Consorzio di Tutela

CONEGLIANO VALDOBBIADENE DOCG

PROSECCO SUPERIORE
DAL 1876

CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG

SCENARI ECONOMICI IN EVOLUZIONE

— Un percorso per il futuro della Denominazione

RAPPORTO ECONOMICO 2023

DISTRETTO DEL **CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG**

RAPPORTO ECONOMICO 2023
DISTRETTO DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE
PROSECCO DOCG

CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG

SCENARI ECONOMICI IN EVOLUZIONE

— Un percorso per il futuro
della Denominazione

Consorzio di Tutela

CONEGLIANO VALDOBBIADENE DOCG

PROSECCO SUPERIORE
DAL 1876

EDITORIALI

07 Elvira Bortolomiol
Presidente Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG

09 Luca Zaia
Presidente della Regione del Veneto

11 Carlo Antiga
Presidente Banca Prealpi SanBiagio

INTERVENTI

13 **Fatti e cifre del 2023**
Eugenio Pomarici

17 **Andamento del Largo Consumo Confezionato e del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG nel 2023**
Simonetta Melis

25 **Il capitale di immagine e le sfide per il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG**
Enzo Risso

27 **Dinamiche del Turismo Enogastronomico**
Roberta Garibaldi

33 **Dinamiche del Turismo nel Distretto Conegliano Valdobbiadene**
CISET – Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

ATTIVITÀ 2023

42 **Il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG**
- Promozione nazionale, internazionale e digitale
- Assistenza tecnica
- Vigilanza e monitoraggio

DATI

64 **OVERVIEW 2022**
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG

66 **LETTURA DI SINTESI**
a cura di Eugenio Pomarici – CIRVE

74 **1. LA STRUTTURA PRODUTTIVA**
82 Tavole e grafici

97 **2. LE PRODUZIONI**
102 Tavole e grafici

104 **3. IL MERCATO NAZIONALE**
112 Tavole e grafici

130 **4. I MERCATI INTERNAZIONALI**
142 Tavole e grafici

188 **5. LE STRATEGIE**
198 Tavole e grafici

212 **6. SMART VITICULTURE E TRANSIZIONE ECOLOGICA**
230 Tavole e grafici

234 **7. DINAMICHE DEL TURISMO**
a cura di CISET – Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

DISTRETTO DEL
CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG

Rapporto Economico 2023
Offerta e struttura delle imprese
della DOCG Conegliano Valdobbiadene Prosecco

Vasco Boatto
Eugenio Pomarici
Luigino Barisan

in collaborazione con

Regione del Veneto

cirve Centro Interdipartimentale per la ricerca in Viticoltura ed Enologia

Elvira Bortolomiol
Presidente Consorzio di Tutela
del Conegliano Valdobbiadene
Prosecco DOCG

Come ogni anno ci troviamo in questi mesi a fare i conti, letteralmente, con chi siamo diventati nell'anno appena trascorso. Grazie al solido contributo professionale del CIRVE abbiamo a disposizione l'analisi che ci consente non solo di ragionare intorno ai numeri e all'andamento della nostra denominazione ma anche di fotografare ogni anno i contorni del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG e progressivamente registrarne evoluzioni e cambiamenti..

Ma le circostanze nazionali e internazionali ci impongono una premessa. Partiamo dalla constatazione che le eccezioni sono diventate la regola, gli eventi straordinari sono ormai una consuetudine, ma non per questo sono prevedibili, e quindi tutti noi siamo chiamati a un livello di attenzione e capacità di reazione corrispondente alla complessità della realtà che viviamo.

Il cambiamento climatico, la precarietà politico-economica, la fragilità sociale sono tutti fattori che dobbiamo ormai considerare parte stabile dello scenario in cui ci muoviamo anche se possono di volta in volta manifestarsi in modi diversi.

Come Consorzio ci sentiamo quindi chiamati a rispondere a questa situazione dominata dall'incertezza tornando ad affermare con forza i nostri pilastri valoriali quali espressione autentica della nostra identità. Solo definendoci sempre più chiaramente e promuovendo il nostro territorio come origine di un fenomeno che ha raggiunto ogni angolo del pianeta, affronteremo con autorevolezza i mercati.

Partiamo dai dati 2022, che sono incoraggianti ed espressione di una generale solidità della denominazione; per arrivare a oggi, quando, nonostante uno scenario già fortemente critico, ci apprestiamo a chiudere il 2023 con qualche incrinatura che non deve però farci temere. Le risposte alle sfide più urgenti, come le fitopatologie che hanno attaccato i nostri vigneti e al mercato sempre più instabile, sono già in atto e stanno già portando i risultati auspicati.

Il CIRVE ci consegna un'analisi del 2022 che approfondisce le ragioni del successo economico del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. Ne emergono aziende sempre più all'avanguardia e che si evolvono al passo con i tempi e le esigenze della società. Ma proprio in questo contesto di continuo cambiamento, se il 2022 è stato un anno che ha regalato grande soddisfazione, oggi siamo già chiamati a leggere i dati della prima metà del 2023 che mostra le conseguenze della minaccia climatica e di quella fitopatologica delle viti.

Il potenziamento dell'ufficio tecnico e le attività della Green Academy danno respiro e riscontri a tutti i viticoltori che quotidianamente custodiscono **l'unicità del nostro territorio** e garantiscono la qualità del nostro prodotto. Per un clima che cambia la prima risposta è la progettualità in sintonia con le esigenze dei produttori che necessitano di tecniche, prodotti e competenze sempre più aggiornate; non trascuriamo l'esigenza del territorio a custodire la bellezza certificata UNESCO, un valore immateriale che si traduce in ricchezza e autorevolezza dell'intera denominazione. Infatti, ancora una volta vogliamo ribadire con orgoglio che il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, indissolubilmente legato al territorio di produzione, è frutto della caparbietà di generazioni di viticoltori e **della forza culturale che insieme alla fatica hanno costruito l'identità della nostra denominazione**.

Proseguiamo verso il 2024 sapendo di poggiare sulla solidità della nostra cultura e la nostra tradizione enologica, siamo una comunità capace di affrontare la fatica dell'imprevisto con la curiosità e l'impegno di chi sa sempre trovare nuove strade. Ecco che forti della capacità di unirci nei momenti di difficoltà ci proiettiamo verso il futuro con la consapevolezza della nostra responsabilità. Le nostre radici affondano nell'identità del nostro territorio e insieme al nostro sguardo innovativo saremo capaci di sostenere il nostro prodotto e il nostro territorio e portarlo al prossimo anno fedele ai propri valori.

Elvira Bortolomiol

Dott. Luca Zaia
Presidente della Regione del Veneto

Il 2023 ha continuato a testimoniare un andamento caratterizzato dalle anomalie, conseguenze degli effetti dei cambiamenti climatici. Non dobbiamo dimenticare una tarda primavera e un inizio estate con piogge intermettenti che hanno favorito l'incidenza della peronospora a cui sono seguiti numerose grandinate estive, alcune delle quali hanno colpito, anche con danni ingenti, vigneti, colture e centri urbani della Marca, interessando anche le colline del Conegliano Valdobbiadene DOCG. Tuttavia, forse, proprio le piogge abbondanti primaverili che hanno reso rigogliosa la pianta e hanno garantito una difesa dei grappoli da quegli ammassi di ghiaccio, preservando l'uva da danni più consistenti.

Questa, d'altronde, è una terra che da sempre è temprata ad affrontare la "verticalità", intesa sia come fatica a salire verso l'alto, passo dopo passo, ma anche come visuale che traguarda e non si spaventa degli eventi estremi che il clima sta ponendo sempre più di frequente.

Oltre ai fenomeni di carattere naturale, dobbiamo continuare ad affrontare le criticità del quadro economico e sociale determinate dalla complessa situazione internazionale che necessita di porre in essere strategie di mercato e ricerca di canali alternativi, come anche gli effetti dovuti alla pandemia ci hanno insegnato soluzioni e approcci innovativi.

La notorietà della DOCG Conegliano Valdobbiadene, grazie alla sua peculiarità territoriale e paesaggistica, nonché al riconoscimento quale Patrimonio dell'Umanità Unesco, si sta sempre più espandendo nel contesto internazionale, nell'ambito di un turismo consapevole, attratto dalla narrazione di una comunità che ha saputo con passione e fatica conservare storia, paesaggio e qualità del prodotto.

Non dimentichiamo che il trend degli ultimi 10 anni testimonia una crescita costante di produzione, in volume del 43% e del 70% in valore, anche se è ragionevole pensare a fenomeni di assestamento che devono spingere a puntare sicuramente alla conservazione della qualità del prodotto, che rappresenta il vero valore aggiunto, riconosciuto da tempo a livello mondiale.

L'impegno che deve garantire la collettività del territorio di Conegliano e Valdobbiadene, di cui il Consorzio di tutela è un autorevole rappresentante, è la custodia del mosaico di valori storico-ambientali nel rispetto degli obiettivi di gestione e conservazione di questo gioiello regionale, patrimonio che non può essere dissipato da contrapposizioni.

Concludo porgendo un doveroso saluto a tutti gli operatori del settore e tutti coloro che avranno modo di sfogliare le pagine di questo rapporto che contribuisce a far conoscere e apprezzare una realtà produttiva vitivinicola che il mondo ci invidia.

Luca Zaia

Carlo Antiga
Presidente Banca Prealpi SanBiagio

PREALPI SANBIAGIO
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO - GRUPPO CASSA CENTRALE

Soddisfare i bisogni della generazione presente senza compromettere quelli della generazione futura: è, in sintesi, il significato della parola sostenibilità.

Per Banca Prealpi SanBiagio da quasi 130 anni questo termine si esplicita in azioni giornaliere che coinvolgono il nostro territorio e ne valorizzano punti di forza ed eccellenze, attraverso quel circolo virtuoso che fa si che il risparmio di una comunità venga reinvestito nella stessa, sostenendo l'attività degli operatori economici, dei privati e delle famiglie.

Tale azione comporta una generazione di valore o, meglio, di valori, che necessitano di essere preservati sotto molteplici punti di vista.
Tra essi annoveriamo senz'altro la produzione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, in relazione alla quale il Consorzio svolge un'importante opera di tutela, promozione e conservazione, sostenendo il lavoro di oggi, tributando il giusto riconoscimento a quello delle generazioni passate e proiettando, al contempo, tali produzioni nel futuro, grazie a sistemi di produzione innovativi e rispettosi dell'ambiente.

Banca Prealpi SanBiagio è parte di questo percorso: con il Consorzio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG sta infatti sviluppando, in una logica di co-progettazione oltre che di sostegno economico, importanti iniziative atte a studiare l'impatto sotto il profilo ambientale delle produzioni, con l'obiettivo di minimizzarne gli effetti. Ultimo tra questi progetti è lo studio sul cambiamento climatico che vede seduti attorno ad un tavolo tecnico l'Università di CANTABRIA (Spagna)- l'ARPAV (Agenzia Regionale Per l'Ambiente Veneto) ed il CondifesaTVB con lo scopo di evidenziare non solo quelli che potranno essere gli andamenti climatici ma anche quali sono le pratiche colturali adatte per mitigarli.

Tale metodo di lavoro, fatto di ascolto, analisi, condivisione ed infine sostegno, rappresenta il cardine attorno a cui ruota il nostro essere Banca del territorio e che si esprime attraverso il supporto di consulenza data da uffici tecnici interni, come quello dedicato al comparto Agricoltura, agroalimentare e ambiente.

Nella Presidenza, nel Consiglio e Direzione del Consorzio abbiamo sempre trovato persone con lo sguardo rivolto al bene della comunità ed al futuro, forti di quel senso di appartenenza che ne è sempre stato un motore trainante.

L'auspicio è che tali azioni condivise possano proseguire nel tempo, in un clima di reciproca attenzione e fiducia, a beneficio delle attuali e soprattutto future generazioni.

Carlo Antiga

Fatti e cifre del 2023

Eugenio Pomarici – CIRVE

Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco affrontava l'anno 2023 forte di una nuova produzione potenziale particolarmente elevata e prossima a circa 890.000 ettolitri, ben superiore a quella dell'anno precedente (786.000 ettolitri). Nella primavera 2022, infatti, date le previsioni favorevoli sulla vendemmia e la notevole domanda da parte del mercato per il prodotto della Denominazione veniva richiesta e autorizzata dalla Regione Veneto la costituzione della riserva vendemmiale[1]. In virtù di questo provvedimento dalla vendemmia 2022 venivano prodotti circa 776mila ettolitri di vino già atti a diventare Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG più 111mila ettolitri in riserva.

Il livello della domanda a inizio 2023 appariva ancora molto sostenuto, e questo consentiva di avviare l'anno con un mercato in tensione, con una notevole pressione sui prezzi che si collocavano al di sopra di quelli ritenuti record degli anni 2016-2018, essendo pari a circa 3 euro/litro nel mercato all'origine.

I mesi immediatamente successivi hanno invece mostrato una riduzione della domanda rispetto all'anno precedente come conseguenza verosimilmente degli effetti negativi del permanere di un'inflazione molto alta e anche a causa di approvvigionamenti importanti da parte del sistema distributivo fatti durante la pandemia quando, dietro il timore di rotture di stock, c'era stata una corsa agli accaparramenti. Ora che anche la filiera della logistica è tornata alla normalità la domanda estera non ha più il timore di restare senza prodotto.

Le certificazioni (ragionevole indicatore delle vendite complessive) hanno mostrato da febbraio a giugno, con l'eccezione del mese di maggio, livelli ben inferiori a quelli del 2022. Per poi proseguire nei mesi successivi su livelli inferiori al 2021 ma con differenze meno rilevanti (Tab. 1).

Complessivamente nei primi 9 mesi del 2023 risulta un volume delle certificazioni inferiore a quello del 2022 per circa 64mila ettolitri (-11%); l'ultimo trimestre dell'anno, che contiene i mesi nei quali le certificazioni sono sostenute dalle vendite prenatalizie e natalizie, sia nei canali commerciali sia presso l'horeca, potranno portare qualche recupero ma con ogni probabilità le vendite nel 2023 risulteranno, in volume, più contenute che nel 2022 per almeno il 10%.

Mese	2021	2022	2023
Gennaio	43.637,58	74.181,99	71.049,65
Febbraio	51.711,27	48.803,84	42.763,01
Marzo	56.642,16	84.880,70	64.478,10
Aprile	58.627,35	60.936,46	41.351,45
Maggio	57.761,36	57.724,43	68.303,85
Giugno	75.878,29	65.810,40	48.286,07
Luglio	74.834,21	71.535,67	71.110,27
Agosto	65.638,62	50.227,89	46.461,36
Settembre	69.361,13	49.057,39	45.693,79
Totale primi 9 mesi	**554.091,97**	**563.158,77**	**499.497,55**
Ottobre	66.591,13	67.159,85	-
Novembre	85.993,03	80.329,96	-
Dicembre	78.598,68	65.899,64	-

Tab. 1 – **Evoluzione delle certificazioni mensili dei vini della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG** (ettolitri)**, 2021-2023** (aggiornamento a ottobre 2023)

Fonte: CIRVE Conegliano, 2023

(**1**) L'autorizzazione da parte della regione competente della costituzione della riserva vendemmiale (L. 238/2026, art. 39) consente di utilizzare il vino proveniente dalla produzione di uva eccedente la resa massima da disciplinare (13,5 ton/ha per la tipologia base della Denominazione), purché la resa reale non superi del 20% quella massima da disciplinare, per costituire una riserva di vino disponibile per la produzione del vino DOP in questione, qualora le condizioni di mercato siano favorevoli all'allargamento dell'offerta oltre i volumi coerenti con il rispetto della resa da disciplinare.

Nonostante un andamento delle certificazioni caratterizzato da ritmi inferiori rispetto all'anno precedente, le quotazioni del prezzo del vino base rimanevano stabili ed elevate (sopra i 3 euro al litro), anche se ridotte in termini reali per effetto dell'inflazione, fino a maggio per poi iniziare a scendere fino a 2,75 euro/litro (Fig. 1). Il flusso di certificazioni ridotto rispetto al 2022, i prezzi del vino base declinanti e un livello delle giacenze del prodotto libero che si era collocato su livelli superiori a quello degli anni precedenti inducevano, nel corso della primavera, a declassare tutto il vino proveniente dalla riserva vendemmiale a Prosecco DOC.

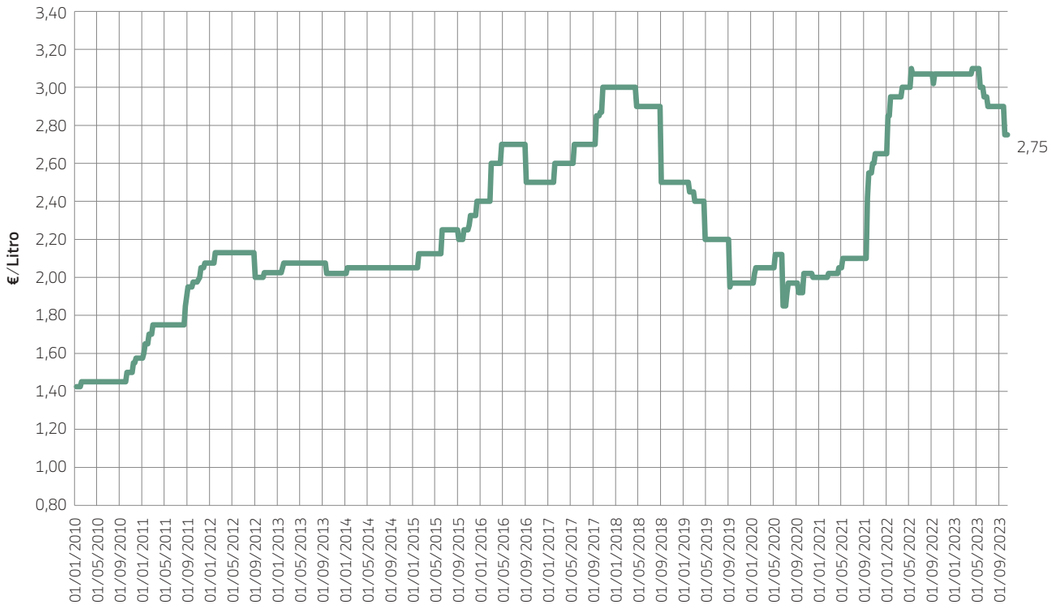


Fig. 1 – **Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: trend dei prezzi nel mercato del vino sfuso, IVA esclusa, franco-cantina, 2010-2023** (aggiornamento a ottobre 2023)
Fonte: CIRVE Conegliano, 2023 – su dati Borsa Merci della Camera di Commercio di Treviso, 2010-2023

La riduzione dei volumi venduti nel 2023 è il risultato di comportamenti diversi dei canali di distribuzione. Certamente si rileva una riduzione delle vendite in volume all'estero, che con riferimento ai primi sei mesi dell'anno si può stimare intorno al 6% rispetto allo stesso periodo del 2022, cui corrisponde comunque un aumento del valore dell'export del 4,5%. Relativamente al mercato italiano, la ristorazione, spinta soprattutto dal forte afflusso di turisti stranieri, dovrebbe aver mantenuto i volumi mentre si è rilevata una riduzione delle vendite della grande distribuzione. Le vendite in volume in questo canale nei dodici mesi terminanti il primo ottobre 2023 risultano inferiori a quelle dello stesso periodo dell'anno precedente del 6,5%, contro un aumento in valore pari al 2,3%.

Con il passare dei mesi, tuttavia, la domanda nel 2023 si è allineata con quella dell'anno precedente e nel trimestre luglio, agosto, settembre 2023 le vendite in grande distribuzione sono cresciute rispetto al 2022 del 3,4% in volume e del 6,8% in valore. Il lento smaltimento delle giacenze, per effetto del lento ritmo delle certificazioni faceva arrivare alla vendemmia con una domanda di uva relativamente meno vivace dell'anno precedente, nonostante attese in termini quantitativi relativamente contenute a causa delle condizioni metereologiche. I prezzi dell'uva quindi si sono collocati su livelli inferiori a quelli del 2022. Il prezzo medio per l'uva per lo Spumante DOCG mostrava infatti una flessione dell'11%; maggiore risulta la contrazione percentuale del prezzo medio dell'uva per il Cartizze e lo Spumante Rive, mentre stabile in termini reali appare il prezzo dell'uva biologica (Tab, 2). Comunque, tranne che per il Superiore di Cartizze i prezzi 2023, in termini nominali, sono superiori a quelli del 2021.

Questa evoluzione sfavorevole dei prezzi dell'uva ha certamente compresso nella generalità dei casi il margine tra i ricavi e i costi dei viticoltori, anche perché la vendemmia 2023 si stima che abbia portato una riduzione della produzione di uva per il Conegliano Valdobbiadene DOCG di circa l'11% rispetto alla vendemmia 2022. Certamente alla riduzione dei prezzi dell'uva durante la vendemmia 2023 si è accompagnata, a partire da gennaio 2023, anche una riduzione dei prezzi dei fattori della produzione (Fig. 2), ma questi si sono comunque mantenuti al di sopra di quelli del 2022. Tutto questo potrebbe determinare una riallocazione del valore distribuito tra i diversi segmenti della filiera nel corso della campagna 2023-2024 rispetto alla campagna precedente.

	2021			2022			2023		
	min	max	medio	min	max	medio	min	max	medio
Conegliano Valdobbiadene	1,40	1,55	1,48	1,80	1,90	1,85	1,60	1,70	1,65
Valdobbiadene Superiore di Cartizze	4,10	4,40	4,25	5,00	5,50	5,25	4,00	4,50	4,25
Conegliano Valdobbiadene Rive	1,50	1,65	1,58	1,95	2,10	2,03	1,70	1,80	1,75
Conegliano Valdobbiadene Biologico	1,60	1,70	1,65	1,90	2,00	1,95	1,85	1,95	1,90

Tab. 2 – **Evoluzione dei prezzi delle uve Glera atte alla produzione dei vini a Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG** (€/kg) **2021-2023** (settembre)
Fonte: CIRVE Conegliano, 2023 – su dati Borsa Merci della Camera di Commercio di Treviso, 2023

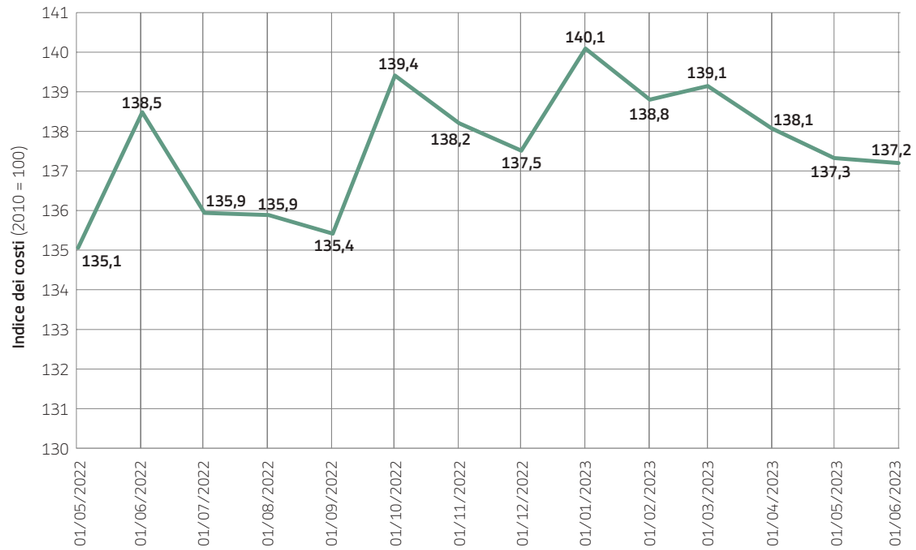


Fig. 2 – **Indici dei prezzi dei fattori della produzione del prodotto vino** (maggio 2022-giugno 2023)
Fonte: CIRVE Conegliano, 2023 – su dati ISMEA, 2023

Il 2023 appare dunque, avvicinandosi alla fine dell'anno, come una stagione certamente complicata, che vedrà verosimilmente degli arretramenti in volume rispetto al 2022, ma nel corso del quale la Denominazione ha mantenuto una posizione di mercato sempre solida con un volume e un valore delle vendite che a fine anno risulteranno di maggiore entità rispetto al 2019, l'anno precedente la pandemia, anno che allora era stato salutato come un anno di grande successo. Si osserva infatti che con riferimento ai primi 9 mesi dell'anno,il livello delle certificazioni risulta nel 2023 superiore del 4% rispetto al 2019, e considerati i segnali di accelerazione del mercato che si stanno registrando, questo margine si potrebbe ampliare.

Questo risultato, che date le circostanze si deve considerare positivo, è certamente il frutto di un grande sforzo che la Denominazione ha continuato a fare anche nel 2022 per mantenere e rinnovare le relazioni con il mercato. Ciò è avvenuto, come mostrato nel capitolo 5 del Rapporto, attraverso attività di ricerca di nuovi canali di vendita e innovazioni nelle attività di comunicazione e promozione. In particolare, hanno certamente influito positivamente sulla performance l'incremento delle attività di promozione nei Paesi Terzi supportati dall'UE registrato nel 2022 e anche le intense attività promozionali poste in essere dal Consorzio.

Certamente la Denominazione anche nel 2023 si è giovata dell'essere meglio attrezzata sotto il profilo della digitalizzazione grazie ad un percorso iniziato nell'anno della pandemia e continuato negli anni successivi. Questo percorso ha comportato il potenziamento generale delle dotazioni hardware e software, e anche un maggiore ricorso alla digitalizzazione della cantina, delle relazioni con i clienti (CRM) e dei flussi fattori/prodotti. Si è trattato di intervenire in molti casi in modo profondo e complesso nell'organizzazione dei processi aziendali e nel 2023 è stato possibile vedere la piena manifestazione dei benefici ricercati.

Infine, la tenuta nel corso del 2023 è anche il risultato del continuo impegno della Denominazione per la sostenibilità che ha caratterizzato gli anni passati a sta proseguendo ancora nel corso di quest'anno. La pandemia ha fatto crescere la sensibilità del pubblico verso le tematiche ambientali e sociali, e all'offerta della Denominazione è stato riconosciuto di essere pienamente coerente con le esigenze di questo tempo.

L'analisi dei dati già disponibili sul 2023, che potrà poi essere approfondita con l'indagine che il CIRVE svolgerà a inizio 2024, restituisce l'immagine di una Denominazione dinamica, che è stata capace di reagire alle sfide che, con intensità diversa nel tempo, prima la pandemia e poi negli ultimi mesi la situazione geopolitica, hanno posto ai produttori; questi nel reagire hanno appreso ad applicare nuovi modi per essere in relazione con il mercato preparandosi ad affrontare un futuro che con ogni probabilità richiederà sempre di più flessibilità e capacità di adattamento. La Denominazione appare dunque robusta nel collegamento con il mercato, ma nell'immediato futuro l'impegno dovrà essere concentrato nell'accelerare i processi di creazione di valore lavorando da un lato per contenere i costi e, dall'altro, per migliorare il posizionamento del prodotto sul mercato.

Anche se il prezzo dell'energia si è ridotto notevolmente dopo i picchi dell'estate del 2022, il controllo dei costi dovrà partire dall'incremento significativo dell'autosufficienza energetica, sfruttando a pieno le opportunità del PNRR e della nuova politica di sviluppo rurale andata in vigore all'inizio del 2023, operando anche in una logica di rete sviluppando ove possibile le comunità energetiche. In questa prospettiva la natura distrettuale della Denominazione potrà essere di grande aiuto, così come potrà essere di aiuto per un coordinamento degli approvvigionamenti di altri fattori di produzione.

Sul fronte del posizionamento di prezzo, dovranno essere intensificati gli sforzi per l'affinamento del prodotto, attraverso adeguate attività di sperimentazione a partire da un'analisi critica dell'offerta esistente, per essere pronti a seguire un'evoluzione della domanda che si caratterizza per una crescente competenza e selettività.

Andamento del Largo Consumo Confezionato e del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG 2023

Simonetta Melis – CIRCANA Client Growth Delivered Account Director

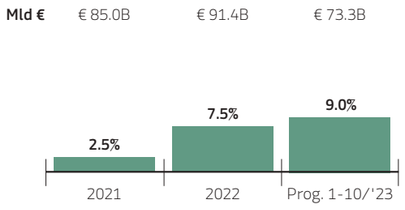
IL LARGO CONSUMO CONFEZIONATO

Il grave conflitto scoppiato in Medioriente mette nuovamente sotto pressione i sistemi economici mondiali, soprattutto sul fronte dei costi delle materie prime energetiche. Al momento è impossibile prevederne le eventuali conseguenze, anche se sicuramente il fatto non aiuta gli sforzi intrapresi dalle Autorità dei principali Paesi occidentali per rimettere sotto controllo l'escalation dei prezzi.

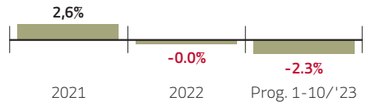
Sul fronte interno l'economia italiana beneficia del riconteggio Istat dei livelli del Pil a partire dal 2021 (in verità questa revisione verso l'alto è stata praticata dalla maggior parte dei Paesi europei) la quale rende meno complicato il raggiungimento dei parametri del Patto di Stabilità Europeo che rientrerà in vigore nel 2024. Tuttavia viene anche ritoccata in basso la tendenza del secondo trimestre di quest'anno, che di fatto interrompe la crescita economica seguita negli ultimi due anni. Il rallentamento dell'inflazione cela però la risalita del livello dei prezzi rispetto ai mesi precedenti, soprattutto a causa dei carburanti.

I primi nove mesi del 2023 sono segnati da un' importante crescita dei prezzi che ha sostenuto il fatturato del Largo Consumo ma ha determinato il calo dei volumi (-2,3%). Riprende debolmente l'attività promozionale negli ultimi mesi (+0,8pti).

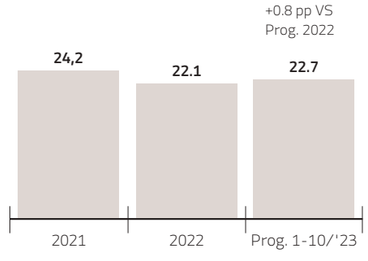
Vendite a Valore e Trend (%)



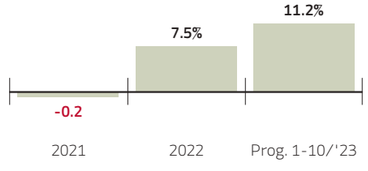
Vendite a Volume* e Trend (%)



Pressione Promo % (a valore)

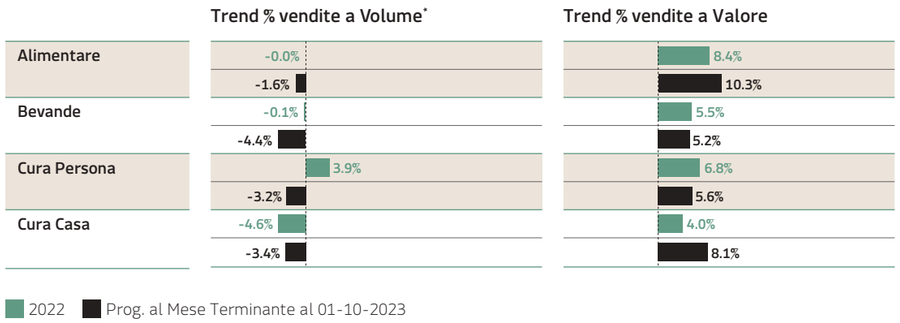


Andamento dei Prezzi*



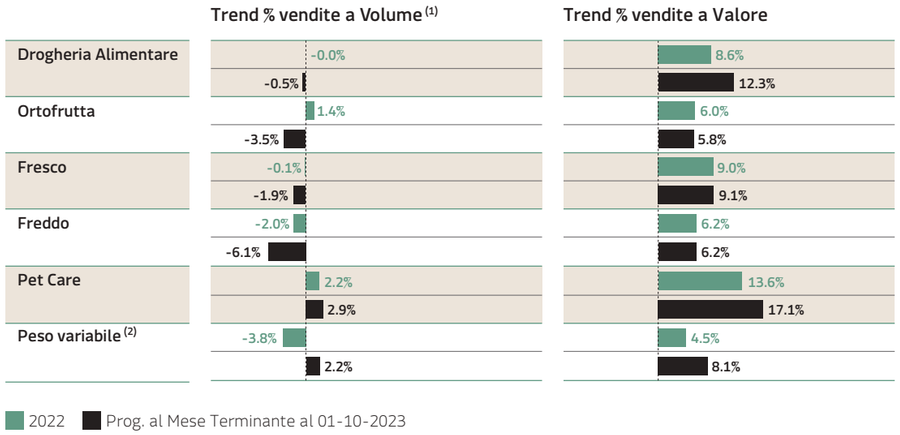
Fonte: Circana. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount, Tradizionale, E-Commerce (Generalisti Online)
(*) Volume = Valori a prezzi costanti
Progressivo 2023 aggiornato a Mese Terminante 01-10/2023

Il calo accompagna pressoché tutti i reparti. L'alimentare subisce il calo meno ampio.



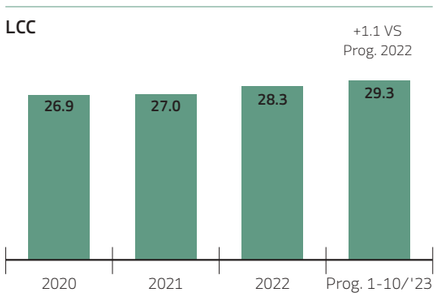
Fonte: Circana. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount, Tradizionale, E-Commerce (Generalisti Online)
(*) Volume = Valori a prezzi costanti
Progressivo 2023 aggiornato a Mese Terminante 01-10/2023

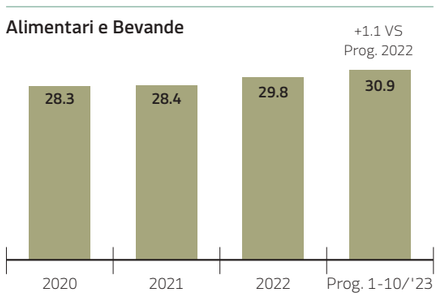
In maggiore sofferenza il comparto del Freddo, penalizzato dal clima sfavorevole durante i mesi primaverili (-6,1%). Meno accentuati, anche se ancora importanti, i cali dei volumi degli gli altri reparti LCC nel progressivo a settembre.

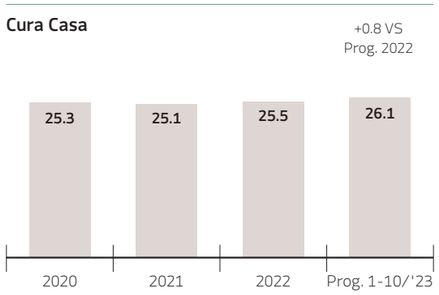


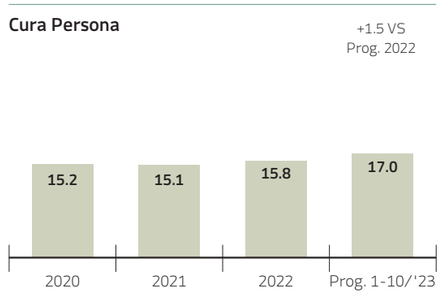
Fonte: Circana. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount, Tradizionale, E-Commerce (Generalisti Online)
(1) Volume = Valori a prezzi costanti – (2) Calcolato per Ipermercati + Supermercati
Progressivo 2023 aggiornato a Mese Terminante 01-10/2023

In questo contesto la Marca del Distributore guadagna quota in tutti i reparti ed il costante incremento della quota a scaffale accompagna l'espansione dei prodotti a Marchio.



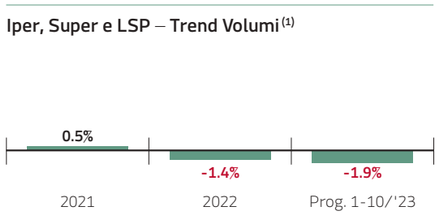


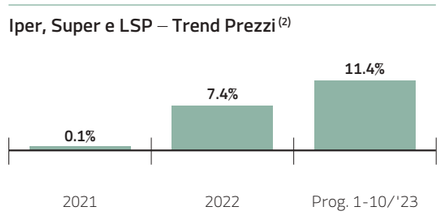


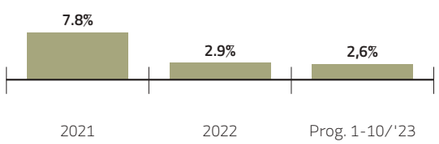


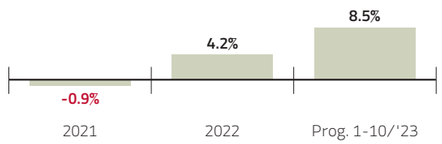
Fonte: Circana. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount, Tradizionale, E-Commerce (Generalisti Online)
Quote di mercato a Valore delle Private Label
Progressivo 2023 aggiornato a Mese Terminante 01-10/2023

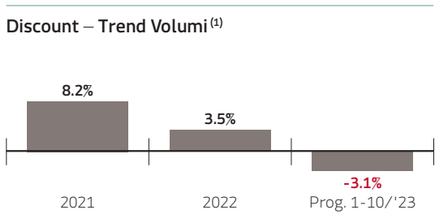
Guardando ai canali distributivi, il canale Discount inverte la tendenza rispetto al 2022, registrando un calo dei volumi superiore a quello registrato per Ipermercati, Supermercati e LSP.

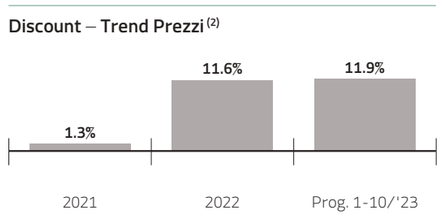


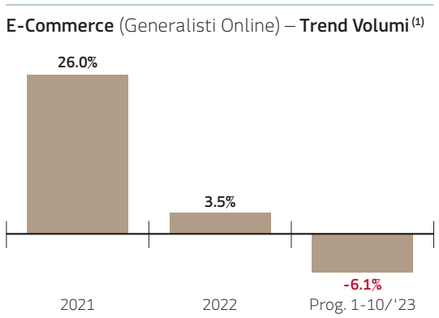


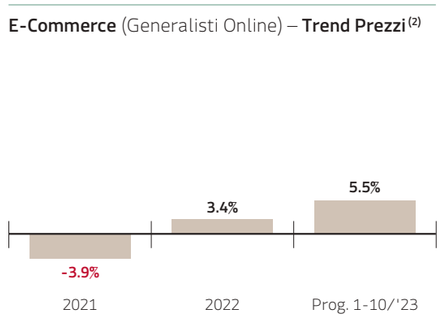












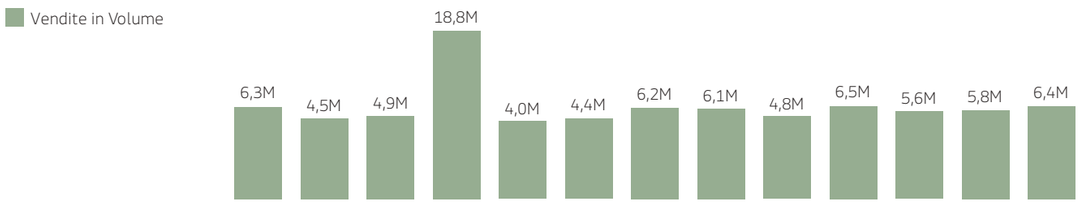
Fonte: Circana. Totale Largo Consumo Confezionato.
(1) Vendite a Volume: Valori a prezzi costanti. (2) Prezzi Medi: Deflatore delle vendite.
Progressivo 2023 aggiornato a Mese Terminante 01-10/2023

L'ANDAMENTO DEGLI SPUMANTI

In questo contesto anche le bollicine italiane risentono delle tensioni inflazionistiche che hanno caratterizzato il comparto del LCC, con alcuni segmenti che evidenziano un calo dei volumi. Nel progressivo gennaio-settembre 2023, il fatturato negli Ipermercati, Supermercati e Libero Servizio Piccolo supera i 372 Milioni di Euro e cresce del 7% sostenuto dall'aumento dei prezzi: +5,9% mediamente nel progressivo a settembre. Le unità vendute ammontano a 66 Milioni e sono in leggero aumento rispetto al gennaio-settembre 2022: +1,1%.

Indicatori di mercato	Prog Sett 23	aumento %
Vendite Valore (euro)	372.264.846	7,0
Vendite Volume (U.M.)	49.718.377	1,1

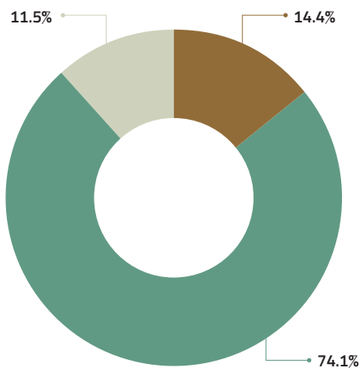
Indicatori di mercato	Prog Sett 23	aumento %
Vendite Unità (pz.)	66.913.591	1,1
Prezzo medio in Volume	7.49	5,9



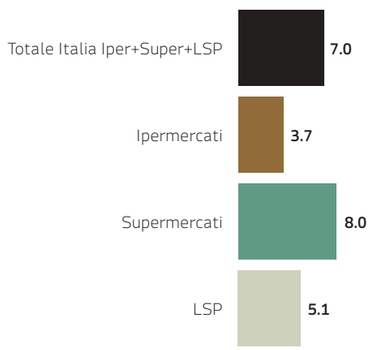
Indicatori di Trend	02 Ott	30 Ott	27 Nov	01 Gen	29 Gen	26 Feb	02 Apr	30 Apr	28 Mag	02 Lug	30 Lug	27 Ago	01 Ott
	'22- 5s	'22- 4s	'22- 4s	'23- 5s	'23- 4s	'23- 4s	'23- 5s	'23- 4s	'23- 4s	'23- 5s	'23- 4s	'23- 4s	'23- 5s
Var. % Vend. Volume vs AP	-0,8	-8,7	-1,2	-3,0	1,4	-2,3	8,9	-4,8	-2,2	1,2	5,1	1,9	0,3
Var. % Vend. Valore vs AP	4,0	-1,8	4,3	4,2	10,2	4,3	14,3	2,3	4,0	6,3	9,5	6,9	6,0
Var. % Prz. M Volume vs Ap	4,8	7,6	5,6	7,4	8,7	6,8	5,0	7,5	6,3	5,0	4,2	4,9	5,7

Il fatturato cresce trasversalmente ai canali , con i supermercati che vantano un andamento positivo sia a valore sia a volume. Negli Ipermercati cresce il fatturato ma i volumi sono in calo. Stesse dinamiche anche per il Libero Servizio Piccolo.

Vendite Valore



Variazione % Vendite in Valore su Anno Precedente (AP)



Geography	NR	NR Valore AP	Vendite Valore	Var % Vend. Val. vs AP	Vendite Volume	Var % Vend. Vol. vs AP	Vendite Unità	Var % Vend. Unit. vs AP
Totale Italia Iper+Super+LSP	104.8	105.2	372,264,846	7.0	49,718,377	1.1	66,913,591	1.1
Ipermercati	171.2	171.0	53,696,017	3.7	7,407,121	-1.4	9.832,079	-1.4
Sypermercati	101.8	102.3	275,942,286	8.0	37,156,977	1.9	49,930,629	1.8
LSP	38.7	38.2	42,626,543	5.1	5,154,279	-0.9	7,150,882	-0.7

L'andamento degli spumanti è condizionato dalla flessione a unità dei principali segmenti quali il Prosecco, il classico italiano e lo charmat dolce, mentre continua la corsa dei segmenti con una battuta di cassa più bassa, come Ribolla, Pignoletto, Altro secco, Chardonnay.

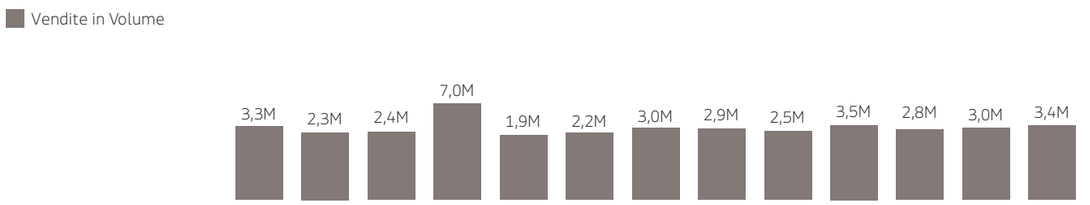
	Quota a Valore	% Trend VS '22	Quota a Unità	% Trend VS '22
TOT SPUMANTI	**100,0**	**7,0**	**100,0**	**1,1**
Charmat Secco	**76,8**	**7,9**	**84,7**	**1,7**
Charmat Secco Prosecco	53,5	5,7	50,7	-2,1
Charmat Secco Altro Secco	14,2	16,8	21,3	10,2
Charmat Secco Ribolla Gialla	3,6	17,9	4,8	12,9
Charmat Secco Muller Thurgau	3,4	7,9	5,2	3,0
Charmat Secco Pinot	0,7	-25,1	0,9	-28,1
Charmat Secco Pinot Chardonnay	0,4	17,8	0,7	20,5
Charmat Secco Chardonnay	0,3	23,1	0,5	20,9
Charmat Secco Pignoletto	0,3	11,6	0,4	8,6
Charmat Secco Riesling	0,1	-10,2	0,1	-6,8
Charmat Secco Asti Secco	0,1	-22,1	0,1	-26,4
Metodo Classico Italiano	**16,3**	**4,5**	**6,2**	**-1,5**
Charmat Dolce	**7.0**	**3,3**	**9.1**	**-2.7**

L'ANDAMENTO DEL PROSECCO

Con un fatturato di quasi duecento milioni di Euro in GDO, il Prosecco Spumante continua ad essere l'assoluto protagonista, rappresentando oltre il 53% delle vendite a valore degli Spumanti. Tuttavia, dopo anni di crescita a due cifre, avevamo già assistito ad una frenata nel corso del 2022 , frenata che prosegue anche nei primi mesi del 2023 con una pari al -2,3% nel progressivo a settembre .

Indicatori di mercato	Prog Sett 23	aumento %
Vendite Valore (euro)	199.345.727	5,7
Vendite Volume (U.M.)	24.972.349	-2,3

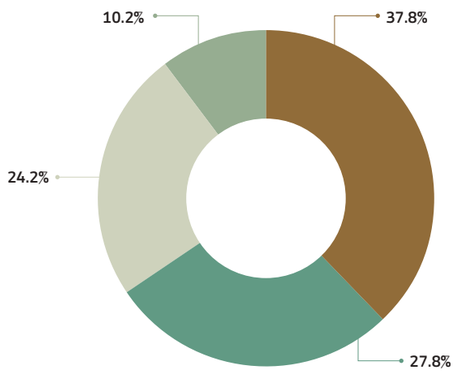
Indicatori di mercato	Prog Sett 23	aumento %
Vendite Unità (pz.)	33.896.592	-2,1
Prezzo medio in Volume	7.98	8,2



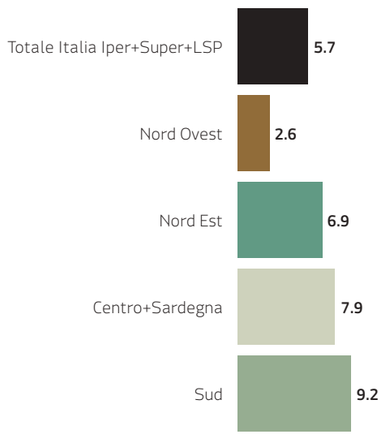
Indicatori di Trend	02 Ott	30 Ott	27 Nov	01 Gen	29 Gen	26 Feb	02 Apr	30 Apr	28 Mag	02 Lug	30 Lug	27 Ago	01 Ott
	'22- 5s	'22- 4s	'22- 4s	'23- 5s	'23- 4s	'23- 4s	'23- 5s	'23- 4s	'23- 4s	'23- 5s	'23- 4s	'23- 4s	'23- 5s
Var. % Vend. Volume vs AP	-10,3	-14,8	-6,0	-0,7	-4,9	-7,4	-0,8	-6,9	-7,8	-1,1	4,2	-0,7	2,4
Var. % Vend. Valore vs AP	0,3	-3,2	5,7	8,3	6,5	2,6	8,9	2,4	0,6	5,6	9,6	5,8	8,4
Var. % Prz. M Volume vs Ap	11,9	13,6	12,4	9,1	11,9	10,8	9,8	10,0	9,1	6,7	5,2	6,5	5,9

Rimane in crescita invece il fatturato +5,7%, trasversalmente a tutte le aree, sostenuto dall'aumento del prezzo medio.

Vendite Valore



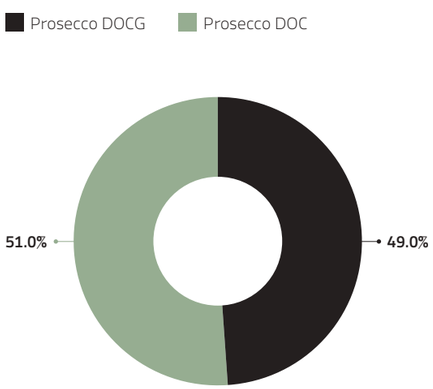
Variazione % Vendite in Valore su Anno Precedente (AP)



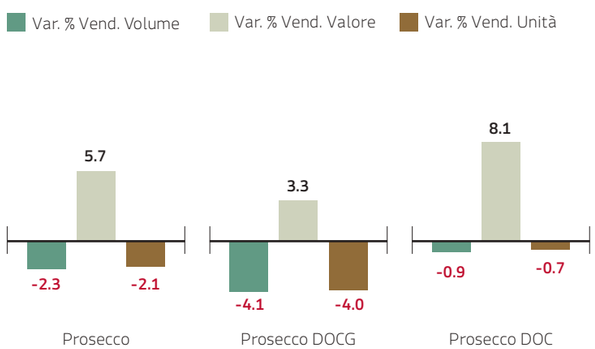
Geography	NR	NR Valore AP	Vendite Valore	Var % Vend. Val. vs AP	Vendite Volume	Var % Vend. Vol. vs AP	Vendite Unità	Var % Vend. Unit. vs AP
Totale Italia Iper+Super+LSP	37.3	37.7	199,345,727	5.7	24,972,349	-2.3	33,896,592	-2.1
Nord Ovest	39.0	39.7	75,297,254	2.6	9,754,715	-4.6	13,276,811	-4.3
Nord Est	41.5	41.8	55,482,068	6.9	6,983,676	-2.2	9,322,920	-2.1
Centro+Sardegna	36.7	37.5	48,219,842	7.9	5,897,590	0.4	8,113,902	0.5
Sud	24.5	23.4	20,346,563	9.2	2,336,368	0.6	3,182,959	1.1

La crescita a valore si registra sia per il segmento DOC e sia per il segmento DOCG.
Entrambe le Denominazioni registrano però un calo dei volumi.

Vendite Valore



Variazione Vendite % su Anno Precedente (AP)

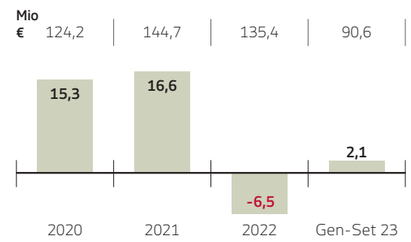


IL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

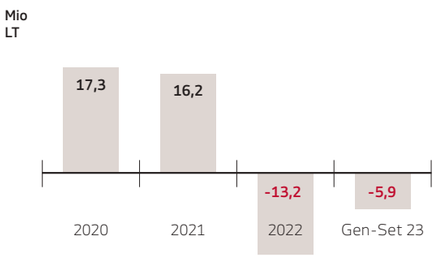
Dopo anni di crescita costante , i primi nove mesi del 2023 evidenziano un calo delle vendite a volume (-5,9%) per lo spumante Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG (incluso Cartizze):

- Il fatturato si mantiene invece in terreno positivo, (+2,1%) sostenuto dall'aumento dei prezzi medi al consumo: +8,4% nel progressivo a settembre 2023.
- La pressione promozionale rimane superiore al 50% anche nel 2023 con una leggera flessione rispetto allo stesso periodo del 2022 (-0.6punti).

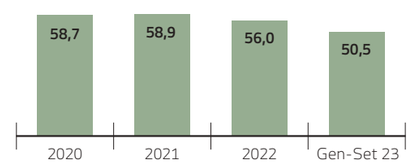
% Trend a Valore



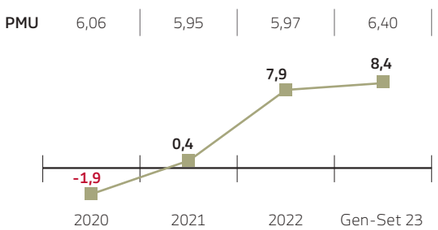
% Trend a Volume



% Volume in Promo



% Trend Prezzo Medio

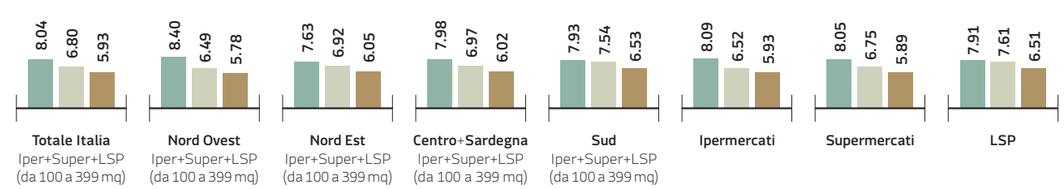


Fonte: IRI. Totale Italia Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio-Piccolo
Totale Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG incluso Valdobbiadene Superiore di Cartizze DOCG

Analizzando l'andamento dei prezzi per il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore (escludendo il Cartizze), il prezzo medio a unità a Totale Italia I+S+LSP, registra una crescita del 8,7% , con un prezzo medio molto vicino ai 7 Euro.

Come si evince dal grafico la situazione dei prezzi varia da canale a canale: nelle piccole superfici , dove la pressione promozionale è decisamente inferiore a quella registrata negli altri canali, il prezzo medio supera abbondantemente i 7 Euro.

ANDAMENTO DEI PREZZI

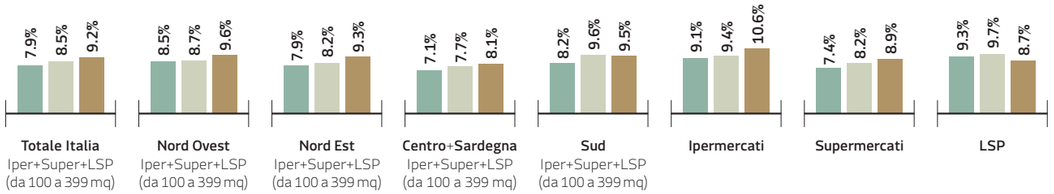


Prezzo Medio per Unità di Base
Variazione % vs Anno Precedente

Prezzo Medio per Unità
Variazione % vs Anno Precedente

Prezzo Medio per Unità in Promozione
Variazione % vs Anno Precedente

% TREND DEI PREZZI VS PERIODO CORRISPONDENTE



Prezzo Medio per Unità di Base
Variazione % vs Anno Precedente

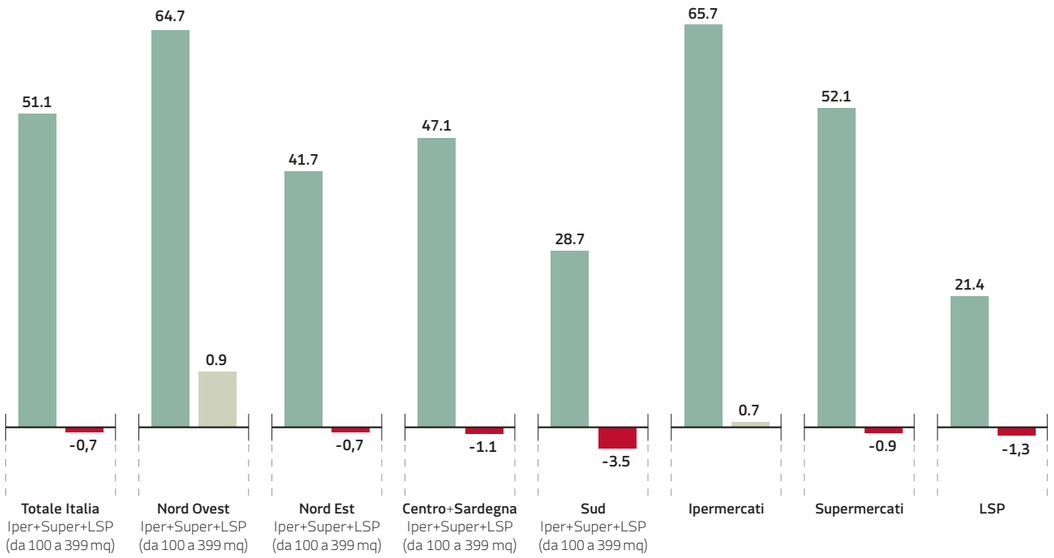
Prezzo Medio per Unità
Variazione % vs Anno Precedente

Prezzo Medio per Unità in Promozione
Variazione % vs Anno Precedente

Totale Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG – Progressivo Gennaio/Settembre 2023

La pressione promozionale , è in linea con il gennaio-settembre 2022 ma rimane al di sotto dei livelli del 2020 e del 2021.

% VOLUMI IN PROMOZIONE E VARIAZIONE PUNTI VS PERIODO CORRISPONDENTE



Totale Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG – Progressivo Gennaio/Settembre 2023

In un contesto generalizzato di calo dei volumi, sarà importante per le aziende concentrarsi sull'utilizzo delle leve di prezzo e promozione in un periodo storico in cui il potere di acquisto delle famiglie si sta ulteriormente riducendo a causa dell'aumento dei costi energetici, dei beni alimentari e di prima necessità.

La leva promozionale, da utilizzare sempre con attenzione al fine di tutelare l'immagine e il valore del prodotto, sarà un'arma importante per calmierare gli aumenti e sostenere il consumatore.

Il capitale di immagine e le sfide per il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG

Enzo Risso
Direttore scientifico di Ipsos
Docente di Audience Studies, Università La Sapienza di Roma

Il profilo di immagine del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG è in pool position fra i diversi vini spumanti. La recente indagine realizzata da Ipsos su un campione complessivo 1000 italiani e 500 giovani mostra un quadro positivo del positioning del vino delle colline. In una scala di voto da 1 a 10, il 70% degli italiani assegna al Conegliano Valdobbiadene un voto ottimo, tra l'8 e il 10, superando tutti gli altri vini, compreso Champagne, Franciacorta e Trento DOC.

Il vino delle colline trevigiane è conosciuto e apprezzato per la sua elevata qualità, rappresenta fedelmente la tradizione e l'autenticità del suo territorio ed è considerato un prodotto decisamente genuino.Un vino frizzante che incarna lo stile italiano, fresco, versatile, conviviale e contemporaneo. Un prodotto che si qualifica per i suoi aspetti culturali e le sue peculiarità, che possono essere ancora ulteriormente ottimizzate per creare nuove opportunità di valorizzazione e apprezzamento.

Per molti il vino delle colline di Conegliano Valdobbiadene ha dei tratti di geniale peculiarità capaci di attrarre gli appassionati di vino, ma anche i meno esperti, affascinati dalla sua complessità e eleganza.

→ Il capitale di immagine del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG

Il capitale di immagine del vino delle colline dell'Alta Marca Trevigiana è articolato e composito, un mix che fa perno sulla sensazione di grande qualità (68%), autenticità (64%) e freschezza (59%). I dati dell'indagine evidenziano la sua genuinità (58%) e il fatto che sia un vino per intenditori (58%), apprezzato da coloro che riconoscono e amano un vino di alta qualità. Pur mantenendo le sue radici tradizionali (47%), il Conegliano Valdobbiadene è riuscito a rimanere contemporaneo e al passo con i tempi (56%). Questo vino è ritenuto versatile (49%), capace di adattarsi a diverse occasioni, che sia un brindisi tra amici o una cena elegante. Il suo profilo si caratterizza nell'essere al contempo conviviale (56%), favorendo la condivisione e la comunione, e ambasciatore dello stile di vita italiano (54%). Questo vino non è solo una bevanda, ma un simbolo della cultura italiana (52%), unico (52%) e raffinato (51%). È interessante notare che il Conegliano Valdobbiadene è vissuto come un vino sostenibile (49%), andando incontro all'esigenza di pratiche di produzione rispettose dell'ambiente: un aspetto sempre più apprezzato dai consumatori contemporanei. Una sfida, quella della sostenibilità, che è sempre più dirimente per il mondo del vino, come per il resto dei prodotti. Una direzione in cui anche i produttori di vino possono trovare riscontri positivi tra una discreta fetta di consumatori attenti all'ambiente e che desiderano supportare prodotti a ridotto impatto ambientale.

Il Conegliano Valdobbiadene è descritto anche come dinamico (45%), trendy (45%) e "cool" o alla moda (44%). Questo suggerisce che, pur essendo un vino con una lunga storia, è riuscito a rimanere rilevante e desiderabile in un mercato del vino in continua evoluzione. Nonostante il Conegliano Valdobbiadene sia un vino impegnativo (32%), è anche divertente (42%), spontaneo (43%) e giovane (41%). Tutti attributi che riflettono la sua capacità di sorprendere e deliziare il palato, così come la sua capacità di adattarsi a un pubblico giovane e dinamico.

Dal punto di vista del posizionamento di immagine il Conegliano Valdobbiadene si sta collocando in una parte alta e significativa della gamma di offerta presentandosi come un'alternativa accessibile e accattivante allo Champagne. Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG si presenta come un prodotto raffinato, colto, piacevole ma meno snob del concorrente francese.

→ Il profilo emozionale del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG

Il vino spumante delle colline patrimonio dell'Umanità attiva emozioni peculiari che lo caratterizzano: trasmette spensieratezza e leggerezza. È considerato un vino potenzialmente migliore dei suoi competitor, soprattutto per quanto riguarda la provenienza, il gusto, la qualità, il portato culturale e l'innovatività. Per i giovani il legame al territorio è particolarmente significativo e fonte di valore per la scelta.

Il Conegliano Valdobbiadene non è solamente un vino, ma un vero e proprio vettore di emozioni. I dati raccolti indicano una varietà di sentimenti ed emozioni legate all'esperienza del gustarlo. In primo luogo, c'è una sensazione di relax e spensieratezza, rispettivamente al 22% e 25%. Questo suggerisce che il Conegliano Valdobbiadene è apprezzato per la sua capacità di aiutare a rilassarsi dopo una lunga giornata e di lasciare da parte le preoccupazioni.

In secondo luogo, emergono sensazioni di energia (17%) e forza (13%), che possono essere associate alla vivacità e alla vitalità che questo vino è in grado di trasmettere. Questo vino, con la sua effervescenza (21%), sembra in grado di risvegliare i sensi e di fornire un'energia rinnovata.

Un altro elemento interessante è l'anti-tristezza (9%), l'euforia (16%) e la serenità (21%), che suggeriscono un effetto positivo sullo stato d'animo. Questo prodotto della cultura vitivinicola italiana può essere un compagno ideale nei momenti di gioia, ma anche un conforto nei momenti di tristezza.

La passione emerge al 22%, suggerendo che il Conegliano Valdobbiadene può essere il vino perfetto per una cena romantica o per un incontro intimo. L'intimità, non a caso, è un altro elemento che emerge dai dati, con il 17%. Non possono essere trascurati, infine, il portato valoriale che il vino delle colline trevigiane reca con sé in termini di amicizia (21%), complicità (19%) e dialogo con se stesso (9%). Questo indica che il Conegliano Valdobbiadene non è solo un vino da gustare da soli, ma è anche un ottimo mezzo per condividere momenti speciali con gli amici o per riflettere su sè stessi.

In conclusione, il Conegliano Valdobbiadene è, dal punto di vista del profilo emozionale, un vino che offre un'esperienza sensoriale ricca e variegata; un prodotto molteplice, capace di toccare diverse corde emozionali. Dal rilassarsi all'energizzarsi, dall'elevare l'umore al condividere momenti speciali, è un prodotto che ha qualcosa da offrire a tutti.

→ Estetica delle bottiglie

L'estetica delle bottiglie è particolarmente importante. I dati mostrano che la maggior parte dei consumatori di Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG (66,7%) è d'accordo con l'affermazione che l'estetica dell'etichetta delle bottiglie di vino influenza le loro decisioni d'acquisto. Tuttavia, c'è una differenza significativa tra i consumatori abituali e quelli occasionali: i primi sono più propensi ad essere d'accordo con l'affermazione (76,4%) rispetto ai secondi (58,6%). I giovani consumatori di Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, inoltre, sono più propensi a utilizzare l'etichetta come faro orientativo rispetto ai giovani conoscitori non consumatori (70,6% contro 59,5%).

→ Uno sguardo alle potenzialità

Lo sviluppo dell'analisi dei punti di forza e delle opportunità mostra che il Conegliano Valdobbiadene processo Superiore DOCG è conosciuto per la sua elevata qualità, riconoscibile per le sue tonalità e per il suo portato narrativo ed emozionale. Esso rappresenta fedelmente la tradizione e l'autenticità del territorio riconosciuto patrimonio dell'Unesco e, come tale, è considerato un prodotto ad alto tasso di genuinità.

Le strategie di sviluppo per il posizionamento di questo vino potrebbero essere orientate a promuoverne la freschezza, il suo carattere raffinato ma intenso; la sua capacità di stare al passo coi tempi, garantendo un ponte tra la cultura e la tradizione, con la modernità e la raffinatezza. Un prodotto che può veleggiare sfruttando le tendenze emergenti nel settore del vino, rappresentando un'isola di peculiare intensità e tradizione, ma soprattutto di calore e affettività.

È particolarmente importante, inoltre, mantenere e lavorare sul fronte dell'identità versatile, sia riguardo l'accompagnamento a diversi pasti sia rispetto alla molteplicità delle occasioni conviviali, informali e no. Il tutto per rimarcare lo stile di vita italiano e rafforzare il legame con la cultura delle colline, con i valori che questo si porta dietro, come il piacere della condivisione e della socializzazione.

Dinamiche del Turismo Enogastronomico

Roberta Garibaldi
Docente di Tourism Management, Università degli Studi di Bergamo
Presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico
Consulente esperta di turismo

→ IL CONTESTO ATTUALE: UNA NUOVA GEOGRAFIA DEI FLUSSI

La situazione attuale del turismo si presta ad una duplice lettura. I flussi internazionali hanno visto nel primo semestre 2023 una crescita molto forte rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente (+43%), attestandosi a circa 700 milioni. Performance positive si sono registrate in tutte le aree, con un quasi pieno recupero sul periodo pre-pandemico. Il Vecchio continente è fra le mete che maggiormente hanno beneficiato della forte ripresa dei flussi internazionali, in particolare dagli Stati Uniti d'America[1]; le prospettive del secondo semestre sono positive, anche grazie ad una maggiore propensione al viaggio in Europa da parte dei turisti cinesi – +74% nelle intenzioni rispetto al medesimo periodo del 2022[2].

È il turismo domestico, che negli anni scorsi ha trainato la ripresa, a mostrare un andamento al di sotto delle aspettative. L'aumento generalizzato dei prezzi delle componenti del viaggio trainato dall'inflazione e la conseguente minore capacità di spesa soprattutto tra le fasce meno abbienti della popolazione ha ridotto la propensione al viaggio domestico. Guardando all'Europa, già all'inizio dell'estate le previsioni indicavano una minore disponibilità a recarsi in vacanza nel proprio Paese rispetto ai mesi precedenti[3]. Le prime evidenze, sebbene parziali e provvisorie, provenienti da Paesi quali Spagna, Grecia ed Inghilterra hanno confermato questa la tendenza in "difetto" rispetto alle attese[4].

La medesima situazione in "chiaroscuro" che vede crescita del turismo internazionale e flessione e/o stagnazione dei flussi domestici si ravvisa anche nel nostro Paese. Complessivamente, le ultime stime confermano la ripresa dell'anno precedente ed una crescita sui valori assoluti del 2019[5]. I dati Banca d'Italia indicano una crescita di 13 punti percentuali della spesa degli stranieri nel Belpaese tra maggio e luglio 2023 rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente; ancora più accentuata (+44%) guardando ai viaggiatori extra-UE[6]. A fronte di questi dati positivi, si ravvisa una minore propensione degli italiani a rimanere nel Paese per via degli alti costi, fatto che ha portato o a rinunciare all'andare in vacanza o a scegliere mete straniere meno costose[7].

In questo contesto, il turismo enogastronomico può portare a ridurre le disparità ridisegnando una nuova geografia dei flussi turistici. È ormai evidenza condivisa l'alta attenzione di italiani e stranieri verso le esperienze a tema cibo, vino, olio, birra... in Italia. Una loro valorizzazione diffusa può accrescere l'attrattività delle are rurali minori e dei piccoli borghi – i quali accolgono il 92% delle produzioni agroalimentari certificate ed il 79% dei vini con Denominazione[8] – e muovere i flussi turistici verso queste mete, meno rinomate e, spesso, con prezzi inferiori. Ciò contribuirebbe da un lato a democratizzare il viaggio, dando possibilità anche a chi ha meno disponibilità economica (specialmente tra gli italiani); dall'altro, si andrebbero a stimolare processi di riduzione della pressione turistica verso le località più note, contrastando i fenomeni di overtourism oggi sempre più frequenti nel Belpaese.

(1) **Organizzazione Mondiale del Turismo, UNWTO** (2023)
"International tourism swiftly overcoming pandemic downturn", unwto.org, 19 settembre 2023.
https://www.unwto.org/news/international-tourism-swiftly-overcoming-pandemic-downturn

(2) **European Travel Commission, ETC** (2023)
"Long-haul travel barometer 3/2023", etc-corporate.org, ottobre 2023. Di
https://etc-corporate.org/reports/long-haul-travel-barometer-3-2023/

(3) **European Travel Commission, ETC** (2023)
"Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel – wave 16", etc-corporate.org, luglio 2023.
https://etc-corporate.org/reports/monitoring-sentiment-for-domestic-and-intra-european-travel/

(4) **Richards, G.** (2023)
"Domestic tourism takes a post-covid hit: growing inequality to blame?", richardstourism.com, 28 agosto.
https://www.richardstourism.com/post/domestic-tourism-takes-a-post-covid-hit-growing-inequality-to-blame

(5) **Il Sole 24 Ore** (2023)
"Dal turismo a cinema, teatri e concerti, i numeri dicono: la pandemia Covid è alle spalle", ilsole24ore.com, 13 ottobre.
https://www.ilsole24ore.com/art/dal-turismo-cinema-teatri-e-concerti-numeri-dicono-pandemia-covid-e-spalle-AFDvsdDB

(6) **Banca d'Italia** (2023)
"Il turismo internazionale in luglio 2023".
https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/index.html?dotcache=refresh

(7) **Sole 24 Ore** (2023)
"Turismo, frenata improvvisa: domanda fino a -30%. Italiani in fuga per i prezzi", ilsole24ore.com, 6 agosto.
https://www.ilsole24ore.com/art/turismo-frenata-improvvisa-domanda-fino-30percento-italiani-fuga-i-prezzi-AFfeanS

(8) **Fondazione Symbola e Coldiretti** (2018)
"Piccoli comuni e tipicità".

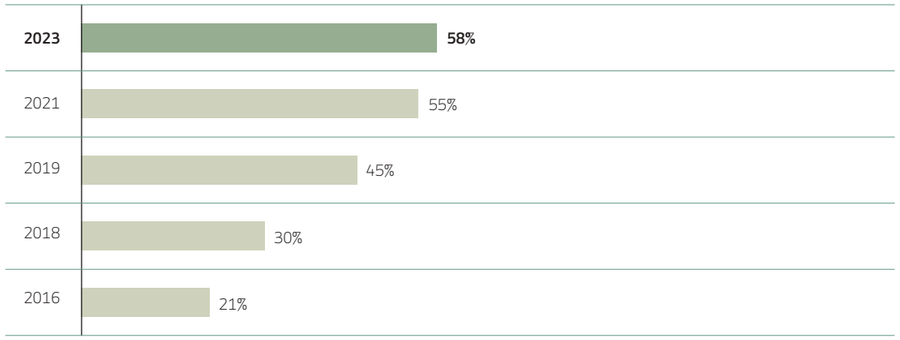
IL TURISMO ENOGASTRONOMICO: "PERNO" DEL VIAGGIO DEI TURISTI EUROPEI ED ITALIANI

Oggi turismo enogastronomico si conferma essere una delle principali tendenze di viaggio. Nonostante uno scenario economico che, come evidenziato in precedenza, è caratterizzato da alta inflazione ed aumento generalizzato dei costi (anche dei prodotti e dei servizi turistici), il desiderio di viaggiare per scoprire l'enogastronomia e vivere le esperienze ed i territori di produzione non sembra averne risentito.

Tra i viaggiatori europei, le proposte legate ai paesaggi rurali e le attività enogastronomiche sono le più ricercate per i viaggi della seconda metà dell'anno 2023. Sono indicate rispettivamente dal 17,4% e dal 16,3% dei turisti del Vecchio Continente, ossia circa 21,3 e 19,9 milioni. 6,2 milioni, invece, chi viaggia con motivazione primaria l'enogastronomia[9].

Uno scenario simile si ravvisa nel nostro Paese, dove nel 2023 quasi 6 italiani su 10 (9,6 milioni circa) hanno svolto un viaggio con motivazione primaria l'enogastronomia; un valore cresciuto di ben 37 punti percentuali dal 2016. Questa ricerca di esperienze non riguarda solo questi viaggiatori, ma interessa tutti i turisti del Belpaese: oltre il 70% ne ha svolto almeno cinque nel corso dei viaggi più recenti (+25% sul 2021)[10].

Crescita dei turisti enogastronomici italiani[11]
% sul totale, anni 2016-2023
Fonte: Garibaldi, R. (2023). "Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2023: tendenze e scenari"



L'Italia gode di un vantaggio competitivo, che può sfruttare valorizzando appieno la componente enogastronomica nel turismo per rafforzare la propria leadership un mercato che mostra ancora ampi margini di crescita. Alla diversità, cultura e qualità delle risorse che la caratterizzano e alla varietà dell'offerta turistica si aggiunge la forza attrattiva dell'enogastronomia, oggi tra i principali driver che sostengono l'immagine del Belpaese a livello mondiale, insieme alla moda ed al turismo[12].

Questa reputazione positiva è certamente da stimolo nel far considerare l'Italia fra le principali mete per un viaggio a tema enogastronomico. Il Belpaese figura, infatti, come destinazione preferita sia presso mercati europei di prossimità – in primis i Paesi germanofoni – che d'Oltreoceano[13].

(9) **European Travel Commission, ETC** (2023)
Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel, Wave 16
https://etc-corporate.org/uploads/2023/07/2023_ETC_MSIET_Results_Wave_16.pdf.

(10) **Garibaldi, R.** (2023)
Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2023: tendenze e scenari.
https://www.robertagaribaldi.it/rapporto-turismo-enogastro-tendenze-e-scenari/

(11) Per turista enogastronomico s'intende: un turista che ha svolto negli ultimi tre anni un viaggio con pernottamento con motivazione primaria l'enogastronomia.

(12) **IPSOS** (2021) Be-Italy. Indagine sull'attrattività del Paese.
Nota: lo studio è stato condotto su un campione di circa 8.500 individui in 19 Paesi stranieri ed in Italia.

(13) Si rimanda ai seguenti documenti:
- **Inspektour** (2021). Destination Brand 21. Theme competence of tourist destinations.
- **European Travel Commission, ETC** (2019). Tourism passion communities. Gastronomy lovers.

L'EVOLUZIONE DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO: LE TENDENZE EMERGENTI

Il turismo enogastronomico ha subito una profonda trasformazione nell'ultimo decennio. Dal limitarsi al solo acquisto di prodotti agroalimentari e vitivinicoli tipici e alla degustazione ricette e piatti tradizionali è andato arricchendosi grazie all'affermarsi di forme, modalità e luoghi di fruizione nuovi in risposta ai cambiamenti e alle richieste di una domanda divenuta sempre più esigente. Oggi il turismo enogastronomico si esprime attraverso una pluralità di prodotti, servizi ed esperienze in cui il coinvolgimento dei sensi è qualificante, attraverso cui fruire del patrimonio culturale del luogo in modo attivo, immergendosi nella vita e nelle tradizioni della comunità locale.

Per i prossimi anni è possibile identificare **quattro principali tendenze emergenti** che devono essere da guida se l'obiettivo è esplodere il potenziale del turismo enogastronomico in Italia.

1 – Varietà di prodotti, servizi, esperienze e luoghi

È forte il desiderio dei turisti del Belpaese verso la scoperta di nuove destinazioni (indicato dal 63%) e proposte autentiche capaci al contempo di far vivere appieno gli spazi rurali. Oltre alle più "tradizionali" degustazioni nei vigneti e negli uliveti emerge una crescente attenzione verso gli eventi che abbinano gusto, arte e musica nei luoghi di produzione, proposte di *workation* (vacanza + lavoro) nelle aree rurali, corsi di *foraging*, di sopravvivenza e attività ludiche che consentono di scoprire divertendosi nuovi aspetti dell'enogastronomia e dei territori. Si ravvisa, inoltre, una crescita del desiderio di fare esperienza in tutte le aziende di produzione, non solo nelle cantine.

Partecipazione alle esperienze nei luoghi di produzione nel corso dei viaggi svolti negli ultimi tre anni
% sul totale, anno 2023
Fonte: Garibaldi, R. (2023) "Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2023: tendenze e scenari"

	Turisti enogastronomici	Totale turisti italiani
Visitare una cantina	41%	34%
Visitare un caseificio	34%	28%
Visitare un'azienda agricola locale	32%	28%
Visitare un birrificio	24%	19%
Visitare un'azienda olearia/un frantoio	19%	15%
Visitare un salumificio	17%	14%
Visitare una fabbrica del cioccolato	16%	12%
Visitare un pastificio	16%	12%
Visitare una distilleria	12%	9%
Visitare un frutteto/un'azienda produttrice di frutta	11%	9%
Fare una visita guidata in una pasticceria	9%	7%
Fare un'esperienza per scoprire il mondo del caffè	8%	6%
Fare una visita guidata in una gelateria artigianale	7%	5%

Nota: Totale > 100 perché possibile risposta multipla. I valori si riferiscono al totale dei turisti italiani.

2 – Accessibilità

Al forte interesse dei turisti verso il vivere l'enogastronomia in modo innovativo e in tutte le sue sfaccettature si associa la necessità di reperire facilmente le informazioni, scegliere e prenotare le proposte disponibili. Esiste ancora un forte gap digitale nel settore: se il 63% dei turisti italiani dichiara di voler finalizzare l'acquisto di visite alle aziende di produzione online, solo il 23% le ha prenotate attraverso il portale ufficiale e il 20% tramite intermediari digitali.

Guardando alle fonti di informazioni utilizzate, è interessante notare come il processo di scelta sia caratterizzato dall'utilizzo di numerose risorse offline e digitali, che varia a seconda dell'età. Ad esempio, i social media sono importanti soprattutto per i più giovani (Facebook per i Millennials e Instagram per la Generazione Z) così come i film e le serie televisive. Ma centrali rimangano i consigli di parenti e amici, a prescindere dalla generazione, a conferma dell'importanza del passaparola nelle decisioni del viaggio enogastronomico.

Fonti di informazioni che hanno suggerito di visitare una specifica destinazione enogastronomica o partecipare ad una esperienza enogastronomica
Differenze per età, anno 2023
Fonte: Garibaldi, R. (2023) "Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2023: tendenze e scenari"

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65
Consigli di parenti e amici	56%	49%	55%	55%	55%	56%
Siti internet che parlano di turismo enogastronomico	21%	29%	22%	31%	33%	31%
Programmi, serie e/o canali televisivi dedicati all'enogastronomia	19%	26%	23%	27%	29%	26%
Facebook	16%	25%	27%	25%	17%	17%
Instagram	47%	39%	19%	18%	8%	4%
Guide enogastronomiche	15%	21%	19%	19%	20%	21%
Riviste di viaggio Sezioni di giornale dedicate ai viaggi	12%	15%	16%	21%	24%	23%
Tripadvisor	24%	15%	15%	23%	14%	20%
Riviste enogastronomiche Sezioni di giornale dedicate all'enogastronomia	14%	16%	13%	12%	16%	14%
YouTube	22%	14%	10%	14%	11%	12%
Cataloghi e siti web di Tour Operator e/o Agenzie di Viaggio specializzate	14%	15%	12%	12%	12%	12%
Google Maps	11%	12%	10%	15%	9%	8%
Tik Tok	17%	8%	5%	3%	3%	1%
Tour virtuali	4%	5%	2%	5%	4%	5%
Degustazioni digitali	3%	4%	2%	4%	4%	2%
Twitch	1%	2%	1%	1%	0%	0%
Altri social media	4%	2%	2%	3%	2%	2%

Nota: Totale > 100 perché possibile risposta multipla. I valori si riferiscono al totale dei turisti italiani.

3 – Sostenibilità

La sostenibilità è un driver di scelta dell'esperienza enogastronomica, genera attenzione, stimola alla partecipazione. Alta è l'attenzione dei turisti italiani verso la tematica ambientale: per il 75% degustazioni, pranzi e/o cene a base solo di prodotti locali sono tra gli elementi determinanti nella scelta. Inoltre, l'adozione di sistemi di raccolta differenziata (73%), di risparmio idrico (66%), di energia da fonti rinnovabili (66%), l'essere plastic free (63%) e altre condotte green guidano il turista, ma queste iniziative devono essere spiegate prima e nel corso della visita.

Anche comportamenti aziendali ed iniziative di etica sociale sono tenuti in considerazione, sfatando in parte l'opinione diffusa che la sostenibilità riguardi solo l'ambiente. Il 68% si mostra più propenso a fare esperienza laddove l'azienda ha progetti a supporto della comunità locale, ed il 64% se il personale o i fornitori stanno affrontando situazioni di disagio e/o l'azienda ha adottato politiche etiche.

Driver di sostenibilità sociale ed economica nella scelta delle esperienze enogastronomiche
Anno 2023
Fonte: Garibaldi, R. (2023) "Rapporto Turismo Enogastronomico e Sostenibilità"

	Turisti enogastronomici	Totale turisti italiani
L'avere in atto progetti e/o iniziative che aiutano la comunità locale	72%	68%
La possibilità di acquistare souvenir /prodotti di piccoli produttori locali	71%	67%
L'utilizzo di personale che sta affrontando situazioni di disagio economico e/o sociale	69%	64%
L'adozione di politiche etiche nella gestione dell'azienda (es. personale)	68%	64%
L'utilizzo di fornitori che hanno affrontato o stanno affrontando situazioni di disagio economico e/o sociale	68%	64%
La possibilità di visitare luoghi quali negozi, aziende... legate all'ambito enogastronomico condotti da persone che hanno affrontato...	68%	61%
La possibilità di vivere nella comunità locale, trascorrendo una giornata con i produttori locali	68%	61%
L'avere in atto progetti e/o iniziative che aiutano le categorie svantaggiate (anche NON della comunità locale)	66%	60%
La possibilità di partecipare ad iniziative legate a tematiche riconducibili all'etica e alla sostenibilità (eventi, mostre...)	65%	57%

Nota: Domanda basata su scala Likert da 1 (Totale disaccordo) a 5 (Totale accordo).
Valori % aggregati per le risposte 4 (Accordo) e 5 (Totale accordo).

4 – Longevity

Il viaggio enogastronomico viene sempre più visto (e vissuto) come opportunità per dedicarsi al benessere psico-fisico e adottare stili di vita più salutari. Ad esempio, per migliorare la consapevolezza nutrizionale e, attraverso l'edutainment, avere indicazioni per modificare abitudini non corrette: non è un caso che 7 turisti italiani su 10 vorrebbero trovare in vacanza menù con ricette che fanno bene alla salute.

La dimensione del benessere dai singoli prodotti si estende alle esperienze ed ai luoghi. I turisti italiani vorrebbero abbinare la scoperta dell'enogastronomia locale ad attività sportive leggere (tour a piedi ed in bicicletta tra i vigneti, uliveti...) o a trattamenti di benessere a tema vino, olio e birra. Inoltre, vedono l'ambito rurale come il luogo "ideale" dove staccare dalla routine giornaliera, dalla tecnologia (con il 62% che desidera fare viaggi enogastronomici in cui ci sia la possibilità di un digital detox), dalla confusione delle città stando con parenti ed amici (quasi 6 turisti italiani su 10 vorrebbe trovare proposte di viaggio in ambito rurale per stare con i propri cari).

Intersse verso digital detox, stare in famiglia e benessere
Livello di accordo, anno 2023
Fonte: Garibaldi, R. (2023) "Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2023: tendenze e scenari"

	Turisti enogastronomici	Totale turisti italiani
• Digital detox		
Mi piacerebbe fare viaggi enogastronomici in cui ci sia la possibilità di prendermi una pausa dalla tecnologia	69%	62%
• Stare in famiglia		
Vorrei trovare proposte di viaggio in ambito rurale che mi permettessero di ricongiungermi con i miei parenti e trascorrere del tempo in loro compagnia	64%	57%
• Benessere		
Mi piacerebbe poter trovare menù con ricette che fanno bene alla salute	75%	71%
Vorrei poter fruire di attività di benessere (es. massaggi, idromassaggi e SPA) nei vigneti	57%	50%
Mi piacerebbe che ci fossero centri benessere/SPA dove fare trattamenti legati all'olio	57%	50%
Mi piacerebbe che ci fossero centri benessere/SPA dove fare trattamenti legati alla birra	53%	44%

Nota: Domanda basata su scala Likert da 1 (Totale disaccordo) a 5 (Totale accordo).
Valori % aggregati per le risposte 4 (Accordo) e 5 (Totale accordo).

Alla luce di questi cambiamenti è auspicabile stimolare una costante innovazione dell'esperienza enogastronomica in chiave sostenibile. Ad esempio, favorendo l'apertura al pubblico di tutte le differenti tipologie di aziende di produzione, come caseifici, birrifici, salumifici..., con proposte di visita e degustazione così come rafforzando il binomio "gusto & natura" con esperienze quali tour a piedi e in bicicletta e attività di wellness nelle aree rurali. L'innovazione deve essere messa in atto così come comunicata sempre in relazione al target a cui l'esperienza si rivolge. Da questo punto di vista, ogni territorio del Belpaese possiede potenzialità stante la capillarità del patrimonio enogastronomico e può fare leva su questa risorsa per arricchire l'offerta turistica esistente in modo innovativo e creare valore diffuso per gli operatori, i territori, le comunità locali e i turisti.

Un ulteriore elemento di attenzione è la sostenibilità. L'interesse di chi viaggia c'è ed è alto, è auspicabile che i territori e gli operatori delle filiere del turismo e dell'enogastronomia – con quest'ultimi che già adottano pratiche green e hanno in essere iniziative sociali ed economiche sostenibili nell'agricoltura[14] – si adoperino per soddisfare questa esigenza e trasformarla in valore aggiunto. Come fare? Partire dal verificare cosa si sta facendo (misurando il proprio livello di sostenibilità), migliorarsi e comunicare. Poiché è fondamentale aiutare il turista a trasformare questa sua esigenza in realtà.

(14) **Confagricotura e Reale Mutua** (2023)
AGRIcoltura100, Rapporto 2023.
https://www.confagricoltura.it/media/6363/AGRIcoltura100-RAPPORTO-2023-Reale-Mutua-Confagricoltura.pdf

Dinamiche del Turismo nel Distretto Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG

Il movimento turistico e l'offerta turistico-ricettiva

CISET – Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

Dopo essere cresciuti nel 2022, i flussi turistici nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG hanno proseguito il trend positivo anche nei primi sette mesi del 2023 (+16% gli arrivi e +12,2% le presenze nel periodo gennaio-luglio 2023 rispetto al 2022).
Buoni risultati sono stati registrati dalla domanda internazionale, con tassi di crescita di oltre il +20% sul 2022, mentre la domanda domestica, che già aveva recuperato terreno gli anni scorsi, si è mantenuta su un ritmo più contenuto. Se la dinamica osservata fino a luglio sarà confermata, il 2023 sarà l'anno del recupero e probabilmente del sorpasso rispetto ai valori pre-covid del 2019.

L'ANDAMENTO DEL MOVIMENTO TURISTICO NEL TERRITORIO A CONFRONTO CON VENETO E PROVINCIA DI TREVISO

I primi mesi del 2023

Il 2023 è stato fino ad ora un anno positivo per il turismo nell'area del Conegliano Valdobbaidene Prosecco Superiore DOCG, tanto che è continuata la crescita osservata nel 2022. In particolare, sulla base degli ultimi dati disponibili aggiornati fino a luglio*, gli arrivi nei primi sette mesi dell'anno sono cresciuti del +16% e le presenze del +12,2% rispetto allo stesso periodo del 2022. I risultati migliori sono stati registrati ancora una volta dalla domanda internazionale, i cui arrivi sono aumentati del +26,8% e le presenze del +22,2%, mentre la domanda domestica si è fermata a +7,8% e +3,2%.

L'aspetto più interessante è che, se sarà confermato l'andamento dei primi sette mesi, il 2023 sarà l'anno del pieno recupero e del sorpasso dei valori pre-Covid. Infatti, nel periodo gennaio-luglio gli arrivi sono risultati superiori del +13,9% rispetto allo stesso periodo del 2019 e le presenze del +3,8. Solo le presenze degli italiani sono ancora inferiori (-3,8%), nonostante gli arrivi siano a +13,2%. Per il mercato internazionale i risultati sono ancora migliori, dato che per entrambe le variabili l'incremento rispetto al 2019 si è attestato a oltre +20%. La domanda internazionale vale quindi oggi il 46% degli arrivi e il 51% delle presenze complessive registrate nell'area; una quota che è anche superiore a quella del 2019.

La dinamica nei primi sette mesi del 2023 è stata sostanzialmente coerente con quella osservata nella provincia di Treviso. Qui i tassi di crescita rispetto al 2022 sono un po' più consistenti, ma è pur vero che il resto della provincia ha subito una flessione maggiore nel 2020 a causa della pandemia e ha cominciato a recuperare più lentamente rispetto a quanto avvenuto nel Distretto della DOCG, complice anche la debolezza che persiste ancora sul fronte del turismo business. A livello provinciale, infatti, arrivi e presenze a luglio 2023 sono ancora al di sotto dei valori del 2019, soprattutto per quanto riguarda il mercato internazionale.

	Italiani		Stranieri		Totale domande	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG* – Periodo Gennaio-Luglio (valori assoluti)						
Gen-Lug 2023	51.283	103.708	44.381	107.179	95.664	210.887
Var.% 20**23**/20**22**	+7,8%	+3,2%	+26,8%	+22,2%	+16,0%	+12,2%
Var.% 20**23**/20**19**	+13,2%	-3,8%	+14,7%	+12,4%	+13,9%	+3,8%
Provincia di Treviso – Periodo Gennaio-Luglio (valori assoluti)						
Gen-Lug 2023	268.247	554.282	268.502	565.436	536.749	1.119.718
Var.% 20**23**/20**22**	+18,3%	+11,6%	+60,6%	+47,3%	+36,3%	+27,2%
Var.% 20**23**/20**19**	+0,5%	-11,3%	-15,7%	-12,7%	-8,3%	-12,0%

Tab. 1 – **Arrivi e Presenze in provincia di Treviso e nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, 2023 Periodo Gennaio-Luglio e relativa variazione % 2023/2022 e 2023/2019, italiani e stranieri**
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2019-2023

(*) Nel 2023 i dati per il comune di San Vendemiano non sono disponibili, in quanto, come specificato nel sito web ufficiale della Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, sono stati "omessi per il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs.322/89) o per una bassa copertura dell'indagine." I dati per i comuni di Susegana e Refrontolo che mancavano nel 2022 sono invece disponibili nel 2023. Anche in questo caso i tassi di crescita del 2022 sul 2021 e sul 2019 sono stati calcolati considerando i comuni per cui si dispone del dato per tutti e tre gli anni (2022, 2021 e 2019), al fine di una migliore comparabilità.

Guardando alla dinamica nei singoli comuni, nella pagina a fianco, tutti hanno registrato un risultato positivo negli arrivi, ad eccezione di Cison di Valmarino che ha subito un calo del -10,4% rispetto allo stesso periodo del 2022. A livello di presenze, invece, oltre a Cison di Valmarino (-14,8%), hanno rilevato una flessione anche Tarzo (-7,6%) e Colle Umberto (-3%)

ARRIVI PER COMUNE PERIODO GENNAIO – LUGLIO

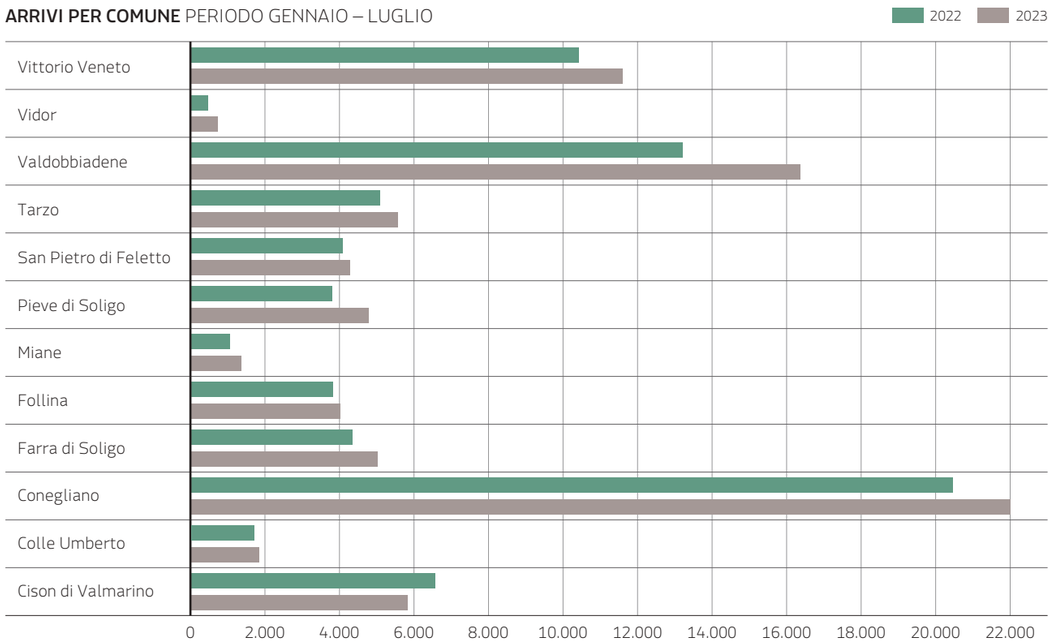


Fig. 1 – **Arrivi nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG per Comune* 2022/2023** – Periodo Gennaio-Luglio
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2022

PRESENZE PER COMUNE PERIODO GENNAIO – GIUGNO

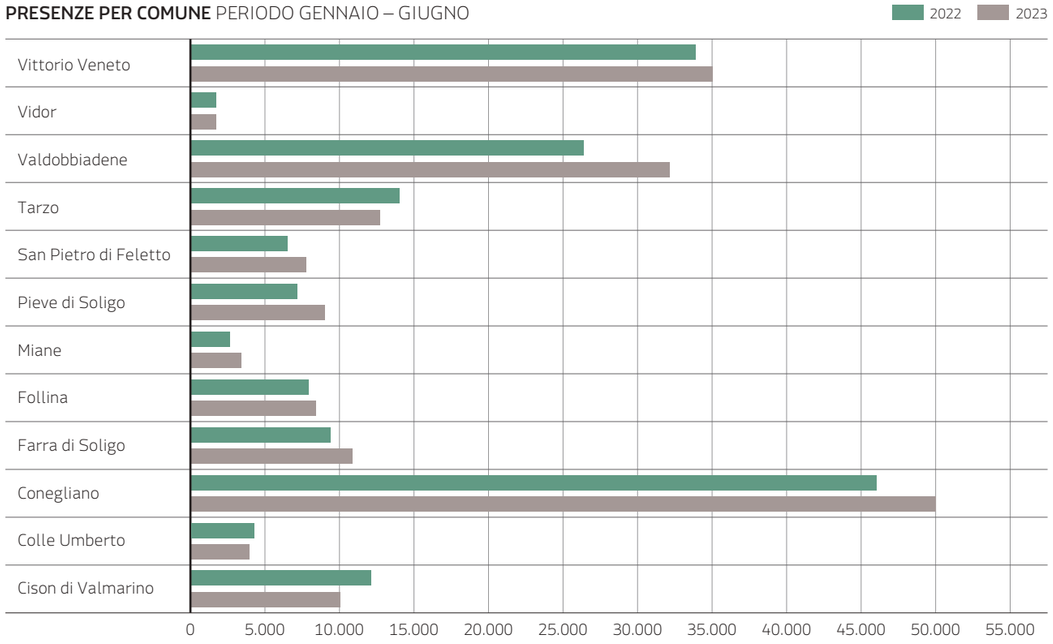


Fig. 2 – **Presenzenel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG per Comune* 2022/2023** – Periodo Gennaio-Giugno
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2022

(*) Le Fig.1 e 2 non includono il Comune di San Vendemiano perché i dati 2023 non sono disponibili e i Comuni di Refrontolo e Susegana perché i dati 2022 non sono disponibili

→ I dati a consuntivo: l'andamento nel 2022

La crescita dei flussi turistici osservata già nel 2021 nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG[1] è proseguita anche nel 2022, con un aumento del +30,7% degli arrivi e di un più contenuto +9% delle presenze, rispetto all'anno precedente.

Risultati differenti si osservano a seconda della provenienza della domanda. Quella internazionale, che si sta via via riprendendo dopo la grossa flessione del 2020, ha registrato ottimi risultati, con gli arrivi aumentati del +66,2% e le presenze del +45,6% rispetto al 2021. La domanda domestica, che già gli anni scorsi aveva iniziato a recuperare terreno dalla crisi covid, si è limitata invece a un +12,7% negli arrivi mentre è diminuita in termini di presenze del -11,3%. Gli italiani hanno infatti ridotto notevolmente la durata del loro soggiorno, tanto che la permanenza media, che era cresciuta significativamente nel post-covid, è passata dalle 2,7 notti del 2020 alle 2 notti attuali, riportandosi di fatto sui valori del 2019.

Si può ipotizzare che nel 2022, in seguito al miglioramento delle condizioni per poter viaggiare e alla ripresa di quelle destinazioni nazionali e internazionali poco frequentate nell'immediato post-covid, molti italiani abbiano optato per altre destinazioni per la vacanza principale, riservando magari alle colline uno *short break*. Si può inoltre pensare che l'effetto "traino" generato dalla maggiore visibilità ottenuta in seguito al riconoscimento UNESCO si sia in parte assestato.

Il calo delle presenze degli italiani sembra comunque essere generalizzato e non limitato alla sola area delle colline di Conegliano Valdobbiadene, tanto che, sebbene un po' più contenuto, si è registrato anche nella provincia di Treviso (-4,6%) e nell'intera Regione Veneto (-2,1%).

Guardando al confronto con il pre-Covid, c'è stato nel 2022 un quasi recupero dei valori del 2019 sul fronte degli arrivi, che sono ancora inferiori solo del -0,9% (+0,9% per gli italiani e -3,2% per gli stranieri), mentre le presenze rimangono al di sotto del -9% (-11,8% per gli italiani e -5,8% per gli stranieri).

Dando uno sguardo ai principali paesi di provenienza della domanda straniera, Austria, Germania, Svizzera, Francia, Regno Unito e Stati Uniti si confermano essere i principali mercati, seguiti dai Paesi Bassi e dal Belgio e da paesi dell'Europa dell'Est, come Repubblica Ceca, Romania, Ungheria e Polonia. Gli arrivi dai principali paesi di origine sono significativamente aumentati nel 2022 rispetto al 2021 e risultano anche in recupero sul 2019, in particolare per Austria e Germania (circa +10% rispetto al 2019). Anche per gli Stati Uniti gli arrivi risultano in leggero aumento rispetto al 2019, mentre Francia e Regno Unito si mantengono ancora deboli e al di sotto dei valori pre-Covid.

(**1**) Si sono considerati come di consueto i 15 comuni su cui insiste la DOCG Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore, ossia: Conegliano, Valdobbiadene, Vittorio Veneto, Cison di Valmarino, San Vendemmiano, Pieve di Soligo, Follina, San Pietro di Feletto, Susegana, Farra di Soligo, Tarzo, Refrontolo, Miane, Vidor, Colle Umberto.

Tuttavia, il dato sul movimento turistico, ottenuto come somma degli arrivi e delle presenze nei 15 comuni, risente nel 2022 della mancanza di due comuni, quali Refrontolo e Susegana, i cui dati ufficiali pubblicati nel sito web ufficiale della Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale non sono disponibili in quanto sono stati "omessi per il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs.322/89) o per una bassa copertura dell'indagine". Per questo il tasso di crescita è stato calcolato considerando anche per il 2021 e per il 2019 la somma dei vari comuni meno Refrontolo e Susegana, al fine di una migliore comparabilità.

