

# **UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA**

Dipartimento di Agronomia Animali Alimenti Risorse Naturali e Ambiente

Dipartimento di Territorio e Sistemi Agro-Forestali - TESAF

Corso di laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche

## **Dinamiche di Diffusione Commerciale delle Denominazioni Venete: alcuni casi studio a confronto**

Dynamics of Commercial Diffusion of Veneto Denominations:  
comparison among some case studies

Relatore: Ch.mo Prof. Luigi Galletto

Correlatore: Dott. Luigino Barisan

Laureando: Stefano Bernardi

Matricola n. 1230001

ANNO ACCADEMICO 2021/2022



# SOMMARIO

<b>RIASSUNTO .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>IV</b>
<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>V</b>
<b>CAPITOLO 1: SETTORE VITIVINICOLO VENETO .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Storia.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Clima e territorio .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Viticoltura.....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Mercato vitivinicolo .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPITOLO 2: DESCRIZIONE DELLE DENOMINAZIONI DI ORIGINE VENETE CONSIDERATE NELL'AMBITO DELLO STUDIO .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Asolo Montello .....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Asolo Prosecco DOCG.....	7
2.1.2 I vini del Montello.....	8
<b>2.2 Colli Euganei .....</b>	<b>10</b>
2.2.1 Colli Euganei DOC .....	11
2.2.2 Colli Euganei Fior d'Arancio DOCG.....	12
<b>2.3 Colli di Conegliano DOCG .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4 Breganze DOC .....</b>	<b>14</b>
<b>2.5 Valdadige Terradeiforti DOC .....</b>	<b>16</b>
<b>CAPITOLO 3: IL CASO STUDIO, ANALISI DELLA DIFFUSIONE TERRITORIALE DI ALCUNE DENOMINAZIONI VENETE .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Introduzione .....</b>	<b>19</b>
3.1.1 Obiettivo dello studio .....	19
3.1.2 Modello teorico .....	19

<b>3.2 Materiali e metodi di analisi .....</b>	<b>21</b>
3.2.1 Raccolta dati .....	21
3.2.2 Elaborazione dei dati .....	22
<b>3.3 Descrizione del campione .....</b>	<b>23</b>
3.3.1 Analisi della direzione e della distanza del campionamento.....	23
3.3.2 Caratteristiche delle attività commerciali esaminate.....	25
3.3.3 Caratteristiche dell'offerta e delle vendite di vino all'interno di bar e ristoranti .....	29
<b>3.4 Analisi del rapporto tra vendite e distanza dalla delimitazione delle Denominazioni di Origine considerate.....</b>	<b>33</b>
<b>3.5 Analisi del rapporto tra rendita delle aziende e distanza dalle Denominazioni di Origine considerate.....</b>	<b>37</b>
3.5.1 Analisi dei costi di produzione e di trasporto.....	38
3.5.2 Analisi della rendita in base alla distanza .....	39
<b>3.6 Studio dei fattori che influenzano le vendite ed il consumo di vino all'interno di bar e ristoranti .....</b>	<b>42</b>
3.6.1 Influenza sulle vendite di tutti i vini.....	42
3.6.2 Influenza sulle vendite delle Denominazioni di Origine studiate .....	44
<b>3.7 Analisi dei prodotti concorrenziali.....</b>	<b>45</b>
3.7.1 Caratteristiche dei prodotti concorrenziali .....	45
3.7.2 Analisi delle principali Denominazioni di Origine concorrenziali .....	47
3.7.3 Analisi del rapporto tra distanza e concorrenza .....	51
<b>3.8 Analisi dei punti di forza e debolezza delle Denominazioni di Origine studiate.....</b>	<b>52</b>
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>VI</b>
<b>BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....</b>	<b>VIII</b>
<b>APPENDICE .....</b>	<b>X</b>
<b>RINGRAZIAMENTI.....</b>	<b>XVIII</b>

## RIASSUNTO

Lo studio si è posto l'obiettivo di analizzare i fattori che influenzano la propagazione nel mercato locale di alcune delle sue Denominazioni minori presenti nella Regione del Veneto, con particolare riferimento a: Asolo Prosecco DOCG, Colli Euganei DOCG, Breganze DOC, Colli di Conegliano DOCG e Valdadige Terradeiforti DOC. L'approccio teorico seguito nello studio si riferisce al modello teorico dell'economista tedesco Von Thünen secondo il quale la rendita di un bene è legata alla sua localizzazione. La metodologia utilizzata ha considerato tecniche di analisi della statistica descrittiva, su un campione di 561 tra bar e ristoranti, vedendo se lo sviluppo di tali Denominazioni siano legate alla distanza dal centro di produzione. I risultati della ricerca confermano la bontà dell'approccio seguito, emergendo una relazione tra gli elementi commerciali che caratterizzano le Denominazioni analizzate, la distanza e i fattori che influenzano la diffusione dei vini a Denominazione di Origine; in particolare, è stato osservato come all'aumentare della distanza si assiste ad una graduale diminuzione delle vendite. Lo studio ha permesso di comprendere i driver che favoriscono e ostacolano la diffusione dei prodotti a Denominazione consentendo quindi di suggerire l'adozione di strategie di vendita e commercializzazione maggiormente efficaci.

## **ABSTRACT**

The study aimed to analyze the factors influencing the propagation in the local market of some minor Denominations present in the Veneto Region, with particular reference to: Asolo Prosecco DOCG, Colli Euganei DOCG, Breganze DOC, Colli di Conegliano DOCG and Valdadige Terradeiforti DOC. The theoretical approach followed in the study refers to the theoretical model of German economist Von Thünen, according to which an asset's yield is related to its location. The methodology used considered techniques of descriptive statistics analysis, on a sample of 561 bars and restaurants, seeing if the development of these Denominations is related to the distance from the center of production. The results of the research confirm the soundness of the approach followed, highlighting a relationship between the commercial elements that characterize the Denominations analyzed, the distance and the factors that influence the spread of Denomination of Origin wines; in particular, it was observed that as distance increases, there is a gradual decrease in sales. The study provided an understanding of the drivers that favor and hinder the spread of Denominations products, thus making it possible to suggest the adoption of more effective sales and marketing strategies.

## INTRODUZIONE

L'evoluzione del settore vitivinicolo veneto nel corso dei secoli ha garantito la creazione di un forte legame tra il territorio ed i vini che da esso derivano. È proprio questo inscindibile connubio tra vite e paesaggio, reso possibile dal duro lavoro dei viticoltori, che ha garantito la nascita delle Denominazioni di Origine (DO) venete con lo scopo di tutelare i prodotti vitivinicoli derivanti da una determinata zona. Il territorio veneto, grazie alla sua elevata variabilità pedo-climatica e culturale, ha permesso di ottenere un elevato numero di vini diversi le cui caratteristiche derivano dall'interazione tra vite, territorio, clima e soprattutto tradizione vitivinicola locale. A confermare la variabilità del settore è l'elevato numero di DO sviluppatesi in Veneto: 14 Denominazioni di Origine Controllata e Garantita (DOCG) e ben 29 Denominazioni di Origine Controllata (DOC) (Federdoc, 2020).

I prodotti a Denominazione della Regione Veneto sono una risorsa essenziale per il territorio in termini economici e culturali: risulta quindi necessario garantire uno sviluppo di queste realtà in modo tale da preservare e tramandare le tradizioni viticole che per secoli hanno unito il territorio e la vitivinicoltura. Per ottenere un importante processo evolutivo è necessario studiare le dinamiche dello sviluppo delle Denominazioni di Origine, in modo tale da capire come queste si diffondano all'interno del territorio. Il meccanismo di tale processo è nettamente influenzato dai fattori economici, primo tra tutti la commercializzazione dei prodotti.

Lo studio si pone l'obiettivo di analizzare, tramite l'applicazione del modello teorico dell'economista Von Thünen riguardante la localizzazione delle rendite agrarie (Sinclair, 1967), i fattori che influenzano la diffusione delle Denominazioni di Origine venete.

I risultati dello studio possono essere considerati per migliorare strategie di vendita, marketing e comunicazione dei vini delle Denominazioni di Origine venete minori, così da favorire lo sviluppo economico sia a livello di impresa che territoriale.



# CAPITOLO 1: SETTORE VITIVINICOLO VENETO

## 1.1 Storia

Il Veneto vanta una tradizione vitivinicola antichissima, caratterizzata, nel corso dei secoli, da una continua evoluzione che ha permesso lo sviluppo di una vasta gamma di prodotti, noti oggi in tutto il mondo per le importanti caratteristiche qualitative. L'avvento della viticoltura in Veneto risale all'età del Bronzo, periodo in cui si può ipotizzare una produzione da viti selvatiche di bacche a scopo alimentare, ma è solamente con il passaggio dei Romani nel territorio del Veneto Orientale (180 a.C.) che si può considerare avviato lo sviluppo viticolo ed enologico (Bianchin et al. 2016). Successivamente, durante il Medioevo, la regione ottiene una rilevante notorietà per la produzione di vino locale che ben presto diviene un prodotto internazionale grazie all'importanza commerciale di Venezia. I rapporti commerciali della Serenissima hanno permesso anche l'introduzione nel territorio di vini provenienti dal Sud Mediterraneo con particolare interessamento, da parte dei mercanti veneziani, alla Malvasia (Bianchin et al., 2016). Questo scambio di prodotti è stato perciò un elemento fondamentale per lo sviluppo del settore vitivinicolo veneto e italiano, propulsore per la sua evoluzione.

Successivamente, con il declino della Repubblica di Venezia seguito dalla dominazione Napoleonica e successivamente da quella Austriaca, si assiste ad una diminuzione delle esportazioni dei vini del territorio Veneto. Nel periodo storico compreso tra sedicesimo e diciottesimo secolo, il settore è stato negativamente coinvolto e influenzato da carenze e fenomeni ambientali particolarmente avversi: nell'anno 1709 infatti si verificò una fortissima gelata che provocò la quasi totale distruzione di vigneti ed altre importanti coltivazioni, come ad esempio l'olivo, in molte aree del continente europeo (Configliachi e Brugnatelli, 1820; Bianchini et al, 2016).

Nel 1800 il settore vitivinicolo veneto ha dovuto affrontare la comparsa di Oidio, Peronospora e Fillossera, malattie della vite che hanno danneggiato gravemente i vigneti europei; nonostante ciò, è proprio in questo periodo storico che si assiste alla rinascita del settore grazie alle importanti attività scientifiche condotte da "illustri ricercatori" che hanno permesso, negli anni a venire, di affrontare con successo le molteplici avversità che minacciavano il settore (Bianchin et al, 2016). Tra i numerosi pionieri che hanno garantito il nuovo sviluppo della viticoltura e dell'enologia venete si ricorda Giovanni Battista Cerletti che grazie alla collaborazione di Antonio Carpenè ha

fondato il 9 luglio 1876 la “Regia scuola di Viticoltura e di Enologia” a Conegliano (Bianchin et al, 2016).

## **1.2 Clima e territorio**

Il Veneto presenta un paesaggio molto variegato, caratterizzato da diverse aree pedo-climatiche che garantiscono la possibilità di ottenere un elevato numero di vini diversi. Innanzitutto il clima del Veneto risente della sua posizione di transizione tra l’Europa centro-occidentale e l’area mediterranea. La regione subisce quindi sia l’influenza delle grandi correnti occidentali sia l’azione degli anticicloni sub-tropicali e mediterranei ed è caratterizzata dalla presenza delle Alpi, degli Appennini e del Mar Adriatico. Quest’ultimo, così come il Lago di Garda, garantisce un’importante azione di mitigazione, riserva di umidità e sviluppo di venti e brezze; anche la fascia montana settentrionale ha una forte azione sulla circolazione e influenza importanti variabili atmosferiche come umidità, precipitazioni e temperatura (ARPAV, 2011). L’insieme di questi fattori permette la coesistenza in regione di aree con climi diversi. È infatti possibile suddividere il Veneto in tre fasce mesoclimatiche: pianura, prealpina e alpina. Solamente la prima fascia e in parte la seconda sono di interesse viticolo perché grazie ad un clima “temperato sub-continentale” (temperature medie annue 13-15°C) e “temperato fresco” (temperature medie annue 10-12°C) garantiscono le caratteristiche necessarie per un corretto sviluppo della vite e permettono di ottenere produzioni di qualità (ARPAV, 2011). L’elevato numero di aree climatiche all’interno della regione ha permesso, nel corso dell’evoluzione della viticoltura veneta, l’affermarsi di un ampio numero di zone vitate con caratteristiche specifiche, in cui sono coltivate varietà diverse per l’ottenimento di un prodotto che rispecchi il territorio e le tradizioni legate ad esso. Analizzando il settore vitivinicolo veneto è possibile infatti osservare come tra le diverse aree siano presenti numerose differenze in termini di forme di allevamento della vite, operazioni colturali, tecniche di trasformazione e di vendita che conferiscono ai prodotti un’elevata tipicità ed unicità (Tomasi et al, 2016)

## **1.3 Viticoltura**

La viticoltura è oggi praticata in tutte le province della Regione. È possibile osservare come, anche a causa delle caratteristiche pedo-climatiche del territorio, la maggior parte della superficie vitata veneta sia concentrata maggiormente all’interno di alcune aree. Con una superficie di circa 40 mila ettari, Treviso è la provincia con la maggiore superficie vitata del Veneto, seguita da Verona (28 mila ettari), Venezia (10 mila ettari), Padova e Vicenza (entrambe più di 7mila e 500 ettari) ed infine

Belluno e Rovigo con circa 250 ettari (ISTAT, 2022) . Dall'anno 2010 all'anno 2020 si è assistito ad un notevole aumento della superficie vitata veneta (in produzione) da 71 mila ettari nell'anno 2010 a circa 93 mila ettari nell'anno 2020 (+32,3%), per una produzione totale di 1,4 milioni di tonnellate d'uva (Severini e Liviero, 2021). Osservando i numeri del settore si può notare come alcune province presentino già da molti anni una superficie importante: questo aspetto è influenzato dalle caratteristiche ambientali, ma è strettamente correlato anche alla tradizione viticola di determinate aree in cui la vitivinicoltura è presente da centinaia di anni.

Dal punto di vista tecnico nel corso dei secoli la viticoltura veneta ha subito un'importante evoluzione dovuta alla necessità di adattamento all'ambiente ed alle esigenze operative e di mercato. Nonostante ciò il settore ha mantenuto un'elevata variabilità all'interno del territorio permettendo di preservare tradizioni e varietà autoctone ancora oggi molto apprezzate a livello nazionale ed internazionale (Cancellier et al, 2003). Soprattutto negli ultimi decenni, lo sviluppo tecnologico nei settori chimico e meccanico ha portato ad una forte diminuzione della manodopera necessaria per le operazioni colturali ed all'ottenimento di produzioni maggiormente costanti dal punto di vista quanti-qualitativo (Corazzina, 2018). Questo processo evolutivo si è tradotto nel corso degli anni nell'utilizzo di diverse forme di allevamento: in passato le forme di allevamento maggiormente utilizzate erano l'alberata, che in base alla zona assumeva diverse forme. Si tratta dello sviluppo di filari in cui la vite era sostenuta da un tutore vivo, cioè un'altra tipologia di pianta (figura 1). I filari potevano essere molto distanziati tra loro, garantendo la possibilità di ospitare colture erbacee nell'interfila (Tomasi et al, 2016). Lo scopo principale era ottenere, a partire da poche viti, elevate quantità d'uva per garantire la produzione necessaria all'autoconsumo. Successivamente si diffusero altri metodi come i sistemi a pergola, ancora oggi molto utilizzati nella provincia di Verona e Vicenza e Bellussi, sistema particolarmente apprezzato nell'area trevigiana (Tomasi et al, 2004). Nonostante queste forme di allevamento siano ancora diffuse, soprattutto a partire dalla fine del ventesimo secolo sono state rimpiazzate da sistemi che potessero garantire un elevato grado di meccanizzazione. Oggi infatti le forme maggiormente utilizzate sono Sylvoz e Guyot che nonostante necessitino di potatura manuale, permettono una importante meccanizzazione per quanto riguarda le operazioni colturali di gestione della chioma e di raccolta (Corazzina, 2018). Queste forme di allevamento, che permettono inoltre di ottenere un ottimo rapporto tra qualità e quantità della produzione, garantiscono un elevato grado di adattamento ai diversi climi, alle diverse varietà ed all'obiettivo enologico che si vuole raggiungere (Tomasi et al, 2016). Soprattutto nelle aree di pianura, vengono talvolta utilizzate ulteriori forme di allevamento che, anche grazie allo sviluppo tecnologico dei macchinari, permettono una quasi totale meccanizzazione. In questo

senso i sistemi GDC e cordone speronato, che hanno conosciuto la massima diffusione tra la fine del ventesimo secolo e l'inizio del ventunesimo, sono stati superati e oggi sostituiti da nuove forme di allevamento come cordone libero e cordone libero mobilizzato che permettono di ottenere un grado meccanizzazione che può raggiungere anche il 90-95% (Corazzina, 2018).

A confermare la tradizione vitivinicola veneta vi sono le ben 20 varietà autoctone ancora oggi coltivate in Veneto, la cui diffusione risale anche al 1200 d.C. (Cancellier et al, 2003) . Nonostante queste siano oggi ancora apprezzate, in Regione sono state introdotte molte altre varietà che hanno permesso di ottenere la produzione di un elevato numero di vini di qualità. La varietà maggiormente coltivata è oggi il Glera, seguito da Pinot grigio, Garganega, Corvina e Merlot (Furegon, 2020).

**Figura 1. Forma di allevamento ad "Alberata" (foto propria)**



## **1.4 Mercato vitivinicolo**

Il Veneto rientra tra le più importanti regioni del settore vitivinicolo italiano. Grazie ad una tradizione frutto di secoli di storia ed evoluzione ed a una vasta gamma di prodotti di eccellenza strettamente legati al territorio, la vitivinicoltura veneta è oggi apprezzata in tutto il mondo; è infatti possibile osservare come la produzione di vino abbia ottenuto un notevole incremento in modo particolare a partire dai primi anni 2000. La produzione di vino, riferita all'anno 2020, è stata di oltre 11 milioni di ettolitri di cui per la maggior parte DOCG (Denominazione di Origine

Controllata e Garantita), DOC (Denominazione di Origine Controllata) ed IGT (Indicazione Geografica Tipica), con un incremento del 7,2% rispetto all'anno 2019 (Severini e Liviero, 2021). A conferma del particolare apprezzamento dei prodotti enologici veneti, nell'anno 2020 le esportazioni riguardanti il mercato vitivinicolo della Regione, nonostante la leggera flessione dovuta alla pandemia, hanno raggiunto un valore che supera i 2,24 miliardi di euro (SISTAR, 2022). A livello provinciale si può osservare inoltre come le produzioni di vino rispecchino la superficie vitata; nell'anno 2021 con oltre 5 milioni di ettoltri, Treviso si è confermata la provincia con il maggiore volume di vino prodotto, seguita da Verona con circa 3 milioni, Venezia con 2 milioni, Padova e Vicenza con circa 1 milione di ettoltri per provincia, Belluno con 22mila e Rovigo con 17mila ettoltri di vino (ISTAT, 2022)

È importante inoltre analizzare non solo l'andamento generale del mercato ma anche il diverso sviluppo che hanno avuto i vini DOCG e DOC rispetto ad i vini IGT ed i vini da tavola. È infatti possibile osservare come a partire dai primi anni del ventunesimo secolo in cui la maggior parte del volume totale era rappresentato da vini IGT ci sia stato un costante aumento dei prodotti DOC e DOCG che hanno raggiunto il 77% del volume totale nell'anno 2020 (Furegon, 2020; Severini 2021). Questo ha portato quindi ad una sempre maggiore diminuzione del volume di vino IGT prodotto (24,4% nell'anno 2020). Le tipologie vino da tavola e varietale hanno rappresentato nell'anno 2020 l'8,7% sul volume totale di vino prodotto (Severini e Liviero, 2021). Questo conferma il sempre maggiore interessamento dei consumatori ai vini DOC e DOCG prodotti in Veneto. Le differenti caratteristiche che la viticoltura assume all'interno della regione grazie alle diversità pedo-climatiche e culturali, hanno permesso lo sviluppo di un elevato numero di Denominazioni di Origine (DO) e IGT nel Veneto che permettono di tutelare vini di grande qualità e legame con il territorio. Oltre a ben 10 IGT, il settore vitivinicolo della Regione conta infatti 29 DOC e 14 DOCG (Federdoc, 2020)

Per lo sviluppo dello studio riguardante la diffusione delle DO nel territorio, sono state prese in considerazione otto Denominazioni della Regione Veneto: Asolo Prosecco DOCG, Montello DOCG, Montello e Colli Asolani DOC, Colli Euganei Fior d'Arancio DOCG, Colli Euganei DOC, Colli di Conegliano DOCG, Valdadige TerradeiForti DOC e Breganze DOC.



## **CAPITOLO 2: DESCRIZIONE DELLE DENOMINAZIONI DI ORIGINE VENETE CONSIDERATE NELL'AMBITO DELLO STUDIO**

Per poter interpretare correttamente i risultati ottenuti nello studio (capitolo 3) si ritiene necessario descrivere le principali caratteristiche delle otto Denominazioni di Origine (DO) considerate; di seguito, sono state quindi raggruppate in base all'area in cui si sviluppano e per ognuna di esse sono state evidenziate le peculiarità. Le informazioni utilizzate per la stesura del capitolo sono state rilevate dai Consorzi di Tutela delle otto Denominazioni e dai disciplinari di produzione delle stesse. Si rende quindi possibile evidenziare gli eventi storici che hanno portato allo sviluppo delle DO, e le caratteristiche del territorio che più influenzano la produzione delle DOC e DOCG. Per ogni Denominazione considerata si riportano inoltre i principali aspetti legislativi in ambito viticolo ed enologico descritti dai disciplinari di produzione, così da comprendere come gli enti delle diverse DO agiscano per mantenere un adeguato standard qualitativo per tutelare e valorizzare il prodotto, garantendo quindi lo sviluppo della Denominazione.

