



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
FACOLTÀ DI AGRARIA**

Dipartimento di BIOTECNOLOGIE AGRARIE

TESI DI LAUREA IN SCIENZE E TECNOLOGIE VITICOLE ED ENOLOGICHE

**I GRANDI VINI DEL MONTELLO E COLLI ASOLANI
STRATEGIE E VALORIZZAZIONE.**

**THE GREAT WINES OF MONTELLO AND ASOLO
HILLS; STRATEGIES AND DEVELOPMENT.**

Relatore:

Prof. Dott. Luigi Galletto

Correlatore:

Prof. Dott. Silvano Cattelan

Laureando:

Damiano Scuderi

Matricola n. 540383 STVE

ANNO ACCADEMICO 2010- 2011

RIASSUNTO

La zona del Montello e Colli Asolani è un distretto relativamente giovane, se paragonato ad altre aree viti-vinicole celebri ed è composto da numerosissime piccole e medie imprese e da una comunità di persone storicamente insediate su di un definito ambito territoriale.

Sono state analizzate le caratteristiche di un campione di aziende vitivinicole appartenenti al Consorzio di Tutela Vini del Montello e Colli Asolani, ciò ha permesso di mettere in luce da un lato, la poca cooperazione tra le imprese sul piano commerciale, dall'altro, una carenza di comunicazione sia tra le aziende, sia tra queste e le istituzioni, con ripercussioni sulle strategie di marketing del prodotto e del territorio. I conduttori di queste realtà viticole non dimostrano l'esperienza necessaria per comprendere le capacità utili alla salvaguardia ed alla valorizzazione dell'intera area. Si auspica, perciò, una maggiore sinergia tra le aziende e le istituzioni del distretto, al fine di adottare strategie di marketing comuni per poter, in tal modo, vincere la sfida con i competitors, italiani ed esteri, potenziando anche le attività di valorizzazione del territorio.

ABSTRACT

The area of Montello and Asolo hills is a young district, if compared with other famous viticulture areas and its is made up of a lots of small and middle business and a community of people historically settled in a well defined territory.

This job show the characteristics of a sample of wineries that belonging to the *Wines Protection Consortium of Montello and Asolo hills*; this analysis show the lack of cooperation and communication between the wine producers and between them and the istitutions. This behaviour has serius consequences on the marketing strategies and on the territory development.

The owners don't really show the experience necessary to understand the useful capacity to protect and enhance the entire area. It is hoped, therefore, a greater synergy between the companies and institutions in the district, in order to adopt common marketing strategy so that, in doing so, the challenge with his competitors, both italian and foreign, by enhancing also the growth activities for the territory.

Alla mia Famiglia e ai miei Genitori.

INDICE

Capitolo 1: CENNI STORICI DEL TERRITORIO: MONTELLO E COLLI ASOLANI NELLA MARCA TREVIGIANA.	6
1. Cenni storici sul territorio.	7
Capitolo 2: CARATTERISTICHE GEO-MORFOLOGICHE DEL TERRITORIO.	27
2. Il territorio.	28
2.1 Montello.	29
2.1.1 <i>Morfologia e Litologia.</i>	29
2.2 Colli Asolani.	32
2.2.1 <i>Morfologia e Litologia.</i>	32
2.3 I Suoli del Montello.	33
2.4 I Suoli dei Colli Asolani.	35
2.5 Clima nella zona del Montello e Colli Asolani.	35
2.6 Paesaggio vegetale della zona del Montello e Colli Asolani.	36
Capitolo 3: ANALISI STATISTICA E BREVE SITUAZIONE ECONOMICA NEL MONDO DEL VINO.	38
3.1. La produzione globale del vino.	39
3.2. Il settore vitivinicolo in Italia: La struttura imprenditoriale.	41
3.3. Segnali di ripresa per le esportazioni di vino italiano nel primo quadrimestre 2010.	43
3.4. Il vino veneto e la crisi economica internazionale. I dati Export 2009.	46
3.5. L'approccio ai mercati esteri delle piccole imprese vitivinicole venete.	50
3.6. Produzioni e Consumi Italia e Veneto nel primo semestre 2010.	56
3.7. Analisi Statistica sulle uve, sul vino e sulla superficie a Vigneto dell'area Montello e Colli asolani.	59
Capitolo 4: ANALISI ECONOMICA STATISTICA DEL DISTRETTO VITI-VINICOLO MONTELLO E COLLI ASOLANI.	63
4. Premessa.	64
Le aziende Viti-vinicole dell'area DOC/DOCG Montello e Colli Asolani.	65
4.1 Introduzione.	65
4.2 Obiettivi.	65
4.3 Materiali e metodi.	65
4.4 Il campione: caratteristiche generali delle imprese.	67
4.4.1 <i>Superfici vitate.</i>	69
4.4.2 <i>Capacità produttiva ed investimenti di cantina.</i>	73
4.4.3 <i>Altre Denominazioni di Origine.</i>	75
4.5 I rapporti di distretto.	76
4.5.1 <i>Svolgimento interno / esterno delle attività</i>	76
4.5.2 <i>Istituzioni e servizi</i>	77
4.6. Interrelazioni distrettuali.	78

4.7. Impresa e distretto.	79
4.7.1 <i>Rapporto con le istituzioni.</i>	80
4.7.2. <i>Rapporti interaziendali</i>	81
4.8. Prodotti e mercati.	82
4.8.1 <i>Strutture che effettuano le vendite ed intermediari.</i>	85
4.8.2. <i>Clienti.</i>	86
4.8.3. <i>Modalità di comunicazione.</i>	86
4.9. Investimenti e posizionamento strategico.	89
4.10. Filosofia di mercato della cantina.	92
4.10.1. <i>Fattori di successo, punti di debolezza e minacce del Distretto DOC/DOCG Montello e Colli Asolani.</i>	93
4.11. L'accoglienza e creazione dell'evento in cantina	96
4.12. Rapporti con il consorzio.	99
Capitolo 5: SEZIONE DEDICATA ALLE COOPERATIVE.	101
5.1. Le Cooperative.	102
5.1.1. <i>Capacità produttiva ed investimenti di cantina.</i>	102
5.1.2. <i>Servizi ai soci, formazione e determinazione del prezzo di liquidazione.</i>	103
5.2. Rapporti con il distretto.	103
5.3. Impresa e distretto.	104
Capitolo 6: LE PROSPETTIVE FUTURE DEL DISTRETTO MONTELLO E COLLI ASOLANI.	105
Sitologia	109
Bibliografia	111
Allegato 1: LA ZONAZIONE DEL DISTRETTO MONTELLO E COLLI ASOLANI.	114
- <i>La zonazione del Montello e Colli Asolani.</i>	115
- <i>Difficoltà incontrate nel lavoro di zonazione.</i>	120
- <i>I risultati attesi.</i>	120
- <i>Comunicare la Zonazione.</i>	121
- <i>Origine e similitudini fra l'area pedemontana della Sinistra Piave e della Destra Piave: un concetto errato.</i>	123
Allegato 2: Area DOC "MONTELLO E COLLI ASOLANI" Legenda carta dei suoli (ARPAV).	124
Allegato 3: I più importanti vitigni dell'area Montello e Colli Asolani.	
- <i>Breve descrizione dell'area di origine dei vitigni cosiddetti "Bordolesi".</i>	137
- <i>Alcune note dal disciplinare di produzione del "Rosso Montello e Colli Asolani".</i>	138
	139
- <i>Glera o Prosecco.</i>	
- <i>Alcune note dal disciplinare di produzione del "Asolo DOCG superiore".</i>	142

- Alcune differenze nei parametri di produzione inserite nei disciplinari fra Valdobbiadene-Conegliano DOCG e Asolo Superiore DOCG (Spumanti).	147
- Bianchetta Trevigiana.	147
I vitigni minori oggetto di attenzione.	150
- Malbech.	150
- Manzoni Bianco (o Incrocio Manzoni 6.0.13).	152
- Recantina una varietà tutta da scoprire.	153
Allegato 4: Disciplinare di produzione del “Asolo-Prosecco DOCG”	156
Allegato 5: Disciplinare di produzione dei vini a Denominazione di Origine Controllata “Montello e Colli Asolani”.	162
Allegato 5: Questionario rilasciato alle aziende, per l’analisi.	192

Capitolo 1

CENNI STORICI DEL TERRITORIO: MONTELLO E COLLI ASOLANI NELLA MARCA TREVIGIANA

1- Cenni Storici sul Territorio

Come viene indicato e descritto da **G. Rorato** in “*Storia della vite e del vino in Italia*”¹ tutta l’area collinare e pedemontana veneta era interessata dalla coltura della vite già in epoca pre-romana.

Il trevigiano, rispetto ad altre zone venete come il Veronese, risulta più carente di informazioni e reperti enoici relativi alle epoche più antiche, poiché questa condizione era causata dalla particolare posizione geo-morfologica del territorio. Fiumi come il Piave, il Sile ed il Livenza hanno trasformato nel corso delle varie epoche, sino in anni recenti, il paesaggio ed il loro corso naturale distruggendo quanto si trovava lungo il loro corso: ad esempio della strada romana Postumia che attraversava tutta l’area trevigiana, ne rimane solamente il tratto fra Castelfranco Veneto e Maserada sul Piave, mentre la rimanente parte è stata distrutta dalle ricorrenti esondazioni dei fiumi Monticano e Livenza.

Altra motivazione legata alla particolare conformazione del territorio, è stata la sua posizione geografica, poiché il trevigiano è stato luogo di transito e migrazioni di numerosi popoli ed eserciti stranieri, che fino al secolo scorso hanno interessato il Nord-Est d’Italia.

Sono pochi i reperti riguardanti la viti-enologia nel trevigiano, ma si ha la certezza che lungo la fascia collinare dell’asolano, dovevano esistere importanti insediamenti umani, mentre mancavano nella zona di pianura popolate in un secondo tempo con la costituzione di numerosi agglomerati urbani.

Numerose popolazioni italiche e non, sono confluite e defluite da questi territori: Proto-liguri, Euganei, finché, provenienti dall’Illiria (oggi Dalmazia), giunsero i Paleoveneti che si stanziarono lungo tutta la zona dell’Asolano fino ad oltre il Piave.

Come viene descritto nell’opera “*I Vini Rabosi*”² con molta probabilità la storia dei Veneti ha origini antichissime risalenti addirittura alla tragica e leggendaria caduta di Ilios, o meglio conosciuta come la città di Troia.

¹ *Storia della vite e del vino in Italia*: volume del Veneto. Autori A. Calò, L. Paronetto, G. Rorato edizione Unione Italiana Vini Milano 1996. *La Provincia di Treviso di Rorato G.*

² *I Vini Rabosi*: Storia e Tecniche produttive di alcuni vitigni veneti, Autori: Severina Cancellier, Enzo Michelet, Gianpiero Rorato.

Nella notte della sconfitta, i Generali Enea ed Antenore fuggirono dalla città in fiamme e con essi alcuni esuli troiani ed i fidi alleati della *Paflagonia*, abili combattenti a cavallo, chiamati al tempo *Heneti*. Fuggiti dalla Troade, dopo un pericoloso e difficile viaggio verso orizzonti ignoti, Antenore portò gli esuli fuggiaschi, come testimonia Tito Livio, <<nel più interno golfo del mare Adriatico>> (*in intimum maris Adriatici sinum*, Hist. 1,1) e giunti in quel luogo dove conclusero il viaggio <<i Veneti e i Troiani, cacciati gli Euganei che vivevano fra il mare e le Alpi, ne occuparono le terre>> (*Euganeisque, qui inter mare Alpesque incolebant, pulsus Enetos Troianosque eas tenuisse terras*, *ivi.*).

Un popolo, dunque, sconfitto che viaggiò dall'attuale Anatolia (Dardanelli) alla ricerca di una nuova patria e che rinacque fra le terre del Carso e del Po. Un popolo ferito, ma fiero con la voglia di rinascere e crescere, peculiarità ancora presente e vigorosa che ancora oggi, contraddistingue la gente di questa splendida terra.

Scacciati gli Euganei e insediatisi nella nuova Patria, gli *Heneti* tornarono ad essere una popolazione dedita all'agricoltura, all'allevamento (maestri nell'allevamento dei cavalli), all'artigianato e al commercio, specie con gli Etruschi, dai quali probabilmente imparano le nuove tecniche per la lavorazione, anche artistica, del ferro e del bronzo; senza interessi espansionistici in territori occupati da altre popolazioni confinanti, cercarono sempre di avere buoni rapporti con tutti. È appunto in un'atmosfera di amicizia che all'inizio del IV secolo a.C. entrano in contatto con i Romani, riconoscendovi un ottimo alleato, sia sotto il profilo militare che in quello economico.

L'occasione d'incontro veniva offerta dall'esigenza di stringere un'alleanza contro i Galli Senoni, Insubri e Boi che minacciavano di invadere i loro territori. Le guerre che ne seguirono si conclusero con esito vittorioso e ciò rafforzò i legami fra i due popoli, al punto tale da indurre i Veneti a partecipare alle guerre contro Annibale che minacciava l'intera penisola italiana e la stessa Roma.

Alcuni recenti studi, hanno accertato che la viticoltura esisteva nel veneto già prima che i Romani giungessero in questa terra, in particolar modo lo si è compreso da alcuni siti rinvenuti fra il lago di Garda e l'Istria. Già nei millenni precedenti esistevano delle piante simili alle viti ma, come spiega Lamberto Paronetto (studioso di viti-enologia veneta), le prime coltivazioni delle viti si possono attribuire alla civiltà Paleo-Veneta se non addirittura a quella Etrusco-Retica fra il VII ed il V secolo a.C. Probabilmente gli

Heneti oltre a dare il loro nome alla terra dove si stabilirono, portarono la loro cultura, i loro prodotti e di conseguenza anche alcuni tralci di vite, che seppero abilmente innestare con quelle selvatiche, labrusche, trovate nel posto.

La Vera storia della viti-enologia trevigiana inizia, però, con l'espansione romana verso Oriente per la salvaguardia dei confini illirici. In seguito alla fondazione di Aquileia, confermava quanto vasta era ormai l'influenza di Roma nelle Venezie e nell'Asolano.



Veduta dei vigneti attigui a Villa Bardini Rinaldi

Passata ai Romani, Asolo crebbe d'importanza divenendo Municipium con giurisdizione sulla pianura sottostante se non al Sile e dal Brenta al Piave.

Di questo periodo restano numerosi reperti che testimoniano l'esistenza di terme, di un acquedotto, di un foro e di un teatro.

Il toponimo (Acelum) è citato per la prima volta nel I secolo d.C. da Plinio il Vecchio (*Naturalis historia*³), che annovera il centro fra gli “*Oppida Venetorum*”⁴. Un secolo

³ è un trattato naturalistico in forma enciclopedica scritto da Plinio il Vecchio tra il 23 ed il 79 d.C.

⁴ I Latini chiamavano *oppidum* (plurale: *oppida*) una città fortificata priva di un confine sacro (il pomerio), proprio invece dell'urbe. In latino *oppidum*, dall'antico latino *ob-pedum*, "spazio racchiuso". *Pedum* potrebbe derivare dal proto indo-europeo **pedóm-*, spazio occupato e/o impronta.

dopo, come Akedon, lo si ritrova nella Geografia di Claudio Tolomeo. Gli studiosi vi hanno ravvisato la radice indoeuropea “ak”, ovvero "luogo aguzzo", in riferimento dunque alla natura collinare del territorio.

