6,4	SET 4_A	137	62,3
SET 1_B	148	67,3	SET 4_B	31	14,1
SET 1_C	26	11,8	SET 4_C	28	12,7
SET 1_D	32	14,5	SET 4_D	25	11,4
Totale	220	100	Totale	220	100
SET DI SCELTA 2			SET DI SCELTA 5		
Variabili del set	N° intervistati	%	Variabili del set	N° intervistati	%
SET 2_A	33	15	SET 5_A	118	53,6
SET 2_B	151	68,6	SET 5_B	47	21,4
SET 2_C	4	1,8	SET 5_C	15	6,8
SET 2_D	32	14,5	SET 5_D	40	18,2
Totale	220	100	Totale	220	100
SET DI SCELTA 3			SET DI SCELTA 6		
Variabili del set	N° intervistati	%	Variabili del set	N° intervistati	%
SET 3_A	22	10	SET 6_A	3	1,4
SET 3_B	10	4,5	SET 6_B	32	14,5
SET 3_C	179	81,4	SET 6_C	179	81,4
SET 3_D	9	4,1	SET 6_D	6	2,7
Totale	220	100	Totale	220	100

Tabella 4.16 Risultati assoluti e percentuali dei sei singoli set di scelta del *choice experiment* effettuato (riferimento alla domanda 25 del questionario)

Anche nel set di scelta numero 2 il maggior numero di consensi è stata attribuito allo scenario “B” con il 68,6% delle preferenze. Questo scenario prevedeva i seguenti attributi: uso prevalente di uva da vitigni di biotipi locali; tutela del paesaggio storico presente; assenza di tracciabilità nel prodotto; Prosecco derivato dall’area D.O.C. e un prezzo di 5 euro. Si può supporre che il motivo per cui tale scelta ha riscosso numerosi consensi sia costituito dalla presenza di un marchio D.O.C. e per la certezza dell’uso prevalente dei biotipi locali. Le altre due alternative hanno ottenuto più o meno lo stesso numero di consensi (15% e 14,5%).

Anche nel terzo set di scelta si è manifestata una forte polarizzazione delle scelte. L’81,4% ha optato, infatti, per l’alternativa “C”. Questa opzione infatti, a parte il prezzo molto elevato,

presentava per tre attributi una situazione migliore. Si potrebbe ipotizzare perciò che gli intervistati siano disposti a spendere una cifra elevata pur di avere un Prosecco ottenuto da biotipi locali, in vigneti che rispettano il paesaggio storico e qualora sia garantita la tracciabilità.

Nel set di scelta numero 4 ha prevalso lo scenario di tipo “A” (SET 4_A), che è stato preferito da 137 consumatori intervistati su 220 (62,3%). Questo scenario presenta 4 attributi positivi (uso prevalente di uva da vitigni di biotipi locali; presenza di tracciabilità nel prodotto, marchio D.O.C. presente e un prezzo di 3 euro) e come unico elemento negativo l’assenza della tutela del paesaggio storico.

Nel set di scelta numero 5 la distribuzione delle preferenze è stata leggermente più equilibrata. In questo caso il 53,6% degli intervistati ha scelto lo scenario A. Probabilmente questo scenario ha riscosso le preferenze maggiori poiché per molti versi “più equilibrato” degli altri. In questo caso sembra essere stata la situazione che ha garantito un *mix* di attributi migliore. La scelta dell’alternativa B operata dal 21,4% degli intervistati può essere stata motivata dalla garanzia della tracciabilità, fattore mancante negli altri due scenari, accompagnata anche dalla presenza del marchio D.O.C.G. ad un costo relativamente basso (5 euro). Molti hanno anche scelto l’alternativa D, indicando con ciò che nessuno dei vini proposti soddisfaceva le loro esigenze.

L’ultimo set di scelta è risultato forse quello in cui la scelta era più scontata. L’81,4% ha optato per l’alternativa C. Il motivo potrebbe essere riconducibile alla presenza di tutti gli attributi espressi nel massimo livello di positività con la presenza anche, questa volta, del marchio D.O.C.G. e con l’unica eccezione del prezzo che invece era il più alto.

4.4 Caratteristiche socio-economiche del campione

In questo paragrafo vengono riportati gli esiti finali inerenti ad alcuni dati di carattere socio-economico che costituiscono un riferimento indispensabile per poter comprendere compiutamente i risultati emersi nella ricerca. In particolare sono state raccolte le seguenti informazioni: *i*) età; *ii*) sesso; *iii*) comune di residenza; *iv*) numero di componenti in famiglia; *v*) numero di attivi in famiglia; *vi*) luogo di residenza; *vii*) zona di residenza; *viii*) titolo di studio; *xi*) settore occupazionale dell’intervistato.

Il campione rilevato per molti versi si può considerare più giovane rispetto alla situazione media regionale. Gli intervistati con meno di 30 anni sono infatti il 37,7%, mentre all'opposto gli intervistati con più di 60 anni sono solo il 12,3% (Tabella 4.18). I maschi sono il 60,5% e quindi la loro presenza nel campione è decisamente maggiore di quella della popolazione. Tale dato non si può però considerare una possibile fonte di distorsione poiché in genere sono gli uomini ad occuparsi in prevalenza dell'acquisto di vino.

Classe di età	Intervistati	
	numero	%
minore di 30	83	37,7
da 30 a 39	27	12,3
da 40 a 49	40	18,2
da 50 a 59	43	19,5
maggiore o uguale a 60	27	12,3
Totale	220	100.0

Tabella 4.18 Intervistati per classe di età (riferimento alla domanda 26 del questionario)

Dalle statistiche ottenute riguardo la località di provenienza (Tabella 4.20), si può notare che i 220 intervistati provengono da 77 comuni diversi. Essendo il centro commerciale in cui si è svolta l'indagine ubicato a Conegliano (TV), la maggior parte dei consumatori intervistati proviene dalla provincia di Treviso (83,4%), ma considerando i singoli comuni, la provenienza è molto diversificata (48 comuni). Il comune di Conegliano è quello più rappresentato con un totale di 37 intervistati pari (16,8%). Seguono poi, per numero di intervistati, il vicino comune di San Vendemiano (5,5%) e Vittorio Veneto (5%). Il restante 16,6% del campione è distribuito in varie località al di fuori della provincia di Treviso (Tabella 4.20).

Comune di provenienza	N° interv.	%	Comune di provenienza	N° interv.	%	Comune di provenienza	N° interv.	%
ARCADE (TV)	1	0,5	GIAVERA (TV)	1	0,5	SAN FIOR (TV)	3	1,4
ASTI (AT)	1	0,5	GODEGA DI S.URBANO (TV)	6	2,7	SAN LEONARDO (UD)	1	0,5
AZZANO DECIMO (PN)	1	0,5	LENTIAI (BL)	1	0,5	SAN PIETRO DI CADORE (BL)	1	0,5
BELLUNO (BL)	6	2,7	MANIAGO (PN)	1	0,5	SAN PIETRO DI FELETTO (TV)	5	2,3
BRUGNERA (PN)	1	0,5	MARENO DI PIAVE (TV)	6	2,7	SAN POLO DI PIAVE (TV)	1	0,5
BRUXELESS (BELGIO)	1	0,5	MASERADA (TV)	1	0,5	SAN STINO DI LIVENZA (VE)	1	0,5
CAMPOFORMIDO (UD)	1	0,5	MIANE (TV)	1	0,5	SAN VENDEMIANO (TV)	12	5,5
CAPPELLA MAGGIORE (TV)	4	1,8	MISTERBIANCO (CT)	1	0,5	SANTA LUCIA DI PIAVE (TV)	6	2,7
CARBONERA (TV)	2	0,9	MOTTA DI LIVENZA (TV)	1	0,5	SARMEDE (TV)	1	0,5
CEGGIA (VE)	1	0,5	NERVESA DELLA BATTAGLIA (TV)	4	1,8	SERNAGLIA DELLA BATTAGLIA (TV)	3	1,4
CHIARANO (TV)	1	0,5	NEW YORK (U.S.A.)	1	0,5	SOSPIRO' (BL)	1	0,5
CIMADOLMO (TV)	4	1,8	ODERZO (TV)	1	0,5	SOVERZENE (BL)	1	0,5
CODOGNE' (TV)	4	1,8	ORMELLE (TV)	1	0,5	SPRESIANO (TV)	3	1,4
COLLE UMBERTO (TV)	4	1,8	ORSAGO (TV)	3	1,4	SUSEGANA (TV)	7	3,2
CONEGLIANO (TV)	37	16,8	PADOVA (PD)	1	0,5	TARZO (TV)	3	1,4
CORDIGNANO (TV)	2	0,9	PEDEROBBA (TV)	1	0,5	TREVISO (TV)	7	3,2
FARRA DI SOLIGO (TV)	5	2,3	PIEVE DI SOLIGO (TV)	9	4,1	UDINE (UD)	1	0,5
FELTRE (BL)	2	0,9	POLCENIGO (PN)	1	0,5	VALDOBBIADENE (TV)	1	0,5
FERRARA (FE)	1	0,5	PONTE DELLA PRIULA (TV)	1	0,5	VALGARDENA (BZ)	1	0,5
FOGGIA (FO)	1	0,5	PONTE DELLE ALPI (BL)	1	0,5	VAZZOLA (TV)	3	1,4
FOLLINA (TV)	1	0,5	PONZANO (TV)	1	0,5	VEDELAGO (TV)	1	0,5
FONTANAFREDDA (PN)	3	1,4	PUOS D'ALPAGO (BL)	1	0,5	VIDOR (TV)	1	0,5
FONTANELLE (TV)	1	0,5	REFRONTOLO (TV)	2	0,9	VILLORBA (TV)	1	0,5
FREGONA (TV)	1	0,5	RIVA DEL GARDA (TN)	1	0,5	VITTORIO VENETO (TV)	11	5,0
GAIARINE (TV)	4	1,8	SACILE (PN)	3	1,4	VOLPAGO DEL MONTELLO (TV)	1	0,5
GENOVA (GE)	1	0,5	SAN BIAGIO DI CALLALTA (TV)	1	0,5			
Totale						77 comuni	220	100

Tabella 4.20 Distribuzione degli intervistati del campione in valori assoluti e in valori percentuali riguardo i comuni di provenienza (riferimento alla domanda 28 del questionario)

Il campione analizzato presenta un nucleo familiare composto in media da 4 persone. La classe modale è comunque costituita dalle famiglie con 3 membri (33,6%) seguita in ordine di importanza da quelle con 4 membri (32,3%). La dimensione delle famiglie è perciò superiore alla media regionale, ma questa anomalia è da porre in relazione alla giovane età del campione. Le famiglie mono nucleari, che contribuiscono notevolmente a ridurre le dimensioni medie dei nuclei familiari della regione sono infatti composte in prevalenza da anziani.

Componenti in famiglia	N° intervistati	%
1	11	5
2	49	22,3
3	74	33,6
4	71	32,3
5 e più	15	6,9
Totale	220	100

Tabella 4.21 Dimensione del nucleo familiare degli intervistati.

Nella maggior parte delle famiglie (Tabella 4.22) vi sono due attivi (49,9%). Tale dato è un'ovvia conseguenza delle dimensioni del nucleo familiare e dell'età degli intervistati. Gli attivi sono per lo più i genitori, se gli intervistati sono i giovani, o per quanto riguarda un nucleo familiare di due persone il riferimento riguarda l'intervistato stesso e il suo compagno o la sua compagna. Nel caso di pensionati o casalinghe i due attivi sono nella maggior parte dei casi il coniuge, non ancora in pensione, e il figlio. Molto più bassa è la numerosità delle famiglie con un solo attivo (26,4%). Nel 17,7% delle famiglie degli intervistati, infine, vi sono tre attivi. Solo l'8,2% è costituito da famiglie di pensionati.

Attivi	N° intervistati	%
0	18	8,2
1	58	26,4
2	90	40,9
3	39	17,7
4	13	5,9
5 e più	2	1,0
Totale	220	100

Tabella 4.22 Numero di attivi in famiglia presenti nel campione analizzato (riferimento alla domanda 30 del questionario)

Ai 220 intervistati è stato in seguito chiesto in quale tipo di luogo, tra zona agricola e centro urbano, abitassero (Tabella 4.23). La maggior parte di essi risiede in zona agricola, con il 60,9% del totale, mentre il restante 39,1% del campione abita nei centri urbani. In riferimento a tale argomento, nelle interviste è stato anche chiesto che venisse specificata anche la zona di residenza (Tabella 4.24). Il maggior numero di intervistati, vale a dire il 72,3% del campione vive in zone di pianura, contro il restante 27,7% che invece abita in collina.

Luogo di residenza	N° intervistati	%
Zona agricola	134	60,9
Centro urbano	86	39,1
Totale	220	100

Tabella 4.23 Luogo di provenienza degli intervistati del campione (riferimento alla domanda 31 del questionario)

Zona di residenza	N° intervistati	%
Collina	61	27,7
Pianura	159	72,3
Totale	220	100

Tabella 4.24 Zona di provenienza degli intervistati del campione (riferimento alla domanda 32 del questionario)

Per quanto riguarda il titolo di studio (Tabella 4.25), il campione di consumatori analizzato ha manifestato una netta predominanza degli intervistati in possesso di un diploma di scuola media superiore con una frequenza del 61,4%. I laureati ammontano al 23,6% del campione, mentre la restante quota del 15% riguarda coloro che sono in possesso della licenza elementare (2,3%) o del diploma di scuola media inferiore (12,7%). Il grado di istruzione è perciò assai superiore a quello della popolazione della regione.

Titolo di studio	N° intervistati	%
Licenza elementare	5	2,3
Media inferiore	28	12,7
Diploma di scuola media superiore	135	61,4
Laurea	52	23,6
Totale	220	100

Tabella 4.25 Titolo di studio degli intervistati del campione (riferimento alla domanda 33 del questionario)

Come ultima domanda di carattere socio-economico, è stato chiesto ad ogni intervistato il proprio settore occupazionale. Dai risultati finali ottenuti (Tabella 4.26), la maggior parte dei consumatori intervistati (41,8%), opera nel settore dei servizi. In seconda posizione si trovano i non attivi (29,5%) che sono rappresentati principalmente da studenti, pensionati e casalinghe. In agricoltura è attivo il 2,7% mentre la rimanente frazione lavora nell'industria e nell'artigianato.

Settore occupazionale degli intervistati	N° intervistati	%
Agricoltura	6	2,7
Industria o artigianato	57	25,9
Servizi	92	41,8
Non attivo (studente, pensionato, etc.)	65	29,5
Totale	220	100

Tabella 4.26 Settore occupazionale degli intervistati del campione (riferimento alla domanda 34 del questionario)

4.5 Risultati “sezione 5” del questionario: le domande di verifica

Nell’ultima sezione del questionario sono state rivolte due ultime domande agli intervistati con lo scopo di verificare il tipo di approccio che i consumatori hanno avuto nei confronti dell’esperienza di scelta. La motivazione di queste domande è capire quali sono le considerazioni svolte dagli intervistati nello scegliere tra le alternative proposte nei vari set di scelta. Con la prima delle due domande in questione è stato chiesto ai consumatori di specificare se per effettuare le loro scelte hanno considerato uno o più di uno degli attributi presenti nelle varie opzioni di ogni cartellino. Dai risultati rilevati è emerso che la grande maggioranza ha considerato più fattori (86,8%). Si tratta di un elemento positivo e importante ai fini dell’affidabilità delle stime effettuate poiché i consumatori in questo caso dimostrano di essersi comportati secondo quanto indicato dalla teoria economica evitando di ricorrere a sistemi di preferenze lessicografiche.

In base a tali risultati, le sensazioni dedotte fanno pensare che la maggior parte degli intervistati, per lo meno quelli del campione analizzato, probabilmente risulta essere molto attenta all'origine e al processo produttivo del prodotto che gli viene offerto, nonché anche molto esigente in termini di certificazione e qualità per via della risultante influenza di più fattori che si è manifestata durante l'esperimento di scelta. Secondo anche le testimonianze raccolte durante le interviste, molti consumatori affermano che è stata più decisiva l'influenza di più fattori in quanto, secondo loro, l'immagine di qualità e certificazione di un vino sia dipendente da oramai al giorno d'oggi un insieme di fattori che non si limitano al prodotto finale in sé, ma comprendono anche le tecniche produttive, il territorio, le norme giuridiche di tutela ecc.

Nella seconda domanda rivolta, invece, è stato analizzato nel dettaglio in che misura ogni singola variabile presente nell'esperimento di scelta, abbia influenzato le scelte dei consumatori. In tale domanda per visionare il giudizio degli intervistati è stata utilizzata, come nella domanda numero 11, una scala di 5 valori, così rappresentata in ordine decrescente: *i)* "moltissimo"; *ii)* "molto"; *iii)* "abbastanza"; *iv)* "poco"; *v)* "nulla". Ogni variabile trattata nell'esperimento di scelta doveva essere giudicata dal consumatore intervistato con uno di questi valori della scala. I risultati di questa analisi sono riportati nella tabella 4.28.