### **2.1 Asolo Montello**

Per lo svolgimento dello studio riguardante la diffusione delle Denominazioni di Origine è stata presa in considerazione innanzitutto l'area Asolo-Montello che, nonostante presenti un unico Consorzio, conta ben tre diverse Denominazioni di Origine: “Asolo Prosecco DOCG”, “Montello rosso DOCG” e “Montello e Colli Asolani DOC”. Il consorzio di tutela nasce nel 1985 con lo scopo di promuovere e valorizzare il territorio ed i vini che in esso vengono prodotti. Per svolgere queste azioni al meglio il consorzio si avvale di due diversi marchi: il marchio “Asolo Prosecco” ed il marchio “I vini del Montello”. Il Consorzio negli anni ha cercato inoltre di valorizzare i vitigni locali come Bianchetta, Perera, Verdiso e Glera lunga, che si affiancano al vitigno Glera per la produzione dell'Asolo Prosecco DOCG. Per le varietà a bacca nera invece è stata riservata particolare attenzione al vitigno autoctono Recantina (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Asolo Prosecco”, 2014; Consorzio di tutela Asolo Montello).

#### **2.1.1 Asolo Prosecco DOCG**

##### **Introduzione**

La diffusione della viticoltura in quest'area risale all'anno Mille, grazie all'insediamento dei monaci Benedettini. L'Asolo Prosecco ha ottenuto il riconoscimento a DOCG nell'anno 2009.

Questa Denominazione ha riscontrato negli ultimi anni una crescente attenzione grazie all'eccellenza dei prodotti ottenuti dalle aziende sviluppatesi nel territorio. La zona di produzione dell'Asolo Prosecco DOCG si estende per 18 Comuni della provincia di Treviso situati all'interno dell'area del Montello e dei Colli Asolani, ai piedi delle Dolomiti. L'altitudine dei vigneti varia tra i 150 ed i 300 metri slm (sul livello del mare). L'area presenta un clima temperato con primavere e autunni miti ed estati non troppo calde, ma è caratterizzata, grazie all'influenza dei rilievi e del Mar Adriatico, da importanti escursioni termiche che permettono lo sviluppo di vini ricchi di aromi delicati. Il terreno di tipo marnoso-argilloso o marnoso-sabbioso su cui sorgono i vigneti presenta una particolare colorazione rossa testimone dell'origine antica (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Asolo Prosecco", 2014; Consorzio di tutela Asolo Montello).

### **Settore vitivinicolo e principali aspetti legislativi**

Il disciplinare di produzione prevede importanti norme da rispettare in ambito viticolo ed enologico in modo tale da garantire un elevato standard qualitativo e il mantenimento della tipicità dei prodotti. Per quanto riguarda la viticoltura, le forme di allevamento adottabili sono quelle a spalliera semplice salvo particolari eccezioni; gli appezzamenti devono presentare un numero di ceppi per ettaro pari o superiore a 3000. Il disciplinare prevede inoltre una produzione massima di 12 tonnellate ogni ettaro. Dal punto di vista enologico invece numerose sono le normative che sanciscono le pratiche attuabili ed i loro limiti: la resa massima ottenibile è del 70%, più un ulteriore 5% non utilizzabile per la produzione di vini DOCG. Sono ammesse le pratiche enologiche tradizionali purché rispettino la tipicità del prodotto; nella produzione dell'Asolo Prosecco DOCG, che può essere ottenuto mediante rifermentazione con metodo Martinotti oppure mediante rifermentazione in bottiglia, deve essere utilizzata la varietà Glera per almeno l'85% a cui possono essere addizionate altre varietà complementari come Pinot grigio, Pinot nero, Pinot bianco Chardonnay, Verdiso, Bianchetta e Perera. I prodotti ottenibili sono: Asolo Prosecco DOCG, Asolo Prosecco Superiore DOCG e Asolo Prosecco Frizzante che potranno presentare un diverso contenuto zuccherino (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Asolo Prosecco", 2014)

### **2.1.2 I vini del Montello**

#### **Introduzione**

A completare i vini con Denominazione di Origine prodotti all'interno della zona Asolo-Montello sono "I vini del Montello", regolati da due diversi disciplinari: "Montello rosso DOCG" e "Montello e Colli Asolani DOC". Il riconoscimento a DOC è stato ottenuto nel 1977 e comprende un'area di 19 Comuni immersi nella fascia collinare a ridosso delle Dolomiti. Inoltre è stata

individuata, all'interno della DOC e più specificatamente nel territorio di Volpago del Montello, una sottozona con caratteristiche di particolare pregio dal punto di vista viticolo: Venegazzù, dal nome della frazione in cui si trova. Il riconoscimento della DOCG "Montello Rosso" è stata invece ottenuta il 13 ottobre del 2011 (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Montello e Colli Asolani", 2014; Consorzio di tutela Asolo Montello)

### **Settore vitivinicolo e principali aspetti legislativi**

Avendo due denominazioni diverse, i vini del Montello presentano due disciplinari distinti che mirano a diversificare le tecniche e le norme per la produzione del "Montello rosso DOCG" da quelle per i vini DOC "Montello e Colli Asolani".

Nel primo caso, in ambito viticolo il disciplinare prevede l'utilizzo delle varietà Cabernet Sauvignon (dal 40 al 70%), Merlot e/o Cabernet franc e/o Carmenere (dal 30 al 60%); il disciplinare consente di utilizzare anche altre varietà a bacca nera purché siano coltivabili nella Provincia di Treviso. Gli appezzamenti devono presentare caratteristiche adeguate alla produzione viticola in termini di giacitura ed esposizione; salvo eccezioni, solamente le forme di allevamento a spalliera semplice sono considerate idonee. Le parcelle viticole devono inoltre rispettare la densità di impianto minima di 3500 ceppi/ettaro e la produzione massima di 10 tonnellate per ettaro con un titolo alcolometrico volumico (TAV) naturale minimo di 11,50% (12,50% per la categoria "Superiore"). Dal punto di vista enologico invece il disciplinare, oltre a specificare tutti i limiti e la modalità per la vinificazione, riserva particolare attenzione all'affinamento prevedendo un minimo di 18 mesi, di cui 9 in botti di rovere e 6 in bottiglia per il Montello Rosso; per il Montello Rosso Superiore prevede un minimo di 24 mesi, di cui 12 in botti di rovere e 6 in bottiglia (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Montello Rosso", 2014).

Il disciplinare per la produzione dei vini "Montello e Colli Asolani" DOC presenta invece, sia in ambito viticolo che enologico, una elevata variabilità in quanto numerose sono le varietà ammesse così come numerose sono le tipologie di vino tutelate da questa DO. Infatti, i vitigni coltivabili sono 10 e ad ognuno corrisponde una determinata produzione per ettaro massima ed un titolo alcolometrico volumico minimo. Anche in questo caso devono essere adottate forme di allevamento a spalliera e il numero minimo di ceppi per ettaro varia da 3000 a 3500 in base alla varietà, ed aumenta a 4000 per la sottozona Venegazzù. Anche in ambito enologico le regole per la vinificazione variano in base al prodotto: nel caso della sottozona Venegazzù è previsto un affinamento di almeno 24 mesi di cui 12 in botte di rovere e 6 in bottiglia (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Montello e Colli Asolani", 2014).

La Denominazione di Origine Controllata Montello e Colli Asolani presenta quindi una gamma di oltre 15 prodotti diversi ma che mantengono le caratteristiche organolettiche tipiche del territorio (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Montello e Colli Asolani”, 2014).

## **2.2 Colli Euganei**

### **Introduzione**

Il territorio dei Colli Euganei è noto per il suo paesaggio e per la sua importanza culturale, ma è anche conosciuto in tutto il mondo per l'eccellenza dei vini prodotti. Proprio per tutelare questi prodotti, derivanti dalla fusione dei fattori ambientali con quelli umani e culturali, si è istituito a Padova il 3 febbraio 1972 il “Consorzio volontario per la Tutela della Denominazione di Origine Controllata dei vini dei Colli Euganei”. Importante è stata l'azione del Consorzio per la valorizzazione dei prodotti del territorio rendendoli oggi molto apprezzati anche a livello internazionale. Nel 2011 il Consorzio ha ottenuto il riconoscimento della DOCG per il vino “Colli Euganei Fior d'Arancio”, affiancando così alla già affermata DOC “Colli Euganei” istituita a partire dal 1969, un'ulteriore Denominazione (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Colli Euganei” 2014; Consorzio di tutela Colli Euganei).

### **Territorio**

Sicuramente la particolarità di questi vini, che presentano caratteristiche organolettiche uniche, è dovuta soprattutto alle proprietà del territorio da cui derivano. L'evoluzione paesaggistica di quest'area risale a circa 43 milioni di anni fa quando ancora tutta la Pianura Padana era ricoperta dal mare: in seguito ad eruzioni vulcaniche, il deposito di materiale sul fondo del mare portò alla formazione di un arcipelago di “isolotti pietrosi”, e successivamente, con il ritiro delle acque, alla formazione di un elevato numero di rilievi che oggi costituiscono il paesaggio dei Colli Euganei. La teoria delle eruzioni vulcaniche è confermata dalla particolare stratigrafia dei colli che denota la presenza di rocce vulcaniche che, grazie ad un diverso grado di disgregazione, hanno portato alla formazione di diverse tipologie di suolo all'interno dell'area che rendono unici e particolari i vini prodotti. L'area presenta un clima temperato con inverni miti ed estati calde e asciutte caratterizzate da una buona escursione termica. Soprattutto nelle prime ore del mattino, con giornate limpide e soleggiate, è frequente il fenomeno dell'inversione termica che permette di avere temperature maggiormente elevate in collina rispetto alla pianura, rendendo i rilievi particolarmente adatti alla coltivazione della vite anche grazie alla bassa umidità. Il territorio è sicuramente un presupposto fondamentale per lo sviluppo del settore vitivinicolo, ma un ruolo essenziale è inoltre

rappresentato dalla tradizione viticola. Alcuni reperti archeologici testimoniano che il consumo di vino in quest'area risale all'epoca preromana, intorno al VII secolo a.C.. Nei secoli successivi nei Colli Euganei si è avuto un crescente interesse per la viticoltura grazie alle caratteristiche pedoclimatiche ottimali portando alla formazione di un settore vitivinicolo consolidato. Oggi i vigneti sono diffusi maggiormente a una altitudine che va da 50 a 400 metri slm, mentre la scelta del versante del rilievo è influenzata dalla tipologia di vino che si vuole ottenere e quindi dal grado di esposizione necessaria (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Colli Euganei", 2014; Consorzio di tutela Colli Euganei).

### **Settore vitivinicolo e principali aspetti legislativi**

All'interno di questo territorio sono quindi presenti due DO che permettono di tutelare i prodotti enologici dei Colli Euganei: "Colli Euganei Fior d'Arancio DOCG" e "Colli Euganei DOC". Le zone di produzione per queste due denominazioni sono molto simili, ma i disciplinari prevedono invece norme in ambito viticolo ed enologico differenti.

#### **2.2.1 Colli Euganei DOC**

Il disciplinare ammette la coltivazione di 16 vitigni e specifica, in base alla tipologia di vino, in quale percentuale questi possano essere utilizzati nella trasformazione. Tra le varietà rientrano alcuni vitigni internazionali tra cui Merlot, Pinot bianco e Cabernet Sauvignon ed altri autoctoni come la Pinella. Dal punto di vista viticolo il disciplinare definisce che i vigneti debbano essere situati solamente in luoghi adatti alla coltivazione della vite, che presentino quindi una corretta esposizione e giacitura, e che il terreno non sia eccessivamente umido. Anche la forma di allevamento e il sistema di potatura devono garantire il miglior equilibrio vegeto-produttivo in modo tale da mantenere un elevato standard qualitativo. La densità di impianto per i vigneti realizzati dopo l'approvazione del disciplinare deve essere superiore a 4000 ceppi per ettaro per tutte le varietà, ad eccezione del vitigno Serprino (da Glera) per cui la densità deve essere superiore a 2800 ceppi per ettaro. Il disciplinare per ogni varietà coltivabile prevede inoltre una produzione massima ed un TAV naturale minimo in base anche alla categoria di vino che si vuole ottenere. Anche dal punto di vista enologico il disciplinare ammette diverse pratiche e rispettivi limiti in base alla tipologia di vinificazione: ad esempio per i vini di categoria "Riserva" e "Colli Euganei Rosso" è previsto un affinamento di 24 mesi.

La DOC "Colli Euganei" presenta una gamma di ben 29 prodotti diversi per le varietà da cui derivano e per le tecniche di vinificazione utilizzate (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Colli Euganei", 2014).

### **2.2.2 Colli Euganei Fior d'Arancio DOCG**

Per l'ottenimento di questo vino, che può essere prodotto nelle categorie Fermo, Spumante e Passito, deve essere utilizzata almeno il 95% della varietà Moscato giallo, prodotta all'interno della zona di produzione, e fino al 5% di altre varietà aromatiche coltivate in appezzamenti aziendali.

In ambito viticolo, anche in questo caso gli appezzamenti devono essere situati in luoghi adeguati; per i nuovi vigneti il disciplinare prevede l'utilizzo di forme di allevamento a contro-spalliera e densità di impianto che superino i 4000 ceppi ogni ettaro. La produzione per ettaro non deve superare le 12 tonnellate con un TAV minimo di 10%. Per la vinificazione il disciplinare prevede diverse norme e limiti in base alla categoria che si vuole ottenere (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Colli Euganei Fior d'Arancio", 2014).

## **2.3 Colli di Conegliano DOCG**

### **Introduzione**

Anche la viticoltura dei Colli di Conegliano presenta origini antichissime; alcuni reperti testimoniano la presenza di viti addomesticate già a partire dall'Età del Ferro, ma il progresso della viticoltura nell'area collinare avviene grazie ai monaci benedettini. Le prime testimonianze scritte della produzione di vino bianco in quest'area risalgono al 1282. Il settore conobbe un importante sviluppo grazie all'importanza commerciale della Repubblica di Venezia, rendendo i prodotti dei Colli di Conegliano apprezzati in molte aree del Mar Mediterraneo. Nei secoli successivi il settore conobbe anche periodi difficoltosi dovuti a guerre, epidemie e fenomeni climatici che misero a dura prova la viticoltura della zona, che riuscì però a far fronte a queste avversità. Un evento importante per l'economia vitivinicola del coneglianese fu la fondazione nel 1876 della prima Scuola di Viticoltura e Enologia del Paese alla quale si affiancò nel 1923 la prima Stazione sperimentale di Viticoltura ed Enologia. Questo garantì un importante progresso sia in ambito viticolo che enologico. In modo particolare il Prof. Luigi Manzoni, nonché preside della Scuola Enologica sperimentò i suoi incroci, alcuni dei quali si adattarono particolarmente bene alle caratteristiche pedo-climatiche dei Colli di Conegliano accrescendo, grazie alla notorietà del professore, l'interesse per la zona.

Questo portò quindi allo sviluppo di un settore vitivinicolo solido e quindi alla produzione di vini di eccellenza. Nel 1993, infatti, ci fu il riconoscimento della DOC "Colli di Conegliano" ed infine nel 2011, con il Decreto Ministeriale del 14 settembre, è stata riconosciuta la DOCG "Colli di

Conegliano” (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Colli di Conegliano”, 2014; Consorzio di tutela Colli di Conegliano).

### **Territorio**

Il territorio da cui derivano i vini unici dei Colli di Conegliano è caratterizzato da dolci rilievi. Le successive glaciazioni, così come i numerosi eventi atmosferici, nel corso dei millenni hanno dato origine all’attuale forma di questi rilievi. I terreni sono costituiti da depositi alluvionali, ma caratterizzati da uno scheletro importante. La stratigrafia del terreno permette quindi l’ottimale percolazione delle acque derivanti dalle abbondanti precipitazioni tipiche dell’area, riducendo così l’umidità del terreno. I Colli di Conegliano sono inoltre accarezzati da venti che, favorendo l’inversione termica, permettono di ottenere uve di qualità e garantiscono, insieme alla particolare struttura del terreno, la formazione di un microclima caratterizzato da una bassa umidità relativa, riducendo così le infezioni funginee nella stagione estiva. Inoltre, l’azione di protezione dalle correnti d’aria fredda ad opera delle Alpi, unita ad una leggera mitigazione da parte del mare e ad una corretta esposizione ai raggi solari, garantisce la corretta maturazione delle uve (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Colli di Conegliano”, 2014; Consorzio di tutela Colli di Conegliano).

### **Settore vitivinicolo e principali aspetti legislativi**

La zona di produzione comprende tutto o in parte il territorio di 20 Comuni, ma per alcune tipologie di prodotti della DOCG è prevista un’area più ristretta. Per la produzione delle tipologie Bianco, Rosso e Rosso Riserva le uve possono provenire da tutta la zona di produzione della DOCG “Colli di Conegliano” mentre per la tipologia Torchiato di Fregona la zona di produzione comprende i Comuni di Fregona, Sarmede e Cappella Maggiore; le uve destinate invece alla produzione della tipologia Refrontolo e Refrontolo Riserva devono essere prodotte nei Comuni di Refrontolo, Pieve di Soligo e San Pietro di Feletto.

Nella composizione ampelografica delle tipologie di vino della DOCG “Colli di Conegliano” rientrano circa 15 vitigni. Per ogni tipologia di vino sono previste determinate varietà utilizzabili e le rispettive percentuali.

In ambito viticolo il disciplinare prevede innanzitutto che i vigneti siano ubicati in aree caratterizzate da giacitura collinare e ottima esposizione in modo tale da ottenere produzioni di qualità; sono ammesse le forme di allevamento a contro spalliera. In base alla tipologia di vino da produrre, sono previste produzione massima, TAV naturale minimo, densità minima di impianto e produzione massima per ceppo: questi parametri sono diversi per gli impianti già esistenti prima del 3 agosto 1993 rispetto ai vigneti piantati dopo tale data.

Anche in vinificazione, per ogni tipologia di vino della DOCG “Colli di Conegliano” sono previste specifiche norme per la trasformazione: per le tipologie “Refrontolo”, “Refrontolo passito” e “Torchiato di Fregona” è previsto l’appassimento fino ad ottenere un TAV totale minimo rispettivamente di 14,50%, 16,00% e 18,00%; questa tecnica prevede inoltre rese inferiori rispetto ad un normale processo di vinificazione, infatti nel caso specifico del “Torchiato di Fregona” la resa deve essere inferiore al 25%. Per le tipologie Bianco, Rosso e Rosso Riserva la resa non deve superare il 70%. È previsto inoltre un periodo di affinamento minimo che varia in base alla tipologia (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Colli di Conegliano”, 2014).

## **2.4 Breganze DOC**

### **Introduzione**

Nonostante la vite fosse già ben conosciuta e coltivata nel territorio di Breganze, la prima testimonianza scritta risale al 1200 quando il Podestà di Vicenza ordinò il disboscamento di vaste aree per la messa a dimora di nuovi vigneti. Nel 1295 fu redatto il “Codice Vineale”, un primo documento che regolava, le pratiche viticole ed enologiche e che aveva la funzione di un vero e proprio disciplinare di produzione. Grazie anche all’importanza commerciale della Repubblica di Venezia i vini di Breganze ottennero così notorietà che anche il Re Carlo V mostrò particolare apprezzamento soprattutto per il Vespaiolo, vino che ancora oggi è l’emblema della Denominazione di Origine.

Al termine della Seconda Guerra Mondiale ebbe inizio una nuova fase per il settore vitivinicolo del posto: venne incentivata la messa a dimora di nuove barbatelle di Vespaiola e furono introdotte numerose varietà a bacca bianca e nera, ampliando il mercato enologico della zona ed aumentando la qualità dei prodotti. Questo sviluppo ha garantito il riconoscimento nel 1969 della DOC “Breganze” per alcuni vini bianchi e rossi tra cui il “Breganze Vespaiolo”. Oggi, ben 16 vini rientrano nel disciplinare “Breganze DOC”, tra cui anche il “Breganze Torcolato”, prodotto unico e tipico della pedemontana vicentina che ha ottenuto il riconoscimento a DOC nel 1995 (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Breganze”, 2014; Consorzio di tutela Breganze).

### **Territorio**

La zona di produzione della DOC Breganze è confinata tra le vallate dei fiumi Astico e Brenta e comprende l’area di 14 comuni. Il territorio è caratterizzato a nord da una fascia collinare confinante con i primi rilievi dell’altopiano di Asiago, e a sud da un’area maggiormente

pianeggiante. Oltre alla particolare orografia del territorio, a rendere questa zona unica e favorevole alla produzione di vini di qualità sono le caratteristiche del suolo; esso presenta infatti origine vulcanica nell'area collinare, e origine alluvionale nella zona pianeggiante. Tutta l'area è comunque caratterizzata da uno strato superficiale fertile originato dall'accumulo di materiale organico nel corso degli anni. Anche il clima, caratterizzato da inverni freddi ed estati calde ma non afose, è favorevole per la coltivazione della vite (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Breganze", 2014; Consorzio di tutela Breganze).