Per quanto riguarda l'area di Montebelluna i ritrovamenti hanno spinto alcuni studiosi a formulare l'ipotesi che la zona collinare tra Mercato Vecchio e Santa Maria in Colle abbia accolto un *contesto abitativo di epoca romana a carattere residenziale* e ne sarebbero prova innegabile i pavimenti a mosaico, i resti in muratura, le lastre marmoree di rivestimento, i frammenti laterizi, i resti di fondazioni e di tubature fittili e in piombo rinvenuti in anni di ricerche, nonché la collocazione dell'area in posizione dominante sulla colonia agricola sottostante.

Per altri, invece, la zona del “Casteler”⁵ (in frazione di Mercato Vecchio) avrebbe ospitato un castro romano in posizione di controllo della valle del Piave, posto pertanto sul confine settentrionale dei due graticolati romani a difesa delle colonie (Acelum e Tarvisium); ne sarebbero prova, questa volta, il tessuto viario del mercato (l'intersecazione delle strade⁶) e la riconoscibile configurazione del vallo che cinge il colle della rocca per proseguire in direzione sud-est attraverso frequenti interramenti. Montebelluna fu parte della centuriazione del municipio romano di *Acelum* (Asolo).

Nell'area di Nervesa la presenza della civiltà romana è dimostrata da numerosi reperti: nei pressi dell'abbazia di Sant'Eustachio⁷ furono ritrovate una colonna e la sepoltura di

⁵ Il “Casteller” confinava a est con il dirupo della riva verso Biadene, mentre ancora adesso è limitato da un terrapieno nei tre lati rimanenti su cui si innestava l'antica muraglia. Il ‘Castelliere’ era del resto molto diffuso in quella zona (in tutto il Montello, a Biadene, Venegazzù, Selva, Giavera del Montello con la località “Castear” etc) ed era una grande struttura in terra, forse abitata o adibita al culto, costruita nell'Età del Bronzo Medio-Recente (XV-XI sec). Su quest'argomento lo storico **Tarcisio Zanchetta** ha scritto un libro chiamato “*Il castello di Montebelluna*”, a cura del Gruppo Archeologico del Montello.

⁶ <http://www.galterredimarca.it>: alcune Pietre Miliari, insieme a ritrovamenti di epoca romana presso Cesiomaggiore (Feltre) fanno pensare che nell'area fra il Montello ed il Piave si snodasse un'importantissima strada romana, la *Via Claudia Augusta*. Non si hanno prove certe sul suo vero percorso, ma si è sicuri che la via avesse origine da Altino (di qui il nome di *Via Claudia Augusta Altinate*) giungendo sino ad “Augusta Vindelicia” (attuale Augsburg, in Baviera). Una fra le tante ipotesi formulate, prevede che la strada toccasse Treviso, Postioma, Montebelluna, Feltre... Quindi in parte riconducibile all'attuale tracciato della statale Feltrina.

⁷ <http://www.magicoveneto.it/Trevisan/Montello/MAbbazia.htm> E' dell'XI secolo un primo insediamento monastico proprio sul panoramico colle che sovrasta Nervesa. Grazie alle ricche dotazioni di Rambaldo III, signore e conte di Treviso, l'insediamento originario accresce d'importanza e diviene sede di monaci Benedettini-Cassinesi ed assoggettato all'ordine direttamente controllato dal papato. Con i potentissimi Conti di Collalto, le cui proprietà si estendevano per gran parte dell'alta provincia di Treviso e su tutto il Montello, il monastero diviene una importantissima Abbazia meta di pellegrinaggi e “ritiri” per i potenti personaggi locali oltre che luogo di fede per le genti locali. La guerra Guelfo-Ghibellina del 1229 non trascurò nemmeno questa oasi di fede, anzi fu pretesto per distruzioni e saccheggi, e vide tra i

un liberto, risalenti al I secolo d.C. Si ipotizza che sul luogo sorgesse un fortilizio, mentre il territorio sottostante era coinvolto nella centuriazione di Treviso.

L'inclusione di questa vasta zona con la rapida centuriazione del nuovo dominio di Roma veniva raggiunta nel 148 a.C., quando il console *Spurio Postumio Libero* dette inizio alla costruzione di una grande arteria stradale, la "*Postumia*", che univa Genova ad Aquileia sino a Lubiana (*Emona Julia*) passando poco più a sud di Asolo. Questa grande strada consolare che attraversava tutta la Marca Trevigiana, da Castelfranco Veneto a Motta di Livenza, si rivelava subito di grande importanza, non solo per il transito delle legioni romane, che potevano accorrere in difesa dei territori minacciati e da essa attraversati, ma anche quale veicolo di penetrazione economica verso le regioni orientali.

È per questo motivo che l'Asolano, zona di notevole rilevanza militare, veniva incluso nel grande disegno agrario-militare delle "*centuriazioni*", i cui territori, così suddivisi, erano poi assegnati ai veterani per coltivarli e difenderli. In seguito la zona assunse maggior prestigio dopo la costruzione della via "*Amelia*" che collegava i territori controllati dal "municipium di Acelum" (Asolo) a "Patavium" (Padova)⁸.

Come illustrato nell'opera *I Vini Rabosi* <<Le notizie sulle antiche coltivazioni del Triveneto [...], tre tipologie di vini e di viti trovano precisa documentazione. Nelle

protagonisti Azzo d'Este ed Ezzelino III da Romano che a quel tempo stava per imporsi come il più importante personaggio dell'orizzonte veneto e cardine della svolta filosofico-politica tra profondo medioevo e prime luci rinascimentali. Una seconda distruzione avvenne durante la guerra tra le truppe imperiali Ungare e le armate della signoria Trevigiana nel 1358. Come sempre gli instancabili monaci non si persero d'animo e ristrutturarono ed abbellirono prontamente l'abbazia. Quindi il lungo periodo di pace proprio mentre si rafforzava prepotentemente il "dominio di terra" della Serenissima. Ospiti illustri si ritirarono tra le austere mura monastiche, tra essi *Monsignor Della Casa*, noto per aver scritto il primo libro sul galateo. Fu quello del 1509 l'anno più critico per la Serenissima, una grande crociata, la Lega di Cambrai, capeggiata da Massimiliano d'Austria, devastò il Veneto e s'infranse sulle possenti difese erette a Padova e a Treviso. Venezia fu ad un soffio per essere conquistata e distrutta. Anche a seguito di questi avvenimenti, nel 1521 si ebbe una gravissima crisi istituzionale tra Repubblica ed Istituzioni Religiose. L'abbazia venne soppressa e sciolto il monastero, gli edifici furono ridotti a semplice luogo di culto. Fu l'inizio del decadimento e dell'inevitabile rovina. Nei primi anni del 1800 il colpo di grazia dovuto all'invasione napoleonica e al successivo palleggiare tra governo austriaco e Regno Italico. Tutti i diritti religiosi e le proprietà ecclesiastiche vennero confiscate e spogliate, gli ormai vetusti muri di quella che fu una splendida abbazia vennero abbandonati all'incuria e alla rovina. Infine le grandi battaglie della I guerra mondiale, tra il Piave ed il Montello (l'ossario del Montello si trova a poche centinaia di metri), ridussero quel che restava ad un fatiscente e struggente ammasso di rovine, buono come cava di materiale da costruzione.

⁸ *Tratto da "I Vini Rabosi"*: Padova è una città di origine Paleoventana (Elicaone). Con l'avvento dei Romani prese poi la denominazione di Patavium che già al tempo era rinomata per i suoi gustosi vini, prodotti sui Colli Euganei.

colline che fanno corona alla città di Verona e che poi salgono lungo l'Adige verso Nord si produceva già nei secoli prima dell'arrivo dei Romani il *vino retico*, assai ricercato e gradito nella Roma imperiale, considerato il progenitore del moderno Valpolicella, mentre ad Est erano molto apprezzati due vini: uno bianco e l'altro rosso. Il vino bianco era il *Pucinum*, il progenitore degli attuali vitigni denominati *Glera* (nel Carso triestino primo presumibile luogo d'approdo dell'antico vitigno nelle Venezia), *Prosecco* (nel Trevigiano, arrivato probabilmente dal villaggio di Prosecco, nel Carso triestino) e *Serprino* (nel Padovano arrivato probabilmente dal Trevigiano), mentre il rosso era chiamato già allora almeno con due nomi. [...] I più noti e attuali di quegli antichissimi vitigni sarebbero dunque il *Raboso del Piave* (prodotto nel Trevigiano), il suo sinonimo *Friulano* (nel Padovano), il cugino *Recantino* (ancora nel Trevigiano), il *Refosco* (in Friuli-Venezia Giulia ed in Istria) e il suo cugino *Terrano* (nel Carso triestino, probabilmente il più diretto discendente dell'antico vitigno).>>.

Vitigni storici, come il *Prosecco*, hanno probabilmente origini antichissime e non sono dovute, comunque, alla grande e pregevole cultura che i Romani hanno qui importato dopo la fondazione della città di Aquileia (181 a.C.) e la realizzazione della Centuriazione, ma alla diretta importazione della *Vitis vinifera*, cui hanno provveduto gli antichi *Heneti*.

Come viene spiegato da **G. Rorato** in “*Storia della vite e del vino in Italia*”, non c'è dubbio che i Romani abbiano provato, comunque, ad importare i loro vitigni più apprezzati, fra quelli esistenti, dalle loro zone di provenienza nelle terre assoggettate, assieme ai loro prodotti più importanti quali il frumento e l'olio. È palesemente lampante quindi che il trevigiano, al pari dell'area veneziana e della pianura friulana, fosse un territorio molto appetibile per i Romani non solamente per motivi militari o di egemonia politica.

Dopo secoli di splendore con il declino della potenza romana anche la cultura della vite e del vino ebbe una forte crisi che coincise con il lungo e triste periodo delle invasioni barbariche.

Lungo le vecchie vie consolari, Postumia, Annia e Claudia-Augusta Alinate si alternavano le orde barbariche e le legioni razziano città e villaggi, anche se a Treviso incominciavano a sorgere le prime chiese (paleocristiane) abbellite da artistici mosaici e fregi.

Dopo anni di sanguinose lotte, invasioni e saccheggi, alla fine del V secolo d.C. giunsero gli Ostrogoti di Teodorico che, battuti gli Eruli di Odoacre nei pressi di Ravenna, con una saggia e attenta politica consentì nuovamente all'agricoltura e in particolar modo alla viti-enologia, di rinascere grazie anche ai preziosi consigli di Cassiodoro⁹.

Purtroppo con l'arrivo dei Longobardi di Alboino, nel 568 d.C., gran parte del territorio Veneto fu occupato, sottomesso e saccheggiato. La città di Treviso, invece, venne risparmiata grazie al nobile intervento del Vescovo cittadino Felice che si sottomise volontariamente assieme a tutti i cittadini accettando la nuova autorità. Non fu, però, così per la città di Oderzo che rappresentando un'importante enclave Bizantina resistette a lungo agli attacchi longobardi per poi cadere nel 667 d.C.

Quando l'asolano entrò a far parte dei domini Longobardi, intuì l'importanza strategica e geografica dell'area, la fortificarono ponendovi su ogni altura dominante i loro punti di vedetta. Anche il colle di San Zenone doveva essere stato utilizzato a tale scopo e la presenza qui di una chiesa fa pensare che essa fosse inclusa nel disegno difensivo del territorio, dove molti toponimi di origine longobarda sono presenti (*farre*). Verso la fine del 500 d.C. la regina Teodolinda si convertì alla religione Cristiano-Cattolica portando con sé tutto il suo popolo, ma fu solo con "***L'Editto di Rotari***" del 643 d.C. che si chiarirono importanti e delicati temi fra i quali quelli dell'agricoltura e dell'allevamento, principali attività produttive.

⁹ www.wikipedia.org: **Flavio Magno Aurelio Cassiodoro** (Squillace, 490 circa – Monastero di Vivario, 583 circa) è stato un politico, letterato e storico romano, che visse sotto il regno romano-barbarico degli Ostrogoti e successivamente sotto l'Impero Romano d'Oriente. Fu nominato questore del Sacro Palazzo nel 507, dopo aver favorevolmente impressionato il re Teodorico con la presentazione di un suo panegirico, nel 514 console, mentre dal 515 al 523 fu il corrector (governatore) di Lucania e Bruzio con sede a Scolacium (Squillace); dal 523 magister officiorum (segretario) del re. Alla morte del sovrano (526), divenne ministro di Amalasunta, la figlia di Teodorico, succedutagli sul trono come reggente per il figlio Atalarico. Cassiodoro venne nominato Prefetto del pretorio per l'Italia nell'anno 533 e si impegnò per fondere l'elemento romano con quello gotico e per attuare una politica di mediazione tra le varie popolazioni barbariche assoggettate all'impero romano. Cassiodoro resse nuovamente la prefettura tra il 535 ed il 537, durante i primi tre anni della guerra gotica scatenata dall'imperatore Giustiniano per la riconquista dell'Italia.

Come molti altri membri dell'aristocrazia romana, nel 538, di fronte all'avanzata bizantina, conclusasi l'anno successivo con la conquista di Ravenna, Cassiodoro lasciò l'Italia per Costantinopoli, dove però l'imperatore non gli offrì nessun incarico. Egli rientrò nel Bruzio solo alla fine della guerra, quando il generale Belisario catturò e fece prigioniero il sovrano ostrogoto Vitige, nel 540. Cassiodoro si ritirò dunque dalla scena politica e fondò il monastero di Vivario presso Squillace, in Calabria, dove trascorse il resto dei suoi anni, dedicandosi allo studio e alla scrittura di opere didattiche per il clero. Qui istituì uno scriptorium per la raccolta e la riproduzione di manoscritti, che fu il modello a cui successivamente si ispirarono i monasteri medievali, come quelli Benedettini.

La viticoltura aveva un ruolo molto importante nella società Longobarda e in tutte le terre occupate, quindi anche nel trevigiano; ben cinque articoli la riguardavano:

- art. 293 - *De vitem uvarum: se qualcuno spoglia le viti di qualche frasca sia condannato a pagare dei soldi.*
- art. 293 - *De palo, quod est carraccio : se qualcuno toglie un palo di sostegno dalle viti sia condannato a pagare dei soldi.*
- art. 294 - *De vitem incisam: se qualcuno fa un taglio ad una vite sia condannato a pagare un soldo.*
- art. 295 – *De travicem vitis: se qualcuno spezza un tralcio sia condannato a pagare mezzo soldo.*
- art. 296 – *De ubas: se qualcuno toglie alla vigna altrui più di tre grappoli sia pagato a pagare tre soldi; se ne ha tolti fino a tre non sia considerato colpevole¹⁰.*

Attingendo dal *Diritto Romano* i Longobardi, consolidato il rapporto con il territorio conquistato, emanarono delle disposizioni atte a tutelare la proprietà privata e a proteggere la viticoltura.

Il dominio dei Longobardi, anche su questi territori, durò due secoli e precisamente fino all'arrivo in Italia di Carlo Magno. I Franchi di Carlo conquistarono tutto il Trevigiano e lo inglobarono nella “*Marca Veronesi*”.