	2019		2021		2022	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Distretto Conegliano Valdobbiadene*	158.794	380.357	121.461	322.978	147.118	325.661
Provincia di Treviso	1.008.260	2.225.936	476.828	1.371.502	736.648	1.628.388

Tab. 2 – Arrivi e presenze in provincia di Treviso e nel Distretto di Conegliano Valdobbiadene DOCG nel 2019/2021/2022
Fonte: elaborazione CISET su dati Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2019-2022

	Var.% 2022/2021		Var.% 2022/2019	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Distretto Conegliano Valdobbiadene*	+30,7%	+9,0%	-0,9%	-9,0%
Provincia di Treviso	+54,5%	+18,7%	-26,9%	-26,8%

Tab. 3 – Var. % 2022/2021 e 2022/2019 Arrivi e presenze in Provincia di Treviso e nel Distretto di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2019-2022

	Italiani		Stranieri		Totale domande	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG*						
2022 (valori assoluti)	84.053	170.647	63.065	155.014	147.118	325.661
Var.% 20**22**/20**21**	+12,7%	-11,3%	+66,2%	+45,6%	+30,7%	+9,0%
Var.% 20**22**/20**19**	+0,9%	-11,8%	-3,2%	-5,8%	-0,9%	-9,0%
Provincia di Treviso						
2021 (valori assoluti)	411.653	886.527	324.995	741.861	736.648	1.628.388
Var.% 20**22**/20**21**	+28,2%	-4,6%	+108,6%	+67,9%	+54,5%	+18,7%
Var.% 20**22**/20**19**	-11,2%	-18,9%	-40,3%	-34,5%	-26,9%	-26,8%

Tab. 4 – Arrivi e presenze in provincia di Treviso e nel Distretto di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG nel 2022 e relativa var.% 2022/2021 e 2022/2019, italiani e stranieri
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2019-2022

(*) Per i valori assoluti è stato riportato il dato effettivo risultante dalla somma di tutti i comuni su cui si estende la Docg, che nel 2022 non include Susegana e Refrontolo perché il dato non è disponibile, come spiegato nella nota n°1. Il tasso di crescita del 2022 sul 2021 e sul 2019 è stato invece calcolato scorporando il dato dei due comuni mancanti dalla somma 2021 e 2019, per una migliore comparabilità.

ARRIVI (italiani e stranieri)

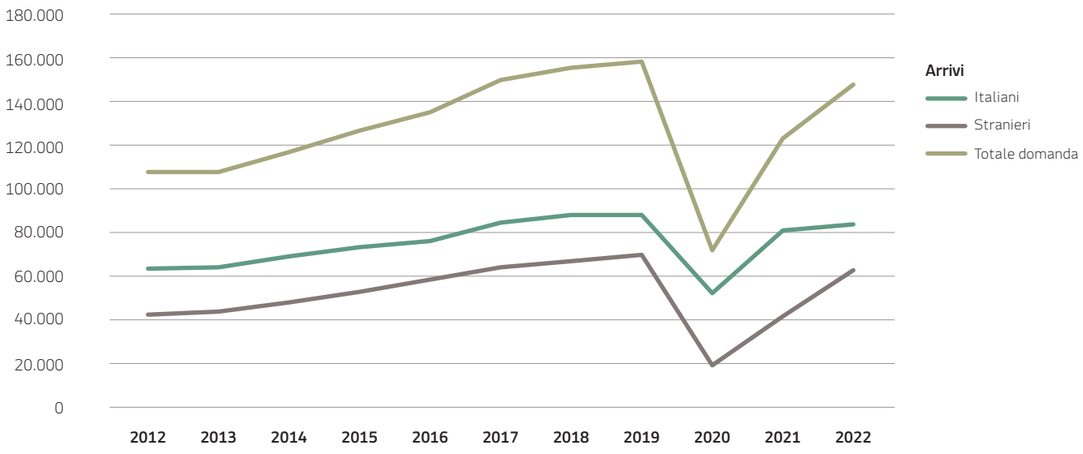


Fig. 2 – Andamento arrivi nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2012/2022
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2012-2022

PRESENZE (italiani e stranieri)

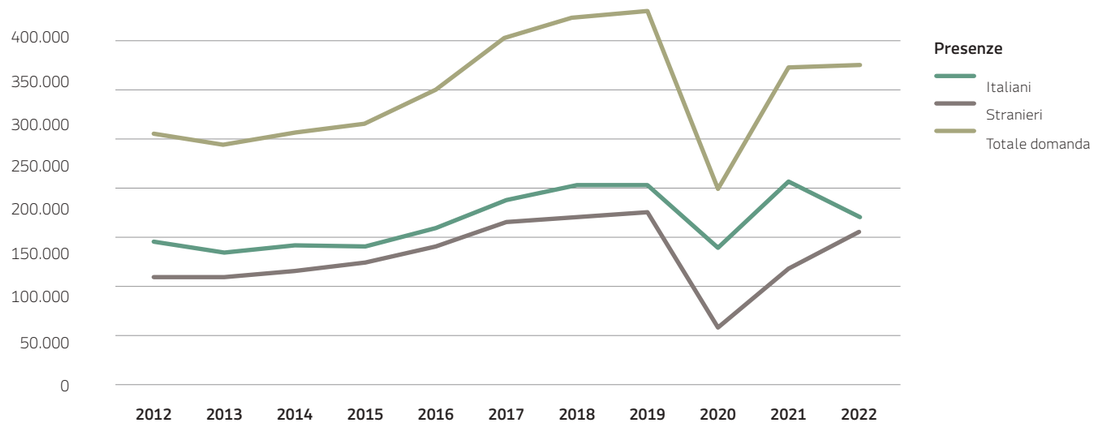


Fig. 3 – Andamento presenze nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2012/2022
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2012-2022

Conegliano, Vittorio Veneto e Valdobbiadene si confermano essere i tre comuni più "turistici" dell'area della DOCG, concentrando più della metà degli arrivi e delle presenze complessive. In particolare nel 2022, Conegliano ha ospitato circa il 26% degli arrivi e delle presenze; Valdobbiadene ha invece una quota del 17,3% in termini di arrivi e del 15,4% in termini di presenze mentre Vittorio Veneto rispettivamente del 12,8% e del 17,9%. Vittorio Veneto, quindi, è al terzo posto per arrivi ma secondo per presenze, caratterizzandosi per una permanenza media superiore. Seguono Cison di Valmarino e Tarzo con quote comprese tra il 9% e il 7%, mentre gli altri comuni hanno un peso più ridotto.

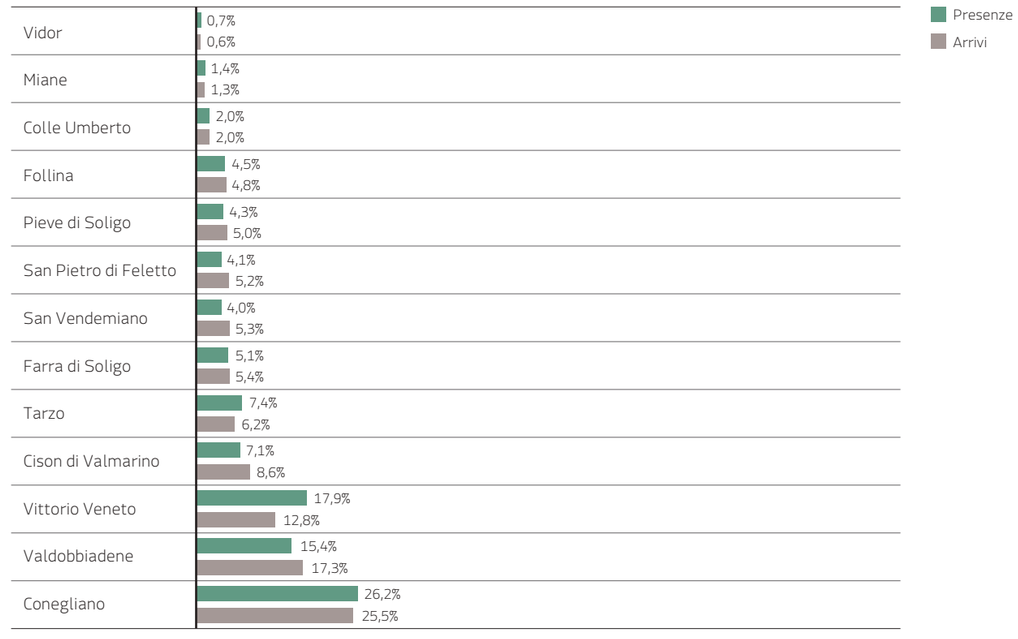


Fig. 4 – Quote di mercato Arrivi e Presenze dei comuni del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2022[2]
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat e Regione Veneto – Sistema Statistico Regionale, 2022

(2) Non sono inclusi i comuni di Susegana e Refrontolo in quanto i dati 2022 non sono disponibili per i motivi sopra spiegati.

L'OFFERTA TURISTICA: L'ANDAMENTO DI RICETTIVITÀ E RISTORAZIONE

L'offerta ricettiva nel territorio del Prosecco Superiore DOCG contava nel 2022 (ultimo dato disponibile) 555 esercizi per un totale di 5.646 posti letto, in crescita rispetto al 2021 rispettivamente di 55 unità e 438 letti. Il dato è superiore anche a quello pre-covid del 2019, mostrando quindi una buona dinamicità dell'offerta.

Con riferimento al tipo di strutture, la ricettività si concentra nell'extralberghiero che rappresenta il 93,3% degli esercizi e il 69,8% dei posti letto. In particolare, sono presenti 37 hotel con complessivamente 1.704 posti letto (1 esercizio e 14 posti letto in più rispetto al 2021) e 518 strutture extralberghiere per 3.942 posti letto (più 40 esercizi e 424 posti letto rispetto al 2021), in particolare alloggi in affitto (357 per 1.956 posti letto) e alloggi agrituristici (82 e 1.005 posti letto), entrambi in aumento rispetto all'anno precedente.

La dimensione media delle strutture è rimasta sostanzialmente invariata rispetto agli scorsi anni ed è di 46 posti letto nell'alberghiero e 8 posti letto nel comparto complementare.

	2019		2021		2022	
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto
Strutture alberghiere	37	1.763	36	1.690	37	1.704
Strutture extra-alberghiere	432	3.242	478	3.518	518	3.942
di cui						
Campeggi	1	222	1	222	1	310
Alloggi in affitto	287	1.454	334	1.731	357	1.956
Alloggi agrituristici	65	885	68	907	82	1.005
Case per ferie	7	346	7	346	7	346
B&B	71	323	67	300	70	313
Altro	1	12	1	12	1	12
Totale strutture ricettive	**469**	**5.005**	**514**	**5.289**	**555**	**5.646**

Tab. 5 – Strutture ricettive e posti letto per tipologia nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2019/2022
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat, 2019-2022

Conegliano, Vittorio Veneto e Valdobbiadene sono i comuni che concentrano gran parte dell'offerta ricettiva dell'area del Prosecco DOCG, con circa la metà dei posti letto dell'intero territorio. Mentre a Conegliano i posti letto disponibili si dividono equamente tra alberghiero ed extralberghiero, a Vittorio Veneto e Valdobbiadene l'offerta è orientata verso il comparto complementare che costituisce rispettivamente il 74,6% e l'84,9% dei posti letto di ciascun comune.

Se pur inferiore ai primi tre, altri comuni con una buona capacità ricettiva (con quote tra il 6-9% di tutta l'offerta territoriale), sono Tarzo (di cui l'89,6% nell'extralberghiero, in particolare in un campeggio – l'unico dell'area), Pieve di Soligo (58,1% nell'alberghiero) e Follina (61,9% nell'extralberghiero).

Rispetto al 2021, tutti i comuni hanno registrato un aumento della loro capacità ricettiva, ad eccezione di Colle Umberto in cui è rimasta invariata. Tra i comuni più turisticamente rilevanti, gli incrementi maggiori sono stati a Valdobbiadene (+97 posti letto, +12,9%) e a Tarzo (+101 posti letto, +22%). Tra i comuni più "piccoli", si segnalano invece Refrontolo (+40 posti letto, +35,7%) e Farra di Soligo (+46 posti letto, +21,6%).

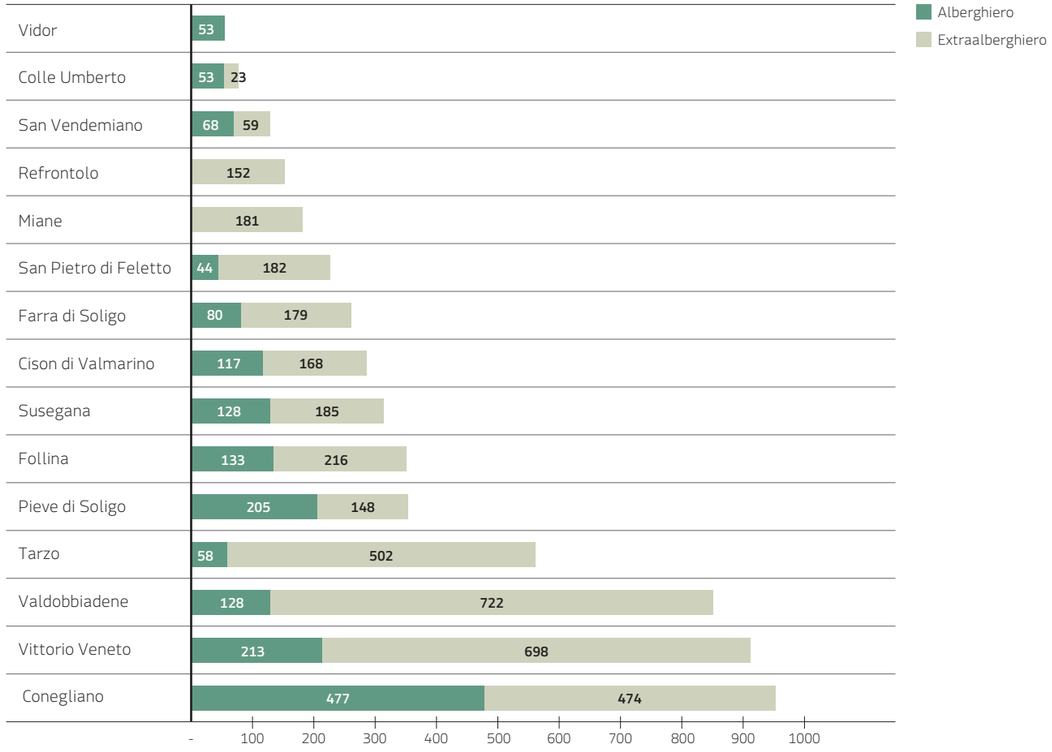


Fig. 5 – Posti letto alberghieri, extralberghieri e totali nei comuni del territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, 2022
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat, 2022

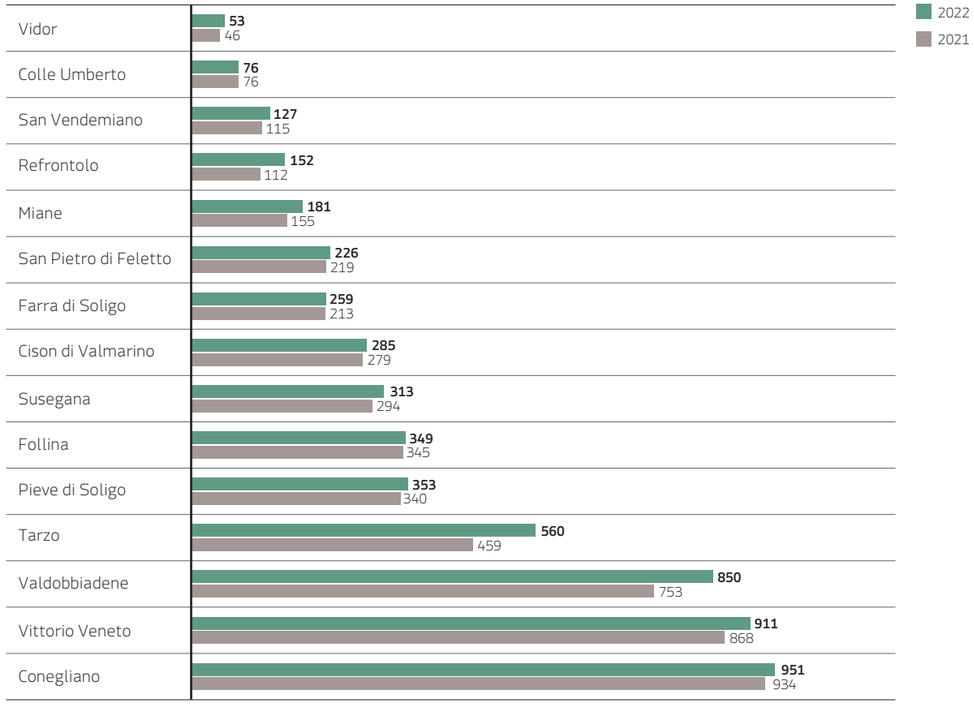


Fig. 6 – Posti letto totali nei comuni del territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG Confronto 2021/2022
Fonte: elaborazione CISET su dati Istat, 2021-2022

Si dedica infine uno sguardo anche all'offerta ristorativa dato che ricopre un ruolo importante per la fruizione enoturistica e integra quindi l'offerta turistica dell'area. Al 31 dicembre 2022 l'offerta nei comuni del Prosecco Superiore DOCG vedeva 1.021 unità dedite ai servizi di ristorazione, 21 in meno rispetto al 2021 e 20 in meno rispetto al 2019. Il dato più aggiornato al 30 giugno 2023 non si discosta di molto dato che le unità si attestano a 1.024.

In particolare le unità adibite a ristorante sono ad oggi 610 (11 in più rispetto al 2022 e stesso valore del 2021), mentre la rimanente offerta è composta da bar e esercizi simili (392 contro 400 del 2022 e 409 del 2021 e ben 445 nel 2019).

Tra i comuni del Distretto, Conegliano si conferma essere al primo posto per numero di attività di ristorazione, con 284 unità (di cui 156 ristoranti) al 30 giugno 2023, seguito da Vittorio Veneto con 202 unità (111 ristoranti) e Susegana con 101 (di cui 61 ristoranti). Seguono Valdobbiadene e Pieve di Soligo con un numero compreso tra 70 e 80 esercizi. Nel 2023 rispetto al 2022 solo Pieve di Soligo, Cison di Valmarino e Miane hanno registrato un calo, in tutti e tre i casi di 1 unità, mentre rispetto al 2019 la flessione è più generalizzata. Tra i comuni con la maggiore dotazione, solo Vittorio Veneto ha visto un aumento di 4 unità mentre a Conegliano, Susegana, Valdobbiadene e Pieve di Soligo c'è stata una diminuzione.

	2019	**2021**	**2022**	**2023** (30/06)
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	576	610	599	610
Bar e altri esercizi simili senza cucina	445	409	400	392
Fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione	20	23	22	22
Totale unità adibite a ristorazione	**1.041**	**1.042**	**1.021**	**1.024**

Tab. 6 – Unità adibite a servizi di ristorazione nel territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG 31/12/2019 - 2021 - 2022 - 30/06/2023

Fonte: elaborazione CISET su dati Istat, 2019-2023

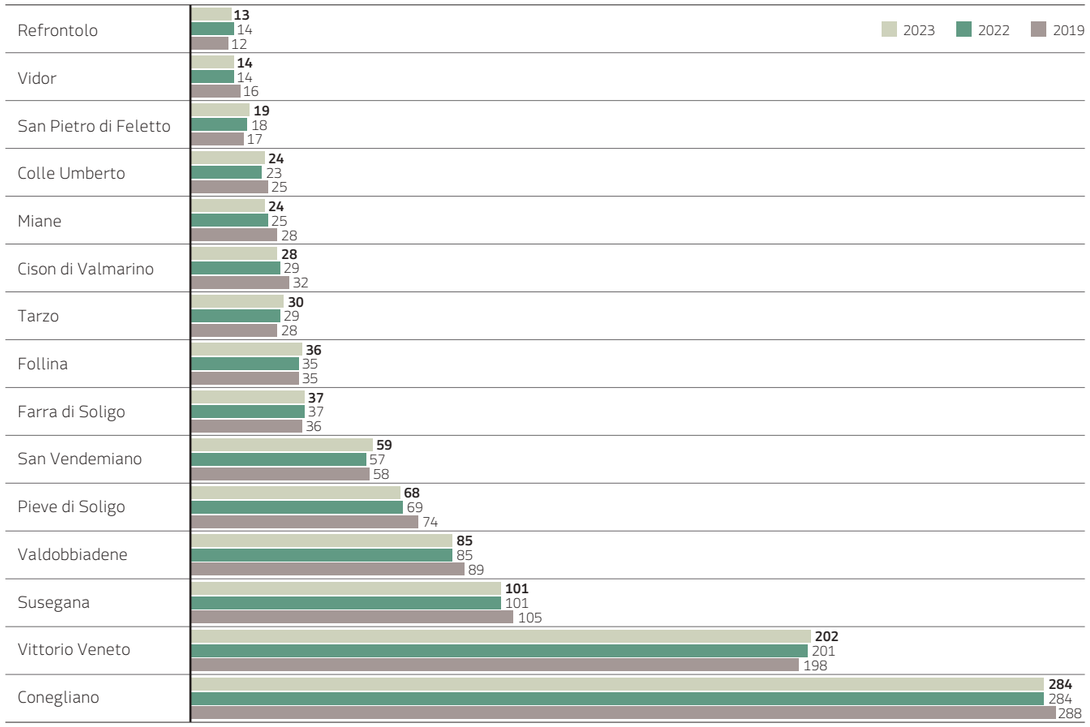


Fig. 7 – Numero di unità adibite a servizi di ristorazione nei comuni del territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG 31/12/2019 – 2022 – 30/06/2023

Fonte: elaborazione Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso - Belluno su dati Infocamere 2019-2023

→ LE TENDENZE DEL TURISMO PER IL PROSSIMO FUTURO A LIVELLO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

Si presentano in questo paragrafo alcuni input circa la dinamica del turismo a livello nazionale e internazionale con cui si possono meglio inquadrare i risultati ottenuti nel territorio del Conegliano Valdobbiadene DOCG.

Il 2023 può essere considerato a livello mondiale ma anche nazionale l'anno della piena ripartenza del turismo e in particolare di quello incoming, nonostante non in tutte le destinazioni si siano ancora ripresi dati del 2019. Secondo l'ultimo aggiornamento di settembre del World Tourism Barometer dell'UNWTO, nei primi sette mesi del 2023 il turismo internazionale nel mondo ha recuperato l'84% dei livelli pre-pandemia (-16% rispetto allo stesso periodo del 2019 ma +43% rispetto al 2022) grazie a un forte secondo trimestre e a un buon inizio della stagione estiva. Nonostante le attuali sfide economiche e geopolitiche, la domanda di viaggi ha continuato a mostrare una notevole resilienza e una ripresa sostenuta e, dopo aver raggiunto l'80% nel primo trimestre del 2023, gli arrivi di turisti internazionali hanno ripreso l'85% dei livelli pre-pandemia nel secondo trimestre e il 90% a luglio. Le previsioni dell'UNWTO sono ottimistiche, indicando una ripresa continua tra la fine del 2023 e l'inizio del 2024 anche se a un ritmo un po' più moderato, visto lo scenario geopolitico e economico incerto. Il difficile contesto potrebbe pesare non solo sulla dinamica dei flussi turistici ma anche sui modelli di spesa, con i turisti sempre più alla ricerca di un buon rapporto qualità-prezzo, viaggiando più vicino a casa e facendo viaggi più brevi.

Con riferimento all'Europa, sempre secondo l'UNWTO, il movimento turistico internazionale ha recuperato ben il 91% dei livelli pre-pandemici e nell'Europa Mediterranea si sono già superati i livelli del 2019 (+1%). Come spiegato dall'ETC - European Travel Commission, buona parte della ripresa del turismo in Europa è stata alimentata dai viaggi intra-europei e quindi dalla domanda dagli stessi mercati europei, soprattutto da Olanda, Francia e Italia. Riguardo proprio alle intenzioni di viaggio in Europea degli stessi europei per i prossimi mesi, l'ETC registra tuttavia una certa cautela e incertezza, nonostante la domanda rimanga robusta. L'aumento dei prezzi potrebbe infatti spingere gli europei a rivedere in parte i loro piani, rimandando le partenze ai mesi di bassa stagione – fine 2023 o inizio 2024 – riducendo la durata del soggiorno o scegliendo destinazioni e soluzioni più economiche. I più cauti sembrano essere tedeschi, austriaci e svizzeri mentre francesi e inglesi si dimostrano meno preoccupati.

Nel 2023, comunque, anche i mercati di lungo raggio, che fino all'anno scorso erano stati ancora piuttosto deboli, hanno ripreso a riconquistare quote di mercato, con gli Stati Uniti in testa, agevolati dal tasso di cambio favorevole. In particolare, secondo l'ultimo Long-Haul Travel Barometer di ottobre dell'ETC, le intenzioni di viaggio in Europa dei principali mercati di lungo raggio sono rimaste stabili o hanno registrato un aumento rispetto allo scorso anno. Nonostante le preoccupazioni per gli elevati costi del viaggio e l'aumento delle tariffe aeree, l'interesse per i viaggi in Europa è cresciuto, oltre che tra i turisti americani, anche tra quelli cinesi. In quest'ultimo caso si è registrato un aumento del +10% di quanti vorrebbero visitare l'Europa nei prossimi mesi rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso e un aumento del +9% rispetto all'autunno 2019, l'ultimo periodo di viaggio prima che la Cina chiudesse i suoi confini.

Nonostante le attuali difficoltà economiche e geopolitiche, la ripresa del turismo è confermata non solo dai dati ufficiali ma anche dalle ricerche e prenotazioni sulle principali OTA. Expedia Group, ad esempio, rivela che nel secondo trimestre 2023, l'entusiasmo dei viaggiatori è rimasto forte, con un aumento anche per le destinazioni più lontane da casa e per quelle a lungo raggio. Un confronto tra le ricerche fatte dagli utenti nel secondo trimestre 2023 rispetto a quelle dello stesso periodo del 2019 ha mostrato non solo un ritorno di interesse per le città più note ma anche una crescita di popolarità per destinazioni minori e meno conosciute in Europa e anche in Italia.

A livello qualitativo, alcuni dei trend manifestatisi in seguito alla pandemia sembrano riconfermarsi e consolidarsi anche nel prossimo futuro. Nonostante le pressioni inflazionistiche, il viaggio rimane in cima alle priorità rispetto ad altre spese, come i beni di lusso, il mangiare fuori o la casa. Dopo più di due anni di restrizioni, i viaggiatori vogliono riappropriarsi in toto della loro libertà in viaggio e vacanza, dedicandosi pienamente e senza vincoli a ciò che più desiderano fare e con una forte spinta alle esperienze e alla sostenibilità. Trovare, ad esempio, posti speciali in cui soggiornare, o fare attività uniche e mai provate fino a quel momento, che si connotino inoltre sia per un approccio green che per l'essere socialmente responsabili, si confermano essere elementi chiave nell'esperienza di viaggio e importanti driver di scelta.

Si conferma anche la crescente combinazione da parte dei turisti di viaggi di piacere e di lavoro, frutto di una maggiore flessibilità sul lavoro, anche legata al lavoro a distanza, che nonostante sia in fase di ridimensionamento da parte di molte aziende, è ormai una componente richiesta da molti lavoratori. Euromonitor, ad esempio, prevede che la spesa globale dei viaggiatori che combinano affari e tempo libero sarà più che raddoppiata entro il 2027 rispetto al 2021. Tale tendenza si traduce in esigenze nuove da parte dei viaggiatori e nella necessità per le imprese turistiche, ad esempio del ricettivo, di riformulare la loro offerta per un cliente che non è un turista prettamente leisure ma nemmeno business. Si traduce anche in opportunità per molte realtà che possono diventare soluzioni molto interessanti per questi nuovi viaggiatori che ricercano luoghi in cui lavorare serenamente al tempo stesso divertendosi e rilassandosi, ad esempio in dimore circondate da natura e paesaggi unici.

Tali trend si riflettono anche su prodotti turistici specifici come l'enoturismo, rispetto a cui si denota innanzi tutto una crescente attenzione non solo per l'ambiente ma anche per la dimensione sociale con la preferenza per quelle aziende produttrici che hanno in essere attività e progetti di sostegno alla comunità locale. La cantina viene vista inoltre come il punto di partenza per vivere gli spazi aperti tra tour a piedi o in bici, trekking, ecc. Immersioni nella natura così come corsi di yoga e pilates o lezioni di arte o musica nei vigneti sono sempre più ricercati sia dagli enoturisti più esperti sia anche da chi vuole unire il semplice interesse per il vino ad altre passioni. Le cantine possono inoltre diventare interessanti e esclusive soluzioni di pernottamento – si pensi ad esempio al wine glamping – come anche spazi in cui lavorare e svolgere meeting ed attività aziendali nella piacevolezza dei paesaggi rurali.

Il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG

Nel 1962 un gruppo di 11 produttori, in rappresentanza delle grandi case spumantistiche e delle principali cooperative di viticoltori, costituirono il Consorzio di Tutela del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene, proponendo un disciplinare di produzione per proteggere la qualità e l'immagine del proprio vino. Sette anni più tardi, il 2 aprile del 1969, il loro sforzo fu premiato con il riconoscimento, da parte del Ministero dell'Agricoltura, di Conegliano e Valdobbiadene come zona DOC di produzione del Prosecco e del Superiore di Cartizze.

Con questo atto per la prima volta viene riconosciuta per legge e disciplinata formalmente dalle istituzioni la produzione di Prosecco. Nel 2009, con la riorganizzazione delle denominazioni Prosecco, il Ministero dell'Agricoltura la classifica come Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG) massimo livello qualitativo italiano.

Oggi, il Consorzio è un ente privato d'interesse pubblico e raggruppa tutte le categorie di produttori: i viticoltori, i vinificatori, gli imbottigliatori. I temi principali a cui ruotano attorno tutte le attività consortili sono l'assistenza ai produttori, dalla vigna alla cantina, la tutela del consumatore, la promozione del Conegliano Valdobbiadene DOCG in Italia e nel mondo, il percorso orientato alla salvaguardia dell'ambiente. È infatti il Consorzio a portare avanti lo sviluppo dei valori del brand Conegliano Valdobbiadene, per orientare l'attenzione allo sviluppo del territorio e alla sostenibilità ambientale, alla valorizzazione della storia come traccia per disegnare il futuro e all'impegno per preservare nel tempo la qualità superiore di questo vino.

La zona tutelata del Conegliano Valdobbiadene comprende ancora oggi 15 comuni per una superficie totale di 8.683 ettari suddivisi per le tre tipologie prodotte: il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore, le Rive e il Superiore di Cartizze.

Il Consorzio attualmente riunisce la quasi totalità dei produttori dell'area e nello svolgimento delle funzioni previste dalla normativa espleta attività di assistenza tecnica, di proposta, studio, valutazione economico-congiunturale della produzione, nonché altre attività finalizzate alla valorizzazione della produzione; in questa prospettiva il Consorzio promuove la conoscenza del prodotto in Italia e all'estero attraverso attività di formazione, organizzazione di manifestazioni, pubbliche relazioni con la stampa al fine di innalzare il posizionamento della denominazione.

Il Consorzio svolge inoltre funzioni di tutela e vigilanza, in collaborazione con gli Enti preposti, rispetto ad abusi e atti di concorrenza sleale a danno della produzione del Conegliano Valdobbiadene DOCG. In forza della sua elevata rappresentatività, il Consorzio esercita anche, di concerto con le organizzazioni professionali interessate e l'Amministrazione regionale, politiche di governo dell'offerta del Conegliano Valdobbiadene DOCG, coordinando l'immissione sul mercato della produzione e definisce piani di miglioramento della qualità del prodotto.

Tra i traguardi raggiunti dal Consorzio vi è il riconoscimento del primo Distretto Spumantistico d'Italia, ottenuto nel 2003 grazie al coinvolgimento di tutti i soggetti del territorio.

Nel 2003, il Consorzio e l'Osservatorio Economico del Centro Interdipartimentale per la Ricerca in Viticoltura ed Enologia (C.I.R.V.E.) dell'Università di Padova hanno dato vita al Centro Studi di Distretto. In questo modo il Consorzio si è dotato di uno strumento idoneo a migliorare la conoscenza della struttura produttiva della Denominazione e a studiare gli scenari competitivi che caratterizzano l'evoluzione dei mercati di riferimento del Conegliano Valdobbiadene DOCG, fornendo alle aziende uno strumento per rendere più efficaci le proprie strategie. Nell'ambito dell'attività del Centro Studi di Distretto si svolge la rilevazione annuale della struttura e dell'offerta delle aziende produttrici di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore; questa viene realizzata su un vasto campione di aziende associate al Consorzio, che forniscono in forma anonima i propri dati, ed è la fonte principale delle informazioni che si presentano in questo rapporto.

Promozione Nazionale e Internazionale

È possibile affermare che l'analisi del 2023 del Conegliano Valdobbiadene DOCG restituisce l'immagine di una Denominazione dinamica che ha saputo superare le sfide degli ultimi anni. Una Denominazione strettamente legata ad una comunità operosa, anche in condizioni difficili, eroiche appunto, che si caratterizza per la grande lungimiranza che ha portato a introdurre investimenti importanti in risorse umane oltre che in mezzi e tecnologie. Tutte queste peculiarità hanno permesso alla Denominazione di evolvere in modo coerente con le attese della società, perfezionando nel tempo tecniche produttive e attività di valorizzazione del prodotto in una prospettiva di piena sostenibilità.

Durante il 2023 il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene ha continuato il suo percorso strategico volto a valorizzare il brand Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG e affermare il suo posizionamento. L'attività di promozione e comunicazione del Conegliano Valdobbiadene, nonostante lo scenario circostante, ha portato al raggiungimento di importanti risultati grazie ad un piano di azioni, on e off line, mirate sia per il mercato italiano che per quello estero. In continuità con quanto svolto negli ultimi anni, il Consorzio si è posto l'obiettivo di diffondere la conoscenza del territorio, della Denominazione e degli aspetti distintivi del prodotto rafforzando la relazione con autorevoli interlocutori del mondo del giornalismo e del trade e consolidando il forte e diretto rapporto con i consumatori.

Le iniziative promosse a livello internazionale sono state realizzate coinvolgendo i principali mercati di riferimento per l'esportazione del Prosecco Superiore e i paesi che hanno mostrato il maggiore potenziale di sviluppo. Nel dettaglio, le attività hanno riguardato a livello europeo Regno Unito, Germania, Francia e al di fuori dell'Europa gli Stati Uniti, l'Australia ed il Giappone. Per quanto riguarda le attività nei Paesi Terzi del Regno Unito, Stati Uniti e Australia, sono stati utilizzati i fondi OCM.

Le attività realizzate hanno toccato vari ambiti:
- Comunicazione istituzionale, di prodotto e del territorio (on e off line)
- Eventi culturali
- Convegni informativi
- Masterclass e *incoming* dall'Italia e dall'estero
- Canali informativi on line (sito web, pagine social, youtube, ecc.)
- Materiali illustrativi

Ufficio stampa e *incoming*

Nel 2023 il Consorzio ha consolidato e sviluppato nuove relazioni con giornalisti e opinion leader a livello locale, nazionale e internazionale. Per quanto riguarda l'Italia, le attività di ufficio stampa, svolte dall'agenzia di comunicazione Burson Cohn&Wolfe, hanno permesso di raggiungere le principali testate del mondo del vino, i quotidiani nazionali, i periodici di turismo, costume/opinione e femminili. La comunicazione è stata differenziata e sviluppata in funzione dell'argomento e dell'interlocutore di riferimento. I principali argomenti trattati, parallelamente alla comunicazione istituzionale e agli aspetti economici attraverso i dati del Centro Studi di Distretto, sono stati quelli relativi alla sostenibilità ambientale, all'unicità del prodotto e del territorio Patrimonio Unesco, al primo festival della letteratura del vino Co(u)ltura organizzato dal Consorzio di Tutela, alla vendemmia eroica, all'offerta culturale e turistica del territorio, all'impegno internazionale del Consorzio, alle diverse partnership con importanti enti come Fondazione Campiello, Biennale, ecc. Oltre trenta i giornalisti delle principali testate nazionali accolti sul territorio durante l'anno in occasione dei principali momenti mediatici di presentazione di nuovi progetti o consueti appuntamenti come la vendemmia eroica.

Per quanto riguarda l'estero, il Consorzio ha rinnovato nel 2023 la collaborazione con due agenzie specializzate nella comunicazione del vino negli USA e nel Regno Unito, dato il ruolo strategico di questi due mercati. Negli Stati Uniti, il Consorzio è rappresentato da Charles Communication, agenzia di San Francisco, mentre nel Regno Unito è la Master of Wine Sarah Abbott, con la sua agenzia Swirl Wine Group, il punto di riferimento della denominazione. Entrambe le agenzie hanno coordinato tutta l'attività del Consorzio nei rispettivi mercati, fungendo da punto di riferimento per la stampa e organizzando la spedizione di campioni ai giornalisti, per la pubblicazione di articoli sulla denominazione. Si sono inoltre occupate della diffusione periodica dei comunicati stampa.

Il 2023 è stato caratterizzato da un importante afflusso di ospiti internazionali sul territorio, accolti singolarmente o in piccoli gruppi. Oltre 60 sono stati gli ospiti accolti dai seguenti Paesi: Regno Unito, Stati Uniti, Australia, Germania, Giappone, Polonia, Messico, Colombia, Sud Africa. Quest'attività si è svolta in collaborazione principalmente con le agenzie sopra citate, oltre a Michele Shah, consulente del Consorzio per l'internazionalizzazione, e Tyson Stelzer per l'Australia. L'attività di incoming è stata indirizzata a giornalisti, blogger, influencer, sommelier, wine educator, importatori e ristoratori.

Tra gli ospiti più illustri citiamo Elaine Chukan Brown, corrispondente di Jancis Robinson negli Stati Uniti e Marc Miller, giornalista inglese, autore di oltre 10 libri sul vino. Settanta sono stati invece gli ospiti internazionali accolti nella Denominazione tra aprile e novembre: giornalisti, wine educator, sommelier, buyer, importatori e influencer. Per questi ospiti, sono stati predisposti programmi di attività mirati a far conoscere la realtà del Conegliano Valdobbiadene a 360°, approfondendo diversi temi: dalla Green Academy ai terroir, dagli abbinamenti con la gastronomia locale alle attrattive paesaggistiche e culturali della zona.

Nell'occasione sono state organizzate, oltre alle degustazioni e presentazioni più tecniche, visite guidate nel centro di Conegliano, sulle tracce del Cima, cene e degustazioni in casere situate nei più bei belvedere della Denominazione, passeggiate nei vigneti per cogliere nel migliore dei modi gli elementi di unicità del territorio Patrimonio dell'Umanità ed anche corsi di cucina per provare gli abbinamenti del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore a tavola. Grande visibilità è stata data ai produttori della Denominazione, con l'organizzazione di visite in cantina e degustazioni con oltre 50 aziende, coinvolte di volta in volta per approfondire diversi aspetti della Denominazione, a seconda degli specifici interessi degli ospiti.

→ Associazione dei Paesaggi Rurali di Interesse Storico

Le Colline di Conegliano Valdobbiadene aderiscono all'**Associazione dei Paesaggi Rurali di Interesse Storico**, che unisce 25 realtà agricole della penisola. Un vero e proprio omaggio ai custodi dell'agricoltura tradizionale ed eroica. È del 10 marzo scorso la formalizzazione della costituzione dell'Associazione dei Paesaggi Rurali di Interesse Storico (PRIS), ente che comprende 25 paesaggi lungo tutto lo Stivale, un'iniziativa che nasce dal basso e coinvolge territori eterogenei da nord a sud, tra mare, colline e montagna, accomunati dalla presenza di un'attività agricola di tipo tradizionale che da decenni lega cultura e natura.

L'iniziativa arriva a seguito del primo Congresso dei Paesaggi Rurali di Interesse Storico tenutosi a Firenze nell'autunno del 2021 e della firma del Protocollo di Intesa firmato a Roma, presso il MiPAAF, a luglio 2022 tra tutti gli enti rappresentanti dei singoli territori. Il funzionamento del nuovo ente del terzo settore sarà garantito da una Segreteria dedicata afferente alla Cattedra UNESCO "Paesaggi del patrimonio agricolo" diretta dal professor Mauro Agnoletti in qualità di chairholder. In termini di mission, l'Associazione PRIS darà voce a quell'agricoltura espressione delle nostre radici culturali intrinsecamente legate al territorio e all'opera dell'uomo in una prospettiva di tradizione che può guidare la transizione glocale sostenibile a livello ambientale, economico e sociale.

Un nuovo organismo che si porrà, pertanto, come interlocutore istituzionale a livello regionale e nazionale auspicando nonché rivendicando il mantenimento, la tutela e la promozione del patrimonio agricolo di tipo tradizionale partendo dal riconoscimento dell'opera dei custodi così come protagonisti dei territori: gli agricoltori.

Partnership

I 25 paesaggi storici rappresentano altrettanti esempi di agricoltura sostenibile a testimoniare l'interrelazione armonica tra uomo e natura basata sulla reciprocità capace di farsi motore di sviluppo dell'economia locale. Numerosi i prossimi appuntamenti che vedranno protagonista la neo-costituita Associazione tra cui un evento pubblico di livello nazionale tenutosi ad Amalfi a Novembre.

→ Biennale Architettura

Continua il percorso di valorizzazione del **Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG attraverso la cultura** e approda a Venezia, in occasione della **18ª Mostra Internazionale di Architettura della Biennale di Venezia**. Il Consorzio di Tutela è stato fornitore ufficiale dei cocktail nei giorni di preapertura della Mostra, nel corso dei quali ai vari eventi in programma il Conegliano Valdobbiadene è stato servito ai numerosi partecipanti. Quattro gli eventi che hanno caratterizzato questo importante appuntamento a Ca' Giustinian, sede storica della Biennale: dal 17 al 19 maggio gli ospiti hanno potuto trascorrere il momento dell'Aperitivo in Terrazza degustando il Conegliano Valdobbiadene, mentre il 20 maggio, a seguito della cerimonia di inaugurazione e premiazione, tutti gli ospiti sono stati invitati a un brindisi per festeggiare i vincitori.

→ Lagazuoi Expo Dolomiti

Il Consorzio di Tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG è sponsor della programmazione annuale promossa dal Lagazuoi Expo Dolomiti, polo espositivo a 2.732 metri di altezza tra Cortina d'Ampezzo e la Val Badia. Ad accomunare queste due realtà sono caratteristiche come la storia geologica unica, la verticalità, la capacità di plasmare il paesaggio attraverso il lavoro. Su queste basi nasce una sinergia tra il turismo di montagna e la viticultura eroica, modelli virtuosi che sostengono le comunità di questi territori patrimonio UNESCO.

Parallelamente alla partnership, 26 aziende della Denominazione si alterneranno nella promozione dei loro vini in quota e nei locali di Cortina. L'obiettivo è di far conoscere il patrimonio enoico del territorio tramite degustazioni del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

→ Nova Eroica Prosecco Hills Conegliano Valdobbiadene

In occasione della seconda edizione di Nova Eroica Prosecco Hills Conegliano Valdobbiadene, sostenuta anche dal Consorzio di Tutela, è stata organizzata una masterclass dedicata a *La versatilità: una carta vincente del Conegliano Valdobbiadene. Viaggio "su due ruote" attraverso i dosaggi, dall'extra brut al dry*. Un appuntamento *sold out* rivolto a tutti i partecipanti registrati alla manifestazione, volto a sviluppare una consapevolezza utile alla conoscenza del Prosecco Superiore DOCG.

→ Conegliano Valdobbiadene Experience

Dal 16 al 25 Giugno è ritornata la Conegliano Valdobbiadene Experience, il Festival ideato e organizzato dall'Associazione Strada del Prosecco e Vini dei colli Conegliano Valdobbiadene che anche quest'anno ha visto la forte sinergia del Consorzio di Tutela con l'obiettivo di rafforzare la conoscenza del prodotto cardine, il Conegliano Valdobbiadene attraverso i terroir unici che contraddistinguono la zona e le esperienze che permetteranno di conoscerne l'unicità. Dal 19 al 21 giugno il Consorzio di Tutela ha organizzato un nuovo format: i Laboratori del Gusto, attraverso i quali il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha avuto modo di dialogare con autentiche eccellenze culinarie, come una raffinata trilogia di caviale, la tartare e alcune diverse declinazioni di formaggi locali.

→ Biennale Cinema / 80ª Mostra del Cinema di Venezia

Il Consorzio di Tutela è stato tra i protagonisti agli eventi organizzati dallo chef Tino Vettorello alla Terrazza Biennale by Campari e al ristorante del Palazzo del Casinò dal 30 agosto al 9 settembre in occasione dell'80° Mostra del Cinema di Venezia.

Il ristorante della Terrazza Biennale è un luogo prestigioso che affaccia sulla Promenade del Lido di Venezia con una suggestiva vista mare, è il ristorante più vicino al tappeto rosso e accoglie un pubblico di attori, giornalisti, critici e le istituzioni. Presso lo spazio era presente un'enoteca personalizzata con immagini e video della Denominazione.

Ad ogni appuntamento organizzato presso le due location sono state proposte agli ospiti le etichette delle aziende della Denominazione che hanno partecipato, per accompagnare i menù preparati sulla base della tradizione enogastronomica veneta ma rivisitati in chiave contemporanea.

→ Premio Campiello

Il Consorzio di Tutela ha confermato la partnership con il premio letterario promosso da Confindustria Veneto anche per l'edizione 2023, per sottolineare il suo impegno a favore della valorizzazione dell'arte e della cultura. Durante l'evento Co(u)ltura Conegliano Valdobbiadene, il primo festival della letteratura del vino, è stato presentato **Trame di vite**: un progetto che il Consorzio di Tutela ha proposto dallo scorso anno al Premio Campiello Giovani. Si tratta di un programma per i finalisti che prevede una tre giorni di immersione nel territorio con l'obiettivo di suggerire ai partecipanti stimoli nuovi che loro tradurranno in un racconto originale ispirato al "gesto eroico della vendemmia". Tra passeggiate sulle Rive, le colline più impervie del territorio, la partecipazione alla vendemmia, momento culminante del lavoro del viticoltore impegnato tutto l'anno su questi versanti scoscesi, incontri con autori locali e con i luoghi di Andrea Zanzotto, ai partecipanti è proposto un tour nei luoghi più suggestivi della Denominazione Conegliano Valdobbiadene. Al termine di questa esperienza ai ragazzi è richiesto di scrivere un racconto; i racconti inviati dai ragazzi saranno poi raccolti e pubblicati, a cura del Consorzio, nella seconda raccolta *"Trame di Vite"*.

→ Valdobbiadene Jazz

Oltre a essere una manifestazione musicale, ValdobbiadeneJazz fa parte di un fortunato e apprezzato progetto culturale e di marketing territoriale iniziato nel 2019 e cresciuto consolidandosi nel corso degli anni. Tutto questo è stato possibile grazie alla condivisione, impegno di un pool di aziende, enti, consorzi che hanno creduto nella musica e investito nella cultura.

Il Consorzio di Tutela ha scelto infatti di essere partner della quinta edizione di ValdobbiadeneJazz, perché crede e si impegna a favore della valorizzazione dell'arte e della cultura. Un'arte che nasce da un territorio straordinario, oggi Patrimonio Unesco, che merita di essere conosciuto e vissuto, ben venga anche attraverso eventi culturali che possano attrarre un pubblico diverso, disponibile a cogliere la sua preziosità. Infatti, con questo spirito, è stata organizzata una mastercalss sul Conegliano Valdobbiadene Prosecco riservata ad un gruppo clienti Allianz, main sponsor ValdobbiadeneJazz.

→ Co(u)ltura Conegliano Valdobbiadene, il primo festival della letteratura del vino

Lo scorso maggio al Castello San Salvatore a Susegana si è svolta la prima edizione di Co(u)ltura Conegliano Valdobbiadene, il primo festival della letteratura del vino organizzato dal Consorzio di Tutela; oltre mille visitatori italiani e stranieri, nove incontri con gli autori, sei masterclass a cui si sono sommate due mostre, una dedicata ai manifesti pubblicitari del Museo nazionale Collezione Salce di Treviso, che ha raccontato come fino alla prima metà del '900 si promuoveva il vino, e un'altra mostra immersiva, a cura di M.IA Studio, in cui il visitatore è stato totalmente immerso tra i filari e le storie del territori, un video mapping proiettato nella magica corte del Castello San Salvatore, i banchi d'assaggio con i produttori della denominazione: tutto questo è stato il quadro della prima edizione di Co(u)ltura Conegliano Valdobbiadene.

Grazie a Co(u)ltura Conegliano Valdobbiadene e ai nomi più autorevoli dell'enologia italiana che hanno animato questa prima edizione come il professor Attilio Scienza dell'Università di Milano e Luigi Moio, presidente dell'OIV (Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino), alcuni fra i volti più noti del settore come Daniele Cernilli, Slawka Scarso, Sandro Boscaini, Luciano Ferraro, Roberto Fiori, Giorgio dell'Orefice, Antonio Paolini, Cristina Mercuri, non da ultimo "the wine economist" Mike Veseth intervistato da Susan Gordon, Gad Lerner che ha dialogato con Alberto Grandi, si sono approfonditi molti aspetti che il mondo enologico offre ai suoi appassionati e ai sempre più numerosi curiosi.

Eventi

→ Merano Wine Festival

Dal 3 al 6 novembre il Consorzio di Tutela ha partecipato alla 32° edizione del Merano WineFestival, uno dei più autorevoli appuntamenti enologici dal respiro internazionale. Il Conegliano Valdobbiadene torna nella Gourmet Arena nell'ambito dello spazio dedicato ai Consorzi di Tutela. Più di venti le aziende partecipanti che hanno proposto in degustazione oltre quaranta etichette nelle varie tipologie dall'Extra Brut al Dry, insieme alle selezioni Rive e Cartizze.

Merano Wine Festival è un momento attesissimo dagli appassionati e dagli operatori del mondo del vino che operano nel segno dell'eccellenza. Si tratta di un evento ricco di incontri, forum, approfondimenti, un vero "think tank" enologico che dà valore alle aziende partecipanti e favorisce l'incontro tra queste e i potenziali clienti, i critici e i consumatori esperti di vino. Quest'anno si è aggiunto un appuntamento conclusivo presso l'hotel Terme di Merano, oltre quaranta partecipanti hanno preso parte alla degustazione dedicata alle diverse declinazioni del Conegliano Valdobbiadene. Oltre al direttore Tomasi, sono intervenuti Simon Staffler, giornalista della rivista Falstaff e i produttori dei vini in degustazione.

→ Forum Ambrosetti

Lunedì 13 novembre si è tenuto presso Castelbrando il primo Forum nazionale sul turismo sostenibile dei siti patrimonio dell'umanità. L'evento, promosso anche dal Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene, ha rappresentato il momento di riferimento per l'elaborazione di riflessioni e proposte d'azione per valorizzare il **turismo sostenibile a livello nazionale**.

Si è discusso dello **scenario di riferimento** per il settore del turismo sostenibile in Italia, nelle diverse declinazioni e con particolare attenzione al turismo enogastronomico, delle **valenze distintive** e del **valore economico, sociale e ambientale** abilitato per i territori italiani. La giornata, moderata da **Francesca Barberini** (Moderator –Food & Sustainability Course, European Institute for Innovation and Sustainability), ha previsto interventi e momenti di confronto con gli stakeholder della filiera del turismo e dei settori collegati, vertici delle Istituzioni nazionali e dei principali territori coinvolti.

Fiere

→ Vinexpo Paris

Il Consorzio ha partecipato per la terza volta alla fiera Vinexpo a Parigi dal 13 al 15 febbraio, un appuntamento che sta acquisendo sempre più importanza per il mondo del vino internazionale, caratterizzato dalla presenza di 38.000 operatori di settore provenienti da 145 paesi e 5.700 espositori di 62 nazioni diverse. La fiera è stata un'occasione per promuovere al meglio il prodotto delle colline di Conegliano Valdobbiadene, attraverso lo stand istituzionale, completamente rinnovato nella grafica ed allestimento, in cui erano presenti 19 produttori della Denominazione.

Data l'importanza crescente del mercato francese, in occasione della fiera sono state organizzate anche due attività collaterali:

• la masterclass "The Art of aperitivo with Prosecco Superiore: the starting point of your pairing between Conegliano Valdobbiadene and food" condotta dal direttore Diego Tomasi, insieme al Master of Wine Edouard Baijot ed allo chef Gianmarco Gorni, a cui hanno partecipato 50 operatori e giornalisti;

• la cena di gala rivolta a 10 top buyer e giornalisti francesi, che si è tenuta presso il ristorante dell'hotel "De Crillion", con menù creato ad hoc dallo chef stellato Boris Campanella insieme a Xavier Thuizat, miglior sommelier di Francia 2022 in abbinamento a Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

A partire da questa prima fiera dell'anno, lo spazio espositivo istituzionale si è presentato totalmente rinnovato e con una nuova identità grafica, con un forte il richiamo al territorio di appartenenza grazie al colore scelto, il verde, con l'obiettivo di trasmettere le tipicità e i valori della Denominazione, dalle Rive al contesto ambientale e paesaggistico mozzafiato. Visitatori e professionisti hanno potuto immergersi completamente nell'area del Conegliano Valdobbiadene grazie agli schermi a led che mostravano i video della Denominazione. Ma la caratteristica saliente, che porta subito alla mente le colline Patrimonio dell'Umanità del Conegliano Valdobbiadene, sono proprio i colori utilizzati. Un verde riflessivo, intenso e naturale, che offre una lettura percettiva della natura. Le macchie di colore generano forme organiche armoniche dai contorni irregolari e vivi.

→ ProWein Düsseldorf

Si è svolta dal 19 al 21 marzo la fiera Prowein di Düsseldorf. I dati parlano di circa 6.000 espositori provenienti da 60 paesi e oltre 49.000 visitatori professionali. Il Consorzio ha partecipato con uno stand di 240mq, situato nella Hall15 (stand D 05), a cui hanno preso parte 25 produttori della Denominazione. La partecipazione a questa fiera è stata finanziata nell'ambito del progetto 1144.

→ Vinitaly Verona

Giunto quest'anno alla sua 55ª edizione, il salone veronese ha visto la presenza nei 100 mila metri quadrati espositivi della fiera, occupati da 17 padiglioni, di oltre 4.000 aziende espositrici provenienti da più di 30 nazioni e si è conclusa con un bilancio estremamente positivo: 93 mila presenze, con un ritorno di buyers e operatori stranieri, che hanno fatto registrare numeri pre-Covid. Il Consorzio di Tutela ha portato nel suo stand istituzionale le prime bottiglie della nuova annata del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

Tutti i visitatori, dagli operatori del settore ai wine lovers, hanno potuto incontrare gli undici produttori presenti allo stand. Ricchissimo, come al solito, è stato il programma delle degustazioni guidate che hanno animato le quattro giornate. Una grande novità ha contraddistinto la nuova stagione fieristica del Consorzio di Tutela.

→ Lectio al master Food & Wine communication IULM

Il Consorzio sale in cattedra e racconta la propria attività di promozione del prodotto e del territorio ai ragazzi del Master Universitario di 1° livello in Food & Wine Communication nato dalla collaborazione tra l'Università IULM ed il Gambero Rosso, maggior gruppo editoriale e multimediale enogastronomico d'Europa. L'appuntamento rientra nell'ambito del più ampio programma di formazione del Consorzio di Tutela verso tutte quelle figure professionali che, in modo diverso, si occupano o si occuperanno di temi enologici e di promozione agroalimentare.

In questo contesto il Consorzio di Tutela coglie l'occasione di mostrare la propria attività di comunicazione del prodotto e del territorio partendo dai ricchi contenuti che offre la Denominazione, per arrivare a disegnare l'intera strategia di comunicazione che il Consorzio porta avanti da anni.

Gli studenti che frequentano il Master hanno avuto la possibilità di approfondire una delle realtà italiane più dinamiche del settore, un simbolo del made in Italy e uno dei motori dell'export dell'agroalimentare nazionale. L'approfondimento è stato declinato su molteplici temi: dalle funzioni del consorzio ai suoi obiettivi, tra i quali appunto le attività di promozione e comunicazione. Infine, al termine della sessione è stato proposto un workshop per consentire agli studenti di confrontarsi direttamente sulle tematiche più significative relative al territorio e al prodotto, al termine si sono raccolti i contributi dei giovani che daranno uno spaccato significativo sulla percezione della generazione Z rispetto al mondo e del vino e della sua comunicazione attraverso gli strumenti più innovativi, in particolare i social network.

Formazione

→ Trofeo AIS Conegliano Valdobbiadene

Michele Manca è il vincitore del terzo Trofeo Nazionale del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG 2023, organizzato da AIS Veneto in collaborazione con il Consorzio di Tutela. Il concorso che ha visto il Sommelier di Rovigo conquistare il primo posto nella competizione si è tenuto lunedì 15 maggio nella sede del Consorzio, a Pieve Di Soligo, dopo tre giorni dedicati all'alta formazione sul Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. Lavorare sui primi comunicatori del vino è un passo fondamentale per garantire che il prodotto sia presentato correttamente al consumatore e sia valorizzato come merita. Conoscere a fondo il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG significa conoscere uno dei prodotti simbolo del Made in Italy nel mondo, per questo sono stati condotti i partecipanti in visita al territorio così che potessero cogliere l'intensità e la qualità del lavoro che ogni giorno ferve sulle nostre Rive come nelle nostre cantine. Il Trofeo Nazionale del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG è un momento di approfondimento e promozione del nostro prodotto ormai imprescindibile".

→ Masterclass staff Signorvino

Nell'ambito delle attività di formazione del Consorzio di Tutela, a partire dallo scorso agosto, sono stati accolti nella denominazione oltre 30 persone dello staff dei principali punti vendita Signorvino per un training sul Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. Dopo aver presentato loro la storia, il vitigno, il metodo di produzione e l'evoluzione della Denominazione negli anni, enfatizzando i principali fattori che rendono unico il vino, sono state organizzate alcune visite in cantina e in vigneto presso le aziende vitivinicole del territorio già presenti all'interno degli store Signorvino.

→ Masterclass a Cetara

Il 14 ottobre il Consorzio di Tutela si è presentato per la prima volta a Cetara in provincia di Salerno presso l'Hotel Cetus per un pomeriggio dedicato interamente alla presentazione della Denominazione e delle sue caratteristiche. Nell'ambito delle attività di promozione e formazione, il Consorzio di Tutela ha accolto questa nuova opportunità per promuovere la Denominazione agli operatori del settore, alla stampa e ai wine lovers, focalizzandosi sulle caratteristiche salienti che contraddistinguono la Denominazione rispetto al resto del mondo Prosecco. Tre sono le Masterclass dedicate al Conegliano Valdobbiadene e guidate da Antonio Stanzione, curatore di Guida Bio, e dal Direttore del Consorzio, Diego Tomasi.

→ Young Club

Si è svolto lo scorso aprile il primo giorno di attività prevista dal Consorzio di Tutela per lo *Young Club* Conegliano Valdobbiadene. Si tratta del coinvolgimento dei giovani tra i 25 e i 35 anni, che operano in ogni settore delle aziende socie del Consorzio, dall'ambito tecnico-viticolo a quello commerciale e marketing, per discutere insieme del futuro della denominazione e del prodotto.

L'obiettivo del Consorzio è coinvolgere le risorse che traghetteranno nel futuro la produzione di uno dei simboli del made in Italy nel mondo, in modo attivo, perché da ora si consolidi la coesione necessaria a un prodotto internazionale che deve mantenere integre le proprie radici e la propria identità. Il primo passo sarà affrontare in modo costruttivo e innovativo i temi più urgenti in agenda attualmente, dalla sostenibilità ambientale alle modalità di promozione del prodotto in Italia e nel mondo. In particolare, il Consorzio di Tutela organizzerà alcuni appuntamenti plenari all'anno durante i quali saranno condivise e discusse relazioni su tematiche di attualità, dall'ambito tecnico agronomico e ambientale, a tematiche di marketing territoriale e altro che potrebbe emergere nel corso dello sviluppo del progetto. Ad ogni incontro parteciperanno relatori autorevoli per arricchire la discussione con elementi e strumenti nuovi. Ospite del primo appuntamento Aldo Bonomi, Sociologo, Fondatore e Direttore del Consorzio Aaster, il quale è intervenuto con un contributo intitolato "Dalla comunità operosa alla costruzione di un intelletto collettivo territoriale". Inoltre, il Consorzio organizzerà "viaggi studio" in altre zone viticole italiane ed internazionali per studiare in modo concreto il settore e raccogliere stimoli fondamentali per una denominazione contemporanea.

Ad oggi ben 69 giovani hanno aderito allo *Young Club* Conegliano Valdobbiadene, un numero che conferma il desiderio di partecipare alla pianificazione di azioni che attraverso le diverse fasi produttive conducono alla commercializzazione del nostro prodotto.

Campagne pubblicitarie

→ Nuova campagna ADV primavera 2023

Il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG torna on air con Giorgio Pasotti. Per la prima volta nella storia della comunicazione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG si è scelto di affidare il racconto del prodotto a un volto noto al pubblico italiano.

Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG è un prodotto che coniuga in un calice la leggerezza di un vino delicato e lo spessore di un prodotto antico e contemporaneo insieme. Per questo si è scelto un volto elegante, sofisticato e al tempo stesso genuino, coerente con il prodotto, ideale per tutti coloro che amano valorizzare ogni momento della propria vita.

Il Consorzio di tutela con la nuova campagna evolve il racconto del territorio unendo il tema della convivialità, che il prodotto stesso evoca, ai valori che caratterizzano il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG: la determinazione dei viticoltori, la coesione di una comunità e l'inarrestabile propensione all'innovazione.

La pianificazione della campagna, andata on air a maggio, giugno e novembre, è stata declinata su stampa nazionale, locale, televisione (Rai, La7, La7D), radio (Radio Rai; Radio DeeJay; Radio Capital, Radio24 e m2o), cinema e digitale (Rai Play, Instagram, YouTube e Spotify).

→ "PIZZA DOC" Rai 2

Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG è stato protagonista, su Rai2, del nuovo programma dedicato al prodotto tipico italiano più noto al mondo: la pizza. On air da aprile su Rai2, "PIZZA DOC" è il nuovo programma condotto da Tinto e Monica Caradonna che in ogni puntata hanno abbinato ad una pizza gourmet un calice di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG valorizzandone la versatilità.

"PIZZA DOC", Doc come Documentario, ovvero la naturale predisposizione allo stile documentaristico che contraddistingue i servizi esterni che arricchiranno la trasmissione. In ogni puntata Tinto, Monica e i loro ospiti, due pizzaioli sempre diversi, hanno ideato antipasti e pizze che hanno come protagonisti i prodotti tipici italiani raccontati attraverso i documentari girati nei loro territori d'origine. Dagli impasti, alla farcitura finale, passando ovviamente per i segreti di una buona cottura, per giungere all'abbinamento con il vino, sempre un Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, che ha accompagnato tutte le puntate come unico vino della trasmissione.

Inoltre, due dei documentari che hanno arricchito ogni puntata sono stati dedicati al territorio di origine del Conegliano Valdobbiadene con lo scopo di condurre gli spettatori tra le colline eroiche che danno vita a uno dei prodotti simbolo del made in Italy. Le puntate sono disponibili anche su RaiPlay.it.

Estero / Attività pubblicitarie

Gli investimenti pubblicitari a livello internazionale si sono sviluppati lungo tutto l'arco dell'anno, coinvolgendo sia la carta stampata, con le principali riviste di settore, sia il web, attraverso i portali più seguiti nell'ambito del food & wine ed i social media.

In Svizzera, è stato coinvolto un importante media del settore vino, Merum, dove sono state realizzate pagine pubblicitarie e publiredazionali, sia sulla rivista che sulla guida dedicata ai vini italiani.

Negli Stati Uniti, invece, la campagna si è articolata in molteplici investimenti – pagine pubblicitarie, banner, publiredazionali e post sui social media - su riviste cartacee e portali online, diretti a operatori e consumatore finale, tra cui la celebre testata Wine & Spirits. Su questo magazine, nell'edizione Fall 2023, è stata pubblicata una pagina pubblicitaria, oltre a 4 banner sul sito web della rivista. Gli altri investimenti hanno riguardato il canale digitale e sono illustrati nella sezione "digital" delle attività 2023.

Eventi, collaborazioni e sponsorizzazioni

ESTERO

→ Stati Uniti

Il Consorzio, in collaborazione con l'agenzia di comunicazione americana Charles Communications, ha messo a punto un programma di attività di promozione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, che si è sviluppato tra luglio e ottobre 2023 ed ha previsto il coinvolgimento di 10 produttori della Denominazione. Dopo diversi anni in cui gli eventi si erano svolti prevalentemente on line, l'obiettivo è stato quello di creare delle occasioni di contatto diretto tra domanda e offerta, tra i produttori e gli operatori americani, attraverso l'organizzazione di walkaround tasting e press dinner che si sono svolti a New York e Chicago. A queste attività sono stati abbinati dei momenti di presentazione della Denominazione dal taglio istituzionale, realizzati in collaborazione con importanti partner, come la rivista Wine & Spirits, l'International Wine Center di New York, importante istituzione per la formazione nell'ambito del vino e il gruppo di ristoranti Major Food Group, coinvolgendo anche la città di San Francisco. In totale gli eventi realizzati sono stati 9 tra masterclass, walkaround tasting e press dinner per un totale di 400 operatori e 100 wine lovers coinvolti.

Attività finalizzate ad incrementare la conoscenza del nostro vino a diversi livelli:

• Per quanto riguarda gli operatori sono stati organizzati due walkaround tasting con i produttori, a New York presso la libreria Rizzoli e a Chicago presso l'enoteca Binny's (la più importante catena di wine store dell'Illinois), tre masterclass con l'illustrazione della Denominazione e degustazione guidata dei vini a New York (presso l'International Wine Center per gli studenti del Diploma WSET, presso l'enoteca Italian Wine Merchants per gli operatori del network della rivista Wine & Spirits e presso il The Grill per i sommelier e food & beverage manager del gruppo di ristoranti Major Food Group) e la partecipazione ad un evento "Wine & Spirits Top 100 – Tasting" a San Francisco curato dalla rivista Wine & Spirits.

• Per la stampa nello specifico sono state organizzate due press dinner in ristoranti prestigiosi delle due città - il Lobster Club di New York e Avec a Chicago (rispettivamente con cucine dalle influenze asiatica e mediterranea), con la partecipazione dei produttori e loro rappresentanti negli Stati Uniti, per far cogliere la grande versatilità nell'abbinamento del nostro vino a tavola.

• Per i wine lovers è stato realizzato un banco d'assaggio presso la libreria Rizzoli di New York. In totale sono state coinvolte 10 aziende della Denominazione.

• Un ulteriore evento si è svolto in forma virtuale a febbraio 2023: una masterclass con degustazione, guidata dalla giornalista Elaine Chukan Brown, corrispondente di Jancis Robinson, focalizzata sul tema della sostenibilità. L'evento ha coinvolto 10 giornalisti americani.

→ Regno Unito

Il Consorzio, in collaborazione con l'agenzia di comunicazione inglese diretta da Sarah Abbott MW, ha realizzato un programma di attività di promozione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, che si sono svolte principalmente tra agosto e ottobre 2023.

Attività rivolte a diversi target:

• Per quanto riguarda gli operatori, è stato organizzato un walkaround tasting con 15 aziende, a Londra, il 10 ottobre 2023, con due masterclass focalizzate sui piccoli produttori della Denominazione ed i terroir, in cui sono state coinvolte 40 persone.

• Per intercettare il segmento dei wine lover di alto profilo, è stata attivata la partership con If Opera, festival dell'opera che si è svolto tra agosto e settembre nell'incantevole location di Belcombe Court. Qui il Consorzio ha avuto l'opportunità di brandizzare la Vip Lounge ed il banco di degustazione interno a questo spazio, dove è stato servito, come spumante, esclusivamente il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. Inoltre, in due serate il Consorzio ha invitato 5 giornalisti che hanno avuto modo di partecipare all'evento ed assaggiare una selezione di vini della nostra Denominazione, illustrati da Sarah Abbott.

• Nell'ottica di sviluppare relazioni con i professionisti del vino, è stato realizzato inoltre un masterclass dedicato alla nostra Denominazione presso il Plumpton College, istituto inglese specializzato nella formazione ad alto livello nel campo della viticoltura ed enologia, in cui sono state coinvolte 30 persone tra studenti e produttori di vino locali

Australia

Quest'anno il Consorzio ha realizzato, per la terza annualità consecutiva, delle attività promozionali in Australia. Cinque sono stati gli eventi realizzati quest'anno, tra agosto ed ottobre 2023, che hanno interessato cinque città: Brisbane, Sydney, Melbourne, Perth e Adelaide. Gli eventi si sono svolti nel format di una masterclass condotta da Tyson Stelzer, giornalista pluripremiato e grande esperto di spumanti, a cui è seguito il lunch con un menù appositamente studiato in abbinamento ai nostri vini. Gli eventi si sono tenuti presso ristoranti prestigiosi delle rispettive città, in linea con il posizionamento elevato dei nostri vini: Otto a Sydney, Grossi Florentino a Melbourne, Bar Alto a Brisbane, COMO The Treasury a Perth, Chianti ad Adelaide. In totale 75 sono stati i partecipanti agli eventi di quest'anno e 13 le aziende presentate.

Vinitaly International Academy

Nell'ambito delle attività di promozione internazionale, il Consorzio ha realizzato una masterclass dedicata alla Denominazione, durante l'edizione 2023 della Vinitaly International Academy, a Verona, il 26 marzo 2023. La masterclass, dal titolo *"A journey through the different soils and styles of Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore"*, è stata presentata dal Direttore del Consorzio insieme alla Master of Wine Sarah Heller MW. I partecipanti sono stati 63, professionisti del settore vino, provenienti da 25 diversi Paesi.

Attività online

Il Consorzio nel corso dell'anno ha continuato a promuovere la sua presenza online attraverso diversi canali, quali il sito prosecco.it, le newsletter, le piattaforme social, come Facebook e Instagram e i webinar. Il sito ufficiale del Consorzio, che ha registrato circa 83.000 utenti per 103.000 sessioni circa – in linea rispetto all'anno precedente – rimane il punto di riferimento per tutte le attività svolte in questi mesi e le comunicazioni relative alla nostra Denominazione sia per gli associati sia erga omnes. Questo viene costantemente aggiornato e comprende argomenti di vario tipo consultabili da tutti gli utenti, come le news, i magazine consortili, i webinar dedicati agli appassionati di cui approfondiremo nella sezione successiva, la pagina dedicata alle cantine e la sezione tecnica, che comprende i bollettini agronomici e metereologici e le curve di maturazione. Inoltre, il sito continua ad essere utilizzato dagli associati nell'area riservata per la consultazione di altri documenti, quali i dati sull'andamento della Denominazione ed eventuali.

Sempre nel sito, sono state pubblicate 62 news di vario tipo, per testimoniare le attività svolte dal Consorzio nei diversi ambiti, queste comprendono le pubblicazioni uscite sull'House Organ e sul VISIT Conegliano Valdobbiadene, così come tutti i comunicati stampa prodotti e divulgati. La sezione Academy del sito è stata arricchita, come anticipato, da nuovi appuntamenti online, i Virtual Tasting, acquistabili e disponibili nell'arco del 2022 e 2023 rivolti a qualsiasi tipo di utente. Anche la sezione news è stata aggiornata e resa interattiva attraverso l'organizzazione delle notizie in più categorie, così da rendere la user experience più efficace.

La newsletter, sottoforma di pop-up elettronico, continua ad essere lo strumento principale diretto a diversi utenti, come appassionati, operatori di settore e i soci per comunicare loro notizie e appuntamenti che riguardano la Denominazione sia in Italia sia all'estero. Sono stati inviati pop-up inerenti a vari argomenti, tra cui novità, eventi, progetti, rassegne stampa, inviti a partecipare a webinar e appuntamenti promossi dal Consorzio.

Durante la seconda metà del 2023 è stata progettata una nuova newsletter mensile, oltre ai pop-up quotidiani, rivolta a tutti i soci del Consorzio di Tutela con l'obiettivo di fornire una comunicazione diretta e puntale circa le novità consortili, a partire dagli eventi in programma, conferenze, opportunità culturali, le partnership, ma anche interessanti storie, fatti e idee, fino agli aggiornamenti tecnici su tutela, salvaguardia e sostenibilità ambientale. La nuova newsletter "Conegliano Valdobbiadene news" sostituirà il magazine cartaceo "Conegliano Valdobbiadene" per permettere una comunicazione più tempestiva e verrà inviata ogni primo lunedì feriale del mese a partire da gennaio 2024.

Digital

I profili social ufficiali del Consorzio di Tutela, in particolare Facebook e Instagram sono stati costantemente utilizzati incrementando l'attività di comunicazione digitale. In questi canali si è svolta come ogni anno un'attività concreta di creazione di contenuti testuali, fotografici e video per ampliare la conoscenza del prodotto, raccontare lo sviluppo dell'annata vitivinicola e promuovere l'attenzione verso il territorio. Sono stati inoltre condivisi gli eventi che hanno coinvolto direttamente il Consorzio di tutela e raccontati gli incoming dei giornalisti in visita presso la Denominazione; inoltre sono state condivise le più prestigiose segnalazioni emerse dalla rassegna stampa.

Le rubriche rivolte alla community digitale su Facebook e Instagram

- **People of Conegliano Valdobbiadene**

Questa rubrica ha raccolto cinque protagonisti della Denominazione evidenziando le diverse professionalità e unicità di ciascuno, con lo scopo di umanizzare e valorizzare il lavoro svolto nel territorio. La rubrica, in linea con i trend e i best performing post del 2023, è stato strutturato in brevi Instagram Reel e, attraverso le testimonianze di chi vive e lavora nelle colline di Conegliano Valdobbiadene, permette agli utenti di entrare in contatto con il lato più umano del Conegliano Valdobbiadene. La rubrica è stata suddivisa in due filoni: "I nuovi volti" e "Le Icone" con l'obiettivo di mostrare i punti di vista di due diverse generazioni, in linea con il cambio generazionale che sta coinvolgendo la Denominazione.

- **I comuni della Denominazione**

15 post per raccontare tutti i comuni della Denominazione attraverso elementi rappresentativi territoriali, sociologici e culturali, chicche e curiosità del luogo. Una rubrica che invita gli utenti alla scoperta e dà vita a contenuti fortemente ingaggianti, dove raccogliere opinioni, spunti e curiosità della community. Sono stati pubblicati sul profilo Instagram e Facebook del Consorzio in formato carosello, unendo elementi grafici a fotografia.

- **Rubrica "carosello" in collaborazione con Meg Maker**

4 post in formato "carosello" curati e illustrati dalla giornalista americana Meg Maker, in totale ne sono stati prodotti 3. Grazie alle sue illustrazioni dai colori brillanti, siamo riusciti a raccontare le caratteristiche principali del Metodo Martinotti e a spiegare tutti gli stili del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, fornendo anche dei consigli di abbinamento con ogni tipologia di questo spumante.

- **Rubrica "Instagram Reel" in collaborazione con Elaine Chukan Brown**

4 post in formato "Instagram Reel" in collaborazione con la Global Wine Educator americana Elaine Chukan Brown. In questa rubrica, la giornalista, ospitata durante i mesi estivi nel nostro territorio, ha condotto la community in viaggio alla scoperta delle colline del Conegliano Valdobbiadene guidandola attraverso i suoi racconti e toccando diversi temi, dal metodo di produzione, alle caratteristiche uniche del territorio, agli aspetti green che coinvolgono la Denominazione, fino a condurre una degustazione guidata.

Influencer marketing

Nei mesi di settembre e ottobre sono stati organizzati due incoming rivolti a influencer e content creator italiani con diverse nicchie di riferimento, con il fine di produrre contenuti che poi sono stati condivisi sui social media con le loro rispettive community. Il **primo incoming** ha coinvolto tre influencer del settore "travel" – @travelwithcarmenaprile, @saracaulfied, @momokabanana – durante la vendemmia tra le colline del Conegliano Valdobbiadene, con l'obiettivo di far emergere dai loro racconti, non solo l'unicità delle colline Patrimonio dell'Umanità, ma anche l'arte della vendemmia eroica tra i filari scoscesi delle Rive. Il **secondo incoming** ha coinvolto tre influencer del settore "food" – @daliarivolta, @_sara_brancaccio_, @lacucinadifabiuccio – per trattare il tema dell'abbinamento cibo-vino e dimostrare sui fornelli la versatilità del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

Grazie a queste visite, sono stati prodotti 6 Instagram Reels, scelti come mezzo principale per veicolare i lori racconti, perché, in linea con le tendenze del social media, è il formato che ha maggiore visibilità, coinvolge maggiormente gli utenti e lascia ampio spazio alla creatività. Inoltre, sono state pubblicate 48 Instagram Stories, di cui 24 pubblicate live durante l'incoming e 24 per lanciare l'uscita degli Instagram Reels.

→ **Degustazioni rivolte al consumatore finale**

Scoprire i segreti di una delle bollicine più note e amate al mondo, ma anche sfatare i falsi miti per fare chiarezza sul Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, a partire dalla sua collocazione all'interno della piramide qualitativa, fino a raccontarne le caratteristiche peculiari che lo rendono uno spumante Superiore: questi sono gli obiettivi del progetto Virtual Tasting, con un calendario, in questa terza edizione, di 6 nuovi appuntamenti e che ha visto la partecipazione di 18 aziende del territorio.

Tutti gli appuntamenti sono pensati in ottica di convivialità, ovvero il consumatore è invitato a condividere la degustazione guidata in diretta con amici e parenti, tra un calice di Conegliano Valdobbiadene e un racconto direttamente dal vigneto. Infatti, per ognuno degli appuntamenti i partecipanti ricevono un cadeau: il kit completo di tre bottiglie, indicazioni per il servizio e consumo e materiali utili ad intraprendere insieme questa esperienza di degustazione.

Di seguito il calendario dei 4 Virtual Tasting organizzati nel 2023:

- **18 gennaio 2023**
  IL SUPERIORE DI CARTIZZE
  Perché è considerato la massima espressione del Conegliano Valdobbiadene
- **08 febbraio 2023**
  SUI LIEVITI
  Alla scoperta del più antico metodo di spumantizzazione
- **2 febbraio 2022**
  DALL'APERITIVO AL DOLCE
  Come abbinare il Superiore in cucina
- **08 marzo 2023**
  DONNE DEL VINO
  Il tocco femminile del Conegliano Valdobbiadene

→ **Progetti digital internazionali**

- **America**

Partnership con Provi

La partnership con il marketplace americano B2B Provi (www.provi.com) rappresenta un passo significativo nell'espansione delle opportunità commerciali negli Stati Uniti. Provi è un canale di vendita digitale specializzato nel settore alimentare e delle bevande, che collega distributori, rivenditori e produttori. Attraverso questa collaborazione, il Consorzio mira a facilitare l'accesso al Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG per gli operatori del settore statunitense. Una componente chiave di questa collaborazione è la creazione di una landing page dedicata alla denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Questa pagina fornisce una panoramica sulla Denominazione, i valori fondamentali e i selling point unici e distintivi di questo spumante. Gli operatori del settore e i potenziali acquirenti possono accedere a informazioni approfondite, compresi i dettagli sulle cantine, i metodi di produzione e le valutazioni di esperti del settore. Inoltre, la partnership prevede la creazione di annunci pubblicitari biddable ads che verranno visualizzati nella homepage di Provi. Questi annunci mirati e personalizzati condurranno direttamente alla sezione dedicata ai vini Conegliano Valdobbiadene presenti nel marketplace, fornendo agli acquirenti potenziali un accesso rapido e diretto ai prodotti. L'obiettivo è attirare l'attenzione degli operatori del settore e stimolare l'interesse per il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, offrendo loro un'opportunità immediata di esplorare ulteriormente i vini e fare acquisti.

La rubrica "Sustainability Season" su "The Four Top"

Uno degli elementi distintivi del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG è l'impegno per la sostenibilità. Per diffondere questo messaggio negli Stati Uniti, il Consorzio ha collaborato con il podcast "The Four Top" (www.thefourtop.org) condotto da Katherine Cole, rinomata giornalista enogastronomica, per una serie di quattro episodi nella rubrica "Sustainability Season". I podcast offrono una piattaforma ideale per discutere delle pratiche eco-sostenibili adottate nella produzione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. L'obiettivo è di educare e sensibilizzare il pubblico americano sull'importanza della sostenibilità nel settore vinicolo attraverso contenuti coinvolgenti. Ciliegina sulla torta, durante ogni puntata Katherine Cole ed altri ospiti, tra cui il Master of Wine Martin Reyes, hanno assaggiato e raccontato alcune etichette di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

- **Inghilterra**

Collaborazione social con IWSC

In collaborazione con la vincitrice del Trofeo "Emerging Talent in Wine Communication 2023" Luma Monteiro - @wineriaofficial – è stata pubblicata sui canali social dell'influencer e wine expert e del Consorzio di Tutela una mini guida in formato "Instagram Reel" sui terroir del Conegliano Valdobbiadene, con l'obiettivo di scoprire le diverse caratteristiche dei suoli, che rendono unica ogni micro zona, e in che misura influenzano le caratteristiche sensoriali del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

Influencer marketing campaign

Durante il mese di agosto, in occasione del National Prosecco Day il 13 agosto, è stata implementata una campagna di influencer marketing con alcuni profili inglesi influenti nel mondo del vino, con l'obiettivo di posizionare e differenziare il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, raccontando le caratteristiche uniche del vino e del territorio di origine. Sono stati scelti 5 profili - @thewinecollectiveUK, @libbrybrodie, @the.british.bouchon, @skinandpulp, @elizabethwinegirl – per una campagna Instagram focalizzata sui formati "Instagram reel" e "carosello" che ha contato 12 post in totale.

Pubblicazioni

→ **Houseorgan**

La rivista "Conegliano Valdobbiadene Magazine" si è confermata un prezioso strumento di comunicazione interna, capace di raggiungere tutti i soci, dagli imbottigliatori ai viticoltori, e la comunità locale. Nel 2023 sono stati redatti quattro numeri stampati in 4.000 copie ciascuno. Il periodico è stato inviato a tutti i produttori e nel corso dell'anno, questo strumento li ha aggiornati rispetto a tematiche attuali e alle novità ed iniziative della Denominazione e del Consorzio stesso.

→ **Visit**

Il Consorzio nel 2023 ha pubblicato due numeri della rivista "Visit Conegliano Valdobbiadene" usciti nel mese di giugno e ottobre. Questa rivista semestrale, realizzata in collaborazione con la Strada, vuole essere una guida all'approccio con il territorio. Lo scopo è infatti quello di sviluppare un percorso di promozione della Denominazione, volto a far scoprire le eccellenze del territorio. Un percorso fatto di racconti e di immagini che oltre al vino racchiude l'offerta culturale, di accoglienza, di svago e di bellezze paesaggistiche che la Regione Veneto è in grado di offrire. La rivista bilingue, rivisitata graficamente e stampata in 8.000 copie è stata distribuita in tutte le cantine della Denominazione, nei principali uffici turistici regionali, nelle strutture di accoglienza del territorio (hotel, agriturismi, B&B, ecc.) in alcune ambasciate estere in Italia e in quelle italiane all'estero.

→ **Rapporto economico**

Il Consorzio di Tutela, in collaborazione con il CIRVE dell'Università di Padova, come di consueto ha redatto l'edizione 2023 del Rapporto Economico del distretto del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Si tratta di una raccolta di dati che descrivono l'evoluzione della Denominazione, in particolare si fotografano i risultati del distretto dal punto di vista economico, ambientale, sociale e turistico registrati durante l'anno ancora in corso. Inoltre, è stato dedicato un approfondimento, a cura del dott. Enzo Risso, direttore scientifico Ipsos Italia, sull'evoluzione del consumo di vino e sul profilo dei consumatori in particolare di Conegliano Valdobbiadene ed i futuri trend di consumo tra i giovani. Non solo, dal momento che si ritiene che l'enoturismo sia la sfida attuale del settore vitivinicolo, è stato dato spazio anche ad un contributo della dott.ssa Roberta Garibaldi, Vicepresidente Comitato Turismo del OECD (OCSE), dedicato agli scenari e ai trend del turismo enogastronomico.

→ **1° Bilancio di Sostenibilità**

Data la crescente attenzione verso le tematiche etiche e ambientali, il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco ha ritenuto idoneo il momento per redigere il suo primo bilancio di sostenibilità, un documento volontario attraverso il quale rendicontare gli impatti ambientali, sociali ed economici della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Questo documento consente non solo di misurare e documentare le performance rispetto ai diversi aspetti della sostenibilità, ma anche di condividere con tutti i portatori di interesse i traguardi raggiunti e le azioni messe in atto per rendere la nostra Denominazione più sostenibile.

Assistenza Tecnica

Commissione Viticola

Anche quest'anno il gruppo tecnico del Consorzio di Tutela, in collaborazione con la Commissione Viticola, ha provveduto all'aggiornamento del Protocollo Viticolo, documento volontario di difesa integrata che nel 2023 è giunto alla sua tredicesima edizione. Tale documento si basa su regole, stabilite all'inizio della sua pubblicazione, che prevedono una restrizione ulteriore rispetto a quanto previsto dalle Linee Tecniche di Difesa Integrata emanate annualmente dalla Regione del Veneto, alle quali fa riferimento. La novità nel 2023 è stata l'eliminazione dei riferimenti commerciali dei prodotti fitosanitari, mantenendo solamente le tabelle con le sostanze attive consentite, divise per avversità. Inoltre il gruppo tecnico si è anche occupato di importanti progetti di ricerca, utili per la viticoltura nelle colline eroiche del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

→ **Progetti di Ricerca**

- **Progetto LIFE – ATENA**

Questo progetto, iniziato il 1° agosto 2022 e della durata di 36 mesi, mira ad introdurre tecnologie di elettrificazione nel settore delle attrezzature per macchine agricole in loco. Gli obiettivi sono quelli di ottenere una riduzione misurabile delle emissioni di inquinanti atmosferici (ad esempio, PM e Nox), di avere una riduzione di oltre il 30% dell'olio lubrificante presente nei macchinari, riducendo così significativamente il rischio di dispersione dell'olio nell'ambiente, e di contribuire alla riduzione dell'inquinamento acustico nel contesto rurale. Tutto questo mantenendo inalterate le prestazioni tecniche, l'estetica e le dimensioni della macchina finale. La realizzazione renderà i prototipi LIFE ATENA i primi macchinari elettrificati verdi disponibili per l'agricoltura eroica. Oltre al Consorzio di Tutela partecipano al progetto ANTONIO CARRARO SPA (Padova), ECOTHEA SRL (Torino), ERO GmbH (Germania).

- **Distribuzione spazio-temporale e controllo dei vettori degli agenti di Flavescenza dorata della vite nell'area del Consorzio Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG**
  In collaborazione con il dipartimento DAFNAE, Università di Padova
  (Dipartimento di Agronomia, Animali, Alimenti, Risorse naturali e Ambiente)

Si tratta di un progetto iniziato nel 2021 all'interno del Comune di San Pietro di Feletto (TV) ed esteso poi nel 2022 al comune di Valdobbiadene (TV). Il progetto si pone l'obiettivo di individuare i principali fattori che hanno favorito le recenti problematiche associate alla Flavescenza dorata concentrandosi su: fenologia dei vettori del fitoplasma agente della malattia, distribuzione spazio-temporale dei vettori in rapporto alla diffusione della malattia, valutazione dell'efficacia delle strategie di controllo attualmente adottate, valutazione degli effetti collaterali degli interventi insetticidi su predatori e parassitoidi di importanza economica.

- **Prova di spollonatura e diserbo con acido pelargonico**

Nell'ambito dei rapporti di collaborazione tra l'azienda Novamont e il Consorzio di Tutela, sono state avviate nella primavera 2021 delle attività di sperimentazione per la valutazione di mezzi tecnici per la gestione sostenibile del vigneto basati sull'impiego dell'acido pelargonico sia come erbicida che come spollonante. La prova, svolta in collaborazione anche con il centro di saggio SAGEA e il dipartimento DAFNAE dell'Università di Padova, è proseguita anche nel 2023 presso il campo di Susegana (TV) con le diverse tesi a confronto. Sempre in collaborazione con Novamont, nel 2023 è proseguita anche l'ulteriore sperimentazione incentrata sulla pacciamatura del sottofila, effettuata attraverso l'uso di teli biodegradabili della durata di 2 anni.

• Protocollo di intesa per lo studio di interventi finalizzati alla tutela della risorsa idrica in viticoltura

Il 7 febbraio 2023 è stato firmato presso il Comune di Valdobbiadene il protocollo d'intesa per lo studio di fattibilità circa gli interventi di tutela finalizzati al recupero, alla conservazione e al corretto utilizzo della risorsa idrica a beneficio del mondo della viticoltura alla luce dei cambiamenti climatici in atto.

Il protocollo è stato firmato dal Comune di Valdobbiadene, l'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, il Consorzio di Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, le Associazioni di Categoria (Coldiretti, CIA Agricoltori Italiani e Confagricoltura) e il Consorzio di Bonifica Piave; suddetto protocollo è stato condiviso con tutti i 15 Comuni della Denominazione Conegliano Valdobbiadene DOCG.

L'area collinare che necessita di interventi irrigui si estende su una superficie pari a circa 3000 ettari, il che significa un fabbisogno complessivo annuo di 1.5 milioni di m^3, che le attuali precipitazioni esigue non riescono a garantire. Tali interventi saranno mirati dunque alla realizzazione di invasi di recupero per le acque piovane, alla canalizzazione delle risorse idriche presenti e ad ogni ulteriore intervento utile a ridurre le perdite ed aumentare l'efficienza idrica per una migliore gestione dell'acqua in agricoltura.

• Aggiornamento sulla Flavescenza dorata

Anche quest'anno il Consorzio di Tutela si è concentrato con tutte le sue forze sulla principale problematica che ha caratterizzato le ultime annate viticole ovvero la Flavescenza dorata. Le attività svolte sono state numerose e hanno previsto: il monitoraggio dell'insetto vettore; l'attività di consulenza in campo per tutti i viticoltori che necessitavano di aiuto nel riconoscimento e nella gestione della malattia; la redazione di appositi bollettini per comunicare i momenti di intervento e i principi attivi da utilizzare per la lotta allo *Scaphoideus titanus*; l'attività di segnalazione all' UO Fitosanitario Regionale delle superfici vitate abbandonate, incolte e/o con evidenti problemi fitosanitari dovuti alla Flavescenza; ed infine il finanziamento della ricerca sul vettore svolta dall'Università di Padova.

L'attività principale è stata sicuramente quella del monitoraggio del vettore, il quale è stato effettuato in maniera ancora più accurata rispetto agli anni precedenti per poter mettere in atto la strategia di lotta all'insetto più efficacie. Per fare questo è stato implementato il numero di vigneti oggetto di osservazione, passando dai 92 vigneti della scorsa stagione ai 102 di quest'ultima. Già dai primi monitoraggi, effettuati sulle forme giovanili, i risultati sono stati soddisfacenti (al 28 giugno si è registrato un calo del 70% degli insetti nei 102 vigneti monitorati rispetto al 2022), merito soprattutto alla lotta attenta e puntuale svolta l'anno scorso. Anche il monitoraggio delle forme adulte ha dato esito positivo, infatti, al 1° settembre sono stati riscontrati in totale solamente 99 individui localizzati in soli 28 vigneti dei 102 monitorati. Complessivamente sono state effettuate più di 8000 osservazioni su polloni per l'identificazione delle forme giovanili e più di 1000 osservazioni su trappole cromotropiche per il controllo degli adulti.

Infine, nel 2023 si è rilevato inoltre un sensibile calo della presenza di piante sintomatiche rispetto all'annata 2022 questo grazie al grande lavoro di estirpazione delle piante infette portato avanti dalla scorsa stagione. I risultati di quest'anno sono dunque principalmente riconducibili ai comportamenti virtuosi tenuti dai viticoltori del Conegliano Valdobbiadene che, guidati dal Consorzio di Tutela, hanno saputo contrastare la diffusione della malattia.

• Aggiornamento del disciplinare di gestione delle Colline di Conegliano Valdobbiadene Patrimonio Unesco

Il 7 febbraio 2023 il Consorzio di Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, con la collaborazione del Comune di Valdobbiadene e di Banca Prealpi SanBiagio, ha organizzato un convengo intitolato *"Nuove disposizioni normative e soluzioni tecniche per l'impianto e la gestione del vigneto. Aggiornamento del disciplinare di gestione delle colline Patrimonio Unesco"*, a cui hanno partecipato autorevoli relatori e un vasto pubblico. Nello specifico, Stefano Poni (Professore di Viticoltura – Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza) si è soffermato sul comportamento morfo-funzionale dei primi stadi di sviluppo della barbatella; Lucio Brancadoro (Ricercatore Università di Milano Dip. Scienze Agrarie e Ambientali) ha illustrato quali saranno i nuovi portinnesti per le nuove esigenze dettate dal cambiamento climatico; Giovanni Pascarella (ExtendaVitis) ha posto l'attenzione sulla gestione della parte aerea e radicale delle giovani piantine di vite; Franco Meggio (Professore associato DAFNAE Università di Padova) si è dedicato ad approfondire le tecniche per stimolare l'attecchimento della barbatella; Anna Ciancolini (Responsabile Area Agro Funzione Ricerca e Sviluppo Novamont S.p.A e responsabile ricerca agronomica Mater-Agro) si è focalizzata sulla gestione sostenibile del vigneto basata sull'impiego di teli pacciamanti biocompostabili e di bio prodotti nella zona del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG.

Questo convegno è stato organizzato nell'ottica di dare ai viticoltori le conoscenze tecnico scientifiche più moderne per la gestione dei nuovi impianti, dal momento che sarà importante ricomporre velocemente il potenziale produttivo e paesaggistico dei vigneti nelle colline di Conegliano Valdobbiadene, a causa dei vigneti colpiti dalla Flavescenza dorata.

→ Supporto tecnico, monitoraggio fitosanitario e bollettini agronomici

Uno strumento importante di supporto tecnico per i produttori del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG è stato sicuramente il monitoraggio settimanale della fenologia della varietà Glera, realizzato come ormai di consuetudine in 16 diverse posizioni che sono rappresentative di altrettanti microclimi, distribuite omogeneamente all'interno della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. Il monitoraggio sistematico della fenologia della vite è iniziato nella stagione 2023 il giorno 21 marzo ed è terminato in data 31 agosto, per un totale di cinque mesi; a questi vanno poi sommati i rilievi eseguiti dai tecnici del Consorzio di Tutela per la normale attività di assistenza tecnica sul territorio e quelli relativi allo stato sanitario dei vigneti situati all'interno della Denominazione che sono stati eseguiti durante tutto il corso della stagione vegetativa.

Oggetto principale dell'attività di monitoraggio è stata sicuramente la cicalina *Scaphoideus titanus*, vettore della Flavescenza dorata. È stato svolto un monitoraggio settimanale molto accurato, a partire da maggio osservando le prime forme giovanili e proseguendo poi fino a fine agosto osservando gli adulti attraverso le trappole cromotropiche. Ciò ha permesso di definire la miglior strategia di difesa per il contenimento dell'insetto. Inoltre, per far fronte alle numerose richieste di aiuto nella gestione della malattia, dal 2022 è stato istituito un apposito servizio di consulenza in campo per tutti i viticoltori della Denominazione che ha consentito anche di raccogliere eventuali segnalazioni di vigneti abbandonati, incolti o con elevata presenza di piante sintomatiche che risultano essere importanti fonti di inoculo della malattia, le quali sono state puntualmente trasmesse all'Ufficio Fitosanitario Regionale preposto.

Il monitoraggio si è concentrato anche sulle principali crittogame della vite quali peronospora, oidio e botrite ed i principali insetti fitofagi, *Lobesia botrana* e *Eupoecilia ambiguella*, ovvero le tignole della vite, tradizionalmente presenti nei nostri areali e la cocciniglia farinosa della vite, *Planococcus ficus*. Sulle base di tutte le informazioni, reperite attraverso il capillare controllo del territorio precedentemente descritto, e attraverso la consultazione delle informazioni derivate dai sistemi previsionali di Vite.net – Horta SRL, il gruppo tecnico del Consorzio di Tutela ha emesso nel corso della stagione viticola 2023 n. 33 Bollettini Agronomici e di difesa (dal 06/04 al 20/09) che sono stati diffusi a tutti i soci mediante i consueti canali di comunicazione (e-mail e pubblicazione nell'area riservata ai soci nel sito del Consorzio, www.prosecco.it).

→ Curve di maturazione

Come di consueto, anche quest'anno il gruppo tecnico del Consorzio di Tutela ha monitorato la maturazione delle uve varietà Glera in 20 diversi vigneti testimone, in modo da rappresentare la variabilità dei microclimi all'interno della Denominazione. Nel 2023, inoltre, si è deciso di aggiungere 5 posizioni di Verdiso al monitoraggio settimanale. Nel corso dell'annata viticola 2023 sono stati eseguiti, con cadenza settimanale, 8 campionamenti (7/08, 10/08, 21/08, 28/08, 4/09, 11/09, 18/09 e 25/09), i quali hanno consentito di monitorare molto accuratamente la maturazione dei grappoli per circa un mese, prima che iniziassero le operazioni di vendemmia. In totale sono stati raccolti n. 175 campioni d'uva. I campioni sono stati successivamente portati in laboratorio con l'obiettivo di analizzare i principali parametri chimici, di volta in volta pubblicati tramite

un bollettino ad uso di tutti i produttori e tecnici della zona. Oltre dal punto di vista tecnologico, il processo maturativo della Glera è stato oggetto di valutazione anche sotto il profilo organolettico, attraverso l'assaggio delle uve alla cieca secondo il profilo coniato dall'ICV (Institut Cooperatif de la Vigne et du Vin di Montpellier, FR). L'assaggio delle uve è stato eseguito da un panel di degustazione, costituito dal gruppo tecnico del Consorzio di Tutela, in collaborazione con Uva Sapiens SRL (gruppo di consulenti esterni a cui si appoggia il Consorzio di Tutela da ormai diversi anni).

→ **Certificazione S.Q.N.P.I. (Sistema Qualità Nazionale Produzione Integrata)**

Dal 2019 il Consorzio di Tutela è promotore e coordinatore di un progetto focalizzato sull'ottenimento della certificazione S.Q.N.P.I. (Sistema Qualità Nazionale Produzione Integrata) da parte delle aziende agricole della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Il progetto, riproposto anche quest'anno, è rivolto a tutti gli operatori del settore: viticoltori, vinificatori, imbottigliatori e distributori nel caso in cui il prodotto (vino) venga commercializzato in forma sfusa; l'azienda che aderisce al suddetto progetto per la parte di cantina avrà in questo modo la possibilità di esporre il logo "apetta", che identifica questa certificazione, sul prodotto finale (bottiglia di vino). Il sistema di certificazione S.Q.N.P.I. (operativo da gennaio 2016) è un sistema che prende in considerazione tutti i mezzi produttivi e di difesa delle coltivazioni dalle avversità, con l'obiettivo di ridurre al minimo l'utilizzo nei vigneti delle sostanze chimiche di sintesi e di razionalizzare pratiche come la fertilizzazione. È realizzato sulla costituzione di norme tecniche specifiche per ciascuna coltura e indicazioni fitosanitarie vincolanti, derivanti dai disciplinari di produzione emanati annualmente a livello regionale, comprendenti pratiche agronomiche e fitosanitarie e limitazioni sia nella scelta dei prodotti fitosanitari che nel numero di trattamenti annualmente previsti. È stato chiesto, ai fini della divulgazione e della collaborazione nelle diverse fasi, il coinvolgimento delle tre principali associazioni di categoria presenti a livello territoriale (Coldiretti, CIA e Confagricoltura); con il loro prezioso contributo, è stato conseguentemente possibile dare ancora maggiore rilevanza a questa iniziativa. Il Consorzio di Tutela ha scelto quale ente certificatore Valoritalia SRL, che ha il compito di vigilare sul corretto comportamento delle aziende aderenti (quest'anno sono 168 in totale); la verifica viene eseguita, essendo il Consorzio di Tutela inserito come Operatore Associato all'interno del sistema certificativo, su un campione, corrispondente alla radice quadrata degli aderenti.

Per ottenere e mantenere la certificazione S.Q.N.P.I., la quale deve essere rinnovata o meno annualmente, sono state predisposte attività di controllo da parte dell'Operatore Associato (come richiesto dallo stesso iter certificativo) come, ad esempio, l'attuazione di un significativo numero di analisi delle uve prodotte, volte ad accertare qual è stato l'effettivo impiego dei principi attivi in viticoltura; questo controllo viene fatto su un campione pari al 25% delle aziende agricole aderenti al suddetto sistema (nel 2023 sono state effettuate 41 analisi multiresiduali). Il progetto si è posto, come obiettivi, il raggiungimento del 25% degli operatori certificati nel 2021 e l'aumento negli anni successivi di un 10% annuo. Il piano progettuale è stato infatti pensato su base decennale, con valenza dal 2019 (anno in cui appunto è partito il progetto) al 2029, anno in cui si auspica di raggiungere la certificazione globale della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

Pubblicazioni

Quest'anno, come di consueto, all'interno del trimestrale Houseorgan del Consorzio, è stato inserito l'inserto **"In Stagione"**. Al suo interno sono contenuti articoli tecnici e scientifici su argomenti di interesse per i viticoltori e per i tecnici di cantina, curati dal gruppo tecnico del Consorzio di Tutela oppure da istituti di ricerca o da enti terzi operanti all'interno del territorio della Denominazione.

Si riassumono di seguito i principali articoli pubblicati nei numeri del magazine:

- Nuove soluzioni in vigneto
- Protocollo Viticolo 2023
- Lotta alla flavescenza dorata

Quest'anno è stato inoltre introdotto il nuovo magazine **"In Vigneto"**; in questo nuovo inserto si approfondiscono tematiche legate al vigneto e alla sua gestione, in quanto si è convinti che il connubio vigneto-viticoltore sia il vero motore trainante della Denominazione. "In Vigneto" sarà pubblicato due volte all'anno, con cadenza semestrale.