LUOGO DI PRODUZIONE		
Livello di considerazione	N° intervistati	%
Per nulla	17	7,7
Poco	30	13,6
Abbastanza	70	31,8
Molto	72	32,7
Moltissimo	31	14,1
Totale	220	100
Punteggio medio = 3,32		
BIOTIPI		
Livello di considerazione	N° intervistati	%
Per nulla	2	0,9
Poco	29	13,2
Abbastanza	62	28,2
Molto	96	43,6
Moltissimo	31	14,1
Totale	220	100
Punteggio medio = 3,57		
PAESAGGIO STORICO		
Livello di considerazione	N° intervistati	%
Per nulla	12	5,5
Poco	39	17,7
Abbastanza	83	37,7
Molto	71	32,3
Moltissimo	15	6,8
Totale	220	100
Punteggio medio = 3,17		
TRACCIABILITA'		
Livello di considerazione	N° intervistati	%
Per nulla	9	4,1
Poco	30	13,6
Abbastanza	70	31,8
Molto	80	36,4
Moltissimo	31	14,1
Totale	220	100
Punteggio medio = 3,43		
PREZZO		
Livello di considerazione	N° intervistati	%
Per nulla	76	34,5
Poco	58	26,4
Abbastanza	54	24,5
Molto	29	13,2
Moltissimo	3	1,4
Totale	220	100
Punteggio medio = 2,20		

Tabella 4.28 Considerazione che gli intervistati del campione hanno avuto per i 5 attributi nell'esperimento di scelta (riferito alla domanda 36 del questionario)

Nella valutazione del quadro generale, i due fattori che hanno inciso di più nelle scelte dei consumatori sono risultati l'uso o meno dei biotipi e la tracciabilità che hanno ricevuto un punteggio medio rispettivamente pari a 3,57 e 3,43. I due punteggi non sono diversi tra loro con il 95% di probabilità e pertanto si può supporre che abbiano influito nello stesso modo sulle scelte. Al terzo posto si situa il luogo di produzione cioè l'inserimento in area D.O.C.G. e D.O.C. (punteggio medio = 3,32) seguito dalla conservazione del paesaggio (3,17). Si nota comunque che anche in questo caso la differenza tra i punteggi medi non è statisticamente significativa e perciò si può supporre che abbiano influenzato le scelte in modo sostanzialmente simile. All'ultimo posto si trova il prezzo (punteggio medio = 2,20) che pare essere la variabile meno importante per gli intervistati. Quest'ultimo aspetto comunque induce a considerare con una certa cautela i risultati della successiva analisi sulla disponibilità a pagare per le varie caratteristiche del Prosecco. E' infatti improbabile che quando devono realmente acquistare del vino i consumatori attribuiscono un'importanza così scarsa al suo prezzo.

CAPITOLO 5

IL MODELLO STATISTICO DELL'INDAGINE

In questo capitolo viene descritto il modello statistico utilizzato per l'esperimento di scelta. Utilizzando il software N-LOGIT 3[®] è stata effettuata l'analisi statistica dei dati raccolti nel *choice experiment*. Il modello è composto da 5 variabili: Luogo di produzione; Uso di uva da vitigni di biotipi locali; Tutela del paesaggio tradizionale; Tracciabilità e il prezzo. Sono stati stimati due diversi modelli. Il primo, o modello di base (Tabella 5.1) è un Multinomial Logit Model (MNL). Il secondo, che sarà illustrato in seguito, è un modello a classi latenti.

Modello base

Variabile	coefficiente	errore standard	t- student	sign.t	WTP
ASC	2,183	0,270	8,091	0,000	
Prezzo	-0,041	0,023	-1,781	0,075	
DOC	1,089	0,199	5,473	0,000	26,5
DOCG	1,385	0,237	5,847	0,000	33,7
Uso parziale biotipi locali	1,138	0,206	5,529	0,000	27,7
Uso prevalente biotipi	1,621	0,154	10,501	0,000	39,4
Tutela paesaggio storico	1,328	0,225	5,891	0,000	32,3
Tracciabilità	1,264	0,161	7,864	0,000	30,7
Loglikelihood	-1191,3				
McFadden Pseudo R-squared	0,35				
AIC	2398,6				
BIC	2317,8				
HQIC	2418,0				

Tabella 5.1 Modello base utilizzato per le elaborazioni statistiche dei dati dell'esperimento di scelta: stima dei coefficienti

I coefficienti del modello forniscono una stima dell'utilità marginale di ognuno dei livelli dei singoli attributi considerati nell'esperimento di scelta. Si può innanzitutto notare che i coefficienti sono tutti significativi con il 95% di probabilità. Il valore dello Pseudo r quadro (McFadden) è pari a 0,35 ed è quindi da considerare notevolmente soddisfacente per questo tipo di indagini. Poiché la scala dei coefficienti è la medesima, i loro valori sono comparabili e forniscono una scala, sia pure qualitativa, dell'importanza che, nell'opinione degli intervistati, hanno i diversi attributi considerati dal modello. Ai fini dell'acquisto del Prosecco i consumatori attribuiscono la massima importanza all'uso prevalente di biotipi locali (coefficiente = 1,62) seguito in termini di importanza dal fatto

che sia stato prodotto nella D.O.C.G. (coefficiente = 1,38) e dalla tutela del paesaggio storico (coefficiente = 1,32). L'importanza della tracciabilità (l'indicazione "Le Rive") sembra lievemente inferiore ai fini dell'acquisto (coefficiente = 1,26). È interessante osservare che il modello di base sembra essere coerente riguardo all'ordine di importanza assunto dai vari parametri. Si noti che l'utilità derivante dall'area di produzione D.O.C.G. è maggiore di quella ottenibile dalla produzione nella D.O.C.. Inoltre l'utilizzo prevalente di biotipi locali fornisce una maggiore utilità di un loro impiego solo parziale. Secondo la teoria del consumatore di derivazione neoclassica facendo il rapporto tra l'utilità marginale dei singoli attributi e dei loro livelli con l'utilità marginale della moneta (rappresentata dal coefficiente del prezzo) sarebbe possibile stimare il valore della disponibilità a pagare (WTP) per avere un vino con tali caratteristiche. Ad esempio per stimare il valore della disponibilità a pagare per vino D.O.C.G., con riferimento ai dati riportati nella tabella 5.1, si dovrebbe calcolare il seguente rapporto = $[- \text{coeff. D.O.C.G.}/\text{coeff. Prezzo}] = [- 1,38/(-0,41)] = 33,7$. I dati relativi alla WTP dei vari attributi sono riportati nell'ultima colonna della tabella 5.1. Come si può notare i valori della disponibilità a pagare sono estremamente elevati e probabilmente riconducibili ad alcuni limiti insiti nel modello impiegato e nella composizione del campione. Non va inoltre trascurato che il modello base (MNL) non rispetta una condizione fondamentale ai fini della stima del valore monetario dei singoli attributi. Infatti, il modello non rispetta la condizione dell'Indipendenza delle Alternative Irrilevanti (IIA).

Per superare questa limitazione sono stati stimati due modelli a classi latenti: il primo a due classi e il secondo a tre classi.

I modelli a classi latenti consentono di segmentare i consumatori in classi caratterizzate da un eguale sistema di preferenze. In altri termini, il programma statistico impiegato raggruppa soggetti in base alle risposte che hanno fornito ai vari set di scelta. È importante notare che tali classi sono "latenti" nel senso che riguardano le preferenze (sconosciute) degli intervistati e non le loro caratteristiche socioeconomiche. Il modello perciò tende a fornire una segmentazione del mercato che può essere utile al fine di ideare strategie di marketing.

I risultati del modello a due classi sono riportati nella tabella 5.2 mentre quelli del modello a tre classi si trovano nella tabella 5.3.

<u>Prima classe</u>					
Variabile	coefficiente	errore standard	t- student	sign.t	WTP
ASC	0,160	0,336	0,476	0,634	
Prezzo	-0,081	0,025	-3,239	0,001	
DOC	0,798	0,197	4,059	0,000	9,9
DOCG	0,974	0,241	4,043	0,000	12,1
uso parziale biotipi locali	0,744	0,220	3,373	0,001	9,2
Uso prevalente biotipi	1,249	0,162	7,699	0,000	15,5
Tutela paesaggio storico	1,612	0,255	6,321	0,000	20,0
Tracciabilità	1,352	0,175	7,732	0,000	16,8
% intervistati	77,1				
probabilità appartenenza alla classe	0,000				
<u>Seconda classe</u>					
Variabile	coefficiente	errore standard	t- student	sign.t	WTP
ASC	10,663	1,112	9,588	0,000	
Prezzo	0,345	0,073	4,735	0,000	2,6
DOC	5,643	0,943	5,982	0,000	43,0
DOCG	6,447	1,015	6,351	0,000	49,1
uso parziale biotipi locali	4,223	0,519	8,130	0,000	32,2
Uso prevalente biotipi	4,588	0,457	10,034	0,000	35,0
Tutela paesaggio storico	-1,387	0,599	-2,314	0,021	-10,6
Tracciabilità	-0,131	0,475	-0,276	0,783	-1,0
% intervistati	22,9				
probabilità appartenenza alla classe	0,000				
Loglikelihood	-1123,0				
McFadden Pseudo R-squared	0,38				
AIC	2280,0				
BIC	2368,1				
HQIC	2313,0				

Tabella 5.2 Modello a due classi latenti

<u>Prima classe</u>						
Variabile	coefficiente	errore standard	t- student	sign.t	WTP	
ASC	1,101	0,390	2,823	0,005		
Prezzo	-0,026	0,027	-0,980	0,327		
DOC	0,858	0,216	3,982	0,000	32,7	
DOCG	0,696	0,273	2,549	0,011	26,5	
uso parziale biotipi locali	1,456	0,254	5,734	0,000	55,5	
Uso prevalente biotipi	1,922	0,194	9,923	0,000	73,3	
Tutela paesaggio storico	1,713	0,268	6,390	0,000	65,3	
Tracciabilità	1,361	0,194	7,002	0,000	51,9	
% intervistati	0,65					
probabilità appartenenza alla classe	0,000					
<u>Seconda classe</u>						
Variabile	coefficiente	errore standard	t- student	sign.t	WTP	
ASC	-2,240	1,019	-2,197	0,028		
Prezzo	-0,461	0,135	-3,421	0,001		
DOC	-0,630	0,614	-1,027	0,305	-1,4	
DOCG	-0,299	0,815	-0,366	0,714	-0,6	
uso parziale biotipi locali	-3,010	0,986	-3,052	0,002	-6,5	
Uso prevalente biotipi	-1,432	0,676	-2,117	0,034	-3,1	
Tutela paesaggio storico	4,832	1,335	3,620	0,000	10,5	
Tracciabilità	3,488	0,790	4,416	0,000	7,6	
% intervistati	0,15					
probabilità appartenenza alla classe	0,000					
<u>Terza classe</u>						
Variabile	coefficiente	errore standard	t- student	sign.t	WTP	
ASC	4,347	0,586	7,413	0,000		
Prezzo	3,301	0,549	6,009	0,000		
DOC	3,384	0,555	6,093	0,000		
DOCG	3,657	0,561	6,522	0,000		
uso parziale biotipi locali	0,784	0,150	5,219	0,000		
Uso prevalente biotipi	1,212	0,169	7,156	0,000		
Tutela paesaggio storico	0,329	0,170	1,939	0,052		
Tracciabilità	-0,101	0,017	-5,836	0,000		
% intervistati	0,20					
probabilità appartenenza alla classe	0,000					
Loglikelihood	-1085,3					
McFadden Pseudo R-squared	0,40					
AIC	2222,7					
BIC	2357,5					
HQIC	2273,2					

Tabella 5.3 Modello a tre classi latenti

La scelta tra modello a due classi e modello a tre classi deve essere fatta scegliendo il modello che:

- presenta una Log-verosomiglianza con il valore più basso in assoluto;
- ha un valore di Pseudo R^2 (McFadden Pseudo R-squared) il più alto possibile;
- Ha dei valori più bassi dei parametri AIC, BIC e HQIC.

Osservando i due modelli a classe latenti elaborati, quello che risponde in modo migliore ai requisiti citati è quello composto da tre classi. Nel modello le classi sono così ripartite: la prima classe comprende un totale del 65% degli intervistati, la seconda il 15% e la terza il restante 20%. Analizziamo ora il significato dei risultati che si sono ottenuti in ogni classe di questo modello.

Prima classe:

Questa classe di consumatori, stando ai risultati, attribuisce nelle scelte che ha fatto una scarsa importanza al fattore prezzo, che non risulta significativo sul piano statistico ($p = 0,32$). Questa prima classe riflette in parte le preferenze individuate nel modello base. Il fattore che sembra incidere maggiormente sulla propensione all'acquisto è l'utilizzo prevalente di biotipi locali (coefficiente = 1,92) seguito dalla conservazione del paesaggio storico e tradizionale del territorio. Di un certo rilievo sembra essere anche la garanzia della tracciabilità. Riguardo al territorio di produzione si nota che sia la produzione in area D.O.C.G. che D.O.C. sono assai meno rilevanti per questi soggetti. E' anche interessante notare che il coefficiente della produzione in zona D.O.C. è superiore a quello della produzione in zone D.O.C.G.. Questi intervistati sembrano considerare il legame con il territorio un elemento da porre in relazione prevalentemente alla storia ed alla tradizione locale. Per certi versi sembra che il loro interesse sia maggiormente orientato da una visione identitaria della produzione del Prosecco. Il Prosecco per questi consumatori non sarebbe solo un vino, ma il segno più tangibile di un rapporto tra l'uomo ed il territorio. L'uomo nel tempo ha selezionato dei biotipi e in contemporanea ha costruito dei paesaggi che sono il segno tangibile dell'evoluzione della viticoltura. La scarsa significatività del prezzo non rende possibile effettuare una stima della disponibilità a pagare.

Seconda classe:

Alcuni degli elementi evidenziati nel modello precedente sono presenti anche nella seconda classe. In questo caso risulta essere significativo il prezzo, ma non lo sono la produzione in zona D.O.C. e D.O.C.G.. La massima utilità per questi intervistati deriva dalla conservazione del paesaggio tradizionale seguita dalla tracciabilità. Se possibile per questi intervistati l'approccio identitario alla valutazione del vino sembra essere ancora più intenso solo che invece di far riferimento al processo

storico di selezione dei biotipi in questo caso riguarda la possibilità di verificare in loco l'origine del vino.

Terza classe:

In questa classe tutti i coefficienti sono significativi. Vi appartengono soggetti che sono molto attenti alla produzione in zona D.O.C. e D.O.C.G. (in modo sostanzialmente indifferenziato) e che sembrano utilizzare il prezzo come un indicatore di qualità, come evidenziato dal segno positivo del suo coefficiente. Praticamente nessun interesse ha per questi consumatori la tracciabilità o la tutela del paesaggio storico, mentre sembrano essere piuttosto attenti all'uso di biotipi locali.

CONCLUSIONI

L'indagine svolta si è posta l'obiettivo di verificare se ed in che misura la recente modifica dell'area di produzione del Prosecco D.O.C. possa avere degli effetti sul comportamento dei consumatori. L'estensione dell'area D.O.C. ad un vasto territorio posto tra Veneto e Friuli Venezia Giulia e l'istituzione della D.O.C.G. nell'area storica di produzione della D.O.C. può comportare dei problemi non trascurabili per i produttori. L'ampliamento della base produttiva potrebbe causare una perdita della remuneratività del prodotto di cui potrebbero risentire maggiormente proprio i produttori che operano nelle colline poste tra Conegliano e Valdobbiadene.

Al fine di verificare se a due anni dall'estensione della D.O.C. i consumatori abbiano in qualche modo compreso le trasformazioni intervenute nelle aree e nei disciplinari produttivi è stata effettuata un'indagine su un campione di 220 residenti nella provincia di Treviso e in quelle limitrofe. Obiettivo dell'indagine era quello di analizzare le preferenze dei consumatori in relazione ad alcuni possibili attributi del Prosecco quali la zona di produzione (area D.O.C.G., area D.O.C., altro), la tracciabilità, l'utilizzo di uve provenienti da biotipi locali, la conservazione del paesaggio tradizionale e il prezzo. Al fine di isolare l'effetto di tali attributi sulla propensione all'acquisto dei consumatori si è utilizzata una metodologia di recente introdotta nel marketing dei prodotti agroalimentari: gli esperimenti di scelta o discrete choice experiments come sono definiti nella letteratura anglosassone.

Nel considerare i risultati cui è pervenuta la ricerca bisogna considerare innanzitutto che il campione considerato, pur essendo abbastanza ampio, per le sue caratteristiche, non può essere considerato rappresentativo della popolazione dei potenziali acquirenti. Nell'analizzare il mercato del Prosecco è constatato che i residenti nel Veneto coprono circa il 20-25% del totale dei consumi di Prosecco. Del resto il campione è composto da soggetti mediamente più giovani e più istruiti della popolazione del Veneto. Nonostante ciò la ricerca ha avuto il pregio di verificare l'utilità degli esperimenti di scelta nell'ambito dell'analisi del mercato del Prosecco e di avere alcune informazioni preliminari sulle preferenze dei consumatori.

Innanzitutto si è potuto constatare che nonostante la quasi totalità degli intervistati consumassero Prosecco, molti avevano le idee estremamente confuse riguardo all'estensione della D.O.C. prima del 2009 e attualmente. Del pari piuttosto confuse sono risultate essere le idee riguardo al significato stesso di D.O.C. e D.O.C.G..