Il Comitato di Treviso divenne ben presto molto importante e pur non essendo un marchesato assunse il nome di “*Marca Trevigiana*”, titolo che a tutt’oggi mantiene.

Con il *-Capitolare de Villis vel de Curtis imperatoris-* Carlo Magno decretava il suo totale interesse nei riguardi della viticoltura, reimpiantando i vigneti lungo le valli del Reno e del Meno, lì dove cinque secoli prima aveva messo a dimora i primi impianti l'imperatore romano Probo. Come riportato da -G. Rorato- << ben sei articoli riguardavano infatti la Materia:

¹⁰ Rorato G., *Civiltà della vite e del vino nel trevigiano e nel veneziano*, Moranti Ed. Treviso, 1995, II ediz. Pp 27-28.

- art. 8 - *Che i nostri funzionari ricevano le nostre vigne, che sono competenza della loro giurisdizione e che le curino bene e che vedano a riporre il vino nelle botti dopo averle diligentemente esaminate, affinché il vino in nessun modo si disperda.*

Per preparare altro vino speciale facciamo acquistare delle barbatelle di vite da collocarsi per noi nelle nostre vigne. Coloro che poi abitano nelle nostre ville e ci devono del vino lo facciamo arrivare nelle nostre cantine.

- art. 22 - *Tutti coloro che coltivano vigneti hanno il dovere di conservare non meno di tre o quattro corone di grappoli per uso regio.*

- art. 34 - *Sia provveduto a che i lavoratori preparino con la massima diligenza il vino, l'aceto, il vino di more, il vin cotto, ecc.*

- art. 41 - *Che i torchi siano preparati razionalmente.*

- art. 48 - *Che i torchi delle ville regie siano preparati molto bene e questa cosa sia prevista dai missi dominaci, affinché nessuno si pensi di pigiare coi piedi le nostre uve, ma ogni cosa sia fatta con pulizia e igiene.*

- art. 62 - *Ciascun nostro funzionario stabilisca ogni anno quello che bisogna fare nelle vigne e quello che devono fare coloro che producono il vino e ancora quello che bisogna fare del vino di more, del vino cotto, dell'idromele, dell'aceto, della birra, del vino nuovo e del vino vecchio.*

Queste disposizioni sono sufficienti a mostrare come già ne IX secolo la viticoltura venisse trattata col massimo rispetto e impegno in tutto il Sacro Romano Impero e quindi anche nelle terre vocate del Veneto e del trevigiano >>.

Se sovrani come *Rotari* e *Carlo Magno* presero a cuore le sorti dell'agricoltura medievale ed in particolare della viti-enologia lo si deve, in particolar modo, anche alla capace e proficua attività dei monaci Benedettini (periodo del primo monachesimo) che rilanciarono e riqualificarono la cultura della vite. All'ordine monastico va inoltre riconosciuto, oltre che ad un'energica attività sociale e religiosa, il grande impegno che misero nelle opere di bonifica in quelle terre incolte o abbandonate dagli abitanti davanti alle violente incursioni barbariche o devastate dalla tracimazioni dei fiumi non più arginati.

I monasteri alto-medievali furono oltre ad importantissimi centri socio-economici, anche vere e proprie scuole di agricoltura che seppero conservare e diffondere la coltivazione della vite, che a ben guardare, ha i nuclei più stimati là dove essi prosperarono.

Come riportato da -G. Rorato in “Storia della vite e del vino in Italia”- <<Spulciando fra i documenti riguardanti il Monastero dei Santi Pietro, Paolo e Teonisto di Casier si trovano ricordati, nell’aprile del 778, una vendita di terre “*cum vides ordines tres*” in *Vigo Calvonicus ad Ronco Vedra*; nel maggio del 780 una donazione di terre presso Mestre comprendente “*arialiis, urtis, vineis*”. Qualche anno dopo un documento riporta delle prestazioni, fra cui delle anfore di vino, dovute allo stesso monastero per terreni vitati posseduti in Asolo, Fontane di Villorba e Cornuda e dati da lavorare ai coloni del luogo>>.

Documenti analoghi si possono ritrovare anche in altri monasteri benedettini trevigiani del tempo confermando la cultura della vite in tutto il territorio della Marca.

Purtroppo, nel 899, una nuova minaccia invade il trevigiano: gli Ungari. Questi barbari guadaronò il fiume Piave dal passo di Lovadina, attraverso quella strada che prese il nome di Ongaresca, dilagando, raziando e distruggendo qualsiasi cosa incontrassero lungo il cammino. Treviso venne furiosamente saccheggiata, i monasteri benedettini di Santa Maria e Santa Fosca vennero ridotti ad un cumulo di macerie e la stessa sorte toccò agli altri centri religiosi del trevigiano.

In seguito sconvolsero anche altri territori, come il vicentino ed il veronese, per poi tornare nella Marca per passare l’inverno accampandosi a Campalto nella zona denominata da allora *Campi Ungareschi*. Il loro triste ed epocale passaggio sconvolse brutalmente l’intera area veneto-friulana e la stessa viticoltura subì un repentino e drammatico arresto, poiché venne impedito il prosperare del monachesimo con le conseguenti opere di bonifica, di regimazione delle acque e tutte le attività legate all’agricoltura. Il 10 agosto 955, gli Ungari furono sconfitti definitivamente dall’Imperatore Ottone I, costringendoli a ritirarsi in quella terra che da loro prese nome.

Le invasioni ungheresche, furono una vera apocalisse per i territori interessati, ma nonostante tutto lasciarono un’eredità, in un certo senso “positiva”; infatti avevano favorito la costruzione di numerosi Castelli fortificati, luoghi che si confermarono

imprendibili per quelle orde armate. In tutta la Marca Trevigiana si possono ammirare queste maestose e possenti strutture, di particolare importanza sono quelli presenti lungo il fiume Livenza (Sacile, Porcia, Brugnera, Portobuffolè, Medusa, Frattina, Motta, Cessalto e San Stino) e quelli lungo la fascia pedemontana (Serravalle, Ceneda, Conegliano, Susegana, Asolo, San Zenone). In ognuno vi fu posto a capo un Vescovo o un Feudatario, solitamente un guerriero, a difesa del territorio e attorno al castello lentamente poté riprendere la vita e quindi l'agricoltura e la viticoltura.

San Zenone è tra le località più interessate dalle vicende umane e storiche che videro protagonisti i vari componenti della famiglia degli Ezzelini tra il XI secolo e il XIII secolo.

Dal sec. X, parte della Marca Trevigiana e del territorio di San Zenone appartenne ai vescovi di Treviso ed alla fine del XII secolo divenne possesso di Ezzelino da Romano il Monaco, che lo trasmise nel 1223 al figlio Ezzelino III, detto il Tiranno. A causa della sua politica espansionistica Ezzelino III ebbe molti nemici e nel 1259 fu sconfitto e ferito a morte; il fratello Alberico, suo alleato, si rifugiò nel castello di San Zenone dove, dopo aver subito l'assedio di una lega di feudatari, venne trucidato con tutta la famiglia. Dell'antico castello, ricostruito e nuovamente distrutto, rimane la torre, simbolo del paese.

L'esistenza documentaria della Pieve di Montebelluna coincide con l'esistenza, abbondantemente documentata, nel Medioevo, a partire dal 1100 del castello medioevale attraverso la concessione imperiale di Ottone III a Rambaldo II, conte di Treviso e poi divenuto feudo vescovile; allorché, nel 1047 e nel 1065, Enrico III e Enrico IV lo confermeranno rispettivamente ai vescovi Rotario e Volframmo. Attorno al feudo prenderà vita il Comune rurale.

In questo periodo di pace, però, si ebbe una diffusa rinascita benedettina (*secondo monachesimo*). Una prima comunità si istituì nei pressi di Mogliano Veneto e il Vescovo di Treviso, Rozzone Calza, dotò la nuova chiesa dedicata alla "Beata Vergine" di tutto il necessario per costituire un monastero, quindi anche di beni agricoli e qualche anno dopo l'imperatore Ottone III ratificò con un proprio diploma la decisione del Vescovo.

Come riportato da -G. Rorato- << è proprio nella vasta documentazione riguardante questo monastero si trovano molte notizie che riguardano la nostra storia.

Particolarmente interessante è la pergamena 3792, datata 29 aprile 1329, nella quale i monaci danno precise indicazioni sulla coltivazione della vite, prima fornite solo in generico:

“et quod dictus Iohannes debeat vites dicti mansi aperire de mense marcii et serare de mense madii et laborare de manse agusti et quod non dabaet cerpiri nisi de mense decmbris, february et marcii”.

“Giovanni, il colono dei monaci, doveva sterrare le viti a marzo, rincalzarla a maggio, lavorarle ad agosto e potarle solo nei mesi di dicembre, febbraio e marzo”>>.

Nei documenti moglianesi viene confermato che, in quegli anni, il valore del vino nel mercato andava crescendo, la richiesta di vino oscillava fra la metà ed il terzo della produzione, poiché sempre più desiderato dal mercato della metropoli lagunare. Un'altra osservazione interessante è che in tutti i documenti attinenti non si parla ancora di varietà, di vitigni o di vini particolari.

I monasteri sorti successivamente all'anno 1000, sono ubicati in luoghi incolti e abbandonati o in zone paludose o comunque ricche in acqua, ciò in perfetta sintonia con la regola benedettina che vuole i monaci dediti non solo alla preghiera ma anche alle attività in favore delle miserie della popolazione del trevigiano *“ora et labora”*.

Nel 1062 fu edificato il Monastero di Sant'Eustachio a Nervesa per volontà della Contessa Gisla e del figlio Rambaldo III Conte di Collalto. *“Nervisia”* viene documentata per la prima volta in una bolla imperiale risalente al 954, nella quale Ottone III donava il territorio ai conti di Treviso, i Collalto.

La storia di Nervesa rimarrà a lungo legata a questa famiglia, che avevano sede nei vicini castelli di Collalto e San Salvatore, presso Susegana. Furono proprio alcuni rappresentanti della casata a fondare, nell'XI secolo, l'abbazia di Sant'Eustachio e, più tardi, la certosa del Montello. La prima va ricordata come notevole centro di cultura che ha ospitato diverse personalità quale Giovanni della Casa, che qui compose il suo Galateo.

Il monachesimo ha dunque rappresentato un importantissimo periodo per la storia agraria e della viti-enologia del trevigiano, determinando una cultura e un modo di vivere che hanno impresso fortemente nella civiltà di questa terra e i cui elementi distintivi si vedono ovunque ancora oggi.

Dall'anno 1000 in poi, le città iniziano ad ingrandirsi ed ad abbellirsi. Come riportato da -G. Rorato- <<Treviso si fa conoscere come città "cortese" ed il suo territorio appare "gioioso" e così sul finire del 1200, un anonimo poeta padovano che sulla scia dei "trovatori" compone un poema inserito nel ciclo carolingio e intitolato "*Entrée d'Espagne*" può cantare "*Le joiose Marche del Cortois Trivixan*¹¹", il Toscano Fazio degli Uberti, vissuto nel trecento, può esclamare nel *Dittamondo*: "Treviso, che di chiare fontae tutta ride, ed il piacer d'amor quivi è fino", confermando il pieno diritto di questa terra a essere chiamata "*Marca gioiosa et amorosa*">>.

Con ciò si può capire che fu un vero e proprio periodo di pace e prosperità per l'agricoltura e in particolare per i vini della Marca Trevigiana chiamati al tempo "*nostrani*" o "*terrani*" e venduti nelle tante osterie e taverne delle città assieme ai vini della Grecia, delle isole Egee, specie di Cipro e Creta, i Moscatelli e i vini friulani importati all'epoca dai Veneziani.

Il vino era regolato da -specifici statuti- atti a regolamentarne la vendita e a tutelare il consumatore o il cittadino, con fugaci accenni relativi alle metodologie di produzione.

A quel tempo, chiunque avesse voluto vendere vino al minuto, in tutti quei luoghi posti sotto la giurisdizione dei magistrati trevigiani, era tenuto ad aprire la sua cantina a qualsiasi ora del giorno o della notte su richiesta degli esattori del Dazio, pena una contravvenzione.

Dice -G. Rorato- << il Venditore poteva spillare il vino solo dai recipienti già daziati ed era assolutamente vietato ricolmare le botti con altro vino, anche analogo, senza il permesso degli ufficiali ei dazio, o, peggio ancora aggiungere dell'acqua. Il cantiniere od oste, ogni qual volta acquista del vino, per portarlo nella sua cantina, doveva essere autorizzato dai dazieri. Era pure vietato levare dalle botti la cedola del dazio e la bollatura fissata, sul fondo della botte, o sul cocchiere o altrove, o spostare i recipienti dal proprio insediamento senza il permesso dei dazieri. Coloro che portavano il vino dal

¹¹ *Entrée d'Espagne*, Chanson de geste franco-italienne publiée d'après le manuscrit inique de Venis par Antoine Thomas, Paris, Librairie de Firmin-Didot et C. 1913.

produttore alle osterie non potevano né caricare né scaricare né travasare il vino nelle cantine degli osti senza il permesso dei dazieri. Questa pignoleria fa pensare all'esistenza di abusi, adulterazione e tentativi di frodare il fisco [...] >>.

Non è possibile ricavare dati riguardanti le varietà di viti coltivate e vini prodotti nel trecento a causa della scarsa documentazione tributaria.

Venezia giunse nella area Montello e colli Asolani nel 1339, ma è solo sul finire del secolo che avrà il controllo definitivo sul Trevigiano.

Nel medioevo il Bosco del Montello è di proprietà dei Collalto e della Chiesa; ai margini e nella fascia pede-collinare vigeva la consuetudine dell'uso comune delle risorse del bosco e dei pascoli.

poi fu posto sotto il dominio della Serenissima e sfruttato strategicamente per i roveri atti alla costruzione per il proprio *Arsenale*¹².

Possiamo dire che ebbe inizio la contrapposizione fra gli interessi delle autorità veneziane con quelle degli abitanti del Montello.

I provvedimenti emanati dalla Serenissima, negli anni 70 del quattrocento, erano essenzialmente di carattere punitivo nei confronti di chi danneggiava o depredava il bosco, ma questo già si scontrava con la consuetudine degli usi comunitari della popolazione locale. Nei primi decenni del cinquecento, comunque, era ancora consentito a varie autorità di concedere autorizzazioni di Taglio, ma ben presto nemmeno queste vennero più tollerate.

Grazie alle modifiche introdotte nel 1370 dalla Serenissima si è a conoscenza che i vini dell'area Montello e colli Asolani erano tassati per un terzo in più del normale, data l'eccellente qualità. In questo periodo, generalmente, viene data maggiore attenzione alla quantità e non alla qualità; la specializzazione e le tecniche colturali appaiono ancora distanti pur cominciando ad essere individuate zone viti-enologiche pregevoli.

¹² *L'Arsenale di Venezia* costituisce una parte molto estesa della città insulare e fu il cuore dell'industria navale veneziana a partire dal XII secolo. È legato al periodo più florido della vita della Serenissima: grazie alle imponenti navi qui costruite, Venezia riuscì a contrastare i Turchi nel Mar Egeo ed a conquistare le rotte del nord Europa.