Il primo numero, uscito a ottobre 2023, è stato dedicato al corretto impianto della barbatella, perché da questa prima azione si decide il futuro del vigneto in quanto da qui si governa il rapporto tra suolo e radici. Diversi docenti ed esperti del settore hanno contribuito, grazie alle loro esperienze, indicando i diversi approcci alla gestione della giovane piantina; infine si è dedicato spazio ai diversi coadiuvanti per lo sviluppo radicale e vegetativo.

Ultimo, ma non per minor importanza, è in fase di stesura (al momento della redazione di questa pubblicazione) l'edizione 2023 di Bolle D'Annata: l'annuale rapporto tecnico che riassume l'annata viticola della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco dal punto di vista climatico, fenologico, fitosanitario e della maturazione delle uve, arricchito da un approfondimento rispetto alle novità in ambito legislativo e da un aggiornamento sui dati della certificazione SQNPI.

Vigilanza e Monitoraggio

Come ogni anno l'attività di vigilanza, tutela e salvaguardia della Denominazione, da parte del Consorzio di Tutela del vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg, viene svolta secondo un programma di vigilanza proposto dal nostro Consorzio e condiviso dall'ispettorato Centrale della Tutela della qualità e Repressione Frodi dei Prodotti Agroalimentari (ICQRF). In considerazione che con DM del 14/02/2022, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 95 del 23/04/2022, è stato rinnovato l'incarico a svolgere le funzioni di promozione, valorizzazione, vigilanza, tutela, informazione del consumatore e cura generale degli interessi di cui all'art. 41, comma 1 e e4 della legge 12/12/2016 n. 238, tale programma, redatto in data 24/10/2022, è stato approvato dalla DGPREF in data 09/11/2022 e notificato dal MIPAAF – PREF 3 con nota n. 571448 di pari data.

Il suddetto programma di vigilanza, che alla data di redazione di questo Rapporto Economico è ancora in corso di svolgimento, viene svolto in convenzione con il Consorzio Tutela Melannurca Campana IGP e con il Consorzio Tutela del Formaggio Montasio. Pertanto, per l'anno 2023 l'attività viene condotta da un agente vigilatore in carico al presente Consorzio, da uno del Consorzio Tutela Melannurca Campana IGP e tre del Consorzio Tutela del Formaggio Montasio. Sono previste n. 50 verifiche nella GDO e distribuzione tradizionale, n. 20 nei punti vendita HORECA, n. 10 nel canale e-commerce, con una previsione di prelievo di n. 25 campioni da sottoporre ad analisi chimico – fisiche.

Le verifiche effettive totali nell'anno appena trascorso sono state 139 di cui 104 nella GDO e distribuzione tradizionale, n. 35 nei punti vendita HORECA e n. 10 nel canale e-commerce. Sono state controllate un totale di 288 referenze e prelevati 34 campioni.

Nell'anno in corso si ritiene possa essere confermata una quantità di verifiche e di campioni analoghi. Al momento della pubblicazione di questo documento l'attività di vigilanza è stata conclusa per l'80 % e sono stati già effettuati n. 125 controlli totali, di cui n. 84 nella grande distribuzione (ipermercati, supermercati, discount e negozi di quartiere) e 41 nei punti vendita HORECA (alberghi, ristoranti, bar ed enoteche). Le referenze verificate sono state 229 e sono stati prelevati n. 10 campioni per la verifica analitica.

L'attività di vigilanza si è concretizzata nella verifica dell'etichettatura, della tipologia di confezionamento, delle chiusure di garanzia, della modalità di presentazione sugli scaffali di vendita nella grande distribuzione, della modalità di offerta e mescita nei locali di consumo diretto nonché le modalità di presentazione ed offerta attraverso i canali della vendita on-line.

Le verifiche effettuate hanno confermato la rispondenza dei prodotti alle prescrizioni previste dai regolamenti dell'Unione Europea, alla legge 12/12/2016 n. 238 e al disciplinare di produzione. Fondamentale ed efficace si continua a rivelare la rintracciabilità attraverso i contrassegni di stato, che ha permesso di risalire alla certificazione iniziale effettuata dagli Organismi di Controllo. Vengono continuamente monitorati i prezzi di vendita negli esercizi commerciali, in particolar modo nella GDO, per valutarne la congruità rispetto ai prezzi medi di riferimento.

I 10 campioni finora effettuati, sottoposti ad analisi chimico fisica presso il Laboratorio Enochimico ex Allievi Scuola Enologica Conegliano società Cooperativa, sono stati tutti rispondenti ai parametri analitici previsti dalle norme generali e al disciplinare di produzione.

Nelle verifiche sulle vendite on-line è stato notato che molte aziende hanno colto l'occasione per rinnovare la loro presenza digitale aggiungendo servizi a tale sistema di vendita. In tale contesto vengono analizzate le modalità di presentazione e promozione dei vini in modo particolare la corretta, chiara e trasparente presentazione della Denominazione.

In parallelo ai controlli di cui sopra, attraverso la ditta CSC cscdigitalbrand service, in collaborazione con la società consortile "Sistema Prosecco" viene svolta un'attività di monitoraggio in Italia e in diversi paese UE ed extra UE attraverso le piattaforme di vendita on-line di maggior interesse quali Amazon, Ebay e Etsy. La mole di indirizzi Url che si pensa di raggiungere e trattare nell'anno in corso potrà raggiungere diverse centinaia su un quantitativo totale di decine di migliaia.

Prosegue ormai dal 2014 l'attività di consulenza via mail sulla corretta applicazione delle norme sull'etichettatura e sulle varie implicazioni pratiche ed interpretative dei provvedimenti regionali annuali e sul disciplinare di produzione. Oltre ai contatti diretti con gli operatori per via telefonica o in presenza presso gli uffici del Consorzio, nell'anno in corso sono stati espressi finora pareri di legittimità sull'etichettatura a n.31 ditte produttrici, con una media di 3 etichette cadauna, e a n.22 ditte e/o consulenti pareri interpretativi sul disciplinare di produzione e sui provvedimenti annuali regionali sulla Denominazione.

→ SISTEMA PROSECCO

Anche in quest'annata produttiva, come del resto è successo negli anni passati, "Sistema Prosecco", società nata nell' anno 2014 e di cui fanno parte i tre Consorzi di Tutela delle Denominazioni che hanno in comune l'indicazione geografica "Prosecco", continua a svolgere una impegnativa azione di contrasto contro le evocazioni, utilizzi impropri delle Denominazioni e contraffazioni rilevate a livello nazionale ed internazionale. I risultati ottenuti finora con azioni articolate a più livelli (opposizione a marchi dannosi, azioni legali, implementazione della tutela internazionale, collaborazione con le Autorità nazionali e con quelle dell'Unione Europea e monitoraggio) sono sicuramente efficaci e soddisfacenti, ma nel contempo avvalorano l'importanza di una costante attenzione e vigilanza.

"Sistema Prosecco", in collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e con il Ministero dello Sviluppo Economico, ha incrementato quel dialogo sulla protezione delle Denominazioni rappresentate a livello internazionale promuovendo e/o inserendo una tutela specifica nei vari accordi bilaterali con i paesi extra UE. A livello nazionale e comunitario si è rilevata molto proficua la collaborazione con l'Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF Nord- Est).

CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG

IL VIGNETO

Superficie produttiva totale (ettari)	**8.674**
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG	8.173
Rive DOCG	395
Superiore di Cartizze DOCG	106

LE PERSONE

Totale addetti DOCG (numero)	**6.876**
Nelle imprese viticole	**3.123**
Nelle imprese vinificatrici	**230**
Nelle case spumantistiche	**3.514**
Addetti vigneto	467
Addetti cantina	1.312
Amministrazione & Commerciale	1.045
Addetti Ufficio Export	248
Direttori Commerciali	83
Imprenditori	359

(*) **Legenda:**

• **Viticoltori indipendenti**
Imprese viticole non associate alle cooperative, specializzate nella produzione di uva destinata al mercato intermedio dell'uva, dove prevalentemente vinificatori o imbottigliatori si approvvigionano.

• **Vinificatori**
Imprese che si approvvigionano di uva sul mercato intermedio e collocano il prodotto sul mercato intermedio del vino base, dove si approvvigionano gli imbottigliatori puri e altri attori che vogliono ampliare la propria offerta oltre il limite della propria produzione interna.

• **Vitivinicoltori**
Case spumantistiche che rappresentano un modello di coordinamento verticale integrato: controllano direttamente l'intero processo produttivo (produzione dell'uva, del vino base e del vino spumantizzato in bottiglia) e consegnano al mercato finale il vino ottenuto principalmente da uve provenienti dai propri vigneti DOCG.

• **Cantine cooperative**
Case spumantistiche che rappresentano un modello di coordinamento verticale integrato: le cooperative di I° grado controllano direttamente il processo di produzione del vino spumante e del vino base ottenuto da uve raccolte dai viticoltori associati. Le cooperative di II° grado consegnano al mercato finale vino in bottiglia ottenuto da vino base conferito da altre cooperative socie.

• **Spumantisti trasformatori**
Case spumantistiche che rappresentano il modello di coordinamento verticale de-integrato caratterizzato da attori che commercializzano sul mercato finale principalmente il vino in bottiglia ottenuto da uve acquistate nel mercato dell'uva.

• **Spumantisti puri**
Case spumantistiche appartenenti anch'esse al modello di coordinamento verticale de-integrato caratterizzato da attori che commercializzano sul mercato finale principalmente il vino spumante ottenuto spumantizzando vino base acquistato da altre aziende vinificatrici.

Fonti: Valoritalia, 2023
C.I.R.V.E., 2023

LA PRODUZIONE

Uva DOCG (quintali)	2022	**1.130.882**
	2021	1.128.278
Vino DOCG (ettolitri)	2022	**776.548**
	2021	785.275
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG		**103.539.764**
Spumante		96.607.279
Rive		3.473.809
Superiore di Cartizze		1.233.577
Sui Lieviti		192.815
Vigna		12.321
Frizzante		2.148.080
Tranquillo		77.019
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG		**634.079.662 €**

ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE 2022

		uva	vino base	spumante
Viticoltori indipendenti	1.595	1.595	-	-
Vinificatori	260	260	260	-
Vitivinicoltori	129	129	129	129
Cantine cooperative	7	1.285	7	7
Spumantisti trasformatori	38	22	38	38
Spumantisti puri	35	5	5	35
Numero Imprese per produzione	**2.064**	**3.296**	**439**	**209**

IL VALORE DELLO SPUMANTE DOCG*

	Valore (€)	Volume (bottiglie)	Quota a valore (%)
Mondiale	**606.860.951**	**100.081.088**	**100,0%**
Italia	365.499.415	57.425.560	60,2%
Export	241.361.535	42.655.528	39,8%
Export per aree continentali			
Europa	202.671.555	35.922.671	84,0%
Extra Europa	38.689.980	6.732.858	16,0%
Principali destinazioni dell'export			
1 Regno Unito	55.861.418	10.297.671	23,1%
2 Germania	50.705.738	8.068.998	21,0%
3 Svizzera	33.441.354	6.311.051	13,9%
4 Stati Uniti	17.275.549	3.201.568	7,2%
5 Austria	16.977.793	3.013.198	7,0%
6 Benelux	9.730.283	1.691.027	4,0%
7 Scandinavia	9.314.997	1.754.925	3,9%
8 Federazione Russa	7.057.851	1.259.897	2,9%
9 Canada	6.702.887	1.167.569	2,8%
10 Australia & Nuova Zelanda	3.868.756	759.164	1,6%

(*) Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG

LETTURA DI SINTESI

Eugenio Pomarici – CIRVE

Il Rapporto annuale 2023 del Centro Studi del Distretto del Conegliano Valdobbiadene presentato in questo fascicolo fa il punto sulla situazione strutturale, sulla prestazione produttiva, sull'impegno per la sostenibilità e sull'attrattività enoturistica delle imprese appartenenti alla Denominazione di Origine Controllata e Garantita Conegliano Valdobbiadene Prosecco con riferimento all'anno 2022, un anno caratterizzato dalla piena ripresa delle attività economiche dopo un 2021 ancora segnato dalla pandemia da Covid-19, in un contesto economico reso difficile dalla crescita dei costi di produzione anche legati all'invasione russa dell'Ucraina iniziata in febbraio. Questo Rapporto annuale documenta come una vasta comunità di produttori, da più di mezzo secolo impegnata a valorizzare un prodotto di grande finezza e capace di esprimere una varietà di espressioni sensoriali, abbia saputo riorganizzare le proprie attività adeguandole al nuovo quadro economico che si è affermato nel 2022. Il Rapporto documenta anche da quale situazione strutturale, ricchezza di competenze e patrimonio di relazioni di mercato sta muovendo la Denominazione per intraprendere nuovi percorsi di crescita orientati al valore e alla sostenibilità. Il Rapporto si basa sull'elaborazione delle risposte rese ad un questionario inviato alle case spumantistiche, ossia agli operatori che mettono sul mercato il vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco certificato.

La produzione: volumi, valori e destinazione

Il 2022 ha visto l'immissione nel mercato del Conegliano Valdobbiadene di un flusso di prodotto alimentato da una vendemmia 2021 più abbondante rispetto a quella del 2020, questo grazie al fatto che la vendemmia del 2021 si è svolta senza limitazioni di resa rispetto a quanto previsto dal disciplinare (13,5 ton/ha). La domanda del mercato nel corso del 2022 si è mostrata piuttosto sostenuta e la Denominazione è stata quindi nelle condizioni di immettere sul mercato quasi 103,5 milioni di bottiglie, per un valore di circa 634,1 milioni di euro. Rispetto al 2021 il volume della produzione ha avuto una modesta diminuzione (1,1%), ma si è registrato tuttavia un aumento del valore pari al 2%.

Il 2022 vede un modesto incremento della quota degli spumanti DOCG sulla produzione complessiva della Denominazione, che sale al 97,9%, riprendendo il trend crescente che era stato interrotto nel 2020.

Nell'ambito della produzione di spumante della Denominazione, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG senza menzioni (Spumante DOCG nel testo che segue) rappresenta anche nel 2022 la quota largamente maggioritaria mentre il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Rive DOCG (Rive nel testo che segue) e il Valdobbiadene Prosecco Superiore di Cartizze DOCG (Superiore di Cartizze nel testo che segue) rappresentano quote ridotte, anche se significative e qualificanti, dell'offerta. Rispetto a queste tipologie si rilevano alcune significative modifiche dell'offerta rispetto al 2021: lo Spumante DOCG è diminuito per circa l'1% in volume e aumentato del 3,1% in valore; diverso è stato l'andamento del Superiore di Cartizze e della tipologia Rive. Il primo è diminuito del 24,1% in volume e del 23% in valore, mentre il secondo è aumentato sia in volume (+8,9%) sia in valore (20,7%). Nel 2022 sono proseguite le esperienze di commercializzazione di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG con indicazione della vigna di provenienza dell'uva (Vigna DOCG), con quantità tuttavia ancora molto ridotte.

Le vendite in Italia dello Spumante DOCG sono diminuite del 3,4% in volume, ma si sono espanse verso segmenti di maggior valore, con una leggera crescita del prezzo medio (+4%) che ha condotto ad un lieve incremento del valore della produzione destinata al mercato interno (+0,5%), in contrasto con l'andamento del volume.

Le vendite all'estero sono cresciute per circa il 3,2% in volume e per il 7,4% in valore, con un conseguente aumento del prezzo medio a bottiglia (+4%).

La felice congiuntura di mercato che ha caratterizzato anche il 2022 ha avuto un riflesso sui prezzi nei mercati all'origine. I prezzi del vino base sono cresciuti nel primo trimestre del 2022 per poi mantenersi costantemente ben al di sopra dei 3 euro al litro, arrivando a dicembre a circa 3,07 euro al litro, avvicinandosi così ai livelli record del gennaio 2018. La dinamica crescente dei prezzi del vino base e la riduzione delle giacenze hanno quindi indotto la Denominazione ad affrontare la vendemmia 2022 senza limitazioni di rese e obblighi di stoccaggio. Il mercato ha poi assorbito senza difficoltà la nuova produzione con un prezzo medio delle uve per Conegliano Valdobbiadene base convenzionale di 1,85 euro al kg, ben al di sopra di quello delle vendemmie dei due anni precedenti.

Strutture e persone

Il rinnovo, spesso profondo, delle relazioni distributive e delle attività di comunicazione che ha interessato la maggior parte delle imprese della Denominazione è stato attuato anche grazie ad un ulteriore rafforzamento delle risorse umane impegnate nei processi aziendali. Nel 2022 prosegue dunque la crescita dell'occupazione riscontrata anche nel 2021, e che non si era interrotta neppure durante un 2020 segnato dalla pandemia. Risulta in decisa crescita anche nel 2022 il personale amministrativo e commerciale, privilegiando l'immissione nelle aziende dei giovani, con una notevole presenza di giovani donne. Nel 2022 il personale delle case spumantistiche ha raggiunto il numero di 3.514 unità, contro 3.389 del 2021.

Nel 2022 rimane invariato il numero delle case spumantistiche (209) che, sul lungo periodo 2006-2022 fa registrare un incremento del 36,6%. Il grado generale di concentrazione dell'offerta dello Spumante DOCG rimane dunque invariato, con quattro case spumantistiche con maggiore produzione che coprono circa il 30% dell'offerta (nel 2022 C_4=27,2) e le prime otto quasi la metà (nel 2022 C_8=41,8). Nonostante il numero delle case spumantistiche sia rimasto invariato, la capacità delle autoclavi installate è cresciuta, raggiungendo 1,2 milioni di ettolitri, il 30% della capacità di stoccaggio totale delle case spumantistiche.

Il mercato italiano

Alla modesta riduzione dei volumi dello spumante Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore destinati nel 2022 al mercato nazionale si è accompagnata una modifica della quota dei diversi canali di vendita rispetto al 2021, proseguendo in parte il processo di ribilanciamento delle quote dei canali distributivi nel segno del ripristino delle quote precedenti la pandemia.

Tutti i canali di vendita hanno fatto registrare una riduzione dei volumi commercializzati, tranne quello dei grossisti e distributori e gli "altri canali". I valori sono invece cresciuti in tutti i canali tranne quello delle centrali di acquisto e dell'e-commerce. Sostanzialmente stabile la quota della vendita diretta che subisce però un calo delle vendite in volume, nonostante il numero dei visitatori sia tornato quasi ai livelli pre-pandemici. Nel 2022, infatti, il numero dei visitatori ha raggiunto le 420.000 unità, con un incremento del 17,5% rispetto al 2021. Questo grazie al notevole impegno delle aziende e al contributo alla notorietà e prestigio del territorio della Denominazione venuto dal riconoscimento UNESCO delle colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene quale Patrimonio dell'Umanità. In crescita le quote in volume e valore delle vendite tramite il canale tradizionale dell'Ho.Re.Ca e delle enoteche, così come quelle dei grossisti e distributori, come già detto, e degli "altri canali", i quali aumentano del 28,7% in volume e del 32,1% in valore. Rimangono pressoché invariate le quote a volume e valore della vendita diretta. Diminuiscono, seppur in misura modesta, le quote sia in termini di volume che di valore detenute dalle Centrali d'acquisto (piattaforme che riforniscono la grande distribuzione, ovvero i discount e il Cash and Carry). Le vendite alle Centrali d'acquisto diminuiscono con variazioni del 4.1% in volume e di quasi il 2% in valore, alimentando un volume di vendita nella GDO che raggiunge, nel 2022, i 20,7 milioni di bottiglie. In diminuzione le quote del commercio elettronico con un calo drastico delle vendite del 54% in volume e del 57% in valore, portando i volumi e il valore scambiati su questo canale a livelli inferiori addirittura al 2020.

La dinamica dell'offerta destinata ai mercati esteri nel corso del 2022 è risultata piuttosto articolata e conferma la capacità di manovra da parte delle imprese della Denominazione nella ricerca delle destinazioni più remunerative, come già evidenziato negli anni precedenti. In un contesto in cui la domanda internazionale di spumanti era cresciuta[1] a fronte di una disponibilità di prodotto limitata, la crescita dei volumi e del valore delle esportazioni si è accompagnata a modifiche abbastanza rilevanti, con segno positivo o negativo, della presenza nei diversi mercati, che possono essere lette nel loro complesso come la ricerca di una maggiore diversificazione delle destinazioni.

Il 2022 si caratterizza certamente per un ulteriore rafforzamento della posizione della Denominazione nelle destinazioni tradizionali. Va segnalato l'aumento delle esportazioni verso due destinazioni molto importanti: il Regno Unito, che si conferma come prima destinazione dell'export del Conegliano Valdobbiadene in valore e volume, e verso la Germania. Relativamente al Regno Unito si segnala una crescita dei valori più che proporzionale rispetto ai volumi che ha determinato un aumento del valore medio delle esportazioni della Denominazione. Anche tutti gli altri principali mercati crescono, con l'eccezione però del Benelux, Paese che anche nel 2021 aveva visto una diminuzione delle importazioni sia in termini di volume che di valore. Crescono pertanto nel 2022 le esportazioni verso Svizzera, terzo importatore della Denominazione, ma anche in Austria, negli USA e in Canada. Nella Federazione Russa, in Australia e Nuova Zelanda e ancora in Scandinavia si registra un calo delle esportazioni sia in volume che in valore.

Più differenziato è il quadro dei nuovi importatori. Alcuni dei nuovi mercati come i Paesi Mitteleuropei e Baltici, quelli Adriatico – Danubiani, il Brasile e in altri Paesi dell'Unione Europea che avevano contribuito alla crescita dell'export della Denominazione nel 2021, nel 2022 hanno registrato una contrazione delle importazioni sia in volume che in valore. Al contrario i nuovi mercati come Giappone, Paesi dell'America Latina, Sud-Est Asiatico, Penisola Arabica e Sud Africa, i quali erano stati caratterizzati nel 2021 da un calo delle importazioni, hanno registrato variazioni positive sia in termini di volume che di valore, rimanendo comunque al di sotto dei valori del 2020.

I mercati esteri

(1) Export mondiale di spumanti nel 2022 + 5% in volume e +18% in valore rispetto al 2021 (OIV).

Il 2022 si è caratterizzato per una continua ricerca, in una condizione di sostanziale stabilità delle vendite in volume, di un migliore posizionamento di prezzo che andasse aldilà del puro effetto inflativo. In questo quadro generale si mantiene apprezzabile la differenza di prezzo tra le diverse tipologie di prodotto, che vede il prezzo del Superiore di Cartizze ben al di sopra di quello del Rive e dello Spumante DOCG bio, che mostrano prezzi a loro volta superiori a quelli dello Spumante DOCG.

Degna di nota nel 2022 è l'evoluzione delle vendite del Rive, che risultano in crescita sia in volume che in valore, con un apprezzamento del prezzo medio che arriva a € 8,30 a bottiglia. Concorrono alla produzione del Rive 81 case spumantistiche, una in più rispetto al 2021 e sette in più rispetto al 2020. La produzione cresce rispetto al 2021 arrivando a quasi 3,5 milioni di bottiglie, nonostante la riduzione delle superfici e dei viticoltori. La crescita dell'offerta della tipologia Rive è certamente lenta ma costante e questa lentezza è da considerarsi come il risultato di un'utilizzazione prudente di questa tipologia la cui offerta viene fatta crescere man a mano che si è fatta crescere la domanda con appropriate azioni di comunicazione, così da preservare e accrescere il differenziale di prezzo rispetto allo Spumante DOCG. In questo modo le potenzialità di questa tipologia quale strumento strategico per il sostanziale incremento del valore creato dalla Denominazione non subiscono compromissioni.

In notevole espansione è l'offerta dello Spumante DOCG bio, che è cresciuta in volume del 40% circa, superando il milione di bottiglie, con un aumento anche del prezzo medio che arriva a €6,40. La crescita dell'offerta dipende anche dalla crescita del numero delle case spumantistiche impegnate, almeno parzialmente, nell'offerta di questo prodotto che arriva a 24 unità. Rimangono in equilibrio in quanto a produzione assorbita l'Italia e l'estero, dove Svizzera e Paesi scandinavi continuano a qualificarsi come primi compratori di questo prodotto. Il diffondersi dell'interesse per il biologico ha peraltro indotto il Consorzio a farsi promotore di un bio distretto che includa il territorio della Denominazione.

Le strategie

L'offerta delle diverse tipologie di prodotto della Denominazione nel 2022 è stata certamente supportata, in uno scenario di mercato complesso, dagli importanti progressi nella digitalizzazione avvenuti nel 2021; per quanto riguarda poi i mercati esteri, risultati in crescita nel 2022, rilevante è stato certamente l'effetto di una più intensa attività di promozione nei Paesi Terzi grazie a una più ampia partecipazione ai progetti di promozione cofinanziati dall'Unione Europea. Questi progetti nel 2022 hanno coinvolto un numero di imprese spumantistiche del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG maggiore dell'anno precedente, arrivando a 72 unità (+11% rispetto al 2021), dopo due anni di riduzione. Successivamente al periodo di incertezza dovuto alla situazione sanitaria avversa, le imprese hanno dunque ripreso a investire con convinzione e positivi risultati nei mercati esteri, con un coinvolgimento crescente di imprese di tutte le dimensioni. Questo nella convinzione che nella maggior parte dei mercati, anche quelli tradizionali, per la Denominazione ci siano ancora notevoli margini di espansione delle vendite. Nello sviluppo delle strategie promozionali rimangono considerate prioritarie come attività di promozione l'incoming, le pubbliche relazioni, wine tasting e social networks, ma cresce l'interesse per la stampa generalista, quale strumento per raggiungere una più vasta platea di potenziali clienti.

Transizione ecologica e sostenibilità sociale

Anche nel 2022 la Denominazione appare impegnata per progredire in un percorso verso livelli sempre più elevati di sostenibilità ambientale e sociale.

Nel 2022 si registra una crescita gli investimenti delle case spumantistiche in installazioni e tecnologie finalizzate a raggiungere livelli più elevati di autosufficienza energetica. Aumenta infatti il numero delle imprese spumantistiche DOCG che utilizzano energie rinnovabili (+7% sul 2021 e +89,2% sul 2011) e la quota complessiva delle case spumantistiche che utilizzano energie rinnovabili sul totale DOCG raggiunge quasi il 60%.

Nel 2022 si rileva, tuttavia, una decrescita nell'utilizzo di packaging ecosostenibile. Le importanti diminuzioni per quanto riguarda l'utilizzo di vetro alleggerito e/o riciclato, etichette ultrasottili, cartoni e imballaggi ecosostenibili e riciclabili e chiusure prodotte con materiali meno impattanti trova giustificazione negli effetti del conflitto tra Russia e Ucraina. La disponibilità di questi prodotti è stata ridotta a causa dell'impennata dei costi energetici e alla carenza di materie prime.

Relativamente alla gestione del vigneto, sostanzialmente la totalità della produzione controllata dalle case spumantistiche della Denominazione osserva uno standard di sostenibilità. Il 2022, comunque, si caratterizza per un incremento della produzione DOCG che segue il Protocollo viticolo della Denominazione (54,5%), mentre resta pressoché invariata la quota di aziende conformi al Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI), o al Sistema Regione Veneto di Qualità Verificata (SRQV), complessivamente pari al 45,5%. Ancora limitata e in leggera diminuzione è la quota di produzione biologica o biodinamica.

Il 2022 vede confermato il notevole impegno delle aziende della Denominazione a favore della sostenibilità sociale del sistema produttivo e commerciale che produce il Conegliano Valdobbiadene Prosecco superiore. Anche nel 2022, dalle più piccole alle maggiori, le case spumantistiche pongono in essere un'ampia gamma di azioni, con una particolare attenzione al benessere dei dipendenti; si rileva infatti come quasi l'80% delle aziende promuova il miglioramento della qualità dei luoghi di lavoro e più di un terzo abbia adottato un codice etico.

Notevole attenzione è posta anche all'organizzazione di incontri tecnici con i conferenti per migliorare la qualità delle materie prime (56%). L'attenzione verso la comunità risulta anche elevata e si manifesta attraverso diverse attività: attività culturali e sportive a vantaggio del territorio, sostegno alla genitorialità, attività solidaristiche, rivolte anche verso Paesi in via di sviluppo. Le aziende della Denominazione sono anche promotrici della parità di genere e inoltre si caratterizzano per una quota molto elevata di personale femminile. Si rileva peraltro che nei ruoli dell'amministrazione e del coordinamento delle attività di export la quota femminile supera il 60%.

I dati illustrati in questo rapporto presentano il 2022 come una stagione certamente positiva per la Denominazione Conegliano Valdobbiadene, che si pone in continuità con un 2021 che si era caratterizzato per il raggiungimento della massima espansione quantitativa possibile dell'offerta della Denominazione, date le superfici investite e le rese ammesse dal disciplinare. Ed è certamente notevole che la stabilizzazione dell'offerta della Denominazione sul livello quantitativo del 2021, a prezzi crescenti, sia avvenuto nonostante il 2022 sia stato un anno particolarmente difficile: a fronte della cessazione dell'emergenza sanitaria le imprese si sono dovute misurare con un incremento dei costi di produzione, oggettive difficoltà al reperimento di alcuni materiali e atteggiamento molto prudente di una quota ampia di consumatori nei confronti delle spese non necessarie. La domanda di beni di consumo è stata infatti condizionata, sebbene con intensità diversa da mercato a mercato, dall'incertezza sull'andamento dell'inflazione e della situazione economica generale a causa della guerra iniziata a febbraio 2022 in seguito all'attacco russo dell'Ucraina.

La ricerca di sbocchi remunerativi per l'offerta in uno scenario economico estremamente complesso e incerto, che ha determinato sul fronte dei consumi modifiche nei comportamenti di acquisto diverse da mercato a mercato, è verosimilmente alla base della crescita importante delle esportazioni a fronte di una diminuzione delle vendite nel mercato interno e, relativamente ai singoli canali distributivi in Italia, la ripresa delle vendite nel canale dei grossisti e distributori e negli "altri canali", a fronte di una riduzione in tutti gli altri canali, commercio elettronico compreso.

Questa capacità di adattamento alle dinamiche del mercato, essenziale per difendere la capacità competitiva in tempi difficili, appare certamente come il frutto dell'impegno che le imprese della Denominazione hanno profuso negli ultimi anni, anche nei mesi più drammatici della pandemia, per rafforzare le proprie strutture sia sotto il profilo tecnologico che sotto quello umano.

Certamente anche nel 2022 la Denominazione si è giovata dell'essere meglio attrezzata sotto il profilo della digitalizzazione, grazie a investimenti hardware e software, sia sul piano della comunicazione verso il pubblico finale (business to consumers, B2C) che verso fornitori e sistema distributivo (business to business, B2B), che su quello della produzione e più in generale del modello di gestione aziendale. Le tecnologie digitali hanno infatti giocato un ruolo strategico per superare la sfida determinata dalle conseguenze sui mercati dell'epidemia Covid-19 e numerose imprese hanno intrapreso investimenti digitali più specializzati, che spaziano da quelli a supporto del controllo di gestione e del lavoro a distanza, a quelli di digitalizzazione delle procedure di controllo dei processi produttivi in vigneto e in cantina, per giungere ad applicazioni più sofisticate tipo CRM (gestione delle relazioni con i clienti) o ERP (pianificazione delle risorse d'impresa). Questo progresso tecnologico ha potuto esplicare le sue potenzialità grazie ad un investimento continuo e progressivo nelle persone.

Infine, ma non è l'elemento meno importante, il risultato positivo del 2022 è anche frutto della sintonia della Denominazione con lo spirito del tempo che si traduce in un impegno costante per la sostenibilità, sia sul fronte ambientale che su quello sociale.

Complessivamente, l'analisi dei dati del 2022 restituisce l'immagine di una Denominazione dinamica che, dopo avere superato le sfide che la pandemia ha posto ai produttori tra il 2020 e il 2021, ora sta progredendo in un contesto economico e sociale globale molto difficile, avendo appreso ad applicare nuovi modi per essere in relazione con i mercati, basato su flessibilità e capacità di adattamento. Tutto ciò è certamente in relazione all'essere la Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco un Distretto, ossia una comunità di produttori coesa, diversificata al suo interno ed efficacemente in relazione con l'esterno, dove la cifra delle relazioni è ancora caratterizzata da legami di comunità caratterizzati dalla presenza viva e pervasiva di virtù civiche, come osservato da Aldo Bonomi nel corso delle sue analisi sul tessuto socioeconomico della Denominazione.

Una comunità operosa, capace di agire efficacemente nelle condizioni difficili, in certi casi eroiche, che caratterizzano i *terroir* straordinari presenti nel territorio della Denominazione; questa comunità, partendo dal favore che il mercato ha mostrato per lo spumante da Glera di pregio, in modo lungimirante ha messo in campo investimenti importanti in risorse umane oltre che in mezzi e tecnologie.

Le prospettive

Tutto ciò ha consentito alla Denominazione di evolvere in modo coerente con le attese della società, perfezionando nel tempo tecniche produttive e processi di marketing in una prospettiva coerente con i principi dello sviluppo sostenibile. Attualmente lo scenario mondiale, ancora gravato da un'inflazione importante anche se in contrazione, non indurrebbe all'ottimismo. Eppure, le previsioni di sviluppo del mercato degli spumanti restano positive e Statista[2] nell'aggiornamento dell'agosto 2023 conferma da qui al 2027 un'importante crescita del mercato mondiale del vino spumante, in volume e in valore (CAGR 2023-2017), con un'espansione accentuata in USA e con una crescita del consumo fuori casa più che proporzionale rispetto al mercato domestico.

Relativamente allo specifico della Denominazione Conegliano Valdobbiadene, i dati già disponibili sulle vendite nel 2023 fanno prevedere che, in termini di volume, non si raggiungeranno gli stessi risultati del 2022 e 2021, anni che vanno considerati per diversi aspetti eccezionali. L'offerta collocata sul mercato sarà tuttavia ben al di sopra delle vendite del 2019, anno che a suo tempo fu giudicato di grande successo, con un livello di produzione che veniva considerato al limite delle possibilità fisiche del territorio. In queste condizioni, pertanto, il traguardo da porsi non è l'aumento del volume delle vendite ma quello di una decisa crescita del valore, cogliendo le opportunità che il mercato dei prodotti di alta gamma sembra destinato a offrire nei prossimi anni. Di fatto, dopo un 2022 che, benché segnato dalle difficoltà economiche già menzionate, è stato un anno di grande espansione per il mercato del lusso, ci si aspetta ora una ulteriore crescita; Bain & Company and Altagamma[3] prevedono che il mercato del lusso raggiugerà un valore di 570/590 miliardi di euro nel 2023, più del doppio del 2022 e Statista[4] prevede una crescita da qui al 2028 del 3,4% all'anno.

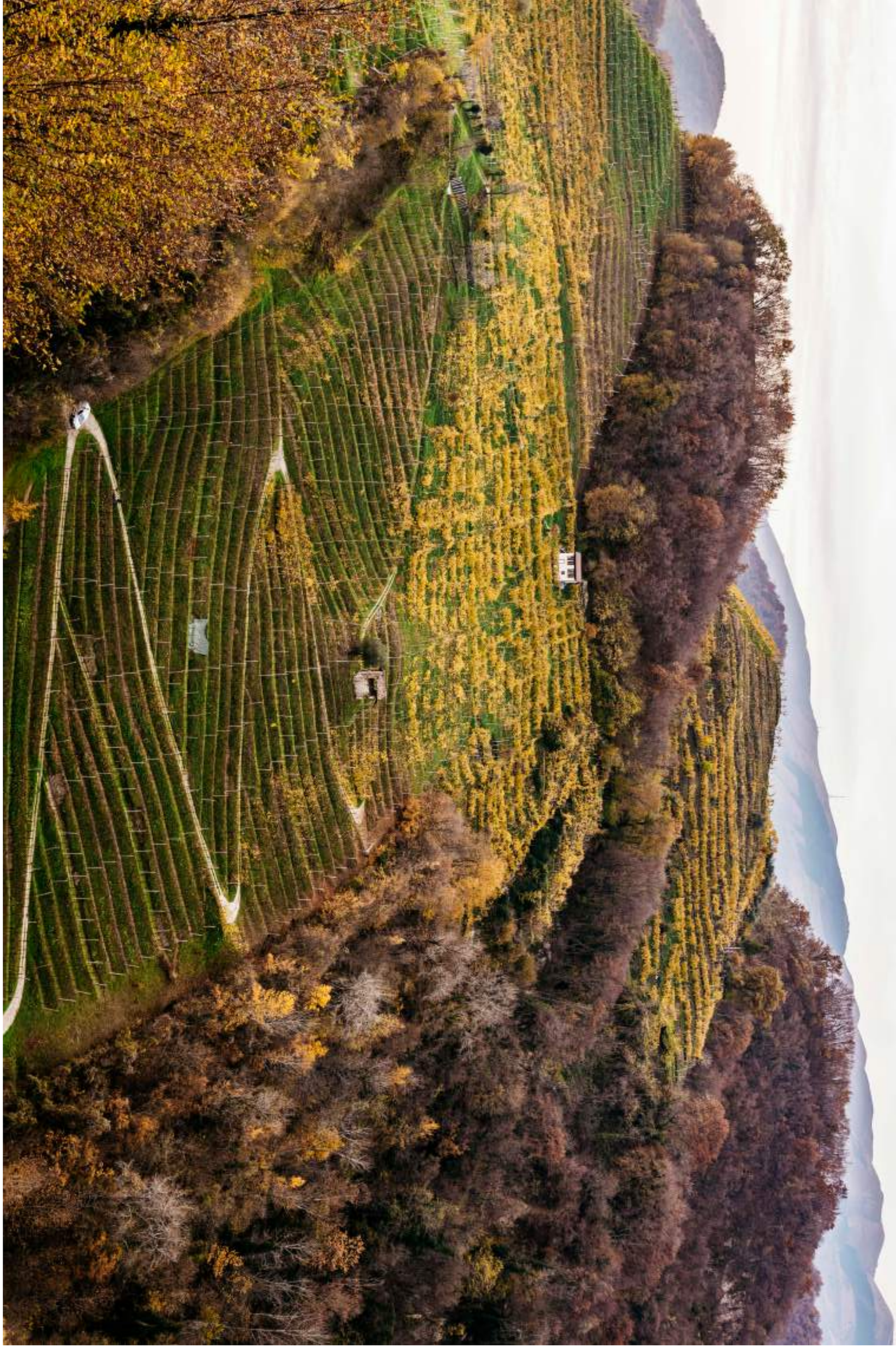
Ci sono quindi le condizioni perché la Denominazione possa portare una quota maggioritaria dell'offerta nelle fasce di prezzo più alte, dove attualmente si colloca solo una parte ridotta. Oltre che ad un affinamento delle strategie di comunicazione che potrà fare leva anche sul riconoscimento UNESCO delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene quale patrimonio dell'Umanità, sarà essenziale ragionare sul prodotto e sulla distribuzione. Attraverso un confronto tra produttori, basato su un'analisi approfondita della variabilità sensoriale ed analitica dell'offerta corrente della Denominazione e dei modelli sensoriali esistenti, si dovrà creare una base di conoscenza condivisa utile a favorire nelle aziende la capacità di conferire ai vini caratteristiche sensoriali eccellenti. Parimenti dovranno essere selezionati, in Italia e all'estero, i canali distributivi più idonei a valorizzare le caratteristiche distintive del prodotto, comprendendo a fondo le modifiche nei processi distributivi che con ogni evidenza sono in atto. Tutto questo per favorire una crescita complessiva dei prezzi dei prodotti della Denominazione e, in particolare, per dare basi solide ad una crescita significativa dell'offerta della tipologia Rive che per le sue caratteristiche perfettamente si presta a essere protagonista di sempre più efficaci strategie di differenziazione dell'offerta da parte delle imprese della Denominazione.

Il Rapporto annuale 2023 del Centro Studi del Distretto del Conegliano Valdobbiadene, che documenta lo stato della Denominazione di Origine Controllata e Garantita Conegliano Valdobbiadene Prosecco con riferimento all'anno 2022, è il risultato dell'elaborazione dei dati produttivi e strutturali che annualmente vengono raccolti presso un amplissimo campione delle case spumantistiche che operano all'interno della Denominazione. Quest'attività di documentazione e analisi, svolta sistematicamente ormai da 19 anni, consente con un dettaglio che non ha eguali in altre realtà produttive vitivinicole, di documentare l'evoluzione del sistema produttivo del Conegliano Valdobbiadene Prosecco offrendo dati essenziali per l'aggiornamento delle strategie consortili e delle singole aziende. I dati provenienti dalle case spumantistiche sono stati elaborati presso il Centro Interdipartimentale per la Ricerca Viticola ed Enologica (CIRVE) dell'Università di Padova, che è responsabile delle analisi economiche dell'ambito del Centro Studi del Distretto del Conegliano Valdobbiadene. A integrazione dei dati di origine interna sono analizzati anche i dati raccolti sul mercato finale da Circana e dalle principali fonti statistiche di produzione della Regione del Veneto, del commercio internazionale del vino (Avepa, Valoritalia, Global Trade Atlas) e del turismo (CISET).

Hanno collaborato all'elaborazione dei testi le Dott.sse Valentina Di Chiara, Caterina Fucile Franceschini, Elena Maggio e Elettra Morlin.

(2) https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/wine/sparkling-wine/worldwide
(3) https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2023/global-luxury-goods-market-accelerated-after-record-2022-and-is-set-for-further-growth--despite-slowing-momentum-on-economic-warning-signs/
(4) https://www.statista.com/outlook/cmo/luxury-goods/worldwide

La raccolta ed elaborazione dei dati



1. LA STRUTTURA PRODUTTIVA

a cura di **Vasco Boatto, Luigino Barisan, Eugenio Pomarici**

L'ASSETTO DELL'OFFERTA

La struttura delle filiere vitivinicole

Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG è offerto da un sistema produttivo complesso, caratterizzato da una molteplicità di forme organizzative che, seguendo differenziate strategie di integrazione o associazione verticale, operano con diverse modalità di specializzazione. Le imprese totalmente integrate[1] sono rappresentate dalle imprese dei *vitivinicoltori* e dalle *cantine sociali*. Le imprese dei vitivinicoltori, ossia di coloro che imbottigliano e commercializzano i vini ottenuti da uve che provengono principalmente dai vigneti di proprietà, sono 129 e detengono sulla produzione di Spumante DOCG una quota di circa l'11%.

Le cantine sociali, ossia le imprese che raccolgono e trasformano le uve conferite dai soci viticoltori, svolgono un ruolo importante nella produzione spumantistica e con l'uva conferita dai 1.285 soci viticoltori, realizzano circa il 35% del vino atto a diventare Spumante DOCG. Queste svolgono anche una funzione importante sul mercato finale, procedendo anche alla spumantizzazione e all'imbottigliamento. Le 7 cooperative (di I° e II° livello) contribuiscono alla produzione di Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG per una quota di circa il 28%.

Le forme non integrate di organizzazione della produzione sono rappresentate da sistemi di offerta nei quali operano attori indipendenti che scambiano uva e vino. A monte di questi sistemi di offerta operano viticoltori specializzati nella produzione dell'uva e imprese che producono uva e la trasformano in vino base; queste imprese collocano il loro prodotto nei mercati intermedi dell'uva e del vino. A valle dei sistemi di offerta non integrati operano invece le imprese che spumantizzano e imbottigliano Spumante DOCG senza controllare direttamente la produzione del vino e/o dell'uva. Queste sono rappresentate dagli imbottigliatori trasformatori e dagli imbottigliatori puri, che lavorano prevalentemente uva e vino base acquistati sul mercato intermedio. Queste imprese (73 unità) realizzano complessivamente circa il 60% del volume delle vendite di Spumante DOCG. Gli *imbottigliatori trasformatori* (38 unità), imprese che imbottigliano una produzione che deriva nella maggior parte da uve acquistate sul mercato intermedio, rappresentano il 12% del volume della produzione di Spumante DOCG[2]. Gli *imbottigliatori puri* (35 unità), imprese che spumantizzano e imbottigliano prevalentemente da vino base acquistato sul mercato intermedio, coprono invece circa il 49% del volume della produzione di Spumante DOCG. Complessivamente, l'insieme delle imprese imbottigliatrici totalmente integrate e di quelle non totalmente integrate forma nel 2022 una compagine di 209 *case spumantistiche*.

La presenza nella struttura produttiva del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG di imprese non integrate rende necessaria l'esistenza di un mercato intermedio dell'uva dove si scambia circa il 35% dell'uva prodotta e un mercato intermedio del vino dove si tratta quasi il 38% della produzione del vino base. Tuttavia, questi mercati non collegano solo le imprese non integrate che operano a monte o a valle della filiera ma permettono anche a numerose imprese integrate, che a questi mercati partecipano occasionalmente o stabilmente, di fare fronte a squilibri tra capacità di vendita sui mercati finali e disponibilità di uva o vino base. Tutte le imprese del sistema produttivo DOCG formano pertanto un insieme connesso al suo interno da una rete di relazioni di scambio dei prodotti intermedi della filiera produttiva del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG; questa rete è resa efficace da consolidati rapporti di fiducia e da un'attenta attività di controllo da parte di Valoritalia e garantisce efficienza, flessibilità e costante crescita della qualità al Distretto del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG.

(**1**) Le forme integrate comprendono le fasi di produzione dell'uva, vinificazione, spumantizzazione, imbottigliamento e commercializzazione del prodotto finito.

(**2**) Queste imprese sono dotate di vigneti propri il cui contributo all'offerta complessiva è tuttavia marginale; lo stesso vale per cantine di vinificazione e vigneti posseduti dalle imprese classificate come imbottigliatori puri.

Dinamica delle unità tecniche di produzione

Le unità tecniche di produzione dell'uva attive nella Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nell'anno 2022 sono diminuite di quasi il 2%, attestandosi su un numero pari a 3.296 unità. Nonostante la decrescita registrata negli ultimi due anni, viene confermato il trend crescente di lungo periodo (2006-2022) che vede le unità tecniche aumentare in valore assoluto di 496 unità, con un incremento del 17,7%. Queste unità tecniche rimandano ad altrettante imprese specializzate nella produzione dell'uva (indipendenti, o associate a cooperative, o integrate a valle - Fig. 1).

L'andamento positivo nel lungo periodo del numero di imprese coinvolte nella produzione dell'uva si rivela anche per la superficie rivendicata come DOCG, che nel 2022 risulta essere pari a 8.674 ettari totali: questo per effetto di un aumento nel periodo 2006-2022 pari al 92,8%; la superficie risulta però in leggera diminuzione rispetto al 2021 (-0,3%).

La produzione di vino base atto a divenire Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG si attesta nel 2022 pari a 776.548 ettolitri. Questo grazie alla vendemmia del 2021 che ha consentito una produzione di uva atta a divenire Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG pressocché invariata rispetto al 2020, pari a 1.130.882 tonnellate (senza stoccaggio amministrativo). Per quanto concerne invece le unità tecniche di produzione del vino base, inserite in imprese meno integrate o associate a monte e a valle, nel 2022 hanno mostrato un leggero incremento (+1,9%) rispetto al 2021, pari a 439 (Fig. 2).

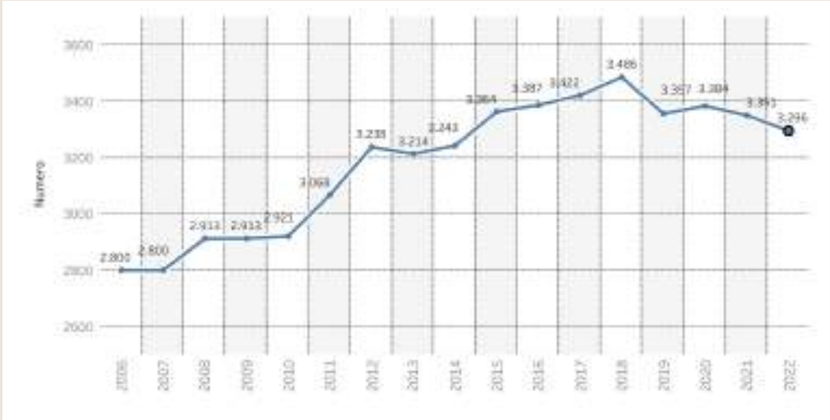


Fig. 1 – **Unità tecniche di produzione dell'uva, 2006-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

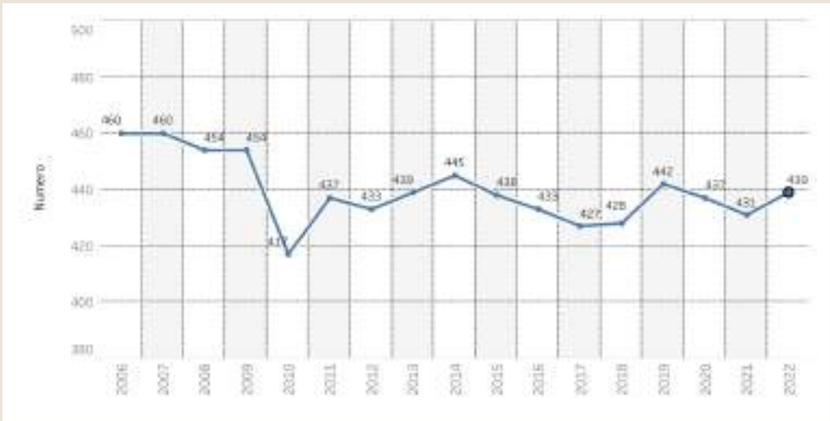


Fig. 2 – **Unità tecniche di vinificazione, 2006-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

Riguardo la spumantizzazione, il numero di unità tecniche impegnate, corrispondenti alle case spumantistiche, risulta invariato rispetto al 2021 confermandosi pari a 209 (Fig. 3). Il trend crescente di lungo periodo risulta confermato e sul periodo 2006-2022 fa registrare un incremento pari al 36,6%. A questo si associa nello stesso periodo un importante incremento della produzione pari a quasi 408.000 ettolitri.

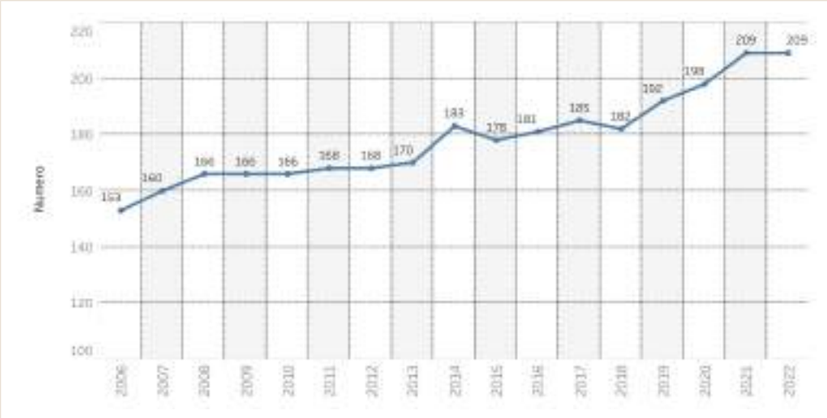


Fig. 3 – **Case spumantistiche, 2006-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

La distribuzione delle 209 case spumantistiche della DOCG per classe di fatturato evidenzia una maggiore concentrazione nei livelli dimensionali bassi, inferiori quindi ai 500.000 euro, con una quota tuttavia in calo di 3,1 punti percentuali rispetto all'anno precedente, che si attesta intorno al 36,4%. Presentano invece variazioni positive i dati relativi alle aziende con fatturato medio basso, con una quota pari al 27,2% nel 2022, in aumento di 1,9 punti percentuali rispetto al 2021. In lieve aumento anche le aziende con fatturato medio alto e alto che rappresentano, rispettivamente, il 19,1% e il 17,3% del totale, entrambe in aumento di 0,6 punti percentuali rispetto al 2021.

(Appendice 1.01)

Considerati i volumi complessivi di spumante derivato da Glera e prodotto dalle imprese della DOCG (sia come Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG che come Prosecco DOC), la quota prevalente (93,1%) è detenuta da 55 aziende molto grandi *(top seller)*, che rappresentano numericamente il 25,3% delle aziende totali e che producono 430 milioni di bottiglie. La maggiore numerosità viene invece fatta registrare dalle imprese piccole che, essendo 101, rappresentano poco meno della metà del totale; queste però producono solo 4,56 milioni di bottiglie, detenendo una quota pari solo all'1% del totale della produzione (Tab. 1).

IMPRESE DOCG	Numero imprese DOCG	**Quota** (%)	Produzione DOCG e DOC	**Quota** (%)
Piccole	101	**46,5%**	4.564.379	**1,0%**
Medie	37	**17,1%**	9.765.147	**2,1%**
Grandi	24	**11,1%**	17.597.588	**3,8%**
Molto Grandi	55	**25,3%**	430.089.013	**93,1%**
TOTALE	217	**100,0%**	462.016.127	**100,0%**

Tab. 1 – **Dimensione economica per produzione** (**) **2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. su dati Valoritalia, 2023
(**) Produzioni di Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG e Prosecco DOC relative le imprese DOCG.
Classi per dimensione (in numero di bottiglie vendute):
aziende piccole (<150.000) – aziende medie/aziende grandi (500.000-1.000.000) – aziende molto grandi (>1.000.000).

Alla crescita del numero delle case spumantistiche e della produzione si associa la crescita della dotazione di vasi vinari e di autoclavi, con una capacità stimata che ha raggiunto, rispettivamente 4,4 e 1,25 milioni di ettolitri. La capacità delle autoclavi è ora pari a circa il 28% della capacità di stoccaggio totale delle case spumantistiche DOCG, con un valore che resta pressocché invariato rispetto all'anno precedente. Nel 2022 le imprese di dimensioni molto grandi hanno diminuito leggermente la loro quota sulla capacità complessiva delle autoclavi, pari all'85,6% (-1,9 punti percentuali rispetto al 2021). Cresce invece la quota delle aziende di medie dimensioni che sale al 6,6% (+3,2 punti percentuali sul 2021).

(Appendice 1.02)

Per quanto riguarda l'assetto gestionale ed organizzativo delle Case Spumantistiche DOCG, per il 2022, rispetto all'anno precedente, l'analisi rileva alcune variazioni: sebbene le società di persone si confermino numericamente maggioritarie anche per l'anno corrente (37% casi), sono in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente (-0,6 punti percentuali nell'ultimo anno). Seguono lo stesso trend le altre imprese/società con -0,7 punti percentuali sul 2021. Aumentano invece le società di capitali, +1,3 punti percentuali, che raggiungono la quota del 27,2% delle aziende totali. Restano invariate le imprese individuali e le cooperative con una quota rispettiva del 30,2% e del 4,3%.

(Appendice 1.03)

Il personale: evoluzione generale

Per l'annata 2022, l'analisi dei livelli occupazionali nel Distretto spumantistico del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha evidenziato un aumento rispetto all'anno precedente, con un totale di 6.867 persone impiegate a tempo pieno (+1,1%). Questo è il risultato di dinamiche diverse in diversi segmenti della filiera, nel complesso, il personale occupato nelle imprese vinificatrici è aumentato rispetto al 2021 (+3,6%), mentre è diminuito il personale impiegato nelle imprese viticole (-1,7%).

Il personale delle case spumantistiche

Nel 2022 il numero di addetti rilevati nelle imprese spumantistiche DOCG per le diverse mansioni aziendali[3] è di 3.514 persone.

(3) Addetti (a tempo pieno) in vigneto e cantina, impiegati amministrativi e commerciali, direttori commerciali, addetti ufficio export e imprenditori.

→ **Addetti in vigneto**

Nonostante la dimensione delle superfici destinate alla produzione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG sia leggermente diminuita nell'ultimo anno, il numero di addetti in vigneto all'interno delle Case Spumantistiche nel 2022 è lievemente cresciuto rispetto all'anno 2021 (+1% circa). Se si considera nel complesso il lungo periodo (2003-2022) il dato mantiene un trend crescente: nel 2022 si registrano più del doppio degli addetti in vigneto rispetto al 2003, da 188 unità nel 2003 a 467 nel 2022 (Fig. 4).

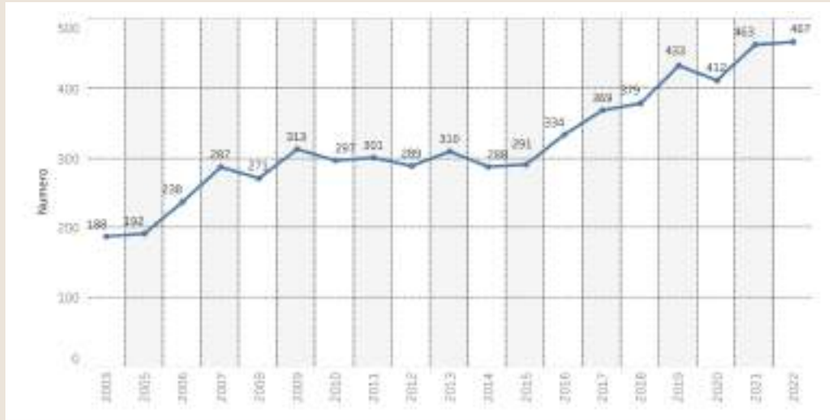


Fig. 4 – **Case spumantistiche: personale in vigneto (a tempo pieno), 2003-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

→ **Addetti in cantina ed enologi**

Per quanto riguarda gli impieghi relativi alle mansioni di cantina si è registrato un lieve aumento rispetto all'anno precedente, passando dalle 1.297 unità del 2021 alle 1.312 unità del 2022 (+1,2% - Fig. 5). Inoltre, se si osservano i dati nel lungo periodo, si rileva una variazione positiva degli addetti in cantina pari al 48,4% rispetto al 2003.

(Appendice 1.04)

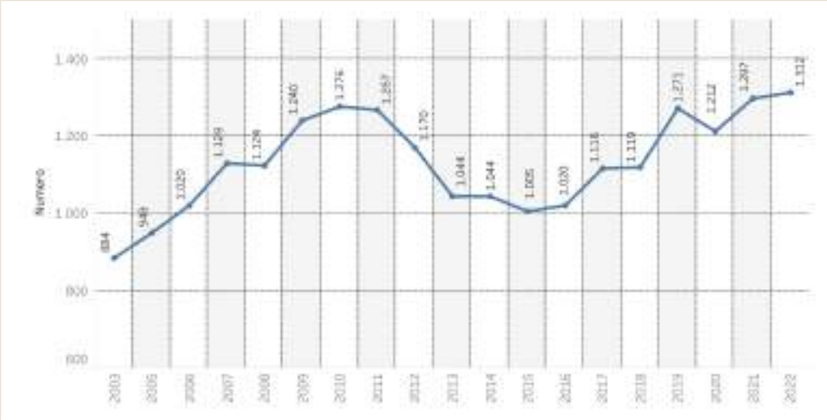


Fig. 5 – **Case spumantistiche: personale di cantina (a tempo pieno), 2003-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

Il numero di enologi è lievemente diminuito rispetto all'anno 2021 (-1,0%) attestandosi intorno alle 298 unità (Fig. 6). Si registra comunque una crescita significativa nel lungo periodo (2003-2022) pari al 44%. Si deve inoltre evidenziare l'evoluzione della quota degli enologi sul totale degli addetti di cantina a tempo pieno: questa mostra un significativo incremento, dal 20% del 2010 a circa il 23% del 2022.

Sebbene la maggior parte delle aziende abbiano un solo enologo all'interno del proprio organico (63% del totale), l'aumento nel tempo di questa figura tra gli addetti in cantina mette in luce una strategia finalizzata all'aumento del controllo delle fasi di vinificazione e spumantizzazione, oltre che al continuo miglioramento dei livelli di professionalità delle imprese distrettuali.

(Appendice 1.05)

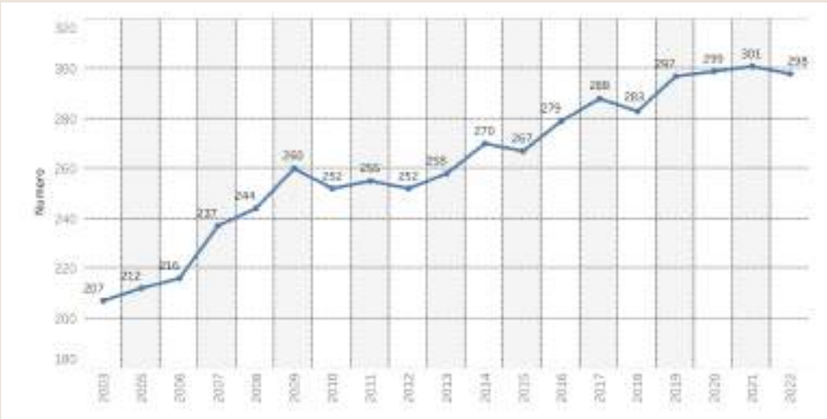


Fig. 6 – **Case spumantistiche: enologi (a tempo pieno), 2003-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

→ **Ruoli amministrativi e commerciali**

Il personale che ricopre ruoli amministrativi e commerciali nel 2022 è ulteriormente accresciuto, raggiungendo un nuovo picco con 1.045 unità (+10,7% rispetto all'anno precedente - Fig. 7). Con quest'ultima variazione, negli ultimi nove anni analizzati (2013-2022), l'occupazione in queste mansioni ha denotato un marcato incremento (+95%). Questo testimonia la crescente importanza di questi profili professionali, nonostante sia ancora significativa la quota di aziende che non ha personale dipendente impiegato in questi ruoli (30,9%).

(Appendice 1.06)

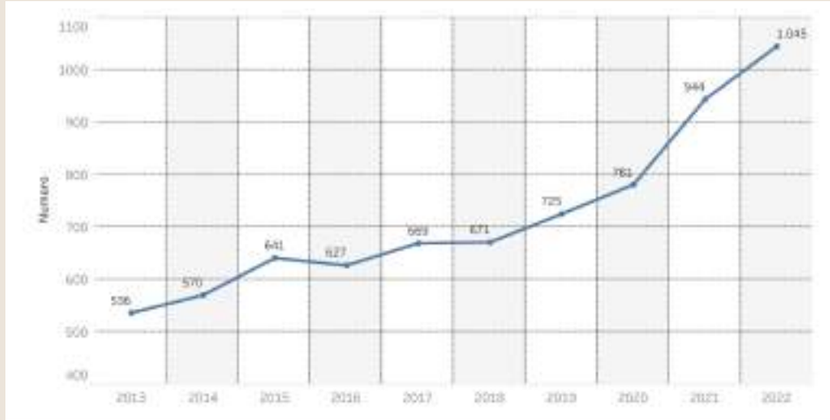


Fig. 7 – **Case spumantistiche: personale amministrativo & commerciale (a tempo pieno), 2013-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

Per il personale addetto all'Ufficio di commercio con l'estero, il numero è rimasto quasi invariato rispetto all'anno scorso, con 248 unità, sebbene sia ancora maggioritaria la quota di aziende che non ha lavoratori che ricoprono questo ruolo (57,4% - Fig. 8). Va comunque notato come i giovani ricoprano quote rilevanti nelle nuove mansioni, fornendo l'impulso necessario alla crescita e sviluppo del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG sui mercati internazionali, in un'ottica di sempre maggiore dinamicità del settore vitivinicolo.

Ad aumentare numericamente nel tempo il personale delle Case Spumantistiche contribuiscono anche gli addetti all'export, il cui valore duplica rispetto al 2011 (+101,6%). Nello specifico, quelli che operano nelle imprese con dimensione produttiva molto grande[4], nel 2022 presentano un numero medio di addetti a tale settore pari a 4,7 per azienda spumantistica.

(Appendice 1.07)

Con riferimento alle figure con maggiore responsabilità nell'Ufficio export, presenti in 59 case spumantistiche (-4,3 punti percentuali rispetto al 2021 - Fig. 9), negli ultimi 19 anni (2003-2022) si registra nell'organigramma aziendale un incremento del 110,4%. Per quanto riguarda i direttori commerciali, nel 2021 la loro presenza nelle aziende è aumentata del 5,1%, con una crescita sul lungo periodo (2003-2022) del 48,2%.

(Appendice 1.08 / 1.09)

(4) **Classi per dimensione (in numero di bottiglie vendute):**
aziende piccole (inferiore a 150.000)
aziende medie (150.001-500.000)
aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (oltre 1.000.000)

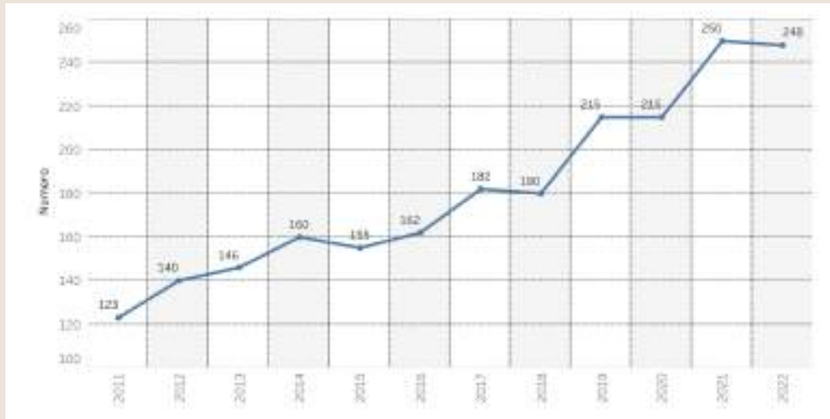


Fig. 8 – **Case spumantistiche: addetti ufficio export (a tempo pieno), 2011-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

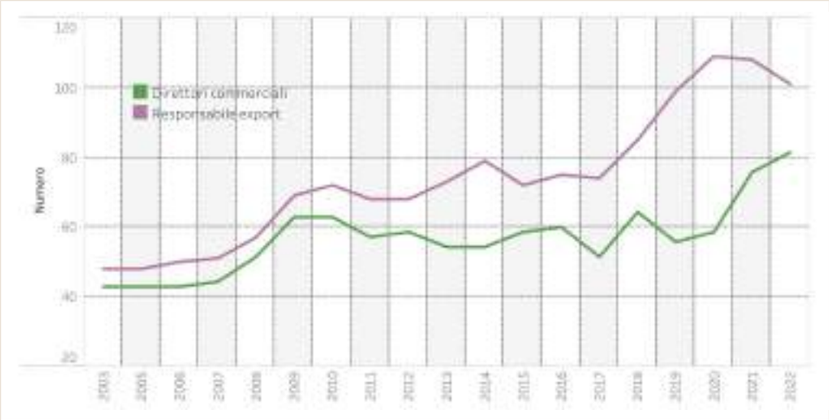


Fig. 9 – Case spumantistiche: responsabili export & direttori commerciali (a tempo pieno), 2003-2022
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

→ **I titolari**

Nel 2022, il numero di soggetti con ruolo imprenditoriale è aumentato solo lievemente rispetto al 2021 (+0,8%), attestandosi a 359 unità (Fig. 10). Le case spumantistiche guidate da un unico imprenditore rappresentano nel 2022 il 43,8% del totale, ma il loro numero è in diminuzione e la loro quota decresce di -1,3 punti percentuali rispetto al 2021. Sono invece in crescita le case spumantistiche con tre soggetti imprenditori. Seppur la loro quota resti ancora limitata e pari al 12,3% nell'ultimo anno è aumentata dell'1,2%

(Appendice 1.**10**)

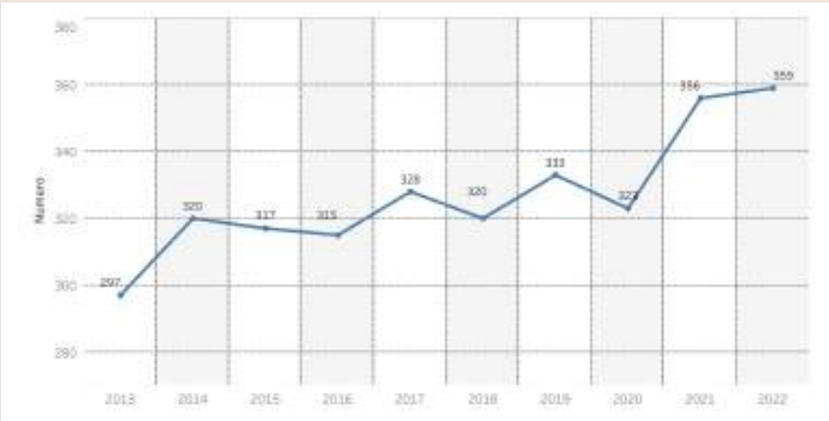


Fig. 10 – Case spumantistiche: soggetti imprenditorilai (a tempo pieno), 2014-2022
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia

L'occupazione femminile

Analizzando la composizione per genere del personale delle case spumantistiche, si evidenzia come la quota maschile, relativamente all'anno 2021, sia pari al 69% del totale e che quindi le donne impiegate siano circa il 31%. Queste ultime ricoprono prevalentemente ruoli amministrativi e commerciali (60%) o sono addette all'ufficio export (64%), mentre gli uomini sono maggiormente impiegati nei ruoli di addetti in vigneto (91%), enologi (91%) e in cantina (87%) e rappresentano in misura maggioritaria anche le figure imprenditoriali (74%) e di direttori commerciali (86%)

(Appendice 1.**11**)

L'occupazione dei giovani

Tra le figure operative delle imprese spumantistiche, i giovani rappresentano nel 2022 il 37,3% del totale degli addetti, in numero pari a 1.312 unità (Fig. 11). Dopo la notevole crescita del 2021, la presenza di giovani aumenta in maniera più contenuta nel 2022 (+4,1%). Una quota significativa è rappresentata dalle donne, pari a circa il 37,7% del totale dei giovani addetti e per un totale di 494 addette, sebbene questa quota sia in leggera diminuzione rispetto al 2021 (-2,1 punti percentuali).

Il 2022 conferma quindi la fiducia nei giovani lavoratori e gli importanti progressi in termini di equilibrio di genere. Analizzando le diverse mansioni svolte da giovani all'interno delle aziende, nel 2022 diminuisce la quota impiegata in vigneto (-1,2%), mentre aumenta significativamente la quota degli addetti in cantina (+21,4%). Per quanto riguarda i giovani impiegati, invece, nell'area amministrativa e commerciale, essi continuano a rappresentare una percentuale piuttosto elevata (42,9%), sebbene in leggero calo rispetto al 2021. In diminuzione è anche la quota del personale giovane impiegato nell'area ufficio export (-5,3 punti percentuali sul 2021), rappresentando circa il 43% del totale degli addetti a tempo pieno.

(Appendice 1.**12**)

Sottoponendo ad attenta analisi la distribuzione dei giovani in base alla dimensione produttiva delle aziende, si evidenzia rispetto all'anno precedente una diminuzione degli stessi nelle aziende di grandi dimensioni (-5,2 punti percentuali). Invece la loro presenza aumenta sia nelle aziende di piccole dimensioni (+2,7 punti percentuali) che in quelle di medie dimensioni (+2,6 punti percentuali) rispetto al 2021. Resta invece invariata la quota di giovani impiegata nelle aziende molto grandi, che peraltro rappresenta più della metà dei giovani impegnati nelle imprese spumantistiche DOCG.

(Appendice 1.**13**)

Inoltre, con un ritmo di crescita nel loro complesso pari al 6,2% circa fra il 2013 ed il 2022, il numero medio di giovani per singola impresa è aumentato da 6,03 unità nel 2021 a 6,28 nel 2022.

L'ingresso dei giovani nel tessuto produttivo delle imprese, in particolare negli aspetti e nei contesti in cui è richiesta una più marcata dinamicità, risulta certamente favorito dal dinamismo della Denominazione.

Nello specifico, sempre per quanto riguarda i giovani, dopo una significativa crescita nel 2021 delle professionalità che rivestono particolare importanza nelle decisioni sulle strategie di vendita e sulle tecniche di mercato nazionale ed internazionale, si registra per il 2022 un notevole aumento del personale impiegato in cantina. Nel complesso, nel periodo 2013-2022 si rilevano variazioni distintamente positive per tutti gli addetti: dal personale addetto all'ufficio export (+118,4%), alle figure di responsabile export (+28,6%) o con ruoli imprenditoriali (+21,4%) o dirigenziali (+78,6%); ma la crescita ha coinvolto anche il personale di vigneto (+144%), quello di cantina (+84,3%) ed anche gli impiegati amministrativi e commerciali (+42,7%).

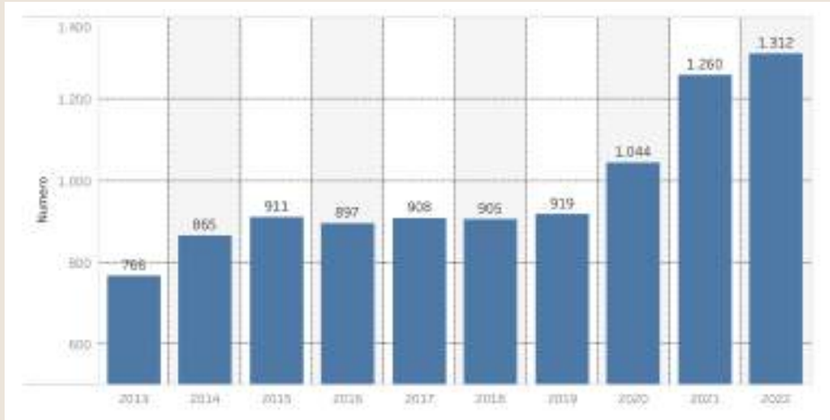
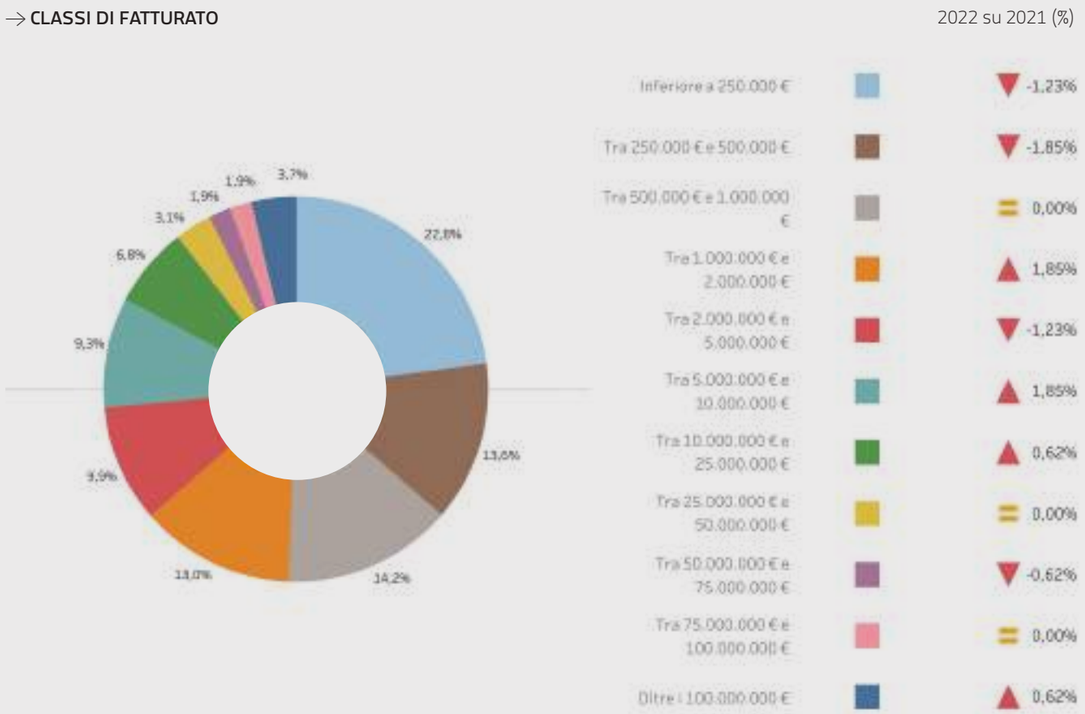
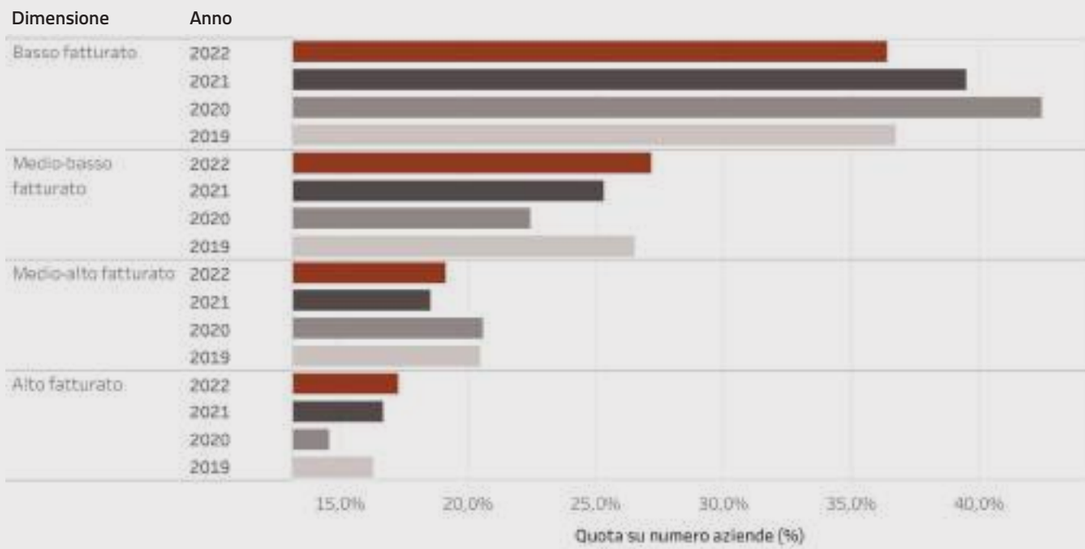


Fig. 11 – Case spumantistiche: giovani a tempo pieno, 2013-2022
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano), 2023

1.01 ASSETTO DELL'OFFERTA

→ **CLASSI DI FATTURATO**

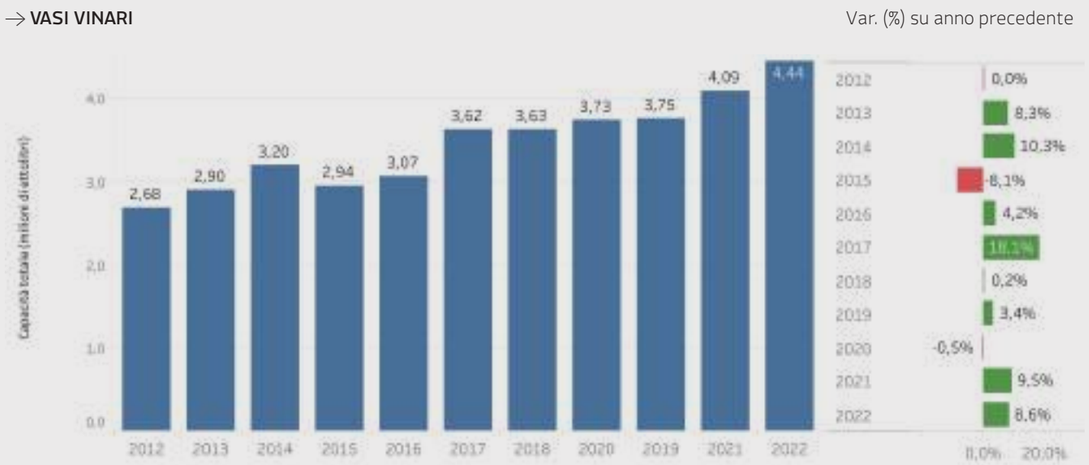




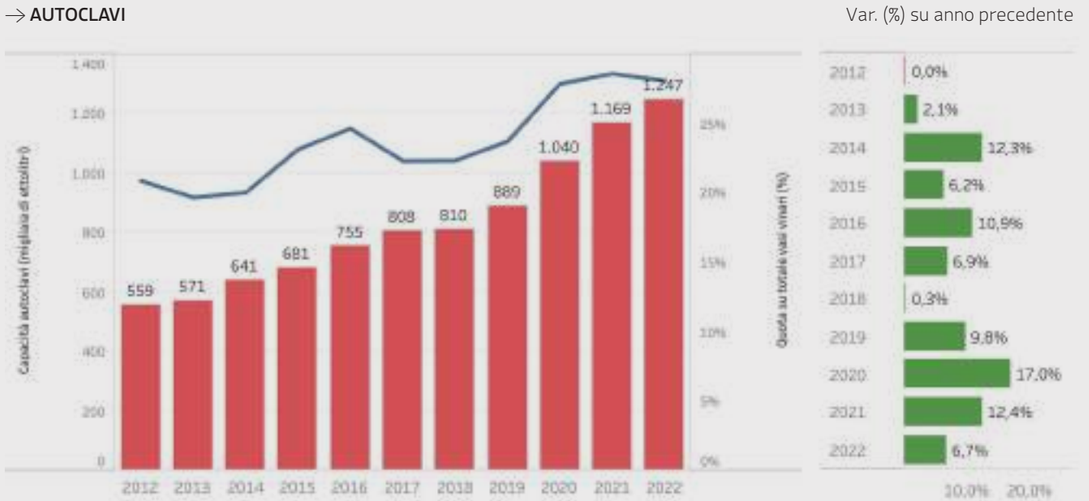
Basso fatturato (inferiore a 500.000 euro)
Medio-basso fatturato (500.000 - 2 milioni di euro)
Medio-alto fatturato (tra 2 e 10 milioni di euro)
Alto fatturato (maggiore di 10 milioni di euro)

1.02 ASSETTO DELL'OFFERTA

→ **VASI VINARI**



→ **AUTOCLAVI**



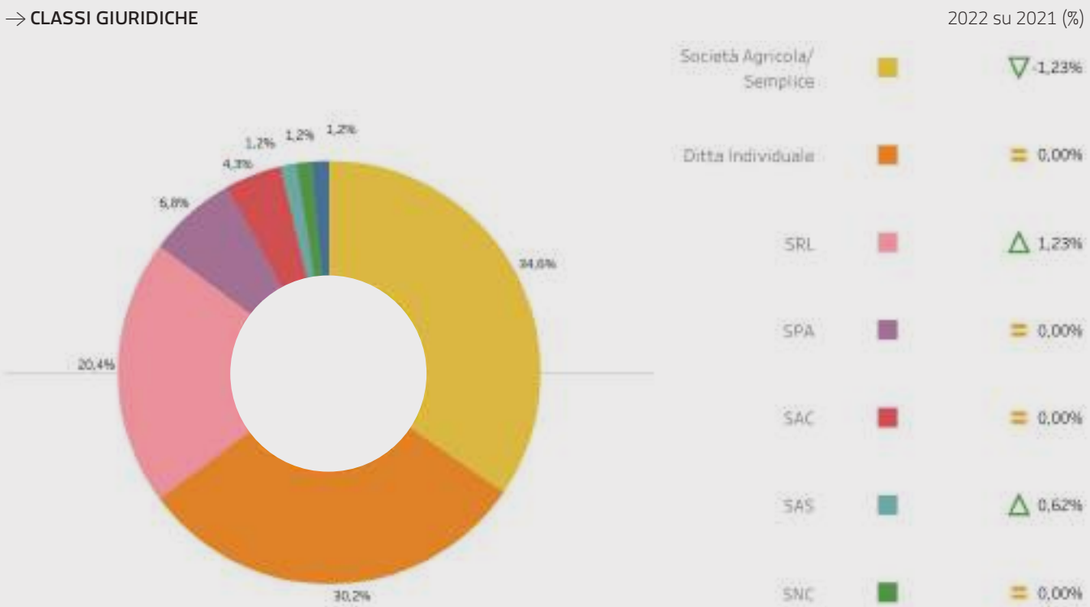
→ **Dotazione autoclavi per classi di dimensione** (%)

	Piccole	Grandi	Medie	Molto grandi
2018	4,9	4,9	5,0	85,2
2019	4,7	5,2	3,6	86,6
2020	4,1	4,9	3,7	87,3
2021	4,8	3,4	4,3	87,5
2022	4,7	6,6	3,1	85,6

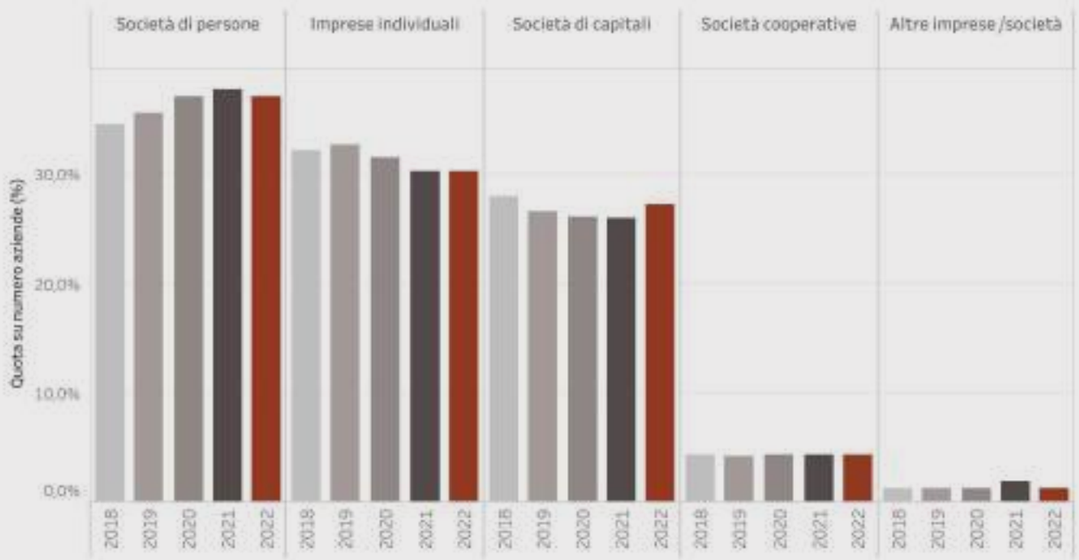
Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

1.03 ASSETTO GESTIONALE E ORGANIZZATIVO

→ **CLASSI GIURIDICHE**



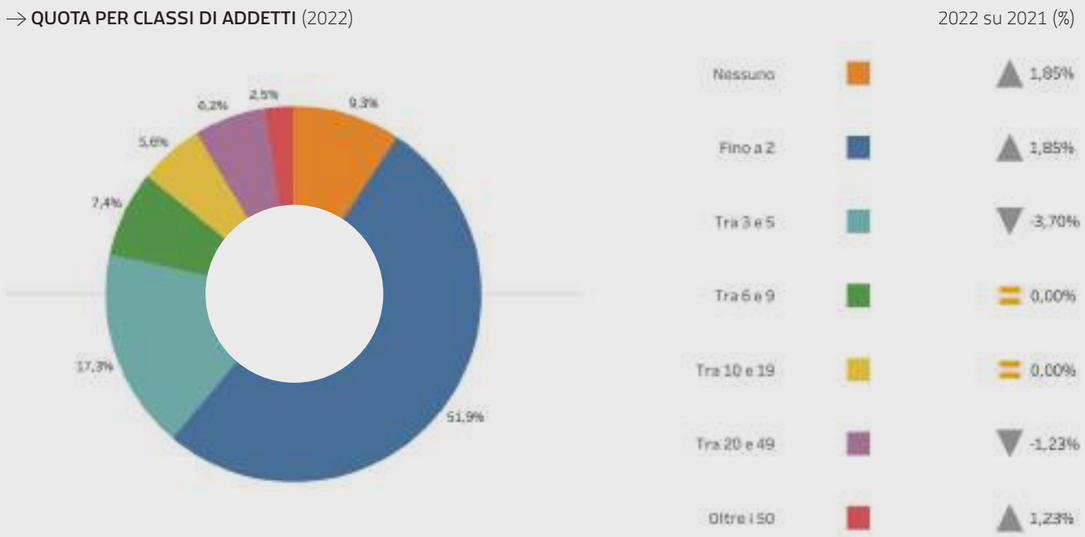
→ **CLASSI DI RESPONSABILITÀ GIURIDICA**



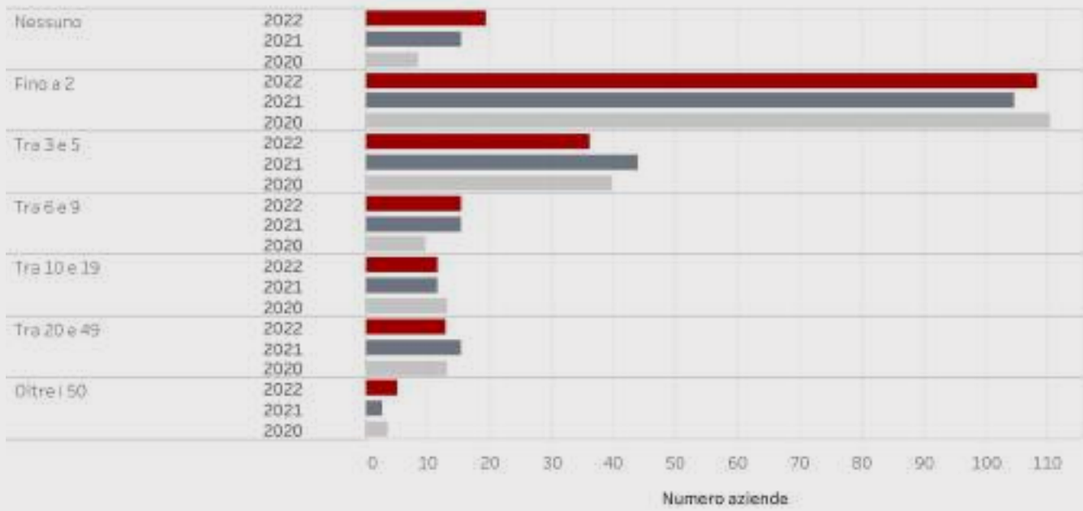
Società di persone (Società Agricola / Semplice, SNC, SAS) – **Società di capitali** (SRL, SPA) – **Società cooperative** (SAC)

1.04 ADDETTI IN CANTINA

→ **QUOTA PER CLASSI DI ADDETTI** (2022)



→ **CLASSI DI ADDETTI** (2020 - 2022)



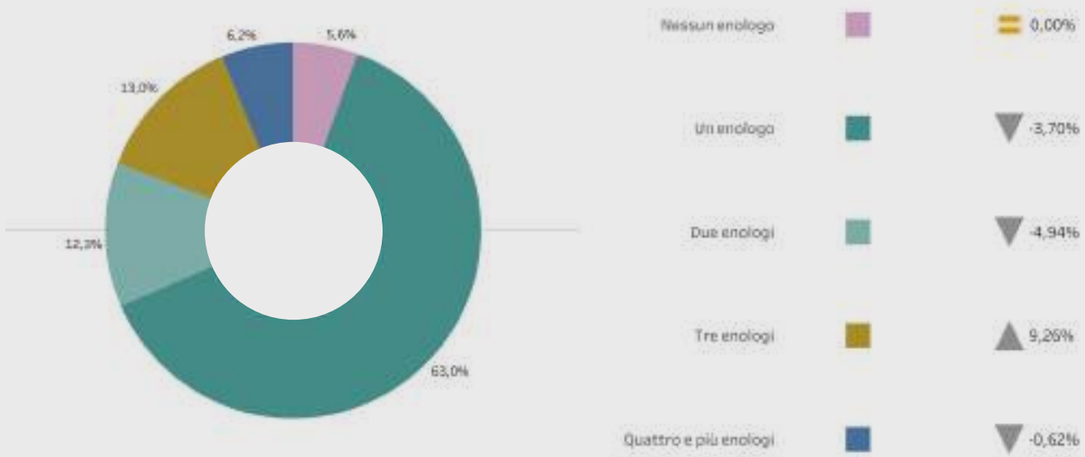
→ **Media addetti aziendale per dimensione**

Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):

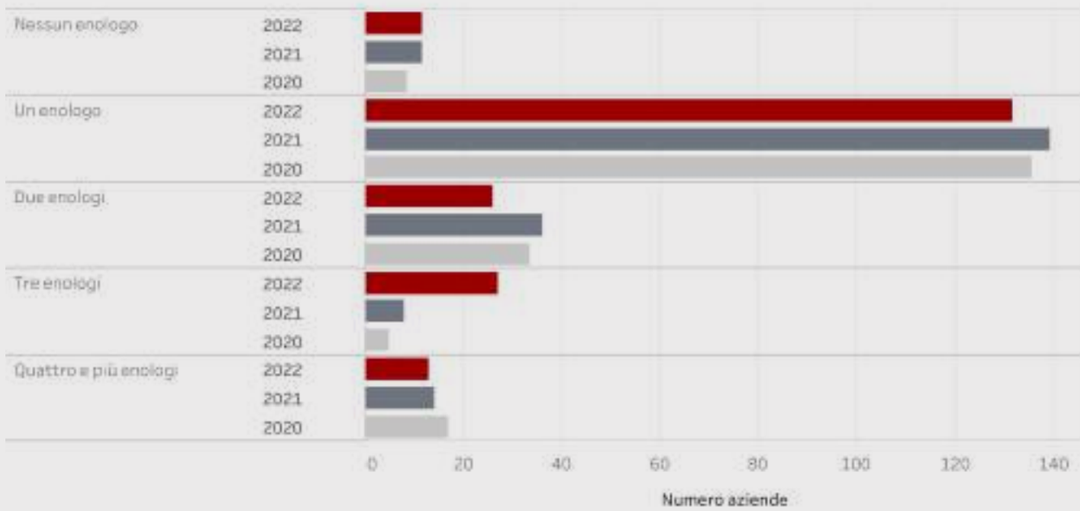
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

1.05 ENOLOGI

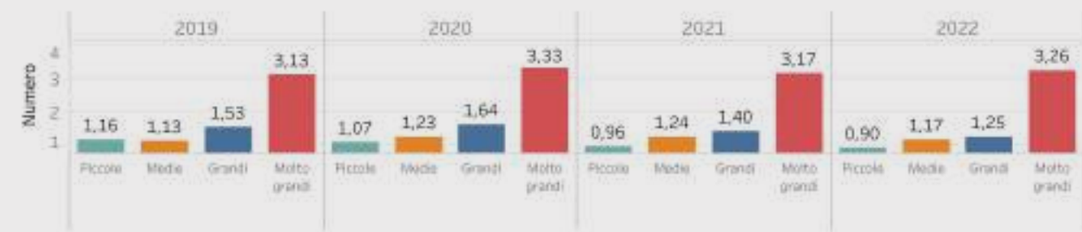
→ **QUOTA PER CLASSI DI ADDETTI** (2022)



→ **CLASSI DI ADDETTI** (2020 - 2022)



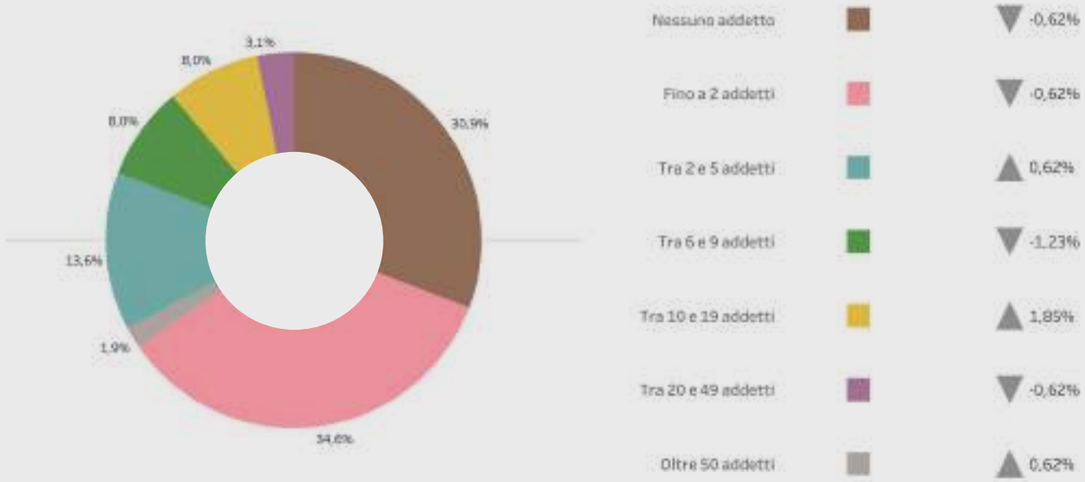
→ **Media addetti aziendale per dimensione**



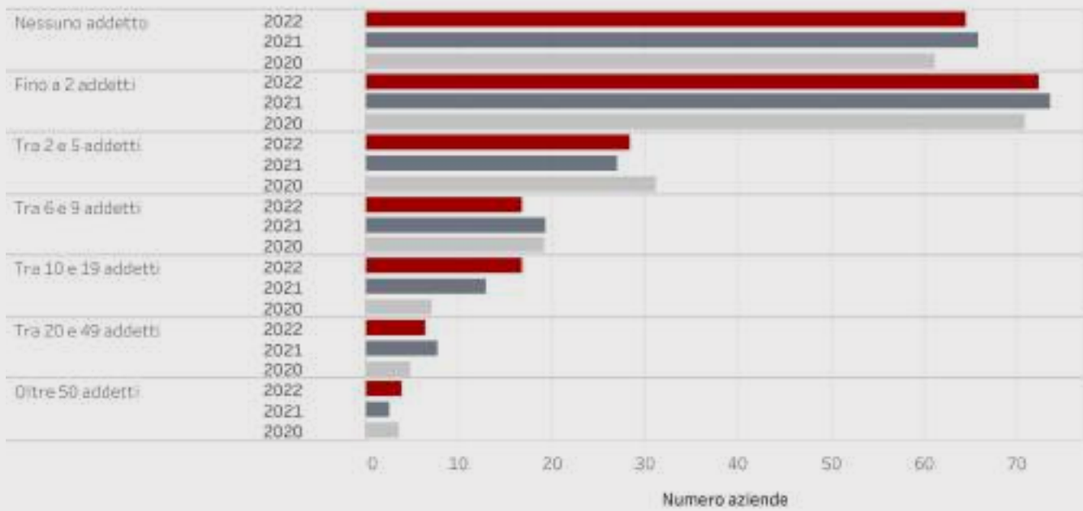
Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

1.06 AMMINISTRAZIONE E COMMERCIALE

→ **QUOTA PER CLASSI DI ADDETTI** (2022)



→ **CLASSI DI ADDETTI** (2020 - 2022)



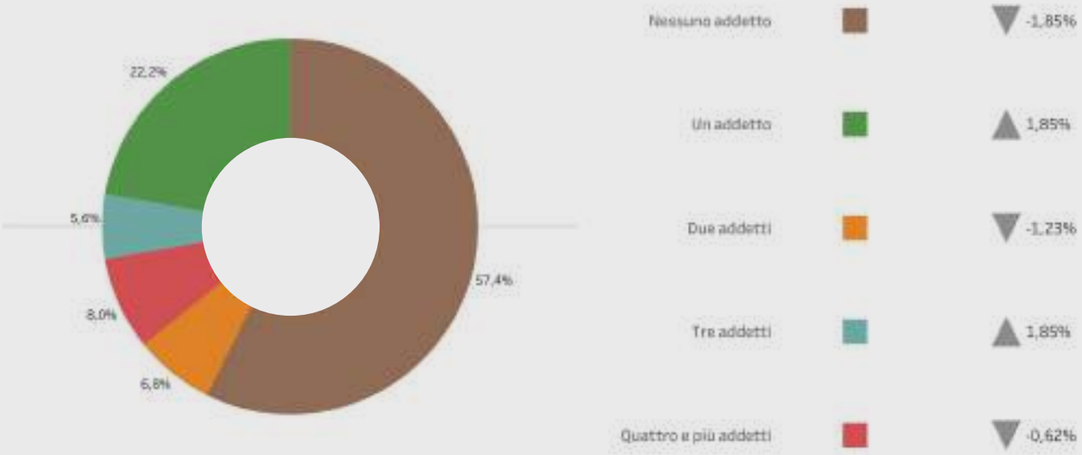
→ **Media addetti aziendale per dimensione**

Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

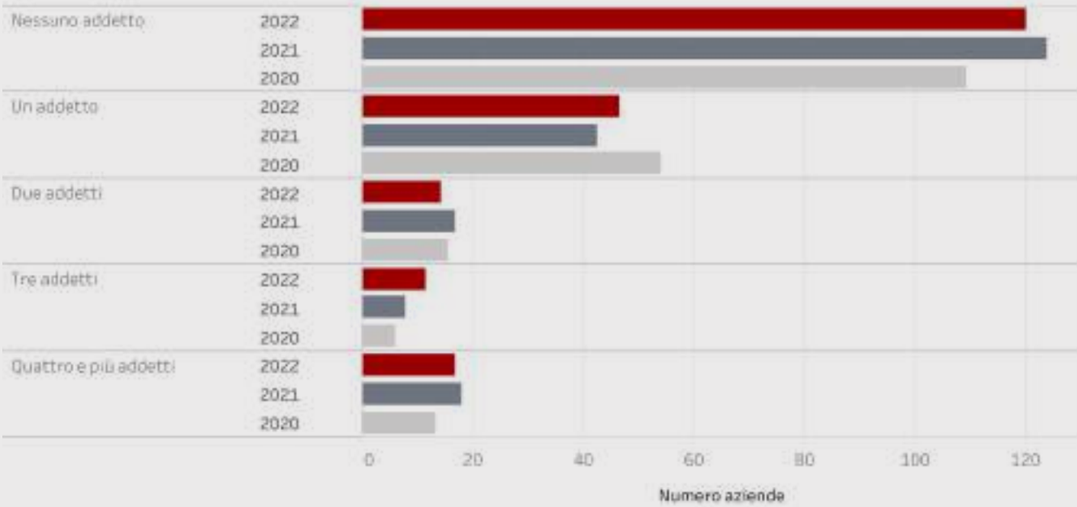
1.07 ADDETTI UFFICIO EXPORT

→ **QUOTA PER CLASSI DI ADDETTI** (2022)