La maggior parte dei consumatori del campione non conosce ancora i nuovi confini territoriali della denominazione. Il 46,8% è convinto infatti che il Prosecco D.O.C.G. sia prodotto esclusivamente nei comuni di Conegliano e Valdobbiadene, escludendo di fatto gli altri 13 comuni. Per quanto riguarda il D.O.C., la maggior parte (46,4%) ritiene che il suo territorio produttivo sia quello dell'attuale D.O.C.G.. Solo una limitata percentuale di intervistati (10,9%) ha saputo infatti indicare correttamente l'attuale area D.O.C. Non possono pertanto stupire alcuni risultati emersi dall'esperimento di scelta. Le caratteristiche alle quali i consumatori sembrano aver attribuito la maggiore importanza sono state l'uso di uva proveniente da vitigni di biotipi locali e la tracciabilità, mentre il prezzo è in assoluto quello meno considerato. In particolare nel modello a classi latenti è emerso che per circa il 65% del campione il prezzo non è significativo ai fini della scelta del Prosecco da acquistare e in un altro gruppo, pari al 20%, assume il significato di indicatore di qualità. Tale dato può essere il frutto da un lato dell'ipotesi dell'esperimento. Poiché gli intervistati non dovevano acquistare realmente il vino hanno cercato di fornire indicazioni su quelle che a loro avviso dovrebbero essere le caratteristiche del Prosecco immesso sul mercato. In secondo luogo l'utilizzo del prezzo come indicatore di qualità sta ad indicare che una frazione non trascurabile degli intervistati aveva le idee piuttosto confuse sul significato dei rimanenti attributi. E' comunque interessante considerare che dai modelli a classi latenti pare emergere una figura del consumatore molto attento a tutti quegli elementi che conferiscono unicità al territorio di produzione. Prova ne sia che per gli intervistati non sembra essere tanto la denominazione D.O.C. o D.O.C.G. a segnalare la qualità del prodotto quanto piuttosto l'uso di biotipi locali, la tracciabilità del prodotto e la conservazione del paesaggio tradizionale. Quello che sembra contare realmente è perciò l'effettivo legame con il territorio ed il suo radicarsi nella storia e nelle tradizioni locali.

Come più volte osservato si tratta di dati del tutto preliminari e relativi ad un campione di persone che vivono nel territorio di produzione o della D.O.C.G. o della D.O.C. attuale. Ne emerge però quanto meno la necessità di approfondire l'analisi di come taluni elementi quali l'uso di biotipi locali, la tracciabilità (riferimento alle Rive di produzione) e la storicità del paesaggio possano essere utilizzati come strumenti di marketing. In secondo luogo sarà importante comprendere se queste caratteristiche possono influire anche sul comportamento di altri consumatori che risiedono lontano dall'area di produzione poiché il Prosecco ha un mercato di dimensioni nazionali e internazionali.

BIBLIOGRAFIA

- Boatto V., Balestrieri M. e Barisan L., (2007). Rapporto CIRVE 2007 – *“Evoluzione del Distretto e dinamiche dei mercati”*. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene (TV), Centro studi di distretto.
- Boatto V., Balestrieri M. e Barisan L., (2008). Rapporto CIRVE 2008 - *“Analizzare il presente per progettare il futuro; le strategie per valorizzare l’Autentico Prosecco”*. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene, Centro studi di distretto.
- Boatto V., Balestrieri M. e Barisan L., (2009). Rapporto CIRVE 2009 – *“DOCG: la forza del distretto per gestire il futuro”*. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene (TV), Centro studi di distretto.
- Boatto V., Balestrieri M. e Barisan L., (2010). Rapporto CIRVE 2010 – *“I numeri del Conegliano Valdobbiadene”*. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene (TV), Centro studi di distretto.
- Boatto V., Balestrieri M. e Barisan L. (2010). Rapporto CIRVE 2010 -*“Tendenze del Prosecco a IGT nelle imprese della denominazione Conegliano Valdobbiadene”*, Banca dati Centro Studi CIRVE Conegliano, 2010.
- Caldano G. e Rossi A., (2008). *“Codice 2008. Denominazione di Origine dei Vini: le norme, le circolari, i disciplinari”*. UIV (Unione Italiana Vini) Milano, 2008..
- CIRVE, (2005). Rapporto CIRVE 2005 – *“Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene: analisi di un successo”*, primo rapporto del Centro studi di Distretto. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene (TV), Centro studi di distretto.
- CIRVE, (2011). *“La denominazione Prosecco”*. Elaborazione power point per il Consorzio di tutela Prosecco DOC, dalla Banca dati del Centro studi CIRVE, Conegliano (TV), maggio 2011.
- CIRVE, (2011). Riferimento alla figura 1.19 (capitolo 1) presa dalla Banca dati del Centro studi CIRVE, Conegliano (TV). Tratto nel mese di settembre 2011.
- De Raho L., (2010). Appunti di lezione del corso di Marketing dell’Azienda agraria. Lezione *“Il marchio dei prodotti”*, novembre 2010.
- Elaborazione CIRVE, (2011). Riferimento alla figura 1.16 (capitolo 1), elaborazione propria della Banca dati del Centro studi CIRVE, Conegliano (TV), 2011.

- Elaborazione CIRVE, (2011). Riferimento alla tabella 2.21 (capitolo 2), *“l’evoluzione dei prezzi in euro/litro (riguardo i vini alla produzione) di Prosecco D.O.C., Prosecco D.O.C.G. e delle di Glera, nell’arco temporale fra settembre 2009 e giugno 2011”*, elaborazione propria della Banca dati del Centro studi CIRVE, Conegliano (TV), 2011.
- Elaborazione CIRVE, (2011). Riferimento al grafico 2.2 (capitolo 2) *“Andamento dei prezzi del Prosecco D.O.C., Prosecco D.O.C.G. e Glera nel periodo di ottobre 2004 – febbraio 2011”*, elaborazione propria della Banca dati del Centro studi CIRVE, Conegliano (TV), 2011.
- Elaborazione CIRVE su dati AVEPA, ERSA, Vivaisti e operatori viticoli, 2011. Fonte: elaborazione dati AVEPA, ERSA, Vivaisti e operatori viticoli a cura della Banca dati del Centro studi CIRVE, Conegliano (TV), 2011.
- Galletto L., (2009). Rapporto CIRVE 2009 – *“DOCG: la forza del distretto per gestire il futuro”*. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene (TV), Centro studi di distretto.
- Marengli M., (2005). *“Manuale di viticoltura. Impianto, gestione e difesa del vigneto”*. Edizioni Edagricole 2005, Bologna.
- Pozzali M., (2010). Report *“Conegliano Valdobbiadene dove il Prosecco è Superiore (where Prosecco is Superiore)”*. Edizioni Food Srl 2010. Stampe Reggiani Spa, Divisioni Arti Grafiche, Varese.
- Saccon L., (2011). Rivista *“Conegliano Valdobbiadene”*, *“Unesco sempre più vicino”*, rubrica *“Progetto Unesco”*; numero 1, febbraio 2011.
- Tempesta T., (2011). *“Appunti di estimo rurale ed ambientale”*. Edizioni CLEUP 2011, Padova.
- Tomasi D., Cettolin C., Calò A. e Bini C., (2004). *“I suoli ed i climi della fascia collinare del comune di Conegliano e loro attitudine alla coltivazione del vitigno Prosecco (Vitis sp)”*. Istituto Sperimentale per la Viticoltura, amministrazione comunale di Conegliano (TV).
- Tomasi D. e Gaiotti F., (2011). *“I terroirs della Denominazione Conegliano Valdobbiadene. Studio sull’origine della qualità”*; CRA (Centro di Ricerca per la Viticoltura) – Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene DOCG 2011, stampe T-Studio s.n.c. Soave, Verona.
- Vettorello G., (2007). Rapporto CIRVE 2007 - *“Evoluzione del distretto e dinamiche dei mercati”*. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene, Centro studi di distretto.

- Vettorello G., (2008). Rapporto CIRVE 2008 – “*Analizzare il presente per progettare il futuro; le strategie per valorizzare l’Autentico Prosecco*”. Distretto del Prosecco DOC di Conegliano e Valdobbiadene, Centro studi di distretto.

FONTI DERIVATE DA INTERNET

- Archivio Consorzi dei Vini trevigiani, Cantine di Marca (2011). Riferimento alla figura 1.18 (capitolo 1) presa dal sito <http://www.cantinedimarca.it/it/consorzi-dei-vini-trevigiani-649.html>. Tratto nel mese di settembre 2011.
- Archivio Corriere della Sera, (2005). Articolo web: “*Vietato dal 2007 il Tocai italiano*”. Archivio articoli Corriere della Sera, anno 2005. Tratto nel mese di agosto 2011, dal sito http://www.corriere.it/Primo_Piano/Cronache/2005/05_Maggio/12/tocai.shtml.
- Archivio Forbigevents, (2005). Riferimento alla figura 1.3 (capitolo 1) presa dal sito <http://www.forbigevents.com/nature/>, (Materiale aggiornato all’anno 2005). Tratto nel mese di marzo 2011.
- Archivio Montelvini S.p.a., (2011). Riferimento alla figura 1.4 (capitolo 1) presa dal sito <http://www.montelvini.it/it/contenuti.php?id=14&catdoc=10>. Tratto nel mese di agosto 2011.
- Archivio notizie Azienda Belecasel, (2010). Riferimento alla figura 1.14 (capitolo 1) presa dal sito <http://www.belecasel.it/wp/2010/10/prosecco-lesson-number-6-la-fascetta-anche-alla-doc/>. Tratto nel mese di agosto 2011.
- Archivio Tribuna di Treviso (2010). Riferimento alla tabella 1.3 (capitolo 1) presa dal sito <http://tribunatreviso.gelocal.it>, (Materiale aggiornato all’anno 2010). Tratto nel mese di settembre 2011.
- Archivio Viniesapori (2010). Riferimento alla figura 1.11 (capitolo 1) presa dal sito <http://www.viniesapori.net/articolo/va-in-scena-la-prima-vendemmia-del-prosecco-doc-2309.html>, (Materiale aggiornato all’anno 2010). Tratto nel mese di marzo 2011
- Archivio «100Vino», (2011). Riferimento alla figura 1.3 (capitolo 1) presa dal sito <http://www.100vino.it/index.php?/archives/152-Italia-delle-Bollicine!.html>. Tratto nel mese di agosto 2011.

- Biodiversità Veneto, (2007). Articolo web: “*Prosecco, informazioni storiche*”. Tratto nel mese di agosto 2011, dal sito http://www.biodiversitaveneto.it/pagstor/h_prosecco.html.
- Boatto V., Barisan L. e Pizzo L., (2010). Articolo web: “*Le difficili sfide della nuova doc Prosecco*”. Informatore Agrario 33/2010, p. 37-39. Archivio articoli Informatore Agrario s.r.l.. Tratto il giorno 11 agosto 2011 dal sito <http://www.informatoreagrario.it/BDO/default.asp>.
- Cantine di Marca, (2010). Riferimento alla tabella 2.19 (capitolo 2). Dati del 2010 presi nel mese di settembre 2011, dal sito <http://www.cantinedimarca.it/it/ultime/prima-vendemmia-del-nuovo-prosecco-doc-1644.html>.
- Cantine Maschio U.S.A., (2010). Riferimento alla figura 1.2 (capitolo 1), presa dal sito <http://www.maschio-usa.com/prosecco.html>, (Materiale aggiornato all’anno 2010). Tratto nel mese di agosto 2011.
- Castaldo A., (2010). Articolo web: “*Prosecco: buoni segnali per la vendemmia 2010*”. Tratto nel mese di settembre 2011, dal sito <http://grappolidivini.blogspot.com/2010/10/prosecco-buoni-segnali-per-la-vendemmia.html>.
- Coldiretti, (2010); Newsfood, (2010). Articolo web: “*Frodi alimentari: il “Rosecco” è solo la punta dell’iceberg*”. Redazione Newsfood, 2010 e studio Coldiretti, 2010. Tratto nel mese di agosto 2011, dal sito <http://www.newsfood.com/q/5673c79e/frodi-alimentari-il-rosecco-e-solo-la-punta-delliceberg/>.
- Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., (2011). Materiali vari tratti nel mese di marzo 2011, dal sito <http://www.prosecco.it>.
- Disciplinare Montello Colli Asolani; fonte Archivi Regione Veneto, (2002). “*Proposta di modifica ed integrazione del disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata “Montello e Colli Asolani”*”, (Approvato dall’assemblea dei soci il 22-07-2002). Tratto nel mese di marzo 2011, dal sito <http://www.regione.veneto.it>.
- Disciplinare di produzione del Prosecco D.O.C., fonte Confagricoltura Treviso, (2009). “*Disciplinare di produzione del Prosecco D.O.C.*”. Tratto nel mese di agosto 2011, dal sito <http://www.confagricolturatreviso.it/public/pagine/139-disciplinari-di-produzione-prosecco-doc-e-docg.asp>.
- Italia a Tavola, (2010). “*Il mondo del Prosecco tra Doc, Docg e territorio*”. Archivio articoli, aprile 2010. Tratto nel mese di settembre 2011, dal sito <http://www.italiaatavola.net/articoli.asp?cod=20234>.

- Italia a Tavola, (2011). Articolo web: “*Bollicine italiane nel 2010: Il Prosecco è leader mondiale*”. Tratto nel mese di settembre 2011, dal sito <http://www.italiaatavola.net/articoli.asp?cod=18577>.
- Marzi B., (2005). Articolo web: “*Denuncie delle Uve IGT, vendemmia 2005*”, Economia della Marca Trevigiana. Tratto nel mese di marzo 2011, dal sito <http://www.trevisosystem-online.com/tvsys/home/archivionews/schedaOpen.asp?idNews=2933&categ=8&visualizza=2005>.
- News sul Prosecco – Proseccoroad, (2011). Riferimento alle figure 1.13 e 1.15 (capitolo 1) prese dal sito <http://www.proseccoroad.com/News-Prosecco/>. Tratto nel mese di agosto 2011.
- Palese C., (2010). Articolo web: “*Serve un accordo di filiera per la doc Prosecco*”. Informatore Agrario 26/2010, p. 62. Archivio articoli Informatore Agrario s.r.l.. Tratto il giorno 11 agosto 2011. dal sito <http://www.informatoreagrario.it/BDO/default.asp>.
- Rivista Conegliano-Valdobbiadene (2009). Riferimento alle figure 1.13 e 1.15 (capitolo 1) prese dal sito <http://www.prosecco.it>. Rivista on-line Conegliano-Valdobbiadene, numero 4 ottobre 2009, p.14.
- Trevenezie news, (2011). Articolo web: “*Il Prosecco Superiore si promuove negli U.S.A.*”. Tratto nel mese di marzo 2011, dal sito <http://www.trevenezienews.com/2011/02/04/il-prosecco-superiore-si-promuove-negli-usa/>.
- Turismo Regione Veneto, (2011). “*Prosecco DOCG Colli Asolani*”. Tratto nel mese di settembre 2011, dal sito <http://www.veneto.to/veneto-qualita-dettaglio?uuid=2880086a-8199-4584-b3c1-3d41b08cf30e&lang=it>.
- Venetoglobe, (2008). Riferimento alla figura 1.2 (capitolo 1), presa dal sito http://www.venetoglobe.it/percorso_eno1.asp?lang=eng, (Materiale aggiornato all’anno 2008). Tratto nel mese di marzo 2011.
- Wikipedia, (2011). Definizione di “*Cash&Carry*”. Tratto nel mese di settembre 2011, dal sito <http://it.wikipedia.org/wiki/Cash&Carry>.
- Wikipedia, (2011). Definizione di “*Superette*”. Tratto nel mese di settembre 2011, dal sito <http://it.wikipedia.org/wiki/Superette>.
- Zanchetta L., (2002). “*La comunicazione collettiva del Prosecco D.O.C.*”. Capitolo quarto, “*Il Consorzio di Tutela del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene D.O.C.*”. Tesi di laurea, Università degli Studi di Udine. Tratto nel mese di marzo 2011, dal sito <http://www.tragol.it/doc/cap-4.htm>.

APPENDICI

**Appendice A - Decreto ministeriale 17 luglio 2009, pubblicato su G.U. n°173 del
28.07.2009**



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE DI SVILUPPO
ECONOMICO E RURALE
DIREZIONE GENERALE PER LO SVILUPPO AGROALIMENTARE,
LA QUALITA' E LA TUTELA DEL CONSUMATORE
SACO IX

D.M. 17 luglio 2009 concernente il riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata dei vini “Prosecco”, il riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata e Garantita dei vini “Conegliano Valdobbiadene - Prosecco” e il riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata e Garantita dei vini “Colli Asolani - Prosecco” o “Asolo -Prosecco” per le rispettive sottozone e l’approvazione dei relativi disciplinari di produzione.