L'Arsenale di Venezia ha anticipato di secoli il moderno concetto di fabbrica, intesa come complesso produttivo in cui maestranze specializzate eseguono in successione le singole operazioni di assemblaggio di un manufatto, lungo una catena di montaggio e utilizzando componenti standard. Rappresenta l'esempio più importante di grande complesso produttivo a struttura accentrata dell'economia preindustriale. È attualmente utilizzato solo in piccola parte, come una delle sedi espositive della Biennale di Venezia.

Più in specifico, nel 1349 Venezia limitò drasticamente le esportazioni di vini trevigiani verso Feltre e Belluno, triplicando i dazi e ponendo un tetto all'esportazione. Feltrino e Bellunesi orientarono i loro consumi di vino verso il padovano, ma soprattutto il Coneglianese.

Maggiori dazi furono ulteriormente introdotti nella podesteria di Treviso, Oderzo, Castelfranco, Noale, Asolo colpendo fortemente i vini del Montello e della zona di Montebelluna.

Nel resto di Italia il commercio del vino era praticamente libero, mentre nel trevigiano veniva strangolato. In questo quadro è vincente il distretto di Conegliano che essendo assoggettata direttamente a Venezia, riesce a trarne vantaggio rafforzandosi commercialmente con il feltrino ed il bellunese. Conegliano diventa importante luogo di passaggio e vendita del vino, riuscendo addirittura ad importare alcuni vini toscani, rivendendoli ai clienti dei mercati già acquisiti.

Sul finire del quattrocento Caterina Cornaro¹³, già regina di Cipro, abitò nel castello con al seguito una ricca corte di artisti della Letteratura e dell'Arte, fra i quali Pietro Bembo e Giorgione. Intorno alla città di Asolo furono erette splendide e grandiose ville palladiane.

La città fu poi al centro degli sconvolgimenti dovuti alla guerra della Lega di Cambrai¹⁴. Nel 1509 le truppe dell'Imperatore Massimiliano I giunsero ad Asolo, che si arrese immediatamente, ma già l'anno dopo tornò sotto Venezia.

¹³ **Caterina Corner**, italianizzato in **Cornaro** (Venezia, 25 novembre 1454 - Asolo, 10 luglio 1510), fu regina di Cipro e Armenia dal 1474 al 1489, apparteneva a una delle famiglie più ricche ed influenti della Serenissima, i Corner.

¹⁴ La **Lega di Cambrai** fu un'alleanza contro la Repubblica di Venezia formata il 10 dicembre 1508 sotto la guida di Papa Giulio II e sciolta nel 1510 per la defezione dello stesso pontefice. Ad essa aderirono, oltre al pontefice, Luigi XII di Francia, Massimiliano I del Sacro Romano Impero, Ferdinando II d'Aragona (Re di Napoli e Re di Sicilia), Alfonso I d'Este (Duca di Ferrara), Carlo III (Duca di Savoia) e Francesco II Gonzaga (Marchese di Mantova).

La Lega annientò le forze veneziane nella battaglia di Agnadello e distrusse la flotta nella battaglia di Polesella, l'esercito della Lega arrivò quasi alle "ripe salse" (cioè alle coste della laguna di Venezia) e mise inutilmente sotto assedio Padova; Gli avvenimenti successivi resero del tutto vani i risultati da essa conseguiti in terra veneta.

Inizialmente, le forze della Lega, intendevano occupare e spartirsi la Terraferma dello stato veneto. In base agli accordi, Massimiliano avrebbe ricevuto Verona, Vicenza, Padova e l'Istria. Alla Francia, che già occupava Milano, sarebbero andate Bergamo e Cremona. Otranto sarebbe tornata agli Aragonesi, mentre il papa avrebbe esteso il suo dominio sui restanti possedimenti veneziani. Nel 1510, tuttavia, Giulio II ritenne che la Francia rappresentasse per gli equilibri nella penisola una minaccia ben più grave di Venezia. Fu così che il pontefice lasciò la Lega di Cambrai per allearsi con la Serenissima. L'anno

Nel 1536 venne ordinata la demolizione di tutte le abitazioni che erano state costruite nei decenni precedenti e la chiusura di tutte le fornaci. Ai Provveditori erano affidate le ispezioni che dovevano accertare l'orientamento produttivo, il controllo degli spazi riservati al pascolo e alle coltivazioni; si arrivò in fine alla completa indemanizzazione e perimetrazione del Montello quale ulteriore misura restrittiva.

All'opulenza aristocratica si contrappose l'estrema miseria degli abitanti del Contado sfruttati e lasciati nell'indigenza. Ciò portò ad una grande crisi demografica ed agraria che, però, non toccò la viticoltura ed il vino indirizzando la produzione, con vitigni selezionati, verso una migliore qualità. I nobili erano attratti dai potenziali guadagni che la vendita del vino poteva loro dare.

Sulle basse colline trevigiane si producevano ottimi vini bianchi e rossi corposi, ma anche vini dolci soprattutto nella zona di Montebelluna.

Come descritto in "*Istoria di Trevigi*¹⁵" di Bonifaccio <<*I terreni piani producono ottimo grano, e vino buonissimo; ed il migliore è quello della riviera del Montello, de' Colli di Montebelluna e della Valdobbiadene; e quasi la metà basta al paese; l'altro è condotto per lo più a Vinegia*>>.

Per la prima volta i vitigni coltivati nel trevigiano vengono nominati da Giacomo Agostinetti nel 1679: *Recantine, Marzemini*¹⁶, *Schiave Nere, Bianchette Gentili, la Lustra, la Pignola, la Cornarola, la Cellina, Grossara*, ma anche *Rabosina, Rabosazza e Cincinosa*.

Nell'inverno 1709, il gelo intenso, che colpì tutta Europa, stroncò pressoché tutte le viti nel trevigiano facendo piombare la viti-vinicoltura quasi a livello medioevale. A causa di questo evento l'agricoltura "aristocratica" si trasformò in contadina, meno ricercata qualitativamente. La Serenissima favorì il sorgere di Accademie dell'Agricoltura e fra queste va citata quella sorta a Treviso e quella di Conegliano erede dell'antica *Accademia degli aspiranti*. È in quest'ambito che ferve una sana riflessione sulla rinascita della viti-enologia locale. L'accademia tenne molti convegni interessanti, in

seguito, anche la Spagna e il Sacro Romano Impero cambiarono schieramento, portando così alla creazione della Lega Santa contro la Francia.

¹⁵ "*Istoria di Trevigi*" di Bonifaccio G., Treviso 1591: ristampata da Arnolfo Forni 1981.

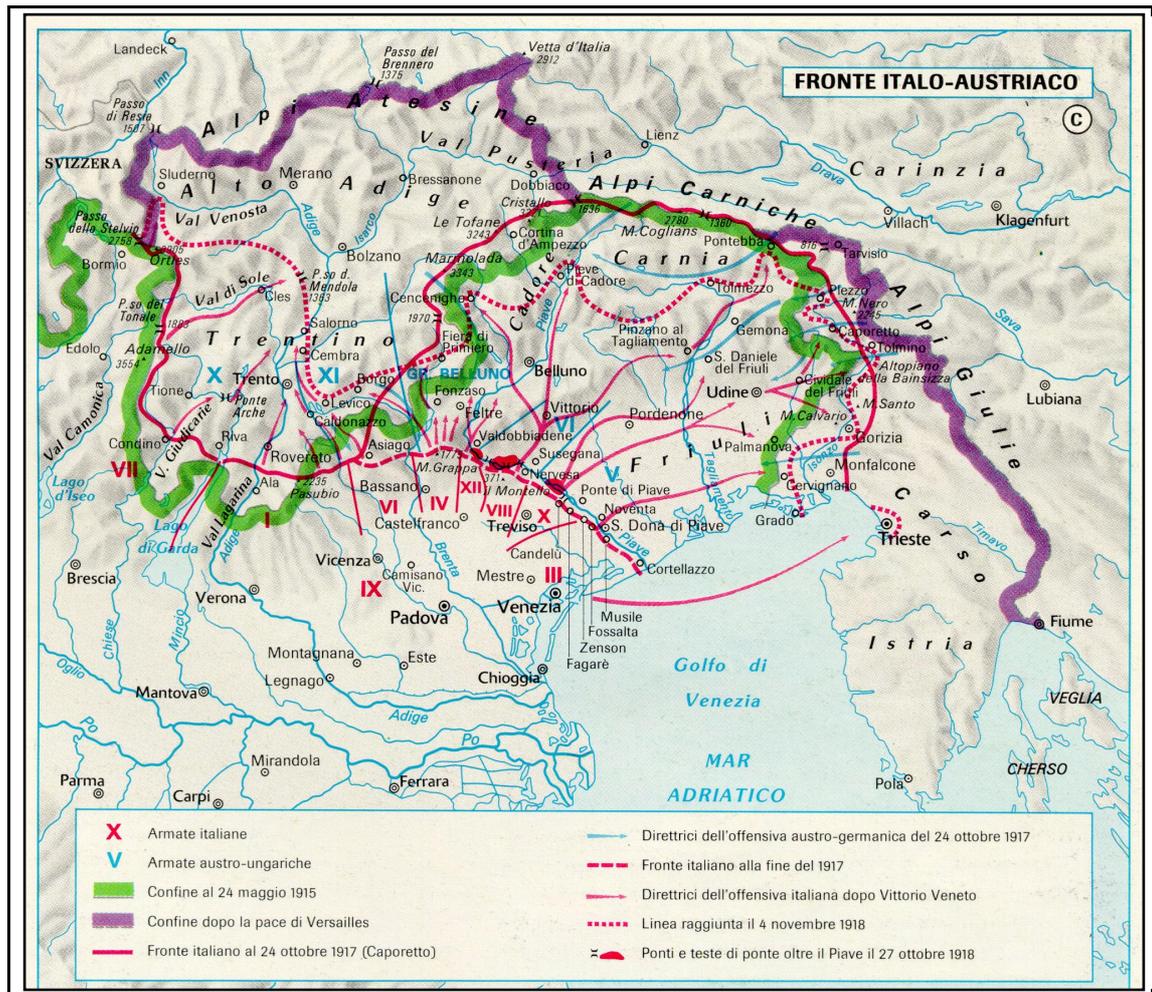
¹⁶ Come descritto da -G. Rorato- *Storia della vite e del vino in Italia*: "l'eccellente Marzemino" cantato Da Don Giovanni nell'omonima opera di Mozart è quello trevigiano e non trentino, essendo che l'autore del libretto è Lorenzo da Ponte di Ceneda.

cui le numerose problematiche furono trattate con grande competenza e dovizia di particolari; si cerco di promuovere nuovi incontri e stimolare la sperimentazioni al fine di *-sensibilizzare i proprietari a favorire e valorizzare le potenzialità del territorio-*. Grandi personalità quali Francesco Maria Malvolti, Pietro Caronelli, Giovanni Nardi, solo per citarne alcuni, diedero contributi decisivi nella produzione e nelle tecniche enologiche ed agronomiche dell'epoca.

Nell'800 le vicissitudini politiche e sociali che si avvicendarono nella gestione del territorio, caratterizzarono una scarsa produzione in agricoltura soprattutto per la qualità, non curata dalle popolazioni per mancanza di istruzione specifica e anche per la cattiva gestione dei Maggiorenti.

Come descritto nell'opera *I Vini Rabosi* <<con la caduta di Venezia altri attori principali scomparirono della scena agraria, come i religiosi a cui vennero espropriate da Napoleone le terre, per darle in affitto ad impresari "precari", con contratti di nove anni che decadevano in caso di vendita del terreno ad opera della pubblica amministrazione. Questa situazione di incertezza sociale, aggravata dalla poca istruzione agraria, incentiva lo sfruttamento sia delle terre sia dei lavoratori che non avevano, al pari dei loro datori, nessun interesse a progettare dei miglioramenti nella loro attività. Questa situazione incominciò a cambiare intorno al 1830 quando il governo Austriaco vendette i beni sequestrati da Napoleone. Da queste vendite iniziò a formarsi una categoria di possidenti agrari che incominciò ad occuparsi con stile imprenditoriali di faccende agrarie. Di questi proprietari pochi erano quelli che possedevano fino a 200 ettari e rari anche quelli che arrivano a 500 ettari, molti invece avevano estensioni dai 50 fino ai 100 ettari. Comunque la maggioranza avevano proprietà da 50 ettari o meno, come nel distretto di Asolo dove i 7000 possidenti hanno in media 3 ettari >>.

Le proprietà quindi erano frazionate e gestite a livello familiare ed ogni singola attività sul campo veniva svolta a mano. Per Lavori più impegnativi e faticosi veniva ingaggiato e retribuito del personale (gli inquilini delle masserie), riuscendo a coprire anche terreni di ragguardevoli estensioni, fino a una ventina di ettari.



<<Qualsiasi fosse il contratto di dipendenza (affitto, mezzadria o altro) ai contadini restava la metà o anche solo un terzo del raccolto. Questi contratti portavano spesso a ricercare una produzione maggiore, difficile da raggiungere con gli altri prodotti, ma facilmente attuabili con il vino per mezzo della antica e deprecabile ma mai scomparsa pratica dell'annacquamento>>>.

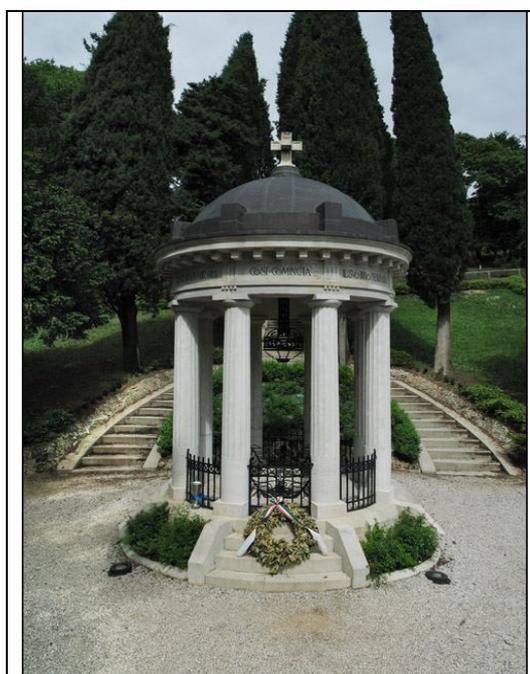
Nel 1869 il Ministero dell'Agricoltura, Industria e Commercio promulgò un Decreto per promuovere una dettagliata *ricognizione Ampelografica* su tutto il territorio italiano. Il grande lavoro di catalogazione delle varietà per ogni singola provincia si completò e fu raccolto nella *Ampelografia generale della Provincia di Treviso*, il catalogo venne pubblicato nel 1870.

È in questo periodo che la viticoltura europea viene sconvolta da diverse ampelopatie provenienti da oltre Oceano; giunsero Oidio e Peronospora, poi dopo un breve periodo

di ripresa avendo trovato i mezzi di lotta, l'avvento della Fillossera mutò ulteriormente i paesaggi di tutta la Marca Trevigiana.