2022 su 2021 (%)



→ **CLASSI DI ADDETTI** (2020 - 2022)



→ **Media addetti aziendale per dimensione**

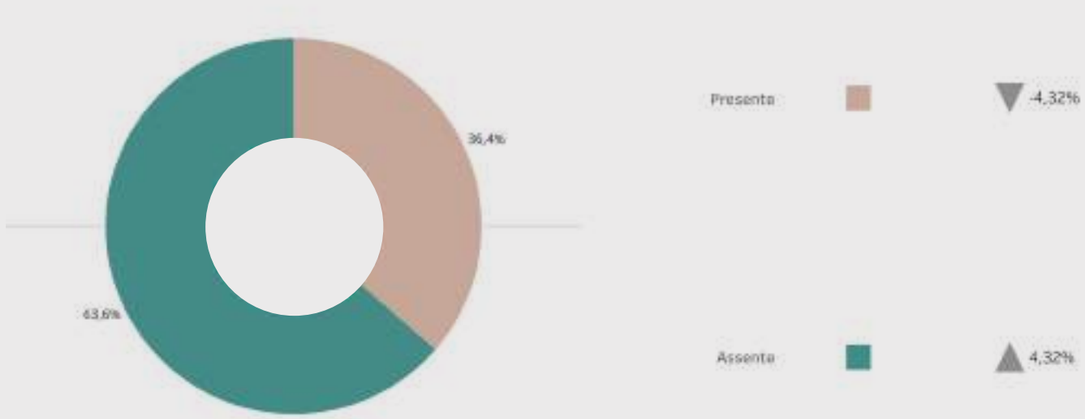
Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):

aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

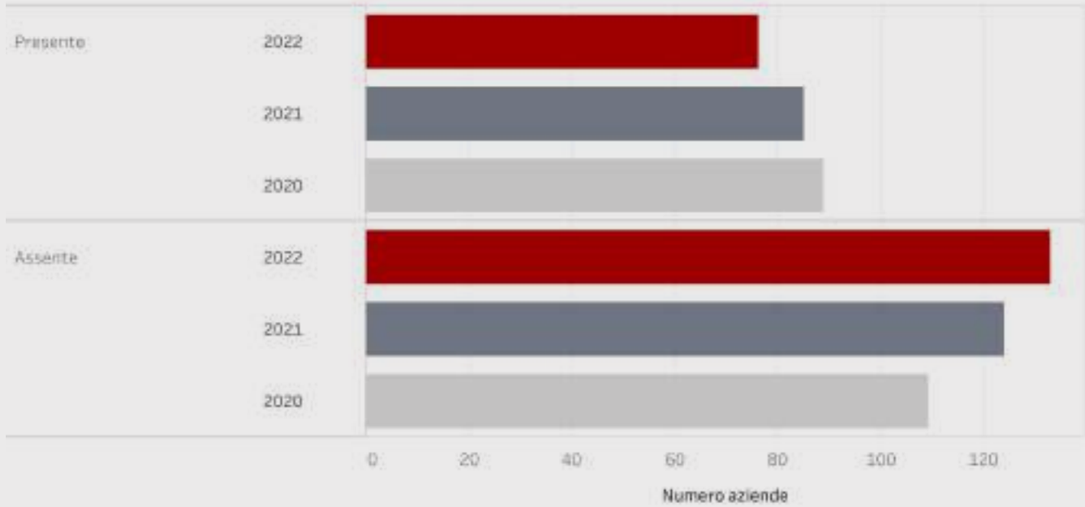
1.08 RESPONSABILE EXPORT

→ **QUOTA PER CLASSI DI ADDETTI** (2022)

2022 su 2021 (%)



→ **CLASSI DI ADDETTI** (2020 - 2022)



→ **Media addetti aziendale per dimensione**

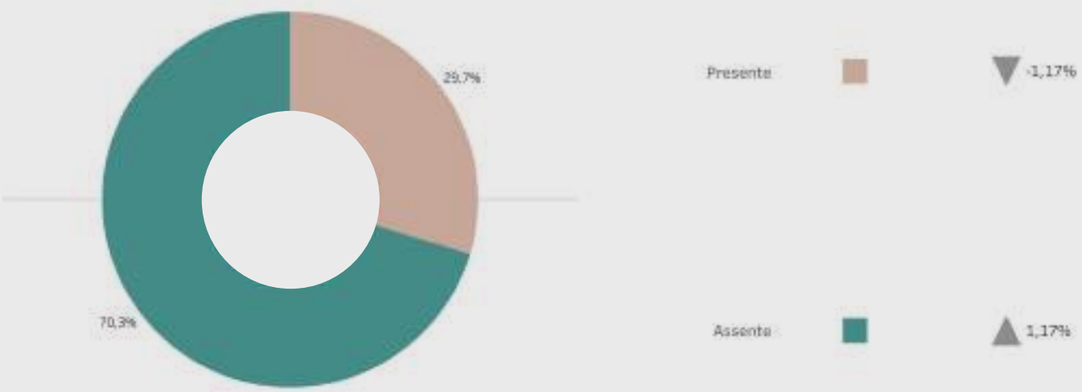
Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):

aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

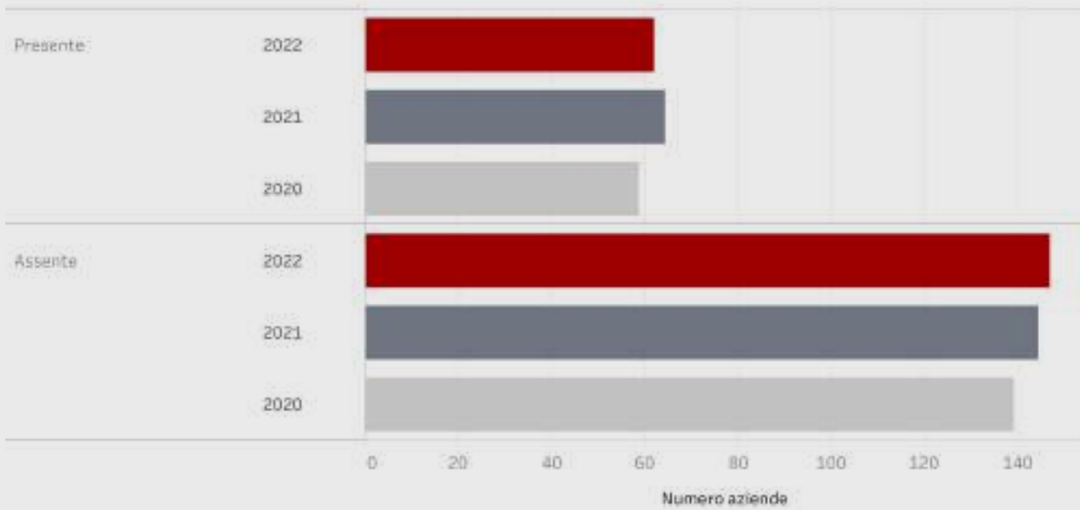
1.09 DIRETTORE COMMERCIALE

→ **QUOTA PER CLASSI DI ADDETTI** (2022)

2022 su 2021 (%)



→ **CLASSI DI ADDETTI** (2020 - 2022)



→ **Media addetti aziendale per dimensione**

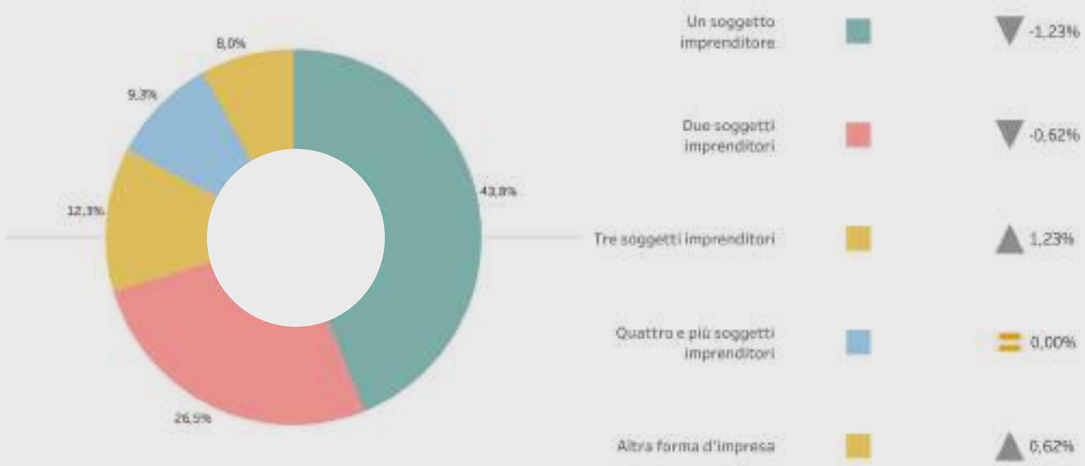
Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):

aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

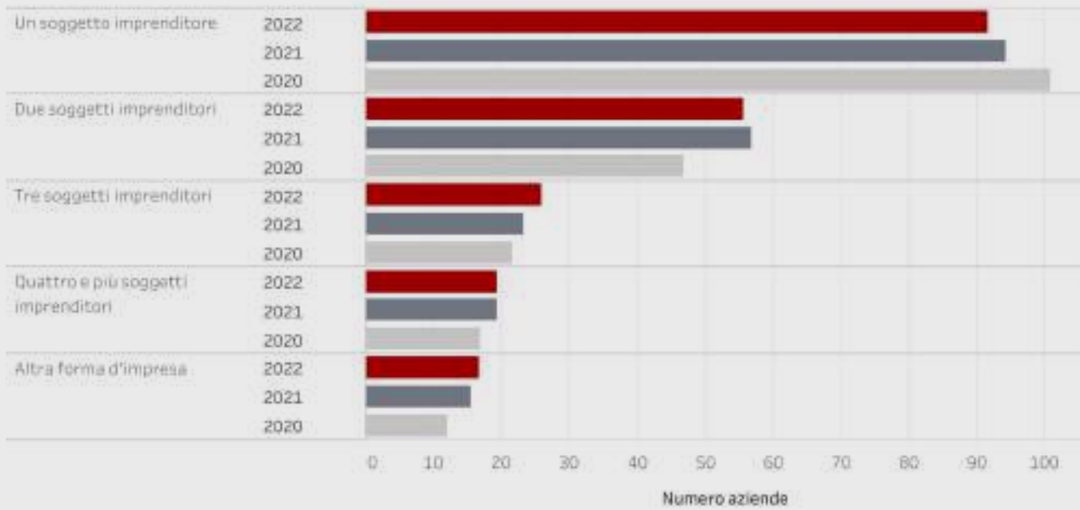
1.10 IMPRENDITORI

→ **QUOTA PER CLASSI DI ADDETTI** (2022)

2022 su 2021 (%)



→ **CLASSI DI ADDETTI** (2020 - 2022)



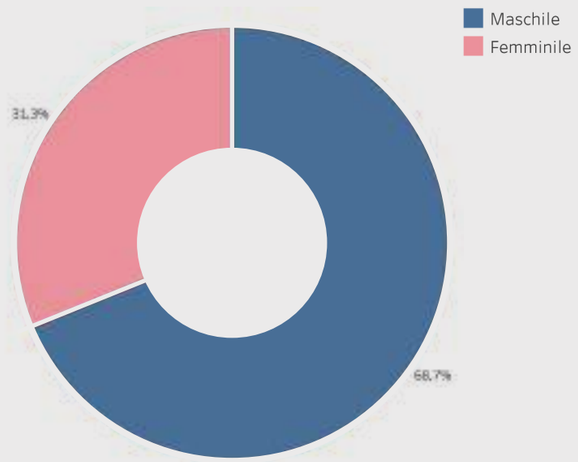
→ **Media addetti aziendale per dimensione**

Classi per dimensione
(in numero di bottiglie vendute):

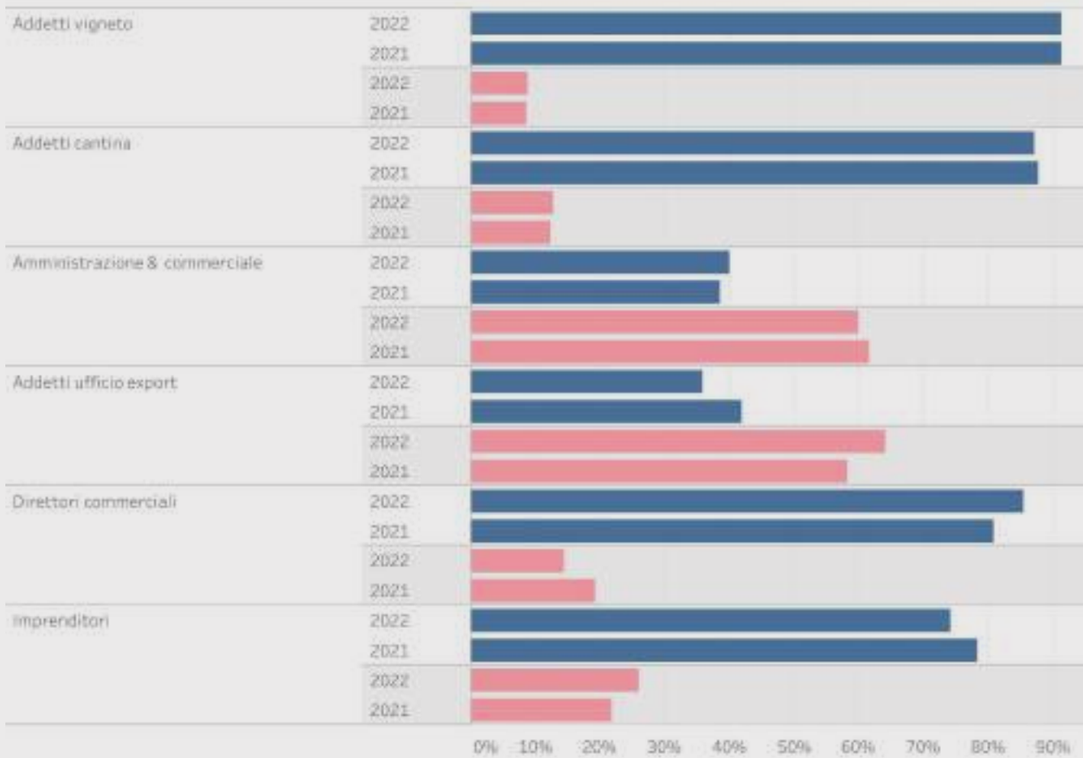
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

1.**11** L'OCCUPAZIONE PER MANSIONE E GENERE

→ **QUOTA DI ADDETTI PER GENERE** (2022)



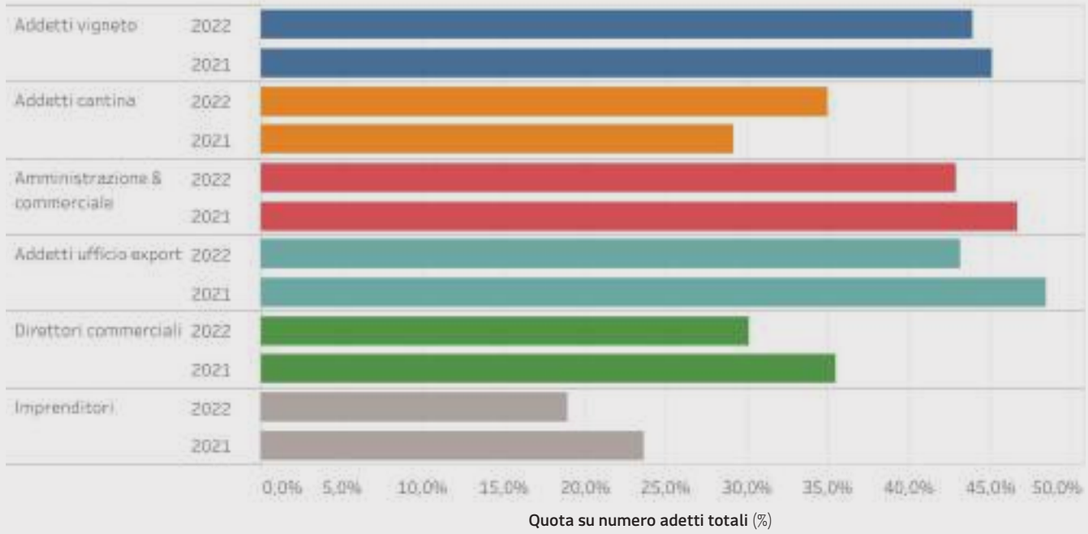
→ **ADDETTI PER MANSIONE E GENERE** (%) 2021 - 2022



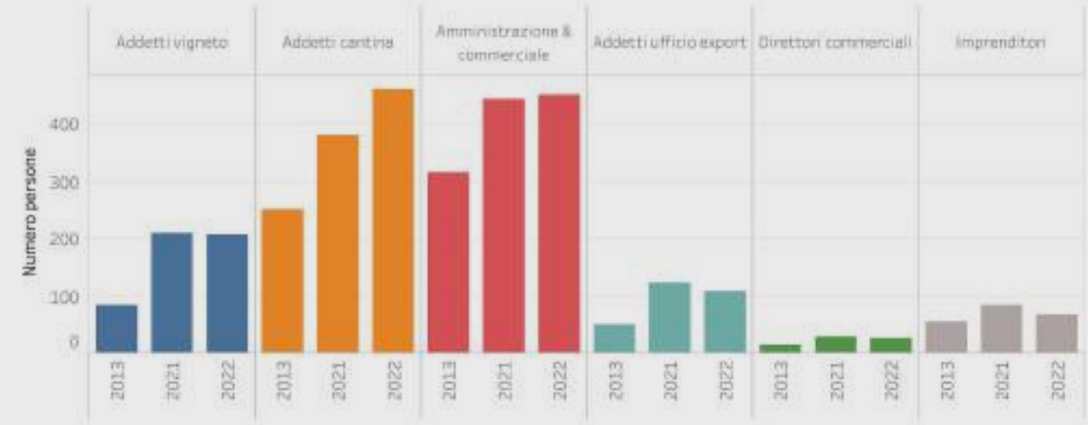
Totale addetti: attivi full-time

1.**12** PRESENZA DEI GIOVANI

→ **QUOTA PER MANSIONE** - BREVE TERMINE (%) 2021 - 2022



→ **NUMERO ADDETTI PER MANSIONE** - LUNGO TERMINE, 2013 - 2022



→ **QUOTA PER DIMENSIONE PRODUTTIVA** (%), 2022

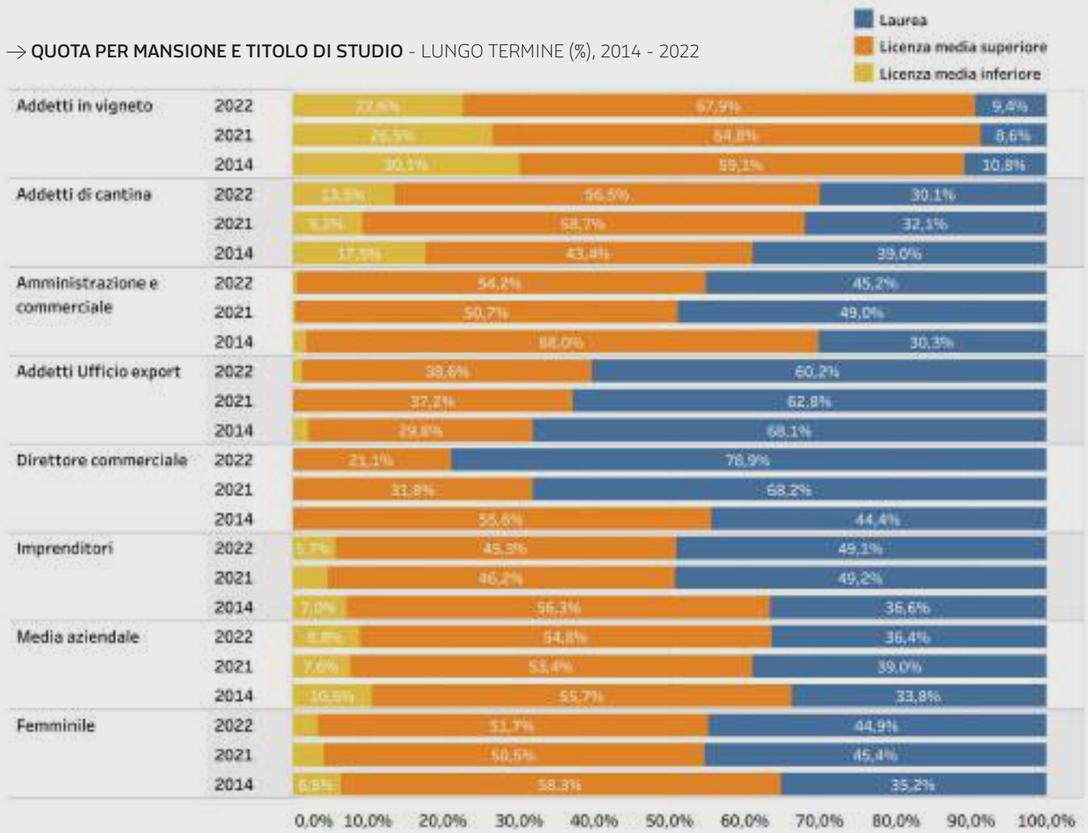
Grandi	9,6%	-5,2%
Medie	13,1%	2,6%
Piccole	20,4%	2,7%
Molto grandi	56,9%	-0,1%

Classi per dimensione (in numero di bottiglie vendute):
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie/aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

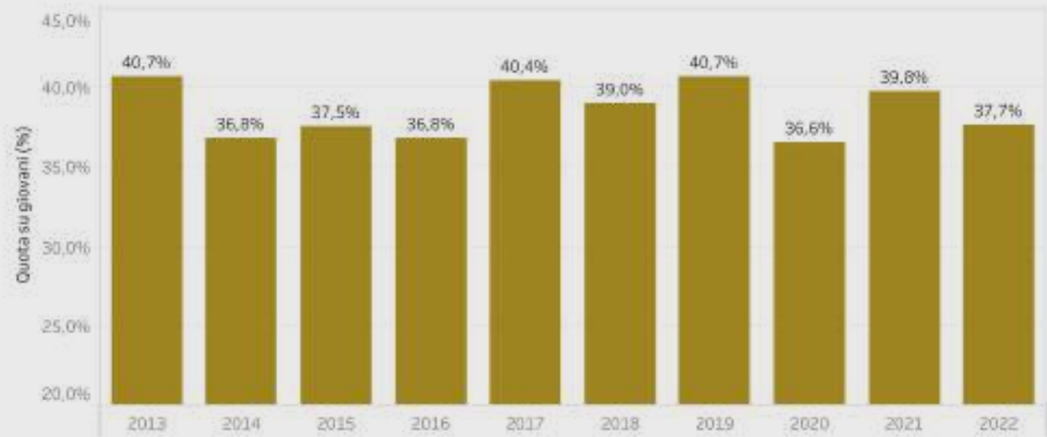
Giovani: con età inferiore a 40 anni attivi nelle case spumantistiche della DOCG

1.**13** PRESENZA DEI GIOVANI

→ **QUOTA PER MANSIONE E TITOLO DI STUDIO** - LUNGO TERMINE (%), 2014 - 2022



→ **L'OCCUPAZIONE FEMMINILE GIOVANILE** (%) 2013 - 2022



Giovani: con età inferiore a 40 anni attivi nelle case spumantistiche della DOCG
Occupazione giovanile femminile: calcolate sul totale dei giovani attivi in azienda

2. LE PRODUZIONI

a cura di **Vasco Boatto, Luigino Barisan, Eugenio Pomarici**

La produzione nel suo complesso

(Appendice 2.01)

Dopo un anno come il 2021, caratterizzato da un incremento notevole degli imbottigliamenti della Denominazione, il 2022 viene segnato da un lieve calo della produzione complessiva di vino, raggiungendo circa 103,5 milioni di bottiglie tra spumante, frizzante e tranquillo, per un valore di 634,1 milioni di euro. Rispetto al 2021 quindi il volume della produzione della Denominazione è diminuito dell' 1,1%, ma nonostante ciò si è registrato comunque un aumento del valore del 2%. Sebbene la diminuzione dell'ultimo anno resta comunque confermato il trend crescente di lungo periodo (2003-2022), che vede un incremento complessivo pari al 162%.

Con particolare riferimento agli ultimi nove anni (2013-2022), si rileva una crescita in valore (+75%) delle vendite della Denominazione maggiore di quella in volume (+43%), fenomeno che ha determinato un costante rafforzamento del posizionamento di prezzo.

Ciò è dovuto ad un'offerta del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore e del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Rive DOCG (Spumante DOCG nel testo) che si è mantenuta sopra i 100 milioni di bottiglie, per un valore pari 606,9 milioni di euro, cui corrisponde un prezzo medio all'origine pari a 6,06 euro a bottiglia. All'offerta di spumante della Denominazione contribuisce in modo significativo lo Spumante DOCG, che nel 2022 fa registrare, rispetto all'anno precedente, una crescita a valore del 3,1% e una diminuzione in volume dello 0,7% - Fig. 1).

La dimensione dell'offerta dello Spumante DOCG fa della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG una delle punte di diamante del segmento spumantistico italiano, qualificandosi prima nell'ambito delle produzioni a denominazione di origine controllata e garantita.

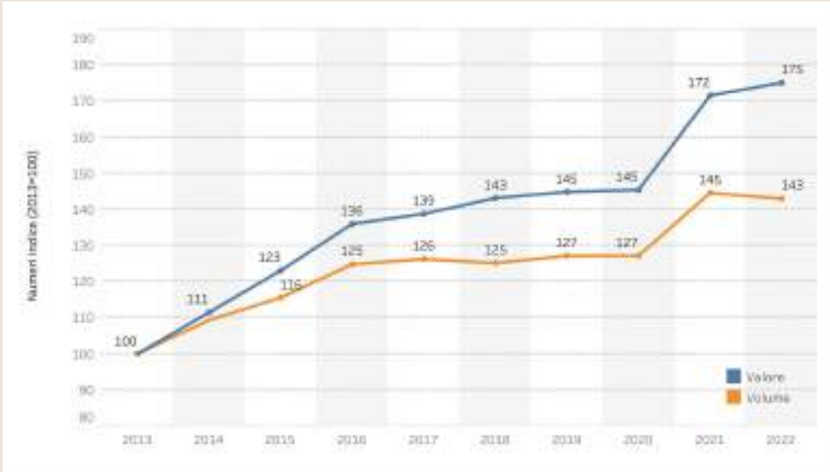


Fig. 1 – **Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: la dinamica a valore e volume sul mercato mondiale**
(numeri indice 2013=100)
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

Nell'arco temporale 2003-2022 le vendite a volume dello Spumante DOCG sono cresciute mediamente con un tasso del 5,2%, superiore rispetto al tasso di crescita medio del comparto degli spumanti a livello internazionale, pari circa al 3,5%. Tra le diverse categorie dello Spumante DOCG, in termini di residuo zuccherino, prevale, anche per l'anno corrente, la versione Extra Dry con il 63,8% delle vendite, nonostante abbia registrato una diminuzione rispetto al 2021 (-5%). Tale riduzione si riflette in maniera positiva sulla versione Brut, che invece aumenta rispetto al 2021 raggiungendo una quota del 30,9%; resta invece invariata la categoria Demi-sec che continua a mantenere valori più contenuti.

(Appendice 2.01)

Anche nel 2022, così come negli altri anni considerati a partire dal 2008, si evidenzia un livello elevato di certificazioni e quindi di vendite per tutto l'anno, anche se si rileva una intensificazione nei mesi di Gennaio, Marzo, Luglio e Novembre. Negli altri mesi le vendite mostrano una distribuzione sostanzialmente omogenea.

Le certificazioni di idoneità DOCG

(Appendice 2.02)

Riguardo la concentrazione dell'offerta, nel corso del 2022 è ricominciata ad aumentare la quota di produzione detenuta dalle imprese di maggiori dimensioni, invertendo il trend decrescente che aveva caratterizzato gli ultimi anni. Le prime 20 imprese spumantistiche, che rappresentano il 9,6% del totale, controllano infatti quasi i due terzi della produzione, con una quota che è aumentata rispetto all'anno precedente, seppur in maniera contenuta (Tab. 1).

Rispetto al 2008 è variato in misura molto modesta il peso delle aziende più grandi, con riduzioni che hanno interessato soprattutto la quota detenuta dalle prime 20 aziende. Il 2021 invece è stato caratterizzato per una riduzione della produzione delle prime 10 aziende: l'indice di concentrazione delle prime 4 aziende è passato infatti dal 27,6% al 27,1%, delle prime 8 dal 42,3% al 41,8% e delle prime 10 dal 47,1% al 46,5%, mentre quello delle prime 20 è aumentato passando da 61,7% a 62,4%.

La concentrazione dell'offerta

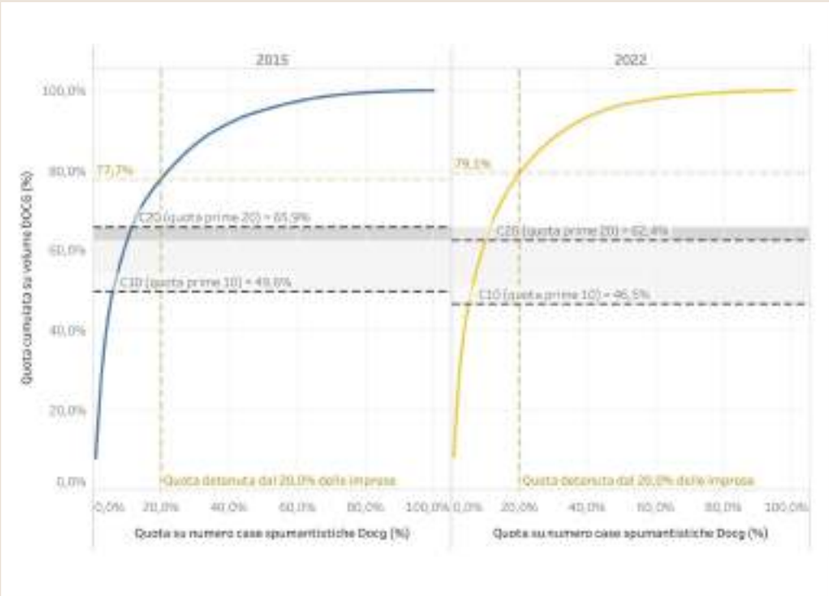


Fig. 2 – **Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: curva di concentrazione dell'offerta, 2015-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

Indici*	HHI	C_4	C_8	C_{10}	C_{20}
2008	316	26,9	42,0	47,3	66,8
2021	308	27,6	42,3	47,1	61,7
2022	303	27,1	41,8	46,5	62,4

Tab. 1 – **Imprese spumantistiche Docg: indici di concentrazione, 2008-2022**
Fonte: elaborazioni C.I.R.V.E. su dati Valoritalia, 2023
(*) HHI=indice di Herfindahl-Hirschman - C_4: prime 4 imprese - C_8: prime 8 imprese - C_{10}: prime 10 imprese - C_{20}: prime 20 imprese

In un contesto di mercato globale, che ha visto nel 2022 un rallentamento degli scambi internazionali, la quota dell'offerta a volume del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG che è stata assorbita dal mercato internazionale è invece continuata a crescere, mentre è diminuita quella del mercato domestico, in discontinuità con quanto avvenuto nel 2021. Il volume destinato al mercato domestico è risultato in diminuzione del 4% rispetto all'anno precedente, rappresentando il 58,4% delle vendite dell'ultimo anno. Il mercato internazionale, che nel 2022 ha assorbito volumi di Spumante DOCG in crescita per il 3,3% rispetto al 2021, riveste una importanza sempre maggiore e, considerando l'arco temporale 2003-2022, ha registrato un aumento complessivo delle vendite di molto superiore rispetto a quello riscontrato sul mercato nazionale (Fig. 3).

La destinazione della produzione

La crescita in volume delle vendite della Denominazione, relativamente al contributo dell'export e del mercato nazionale, si caratterizza per quattro fasi temporali. Nella prima fase (2003-2008), si nota una maggiore crescita del mercato italiano (+49%) rispetto all'export (+41%). Nella seconda fase (2008-2012), si verifica il fenomeno inverso, in quanto la crescita privilegia gli sbocchi delle esportazioni (+73%) rispetto al mercato nazionale. Nella terza fase (2012-2015), la crescita torna ad essere maggiore sul mercato italiano (+29%) contro il +12% del mercato internazionale. Nella quarta fase (2016-2021), si osserva un modello di crescita complesso, caratterizzato dalla ricerca delle migliori collocazioni per i prodotti della Denominazione, che vede importanti riallocazioni tra destinazioni nazionali ed estere. Nel 2022 il mercato nazionale torna a diminuire leggermente, facendo aumentare in parallelo l'export (Fig. 3).

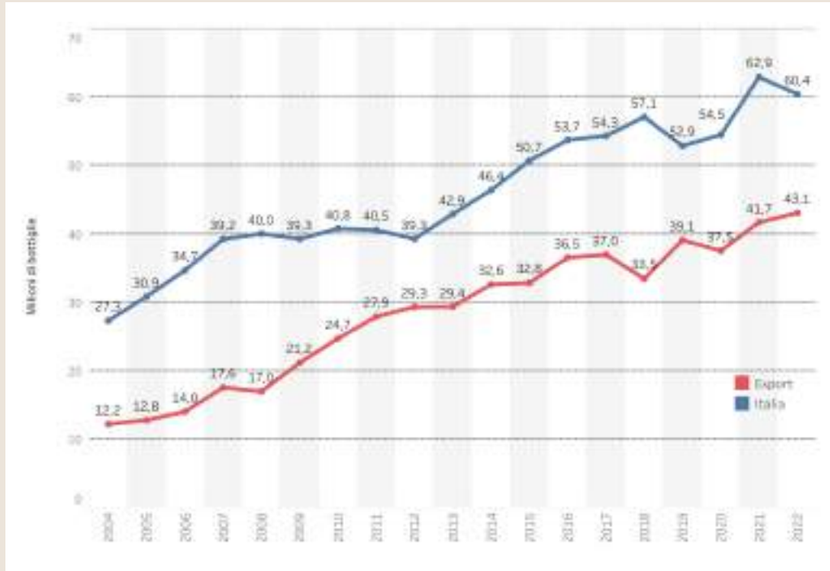


Fig. 3 – **Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: vendite in bottiglia tra Italia ed estero*, 2004-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023
(*) Escluso Tranquillo DOCG

L'andamento positivo del mercato che ha caratterizzato il 2022 ha avuto un riflesso positivo anche sui prezzi nei mercati all'origine.

I prezzi nei mercati all'origine

I prezzi del vino base, che la Denominazione era riuscita a proteggere dagli eccessivi ribassi del 2020, sono cresciuti in maniera costante nel corso del 2022, arrivando nel dicembre dello stesso anno a circa 3,07 euro (+15,8% rispetto al dicembre del 2021). Questo trend crescente non sta invece caratterizzando il 2023: il prezzo del vino base è iniziato a diminuire da aprile, raggiungendo nel luglio di quest'anno i 2,90 euro a litro, valore comunque più alto che agli inizi del 2022 (Fig. 4).

La dinamica crescente dei prezzi del vino base e la riduzione delle giacenze hanno consentito alla Denominazione di affrontare la vendemmia 2022 senza nessuna limitazione di rese o obblighi di stoccaggio. Il mercato ha poi assorbito senza difficoltà la nuova produzione di uva con prezzi superiori a quelli delle vendemmie dei due anni precedenti.

Nel 2023 il prezzo medio delle uve atte a Conegliano Valdobbiadene si attesta pari a 1,65 euro al kg (-10,8% rispetto al 2022) che raggiunge poi in media 1,90 euro per le uve coltivate in regime biologico (-2,6% sul 2022). Le uve atte a Rive DOCG raggiungono un valore medio di 1,75 euro/kg (-13,8% sul 2022), così come le uve utilizzate per la produzione di Superiore di Cartizze DOCG aumentano anche nel 2023, fino a raggiungere i 4,25 euro in media (-19% sul 2022).

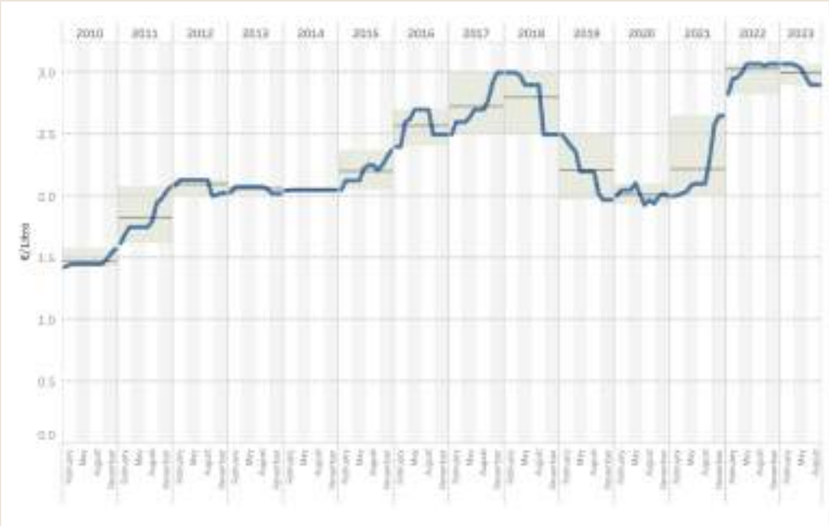


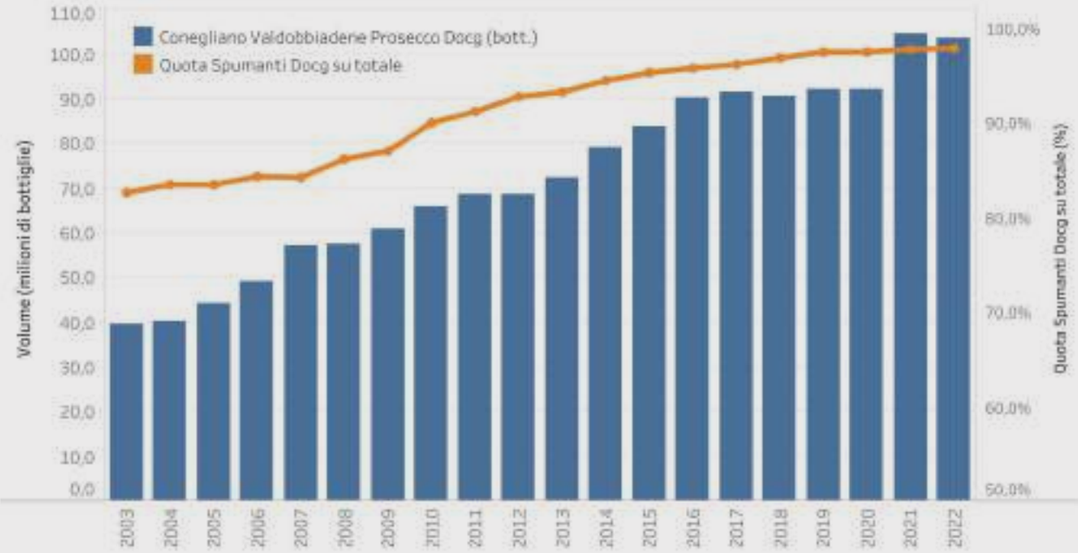
Fig. 4 – Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: trend dei prezzi nel mercato del vino sfuso IVA esclusa, franco cantina, 2010-2023 (aggiornamento settembre 2023*)
Fonte: C.I.R.V.E. (Conegliano), 2023 - su dati Borsa Merci della Camera di Commercio di Treviso, 2010-2023

	2021			2022			2023		
	min	max	medio	min	max	medio	min	max	medio
Conegliano Valdobbiadene Prosecco	1,40	1,55	1,48	1,80	1,90	1,85	1,60	1,70	1,65
Superiore di Cartizze	4,10	4,40	4,25	5,00	5,50	5,25	4,00	4,50	4,25
Rive	1,50	1,65	1,58	1,95	2,10	2,03	1,70	1,80	1,75
Conegliano Valdobbiadene Prosecco Biologico	1,60	1,70	1,65	1,90	2,00	1,95	1,85	1,95	1,90

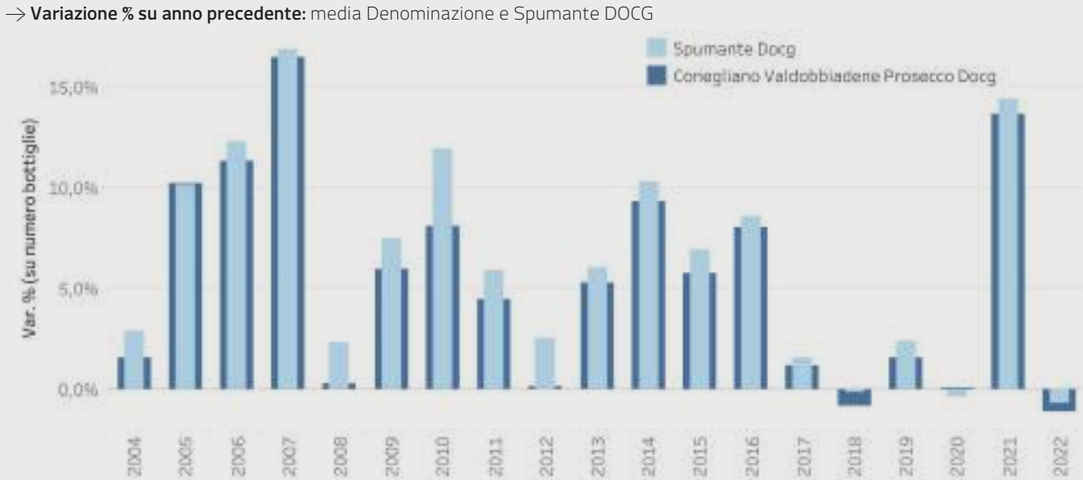
Tab. 2 – Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: trend dei prezzi nel mercato dell'uva IVA esclusa, franco cantina, 2021-2023
Fonte: C.I.R.V.E. (Conegliano), 2023 - su dati Borsa Merci della Camera di Commercio di Treviso, 2023

2.01 LA PRODUZIONE NEL SUO COMPLESSO

→ **EVOLUZIONE DELLA PRODUZIONE IN BOTTIGLIA** – 2003 - 2022



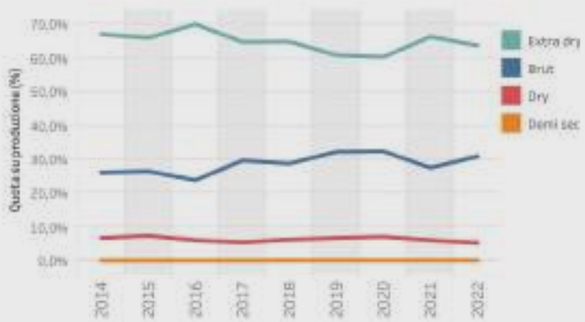
→ **Variazione % su anno precedente:** media Denominazione e Spumante DOCG



→ **Quota dell'offerta per tipologia** (%)

	2003	2020	2021	2022
Superiore	80,0	93,1	93,2	93,3
Superiore di Cartizze	2,6	1,5	1,6	1,2
Rive	0,0	2,6	3,0	3,4
Frizzante	15,8	2,8	2,1	2,1
Tranquillo	1,5	0,1	0,1	0,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

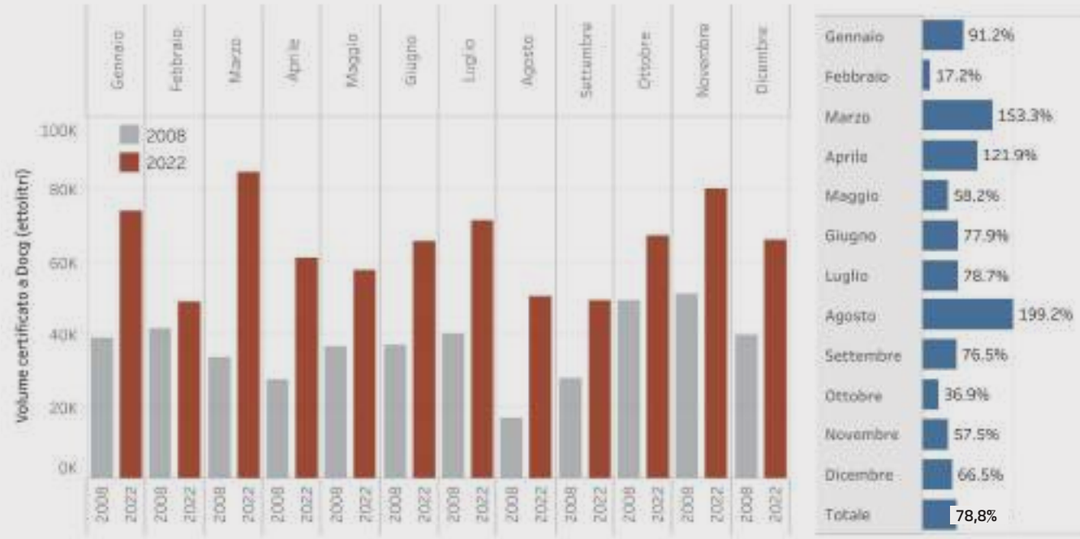
→ **Quota dell'offerta per residuo zuccherino** - Spumanti (%)



Fonte: CIRVE (Conegliano) su dati Valoritalia 2023

2.02 CERTIFICAZIONI DI IDONEITÀ

→ **ANDAMENTO CERTIFICAZIONI A VOLUME NEL BREVE TERMINE** – 2008 - 2022



→ **ANDAMENTO CERTIFICAZIONI A VOLUME NEL BREVE TERMINE** – 2021 - 2023

Settembre – **Dicembre** (2021-2022) **Gennaio** – **Agosto** (2022-2023)

Fonte: CIRVE (Conegliano) su dati Valoritalia 2023

3. IL MERCATO NAZIONALE

a cura di **Vasco Boatto, Luigino Barisan, Eugenio Pomarici**

Il quadro generale

Il 2022 appare come una stagione nella quale la performance della Denominazione, e dello Spumante DOCG in particolare, nel mercato nazionale è rimasta su un livello molto elevato, anche se le vendite in volume rispetto al 2021 hanno fatto registrare un lieve arretramento, che ha interessato alcune aree geografiche e canali distributivi.

Nel 2022 il mercato domestico ha assorbito 57,4 milioni di bottiglie, in diminuzione per il 3,4% sul 2021, per un valore pari a 365,5 milioni di euro, lievemente in crescita (0,5% sul 2021) e un prezzo medio di vendita di 6,36 euro a bottiglia, superiore di circa 24 centesimi rispetto al 2021 (Tab.1).

Anno	Valore (€)	Quota a Valore (%)	Volume (bottiglie)	Quota a Volume (%)
2012	174.971.179	57,0%	34.399.583	54,8%
2013	194.937.956	59,6%	38.020.046	57,1%
2014	222.631.776	60,3%	41.447.642	56,5%
2015	256.779.685	62,0%	46.376.817	59,1%
2016	279.204.372	60,7%	49.359.604	58,0%
2017	280.113.388	59,3%	50.141.193	58,0%
2018	313.694.356	64,3%	53.390.256	61,8%
2019	295.710.640	59,4%	49.775.574	56,3%
2020	291.689.223	58,5%	51.022.014	57,9%
2021	363.785.107	61,8%	59.445.377	59,0%
2022	365.499.415	60,2%	57.425.560	57,4%

Tab. 1 – **Spumante DOCG: evoluzione delle vendite in Italia a valore e volume, 2012-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023

Il calo in volume registrato nel 2022 non altera un trend di lungo periodo, caratterizzato da una crescita importante; infatti, se si prende in considerazione l'arco temporale dal 2012 al 2022, si osserva un incremento del volume del 67% e un aumento del valore del 109% (Fig.1).

Fig. 1 – **Spumante DOCG: la dinamica a valore e volume sul mercato italiano** (numeri indice 2012=100)
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

Nel 2022, il numero delle Case Spumantistiche attive sul mercato nazionale è rimasto invariato, risultando pari a 207 unità (Tab. 2). Ciò è dovuto alla crescita del numero delle aziende medie e molto grandi, mentre è diminuito il numero di quelle di piccole dimensioni (-3,4%) e di grandi dimensioni (-21,1%). Per l'anno corrente, inoltre, sono in calo le quote di mercato dei primi 4 e dei primi 8 operatori, che sono passate rispettivamente dal 29% al 28% e dal 41% al 39% (Tab. 3), registrando quindi una riduzione della concentrazione dell'offerta sul mercato nazionale

Anno	Piccole (numero)	Medie (numero)	Grandi (numero)	Molto grandi (numero)	TOTALE
2008	91	33	14	26	164
2013	91	33	14	26	164
2014	90	42	16	30	178
2015	96	38	13	29	176
2016	90	39	20	30	179
2017	98	35	17	33	183
2018	95	35	18	33	181
2019	103	35	17	35	190
2020	114	37	13	32	196
2021	119	32	19	37	207
2022	115	37	15	40	207

Tab. 2 – Spumante DOCG: distribuzione imprese spumantistiche DOCG per classi dimensionali* - Italia 2008-2022
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

(*) **Classi per dimensione (in numero di bottiglie vendute):**
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie (150.001-500.000)
aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

Anno	Imprese (numero)	HHI	C_4	C_8
2008	164	245	25	37
2013	164	328	30	43
2014	178	282	28	40
2015	176	265	27	38
2016	179	275	27	39
2017	185	253	27	39
2018	181	268	28	39
2019	190	269	27	39
2020	196	299	29	41
2021	207	294	29	41
2022	207	298	28	39

Tab. 3 – Numero imprese spumantistiche DOCG e indici di concentrazione in Italia, 2008-2022
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

HHI: indice di Herfindahl-Hirschman - **C_4** prime 4 imprese - **C_8** prime 8 imprese

Il mercato nazionale per aree Nielsen

(Appendice 3.01/02/03/04)

Alla riduzione complessiva delle vendite di Spumante DOCG in Italia le macro-aree del territorio nazionale hanno contribuito in modo molto diverso, anche se il peso di queste non è cambiato in modo significativo. Risulta confermata la leadership dell'area Nord-Est, che mantiene una quota del 37,3%, seguita dal Nord Ovest che detiene invece una quota del 30,7%. Seguono le regioni del Cento Italia e del Sud e Isole, con quote apprezzabilmente inferiori, rispettivamente pari al 22,1% e al 9,9% (Fig. 2).

→ NORD EST

Per l'anno 2022, l'area Nord Orientale si caratterizza per una contrazione delle vendite a volume rispetto al 2021 pari al 10,5%, con un volume di 21,4 milioni di bottiglie. Con riferimento all'arco temporale di lungo periodo (2003-2022), le vendite in volume sono però aumentate di circa il 170%, determinando un incremento di 1,2 punti percentuali della quota sul totale delle vendite in Italia.

→ NORD OVEST

Nel 2022 l'area del Nord Ovest ha registrato un calo delle vendite a volume del 2,5% rispetto all'anno precedente; pertanto, il numero di bottiglie destinate a quest'area è sceso a 17,6 milioni di unità, quasi mezzo milione in meno rispetto all'anno precedente. Nel lungo periodo 2003-2022 le vendite in volume hanno registrato una crescita del 113,6%, che tuttavia ha determinato una riduzione della quota sul totale Italia pari a 6,8 punti percentuali.

→ CENTRO

Le regioni centrali d'Italia, nell'anno 2022 hanno registrato una crescita importante delle vendite dello Spumante DOCG in volume (+17,9%) rispetto al 2021, raggiungendo quasi 12,7 milioni di bottiglie. Prendendo in considerazione l'arco temporale di lungo periodo (2003-2022) si registra un incremento delle vendite del 251,9%, che determina un ampliamento della quota delle vendite sul totale Italia di 5,7 punti percentuali.

→ SUD E ISOLE

Le regioni del Sud e delle Isole per l'anno 2022 hanno registrato una flessione delle vendite in volume per lo Spumante DOCG con un calo del 14,6% rispetto al 2021, per un totale di circa 5,7 milioni di bottiglie. In riferimento al lungo periodo 2003-2022, le vendite di bottiglie sono aumentate del 158,1%, lasciando sostanzialmente invariata la quota sul totale vendite in Italia.

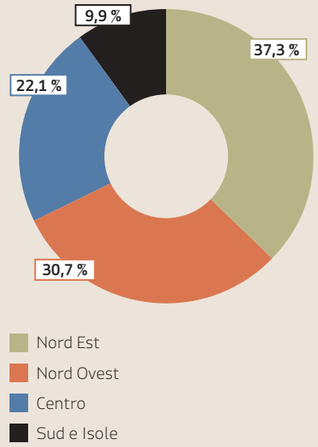


Fig. 2 – Spumante DOCG: quota vendite a volume per aree Nielsen 2022
Fonte: C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023

La distribuzione per canali in Italia

Alla riduzione dei volumi dello spumante Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG destinata nel 2022 al mercato nazionale si è accompagnata la modifica della quota dei diversi canali di vendita rispetto al 2021 (Tab. 4), proseguendo in buona misura il processo di ribilanciamento delle quote dei canali distributivi nel segno del ripristino delle quote precedenti la pandemia.

Con quote leggermente in calo rispetto all'anno precedente, restano molto elevate le vendite alle Centrali di acquisto, ossia le piattaforme che approvvigionano la grande distribuzione organizzata (GDO), i discount e il Cash and Carry, mentre le vendite nel canale e-commerce sono notevolmente diminuite, dimezzando in volume la quota del 2021. Analogo trend delle Centrali d'acquisto si registra anche nel canale dei ristoranti ed enoteche, ossia il canale tradizionale, e nella vendita diretta in azienda, mentre crescono in termini assoluti le quote delle vendite attraverso i grossisti e altri canali.

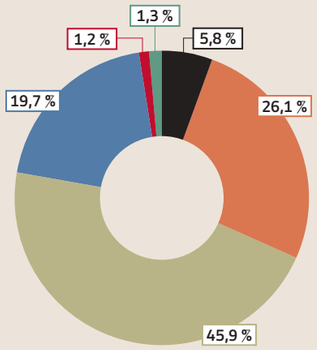
	Volume			Valore			Prezzo medio
	2021	**2022**	**Var % 21/22**	**2021**	**2022**	**Var % 21/22**	**Var % 21/22**
Vendita diretta	5,8%	5,8%	-4,0%	6,9%	6,8%	0,1%	4,3%
Centrali d'acquisto	46,3%	45,9%	-4,1%	40,8%	39,9%	-1,6%	2,5%
Ho.Re.Ca/Enoteche	25,8%	26,1%	-2,2%	30,3%	31,6%	5,0%	7,4%
Grossisti/Distributori	18,7%	19,7%	1,8%	17,2%	18,5%	8,1%	6,3%
E-commerce	2,4%	1,2%	-53,8%	3,8%	1,6%	-56,7%	-6,3%
Altri canali	0,9%	1,3%	28,7%	1,1%	1,5%	32,1%	2,7%

Tab. 4 – Spumante DOCG*: dinamica dell'offerta in Italia per canali, 2021-2022
(*) Il dato comprende lo Spumante DOCG e Rive DOCG.
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

Le Centrali di acquisto si confermano comunque anche nel 2022 il principale canale di fornitura del mercato nazionale, assorbendo quasi la metà dei volumi e circa due quinti del valore della produzione destinata al mercato italiano (Fig. 3 e 4).

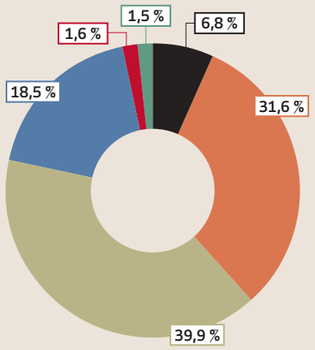
Seguono per importanza il canale dell'HoReCa e delle enoteche e quello dei grossisti e distributori, con il primo che continua a qualificarsi come sbocco privilegiato dei prodotti di maggiore pregio, con una quota in valore maggiore di quella in volume.

La vendita diretta arresta la sua crescita in termini di volume mentre conferma il trend crescente in termini di valore con un aumento del prezzo medio di vendita. L'E-commerce, a differenza degli "altri canali", nell'ultimo anno ha visto un forte calo delle vendite che lo ha portato a perdere di importanza. Al contrario, gli "altri canali" dopo una fase di riduzione delle vendite ha visto una notevole crescita rappresentando una quota di mercato analoga a quella dell'E-commerce.



Vendita diretta in azienda
HoReCa – Enoteche
Centrali d'acquisto
Grossisti – Distributori
E-commerce
Altri Canali

Fig. 3 – Spumante DOCG: quota vendite a volume per canali distributivi 2022
Fonte: C.I.R.V.E. (Conegliano), 2023



Vendita diretta in azienda
HoReCa - Enoteche
Centrali d'acquisto
Grossisti - Distributori
E-commerce
Altri Canali

Fig. 4 – Spumante DOCG: quota vendite a valore per canali distributivi 2022
Fonte: C.I.R.V.E. (Conegliano), 2023

→ Il canale tradizionale: HoReCa – Enoteche

(Appendice 3.0**5**)

Nel corso del 2022 il canale Ho.Re.Ca. ed Enoteche ha visto, rispetto al 2021, un lieve calo delle vendite in volume (-2,2%) e una crescita del 5% in valore. Le vendite verso questo canale si sono attestate intorno ai 15 milioni di bottiglie, con un prezzo medio di 7,71 euro a bottiglia, in aumento rispetto all'anno precedente (+0,53 euro).

Il numero di case spumantistiche fornitrici del canale tradizionale è stato di 182, pari all' 87% del totale. Diminuito, rispetto all'anno precedente, risulta il grado di concentrazione delle vendite, che vede i primi 4 operatori detenere circa il 23% delle vendite totali, e il grado di concentrazione dell'offerta con una diminuzione di 39 punti rispetto al 2021 (HHI_{2022}=248).

All'approvvigionamento del canale, per il 2022 provvedono principalmente le aziende molto grandi con una quota del 69,4% sugli acquisti di Ho.Re.Ca. ed Enoteche (Tab. 5), anche se sotto il profilo numerico prevalgono le imprese piccole.

→ Centrali d'acquisto

(Appendice 3.0**6**)

Nel 2022 diminuiscono, seppure in maniera modesta, le quote della produzione di Spumante DOCG trasferite alla distribuzione finale da questo canale, come effetto di un calo del prodotto assorbito pari al 4,1% del volume e all'1,6% in valore rispetto al 2021. In questo anno il volume trattato si è attestato intorno ai 26,4 milioni di bottiglie per un valore di circa 145,9 milioni di euro, a cui corrisponde un aumento del prezzo medio a bottiglia del 2,5%, che raggiunge quindi i 5,53 euro.

Nel 2022, il numero delle imprese della DOCG attive in questo canale è stato pari a 48 unità, rimaste costanti rispetto all'anno precedente. Rispetto al 2021, il grado di concentrazione dell'offerta (HHI_{2022}=624) è in leggero calo (-6,2%) e le prime quattro imprese detengono il 42,1% circa delle vendite. Considerevole è il peso delle aziende molto grandi, con una quota sul volume trattato dal canale pari al 98,1% (Tab. 5). Marginali invece, sono le quote detenute dalle aziende medie e grandi che rappresentano peraltro una frazione minore delle aziende attive nel canale.

In relazione al lungo periodo (2003-2022) si evidenzia, per il canale delle Centrali di acquisto, un notevole incremento della quota delle vendite nel mercato italiano di Spumante DOCG: dal 27,4% nel 2003 si è arrivati al 45,9% del 2022; la posizione dominante delle Centrali d'acquisto appare pertanto ormai come un fenomeno strutturale.

Nel 2022 la quota del volume trattato dalle Centrali d'acquisto trasferita specificamente alla GDO è del 78,4%, in calo rispetto al 2021, quando risultava pari all'86,5% (nostra elaborazioni su dati Circana)[1].

(**1**) Secondo il metodo di campionamento IRI Infoscan, la GDO (Grande Distribuzione Organizzata) è rappresentata da: ipermercati, supermercati, libero servizio piccolo (tra 100 e 400 metri quadri).

→ Grossisti – Distributori

(Appendice 3.0**7**)

Il canale dei Grossisti e dei Distributori, dopo un 2021 caratterizzato da una significativa ripresa della crescita delle quote delle vendite di Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, ha registrato un ulteriore incremento, spinto da un aumento delle vendite di quasi il 2% in volume e di più dell'8% in valore, annunciando forse un'inversione del trend negativo registrato negli anni passati.

Nel 2022 questo canale ha infatti veicolato più di 11,3 milioni di bottiglie per un valore di circa 67,7 milioni di euro ed un prezzo medio di 5,98 euro a bottiglia. A differenza di quanto avvenuto nel 2021, le quote relative del canale sono in aumento, avvicinandosi ai valori registrati nel 2020 e interrompendo al contempo il trend decrescente iniziato nel 2010. Considerando l'arco temporale di lungo periodo (2005-2022), la quota delle vendite in volume del canale dei Grossisti, che all'inizio del periodo era circa il 19%, sale fino al 26% per tornare al livello iniziale nel 2022. Relativamente alla quota a valore, questa passa dal 22,6% del 2012 al 18,5% del 2022.

Il numero totale di imprese attive nel canale per l'anno 2022 è pari a 129, in calo del 3,7% rispetto al 2021; l'indice di concentrazione (HHI) risulta pari a 446. È invece in aumento la quota delle prime 4 aziende, che passa dal 25,8% del 2021 al 35,2% del 2022 e la quota detenuta dalle prime 8 aziende che dal 37,9% del 2021 raggiunge circa il 45,1% nel 2022. Considerevole è il peso che le aziende molto grandi hanno nell'approvvigionamento di questo canale, con una quota del 76,5% (Tab. 5), anche se numerose sono le piccole e medie aziende che vendono a Grossisti e Distributori (76).

→ Vendita diretta in azienda

(Appendice 3.0**8**)

Sebbene nel 2022 il numero dei visitatori abbia quasi raggiunto i livelli del pre-pandemia, con circa 382.000 unità e un incremento del 7,3%, grazie al notevole impegno delle aziende e anche verosimilmente al richiamo del riconoscimento UNESCO, il canale della vendita diretta ha registrato una contrazione dei volumi del 4%, che accompagnato da un aumento del prezzo medio a bottiglia pari al 4.3%, ha portato a un valore della produzione pressoché invariato. Nel 2022 il canale ha comunque veicolato un volume di quasi 3,3 milioni di bottiglie, con un valore della produzione pari a 25 milioni di euro ed un prezzo medio di 7,51 a bottiglia.

Prendendo come riferimento l'arco temporale 2003-2022, la quota delle vendite di questo canale è aumentata del 186%, passando da circa 1,2 milioni di bottiglie nel 2003 a più di 3 milioni di bottiglie nel 2022. Il calo dei volumi trasferiti attraverso la vendita diretta può essere in parte spiegato da una riduzione degli acquisti in azienda da parte della popolazione locale, che trova in altri canali acquisti più convenienti per il consumo corrente, in temini di volumi è solo parzialmente compensato dall'incremento

degli acquisti da parte degli enoturisti in visita. Il livello di concentrazione dell'offerta (HHI) rispetto al 2021 ha registrato un calo passando da 234 a 181.

Quasi tutte le case spumantistiche partecipano alla vendita diretta, che è praticata da 197 unità e le aziende appartenenti alle diverse classi dimensionali contribuiscono tutte, in maniera più o meno proporzionata, al volume complessivo di Spumante DOCG ceduto al pubblico. Sono però le aziende molto grandi e quelle molto piccole a gestire la maggior parte dei volumi distribuiti tramite la vendita diretta (rispettivamente 28,2% e 30,3% - Tab. 5).

→ **Altri canali distributivi**

Nell'anno 2022 le quote assorbite dagli "altri canali", ossia consegna tramite corrieri, consegne a domicilio e simili, hanno registrato un aumento in volume e valore rispettivamente del 28,7% e del 32,1%. Risultano infatti vendute attraverso questo canale circa 720 mila bottiglie per un valore di quasi 5,4 milioni di euro ed un prezzo medio di 7,49 euro a bottiglia (+2,7% rispetto al 2021). (Appendice 3.09)

Il numero complessivo delle aziende che nel 2022 ha alimentato questo canale risulta pari a 60 e il livello di concentrazione dell'offerta (HHI) è pari a 347. Come per l'anno precedente, la quota maggioritaria delle vendite attraverso "altri canali" è detenuta dalle aziende molto grandi, con una quota in volume del 55%.

→ **E-commerce**

Dopo la forte crescita tra il 2019 e il 2021, l'e-commerce nel 2022 è stato caratterizzato da un drastico calo in volume rispetto all'anno precedente (-53,8%), in valore (-56,7%) e del prezzo medio a bottiglia (-6,3%). Questa riduzione ha portato i volumi e il valore scambiati attraverso questo canale addirittura su un livello inferiore rispetto al 2020. Pertanto nel 2022 le vendite elettroniche sono state meno della metà del volume dell'anno precedente, passando da circa 1,45 milioni di bottiglie a poco più di 0,67 milioni di bottiglie, con analogo calo percentuale in termini di valore da 13,7 milioni di euro, a un valore della produzione di poco inferiore ai 6 milioni di euro. (Tab. 5). (Appendice 3.10)

Il numero delle aziende che nel 2022 ha operato nel canale e-commerce è stato pari a 66, rimanendo invariato rispetto al 2021. Nel 2022 la quota detenuta dalle prime 4 imprese è calata attestandosi intorno al 39,6% così come quelle detenuta dalle prime 8 che passa dal 58,9% del 2021 al 52,1% del 2022.

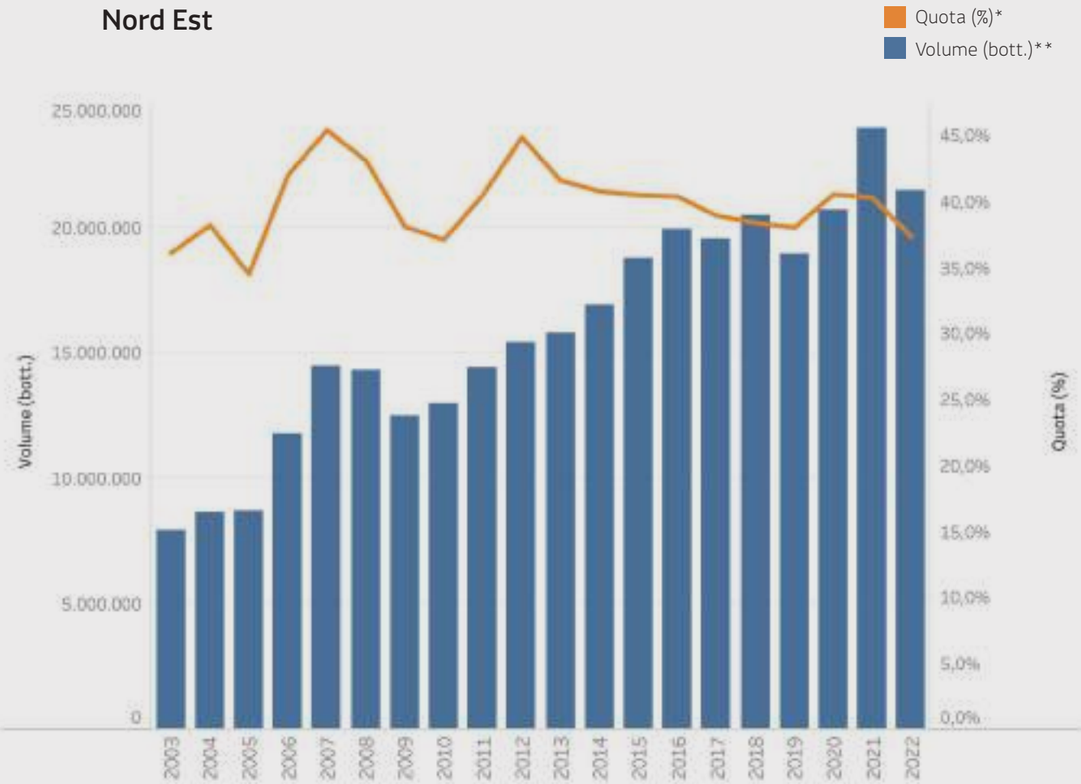
	Vendita diretta	Ho.Re.Ca Enoteche	Centrali d'acquisto	Grossisti Distributori	E-commerce Online	Altri canali
Piccole	30,3%	4,1%	0,0%	4,2%	3,8%	16,6%
Medie	17,9%	16,4%	0,5%	12,1%	7,2%	16,2%
Grandi	23,6%	10,1%	1,4%	7,3%	6,2%	12,1%
Molto Grandi	28,2%	69,4%	98,1%	76,5%	82,8%	55,0%
Totale	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Tab. 5 – Spumante DOCG: quota a volume per classi dimensionali nei canali in Italia*, 2022
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

(*) **Classi per dimensione (in numero di bottiglie vendute):**
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie (150.001-500.000)
aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

3.01 MERCATO NAZIONALE: AREE NIELSEN

Nord Est



Variazione delle vendite a Volume

→ **breve termine** (2022 su 2021)

-10,5 % ▼

→ **medio termine** (2022 su 2010)

64,9 % ▲

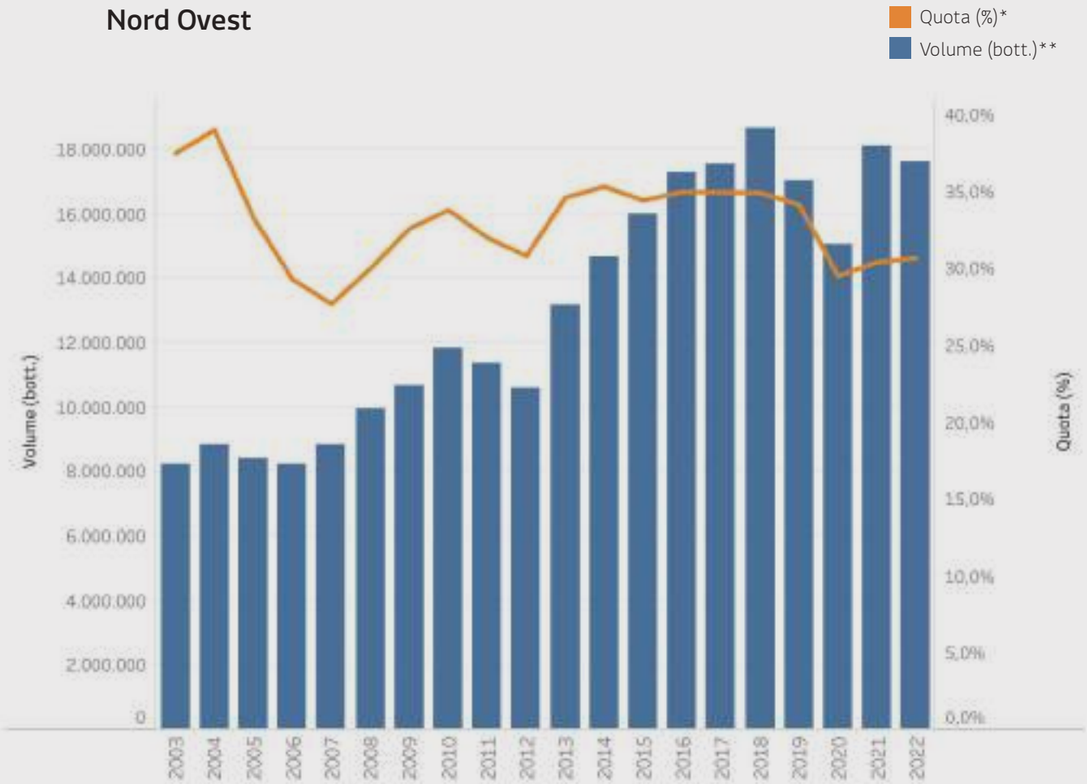
→ **lungo termine** (2022 su 2003)

170,0 % ▲

(*) **Quota** = quota su totale Italia - (**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG

3.02 MERCATO NAZIONALE: AREE NIELSEN

Nord Ovest



Variazione delle vendite a Volume

→ **breve termine** (2022 su 2021)

-2,5 % ▼

→ **medio termine** (2022 su 2010)

48,8 % ▲

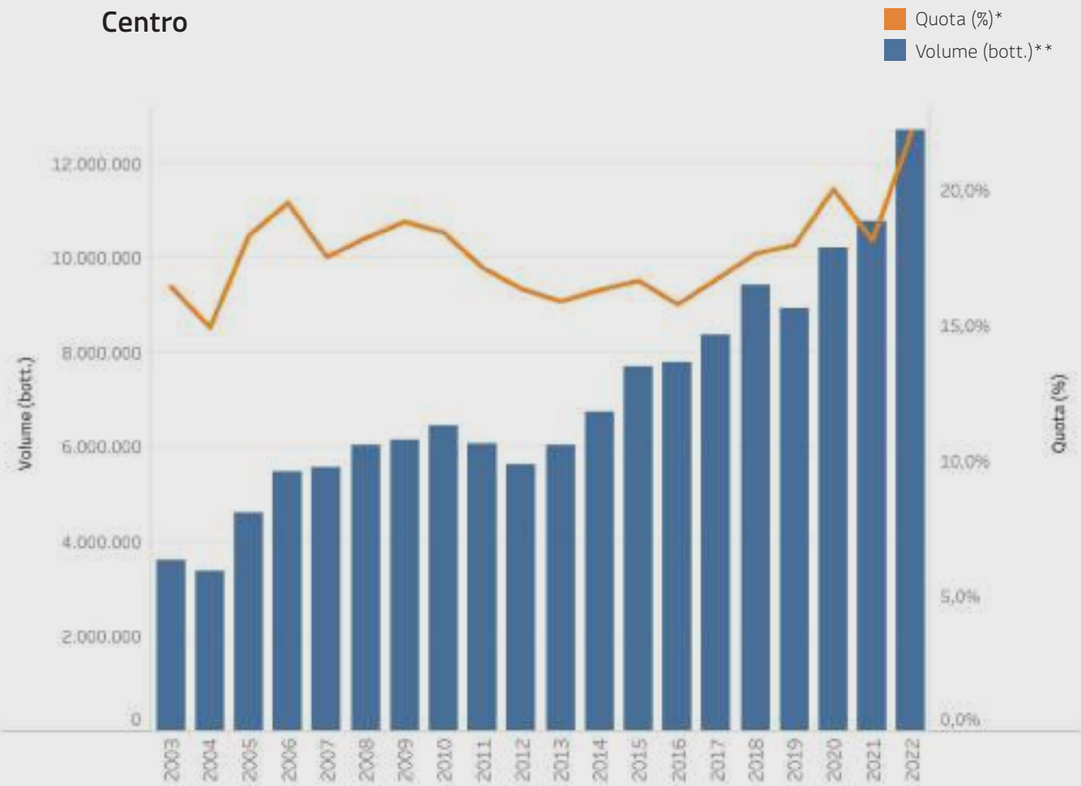
→ **lungo termine** (2022 su 2003)

113,6 % ▲

(*) **Quota** = quota su totale Italia - (**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG

3.03 MERCATO NAZIONALE: AREE NIELSEN

Centro



Variazione delle vendite a Volume

→ **breve termine** (2022 su 2021)

17,9 % ▲

→ **medio termine** (2022 su 2010)

96,9 % ▲

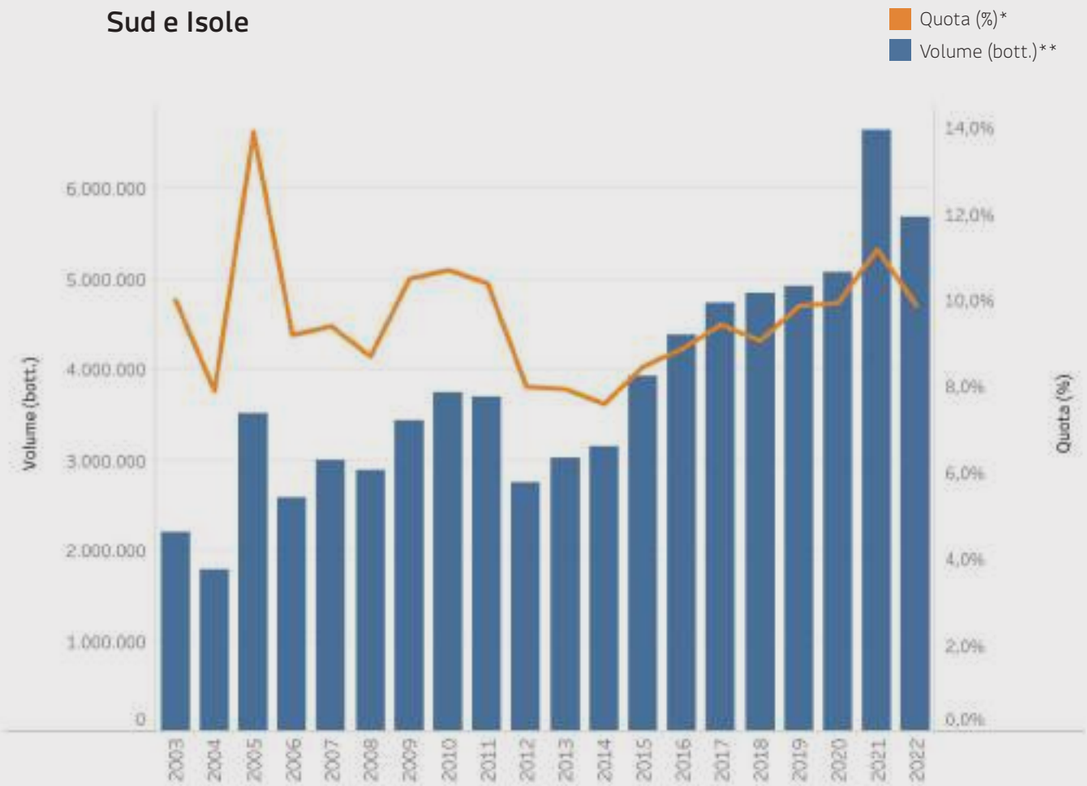
→ **lungo termine** (2022 su 2003)

251,9 % ▲

(*) **Quota** = quota su totale Italia - (**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG

3.04 MERCATO NAZIONALE: AREE NIELSEN

Sud e Isole



Variazione delle vendite a Volume

→ **breve termine** (2022 su 2021)

-14,6 % ▼

→ **medio termine** (2022 su 2010)

51,5 % ▲

→ **lungo termine** (2022 su 2003)

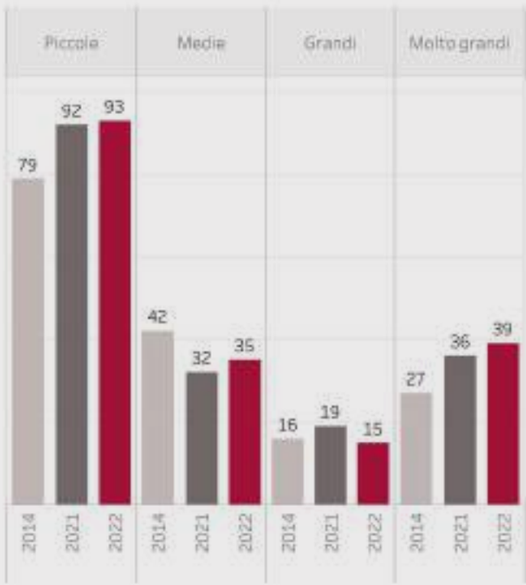
158,1 % ▲

(*) **Quota** = quota su totale Italia - (**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG

3.05 MERCATO NAZIONALE: CANALI

Numero imprese nel canale

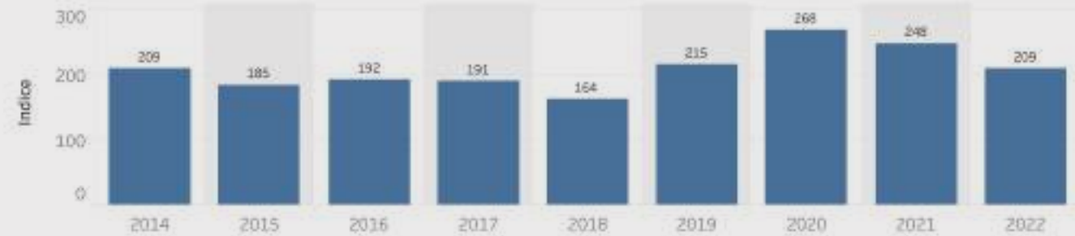
Numero imprese per dimensione***



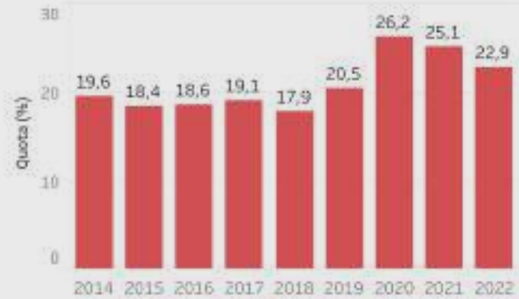
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

HoReCa – Enoteche

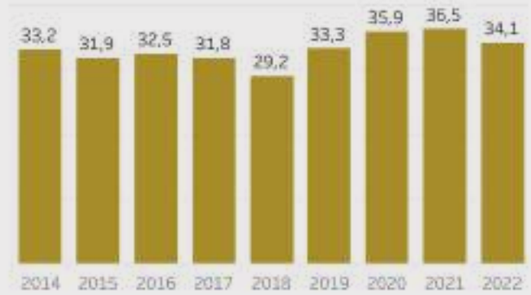
HHI



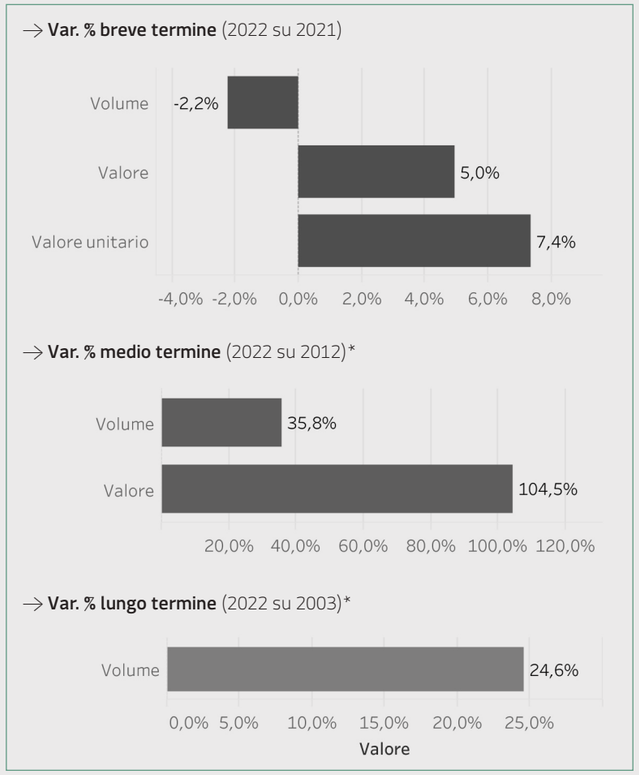
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)



Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

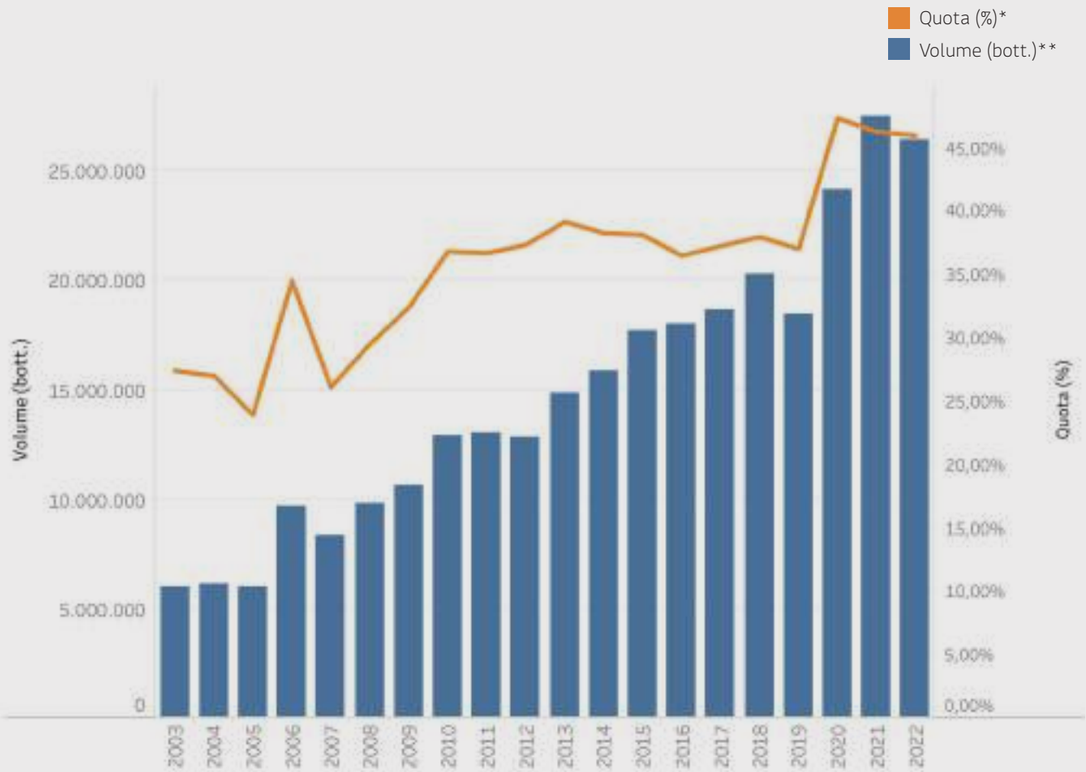


VENDITE NEI CANALI ITALIA



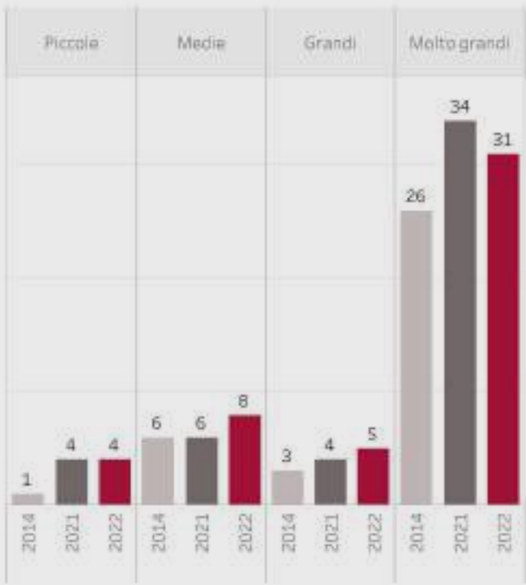
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

3.06 MERCATO NAZIONALE: CANALI



Numero imprese nel canale

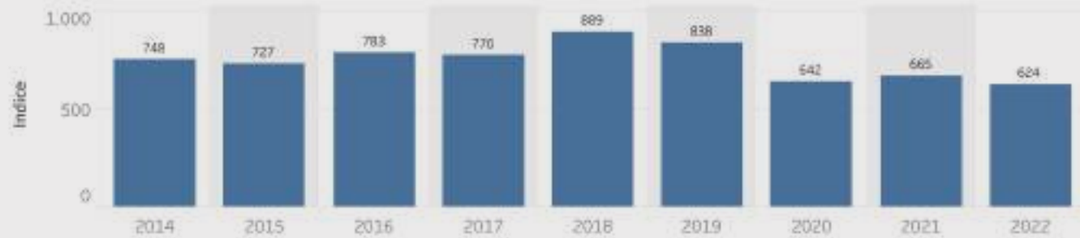
Numero imprese per dimensione***



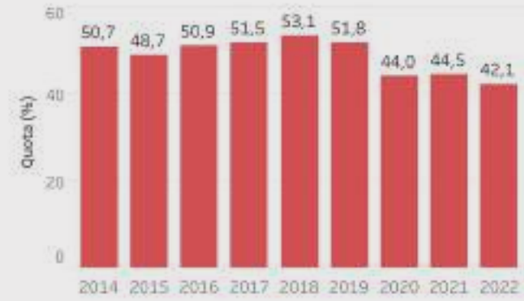
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

Centrali d'acquisto

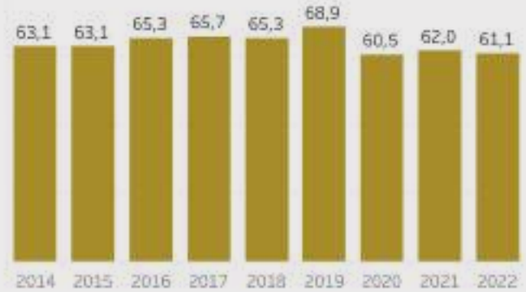
HHI



Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

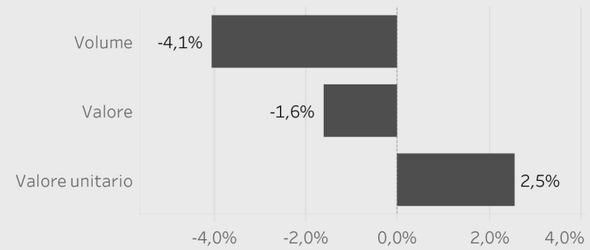


Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

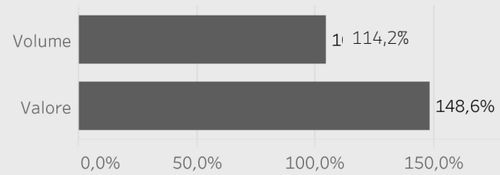


VENDITE NEI CANALI ITALIA

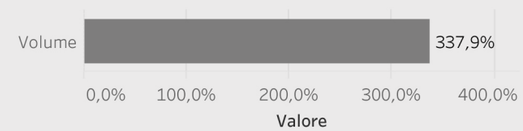
→ **Var. % breve termine** (2022 su 2021)



→ **Var. % medio termine** (2022 su 2012)*



→ **Var. % lungo termine** (2022 su 2003)*

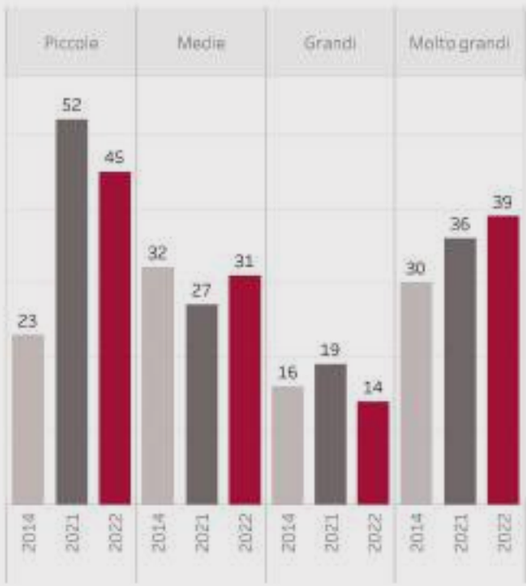


HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

3.07 MERCATO NAZIONALE: CANALI

Numero imprese nel canale

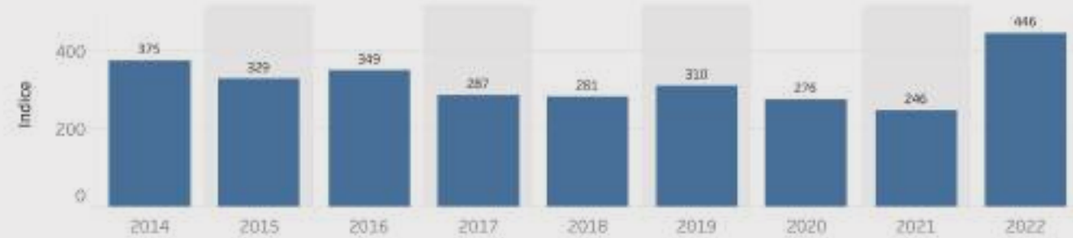
Numero imprese per dimensione***



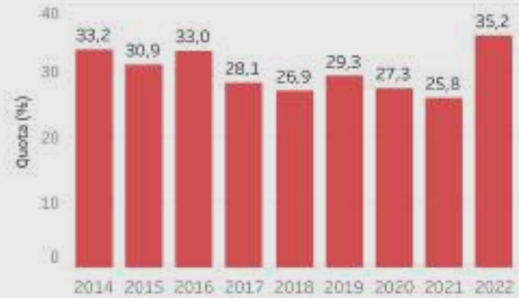
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

Grossisti – Distributori

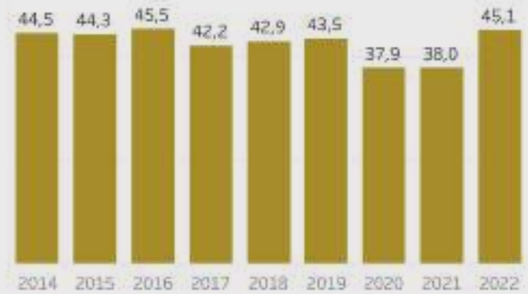
HHI



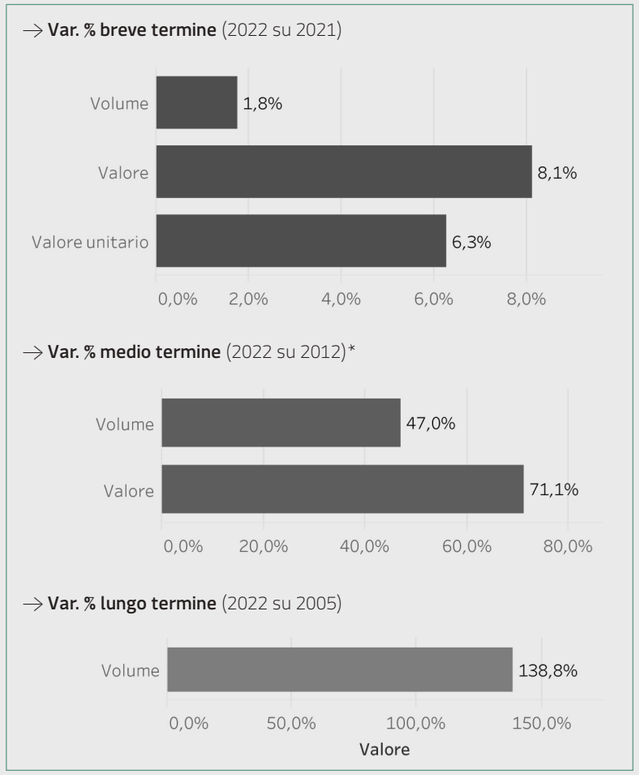
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)



Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

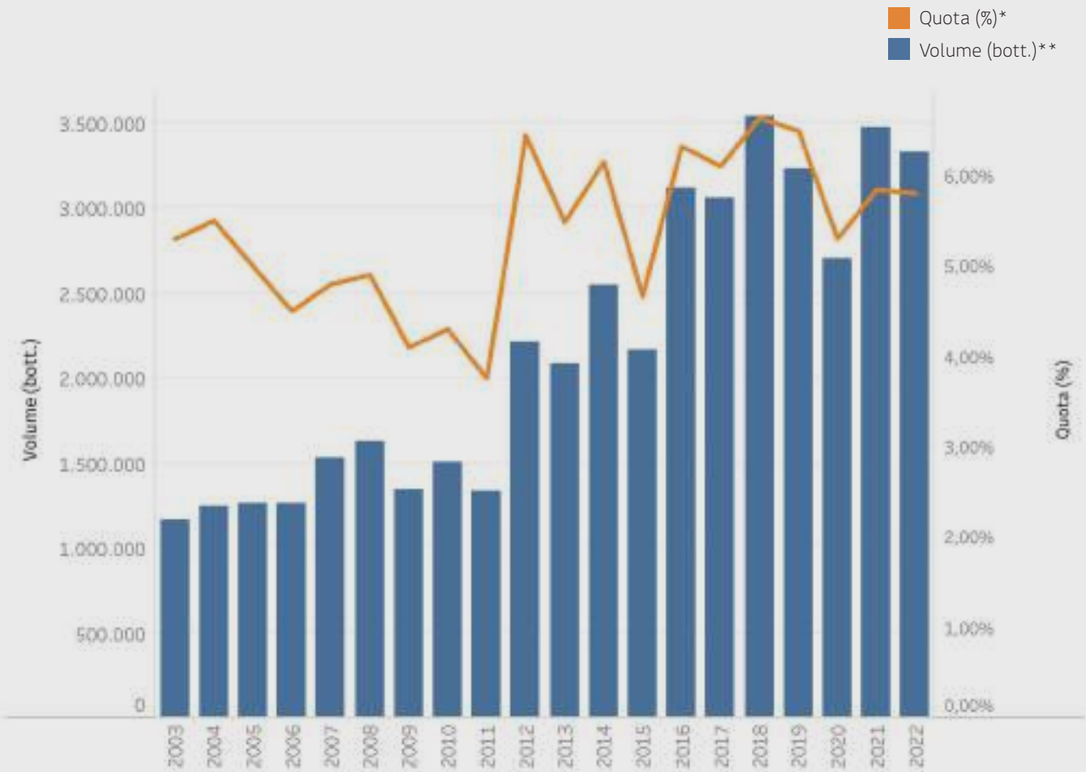


VENDITE NEI CANALI ITALIA

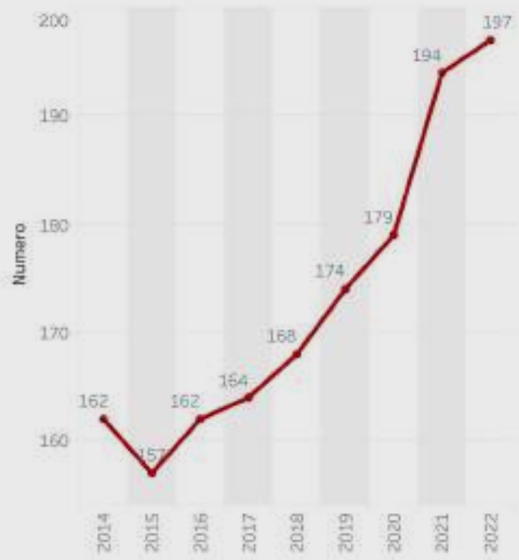


HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

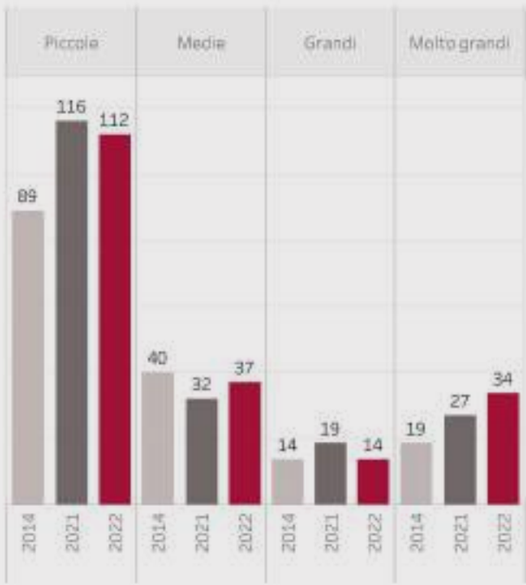
3.08 MERCATO NAZIONALE: CANALI



Numero imprese nel canale



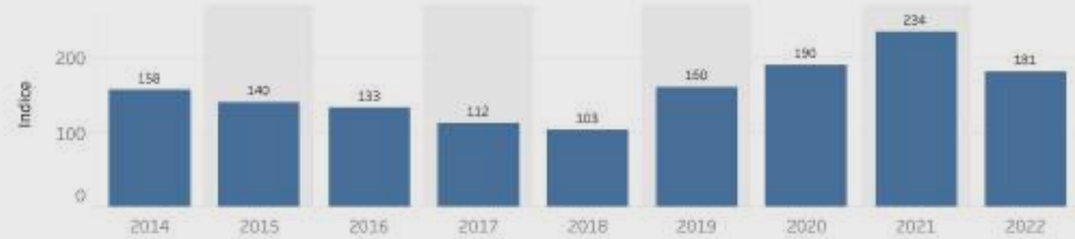
Numero imprese per dimensione***



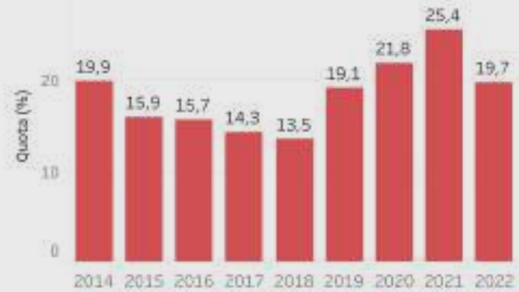
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