IL CAPO DIPARTIMENTO

VISTA la legge 10 febbraio 1992, n. 164, recante nuova disciplina delle denominazioni di origine dei vini;

VISTI i decreti di attuazione della predetta legge;

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 20 aprile 1994, n. 348, con il quale è stato emanato il regolamento recante la disciplina del procedimento di riconoscimento delle denominazioni di origine dei vini;

VISTO il regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio del 29 aprile 2008, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in particolare il titolo III, Capo IV, recante norme sulle denominazioni di origine e indicazioni geografiche;

VISTA la proposta di regolamento (CE) della Commissione, recante modalità di applicazione del Regolamento del Consiglio n. 479/2008 per quanto riguarda le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette, le menzioni tradizionali, l'etichettatura e la presentazione di determinati prodotti vitivinicoli, sulla quale è stato acquisito all'unanimità il parere favorevole da parte del Comitato di Gestione OCM unica – settore vitivinicolo in data 19 giugno 2009;

VISTI i decreti con i quali sono state riconosciute le indicazioni geografiche tipiche “Alto Livenza”, “Colli Trevigiani”, “delle Venezie”, “Marca Trevigiana”, “Veneto”, “Venezia Giulia”, “Vigneti delle Dolomiti”, ed approvati o modificati i relativi disciplinari di produzione;

VISTO il D.P.R. 2 aprile 1969 con il quale è stata riconosciuta la Denominazione di Origine Controllata del vino “Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene” ed approvato il relativo disciplinare di produzione;

VISTO il decreto ministeriale 25 maggio 2007 con il quale è stato da ultimo modificato il disciplinare di produzione della Denominazione di Origine Controllata dei vini “Conegliano Valdobbiadene”;

VISTO il D.P.R. 27 giugno 1977 con il quale è stata riconosciuta la Denominazione di Origine Controllata dei vini “Montello e Colli Asolani” ed approvato il relativo disciplinare di produzione;

VISTO il decreto ministeriale 6 giugno 2008 con il quale è stato da ultimo modificato il disciplinare di produzione della Denominazione di Origine Controllata dei vini “Montello e Colli Asolani”;

VISTA la domanda presentata dalla Regione Veneto, in nome e per conto della filiera vitivinicola trevigiana, del Consorzio di Tutela del vino Prosecco di Conegliano Valdobbiadene e del Consorzio di Tutela dei vini Montello e Colli Asolani, intesa ad ottenere il riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata dei vini “Prosecco” e il riconoscimento della D.O.C.G. “Conegliano Valdobbiadene” e della D.O.C.G. “Colli Asolani” o “Asolo” per le relative sottozone storiche della citata D.O.C. “Prosecco”, nonché la domanda presentata dalla Regione Friuli Venezia Giulia, in nome e per conto della filiera vitivinicola della Regione medesima, intesa ad ottenere il riconoscimento della Denominazione di origine controllata dei vini “Prosecco”;

VISTE le risultanze delle pubbliche audizioni, concernenti le predette istanze, tenutesi il giorno 14 marzo 2009 a Treviso, per quanto concerne il riconoscimento delle DOCG “Conegliano Valdobbiadene - Prosecco” e “Colli Asolani - Prosecco” o “Asolo - Prosecco”, e ad Oderzo (Tv), per quanto concerne il riconoscimento della DOC “Prosecco”, con la partecipazione di rappresentanti di Enti, Organizzazioni di produttori ed Aziende vitivinicole;

VISTO il parere favorevole espresso sulle citate richieste dal Comitato Nazionale per la Tutela e la Valorizzazione delle Denominazioni di Origine e delle Indicazioni Geografiche Tipiche dei Vini, nella riunione del 18 e 19 marzo 2009, e le relative proposte di disciplinari di produzione formulate dallo stesso Comitato, pubblicati nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana - Serie Generale - n. 87, del 15 aprile 2009;

VISTE le istanze e controdeduzioni avverso il citato parere presentate entro i termini prescritti dagli interessati;

VISTO il parere del citato Comitato nazionale espresso nella riunione dell'11 e 12 giugno 2009 sulle predette istanze e controdeduzioni;

VISTO il decreto ministeriale 27 marzo 2009 con il quale sono state apportate modificazioni al registro nazionale delle varietà di vite e, in particolare, è stato riconosciuto il sinonimo "Glera" per la varietà di vite "Prosecco" ed il sinonimo "Glera lunga" per la varietà di vite "Prosecco lungo";

RITENUTO pertanto di dover procedere, in conformità ai citati pareri espressi dal predetto Comitato nazionale, al riconoscimento della DOC "Prosecco", al riconoscimento della DOCG "Conegliano Valdobbiadene – Prosecco", al riconoscimento della DOCG "Colli Asolani – Prosecco" o "Asolo – Prosecco" ed all'approvazione dei relativi disciplinari di produzione;

CONSIDERATO che, a seguito dell'entrata in vigore delle disposizioni del presente decreto, ai sensi dell'articolo 42, par. 3, del citato regolamento n. 479/2008, il riconoscimento della DOC "Prosecco" e delle DOCG "Conegliano Valdobbiadene – Prosecco" e "Colli Asolani – Prosecco" o "Asolo – Prosecco" esclude la possibilità di utilizzare, in etichettatura e presentazione, il nome della varietà di vite "Prosecco" per altri vini, ivi compresi i vini spumanti designati con nome di vitigno ed i vini ad indicazione geografica tipica sopra richiamati;

VISTE le richieste pervenute dalle Regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia, presentate rispettivamente in data 29.6.2009 e 24.6.2009, per conto dei produttori interessati, intese a consentire, successivamente al riconoscimento della DOC "Prosecco" e delle DOCG "Conegliano Valdobbiadene – Prosecco" e "Colli Asolani – Prosecco" o "Asolo – Prosecco", lo smaltimento delle giacenze delle produzioni dei vini spumanti e dei vini IGT provenienti dalla campagna vendemmiale 2008/2009 e precedenti, designabili con il nome del vitigno "Prosecco", in conformità alla relativa normativa generale ed alle disposizioni dei preesistenti disciplinari di produzione;

VISTA l'istanza della Regione Veneto, presentata in data 29.6.2009, con la quale, limitatamente al riconoscimento delle DOCG "Conegliano Valdobbiadene – Prosecco" e "Colli Asolani – Prosecco" o "Asolo – Prosecco", per tener conto delle particolari esigenze dei produttori interessati, che necessitano di un determinato lasso di tempo per provvedere agli adeguamenti strutturali degli impianti di imbottigliamento, in relazione alla previsione obbligatoria dell'applicazione sulle chiusure delle bottiglie della fascetta sostitutiva dei contrassegni di Stato per i vini DOCG, ha chiesto che, ferma restando l'entrata in applicazione delle disposizioni dei relativi disciplinari DOCG a decorrere dall'inizio della campagna vendemmiale 2009/2010, l'immissione al consumo delle produzioni qualificate con le DOCG in questione avvenga a decorrere dal 1° aprile 2010;

VISTA altresì la richiesta effettuata dalla Regione Veneto con la citata istanza, con la quale, in relazione alla predetta richiesta ed in considerazione che le caratteristiche tecnico-produttive e qualitative dei vini previste dai disciplinari di produzione delle corrispondenti DOC di provenienza sono le stesse di quelle previste dai disciplinari delle DOCG "Conegliano Valdobbiadene – Prosecco" e "Colli Asolani – Prosecco" o "Asolo – Prosecco", fatta eccezione per le tipologie di vino delle predette DOCG ulteriormente qualificate con la menzione "superiore" e, limitatamente alla DOCG "Conegliano Valdobbiadene – Prosecco", con la menzione "Rive", ha chiesto che le giacenze dei prodotti delle corrispondenti DOC, provenienti dalle vendemmie 2008/2009 e precedenti, nonché parte della produzione proveniente dalla vendemmia 2009/2010, eventualmente in assemblaggio con le predette giacenze, siano confezionate e designate con la DOC entro il predetto termine del 1° aprile 2010, consentendone l'immissione al consumo fino a completo

esaurimento delle medesime scorte etichettate; con la stessa istanza la Regione Veneto ha inoltre chiesto che successivamente al termine del 1° aprile 2010 le rimanenti giacenze delle predette produzioni DOC, non ancora confezionate ed etichettate, siano classificate con le rispettive DOCG “Conegliano Valdobbiadene – Prosecco” e “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco”, ai fini del loro confezionamento, etichettatura ed immissione al consumo;

TENUTO conto delle citate motivate e documentate istanze regionali, intese a valorizzare ed innalzare l’immagine delle produzioni in questione, nell’interesse di tutti i produttori che in primis esprimono il patrimonio collettivo delle medesime denominazioni;

RITENUTO in accoglimento delle predette istanze regionali, che risultano conformi alla vigente normativa nazionale e comunitaria in materia di denominazioni di origine ed indicazioni geografiche, di dover prevedere con il presente decreto talune disposizioni transitorie al fine di consentire, a seguito del riconoscimento della DOC e delle DOCG in questione, lo smaltimento delle giacenze delle produzioni dei vini spumanti e dei vini IGT provenienti dalla campagna vendemmiale 2008/2009 e precedenti, nonché per stabilire la data di immissione a consumo dei vini DOCG in questione, provenienti dalla vendemmia 2009/2010, le misure per lo smaltimento delle giacenze delle produzioni dei vini DOC provenienti dalla campagna vendemmiale 2008/2009 e precedenti, nonché per la riclassificazione delle stesse produzioni, in conformità alla vigente normativa in materia di gestione e di controlli nello specifico settore;

RITENUTO altresì di dover procedere all’aggiornamento dell’elenco dei codici delle tipologie dei vini in questione, ai sensi dell’art. 7, comma 2, del decreto ministeriale 28 dicembre 2006;

DECRETA

Articolo 1

(Riconoscimento DOC “Prosecco”, approvazione del relativo disciplinare di produzione, disposizioni transitorie)

1. E’ riconosciuta la Denominazione di Origine Controllata dei vini “Prosecco” ed è approvato, nel testo di cui all’annesso 1 del presente decreto, il relativo disciplinare di produzione.
2. La Denominazione di Origine Controllata “Prosecco” è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel disciplinare di produzione di cui al comma 1, le cui disposizioni sono applicabili a decorrere dall’inizio della prossima campagna vendemmiale 2009/2010.
3. I soggetti che intendono rivendicare, a partire dalla campagna vendemmiale 2009/2010 i vini con la DOC “Prosecco”, sono tenuti ad effettuare – ai sensi e per gli effetti dell’articolo 15 della legge n.164, 10.2.1992 e, nel rispetto delle disposizioni di cui all’Accordo Stato – Regioni del 25 luglio 2002 - la denuncia dei rispettivi terreni vitati, ai fini dell’iscrizione dei medesimi all’apposito Albo dei vigneti DOC “Prosecco”.
4. Le partite dei vini spumanti e dei vini IGT, ivi compresi i prodotti da destinare alla presa di spuma, richiamati in premessa, provenienti dalla campagna vendemmiale 2008/2009 e precedenti, designabili con il nome della varietà di vite “Prosecco” e ottenuti in conformità alle norme finora vigenti, che alla data del 1° agosto 2009 trovansi in fase di stoccaggio, di elaborazione, in corso di confezionamento o già confezionati, possono essere commercializzate fino ad esaurimento delle scorte, purché siano immessi sul mercato o

etichettati anteriormente al 31 dicembre 2010. A tal fine i produttori interessati devono effettuare apposita dichiarazione dei quantitativi detenuti alla citata data del 1° agosto 2009 all'Ufficio competente per territorio dell'Ispettorato Centrale per il Controllo della Qualità dei prodotti agroalimentari entro il 30 settembre 2009.

5. In conformità alle disposizioni di cui all'articolo 61, paragrafo 1 e 2, del regolamento CE n. 479/2008, nell'etichettatura e presentazione dei vini DOC "Prosecco" le indicazioni previste dall'articolo 7 dell'annesso disciplinare, nonché le altre indicazioni obbligatorie e facoltative previste dalla normativa comunitaria e nazionale, possono figurare in lingua slovena.
6. Fatta esclusione per i vini designati con i riferimenti geografici di cui all'articolo 7, comma 2 e 3, dell'annesso disciplinare di produzione, in deroga alle disposizioni previste dall'articolo 8, comma 3 e 4, dell'annesso disciplinare è consentito, fino al 31 luglio 2016, l'uso:
 - del tappo a corona per la chiusura delle bottiglie dei vini frizzanti;
 - delle bottiglie in vetro di colore blu per il confezionamento dei vini spumanti e frizzanti.
7. All'allegato "1A" sono riportati i codici delle tipologie dei vini a denominazione di origine controllata "Prosecco" di cui all'articolo 7 del Decreto ministeriale 28 dicembre 2006.

Articolo 2

(Riconoscimento DOCG "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco", approvazione del relativo disciplinare di produzione, disposizioni transitorie)

1. E' riconosciuta la Denominazione di Origine Controllata e Garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco", in qualità di sottozona storica della D.O.C. "Prosecco", ed è approvato, nel testo di cui all'annesso 2 del presente decreto, il relativo disciplinare di produzione.
2. La Denominazione di Origine Controllata e Garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel disciplinare di produzione di cui al comma 1, le cui disposizioni sono applicabili a decorrere dall'inizio della prossima campagna vendemmiale 2009/2010, fatte salve le disposizioni transitorie di cui al successivo comma 5.
3. La denominazione di origine controllata "Conegliano Valdobbiadene", riconosciuta con il D.P.R. 2 aprile 1969 ed il cui disciplinare di produzione è stato da ultimo modificato con decreto ministeriale 25 maggio 2007, deve intendersi revocata a decorrere dalla entrata in vigore del presente decreto, fatte salve le disposizioni transitorie di cui ai successivi comma 6 e 7.
4. I vigneti già iscritti all'Albo dei vigneti della denominazione di origine controllata "Conegliano Valdobbiadene", aventi base ampelografica rispondente a quanto previsto all'articolo 2 dell'annesso disciplinare di produzione, devono intendersi iscritti d'ufficio all'Albo dei vigneti della denominazione di origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco".

5. Tutte le tipologie dei vini DOCG “Conegliano Valdobbiadene - Prosecco” previste dall’annesso disciplinare di produzione devono essere immesse al consumo a decorrere dal 1° aprile 2010. Tuttavia, anteriormente a detto termine possono essere sottoposti a degustazione soltanto i campioni dei vini in questione nell’ambito dei concorsi enologici ufficialmente autorizzati dal Ministero.
6. Le giacenze dei prodotti della corrispondente Denominazione di Origine Controllata “Conegliano – Valdobbiadene”, provenienti dalle vendemmie 2008/2009 e precedenti, devono essere confezionate e designate con la DOC entro il predetto termine del 1° aprile 2010; tali scorte di prodotto etichettato possono essere immesse al consumo fino a completo esaurimento delle medesime. Può essere altresì destinata alla produzione di vini qualificati con la DOC “Conegliano Valdobbiadene” parte della produzione proveniente dalla vendemmia 2009/2010, in conformità alle disposizioni dell’annesso disciplinare, eventualmente in assemblaggio con le citate scorte, nel rispetto delle predette condizioni di confezionamento, etichettatura e smaltimento delle scorte etichettate e fatte salve le compatibilità tecnico produttive e qualitative relative alle specifiche tipologie di prodotti.
7. Successivamente al termine del 1° aprile 2010, le rimanenti giacenze delle produzioni DOC di cui al comma 6, che trovansi allo stato sfuso, devono essere classificate con la DOCG “Conegliano Valdobbiadene – Prosecco” ai fini del loro confezionamento, etichettatura ed immissione al consumo, con esclusione della tipologia facente riferimento alla menzione “Rive”.
8. Per le finalità di cui ai commi 6 e 7 le Ditte produttrici interessate devono comunicare all’Ufficio competente per territorio dell’Ispettorato Centrale per il Controllo della Qualità dei prodotti agroalimentari ed all’Organismo autorizzato al controllo sulla produzione dei vini in questione ai sensi della specifica vigente normativa:
 - entro il 30 settembre 2009, i quantitativi delle scorte di prodotto DOC detenuto alla data del 1° agosto 2009;
 - entro il 30 aprile 2010, i quantitativi delle rimanenti scorte di prodotto etichettato con la DOC e delle rimanenti scorte di prodotto destinato alla DOCG detenuti alla data del 1° aprile 2010.

Le medesime Ditte sono tenute ad annotare nei registri ufficiali gli elementi relativi alle operazioni ed alle classificazioni di cui trattasi, nonché ad effettuare le altre dichiarazioni relativi alle giacenze ed alla rivendicazione delle produzioni in questione previste dalla vigente normativa.

9. All’allegato “2A” sono riportati i codici delle tipologie dei vini a denominazione di origine controllata e garantita “Conegliano Valdobbiadene - Prosecco” di cui all’articolo 7 del Decreto ministeriale 28 dicembre 2006.