Come accennato nel libro “*Viticultura Moderna Manuale Pratico*¹⁷” a differenza della vite americana che con l'evoluzione aveva instaurato una specie di “equilibrio” fra parassita e parassitato, per la vite europea cresciuta e adattata in un altro ambiente, “l'incontro” fu devastante provocando danni incalcolabili ai vigneti di tutta Europa. Si svilupparono varie tecniche, dal trattamento con insetticidi gassosi, all'introduzione di Ibridi produttori diretti, ma con scarsissimi risultati dal punto di vista qualitativo dei prodotti.

Con l'entrata del Veneto nel Regno d'Italia il bosco del Montello perse la sua secolare tutela: la legge Bertolini del 1892 lo divise in appezzamenti da concedere alle famiglie più indigenti, ma lo sfruttamento fu incontrollato e provocò danni irreparabili all'equilibrio ambientale. Secondo gli intenti della stessa legge, inoltre, il disboscamento avrebbe portato a nuovi fondi da sfruttare per l'agricoltura, ma la naturale acidità del terreno e il notevole carsismo vanificarono questi scopi. Gli abitanti rimasero poverissimi, tanto da essere soprannominati *bisnent*, “due volte niente”.



Monumento Francesco Baracca eroe nazionale

Lo scoppio della Prima Guerra Mondiale coinvolse e distrusse completamente l'intera Marca Trevigiana, peggiorando l'agricoltura dell'area che non era, già, delle migliori. In questa situazione così pesante e disperata, intervenne la Scuola Enologica di Conegliano che sperimentò per prima l'utilizzo del “*piede americano*” sulla vite europea (1910).

La situazione si aggravò ulteriormente dopo la Rotta di Caporetto e lo spostamento del fronte presso il Piave. Qui morì, precipitando con il suo aereo, l'asso dell'aviazione

¹⁷ *Viticultura Moderna (Manuale Pratico)* di I. Eynard & G. Dalmaso; Nona Edizione, Hoepli 1990.

italiana *Francesco Baracca*¹⁸ durante una delle sue missioni contro le truppe austro-ungariche.

Nervesa, Pederobba e tutti i villaggi posti sul fronte vennero, così, rasi al suolo specie durante i combattimenti della tristemente celebre “Battaglia del Solstizio” combattuta nel giugno del 1918. A questi eventi sono legati l’appellativo “*della Battaglia*” aggiunto sotto il Ventennio Fascista e la realizzazione del *Sacrario del Montello*¹⁹.



Sacrario al milite Ignoto.

Nonostante la violenta distruzione e le numerose tragedie e lutti, la vita lentamente riprese, le case vennero ricostruite, l’economia incominciò a riprendersi e così anche la viticoltura e tutto il comparto agricolo. Le viti superstiti non brillavano certamente per generare prodotti di

qualità, quindi era necessario intervenire anche per rendere le produzioni più adatte al gusto dei mercati e in sintonia con le nuove esigenze del tempo. Incominciò così un intenso periodo di sperimentazione sui nuovi vigneti della Scuola Enologica, con la partecipazione anche di aziende private; i risultati ottenuti furono pubblicati e diffusi andando a costituire il nuovo indirizzo che la “*viticoltura moderna*” doveva seguire.

¹⁸ <http://www.museobaracca.it> *Francesco Baracca* è stato asso dell’aviazione italiana e medaglia d’oro nella prima guerra mondiale, a lui è stato dedicato un monumento, sul Montello, nel luogo in cui il suo aeromobile precipitò in fiamme.

¹⁹ <http://www.magicoveneto.it/Trevisan/Montello/Ossario-1.htm> il grande ossario raccoglie le spoglie dei soldati italiani e austro-ungarici caduti durante la battaglia del solstizio lungo il fiume Piave.

Capitolo 2

CARATTERISTICHE GEO-MORFOLOGICHE DEL TERRITORIO

2. Il territorio

Il Montello e i Colli Asolani costituiscono le formazioni collinari della provincia di Treviso della destra Piave. Esse si affacciano a sud direttamente sulla pianura Padano-Veneta; il Montello, in particolare, è il primo rilievo che si incontra spostandosi dalla laguna di Venezia verso le Prealpi venete. Di seguito vengono descritti alcuni elementi riguardanti la morfologia, la litologia, i suoli, il clima e la copertura vegetale di queste zone. La morfologia e la litologia vengono esposte separatamente per il Montello e i Colli Asolani vista la loro diversità.



Questa è una foto del Montello Scattata da un satellite della N.A.S.A.

2.1. Montello

2.1.1. Morfologia e Litologia

Il Montello si caratterizza per la sua forma che lo distingue in modo evidente dalle altre colline circostanti. Esso si presenta ellissoidale, allungato in direzione Ovest-sud-ovest ed Est-nord-est.

Il Montello è una forma tettonica e si trova compreso tra due faglie inverse poste ai suoi lati nord-occidentale e sud orientale; queste faglie, convergenti verso il basso, hanno determinato e determinano la graduale espulsione del rilievo stesso. In seguito ad esse non si è avuto solo una espulsione degli strati, ma anche un loro ripiegamento.

I vecchi Autori l'avevano descritto come una "dorsale anticlinale", cioè una dorsale formata in seguito al ripiegamento degli strati geologici che si trovano curvati con la convessità rivolta verso l'alto.

Le ricerche recenti hanno mostrato come il Montello corrisponda ad una struttura di tipo "pop-up", ovvero, come è stato appena descritto, una sorta di cuneo delimitato sia sul lato nord-occidentale, sia sul lato sud-orientale da faglie inverse convergenti verso il basso (Francesco Ferrarese, Ugo Sauro – La geomorfologia del Montello in "Montello" a cura di Benedetta Castiglioni, 2005). Questa struttura emergente si è trovata sottoposta all'azione modellante del fiume. Essa è quindi il risultato di due tipi di forze opposte: quelle di natura tettonica, che determinano l'emersione del rilievo, e le forze erosive e di spianamento dovute al passaggio del fiume.

Queste forze contrastanti hanno prodotto



Profilo Tipico di un terreno del Montello

forme diverse a seconda dell'interazione instauratasi tra esse. Se per esempio il fiume

ha l'opportunità di divagare sull'intera superficie dove la tettonica tende a generare il rilievo, esso stenta ad esprimersi e si può quindi formare una superficie di spianamento più o meno estesa. Se invece lo scorrimento del fiume interessa solo una parte del rilievo emergente possono generarsi altre forme, quali altopiani o terrazzi di spianamento.

La storia più probabile del Montello è che esso sia stato eroso, per un determinato periodo di tempo, dal corso d'acqua finché le forze tettoniche hanno prevalso ed esso è potuto emergere incastrando il corso del fiume nella parte occidentale del rilievo, formando così la valle di Biadene. L'altopiano sommitale del Montello si può quindi considerare un altopiano di spianamento, in quanto prima di emergere è stato sottoposto per un determinato periodo di tempo all'azione di spianamento del fiume Piave.

Le successive interazioni tra erosione fluviale e spinte tettoniche avrebbero modellato la struttura a terrazzi del versante occidentale del Montello. Sembra che il fiume abbia spostato gradualmente il suo corso verso ovest (determinando così la forma fortemente asimmetrica della valle di Biadene), prima di dirigersi verso nord e uscire a Nervesa. (Francesco Ferrarese, Ugo Sauro – La geomorfologia del Montello in “Montello” a cura di Benedetta Castiglioni, 2005).

Per quanto riguarda la litologia del colle esso è costituito da grossi banchi di conglomerati poligenici alternati a banchi arenacei e limoso-argillosi. Fra i ciottoli che compongono i conglomerati prevalgono quelli di rocce carbonatiche. (U. Sauro e P. Mietto – Le grotte del Veneto; paesaggi carsici e grotte del Veneto).

Nel saggio del dott. C. Gobbato “Dell'agricoltura Montelliana” (1912) si legge: *“Lo scheletro del colle è del conglomerato poligenico, derivato dalla circolazione di acque ricche di bicarbonato calcico, che per impoverimento di anidride carbonica ha residuato un cemento calcareo, tale da innestare il materiale ciottoloso - ghiaioso e limo-sabbioso trasportato dal fiume e torrente Piave e Cismon. Questi materiali originari vennero classificati per importanza dall'ing. Stella A. in:*

1.° calcari e dolomie; calcari arenacei e argillosi; calcari a liste di selce; scisti vari non calcarei.

2.° rocce porfiriche e granitiche.

3.° filladi; micascisti a noduli di quarzo; gneiss.”

Il dott. Gobbato cita poi direttamente lo Stella per descrivere quello a cui ha portato il lento lavoro degli agenti naturali; vi si legge: *”Se si suppone, che nella massa di un tale materiale alluvionale penetrino acque meteoriche solventi lisciviandone un certo spessore, potrà avvenire con la secolare continua azione loro, una esportazione delle parti calcaree, una disgregazione anche di altri elementi meno stabilmente resistenti. Infine non resteranno che i frammenti intatti delle rocce insolubili, con un impasto di parti più o meno polverulente, residuo di una quasi completa soluzione operatasi sulle rocce più o meno solubili.*

Nel caso della serie delle rocce enumerate, dovremo aspettarci di trovare intatte soltanto le selci dei calcari listati e il quarzo dei micascisti e delle filladi; parzialmente alterati e spugnosi gli scisti varii non calcarei, le filladi, i micascisti, i gneiss oltre ai porfidi e graniti; ridotta al residuo siliceo argilloso la massa delle rocce calcaree più o meno impure.

Ora se avviene che con questa generale azione disgregante, decalcificante e argillificante, proceda

*di pari passo un'azione ossidante sugli elementi ferrosi con formazione di ossido ferrico, cioè un'azione che si potrebbe dire **ferrettizzante**, è facile capire, come l'estremo risultato di una tale complessa e profonda alterazione del suddetto originario materiale alluvionale poligenico essenzialmente calcareo, venga ad essere un insieme di frammenti di selce e di quarzo, accompagnati da ciottoli marciti di porfidi, graniti e scisti diversi, specialmente micacei, il tutto impastato insieme da una massa fina essenzialmente ocraceo-argillo-sabbiosa. Tale è appunto il terreno sciolto che noi troviamo ammantare il conglomerato del Montello.”*

La litologia di natura carbonatica del colle ha avuto una grande influenza nel determinare la morfologia del Montello. Esso infatti è **fortemente carsificato**; si presenta butterato di oltre 2000 doline (Francesco Ferrarese, Ugo Sauro – La geomorfologia del Montello in “Montello” a cura di Benedetta Castiglioni, 2005); inoltre i fenomeni carsici hanno formato una complessa rete di cavità sotterranee.

Il paesaggio montelliano appare così tutt'altro che monotono grazie alle forme disegnate dai fenomeni carsici che gli conferiscono varietà e movimento.

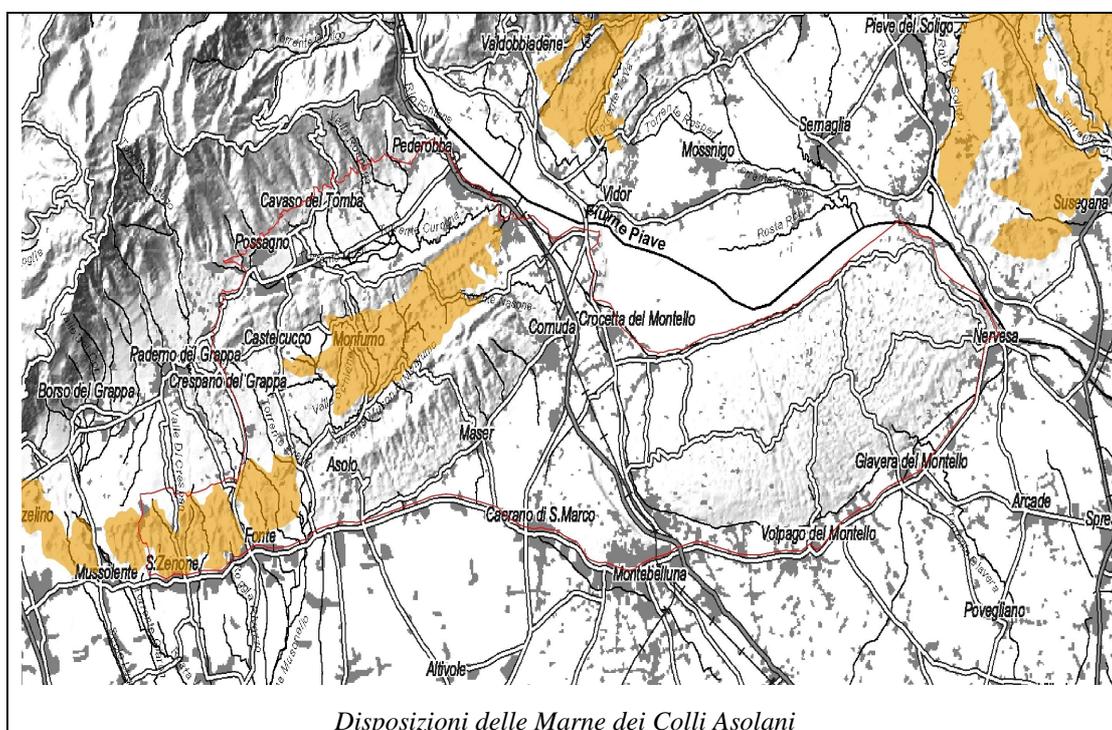
Questo, se da un lato è elemento certamente positivo, dall'altro crea problemi alla moderna agricoltura a causa delle esigenze della meccanizzazione.

2.2. Colli Asolani

2.2.1. Morfologia e Litologia

L'origine dei Colli Asolani è di natura tettonica ed è strettamente collegata alle ultime fasi di sollevamento del massiccio del Grappa.

I Colli Asolani sono disposti lungo dorsali più o meno parallele tra loro, allungate in senso Sud-Ovest e Nord-Est e tra le quali esistono differenze del substrato litologico che si evidenziano anche in differenze della morfologia dei rilievi, oltre che in differenze della natura dei suoli. Queste colline sono disposte all'incirca parallelamente alla scarpata meridionale del Grappa. Esse sono delimitate a nord dalla Valcavasia, a sud dalla pianura veneta, ad est dal fiume Piave e ad ovest dal fiume Brenta.



All'interno di questa area, la valle del torrente Muson taglia le due catene più meridionali di colli: ad est di questa valle abbiamo i rilievi più alti che costituiscono il tratto che va da Asolo a Cornuda; ad ovest di questa valle abbiamo i rilievi di Fonte e S. Zenone degli Ezzelini, molto più modesti e dalle forme più rotondeggianti.

Le due catene meridionali sono molto ravvicinate tra loro. La serie più meridionale presenta come substrato un conglomerato poligenico; l'altra serie di colli presenta

affioramenti di arenarie. Queste due catene sono quelle più elevate di tutta l'area dei Colli Asolani e sono distinguibili facilmente dall'osservatore. I vigneti in queste colline sono presenti per lo più nella zona pedecollinare del versante che si affaccia alla pianura e nelle zone ad altitudine più elevata dove le pendenze del versante lo permettono.

Posti più a settentrione di questi rilievi troviamo i Colli di Monfumo. Essi poggiano prevalentemente su un substrato di marne calcaree. Qui le morfologie sono molto dolci ed è più difficile distinguere delle vere e proprie catene disposte ordinatamente come invece accade nel caso precedente. Ancora più a nord troviamo l'allineamento di colline che si affacciano a settentrione sulla Valcavasia. Qui il substrato è costituito prevalentemente da arenarie. Di questa serie fa parte anche il Col S. Martino presso Castelcies in comune di Cavaso del Tomba.