### **Settore vitivinicolo e principali aspetti legislativi**

Sono 12 i vitigni che possono essere utilizzati per la produzione dei vini della Denominazione "Breganze DOC", 6 dei quali a bacca nera, 1 a bacca grigia, e 5 a bacca bianca tra cui Pedevenda e Vespaiola, due vitigni autoctoni del territorio vicentino. In particolare la Vespaiola, il cui nome deriva dal fatto che sia particolarmente apprezzata dalle vespe per la sua dolcezza, rappresenta il cardine dell'evoluzione della viticoltura di questa zona. Da questa varietà, nota per il suo elevato contenuto zuccherino, ne deriva infatti il vino Vespaiolo, apprezzato sin dai tempi della Repubblica di Venezia, ed il Torcolato. In ambito viticolo, il disciplinare prevede che le condizioni ambientali dell'area in cui è situato l'appezzamento, le forma di allevamento, i sistemi di potatura e le pratiche colturali debbano rispettare le tradizioni del territorio e mantenere la qualità dei prodotti. La produzione massima varia tra 12 e 13 tonnellate per ettaro in base al vitigno mentre il TAV naturale minimo deve essere di 10% per alcune varietà e 10,5% per altre.

In ambito enologico, il disciplinare invece pone particolare attenzione alla produzione della tipologia Torcolato, vino passito ottenuto con i grappoli derivati dalle cernite delle uve atte a produrre la tipologia Vespaiolo, per un massimo del 65% della produzione totale (12 tonnellate/ettaro). Prima della vinificazione le uve devono essere sottoposte ad appassimento (figura 2) fino ad ottenere un TAV naturale minimo non inferiore a 14%. Per questa particolare tipologia la resa massima di uva fresca in vino non deve superare il 50% mentre per le altre tipologie di vino della "DOC Breganze" è prevista una resa massima del 70% più un ulteriore 5%. La Denominazione di Origine conta ben 15 tipologie di vino, 6 rossi e 9 bianchi. Quest'ultima categoria presenta 8 vini fermi di cui uno passito, il Torcolato, e uno spumante, il Vespaiolo Spumante, ottenuto dalla varietà di uva Vespaiola (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Breganze", 2014).

**Figura 2. Sistema tradizionale di appassimento dell’uva “Vespaiola”. Fonte: Azienda Firmino Miotti**



## **2.5 Valdadige Terradeiforti DOC**

### **Introduzione**

L’area di questa Denominazione è rappresentata dalla vallata del fiume Adige, caratterizzata dalla presenza di molti castelli medioevali definiti “Forti”, da cui deriva il nome “Terra dei Forti”. Risalgono all’epoca dei Romani le prime testimonianze di alcuni scrittori del I sec d.C. che, dopo il loro passaggio nella valle dell’Adige, che fungeva da collegamento tra il mondo mediterraneo e quello alpino ed europeo, nominavano nelle loro opere “una vite selvatica chiamata Enantio”, varietà autoctona ancora oggi coltivata nella Valle dell’Adige. Questo vitigno può essere definito il simbolo della viticoltura della denominazione “Valdadige Terradeiforti DOC”; ancor oggi sono presenti ceppi ultracentenari che hanno resistito alla Fillossera: tra il 1800 ed il 1900 la viticoltura europea fu devastata dall’arrivo di questo afide che distrusse la maggior parte dei vigneti europei, ma grazie ai terreni sabbiosi della valle dell’Adige, caratterizzati da una componente silicea a scaglie taglienti, le viti di Enantio non furono attaccate dalla Fillossera. Ancora oggi infatti alcuni appezzamenti della Terra dei Forti presentano viti senza portainnesto americano, che è invece necessario nelle altre aree per proteggere le viti dall’afide.

Un’altra varietà autoctona della DOC è il Casetta, conosciuto localmente con il nome “Foja tonda”, che è stato riscoperto negli ultimi decenni grazie ad un importante lavoro di valorizzazione da parte

dei produttori della zona. È caratterizzato da note rustiche: è molto importante infatti il lavoro dei produttori per domare questo suo carattere e risaltare le sue particolari note speziate.

Il forte legame di questi vitigni con il territorio ha permesso il riconoscimento, con il Decreto Ministeriale del 7 novembre 2006, della DOC “Valdadige Terradeiforti” nella quale oggi rientra anche la varietà Pinot grigio (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Terradeiforti”, 2014; Consorzio di tutela Valdadige Terradeiforti).

### **Territorio**

L’area della Denominazione di Origine segue il corso del fiume Adige ed è “delimitata ai lati dall’altopiano di Lessinia, dal lago di Garda e dalla catena del Monte Baldo”. La zona di produzione comprende il territorio di 4 comuni, 3 in provincia di Verona ed 1 in provincia di Trento; la viticoltura interessa l’area pianeggiante situata al centro della valle, l’area a ridosso dei rilievi e parte dei versanti, dove la coltivazione della vite è possibile grazie a terrazzamenti di origine alluvionale oppure artificiale. I suoli sono ricchi di rocce calcaree e sali minerali; presentano inoltre un’importante componente grossolana che permette una veloce percolazione delle acque riducendo in tal modo l’umidità del suolo. Il clima è invece caratterizzato da inverni freddi ed estati fresco-temperate; durante la stagione estiva l’area è caratterizzata da forti escursioni termiche che permettono di esaltare l’aroma dei vini. (Mipaaf, Disciplinare di produzione “Terradeiforti”, 2014; Consorzio di tutela Valdadige Terradeiforti).

### **Settore vitivinicolo e principali aspetti legislativi**

Rientrano nella Denominazione tre vitigni: Enantio, Casetta e Pinot Grigio. Secondo il disciplinare queste varietà possono essere coltivate in appezzamenti che presentino caratteristiche pedoclimatiche adatte ad una viticoltura di qualità preservando quindi le caratteristiche tipiche dei prodotti. Sono ammesse forme di allevamento a spalliera semplice e pergola mono o bilaterale inclinata ed è prevista, per i nuovi impianti, una densità minima di 3500 ceppi per ettaro. Le produzioni massime per le tipologie di vino Casetta, Casetta Riserva, Enantio ed Enantio Riserva è di 9 tonnellate per ettaro, mentre il TAV naturale minimo è di 11,5%; per la tipologia Pinot Grigio la produzione massima per ettaro è di 14 tonnellate (con TAV naturale minimo di 10%) mentre per il Pinot grigio superiore è di 12 tonnellate (con TAV naturale minimo di 10,5%). Nella vinificazione invece la resa massima di uva in vino, uguale per tutte le tipologie, è del 70%. Ogni varietà presenta però un diverso periodo di maturazione prima che possa essere commercializzato. Sono quindi sei le tipologie di vino della DOC “Valdadige Terradeiforti”:

- Enantio ed Enantio Riserva: devono essere prodotti con almeno l'85% di uve derivanti dalla varietà Enantio coltivata all'interno della Denominazione di Origine;
- Casetta e Casetta Riserva: devono essere prodotti con almeno l'85% di uve derivanti dalla varietà Casetta coltivata all'interno della Denominazione di Origine;
- Pinot Grigio e Pinot Grigio Superiore: devono essere prodotti con almeno l'85% di uve derivanti dalla varietà Pinot Grigio coltivata all'interno della Denominazione di Origine (Mipaaf, Disciplinare di produzione "Terradeiforti", 2014).

## **CAPITOLO 3: IL CASO STUDIO, ANALISI DELLA DIFFUSIONE TERRITORIALE DI ALCUNE DENOMINAZIONI VENETE**

### **3.1 Introduzione**

#### **3.1.1 Obiettivo dello studio**

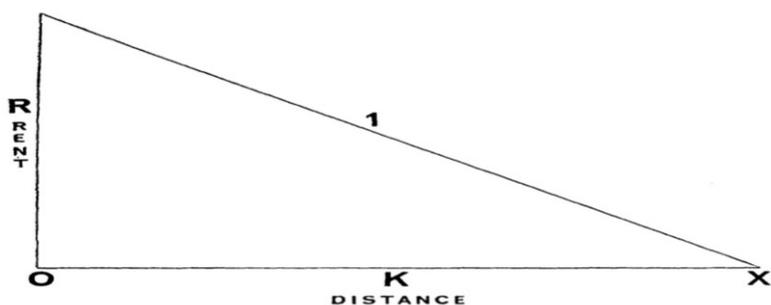
Questo studio nasce dalla necessità di analizzare i fattori che influenzano la diffusione delle Denominazioni nel territorio, in modo tale da garantire un migliore sviluppo di queste.

Per condurre lo studio sullo sviluppo delle Denominazioni di Origine, in modo tale da osservare i meccanismi di diffusione di queste nel territorio, è stato preso in considerazione il modello teorico dell'economista Johann Heinrich Von Thünen riguardante la localizzazione della rendita agraria. L'obiettivo sarà quindi osservare se tale modello sia applicabile alle dinamiche della diffusione delle otto Denominazioni considerate.

#### **3.1.2 Modello teorico**

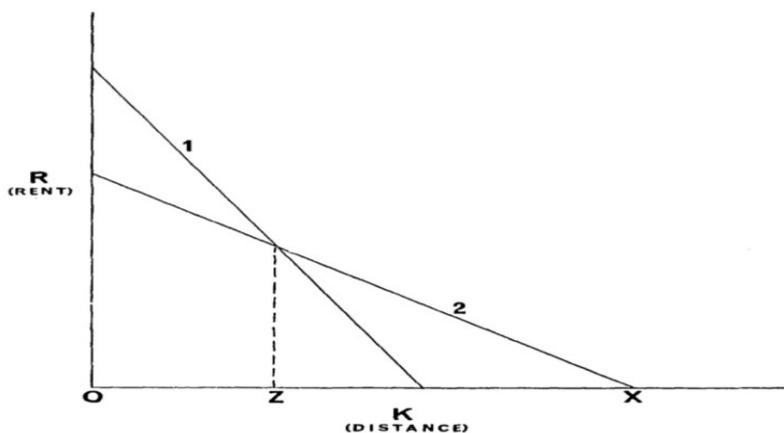
L'economista tedesco Von Thünen ha esposto la propria teoria riguardante la localizzazione agraria nella sua opera classica "Lo Stato Isolato", pubblicata nel 1826 (Champion, 1979; Sinclair, 1967). Grazie ai suoi studi ha evidenziato come la rendita agraria ottenibile da un determinato appezzamento sia correlata alla distanza di quest'ultimo dal centro economico di riferimento situato nel mezzo di una pianura omogenea. La teoria si oppone quindi alle dottrine sviluppate precedentemente da altri economisti come Ricardo, secondo le quali la rendita agraria non è influenzata dalla localizzazione del terreno ma dalle sue caratteristiche, tra cui la fertilità (O'Kelly, 1996). Secondo Von Thünen invece è presente una stretta relazione tra rendita agraria e distanza dal centro economico di riferimento causata dall'aumento dei costi di trasporto dovuto all'incremento della distanza (Sinclair, 1967; O'Kelly, 1996; Walker, 2021). Rappresentando graficamente questo concetto (grafico 1) si osserva come la rendita diminuisca linearmente con l'aumentare della distanza.

**Grafico 1. Rapporto tra distanza e rendita per il singolo utilizzo del terreno. Fonte: Sinclair, 1967**

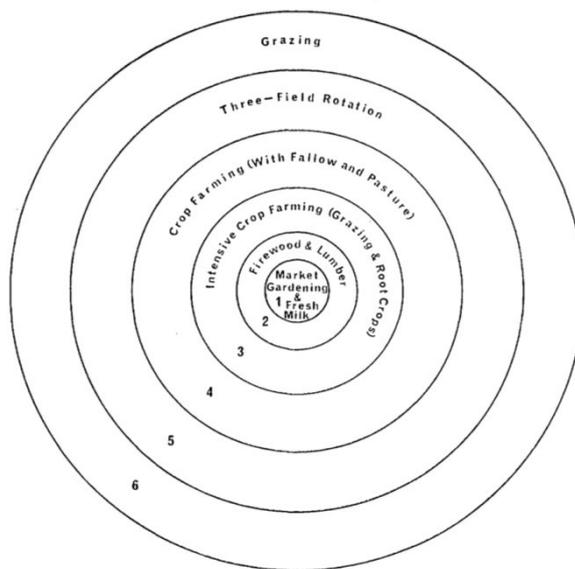


Ogni possibile utilizzo del terreno presenta però una pendenza diversa della retta in quanto ogni produzione prevede costi di trasporto differenti con conseguente variazione della rendita. Sovrapponendo quindi le rappresentazioni grafiche di diversi utilizzi possibili per un appezzamento, si osserva come le rette rappresentanti l'andamento delle rendite si intersechino in determinati punti, come è possibile osservare nel grafico 2. Ciò consente quindi di valutare la convenienza nella scelta di uno specifico utilizzo in base alla distanza o viceversa. Grazie a tale analisi l'economista tedesco ha potuto sviluppare il modello a cerchi concentrici (figura 3), in cui ogni area è caratterizzata da un determinato utilizzo del suolo: i terreni adiacenti saranno utilizzati per l'ottenimento di prodotti il cui costo di trasporto è molto elevato. Viceversa, i terreni caratterizzati da elevata distanza dal centro saranno destinati ad utilizzi le cui rendite sono meno influenzate dal trasporto (Sinclair, 1967; O'Kelly, 1996).

**Grafico 2. Rapporto tra distanza e rendita di più utilizzi del terreno. Fonte: Sinclair, 1967**



**Figura 3. Modello a cerchi concentrici di Von Thünen. Fonte: Sinclair, 1967**



Grazie alla teoria di Von Thünen si è compreso quanto la localizzazione di un bene sia importante dal punto di vista economico, sia in termini di produzione che in termini di vendita. È quindi possibile applicare questo importante concetto in molti settori produttivi, estendendolo non solo al valore del singolo bene ma all'importanza generale della valutazione della posizione dei diversi fattori economici. Prendendo quindi in considerazione il fattore che più influenza la rendita nella teoria di Von Thünen, ossia la distanza da un centro economico di riferimento, in questo caso studio si cerca di applicare il concetto di rapporto tra distanza e ricavi, soffermandosi su come questo importante aspetto influenzi le vendite e di conseguenza il guadagno delle aziende vitivinicole presenti nel territorio delle otto DO analizzate.

Nello studio riguardante la diffusione delle Denominazioni di Origine nel territorio, è quindi necessario osservare se con l'aumentare della distanza dalla Denominazione si ha una diminuzione delle vendite e quindi del guadagno delle imprese.

## **3.2 Materiali e metodi di analisi**

### **3.2.1 Raccolta dati**

Per condurre questa indagine in modo tale da studiare le dinamiche di diffusione del prodotto, è stato preso in considerazione il settore HoReCa che comprende tutte le attività connesse ai consumi extra-domestici. L'acronimo HoReCa è utilizzato infatti per indicare il settore commerciale

dell'**H**otellerie, **R**estaurant e **C**afè (talvolta sostituito con **C**atering). Questo settore è molto importante perché rappresenta un efficace ed essenziale canale di vendita per prodotti alimentari e bevande tra cui appunto il vino. Basti pensare infatti che nell'anno 2019 i consumi alimentari extra-domestici in Italia hanno raggiunto un valore di oltre 86 miliardi di euro (Horeca, 2020). Il settore HoReCa comprende circa 405mila attività rappresentate da medie, piccole e microimprese, la maggior parte delle quali sono bar e ristoranti. Queste attività commerciali rappresentano un'eccezionale risorsa sia a livello commerciale sia a livello culturale, in quanto garantiscono lo sviluppo sociale e del territorio; infatti, il numero di occupati nel settore HoReCa è superiore a 1 milione e 300mila addetti (Horeca, 2020).

Per lo studio sono state considerate le attività di bar e ristorazione di alcune aree del territorio Veneto; sono stati analizzati ben 561 esercizi commerciali tramite la somministrazione, da parte di alcuni studenti dell'Università di Padova nel biennio 2018-2019, di un questionario riguardante alcune caratteristiche dell'attività e della Denominazione.

Più specificatamente le informazioni richieste all'interno del questionario comprendono:

- Tipologia di esercizio
- Distanza dalla DO considerata
- Direttrice dal confine della DO considerata
- Struttura dell'attività
- Caratteristiche dell'offerta di vino
- Andamento del consumo di vino
- Prodotti concorrenziali alla DO
- Punti di forza della DO

Ognuno di questi campi presenta inoltre richieste maggiormente specifiche così da poter analizzare in modo più dettagliato le caratteristiche della diffusione delle Denominazioni di Origine soffermandosi sui singoli fattori che la possono influenzare e sull'interazione tra questi. L'utilizzo dei dati rilevati nel biennio 2018-2019 permette di valutare ed analizzare le dinamiche di diffusione delle Denominazioni di Origine nel settore HoReCa senza dover tener conto delle variazioni in termini di vendite e consumi dovuti all'emergenza Covid-19 sviluppatasi successivamente.

### **3.2.2 Elaborazione dei dati**

Lo studio condotto nel biennio 2021-2022 riguardante la diffusione delle Denominazioni ha previsto una prima elaborazione dei dati, che ha consentito di sviluppare un unico database a partire

dai dati precedentemente rilevati dagli studenti per le diverse DO, al fine di uniformare le variabili per poter successivamente effettuare l'analisi statistica. In questo modo è stato possibile analizzare le dinamiche di diffusione delle Denominazioni considerate, ma soprattutto ricavare valutazioni valide per tutte le Denominazioni di Origine del Veneto con caratteristiche dimensionali simili; sono state perciò analizzate contemporaneamente le variabili di tutte e otto le DOC e DOCG. Terminata la fase di unificazione e revisione dei dati è stata quindi svolta l'analisi statistica mediante l'utilizzo del programma "STATA", che ha compreso: una prima fase di analisi delle singole variabili, e una seconda fase di analisi delle interazioni tra i diversi fattori. Grazie a questo studio si sono potuti ottenere i risultati descritti nei paragrafi successivi.

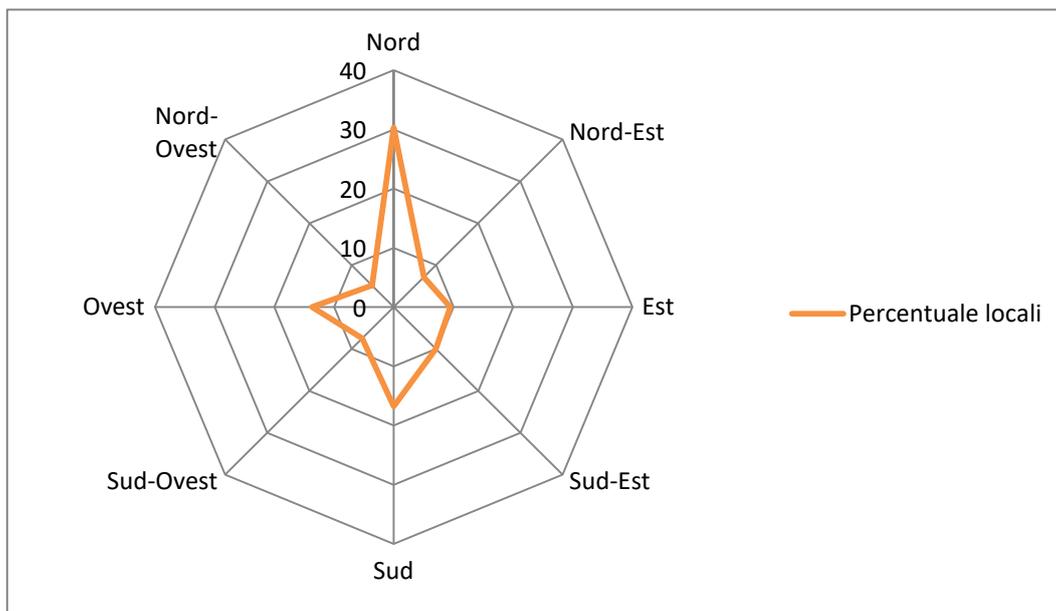
### **3.3 Descrizione del campione**

L'analisi è stata effettuata a partire da un campione di 561 attività commerciali di cui 290 ristoranti e 271 bar. Il questionario descritto nel capitolo precedente è stato somministrato ai gestori degli esercizi costituenti il campione per permettere la raccolta dei dati necessari ai fini dell'analisi svolta in questo studio. Ad ogni sondaggio sono state rilevate informazioni riguardanti ubicazione del locale rispetto alla Denominazione considerata e le caratteristiche dell'esercizio, differenziando parzialmente l'indagine tra bar e ristoranti così da adattarla alle loro peculiarità.