Articolo 3

(Riconoscimento DOCG “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo - Prosecco”, approvazione del relativo disciplinare di produzione, disposizioni transitorie)

1. E' riconosciuta la Denominazione di Origine Controllata e Garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco", in qualità di sottozona storica della D.O.C. "Prosecco", ed è approvato, nel testo di cui all'annesso 3 del presente decreto, il relativo disciplinare di produzione.
2. La Denominazione di Origine Controllata e Garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel disciplinare di produzione di cui al comma 1, le cui disposizioni sono applicabili a decorrere dall'inizio della prossima campagna vendemmiale 2009/2010, fatte salve le disposizioni transitorie di cui al successivo comma 5.
3. Fatte salve le disposizioni transitorie di cui ai successivi comma 6 e 7, con separato decreto si provvederà a modificare il disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani", approvato con il citato 27 giugno 1977 e da ultimo modificato con decreto ministeriale 6 giugno 2008, al fine di stralciare dallo stesso la regolamentazione delle tipologie riferite al "Prosecco".
4. I vigneti già iscritti all'Albo dei vigneti della denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" - Prosecco, aventi base ampelografica rispondente a quanto previsto all'articolo 2 dell'annesso disciplinare di produzione, devono intendersi iscritti d'ufficio all'Albo dei vigneti della denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco".
5. Tutte le tipologie dei vini DOCG "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" previste dall'annesso disciplinare di produzione devono essere immesse al consumo a decorrere dal 1° aprile 2010. Tuttavia, anteriormente a detto termine possono essere sottoposti a degustazione soltanto i campioni dei vini in questione nell'ambito dei concorsi enologici ufficialmente autorizzati dal Ministero.
6. Le giacenze dei prodotti della corrispondente Denominazione di Origine Controllata "Montello e Colli Asolani" - Prosecco, provenienti dalle vendemmie 2008/2009 e precedenti, devono essere confezionate e designate con la DOC entro il predetto termine del 1° aprile 2010; tali scorte di prodotto etichettato possono essere immesse al consumo fino a completo esaurimento delle medesime. Può essere altresì destinata alla produzione di vini qualificati con la DOC "Montello e Colli Asolani" - Prosecco parte della produzione proveniente dalla vendemmia 2009/2010, in conformità alle disposizioni dell'annesso disciplinare, eventualmente in assemblaggio con le citate scorte, nel rispetto delle predette condizioni di confezionamento, etichettatura e smaltimento delle scorte etichettate e fatte salve le compatibilità tecnico produttive e qualitative relative alle specifiche tipologie di prodotti.
7. Successivamente al termine del 1° aprile 2010, le rimanenti giacenze delle produzioni DOC di cui al comma 6, che trovansi allo stato sfuso, devono essere classificate con la DOCG "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" ai fini del loro confezionamento, etichettatura ed immissione al consumo.
8. Per le finalità di cui ai comma 6 e 7 le Ditte produttrici interessate devono comunicare all'Ufficio competente per territorio dell'Ispettorato Centrale per il Controllo della Qualità dei prodotti agroalimentari ed all'Organismo autorizzato al controllo sulla produzione dei vini in questione ai sensi della specifica vigente normativa:

- a. entro il 30 settembre 2009, i quantitativi delle scorte di prodotto DOC detenuto alla data del 1° agosto 2009;
- b. entro il 30 aprile 2010, i quantitativi delle rimanenti scorte di prodotto etichettato con la DOC e delle rimanenti scorte di prodotto destinato alla DOCG detenuti alla data del 1° aprile 2010.

Le medesime Ditte sono tenute ad annotare nei registri ufficiali gli elementi relativi alle operazioni ed alle classificazioni di cui trattasi, nonché ad effettuare le altre dichiarazioni relativi alle giacenze ed alla rivendicazione delle produzioni in questione previste dalla vigente normativa.

9. All'allegato "3A" sono riportati i codici delle tipologie dei vini a denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" di cui all'articolo 7 del Decreto ministeriale 28 dicembre 2006.

Il presente decreto sarà pubblicato nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana.

Roma, lì 17 luglio 2009

F.to IL CAPO DIPARTIMENTO
(Giuseppe Nezzo)

ANNESSE 1

DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA DEI VINI "PROSECCO"

Art. 1 (denominazione e vini)

1. La denominazione d'origine controllata "Prosecco" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel presente disciplinare di produzione, per le seguenti tipologie:
 - "Prosecco";
 - "Prosecco" spumante;
 - "Prosecco" frizzante.

Art. 2 (base ampelografica)

1. Il vino a denominazione di origine controllata "Prosecco" deve essere ottenuto da uve provenienti da vigneti costituiti dal vitigno Glera; possono concorrere, in ambito aziendale, da soli o congiuntamente fino ad un massimo del 15%, i seguenti vitigni: Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera, Glera lunga, Chardonnay, Pinot bianco, Pinot grigio e Pinot nero (vinificato in bianco), idonei alla coltivazione per la zona di produzione delle uve di cui all'art. 3 del presente disciplinare.

Art. 3
(*zona di produzione delle uve*)

1. Le uve destinate alla produzione del vino a denominazione di origine controllata “Prosecco” devono essere prodotte nella zona che comprende le province di: Belluno, Gorizia, Padova, Pordenone, Treviso, Trieste, Udine, Venezia e Vicenza.

Art. 4
(*norme per la viticoltura*)

1. Le condizioni ambientali e di coltura dei vigneti destinati alla produzione dei vini a denominazione di origine controllata “Prosecco” devono essere quelle tradizionali della zona, e comunque, atte a conferire alle uve ed al vino derivato le specifiche caratteristiche di qualità.
2. Sono pertanto da considerarsi idonei i terreni ben esposti ad esclusione di quelli ad alta dotazione idrica con risalita della falda e quelli torbosi.
3. I sesti di impianto, le forme di allevamento ed i sistemi di potatura devono essere quelli generalmente usati e, comunque, atti a non modificare le caratteristiche delle uve e del vino. Per i vigneti piantati dopo l’approvazione del presente disciplinare sono ammesse solo le forme di allevamento a spalliera semplice e doppia e la densità minima di impianto per ettaro non deve essere inferiore a 2.300 ceppi. Sono esclusi gli impianti espansi come le pergole o quelli a raggi. Tuttavia tali vigneti, se piantati prima dell’approvazione del presente disciplinare, possono essere iscritti all’albo della denominazione per un periodo transitorio massimo di 10 anni, a condizione che sia garantita con la tradizionale potatura con una carica massima di 80.000 gemme ad ettaro.
4. Le Regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia su proposta del Consorzio di tutela della denominazione, sentite le organizzazioni di categoria interessate, con propri provvedimenti, da adottare di concerto con univoci criteri tecnico-amministrativi, possono stabilire limiti, anche temporanei, all’iscrizione delle superfici all’apposito albo dei vigneti. Le Regioni sono tenute a dare comunicazione delle disposizioni adottate al Ministero per le politiche agricole alimentari e forestali.
5. E' vietata ogni pratica di forzatura; è tuttavia consentita l’irrigazione di soccorso.
6. La resa massima di uva ammessa per la produzione dei vini di cui all’art. 1 non deve essere superiore a tonnellate 18 per ettaro di vigneto a coltura specializzata. A detto limite, anche in annate eccezionalmente favorevoli, la resa dovrà essere riportata attraverso una accurata cernita delle uve, purché la produzione non superi del 20% il limite medesimo. Le Regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia su proposta del Consorzio di tutela della denominazione, sentite le organizzazioni di categoria interessate, prima della vendemmia, con propri provvedimenti, da adottare di concerto con univoci criteri tecnico-amministrativi, possono stabilire un limite massimo di utilizzazione di uva per ettaro per la produzione dei vini a denominazione di origine controllata “Prosecco” inferiore a quello fissato dal presente disciplinare. Le Regioni sono tenute a dare comunicazione delle disposizioni adottate al Ministero per le politiche agricole alimentari e forestali.

7. Le uve destinate alla vinificazione del vino a denominazione di origine controllata "Prosecco" devono assicurare un titolo alcolometrico volumico naturale minimo di 9,50% vol. Le uve destinate alla produzione dei vini a denominazione di origine controllata "Prosecco" spumante e frizzante devono assicurare un titolo alcolometrico volumico naturale minimo del 9,0% vol., purché la destinazione delle uve atte ad essere elaborate venga espressamente indicata nei documenti ufficiali di cantina e nella denuncia annuale delle uve.

Art. 5

(*norme per la vinificazione*)

1. Le operazioni di vinificazione, ivi comprese le operazioni di elaborazione del vino spumante e frizzante, ossia le pratiche enologiche per la presa di spuma e per la stabilizzazione, la dolcificazione nelle tipologie ove ammessa, nonché le operazioni di imbottigliamento e di confezionamento, devono essere effettuate nel territorio di cui all'art. 3 del presente disciplinare.
2. Tuttavia, tenuto conto delle situazioni tradizionali di produzione, le operazioni di elaborazione delle tipologie "Prosecco" spumante e "Prosecco" frizzante, nonché il relativo imbottigliamento, possono essere effettuate, con autorizzazioni individuali, rilasciate dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, previo parere delle Regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia, anche in stabilimenti situati nelle province confinanti con l'area di cui al primo comma, a condizione che le relative ditte presentino richiesta motivata, corredata da apposita documentazione atta a provare l'uso delle tradizionali pratiche di cui trattasi in maniera continuativa da almeno 5 campagne vitivinicole antecedenti all'entrata in vigore del presente disciplinare.
3. Può essere altresì consentito che le operazioni di elaborazione delle tipologie "Prosecco" spumante e "Prosecco" frizzante, nonché il relativo imbottigliamento, qualora si tratti di pratiche tradizionali, in essere in una determinata zona, antecedenti al 1° marzo 1986, conformemente alla specifica normativa comunitaria, siano effettuate anche al di fuori della zona di cui al comma 2, con specifiche autorizzazioni individuali rilasciate dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, previo parere delle Regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia, a condizione che:
 - la richiesta sia presentata dalle ditte interessate entro 30 giorni dalla data di pubblicazione del decreto di approvazione del presente disciplinare;
 - la richiesta di cui sopra sia corredata da una motivata documentazione atta a provare l'uso delle tradizionali pratiche di cui trattasi in maniera continuativa da almeno 5 campagne vitivinicole antecedenti l'entrata in vigore del presente disciplinare.
4. La tipologia spumante deve essere ottenuta esclusivamente per fermentazione naturale a mezzo autoclave, utilizzando i mosti o vini ottenuti dalle uve delle varietà indicate all'art. 2 aventi un titolo alcolometrico volumico naturale non inferiore a 9% vol. Tale tipologia deve essere commercializzata nei tipi brut, extra dry, dry e demisec. La tipologia frizzante deve essere ottenuta esclusivamente per fermentazione naturale in bottiglia o a mezzo autoclave, utilizzando i mosti o vini ottenuti dalle uve delle varietà indicate all'art. 2 aventi un titolo alcolometrico volumico minimo naturale non inferiore a 9% vol.

5. La resa massima dell'uva in vino non deve essere superiore al 70%. Qualora tale resa superi i limiti di cui sopra indicati, ma non oltre il 80%, l'eccedenza non avrà diritto alla denominazione di origine. Qualora la resa uva/vino superi il 80% decade il diritto alla denominazione di origine controllata per tutto il prodotto.

Art. 6

(*caratteristiche al consumo*)

1. I vini di cui all'art. 1, all'atto della loro immissione al consumo, devono rispondere alle seguenti caratteristiche:

“Prosecco”:

colore: giallo paglierino;

odore: fine, caratteristico, tipico delle uve di provenienza;

sapore: secco o amabile, fresco e caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol;

acidità totale minima: 5,0 g/l;

estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

“Prosecco” spumante:

colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante, con spuma persistente;

odore: fine, caratteristico, tipico delle uve di provenienza;

sapore: da brut a demi-sec, fresco e caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,00% vol;

acidità totale minima: 5,0 g/l

estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

“Prosecco” frizzante:

colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante, con evidente sviluppo di bollicine;

odore: fine, caratteristico, tipico delle uve di provenienza;

sapore: secco o amabile, fresco e caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50 % vol;

acidità totale minima: 5,0 g/l;

estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

Nella tipologia prodotta tradizionalmente per fermentazione in bottiglia, è possibile la presenza di una velatura.

In tal caso è obbligatorio riportare in etichetta la dicitura "rifermentazione in bottiglia". Le caratteristiche dell'odore e del sapore per detto vino e l'acidità totale minima sono le seguenti:

odore: gradevole e caratteristico con possibili sentori di crosta di pane e lievito;

sapore: secco, frizzante, fruttato con possibili sentori di crosta di pane e lievito;

acidità totale minima: 4,0 g/l.

Art. 7

(*etichettatura*)

1. Nella designazione dei vini di cui all'art. 1, è vietata l'aggiunta di qualsiasi qualificazione diversa da quelle previste dal presente disciplinare di produzione, ivi compresi gli aggettivi

“fine”, “scelto”, “selezionato” e similari. E’ tuttavia consentito il riferimento a nomi, ragioni sociali, marchi privati, non aventi significato laudativo e non idonei a trarre in inganno il consumatore.

2. Nella designazione dei vini di cui all’art. 1, è consentito riportare in etichetta il riferimento a “provincia di Treviso” o più semplicemente “Treviso”, qualora la partita di vino sia costituita esclusivamente da uve raccolte da vigneti ubicati nella medesima provincia e la elaborazione e confezionamento del prodotto abbiano luogo sempre nella stessa provincia.
3. Nella designazione dei vini di cui all’art. 1, è consentito riportare in etichetta il riferimento a “provincia di Trieste” o più semplicemente “Trieste”, qualora la partita di vino sia costituita esclusivamente da uve raccolte da vigneti ubicati nella medesima provincia e la elaborazione e confezionamento del prodotto abbiano luogo sempre nella stessa provincia.
4. Fatto salvo quanto previsto ai comma 2 e 3, è vietato il riferimento alle indicazioni geografiche o toponomastiche di unità amministrative o frazioni, aree, zone, località, dalle quali provengono le uve.
5. Le menzioni facoltative, esclusi i marchi e nomi aziendali, possono essere riportati in etichetta soltanto in caratteri non più grandi o evidenti di quelli utilizzati per la denominazione di origine controllata, fatte salve le norme generali più restrittive.
6. I vini di cui all’art. 1 in fase di commercializzazione possono facoltativamente riportare in etichetta l’annata di produzione delle uve se presente anche nella documentazione prevista dalla specifica normativa in materia di registri e documenti di accompagnamento.

Art. 8

(confezionamento)

1. Il vino a denominazione di origine controllata "Prosecco" deve essere immesso al consumo solo nelle tradizionali bottiglie di vetro chiuse con tappo raso bocca; tuttavia per le bottiglie di capacità fino a litri 0,375 è consentito anche l’uso del tappo a vite. È altresì consentita la tradizionale commercializzazione diretta al consumatore finale del vino Prosecco condizionato in damigiane in vetro fino a 60 litri.
2. Il vino a denominazione di origine controllata "Prosecco" nella tipologia spumante deve essere immesso al consumo solo nelle tradizionali bottiglie di vetro fino a 9 litri. Su richiesta degli operatori interessati, con apposita autorizzazione del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali è consentito, in occasione di particolari eventi espositivi o promozionali, l’uso temporaneo di contenitori aventi volumi diversi. Per la tappatura dei vini spumanti si applicano le norme comunitarie e nazionali che disciplinano la specifica materia. Tuttavia per le bottiglie di capacità fino a litri 0,200 è consentito anche l’uso del tappo a vite, eventualmente con sovratappo a fungo, oppure a strappo in plastica.
3. Il vino a denominazione di origine controllata "Prosecco" nella tipologia frizzante deve essere immesso al consumo solo nelle tradizionali bottiglie vetro fino a 5 litri chiuse con tappo raso bocca, in sughero o con materiale inerte, o a vite, alle condizioni stabilite dalla normativa comunitaria e nazionale che disciplina la specifica materia. È altresì ammesso l’utilizzo del tappo cilindrico di sughero o altro materiale inerte trattenuto dalla tradizionale

chiusura in spago. Per il vino frizzante che riporta in etichetta la dicitura "rifermentazione in bottiglia" è consentito anche l'uso del tappo corona.

4. Per il confezionamento dei vini spumanti e frizzanti è consentito solo l'uso delle tradizionali bottiglie in vetro con gamma di colore variabile dalle tonalità del bianco, al giallo, al verde, al marrone, al grigio-nero di varia intensità.

ANNESSO 2

DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA DEI VINI "CONEGLIANO VALDOBBIADENE - PROSECCO"

Articolo 1

Denominazione e vini

1. La denominazione d'origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco", o "Conegliano - Prosecco" o "Valdobbiadene - Prosecco", è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel presente disciplinare di produzione, per le seguenti tipologie:
 - "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco";
 - "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" frizzante;
 - "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" spumante, accompagnato dalla menzione superiore.
2. La menzione "Superiore di Cartizze" è riservata al vino spumante della denominazione di cui al comma 1, ottenuto nella tradizionale sottozona nei limiti ed alle condizioni stabilite nel presente disciplinare.

Articolo 2

Base ampelografia

1. I vini "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti costituiti dal vitigno Glera; possono concorrere, in ambito aziendale, fino ad un massimo del 15% le uve delle seguenti varietà, utilizzate da sole o congiuntamente: Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera e Glera lunga.
2. I vini destinati alla pratica tradizionale disciplinata all'articolo 5, comma 3, devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti, ricadenti nell'ambito della zona di cui all'articolo 3, comma 1 lett. C), iscritti all'albo DOCG, costituiti dai vitigni Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, presi da soli o congiuntamente.