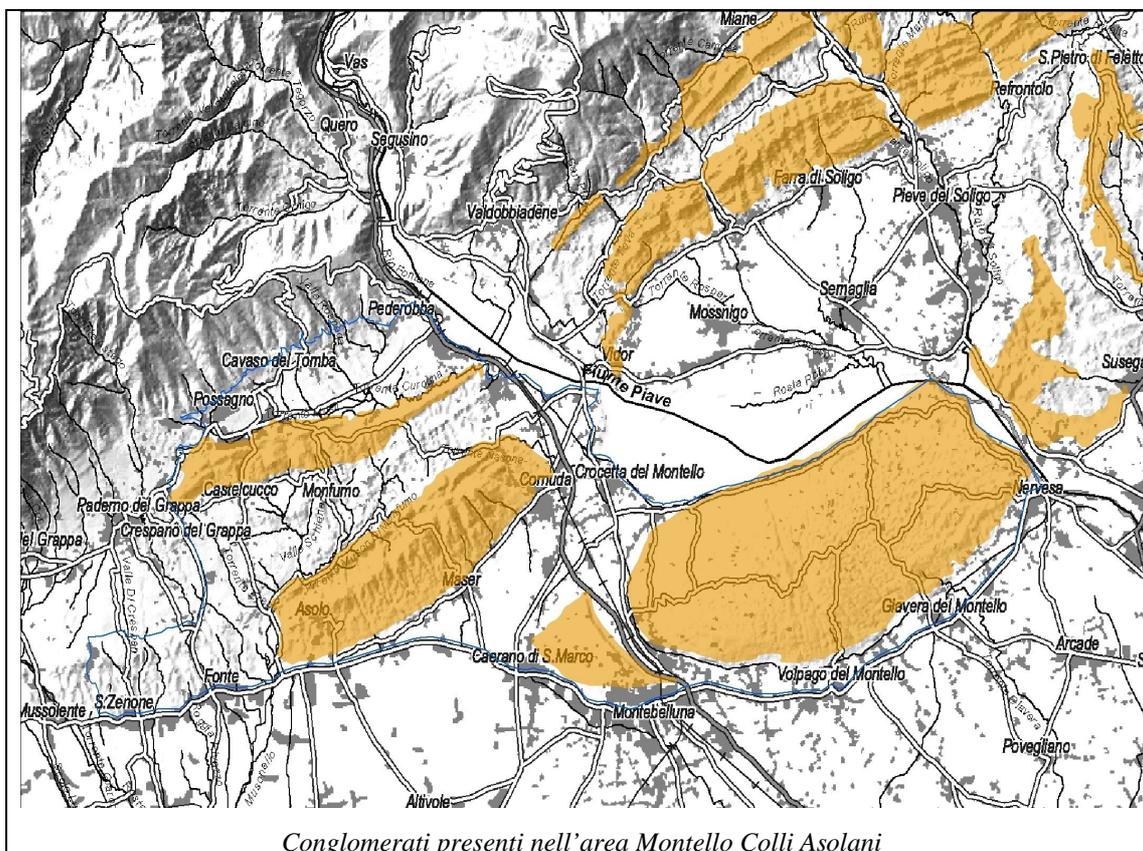
2.3. I Suoli del Montello.

Per quanto riguarda i suoli del Montello, essi sono molto antichi, decarbonatati e che presentano migrazione delle argille in profondità. Il loro accumulo è causa della formazione di un orizzonte argillico. Generalmente le tessiture dei suoli del Montello sono franco-argillose o franco-limosoargillose negli orizzonti più superficiali e divengono schiettamente argillose in profondità. (Adriano Garlato, Paolo Mozzi – I suoli del Montello in “Montello” a cura di Benedetta Castiglioni, 2005).

La caratteristica più evidente dei suoli del Montello è la loro colorazione rossa. Essa è legata all'accumulo di ossidi di ferro, quali ematite e goethite che derivano dalla completa alterazione dei minerali primari che costituivano la roccia madre. (Adriano Garlato, Paolo Mozzi – I suoli del Montello in “Montello” a cura di Benedetta Castiglioni, 2005).

Il fattore più influente nella differenziazione dei suoli di questo colle è dato dalla morfologia: nei versanti debolmente acclivi troviamo suoli spessi e estremamente arrossati, in particolare negli orizzonti più profondi. Tipicamente il profilo mostra l'orizzonte superficiale arricchito in sostanza organica, al di sotto del quale si trovano orizzonti di colore rosso con concentrazioni di argilla illuviale e con scheletro scarso e

molto alterato. La roccia non alterata è in genere presente solo a profondità superiori a 2-3 metri. Questi sono i suoli più diffusi in questo colle.



Conglomerati presenti nell'area Montello Colli Asolani

Nei versanti più ripidi e in genere nelle zone a maggior pendenza, si hanno suoli molto sottili dove si ha il contatto con la roccia a profondità inferiori ai 50 cm. Anche questi sono orizzonti piuttosto evoluti esumati in seguito all'erosione degli strati superiori. (Adriano Garlato, Paolo Mozzi – I suoli del Montello in “Montello” a cura di Benedetta Castiglioni, 2005)

Analoghi fenomeni erosivi si sono verificati sui fianchi delle doline, comportando la deposizione sul fondo del materiale eroso. Qui si trovano suoli molto profondi con tessiture franco - argillose, privi di scheletro anche a grandi profondità e con colorazioni rossastre. Questo non deve far però ritenere una pedogenesi molto avanzata; essi presentano in realtà un'evoluzione da moderata a bassa, con orizzonti cambici a moderata strutturazione. (Adriano Garlato, Paolo Mozzi – I suoli del Montello in “Montello” a cura di Benedetta Castiglioni, 2005)

2.4. I Suoli dei Colli Asolani

Data la presenza di rocce facilmente alterabili come substrato pedogenetico essi risultano generalmente profondi, ma con delle eccezioni.

In particolare le creste e i versanti più ripidi della serie meridionale presentano suoli meno profondi, questo a causa del diverso substrato litologico e dei diversi processi che sono intervenuti.

2.5. Clima nella zona del Montello e Colli Asolani

Il dott. C. Gobbato descrive l'annata meteorologica normale nella zona del Montello sulla base dei dati raccolti dal 1881 al 1894 dall'osservatorio di Montebelluna.

La temperatura media di questa annata meteorologica normale si attesta sui 12,21°C, la minima sui -7°C e la massima risulta 34,06°C. L'umidità relativa dell'aria è 68,3%. Le precipitazioni comprendendo pioggia, neve e grandine fusa ammontano a 1264 mm annui.



La regione Veneto durante l'ultima Glaciazione (Wurm) Solo le cime principali emergevano nel mare di ghiaccio (Fonte: B. Castiglioni, Atlante fisico ed economico d'Italia)

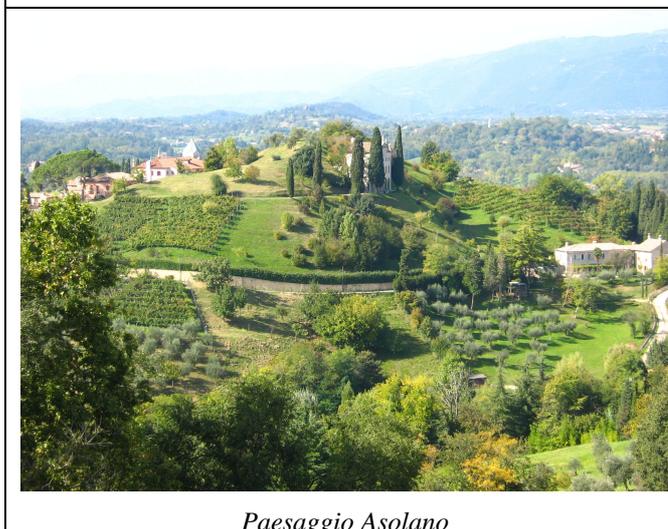
Sulla base di dati più recenti, calcolati come media degli anni tra il 2001 e il 2006, la temperatura media si attesta sui 12,92°C; la piovosità annua si attesta su 810 mm di pioggia con picchi primaverili e autunnali; i minimi estivi e invernali sono poco accentuati. L'umidità relativa media si attesta sul 70,66%.

Le strutture orografiche del Montello e ancor più dei Colli Asolani creano però microclimi anche molto diversi.

2.6. Paesaggio vegetale della zona del Montello e Colli Asolani



Paesaggio tipico Montelliano, con doline in evidenza



Paesaggio Asolano

Sul Montello circa l'80% della copertura forestale è costituito dalla *Robinia pseudoacacia* (Ferrarese F., Castiglioni B. 2005), comunque esistono alcuni esempi di bosco "relitto" di rovere che ci possono far immaginare come fosse il Montello ai tempi del dominio della Serenissima.

Causa la morfologia creata dal carsismo, esistono però numerosi ambienti (per esempio in prossimità dell'ingresso di alcune grotte) dove si instaurano particolari microclimi che vedono l'insediarsi di specie vegetali diverse dall'ambiente circostante.

Sui Colli Asolani il paesaggio

vegetale vede una diversità di ambienti in funzione dell'esposizione del versante, del suolo e della pendenza.

Troviamo così prati aridi sui cucuzzoli dei colli della serie meridionale, dove i suoli sono sottili e la pendenza facilita l'allontanamento dell'acqua piovana; zone umide

invece si trovano nelle valli dei rilievi più dolci che poggiano su marne o arenarie dove facilmente possono crearsi ristagni d'acqua data la natura del terreno.

Di valore botanico e naturalistico è il “Bosco del Fagarè” presente a nord-est del ripido versante settentrionale che caratterizza la serie meridionale dei Colli Asolani.

Qui il microclima è freddo e umido e la brina o la neve rimangono a lungo nel periodo invernale.



Nella foto un vigneti ubicati in zona Castear in località Selva comune di Volpago del Montello

Capitolo 3

ANALISI STATISTICA E BREVE SITUAZIONE ECONOMICA NEL MONDO DEL VINO

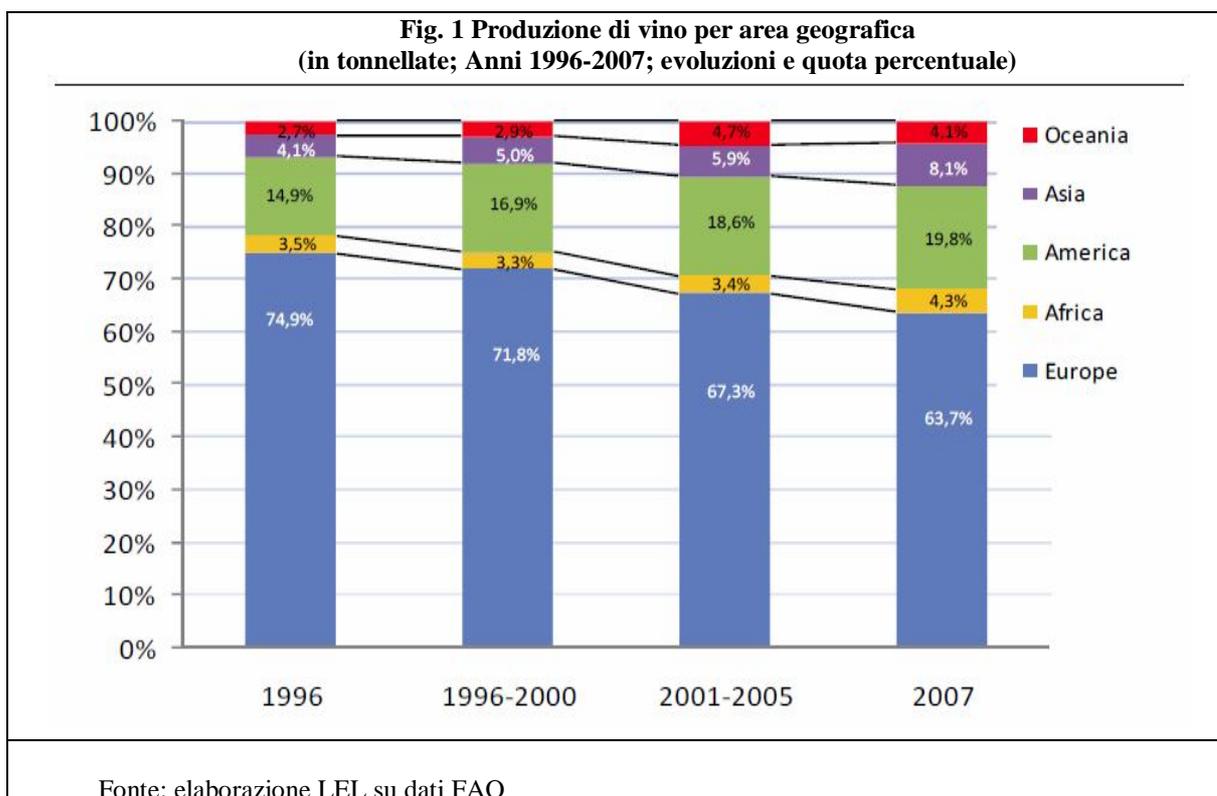
3.1. La produzione globale del vino

Nel 2007, La produzione mondiale di vino si è attestata attorno ai 26,4 milioni di tonnellate, con diminuzione del 7,2% rispetto all'anno 2000 (Tabella 1). Nel decennio 1996-2007 ha ad un calo della produzione mondiale del 3,4% e soprattutto è l'Europa a osservare una più marcata riduzione dei livelli di produzione (-17,75%) con una quota che, dal 74,9% del 1996, si attesta al 63,7% nel 2007 (figura. 1).

Tab. 1 Produzione di vino per area geografica
(in tonnellate; Anni 1996-2007; variazione ed incidenza percentuale per resa)

	1996	1996-2000	2001-2005	2006	2007	Var. % 2007/2006	Var. % 2007/1996	Quota 2007
Europa	20.414.719	19.723.430	18.794.183	18.080.889	16.791.690	-7,1	-17,7	63,7
Africa	945.919	905.490	955.451	1.104.980	1.129.193	2,2	19,4	4,3
America	4.053.439	4.651.493	5.201.567	5.169.856	5.225.229	1,1	28,9	19,8
Asia	1.120.429	1.377.944	1.655.514	2.010.882	2.130.251	5,9	90,1	8,1
Oceania	730.745	794.783	1.315.348	1.535.788	1.071.972	-30,2	46,7	4,1
Mondo	27.265.251	27.453.140	27.922.063	27.902.395	26.348.335	-5,6	-3,4	100,0

Fonte: elaborazioni Istituto G. Tagliacarne e LEL su dati FAO



L'Asia e l'Oceania risultano invece in forte crescita nel periodo 1996-2007, rispettivamente passando dal 4,1% al 8,1% e dal 2,7% al 4,1% relativamente alla quota di produzione di vino. L'America è l'altra area produttiva che ha visto la propria incidenza sulla produzione mondiale aumentare passando dal 14,9% al 19,8%.

Il calo nella produzione ha interessato in particolare i paesi tradizionalmente produttori come Italia, Francia e Spagna, che detengono poco meno della metà della produzione mondiale.

