Presentazione del Rapporto 2018

Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG

Il Rapporto 2018 e la crescita del valore della Denominazione

Eugenio Pomarici

Università degli Studi di Padova

DIPARTIMENTO TERRITORIO E SISTEMI AGRO-FORESTALI

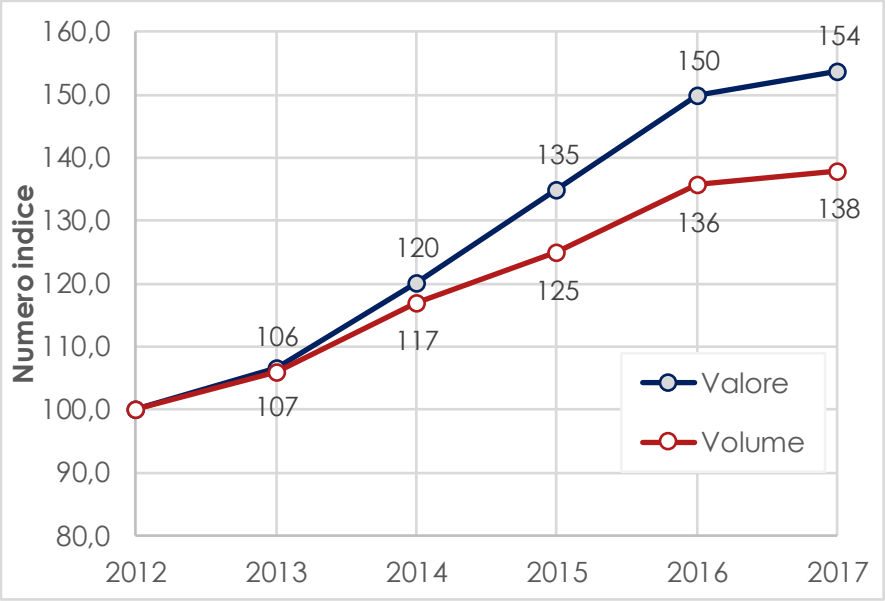
CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA

eugenio.pomarici@unipd.it

30 novembre 2018

Il messaggio del Rapporto 2018

DOCGarantita Conegliano Valdobbiadene Prosecco: un sistema nel quale cresce la capacità di creare valore



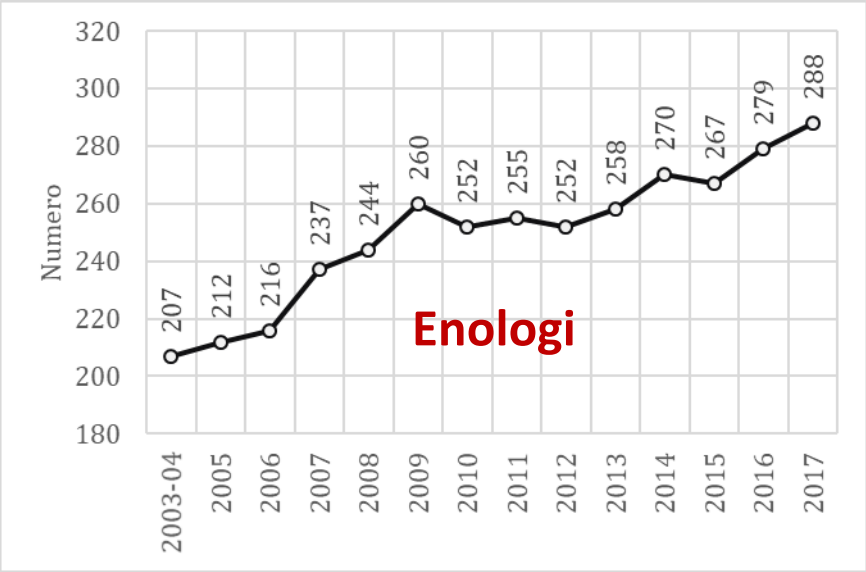
Esportazioni 2017
Rapporto crescita Val vs. Vol
Denominazione 4:1
Totale spumanti 1:1

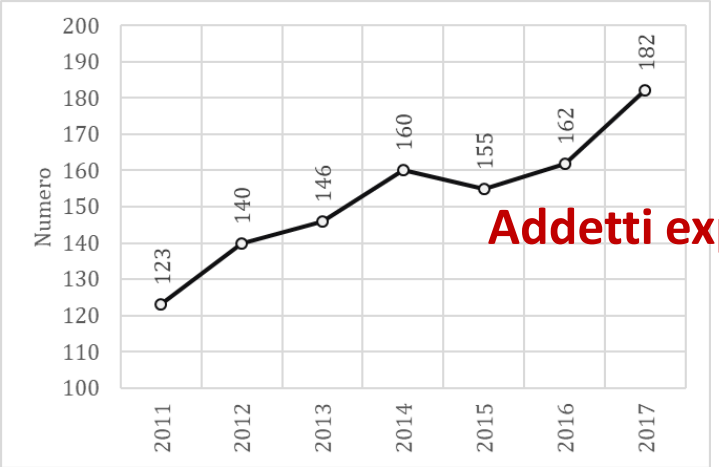
I fattori del valore

Molti e integrati gli elementi a sostegno della crescita del valore:

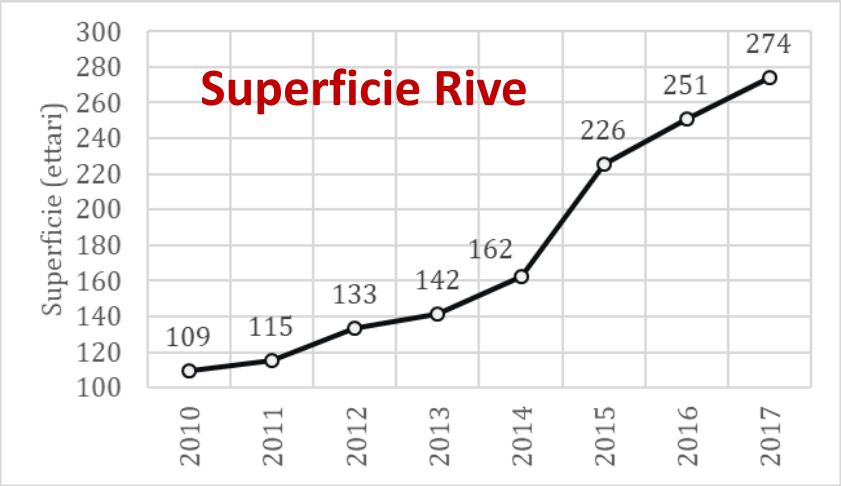
- Struttura distrettuale
- Investimenti in risorse umane
- Investimenti per l'ambiente
- Scelta delle strategie di promozione più efficaci
- Incremento del peso delle tipologie con maggiore VU
- Incremento enoturismo e qualificazione vendita diretta
- Ricerca dei canali di sbocco (Italia, estero) più remunerativi

I fattori del valore: persone





I fattori del valore: I fatti



Spumante BIO

2017 su 2016: + 25%

500.000 bottiglie

Il futuro

Come continuare per onorare 50 anni di storia?

- Tutte le cose giuste si stanno già facendo
- Si deve continuare a farle con una maggiore focalizzazione
- Concetto chiave: **autenticità**
- Elemento essenziale dei prodotti di alto valore materiale e simbolico e quindi di prezzo elevato

IL Prosecco e il prezzo

PROSECCO

CAVA

Autenticità

Elementi dell'autenticità per i vini di alto pregio

- Heritage and pedigree – rendere riconoscibile e condividere il patrimonio culturale
- Stylistic consistency – coerenza rispetto ad un modello stilistico riconosciuto e apprezzato
- Quality commitments – ricerca costante della finezza e sostenibilità ambientale
- Relationship to place – valorizzazione del terroir; inserimento nella comunità locale
- Method of production – valorizzazione del metodo di produzione come funzionale allo stile del vino
- Downplaying commercial motives – stile di comunicazione assertivo ma sobrio……

Autenticità

- Sviluppare l'autenticità in un contesto collettivo articolato non è semplice
- Ma non è impossibile
- Per rafforzare l'autenticità
  - ragionare collettivamente sull'identità sensoriale del prodotto e come farla progredire
  - sviluppare codici comuni di comunicazione del prodotto e del processo
  - ampliare le produzioni con maggiore identità territoriale (Rive)
  - continuare sulla strada della sostenibilità (modelli di produzione integrata avanzati, bio, etc)
- Per rendere evidente l'autenticità:
  - Incoming e enoturismo

Enoturismo

L'enoturismo può essere lo strumento strategico per l'accelerazione dei processi di creazione di valore

- passaparola e testimonianza: nel modo del vino modalità più efficaci di orientamento scelte dei consumatori meno coinvolti
- l'enoturista (soddisfatto) può essere il più convincente testimone del pregio dei vini della Denominazione e della bellezza del territorio
- Oltre che efficace sostenitore della marginalità delle imprese…

Necessario però un approccio strategico

- Nel reclutamento
- Nell'assistenza nell'area
- Nella progettazione delle visite, che devono adattarsi alle diverse esigenze ma sempre condotte con alta competenza…..

Grazie per l’attenzione

eugenio.pomarci@unipd.it