Articolo 3

Zone di produzione delle uve

1. La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini della denominazione di origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco", ricadente nell'ambito della

zona di produzione della denominazione di origine controllata “Prosecco”, è delimitata come segue:

A) La zona di produzione delle uve atte ad ottenere i vini "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" di cui all'articolo 1, punto 1), comprende il territorio collinare dei comuni di: Conegliano - San Vendemiano - Colle Umberto - Vittorio Veneto – Tarzo - Cison di Valmarino - San Pietro di Feletto - Refrontolo - Susegana - Pieve di Soligo - Farra di Soligo -- Follina - Miane – Vidor - Valdobbiadene. In particolare tale zona è così delimitata: si prende come punto di partenza per la descrizione dei confini la località Fornace (q. 175) a tre chilometri circa da Valdobbiadene verso ovest, dove il confine amministrativo tra i comuni di Valdobbiadene e Segusino incontra la strada Valdobbiadene-Segusino. Segue quindi il confine amministrativo tra questi comuni fino a Col Antich, dove incontra la curva di livello di quota 500, che segue fino a Ca' Pardolin, nei pressi di Combai, da qui lascia la quota 500 e prosegue sul sentiero, che porta fino alla piazza del paese attraverso prima via Cimavilla e quindi per via Trieste. Qui, seguendo la strada che porta alla chiesa, raggiunge la casera Duel, poi, percorrendo il crinale della collina, attraversa la strada Miane-Campea, risale per monte Tenade e, sempre seguendo il crinale del colle, raggiunge località Tre Ponti sulla strada Follina-Pieve di Soligo. Attraversata la strada, il confine risale sulla collina Croda di Zuel e percorrendo il crinale passa a monte della chiesetta di S. Lucia a q. 356 a monte di «Zuel di là», ed a monte di Resera; il confine segue quindi la strada Resera-Tarzo fino all'inserimento con la RevineTarzo. Dal suddetto bivio il confine, sempre seguendo tale strada, raggiunge Tarzo e quindi Corbanese fino, all'incrocio con la strada Refrontolo-Cozzuolo, in località Ponte Maset, segue quindi il confine tra il comune di Tarzo e di Vittorio Veneto fino a raggiungere la strada vicinale detta «dei Piai» e delle Perdonanze, segue detta strada fino all'incrocio di questa con il rio Cervada, scende lungo il Cervada fino al punto di incrocio con la strada Cozzuolo-Vittorio Veneto, prosegue verso questa città fino all'incrocio con la strada che da Conegliano conduce al centro di Vittorio Veneto; scende quindi verso Conegliano fino a S. Giacomo di Veglia e di qui si dirige verso S. Martino di Colle Umberto. Dopo borgo Campion gira a destra per la strada comunale di S. Martino e raggiunge Colle Umberto per scendere sulla statale n. 51 (detta anche di Alemagna), al casello n. 5 e di qui prosegue verso Conegliano. Al bivio Gai superato l'incrocio con la Pontebbana o statale 13 segue la nuova circonvallazione della città di Conegliano per inserirsi sulla stessa statale 13 in località Ferrera. Da tale inserimento il confine raggiunge Susegana per deviare subito dopo il paese verso ovest lungo la strada che porta a Colfosco, chiamata anche strada della Barca. Da Colfosco, seguendo la strada «Mercatelli», il confine procede fino al bivio per Falze' per piegare e raggiungere Pieve di Soligo lungo la vecchia strada (Ponte Priula - Pieve di Soligo e che fa capo a via Chisini). Attraversato il centro urbano, il confine, seguendo la via Schiratti giunge a Soligo per deviare a sinistra e continuare lungo la strada maestra Soligo - Ponte di Vidor attraversando Farra di Soligo, Col S. Martino, Colbertaldo, Vidor, giunge a Ponte di Vidor, lasciandolo a sinistra per giungere a Bigolino. Dopo Bigolino il confine lascia la strada che porta a Valdobbiadene per raggiungere, deviando a sinistra e seguendo la strada comunale della centrale ENEL, la borgata di Villanova fino all'attraversamento del torrente La Roggia. Segue detto torrente fino al terrazzo alluvionale che si erge bruscamente sul Piave, corre sul bordo del terrazzo (vedi allegata cartografia regionale “Definizione limite terrazza alluvionale”) per risalire sulla strada Valdobbiadene-Segusino, in corrispondenza della chiesetta di S. Giovanni dopo S. Vito; da qui, percorrendo la strada maestra Valdobbiadene-Segusino, tocca di nuovo la località Fornace chiudendo così il perimetro della zona delimitata.

- B) Il vino spumante ottenuto da uve raccolte nel territorio della frazione di S. Pietro di Barbozza, denominato Cartizze, del Comune di Valdobbiadene, ha diritto alla sottospecificazione "Superiore di Cartizze". Tale sottozona è così delimitata: si prende come punto di partenza il ponte sulla Teva ad ovest di Soprapiana sulla strada comunale Piovine-Soprapiana, fra casa C. Boret (q. 184) e Soprapiana (q. 197). Da questo punto il confine sale verso nord seguendo il fiume Teva fino alla confluenza con il fosso delle Zente che segue fino alla confluenza con il fosso Piagar; segue ancora il fosso di Piagar fino al punto di congiungimento dei mappali nn. 63.71 (comune di S. Pietro di Barbozza, sez. B, foglio VII). Dal punto di congiunzione dei suddetti mappali il confine corre tra i mappali nn. 547 e 735, taglia i mappali nn. 540 e 543, seguendo la stessa direzione dell'ultimo tratto di divisione tra i mappali nn. 547 e 735 fino a raggiungere il limite nord del mappale a 542 fino all'incrocio con la strada comunale dei Vettorazzi. Il confine percorre verso nord la strada anzidetta, indi al primo incrocio (fontana del bicio) segue la strada vicinale dei Menegazzi fino al punto d'intersezione della strada con il crinale del monte Vettoraz, corre lungo il crinale della collina, passa a monte della casa Miotto e raggiunge monte Vettoraz, corre lungo il crinale della collina, passa a monte della casa Miotto e raggiunge la strada vicinale della Tresiese (tre siepi). Il confine prosegue lungo la strada ora citata fino a raggiungere la strada vicinale dei Mont, la percorre e alla prima curva (mappale n. III del comune di S. Pietro di Barbozza, sez. b, foglio X) sale per costeggiare a monte il terreno vitato, quindi discende nuovamente sulla strada dei Mont nei pressi del capitello. Il confine percorre la strada fino all'incrocio con quella comunale di Piander, scende lungo la strada vicinale dello Strett e prosegue nella stessa direzione per raggiungere la strada Saccol- Follo ad est della casa Agostinetto Sergio, scende per cal de Sciap e raggiunge il torrente Valle della Rivetta (rio Borgo); il confine si accompagna al torrente fino al limite di divisione dei mappali nn. 149 e 151 del comune di Valdobbiadene, sez. B, foglio XI, proseguendo a nord tra i mappali nn. 149-151, nn. 148-151 attraversa la strada vicinale del Campion, passa tra i mappali nn. 178-184, 179-184, 179-167, 179-182, 181-185 e raggiunge il fosso della Tevicella, comprendendo nella zona Col Zancher e Pra Ospitale, corre tra i mappali 21-65 della frazione di S. Pietro di Barbozza, sez. B, foglio XIII, indi nn. 22-67, numeri 66-67, attraversa la strada dei Bisoi (fordera) e raggiunge la strada comunale del Cavalier tra i mappali nn. 24-28, per congiungersi, proseguendo lungo la strada, con il punto di partenza (ponte sulla Teva).
- C) La zona di produzione delle uve delle varietà Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay da destinare alla tradizionale pratica di cui all'art. 5, comma 3, comprende il territorio amministrativo dei seguenti comuni in provincia di Treviso: Cappella Maggiore; Cison di Valmarino; Colle Umberto; Conegliano; Cordignano; Farra di Soligo; Follina; Fregona; Miane; Pieve di Soligo; Refrontolo; Revine Lago; San Fior; San Pietro di Felleto; San Vendemiano; Sarmede; Segusino; Susegana; Tarzo; Valdobbiadene; Vidor; Vittorio Veneto; Asolo; Caerano S. Marco; Castelcucco; Cavaso del Tomba; Cornuda; Crocetta del Montello; Fonte; Giavera del Montello; Maser; Monfumo; Montebelluna; Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa; Pederobba; Possagno; S. Zenone degli Ezzelini; Volpago del Montello; Borso del Grappa e Crespano del Grappa.

Articolo 4
Norme per la viticoltura

1. *Condizioni naturali dell'ambiente.* Le condizioni ambientali e di coltura dei vigneti destinati alla produzione del vino "Conegliano-Valdobbiadene - Prosecco ", devono essere quelle tradizionali della zona e, in ogni caso, atte a conferire alle uve ed al vino derivato le specifiche caratteristiche di qualità. Sono pertanto da considerare idonei, ai fini dell'iscrizione all'albo, soltanto i vigneti ben esposti ubicati su terreni collinari con esclusione dei vigneti di fondovalle, di quelli esposti a tramontana e di quelli di bassa pianura.
2. *Densità d'impianto.* I vigneti in coltura specializzata, a decorrere dal 16 giugno 2007 devono avere una densità minima di 2500 ceppi per ettaro, calcolati sul sesto d'impianto.
3. *Forme di allevamento.* I sestri d'impianto e le forme di allevamento consentiti sono quelli già in uso nella zona, a spalliera semplice o doppia. Sono vietate le forme di allevamento espanse (tipo raggi). La Regione può consentire diverse forme di allevamento, qualora siano tali da migliorare la gestione dei vigneti senza determinare effetti negativi sulle caratteristiche delle uve.
4. *Sistemi di potatura.* Con riferimento ai suddetti sistemi di allevamento della vite, la potatura deve essere quella tradizionale e, comunque i vigneti devono essere governati in modo da non modificare le caratteristiche dell'uva, del mosto e del vino.
5. E' vietata ogni pratica di forzatura. E' consentita l'irrigazione di soccorso.
6. *Operazioni di vendemmia.* Le uve destinate alla produzione della tipologia spumante che riporta in etichetta la menzione "rive" devono essere raccolte esclusivamente a mano.
7. *Resa a ettaro e gradazione minima naturale.* Per i vini a Denominazione di origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" di cui all'articolo 1, comma 1, la resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a tonnellate 13,50, ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di 9,50 vol. Per i vini DOCG "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" spumante superiore designati con la menzione "Rive" di cui all'art. 7 comma 7, la resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a tonnellate 13,00 ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di 9,50 vol. Le uve destinate alla produzione dei vini a denominazione di origine "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco " spumante superiore e frizzante possono avere un titolo alcolometrico volumico minimo naturale del 9,00% vol, purché la destinazione delle uve atte ad essere elaborate, venga espressamente indicata nei documenti ufficiali di cantina e nella denuncia annuale delle uve. Tuttavia qualora si verificano condizioni climatiche sfavorevoli può essere concessa la deroga di cui all'articolo 7 del regolamento CE n. 1607/2000. Per i vino spumante avente diritto alla menzione "Superiore di Cartizze", di cui all'articolo 1, comma 2, la resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a tonnellate 12,00, ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di 9,50 vol. Anche in annate eccezionalmente favorevoli, i quantitativi di uva per ettaro da destinare alla produzione dei vini a Denominazione di origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" dovranno essere riportati nei limiti di cui sopra, purché la produzione non superi del 20% i limiti medesimi. La Regione Veneto, su richiesta motivata del Consorzio di tutela della presente denominazione di origine e sentito il parere delle categorie interessate, con proprio provvedimento da emanarsi ogni anno nel periodo

immediatamente precedente la vendemmia, può stabilire di ridurre i quantitativi di uva per ettaro rivendicabile, anche con riferimento a singole zone geografiche, rispetto a quelli fissati nel presente comma, dandone immediata comunicazione al Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali - Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini. Per i vigneti in coltura promiscua la produzione massima di uva a ettaro deve essere rapportata alla superficie effettivamente impegnata dalla vite.

Articolo 5 *Norme per la vinificazione*

1. *Vinificazione.* Le operazioni di vinificazione delle uve, di cui all'articolo 2, devono essere effettuate all'interno dei comuni della zona di produzione delimitata all'art. 3, comma 1, lett. A), anche se compresi soltanto in parte nella zona delimitata. Le uve delle varietà Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, da destinare alla tradizionale pratica di cui al comma 3 del presente articolo, possono essere vinificate in tutta la zona prevista dall'articolo 3, comma 1, lett. C); inoltre, tenuto conto delle situazioni tradizionali, le predette operazioni di vinificazione possono essere effettuate nell'intero territorio amministrativo del Comune di Orsago in provincia di Treviso. Per quanto riguarda la sottozona "Superiore di Cartizze", le operazioni di vinificazione devono essere effettuate entro il territorio del Comune di Valdobbiadene. Nella vinificazione sono ammesse soltanto le pratiche enologiche leali e costanti, tradizionali della zona atte a conferire ai vini le caratteristiche peculiari.
2. *Elaborazione.* Le operazioni di preparazione del vino spumante e frizzante, ossia le pratiche enologiche per la presa di spuma e per la stabilizzazione, la dolcificazione nelle tipologie ove ammessa, nonché le operazioni di imbottigliamento e di confezionamento, devono essere effettuate nel territorio della provincia di Treviso. I vini della denominazione di origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" elaborati nella versione spumante possono essere messi in commercio in tutte le tipologie ammesse dalla normativa vigente, con esclusione dei tipi "extra-brut" e "dolce". I vini della denominazione di origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" elaborati nella versione frizzante devono essere messi in commercio nelle tipologie da "Secco" ad "Amabile" comprese, come previste dalla normativa vigente. E' in facoltà del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali - Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini di consentire che le suddette operazioni di preparazione siano effettuate in stabilimenti situati nella provincia di Venezia, a condizione che in detti stabilimenti le ditte interessate producano - da almeno 10 anni prima dell'entrata in vigore del decreto del Presidente della Repubblica 12 luglio 1963, n. 930 - i vini spumanti e frizzanti, utilizzando come vino base il "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco", reso spumante o frizzante con i metodi tradizionali in uso nel territorio previsto nel comma precedente.
3. *Pratiche tradizionali.* Nella elaborazione del vino spumante di cui all'art. 1 è consentita la tradizionale pratica correttiva con vini ottenuti dalla vinificazione di uve Pinot bianco, Pinot grigio, Pinot nero e Chardonnay, da sole o congiuntamente, in quantità non superiore al 15%, provenienti dai vigneti iscritti all'apposito albo, ubicati nella zona delimitata nel precedente art. 3, comma 1, lettera C), a condizione che il vigneto, dal quale provengono le uve di Glera usate nella vinificazione, sia coltivato in purezza varietale e, comunque, che la presenza di uve della varietà minori, di cui all'articolo 2, sommata a quelle dei Pinot e Chardonnay, non superi la percentuale del 15% sopra indicata. Per il prodotto tranquillo, il vino aggiunto con l'esecuzione di tale tradizionale pratica correttiva dovrà, comunque,

sempre sostituire un'eguale aliquota di vino di cui all'art. 1, che potrà essere preso in carico come vino da tavola.

4. *Resa uva/vino e vino/ettaro.* La resa massima di uva in vino non deve essere superiore al 70% per tutte le tipologie. Qualora la resa uva/vino superi il limite di cui sopra, ma non il 75%, l'eccedenza non ha diritto alla denominazione d'origine. Oltre detto limite decade il diritto alla denominazione d'origine per tutta la partita.

Articolo 6

Caratteristiche al consumo

1. I vini "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" di cui all'articolo 1 all'atto dell'immissione al consumo devono rispondere alle seguenti caratteristiche:

"Conegliano Valdobbiadene - Prosecco"

colore: giallo paglierino più o meno intenso; odore: vinoso, caratteristico con profumo leggero di fruttato;

sapore: gradevolmente amarognolo e giustamente sapido; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol;

acidità totale minima: 5,0 g/l;

estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l;

"Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" frizzante

colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante, con evidente sviluppo di bollicine.

odore: gradevole e caratteristico di fruttato;

sapore: fresco, armonico, piacevolmente frizzante, fruttato;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol;

acidità totale minima: 5,0 g/l;

estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

Nella tipologia prodotta tradizionalmente per fermentazione in bottiglia, è possibile la presenza di una velatura. In tal caso è obbligatorio riportare in etichetta la dicitura "rifermentazione in bottiglia". Le caratteristiche dell'odore e del sapore per detto vino e l'acidità totale minima sono le seguenti:

odore: gradevole e caratteristico di fruttato con possibili sentori di crosta di pane e lievito;

sapore: fresco, armonico, piacevolmente frizzante, fruttato con possibili sentori di crosta di pane e lievito;

acidità totale minima: 4,0 g/l;

"Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" spumante superiore

colore: giallo paglierino più o meno intenso brillante con spuma persistente;

odore: gradevole e caratteristico di fruttato;

sapore: fresco, armonico, gradevolmente fruttato, caratteristico

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,00% vol;

acidità totale minima: 5,0 g/l

estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

"Conegliano Valdobbiadene" Superiore di Cartizze o " Valdobbiadene" Superiore di Cartizze

colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante, con spuma persistente;

odore: gradevole e caratteristico di fruttato;

sapore: fresco, armonico, gradevolmente fruttato, caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,50% vol;
acidità totale minima: 5,0 g/l;
estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

E' in facoltà del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali modificare, con proprio decreto, i limiti dell'acidità totale minima e dell'estratto non riduttore minimo.