#### **3.3.1 Analisi della direzione e della distanza del campionamento**

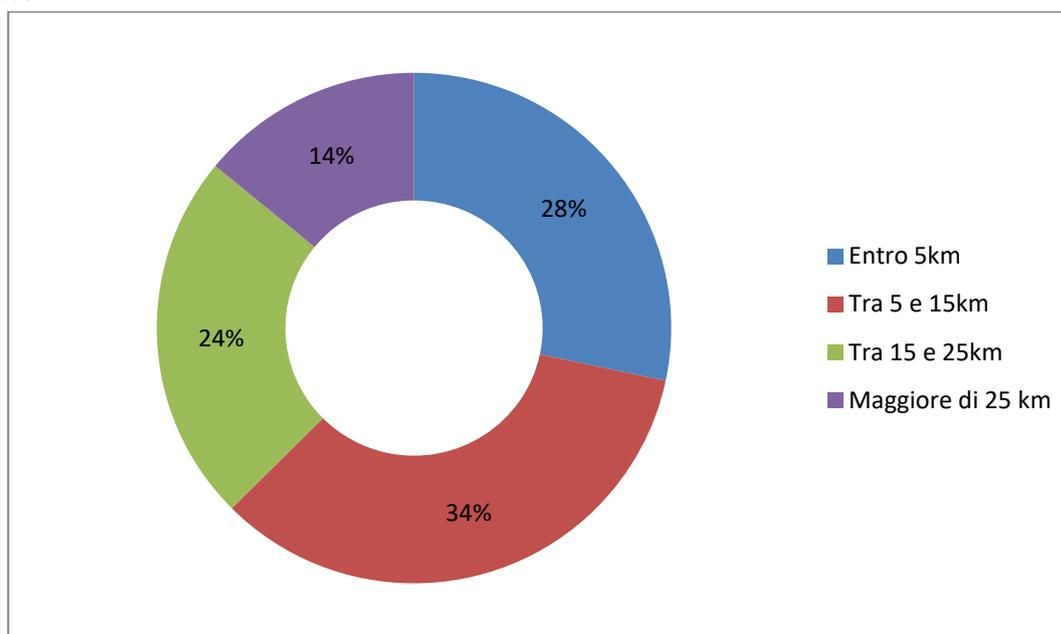
Vengono di seguito analizzate tramite l'ausilio dei grafici 3 e 4 le caratteristiche del campionamento in termini di direzione e distanza valutate rispetto alla Denominazione considerata. Le elaborazioni sono state ottenute valutando congiuntamente i dati rilevati per ognuna delle 8 Denominazioni di Origine studiate. Si specifica che nelle successive rappresentazioni grafiche e quantitative, le percentuali ottenute indicano la quota di bar e ristoranti interessata.

**Grafico 3. Direzione dei rilievi rispetto alle Denominazioni venete analizzate**



È possibile osservare nel grafico 3 come i rilievi siano stati effettuati in tutte e 8 le direzioni indicate, in modo tale da ottenere un campione il più possibile eterogeneo e dunque maggiormente rappresentativo. In termini percentuali, il numero di rilievi risulta maggiore nelle direzioni Nord e Sud, mentre nelle altre direzioni cardinali la percentuale è compresa tra il 5 ed il 15 % dei rilievi totali.

**Grafico 4. Distanza degli esercizi commerciali dal confine esterno delle Denominazioni analizzate**



Il Grafico 4 rappresenta la distribuzione delle attività commerciali esaminate in termini di distanza dal confine esterno della Denominazione di Origine, per fasce di distanza geografica. Tale concetto rappresenta un elemento fondamentale per lo studio delle Denominazioni in riferimento al modello teorico dell'economista Von Thünen. Come si osserva dal grafico ad anello, il campione risulta maggiormente concentrato nelle fasce con minore distanza dalla DO. Tuttavia, dato l'elevato numero di bar e ristoranti considerati all'interno del campione statistico, ogni fascia di distanza ha comunque un numero di elementi tale da rendere l'analisi statistica valida e rappresentativa della popolazione.

### 3.3.2 Caratteristiche delle attività commerciali esaminate

Al fine di ricavare una valida analisi sui fattori influenzanti le dinamiche di diffusione delle Denominazioni di Origine, è stato necessario studiare le caratteristiche delle attività commerciali del campione. In particolare, l'analisi descritta nelle sezioni seguenti ha lo scopo di analizzare una possibile correlazione tra le vendite dei vini a Denominazione all'interno dei locali ed alcune caratteristiche dei locali stessi. A questo scopo, sono stati analizzati i dati relativi a dimensione (tabelle 1 e 2), gestione (grafico 5), offerta culinaria dei ristoranti (grafici 6 e 7) e clientela (grafico 8).

**Tabella 1. Numero di posti a sedere**

<b>Numero di posti a sedere</b>	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore a 50	32,75	32,75
Tra 50 e 100	43,21	75,96
Tra 100 e 300	21,25	97,21
Maggiore di 300	2,79	100,00

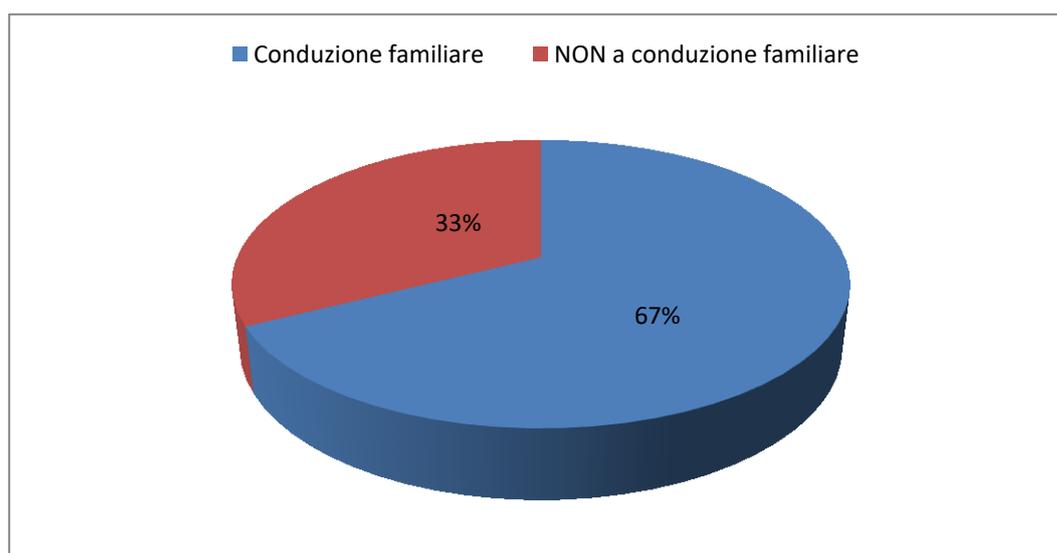
**Tabella 2. Superficie dei locali**

<b>Superficie dei locali</b>	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore a 50 m <sup>2</sup>	6,77	6,77
Tra 50 e 100 m <sup>2</sup>	32,26	39,04
Tra 100 e 200 m <sup>2</sup>	38,32	77,36
Tra 200 e 500 m <sup>2</sup>	19,25	96,61
Maggiore di 500 m <sup>2</sup>	3,39	100,00

Le tabelle 1 e 2 mettono in evidenza la dimensione dei locali osservata rispetto a due importanti fattori quali il numero di posti a sedere (1) e la superficie del locale (2).

Considerando il primo fattore analizzato, circa il 76% dei locali nel campione presenta un numero di posti a sedere inferiore a 100, sottolineando che le attività commerciali oggetto di indagine sono piccole e medie imprese. Circa il 77% dei locali esaminati presenta una superficie inferiore ai 200 m<sup>2</sup> confermando l'osservazione effettuata sul campione rispetto al numero di posti a sedere disponibili.

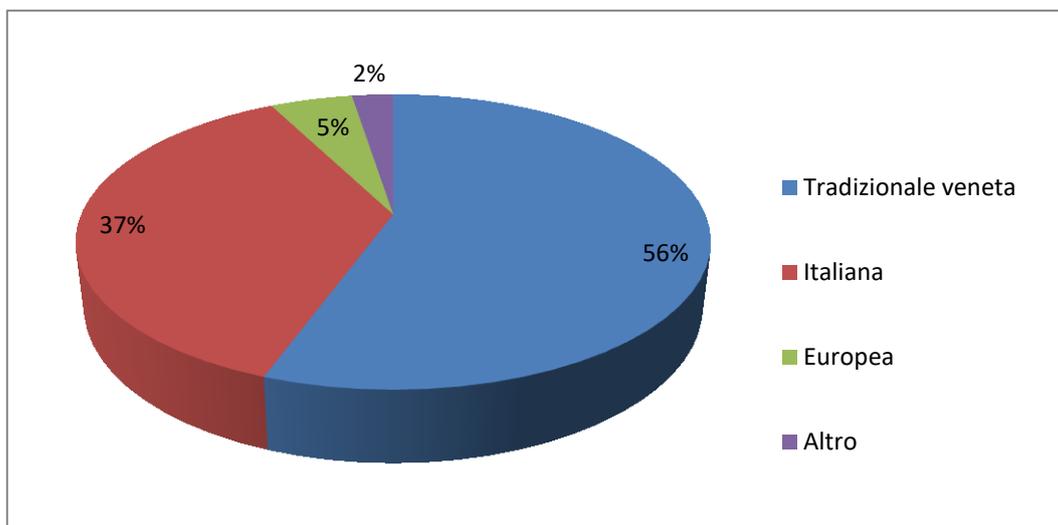
**Grafico 5. Percentuale delle attività a conduzione familiare**



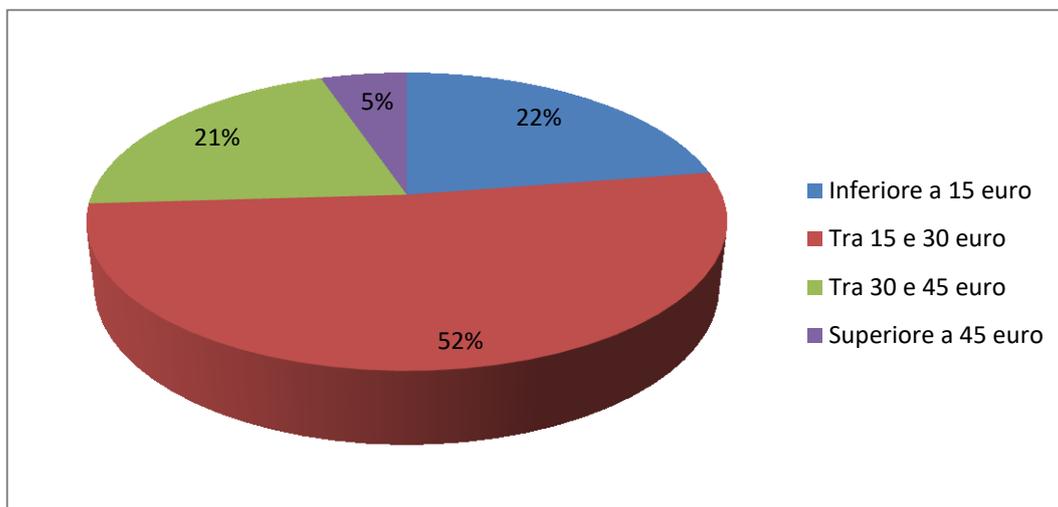
Il grafico 5 indica le modalità di gestione dell'azienda denotando che il 67% delle attività è a conduzione familiare. L'analisi di tale fattore dimensionale è stata effettuata in quanto il tipo di

gestione del locale potrebbe influenzare le vendite di vini DOC e DOCG a causa di legami più o meno forti del personale con il territorio e conseguentemente con i prodotti tipici locali, come quelli delle Denominazioni analizzate.

**Grafico 6. Tipologia di cucina nei ristoranti**



**Grafico 7. Prezzo medio del pasto nei ristoranti**



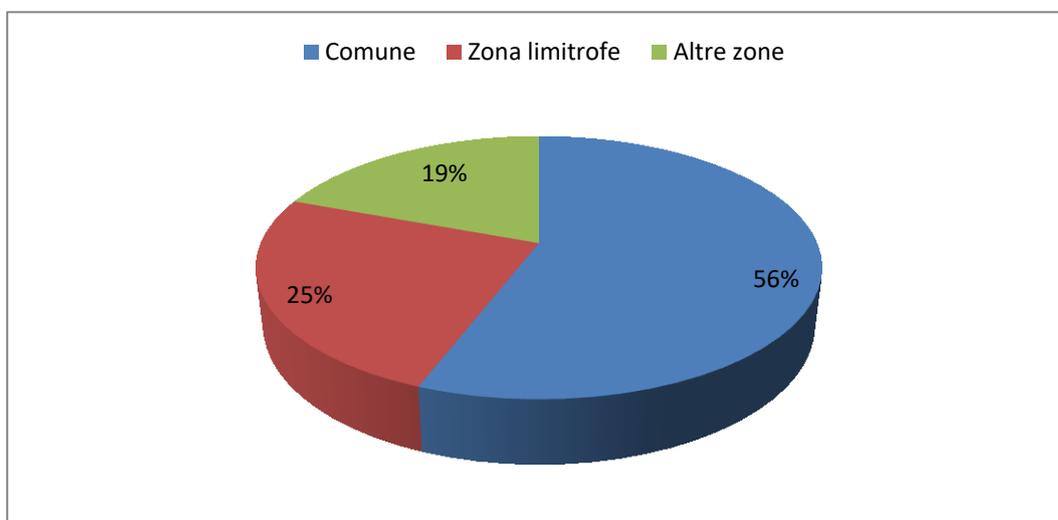
I dati riguardanti l'offerta culinaria sono stati raccolti solamente nei ristoranti, in modo tale da osservare se le vendite di vino possano avere una correlazione con la tipologia di cucina ed il prezzo del pasto.

Dall'analisi del grafico 6 si può osservare come oltre il 50% dei ristoranti proponga una cucina tradizionale legata al territorio veneto ed un ulteriore 37% proponga pietanze della cultura

gastronomica italiana. Solamente poche attività propongono invece una cucina europea o extra-europea. Questo dimostra che all'interno del campione, la maggioranza dei ristoranti risulta essere più legata al territorio ed alla tradizione locale, costituendo un possibile fattore di correlazione con le vendite, come già affermato nel caso della tipologia di gestione.

Il grafico 7 rappresenta invece il prezzo medio del pasto all'interno dei ristoranti. Oltre il 50% delle attività di ristorazione considerate è caratterizzato da una spesa media per pasto tra 15 e 30 euro. Circa il 20% propone invece pasti ad un prezzo medio inferiore a 15 euro, ed un ulteriore 20% un prezzo compreso tra 30 e 45 euro. Infine, non oltre il 5% del campione è costituito da locali considerabili di nicchia, con un prezzo medio superiore 45 euro per pasto.

### Grafico 8. Provenienza della clientela in bar e ristoranti



Il grafico a torta 8 individua la provenienza della clientela in termini percentuali. Il territorio è stato diviso in tre diverse aree come segue:

- Il comune in cui è locata l'attività da cui proviene circa il 56% della clientela;
- Le aree adiacenti al comune, da cui proviene circa un quarto dei clienti del campione statistico;
- La fascia più esterna che ospita il 19% dei clienti.

Anche i dati sopra descritti testimoniano come la composizione del campione sia molto territoriale e costituita da attività medio-piccole in grado di attrarre principalmente una clientela locale o comunque a distanze geografiche ridotte.

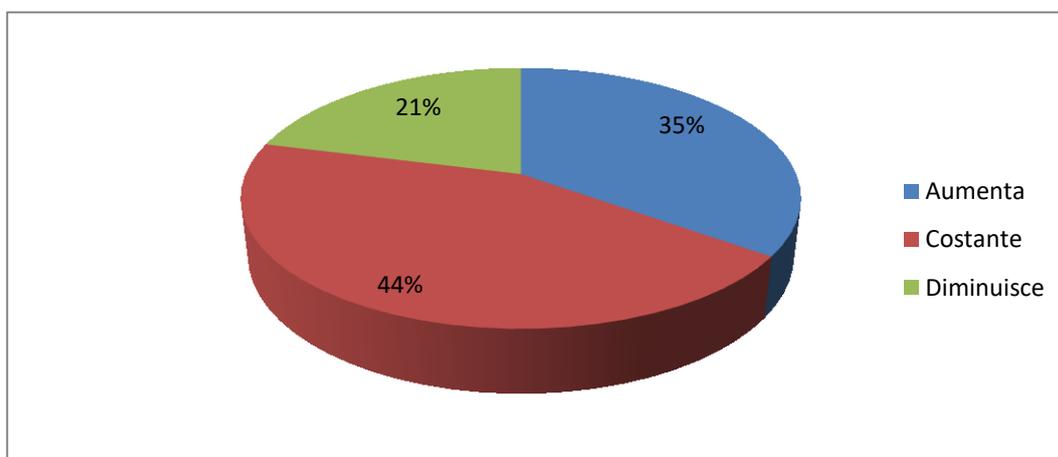
### 3.3.3 Caratteristiche dell'offerta e delle vendite di vino all'interno di bar e ristoranti

I locali analizzati nel campione riflettono l'eterogeneità della popolazione in termini di offerta al mercato. Ristoranti e bar esaminati propongono infatti differenti tipologie di vino e diversi "brand" in base alle caratteristiche del locale, della clientela ed alla zona di ubicazione. Tuttavia, il sondaggio effettuato attraverso la somministrazione del questionario è stato sviluppato con lo scopo di focalizzarsi sulla raccolta di dati relativi alle vendite dei vini a Denominazione di Origine.

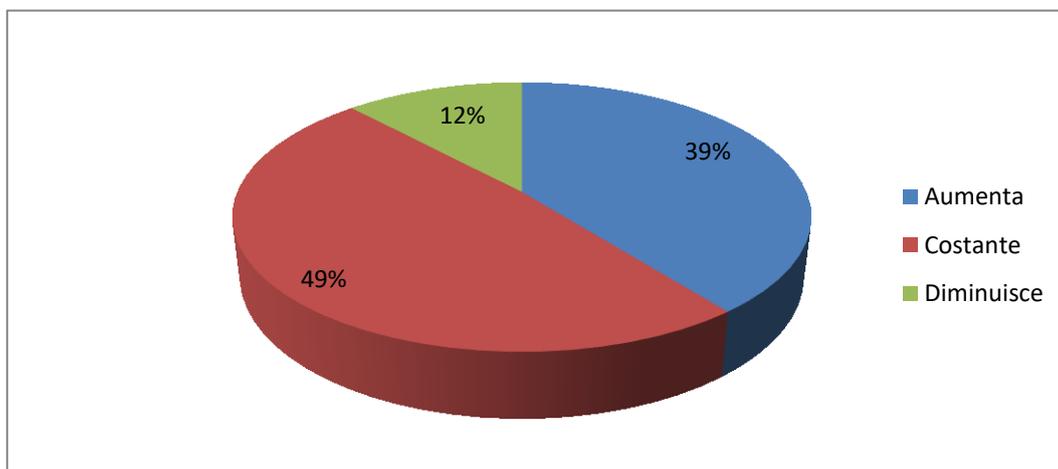
#### Analisi delle vendite e dei consumi totali di vino in bar e ristoranti

Le sezioni seguenti propongono alcune rappresentazioni grafiche (grafici 9, 10, 11) e quantitative (tabella 3) atte a descrivere le vendite ed i consumi di vino in bar e ristoranti senza una particolare distinzione tra le diverse DOC e DOCG.

**Grafico 9. Tendenza al consumo di vino all'interno dei locali**



**Grafico 10. Tendenza al consumo di vino a Denominazione di Origine all'interno dei locali**



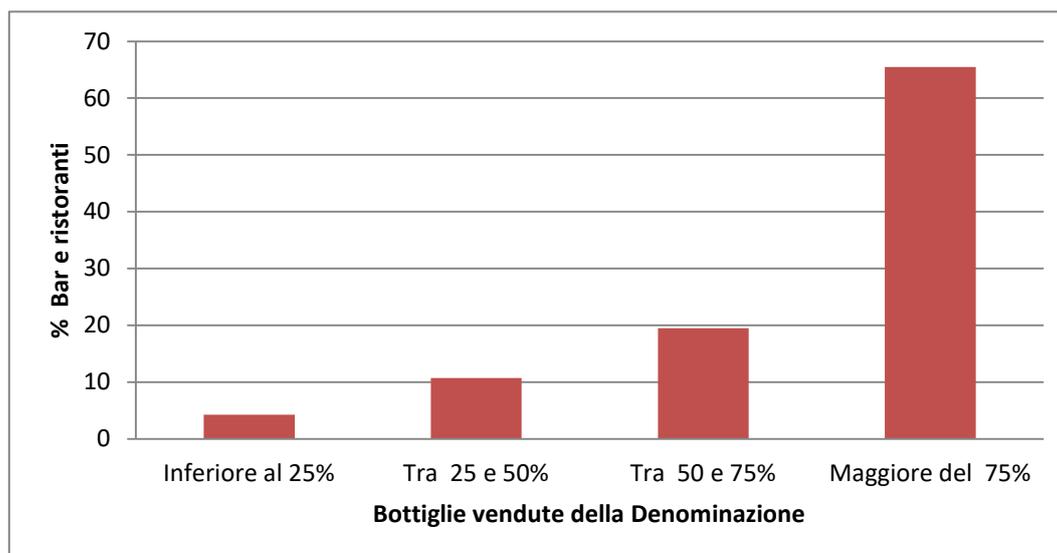
Mediante l'analisi dei grafici 9 e 10, è possibile analizzare la tendenza del consumo di vino negli ultimi anni. Si può notare come i grafici siano molto simili; ciò significa che l'andamento del consumo del vino a Denominazione di Origine segue quello del vino in generale (valutato senza differenza tra vini a DO e non a DO). Entrambi i grafici denotano come circa il 30% delle attività oggetto di studio abbia segnalato un aumento dell'andamento dei consumi mentre circa il 50% ritiene sia rimasto costante. La maggiore differenza tra i due grafici a torta riguarda la porzione di campione che ha percepito una diminuzione del consumo di vino: circa il 20% del campione ha percepito una diminuzione del consumo in generale mentre solamente il 12% ha percepito una riduzione relativamente ai vini a DO. Quest'ultima differenza potrebbe denotare come, nell'orizzonte temporale analizzato, i vini a Denominazione di Origine siano stati meno soggetti a diminuzione rispetto ad altri non a DO.