Vendita diretta in azienda

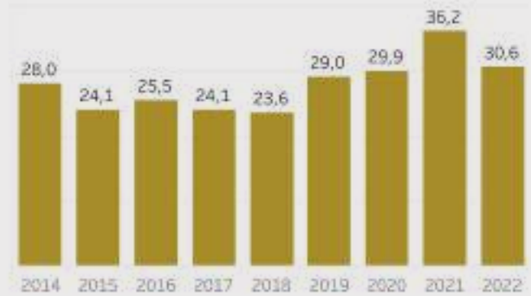
HHI



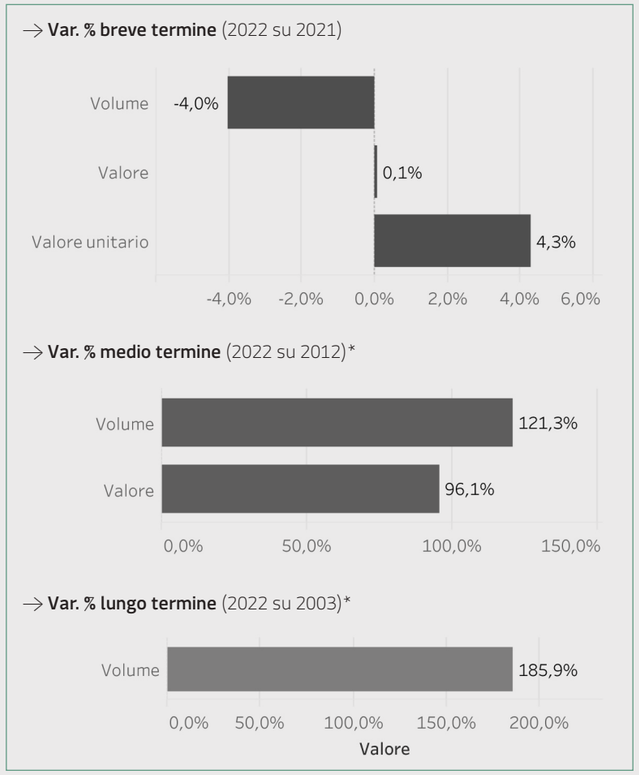
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)



Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

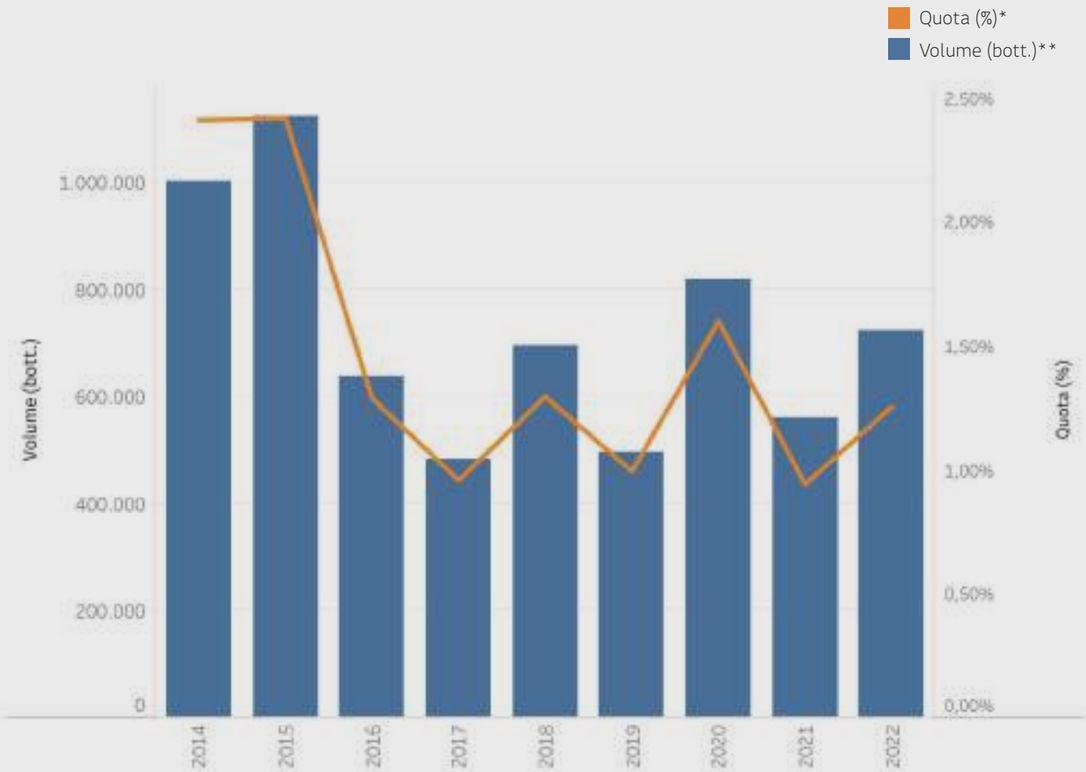


VENDITE NEI CANALI ITALIA



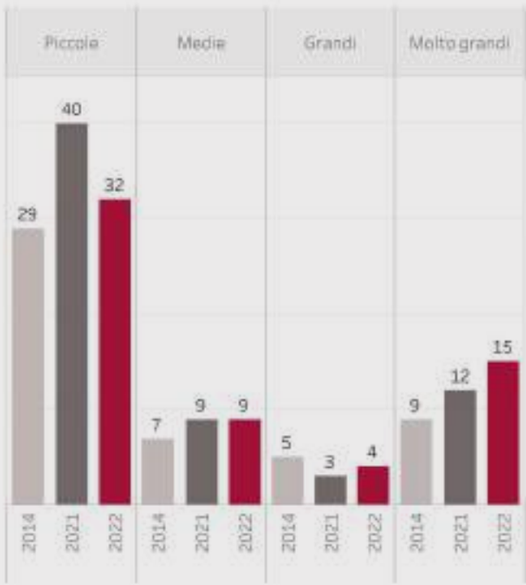
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

3.09 MERCATO NAZIONALE: CANALI



Numero imprese nel canale

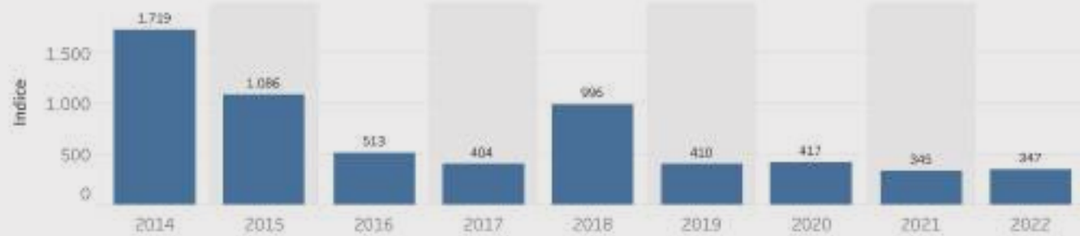
Numero imprese per dimensione***



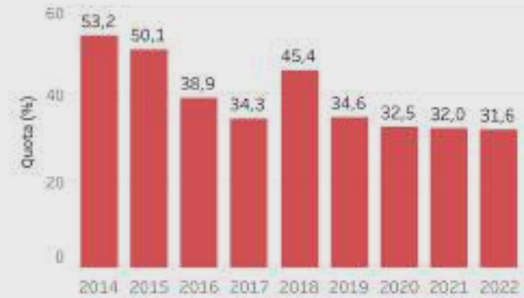
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

Altri Canali

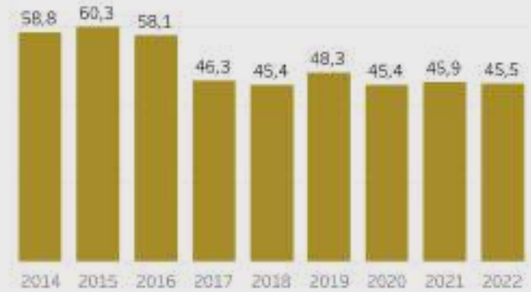
HHI



Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

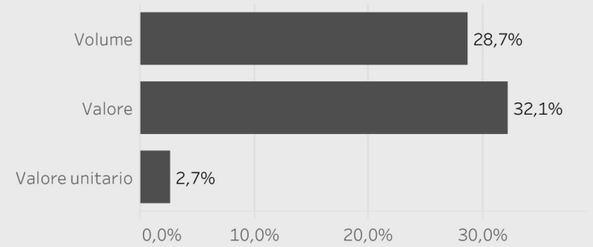


Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

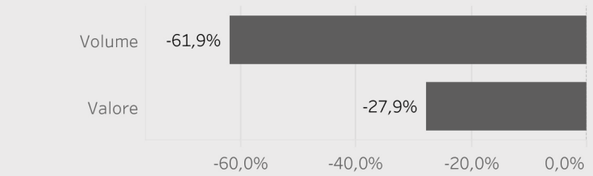


VENDITE NEI CANALI ITALIA

→ **Var. % breve termine** (2022 su 2021)

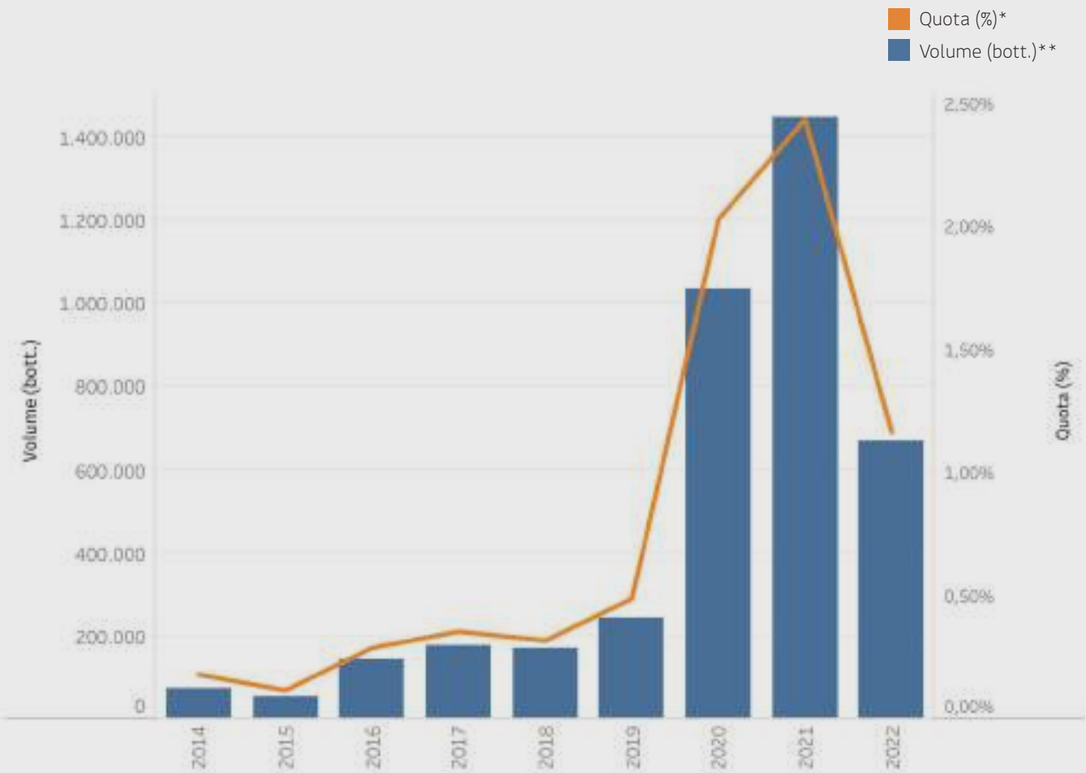


→ **Var. % medio termine** (2022 su 2012)*

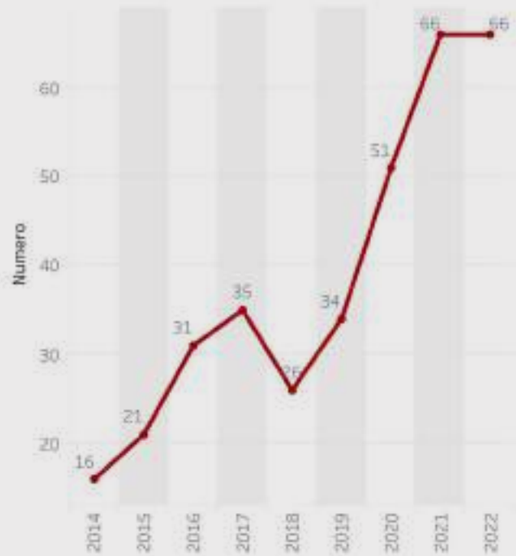


HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

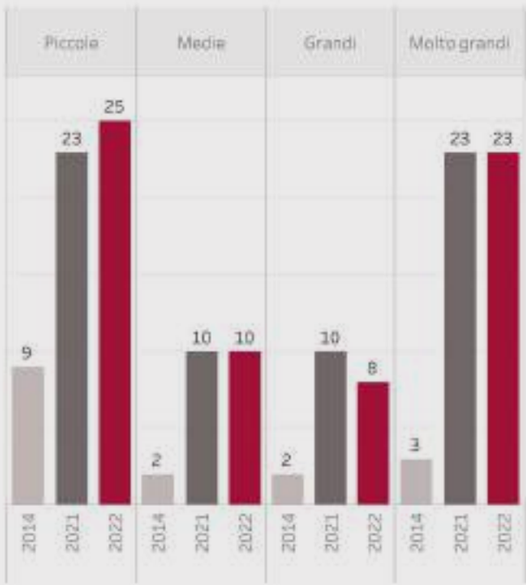
3.10 MERCATO NAZIONALE: CANALI



Numero imprese nel canale



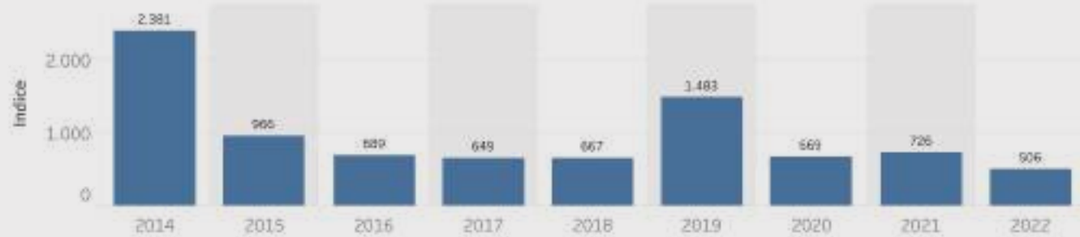
Numero imprese per dimensione***



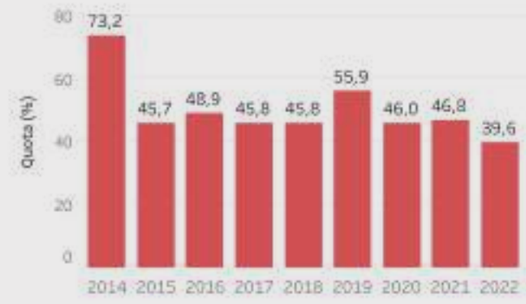
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

E-commerce

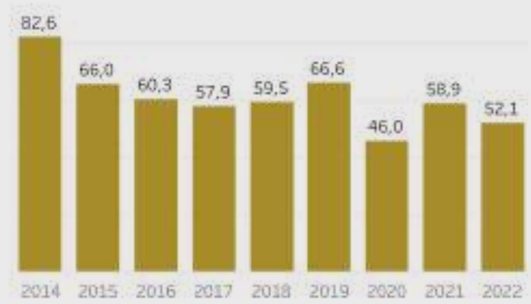
HHI



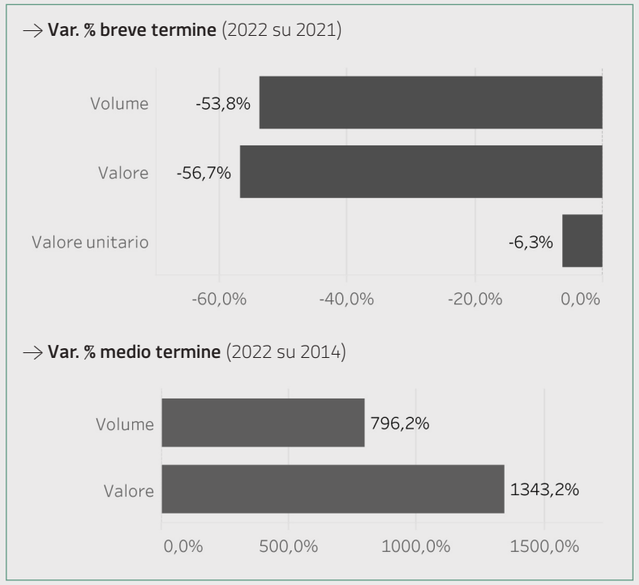
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)



Indici di concentrazione (prime 8 imprese)



VENDITE NEI CANALI ITALIA

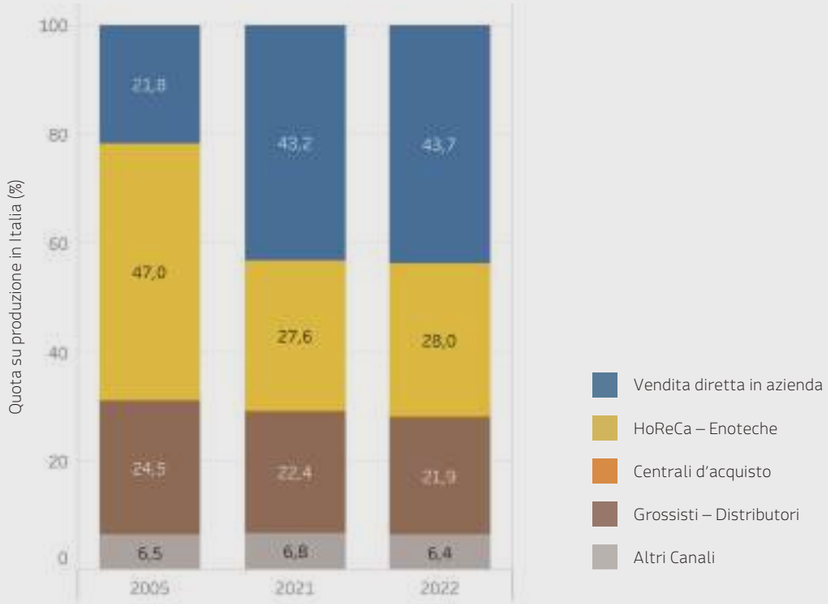


HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

3.**11** MERCATO NAZIONALE: CANALI

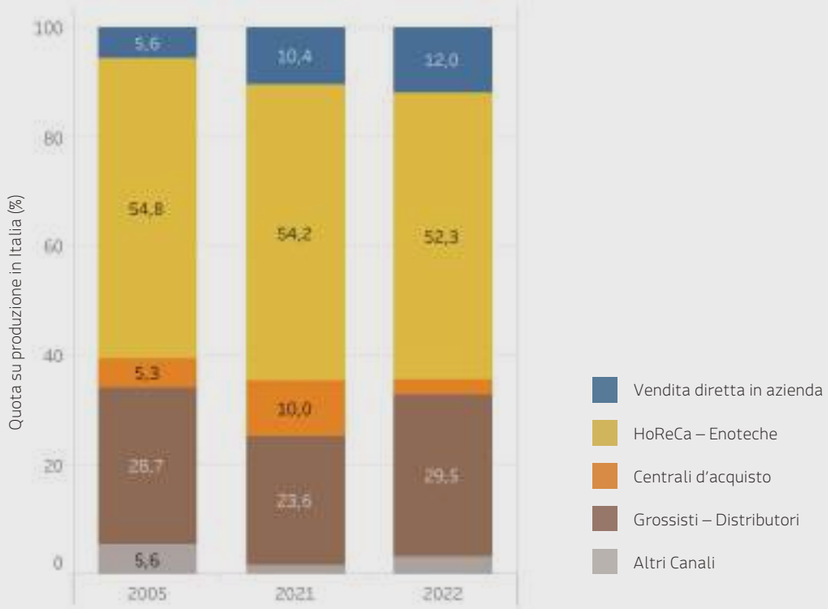
Distribuzione delle vendite per classe dimensionale (in %)

→ **Piccole**

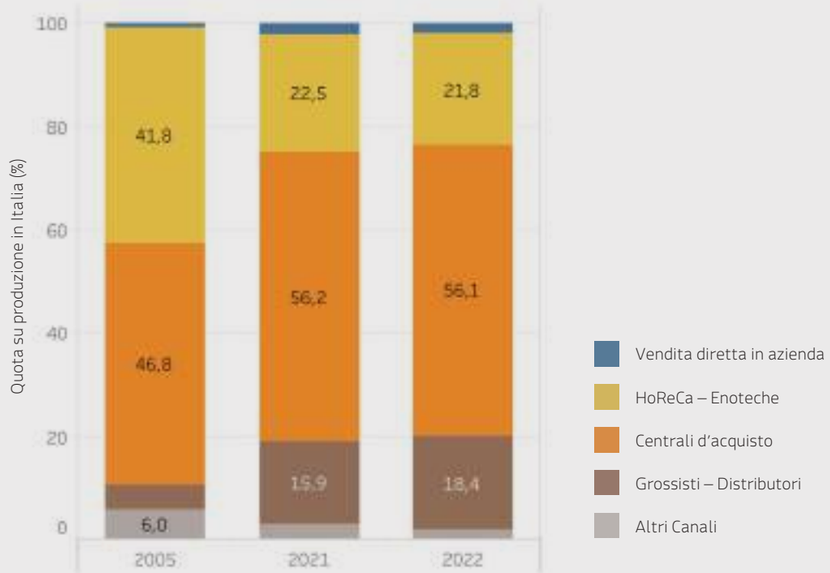


→ **Grandi**

→ **Medie**



→ **Molto Grandi**



Classi per dimensione (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) - aziende medie (150.001-500.000) - aziende grandi (500.001-1.000.000) - aziende molto grandi (> 1.000.000) (**2**) Centrali che approvigionano GDO e Distribuzione Moderna, Discount e Cash&Carry

4. IL MERCATO INTERNAZIONALE

a cura di **Vasco Boatto, Luigino Barisan, Eugenio Pomarici**

Il quadro generale

→ **Mondo**

La dinamica dell'offerta destinata ai mercati esteri nel corso del 2022 si caratterizza per un'ulteriore crescita dei volumi esportati e da un processo di crescente apertura dello Spumante DOCG verso il mercato internazionale. Oltre 150 Paesi, appartenenti a tutti i continenti, hanno manifestato interesse nell'acquisto di Spumante DOCG[1] e le imprese in molti casi devono fare i conti con l'effettiva richiesta determinando una situazione che, più che negli altri anni, appare condizionata da una disponibilità di prodotto limitata, dirigendo le spedizioni verso le destinazioni più remunerative e di maggiore interesse strategico.

(**1**) L'analisi dei risultati condotta sul mercato nazionale fa riferimento al Prosecco Superiore DOCG e al Rive DOCG.

Le esportazioni hanno raggiunto complessivamente un valore pari a 241,4 milioni di euro ed un volume di 42,7 milioni di bottiglie, con un incremento del 7,4% in valore e del 3,2% in volume. Di conseguenza, per quanto riguarda la singola bottiglia, il prezzo medio registrato nel 2022, pari a 5,66 euro a bottiglia, risulta aumentato del 4% rispetto all'anno precedente (Tab. 1 / Fig. 1).

Anno	Valore (€)	Volume (mln. bottiglie)	Quota a Volume (%)	Valore unitario (€/bottiglia)
2010	104.339.835	22.776.352	39,4%	4,58
2011	114.822.887	25.654.816	41,9%	4,48
2012	132.033.852	28.349.804	45,2%	4,66
2013	132.228.000	28.524.798	42,9%	4,64
2014	146.449.424	31.924.003	43,5%	4,59
2015	157.398.355	32.047.183	40,9%	4,91
2016	180.864.980	35.803.863	42,0%	5,05
2017	192.157.426	36.372.573	42,0%	5,28
2018	174.505.418	32.967.205	38,2%	5,29
2019	202.156.905	38.628.664	43,7%	5,23
2020	206.511.058	37.080.537	42,1%	5,57
2021	224.827.406	41.324.683	41,0%	5,44
2022	241.361.535	42.655.528	42,6%	5,66

Tab. 1 – Spumante DOCG: evoluzione dell'export a valore e volume, 2010-2022
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023 – Dato FOB (Free-On-Board)

Si osserva inoltre che in tredici anni le vendite nei Paesi terzi sono aumentate in modo veramente notevole, registrando una crescita in valore pari a 137 milioni di euro e in volume di 19,8 milioni di bottiglie.

Questo è certamente il frutto delle attente strategie di marketing messe in atto dalle imprese, supportate da un'importante crescita del personale addetto, dei crescenti livelli qualitativi del prodotto e di un'efficace utilizzazione delle risorse messe a disposizione dall'UE per la promozione all'esterno dell'Unione, che hanno portato l'offerta del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ad un livello sempre più elevato.

Sul mercato internazionale sono risultate attive 171 imprese, pari all'81,8% del totale (209), valore congruo rispetto a quello registrato l'anno precedente. In particolare, si è verificata l'entrata di sei aziende di medie dimensioni e di tre aziende molto grandi, l'uscita di sei aziende di piccole dimensioni e di cinque aziende di grandi dimensioni (Tab. 2).

Fig. 1 – **Spumante DOCG: la dinamica a valore e volume sui mercati esteri (numeri indice 2010=100)**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023

Anno	Piccole (numero)	Medie (numero)	Grandi (numero)	Molto grandi (numero)	TOTALE
2008	63	31	13	26	133
2013	67	32	12	28	139
2014	66	40	15	30	151
2015	72	33	13	29	147
2016	65	36	20	30	151
2017	78	32	17	33	160
2018	77	32	18	33	160
2019	76	30	17	35	158
2020	74	36	13	32	155
2021	86	31	19	37	173
2022	80	37	14	40	171

Tab. 2 – **Spumante DOCG: distribuzione delle imprese spumantistiche DOCG per classi dimensionali* sui mercati esteri 2008/2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023

(*) **Classi per dimensione (in numero di bottiglie vendute):**
aziende piccole (< 150.000)
aziende medie (150.001-500.000)
aziende grandi (500.001-1.000.000)
aziende molto grandi (> 1.000.000)

Per effetto di queste e di altre modifiche è aumentato lievemente l'indice di concentrazione (HHI_{2022}=439, 13 punti in più rispetto all'anno precedente). Si riscontra anche un aumento di circa 1 punto percentuale della quota sull'export sia delle prime 4 che delle prime 8 imprese (Tab. 3).

Anno	Imprese (numero)	HHI	C_4	C_8
2008	133	334	31	42
2013	139	353	32	46
2014	151	311	30	42
2015	147	312	30	41
2016	151	311	30	41
2017	160	344	33	44
2018	160	299	29	42
2019	158	444	35	51
2020	155	434	36	53
2021	173	426	36	51
2022	171	439	37	52

Tab. 3 – **Imprese esportatrici DOCG: indici di concentrazione, 2008-2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023

HHI indice di Herfindahl-Hirschman - **C_4** prime 4 imprese - **C_8** prime 8 imprese

Analisi per aree continentali

Anche nel 2022 la crescita delle esportazioni di Spumante DOCG ha privilegiato i mercati europei la cui quota in volume sulle esportazioni totali risulta pari all'84,2%, con una leggera diminuzione di 2,3 punti percentuali, rispetto al 2021, per effetto della prestazione più vivace delle esportazioni all'esterno dell'Europa (Tab. 4). Il vecchio continente continua comunque ad essere di gran lunga la principale area di destinazione delle vendite internazionali del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG.

	VALORE (milioni di €)			**Quota a Valore** (%)			**VOLUME** (milioni di bott.)			**Quota a Volume** (%)		
	2010	**2021**	**2022**	**2010**	**2021**	**2022**	**2010**	**2021**	**2022**	**2010**	**2021**	**2022**
Europa	77,0	192,5	202,7	73,8%	86,8%	84,0%	17,1	35,8	35,9	74,9%	86,5%	84,2%
Extra Europa	27,3	29,7	38,7	26,2%	13,2%	16,0%	5,7	5,6	6,7	25,1%	13,5%	15,8%

Tab. 4 – **Spumante DOCG: evoluzione dell'export a Valore e Volume per aree continentali, 2010-2022**
Fonte: C.I.R.V.E. Conegliano, 2023 – Valoritalia, 2023

Rispetto al 2021 l'incremento delle esportazioni verso quest'area è stato pari al 3,9% in valore e allo 0,5% in volume; come risultato, le esportazioni verso quest'area raggiungono un valore di 202,7 milioni di euro, con un volume di 35,9 milioni di bottiglie ed un prezzo medio pari a 5,64 euro a bottiglia, in leggero aumento (+3,4%).

Il 2022 si caratterizza quindi come un anno di stabilizzazione della presenza del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel mercato europeo, che dal 2010 ad oggi ha fatto registrare un incremento delle vendite in valore pari al 163,1%, pur con vicende diverse da singolo mercato a singolo mercato.

Rivolgendo lo sguardo all'export nei mercati extra europei, nel 2022, a fronte di volumi che aumentano di 1 milione di ettolitri, si registra un sostanziale aumento in termini di valore delle spedizioni rispetto all'anno precedente (+30,4%). Le vendite sono state pari a 38,7 milioni di euro, per un volume di 6,7 milioni di bottiglie, con un prezzo medio a bottiglia di 5,75 euro. Questo sostanziale aumento è tuttavia il risultato della composizione di casi di riduzione delle importazioni da parte di alcuni mercati, più che compensate da aumenti in altri mercati.

Rispetto al 2010, si rileva comunque un significativo aumento dei volumi (+17,8%), accompagnato da una notevole crescita del valore dell'export pari al 41,7%. Anche su questo ampio orizzonte temporale sono rilevanti i casi di riallocazione delle spedizioni tra diverse destinazioni, alla ricerca della migliore valorizzazione del prodotto in mercati che per il loro recente sviluppo sono spesso caratterizzati da notevole instabilità.

Analisi per categorie di mercati

Nell'ampia diversità di caratteristiche, dimensioni ed evoluzione della domanda di vini spumanti, propria delle diverse destinazioni dello Spumante DOCG, è possibile riconoscere tre categorie di mercati che si differenziano per dinamicità e relazione storica con gli esportatori di Spumante DOCG: *importatori tradizionali, importatori strategici, nuovi importatori* (Tab 5).

	VALORE (milioni di €)			**Quota a Valore** (%)			**VOLUME** (milioni di bott.)			**Quota a Volume** (%)		
	2010	**2021**	**2022**	**2010**	**2021**	**2022**	**2010**	**2021**	**2022**	**2010**	**2021**	**2022**
Importatori tradizionali	59,5	90,6	101,4	57,0%	40,3%	42,0%	13,0	16,2	17,6	57,1%	39,1%	41,2%
Importatori strategici	35,7	113,7	120,9	34,2%	50,6%	50,1%	7,8	21,6	21,8	34,2%	52,2%	51,1%
Nuovi importatori	9,2	20,5	19,0	8,8%	9,1%	7,9%	2,0	3,6	3,3	8,7%	8,7%	7,7%

Tab. 5 – **Spumante DOCG: modelli d'importatori* considerati nell'analisi, 2010-2022**
Fonte: C.I.R.V.E. Conegliano, 2023 – Valoritalia, 2023

(*) **Importatori tradizionali:** Germania, Svizzera, Austria. **Importatori Strategici:** Regno Unito, Benelux, Stati Uniti, Paesi Adriatico – Danubiani, Canada, Federazione Russa, Francia, Paesi Mitteleuropei e Baltici, Altri Paesi dell'Unione Europea. **Nuovi Importatori:** Australia & Nuova Zelanda, Scandinavia, Giappone, Altri Paesi America Latina, Sud-Est Asiatico, Cina & Hong Kong, Brasile, Penisola Arabica, Nigeria, Sudafrica, Altri Paesi Asiatici & Africa.

Gli **importatori tradizionali** sono rappresentati da tre Paesi: Germania, Svizzera e Austria, ovvero i mercati nei quali la presenza dello Spumante DOCG ha un più remoto insediamento. Nel 2022 le importazioni di questi mercati hanno avuto una significativa ripresa, registrando una crescita dell'11,9% in valore e del 8,6% in volume; questo contribuisce anche all'ottimo risultato sul medio periodo (2010-2022), dove si registra un aumento complessivo del 70,4% a valore e del 35,4% a volume.

Gli **importatori strategici** includono quei Paesi nei quali la presenza dello Spumante DOCG in un arco di tempo relativamente breve si è ampliata grazie a una crescita veloce delle importazioni. Questi Paesi sono arrivati ad assorbire una quota di esportazioni di Spumante DOCG maggiore rispetto a quella degli importatori tradizionali. In questi Paesi sono inoltre attesi tassi di crescita delle importazioni maggiori che per gli importatori tradizionali, portandoli quindi ad assumere un ruolo sempre più importante per lo sviluppo futuro dell'export della Denominazione. Si tratta di nove mercati, sia europei che extra europei, alcuni ormai di notevoli dimensioni, come, ad esempio, il Regno Unito e gli Stati Uniti. Nel 2022, nel loro complesso, questi Paesi hanno fatto registrare un aumento dei valori e dei volumi, rispettivamente di circa il 6% e dello 0,9%. Tale crescita è decisamente maggiore se si considerano gli ultimi tredici anni: dal 2010 al 2022 si registra infatti una notevolissima crescita in valore e volume pari, rispettivamente, al 239% e al 179%.

I **nuovi importatori** sono numericamente elevati (11 aree di mercato) e di piccola dimensione e includono alcuni mercati verosimilmente destinati nel tempo a divenire strategici. Questi mercati hanno contribuito al recente sviluppo del commercio internazionale del vino e delle esportazioni di Spumante DOCG in particolare. Tuttavia, nel 2022, hanno mostrato una contrazione rispetto al 2021: le importazioni sono diminuite facendo registrare un calo dell'8% circa in volume e del 7% in valore. Queste ultime variazioni in diminuzione, tuttavia, non modificano in modo sostanziale il notevole dato di crescita di lungo periodo; su un arco di tempo di 13 anni si registra infatti un aumento delle esportazioni verso questi Paesi del +107% in valore e del +65% in volume, cui si associa un aumento del valore medio del prodotto esportato. Questi mercati avranno molto probabilmente in futuro un ruolo importante per lo sviluppo del mercato internazionale dello Spumante DOCG.

→ **Germania**

Le importazioni tedesche di vini spumanti in valore hanno mostrato nel 2022 una variazione positiva (+6,1% rispetto al 2021); nonostante ciò, la quota detenuta dalla Germania sull''import globale di vini spumanti è scesa a circa il 5,5%, per una crescita relativamente maggiore di altri mercati.

Anche nel 2022 la Germania conferma la seconda posizione sul podio dei principali Paesi importatori dello Spumante DOCG, collocandosi dopo il Regno Unito. Ciò conferma il grande interesse per lo Spumante DOCG sul mercato tedesco, rafforzando ulteriormente il suo ruolo di driver nello sviluppo dei vini spumanti in questo Paese.

Il valore dell'import tedesco si attesta, infatti, attorno ai 50,7 milioni di euro, con un volume di 8,1 milioni di bottiglie e un prezzo medio di 6,28 euro a bottiglia. Si tratta per lo Spumante DOCG di una performance di eccellenza; rispetto al 2021, infatti, si riscontra un aumento del valore dell'import del 7,2% e del volume del 5,8%, mentre il prezzo medio aumenta in misura più contenuta.

Sul lungo periodo (2003-2022), osservando la variazione dei volumi assorbiti dalla Germania, i risultati ottenuti hanno evidenziato una crescita notevole pari al 151%. Dall'analisi del numero delle imprese esportatrici di Spumante DOCG su questo mercato si rileva una diminuzione delle presenze, ora pari a 132 unità (circa il 63% delle aziende totali). A questa evoluzione si associa un significativo aumento dell'indice di concentrazione delle esportazioni (HHI_{2022}=1.591).

Rispetto ai suoi diretti concorrenti in questo mercato, lo Spumante DOCG, pur mostrando un trend positivo in termini di crescita in volume e valore, non ha conseguito le migliori performance. Nel 2022, infatti, ha ceduto terreno al Cava e, in modo più marcato, allo Champagne. Quest'ultimo ha registrato incrementi notevolmente superiori sia in volume, sia in valore, nonché nei prezzi medi.

→ **Svizzera**

La Svizzera detiene oggi il 2,7% della quota mondiale in valore sulle importazioni di vino spumante, leggermente in diminuzione rispetto all'anno precedente, nonostante abbia registrato complessivamente un aumento del valore importato (+12,7% sul 2021).

Per quanto riguarda nello specifico l'esportazione di Spumante DOCG, il mercato elvetico si conferma, nel 2022, il terzo mercato con un valore pari a 33,4 milioni di euro, un volume di 6,3 milioni di bottiglie e un prezzo medio di 5,30 euro a bottiglia. Rispetto al 2021, si rileva un incremento nelle esportazioni sia in termini di volume (+2,5%) che di valore (+6,9%) e anche il valore unitario aumenta (+4,3%). L'analisi sul lungo periodo (2003-2022) conferma il trend crescente dei volumi delle esportazioni verso questo mercato, che è aumentato di circa il 94,4%.

Le imprese esportatrici di Spumante DOCG verso la Svizzera raggiungono le 127 unità (pari al 61% circa del totale), segnando così un minimo decremento rispetto all'anno precedente (-1 unità). Ciò influisce in maniera limitata sull'indice di concentrazione dell'export che rimane pressoché invariato (HHI_{2022}=592), mentre aumentano, seppur molto lievemente, la quota di mercato detenuta dalle prime 4 imprese ($C_{4\text{-}2022}$=45,5%) e quella detenuta dalle prime 8 ($C_{8\text{-}2022}$=58,3%)

Nel mercato svizzero lo Spumante DOCG presenta prestazioni migliori dello Champagne per quanto riguarda le variazioni a volume. Tuttavia, rimane meno performante rispetto al Cava e all'Asti Spumante.

(Appendice 4.0**2**)

→ **Austria**

Nel 2022 l'Austria registra una stabilizzazione della sua quota in valore sulle importazioni di vini spumanti nel mondo, che si attesta intorno all'1,2%, sebbene si registri una crescita del valore delle sue importazioni del 18,1% rispetto al 2021.

Questo stesso Paese, recuperando una posizione, si classifica invece al quarto posto tra i mercati di destinazione dello Spumante DOCG, con un valore dell'importazione che supera i 17,3 milioni di euro, un volume di 3,2 milioni di bottiglie e un valore unitario di 5,40 euro a bottiglia.

Nel breve periodo si è verificato un aumento significativo sia in termini di valore (+43,2%) che di volume (+34,5%), che di prezzi medi (+6,5%). Dalla valutazione sul lungo periodo (2003-2022) emerge che il volume destinato a questo Paese è aumentato di più di otto volte.

Rispetto all'ultimo anno, il numero delle aziende è rimasto invariato a 121 unità (57,9% del totale). Nonostante questo, l'indice di concentrazione delle esportazioni è diminuito di 24 punti (HHI_{2022}=787), mentre sono leggermente aumentate le quote di mercato detenute dalle prime 4 e 8 imprese, che nel 2022 sono quindi pari rispettivamente al 46,5% e al 55,3%.

In questo mercato, lo Spumante DOCG evidenzia performance superiori rispetto a Cava e Champagne. Nel 2022 si registra comunque una crescita in termini di volumi e valore superata solo da quella dell'Asti Spumante.

(Appendice 4.0**3**)

→ **Regno Unito**

Come già avvenuto negli anni precedenti, nel 2022 il mercato britannico si è riconfermato come il secondo Paese importatore di vini spumanti, detenendo una quota del 13,5%. Ha inoltre registrato un notevole incremento nel valore delle importazioni, con un +42,8% rispetto al 2021. Il Regno Unito si conferma quindi un mercato chiave nella espansione internazionale dello Spumante DOCG.

L'import dello Spumante DOCG nel 2022 segue la stessa dinamica del mercato degli spumanti, in generale mostrando un incremento sia in termini di volumi (+7%) che di valore (+11,3%), con un totale di quasi 55,9 milioni di euro e 10,3 milioni di bottiglie. Il prezzo medio aumenta del 4% attestandosi intorno ai 5,42 euro a bottiglia. Tali performances positive consentono al Regno Unito di riconfermarsi primo importatore di Spumante DOCG. Sul lungo periodo (2003-2022), inoltre, tale crescita è ancora più significativa: i volumi di Spumante DOCG sono aumentati più di 23 volte rispetto a quelli registrati nel 2003.

Per quanto concerne il numero di imprese esportatrici di Spumante DOCG, il mercato britannico ne conta, nel 2022, 98 (corrispondenti al 46,9% del totale), mantenendo le stesse unità dell'anno precedente. Ciò ha influito poco sull'indice di concentrazione HHI, che nel 2022 risulta pari a 2.238, e anche gli indici di concentrazione delle prime 4 e 8 imprese sono rimasti su valori piuttosto alti ($C_{4\text{-}2022}$=61,5% e $C_{8\text{-}2022}$=69,4%).

Rispetto ai principali concorrenti nella categoria degli spumanti nel Regno Unito, lo Spumante DOCG mostra ottimi risultati in termini di valore, vicini a quelli dello Champagne. Si distingue inoltre per una maggiore penetrazione in termini di volume.

(Appendice 4.0**4**)

Importatori tradizionali[2]

(**2**) In questo rapporto i mercati tradizionali sono i mercati importatori dove la presenza del Prosecco DOCG è ormai consolidata.

(Appendice 4.0**1**)

Importatori strategici[3]

(**3**) I mercati strategici sono i mercati importatori dove lo Spumante DOCG sta mostrando migliori tassi di crescita.

→ **Benelux**

Nel 2022 i Paesi del Benelux hanno assorbito il 6,6% delle importazioni mondiali di vini spumanti in valore, diminuendo la loro quota sull'import globale, nonostante un aumento del 2,9% delle sue importazioni.

Quest'area si qualifica come il settimo mercato d'esportazione per lo Spumante DOCG, con un valore delle esportazioni pari a 9,3 milioni di euro, un volume 1,8 milioni di bottiglie e un prezzo medio di 5,31 euro a bottiglia.

Rispetto al 2021, si osservano però decrementi sia in volume (-13%) che in valore (-10,2%), mentre si registra un aumento per il prezzo medio a bottiglia (+3,2%). Sebbene nell'ultimo anno si sia riscontrata una dinamica negativa, se si considera il lungo periodo (2003-2022), si evidenzia un aumento notevole rispetto al volume iniziale (+661%).

Le 81 impese spumantistiche presenti nei mercati dei Paesi del Benelux, pari al 38,8% del totale, nel 2022, risultano in leggero aumento rispetto all'anno precedente. Ciò ha avuto effetti sull'indice di concentrazione delle esportazioni (HHI_{2022}=642) che presenta un decremento significativo (-372 punti). Diminuisce anche la quota detenuta dalle prime 4 imprese (C_4=45,8%) e dalle prime 8 imprese (C_8=54,7%).

In questo mercato, rispetto ai concorrenti diretti, nel 2022, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha registrato performances non molto positive in termini di valore e di volume, mentre per il prezzo medio presenta un leggero trend positivo.

(Appendice 4.05)

→ **Stati Uniti**

Nel 2022, gli Stati Uniti hanno mantenuto la loro posizione di leader tra i Paesi importatori di vini spumanti, detenendo una quota del 21,7% in valore. Hanno registrato un notevole aumento del valore delle importazioni, con un +20,3%, in sintonia con la media degli spumanti. Nel 2022 gli USA si attestano come quinto Paese importatore di Spumante DOCG per un valore di poco meno di 17 milioni di euro, un volume di 3 milioni di bottiglie e un prezzo medio di 5,63 euro a bottiglia (+8% rispetto al 2021).

Rispetto al 2021, nel 2022 le spedizioni verso gli USA hanno subito un significativo incremento sia in termini di valore (+30,8%) che di volume (+21,1%), confermando il trend crescente nel lungo periodo (dal 2003 al 2022, con un +318%).

Il numero delle imprese esportatrici nel mercato USA è risalito a 85 unità nel 2022 (+2,4% rispetto al 2021), che rappresentano circa il 41% del totale, confermando sostanzialmente i numeri del periodo pre-Covid-19. Tale incremento è dovuto principalmente all'ingresso di aziende di piccole dimensioni e pertanto l'indice di concentrazione HHI_{2022} è aumentato di 36 unità, attestandosi ad un valore pari a 386. Aumenta anche l'indice di concentrazione delle prime 4 aziende (C_4=32,2%), così come l'indice delle prime 8 aziende (C_8=50,2%).

Su questo mercato lo Spumante DOCG per l'anno 2022 ha ottenuto le migliori performance rispetto ai principali produttori di spumanti, sia per quanto riguarda i volumi che i valori, accompagnate da un significativo aumento del prezzo medio del prodotto.

(Appendice 4.06)

→ **Canada**

Nel 2022, il Canada riporta una quota del 2,7% tra i destinatari dei flussi internazionali di vini spumanti, registrando un aumento del 21,8% in valore delle sue importazioni. Per quanto riguarda le importazioni di Spumante DOCG in Canada, nel 2022 si è registrato un aumento rispetto all'anno precedente, pari all'86,4% in termini di valore, che ha portato a raggiungere i 9,7 milioni di euro e al 71,8% in termini di volume per un totale di 1,7 milioni di bottiglie importate, con un aumento del prezzo medio di circa l'8,5% (5,75 euro a bottiglia).

Se si considera il lungo periodo, il trend risulta comunque crescente con un aumento nel 2022 di circa il 329% dei volumi esportati nel 2003. Riguardo alle esportazioni, sono 45 le aziende, prevalentemente di dimensioni molto grandi, che hanno esportato vino in Canada nel 2022 (+12,5% rispetto al 2021). Questo dato, insieme ad altri fattori, ha influito sull'indice di concentrazione delle esportazioni, che è diminuito leggermente rispetto all'anno precedente (HHI_{2022}=1.159). Segue un andamento simile la quota di mercato detenuta dalle prime 4 aziende (C_4=62%), mentre quella delle prime 8 aziende è del 70,1%. In questo mercato il Prosecco DOCG presenta le performances migliori rispetto alla concorrenza degli altri spumanti per quanto riguarda il valore e il volume.

(Appendice 4.07)

→ **Federazione russa**

Tra il 2021 e il 2022, il mercato russo ha visto un incremento del 3,2% nelle importazioni, rappresentando il 2,9% delle importazioni mondiali di vini spumanti.

Nel 2022, per quanto riguarda nello specifico lo Spumante DOCG, le esportazioni verso la Russia hanno registrato un certo decremento rispetto al 2021 sia in valore (-11%) che in volume (-18,1%). Esse si sono attestate a 6,7 milioni di euro e 1,2 milioni di bottiglie, con un aumento in termini di prezzo unitario che ora si attesta intorno ai 5,74 euro a bottiglia (+8,7% rispetto al 2021).

Analizzando il medio periodo 2010-2022, è possibile osservare che il volume delle esportazioni destinato a questo mercato ha fatto registrare un +220,4%.

Nell'ultimo anno, il numero delle imprese presenti in Russia, pari a 45 (21,5% del totale) è aumentato rispetto al 2021 (+1 unità). L'indice di concentrazione delle esportazioni ha subito una forte riduzione arrivando a 487 unità (-581 unità rispetto al 2021). In diminuzione risultano anche gli indici che contraddistinguono la quota di mercato detenuta dalle prime 4 aziende, arrivata al 37,8%, e diminuisce leggermente anche la quota detenuta dalle prime 8 aziende che risulta pari al 57,7%.

Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG registra un leggero calo sia in termini di valore che di volume. Tuttavia, vede un incremento nel prezzo medio a bottiglia, seguendo un trend simile a quello di Champagne e Asti Spumante. In contrasto, invece, la performance del Cava che è nettamente in forte crescita

(Appendice 4.08)

→ **Paesi mitteleuropei e baltici[4]**

I Paesi mitteleuropei e baltici rappresentano il 3,5% delle importazioni mondiali di vini spumanti, valore analogo rispetto al 2021, dopo una crescita del 20,3% del valore delle importazioni rispetto al 2021.

(4) Essa è rappresentata dai seguenti Paesi: Lettonia, Polonia, Lituania, Estonia, Repubblica Ceca e Repubblica Slovacca.

I quantitativi di Spumante DOCG commercializzati diminuiscono in valore fino ad arrivare a 7,5 milioni di euro ed in volume a 1,3 milioni di bottiglie. Tali dati rappresentano, quindi, una diminuzione rispettivamente del 36,4% in valore e del 38,7% in volume, seppur con un aumento nel prezzo medio di vendita del prodotto che si attesta intorno ai 5,68 euro a bottiglia (+3,9% rispetto al 2021).

Le imprese spumantistiche esportatrici sono aumentate, arrivando a 87 unità (41,6% del totale). Per quanto riguarda invece l'indice di concentrazione, è avvenuto un forte calo rispetto al 2021 (HHI_{2022}=317), così come è avvenuto per la quota di mercato detenuta dalle prime 4 (C_4=31,0%) e 8 imprese (C_8=40,7%).

Si osserva infine che, in questa area di mercato che aveva mostrato risultati lusinghieri nell'ultimo quadriennio, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha manifestato una minore competitività.

(Appendice 4.09)

→ **Paesi adriatico - danubiani[5]**

Nel 2022 i Paesi adriatico - danubiani hanno assorbito circa l'1,8% delle importazioni mondiali di vini spumanti, con una quota leggermente in calo rispetto all'anno precedente.

(5) Essa comprende i seguenti mercati: Grecia, Ucraina, Romania, Croazia, Cipro, Ungheria, Bulgaria, Slovenia, Serbia, Montenegro, Albania, Moldavia, Bosnia-Erzegovina, Macedonia e Kosovo.

Seguendo l'andamento del mercato complessivo degli spumanti, gli acquisti di Spumante DOCG hanno registrato un decremento, rispetto al 2021, del 9,5% in valore delle vendite e del 15,1% in volume. In termini assoluti, l'esportazione verso questi paesi si è quindi fermata a 6.9 milioni di euro con un volume pari a 1,2 milioni di bottiglie e un prezzo unitario di 6,01 euro, maggiore rispetto al 2021.

Dal 2014 al 2022 il numero delle bottiglie di vino esportate nei Paesi adriatico-danubiani è tuttavia cresciuto di quasi sette volte e le riduzioni del 2022 potrebbero essere un rimbalzo tecnico. Nel 2022 sono state attive 69 aziende (33% del totale). Ciò ha portato a registrare un forte decremento dell'indice di concentrazione HHI che risulta pari, per il 2022, a 455 (-334 unità rispetto al 2021) e degli indici di concentrazione delle prime 4 e 8 imprese, rispettivamente pari a 33,9% e 45,2%.

Rispetto all'anno precedente, lo Spumante DOCG non ha mostrato una crescita significativa, diversamente da quanto registrato in passato. Analogamente i suoi principali concorrenti non hanno evidenziato performance in crescita, con l'eccezione dello Champagne che ha mostrato risultati molto positivi.

(Appendice 4.10)

→ Altri Paesi europei[6]

L'insieme degli altri Paesi europei rappresenta una quota modesta del mercato dei vini spumanti (2,3%), che è leggermente in calo rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda lo Spumante DOCG, nel 2022, il valore della produzione commercializzata è stato di 6,5 milioni di euro, con un volume di poco più di 1,1 milione di bottiglie ed un prezzo medio di 5,73 euro a bottiglia. Rispetto all'anno precedente si è verificato un aumento sia per quanto riguarda il valore (+10,2%) sia per il volume (+2,4%), mentre il valore unitario è aumentato del 7,6%.

In linea con quanto avvenuto nel 2021,le aziende presenti in questi Paesi sono ulteriormente cresciute di numero; nel 2022 queste erano 74 (35,4% del totale). L'indice di concentrazione ha subito quindi un leggero decremento arrivando a essere pari a 506, così come anche la quota detenuta dalle prime 4 aziende pari a 39,7% e quella detenuta dalle prime 8 pari a 49,6%. Su quest'area di mercato il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG registra buone performances, analoghe a quelle dell'Asti Spumante, in aumento sia in termini di valore che volume, così come per il prezzo medio.

(6) L'area si riferisce ai seguenti mercati: Spagna, Portogallo, Irlanda e Malta. Ad essi, sono stati equiparati ai Paesi dell'UE, Liechtenstein e Città del Vaticano.

(Appendice 4.**11**)

→ Francia

Nonostante la tradizione storica di esportatore di spumante, anche questo Paese detiene una quota non marginale sul flusso di importazione globale di spumanti (1,5%), valore che nel 2022 è rimasto invariato rispetto al 2021.

Nel 2022 le importazioni di Spumante DOCG appaiono diminuite rispetto al 2021: i volumi venduti sono di circa 248 mila bottiglie (-38% rispetto al 2021) per un valore di 1,35 milioni, in diminuzione del 32,7% rispetto all'anno precedente. Nonostante la diminuzione in termini di volume e valore, il numero di imprese esportatrici di Spumante DOCG nel mercato francese è aumentato raggiungendo le 62 unità (29,7% del totale).

Nel 2022, sono diminuiti l'indice di concentrazione, che si attesta pari a 770, e le quote detenute dalle prime 4 (C_4= 38%) e 8 aziende (C_8=52,2%). Sul mercato francese si conferma una regressione competitiva del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG rispetto alle posizioni di Asti Spumante e Cava.

(Appendice 4.**12**)

ANNO 2022			Var. % 2022 su 2021		Var. % 2022 su 2010	
Mercato	**Volume** (bottiglie)	**Valore** (milioni €)	Valore	Volume	Valore	Volume
Regno Unito	10.297.671	55,86	11,3%	7,0%	1090,4%	786,5%
Germania	8.068.998	50,71	7,2%	5,8%	43,6%	3,3%
Svizzera	6.311.051	33,44	6,9%	2,5%	105,1%	81,1%
Austria	3.201.568	17,28	43,2%	34,5%	120,3%	87,4%
Stati Uniti	3.013.198	16,98	30,8%	21,1%	9,0%	-10,6%
Canada	1.691.027	9,73	86,4%	71,8%	85,6%	76,8%
Benelux	1.754.925	9,31	-10,2%	-13,0%	93,0%	71,2%
Paesi mitteleuropei baltici	1.322.195	7,51	-36,4%	-38,7%		
Scandinavia	1.259.897	7,06	-21,9%	-16,0%	160,2%	112,8%
Paesi adriatico-danubiani	1.154.833	6,94	-9,5%	-15,1%		
Russia	1.167.569	6,70	-11,0%	-18,1%	467,7%	220,4%
Altri paesi europei	1.136.497	6,51	10,2%	2,4%		

Tab. 6 – Spumanti DOCG*: dinamiche dell'export a Volume e Valore verso le principali destinazioni
Fonte: C.I.R.V.E. Conegliano, 2023 – Valoritalia, 2023 *Il dato comprende lo Spumante DOCG e il Rive DOCG

→ Australia & Nuova Zelanda

Australia e Nuova Zelanda insieme rappresentano il 3,3% delle importazioni mondiali dei vini spumanti, a seguito di una crescita delle loro importazioni pari al 3,7%. Per quanto riguarda i risultati riportati dallo Spumante DOCG, il 2022 è caratterizzato da un calo delle vendite in termini di valore (-16,5% rispetto al 2021) e in volume (-19,5% rispetto al 2021). Le importazioni di Spumante DOCG nell'area sono state pari a circa 760 mila bottiglie per un valore di 3,9 milioni di euro e un prezzo medio di 5,10 euro a bottiglia, in aumento del 3,7% sul 2021.

Ciononostante, i due Paesi oceanici nel 2022 arrivano ad occupare la tredicesima posizione nella classifica degli importatori dello Spumante DOCG, per volumi di spumante importati. Nel 2022, il numero di imprese spumantistiche attive in questo mercato è leggermente diminuito rispetto al 2021 raggiungendo le 44 unità (circa il 21,1% del totale). Ciononostante, il trend di crescita viene confermato sul lungo periodo: dal 2008 al 2021 il numero di aziende è più che raddoppiato.

Sia l'indice di concentrazione che la quota delle prime 4 imprese hanno registrato una crescita rispetto al 2021 (rispettivamente HHI_{2022}=1.281; C_4-2022=56,6%), mentre la quota delle prime 8 imprese è leggermente diminuita (C_8-2022=66,4%). Rispetto all'anno precedente, in quest'area, lo Spumante DOCG registra un calo delle performance sia in termini di volume che di valore.

Nuovi importatori[7]

(7) I nuovi importatori sono mercati nuovi con cui le imprese esportatrici di Spumante DOCG stanno sviluppando nuove relazioni.

(Appendice 4.**13**)

→ Scandinavia[8]

La Scandinavia riceve il 5,4% delle importazioni mondiali di vini spumanti, che risultano in crescita del 10,1% in valore rispetto al 2021; questa area continua a rappresentare uno sbocco di importanza crescente per i vini spumanti. Nel 2022, però, lo Spumante DOCG ha visto una diminuzione delle spedizioni del 21,9% in valore e del 16% in volume, con un prezzo medio di circa 5,60 euro a bottiglia (-7,1%). Tuttavia nel lungo periodo (2003-2022), il mercato scandinavo dello Spumante DOCG ha saputo cogliere le opportunità di sviluppo dei consumi dei vini spumanti, facendo registrare buone performances di crescita. Ciò consente alla Scandinavia di mantenere la nona posizione nella classifica dei mercati di destinazione delle bottiglie di Spumante DOCG.

(8) Comprende i seguenti mercati: Danimarca, Finlandia, Islanda, Norvegia, Svezia, Groenlandia.

Le imprese esportatrici di Spumante DOCG aumentano nel 2022 raggiungendo le 59 unità (28,2% del totale), valore peraltro più che raddoppiato rispetto al 2008 grazie all'ingresso di aziende di medie e molto grandi dimensioni. Si è registrata anche una leggera diminuzione dell'indice di concentrazione delle esportazioni (HHI) arrivando ad un valore pari a 2.645. Diminuisce lievemente anche la quota delle prime 4 imprese (C_4=64,6%), così come diminuisce leggermente la quota detenuta dalle prime 8 (C_8=70,3%). A differenza degli anni precedenti, lo Spumante DOCG registra performances decrescenti, sia in termini di volume, che di valore, che di prezzo medio.

(Appendice 4.**14**)

→ Giappone

Anche nel 2022 il Giappone registra un aumento del valore delle importazioni di spumanti, più elevato rispetto alla media del mercato (+28,2%), il che spinge la sua quota sulle importazioni mondiali in valore al 7,9%. Relativamente alle importazioni di Spumante DOCG, quest'area si colloca, per importanza, in quattordicesima posizione, salendo la classifica di una posizione rispetto all'anno precedente. Dall'analisi del mercato emerge che lo Spumante DOCG si attesta nel 2022 ad un valore di circa 2,7 milioni di euro, in notevole aumento rispetto all'anno precedente (+57,6%), per un volume, ugualmente in crescita, di circa 407 mila bottiglie (+47,4%). Stesso andamento segue il prezzo medio che raggiunge valori attorno ai 6,61 euro a bottiglia (+6,9% rispetto al 2021).

Considerando il lungo periodo (2003-2022), le esportazioni sono state soggette ad un andamento decrescente che si è interrotto solo nel 2020, per poi ritornare a diminuire nel 2021, con una riduzione del 33% rispetto al 2003. Nel 2022 si è ripreso un andamento di crescita.

Riguardo le aziende presenti nel mercato giapponese, sono state registrate 43 unità (20,6% del totale), in numero leggermente inferiore rispetto al 2021, con una prevalenza di imprese medio-grandi. A seguito della diminuzione del numero delle imprese presenti nel mercato, l'indice HHI_{2022}, pari a 1.339, ha registrato una crescita rispetto al 2021. Aumentano pure la quota detenuta dalle prime 4 aziende e quella detenuta dalle prime 8 imprese. A differenza del 2021, lo Spumante DOCG registra performances nettamente migliori rispetto agli altri competitor.

(Appendice 4.**15**)

→ Sud-Est asiatico[9]

I Paesi del Sud-Est asiatico rappresentano il 4,8% delle importazioni mondiali dei vini spumanti, quota analoga rispetto al 2021. A differenza del mercato generale di spumanti, però, nel 2022 lo Spumante DOCG registra un aumento delle vendite nel Sud-Est asiatico: +6,3% in valore e +1,1% in volume, arrivando ad un valore di poco più di 1,6 milioni di euro e ad un volume di poco superiore le 252.000 bottiglie, con un prezzo medio di 6,45 euro a bottiglia (+5,2% sul 2021). Complessivamente, nel medio periodo (2012-2022), si registra un incremento dei volumi di bottiglie vendute pari al 157%. Il numero delle aziende che esportano nel Sud-Est asiatico arriva nel 2022 a 30 unità (14,4% del totale), mentre restano piuttosto stabili l'indice di concentrazione (HHI_{2022}=909) e la quota detenuta dalle prime 4 e 8 aziende (C_4=51,6% e C_8=61,9%). Anche in questo mercato, lo Spumante DOCG registra performances in miglioramento in termini di volume, valore e prezzo medio ma non allo stesso livello di quelle degli altri principali esportatori di vini spumanti.

(**9**) La regione del Sud-Est asiatico annovera i seguenti Paesi: Singapore, Tailandia, Malesia, Filippine, Indonesia, Vietnam, Cambogia, Laos, Timor Est, Brunei, Birmania.

(Appendice 4.**16**)

→ Cina & Hong Kong

La quota delle importazioni di spumante assorbita nel 2022 dalla Cina e da Hong Kong è pari al 2,3% del totale mondiale, in decremento rispetto all'anno precedente, a causa di un significativo calo in termini di valore (-10,4%). In linea con tale decremento, come destinazione dello Spumante DOCG, quest'area nel 2022 presenta una riduzione in termini di valore degli acquisti (-62,9% sul 2021) e di volume (-65,4% sul 2021), importando circa 60.000 bottiglie con un prezzo medio di circa 6,24 euro (+7,2%).

Le imprese attive in Cina e Hong Kong sono diminuite fino a 31 unità (14,8% del totale) rispetto all'anno precedente quando se ne contavano 41. Subisce pertanto un aumento l'indice HHI che nel 2022 arriva a 550 unità. Tale trend, seppur con variazioni di minor entità, si registra anche per la quota detenuta dalle prime 4 e dalle prime 8 imprese, che arrivano a valori rispettivamente di 35% e 59,2%. Nel mercato degli spumanti cinese e di Hong Kong, nel 2022, lo Spumante DOCG registra performances inferiori rispetto alla concorrenza delle altre bollicine; queste ultime, comunque, sono tutte in diminuzione.

(Appendice 4.**17**)

→ Brasile

Il Brasile, nel 2022, ha mostrato nel complesso un aumento per quanto riguarda le importazioni dei vini spumanti (+26,6%), attestandosi ad una quota in valore di 0,3% sulle importazioni mondiali, invariata rispetto all'anno precedente. Per quanto riguarda lo Spumante DOCG, il Brasile si qualifica come ventunesima destinazione, presentando un valore di quasi 190 mila euro (-43,6% sul 2021), con un volume di 32 mila bottiglie (-50% rispetto al 2021). Aumenta invece il prezzo medio di vendita, che si attesta a 5,90 euro a bottiglia (+12,9% sul 2021). Nel 2022, il numero delle aziende è aumentato leggermente raggiungendo le 9 unità e di conseguenza ha subito un notevole decremento l'indice di concentrazione delle esportazioni rispetto al 2021 (HHI_{2022}=2.247). Anche la quota di mercato detenuta dalle prime 4 aziende è diminuita leggermente rispetto all'anno precedente. In questo Paese, nonostante i buoni risultati in termini di prezzo medio, lo Spumante DOCG continua a registrare una regressione delle performance.

(Appendice 4.**18**)

→ Altri Paesi dell'America Latina[10]

Questi 37 Paesi latino-americani (escludendo il Brasile) nel 2022 rappresentano il 2,2% delle importazioni mondiali dei vini spumanti, con un aumento in valore del 201,7% rispetto all'anno precedente. In merito alle esportazioni dello Spumante DOCG, quest'area acquisisce posizioni anche quest'anno, affermandosi al quindicesimo posto.

Nel 2022, i Paesi dell'America latina hanno registrato un aumento delle vendite di Spumante DOCG rispetto al 2021, raggiungendo un valore di 2,1 milioni di euro, in aumento del 44,4% rispetto al 2021, un volume di 341.260 bottiglie (+37%) e un valore unitario che si attesta intorno ai 6,05 euro a bottiglia (+5,4%). Nel periodo che va dal 2010 al 2022, c'è stato un aumento del 45% nel volume di bottiglie vendute e dell' 85% in valore. Nonostante ciò, il numero delle aziende presenti in quest'area diminuisce fino a 21, circa il 10% di quelle totali; mentre aumenta l'indice di concentrazione HHI_{2022}=1.527 (+648 punti). Nel mercato di questi Paesi, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha registrato performances molto positive, simili a quelle del Cava. Tuttavia, è stato meno performante rispetto a Champagne e Asti Spumante, che nel 2022 hanno registrato una crescita maggiore sia in termini di volume che di valore.

(**10**) La compagine degli altri Paesi dell'America Latina (escluso il Brasile) comprende: Messico, Cile, Repubblica Dominicana, Colombia, Panama, Perù, Ecuador, Costa Rica, Venezuela, Argentina, Paraguay, Isole Cayman, Bahamas, Isole Curacao, Guatemala, Aruba, Trinidad e Tobago, Giamaica, Isole Turks e Caicos, Bermuda, Barbados, Uruguay, Haiti, El Salvador, Cuba, Honduras, Santa Lucia, Antigua e Barbuda, Isole Vergini Britanniche, Nicaragua, San Vincenzo e Grenadine, Bolivia, Suriname, St. Kitts e Nevis, Grenada, Dominica, Guyana.

(Appendice 4.**19**)

→ Altri Paesi asiatici[11] e dell'Africa

I Paesi dell'Asia non precedentemente analizzati e quelli dell'area africana sono stati inclusi in un unico gruppo certamente molto eterogeneo, tuttavia utile per cogliere le tendenze evolutive di alcuni mercati di modesta dimensione che potrebbero però avere delle potenzialità nel medio periodo. Nel novero dei mercati di esportazione dello Spumante DOCG, questi Paesi perdono posizioni arrivando alla ventiduesima, a causa di ulteriori decrementi in valore che scende a 182 mila euro (-44,4% sul 2021) per un volume di 29 mila bottiglie vendute (-47,8% sul 2021), e un aumento sul prezzo medio di 6,39 euro a bottiglia (+6,4% sul 2021). Il numero delle aziende presenti in quest'area è pari a 7 (6 in meno rispetto all'anno precedente), rappresentate esclusivamente da aziende di dimensioni molto grandi. L'indice di concentrazione delle esportazioni diminuisce rispetto al 2021 (HHI_{2022}=1.515), così come la quota delle prime 4 aziende. Rispetto ai principali player internazionali, lo Spumante DOCG non ha raggiunto grandi performances in valore, volume e valore unitario.

(**11**) Gli altri Paesi asiatici (esclusi Cina e Hong Kong) comprendono: Taiwan, Corea del Sud, Kazakistan, Sri Lanka, Azerbaigian, Georgia, Armenia, Turkmenistan, Kirghizistan, Uzbekistan, Nepal.

(Appendice 4.**20**)

→ Penisola arabica[12]

All'interno del grande gruppo dei nuovi importatori è interessante osservare l'andamento delle importazioni dei Paesi della Penisola arabica. Questi Paesi, nonostante le limitazioni al consumo imposte dalla religione, nell'ultimo anno hanno riportato un valore pari a 709 mila euro ed un volume di 105 mila bottiglie, in forte aumento rispetto all'anno precedente (rispettivamente +223,9% e +212,6% rispetto al 2021). Le aziende presenti in questo mercato sono 5 e tutte di dimensioni molto grandi. Nel 2022 è cresciuto l'indice di concentrazione HHI, che si attesta pari a 2.239, mentre è scesa la quota detenuta dalle prime 4 aziende.

(**12**) La Penisola arabica comprende: Emirati Arabi Uniti, Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Arabia Saudita, Yemen.

(Appendice 4.**21**)

→ Nigeria e Sudafrica

Anche nel 2022 Sudafrica e Nigeria mostrano tendenze completamente divergenti. Se infatti il Sudafrica presenta un aumento dei volumi e dei valori, con una crescita del 4,3% sul 2021, per un totale di circa 276 mila euro (+6,8%), la Nigeria presenta un azzeramento delle sue importazioni. L'andamento è del tutto contrario rispetto a quello dell'annata precedente, in cui il Sudafrica presentava un calo sia in volume che in valore, contrariamente alla Nigeria che invece aveva mostrato un aumento del valore e del volume delle importazioni.

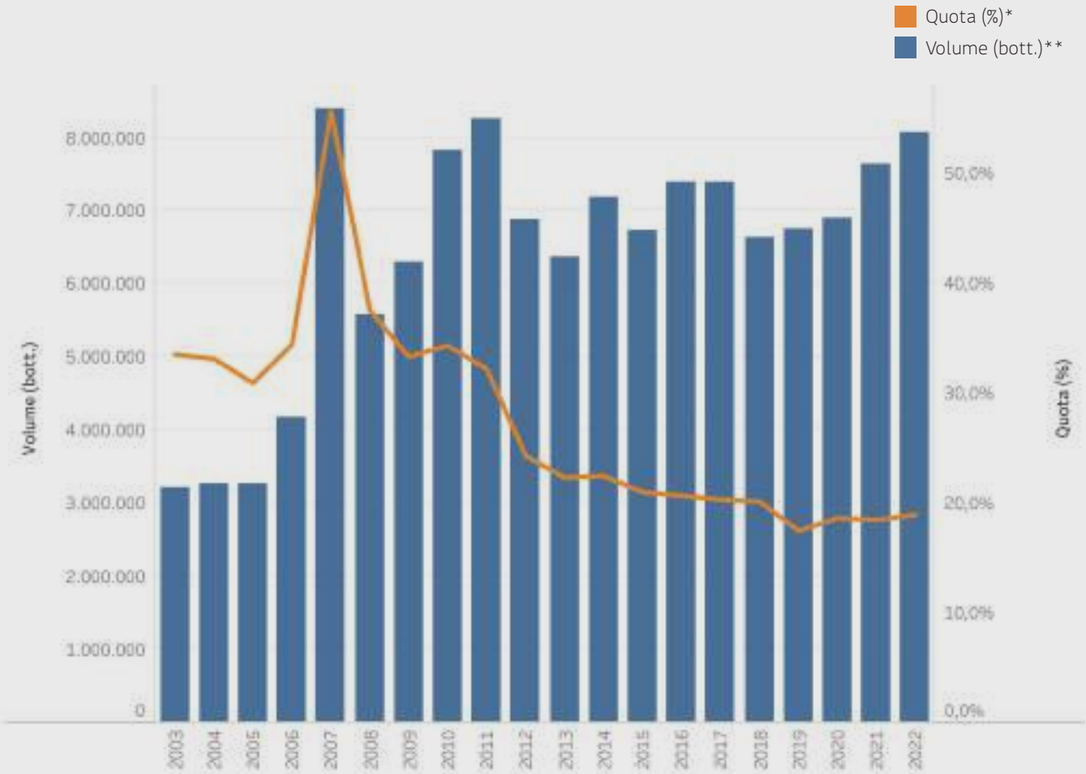
(Appendice 4.**22**/**23**)

	ANNO 2022		Var. % 2022 su 2021		Var. % 2022 su 2010	
Mercato	**Volume** (bottiglie)	**Valore** (milioni €)	Valore	Volume	Valore	Volume
Australia & Nuova Zelanda	759.164	3,87	-16,5%	-19,5%	425,6%	316,6%
Giappone	407.213	2,69	57,6%	47,4%	32,9%	19,2%
Altri Paesi America Latina	341.260	2,07	44,4%	37,0%	84,5%	45,2%
Sud-est asiatico	251.563	1,62	6,3%	1,1%		
Francia	247.466	1,35	-32,7%	-38,0%		
Penisola arabica	105.103	0,71	223,9%	212,6%		
Cina & Hong Kong	60.160	0,38	-62,9%	-65,4%	-52,0%	-67,0%
Sudafrica	43.499	0,28	6,8%	4,3%		
Brasile	32.174	0,19	-43,6%	-50,0%	-84,1%	-88,9%
Altri Paesi asiatici & Africa***	28.496	0,18	-44,4%	-47,8%		

Tab. 7 – Spumanti DOCG*: dinamiche dell'export a Volume e Valore verso i nuovi importatori
Fonte: C.I.R.V.E. Conegliano, 2023 – Valoritalia, 2023

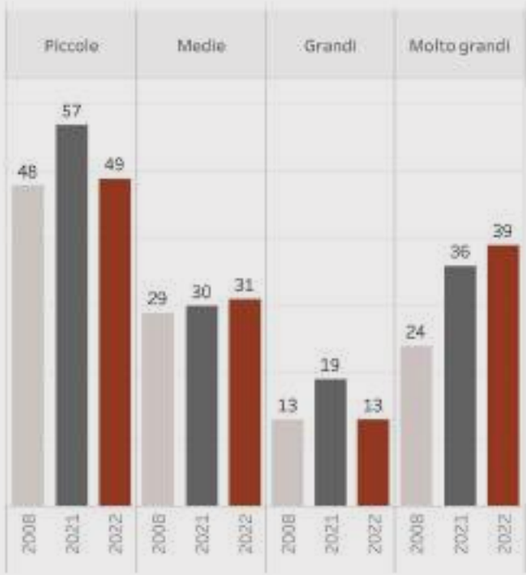
*Il dato comprende lo Spumante DOCG e il Rive DOCG

4.01 IMPORTATORI TRADIZIONALI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



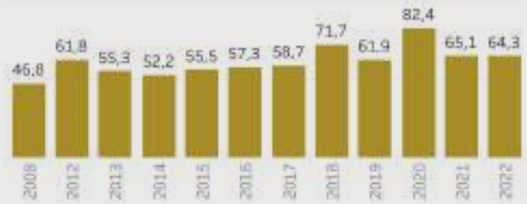
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

GERMANIA

HHI

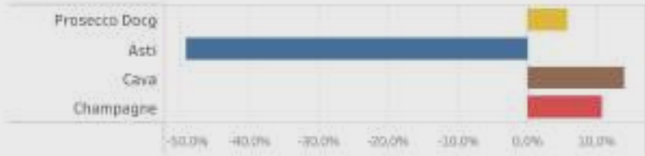
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

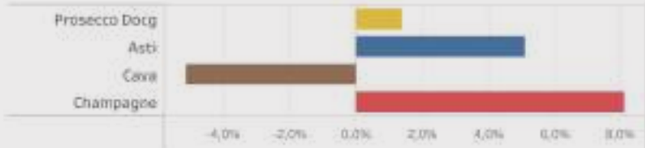


Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)

Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

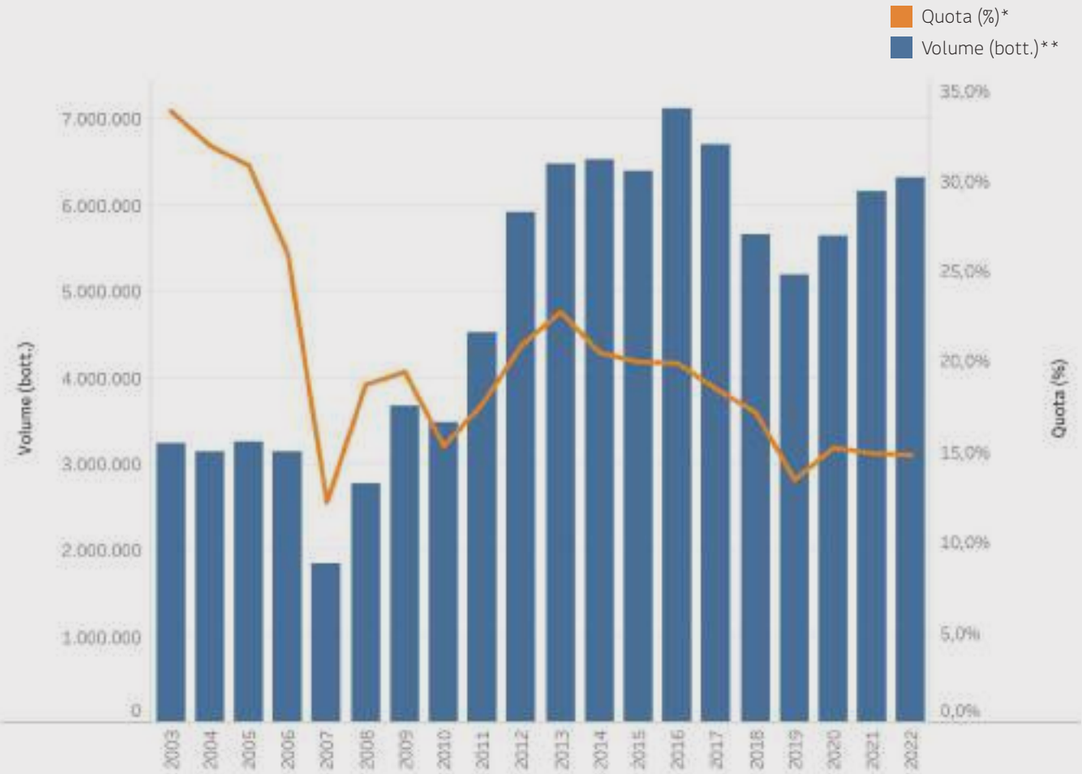
	2022
Popolazione totale (milioni)	84,1
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	1,79%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	21,8	22,6	3,7%
Spumante	3,4	3,7	8,8%

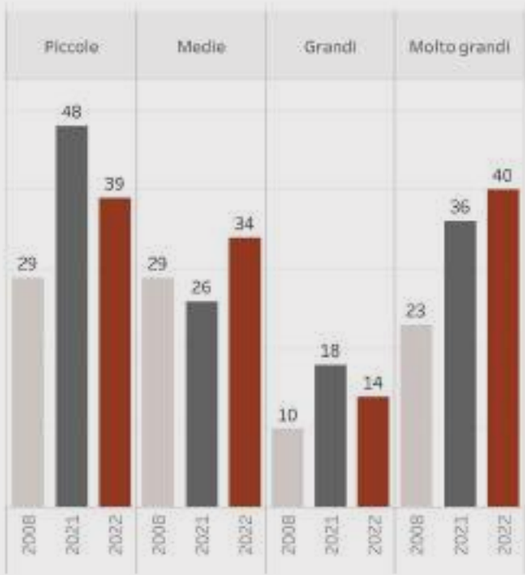
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.02 IMPORTATORI TRADIZIONALI



Numero esportatori totali

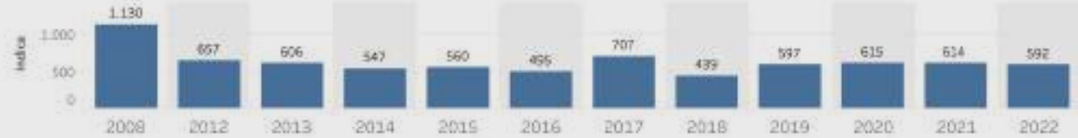
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

SVIZZERA

HHI



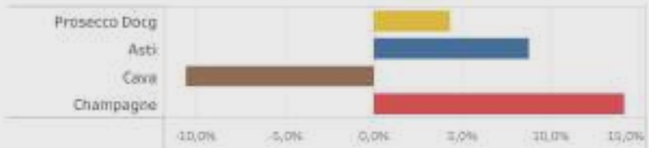
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

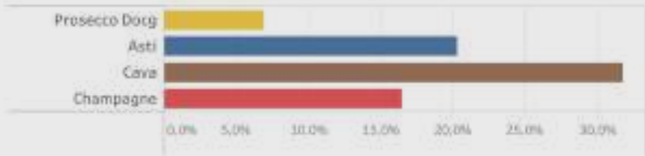
Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)

→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

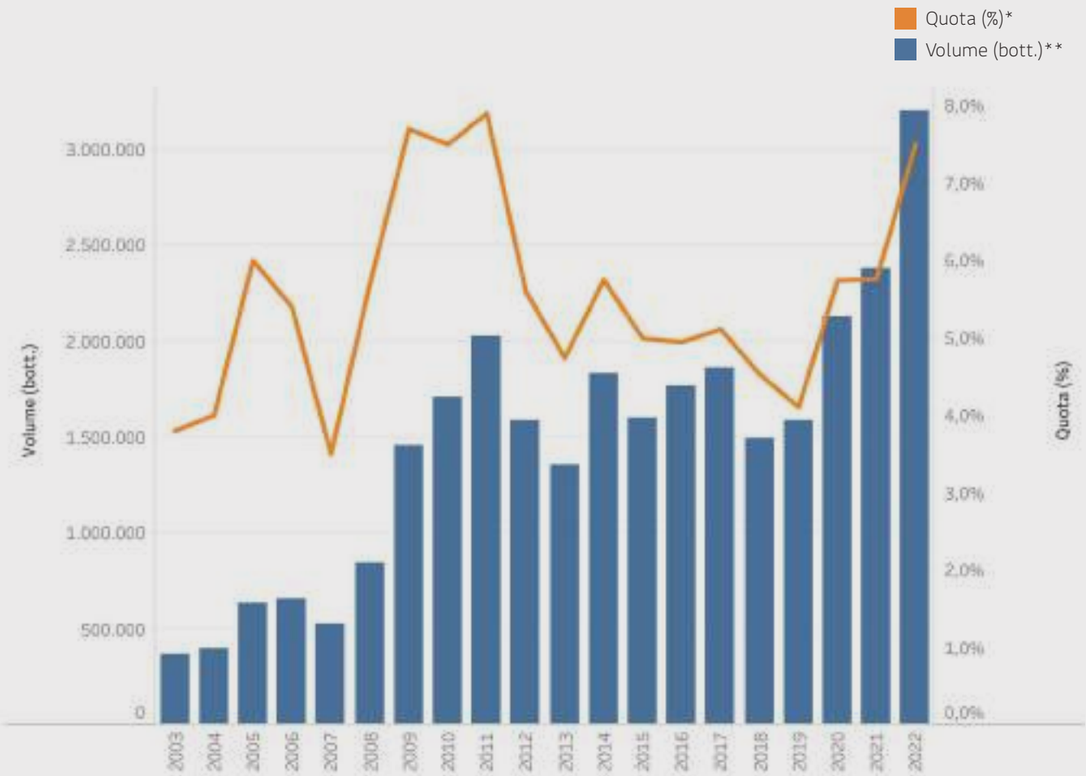
	2022
Popolazione totale (milioni)	8,8
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	2,06%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	28,3	29,8	5,3%
Spumante	2,1	2,4	14,3%

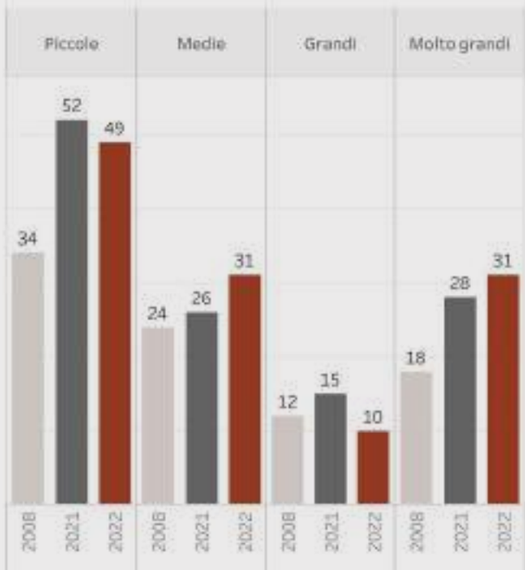
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.03 IMPORTATORI TRADIZIONALI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

AUSTRIA

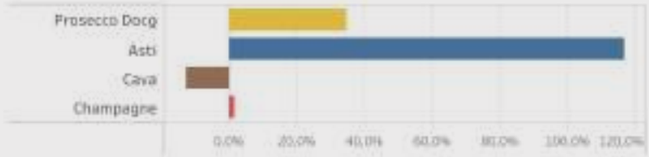
HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

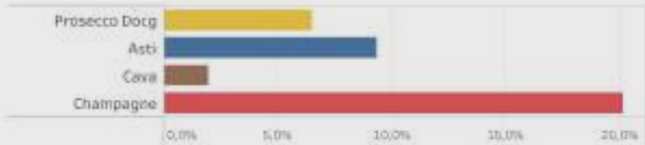
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

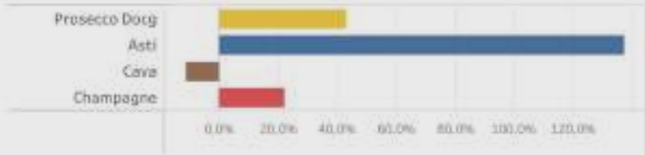
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

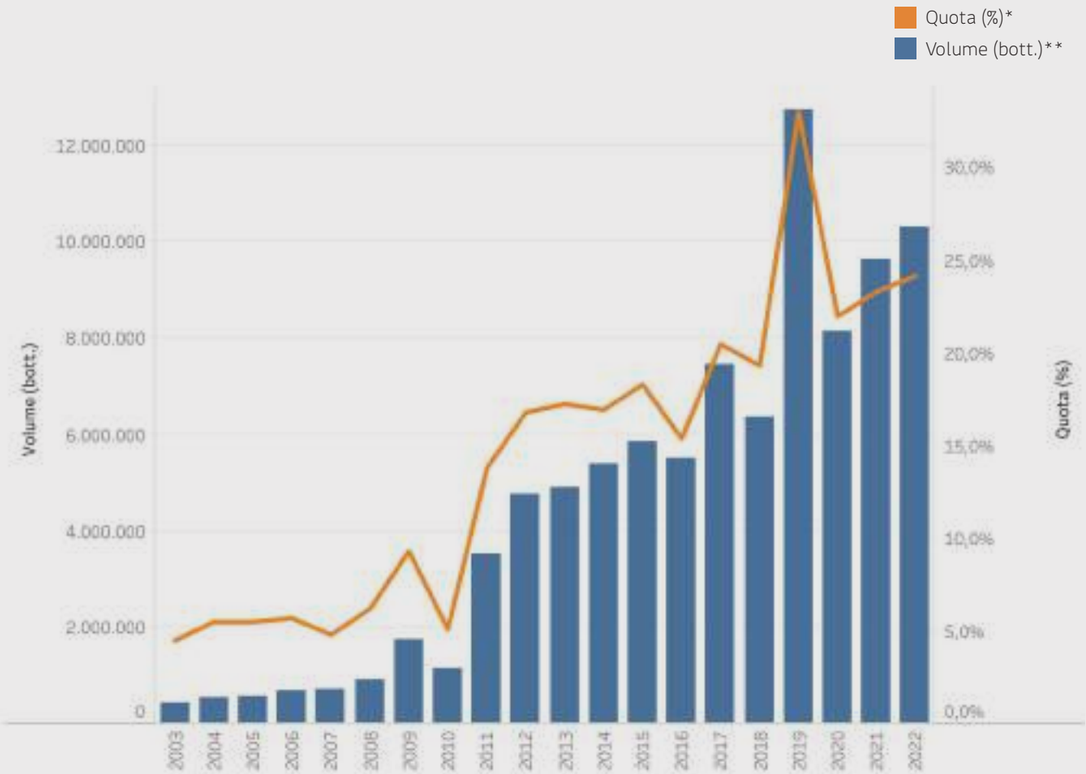
	2022
Popolazione totale (milioni)	9,0
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	4,5%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	23,8	24,1	1,3%
Spumante	2,7	2,8	3,7%

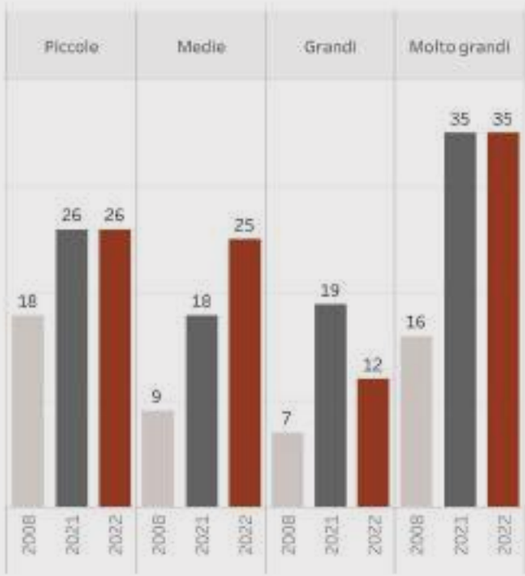
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.04 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali

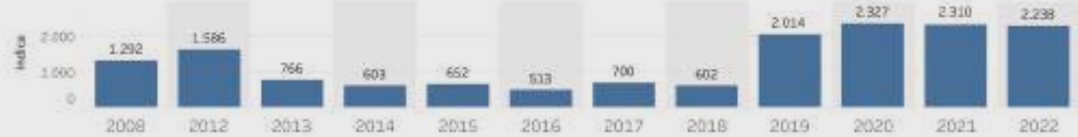
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

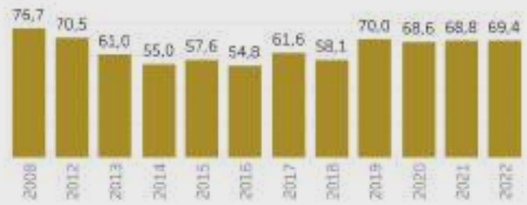
REGNO UNITO

HHI



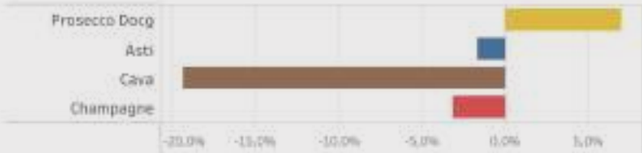
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

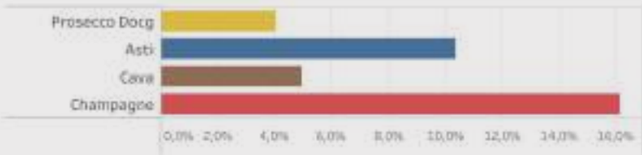


Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021))



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)

Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

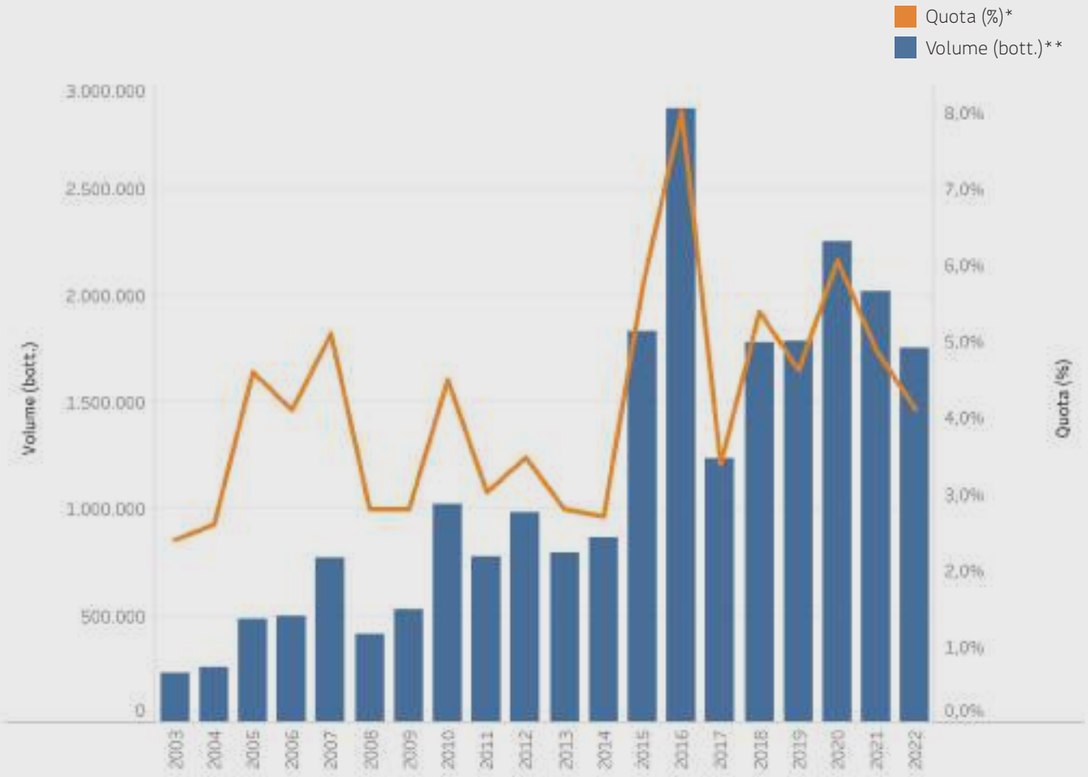
	2022
Popolazione totale (milioni)	67,0
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	4,1%

→ **Consumi pro capite**

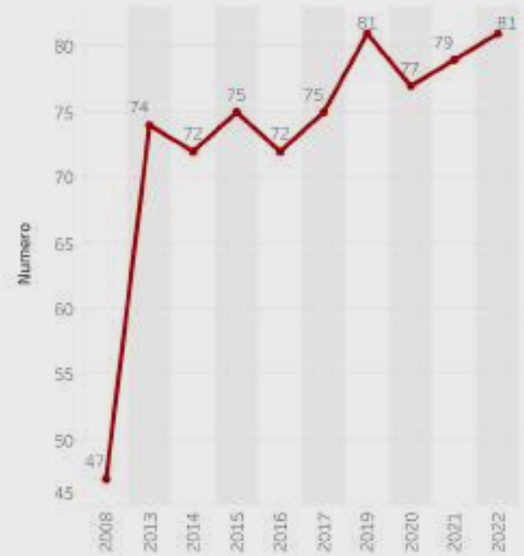
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	19,1	19,3	1,0%
Spumante	2,0	2,0	0,0%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

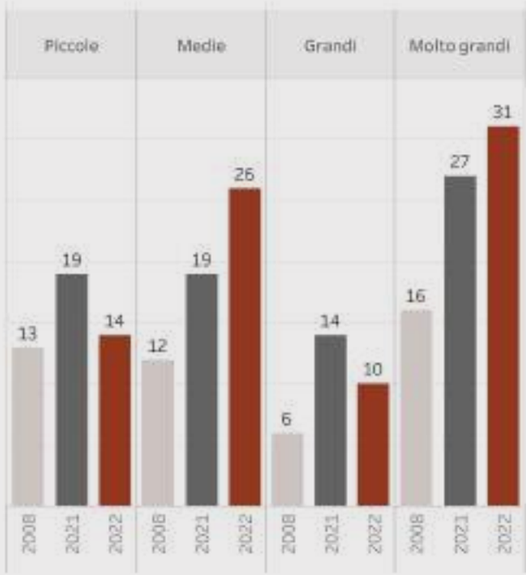
4.05 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali



Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

BENELUX

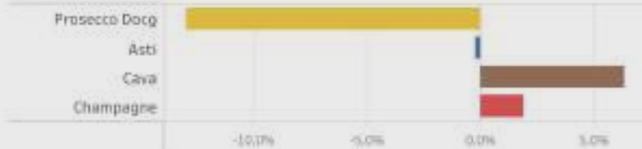
HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

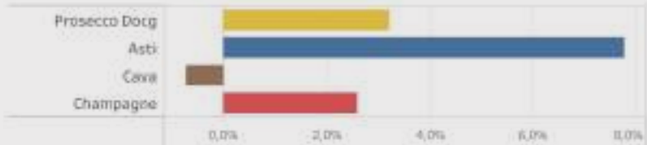
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)

Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

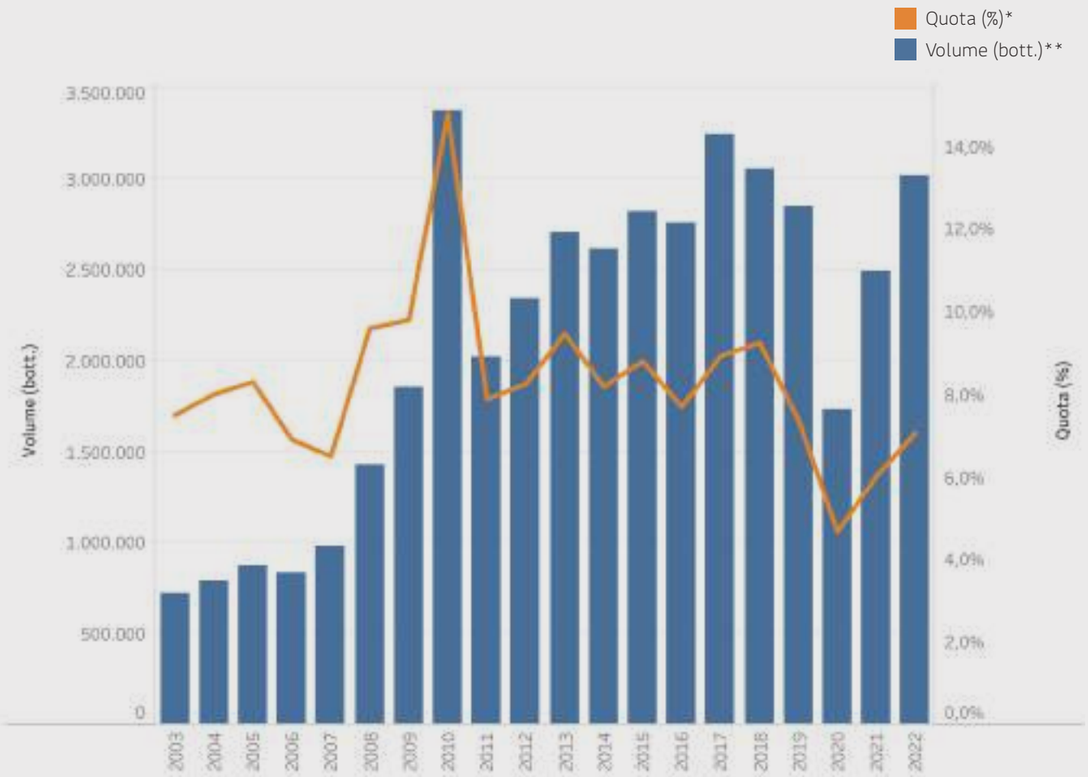
	2022
Popolazione totale (milioni)	30,0
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	3,94%

→ **Consumi pro capite**

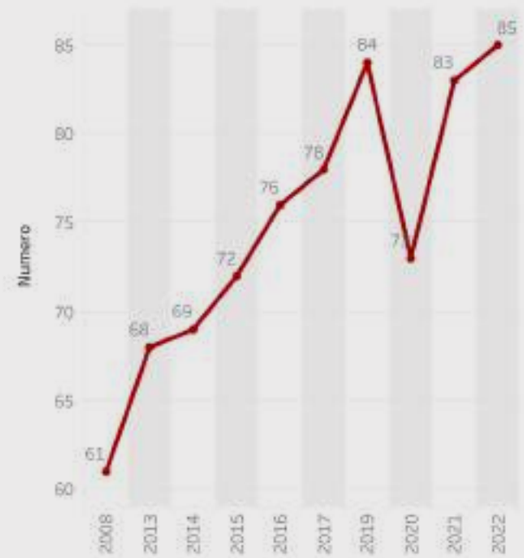
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	22,7377	23,3548	2,7%
Spumante	1,8472	1,8088	-2,1%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

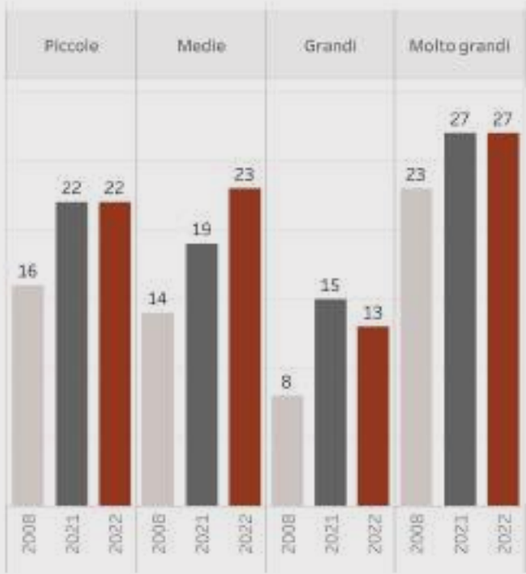
4.06 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali



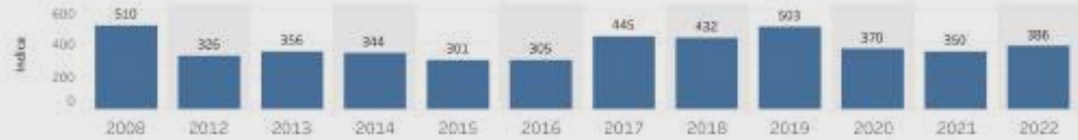
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

STATI UNITI

HHI

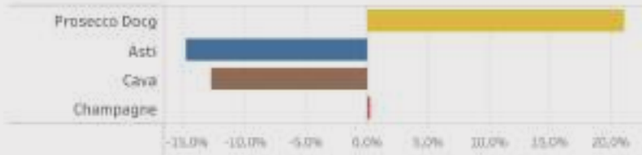


Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

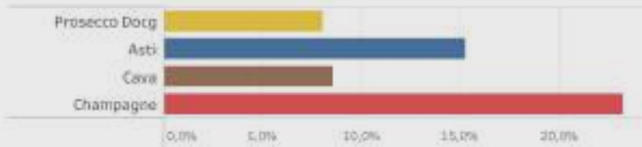
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

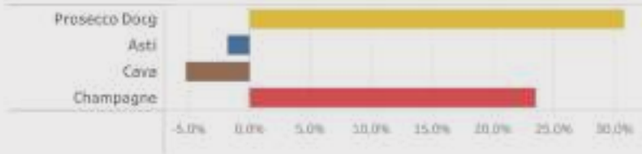
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