Articolo 7 *Etichettatura*

1. Nell'etichettatura della sola tipologia spumante DOCG "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" può essere omesso il riferimento alla denominazione "Prosecco" ed alla menzione "superiore".
2. La designazione e presentazione del vino spumante ottenuto nella sottozona delimitata all'articolo 3 deve riportare in etichetta la dizione: "Conegliano Valdobbiadene" Superiore di Cartize o più semplicemente "Valdobbiadene" Superiore di Cartize.
3. Nella designazione e presentazione dei vini di cui all'articolo 1 è vietata l'aggiunta di qualsiasi qualificazione diversa da quelle previste nel presente disciplinare, ivi compresi gli aggettivi "extra", "fine", "scelto", "selezionato" e simili. E' tuttavia consentito l'uso di indicazioni che facciano riferimento a nomi, ragioni sociali, marchi privati, non aventi significato laudativo e non idonei a trarre in inganno l'acquirente.
4. Sono consentite le menzioni facoltative previste dalle norme comunitarie, oltre alle menzioni tradizionali purché pertinenti ai vini di cui all'articolo 1.
5. Nella designazione del vino spumante è consentito riportare il termine millesimato, purché il prodotto sia ottenuto con almeno l'85% del vino dell'annata di riferimento, che va indicata in etichetta.
6. Nella designazione e presentazione del vino spumante è consentito fare riferimento a comuni o frazioni di cui all'allegato elenco A, a condizione che il nome del comune o frazione in cui sono state ottenute le uve sia accompagnato dalla menzione "Rive" e che detti riferimenti siano riportati nell'albo vigneti. In etichettatura è obbligatorio indicare l'anno di produzione delle uve.
7. Nell'etichettatura la denominazione "Prosecco" deve seguire il nome della denominazione "Conegliano Valdobbiadene" o "Conegliano" o "Valdobbiadene" ed avere caratteri di dimensioni uguali o inferiori alla stessa. La menzione "Rive", seguita dal nome del comune o frazione, e "superiore" nonché i riferimenti al "millesimo", dovranno figurare in caratteri con dimensioni massime pari a due terzi del nome della denominazione "Conegliano Valdobbiadene" o "Conegliano" o "Valdobbiadene".
8. La denominazione di origine controllata e garantita "Conegliano Valdobbiadene - Prosecco" è contraddistinta in via esclusiva ed obbligatoria da un marchio collettivo di dimensioni e colori stabiliti nel manuale d'uso, di cui all'allegato B del presente disciplinare. Tale marchio è sempre inserito nella fascetta sostitutiva del contrassegno di Stato. Tutti gli elaboratori iscritti all'albo degli imbottiglieri, hanno inoltre facoltà di apporre separatamente il marchio, distribuito esclusivamente dal Consorzio di tutela, sulle bottiglie.

L'utilizzo del marchio è curato direttamente dal Consorzio di tutela, che deve distribuirlo a tutti gli imbottiglieri/confezionatori che ne fanno richiesta, alle medesime condizioni economiche e di utilizzo riservate ai propri associati.

Articolo 8 *Confezionamento*

1. I vini a Denominazione di origine controllata e garantita "ConeglianoValdobbiadene - Prosecco" devono essere immessi al consumo come previsto dalle norme nazionali e comunitarie, nei recipienti in vetro tradizionali per la zona.
2. *Volumi nominali, forma e colore.* I vini a Denominazione di origine controllata e garantita "ConeglianoValdobbiadene - Prosecco" possono essere presentati al consumo in recipienti di vetro di qualunque capienza prevista per legge. Fino a 5 litri sono ammesse solo le bottiglie in vetro, per colore e forma, tradizionalmente usate nella zona, la cui gamma colorimetrica può variare dalle tonalità del bianco, al giallo, al verde, al marrone, al grigio-nero di varia intensità. Inoltre, su richiesta degli operatori interessati o del Consorzio di tutela, può essere consentito con apposita autorizzazione del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali l'utilizzo di contenitori tradizionali della capacità di litri 6, 9 e superiori, in occasione di eventi espositivi e promozionali.
3. *Chiusure.* Per i vini tranquilli sono consentite le chiusure con tappo raso bocca in sughero. Per i frizzanti è consentito l'uso delle chiusure sopra menzionate o del tappo a fungo in sughero, inoltre è consentito che il tappo cilindrico di sughero sia trattenuto dalla tradizionale chiusura in spago. Per la tipologia spumante i recipienti devono essere chiusi con il tappo a fungo di sughero marchiato con il nome della denominazione, per i recipienti di capacità non superiore a 0,200 litri è consentito l'uso del tappo a vite con sovratappo a fungo in plastica.

ANNESSO 3

DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA DEI VINI "COLLI ASOLANI - PROSECCO" O "ASOLO - PROSECCO"

Articolo 1 *Denominazione e vini*

1. La denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo Prosecco" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti dal presente disciplinare di produzione, per le seguenti tipologie:
 - "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco";
 - "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" spumante, accompagnato dalla menzione superiore;
 - "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" frizzante.

Articolo 2
Base ampelografia

1. I vini a denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo Prosecco" devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti costituiti dal vitigno Glera; possono inoltre concorrere in ambito aziendale fino ad un massimo del 15%, da sole o congiuntamente, le uve dei vitigni Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera, Glera lunga.
2. I vini destinati alla pratica tradizionale disciplinata all'articolo 5, comma 8, devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti, ricadenti nell'ambito della zona di cui all'articolo 3, comma 1 lett. B), iscritti all'apposito albo DOCG, costituiti dai vitigni Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, presi da soli o congiuntamente.

Articolo 3
Zone di produzione delle uve

1. La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini della denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco", ricadente nell'ambito della zona di produzione della denominazione di origine controllata "Prosecco", è delimitata come segue:
 - A) La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini a d.o.c.g "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco", di cui all'articolo 1, comprende l'intero territorio dei comuni di Castalcucco, Cornuda e Monfumo e parte del territorio dei comuni di: Asolo, Caerano S. Marco, Cavaso del Tomba, Crocetta del Montello, Fonte, Giavera del Montello, Maser, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa, Pederobba, Possagno del Grappa, S. Zenone degli Ezzelini e Volpago del Montello. Tale zona è così delimitata: dalla località Ciano in comune di Crocetta del Montello il limite prosegue verso Est lungo la provinciale della "Panoramica del Montello" fino al punto d'uscita sulla stessa della trasversale del Montello contraddistinta con il n. 14; dall'incrocio segue una linea verticale rispetto alla "Panoramica" fino a raggiungere l'orlo del colle che dà sul fiume Piave. Da questo punto il limite segue in direzione Est la parte alta della scarpata del Montello che costeggia il Piave fino alla località detta Case Saccardo in comune di Nervesa della Battaglia, prosegue quindi, verso Sud-Est, lungo il confine tra i comuni di Nervesa e Susegana e lungo la litoranea del Piave che passando per l'idrometro conduce all'abitato di Nervesa, da dove piega ad Ovest lungo la Strada Statale n. 248 "Schiavonesca Marosticana" che percorre fino al confine della provincia di Treviso con quella di Vicenza, in prossimità del km 42,500 circa, nel comune di S. Zenone degli Ezzelini. In corrispondenza di tale confine segue verso nord la strada per Liedolo, supera tale centro abitato in località Capitello, piega ad Est lungo la strada per Mezzociel. Di qui prosegue lungo la strada per Fonte Alto, da dove piega a nord costeggiando la strada per Paderno del Grappa. Superato il paese di Paderno del Grappa, il limite segue la rotabile in direzione Nord per Possagno del Grappa toccando Tuna Rover e giunto in località Fornace piega a Nord-Ovest per la località Roi di Possagno, da dove, costeggiando il torrentello raggiunge la località Giustinet. Prosegue quindi verso Est tenendosi a monte della "Pedemontana del Grappa" a una quota di circa 300 m s.l.m e cioè al limite di vegetazione naturale della vite. Il confine passa pertanto sopra il paese di Possagno in corrispondenza del tempio del Canova, poco sopra l'abitato di Obliedo e di Cavaso del Tomba, mantenendosi a una distanza media di circa 400 m. a Nord della "Pedemontana del Grappa". Riavvicinandosi a tale strada, il limite raggiunge la parte

alta dell'abitato di Granigo in comune di Cavaso, da dove in linea retta giunge alla località Costa Alta. Da qui, a quota 303, segue dagli inizi la strada che passando nei pressi della colonia Pedemontana porta a Sud-Est sulla "Pedemontana del Grappa". Scende quindi per tale strada e ritornato sulla "Pedemontana del Grappa", il limite costeggia quest'ultima fino al suo punto di intersezione con la statale n. 348 "Feltrina", una volta superato il centro abitato di Pederobba. Segue quindi detta statale fino a Onigo di Pederobba, in corrispondenza del quale piega ad Est seguendo la strada per Covolo, tocca Pieve, Rive, costeggia il canale Brentella fino a quota 160 e poi verso Nord-Est raggiunge Covolo, lo supera e giunge a Barche, dove raggiunge la quota 146 m. s.l.m. in prossimità della riva del Piave. Da quota 146 prosegue lungo la strada verso Sud fino ad incrociare quella per Crocetta del Montello in prossimità del km 27,800 circa. Lungo tale strada prosegue verso Sud ed all'altezza della località Fornace piega a Sud-Est per quella che raggiunge Rivasecca, la supera e seguendo sempre verso Sud-Est la strada che costeggia il canale di Castelviero, raggiunge la località Ciano da dove è iniziata la delimitazione.

- B) La zona di produzione delle uve delle varietà Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay da destinare alla tradizionale pratica di cui all'articolo 5, comprende il territorio amministrativo dei seguenti comuni in Provincia di Treviso: Cappella Maggiore; Cison di Valmarino; Colle Umberto; Conegliano; Cordignano; Farra di Soligo; Follina; Fregona; Miane; Pieve di Soligo; Refrontolo; Revine Lago; San Fior; San Pietro di Felleto; San Vendemiano; Sarmede; Segusino; Sernaglia della Battaglia; Susegana; Tarzo; Valdobbiadene; Vidor; Vittorio Veneto; Asolo; Caerano S.Marco; Castalcucco; Cavaso del Tomba; Cornuda; Crocetta del Montello; Fonte; Giavera del Montello; Maser; Monfumo; Montebelluna; Nervesa della Battaglia; Paderno del Grappa; Pederobba; Possagno; S. Zenone degli Ezzelini; Volpago del Montello; Borso del Grappa e Crespano del Grappa.

Articolo 4 *Norme per la viticoltura*

1. Le condizioni ambientali e di coltura dei vigneti destinati alla produzione dei vini a d.o.c.g. "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" devono essere quelle tradizionali della zona o comunque atte a conferire alle uve ed ai vini derivati le loro specifiche caratteristiche di qualità. Sono pertanto da considerare idonei, ai fini dell'iscrizione nell'albo previsto dalla normativa vigente, unicamente i vigneti ben esposti, ubicati su terreni collinari e/o pedecollinari con esclusione dei vigneti di fondovalle e di quelli esposti a tramontana.
2. Sono consentite esclusivamente le forme di allevamento a spalliera semplice. La Regione può consentire diverse forme di allevamento, qualora siano tali da migliorare la gestione dei vigneti senza determinare effetti negativi sulle caratteristiche delle uve. Per i nuovi impianti o reimpianti realizzati dopo l'approvazione del presente disciplinare il numero di ceppi ad ettaro, calcolato sul sesto di impianto, non potrà essere inferiore a 3.000.
3. E' vietata ogni pratica di forzatura; è ammessa l'irrigazione di soccorso.
4. Per i vini a Denominazione di origine controllata e garantita di cui all'articolo 1 1a resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a tonnellate 12 ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione

deve essere di 9,50 % vol. Fermo restando il limite massimo sopra indicato, la resa per ettaro di vigneto a coltura promiscua deve essere calcolata in rapporto alla effettiva superficie coperta dalle viti. Anche in annate favorevoli i quantitativi di uva ottenuti da destinare alla produzione dei vini a Denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" devono essere riportati nei limiti di cui sopra purché la produzione globale non superi del 20% i limiti medesimi. Oltre detto limite tutta la partita perde il diritto alla denominazione d'origine controllata e garantita. La Regione Veneto, su richiesta motivata del Consorzio di Tutela e previo parere espresso dal comitato tecnico consultivo per la vitivinicoltura di cui alla legge regionale nr. 55/85 può, con proprio provvedimento, stabilire di ridurre i quantitativi di uva per ettaro rivendicabile rispetto a quelli sopra fissati, dandone immediata comunicazione al Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali ed al Comitato nazionale per la tutela delle denominazioni di origine dei vini. I rimanenti quantitativi, fino al raggiungimento dei limiti massimi previsti dal presente comma, saranno presi in carico per la produzione di vino da tavola.

Articolo 5 *Norme per la vinificazione*

1. Le operazioni di vinificazione dei vini di cui all'articolo 2, devono essere effettuate nell'interno della zona di produzione delimitata nell'art. 3, comma 1, lett. A). Tuttavia, tenuto conto delle situazioni tradizionali di produzione, è consentito che tali operazioni siano effettuate anche nell'intero territorio dei comuni compresi in parte nella zona di produzione di cui al citato art. 3, comma 1, lett. A) ed in quelli di: Altivole, Crespano del Grappa, Borso del Grappa, Arcade, Trevignano, Valdobbiadene, Farra di Soligo, Vidor e Pieve di Soligo.
2. Le uve delle varietà Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, da destinare alla tradizionale pratica di cui al presente articolo, possono essere vinificate in tutta la zona prevista dall'articolo 3, comma 1, lett. B).
3. Le operazioni di preparazione del vino spumante e frizzante, ossia le pratiche enologiche per la presa di spuma e la stabilizzazione, la dolcificazione nelle tipologie, ove ammessa, nonché le operazioni di imbottigliamento e confezionamento, possono essere effettuate anche nell'intero territorio della provincia di Treviso.
4. Il vino a denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" elaborato nella versione spumante deve essere messo in commercio nelle tipologie che vanno da "Brut" a "Demi-sec" comprese, come previste dalla normativa vigente.
5. Il vino a denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" elaborato nella versione frizzante deve essere messo in commercio nelle tipologie che vanno da "Secco" a "Amabile" comprese, come previste dalla normativa vigente.
6. La resa massima dell'uva in vino non deve essere superiore al 70% per tutti i vini. Qualora la resa uva/vino superi i limiti di cui sopra, ma non il 75%, l'eccedenza non ha diritto alla denominazione d'origine controllata e garantita. Oltre detto limite tutta la partita perde il diritto alla denominazione d'origine controllata e garantita.

7. Nella vinificazione sono ammesse soltanto le pratiche enologiche tradizionali, o comunque atte a conferire ai vini le loro peculiari caratteristiche.
8. Nella elaborazione del vino spumante di cui all'articolo 1 è consentita la pratica tradizionale dell'aggiunta con vini ottenuti dalla vinificazione di uve Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, da sole o congiuntamente, provenienti da vigneti iscritti agli appositi albi e situati nella zona delimitata nel precedente art. 3, comma 1, lettera B), purché il prodotto contenga almeno l'85% di vino proveniente dal vitigno Glera.

Articolo 6

Caratteristiche al consumo

1. I vini a d.o.c.g. di cui all'articolo 1 all'atto dell'immissione al consumo devono rispondere alle seguenti caratteristiche:

"Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco":

colore: giallo paglierino, più o meno carico;
odore: caratteristico di fruttato;
sapore: da secco ad abboccato, rotondo, caratteristico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,5% vol.;
acidità totale minima: 5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 16 g/l.

"Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" spumante superiore:

colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante, con spuma persistente;
odore: gradevole e caratteristico di fruttato;
sapore: da brut ad abboccato, di corpo, gradevolmente fruttato, caratteristico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11%;
acidità totale minima: 5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 16g/l.

"Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" frizzante:

colore: giallo paglierino più o meno intenso, con formazione di bollicine;
odore: gradevole e caratteristico di fruttato;
sapore: da secco ad amabile, fruttato, caratteristico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,5%;
acidità totale minima: 5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 16 g/l.

Per tale tipologia prodotta tradizionalmente per fermentazione in bottiglia, è possibile la presenza di una velatura. In tal caso è obbligatorio riportare in etichetta la dicitura "rifermentazione in bottiglia". Le caratteristiche dell'odore e del sapore per detto vino e l'acidità totale minima sono le seguenti:

odore: gradevole e caratteristico di fruttato con possibili sentori di crosta di pane e lievito;
sapore: asciutto, frizzante, fruttato con possibili sentori di crosta di pane e lievito;
acidità totale minima: 4,0 g/l.

E' facoltà del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali modificare con proprio decreto i limiti minimi sopra indicati per l'acidità totale e l'estratto non riduttore.

Articolo 7

Etichettatura

1. Nell'etichettatura della tipologia spumante la predetta denominazione "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" è accompagnata dalla menzione "superiore".
2. Nella designazione dei vini DOCG "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" è vietata qualsiasi qualificazione aggiuntiva diversa da quella prevista dal presente disciplinare, ivi compresi gli aggettivi "extra", "scelto", "selezionato", e similari.
3. E' consentito l'uso di indicazioni che facciano riferimento a nomi, ragioni sociali, marchi privati non aventi significato laudativo e non idonei a trarre in inganno l'acquirente.
4. Le indicazioni tendenti a specificare l'attività agricola dell'imbottigliatore quali "viticoltore", "fattoria", "tenuta", "podere", "cascina", ed altri termini similari sono consentite in osservanza delle disposizioni CE in materia.
5. Nell'etichettatura la denominazione "Prosecco" deve seguire il nome della denominazione "Colli Asolani" o "Asolo" ed avere caratteri di dimensioni uguali o inferiori alla stessa. La menzione "Superiore" dovrà utilizzare caratteri di dimensioni massime pari a due terzi del nome della denominazione.

Articolo 8 Confezionamento

1. I vini a denominazione di origine controllata e garantita "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo Prosecco" devono essere immessi al consumo, nei recipienti in vetro tradizionali per la zona, delle capacità consentite dalle norme metrologiche nazionali e comunitarie vigenti, fino a 5 litri, ed aventi una gamma colorimetrica che può variare nelle varie intensità e tonalità del bianco, del giallo, del verde, del marrone, del grigio-nero.
2. Su richiesta degli operatori interessati, con apposita autorizzazione del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali è consentito, in occasione di particolari eventi espositivi o promozionali, l'utilizzo di contenitori tradizionali della capacità di litri 6, 9 e superiori.
3. Per la chiusura delle bottiglie è consentito solo l'uso di tappi raso bocca in sughero; i recipienti di capacità non superiore a 0,375 litri possono utilizzare il tappo a vite. Per la tipologia frizzante è altresì ammesso l'utilizzo del tappo cilindrico di sughero trattenuto dalla tradizionale chiusura in spago. Per la tipologia spumante i recipienti devono essere chiusi con il tappo a fungo di sughero marchiato con il nome della denominazione, per i recipienti di capacità non superiore a 0,200 litri è consentito l'uso del tappo a vite con sovratappo a fungo in plastica.