**Tabella 3. Analisi del numero totale di bottiglie vendute in bar e ristoranti**

<b>N° bottiglie vendute</b>	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore a 500	23,69	23,69
Tra 500 e 1000	18,44	42,13
Tra 1000 e 5000	46,11	88,25
Tra 5000 e 10000	8,68	96,93
Maggiore di 10000	3,07	100,00

Dall'osservazione della tabella 3 emerge che circa il 46% dei locali esaminati ha venduto tra le 1000 e le 5000 bottiglie l'anno nell'orizzonte temporale oggetto di analisi mentre circa il 40% del campione invece non supera la soglia delle 1000 bottiglie vendute. Il campione statistico è infine rappresentato, per il rimanente 11 % circa, da locali con volumi di vendita annui maggiori di 5000 bottiglie. La composizione del gruppo di esercizi commerciali analizzati, rispetto ai volumi di vendita appena descritti, dimostra la maggiore presenza di attività medio-piccole confermando quanto già osservato rispetto alla dimensione dei locali attraverso le tabelle 1 e 2.

**Grafico 11. Percentuale di bottiglie a Denominazione di Origine vendute in bar e ristoranti**



Il grafico 11 evidenzia la percentuale delle vendite di vino a Denominazione di Origine rispetto al totale. Nell'asse delle ascisse è presente la percentuale di bottiglie a DO vendute per fasce percentuali, mentre nell'asse delle ordinate viene rappresentata la percentuale di bar e ristoranti. È possibile notare come oltre il 65% delle attività commerciali analizzate presenti una vendita di prodotti DOC oppure DOCG superiore al 75%.

#### **Analisi delle vendite riferite alle DOC e DOCG analizzate**

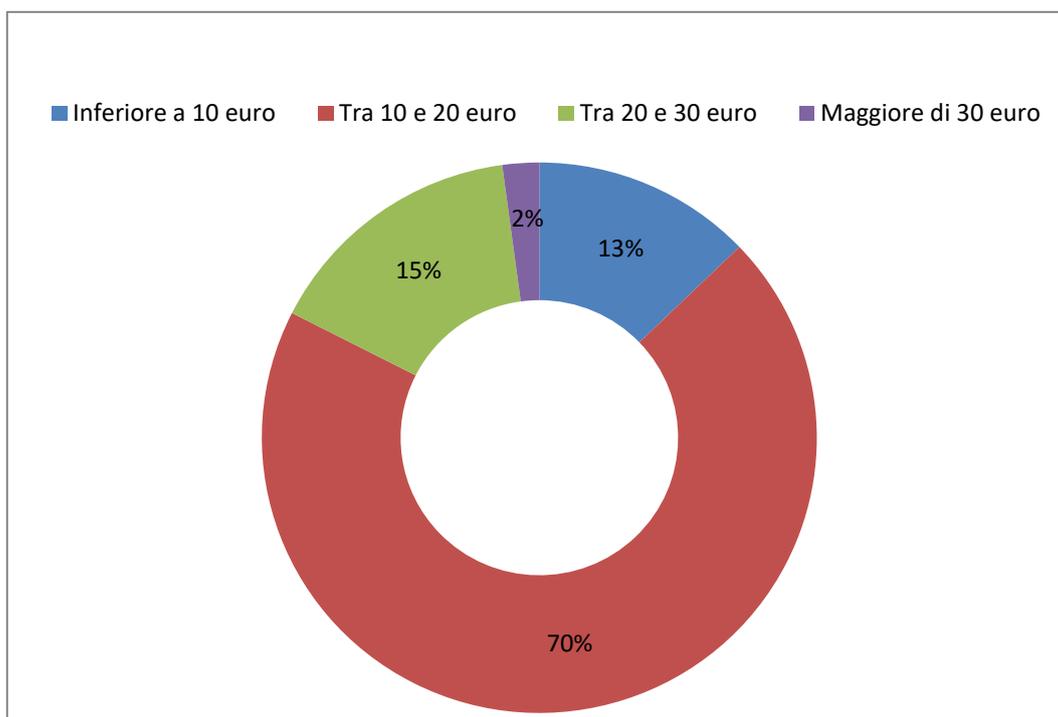
Mentre nella tabella 3 e nei grafici 9, 10 e 11 sono state considerate le vendite di vino in generale, nella tabella 4 e nei grafici 12 e 13, analizzati di seguito, sono stati esaminati solamente i valori delle otto Denominazioni di Origine oggetto di studio.

**Tabella 4. Totale delle bottiglie vendute della Denominazione di Origine considerata**

<b>Numero Bottiglie Vendute</b>	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore a 100	67,20	67,20
Tra 100 e 300	14,08	81,28
Tra 300 e 1000	12,83	94,12
Maggiore di 1000	5,88	100,00

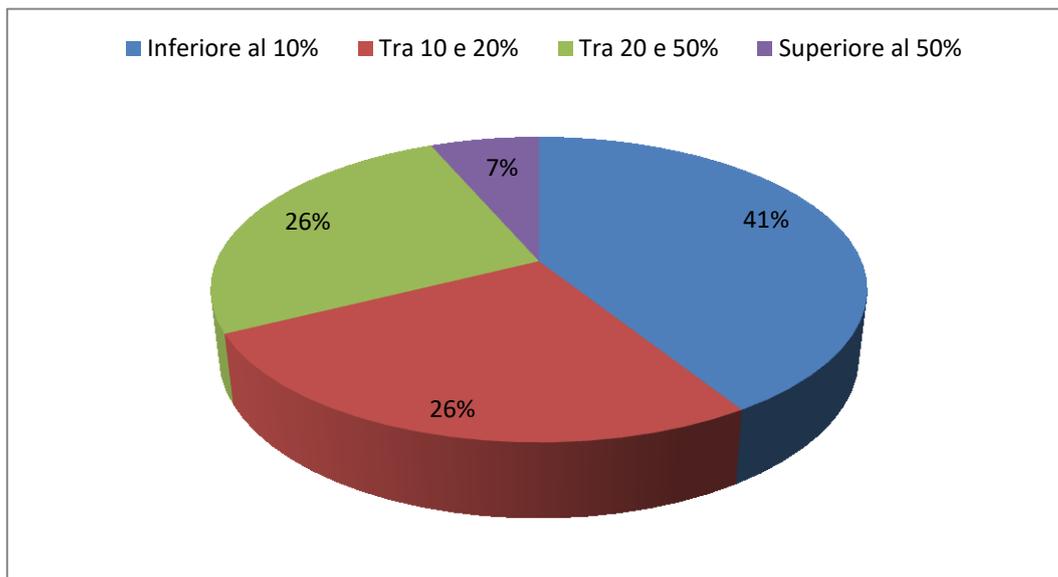
Dall'interpretazione dei dati raccolti nella tabella 4 è possibile osservare come, essendo le DOC e DOCG considerate non particolarmente grandi, in oltre il 94% dei ristoranti e bar campionati venga consumato un numero di bottiglie della DO inferiore a 1000. Più specificatamente, circa il 70% di queste attività commerciali vende annualmente meno di 100 bottiglie. Questa informazione risulta essere fondamentale per lo studio esposto nel paragrafo 3.4 riguardante il rapporto tra le vendite e la distanza dalla Denominazione di Origine.

**Grafico 12. Prezzo medio di vendita all'interno dei locali dei prodotti delle Denominazioni di Origine analizzate**



Il grafico 12, che rappresenta il prezzo medio diviso in classi dei vini delle Denominazione oggetto di studio, evidenzia come il 98% dei prodotti abbia un prezzo inferiore a 30 euro. La porzione maggiore del campione (70%) è costituita da locali che vendono vini a DO ad un prezzo medio incluso nella fascia tra i 10 e i 20 euro. Tale aspetto è molto rilevante in quanto fattore influenzante la scelta del consumatore e di conseguenza i volumi di vendita dei locali.

**Grafico 13. Percentuale di bottiglie vendute della Denominazione di Origine analizzata in bar e ristoranti**



Come osservabile direttamente dal grafico a torta 13, rappresentante la percentuale di bottiglie delle Denominazioni di Origine analizzate, rispetto alla vendita totale di vino nei locali, in più del 40% dei locali tale porzione risulta inferiore al 10%. Solamente il 7% dei gestori ha invece affermato che le vendite di vino di tali Denominazioni superino il 50% dei volumi di vendita del locale. La parte restante del campione, infine, vende invece una percentuale di bottiglie delle DOC o DOCG oggetto d'analisi compresa tra il 10 ed il 50%.

### **3.4 Analisi del rapporto tra vendite e distanza dalla delimitazione delle Denominazioni di Origine considerate**

Al termine della descrizione del campione oggetto di indagine e delle caratteristiche dei 561 bar e ristoranti esaminati, è quindi stato possibile analizzare il rapporto tra la distanza dal confine esterno della Denominazione considerata e le vendite di vino della stessa. Questo studio permette di verificare se l'approccio teorico dell'economista Von Thünen, riguardante la localizzazione delle rendite, possa essere applicato anche alle dinamiche di diffusione delle Denominazioni di Origine all'interno del territorio. Di seguito vengono quindi studiate, con l'ausilio delle tabelle 5, 6, 7 e il grafico 14, le relazioni tra la distanza e le diverse caratteristiche dell'offerta, delle vendite e quindi dei consumi dei prodotti DOC e DOCG.

**Tabella 5. Analisi della relazione tra la distanza dalla DOC o DOCG considerata e le bottiglie vendute della Denominazione stessa**

Distanza	Totale bottiglie vendute della Denominazione			
	Inferiore a 100	Tra 100 e 300	Maggiore di 300	Totale
<b>Entro 5km</b>	50,88	13,45	35,67	100,00
<b>Tra 5 e 15km</b>	67,88	13,99	18,13	100,00
<b>Tra 15 e 25km</b>	77,34	17,19	5,47	100,00
<b>Maggiore di 25 km</b>	86,96	10,14	2,90	100,00

I valori percentuali riportati all'interno della tabella 5 esprimono l'influenza, che la distanza di bar e ristoranti dal confine esterno della Denominazione esercita nei confronti del numero totale di bottiglie vendute della DOC o DOCG considerata. Più specificatamente, si osserva come, all'aumentare di tale distanza, diminuiscano i locali con un numero elevato di bottiglie della DO vendute. Quanto appena affermato, è confermato dal fatto che la percentuale di locali, con un numero di bottiglie consumate superiore a 300, decresce notevolmente all'aumentare della distanza dal confine.

Di conseguenza, la frazione di locali con un più basso numero di bottiglie vendute (inferiore a 100) aumenterà all'aumentare della distanza. Infine, la frequenza di bar e ristoranti in cui vengono consumate tra le 100 e le 300 bottiglie della DOC o DOCG non sembra essere influenzata dalla distanza.

Nonostante ciò, dall'analisi della tabella 5 si può quindi dedurre che le vendite di una determinata DOC o DOCG, in termini di numero di bottiglie, valutate all'interno del settore HoReCa, siano negativamente correlate all'aumentare della distanza dal confine esterno della Denominazione di Origine stessa.

**Tabella 6. Rapporto tra distanza dal confine esterno della Denominazione e prezzo medio ponderato delle bottiglie vendute della Denominazione**

Distanza	Media ponderata prezzi bottiglie DO			
	Inferiore a 10 euro	Tra 10 e 20 euro	Maggiore di 20 euro	Totale
<b>Entro 5km</b>	9,68	69,89	20,43	100,00
<b>Tra 5 e 15km</b>	11,39	69,62	18,99	100,00
<b>Tra 15 e 25km</b>	15,56	71,11	13,33	100,00
<b>Maggiore di 25 km</b>	29,41	64,71	5,88	100,00

L'analisi dei valori percentuali riportati nella tabella 6 permette di individuare il rapporto tra la distanza dalla DOC o DOCG ed i prezzi dei vini delle Denominazioni rispetto al campione indagato. Da tale analisi, emerge una relazione inversa tra la distanza considerata ed il prezzo medio ponderato delle bottiglie vendute. Sebbene, indipendentemente dalla distanza, la maggior parte delle attività presenti un prezzo medio ponderato delle bottiglie della DO compreso tra 10 e 20 euro, si può osservare come solamente il 6% di bar e ristoranti, situati ad una distanza maggiore di 25 km dal confine esterno della Denominazione considerata, abbia un prezzo medio superiore a 20 euro. Allontanandosi aumenta invece la percentuale di locali con un prezzo medio di vendita della Denominazione di Origine considerata, inferiore a 10 euro. Al contrario, con la riduzione della distanza, aumenta la porzione di locali con prezzo medio delle bottiglie della DOC o DOCG maggiore.

**Tabella 7. Rapporto tra distanza dal confine esterno della Denominazione e percentuale di bottiglie vendute della DO considerata**

Distanza	Percentuale di bottiglie della DO				
	Inferiore al 10%	Tra 10 e 20%	Tra 20 e 50%	Superiore al 50%	Totale
<b>Entro 5km</b>	24,07	29,63	37,96	8,33	100,00
<b>Tra 5 e 15km</b>	46,67	23,33	22,22	7,78	100,00
<b>Tra 15 e 25km</b>	53,06	30,61	14,29	2,04	100,00
<b>Maggiore di 25 km</b>	83,33	11,11	5,56	0,00	100,00

La tabella 7 esprime le percentuali di bottiglie vendute della Denominazione di Origine, all'interno dei locali, rapportate alla distanza di questi ultimi dal confine esterno della Denominazione. I valori ottenuti evidenziano come all'aumentare di tale distanza, all'interno di bar e ristoranti, diminuisca la percentuale di bottiglie della DO consumate, rispetto al consumo totale. Infatti, oltre i 25 km di distanza dal punto, non sono presenti bar e ristoranti con una percentuale di vendita di vino della DO superiore al 50%. Nel dettaglio, oltre tale distanza, l'83% delle attività commerciali monitorate presenta una percentuale di bottiglie vendute della DO inferiore al 10%.

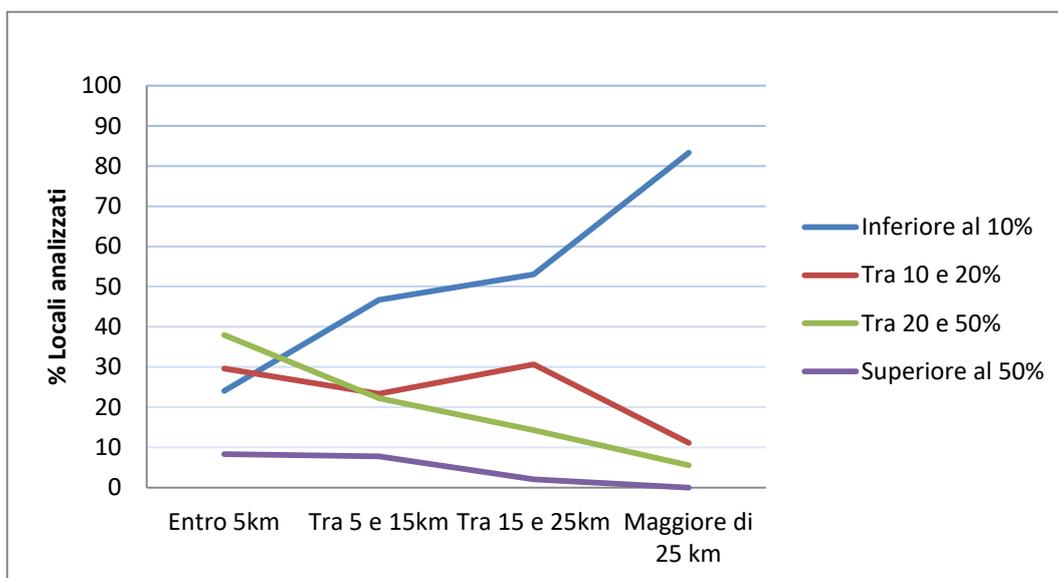
Tenendo in considerazione le attività con una vendita di bottiglie della DOC o DOCG superiore al 20% del totale delle vendite, si può notare come la loro presenza diminuisca all'aumentare della distanza. Viceversa, analizzando bar e ristoranti con una percentuale inferiore al 10% si osserva come questi aumentino (in termini percentuali rispetto al totale dei locali analizzati in quella fascia di distanza) all'aumentare della distanza.

Essendo invece l'intervallo tra 10 e 20% intermedio, si può notare come questo non sia influenzato dalla distanza.

Da tali osservazioni è possibile dedurre quindi che le vendite di vino delle Denominazioni analizzate, espressa in termini percentuali sul totale delle vendite di un esercizio, diminuisce all'aumentare della distanza.

Viene di seguito proposto il grafico 14 che analizza l'andamento delle vendite di vino delle Denominazioni di Origine considerate al variare della distanza, per ogni intervallo di percentuale di bottiglie della DO vendute in bar e ristoranti.

**Grafico 14. Rapporto tra vendite di vino della Denominazione e distanza dal confine esterno della DO**



Il grafico 14 esprime l'andamento dei locali caratterizzati dalla vendita per percentuale di bottiglie delle Denominazioni di Origine considerate. Si osserva infatti come il numero di locali caratterizzati da volumi di vendita elevati, diminuisca all'aumentare della distanza. Focalizzandosi soprattutto sulle curve rappresentanti i locali con volumi di vendita della Denominazione superiori al 20%, è infine possibile evidenziare una similarità con le curve caratterizzanti l'andamento della rendita agraria proposte dall'economista Von Thünen, descritto nel paragrafo 3.1.

### **3.5 Analisi del rapporto tra rendita delle aziende e distanza dalle Denominazioni di Origine considerate**

Dopo aver effettuato l'indagine riguardante il rapporto tra la distanza dal confine esterno della DOC/DOCG oggetto di studio ed i vari fattori legati alle vendite, è necessario valutare come la suddetta distanza impatti la rendita ottenibile da un'azienda vitivinicola, sui prodotti appartenenti alle DO interessate. Questo studio permette quindi di applicare il modello teorico di Von Thünen riguardante la localizzazione delle rendite con la differenza che, nel caso dello studio condotto dall'economista veniva valutata la rendita agricola, mentre in questo studio viene determinata la rendita derivante dalla vendita di una singola bottiglia di vino in bar e ristorante e la rendita dell'azienda.

### 3.5.1 Analisi dei costi di produzione e di trasporto

Per il calcolo della rendita è quindi necessario valutare i costi di produzione necessari per l'ottenimento del vino imbottigliato e confezionato. Grazie alla collaborazione di alcune aziende vitivinicole del territorio veneto è stato possibile definire i costi di produzione segmentati per ogni fase del processo (tabella 8). Tali dati si riferiscono al costo medio di produzione di un vino a DO rispettivamente nelle categorie bianco tranquillo, rosso e spumante che rientri in una fascia di prezzo di vendita compresa tra 10 e 20 euro. Si è deciso di adottare tale intervallo nell'analisi in quanto, come osservato nel paragrafo 3.3, oltre il 70% dei prodotti commercializzati in bar e ristoranti rientra in questa fascia di prezzo, che risulta pertanto rappresentativa del campione analizzato.

**Tabella 8. Costi di produzione vino**

COSTI di PRODUZIONE	TIPOLOGIA DI VINO (fascia prezzo € 10-20)		
	BIANCO TRANQUILLO	ROSSO	SPUMANTE
Costo uva (€/Kg)	€ 0,70	€ 0,70	€ 1,20
Costo vinificazione (€/bott.)	€ 0,02	€ 0,03	€ 0,02
Costo affinamento (€/bott.)	€ 0,01	€ 0,02	€ 0,01
Costo spumantizzazione (€/bott.)	/	/	€ 0,12
Costo imbottigliamento (€/bott.)	€ 0,45	€ 0,45	€ 0,65
Costo bottiglia (€/bott.)	€ 0,28	€ 0,28	€ 0,36
Costo tappo (e gabbietta) (€/bott.)	€ 0,24	€ 0,24	€ 0,49
Costo capsula (€/bott.)	€ 0,03	€ 0,03	€ 0,10
Costo etichette e fascette (€/bott.)	€ 0,14	€ 0,15	€ 0,12
Costo confezione (€/bott.)	€ 0,11	€ 0,11	€ 0,14
<b>Totale costo/bottiglia</b>	<b>€ 1,98/bott.</b>	<b>€ 2,01/bott.</b>	<b>€ 3,21/bott.</b>

Dall'analisi dei costi è quindi possibile ricavare un costo medio di 1,98 euro/bottiglia per i vini bianchi tranquilli, 2,01 euro/bottiglia per i vini rossi e 3,21 euro/bottiglia per gli spumanti. Per il calcolo della rendita viene utilizzato un costo di produzione pari a 2,40 euro/bottiglia ottenuto dalla media dei tre valori indicati per le diverse categorie.

Grazie ad una indagine caratterizzata dalla raccolta di dati a partire da aziende del settore logistico e settore vitivinicolo è stato osservato come il prezzo di trasporto per le piccole distanze non sia soggetto a variazione all'aumentare della distanza. Pertanto, è stato ipotizzato un prezzo medio di trasporto di 0,22 euro/bottiglia.