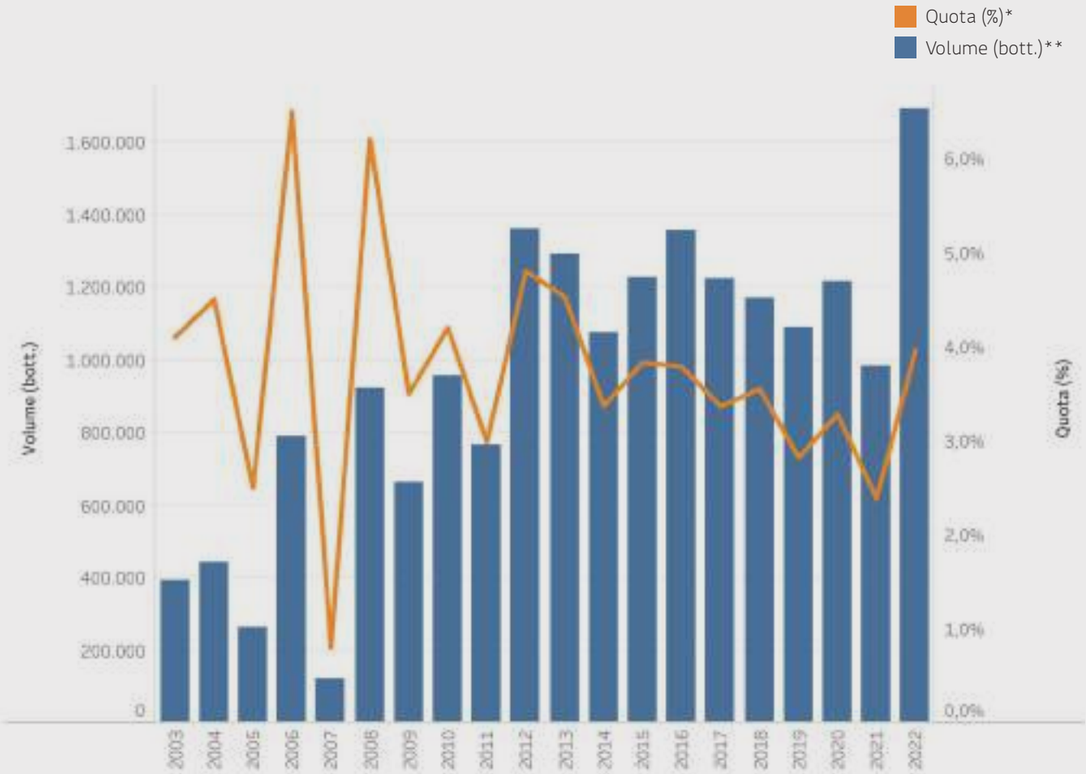
	2022
Popolazione totale (milioni)	333,3
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	2,06%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	10,6	9,5	-10,4%
Spumante	0,8	0,7	-12,5%

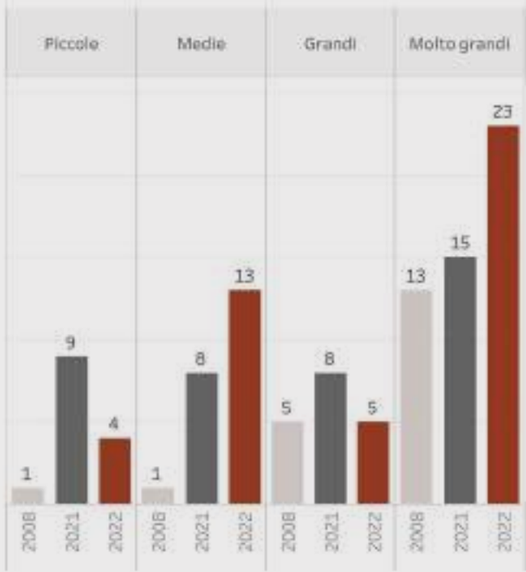
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.07 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



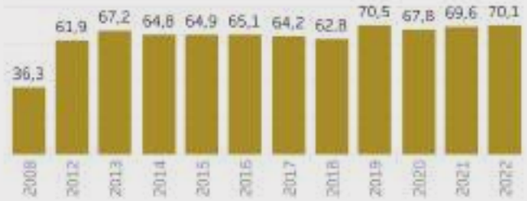
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

CANADA

HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

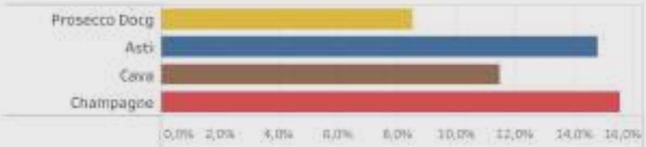
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)



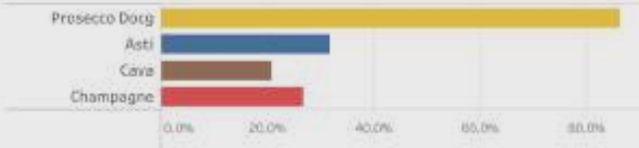
Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)

→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

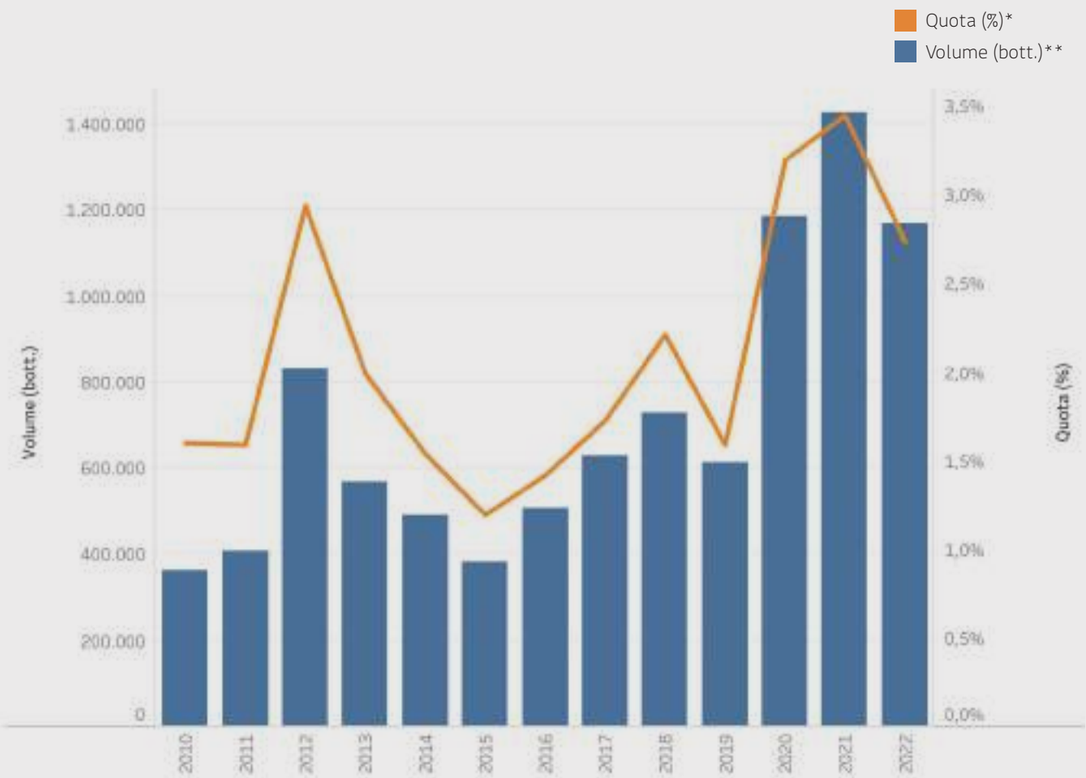
	2022
Popolazione totale (milioni)	38,9
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	3,4%

→ **Consumi pro capite**

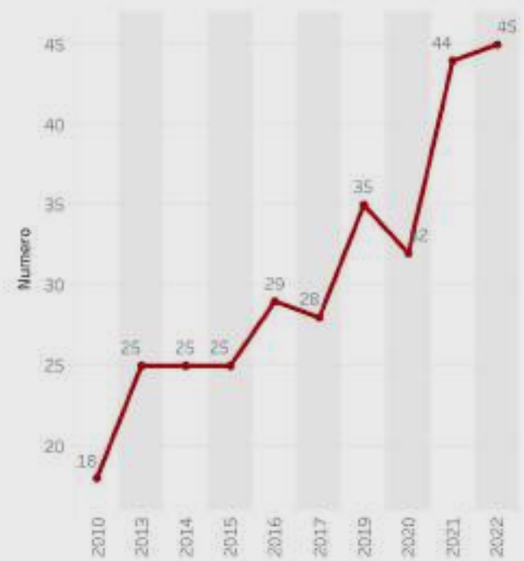
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	17,0	17,0	0,0%
Spumante	0,7	0,7	0,0%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

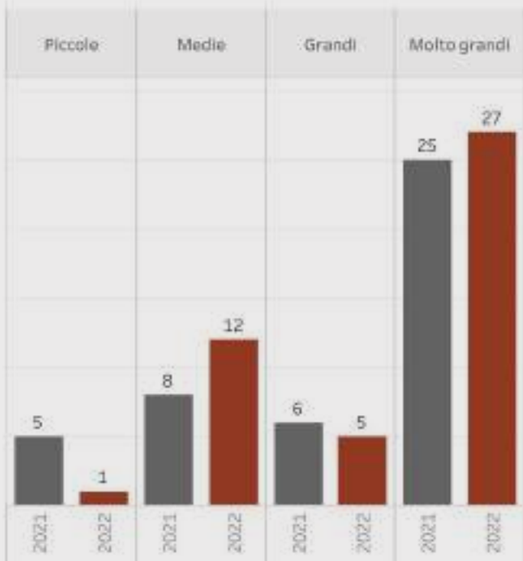
4.08 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali



Numero esportatori per dimensione***



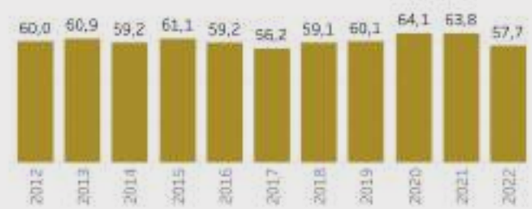
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

FEDERAZIONE RUSSA

HHI

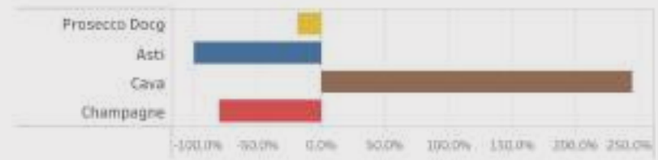
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

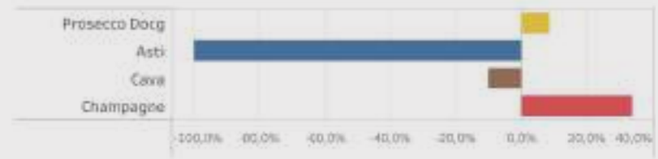


Competitività

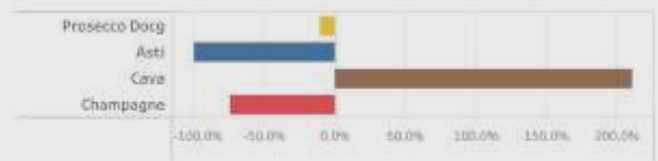
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

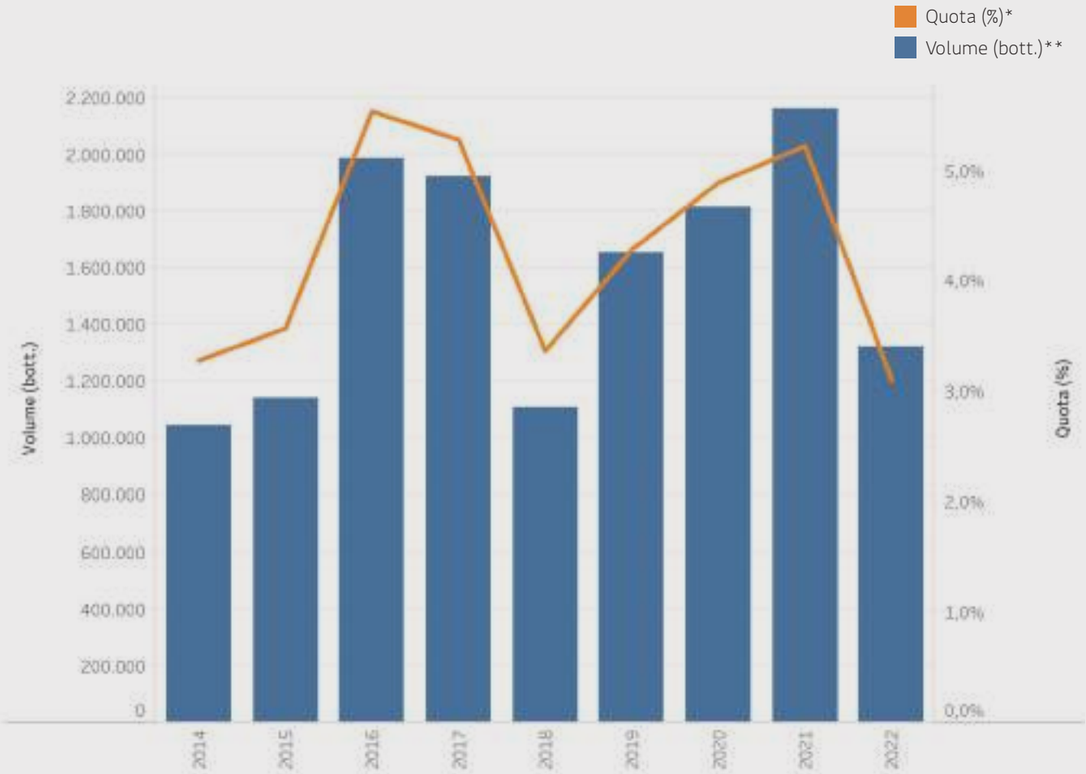
	2022
Popolazione totale (milioni)	143,6
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	-2,07%

→ **Consumi pro capite**

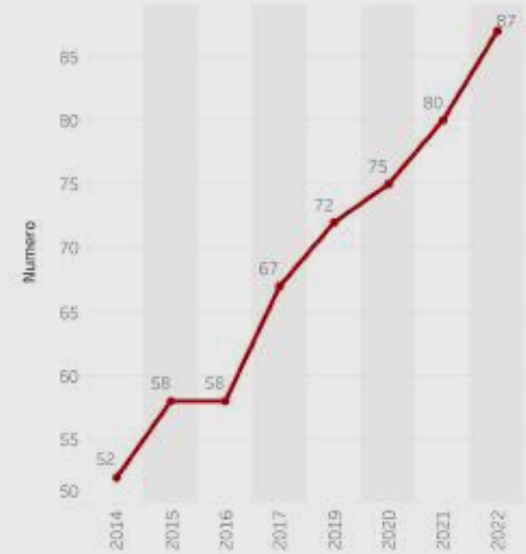
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	6,6	6,6	0,0%
Spumante	1,3	1,4	7,7%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

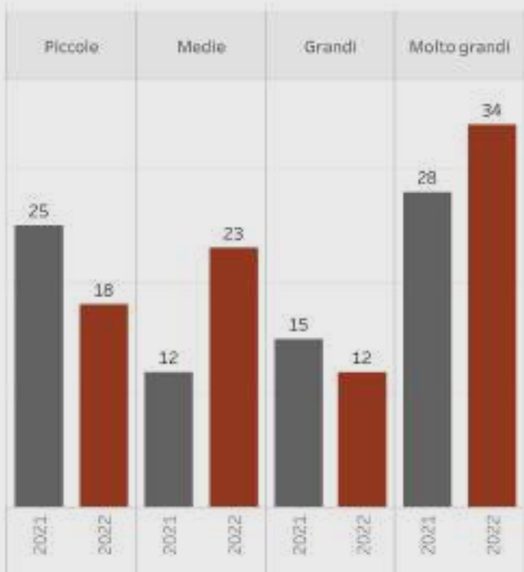
4.09 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali



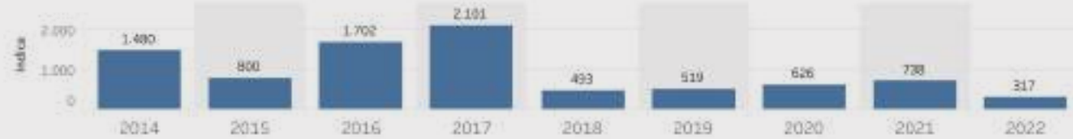
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

PAESI MITTELEUROPEI E BALTICI (ex-PECO)

HHI

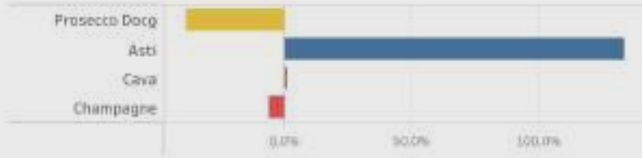


Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

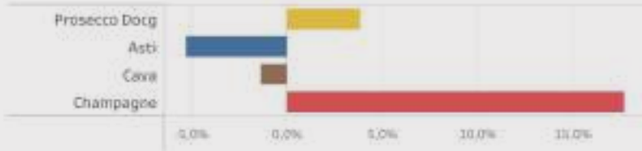
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

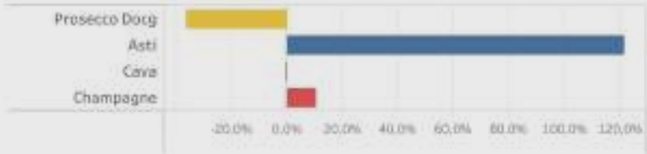
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

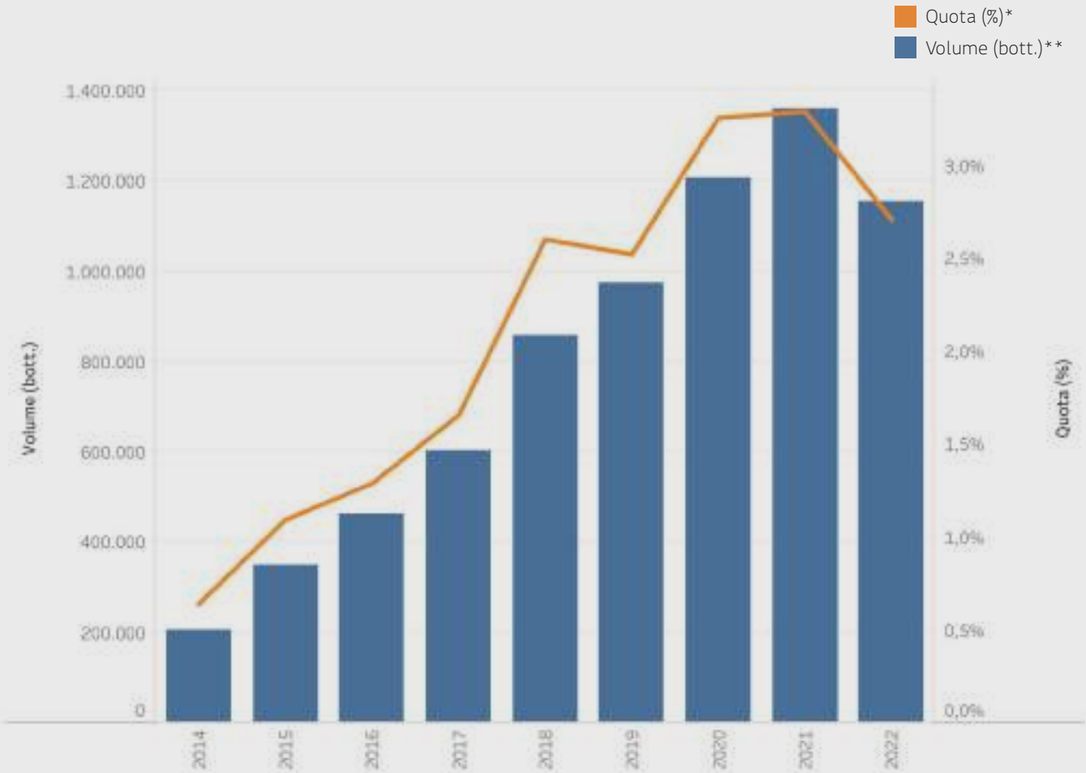
	2022
Popolazione totale (milioni)	59,6
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	3,63%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	11,1522	11,0624	-0,8%
Spumante	1,4558	1,2998	-10,7%

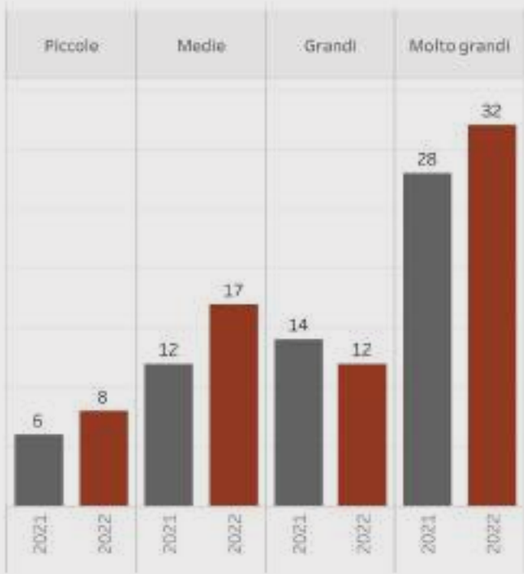
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.10 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

PAESI ADRIATICO-DANUBIANI (ex-PECO)

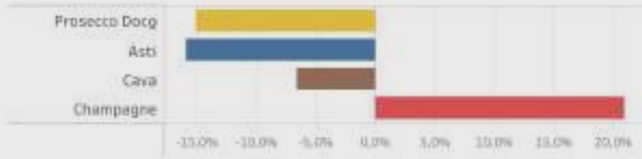
HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

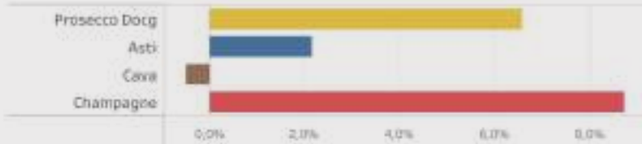
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

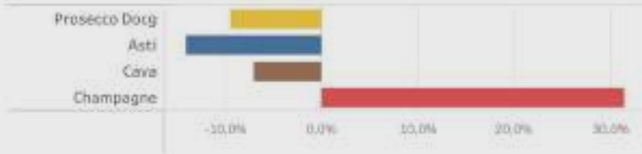
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

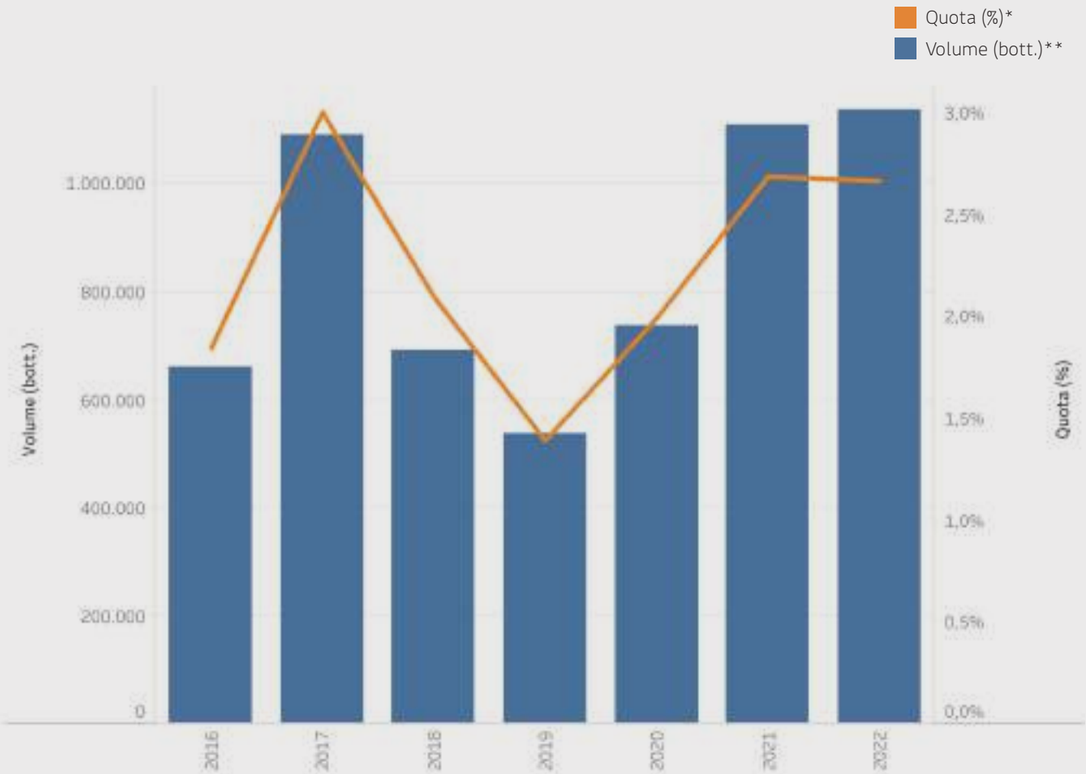
	2022
Popolazione totale (milioni)	110,7
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	-7,26%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	11,5144	11,7330	1,9%
Spumante	0,5098	0,5950	16,7%

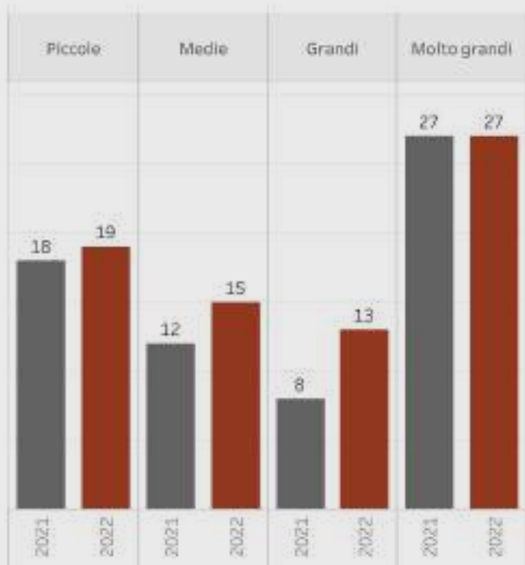
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.11 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

ALTRI PAESI EUROPEI

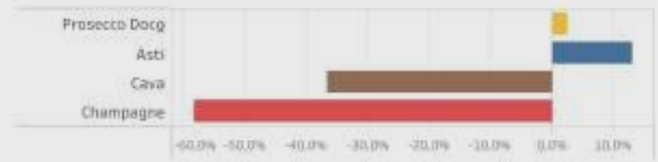
HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

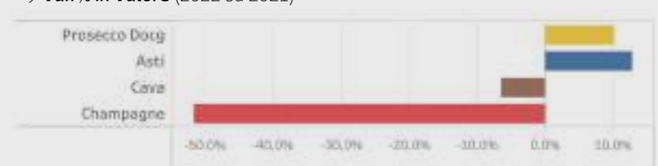
Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)

→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

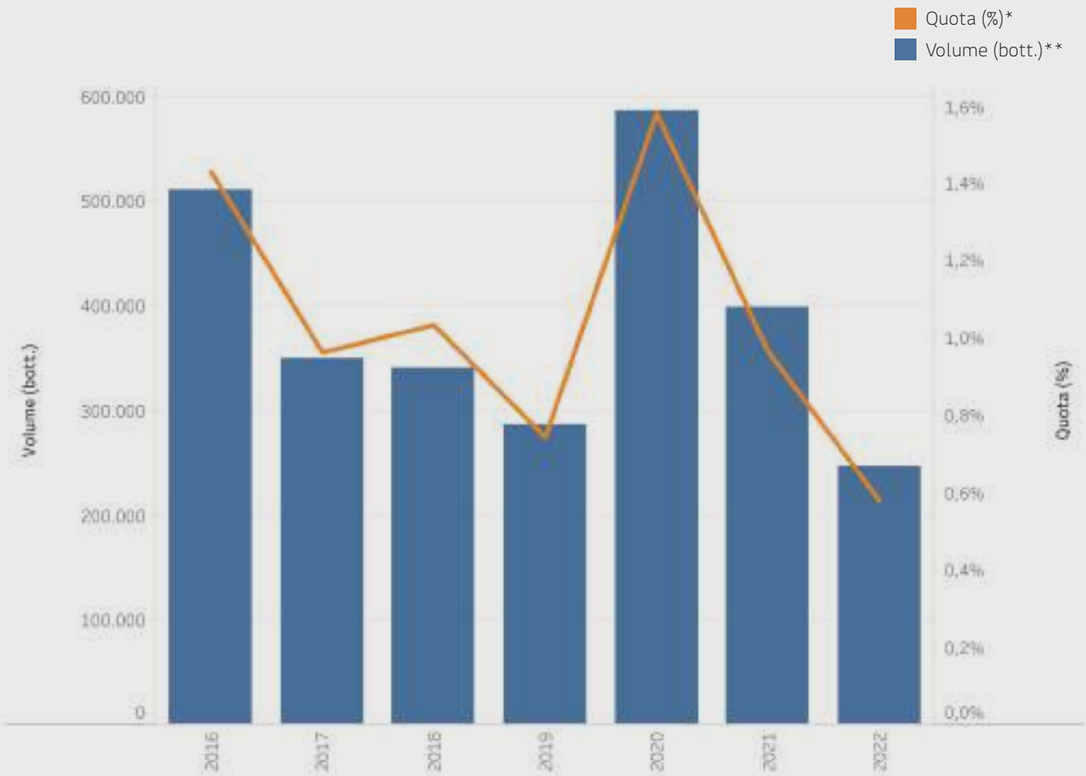
	2022
Popolazione totale (milioni)	63,9
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	6,17%

→ **Consumi pro capite**

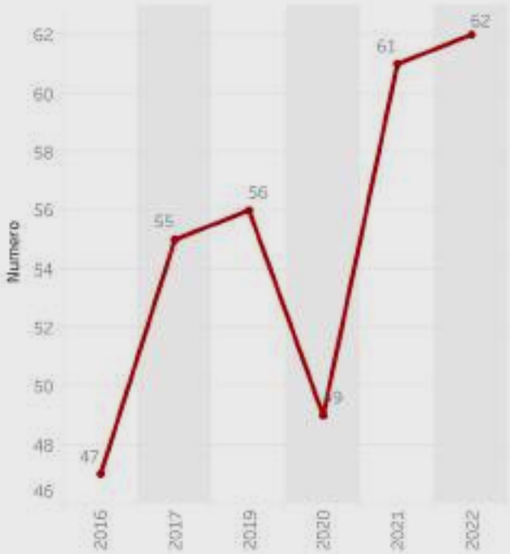
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	22,8495	24,8876	8,9%
Spumante	0,8857	0,9834	11,0%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

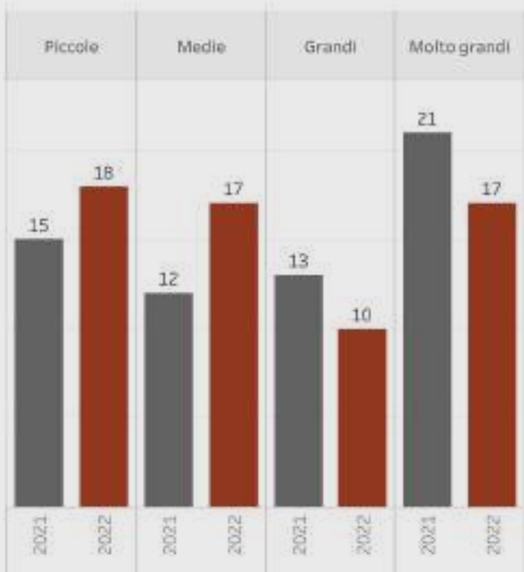
4.12 IMPORTATORI STRATEGICI



Numero esportatori totali



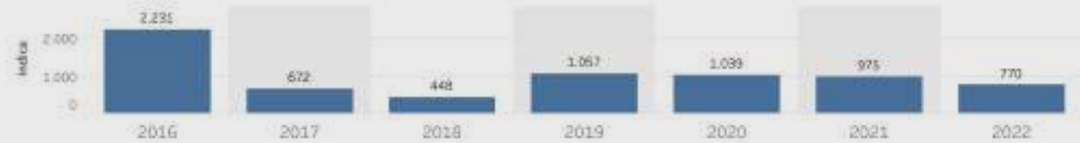
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

FRANCIA

HHI



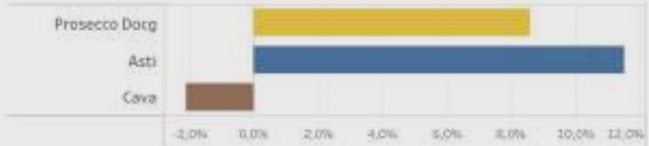
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)

→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)

Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

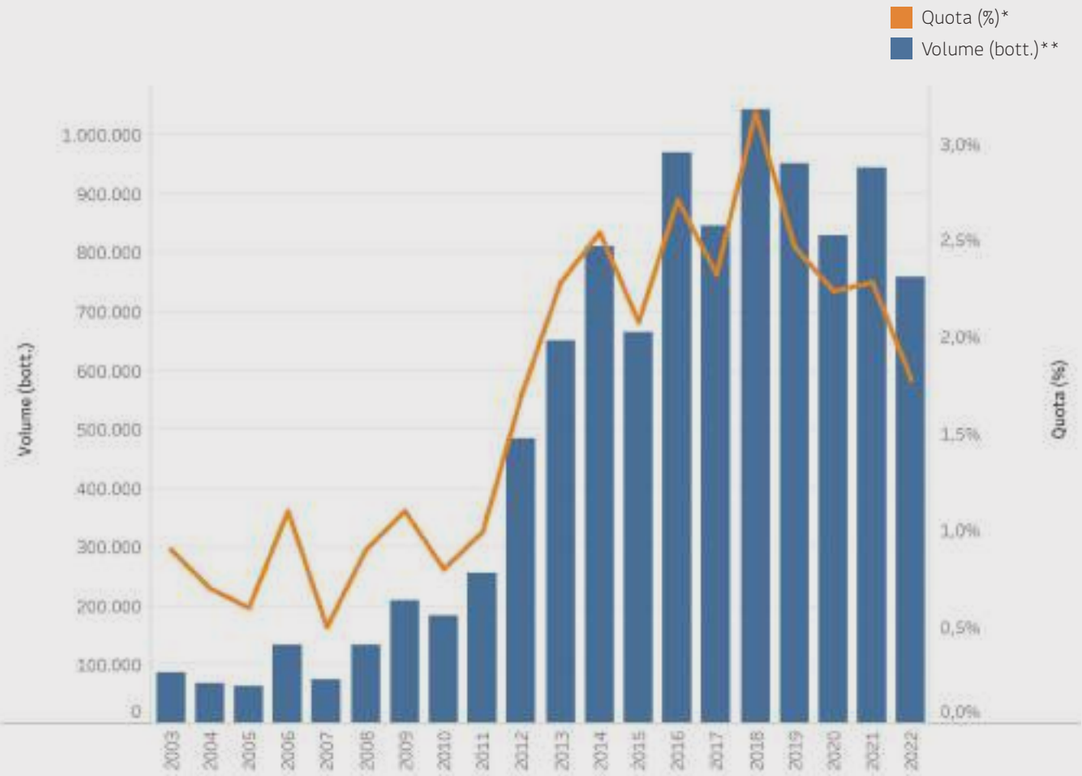
	2022
Popolazione totale (milioni)	68,1
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	2,56%

→ **Consumi pro capite**

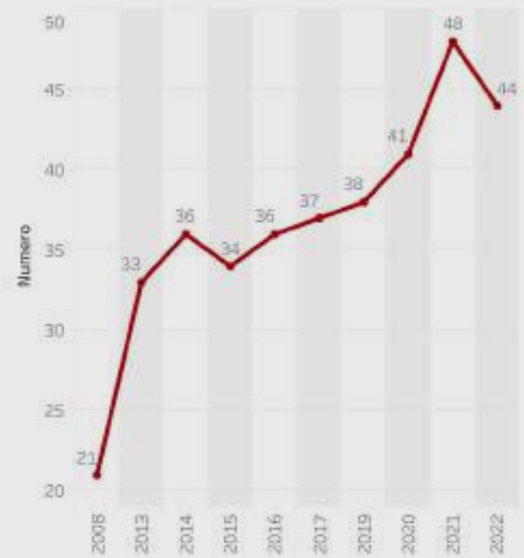
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	31,0	30,6	-1,3%
Spumante	4,1	4,3	4,9%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

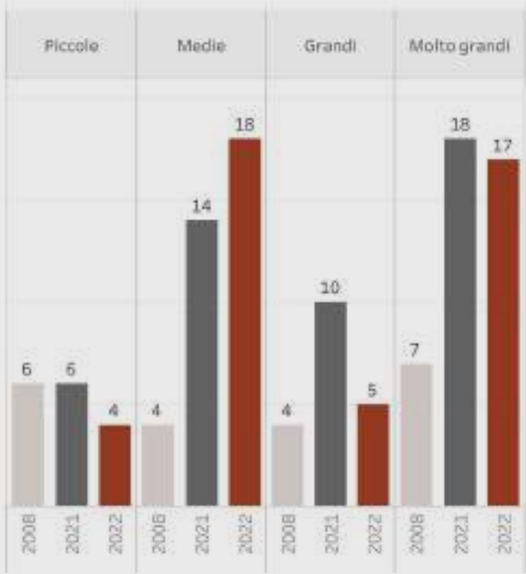
4.13 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali



Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

AUSTRALIA E NUOVA ZELANDA

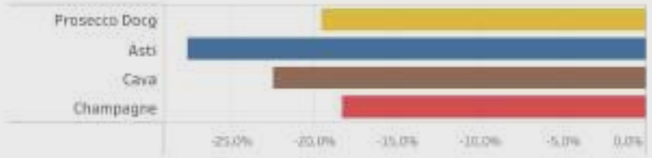
HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

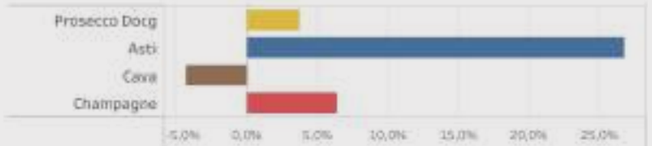
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

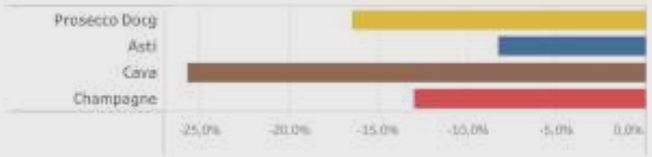
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

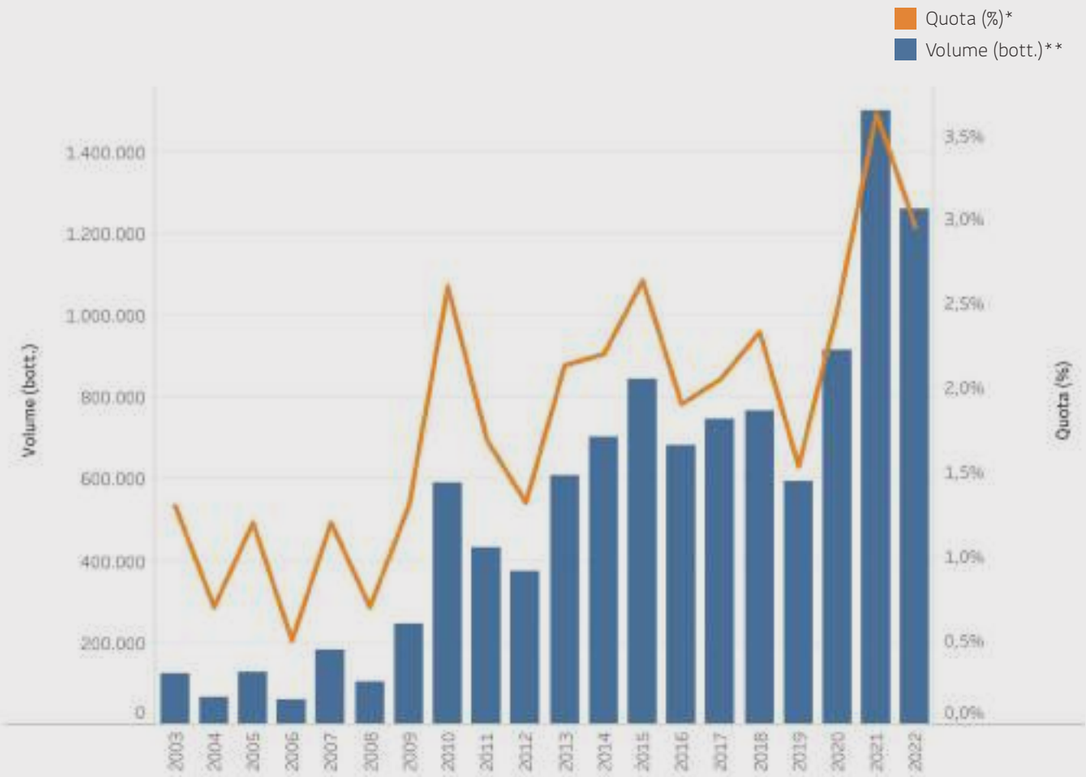
	2022
Popolazione totale (milioni)	31,1
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	3,38%

→ **Consumi pro capite**

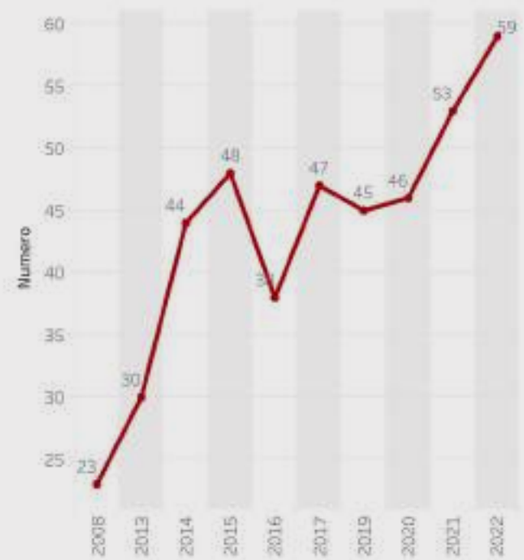
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	23,2863	22,0092	-5,5%
Spumante	2,9340	4,2717	45,6%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

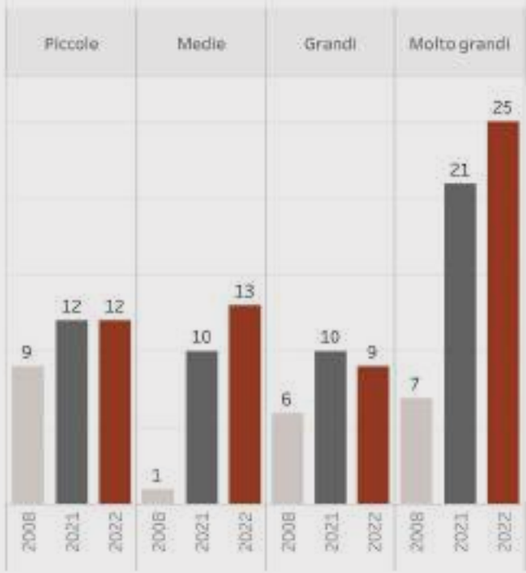
4.14 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali



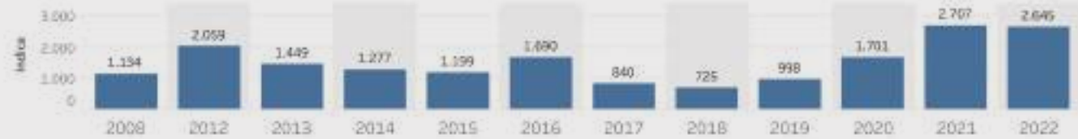
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

SCANDINAVIA

HHI

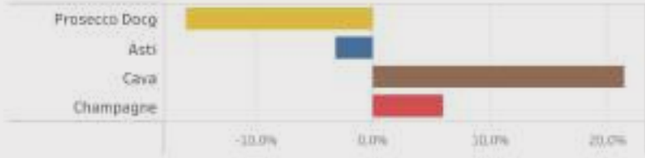


Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

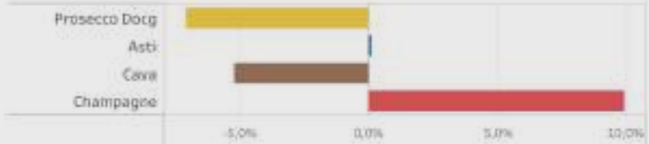
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)

Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

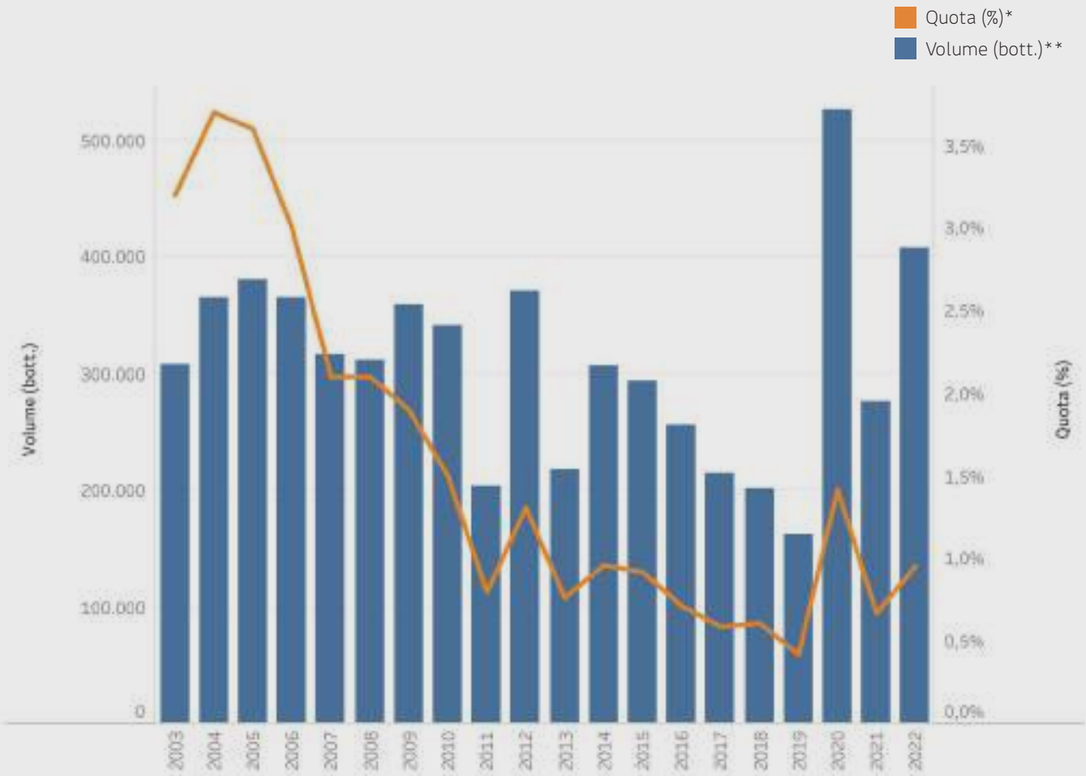
	2022
Popolazione totale (milioni)	27,9
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	2,95%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	21,2475	20,0191	-5,8%
Spumante	1,8957	1,7974	-5,2%

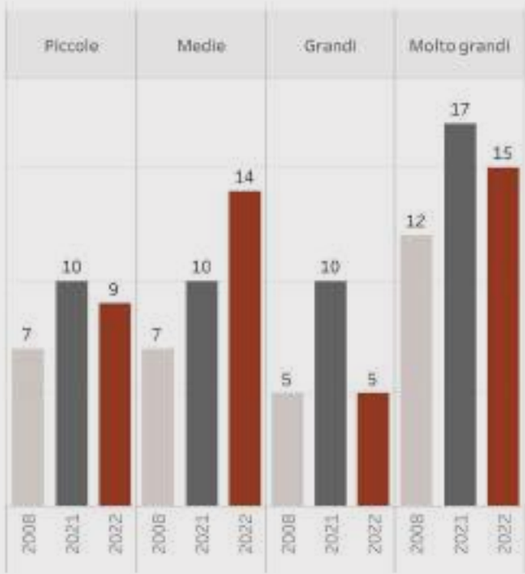
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.15 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



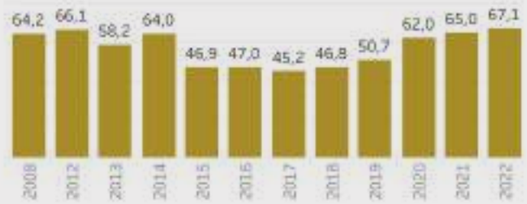
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

GIAPPONE

HHI

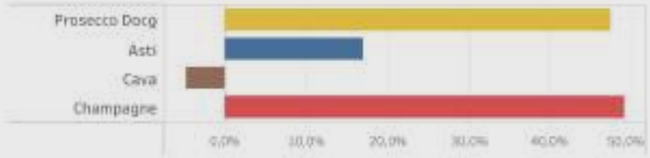
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

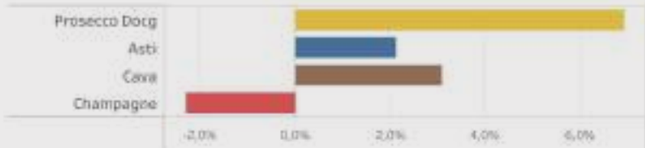


Competitività

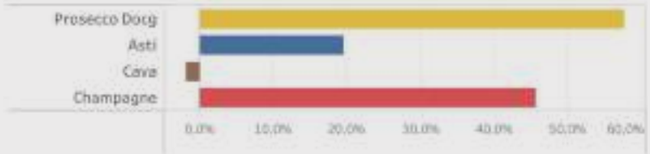
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

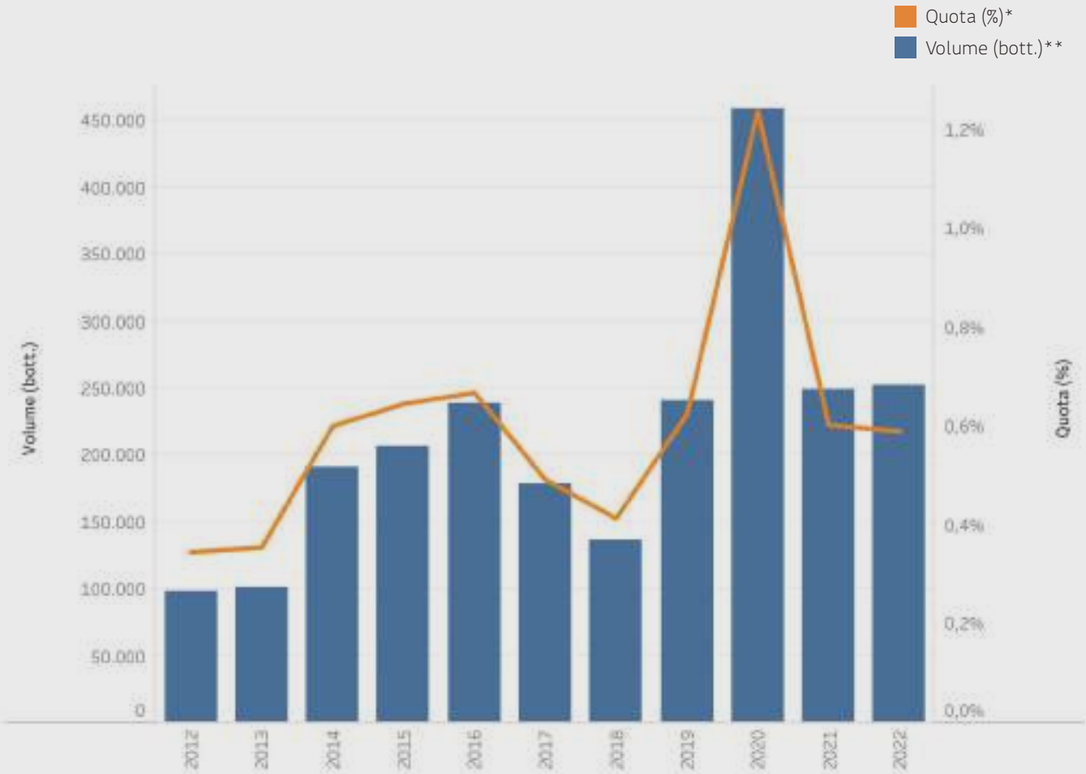
	2022
Popolazione totale (milioni)	125,1
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	1,03%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	5,2	5,4	3,8%
Spumante	0,3	0,4	33,3%

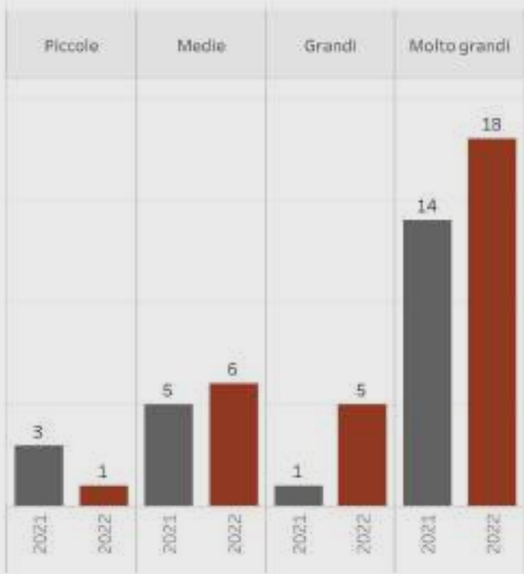
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.16 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

SUD EST ASIATICO

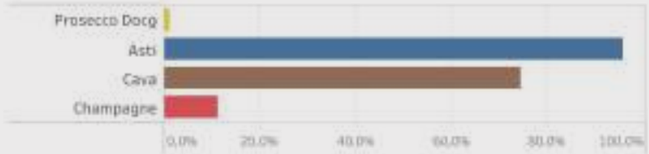
HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

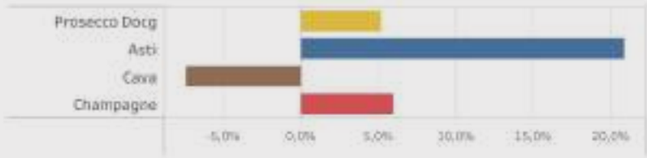
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

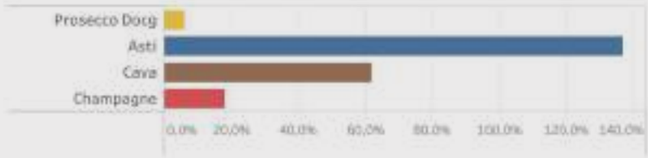
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

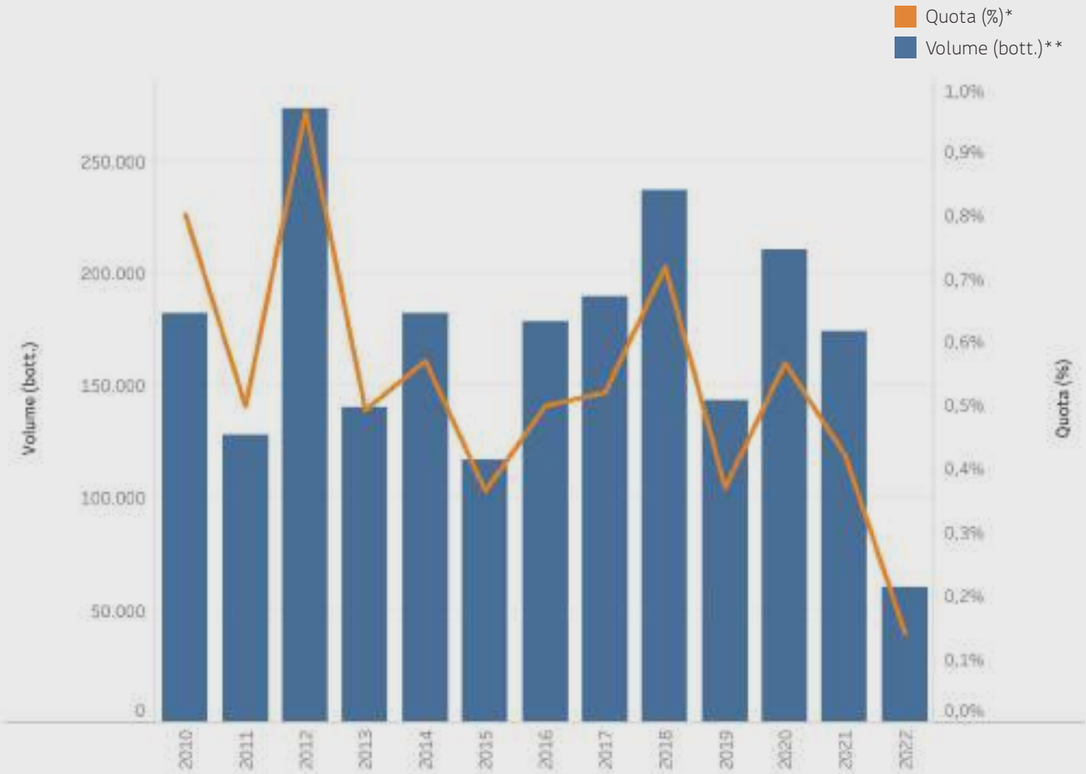
	2022
Popolazione totale (milioni)	680,8
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	5,69%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	0,1132	0,1793	58,4%
Spumante	0,0024	0,0025	2,4%

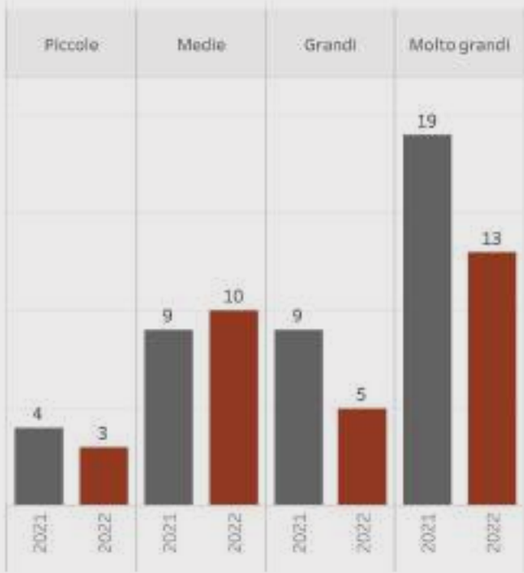
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.17 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali

Numero esportatori per dimensione***



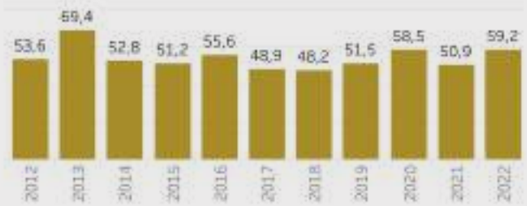
(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

CINA E HONG KONG

HHI

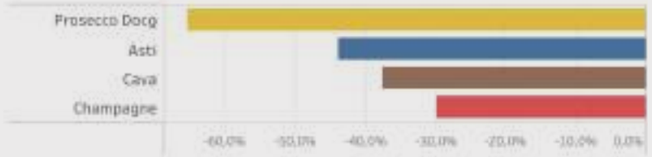
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

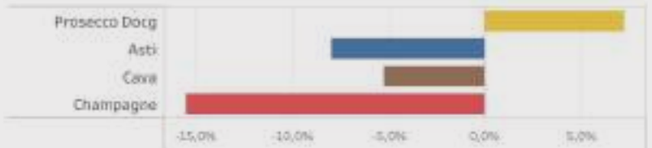


Competitività

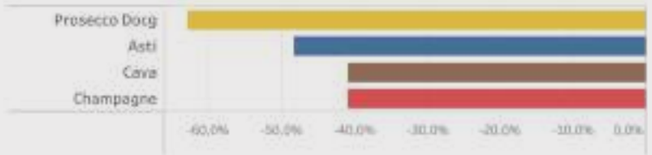
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

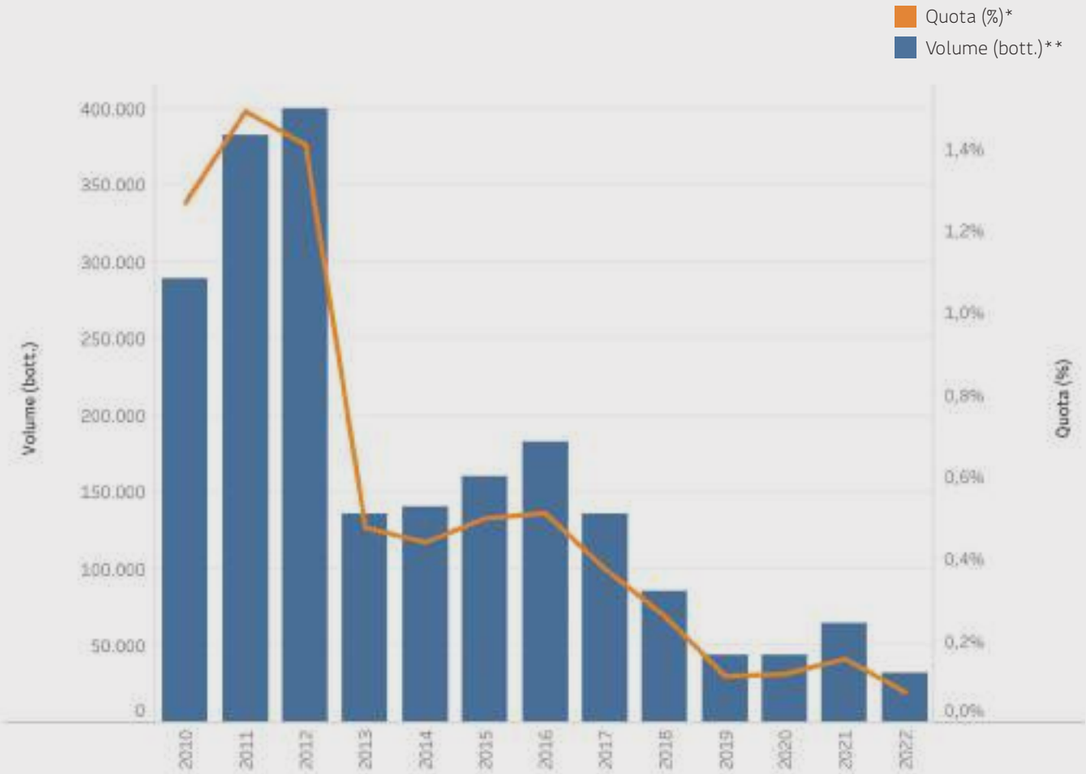
	2022
Popolazione totale (milioni)	1.419,5
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	2,96%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	2,1	2,0	-4,8%
Spumante	0,0	0,0	-

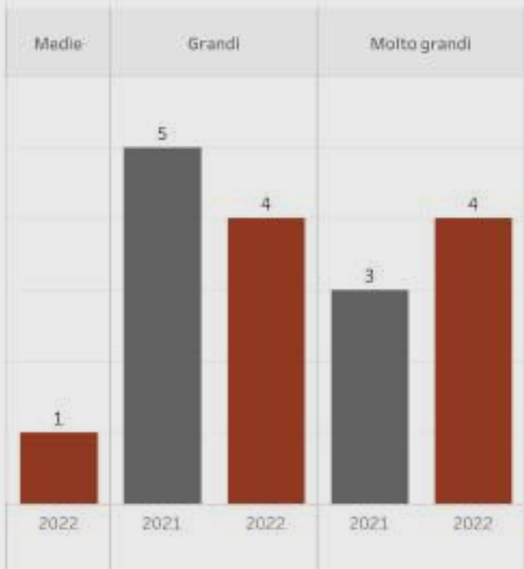
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.18 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali

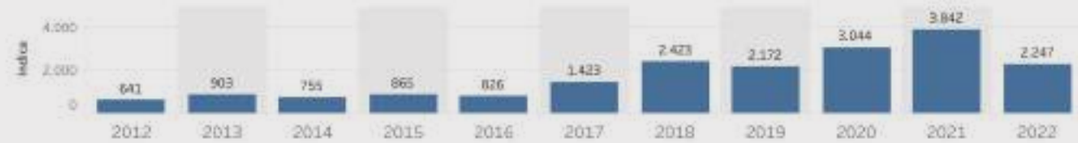
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

BRASILE

HHI

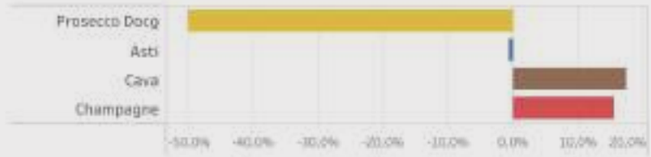


Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

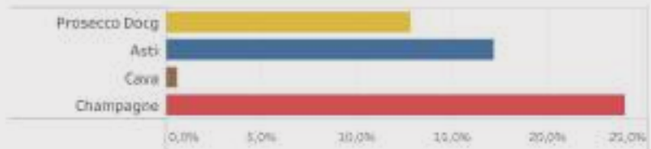
Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)

Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

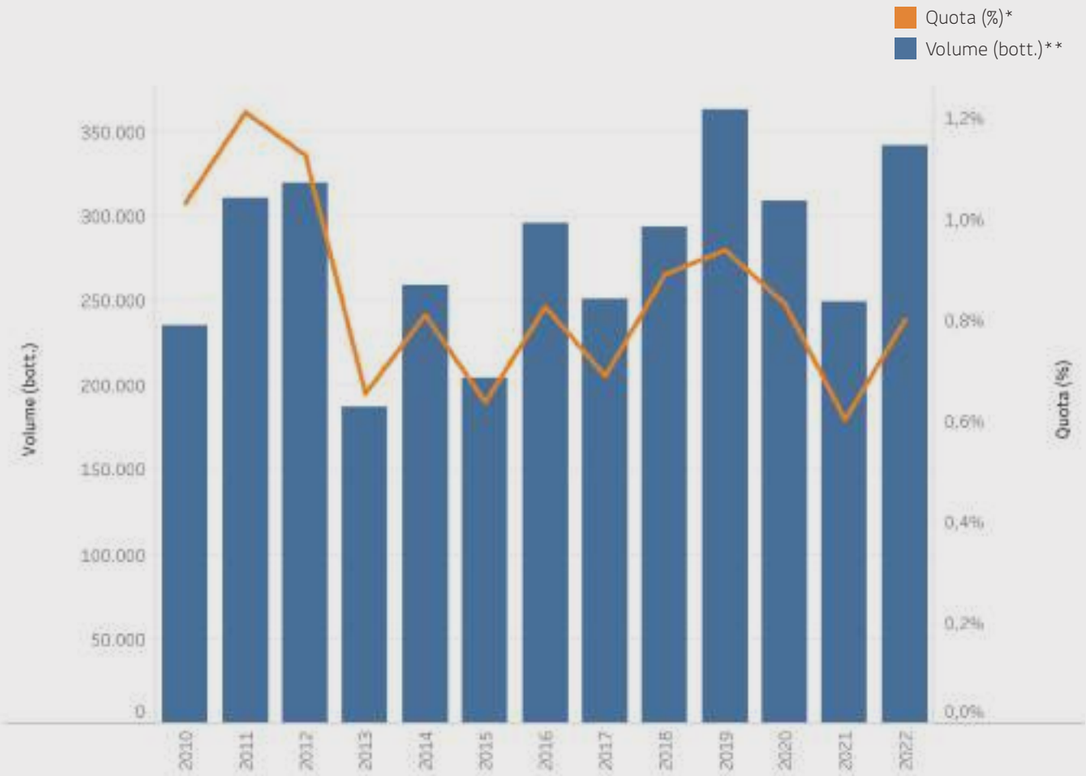
	2022
Popolazione totale (milioni)	215,3
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	2,90%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	1,8	1,8	0,0%
Spumante	0,1	0,1	0,0%

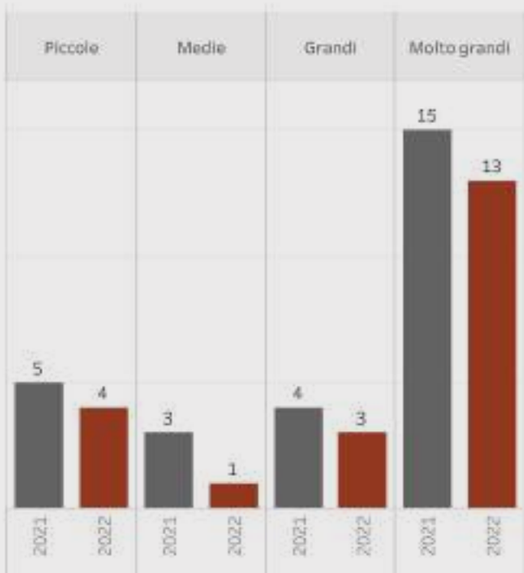
Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

4.19 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali

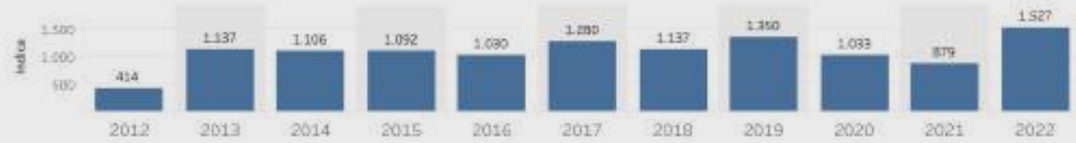
Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

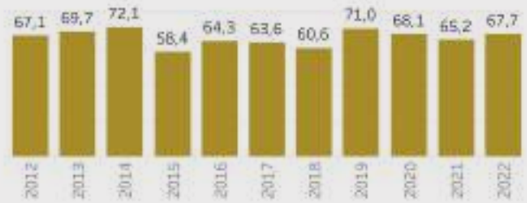
ALTRI PAESI DELL'AMERICA LATINA

HHI



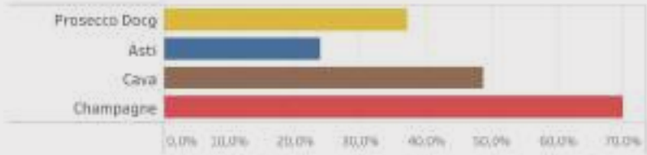
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

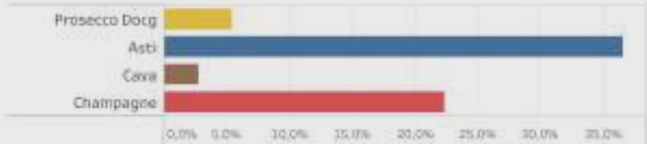


Competitività

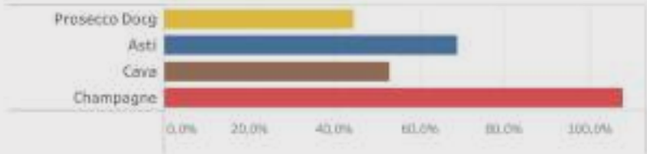
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

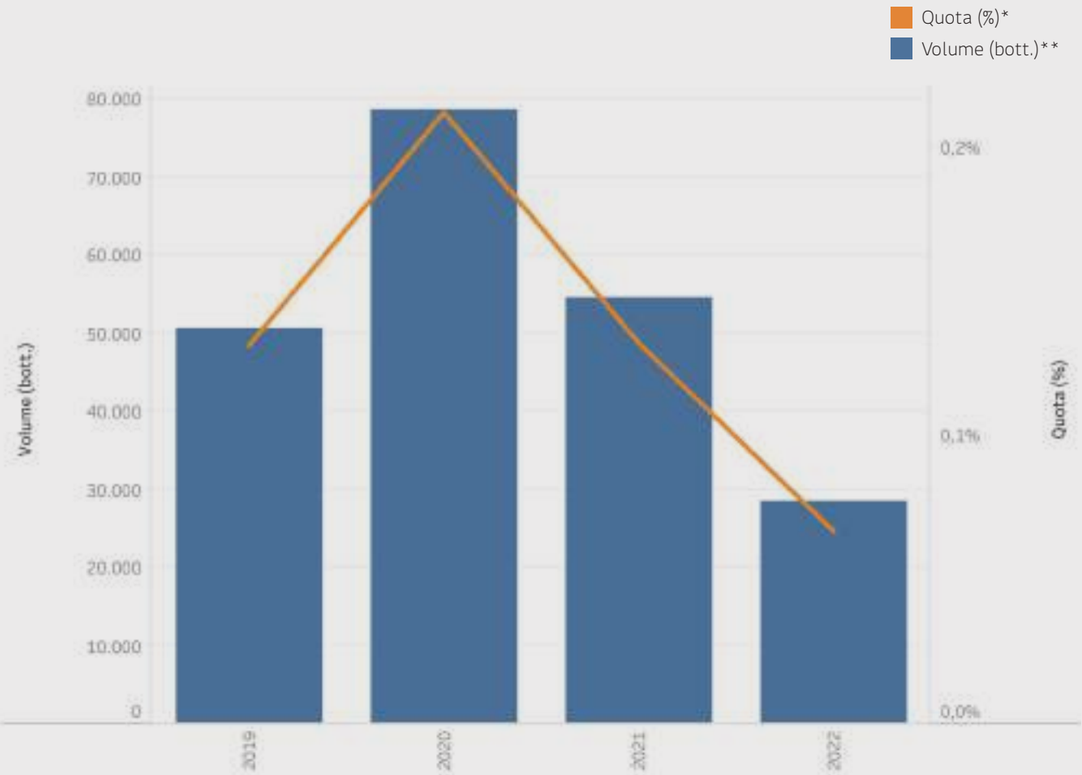
	2022
Popolazione totale (milioni)	444,1
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	3,66%

→ **Consumi pro capite**

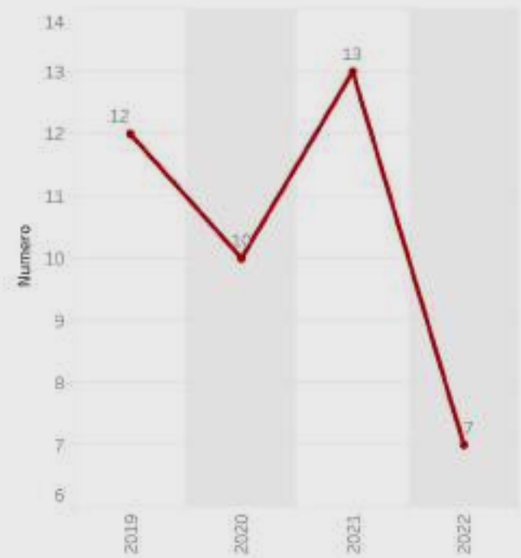
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	3,7062	3,8028	2,6%
Spumante	0,2219	0,2524	13,7%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

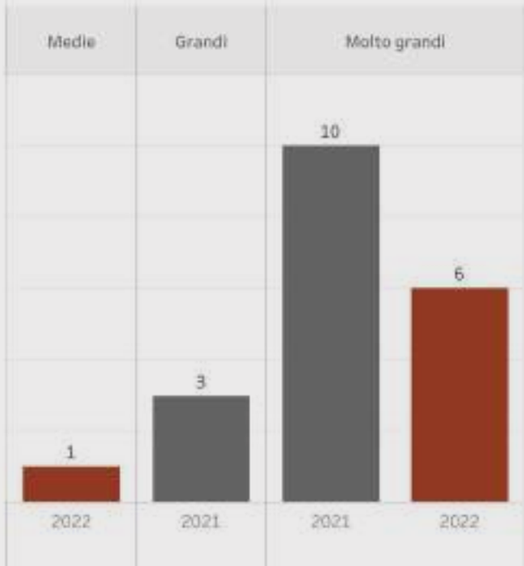
4.20 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali



Numero esportatori per dimensione***

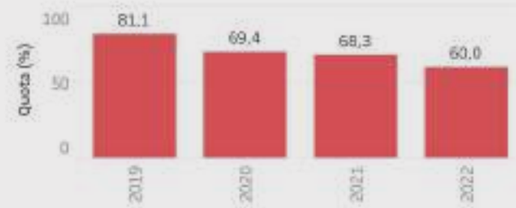


(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

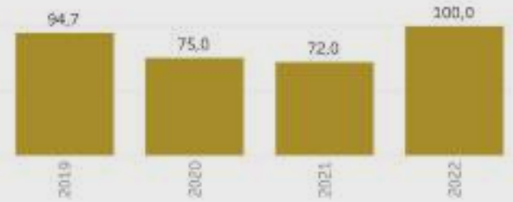
ALTRI PAESI ASIATICI E DELL'AFRICA

HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

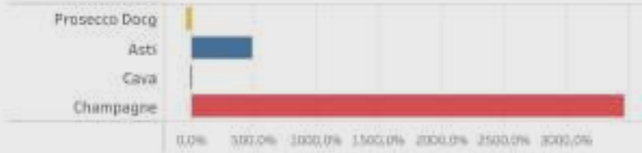


Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

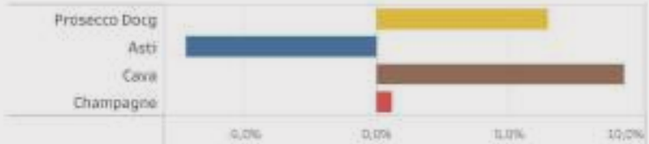


Competitività

→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)

Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

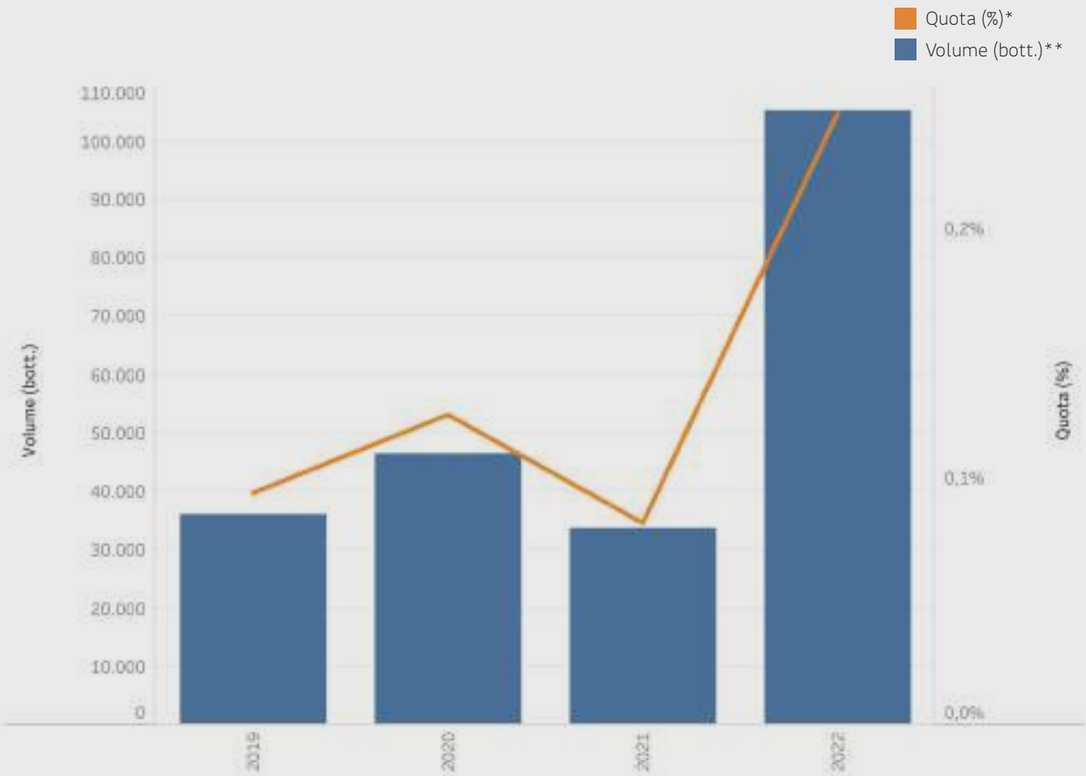
	2022
Popolazione totale (milioni)	3.501,8
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	5,59%

→ **Consumi pro capite**

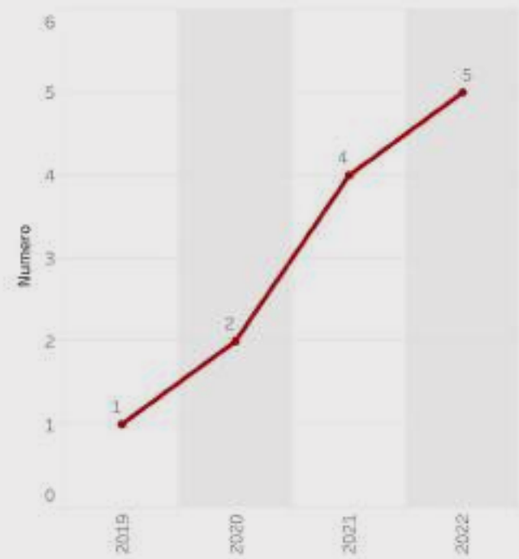
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	0,2962	0,3053	3,1%
Spumante	0,0312	0,0251	-19,6%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

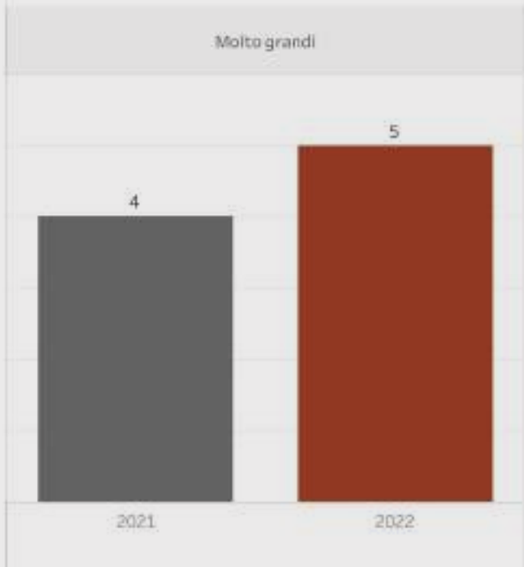
4.21 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali



Numero esportatori per dimensione***



(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

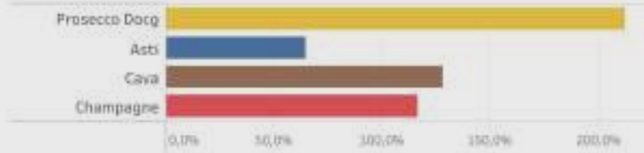
PENISOLA ARABICA

HHI

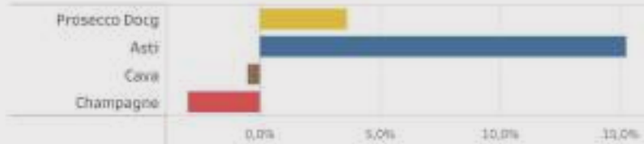
Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

Competitività

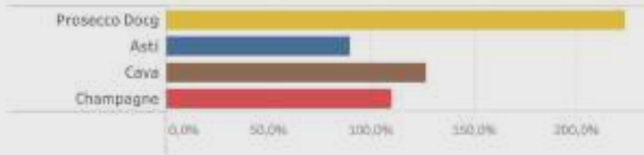
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

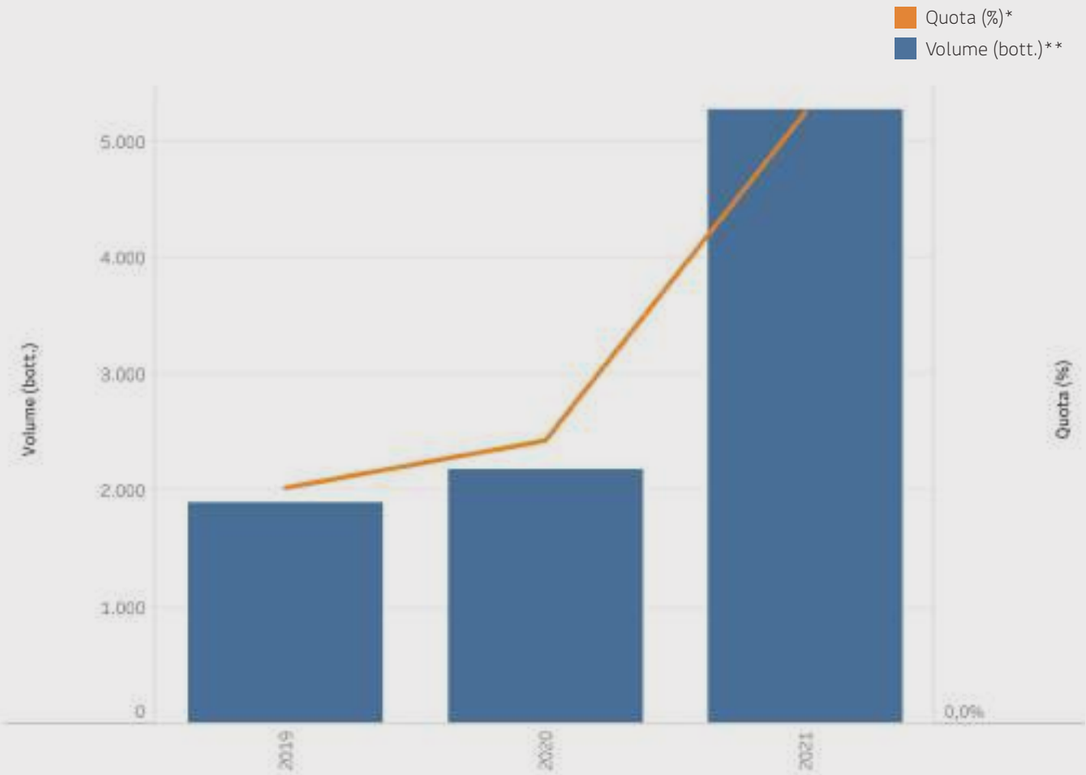
	2022
Popolazione totale (milioni)	92,6
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	5,0%

→ **Consumi pro capite**

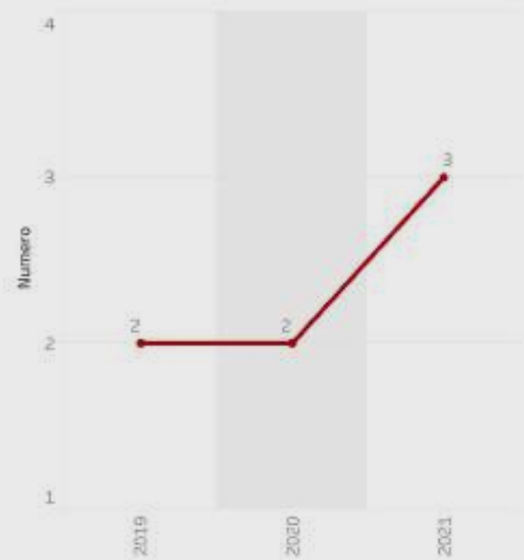
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	0,5537	0,5461	-1,4%
Spumante	0,0721	0,0728	1,0%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

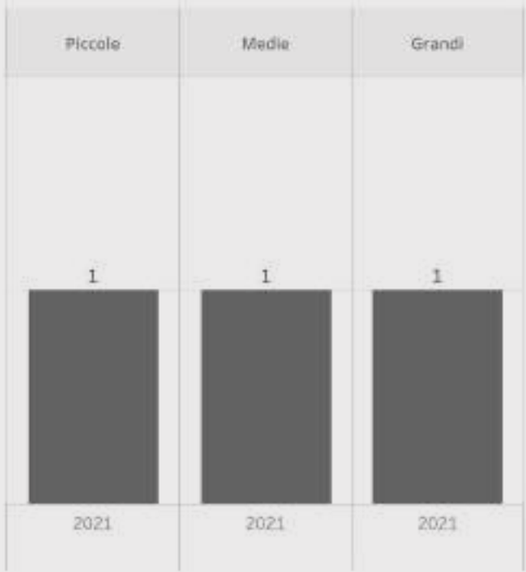
4.22 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali



Numero esportatori per dimensione***

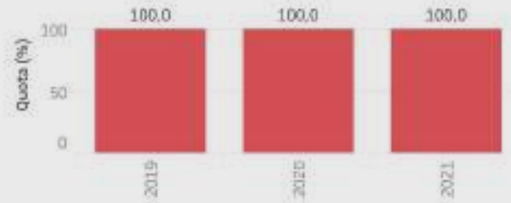


(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

NIGERIA

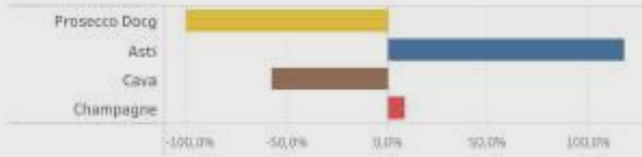
HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

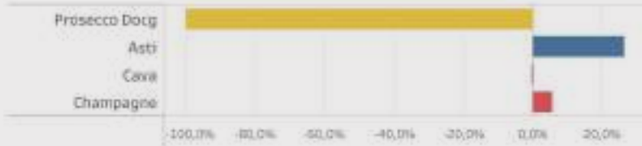


Competitività

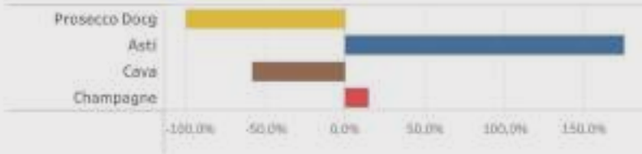
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

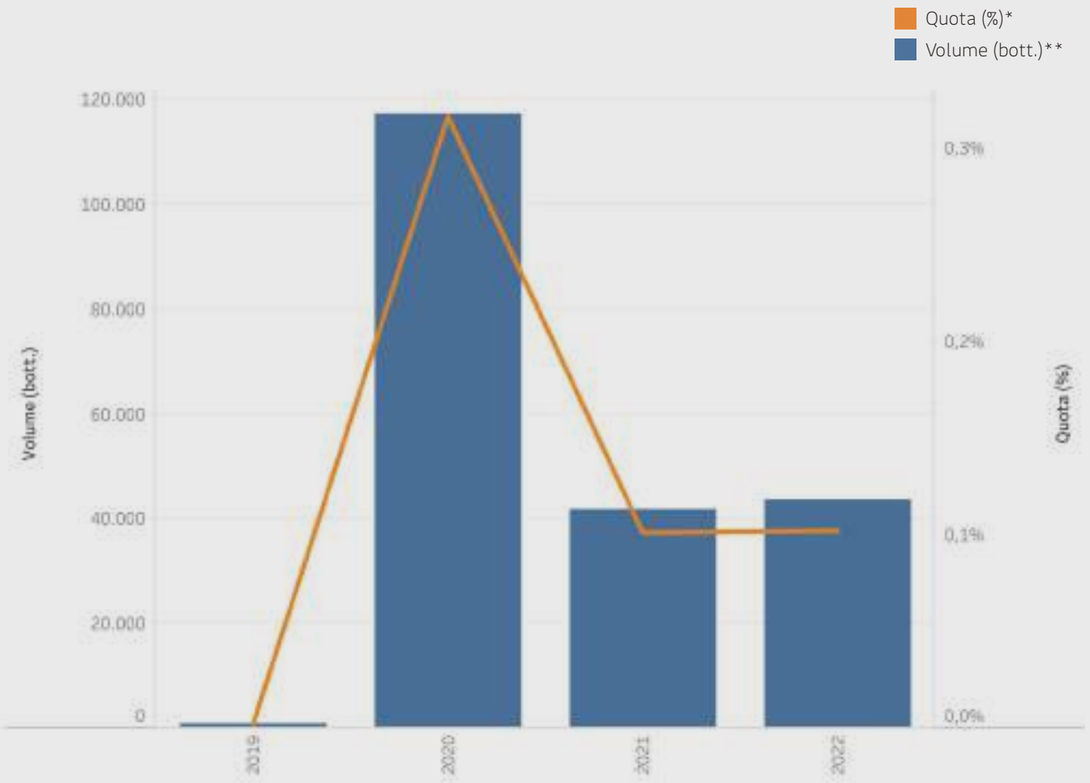
	2022
Popolazione totale (milioni)	218,5
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	3,25%

→ **Consumi pro capite**

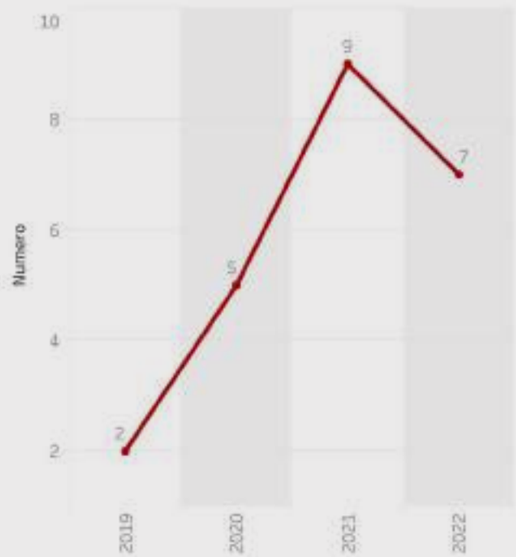
	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	0,2	0,2	0,0%
Spumante	0,0	0,0	-

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

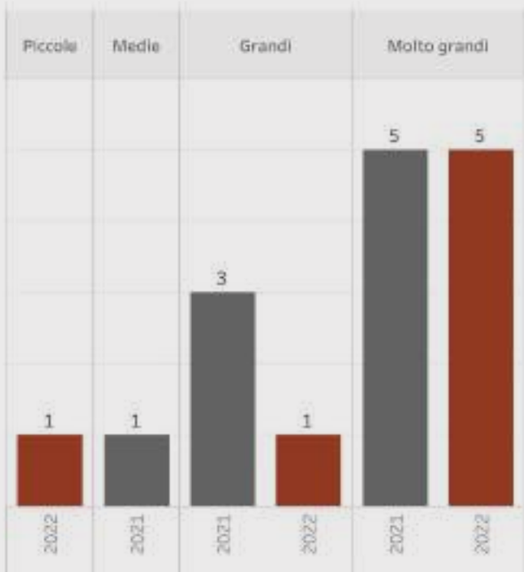
4.23 NUOVI IMPORTATORI



Numero esportatori totali



Numero esportatori per dimensione***

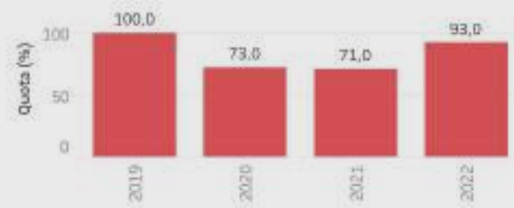


(*) **Quota** = quota su totale Italia
(**) **Spumante DOCG** = Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG
(***) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (< 150.000) medie/grandi (500.000/1.000.000) molto grandi (> 1.000.000)

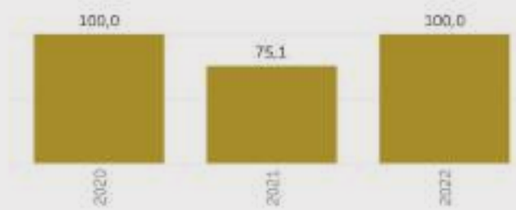
SUDAFRICA

HHI

Indici di concentrazione (prime 4 imprese)

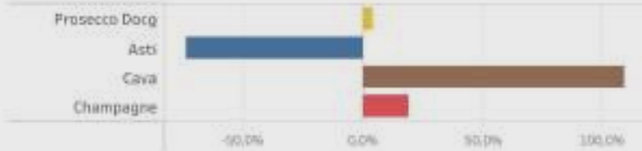


Indici di concentrazione (prime 8 imprese)

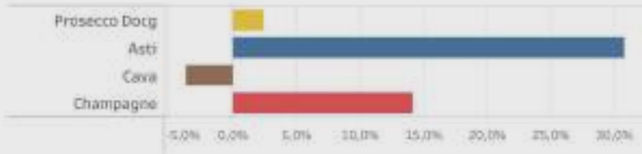


Competitività

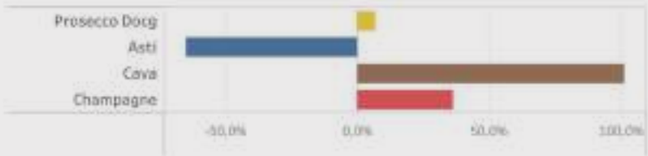
→ **Var. % in Volume** (2022 su 2021)



→ **Var. % Prezzo medio** (2022 su 2021)



→ **Var. % in Valore** (2022 su 2021)



Indicatori macroeconomici e consumi

→ **Dati macro**

	2022
Popolazione totale (milioni)	59,9
Prodotto Interno Lordo (Var. % su anno precedente)	2,04%

→ **Consumi pro capite**

	2021 (L)	2022 (L)	Var. % 2022 su 2021
Vino	5,6	6,5	16,1%
Spumante	0,2	0,2	0,0%

Fonti: CIRVE (Conegliano), World BanK, OECD, Euromonitor, OIV, 2023
HHI=indice di Herfindahl-Hirschman

5. LE STRATEGIE

a cura di **Vasco Boatto, Luigino Barisan, Eugenio Pomarici**

Posizionamento di prezzo dello Spumante DOCG

Nonostante condizioni di mercato che sono state complesse anche nel 2022, la commercializzazione dello Spumante DOCG è stata guidata da strategie di marketing, sia in vendita diretta che nella cessione ai canali distributivi, attente alla difesa del posizionamento di prezzo che ha premiato i segmenti di maggiore valore. Il successo complessivo di queste strategie è dimostrato dalla crescita del valore unitario della produzione commercializzata, che in Italia è avvenuto nel quadro di una modesta diminuzione dei volumi e all'estero nel quadro di una crescita dei volumi, come illustrato nelle sezioni precedenti.

Per quanto riguarda la *vendita diretta* in azienda dello Spumante DOCG, anche per il 2022, la maggior parte delle transazioni si colloca nel segmento di prezzo tra 5 e 7 euro a bottiglia. Tuttavia, questa quota in volume ha mostrato una riduzione progressiva, in particolare nell'ultimo biennio, con una diminuzione di 11,4 punti percentuali (3,1 punti percentuali rispetto al 2021). Ciò ha favorito le fasce di prezzo superiori, ovvero tra 7 e 10 euro a bottiglia e oltre 10 euro a bottiglia (+11,5% nel complesso). In diminuzione anche la quota dei vini venduti nella fascia di prezzo tra i 4-5 euro che hanno subito una riduzione della quota in volume di 1,6 punti percentuali. Resta invece pressocché invariata la quota di spumanti della fascia 3-4 euro, che interessa comunque un volume marginale delle vendite dello Spumante DOCG.

Per quanto riguarda le *vendite destinate ai canali distributivi*, si osserva una riduzione delle quote in volume per quei vini compresi nelle fasce di prezzo 3-4 euro (-4,7 punti percentuali) e 4-5 euro (-9,5 punti percentuali) a favore invece di quelli compresi nelle fasce di prezzo di 5-7 euro (+5,6 punti percentuali), 7-10 euro (+7,5 punti percentuali) e maggiori di 10 euro a bottiglia (+1 punto percentuale). Il 2022 si caratterizza quindi per una diminuzione della quota in volume dei vini a minor valore, in favore invece dei vini appartenenti alle fasce di prezzo più alte, trend riscontrabile sia nella vendita diretta in azienda che attraverso gli altri canali distributivi. Si tratta di un risultato importante perché se da un lato l'inflazione spinge il livello dei prezzi verso l'alto, dall'altro l'inflazione stessa tende a contenere l'acquisto dei prodotti più costosi.

(Appendice 5.0**1**)

Differenziazione di gamma

→ **Differenziazione di prezzo degli Spumanti**

La differenziazione di prezzo degli spumanti della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG si sviluppa in base alla combinazione di tipologie e produzioni di diverso valore sul mercato.

Analizzando il mix dell'offerta, si evidenzia come in Italia i prezzi più elevati siano quelli del Superiore di Cartizze DOCG, seguiti poi da quelli del Rive DOCG, dello Spumante Bio DOCG e infine del Prosecco Superiore DOCG. La stessa gerarchia, sulla base dei prezzi, è confermata anche per l'estero (Fig. 1). Per tutte le tipologie si evidenzia come il prezzo medio più elevato sia quello nella cessione al mercato italiano, con una media per gli spumanti DOCG pari a 6,50 euro a bottiglia. Questo prezzo presenta un differenziale medio superiore del 14,4% nel confronto con quello applicato all'estero.

(Appendice 5.0**2**)

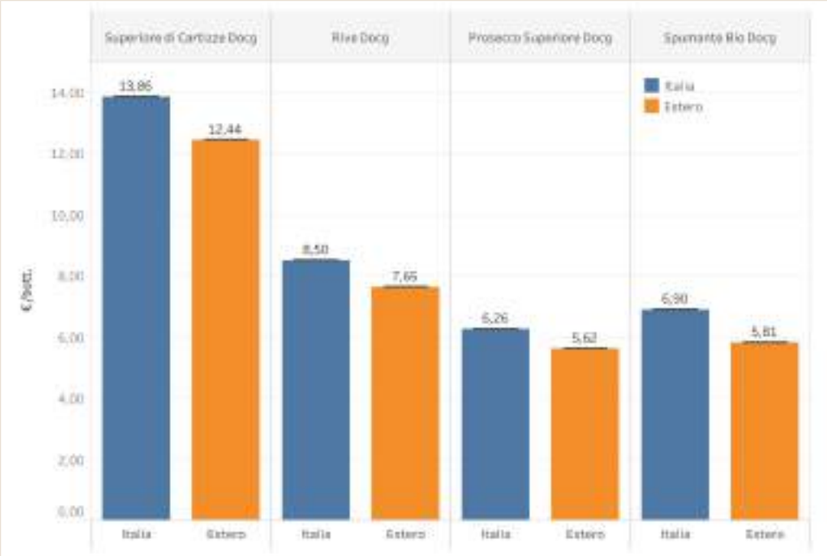


Fig. 1 – **Posizionamento di prezzo degli Spumanti DOCG (Italia ed estero), 2022**
Fonte: C.I.R.V.E. Conegliano, 2023 – Valoritalia, 2023

(*) Prosecco Superiore DOCG (senza Rive DOCG); Spumante Bio DOCG (Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG)
Prezzi in Italia escluso IVA – Prezzi all'estero FOB (Free-On-Board)

→ **Superiore di Cartizze DOCG**

L'offerta del Superiore di Cartizze si posiziona all'apice del sistema del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Tenuto conto delle caratteristiche della sua delimitazione geografica, la sottozona ha ormai raggiunto i limiti fisici della produzione, pertanto il periodo 2003-2022 ha evidenziato una certa stabilità delle superfici vitate rivendicate, registrando solo un lieve calo rispetto all'anno precedente (106,2 ettari; -1,7% sul 2021 - Fig.2).