La strategia dell'Australia è invece rivolta alla penetrazione dei mercati internazionali con azioni aggressive di marketing e con la pianificazione strategica a lungo termine, dove le priorità e le sfide, che l'Industria del vino australiana si troverà ad affrontare, vengono riesaminate alla luce dei cambiamenti osservati nel mercato globale del vino.

	86-90	91-95	96-00	01-05	2003	2004	2005	Var. % 2005/86-90	Var. % 2005/2004	Quota % 2005
Europa	177,4	163,1	156,7	159,2	161,5	161,4	159,6	-10,0	-1,1	67,2
Asia	4,6	7,3	13,6	15,9	15,2	16,9	17,2	276,1	1,9	7,3
America	48,5	43,5	43,5	46,9	48,0	47,8	49,2	1,6	3,1	20,7
Africa	6,0	6,3	6,3	6,3	6,1	6,1	6,1	1,4	0,0	2,6
Oceania	3,8	3,7	4,1	5,0	5,0	5,2	5,4	42,9	4,0	2,3
Mondo	240,2	223,9	224,3	233,3	235,9	237,4	237,7	-1,1	0,1	100,0

Fonte: elaborazioni LEL su dati OIV

I comportamenti di consumo sono cambiati negli ultimi anni e stanno ridefinendo la domanda di vino. Il consumatore beve meno vino ma di miglior qualità ed è più attento al rapporto qualità/prezzo nelle sue scelte (Anderson, 2007). E' inoltre cresciuto il consumo occasionale dovuto al fatto che il vino è passato dall'essere considerato un alimento, una parte integrante del pasto, ad essere associato con il piacere (tabella 2). Questo ha portato ad una diminuzione dei consumatori regolari e un aumento di quelli occasionali.

Per quanto concerne il consumo procapite, vi è stato un declino nei mercati tradizionali di riferimento (Francia, Italia, Spagna, Portogallo) a partire dall'inizio degli anni Settanta, mentre il trend di crescita nei mercati emergenti continua.

La globalizzazione ha portato anche due tendenze contrapposte: da un lato l'omogeneizzazione del gusto come conseguenza dell'integrazione crescente di capitali,

merci, persone, informazioni e idee in un mercato globale con la creazione di una cultura globale; dall'altro lato stiamo assistendo ad una riscoperta di identità locali con una maggiore attenzione alla specificità e tipicità, dove il territorio gioca un ruolo importante (Trigilia, 2005; Pasqui, 2005). Il localismo è incoraggiato a livello politico, culturale ed economico, in quanto le differenze e le vocazioni territoriali generano e spiegano il successo di prodotti, luoghi e aziende (Ciciotti & Rizzi, 2005; Ciciotti et al., 2006).

3.2 Il settore vitivinicolo in Italia: La struttura imprenditoriale

Il presente capitolo si focalizza sul settore vitivinicolo italiano con un'attenta analisi della struttura e delle dinamiche del tessuto imprenditoriale secondo una prospettiva territoriale con l'utilizzo di dati aggiornati al 2008.

L'analisi della struttura imprenditoriale del settore vitivinicolo italiano prende in esame solo una parte della filiera complessiva che va dalla produzione di uva da vinificare al prodotto imbottigliato escludendo, in tal modo, il settore distributivo costituito dagli intermediari dediti al trasferimento delle merci dal produttore al consumatore.

Il sistema produttivo che emerge dall'analisi è molto frammentato, l'età media è piuttosto bassa, permane la presenza delle forme societarie più semplici e, considerando l'intera filiera produttiva, si osserva una prevalenza netta di produttori rispetto agli imbottiglieri.

L'evoluzione delle caratteristiche del settore fa registrare, anche per il periodo 2005-2008, una riduzione del numero di imprese attive, con alcune eccezioni; una parte consistente delle imprese del settore si sta orientando verso forme giuridiche più complesse; l'aumento del numero degli imbottiglieri a fronte di una riduzione del numero di produttori di vino è sintomo del maggior ricorso delle imprese al decentramento produttivo attraverso l'esternalizzazione della fase di imbottigliamento ad imprese specializzate. Nella distribuzione geografica delle imprese attive il maggior numero di unità è insediato nel Sud della Penisola e, ad una certa distanza, nel Nord-Est (tabella 3).

In base ai dati forniti da Unioncamere (Rapporto vit-vinicolo 2009) l'impresa individuale è tradizionalmente la forma giuridica preferita nel settore agricolo, in quanto permette di ridurre al minimo oneri e adempimenti.

Tab.3 – Imprese e unità locali attive nel settore viti-vinicolo per regione e N (Anno 2008; valori assoluti e variazioni percentuali rispetto al 2005)										
	Valori assoluti 2008					Variazione % 2005-2008				
	Soc. Cap.	Soc. Pers.	Impr. Indiv.	Altre forme	TOT	Soc. Cap.	Soc. Pers.	Impr. Indiv.	Altre forme	TOT
Nord-Ovest	659	1455	17693	170	19977	22,3	6,4	-9,2	12,6	-7,2
Nord-Est	836	3196	32051	173	36256	22,9	5,4	-8,3	-2,8	-6,7
Centro	905	1440	15923	118	18386	45,3	14,1	-9,9	6,3	-6,5
Sud e Isole	1084	1258	87080	513	89935	34,8	13,9	-9,6	9,4	-8,9
ITALIA	3484	7349	152747	974	164554	31,7	8,6	-9,3	7,2	-8

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacane su dati Infocamere

Le società di capitali e le società di persone rappresentano rispettivamente il 2,1% e il 4,7% del totale; lo 0,6% è costituito dalle altre forme giuridiche che nell'ambito del settore vitivinicolo svolgono una funzione di grande rilievo sia dal lato della produzione che delle vendite in quanto includono le cooperative e i consorzi.

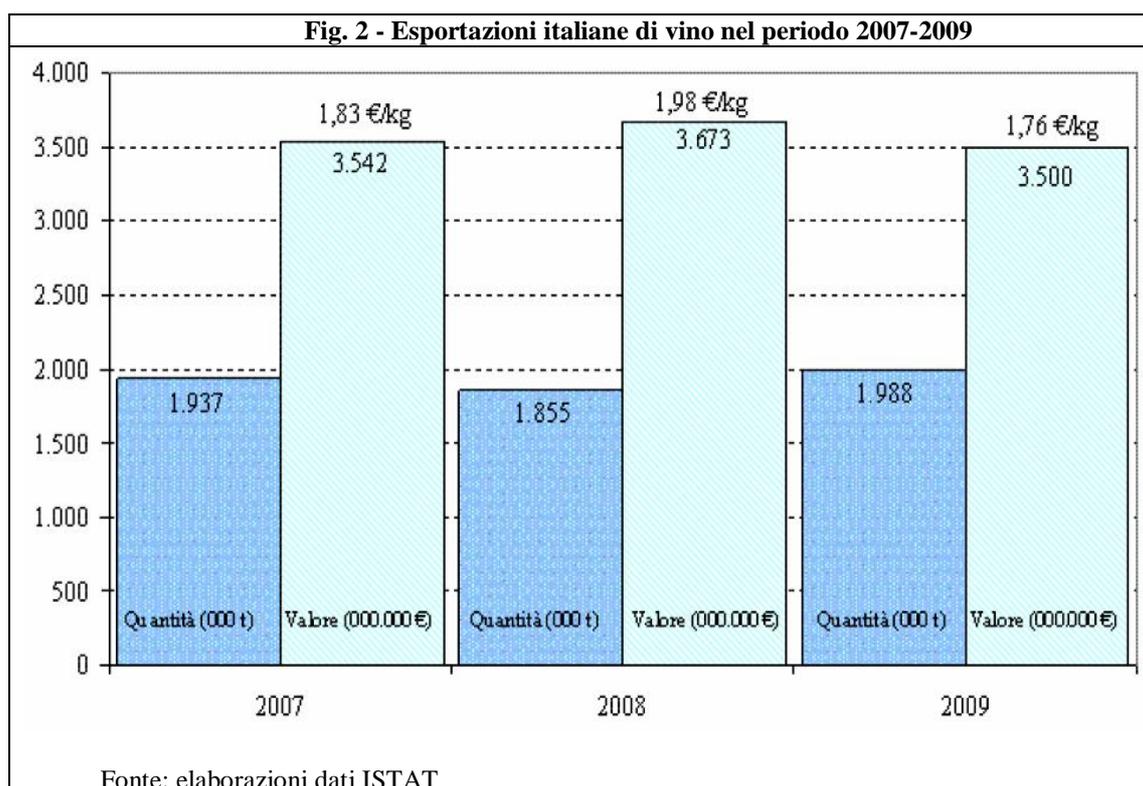
L'analisi dei dati dal punto di vista delle tendenze presenti nel settore conferma l'indicazione emersa già dal 2000 di una progressiva maggior strutturazione delle imprese del settore verso forme giuridiche più evolute. La tendenza all'aumento della tipologia di imprese in forma di società di capitali si è riaffermata anche nel periodo 2005-2008 facendo registrare un aumento di notevole rilevanza e pari al 31,7%. Società di persone e altre forme societarie sono aumentate tra il 7% e l'8% a fronte di una diminuzione delle imprese individuali pari al 9,3%.

L'evoluzione verso forme giuridiche più strutturate emerge come esigenza per le imprese vitivinicole che hanno la necessità di dotarsi di soluzioni tecnico-organizzative, manageriali, finanziarie, legali e fiscali che permettano di fronteggiare la sfida dell'internazionalizzazione.

3.3. Segnali di ripresa per le esportazioni di vino italiano nel primo quadrimestre 2010

Nel 2009 le esportazioni italiane di vino hanno subito un rimbalzo, ritornando ai valori registrati nel 2007, ma ciò è avvenuto attraverso una penalizzazione dei prezzi medi di vendita (Figura 2).

I vini confezionati in bottiglia o in altri recipienti con capacità fino a due litri assorbono la maggior parte dei flussi verso l'estero. Essi presentano insieme alle altre tipologie di prodotto (esclusi i mosti) l'andamento complessivo di mercato: crescita delle quantità esportate, riduzione del loro valore rispetto al 2008, e discesa del prezzo medio anche nei confronti del 2007 (Figura 3). Quest'ultimo fenomeno è stato particolarmente rilevante per gli spumanti, il cui prezzo medio all'export si è ridotto, durante lo scorso anno, di 0,69 €/kg rispetto a quello spuntato due anni prima.



L'analisi delle destinazioni del vino italiano imbottigliato rivela le situazioni di sofferenza in molti mercati internazionali (Figura 4). Solo la Germania presenta sviluppi positivi, in quantità e valore, trainati dai cambiamenti nel processo di scelta del

vino da parte del consumatore tedesco. Negli altri Paesi i trend sono alquanto differenziati:

- 1) evidenti segnali di difficoltà per il mercato statunitense, specie nella capacità di valorizzazione delle produzioni;
- 2) ampliamento degli acquisti in Regno Unito, che ha tuttavia penalizzato la spesa;
- 3) stazionarietà nei mercati svizzero e canadese, con sensibile riduzione in quest'ultimo caso del valore dell'export;
- 4) ricerca di diversificazione degli sbocchi commerciali, avvenuta attraverso forme di competizione di prezzo.

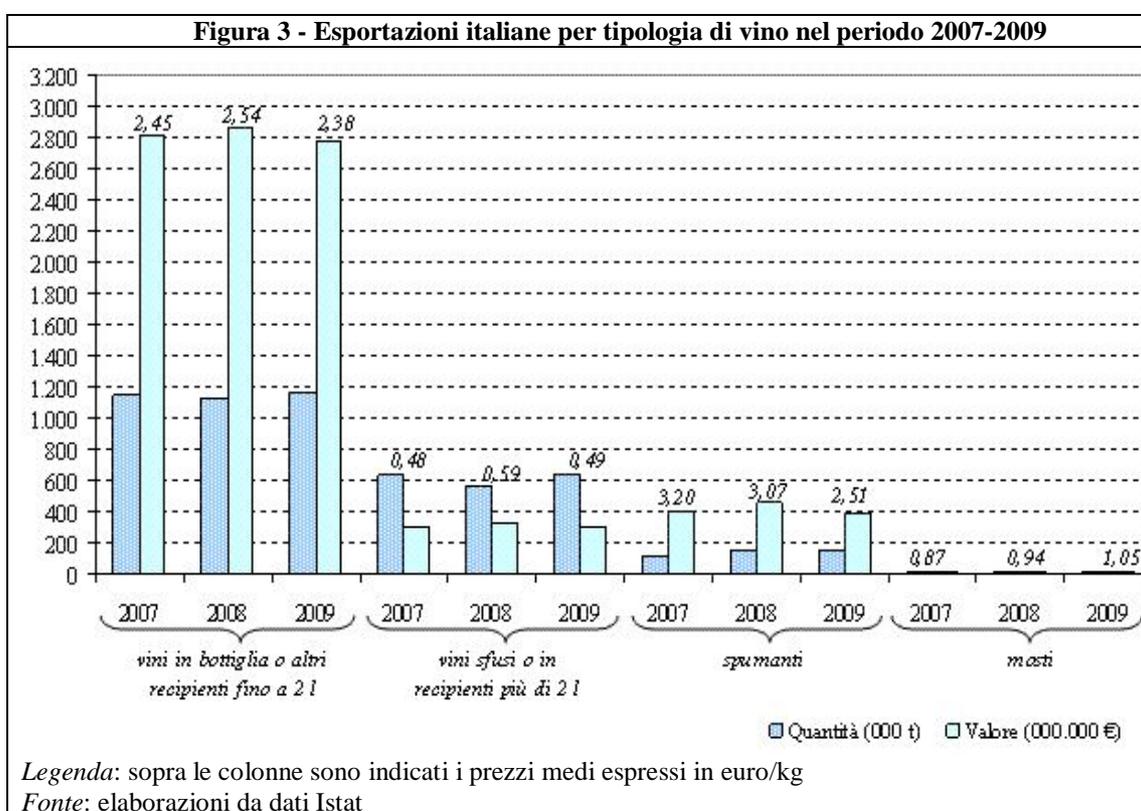
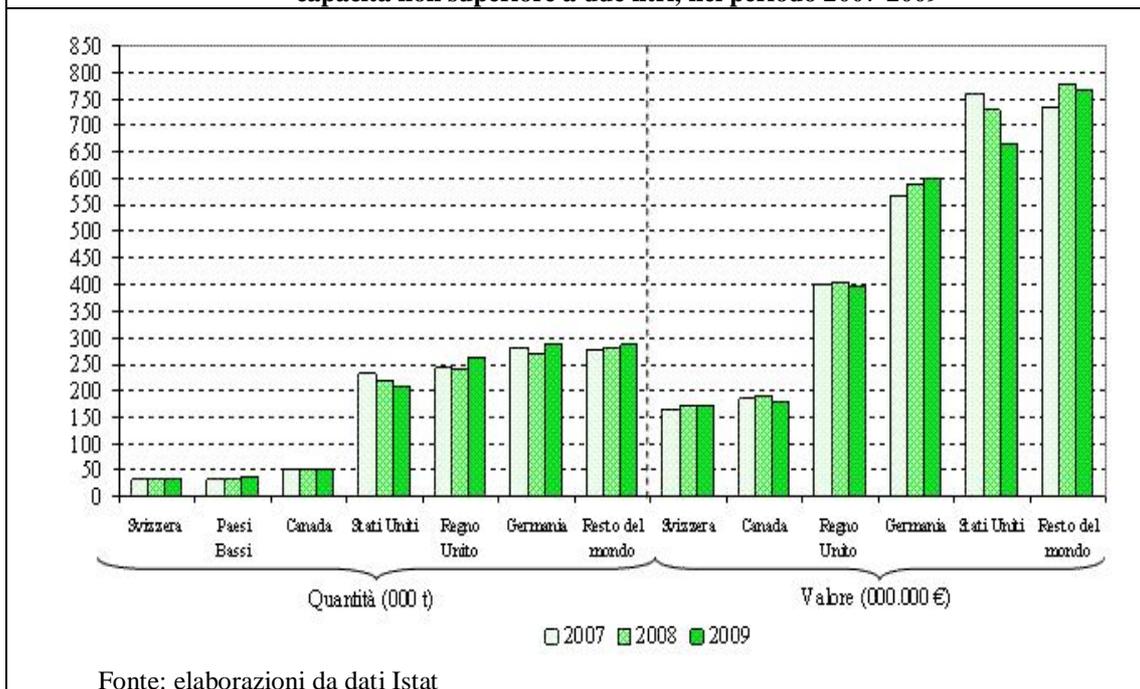


Figura 4 - Principali mercati di esportazione per i vini in bottiglia, o in altri recipienti con capacità non superiore a due litri, nel periodo 2007-2009



Fonte: elaborazioni da dati Istat

Tabella 4 - Prezzi medi per i vini in bottiglia o in altri recipienti con capacità non superiore a due litri nel periodo 2007-2009 (€/kg)

	2007	2008	2009
Svizzera	5,21	5,38	5,14
Canada	3,61	3,63	3,41
USA	3,30	3,33	3,18
Paesi Bassi	2,17	2,32	2,23
Germania	2,01	2,18	2,09
UK	1,64	1,67	1,49

Fonte: elaborazioni da dati Istat

La criticità della situazione commerciale non può non riflettersi sui prezzi medi all'export. Nel 2009 i vini confezionati mostrano un calo consistente rispetto all'anno precedente in tutti i principali mercati e, in alcuni casi, anche rispetto al 2007 (Tabella 4).