### **3.5.2 Analisi della rendita in base alla distanza**

Ottenuti quindi i dati necessari al calcolo della rendita è possibile effettuare l'applicazione pratica dello studio dell'economista Von Thünen. Con lo scopo di rappresentare graficamente (grafico 15) il rapporto tra rendita ottenibile dalla singola bottiglia di vino della DOC o DOCG e la distanza dal confine esterno della Denominazione considerata, è stata sviluppata una formula che segua la teoria dell'economista e che possa evidenziare il rapporto tra ricavi e distanza. Risulta necessario specificare che per il calcolo del prezzo di vendita in bar e ristoranti è stato considerato un ricarico medio da parte dei locali di 2,5 volte. Il prezzo considerato per il calcolo è di 15,00 euro in quanto valore intermedio della fascia di prezzo considerata (10 - 20 euro). Viene di seguito riportata la formula utilizzata per il calcolo della rendita per la singola bottiglia rapportata alla distanza.

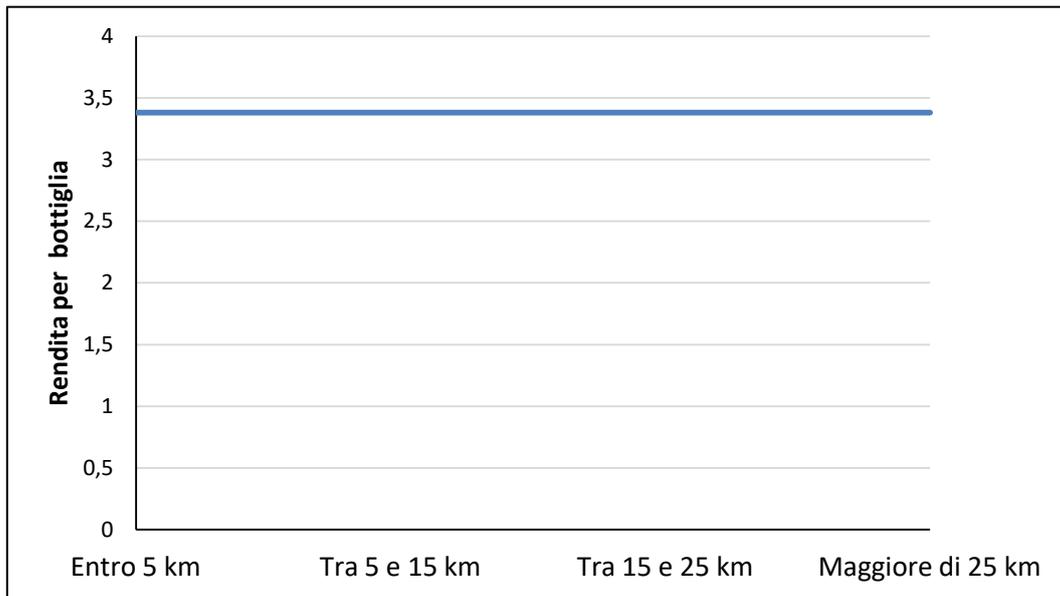
$$**Rendita = (Prezzo di vendita / ricarico) - costi di produzione - costi di trasporto**$$

Si applicano quindi i dati rilevati:

$$**Rendita = (€15,00 / 2,50) - €2,40 - € 0,22 = €3,38**$$

Effettuando quindi il calcolo della rendita per diverse distanze, tenendo presente che il costo di trasporto non varia per piccole distanze, si otterrà quindi la seguente rappresentazione grafica raffigurante l'andamento della rendita al variare della localizzazione delle attività commerciali (grafico 15).

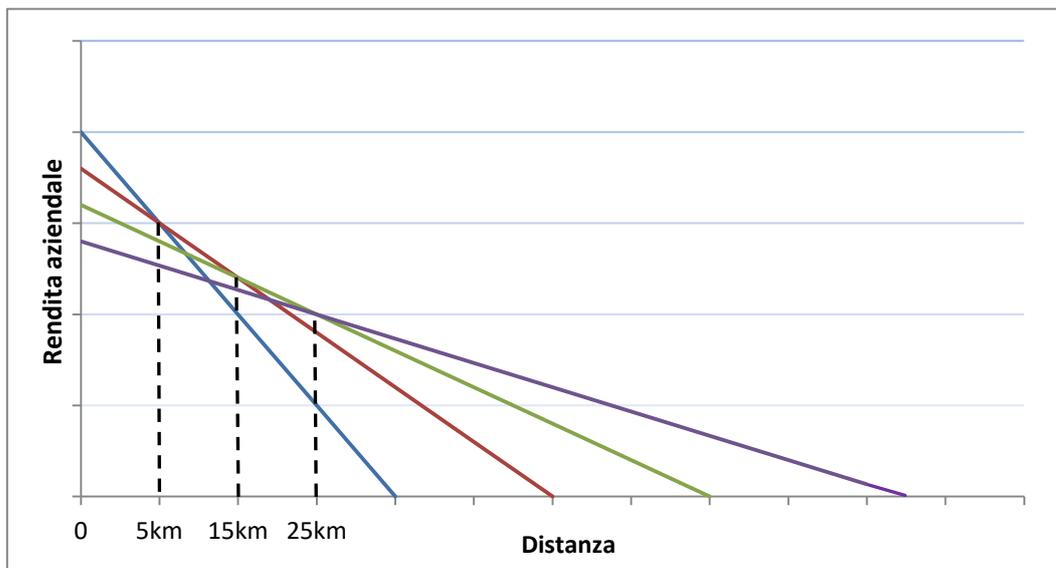
**Grafico 15. Andamento della rendita della singola bottiglia in base alla distanza con prezzo di trasporto fisso**



Dall'analisi del grafico, che per quanto detto precedentemente segue un andamento costante, si potrebbe ipotizzare che il modello di Von Thünen non possa essere applicato allo studio proposto, in quanto la distanza non porta ad una variazione della rendita.

In realtà la rendita della singola bottiglia non esprime la rendita globale ottenibile dall'azienda in quanto per valutare quest'ultima è necessario considerare tutti i fattori influenzanti i volumi venduti che intercorrono nel processo di commercializzazione delle bottiglie della Denominazione, osservati nel paragrafo 3.4. Pertanto, tenendo conto delle conclusioni derivate dal suddetto paragrafo ed applicando tutte le variabili considerate, è possibile sviluppare delle ipotetiche curve volte a rappresentare il reale rapporto tra ricavi ottenibili dalle aziende e distanza dal confine esterno della Denominazione. La pendenza di tali curve dipenderà dunque direttamente dai volumi di vendita e dalle variabili che li influenzano al variare della distanza.

**Grafico 16. Andamento dei ricavi totali delle aziende considerando la diminuzione dei volumi di vendita**



La diminuzione dei ricavi rappresentata dal grafico 16 è dunque dovuta al decremento dei volumi di vendita delle aziende all'aumentare della distanza, come esplicitato nel paragrafo 3.4. Pertanto, tenendo conto della significatività dei risultati ottenuti nella ricerca statistica effettuata sul campione di bar e ristoranti (paragrafo 3.4), che confermano come le variabili analizzate influenzino negativamente le vendite all'aumentare della distanza, è possibile ritenere valida l'applicazione del modello di Von Thünen. In particolare, il grafico 16 presenta quattro differenti curve atte a rappresentare l'ipotetica rendita di quattro aziende influenzate in modo diverso dalla distanza in quanto aventi diversi assetti e piani di commercializzazione che le portano a non avere la stessa marginalità economica. Andando nello specifico e volendo riportare esempi concreti, la curva blu con pendenza maggiore rappresenta un'impresa od un gruppo di imprese la cui rendita diminuisce maggiormente all'aumentare della distanza. Ne sono esempi quelle aziende di tipo locale che vendono i loro prodotti maggiormente o esclusivamente a clienti adiacenti al confine della DO. Al contrario, la curva viola rappresenta imprese la cui rendita globale risulta meno influenzata dall'aumentare della distanza e che, pertanto, hanno un assetto e dei piani di commercializzazione che gli permettono di vendere i propri prodotti a locali del canale Horeca situati anche a distanze superiori. Tuttavia, è utile notare che aumentando notevolmente la distanza, tutte le curve tenderanno all'annullamento delle rendite in quanto, alla diminuzione lineare dei volumi di vendita, si sommerà anche l'aumento del costo di trasporto. I punti di intersezione delle rette evidenziati alle distanze 5km, 15km e 25km potranno essere utilizzati per comprendere quale assetto aziendale garantisca una maggiore remunerazione per le vendite a quella determinata distanza.

### 3.6 Studio dei fattori che influenzano le vendite ed il consumo di vino all'interno di bar e ristoranti

Non è solamente la distanza ad influenzare lo sviluppo di una determinata Denominazione di Origine, in quanto ulteriori molteplici fattori possono essere correlati alle vendite di uno specifico prodotto. Nello studio, sono stati analizzati quindi i fattori legati alle vendite dei vini DOC e DOCG nel settore HoReCa, evidenziando come le caratteristiche delle attività commerciali possano impattare la diffusione, misurata in termini di volumi di vendita, dei prodotti a DO.

#### 3.6.1 Influenza sulle vendite di tutti i vini

Per l'analisi di alcuni di questi fattori, sono state sviluppate le tabelle 9 e 10 che mettono in relazione le caratteristiche dei locali con la percentuale di vendita delle bottiglie a Denominazione. Per il compimento di questa analisi non sono state considerate solamente le vendite delle otto DOC e DOCG oggetto di studio. Le percentuali riportate, infatti, si riferiscono in generale a tutti i vini a Denominazione, allo scopo di poter osservare se le caratteristiche di bar e ristoranti influenzino le vendite di tali prodotti indistintamente, a prescindere dalla Denominazione considerata.

**Tabella 9. Influenza del prezzo medio del pasto sulla percentuale delle bottiglie a Denominazione di Origine vendute nei ristoranti**

Prezzo medio del pasto	Percentuale delle bottiglie a Denominazione di Origine				
	Inferiore al 25%	Tra 25 e 50%	Tra 50 e 75%	Superiore al 75%	Totale
<b>Inferiore a 15 euro</b>	7,69	6,15	10,77	75,38	100,00
<b>Tra 15 e 30 euro</b>	3,36	16,11	23,49	57,05	100,00
<b>Tra 30 e 45 euro</b>	0,00	8,33	16,67	75,00	100,00
<b>Maggiore di 45 euro</b>	0,00	0,00	13,33	86,67	100,00

Analizzando la tabella 9 si può notare come la maggior parte dei ristoranti, indipendentemente dai prezzi del pasto, venda una elevata percentuale di bottiglie della Denominazione considerata. Tuttavia, dall'analisi dei dati, emerge che nei ristoranti il cui prezzo medio del pasto supera i 45 euro, la percentuale di bottiglie DOC o DOCG vendute non sia mai inferiore al 50%. Quasi l'87%

di questi ristoranti, infatti, presenta una percentuale di bottiglie a DO vendute superiore ai  $\frac{3}{4}$  del totale. Analizzando infine i ristoranti con prezzo medio del pasto inferiore a 15 euro, pertanto appartenenti alla fascia più bassa considerata nell'analisi, si può notare come in alcuni di questi (circa l'8%) almeno il 75% delle bottiglie vendute non appartenga ad alcuna Denominazione di Origine: tale porzione del campione, sebbene inferiore al 10%, risulta comunque maggiore che in altre fasce di prezzo, testimoniando una relazione tra questo fattore e le vendite di prodotti a DO.

Riassumendo, dallo studio della tabella 9 che relaziona le caratteristiche dell'offerta culinaria, in termini di prezzo del pasto, con le vendite dei vini a Denominazione, è emersa una correlazione seppur meno evidente che per altri fattori. Più specificatamente, si può dedurre che nei ristoranti con un prezzo medio del pasto maggiore, venga consumata di norma una percentuale maggiore di vini DOC o DOCG.

**Tabella 10. Influenza del numero di posti del locale sulle bottiglie vendute a Denominazione di Origine**

Numero di posti a sedere	Percentuale di bottiglie a Denominazione vendute				
	Inferiore al 25%	Tra 25 e 50%	Tra 50 e 75%	Superiore al 75%	Totale
<b>Meno di 50</b>	3,19	18,09	17,02	61,70	100,00
<b>Tra 50 e 100</b>	4,03	7,26	18,55	70,16	100,00
<b>Tra 100 e 300</b>	3,28	9,84	22,95	63,93	100,00
<b>Maggiore di 300</b>	0,00	12,50	12,50	75,00	100,00

La tabella 10 esamina il rapporto tra la dimensione del locale in termini di numero di posti a sedere e la percentuale di vino a Denominazione di Origine venduto. Nonostante nella fascia di locali con un numero di posti superiore a 300 si denoti una frazione leggermente maggiore di bar e ristoranti in cui si consuma più del 75% di vino DOC o DOCG, non vengono evidenziate particolari correlazioni tra le due variabili considerate.

È possibile quindi dedurre che le vendite di vino a Denominazione di Origine, valutate all'interno del campione considerato, non sono significativamente legate alla dimensione dei locali.

### 3.6.2 Influenza sulle vendite delle Denominazioni di Origine studiate

Dopo aver effettuato una analisi atta a evidenziare le caratteristiche dei locali che influenzano il consumo del vino a Denominazione indipendentemente dal nome della DOC e DOCG, vengono di seguito analizzati (tabelle 11 e 12) i fattori che, all'interno dei locali, influenzano le vendite di vino con specifico riferimento alle otto Denominazioni di Origine oggetto dell'analisi statistica.

**Tabella 11. Influenza del prezzo medio del pasto sul prezzo medio dei vini delle Denominazioni di Origine considerate**

Prezzo medio del pasto	Prezzo medio ponderato dei vini della Denominazione				
	Inferiore a 10 euro	Tra 10 e 20 euro	Tra 20 e 30 euro	Maggiore di 30 euro	Totale
<b>Inferiore a 15 euro</b>	25,00	66,67	8,33	0,00	100,00
<b>Tra 15 e 30 euro</b>	13,16	72,37	14,47	0,00	100,00
<b>Tra 30 e 45 euro</b>	2,50	60,00	32,50	5,00	100,00
<b>Maggiore di 45 euro</b>	0,00	50,00	30,00	20,00	100,00

Dall'interpretazione della tabella 11 è possibile dedurre la presenza di una relazione tra il prezzo medio del pasto all'interno dei ristoranti e il prezzo delle bottiglie vendute delle otto Denominazioni. Nonostante la maggior parte dei vini venduti abbia un prezzo compreso tra 10 e 20 euro in tutti i locali, si può notare come nei locali in cui il prezzo medio del pasto è maggiore di 30 euro, venga venduta una frazione maggiore di bottiglie con un prezzo elevato. La percentuale di bottiglie con un valore di mercato inferiore a 10 euro, ossia nella fascia minore considerata, aumenta invece nei ristoranti con prezzo medio di pasto inferiore a 15 euro.

**Tabella 12. Rapporto tra tipo di cucina del ristorante e percentuale di bottiglie vendute delle Denominazioni considerate**

Tipo di cucina	Percentuale di bottiglie delle Denominazioni vendute				
	Inferiore al 10%	Tra 10 e 20%	Tra 20 e 50%	Superiore al 50%	Totale
<b>Europea ed extra-europea</b>	40,00	20,00	30,00	10,00	100,00
<b>Italiana</b>	35,48	17,74	38,71	8,06	100,00
<b>Tradizionale veneta</b>	42,39	30,43	21,74	5,43	100,00

La tabella 12 i cui dati delle vendite sono riferiti solamente alle Denominazioni di Origine studiate, rappresenta la variazione dei consumi di tali prodotti all'interno dei ristoranti in relazione alla diversa offerta gastronomica. Nonostante non vi siano evidenti differenze determinate dalla tipologia di cucina, osservando i locali con percentuali di vendita del vino delle Denominazioni superiori al 20%, si notano alcune significative diversità. Infatti, mentre tra i locali che offrono cucina tradizionale veneta, circa il 28% ha raggiunto volumi superiori al 20%, per entrambe le altre tipologie di cucina offerte, la frazione di locali che supera la suddetta soglia di vendita risulta superiore al 40%.

È possibile tuttavia concludere che le vendite di bottiglie delle DOC e DOCG considerate, riferite ai 290 ristoranti esaminati, non siano influenzate in modo lineare dalla tipologia di cucina proposta.

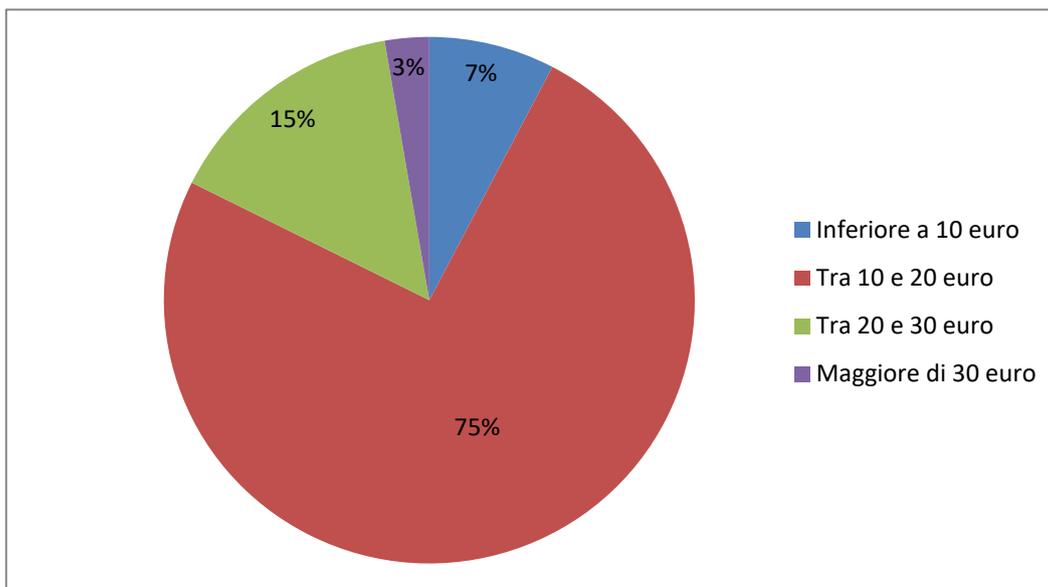
### **3.7 Analisi dei prodotti concorrenziali**

#### **3.7.1 Caratteristiche dei prodotti concorrenziali**

Uno dei più importanti fattori che influenzano la diffusione di una Denominazione di Origine è la concorrenza, in quanto potrebbe rappresentare un ostacolo per la capacità di una Denominazione di propagarsi nel territorio. Risulta quindi necessario analizzare i prodotti concorrenziali in modo tale da apprendere come questi impattino la DOC o DOCG considerata. Per fare ciò, sono stati esaminati i volumi venduti all'interno di bar e ristoranti, focalizzandosi sul rapporto tra le vendite della Denominazione di Origine e quelle degli altri prodotti.

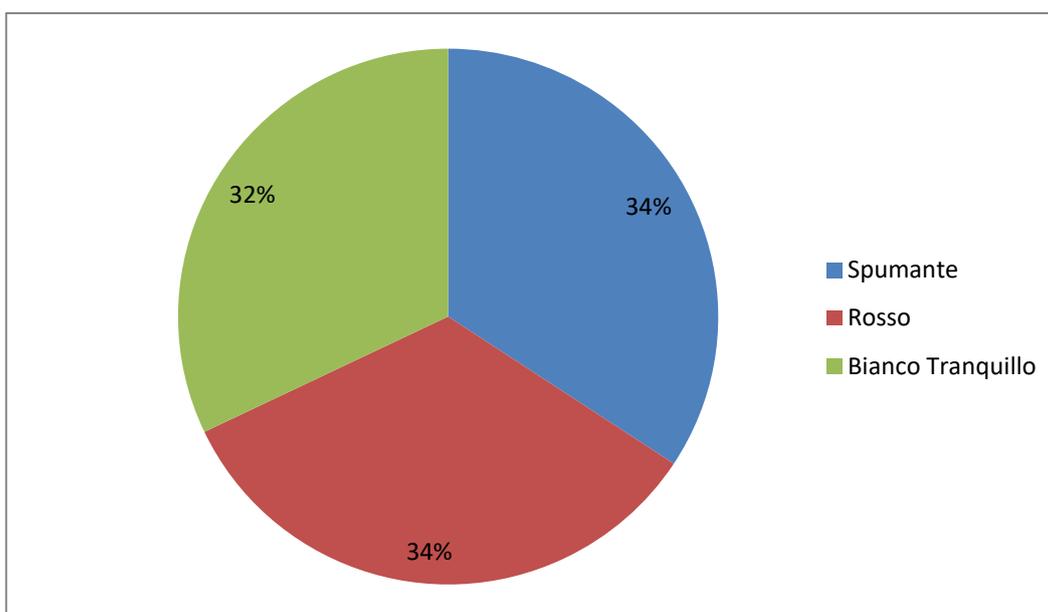
Vengono proposti di seguito due grafici che indicano le caratteristiche dei prodotti concorrenziali in termini rispettivamente di prezzo medio (grafico 17) e tipologia (grafico 18).

**Grafico 17. Prezzo medio dei prodotti concorrenziali**



Il grafico 17 esprime la distribuzione dei prodotti concorrenziali in termini di prezzo. La maggioranza delle bottiglie (75%) viene venduta in bar e ristoranti ad un prezzo compreso tra 10 e 20 euro; un ulteriore 15% ad un prezzo compreso tra 20 e 30 euro, mentre meno consumati sono i prodotti con un prezzo inferiore a 10 euro (7%) e superiore a 30 euro (3%) a bottiglia. La distribuzione dei prezzi di questi prodotti è simile a quella delle bottiglie delle Denominazioni di Origine analizzate (paragrafo 3.3). Si può pertanto dedurre che, non essendoci particolare differenza, il prezzo non influenza notevolmente la scelta da parte del consumatore, del vino da acquistare.