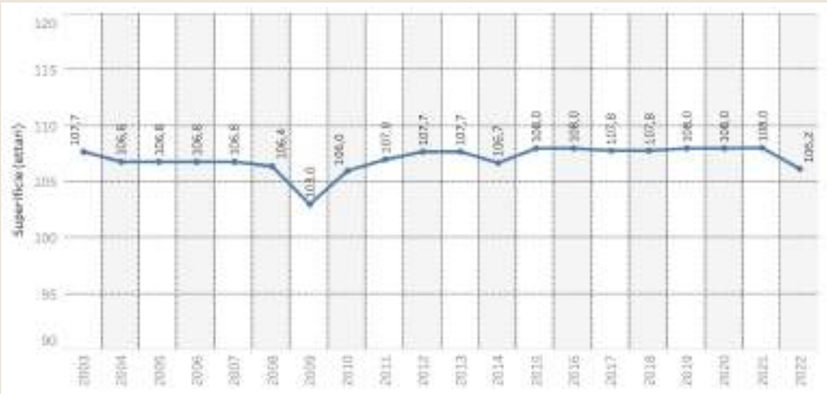


Fig. 2 – **Superiore di Cartizze: superficie vitata rivendicata, 2003/2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia (2023)

In linea con la leggera diminuzione delle superfici rivendicate, anche il numero dei viticoltori, seppur solo lievemente, è diminuito rispetto all'anno precedente (-0,7%), raggiungendo le 141 unità (Fig.3).

Per l'anno in corso, il numero degli imbottigliatori risulta lievemente inferiore rispetto al 2021, con un totale di 57 case spumantistiche, segnando una diminuzione dell'1,7% (Fig. 4).

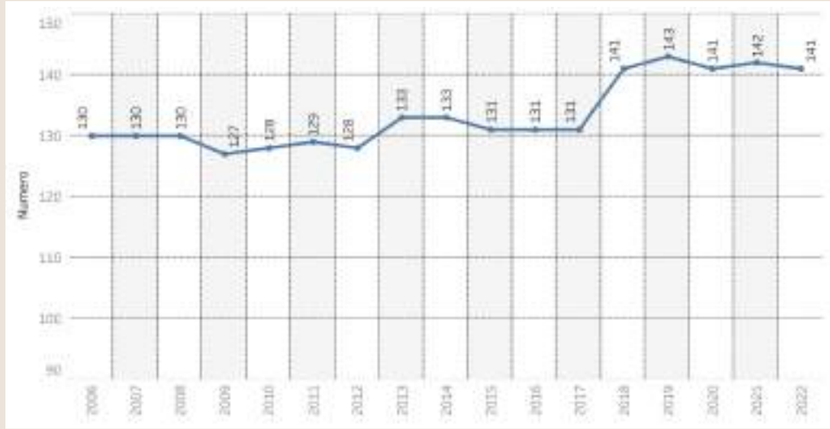


Fig. 3 – **Superiore di Cartizze: viticoltori, 2006/2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Commercio di Treviso (2010), Valoritalia (2023)

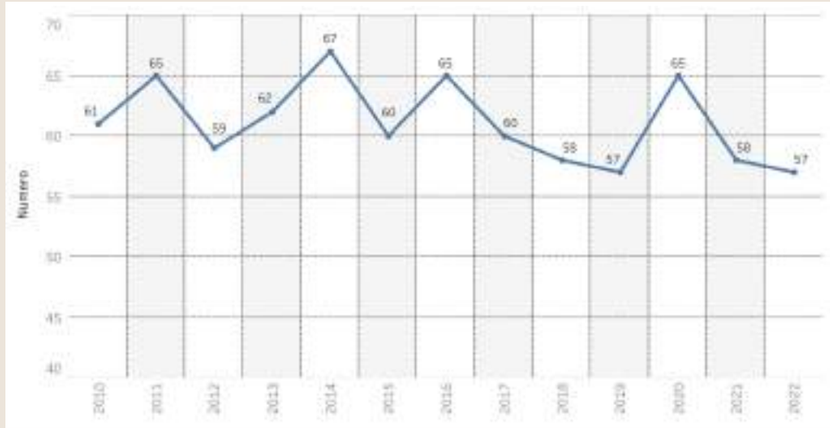


Fig. 4 – **Superiore di Cartizze: imbottigliatori, 2010/2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

In termini di valore, nel 2022 le vendite del Superiore di Cartizze sono diminuite significativamente rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 16,9 milioni di euro (-23%). La diminuzione in valore è associata però ad una riduzione significativa anche dei volumi, pari al -24,1% rispetto al 2021, per un totale di 1,23 milioni di bottiglie. Tale diminuzione si evidenzia anche nel lungo periodo: rispetto al 2006 si registra infatti una diminuzione dei volumi del 5,1%. Aumenta invece, seppur lievemente, il valore per singola bottiglia che raggiunge i 13,66 euro, con un +1,5% rispetto al 2021.

Sul fronte delle spedizioni all'estero, la quota in volume esportata nel 2022 ha mostrato un incremento di 1,8 punti percentuali, che è più significativo se si considera il lungo periodo: il volume delle vendite all'estero, misurate rispetto al 2006, ha evidenziato infatti un apprezzabile incremento pari al +341%. Sul mercato interno, si sono evidenziate variazioni nelle quote delle diverse aree di destinazione delle vendite.

Si segnala una crescita della quota in volume nelle regioni del Nord Ovest italiano (+3 punti percentuali) e una decrescita in tutte le altre aree: la quota del Nord Est diminuisce di 2,2 punti percentuali, quella del Centro di 0,4 punti percentuali e infine anche Sud e Isole subiscono una diminuzione della quota di 0,4 punti percentuali. Nel loro insieme, quindi, le regioni settentrionali del Paese continuano a ricoprire un ruolo rilevante e crescente di destinazione delle vendite nel mercato italiano, anche se con uno spostamento verso ovest delle vendite (73,8% del totale).

La distribuzione delle vendite in Italia mostra delle variazioni nelle quote in volume detenute dai singoli canali, senza però stravolgerne la gerarchia. I principali canali di vendita si confermano infatti nell'ordine: il canale Horeca ed enoteche, con una quota in volume del 33,8%, seguito subito dopo dalle Centrali di acquisto che detengono una quota del 30,8%. Questo è il risultato di una contrazione della quota di mercato di Horeca ed enoteche di 4,4 punti percentuali rispetto al 2021 e di un aumento invece delle Centrali d'acquisto, che nel 2022 riacquistano potere con una quota maggiore di 5 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Anche nel 2022 la vendita diretta si posiziona al terzo posto tra i canali di vendita favoriti, con una quota in volume pari a 12,9%, seppur diminuita rispetto all'anno precedente (-2,4 punti rispetto al 2021). Aumenta invece il canale dei Grossisti e distributori che incrementa la propria quota in volume di circa 1,7 punti percentuali, raggiungendo così il 14,9%. L'e-commerce, d'altra parte, mostra una riduzione, con una quota in volume del 3,6%, in calo di 1 punto percentuale, tornando ai livelli del 2020.

Riguardo al posizionamento di prezzo del Superiore di Cartizze nei canali di vendita in Italia, si notano significative variazioni in volume che interessano sia la vendita diretta, sia i canali distributivi.

Nella *vendita diretta*, si osserva una significativa crescita dei volumi assorbiti nella fascia di prezzo tra 16-18 euro e per quella con prezzi superiori ai 18 euro a bottiglia, che insieme hanno visto un aumento di 29,2 punti percentuali. In parallelo, si è registrata una marcata diminuzione delle vendite nel segmento con prezzi compresi tra 14 e 16 euro a bottiglia, con una flessione di 27,8 punti percentuali in volume. Rispetto al 2021, i vini appartenenti al range di prezzo 7-10 euro hanno perso 3,1 punti percentuali, mentre aumentano lievemente quelli nella fascia di prezzo compresa tra i 10 e i 14 euro (+1,7 punti percentuali).

Anche per quanto riguarda le *vendite ai canali distributivi*, si registra una significativa contrazione delle vendite nella fascia di prezzo tra 14 e 16 euro a bottiglia, che rappresenta una quota a volume del 12,4% (-14,7 punti percentuali rispetto al 2021). Allo stesso modo, si registra una diminuzione anche per i vini nella fascia 10-14 euro, che raggiungono la quota del 27,4%, con una diminuzione di 5,6 punti percentuali rispetto al 2021. Aumenti delle allocazioni si registrano invece verso il segmento di prezzo compreso tra 16-18 euro a bottiglia, con una quota del 14,1% (+7,2 punti percentuali rispetto all'anno precedente); ma anche verso fasce di prezzo più basse, in particolare quella tra i 7-10 euro, che registra una quota pari al 46,2% con un incremento di 13,1 punti percentuali rispetto al 2021.

L'esame delle principali destinazioni estere del Superiore di Cartizze conferma un'ampia diversificazione dei mercati di esportazione del prodotto. Esaminando la ripartizione dei volumi spediti all'estero, si osserva che i principali Paesi acquirenti sono: Germania (16,7%), Svizzera (15,1%), Paesi dell'area adriatico – danubiana[1] (9,9%), Stati Uniti (9,7%), Austria (9%), Federazione Russa (7,4%), Francia (5,6%) e i Paesi dell'area mitteleuropea e baltica[2] (4,8%).

(**1**) Rappresentata dai seguenti Paesi: Lettonia, Polonia, Lituania, Estonia, Repubblica Ceca e Repubblica Slovacca.

(**2**) Comprende i seguenti mercati: Grecia, Ucraina, Romania, Croazia, Cipro, Ungheria, Bulgaria, Slovenia, Serbia, Montenegro, Albania, Moldavia, Bosnia-Erzegovina, Macedonia e Kosovo.

(Appendice 5.03/5.04/5.05)

→ Rive DOCG

Con l'istituzione della DOCG nel 2009 è stata introdotta la menzione Rive che rappresenta il riconoscimento alla qualità superiore delle uve DOCG provenienti da vigneti in forte pendenza e che richiedono in campo un lavoro manuale più lungo e gravoso.

Il termine "Rive" indica le pendici delle colline scoscese che caratterizzano il territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Questa tipologia mette in luce le diverse espressioni della Denominazione, ottenute dai vigneti più ripidi e vocati con uve provenienti da un unico Comune o frazione di esso, per esaltare le caratteristiche che il territorio conferisce al vino. Nella Denominazione sono presenti 43 Rive e ognuna esprime una diversa peculiarità di suolo, esposizione e microclima. Nel Rive DOCG la massima resa in vigna è di 13 tonnellate per ettaro, le uve vengono raccolte esclusivamente a mano e viene indicato in etichetta il millesimo.

Nel corso del 2022, le superfici rivendicate come Rive DOCG sono diminuite di circa il 3,9% rispetto al 2021, attestandosi a 395,2 ettari (Fig. 5). Tuttavia, pur considerando questo recente calo, la superficie vitata di queste aree ha registrato un incremento del 262% rispetto al 2010.

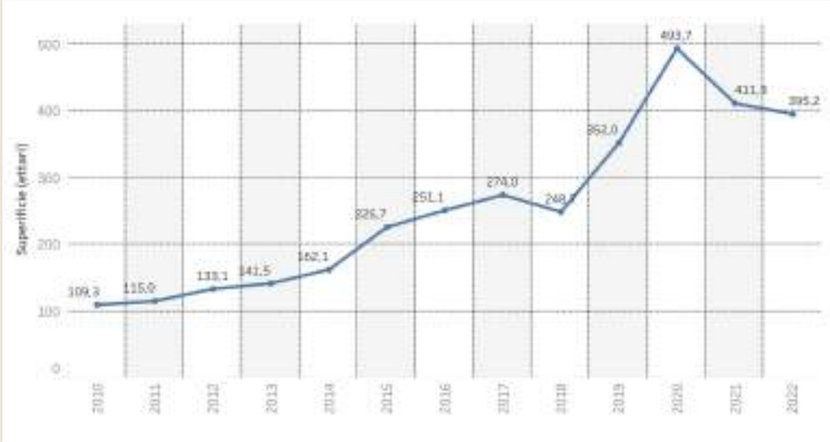


Fig. 5 – **Rive DOCG: superficie vitata rivendicata, 2010/2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

La riduzione delle superfici investite a Rive DOCG è stata accompagnata da un calo del numero dei viticoltori, che sono passati da 325 nel 2021 a 264 nel 2022 (-18,8%). Tuttavia, se confrontiamo con il 2011, il numero di produttori coinvolti nella coltivazione delle uve destinate a diventare Rive DOCG ha mostrato un incremento notevole, con un aumento del 256,8%, come illustrato in Fig. 6.

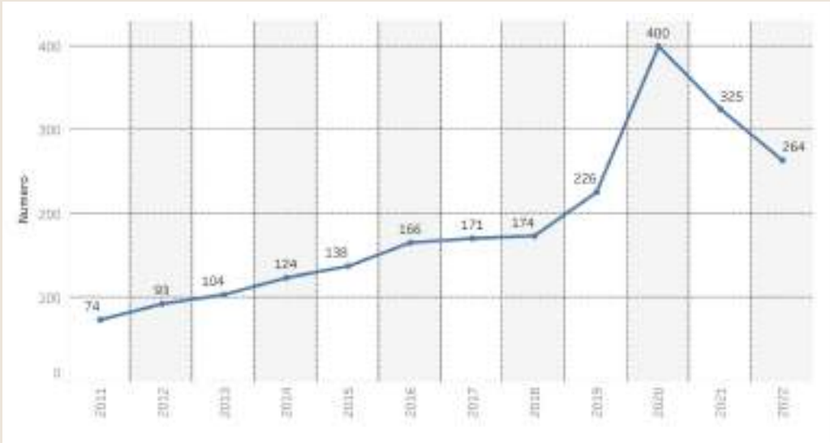


Fig. 6 – **Rive DOCG: viticoltori, 2011/2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Valoritalia, 2023

Un trend che mantiene una tendenza positiva anche nel 2022 è quello relativo al numero di case spumanistiche del Rive DOCG, che ha registrato un aumento pari all' 1,3% rispetto 2021, per un totale di 81 unità spumantistiche (Fig. 7). Questo rappresenta un aumento significativo del 305% nel periodo compreso tra il 2010 e il 2022.

Il volume della produzione di Rive DOCG venduto nel mercato nel 2022 ha raggiunto quasi i 3,5 milioni di bottiglie, per un valore all'origine notevolmente in crescita, pari a 28,8 milioni di euro, e un prezzo medio di 8,30 euro a bottiglia. Rispetto al 2010, primo anno di commercializzazione delle Rive, il volume venduto in bottiglia è più che triplicato (+228%). L'aumento esponenziale nel lungo periodo si riflette anche nel valore alla produzione, che passa da 6 milioni del 2012 ai 28,8 milioni del 2022 (+378%). Anche nel breve termine, il trend resta lo stesso, registrando una crescita rilevante nell'ultimo anno sia in termini di volume (+8,9% sul 2021) che di valore (+20,7%).

Sempre in termini di volume, la quota assorbita dal mercato domestico ha subito una crescita, passando dal 74,3% del 2021 al 76,1% del 2022. Di conseguenza è diminuita la quota in volume di vino esportato (-1,8 punti percentuali), sebbene il numero di bottiglie sia aumentato e abbia raggiunto circa le 830.000 unità. Se si considera inoltre il lungo periodo (2011-2022), tale trend è ancora più accentuato, evidenziando volumi più che quintuplicati rispetto al 2011 (+441%).

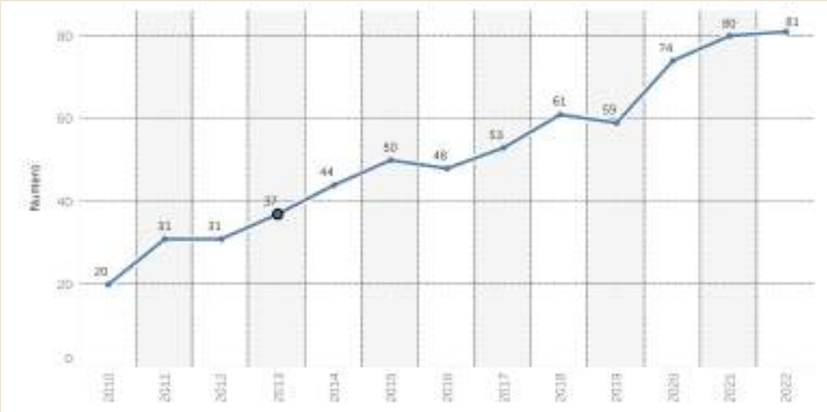


Fig. 7 – **Rive DOCG: imbottigliatori, 2010/2022**
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

Considerando la variazione del peso dei mercati, si osservano modifiche anche nei singoli canali distributivi. Il ruolo di HoReCa ed enoteche, vede un incremento rispetto al 2021 di 1 punto percentuale, raggiungendo il 34,1% della quota in volume. In aumento rispetto al 2022 (+3,3 punti percentuali) ci sono anche le Centrali d'acquisto che raggiungono la quota del 26,5%. In controtendenza rispetto all'anno precedente, si registra invece una diminuzione della quota delle vendite destinata ai grossisti e distributori che raggiunge il 19,8% del totale, divenendo il terzo canale di sbocco nel 2022. Torna inoltre ad aumentare la quota in volume relativa alla vendita diretta, pari al 14,4% nel 2022 (+2,7 punti percentuali), rispetto all'11,7% del 2021, mentre diminuiscono sia l'e-commerce, che raggiunge una quota di 2,4%, sia gli altri canali, che riducono la propria quota al 2,8% (rispettivamente -0,7 e -1 punti percentuali rispetto al 2021).

Nel 2022, nell'ambito della vendita diretta al pubblico, il Rive DOCG ha evidenziato un marcato incremento nelle vendite dei vini con prezzo superiore ai 10 euro a bottiglia, con un aumento di 11,6 punti percentuali. Anche i vini nella fascia 7-10 euro hanno mostrato un trend positivo, crescendo di 8,7 punti percentuali. Una forte contrazione si registra, invece, per il segmento di prezzo dei vini compresi nella fascia 5-7 euro (-15,4 punti percentuali) e anche la fascia compresa tra i 4-5 euro vede una contrazione pari a 4,9 punti percentuali rispetto al 2021.

Anche per quanto concerne le vendite nei diversi canali distributivi in Italia, si osserva un incremento nella fascia di prezzo dai 7 e 10 euro a bottiglia che raggiunge una quota pari al 59,7% in volume, registrando un aumento di 5,3 punti percentuali rispetto al 2021; cresce pure il peso del segmento maggiore di 10 euro a bottiglia (+2,5 punti percentuali) e quello dei vini compresi tra i 4 e i 5 euro (+1 punto percentuale), seppur solo lievemente, mentre diminuisce anche quest'anno la quota assorbita dai vini compresi tra i 5 e i 7 euro a bottiglia (-8,9 punti percentuali rispetto all'anno precedente).

I risultati confermano un andamento simile per le bottiglie nella fascia di prezzo dei vini tra 7 e 10 euro, con volumi che crescono sia per la vendita diretta che per i canali distributivi.

Nel 2021, la ripartizione dei mercati di esportazione del Rive DOCG si caratterizza per una concentrazione delle destinazioni leggermente mutata rispetto al 2021. Le principali destinazioni in termini di volume sono state: Paesi dell'area mitteleuropea e baltica (17,8%), Paesi dell'area adriatico – danubiana (12,2%), Svizzera (11,6%), Germania (10,4%), Stati Uniti (8,1%), Austria (7,2%), Russia (7%), Benelux (5,4%), Regno Unito (3%) e Scandinavia (2,4%).

(**1**) Rappresentata dai seguenti Paesi: Lettonia, Polonia, Lituania, Estonia, Repubblica Ceca e Repubblica Slovacca.

(**2**) Comprende i seguenti mercati: Grecia, Ucraina, Romania, Croazia, Cipro, Ungheria, Bulgaria, Slovenia, Serbia, Montenegro, Albania, Moldavia, Bosnia-Erzegovina, Macedonia e Kosovo.

(Appendice 5.0**6**/5.0**7**/5.0**8**)

Lo Spumante DOCG biologico

Nel 2022, il numero stimato di aziende produttrici di Spumante DOCG biologico risulta pari a 24 unità, con un incremento del +26,3% rispetto all'anno precedente. Nel corso del 2022, il valore alla produzione ha registrato un robusto aumento, attestandosi intorno ai 7,3 milioni di euro (+43,7%). Allo stesso modo, anche il numero di bottiglie vendute, pari a 1.147.759, è aumentato (+41%).

In termini di prezzo, la media per bottiglia si è attestata a 6,38 euro, mostrando un incremento del 1,9% rispetto all'anno precedente. Guardando al medio periodo, dal 2014 al 2022, si osserva un trend di crescita continuo e solido. In particolare, le vendite in valore hanno mostrato una crescita più marcata rispetto alle vendite in volume, con un aumento del 347% rispetto al 304% (Fig. 8).

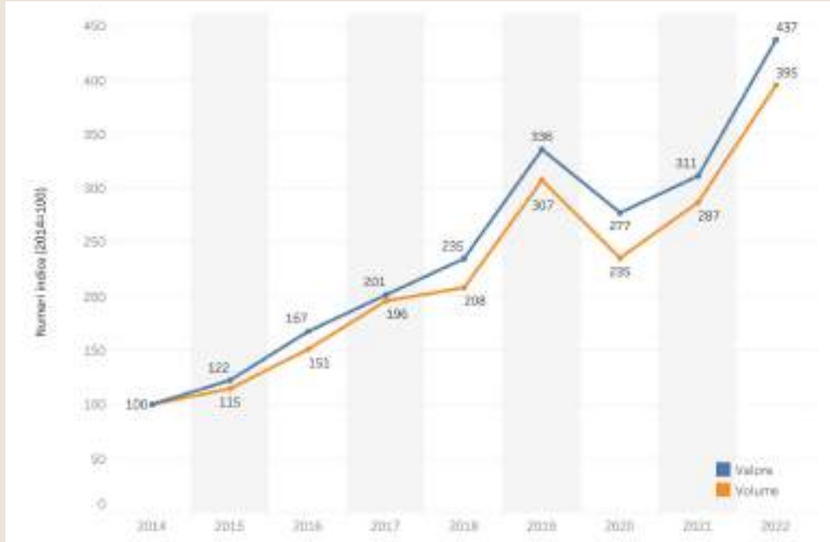


Fig. 8 – **Spumante DOCG Bio: la dinamica a Valore e Volume** (numeri indice 2014=100)
Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2023

Nel corso dell'ultimo anno, lo Spumante DOCG Bio ha visto sostanzialmente stabile la ripartizione delle vendite tra Italia e mercati esteri rispetto al 2021. Si evidenzia solo un modesto incremento (0,6 punti percentuali) a favore del mercato italiano che lascia immutato il sostanziale equilibrio tra vendite in Italia e fuori.

(Appendice 5.0**7**)

Pertanto, nel 2021 la quota in volume delle vendite in Italia ha raggiunto il 51,9%, mentre la quota del mercato estero si è attestata al 48,1%.

Nonostante la variazione minima in termini di quota in volume complessiva, nell'ultimo biennio (2021-2022), alcuni mercati esteri hanno mostrato un maggiore dinamismo delle importazioni. In particolare, il mercato svizzero aumenta significativamente l'importazione dello Spumante DOCG Bio (+16,2 punti percentuali), raggiungendo una quota pari al 21,5%. Questa quota è ora alla pari con quella della Scandinavia, tradizionalmente considerata un mercato di riferimento per questa tipologia di vino, che nell'ultimo anno invece registra una decrescita di 6 punti percentuali. Inoltre continuano a diminuire la propria quota gli Stati Uniti (-1,8 punti percentuali e una quota del 3,5%) e la Germania (-5,7 punti percentuali e una quota del 2,2%). Anche la Francia, che detiene l'1,6% della quota totale e il Regno Unito, con una quota dello 0,6 hanno registrato un andamento decrescente simile (rispettivamente -1,6 e -3,1 punti percentuali).

Ultimi Giappone e Cina & Hong Kong, che rispettivamente detengono 0,25% e 0,04% della quota in volume e che nell'ultimo anno hanno registrato una riduzione di 0,03 punti percentuali per il primo e 0,7 punti percentuali per i secondi.

Per quanto concerne il differenziale di prezzo, lo Spumante Bio mantiene un posizionamento di prezzo più elevato rispetto allo Spumante DOCG non Bio, sia sul mercato italiano (+8,5%), che sul mercato estero (+2,7%), e in media del 5,2% considerando il mercato nel suo complesso.

Nuovamente in aumento è l'interesse per i programmi per la promozione nei Paesi Terzi, cofinanziati dall'Unione Europea[3], che nel 2022 hanno coinvolto un numero crescente di imprese spumantistiche del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, pari a 72 unità (+10,8% rispetto al 2021) dopo due anni di riduzione. Quanto avvenuto può trovare giustificazione nella consistente ripresa delle attività volte a favorire la promozione del prodotto sui mercati esteri, dopo un periodo di incertezza dovuto alla situazione sanitaria avversa degli anni precedenti.

Questa crescita è ancora maggiore se si considera il lungo periodo: nel periodo 2010-2022 si registra infatti un aumento pari al 38,5%. In generale, le imprese DOCG ricorrono a specifiche strategie di marketing legate a modalità di comunicazione e moduli informativi, utilizzando strumenti e procedure idonei ad adeguare gli obiettivi da raggiungere alle possibilità offerte dai mercati esteri.

I progetti di promozione nei Paesi Terzi finanziati dall'Unione Europea sostengono un'ampia gamma di azioni di analisi dei mercati e di promozione nei confronti della distribuzione e dei consumatori.

La categoria di aziende che beneficia in numero maggiore di queste fonti di finanziamento è quella delle aziende molto grandi (pari a 36), che nel 2022 aumentano in maniera consistente (+20%), la stessa tendenza viene riscontrata per le aziende piccole con un totale di 12, in crescita del 20% rispetto al 2021 e medie, che raggiungono le 14 unità (+7,7%). Risultano invece in calo le aziende di grandi dimensioni che, con un calo del 16,7%, raggiungono le 10 unità.

Le imprese aderiscono a questi programmi prevalentemente nell'ambito di aggregazionila forma di partecipazione maggiormente utilizzata, seppur in calo rispetto all'anno precedente, è quella che prevede le iniziative da ATI, ossia associazioni temporanee di impresa (25%); a questa seguono le iniziative guidate dal Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG (21,4% dei casi), sebbene anch'esse siano diminuite nell'ultimo anno e quelle che hanno vistola co-partecipazione del Consorzio di Tutela e delle associazioni temporanee di impresa (16,1%); seguono con frequenze minori altre modalità di adesione, tra le quali quella dei programmi attuati da singole imprese rappresenta nel 2022 meno del 10% (8,9%) dei casi.

Riguardo alla promozione, appare evidente come il ritorno a condizioni di ritrovata normalità, dopo la pandemia, abbia esercitato una certa influenza sulle modalità di comunicazione, ma non molto marcata.

Dall'analisi dell'importanza attribuita dalle aziende alle diverse attività di promozione da mettere in atto per trasmettere la conoscenza dei valori e dell'offerta e creare una cerchia di clienti fidelizzati per lo Spumante DOCG, emergono alcune variazioni, che però non determinano un cambio di rotta significativo nelle strategie di comunicazione. Resta sostanzialmente invariata rispetto all'anno precedente l'importanza attribuita a social network, wine tasting, stampa specializzata e lifestyle, banner, sponsorizzazioni, tv con canali tematici, virtual tour e radio. Diminuisce invece, seppur in misura ridotta, l'attenzione verso le pubbliche relazioni, l'incoming di buyer nazionali e internazionali, i blog e gli influencer, le master class e i virtual tasting, la tv generalista ma anche la vendita diretta nel punto aziendale e la partecipazione alle fiere. L'unica attività di promozione che sembra avere un interesse crescente nel 2022 è quella della stampa generalista.

I cambiamenti che hanno caratterizzato il 2021 si riconfermano nelle scelte di comunicazione che hanno interessato le aziende della denominazione nel 2022: si conferma quindi l'interesse per lo sviluppo di un sistema di relazioni diretto verso distributori e consumatori.

Nel 2022 appaiono prioritari l'incoming di buyer, le pubbliche relazioni, ed i wine tasting in azienda, seguendo un modello di preferenza molto simile a quello dell'anno precedente.

Anche la perdita di interesse verso altre attività, come nel caso della partecipazione agli eventi fieristici, viene confermata nel 2022, dimostrando quindi un cambiamento nelle preferenze di comunicazione delle aziende che appare permanente. È possibile però ipotizzare che, anche in futuro, alcune delle attività di promozione online manterranno nel tempo un forte interesse de parte delle imprese (social networks, influencer e blog).

La promozione all'estero

(**3**) *Cfr.* Reg. CE n.1308/2013, art.45

Le strategie di internazionalizzazione assumono obiettivi diversi a seconda del mercato di riferimento. Per quanto riguarda i Paesi strategici anglofoni come Regno Unito, USA e Canada, ma anche Paesi come Germania, Austria, Svizzera, Francia, Giappone, Russia e altri Paesi dell'UE, le attività di promozione sono finalizzate a favorire un ulteriore sviluppo, pur destinando una quota crescente ad attività volte alla stabilizzazione nei mercati. Nei Paesi Scandinavi, invece, si osserva una riduzione delle risorse destinate all'ingresso nei mercati a favore di strategie di internazionalizzazione orientate allo sviluppo di questi mercati.

Nei nuovi mercati emergenti degli spumanti, come la Cina, e negli altri Paesi asiatici e americani, la strategia aziendale è orientata invece a investire nell'ingresso nel mercato.

(Appendice 5.0**9**)

Rispetto all'intera popolazione aziendale e in riferimento agli investimenti destinati alla promozione, l'analisi del 2022 ha evidenziato che il 67,3% delle aziende ha investito una quota inferiore al 3% del fatturato; il 25,3% delle imprese invece ha impegnato tra il 3% ed il 6% del volume d'affari, mentre il 7,4% delle imprese ha investito più del 6% del proprio fatturato in attività promozionali (Fig. 9).

Limitatamente agli investimenti per *servizi promozionali esterni*, risulta che il 63,6% delle case spumantistiche ha impiegato meno dell'1% del fatturato, il 29,6% delle aziende tra l'1% ed il 3% e il 6,8% ha investito una quota superiore al 3% (Fig. 10).

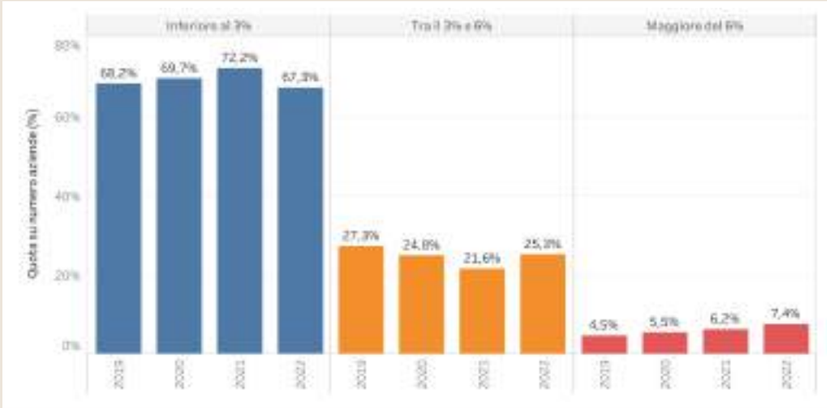


Fig. 9 – **Investimenti complessivi per la promozione*** (quota su numero aziende)
(*) Spese per servizi esterni (es. agenzie, pubblicità, ecc.) e costi interni (es. viaggi, spazi fieristici, vino, ecc.) sul fatturato 2019/2022

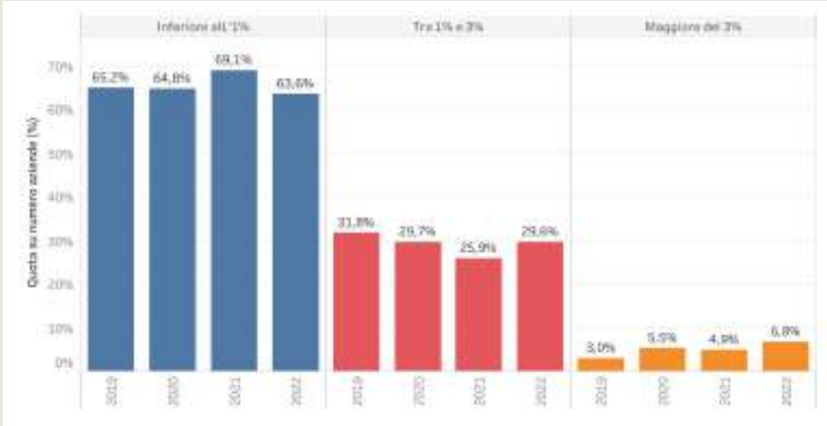
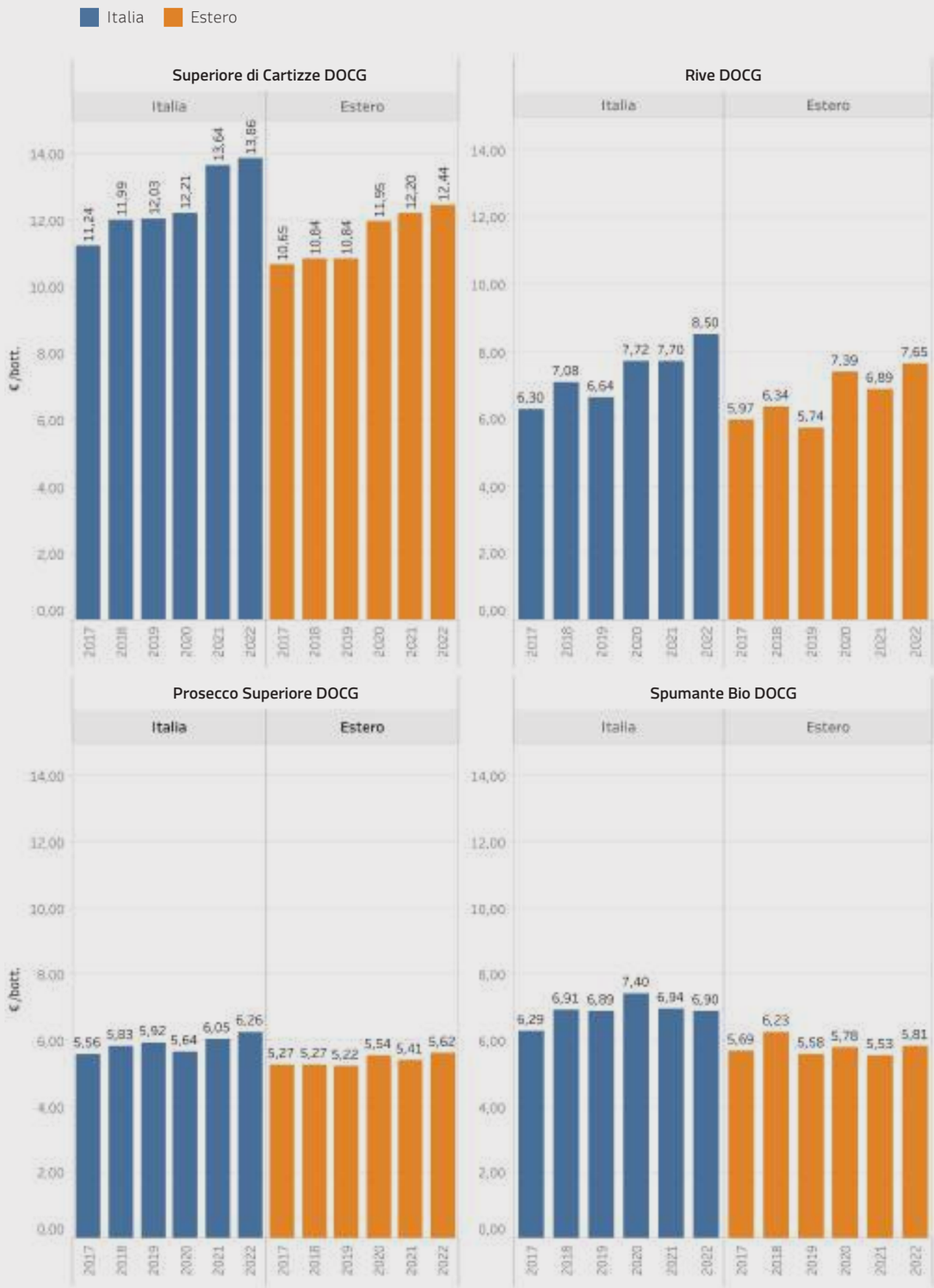


Fig. 10 – **Investimenti per servizi promozionali esterni*** (quota su numero aziende)
(*) Spese per servizi promozionali esterni (es. agenzie, pubblicità, ecc.) sul fatturato 2019/2022

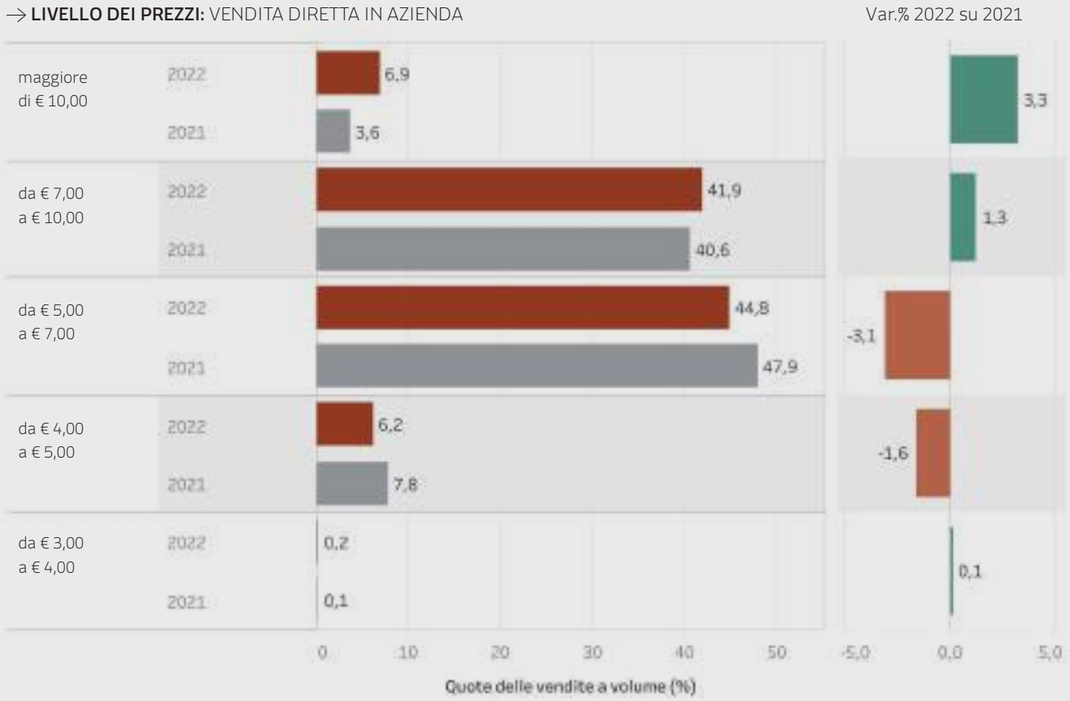
5.01 POSIZIONAMENTO DI PREZZO DEGLI SPUMANTI DOCG



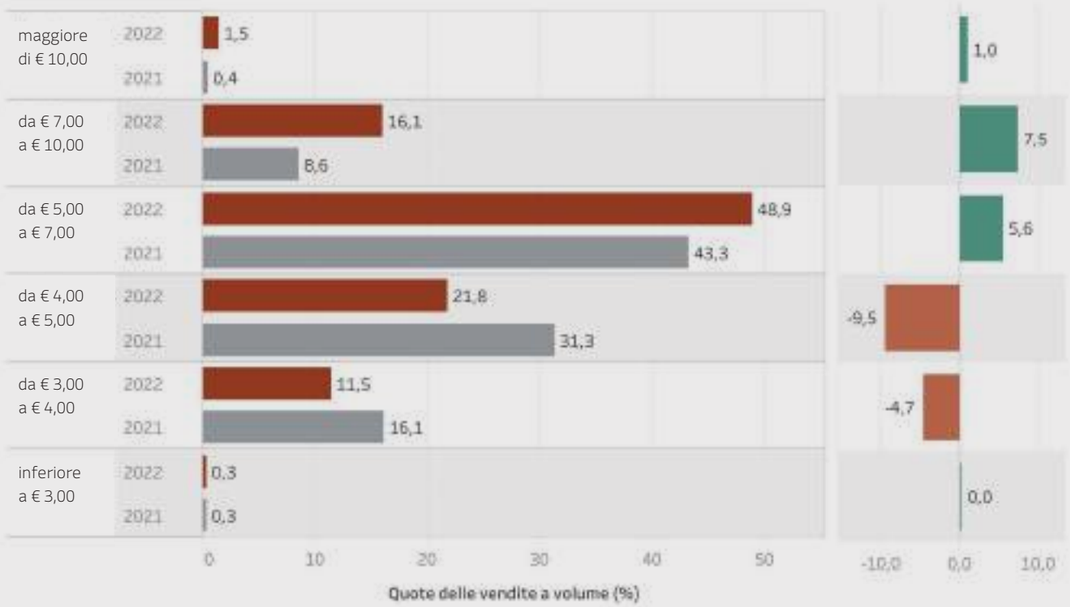
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E., 2023

5.02 STRATEGIE DI POSIZIONAMENTO: SPUMANTE DOCG

→ **LIVELLO DEI PREZZI:** VENDITA DIRETTA IN AZIENDA



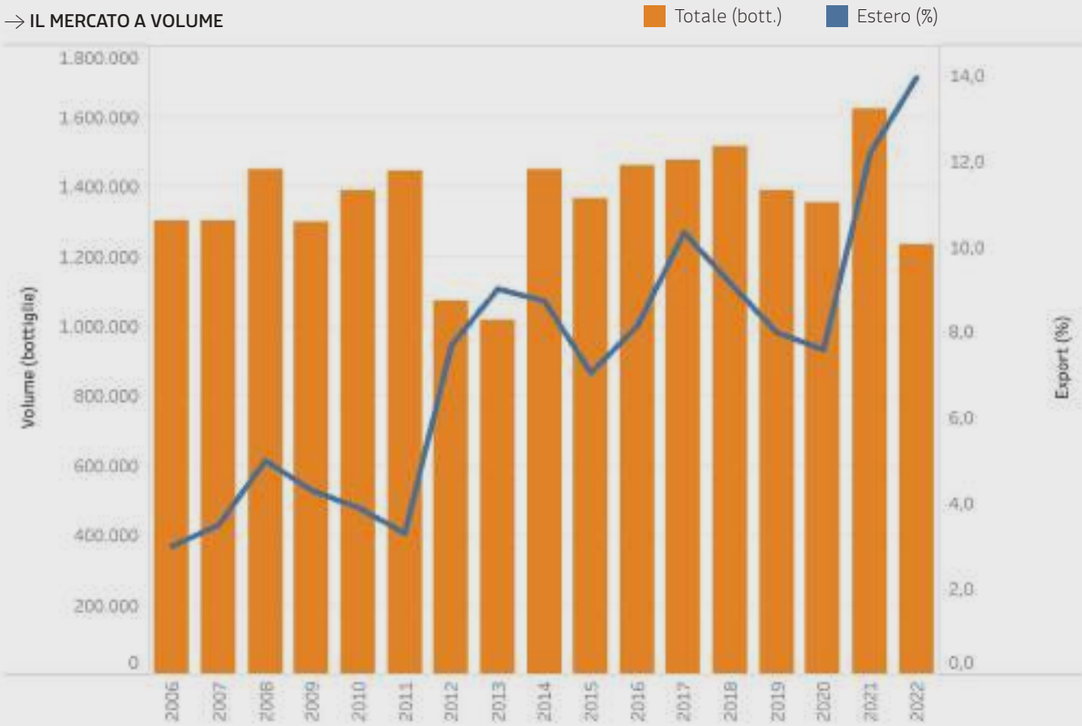
→ **LIVELLO DEI PREZZI:** AI CANALI DISTRIBUTIVI



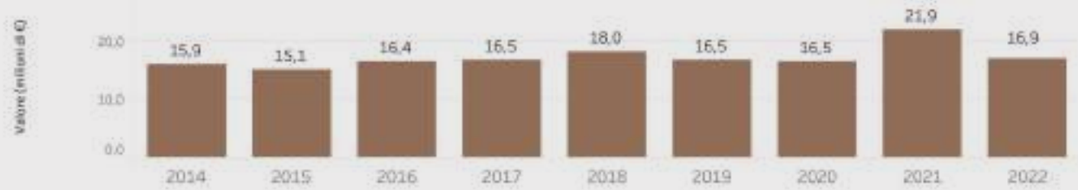
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E., 2023

5.03 SUPERIORE DI CARTIZZE DOCG

→ **IL MERCATO A VOLUME**



→ **Valore alla produzione** (€)



→ **Vendita per classi di fatturato***

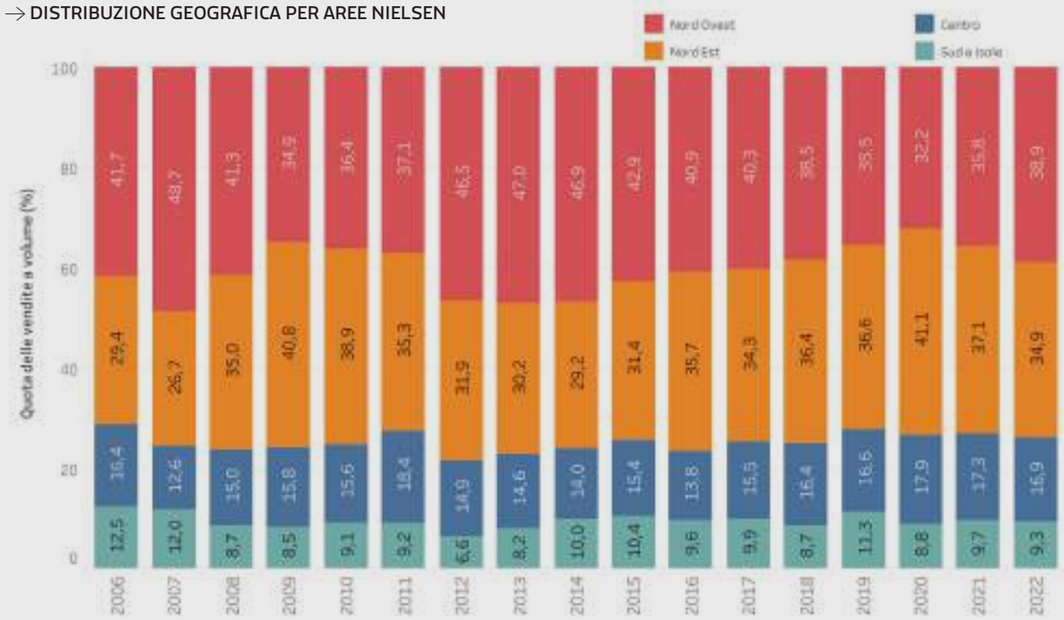
	Basso	Medio-basso	Medio-alto	Alto
2018	3,2	6,5	21,8	68,5
2019	3,4	3,4	21,1	72,1
2020	2,5	3,3	26,6	67,6
2021	4,4	5,8	22,3	67,5
2022	4,2	6,5	21,4	67,9

(*) **Classi per dimensione di fatturato**
Imprese a basso fatturato (fino a € 500.000)
Imprese a medio-basso fatturato (da € 500.000 a € 2 milioni)
Imprese a medio-alto fatturato (da € 2 milioni a € 10 milioni)
Imprese ad alto fatturato (maggiore di € 10 milioni)

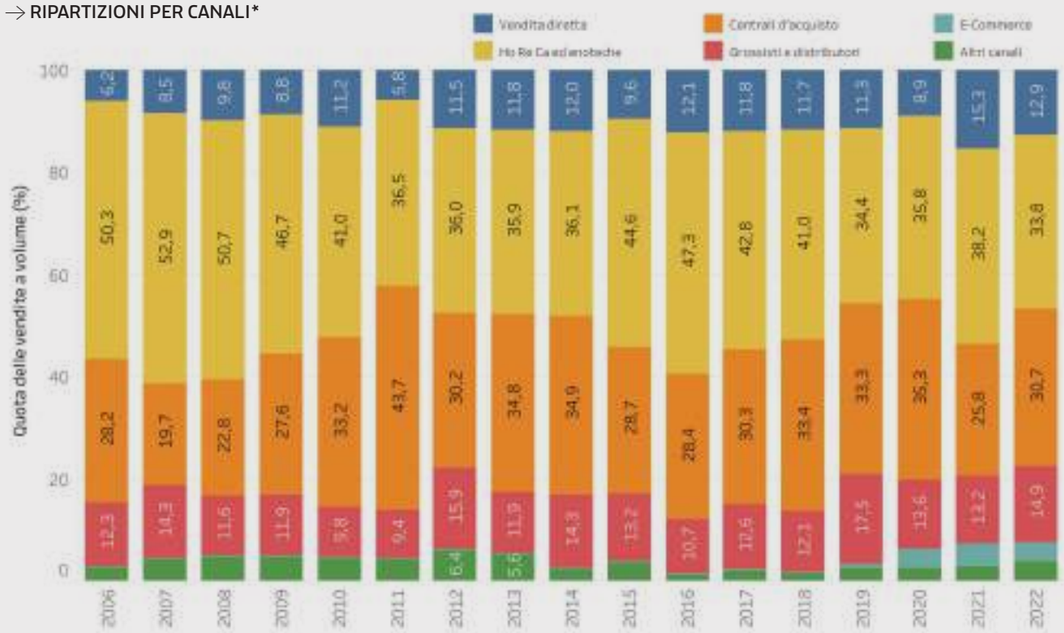
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E. su dati propri e Valoritalia, 2023

5.04 SUPERIORE DI CARTIZZE DOCG

→ **DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER AREE NIELSEN**



→ **RIPARTIZIONI PER CANALI***

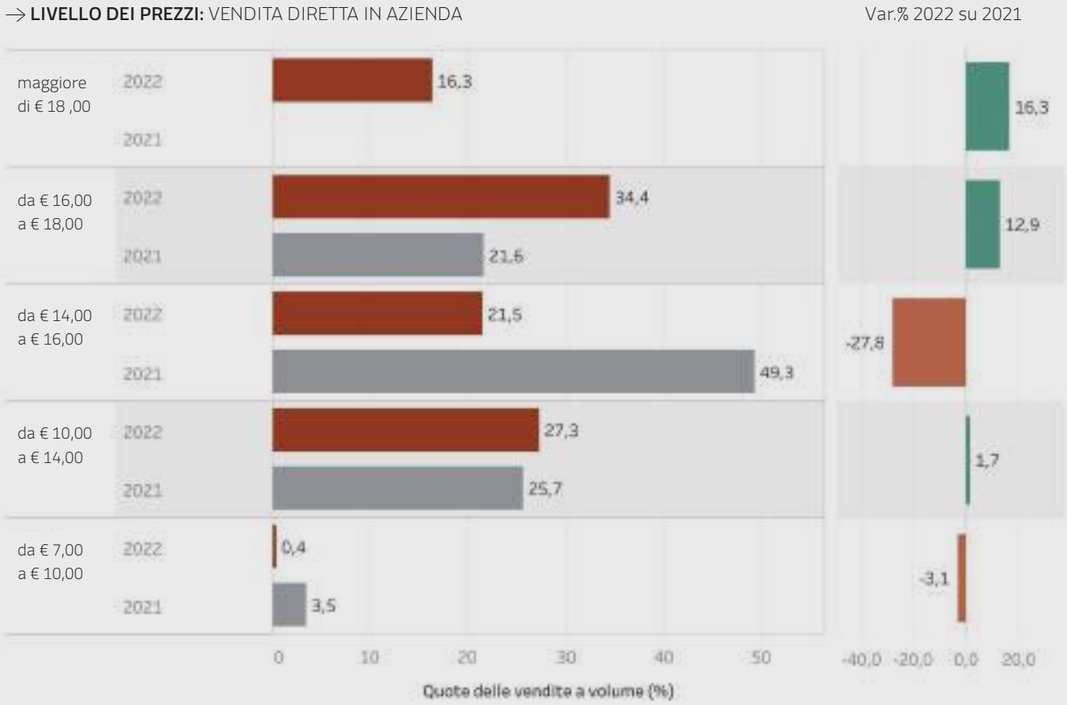


(*) Centrali che approvvigionano GDO e Distribuzione Moderna, Discount e Cash&Carry

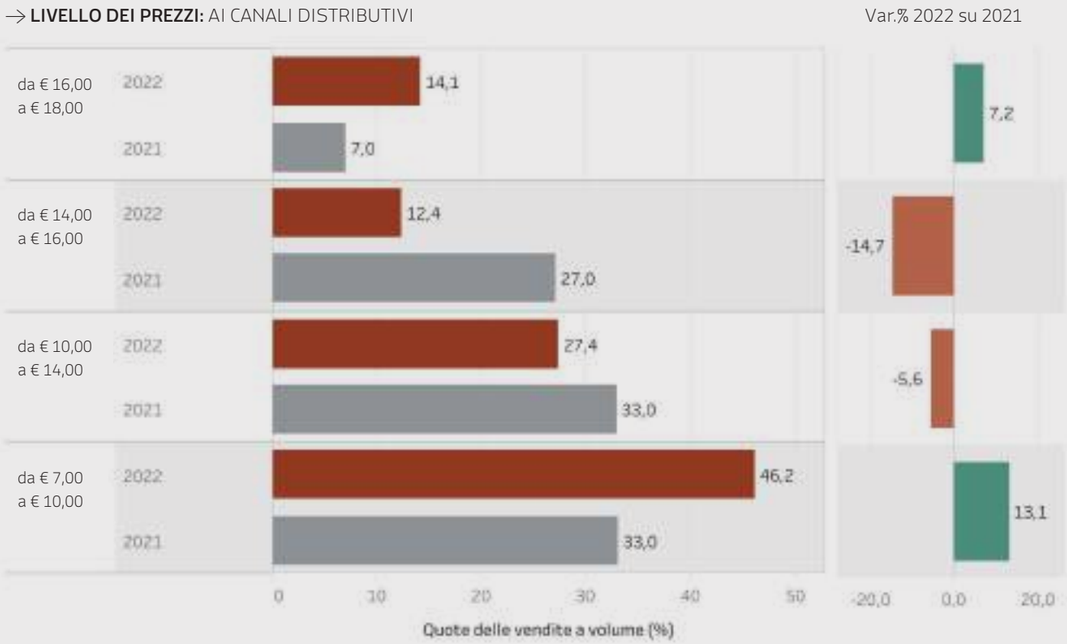
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E. su dati propri e Valoritalia, 2023

5.05 STRATEGIE DI POSIZIONAMENTO: SUPERIORE DI CARTIZZE DOCG

→ **LIVELLO DEI PREZZI:** VENDITA DIRETTA IN AZIENDA



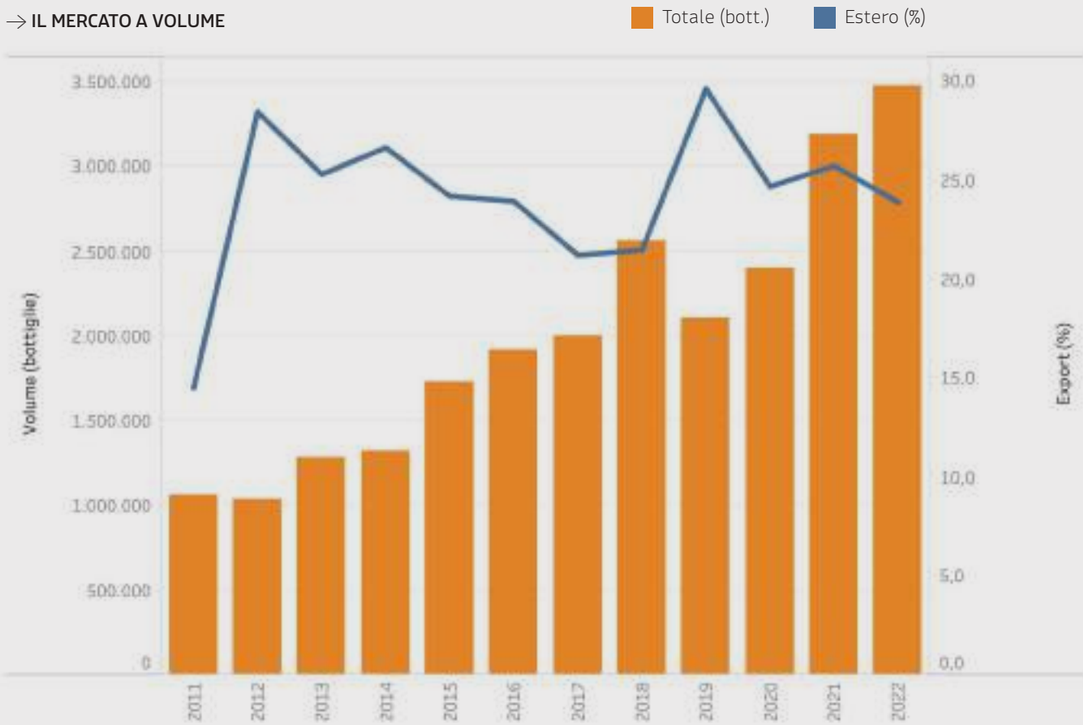
→ **LIVELLO DEI PREZZI:** AI CANALI DISTRIBUTIVI



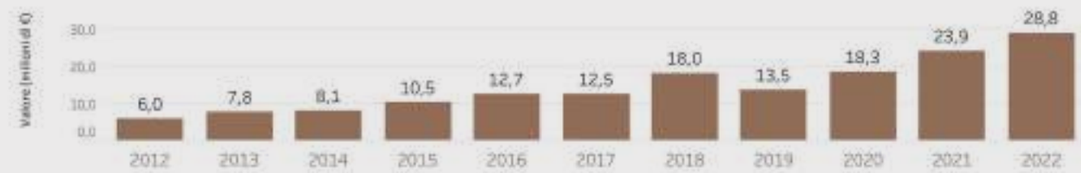
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E., 2023

5.06 RIVE DOCG

→ **IL MERCATO A VOLUME**



→ **Valore alla produzione** (€)



→ **Vendita per classi di fatturato***

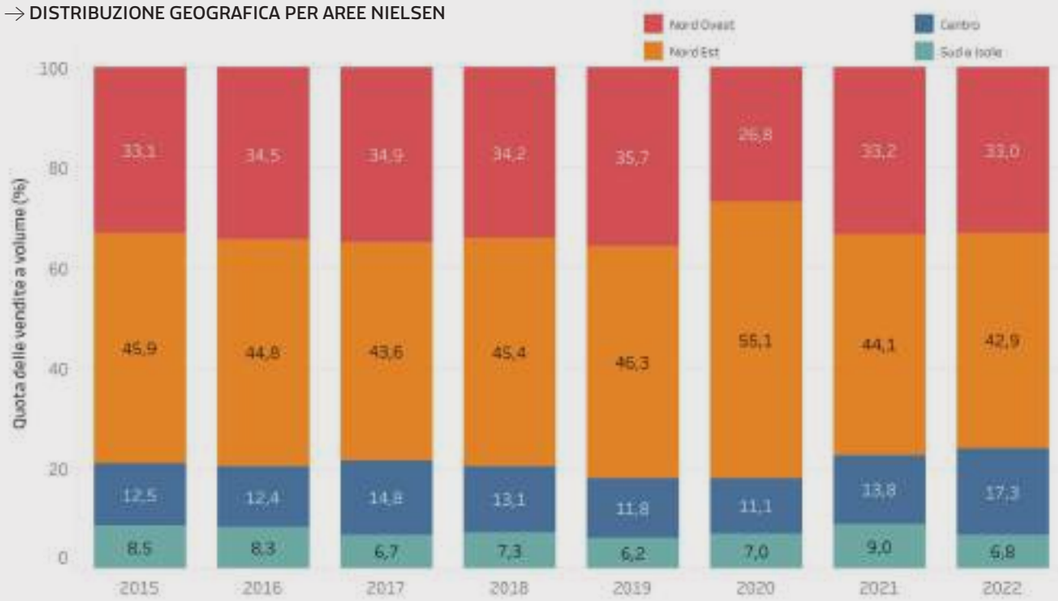
	Basso	Medio-basso	Medio-alto	Alto
2018	8,5	7,1	29,7	54,8
2019	6,0	5,8	28,8	59,4
2020	6,5	8,1	28,2	57,2
2021	5,6	11,4	27,3	55,7
2022	4,2	14,0	27,1	54,7

(*) **Classi per dimensione di fatturato**
Imprese a basso fatturato (fino a € 500.000)
Imprese a medio-basso fatturato (da € 500.000 a € 2 milioni)
Imprese a medio-alto fatturato (da € 2milioni a € 10 milioni)
Imprese ad alto fatturato (maggiore di € 10 milioni)

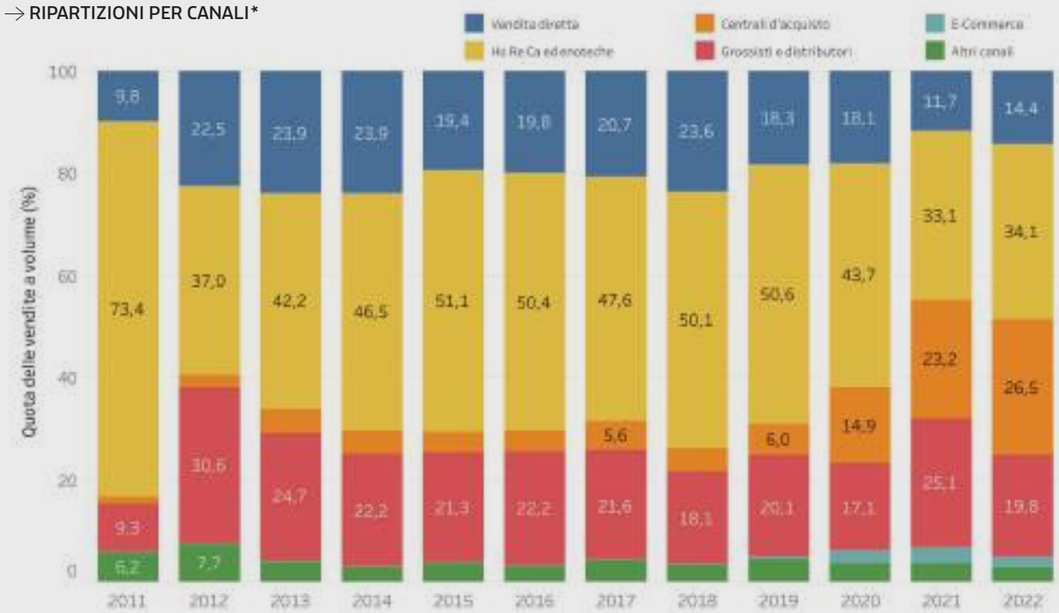
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E. su dati propri e Valoritalia, 2023

5.07 RIVE DOCG

→ **DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER AREE NIELSEN**



→ **RIPARTIZIONI PER CANALI***



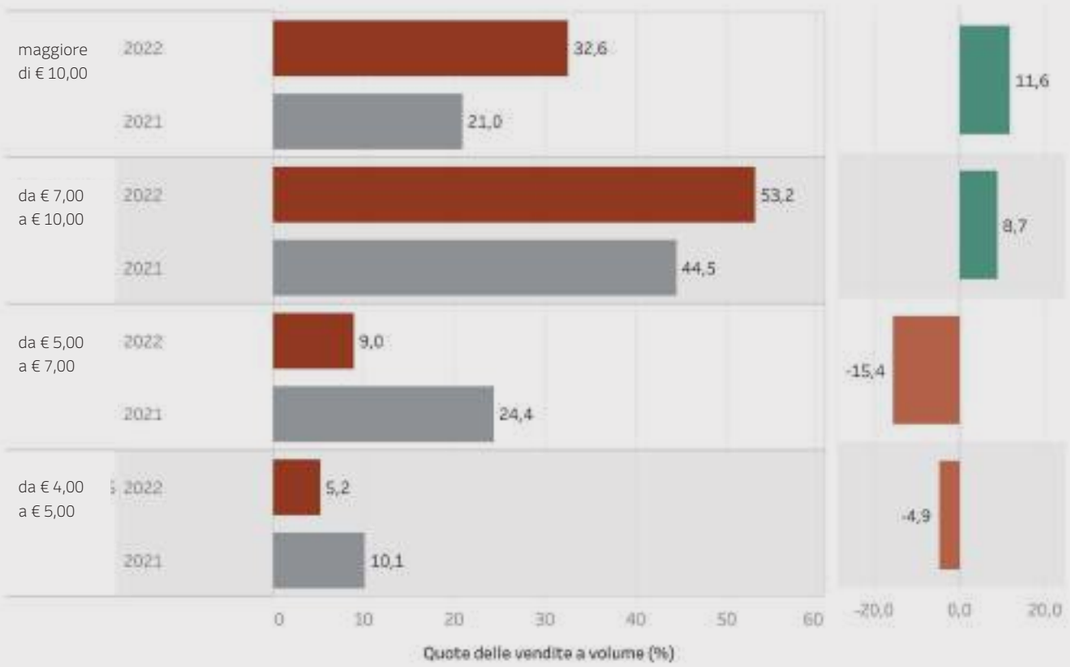
(*) Centrali che approvvigionano GDO e Distribuzione Moderna, Discount e Cash&Carry

Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E. su dati propri e Valoritalia, 2023

5.08 STRATEGIE DI POSIZIONAMENTO: RIVE DOCG

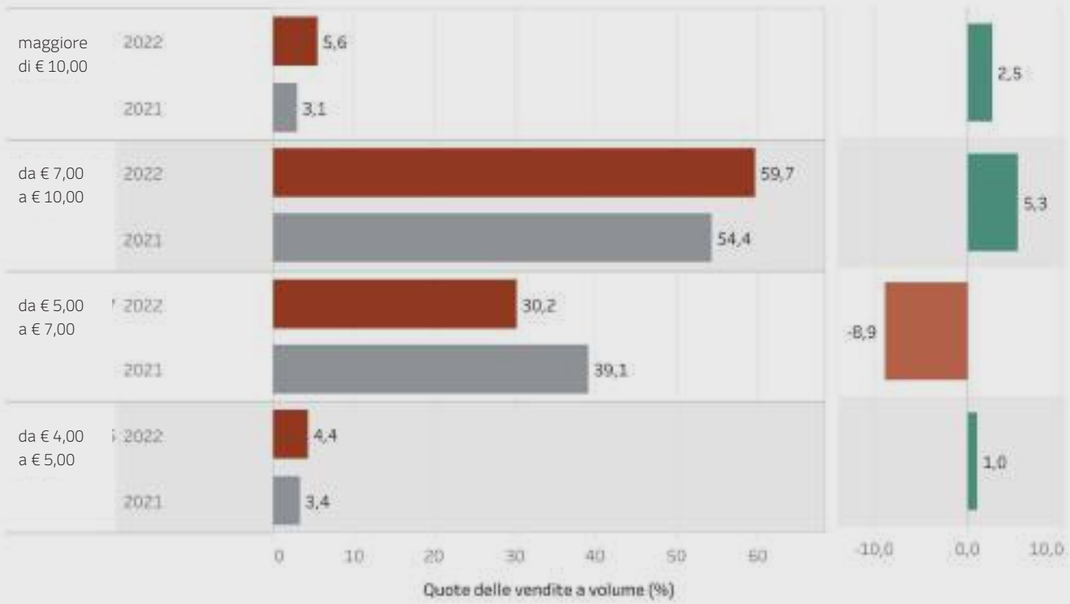
→ **LIVELLO DEI PREZZI:** VENDITA DIRETTA IN AZIENDA

Var.% 2022 su 2021



→ **LIVELLO DEI PREZZI:** AI CANALI DISTRIBUTIVI

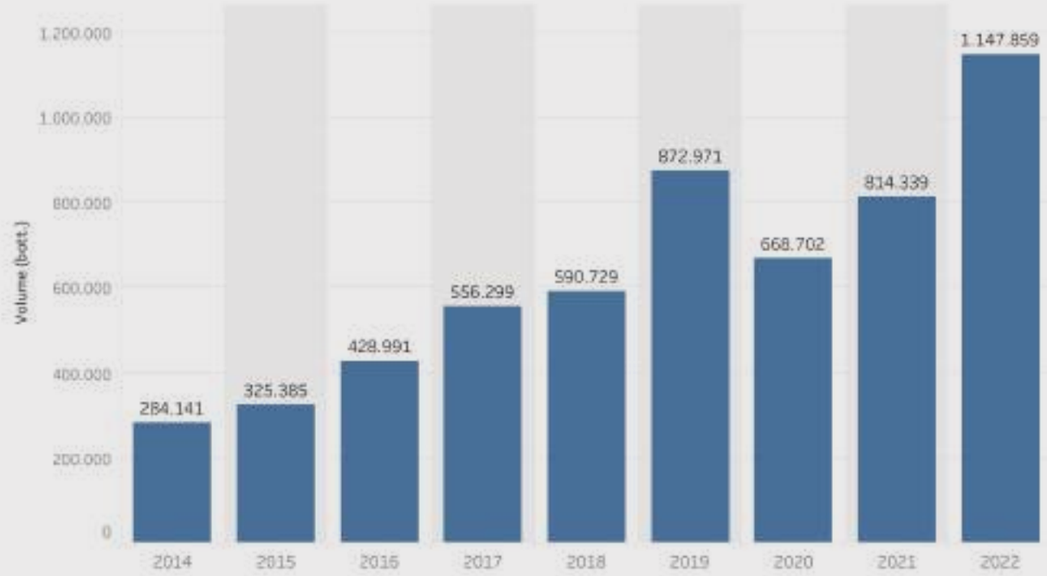
Var.% 2022 su 2021



Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E., 2023

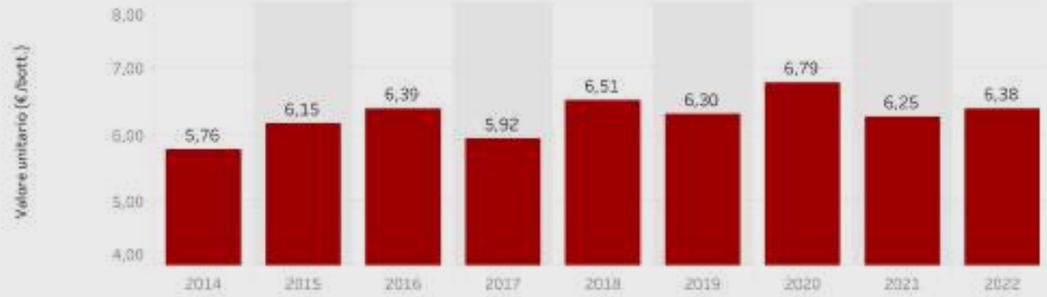
5.09 SPUMANTE DOCG BIO

→ **IL MERCATO A VOLUME** (bottiglie)



→ **ITALIA-ESTERO** – Quota in Volume (%)

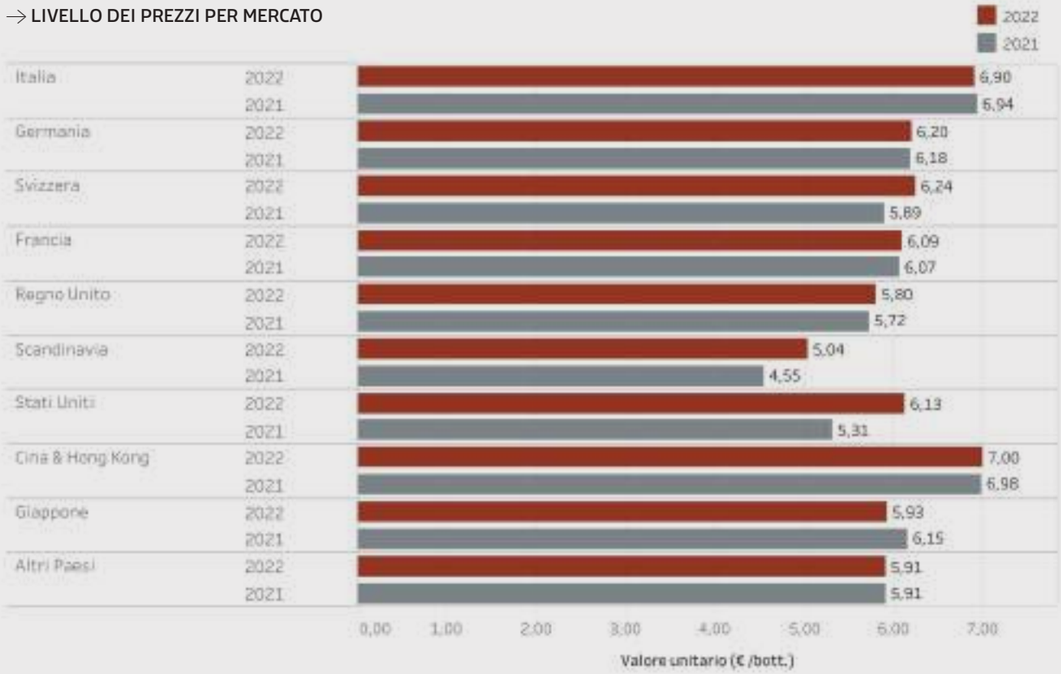
→ **LIVELLO DEI PREZZI:** TUTTI I MERCATI (€/bott)



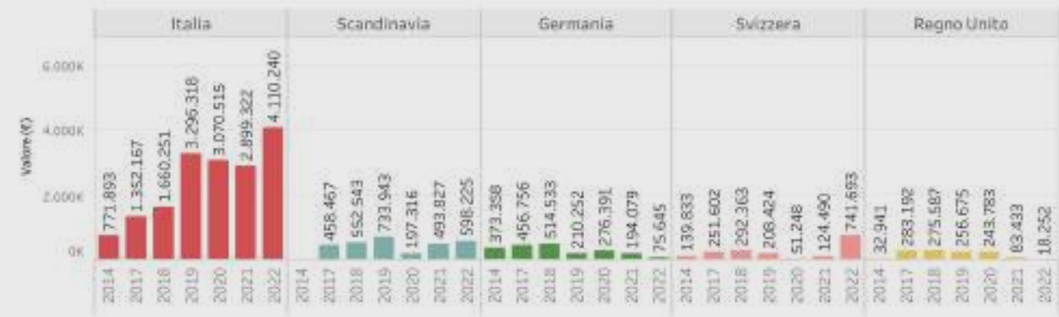
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E. su dati propri e Valoritalia, 2023

5.10 IL POSIZIONAMENTO DELLO SPUMANTE DOCG BIO

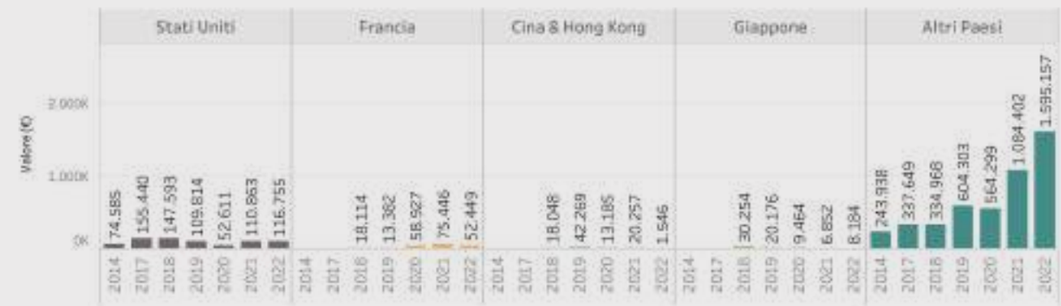
→ **LIVELLO DEI PREZZI PER MERCATO**



→ **TOP 5 MERCATI** – in Valore (€)



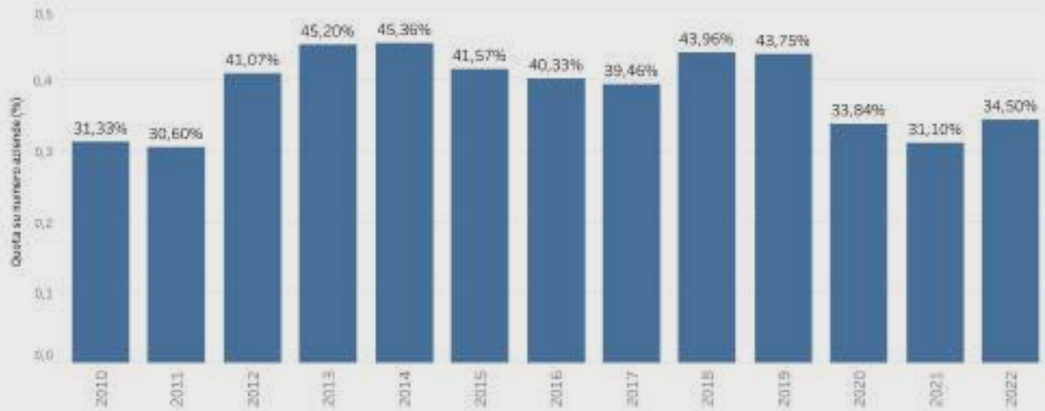
→ **ALTRI MERCATI** – in Valore (€)



Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E., 2023

5.11 LA COMUNICAZIONE ALL'ESTERO

→ **ADESIONE A PROGRAMMI CO-FINANZIATI** (1)



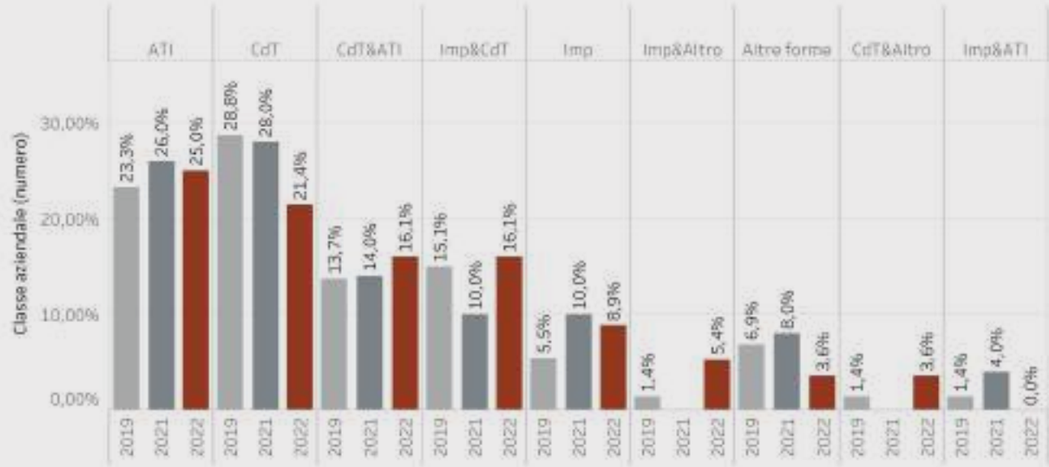
(**1**) Regolamento (UE) n. 1308/2013.

→ **DISTRIBUZIONE PER DIMENSIONE AZIENDALE** (2)

	2019	2021	2022	Var.% 2022 su 2021
Piccole	20	10	12	20,00%
Medie	20	13	14	7,69%
Grandi	11	12	10	-16,67%
Molto grandi	33	30	36	20,00%
Totale	84	65	72	10,77%

(**2**) **Classi per dimensione** (in numero di bottiglie vendute): aziende piccole (<150.000)
aziende medie (150.001-500.000) aziende grandi (500.000-1.000.000) - aziende molto grandi (>1.000.000)

→ **FORME DI PARTECIPAZIONE AI PROGRAMMI** (3)

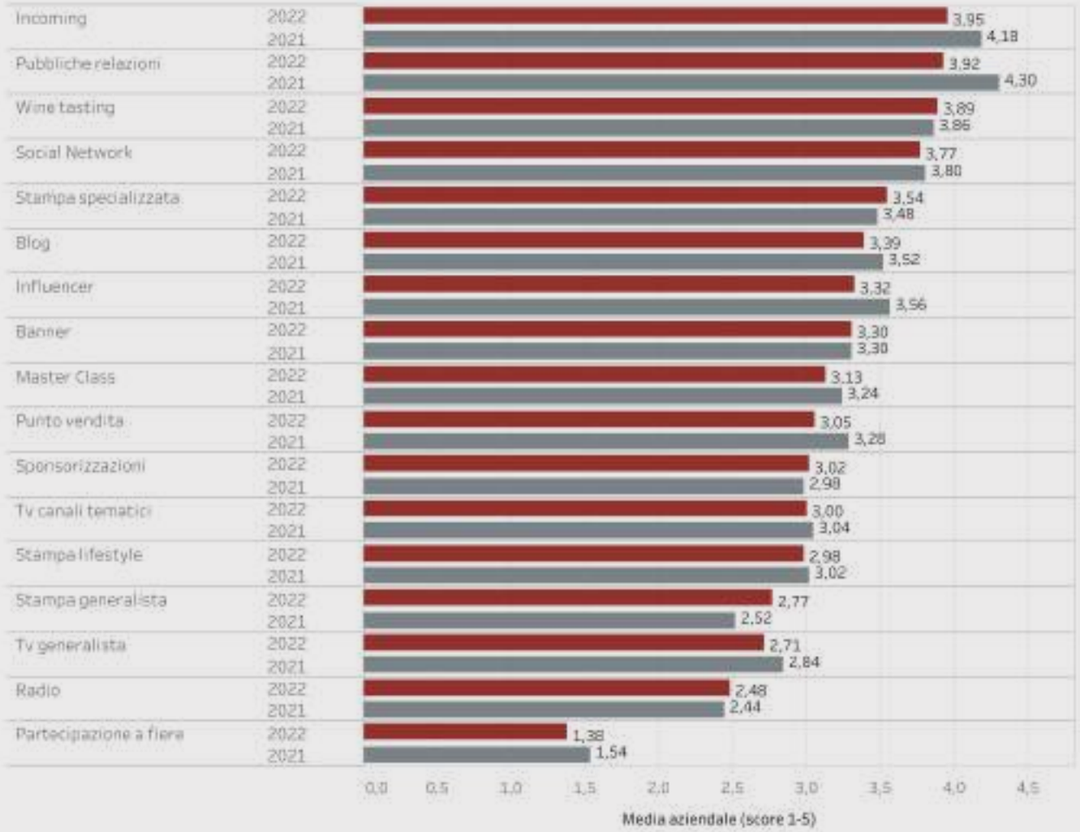


(**3**) CdT = Consorzio di Tutela; ATI = Associazioni Temporanee d'impresa; Imp = Imprese individuali;
Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E. su dati propri e Valoritalia, 2023

5.12 LA COMUNICAZIONE ALL'ESTERO

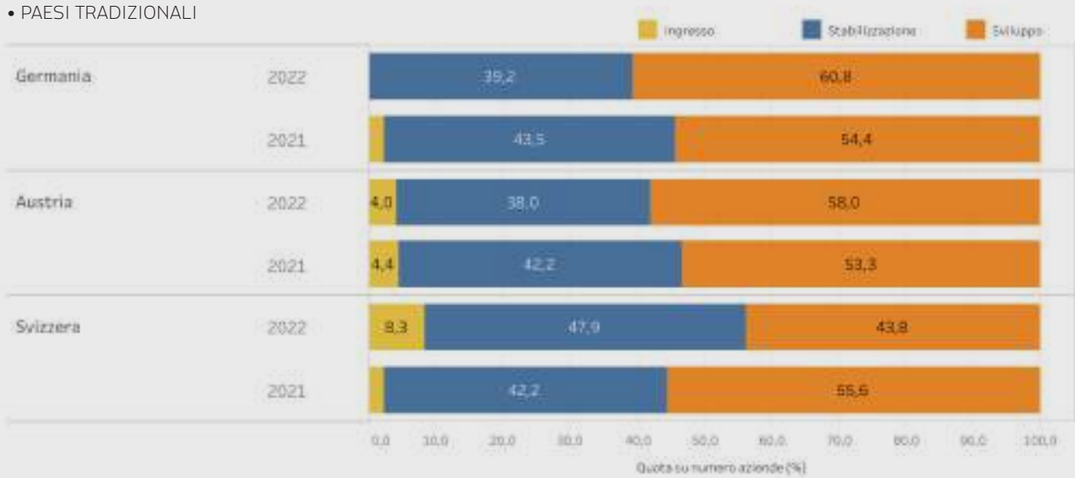
→ **IMPORTANZA DELLE ATTIVITÀ DI PROMOZIONE**

Scala di punteggi:
1 = per nulla importante
2 = poco importante
3 = abbastanza importanza
4 = importante
5 = estremamente importante



→ **OBIETTIVI DELLE STRATEGIE D'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

• PAESI TRADIZIONALI

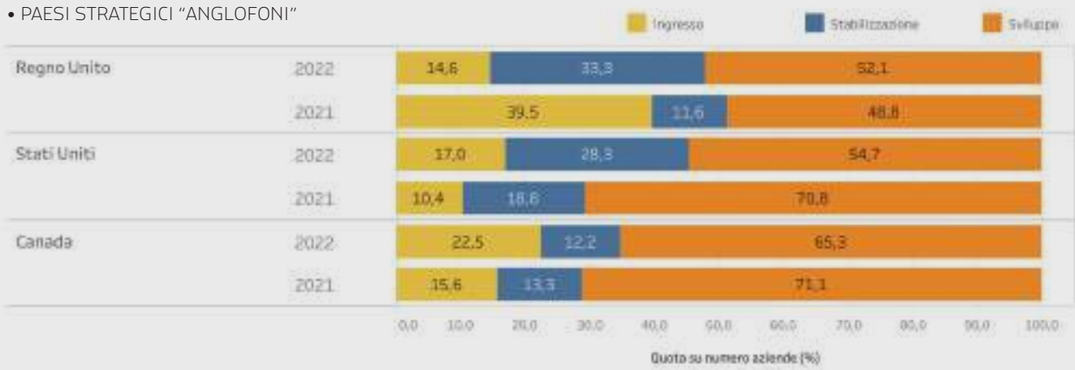


Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E., 2023

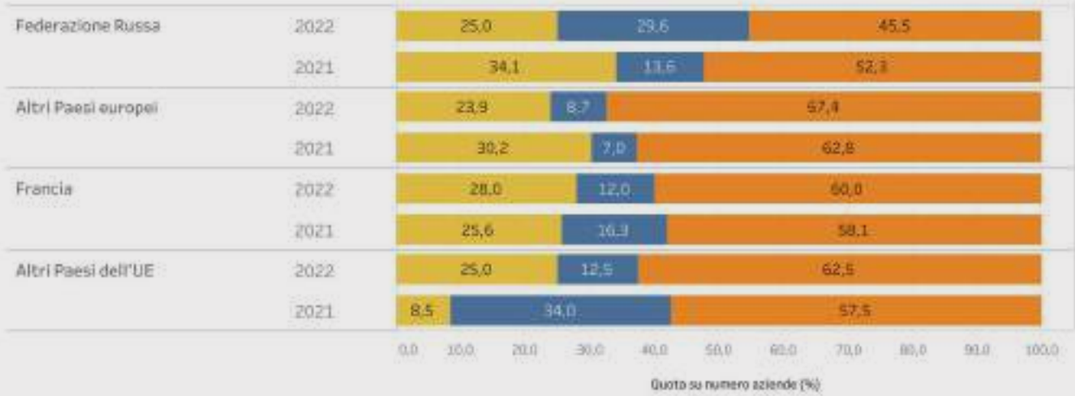
5.13 LA COMUNICAZIONE ALL'ESTERO

→ **OBIETTIVI DELLE STRATEGIE D'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

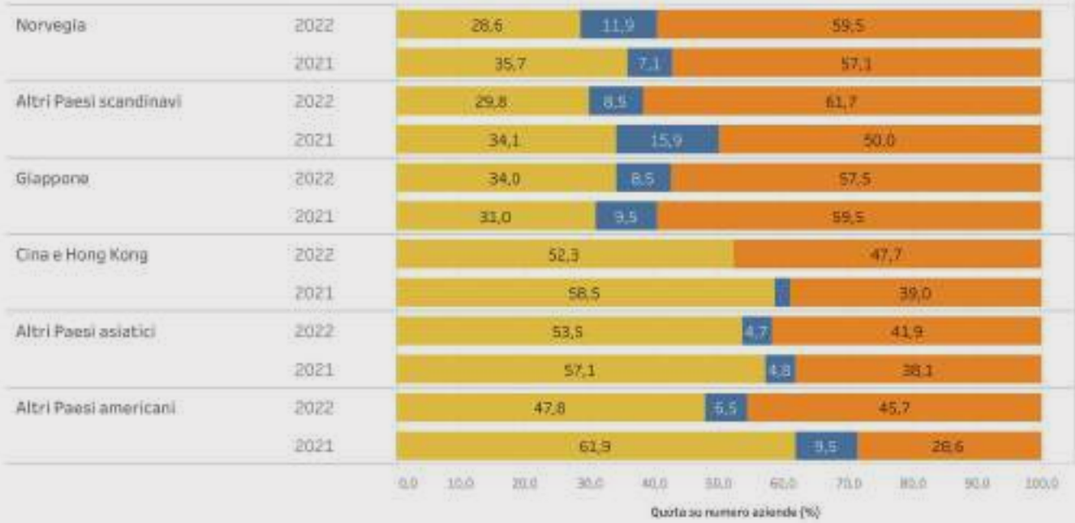
• PAESI STRATEGICI "ANGLOFONI"



• PAESI STRATEGICI - DELL'EST EUROPEO E RESTANTI DELL'UE



• PAESI NUOVI IMPORTATORI "ASIATICI E DEL RESTO DEL MONDO"



Fonte: Elaborazione C.I.R.V.E., 2023

6. SMART VITICULTURE E TRANSIZIONE ECOLOGICA

a cura di **Vasco Boatto, Luigino Barisan, Eugenio Pomarici**

Sostenibilità, innovazione, competitività

Il Conegliano Valdobbiadene si è sempre posto come obiettivo primario la garanzia dei principali aspetti legati alla sostenibilità, in armonia con la qualità e la sicurezza alimentare delle produzioni e alla valorizzazione del territorio di cui sono custodi. Sostenibilità, per i produttori del Prosecco Superiore DOCG, interpretata da un punto di vista economico, sociale e ambientale, in linea con le attese di Sviluppo sostenibile (ONU).

Negli ultimi anni, il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha intrapreso e potenziato progetti per rafforzare la custodia del paesaggio e la sostenibilità ambientale. Queste iniziative si sono concentrate sia sulla difesa della vite che sulla trasformazione enologica. Di conseguenza, sono migliorati gli standard della lotta antiparassitaria, nella gestione agronomica in vigneto e nei processi enologici e della logistica. I progetti avviati sono stati orientati verso l'adozione di pratiche che mirano alla riduzione dei prodotti impiegati nella difesa della vite. Si è posta attenzione al riutilizzo e al riciclo dei materiali, sia in vigneto che in cantina, e all'adozione di packaging eco-sostenibili. Ulteriori sforzi sono stati diretti verso l'adozione di fonti rinnovabili, una gestione più efficiente e sostenibile della risorsa idrica di soccorso e l'attuazione di azioni per ridurre l'impronta carbonica.

Da diversi anni, uno degli interventi di maggior rilievo da parte del Consorzio di Tutela è stata l'attuazione di misure complementari al divieto del glifosfate, con lo scopo di controllare la formazione di malerbe in vigneto. L'azione sul diserbo, indubbiamente, ha non solo migliorato i profili di sostenibilità del territorio, ma ha anche rappresentato un passo importante a favore della salute dei residenti. Ha inoltre contribuito a incrementare l'attrattività turistica dell'area, specialmente in seguito al recente riconoscimento da parte dell'UNESCO.

L'impegno del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG sul diserbo è in linea con gli obiettivi definiti dalla strategia *Farm to Fork*, inserita nel *Green Deal* della Commissione Europea. Questa strategia punta alla transizione verso un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente. Inoltre tale impegno posiziona favorevolmente la Denominazione per cogliere le opportunità offerte dalla nuova PAC, in vigore da gennaio 2023, che prevede aiuti per gli agricoltori che si impegnano a osservare pratiche agricole benefiche per clima e ambiente, note come ecoschemi.

Per alcune grafiche, data la natura strutturale, la rilevazione dei dati è biennale per cui si riportano i commenti riferiti al 2021.

Rapporto tra crescita economica e qualità dell'ambiente

Parallelamente allo sviluppo economico e di mercato ottenuto dal Distretto del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG è cresciuta l'attenzione degli operatori ai temi ambientali. Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG costituisce un esempio concreto di come l'intervento sugli aspetti legati alle problematiche ambientali delle attività agricole e viticole possa influenzare le pratiche colturali in base alle percezioni della società. Ciò ha rappresentato la giusta partenza per lo sviluppo di una pratica vitivinicola rispettosa dei valori del territorio, realizzata principalmente per eliminare le possibili incongruenze nel comportamento degli operatori e, secondariamente, per trarre dal rapporto tra territorio e attività produttiva elementi che favoriscano uno sviluppo sostenibile. L'adozione di pratiche rispettose dell'ambiente, che fanno un uso virtuoso del territorio, ha rappresentato la condizione necessaria per il riconoscimento da parte dell'UNESCO, delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene come Patrimonio dell'Umanità.

La tutela dell'ambiente e la qualifica dell'intero settore produttivo nella prospettiva dello sviluppo sostenibile ora sarà ancora di più una priorità, non solo da un punto di vista prettamente paesaggistico, ma anche e soprattutto per aspetti economici e sociali. Di fatto, il riconoscimento da parte dell'UNESCO come Patrimonio dell'Umanità dà ulteriore valore aggiunto in termini di autenticità del paesaggio, rispetto al quale il mondo della produzione svolge un ruolo determinante per garantirne l'integrità.

L'integrazione di pratiche sostenibili nella gestione d'impresa permette da un lato di accrescere la reputazione e la sostenibilità complessiva (economica, sociale, ambientale) e dall'altro contribuisce a costruire esperienze memorabili per i visitatori, promuovendo un turismo sostenibile. Proprio in tale ottica, con la partecipazione attiva del Consorzio di tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, si sta lavorando alla costituzione del Biodistretto del Conegliano Valdobbiadene, un riconoscimento che consentirà di valorizzare ancora di più il territorio e le sue produzioni. Parallelamente, si sta registrando un incremento significativo nell'adesione dei produttori della Denominazione alla certificazione SQNPI, operativa nella Denominazione dal 2019

Il Paesaggio

→ Il territorio della DOCG: un paesaggio di qualità

Il 7 luglio 2019 a Baku, Azerbaijan, le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene sono state ufficialmente riconosciute come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO, diventando il 55° sito italiano a ricevere tale onore. Questo riconoscimento è dovuto alla loro particolare geomorfologia a hogback, ai ciglioni inerbiti e al caratteristico paesaggio a mosaico che rappresentano elementi unici e di grande valore culturale, naturale ed esistenziale (https://collineconeglianovaldobbiadene.it)

Un elemento distintivo di questa area sono le Rive, simbolo della tradizione viticola e culturale del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. Nel dialetto locale della DOCG, il termine "riva o rive" fa riferimento a piccoli appezzamenti di vigneto situati su ripidi pendii, versanti su cui vengono prodotte uve di alta qualità. Questa designazione sottolinea l'importanza di conservare e valorizzare tali aree per le generazioni future.

Da questo termine dialettale deriva il sistema delle menzioni Rive, frutto della volontà della comunità locale di legare alla peculiare conformazione di un territorio eccezionale le differenti combinazioni enologiche che si possono ottenere dall'interazione tra le specifiche caratteristiche fisiche e biologiche, come quelle pedologiche, microclimatiche, orografiche, unitamente alla conoscenza e passione dei viticoltori della Denominazione. In questo contesto, la creazione della menzione Rive ha valorizzato le specificità di suolo, topografia, clima, paesaggio e biodiversità e di valorizzare le punte di eccellenza del territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, attribuendo una precisa identità a ciascuno dei 43 terroir della Denominazione.

Fondamentali sono la custodia dei loro paesaggi, elementi caratterizzanti dell'area, che diventano così strategici per l'elaborazione dell'offerta enoturistica. In questa direzione, mirando a intraprendere azioni per la promozione, la tutela del paesaggio e dell'ambiente e la creazione di un sistema turistico sostenibile per la Denominazione, è stata istituita l'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene. Con riferimento alle aziende DOCG, il riconoscimento a Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO è considerato positivamente, come dimostra l'elevato grado di consenso, pari al 94,5% (con un giudizio che va da importante a molto importante).

(Appendice 6.04)

→ Tecniche per la custodia e tutela del paesaggio

Il paesaggio è un prezioso bene culturale ed ambientale; di conseguenza sono molti gli interventi finalizzati alla sua tutela nell'area del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Dal giugno 2019, tra le iniziative che coinvolgono la comunità, il Tavolo di Dialogo della Diocesi di Vittorio Veneto si è concentrato sui temi della sostenibilità ambientale, socioeconomica dell'area vitivinicola. Hanno partecipato rappresentanti del Consorzio di Tutela, associazioni ambientaliste e sindaci dei Comuni locali. Durante le riunioni sono state affrontate dinamiche politiche e accademiche, delineando piani per il futuro e promuovendo una collaborazione tra diversi attori per raggiungere obiettivi comuni. Le imprese spumantistiche locali impegnate nell'attuazione di interventi tesi alla tutela e alla rivalutazione degli elementi del patrimonio ambientale e paesaggistico sono aumentate di circa il 54,5% nel periodo 2011-2021, raggiungendo nel 2021 un totale pari a 102 unità spumantistiche (Fig. 1).

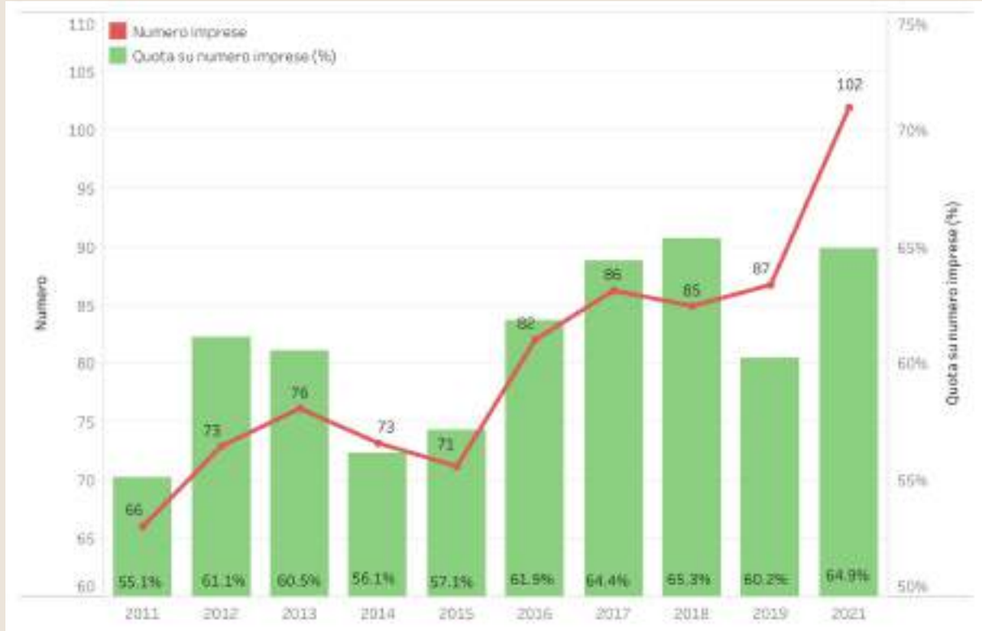


Fig. 1 – Valorizzazione del patrimonio ambientale e paesaggistico, 2011-2021
Numero = numero case spumantistiche con vigneti in area DOCG
Quota (%) = percentuale su numero case spumantistiche con vigneti in area DOCG

Si posta una particolare enfasi sugli interventi di ripristino e consolidamento dei profili idraulico - agrari dei terreni. Questi sono stati focalizzati sulla tutela degli elementi di pregio del paesaggio vitivinicolo. A tali progetti hanno partecipato 80 imprese DOCG, con un incremento del 27% sul 2011. Sono pure aumentate numericamente le iniziative finalizzate al recupero e al mantenimento del patrimonio architettonico locale (+24,3% circa rispetto al 2011). Invece, le attività finalizzate alla protezione e al recupero del patrimonio artistico-culturale sono rimaste stabili rispetto al 2019.

