



LV CONVEGNO DI STUDI

## **METAMORFOSI VERDE** **AGRICOLTURA, CIBO, ECOLOGIA**

*Complesso monumentale di San Pietro*  
*Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali*  
**PERUGIA 13-15 settembre 2018**

### **L'EFFETTO DEL LUOGO DI RESIDENZA SULLA DOMANDA DI VINO A DENOMINAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA. UNO STUDIO SUL PROSECCO**

*Tiziano Tempesta, Daniel Vecchiato, University of Padova*

#### **Abstract**

Obiettivi - L'approvazione del decreto ministeriale del 17 luglio 2009 ha completamente mutato la realtà produttiva del prosecco. Da un lato, la zona storica di produzione del Prosecco a Denominazione d'Origine Controllata (DOC), è stata trasformata in Denominazione d'Origine Controllata e Garantita (DOCG). Dall'altro è stata notevolmente estesa la zona DOC che ora comprende il territorio amministrativo delle province venete di Treviso, Belluno, Padova, Venezia e Vicenza e dell'intera regione del Friuli Venezia Giulia. L'aumento della produzione che ne è conseguito potrebbe in prospettiva porre in una situazione di svantaggio competitivo i produttori della zona DOCG che, operando in aree collinari, hanno tendenzialmente costi di produzione maggiori e margini di profitto minori. L'indagine si pone l'obiettivo di verificare quali potrebbero essere i fattori estrinseci del prodotto in grado di favorire una maggiore penetrazione commerciale del prosecco ottenuto nella DOCG considerando anche la differenziazione tra mercato locale e mercato nazionale.

Metodologia - Per sondare quali potrebbero essere le caratteristiche da considerare nell'ambito dell'attuazione di strategie di marketing è stato realizzato un choice experiment utilizzando quali attributi: l'uso di uva proveniente da vitigni di biotipi locali, la tutela del paesaggio tradizionale, la tracciabilità dei prodotti (individuazione delle rive), il luogo di produzione (DOCG, DOC, altro) e il prezzo.

Tra il 2012 e il 2014 è stata realizzata un'indagine mirata presso un campione di 556 consumatori residenti nell'area DOCG, in provincia di Treviso, nella rimanente area DOC e nel resto d'Italia. A partire dai dati rilevati è stato stimato un Random Parameter Logit Model con il programma NLogit6.

Risultati - Dall'esperimento di scelta discreta è emerso che tutti i fattori considerati sembrano agire positivamente e significativamente sulla propensione all'acquisto del prosecco. D'altro canto, si è visto che l'atteggiamento nei confronti della zona produttiva (DOC o DOCG) tende a differenziarsi in modo sostanziale a seconda dell'area di residenza degli intervistati. In particolare i consumatori italiani si sono dimostrati assai più sensibili alla presenza di un

marchio rispetto ai consumatori del nord-est. E' quindi probabile che essi siano disposti a pagare un prezzo più elevato per il prodotto a marchio DOPG rispetto a quello a marchio DOC, e, specialmente rispetto a quello di eventuali prodotti sostituti in cui sia riportato il solo nome del vitigno. Ne emerge in definitiva la necessità di differenziare eventuali strategie di marketing rispetto all'area in cui s'intende vendere il prodotto. Il riferimento all'uso di biotipi locali, per esempio, sembra essere più importante nel nord-est che nel resto d'Italia. Va infine osservato che la presenza del paesaggio tradizionale sembra svolgere un effetto positivo sulla domanda dei consumatori indipendentemente dal loro luogo di residenza.

**Keywords** : vino, denominazione d'origine, luogo residenza consumatori, paesaggio