**Grafico 18. Tipologie di prodotti concorrenziali**



Il grafico 18 permette invece di osservare come i prodotti concorrenziali alle Denominazioni di Origine studiate siano di tre tipologie: Spumante, Bianco tranquillo e Rosso. Dall'analisi delle percentuali, è possibile notare come le 3 categorie siano in totale equilibrio tra loro.

### **3.7.2 Analisi delle principali Denominazioni di Origine concorrenziali**

Dopo aver terminato l'analisi delle caratteristiche generali dei prodotti concorrenziali, ci si sofferma sull'esame delle principali DOC e DOCG concorrenti. Per condurre questo studio, le otto Denominazioni oggetto di analisi sono state divise in base all'area su cui si sviluppano:

- 1- Area Asolo Montello: Asolo Prosecco DOCG, Montello DOCG, Montello e Colli Asolani DOC;
- 2- Area Breganze: Breganze DOC;
- 3- Area Colli Euganei: Colli Euganei DOC, Fior d'Arancio Colli Euganei DOCG;
- 4- Area Colli di Conegliano: Colli di Conegliano DOCG;
- 5- Area Terra dei Forti: Valdadige Terradeiforti DOC.

Di seguito, per ognuno di questi gruppi, vengono indicate le principali Denominazioni di Origine concorrenti.

Inoltre, per ognuna delle otto DO, viene rappresentata una tabella brevemente descritta di seguito. Definisce la frazione di locali esaminati dal campione statistico, per fasce percentuali di bottiglie vendute delle principali DOC e DOCG concorrenti. Tale percentuale è riferita all'insieme delle vendite della Denominazione in esame e delle DO concorrenziali elencate. Nonostante all'interno dei 561 locali vengano commercializzati anche altri vini oltre a quelli successivamente elencati, risulta necessario confrontare le vendite delle otto DO analizzate con quelle riguardanti i prodotti delle principali Denominazioni di Origine concorrenziali. Infatti queste rappresentano un ostacolo alla diffusione, poiché possono creare interferenze dal punto di vista territoriale, data la distanza limitata tra le diverse DO, oppure perché i prodotti di queste presentano caratteristiche organolettiche simili ai vini delle DOC e DOCG a cui si riferisce lo studio.

## 1. Asolo Montello

Principali DOC e DOCG concorrenziali:

- Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG
- Piave DOC
- Breganze DOC
- Venezia DOC
- Lessini Durello DOC
- Gambellara DOC
- Colli Euganei DOC
- Colli Berici DOC

**Tabella 13. Percentuale di vendita delle DOC e DOCG concorrenti**

<b>% di bottiglie delle DO concorrenti</b>	<b>Percentuale locali</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore al 25%	0,00	0,00
Tra 25 e 50%	0,00	0,00
Tra il 50 e 75%	14,05	14,05
Superiore al 75%	85,95	100,00

## 2. Breganze

Principali DOC e DOCG concorrenziali:

- Montello e Colli Asolani DOC
- Lessini Durello DOC
- Gambellara DOC
- Valpolicella DOC
- Colli Euganei DOC
- Colli Berici DOC
- Soave DOC

**Tabella 14. Percentuale di vendita delle DOC e DOCG concorrenti**

<b>% di bottiglie delle DO concorrenti</b>	<b>Percentuale locali</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore al 25%	9,76	9,76
Tra 25 e 50%	8,54	18,29
Tra 50 e 75%	13,41	31,71
Superiore al 75%	68,29	100,00

### 3. Colli Euganei

Principali DOC e DOCG concorrentziali:

- Colli Berici DOC
- Merlara DOC
- Bagnoli DOC
- Corti Benedettine del Padovano DOC
- Riviera del Brenta DOC
- Breganze DOC

**Tabella 15. Percentuale di vendita delle DOC e DOCG concorrenti**

<b>% di bottiglie delle DO concorrenti</b>	<b>Percentuale locali</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore al 25%	69,63	69,63
Tra 25 e 50%	6,67	76,30
Tra 50 e 75%	6,67	82,96
Superiore al 75%	17,04	100,00

#### 4. Colli di Conegliano

Principali DOC e DOCG concorrenziali:

- Montello e Colli Asolani DOC
- Piave DOC
- Friuli grave DOC

**Tabella 16. Percentuale di vendita delle DOC e DOCG concorrenti**

<b>% di bottiglie delle DO concorrenti</b>	<b>Percentuale locali</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore al 25%	23,26	23,26
Tra 25 e 50%	6,98	30,23
Tra 50 e 75%	2,33	32,56
Superiore al 75%	67,44	100,00

#### 5. Valdadige Terradeiforti

Principali DOC e DOCG concorrenziali:

- Trentino DOC
- Teroledego Rotaliano DOC
- Casteller DOC
- Lugana DOC
- Bardolino DOC
- Valpolicella DOC

**Tabella 17. Percentuale di vendita delle DOC e DOCG concorrenti**

<b>% di bottiglie delle DO concorrenti</b>	<b>Percentuale locali</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore al 25%	0,00	0,00
Tra 25 e 50%	0,00	0,00
Tra 50 e 75%	1,10	1,10
Superiore al 75%	98,90	100,00

Dall'analisi delle tabelle 13, 14, 15, 16, 17 sopra riportate si osserva come nelle DOC e DOCG delle aree Asolo Montello, Colli di Conegliano, Breganze e Terra dei Forti siano in numero maggiore i bar e ristoranti in cui le vendite riferite ai prodotti delle Denominazioni di Origine concorrenti prevalgono nettamente su quelle dei vini della/e DO in esame. Dallo studio delle vendite riferite alle DOC e DOCG Colli Euganei è invece stato rilevato che in quasi il 70% dei locali sondati le vendite dei prodotti concorrenziali sono nettamente inferiori a quelle della Denominazione. Ciò significa che i consumi di vino della DOC e della DOCG euganee si impongono su quelli dei principali prodotti concorrenti.

### 3.7.3 Analisi del rapporto tra distanza e concorrenza

Dopo aver condotto, nel paragrafo precedente, l'analisi dei prodotti concorrenziali delle otto Denominazioni divise per area, viene ora esaminata l'influenza della concorrenza sulla diffusione delle DO andando ad analizzare le otto DOC e DOCG simultaneamente in modo tale da avere un campione maggiormente rappresentativo (561 tra bar e ristoranti). Più specificatamente, viene analizzato (tabella 18) il rapporto tra la distanza dal confine esterno delle Denominazioni considerate e la percentuale delle vendite delle principali Denominazioni di Origine concorrenziali calcolata sulla somma delle vendite di tali DO con quelle delle Denominazioni oggetto di studio.

**Tabella 18. Rapporto tra distanza dalla Denominazione di Origine e percentuale di prodotti concorrenziali venduti nei locali**

Distanza	Percentuale di prodotti concorrenziali venduti				
	Inferiore al 25%	Tra 25 e 50%	Tra 50 e 75%	Superiore al 75%	Totale
<b>Entro 5km</b>	30,26	3,95	15,13	50,66	100,00
<b>Tra 5 e 15km</b>	23,75	6,25	4,38	65,63	100,00
<b>Tra 15 e 25km</b>	18,52	2,78	6,48	72,22	100,00
<b>Maggiore di 25 km</b>	15,38	0,00	3,85	80,77	100,00

Analizzando la tabella 18, ed in particolare gli intervalli “Inferiore al 25%” e “Superiore al 75%”, riferiti alla percentuale di bottiglie vendute delle principali Denominazioni di Origine concorrenti, si osserva come all'aumentare della distanza aumenti la frequenza di locali con una vendita elevata di prodotti delle principali DOC e DOCG concorrenziali mentre diminuisce quella dei locali con

volumi di vendita inferiori delle stesse. Si può quindi dedurre che, dato che la percentuale delle vendite si riferisce alla somma tra i prodotti dei principali concorrenti e quelli delle Denominazioni in esame, all'aumentare della distanza i bar e ristoranti in cui le vendite dei vini della DOC o DOCG esaminata prevalgono su quelle delle DO concorrenti saranno meno frequenti.

Questo aspetto permette di capire che i prodotti concorrenziali ostacolano la diffusione delle Denominazioni nel territorio. Questo accade perché allontanandosi dalla DOC o DOCG considerata, ci si avvicina maggiormente ad una Denominazione di Origine concorrente. Infatti la selezione dei principali concorrenti è stata effettuata tenendo presente soprattutto la loro posizione.

### **3.8 Analisi dei punti di forza e debolezza delle Denominazioni di Origine studiate**

Il questionario somministrato ai gestori dei 561 bar e ristoranti campionati prevedeva anche l'analisi dei punti di forza della Denominazione di Origine oggetto di studio. A tale proposito è stato richiesto ai gestori di esprimere il proprio accordo oppure disaccordo nei confronti di tre possibili punti di forza, delle DOC o DOCG analizzate, che potrebbero facilitarne la diffusione nel territorio.

Punti di forza analizzati:

- Rapporto qualità/prezzo (grafico 19)
- Conoscenza del prodotto (grafico 20)
- Miglioramento del prodotto (grafico 21)

Per ognuno di questi tre aspetti, i 561 intervistati hanno espresso il loro parere dichiarando se fossero d'accordo o in disaccordo con il fatto che alcuni fattori possano impattare positivamente la diffusione della Denominazione di Origine in questione.

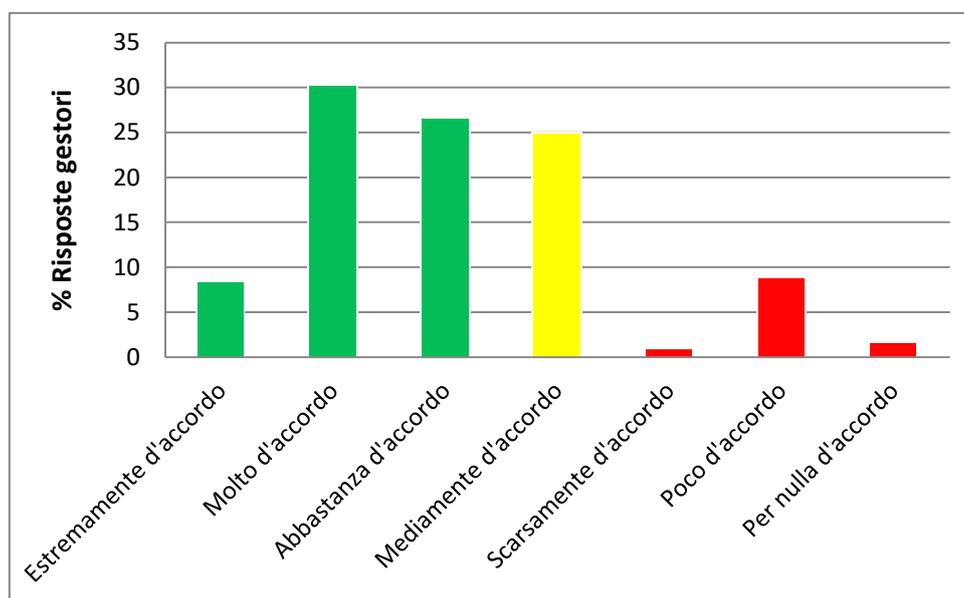
Tale indagine è stata sviluppata sulla base di 7 possibili risposte di seguito elencate:

- Estremamente d'accordo
- Molto d'accordo
- Abbastanza d'accordo
- Mediamente d'accordo
- Scarsamente d'accordo
- Poco d'accordo
- Per nulla d'accordo

Vengono di seguito proposti i grafici 19, 20, 21 che analizzano il parere degli amministratori dei bar e dei ristoranti in merito ai tre possibili punti di forza.

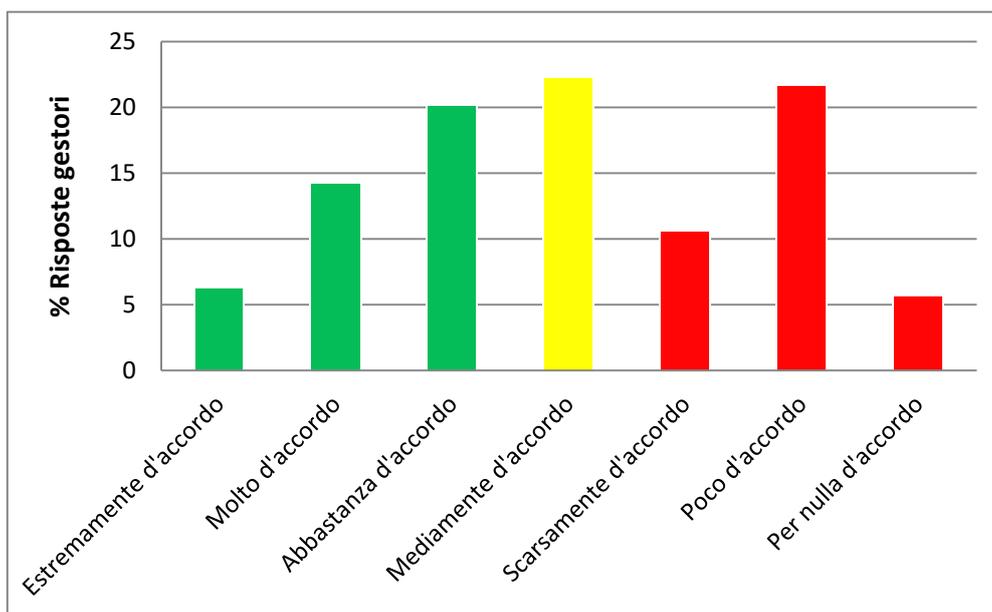
Per lo sviluppo di questi grafici, sono stati analizzati congiuntamente i dati rilevati dallo studio delle otto Denominazioni di Origine considerate. Risulta importante sottolineare questa peculiarità dell'analisi in quanto lo scopo dello studio è quello di poter utilizzare i risultati ottenuti per trarre conclusioni applicabili a tutte le DOC e DOCG venete che presentino caratteristiche simili a quelle considerate in questo studio, in termini di dimensioni.

**Grafico 19. Influenza del rapporto qualità-prezzo sullo sviluppo delle Denominazioni venete analizzate**



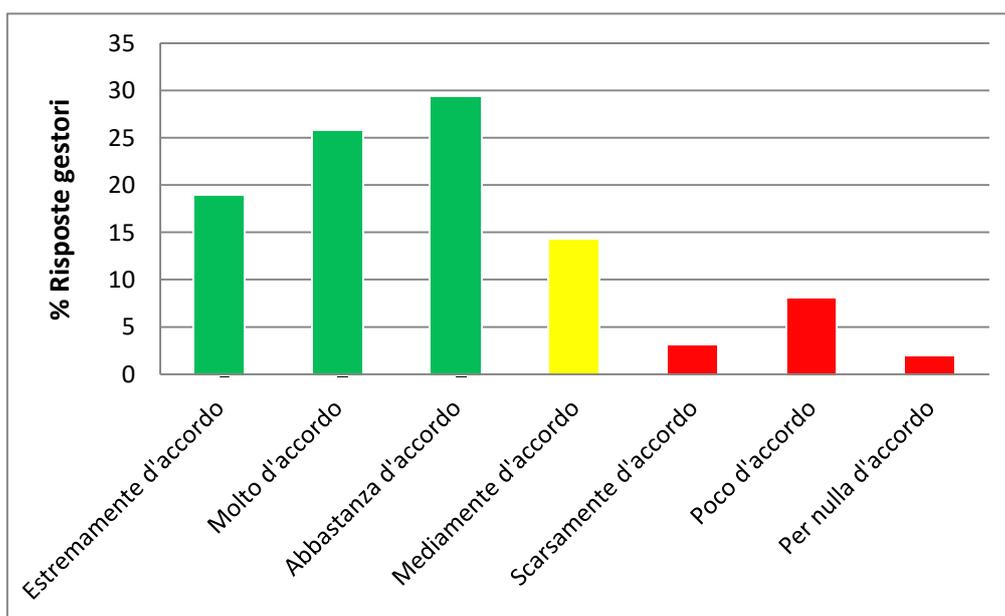
Il grafico 19 evidenzia come, per buona parte (circa il 65%) dei 561 gestori, la diffusione della Denominazione di Origine analizzata è influenzata positivamente dal rapporto qualità prezzo dei prodotti. Solamente una minima frazione degli interrogati ha definito questo aspetto come uno svantaggio per lo sviluppo territoriale della DO. Circa il 25%, infine, ritiene che questo non sia un fattore che influenza, nè positivamente nè negativamente, le vendite della Denominazione di Origine.

**Grafico 20. Influenza della conoscenza del prodotto sullo sviluppo delle Denominazioni venete analizzate**



Dall'osservazione del grafico 20, si evince che, secondo gli intervistati, non tutte le otto Denominazioni di Origine analizzate garantiscono una conoscenza dei propri prodotti tale da permetterne la diffusione con maggiore facilità all'interno di bar e ristoranti. Alcuni gestori dei locali hanno infatti affermato che i vini della Denominazione esaminata, non siano abbastanza conosciuti e, di conseguenza, non vengono consumati frequentemente nei propri locali.

**Grafico 21. Influenza del processo di miglioramento del prodotto sullo sviluppo delle Denominazioni venete analizzate**



Dalle percentuali delle risposte riportate nel grafico 21 è possibile dedurre che i prodotti delle otto Denominazioni abbiano conosciuto negli anni un miglioramento qualitativo, che ne ha facilitato la diffusione nel territorio. Solamente una piccola quota dei 561 gestori ha invece affermato che i prodotti della Denominazione di Origine in esame non abbiano subito migliorie in termini qualitativi e che pertanto trovino difficoltà nella loro diffusione. Parte degli intervistati ritiene infine che questo aspetto non influenzi il processo di sviluppo territoriale delle vendite della DOC o DOCG considerata.



## CONCLUSIONI

Dall'analisi statistica svolta nello studio presente al capitolo 3, è stato possibile trarre importanti risultati riguardanti le dinamiche di vendita delle otto Denominazioni di Origine esaminate. Tali esiti potranno essere utilizzati al fine di sviluppare un'analisi dettagliata che consenta di descrivere il meccanismo di diffusione delle DOC e DOCG del Veneto.

Tramite l'analisi proposta nei paragrafi 3.4 e 3.5, che ha permesso di evidenziare i rapporti tra vendita e distanza dalle DO considerate, è stata confermata la validità dell'applicazione del modello di localizzazione della rendita di Von Thünen, seppur evidenziando una particolare differenza. Infatti, mentre nel caso della teoria sviluppata dall'economista tedesco la diminuzione della rendita è attribuita all'aumento dei costi di trasporto (al crescere della distanza), nel caso studio proposto, data l'influenza non sufficientemente apprezzabile dei costi di trasporto causa la ridotta distanza dei campioni analizzati (grafico 15, paragrafo 3.5), la diminuzione del guadagno che le imprese del comparto vitivinicolo possono ottenere, è dovuto alla decrescita del volume di vendita all'aumentare della distanza dalla Denominazione considerata (grafico 16, paragrafo 3.5). Il decremento del flusso delle vendite è stato ottenuto considerando il numero e la percentuale di bottiglie vendute all'interno dei 561 locali analizzati. Un ulteriore fattore di diminuzione del guadagno all'aumentare della distanza è infine rappresentato dalla riduzione del prezzo medio delle bottiglie vendute. La conseguenza diretta di tale fenomeno, infatti, è direttamente riconducibile ad un incremento del "peso" dei costi di produzione sulla rendita aziendale con conseguente riduzione del margine di guadagno. L'insieme di questi tre fattori, in sintesi, determina una diminuzione notevole della rendita ottenibile dalle imprese all'aumentare della distanza tra il punto in cui avviene la vendita ed il confine esterno della Denominazione di Origine.

Analizzato questo importante aspetto, è stato possibile indagare i fattori impattanti le vendite all'interno di bar e ristoranti. In particolare, è emerso che, nei ristoranti, le vendite di tutte le Denominazioni di Origine sono influenzate dal prezzo del pasto proposto dal locale. Infatti, dallo studio del rapporto tra prezzo medio ponderato delle bottiglie vendute, riferite alle otto DOC e DOCG oggetto di indagine, e prezzo medio del pasto (tabella 11, paragrafo 3.6) è stato possibile evidenziare come quest'ultimo influisca positivamente sul prezzo di vendita delle bottiglie stesse. Un secondo fattore determinante per la diffusione territoriale delle DO è rappresentato dalla concorrenza esercitata dalle Denominazioni di Origine adiacenti al territorio delle DOC e DOCG oggetto d'analisi, osservabile nel paragrafo 3.7.

Per ottenere uno studio maggiormente approfondito sui meccanismi di diffusione delle Denominazioni di Origine, sono stati inoltre valutati i pareri dei gestori dei 561 locali analizzati in merito ai fattori che possono aver facilitato lo sviluppo delle DOC e DOCG analizzate (paragrafo 3.8). Tale indagine ha evidenziato come la maggior parte degli intervistati attribuisca particolare importanza, per lo sviluppo della Denominazione, al miglioramento che i prodotti hanno subito nel tempo ed al loro rapporto qualità prezzo. Per contro, alcuni di essi hanno invece evidenziato la scarsa conoscenza del prodotto come un possibile fattore limitante.