(Appendice 6.01)

Smart Viticulture

→ Sistemi di gestione antiparassitaria e agronomica a basso impatto ambientale

Sistemi di gestione antiparassitaria e agronomica a basso impatto ambientale

Dal 2011 al 2019, il Protocollo Viticolo promosso dal Consorzio di tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha rappresentato lo strumento cardine nella gestione del vigneto. Nel 2019 circa l'85% della produzione DOCG vi aderiva. Il Protocollo Viticolo mira a minimizzare l'impatto e il rischio dell'uso dei prodotti fitosanitari e a promuovere in vigneto pratiche agronomiche più sostenibili per l'ambiente, nell'interesse sia dell'uomo che dell'ambiente. Tuttavia, dal 2020 l'adesione a questo protocollo si è decisamente ridotta, scendendo di circa 31 punti percentuali rispetto al 2019, a vantaggio del Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI). Circa il 42,7% delle aziende (percentuale pressocché invariata rispetto al 2021) ha deciso infatti di aderire nel 2022 alla certificazione volontaria SQNPI promossa dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali. Questa certificazione, basata su precise norme tecniche e specifiche indicazioni fitosanitarie che includono pratiche agronomiche e limitazioni nel numero e nella scelta dei prodotti utilizzati durante i trattamenti, punta a valorizzare i prodotti garantendo al consumatore sicurezza alimentare, qualità organolettica e processi di coltivazione rispettosi del territorio e della salute dell'uomo. Questa tendenza è giustificata dall'avvio, nel 2019, del progetto promosso dal Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, con l'obiettivo di raggiungere entro il 2029 la certificazione globale della Denominazione secondo il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata.

Nello 0,8% delle imprese ha scelto di aderire invece al Sistema di Qualità Verificata (SRQV) promosso dalla Regione Veneto, mentre il rimanente 2,1% utilizza protocolli di produzione biologica o biodinamica.

(Appendice 6.02)

→ **Impiego di tecnologie a riduzione della deriva in vigneto**

Le imprese spumantistiche del Conegliano Valdobbiadene non cooperative con vigneti in area DOCG, che includono vitivinicoltori, imbottigliatori, trasformatori e imbottigliatori industriali, hanno condotto nel corso del 2022 il 23% della superficie vitata della Denominazione contribuendo a migliorare qualitativamente la gestione ambientale della coltivazione.

Il numero delle irroratrici eco-sostenibili, per l'anno 2022, è stato stimato a 245 unità che rappresentano circa il 75,4% delle irroratrici utilizzate (Tab. 2). Di questi, la quota numericamente maggiore è rappresentata da atomizzatori dotati di sistemi anti-deriva (45,2%), in aumento del 10,5% rispetto al 2021, mentre il 14,2% delle aziende utilizza irroratrici a recupero dei fitofarmaci *(recovery drift)*, anch'esse decisamente aumentate rispetto al 2021 (+27%). Le irroratrici a recupero dei prodotti fitosanitari sono macchine progettate per minimizzare la deriva del prodotto irrorato, riducendo così l'utilizzo dell'acqua e ottenendo una maggiore qualità e sicurezza del trattamento. Inoltre, con le irroratrici a recupero è possibile operare contemporaneamente su due filari, contribuendo anche a ridurre l'impronta carbonica.

→ **Impiego di trattori a basse emissioni**

Nel 2022, si è registrata una diminuzione leggera del numero di trattori con dispositivi di riduzione delle emissioni, arrivando ad un totale di 175 unità (-3,8% rispetto all'anno precedente) con una media di 1,12 macchine per azienda (Tab. 2).

→ **Best practices delle operazioni colturali in vigneto**

L'impegno delle aziende per garantire modelli di produzione sostenibili parte fin dalle operazioni colturali relative alla gestione del verde (Fig. 2). Riguardo alla parete fogliare, circa l'88,4% delle aziende (92% della superficie della DOCG) attua delle cimature per contenere lo sviluppo della chioma e il 55,4% (58,5% della superficie DOCG) effettua anche una sfogliatura delle viti al fine di arieggiare maggiormente i grappoli, prevenendo attacchi fungini e infestazioni e garantendo al tempo stesso anche una maggior efficacia dei trattamenti.

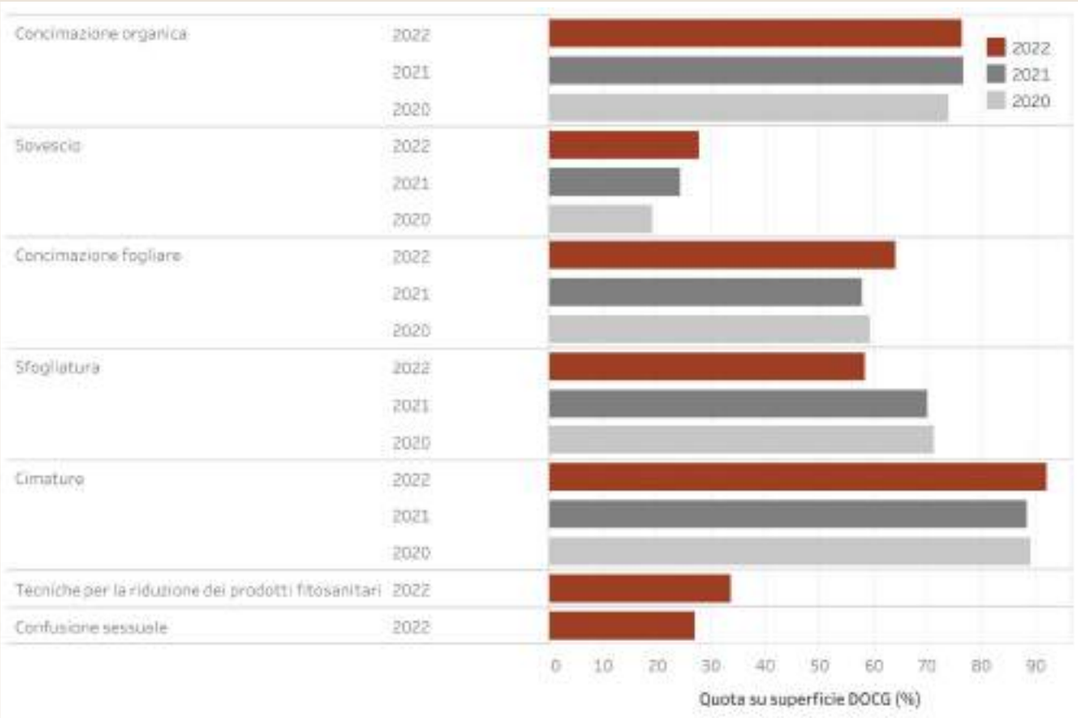


Fig. 2 – Pratiche colturali di gestione del vigneto, 2020-2022
Quota su superficie DOCG (%): percentuale su superficie DOCG detenuta dalle case spumantistiche con vigneti in area DOCG

In merito invece all'apporto di nutrienti alla pianta, il 72,7% delle aziende (76,2% della superficie DOCG) effettua concimazioni organiche sul suolo, mentre il 64,5% (64,1% della superficie DOCG) effettua concimazioni fogliari. Inoltre, al fine di ottimizzare il piano di concimazione secondo le esigenze del singolo terreno, circa il 35,6% delle imprese effettua delle analisi del suolo andando così a monitorare il contenuto di macro e micronutrienti, le caratteristiche fisiche, chimiche e biologiche di circa il 50% dei terreni della denominazione detenuti dalle case spumantistiche.

Significativo è anche l'impegno nel ridurre i quantitativi di prodotti fitosanitari immessi nel vigneto. Circa il 28,9% delle aziende ha adottato nel 2022 nuove tecniche di gestione del vigneto finalizzate proprio alla riduzione dei trattamenti, riuscendo a gestire in maniera più sostenibile circa il 33,6% della superficie della Denominazione. Tra le tecniche adottate in tale direzione, la confusione sessuale, che consente di controllare i parassiti della vite attraverso l'utilizzo di feromoni limitando i trattamenti, è stata adottata da circa il 22,3% delle aziende della Denominazione, ricoprendo il 27,1% della superficie DOCG.

Un numero significativo di imprese, pari al 70,3%, adotta modelli previsionali noti come *DSSs (o Decision Support Systems)*. Questi sistemi permettono di elaborare informazioni fondamentali su cui si basa il processo decisionale del viticoltore (Fig. 3).Grazie a questi, si può acquisire una comprensione approfondita sullo stato e sull'evoluzione delle condizioni di rischio fitosanitario, che possono portare ad attacchi parassitari. Ciò permette di programmare interventi mirati nel tempo, puntuali nello spazio e ottimizzati rispetto ai tempi d'intervento in vigneto e ai costi di produzione dell'uva.

Questo avviene grazie ad una rete di capannine meteo, che copre circa il 74,6% della superficie vitata delle case spumantistiche DOCG, in grado di monitorare in tempo reale le condizioni meteorologiche. Inoltre, i viticoltori si avvalgono di una rete di 23 stazioni meteo, gestita dal Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. Questa rete che è distribuita in modo da rappresentare le diverse caratteristiche dei vigneti, considerando fattori come esposizione, altitudine e posizione territoriale dei vigneti.

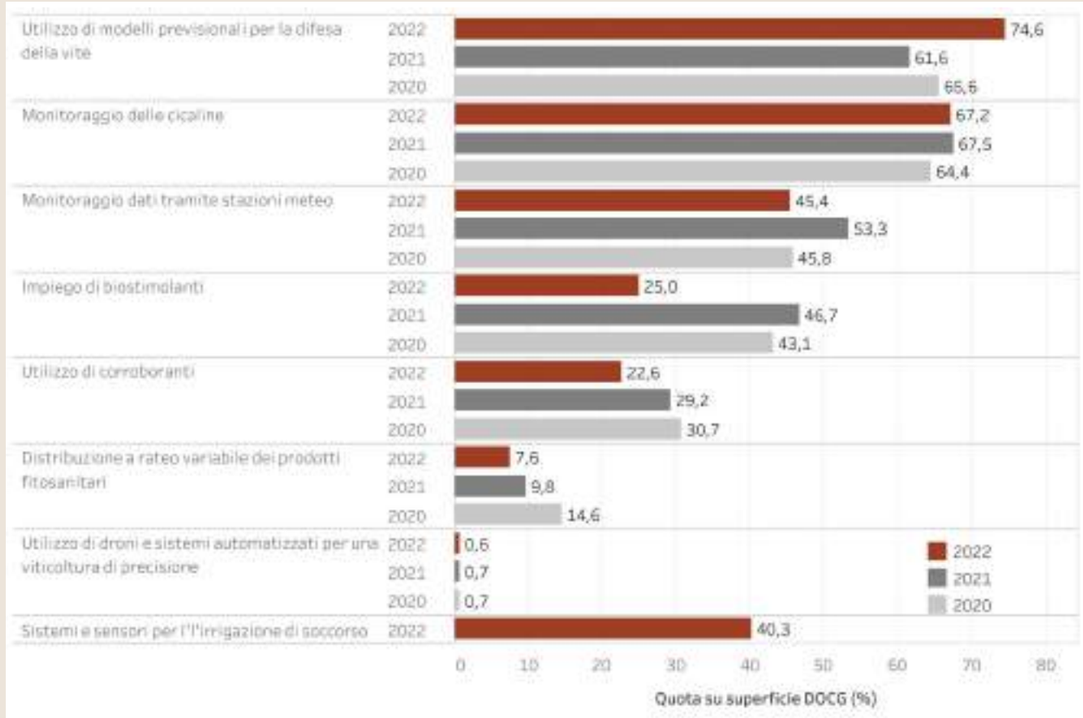


Fig. 3 – Best practices di gestione del vigneto, 2020-2022
Quota su superficie DOCG (%): Percentuale su numero case spumantistiche totali con vigneti in area DOCG

Quattro di queste stazioni meteorologiche, posizionate in maniera strategica, sono equipaggiate con un DSS. Questo strumento supporta il gruppo tecnico del Consorzio nella creazione di bollettini fitosanitari periodicamente condivisi con i Soci. Il monitoraggio delle cicaline è un altro aspetto fondamentale, svolto dal 64,5% delle aziende su circa il 67,2% dei vigneti. Questo monitoraggio è essenziale per contrastare la diffusione della flavescenza dorata. Alcune imprese, corrispondenti a circa il 7% della superficie delle case spumantistiche, adottano sistemi integrati di monitoraggio digitale, sfruttando algoritmi di riconoscimento delle immagini degli insetti e parassiti per prendere decisioni agronomiche informate basate su dati reali e previsioni accurate. Una parte consistente dei vigneti della DOCG vede l'utilizzo di biostimolanti (applicati al 25% della superficie) e corroboranti (applicati al 22,6% della superficie). Questi prodotti contribuiscono ad accrescere la sostenibilità delle operazioni in vigneto. I biostimolanti hanno il compito di promuovere i processi naturali della pianta, favorendo un miglior assorbimento e una maggiore efficienza d'uso dei nutrienti, aumentando la tolleranza agli stress abiotici e ottimizzando la qualità delle colture. D'altro canto, i corroboranti, derivati da fonti di origine naturale, potenziano la resistenza delle piante contro organismi nocivi e parassiti. Quando sono utilizzati come coadiuvanti, con fungicidi o insetticidi di origine naturale, essi diventano una scelta privilegiata per una viticoltura orientata verso un minor impatto ambientale. L'importanza acquisita negli ultimi anni dalla viticoltura di precisione sta favorendo l'adozione di tecnologie avanzate nella gestione agronomica, anche se la loro diffusione rimane ancora limitata. Un esempio tangibile è rappresentato dai sensori, che consentono di ottimizzare la distribuzione dei prodotti fitosanitari in vigneto: al memento vengono utilizzati sul 7,6% delle superfici destinate alla produzione dello Spumante DOCG. Tuttavia, l'utilizzo di droni per monitorare i vigneti resta ancora poco diffuso, interessando lo 0,8% delle aziende. Elevato invece è l'utilizzo della sensoristica nei vigneti per ottimizzare l'irrigazione di soccorso. Questo tipo di sensori è stato infatti installato da circa il 52,1% delle aziende, sul 40,3% dei vigneti che ricadono all'interno della Denominazione.

→ **Utilizzo di tecnologie per la riduzione dell'apporto idrico in vigneto**

Riguardo all'irrigazione di soccorso con sistemi sostenibili, come l'ala gocciolante su filo e l'ala gocciolante per subirrigazione, si nota un incremento del numero delle aziende spumantistiche che adottano queste tecniche. Nel 2021, infatti, il 40,3% delle aziende ha adottato tali sistemi. L'irrigazione ad ala gocciolante su filo ha interessato il 25,2% della superficie DOCG, mostrando un incremento dell'1,5% sul 2016. Al contrario, l'irrigazione per subirrigazione ha interessato il 15% della superficie DOCG ed è stata questa modalità a registrare la crescita più marcata, con un aumento del +3,8% nel periodo 2016-2021 (Tab.2).

→ **Tecniche di gestione agronomica sostenibile del suolo vitato e tutela dei versanti**

Tecniche di gestione agronomica sostenibile del suolo vitato e tutela dei versanti. Le tecniche di gestione del soprassuolo in vigneto sono fondamentali per garantire una gestione agronomica sostenibile. La maggior parte del suolo vitato DOCG è gestito dalle case spumantistiche mediante pratiche colturali sostenibili quali: lavorazione del sottofila (50,4%), diserbo ecologico (5,6%), inerbimento (39,4%) e pacciamatura (1,2%). Rispetto al 2021 è aumentata notevolmente la percentuale delle aziende che effettuano inerbimento dell'interfila (8,2 punti percentuali) e seppur lievemente anche il numero di aziende che effettuano lavorazioni meccaniche del sottofila con attrezzi interceppi (+0,6 punti percentuali). Diminuisce invece il numero delle aziende che effettua diserbo chimico localizzato (-0,6 punti percentuali), ma anche di chi effettua diserbo ecologico (-3 punti percentuali), pacciamatura (-3,1 punti percentuali) o che utilizza altre tecniche (-2 punti percentuali). Nel 2019, nel giudizio attribuito ai materiali utilizzati come tutori, si attesta una preferenza per i pali in legno, che ricevono una valutazione molto positiva dal 43% delle imprese DOCG, e in corten, giudicati molto positivamente dal 32% dei casi; seguono quelli in metallo (7%), in cemento (4%) e le altre tipologie di palificazione (8%).

(Appendice 6.03)

→ **Tecniche di miglioramento della biodiversità territoriale**

Sin dalla sua nascita, la DOCG si è posta come obiettivo primario la garanzia della qualità delle produzioni, mantenendo un equilibrio con l'ambiente. Questo percorso ha portato a intraprendere azioni per la tutela della biodiversità, rendendo il sistema vitivinicolo non solo più resiliente di fronte alle avversità biotiche e abiotiche, ma anche più attrattiva per i visitatori.

Nel 2021, anche se in calo rispetto al 2019, il 27,9% delle aziende della Denominazione con vigneti Docg ha effettuato interventi di ripristino dei versanti del paesaggio, registrando un incremento del +27,3% sul 2016. Questi interventi sono volti all'arricchimento della biodiversità e dell'ecosistema viticolo. Allo scopo di intensificare la conservazione del paesaggio e dell'ecosistema e, parallelamente, di favorire la protezione e l'habitat degli insetti "utili", il 15,2% delle imprese della DOCG, mostrando un aumento del +38,9% rispetto al 2016, ha scelto di impiantare siepi campestri adiacenti ai vigneti, migliorando la continuità alimentare alla microfauna (Tab. 2).

→ **Tecniche d'utilizzo, riuso e riciclo dei materiali in vigneto**

Le aziende spumantistiche DOCG mostrano un impegno completo ed olistico in ogni fase della filiera produttiva: dalla coltivazione in vigneto, alla produzione in cantina, alla logistica e infine alla spedizione del prodotto finito. Dal 2011 al 2022, si è notato un incremento nell'adozione di pratiche di riciclo dei sottoprodotti generati durante la produzione in vigneto. Il numero di imprese spumantistiche coinvolte in tali pratiche è aumentato nel tempo fino a raggiungere nel 2022 le 156 unità (100% del totale con vigneti ricadenti in area DOCG - Fig. 4). Rispetto al 2011, la partecipazione aziendale a queste iniziative è quindi aumentata del 67,7%.

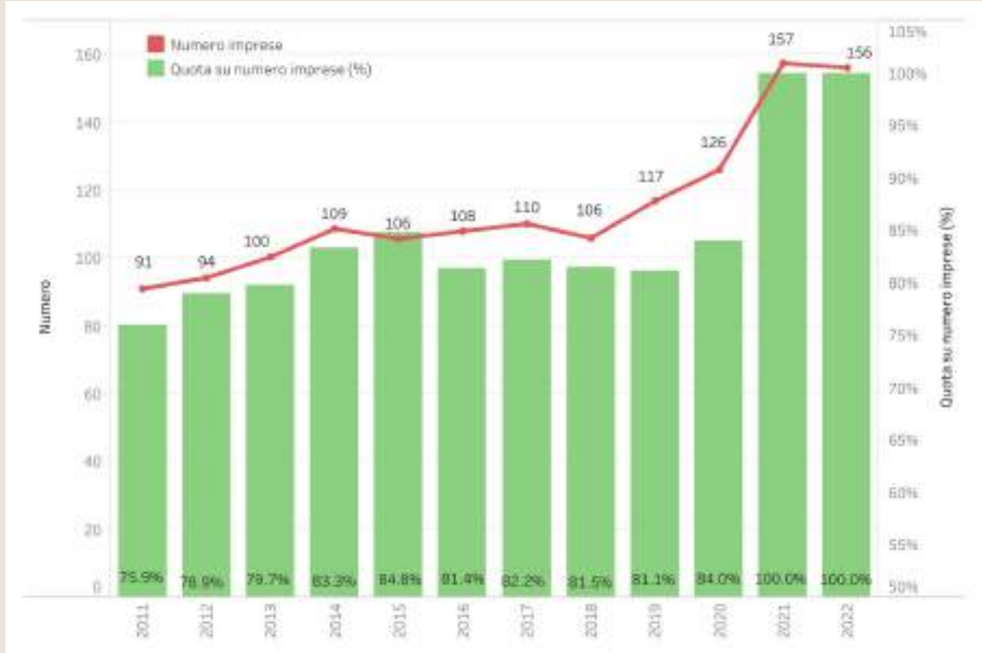


Fig. 4 – **Riciclo dei materiali in vigneto, 2011-2022**
Numero = numero case spumantistiche con vigneti in area DOCG
Quota (%) = percentuale su numero case spumantistiche con vigneti in area DOCG

Nel 2022 il 79,9% della materia prima lavorata ha subito pratiche di riciclo. I sottoprodotti derivanti dalla trasformazione dell'uva, quali raspi, vinacce, fecce e altri, vengono convertiti in ammendanti organici utilizzati per la fertilizzazione del terreno. Questi contribuiscono a mantenere le caratteristiche chimico-fisiche[2] del suolo in linea con le tradizionali buone pratiche agronomiche[3]. Dal 2011 al 2022 il numero di imprese che hanno aderito a queste pratiche è quasi raddoppiato, raggiungendo le 137 unità.

Riguardo la gestione dei residui di potatura, la trinciatura diretta in vigneto è la soluzione più praticata, con l'82,7% delle aziende spumantistiche con vigneti DOCG (equivalente a una quota del 78,1% della produzione) che adotta questa soluzione. Invece, il compostaggio dei sarmenti è una strategia impiegata dal 12,2% delle aziende, per l'8,2% della produzione DOCG. Una piccola percentuale, il 6,5%, utilizza il legno di potatura a fini energetici, solo il 2,3% della produzione DOCG sceglie di incenerirlo (Tab. 2).

(**2**)/(**3**) *Cfr.* Paoletti et al. (2017). Zona del Prosecco: la natura del suolo si deve a un lombrico.
sito web: http://www.unipd.it/ilbo/zona-prosecco-natura-suolo-si-deve-lombrico

(Appendice 6.02)

→ **Risultati raggiunti**

L'attenzione crescente verso le tre dimensioni della sostenibilità ha spinto i viticoltori della Denominazione, anche nel 2022, a mantenere alto il proprio impegno verso una viticoltura più sostenibile, nel rispetto non solo delle risorse naturali e della salvaguardia ambientale, ma anche delle necessità della Comunità e di protezione del patrimonio paesaggistico territoriale (Tab. 1).

Le imprese del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG hanno continuato ad adottare una serie di strategie orientate alla tutela della salute e del benessere delle persone. Sono state messe in atto diverse misure volte a ridurre i quantitativi dei prodotti fitosanitari impiegati all'interno dei vigneti, orientandosi verso tecniche meno impattanti. In aggiunta, sebbene leggermente diminuiti nell'ultimo anno, risultano ancora significativi l'utilizzo di atomizzatori a recupero o con sistemi anti deriva e l'impiego di trattori dotati di dispositivi di riduzione delle emissioni. Tutte queste pratiche virtuose sono supportate da una gestione agronomica delle viti e dei suoli che mira anch'essa a ridurre l'impatto della viticoltura in termini ambientali, nel rispetto anche delle dimensioni sociali ed economiche.

I risultati raggiunti dal Distretto spumantistico DOCG in questo contesto hanno permesso di accrescere l'impegno e la promozione nei campi dell'economia circolare grazie all'adozione di iniziative di riutilizzo e valorizzazione dei sottoprodotti di lavorazione, con lo scopo di ridurre i consumi energetici, le emissioni e i rifiuti.

Nel campo della riduzione dell'impronta idrica, si evidenzia il progresso nella ricerca di soluzioni e nell'implementazione di miglioramenti fondiari volti a ridurre gli sprechi d'acqua, grazie a interventi d'ottimizzazione nella gestione della risorsa idrica, favorendo una maggiore produttività ed efficienza.

→ **Produzione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG commercializzata con certificazione biologica**

Nel complesso, l'offerta di Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel corso dell'ultimo anno ha evidenziato un significativo aumento degli imbottigliamenti di produzioni che seguono pratiche ambientali certificate e sostenibili. Rientrano in questa categoria i vini con certificazioni di sostenibilità i vini con certificazioni biologica e biodinamica. Tra queste, le aziende che producono Spumante DOCG Bio secondo le tecniche dell'agricoltura biologica sono aumentate del 140% rispetto al 2014, con un aumento nell'ultimo anno del 26,3%.

→ **Superfici Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG certificate SQNPI**

Nel 2021, la superficie SQNPI certificata per il Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG era di 1.203 ettari, ovvero il 13,8% dei 8.712 ettari totali (Tab. 1). Nel 2022, questa superficie è salita a 3.039 ettari, suddivisa tra il Consorzio di Tutela (1.581 ettari) e le cooperative (1.458 ettari), rappresentando il 34,9% dei 8.700 ettari totali, registrando un incremento del 152,7% rispetto all'anno precedente. Va sottolineato che i dati presentati non considerano certificazioni come VIVA, Equalitas e il Disciplinare del sistema di certificazione della sostenibilità del settore vitivinicolo.

Tab. 1 – Superfici a Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG con certificazioni di sostenibilità SQNPI, 2021-2022

Anno	Capofila Consorzio di Tutela (ettari)	Capofila Cooperative (ettari)	Totale SQNPI (ettari)	Superfici del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG (ettari)	Quota su totale SQNPI (%)
2021*	1.203	-	1.203	8.712	13,8 %
2022	1.581	1.458	3.039	8.700	34,9 %

(*) Per l'anno 2021, i dati sulle cooperative non sono disponibili.

Note: La cifra indicata delle superfici del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG comprende la superficie coltivata con Glera, altri vitigni complementari e superfici atte al taglio. I dati presentati escludono certificazioni alternative come VIVA, Equalitas e il sistema di certificazione della sostenibilità del settore vitivinicolo.

Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, Cantine Cooperative e AVEPA, 2023.

Metodi di produzione a basso impatto ambientale

→ **Produzione Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG commercializzata con certificazioni di sostenibilità del settore vitivinicolo**

Tra il 2020 e il 2022, le aziende spumantistiche DOCG che hanno ottenuto certificazioni di sostenibilità (SQNPI, Equalitas, VIVA e Disciplinare del sistema di certificazione della sostenibilità del settore vitivinicolo - DSCSSV) sono aumentate da 3 a 26, evidenziando una significativa tendenza al rialzo (Tab. 2). Questa evoluzione riflette l'intensificarsi dell'interesse delle aziende spumantistiche del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG verso tali riconoscimenti. Nel 2021, le bottiglie certificate dalle aziende spumantistiche DOCG hanno registrato un notevole aumento del 110% rispetto all'anno antecedente, toccando quota 18,6 milioni. Questo trend positivo si è consolidato nel 2022, con un incremento del 144%, per un totale di 45,4 milioni di bottiglie. Se nel 2020 solo il 9,6% del totale delle bottiglie DOCG era certificato, nel 2021 questa proporzione è salita al 17,8%, raggiungendo il 43,8% nel 2022. Questi dati evidenziano un marcato orientamento delle imprese della DOCG verso la sostenibilità. Da segnalare che, nel 2022, è stata aggiunta la certificazione DSCSSV, ampliando la gamma di opzioni sostenibili per le aziende della Denominazione.

Tab. 2 – Produzione di Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG certificata e commercializzata con standard di sostenibilità del settore vitivinicolo (*), 2020-2022

Anno	Certificazioni rilevate	Aziende spumantistiche (n. stimato)	Bottiglie certificate (n. stimato)	Totale DOCG (n. bottiglie)	Quota su DOCG (% stimata)	Var. su anno precedente (%)
2020	SQNPI, Equalitas, VIVA	3	8.862.000	92.105.416	9,6 %	-
2021	SQNPI, Equalitas, VIVA	10	18.606.282	104.703.308	17,8 %	110,0 %
2022	SQNPI, Equalitas, VIVA, SDSSV	26	45.399.597	103.539.764	43,8 %	144,0 %

(*) DSCSCV: Disciplinare del sistema di certificazione della sostenibilità del settore vitivinicolo.

Fonte: elaborazioni C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati propri e Valoritalia, 2023

Anche nel 2022, le produzioni DOCG hanno confermato buone potenzialità di sviluppo della produzione. In particolare, considerando il triennio 2023-2025, le imprese che hanno dichiarato di voler aderire a certificazioni biologiche ammontano a sette case spumantistiche, mentre quelle con certificazioni di sostenibilità sono dodici. Nel 2022 si è osservato un incremento delle case spumantistiche che aderiscono ai protocolli di sostenibilità, sebbene i numeri siano ancora contenuti. Questi protocolli, attualmente disponibili per il settore vitivinicolo, tengono conto delle tre dimensioni dello sviluppo sostenibile (ambientale, sociale ed economica), come Equalitas (7,4% delle aziende), il disciplinare del sistema di certificazione della sostenibilità del settore vitivinicolo (3,7%) e VIVA (1,2%).

→ **Sistemi di gestione eco-sostenibile d'impresa e di prodotto**

Per poter attestare l'impegno in termini di sostenibilità ambientale esistono diverse certificazioni che possono essere adottate anche dalle imprese del vino, pur non essendo specifiche per il settore. Nel periodo 2012-2022, il numero delle case spumantistiche che ha aderito a queste eco-certificazioni è aumentato significativamente passando dal 5,4% al 19,6% (Tab. 2).

Vista la crescente attenzione verso la tutela della biodiversità, lo standard di certificazione maggiormente utilizzato dalle aziende è il Biodiversity Friend, con il 4,3% delle imprese spumantistiche certificate. Seguono, nell'ordine con minori frequenze la ISO 14001 (Sistema di gestione ambientale), la certificazione EMAS (sistema comunitario di eco-gestione e audit), la ISO 14067 (*Carbon Footprint*- riduzione gas serra), la *Water Footprint* (impronta idrica del prodotto) e la ISO 14040 (analisi del ciclo di vita del prodotto). Una percentuale non trascurabile (10,5%) poi adotta altre certificazioni come ad esempio B-Corp, CasaClima, ForGreen, RafCycle, Vegan, FSSC22000 e Kosher. Con riferimento alle certificazioni di qualità e di sicurezza agro-alimentare, si registra la partecipazione del 11,7% delle aziende alla norma ISO 9000 (sistema di gestione della qualità). Le norme di sicurezza alimentare e qualità dei processi e dei prodotti riconosciuti dagli standard internazionali IFS e BRC registrano risultati soddisfacenti, con una quota delle imprese rispettivamente pari al 13% e 12,4%. Aumenta, seppur lievemente, il numero delle aziende che adotta altri tipi di certificazione di qualità con l'obiettivo di garantire al consumatore finale il rispetto di standard qualitativi definiti, dei requisiti minimi e delle specifiche ambientali nella realizzazione dei prodotti a marchio, che raggiungono al 2022 una quota del 9,9% (+0,6 punti percentuali rispetto al 2021).

→ **Tecniche di riduzione, riciclo e riuso dei materiali in cantina**

Durante l'intero periodo analizzato (2011-2022) il numero di case spumantistiche DOCG impegnate a riciclare i materiali utilizzati in cantina è stato di 151, rappresentando circa il 72,2% delle case spumantistiche totali (Fig. 5).

Nell'ambito delle innovazioni di cantina, un ruolo importante è ricoperto dall'utilizzo del *packaging* eco-sostenibile. Come nel 2021, anche nel 2022 sono state 86 le imprese che si impegnano nella ricerca e nell'utilizzo di materiali di packaging che abbiano un impatto minore sull'ambiente (Tab. 2). Per quanto riguarda le pratiche di imbottigliamento e confezionamento eco-sostenibili, si può osservare che il 36,8% dello Spumante DOCG viene commercializzato in bottiglie di vetro alleggerito e/o derivate da vetro riciclato (-10,1 punti percentuali sul 2021), il 23,3% utilizza etichette ultrasottili, prodotte con carta FSC (-7,7 punti percentuali rispetto al 2021), il 27% è confezionato in cartoni/imballaggi ecosostenibili e riciclabili e/o più leggeri e/o meno ingombranti (-14,2 punti percentuali sul 2021) e il 10,9% utilizza chiusure prodotte con materiali meno impattanti (-10 punti percentuali sul 2021).

Questa importante diminuzione trova giustificazione negli effetti determinati dal conflitto bellico tra Russia e Ucraina. L'impennata dei costi energetici e la carenza di materie prime hanno infatti determinato una crisi del settore del packaging, che ha ridotto notevolmente la disponibilità di bottiglie, chiusure, etichette e imballaggi convenzionali e soprattutto eco-sostenibili.

Realizzazione di un'economia circolare

(Appendice 6.02)

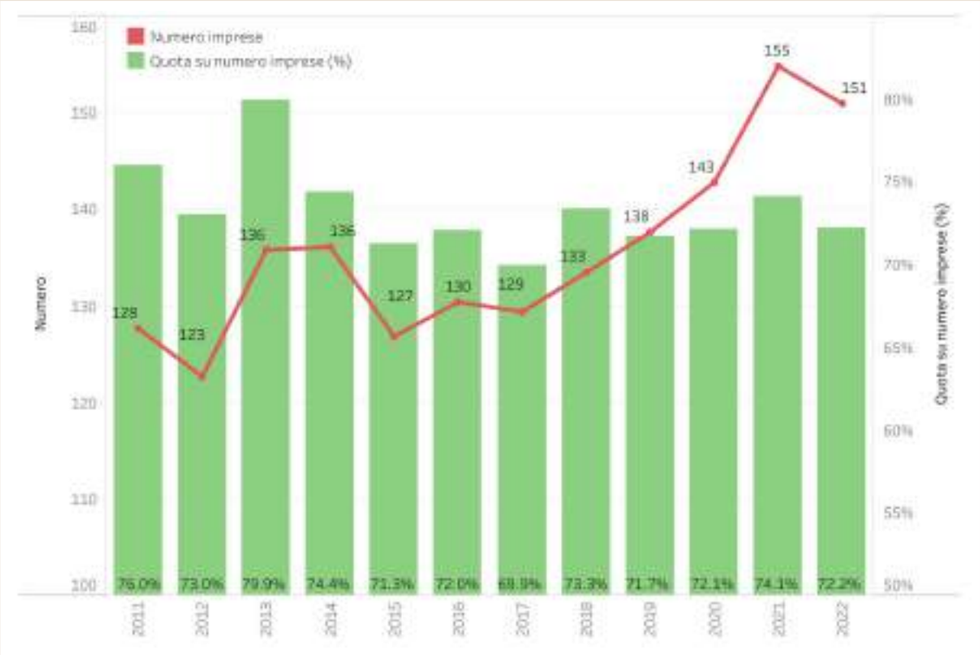


Fig. 5 – **Riciclo dei materiali in cantina, 2011-2022**
Numero = numero case spumantistiche **Quota** (%) = percentuale su numero case spumantistiche

→ **Impiego di tecnologie a riduzione delle emissioni**

L'utilizzo di fonti di energia rinnovabili (fotovoltaico, impianti a biomassa, centrali idro-elettriche, solare termico, geotermico, biogas, ecc.) ha subito una crescita più o meno costante se si considera il lungo periodo (2011-2022); si osserva, infatti, un aumento significativo delle imprese spumantistiche impegnate su questo fronte, che risultano essere 123 (+89,2% nel periodo analizzato - Fig. 6). In ben 102 imprese spumantistiche (48,8% circa del totale) sono stati installati impianti fotovoltaici, registrando un aumento di circa l'89% rispetto al 2011 e del 5,2% rispetto al 2021. Aumenta l'utilizzo della biomassa a scopo energetico che vede un incremento in termini di numero di imprese che si attestano a 15 unità (+25% rispetto all'anno precedente), mentre resta invariato l'idroelettrico, usato da 5 aziende della Denominazione.

Riduzione dell'impronta carbonica

Complessivamente, l'investimento in autoapprovvigionamento energetico ha consentito di continuare a ridurre le emissioni di CO_2 e di mantenere la tendenza iniziata negli anni precedenti. La produzione annua da fonti di energia rinnovabili è stimata nel 2022 pari a 12.776 MW/anno, con un aumento del 103,3% rispetto al 2016. Ciò corrisponde ad una diminuzione di circa 5.530 migliaia di tonnellate equivalenti di CO_2 (Tab. 2).

Fig. 6 – **Utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, 2011-2022**
Numero = numero case spumantistiche **Quota** (%) = percentuale su numero case spumantistiche

→ **Utilizzo di tecnologie per la riduzione, il riuso e il riciclo dell'acqua di cantina**

Le case spumantistiche DOCG riportano nel 2022 una riduzione nel riutilizzo delle acque in cantina per la fertirrigazione dei vigneti (-2,3 punti percentuali sul 2021), che rappresenta una quota di circa il 12,6% se rapportata alla capacità produttiva totale. Anche il riciclo dell'acqua in cantina, dopo opportuni trattamenti di depurazione, subisce una modesta riduzione pari a -7 punti percentuali rispetto all'anno precedente, registrando una quota pari all'1,5% se rapportata alla produzione complessiva (Tab. 4).

Riduzione dell'impronta idrica

→ **Risultati raggiunti**

Anche per quanto riguarda le attività di cantina, le imprese del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG hanno mostrato un impegno consistente per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile in linea con le prospettive di policy identificate dall'*European Green Deal* per la sicurezza e sostenibilità delle produzioni alimentari *(Farm to Fork)*. Nell'ultimo anno in particolare, è aumentato il numero delle imprese che utilizza metodi ambientalmente sostenibili, come il biologico o quelle che hanno dimostrato conformità a standard avanzati di sostenibilità e di qualità. Questi standard consentono di assicurare anche elevati livelli di sicurezza alimentare del prodotto e di conservazione dell'ambiente naturale (Tab. 1).

I risultati raggiunti dal Distretto spumantistico DOCG hanno poi permesso di mantenere elevato l'impegno e la promozione di soluzioni innovative per l'economia circolare, nonostante le conseguenze del conflitto tra Russia e Ucraina abbiano messo a dura prova le perfomance delle aziende della Denominazione. L'indisponibilità sui mercati di packaging, soprattutto con attributi di sostenibilità, ha costretto le aziende a ripiegare sulle confezioni convenzionali al momento disponibili, determinando quindi una riduzione forzata del numero di aziende che utilizzava cartoni ed etichette in carta riciclata, chiusure prodotte con materiali a basso impatto e bottiglie più leggere. Dall'altro lato, la guerra non ha ostacolato il miglioramento dell'efficienza energetica.

Nel 2022 è continuato ad aumentare il numero di aziende che hanno investito in energia più pulita, con una riduzione delle emissioni in una visione di lungo termine, che si concretizza in un contributo attivo in chiave *climate-positive*. Nel campo della riduzione dell'impronta idrica, infine, continua il progresso nella ricerca di soluzioni migliorative volte a ridurre eventuali sprechi d'acqua durante il processo produttivo in cantina.

Dallo studio dell'impegno delle imprese DOCG nei campi della sostenibilità sociale si conferma che, anche nel 2022, esse realizzino, sia le imprese di minori dimensioni sia quelle di maggiori dimensioni, un'ampia gamma di azioni. Per quanto riguarda le azioni intraprese dalle aziende spumantistiche DOCG in favore della Comunità, è possibile osservare che una quota significativa di esse, nel 2022, ha adottato misure per il miglioramento della qualità dei luoghi di lavoro, con il 77,8% delle imprese che hanno intrapreso questa iniziativa. Un notevole impegno è stato anche rivolto all'organizzazione di incontri tecnici con i viticoltori conferenti per migliorare la qualità delle materie prime, iniziative sostenute dal 56,2% delle aziende. In crescita rispetto all'anno precedente è l'organizzazione di iniziative culturali e sportive, con una presenza del 58%, e solidaristiche, rappresentando il 51,9% delle iniziative nel territorio. Aumentano in maniera significativa anche le iniziative di comunicazione orientate a sensibilizzare e a promuovere un consumo sostenibile e a basso impatto ambientale, che sono organizzate dal 51,2% delle aziende, registrando un aumento di 12,4 punti percentuali rispetto al 2021. In parallelo, cresce pure il numero delle aziende che hanno deciso di adottare un codice etico aziendale, arrivando al 35,8%, con un incremento del +4,3% rispetto al 2021.

L'impegno in termini di sostenibilità sociale risulta essere molto importante per la Denominazione: nel 2022 le aziende hanno portato avanti diverse iniziative che spaziano dal sostegno alla genitorialità, con un 15,4% (+ 0,8 punti percentuali sul 2021), alle iniziative di solidarietà e formazione in Paesi in via di sviluppo, evidenziando un 17,3%; (+ 8 punti percentuali rispetto al 2021). Sebbene siano leggermente diminuite rispetto al 2021, iniziative volte a promuovere la parità di genere sono state portate avanti dal 13,6% delle aziende. Infine, il 41,4% delle aziende offre ai propri dipendenti la possibilità di partecipare a corsi sulla sicurezza sul lavoro che vanno oltre quelli a quelli imposti dalla normativa vigente (Fig. 7).

Azioni in favore della comunità

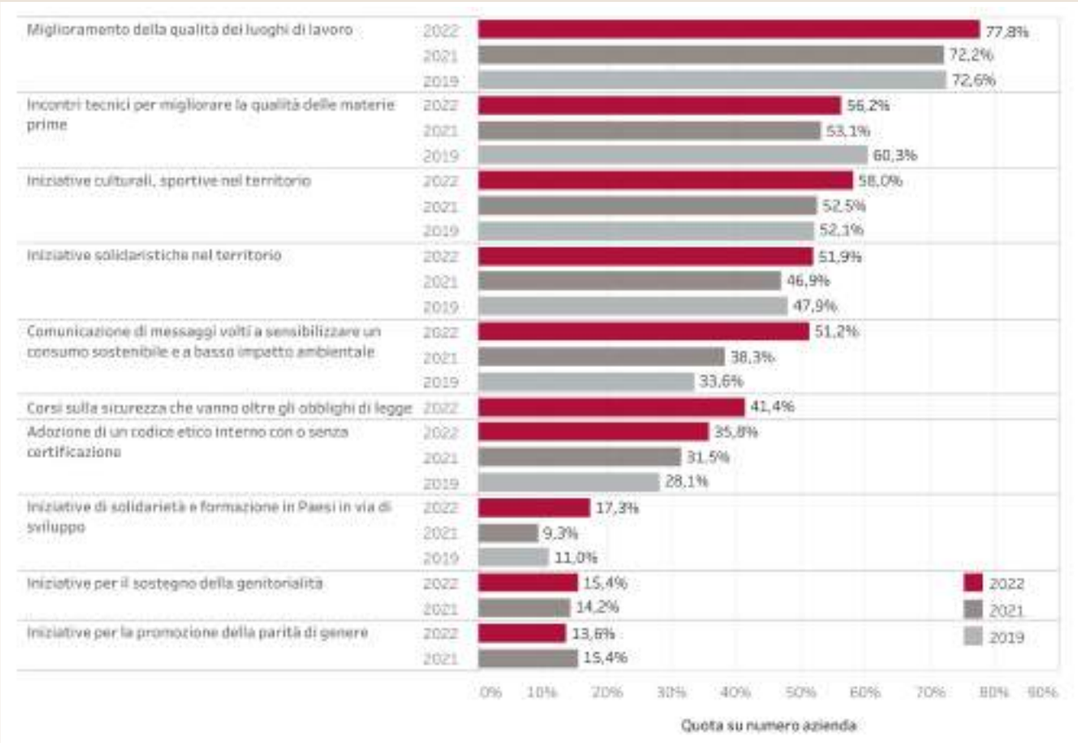


Fig. 7 – Case spumantistiche DOCG: impegno in azioni di sostenibilità sociale d'impresa e in favore della Comunità, 2019-2022

OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE (una visione dei risultati raggiunti)

	Produzione dell'Uva	Produzione del Vino	Imbottigliamento	Logistica e Vendita	Risultato per Obiettivo
TUTELARE SALUTE E SICUREZZA ALIMENTARE	In crescita l'adozione di pratiche colturali virtuose che consentono di ridurre l'impatto delle produzioni sull'ambiente. Aumenta l'utilizzo di sistemi che minimizzano la deriva e il recupero del prodotto fitosanitario.	Continua ad aumentare il numero di aziende certificate secondo ambiziosi standard che garantiscono la qualità, la sicurezza e la sostenibilità dei processi e dei prodotti.	Crescita costante delle produzioni di Spumante DOCG Bio e Spumante DOCG prodotti seguendo certificazioni di sostenibilità (SQNPI).	Aumenta l'attenzione per la sostenibilità che si traduce in un maggior riconoscimento delle produzioni di Prosecco Superiore DOCG Bio e con certificazioni di sostenibilità.	**In linea con gli obiettivi dello Sviluppo Sostenibile (ONU) e del Green Deal (EU) la Denominazione migliora le proprie performance di sostenibilità, in un'ottica di riduzione del proprio impatto sull'ambiente e di garanzia di maggiore qualità e sicurezza alimentare.**
CUSTODIRE IL PAESAGGIO E LA BIODIVERSITÀ	Resta elevata l'attenzione nella gestione di vigneti e versanti volta a promuovere e preservare la qualità del paesaggio. L'introduzione di nuovi elementi di biodiversità colturale tipici della zona, contribuisce a incrementare ulteriormente il valore del paesaggio.			Centralità del paesaggio e impegno continuo e crescente per la sua tutela e valorizzazione, in un'ottica di sostenibilità ambientale ma anche economica.	**Aumenta l'attenzione nei confronti della sostenibilità del paesaggio, migliorando l'esperienza per l'enoturista e creando esternalità positive per la comunità locale.**
REALIZZARE UN'ECONOMIA CIRCOLARE	Elevata l'adozione di iniziative volte a valorizzare gli scarti di potatura (sarmenti).	Elevata l'adozione di iniziative volte a valorizzare i sottoprodotti di scarto della vinificazione (raspi, fecce, vinacce).	Aumenta il ricorso al packaging eco-sostenibile optando per soluzioni derivanti da materiali riciclati, più leggeri, meno ingombranti, biodegradabili.	Attenzione al tema della riciclabilità dei materiali di packaging al fine di ridurre l'impronta ecologica del vino.	**Creazione di significative esternalità positive con benefici verso gli attori coinvolti nella produzione e nel consumo. Aumenta l'impegno verso l'economia circolare con l'incremento delle attività finalizzate al riciclo dei prodotti in vigneto e in cantina.**
RIDURRE L'IMPRONTA CARBONICA	Forte crescita nell'utilizzo in vigneto di trattori conformi a standard di riduzione dell'emissionamento. Adozione di pratiche di monitoraggio delle malattie e degli insetti patogeni finalizzate alla riduzione dei trattamenti in campo.		Crescita del numero di aziende che utilizza fonti energetiche rinnovabili (es. fotovoltaico, impianti a biomassa, centrali idroelettriche, geotermico, biogas, ecc) e incremento della quota di spumante venduto in bottiglie di vetro alleggerite.	Impegno crescente per la riduzione delle emissioni di CO_2 lungo la catena di approvvigionamento, grazie anche ad una gestione più efficiente della logistica lungo tutta la Filiera.	**Si registra un progressivo miglioramento dell'efficientamento energetico grazie anche alla centralità acquisita dalle energie rinnovabili. Migliorano le performance legate alla riduzione delle emissioni di CO_2, in un'ottica di miglioramento continuo.**
RIDURRE L'IMPRONTA IDRICA	Crescita del numero delle stazioni metereologiche per il controllo sul territorio delle condizioni meteo. Aumenta il numero di aziende che utilizzano sistemi irrigui di soccorso "sostenibili" e maggiormente efficienti nell'utilizzo dell'acqua.	Crescita delle iniziative finalizzate al riuso e riciclo dell'acqua di cantina (es. fertirrigazione in vigneto).		In una prospettiva di trasformazione della produzione e della logistica 4.0, aumenta digitalizzazione, automazione e scambio di dati.	**Cresce l'adozione di tecnologie e strategie finalizzate a garantire un utilizzo intelligente e sostenibile delle risorse idriche.**

Tab. 1 – INDICATORI DI AZIONI PER LA TRANSIZIONE ECOLOGICA

SISTEMI DI GESTIONE ANTIPARASSITARIA ED AGRONOMICA A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

PROTOCOLLO VITICOLO	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2014/2022
Quota della produzione (% vino DOCG)	54,4 %	+0,4 %	-17,5 %
Case spumantistiche (% su numero)	57,4 %	-3,8 %	-16,1 %
Lotta integrata / SQNPI / SRQV* (% vino DOCG)	44,1 %	-0,2 %	

IMPIEGO DI TECNOLOGIE A RIDUZIONE DELLA DERIVA IN VIGNETO

ATOMIZZATORI (% su numero Case spumantistiche DOCG)	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2016/2022
Con dispositivi antideriva	45,2 %	=	+104,2 %
A recupero dei fitofarmaci	14,2 %	+15,0 %	+70,4 %
"Sostenibili"**	75,4 %	-2,0 %	+78,8 %

METODI DI PRODUZIONE A MINORE IMPATTO AMBIENTALE

SPUMANTE BIOLOGICO DOCG	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2014/2022
Case spumantistiche DOCG (numero)	24	+26,3 %	+140,0 %
Produzione (milioni di bottiglie)	1,2	+41,0 %	+304,1 %
Spumante DOCG con certificazione di sostenibilità (milioni di bott.)***	45,4	144,00 %	-

SISTEMI DI GESTIONE ECO-SOSTENIBILI D'IMPRESA E DI PRODOTTO

CERTIFICAZIONI AMBIENTALI	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2012/2022
Case spumantistiche DOCG (numero)	41	=	+310,0 %
di cui d'impresa (% su numero)	84,4 %	+6,3 %	+44,4 %
Produzione (% su vino DOCG prodotto)	20,2 %	+8,5 %	-

SISTEMI DI GESTIONE DELLA QUALITÀ E DELLA SICUREZZA ALIMENTARE

CERTIFICAZIONI (numero Case spumantistiche DOCG)	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2016/2022
UNI EN ISO 9000	25	+19,0 %	+4,2 %
British Retail Consortium	26	+13,0 %	+52,9 %
International Food Standard	27	+3,8 %	+50,0 %

Legenda *Lotta integrata (2014-2018); SQNPI: Sistema di Qualità Nazinale Integrato (dal 2019); SRQV: Sistema Regionale di Qualità Verificata (dal 2020)
** "Atomizzatori sostenibili": a recupero dei fitofarmaci, con sistemi antideriva e nebulizzatori
***stime sul campione su tutte le certifiicazioni (SQNPI, Equalitas, VIVA)

Tab. 2 – AREE D'AZIONE E INDICATORI TARGET

TECNICHE DI TUTELA DEL PAESAGGIO

INTERVENTI (numero Case spumantistiche con vigneti DOCG)	2021	Var. % 2019/2021	Var. % 2014/2021
Ripristino e sistemazioni agrarie	80	+11,1 %	+25,0 %
Recupero patrimonio architettonico	46	+17,9 %	+29,7 %
Recupero patrimonio culturale	15	=	+9,3 %

TECNICHE DI GESTIONE SOSTENIBILE DEL SUOLO VITATO

INTERVENTI (% Superiore DOCG)	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2016/2022
Lavorazione sulla fila	50,4 %	+0,6 %	+10,7 %
Inerbimento	39,4 %	+8,2 %	+8,7 %
Gestione "sostenibile" del soprassuolo	96,6 %	+2,6 %	+23,9 %

TECNICHE DI MIGLIORAMENTO DELLA BIODIVERSITÀ TERRITORIALE

INTERVENTI (numero Case spumantistiche con vigneti DOCG)	2021	Var. % 2019/2021	Var. % 2016/2021
Piantumazione di siepi campestri	25	-34,2 %	+38,9 %
Implementazione di alberi ed essenze arbustive	28	-9,7 %	+27,3 %

TECNICHE DI UTILIZZO, RIUSO E RICICLO DEI MATERIALI

IN VIGNETO	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2016/2022
Case spumantistiche DOCG (numero)	156	-0,6 %	+44,4 %
Trinciatura sarmenti (% Superiore DOCG)	78,1 %	-3,7 %	+13,2 %
Compostaggio (% Superiore DOCG)	13,1 %	+4,9 %	+5,8 %

TECNICHE DI UTILIZZO, RIUSO E RICICLO DEI MATERIALI

IN CANTINA	2022	Var. % 2021/2021	Var. % 2016/2022
Case spumantistiche DOCG (numero)	86	=	+75,5 %
Bottiglie più leggere (% su produzione DOCG in bottiglia)	46,9 %	-10,1 %	+3,8 %
Imballaggio (% su produzione DOCG in bottiglia)	41,1 %	-14,2 %	+3,2 %

IMPIEGO DI TECNOLOGIE A RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

TRATTORI A MINORE EMISSIONAMENTO	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2016/2022
Numero (in Case spumantistiche con vigneti DOCG)	175	-5,9 %	+110,8 %
Media per Azienda (numero)	1,12	-3,4 %	+77,8 %

IMPIEGO DI FONTI ENERGETICHE A RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

INVESTIMENTI IN FONTI ENERGETICHE RINNOVABILI	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2014/2022
Numero (in Case spumantistiche con vigneti DOCG)	123	+7,0 %	+53,8 %
di cui fotovoltaico (numero)	102	+5,2 %	+59,3 %
di cui biomasse (numero)	15	+25,0 %	-11,8 %

IMPIEGO DI FONTI ENERGETICHE A RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

INVESTIMENTI IN FONTI ENERGETICHE RINNOVABILI	2022	Var. % 2019/2022	Var. % 2016/2022
Produzione annua fonti energetiche rinnovabili (MWh)	12.766	+20,9 %	+103,3 %
Riduzione dell'impronta carbonica (migliaia/t in CO_2 equivalenti)	5.530	=	=

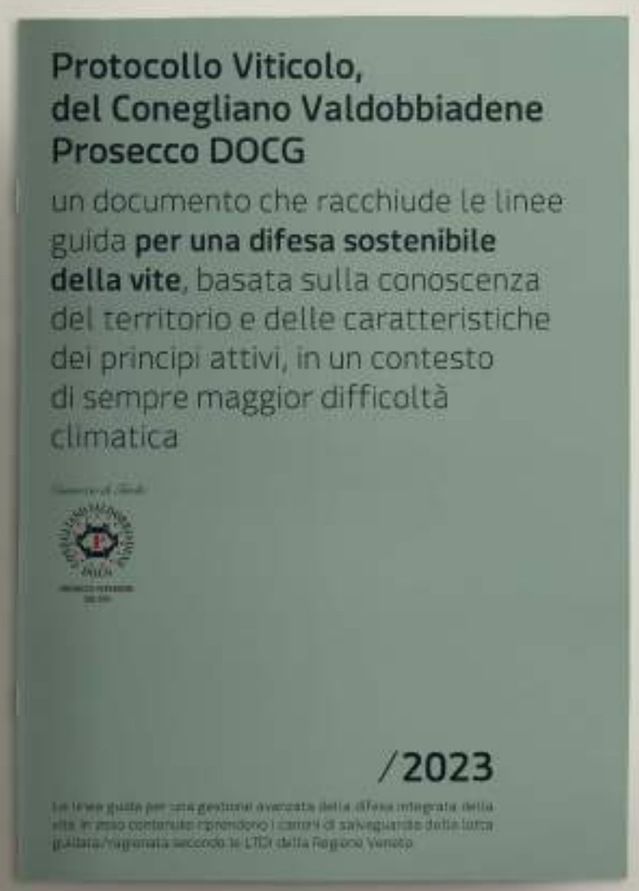
UTILIZZO DI TECNOLOGIE PER LA RIDUZIONE DELL'APPORTO IDRICO IN VIGNETO

SISTEMI DI IRRIGAZIONE DI SOCCORSO	2021	Var. % 2019/2021	Var. % 2016/2021
ad ala gocciolante su filo (% superficie DOCG)	25,2 %	+1,0 %	+1,5 %
ad ala gocciolante subirrigazione (% superficie DOCG)	15,0 %	-0,6 %	+3,8 %
"Sostenibili" (% su numero imprese)*	40,3 %	+0,4 %	+5,3 %

UTILIZZO DI TECNOLOGIE PER IL RIUSO E RICICLO DELL'ACQUA DI CANTINA

QUOTA (% su produzione DOCG)	2022	Var. % 2021/2022	Var. % 2018/2022
Fertirrigazione in vigneto	12,6 %	-2,3 %	-10,4 %
Riciclo in cantina	1,5 %	-7,0 %	-18,3 %
Depuratore	58,6 %	+16,9 %	-

Legenda*"Sistemi di irrigazione sostenibili": ad ala gocciolante su filo e per subirrigazione



Il Protocollo Viticolo 2023 e la lotta integrata

a cura del **Consorzio di Tutela** Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG

Il Protocollo Viticolo, documento che propone e promuove un sistema virtuoso di difesa integrata della vite, scritto in collaborazione con la Commissione Viticola in seno al Consorzio, da anni è il perno dell'attività di sostenibilità del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore, e ad esso sono associate fondamentali azioni delle imprese del territorio che dimostrano l'interesse diffuso verso la tutela dell'ambiente e della società in cui operano.

La sinergia tra azioni del Consorzio come il Protocollo Viticolo e azioni delle singole imprese, tracciano una via più chiara e significativa verso l'Agenda 2030. Infatti, lo sforzo delle aziende, considerata la vicinanza geografica tra di loro, consentirà al sistema del Conegliano Valdobbiadene DOCG di dare un importante contributo al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo intelligente, inclusivo e sostenibile fissati dalla Strategia Europa 2030 (Agenda 2030).

Il Protocollo Viticolo ha l'obiettivo, sin dal suo esordio nel 2011, di eliminare progressivamente pratiche e molecole considerate maggiormente impattanti per l'ambiente e promuovere invece forme di agricoltura meno invasive possibili. La pubblicazione del Protocollo e la sua diffusione tra le 331 aziende aderenti al Consorzio di Tutela ha contribuito a diffondere negli anni i temi di sostenibilità agronomica tra gli agricoltori del territorio. Inoltre, è la quinta edizione che mette al bando l'utilizzo dei prodotti contenti la sostanza erbicida *Gliphosate* (in vigore dal 1° gennaio 2019), dopo la decisione dei 15 Comuni della Denominazione di eliminare questo principio attivo. Con questa edizione si sottolinea ancora una volta **la necessità della lotta integrata** e **se ne forniscono gli strumenti per attuarla**.

L'agricoltura sostenibile, infatti, non può basarsi solo sull'eliminazione di alcune sostanze chimiche ma necessariamente sulla lotta integrata, e sulla consapevolezza che l'analisi costante della situazione agronomica sia lo strumento fondamentale per un'agricoltura efficace e il più sostenibile possibile. Il Protocollo Viticolo ha l'obiettivo di mettere l'agricoltore nelle condizioni di utilizzare i vari metodi di gestione del vigneto, che siano chimici oppure biologici in base alle reali esigenze della vite e del campo in ogni momento. Per fare questo esistono strumenti tecnici e tecnologici di raccolta dati che fotografano costantemente la situazione del vigneto. Situazione che è trasmessa dal Consorzio ai viticoltori perché scelgano l'azione più adatta da operare in campo al più basso impatto ambientale.

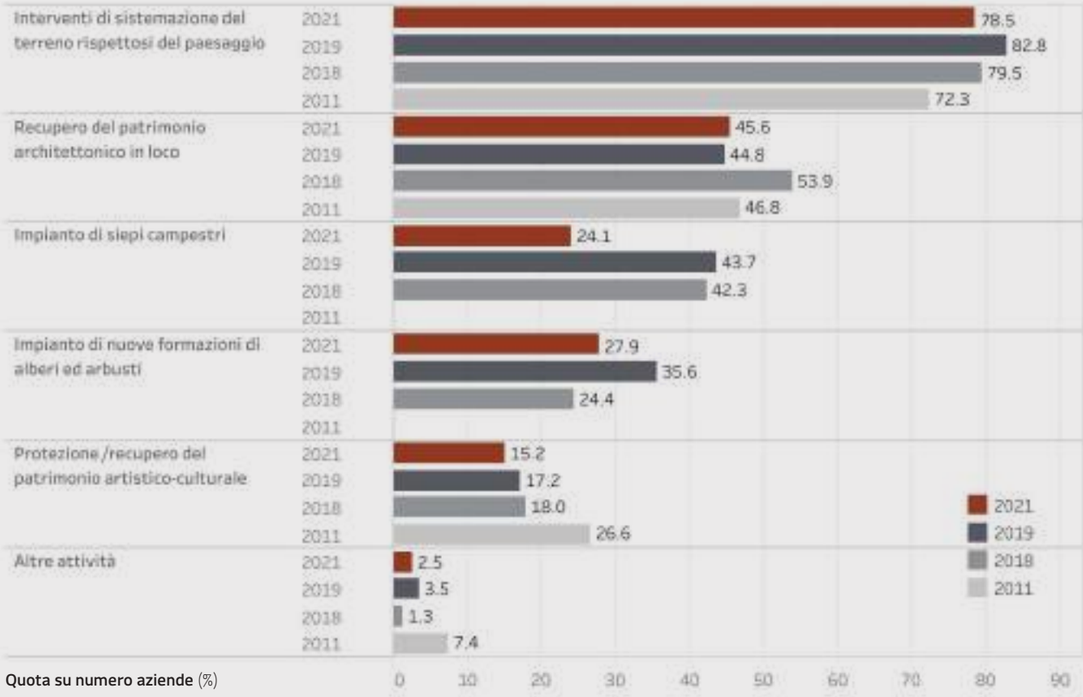
Anche la **13ª edizione del Protocollo Viticolo** è stata aggiornata sulla base delle regole già stabilite in passato; tali regole prevedono un'ulteriore restrizione rispetto a quanto già previsto dalle linee tecniche di difesa integrata della Regione Veneto.

Nell'edizione del 2023 sono presenti i principi attivi, relativi sia all'indirizzo convenzionale che a quello biologico, divise per avversità come di consueto. Sono stati eliminati i riferimenti commerciali dei prodotti fitosanitari, mantenendo solamente le tabelle con le sostanze attive consentite, divise per avversità. Inoltre, sono stati inseriti alcuni approfondimenti che hanno lo scopo di promuovere una gestione del vigneto ecocompatibile all'interno della Denominazione. Nell'edizione 2023 sono stati quindi trattati i seguenti argomenti: il **suolo** e la **sostanza organica**, la **biodiversità del sopra e sottosuolo**, la **confusione sessuale** e gli **antagonisti naturali**, il **valore delle api in vigneto**, l'utilizzo di **macchinari in forti pendenze**.

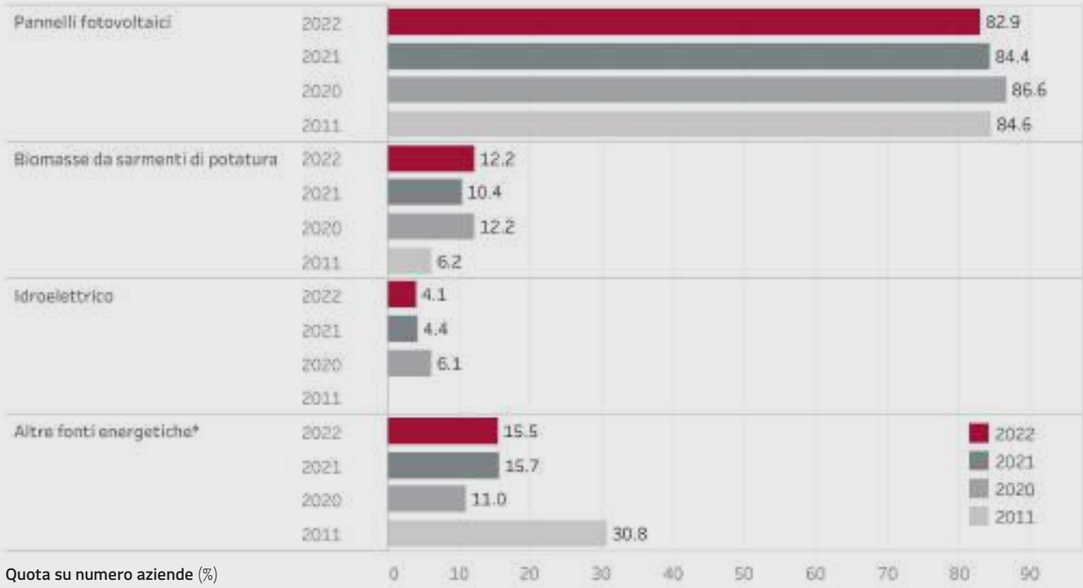
Per la versione digitale del Protocollo Viticolo 2023 visitare il sito **www.prosecco.it**

6.01 TECNICHE PRODUTTIVE E AMBIENTE

→ **Azioni di valorizzazione paesaggistico-ambientale** (1)



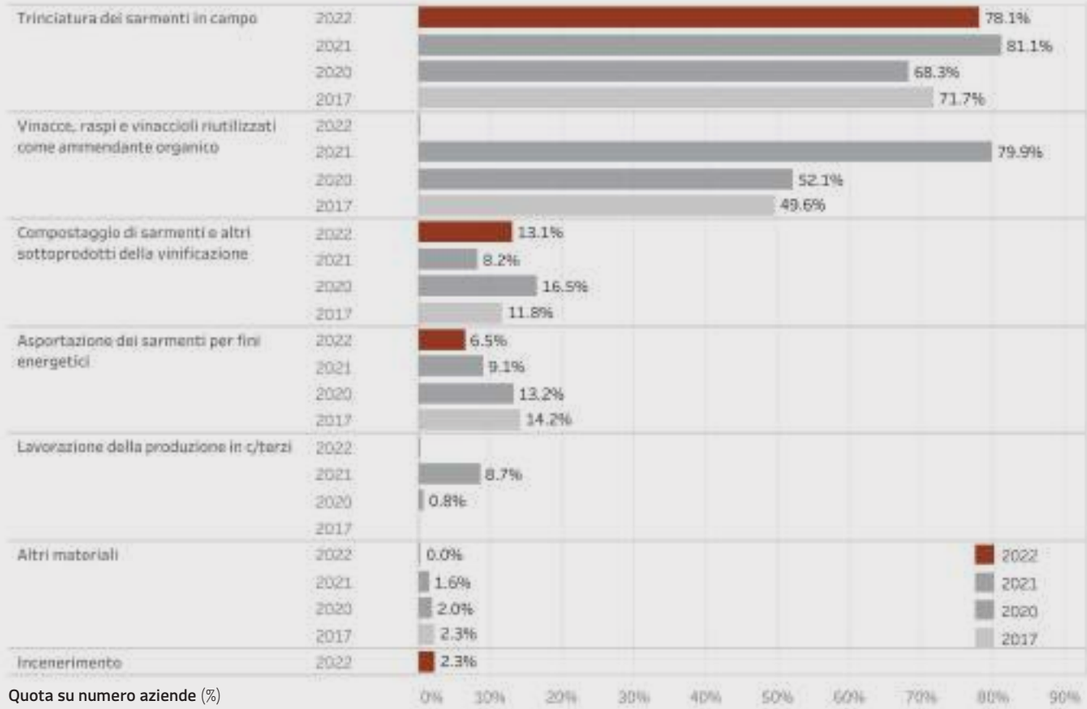
→ **Utilizzo di fonti energetiche rinnovabili nei processi produttivi aziendali** (2)



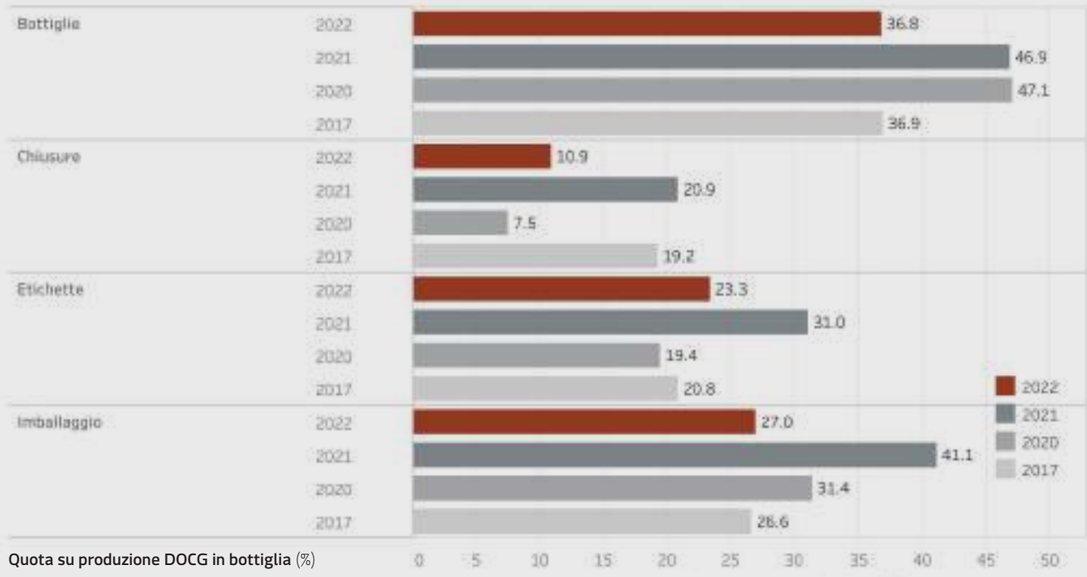
(**1**) Le frequenze relative si riferiscono ad una base aziendale di 102 aziende (dato 2021)
(**2**) Le frequenze relative si riferiscono ad una base aziendale di 123 aziende (dato 2022)

6.02 TECNICHE PRODUTTIVE E AMBIENTE

→ **Utilizzo di materiali riciclati in vigneto** (1)



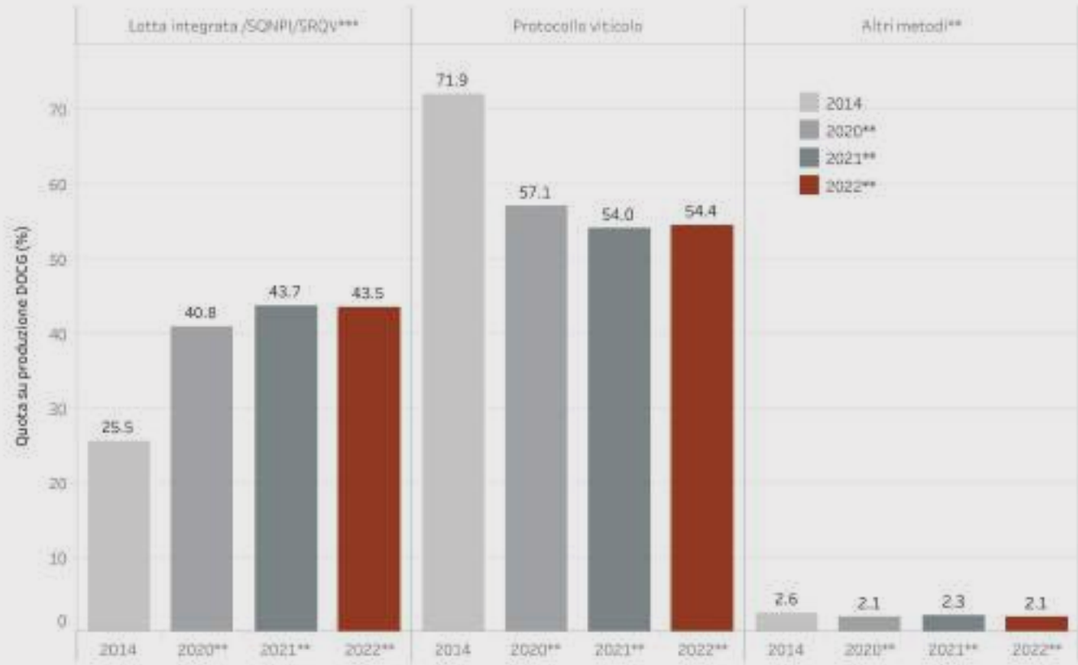
→ **Eco-packaging** (2)



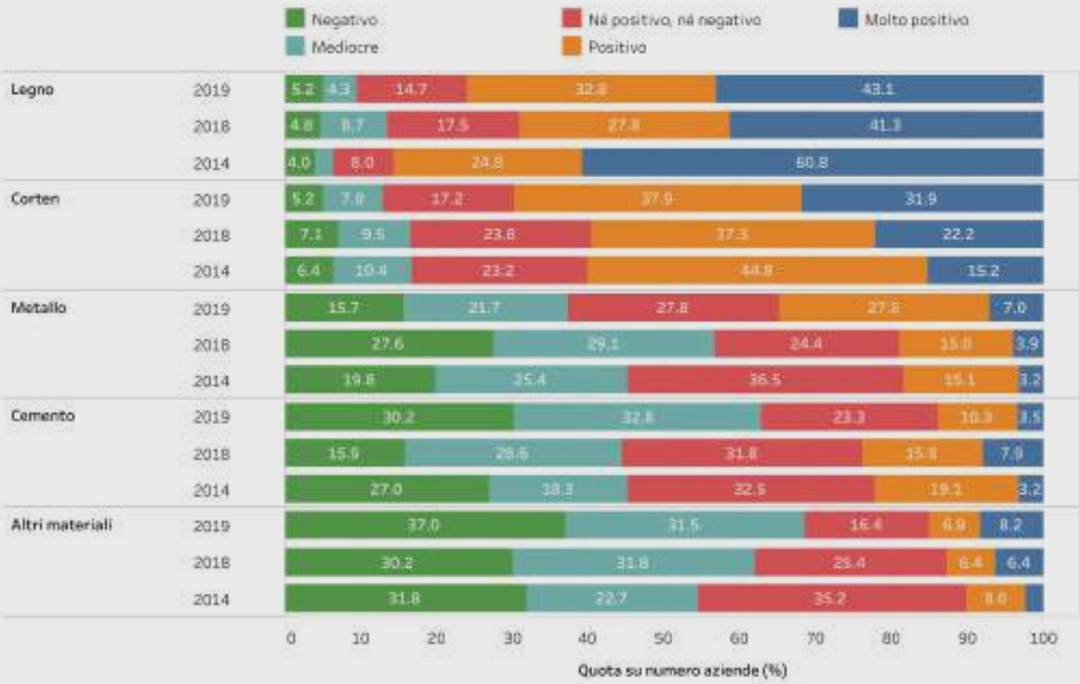
(**1**) Le frequenze relative si riferiscono ad una base aziendale di 156 aziende (dato 2022)
(**2**) Le frequenze relative si riferiscono ad una base aziendale di 86 aziende (dato 2022)

6.03 TECNICHE PRODUTTIVE E AMBIENTE

→ **Adesione alle linee guida previste dai Protocolli/Certificazioni di sostenibilità e altri metodi***



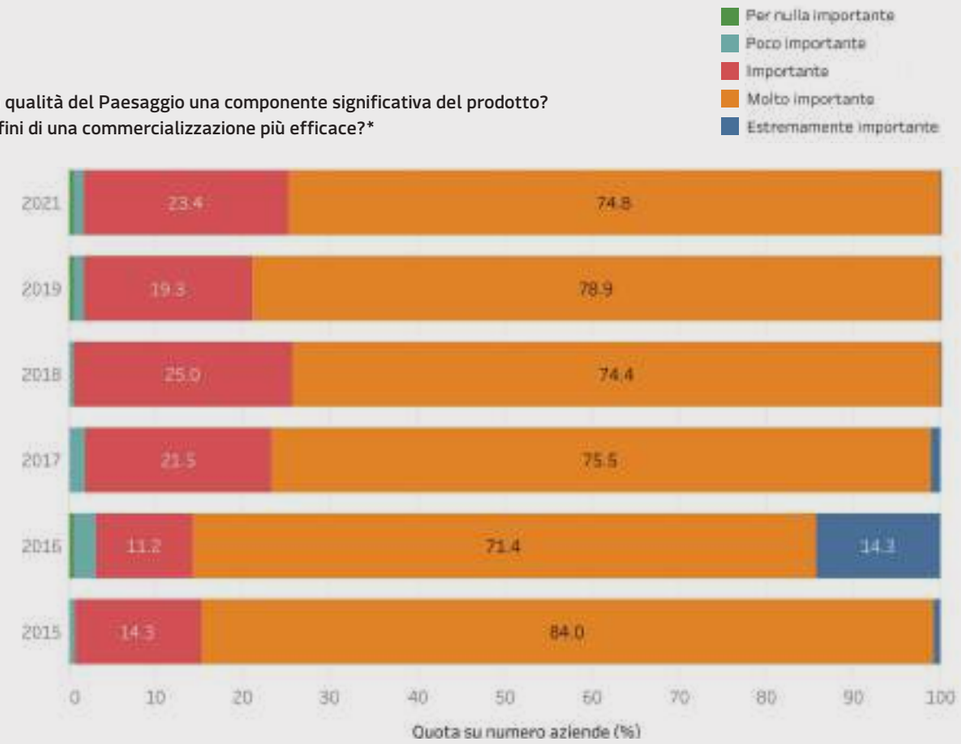
→ **Nella realizzazione del vigneto, quale giudizio attribuisce ai seguenti materiali utilizzati come tutori?**



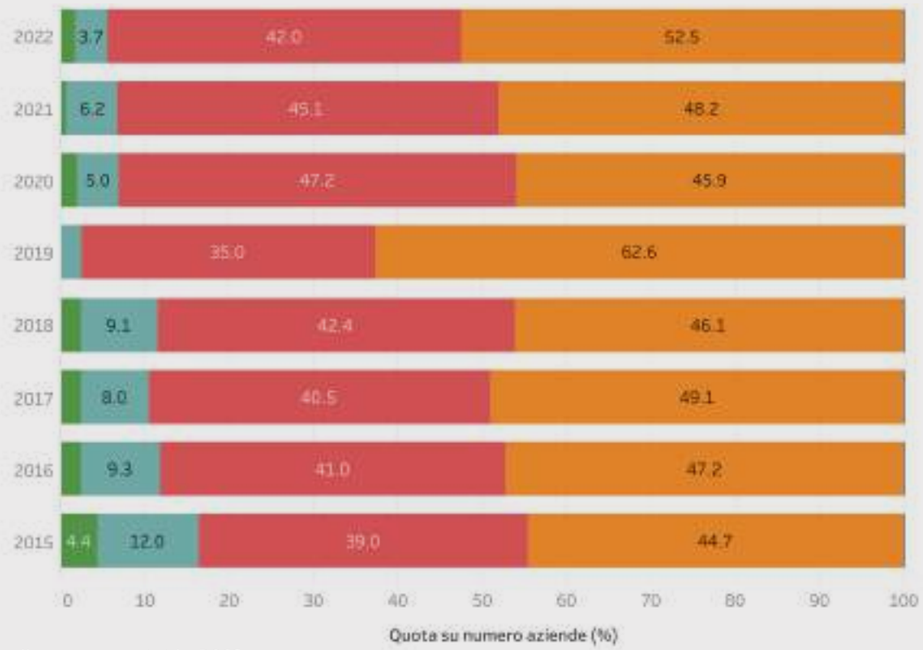
(*) Nella case spumantistiche DOCG
(**) Metodi biologico e biodinamico
(***) SQNPI: Sistema di Qualità Nazionale Produzione Integrata - SRQV: Sistema Regionale di Qualità Verificata

6.04 TECNICHE PRODUTTIVE E AMBIENTE

→ **Ritiene la qualità del Paesaggio una componente significativa del prodotto? Anche ai fini di una commercializzazione più efficace?***



→ **Come valuta la candidatura del territorio del Conegliano Valdobbiadene DOCG a Patrimonio Mondiale dell'UNESCO?***



(*) Dato riferito alle case spumantistiche DOCG

7. DINAMICHE DEL TURISMO

a cura di **CISET** – Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

La fruizione enoturistica nelle cantine del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG

I visitatori nelle cantine si sono attestati a quasi 300mila nel 2022, in aumento del +7,5% rispetto al 2021 e in avvicinamento al dato record del 2019. Il 2022 ha visto anche un incremento della quota dei visitatori stranieri e italiani sul totale della clientela, con un ritorno così alla situazione del pre-covid che vedeva una significativa presenza di clienti da fuori Veneto.

→ Premessa

Si presentano e commentano in questo capitolo i risultati derivanti dall'indagine condotta nel 2022 tra le 170 imprese vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. L'indagine, svolta annualmente da quasi quindici anni, monitora da un lato l'evoluzione dell'offerta enoturistica proposta dalle aziende del territorio e le loro azioni di marketing, e dall'altro la dinamica e le caratteristiche dei visitatori che si recano presso le cantine aperte al pubblico. Un focus è dedicato anche a rilevare l'opinione delle aziende sull'importanza delle iniziative e degli strumenti di marketing territoriale intrapresi dagli enti locali e, da qualche anno, anche sul riconoscimento UNESCO ottenuto dal territorio nel 2019.

Volendo sintetizzare brevemente i risultati significativi, rimandando ai successivi paragrafi per gli approfondimenti, si anticipa che nel 2022 i visitatori nelle cantine sono aumentati rispetto al 2021, attestandosi a 297,7mila. È proseguita quindi la crescita del numero dei visitatori che, anche se ancora inferiore a quello del 2019, sta via via recuperando. Si è registrata anche una maggiore internazionalizzazione della clientela, con un aumento della quota degli stranieri, che si è riportata sui valori pre-covid. È invece rimasta stabile a poco più di 70€ la spesa in cantina per acquisto di vino. Nonostante i buoni risultati, le aziende vitivinicole sembrano essere un po' più caute a riguardo dell'andamento della frequentazione enoturistica negli ultimi anni e nel prossimo futuro, probabilmente per l'incertezza che ancora si avvertiva lo scorso anno.

→ Caratteristiche delle aziende vitivinicole e servizi di visita e di accoglienza proposti

Le aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG si caratterizzano per essere di medio-piccola dimensione, prevalentemente ditte individuali (31,8%) o società semplice (33,5%). Il 20% è comunque composto da srl. La metà delle imprese ha un fatturato che non supera il milione di euro, mentre il 22% arriva ai 5milioni e un altro 15% ai 25milioni di euro.

Il 76,5% delle aziende è anche azienda agricola, occupandosi quindi non solo della trasformazione e lavorazione delle uve ma anche della coltivazione, e la quasi totalità (95,3%) è un'azienda spumantistica, ossia imbottiglia almeno una bottiglia di Spumante DOCG e/o Rive DOCG e/o Superiore di Cartizze DOCG.

FATTURATO ANNUO 2022 (€)	**% di cantine**
Inferiore a 250.000	24,7%
Tra 250.000 e 500.000	13,5%
Tra 500.000 e 1.000.000	14,1%
Tra 1.000.000 e 2.000.000	12,4%
Tra 2.000.000 e 5.000.000	9,4%
Tra 5.000.000 e 10.000.000	8,8%
Tra 10.000.000 e 25.000.000	6,5%
Tra 25.000.000 e 50.000.000	3,5%
Tra 50.000.000 e 75.000.000	1,8%
Tra 75.000.000 e 100.000.000	1,8%
Oltre 100.000.000	3,5%
TOTALE	100,0%

Tab. 1 – Distribuzione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG per fasce di fatturato annuo nel 2022
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2022

L'attività enoturistica si conferma essere importante per le aziende del Prosecco Superiore DOCG, tanto che il 60,6% la ritiene molto utile e un altro 24,1% utile. È ormai dimostrato infatti che l'enoturismo non solo può integrare i ricavi aziendali, in primi attraverso la vendita di vino direttamente ai visitatori, ma anche può accrescere la conoscenza e la visibilità del marchio sul mercato.

Tuttavia, si segnala che nella rilevazione del 2022 è leggermente aumentata la quota delle cantine per cui l'attività enoturistica è stata marginale (7,6% contro 5,3% dell'anno precedente), probabilmente come conseguenza del calo di visitatori causato dalla crisi covid.

	(% di Cantine) **2022**	(% di Cantine) **2021**
Molto utile	60,6%	60,6%
Utile	24,1%	27,1%
Marginale	7,6%	5,3%
Non risposto	7,6%	7,1%
TOTALE	**100%**	**100%**

Tab. 2 – Opinione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022 sull'attività enoturistica e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

Scendendo nel dettaglio dell'offerta enoturistica, buona parte delle cantine sono aperte quasi tutta la settimana e anche nel weekend. Il 70,6% delle aziende, infatti, tiene aperto anche il sabato e la domenica. In particolare, il 44,7% è aperto dal lunedì al sabato e un altro 22,4% sette giorni su sette. Un altro 22,4% è accessibile dal lunedì al venerdì. Il rimanente osserva invece un'apertura concentrata solo su alcuni giorni della settimana.

L'offerta nelle cantine

Riguardo ai servizi offerti, in linea con lo scorso anno, quasi tutte le aziende mettono a disposizione un punto vendita (88,8%) e una sala degustazioni (80%), che possono essere considerati i servizi enoturistici di base. Il 67,1% si avvale anche di un manager dell'accoglienza (in leggera diminuzione rispetto alla precedente rilevazione). Si conferma invece che i servizi di ristorazione e pernottamento sono offerti ancora da una quota marginale di aziende, rispettivamente il 6,5% e l'11,2%.

Le cantine dispongono di personale che parla almeno due, se non tre lingue straniere, soprattutto inglese (87,6%), tedesco (41,2%), francese (27,1%) e spagnolo (18,2%). Si segnala tra l'altro che il numero di imprese con addetti all'accoglienza che conoscono le lingue straniere è leggermente aumentato, riportandosi quasi ai livelli pre-covid, probabilmente per il ritorno sul territorio dei turisti internazionali dopo la battuta d'arresto causata dal covid.

	(% di Cantine) **2022**	(% di Cantine) **2021**
Punto vendita	88,8%	89,4%
Sala degustazioni	80,0%	80,6%
Ristorazione	6,5%	7,1%
Alloggio	11,2%	12,4%
Manager accoglienza	67,1%	69,4%

Tab. 3 – Principali servizi offerti dalle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ai visitatori nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

	% di Cantine	
	2022	**2021**
Inglese	87,6%	84,1%
Tedesco	41,2%	40,6%
Francese	27,1%	24,7%
Spagnolo	18,2%	14,7%
Russo	6,5%	6,5%
Cinese	1,8%	1,2%
Altre lingue	7,1%	4,7%

Tab. 4 – Principali lingue parlate dagli addetti all'accoglienza nelle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

Tra le attività e le iniziative che compongono l'esperienza in cantina, si confermano innanzitutto quelle di base quali la visita alla cantina (81,8%), le degustazioni guidate (79,4%) e la visita al vigneto (64,1%). Altre proposte, quali eventi enogastronomici e culturali o itinerari di visita che si estendono al di fuori della cantina, sono invece organizzate da circa il 20% delle cantine. Se nel 2020, a causa delle restrizioni covid, le aziende erano state costrette a rivedere in parte la loro offerta enoturistica, nel 2022 tutte le attività e i servizi offerti sono ritornati in linea con quelli pre-Covid, come già era avvenuto nel 2021.

	% di Cantine	
	2022	**2021**
Visita a cantina	81,8%	82,4%
Visita al vigneto	64,1%	64,1%
Degustazioni guidate	79,4%	78,8%
Eventi enogastronomici	22,4%	22,9%
Eventi culturali	19,4%	16,5%
Percorsi naturalistici	18,2%	20,0%
Area/percorsi wellness	1,8%	1,2%
Altro	3,5%	2,4%

Tab. 5 – Principali proposte che arricchiscono l'esperienza offerte dalle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

→ Quanti sono, cosa cercano e quanto spendono

Come anticipato, nel 2022 è continuata la ripresa della frequentazione delle cantine da parte dei visitatori enoturistici che si sono portati a quota 297.764 e quindi in crescita del +7,5% rispetto al 2021. Il numero record del 2019 (più di 380mila) non è ancora stato raggiunto, ma, visto anche il trend degli arrivi e delle presenze turistiche, ci si aspetta possa essere recuperato nel 2023.

Il numero di visitatori ospitati da ciascuna cantina varia in relazione alle dimensioni delle stesse e alla loro capacità di organizzare i servizi di accoglienza e di visita. Circa il 45% delle aziende ha ospitato tra 500 e 5mila visitatori, mentre un altro 41% tra 200 e 500. Circa il 7% di imprese ha accolto invece più di 5mila visitatori.

I visitatori delle cantine

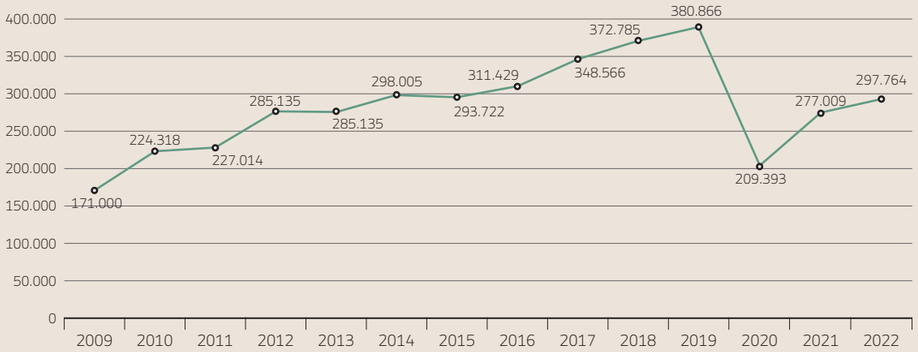


Fig. 1 – Trend dei visitatori nelle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG dal 2009 al 2022

Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2009-2022

		% di Cantine
N° Visitatori	**2022**	**2021**
0 visitatori	6,5%	6,5%
meno di 200	22,9%	34,7%
da 201 a 500	18,2%	16,5%
da 501 a 1.000	20,0%	14,7%
da 1.000 a 5.000	25,3%	19,4%
da 5.000 a 10.000	5,3%	7,1%
oltre i 10.000	1,8%	1,2%
TOTALE	**100,0%**	**100,0%**

Tab. 5 – Distribuzione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG per numero di visitatori nel 2022 e confronto 2021

Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

Più che nella rilevazione del 2021, è nel 2022 che le aziende hanno segnalato qualche criticità circa la soddisfazione per l'andamento della frequentazione enoturistica e si sono dimostrate un po' più caute anche a riguardo alla dinamica futura. Probabilmente, nonostante gli anni più negativi per il turismo siano stati 2020 e 2021, le aziende vitivinicole hanno preso reale contezza del fenomeno un po' più tardi e, data l'incertezza che ancora nel 2022 caratterizzava il periodo (non si era ancora usciti totalmente dal periodo pandemico), anche le aspettative erano un po' calate o era difficile avere un quadro chiaro.

Con riferimento agli ultimi cinque anni, il 60% dichiara di aver registrato una crescita dei visitatori contro il 67,1% della precedente rilevazione, e il 18,8% una stabilità rispetto al precedente 21,2%. Il 7,6% ha registrato invece una flessione contro il 4,7% del 2021. Rispetto invece al trend futuro, il 67,1% si attende una crescita rispetto al 72,9% del 2021; il 18,8% una stabilità (in linea con il 2021) e il 3,5% un calo rispetto al precedente 1,2%. In aumento anche la quota di chi non ha risposto, forse per la difficoltà di fare previsioni.

N° Visitatori		% Aziende Vitivinicole
	2022	**2021**
In crescita	60,0%	67,1%
Stabile	24,1%	21,2%
Calo	7,6%	4,7%
Non risposto	8,2%	7,1%
TOTALE	**100%**	**100%**

Tab. 7 – Opinione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022 per l'andamento dei visitatori nei precedenti 5 anni e confronto 2021

Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

N° Visitatori		% Aziende Vitivinicole
	2022	**2021**
In crescita	67,1%	72,9%
Stabile	18,8%	18,2%
Calo	3,5%	1,2%
Non risposto	10,6%	7,6%
TOTALE	**100%**	**100%**

Tab. 8 – Aspettative delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022 per l'andamento dei visitatori nei successivi 5 anni e confronto 2021

Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

Riguardo alla provenienza dei visitatori, nel 2022 si è osservata una maggiore internazionalizzazione della clientela rispetto al 2021, in linea con quella che era la situazione nel pre-covid, che vedeva una buona presenza di stranieri. In particolare, secondo le risposte degli intervistati, i visitatori dal Veneto sono stati in media il 40% (contro 46,1% nel 2021 e 39,3% nel 2019), quelli dal resto d'Italia il 33,1% (contro 34,5% nel 2021 e 31% nel 2019) e quelli stranieri il 26,8% (contro 19,5% nel 2021 e 29,7% nel 2019). Dall'indagine emerge che solo per il 25,1% delle cantine la clientela veneta vale oltre la metà del totale dei loro visitatori, quando invece nel 2021 questa percentuale era del 35,2%. Parallelamente è aumentata la quota di aziende per cui i visitatori italiani e stranieri occupano una quota più significativa. Si pensi, ad esempio che nel 2022 la clientela straniera ha superato il 50% del totale della domanda per il 9,4% degli intervistati, contro appena il 2,5% del 2021.

In linea con quelli che sono i principali mercati di provenienza dei turisti internazionali nell'area del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, anche i visitatori stranieri delle cantine provengono principalmente da Germania (citato dal 77,6% delle cantine), Austria (69,4% delle aziende), USA (28,8%), Regno Unito (9,4%) e Francia (6,5%).

		% di Cantine
Visitatori Veneti	**2022**	**2021**
0% - 10%	14,5%	11,3%
10% - 50%	60,4%	53,5%
50% - 80%	20,1%	31,4%
80% - 100%	5,0%	3,8%
Non risposto	0,0%	0,0%
TOTALE	**100,0%**	**100,0%**

Tab. 9 – Distribuzione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG per quota di visitatori veneti sul totale della loro clientela nel 2022 e confronto 2021

Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

	% di Cantine	
Visitatori Italiani	**2022**	**2021**
0% - 10%	9,4%	10,7%
10% - 50%	81,1%	75,5%
50% - 80%	8,8%	11,9%
80% - 100%	0,6%	1,9%
Non risposto	0,0%	0,0%
TOTALE	**100,0%**	**100,0%**

Tab. 10 – Distribuzione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG per quota di visitatori italiani sul totale della loro clientela nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

	% di Cantine	
Visitatori Stranieri	**2022**	**2021**
0% - 10%	31,4%	44,0%
10% - 50%	58,5%	52,8%
50% - 80%	9,4%	2,5%
80% - 100%	0,6%	0,6%
Non risposto	0,0%	0,0%
TOTALE	**100,0%**	**100,0%**

Tab. 11 – Distribuzione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG per quota visitatori stranieri sul totale della loro clientela nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

I visitatori frequentano le cantine soprattutto nel periodo da fine primavera all'autunno: secondo le risposte delle aziende intervistate, in media il 24,4% dei visitatori si reca in cantina da gennaio a marzo, il 46,1% da maggio ad agosto, il 29,5% da settembre a dicembre. Si tratta prevalentemente di visitatori autorganizzati, anche se non mancano quelli parte di tour organizzati, soprattutto tour enoturistici, e quelli veicolati dagli uffici IAT o dalla Strada del Vino.

	% di Cantine che dichiarano che i lori visitatori sono veicolati da quel Canale	
	2022	**2021**
Iniziativa propria	88,8%	88,2%
Parte di tour enogastronomici organizzati	45,9%	47,1%
Parte di tour "generalisti" organizzati	37,6%	34,1%
Da Strada del Vino o Uffici IAT	39,4%	35,3%

Tab. 12 – Canali per cui i visitatori visitano le cantine secondo le aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

Con riferimento ai motivi di visita, si conferma al primo posto l'acquisto di vino, segnalato dall'88,8% delle aziende e, con un'incidenza sempre più rilevante, il richiamo del riconoscimento UNESCO, citato dal 62,9% delle cantine (era 58,8% nel 2021).

	% di Cantine che dichiarano che i lori visitatori si recano in visita per quella Motivazione	
	2022	**2021**
Acquisto di vino	88,8%	89,4%
Visita delle cantine delle Colline UNESCO	62,9%	58,8%
Ristorazione	6,5%	5,3%
Ricettività	11,8%	12,9%

Tab. 13 – Principali motivazioni dei visitatori secondo le aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

La spesa media dei visitatori per l'acquisto di vino si è attestata a 71€, mantenendosi sostanzialmente stabile rispetto al valore del 2021 e superiore rispetto a quanto rilevato nel 2020 (65€) e nel 2019 (66€).

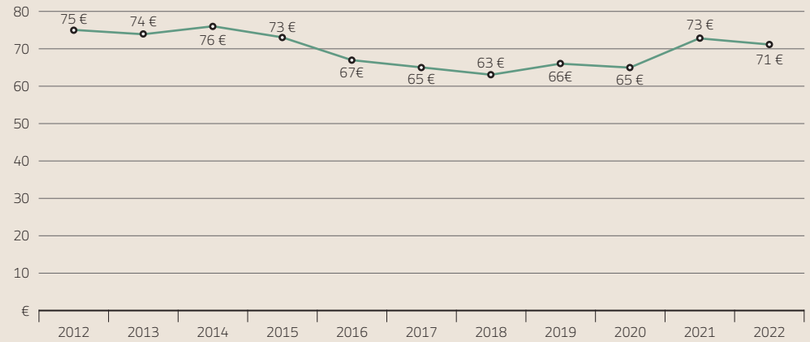


Fig. 2 – Trend della spesa media pro capite per acquisto di vino dichiarata dalle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG 2012-2022
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2022

Gli aspetti di marketing e il riconoscimento UNESCO

Tra gli strumenti di marketing impiegati per raccontare la storia dell'azienda ai visitatori, i più diffusi sono la visita della cantina con la spiegazione del processo produttivo, citata dall'88,2% delle cantine, la produzione di brochure e libri, segnalata dal 70%, la visita al vigneto, citata dal 67,6% e il sito web, usato dal 64,7%. Importanti sono anche i social media e gli strumenti messi a disposizione dei soci dal Consorzio di Tutela, di cui si avvale oltre la metà delle aziende.

	% di Cantine	
	2022	**2021**
Visita alla cantina con spiegazione del processo produttivo	88,2%	82,4%
Visita al vigneto	67,6%	65,3%
Produzione di brochure e libri	74,7%	70,0%
Strumenti consorzio di tutela	57,6%	60,5%
Degustazioni tematiche	34,1%	33,5%
Eventi mediatici	11,2%	9,4%
Sito web	64,7%	61,2%
Blog aziendale	11,8%	15,3%
Newsletter	28,2%	20,0%
Video aziendale	32,4%	31,8%
Social media	53,5%	47,6%
App	4,1%	4,7%

Tab. 14 – Principali strumenti di marketing offline e online e di sviluppo prodotto utilizzati dalle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

Con riferimento agli strumenti per le lo sviluppo del turismo e delle visite alle cantine, emerge un mix di attività e canali più tradizionali offline e altri più moderni e online. Le aziende ritengono infatti che i più efficaci (importanti e molto importanti) sono gli eventi digitali (72,9%), le fiere turistiche (71,8%) e i social media (71,2%).

Rispetto alla rilevazione del 2021, si registra un maggior apprezzamento per gli eventi digitali (67,6% nel 2021), probabilmente perché, dopo le "sperimentazioni" fatte negli anni covid, le aziende ne riconoscono sempre di più le potenzialità, ma anche per le fiere (65,3% nel 2021), probabilmente per il fatto che con il ritorno alla normalità molti eventi fieristici, temporaneamente sospesi, sono ritornati ad essere frequentati.

Anche la guida turistica, gli eventi e i tour che coinvolgono gli associati e l'App dedicata ai percorsi enogastronomici ottengono un buon riscontro.

	Promozione del territorio nelle fiere turistiche	Promozione del territorio attraverso i social	Eventi e Tour dedicati agli associati	Guida turistica del territorio DOCG	App dedicata alle cantine della DOCG	App dedicata ai percorsi enogastronomici del territorio	Eventi digitali	Eventi fisici
Per nulla importante	0,6%	1,2%	2,4%	1,2%	4,7%	3,5%	0,6%	2,9%
Poco importante	5,3%	5,3%	5,9%	9,4%	11,2%	10,0%	3,5%	12,4%
Indifferente	21,8%	21,2%	37,1%	24,7%	34,1%	31,2%	22,4%	38,8%
Importante	53,5%	48,2%	43,5%	46,5%	40,0%	44,1%	56,5%	38,8%
Estremamente importante	18,2%	22,9%	10,0%	17,1%	9,4%	10,0%	16,5%	5,9%
Non risposto	0,6%	1,2%	1,2%	1,2%	0,6%	1,2%	0,6%	1,2%
Totale risposte	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Tab. 17 – Importanza degli strumenti di marketing per lo sviluppo del turismo sul territorio secondo le aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel 2022
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2022

Riguardo infine all'opinione circa il riconoscimento UNESCO, il 52,4% delle aziende ritiene sia molto positivo – in leggero aumento rispetto al 2021 - e il 41,8% positivo. Complessivamente quindi la quasi totalità degli intervistati ne ha un buon giudizio: 94,1%.

	% di Cantine	
	2022	**2021**
Molto positiva	52,4%	48,8%
Positiva	41,8%	43,5%
Poco rilevante	4,1%	6,5%
Per nulla rilevante	1,8%	1,2%
Non risposto	0,0%	0,0%
TOTALE	100,0%	100,0%

Tab. 18 – Opinione delle aziende vitivinicole del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG sul riconoscimento UNESCO nel 2022 e confronto 2021
Fonte: Rielaborazioni CISET su dati indagine C.I.R.V.E. 2021-2022

APPUNTI

Consorzio di Tutela

CONEGLIANO VALDOBBIADENE DOCG

PROSECCO SUPERIORE
DAL 1876

CONSORZIO DI TUTELA
CONEGLIANO VALDOBBIADENE
PROSECCO DOCG

Piazza Libertà 7
Villa Brandolini, Solighetto
31053 Pieve di Soligo/Treviso
t/ +39 0438 83028
info@prosecco.it
www.prosecco.it

— Crediti
Progetto grafico di **mimicoco**design

Il ritratto di Elvira Bortolomiol è di **Gio Martorana**
Il paesaggio di **Arcangelo Piai**
Le attività in cantina e in vigneto di **Ioe Murador**

Le immagini dei fossili sono parte di un progetto
di ricerca di mimicocodesign (04/2014)
con la fotografia di **Mattia Mionetto**

Consorzio di Tutela
CONEGLIANO VALDOBBIADENE
DOCG
PROSECCO SUPERIORE
DAL 1876
www.prosecco.it