Appendice B - Il questionario

QUESTIONARIO DI RACCOLTA DATI SULLE CONOSCENZE E INDICI DI GRADIMENTO DEL PROSECCO D.O.C. e PROSECCO D.O.C.G. PER UN ESPERIMENTO DI SCELTA

INFORMAZIONI SUL CONSUMO DI VINO

1. Quanti litri di vino vengono consumati in media alla settimana, nella sua famiglia? _____

2. Chi acquista vino in famiglia?

L'intervistato Marito/Moglie Figli Altri

3. Dove acquista il vino?

Aziende vitivinicole Cantina Enotecche Supermercati o negozi di alimentari in genere

4. In che occasione beve vino?

Nel pasto in casa Al bar Al ristorante In ricorrenze particolari (Natale, Pasqua, etc.)

INFORMAZIONI SUL PROSECCO

5. Ha bevuto prosecco nell'ultimo anno? SI NO

6. Se sì, quali tipi:

Prosecco Frizzante Prosecco Tranquillo Prosecco Spumante Superiore Cartizze

7. Se sì, dove?

In casa Al ristorante Al bar A feste, sagre, mostre, etc. Da amici Altro

8. Ha acquistato prosecco nell'ultimo anno? SI NO

9. Se sì, dove?

Aziende vitivinicole Cantina Enotecche Supermercati o negozi di alimentari in genere
Altro

10. Ha frequentato corsi di degustazione del vino? SI NO

11. Quando acquista del vino quale importanza attribuisce ad ognuno di questi elementi:

	MOLTISSIMO	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NULLA
Il tipo di vino					
Il luogo di produzione					
Denominazione di origine					
Conoscenza diretta dell'azienda produttrice					
Conoscenza della marca					
La confezione (etichetta/bottiglie raffinate)					
Consiglio di amici					
Tipo di tappo					
La curiosità di provare nuovi vini					
Il prezzo					

12. Sa cosa significa "D.O.C."? SI NO 13. e "D.O.C.G."? SI NO

14. Ha un'idea di quale sia la differenza tra D.O.C. e D.O.C.G.? SI NO

15. Ha mai sentito parlare della D.O.C.G. del prosecco? SI NO

16.Mi saprebbe indicare dove è situata l'area della D.O.C.G. del prosecco attualmente?

- Comune di Valdobbiadene
- Comuni di Conegliano e Valdobbiadene
- Comuni di Conegliano, Valdobbiadene, San Vendemiano, Colle Umberto, Vittorio Veneto, Tarzo, Cison di Valmarino, San Pietro di Feletto, Refrontolo, Susegana, Pieve di Soligo, Farra di Soligo, Follina, Miane, Vidor
- Tutti i comuni sopra più i comuni collinari del resto della provincia di Treviso

17.Mi saprebbe indicare qual è l'area su cui si estende la D.O.C. del prosecco attualmente?

- Comuni di Conegliano, Valdobbiadene, San Vendemiano, Colle Umberto, Vittorio Veneto, Tarzo, Cison di Valmarino, San Pietro di Feletto, Refrontolo, Susegana, Pieve di Soligo, Farra di Soligo, Follina, Miane, Vidor
- Comuni precedenti più il resto della provincia di Treviso
- Comuni precedenti, la provincia di Treviso e la regione Friuli Venezia Giulia
- Le province di Treviso, Belluno, Padova, Vicenza e Venezia
- Le province precedenti e la regione Friuli Venezia Giulia

18.Ha sentito parlare (notizia) dell'estensione della D.O.C. / D.O.C.G. del prosecco? SI NO

19.Se sì, da quale fonte?

Amici Negoziante Televisione, radio, giornali, etc. Internet

20.Se sì, è d'accordo con tale provvedimento? SI NO

21.Come considera il prosecco nel suo consumo?

Vino da pasto Vino da dessert Aperitivo Vino da occasioni speciali (feste, ricorrenze, etc.)

22.Quanto gradisce bere il prosecco?

Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23.Potrebbe indicarmi quanto le piacciono le seguenti tipologie di prosecco?

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo
Prosecco frizzante					
Prosecco tranquillo					
Prosecco spumante					
Superiore di Cartizze					

24.Considera il prosecco migliore rispetto ad altri vini bianchi, (Chardonnay, Sauvignon Blanc, Pinot bianco, etc.)? SI NO

25.SET DI SCELTA:

	A	B	C	D
SET 1				
SET 2				
SET 3				
SET 4				
SET 5				
SET 6				

CONSIDERANDO IL QUESTIONARIO TOTALMENTE ANONIMO CORTESEMENTE PUO' FORNIRMI I SEGUENTI DATI:

26. Et  _____ 27. Sesso M F

28. Comune di residenza _____

29. Numero componenti in famiglia _____ 30. Numero di attivi in famiglia _____

31. Luogo di residenza: Centro urbano Zona agricola

32. Zona di residenza: Pianura Collina

33. Titolo di studio:

Licenza elementare Scuola media inferiore Diploma di scuola media superiore Laurea

34. Settore occupazionale dell'intervistato:

Agricoltura Industria o Artigianato Servizi (Commercio, Pubblico impiego, ect.) Non attivo
(Studente, Pensionato, Casalinga, etc.)

DOMANDE DI VERIFICA:




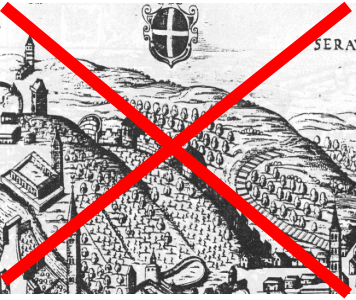
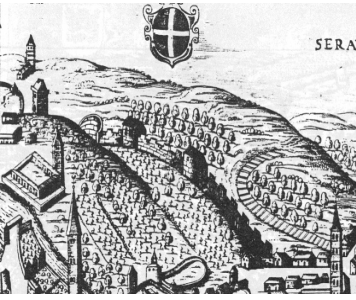
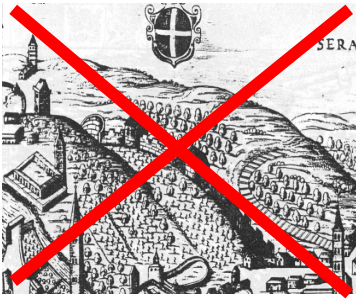






35. Nel set di scelta, ha considerato uno o pi  fattori per scegliere il vino da acquistare?




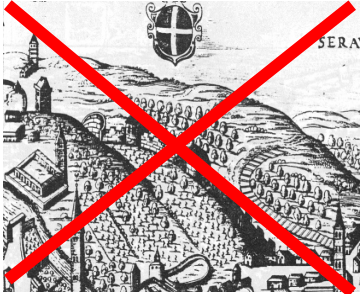
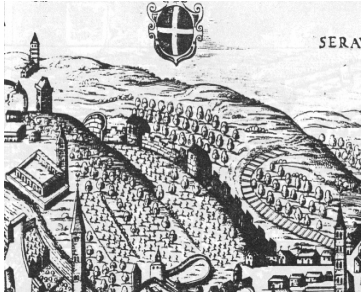
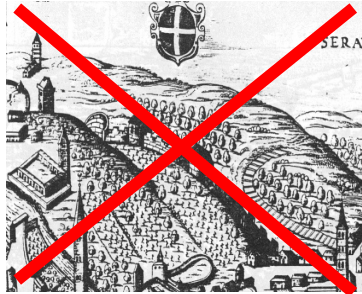





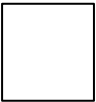
Un solo fattore Pi  fattori




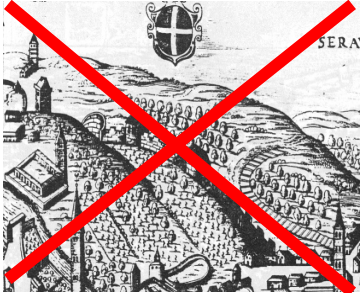
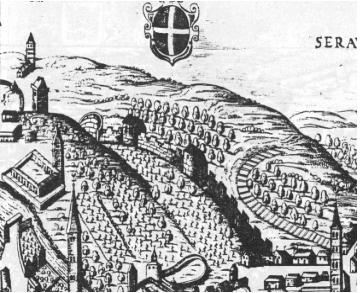
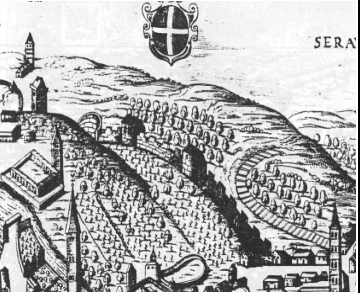






36. In scala da uno a cinque, quanto ha influito ognuno degli fattori esaminati sulla sua scelta?




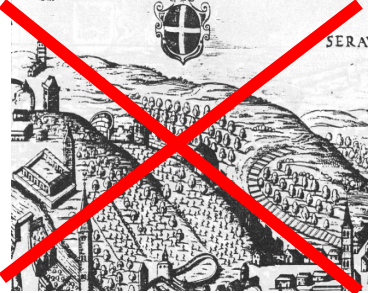
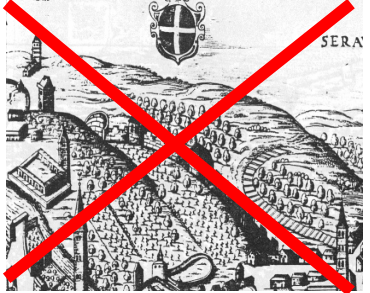
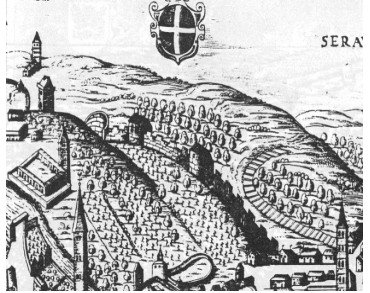






	MOLTISSIMO	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	NULLA
Luogo di produzione					
Biotipi					
Paesaggio tradizionale					
Tracciabilit�					
Prezzo					




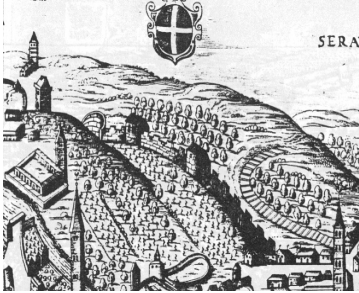
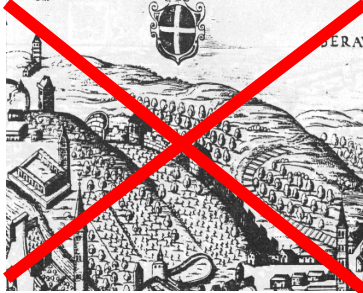
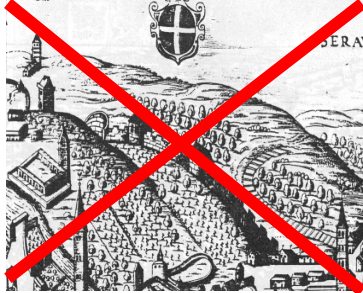






Appendice C – I cartellini utilizzati per il Choice Experiment




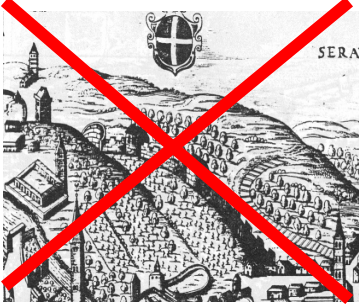
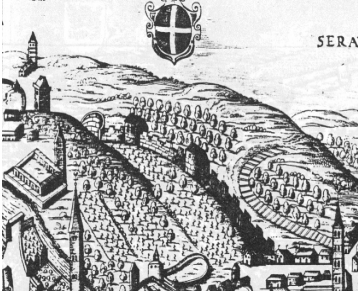
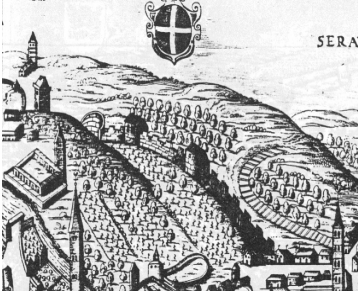






CARTELLI NO 1	A	B	C	NESSU NO
USO DI UVA DA VITIGNI DI BIOTIPI LOCALI	 PREVALENTE	 PARZIALE	 NO	<input type="radio"/>
TUTELA PAESAGGI O TRADIZIONALE				<input type="radio"/>
TRACCIABILITÀ				<input type="radio"/>
LUOGO DI PRODUZIONE	 Altra zona	 Zona Prosecco DOCG	 Zona Prosecco DOC	<input type="radio"/>
PREZZO	3 €	5 €	10 €	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CARTELLI NO 2	A	B	C	NESSU NO
USO DI UVA DA VITIGNI DI BIOTIPI LOCALI	 NO	 PREVALENTE	 PARZIALE	<input type="radio"/>
TUTELA PAESAGGI O TRADIZIONALE				<input type="radio"/>
TRACCIABILITÀ				<input type="radio"/>
LUOGO DI PRODUZIONE	 Zona Prosecco DOCG	 Zona Prosecco DOC	 Altra zona	<input type="radio"/>
PREZZO	3 €	5 €	10 €	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CARTELLI NO 3	A	B	C	NESSU NO
USO DI UVA DA VITIGNI DI BIOTIPI LOCALI	 NO	 PARZIALE	 PREVALENTE	<input type="radio"/>
TUTELA PAESAGGI O TRADIZIONALE				<input type="radio"/>
TRACCIABILITÀ				<input type="radio"/>
LUOGO DI PRODUZIONE	 Zona Prosecco DOCG	 Altra zona	 Zona Prosecco DOC	<input type="radio"/>
PREZZO	3 €	5 €	10 €	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CARTELLINO 4	A	B	C
USO DI UVA DA VITIGNI DI BIOTIPI LOCALI	 <p style="text-align: center;">PREVALENTE</p>	 <p style="text-align: center;">PARZIALE</p>	 <p style="text-align: center;">NO</p>
TUTELA PAESAGGI O TRADIZIONALE			
TRACCIABILITÀ			
LUOGO DI PRODUZIONE	 <p style="text-align: center;">Zona Prosecco DOC</p>	 <p style="text-align: center;">Altra zona</p>	 <p style="text-align: center;">Zona Prosecco D.O.C.G.</p>
PREZZO	3 €	5 €	10 €
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CARTELLINO 5	A	B	C
USO DI UVA DA VITIGNI DI BIOTIPI LOCALI	 PARZIALE	 NO	 PREVALENTE
TUTELA PAESAGGI O TRADIZIONALE			
TRACCIABILITÀ			
LUOGO DI PRODUZIONE	 Zona Prosecco DOC	 Zona Prosecco DOCG	 Altra zona
PREZZO	3 €	5 €	10 €
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CARTELLINO 6	A	B	C
USO DI UVA DA VITIGNI DI BIOTIPI LOCALI	 NO	 PARZIALE	 PREVALENTE
TUTELA PAESAGGI O TRADIZIONALE			
TRACCIABILITÀ			
LUOGO DI PRODUZIONE	 Altra zona	 Zona Prosecco DOC	 Zona Prosecco DOCG
PREZZO	3 €	5 €	10 €
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

RINGRAZIAMENTI

Essendo questa tesi di laurea il compimento dei miei studi universitari, desidero ringraziare tutte le persone che mi hanno sempre sostenuto e incoraggiato in questi ultimi due anni di università. Desidero perciò ringraziare tutti i miei compagni di studi con cui ho condiviso in questi due anni tante bellissime esperienze scolastiche e di vita. Tra tutti desidero ringraziare soprattutto Luca, che mi ha sempre dato il suo aiuto nei momenti di difficoltà e si è rivelato per me un grande amico e compagno di viaggio in questa esperienza universitaria.

Un ringraziamento particolare va al prof. Tiziano Tempesta che mi ha guidato in questi mesi nella realizzazione di questo lavoro, soprattutto per la sua pazienza e disponibilità a seguirmi sempre durante lo svolgimento della tesi. Un grazie sincero va anche alla dottoressa Daniele Djumboung che ha collaborato con me e il prof. Tempesta in questa tesi, per l'aiuto datomi nella realizzazione del questionario.

Ringrazio tutti i miei amici, che hanno dato il loro contributo per il mio lavoro, per il loro sostegno che non è mai mancato, ma soprattutto per avermi sempre sopportato ed essere ancora oggi qui insieme a me a condividere questo momento particolare.

Il ringraziamento più sincero e più doveroso va però alla mia famiglia, a mio padre Giulio, a mia madre Caterina e a mio fratello Marco, ai quali dedico questa tesi di laurea e tutte le fatiche di questi anni universitari come segno di ringraziamento per avermi aiutato a rendere possibile tutto questo, per aver sempre creduto in me e per essermi sempre stati vicini con il loro sostegno e con il loro affetto, per il quale sarò sempre grato.

GIANLUCA