Lo studio di questi elementi ed i conseguenti risultati ottenuti potrebbero essere utili per sviluppare efficaci strategie di marketing e comunicazione per i prodotti a DO a livello aziendale, così da poter aumentare i flussi di vendita all'interno del canale HoReCa, orientando la modalità di commercializzazione dei vini a Denominazione e rendendo così più redditizie le attività di impresa. Gli aspetti precedentemente valutati potrebbero inoltre agevolare le azioni di valorizzazione e pubblicizzazione effettuate dai Consorzi di Tutela delle Denominazioni di Origine. La maggiore efficacia delle azioni svolte a livello aziendale e a livello di Denominazione può garantire una maggiore diffusione delle piccole e medie DOC e DOCG venete, la cui espansione risente sempre più dell'influenza delle grandi Denominazioni di Origine.

La crescita delle Denominazioni di Origine garantisce inoltre uno sviluppo del territorio in cui esse sono situate, dal punto di vista economico, culturale e sociale. Una maggiore diffusione della DO determinerebbe infatti una maggiore affluenza di visitatori ed acquirenti permettendo un aumento delle vendite a livello aziendale ma anche uno sviluppo del settore turistico, il quale, soprattutto in alcune aree del Veneto, è strettamente legato al settore vitivinicolo.

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- Antoniazzi P., Costacurta A., Giorgessi F., Lavezzi A., , Sancassani G., Tomasi D. (2004), *Guida per il viticoltore*, Azienda Regionale Veneto agricoltura (Padova), 70-72.
- ARPAV (2011), *Il clima in Veneto*, visionabile nel sito: <https://www.arpa.veneto.it/> .
- Barisan L., Boatto V., Pomarici E. (2020), *Rapporto economico 2020*, Distretto del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG.
- Bertagnin L., Berto, Federici F., Soini F., Trentin M., Vettore D. (2019), Raccolta Dati per Tesi di Laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche, Università di Padova.
- Bianchin F., Favero C., Gaiotti F., Marcuzzo P., Peressini A., Scienza A., Tomasi D. (2016), *L'eredità della Serenissima*, Veneto agricoltura, 17-34; 51-59.
- Bryan D., O'Kelly M. (1996), *Agricultural location theory:Thünen's contribution to economic geography*, *Progress in Human Geography*, The Ohio State University, 457-475.
- Brugnatelli G., Configliachi P. (1820), *Giornale di Fisica, Chimica, Storia Naturale, Medicina ed Arti*, Pavia, Fusi.
- Cancellier S., Coletti A., Coletti M., Giacobbi P., Michelet E., Soligo S., Stocco A. (2003), *Vecchi vitigni del Veneto*, Azienda Regionale Veneto Agricoltura.
- Champion, A.G., (1979), *Antecedents of Von Thünen*, Area 11, 258.
- Comunicazione personale con Franca Miotti, referente dell'Azienda Firmino Miotti.
- Consorzio di tutela Asolo Montello, visionabile nel sito: <https://www.asolomontello.it/>.
- Consorzio di tutela Breganze, visionabile nel sito: <https://www.breganzedoc.it/>.
- Consorzio di tutela Colli di Conegliano, visionabile nel sito: <http://www.colliconegliano.it/it/>.
- Consorzio di tutela Colli Euganei, visionabile nel sito: <https://www.collieuganeidoc.com/>.
- Consorzio di tutela Valdadige Terradeiforti, visionabile nel sito:  
<https://www.uvive.it/zone-econsorzi/consorzio-di-tutela-vini-terradeiforti-valdadige~19.html>.
- Corazzina E. (2018), *Coltivare la vite, tradizione innovazione sostenibilità*, L'informatore agrario (Padova), 137-146.
- Federdoc (2020), visionabile nel sito: <https://www.federdoc.com/>.
- Furegon L.(2020), *Vendemmia 2020*, Avepa, visionabile nel sito:  
<https://www.venetoagricoltura.org/wp-content/uploads/2020/12/furegon.pdf>.
- Horeca (2020), visionabile nel sito: <https://www.horeca.it/mondo-horeca-1>.
- ISTAT (2022), visionabile nel sito: <http://dati.istat.it/>.

- Liviero A., Severini N. (2021), *Il comparto vitivinicolo veneto Report 2021*, Veneto agricoltura  
<https://www.venetoagricoltura.org/wp-content/uploads/2021/04/News-produzioni-2021-1.pdf>.
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Asolo Prosecco”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=2fbe6bd4-0cf2-4e12-9cb4-f9147434c6c0&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=2fbe6bd4-0cf2-4e12-9cb4-f9147434c6c0&groupId=10701).
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Breganze”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=72515086-980a-498f-8e42-1ea46c00ba1f&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=72515086-980a-498f-8e42-1ea46c00ba1f&groupId=10701).
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Colli Euganei”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=4efcad5f-fbda-4226-8397-340fb7613488&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=4efcad5f-fbda-4226-8397-340fb7613488&groupId=10701).
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Collie Euganei Fior d’Arancio”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=12f406d8-2a62-4140-b253-ab11fea07c9b&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=12f406d8-2a62-4140-b253-ab11fea07c9b&groupId=10701).
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Colli di Conegliano”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=8f4ad67b-85c3-40d9-b060-cbbf8f1d86d1&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=8f4ad67b-85c3-40d9-b060-cbbf8f1d86d1&groupId=10701).
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Montello e Colli Asolani”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=9ce4405d-a897-4e57-9d68-87ebb8dd83a5&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=9ce4405d-a897-4e57-9d68-87ebb8dd83a5&groupId=10701).
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Montello Rosso”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=38afadd4-b2ba-45de-a44d-cdbdf413fb33&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=38afadd4-b2ba-45de-a44d-cdbdf413fb33&groupId=10701).
- Mipaaf (2014), Disciplinare di produzione “Valdadige Terradeiforti”, scaricabile dal sito:  
[https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=8126d5f2-234d-49cb-adff-c4697715caa2&groupId=10701](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=8126d5f2-234d-49cb-adff-c4697715caa2&groupId=10701).
- Sinclair R. (1967), *Von Thünen and Urban Sprawl*, Association of American Geographers, vol. 57, 72-87.
- SISTAR (2022), visionabile nel sito: <https://statistica.regione.veneto.it/>.
- Toovey Walker R. (2021), *Geography, Von Thünen, and Tobler’s first law: tracing the evolution of a concept*, Geographical Review  
 DOI: 10.1080/00167428.2021.1906670.
- Von Thünen J. H. (1910), *Der Isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt..

## APPENDICE

### Allegato 1. Statistica descrittiva riguardante il numero di bottiglie vendute nei locali per tipologia di vino delle Denominazioni

#### Asolo Montello

	N	Media	Dev. Standard	Minimo	Massimo
N° bottiglie Asolo Prosecco DOCG Dry/Extra dry	48	534,37	474,47	60	2200
N° bottiglie Asolo Prosecco DOCG Brut/Extra brut	3	166,66	125,83	50	300
N° bottiglie Montello Rosso DOCG	26	574,80	585,13	25	2100
N° bottiglie Montello Rosso DOCG Superiore	9	190,00	151,82	30	400
N° bottiglie Montello e Colli Asolani DOC	29	259,31	239,26	40	900
N° bottiglie Recantina DOC	25	198,20	204,53	30	800

#### Breganze

N° bottiglie Torcolato Breganze DOC	15	40,86	46,78	3	180
N° bottiglie Torcolato Breganze DOC Riserva	1	100,00	/	100	100
N° bottiglie Vespaiolo Breganze DOC	31	134,93	284,80	2	1505
N° bottiglie Vespaiolo Breganze DOC Superiore	4	36,00	11,43	24	50
N° bottiglie Vespaiolo Breganze DOC Spumante	3	266,66	288,67	100	600
N° bottiglie Cabernet Breganze DOC	26	103,23	133,24	4	500
N° bottiglie Cabernet Breganze DOC Superiore	7	219,14	204,82	24	600
N° bottiglie Cabernet Breganze DOC Riserva	9	146,33	268,63	5	842
N° bottiglie Breganze DOC Altri tipi	16	145,75	298,39	10	1199

#### Colli Euganei

N° bottiglie Fior D'arancio Colli Euganei DOCG Secco	8	62,62	96,94	5	300
N° bottiglie Fior D'arancio Colli Euganei DOCG Spumante	89	97,92	219,68	4	2000
N° bottiglie Fior D'arancio Colli Euganei DOCG Passito	18	19,88	13,82	2	45

N° bottiglie Bianco Colli Euganei DOC Fermo	32	102,20	68,96	10	250
N° bottiglie Bianco Colli Euganei DOC Spumante	7	143,42	114,72	22	300
N° bottiglie Rosso Colli Euganei DOC	33	69,81	59,49	10	230
N° bottiglie Rosso Colli Euganei DOC Riserva	14	46,64	23,99	10	100
N° bottiglie Moscato Colli Euganei DOC Fermo	19	56,26	61,17	4	250
N° bottiglie Moscato Colli Euganei DOC Spumante	7	41,00	43,45	6	120
N° bottiglie Serprino Colli Euganei DOC Frizzante	37	188,04	165,89	6	600
N° bottiglie Serprino Colli Euganei DOC Spumante	9	97,33	78,03	12	220
N° bottiglie Chardonnay Colli Euganei DOC	17	55,23	72,87	2	300
N° bottiglie Merlot Colli Euganei DOC	33	68,60	57,60	5	220
N° bottiglie Merlot Colli Euganei DOC Riserva	6	29,50	13,44	15	50
N° bottiglie Cabernet Colli Euganei DOC	27	66,59	62,93	5	222
N° bottiglie Cabernet Colli Euganei DOC Riserva	9	56,00	43,82	18	150
N° bottiglie Cabernet franc Colli Euganei DOC	15	41,13	30,95	8	100
N° bottiglie Cabernet franc Colli Euganei DOC Riserva	3	26,66	10,26	18	38
N° bottiglie Cabernet sauvignon Colli Euganei DOC	15	69,53	56,03	6	150
N° bottiglie Cabernet sauvignon Colli Euganei DOC Riserva	7	27,71	18,66	10	60
N° bottiglie Pinot bianco Colli Euganei DOC	21	126,09	157,16	5	480
N° bottiglie Sauvignon Colli Euganei DOC	11	50,54	50,85	12	200
N° bottiglie Manzoni Colli Euganei DOC	11	37,81	27,13	10	100
N° bottiglie Tai Colli Euganei DOC	4	37,25	25,51	17	70
N° bottiglie Raboso Colli Euganei DOC	2	130,00	28,28	110	150
N° bottiglie Garganega Colli Euganei DOC	2	105,00	134,35	10	200

N° bottiglie Carmenere Colli Euganei DOC	2	11,00	1,41	10	12
N° bottiglie Carmenere Colli Euganei DOC Riserva	4	23,75	21,36	10	55
N° bottiglie Pinello Colli Euganei DOC Frizzante	1	40,00	/	40	40
N° bottiglie Pinello Colli Euganei DOC Spumante	4	63,00	14,46	50	80

#### **Colli di Conegliano**

N° bottiglie Bianco Colli di Conegliano DOCG	1	90,00	/	90	90
N° bottiglie Colli di Conegliano DOCG Altro tipo	3	30,00	13,23	20	45

#### **Terra dei Forti**

N° bottiglie Enantio Terradeiforti DOC Rosso	6	50,67	38,69	12	100
N° bottiglie Enantio Terradeiforti DOC Rosso riserva	5	30,80	24,06	12	70
N° bottiglie Casetta Terradeiforti DOC Rosso	4	45,00	19,90	30	72
N° bottiglie Pinot grigio Terradeiforti DOC Bianco	1	15,00	/	15	15

### **Allegato 2. Statistica descrittiva riguardante i prezzi dei diversi prodotti delle Denominazioni**

#### **Asolo Montello**

	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Dev. Standard</b>	<b>Minimo</b>	<b>Massimo</b>
Prezzo Asolo Prosecco DOCG Dry/Extra dry	47	14,83	0,86	13,00	18,00
Prezzo Asolo Prosecco DOCG Brut/Extra brut	3	15,66	3,78	13,00	20,00
Prezzo Montello Rosso DOCG	26	27,96	3,91	19,00	34,00
Prezzo Montello Rosso DOCG Superiore	9	34,88	3,14	28,00	38,00
Prezzo Montello e Colli Asolani DOC	27	12,07	1,20	10,00	14,00
Prezzo Recantina DOC	25	12,20	1,15	10,00	14,00

#### **Breganze**

Prezzo Torcolato Breganze DOC	15	27,63	8,15	18,00	50,00
Prezzo Torcolato Breganze DOC Riserva	1	27,50	/	27,50	27,50
Prezzo Vespaiolo Breganze DOC	31	13,98	3,45	8,50	20,00
Prezzo Vespaiolo Breganze DOC Superiore	4	19,50	5,74	16,00	28,00

Prezzo Vespaiolo Breganze DOC Spumante	3	18,66	3,05	16,00	22,00
Prezzo Cabernet Breganze DOC	26	15,94	5,01	8,00	27,00
Prezzo Cabernet Breganze DOC Superiore	6	21,16	5,94	16,00	32,00
Prezzo Cabernet Breganze DOC Riserva	10	28,03	2,59	24,00	32,30
Prezzo Breganze DOC Altre tipologie	16	15,87	5,03	6,00	27,00

### **Colli Euganei**

Prezzo Fior D'arancio Colli Euganei DOCG Secco	7	18,71	7,11	10,00	30,00
Prezzo Fior D'arancio Colli Euganei DOCG Spumante	84	13,79	4,36	8,00	30,00
Prezzo Fior D'arancio Colli Euganei DOCG Passito	18	23,27	7,20	9,00	40,00
Prezzo Bianco Colli Euganei DOC Fermo	31	14,90	5,24	9,00	30,00
Prezzo Bianco Colli Euganei DOC Spumante	4	19,25	9,77	10,00	30,00
Prezzo Rosso Colli Euganei DOC	30	15,16	5,74	6,00	36,00
Prezzo Rosso Colli Euganei DOC Riserva	14	29,21	5,68	20,00	42,00
Prezzo Moscato Colli Euganei DOC Fermo	18	16,61	5,48	9,00	30,00
Prezzo Moscato Colli Euganei DOC Spumante	7	12,28	2,69	10,00	18,00
Prezzo Serprino Colli Euganei DOC Frizzante	38	11,53	3,22	8,00	24,00
Prezzo Serprino Colli Euganei DOC Spumante	8	18,75	4,86	15,00	30,00
Prezzo Chardonnay Colli Euganei DOC	16	15,65	5,30	9,50	28,00
Prezzo Merlot Colli Euganei DOC	30	14,10	4,45	10,00	32,00
Prezzo Merlot Colli Euganei DOC Riserva	6	27,50	6,38	20,00	38,00
Prezzo Cabernet Colli Euganei DOC	24	13,87	3,28	10,00	23,00
Prezzo Cabernet Colli Euganei DOC Riserva	9	21,00	5,17	15,00	30,00
Prezzo Cabernet franc Colli Euganei DOC	15	13,33	5,19	9,00	30,00
Prezzo Cabernet franc Colli Euganei DOC Riserva	4	26,25	9,25	20,00	40,00

Prezzo Cabernet sauvignon Colli Euganei DOC	15	17,20	6,34	10,00	32,00
Prezzo Cabernet sauvignon Colli Euganei DOC Riserva	7	27,00	6,29	20,00	35,00
Prezzo Pinot bianco Colli Euganei DOC	19	16,15	5,10	9,00	30,00
Prezzo Sauvignon Colli Euganei DOC	9	15,16	5,73	10,00	28,00
Prezzo Manzoni Colli Euganei DOC	13	16,00	3,46	10,00	24,00
Prezzo Tai Colli Euganei DOC	4	14,75	2,21	13,00	18,00
Prezzo Raboso Colli Euganei DOC	2	9,00	1,41	8,00	10,00
Prezzo Garganega Colli Euganei DOC	3	23,00	11,53	12,00	35,00
Prezzo Carmenere Colli Euganei DOC	2	22,50	10,60	15,00	30,00
Prezzo Carmenere Colli Euganei DOC Riserva	4	14,75	3,77	12,00	20,00
Prezzo Pinello Colli Euganei DOC Frizzante	1	8,00	/	8,00	8,00
Prezzo Pinello Colli Euganei DOC Spumante	4	12,00	2,44	9,00	15,00

#### **Colli di Conegliano**

Prezzo Bianco Colli di Conegliano DOCG	1	10,00	/	10,00	10,00
Prezzo Colli di Conegliano DOCG Altre tipologie	3	25,00	5,00	20,00	30,00

#### **Terra dei Forti**

Prezzo Enantio Terradeiforti DOC Rosso	8	19,43	4,25	12,00	25,00
Prezzo Enantio Terradeiforti DOC Rosso riserva	4	27,75	14,84	20,00	50,00
Prezzo Casetta Terradeiforti DOC Rosso	1	25,00	/	25,00	25,00
Prezzo Casetta Terradeiforti DOC Rosso Riserva	1	30,00	/	30,00	30,00

**Allegato 3. Statistica descrittiva riguardante i principali concorrenti delle Denominazioni di Origine considerate**

<b>Denominazione di Origine</b>	<b>Frequenza</b>	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG	295	18,10	18,10
Prosecco DOC	194	11,90	30,00
Trentino DOC	165	10,12	40,12
Valpolicella DOC/G	160	9,82	49,94
Lugana DOC	109	6,69	56,63
Trento DOC	76	4,66	61,29
Colli Berici DOC	71	4,36	65,65
Piave DOC/G	61	3,74	69,39
Colli Euganei DOC	53	3,25	72,64
Soave DOC	51	3,13	75,77
Custoza DOC	48	2,94	78,71
Franciacorta DOCG	39	2,39	81,10
Breganze DOC	32	1,96	83,06
Alto Adige DOC	30	1,84	84,90
Gambellara DOC	26	1,60	86,50
Bardolino DOC	24	1,47	87,97
Lessini Durello DOC	24	1,47	89,44
Venezia DOC	22	1,35	90,79
Chianti DOCG	16	0,98	91,77
Veneto IGT	16	0,98	92,75
Francia AOP	14	0,86	93,61
Montello e Colli Asolani DOC	12	0,74	94,35
Collio DOC	11	0,67	95,02
Asolo Prosecco DOCG	10	0,61	95,63
Vigneti delle Dolomiti IGT	10	0,61	96,24
Friuli Grave DOC	9	0,55	96,79
Colli Trevigiani IGT	8	0,49	97,28
Friuli DOC	8	0,49	97,77
delle Venezie IGT	8	0,49	98,26
Colli Orientali del Friuli DOC	7	0,43	98,69
Teroldego Rotaliano DOC	5	0,31	99,00
Lison Pramaggiore DOC	3	0,18	99,18
Castelli di Jesi DOC	2	0,12	99,30

Colli di Conegliano DOCG	2	0,12	99,42
Valdadige Terradeiforti DOC	2	0,12	99,54
Asolo Prosecco DOCG	1	0,06	99,60
Collio DOC	1	0,06	99,66
Corvina Veronese IGT	1	0,06	99,72
Lambrusco DOC	1	0,06	99,78
Toscana IGT	1	0,06	99,84
Trebbiano Romagna DOC	1	0,06	99,90
Trento DOC	1	0,06	100,00
<b>Totale</b>	1630	100,00	100,00

#### **Allegato 4. Statistica descrittiva riguardante le principali caratteristiche dei locali esaminati**

##### **Tipologia di esercizio**

	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Bar	48,48	48,48
Ristorante	51,52	100,00

##### **Direzione**

	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Nord	30,30	30,30
Nord-Est	7,13	37,43
Est	9,45	46,88
Sud-Est	9,98	56,86
Sud	16,76	73,62
Sud-Ovest	7,49	81,11
Ovest	13,73	94,84
Nord-Ovest	5,17	100,00

##### **Distanza del locale dal confine esterno della Denominazione**

	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Entro 5km	28,31	28,31
Tra 5 e 15km	34,22	62,53
Tra 15 e 25km	23,42	85,95
Maggiore di 25 km	14,05	100,00

**Tipologia di cucina**

	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Tradizionale veneta	55,56	55,56
Italiana	36,92	92,48
Europea	5,02	97,50
Altro	2,51	100,00

**Numero di posti a sedere**

	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore a 50	32,75	32,75
Tra 50 e 100	43,21	75,96
Tra 100 e 300	21,25	97,21
Maggiore di 300	2,79	100,00

**Dimensione del locale**

	<b>Percentuale</b>	<b>Cumulata</b>
Inferiore a 50 m <sup>2</sup>	6,77	6,77
Tra 50 e 100 m <sup>2</sup>	32,26	39,04
Tra 100 e 200 m <sup>2</sup>	38,32	77,36
Tra 200 e 500 m <sup>2</sup>	19,25	96,61
Maggiore di 500 m <sup>2</sup>	3,39	100,00

## **RINGRAZIAMENTI**

Ci tengo innanzitutto a ringraziare il professor Galletto, nonché relatore della tesi, per avermi permesso di sviluppare questo importante progetto, e il dottor Barisan, correlatore della tesi, per avermi aiutato nello sviluppo e nella redazione dell'elaborato fornendomi importanti informazioni e conoscenze che mi saranno sicuramente utili anche in futuro.

Grazie ai miei compagni di studio Pietro e Riccardo per il sostegno fornitomi durante il percorso universitario.

Ringrazio inoltre i miei amici Alberto, Anna, Natalie e Stefano ma soprattutto Erica; non è sempre facile comprendermi.

Vorrei infine ringraziare i miei genitori Dina e Vinicio, i miei fratelli Davide e Lisa ed i miei nonni Antonio e Gilda, senza di voi non sarei riuscito a portare a termine questo importante percorso.

*Stefano Bernardi*