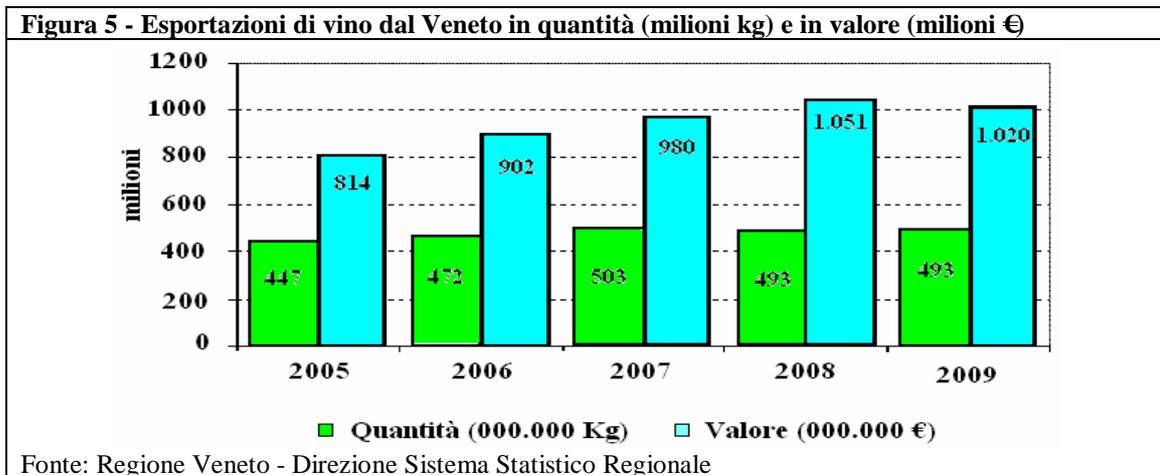
L'aggiornamento dell'andamento degli sbocchi internazionali per i primi quattro mesi del 2010 è abbastanza incoraggiante (Tabella 5). Si osservano crescite, anche consistenti, per tutte le tipologie di prodotto; permane una situazione di arretramento nella capacità di valorizzazione del vino sfuso e nel posizionamento di prodotto per gli spumanti.

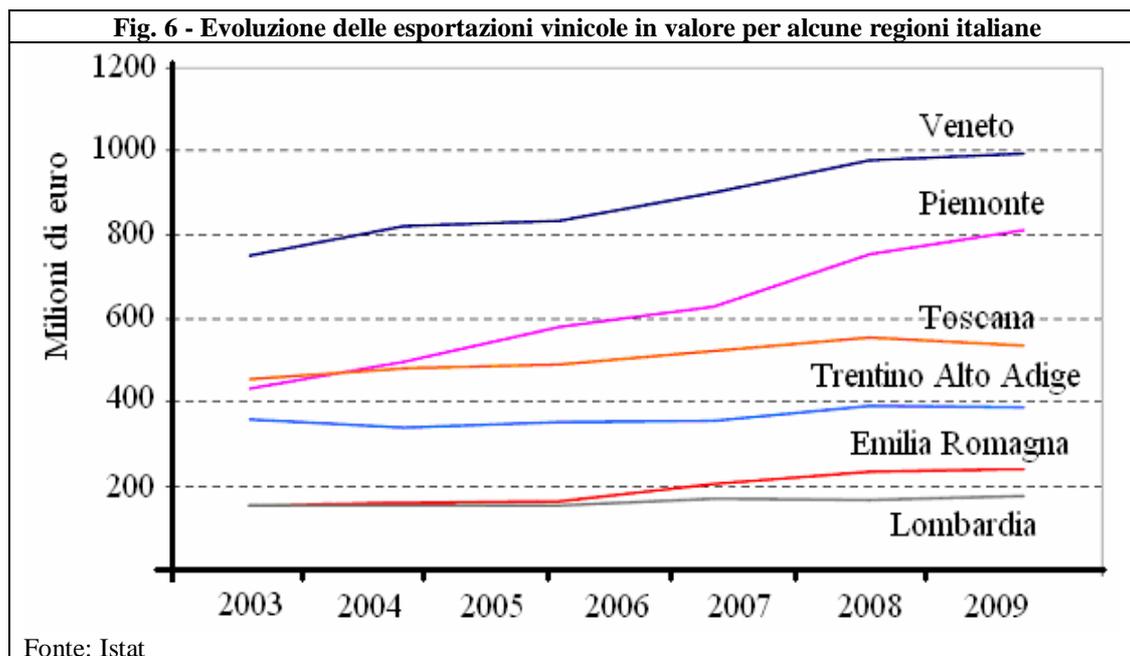
Tabella 5 - Esportazioni italiane di vino nel primo quadrimestre 2010									
	Quantità (000t)			Valore (000.000€)			Prezzo medio (€/Kg)		
	I quadr. 2009	I quadr. 2010	Var. %	I quadr. 2009	I quadr. 2010	Var. %	I quadr. 2009	I quadr. 2010	Var. %
Vini in bottiglia o altri recipienti fino a 2 Litri	352	380	+8,0	830	919	+10,8	2,36	2,42	+2,5
Vini sfusi o Recipienti superiori a 2 Litri	196	201	+2,6	104	97	-6,9	0,53	0,48	-9,4
Spumanti	35	43	+20,3	104	107	+2,1	2,95	2,50	-15,3
Mosti	4	7	+62,4	5	8	+56,5	1,26	1,22	-3,2
TOTALE VINI	587	631	+7,3	1.043	1.131	+8,4	1,78	1,79	+0,5

Fonte: elaborazioni da dati Istat

3.4. Il vino veneto e la crisi economica internazionale. I dati Export 2009

Secondo i dati provvisori della Direzione Sistema Statistico Regionale, le esportazioni di vino dal Veneto hanno registrato, durante il 2009, una situazione di sofferenza: rispetto all'anno precedente le quantità esportate sono rimaste pressoché invariate, mentre il valore si è ridotto del 3% (Figura 5). Anche le imprese vitivinicole venete, come quelle delle altre principali regioni italiane esportatrici, hanno vissuto le difficoltà commerciali che la crisi economica mondiale ha indotto (Figura 6).





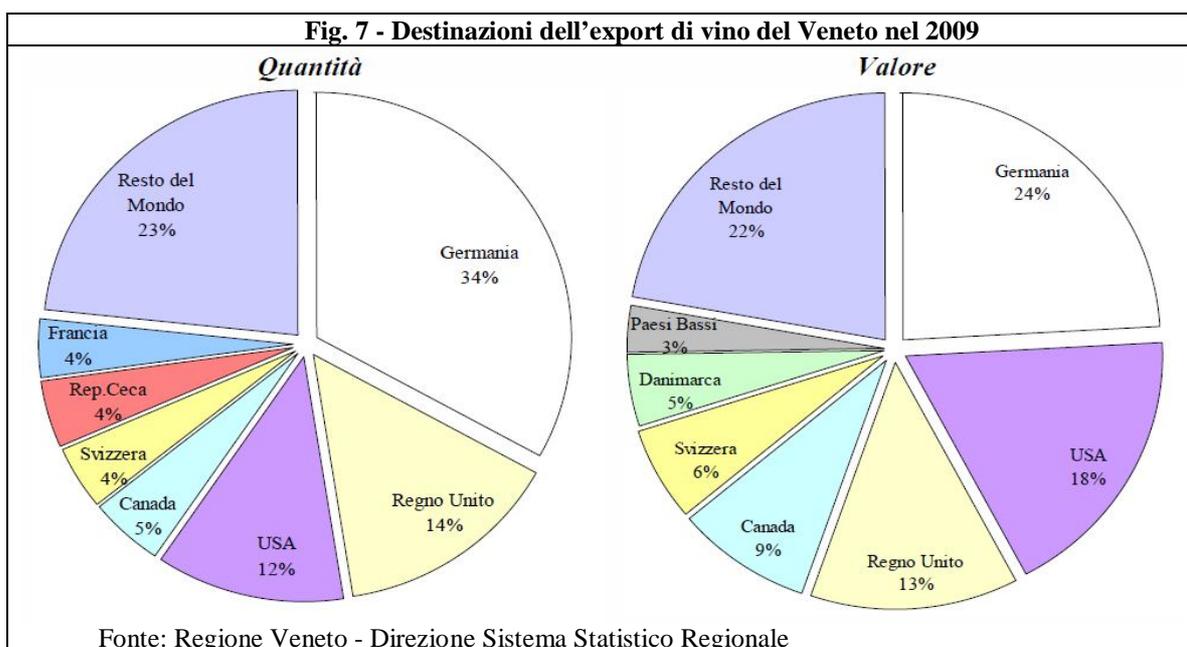
Gli sbocchi commerciali delle imprese vitivinicole venete sono stati, anche durante il 2009, focalizzati in particolare modo sul mercato europeo (Tabella 6), mentre le altre aree geografiche hanno subito una forte battuta d'arresto.

Tab. 6 - Esportazioni di vino dal Veneto nei cinque continenti, 2006-2009

Esportazioni di vino in quantità (000 KG)	2006		2007		2008		2009	
	Valore	%	Valore	%	Valore	%	Valore	%
Esportazioni di vino in quantità (000 KG)	472.128	100%	502.961	100%	493.122	100%	492.796	100%
Europa	384.889	81,5%	411.008	81,7%	398.881	80,9%	404.402	82,1%
Americhe	76.099	16,1%	79.606	15,8%	80.810	16,4%	75.993	15,4%
Asia	9.405	2%	10.015	2%	10.981	2,2%	10.519	2,1%
Oceania	1.430	0,3%	1.711	0,3%	1.908	0,4%	1.315	0,3%
Africa	346	0,1%	621	0,1%	542	0,1%	568	0,1%
Esportazioni di vino in valore (000 €)	901.837	100%	979.732	100%	1.050.663	100%	1.019.648	100%
Europa	611.261	67,8%	681.593	69,6%	734.147	69,9%	736.562	72,2%
Americhe	260.167	28,8%	263.846	26,9%	278.128	26,5%	248.734	24,4%
Asia	26.210	2,9%	28.187	2,9%	31.888	3%	29.127	2,9%
Oceania	3.394	0,4%	4.571	0,5%	5.095	0,5%	3.827	0,4%
Africa	805	0,1%	1.536	0,2%	1.404	0,1%	1.398	0,1%

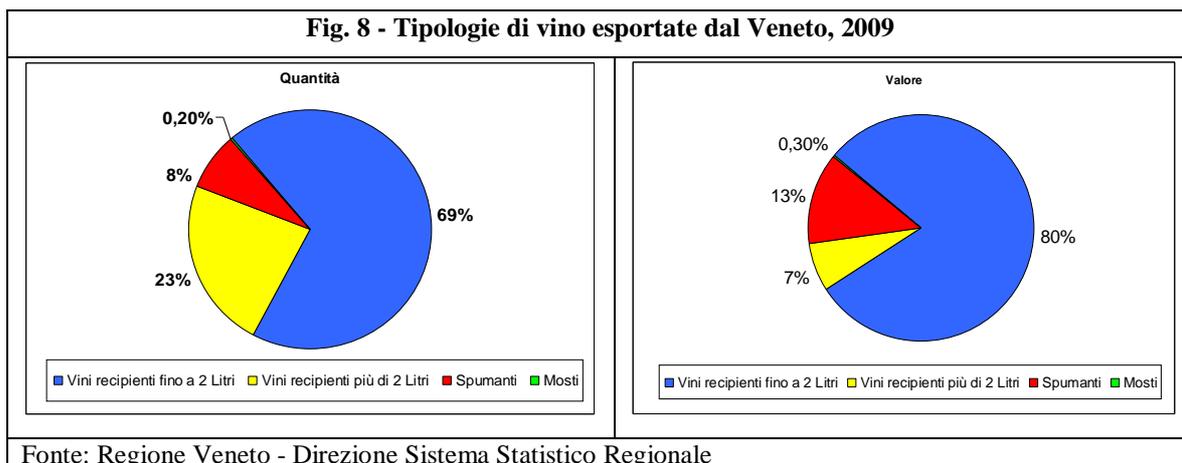
Nelle Americhe e in Asia, dove le imprese hanno potuto puntare sulla disponibilità a pagare dei consumatori, si segnalano, rispetto all'anno precedente, cali più consistenti in valore che in quantità.

Nel dettaglio, le Americhe perdono 6 punti percentuali in quantità e ben 10 in valore, mentre l'Asia 4 in quantità e 9 in valore



La Figura 7 consente di analizzare in dettaglio i principali Paesi raggiunti, il cui peso rimane pressoché inalterato rispetto al 2008. Germania, Regno Unito e Stati Uniti sono i tre principali acquirenti di vino dal Veneto. Mentre la Germania e il Regno Unito si orientano verso le convenienze di prezzo gli Stati Uniti, insieme al Canada, assicurano buone valorizzazioni

Le esportazioni si concentrano sui vini in bottiglia o in altri recipienti di capacità non superiore a due litri, ma il loro peso è calato rispetto all'anno precedente di ben 6 punti percentuali in quantità e 10 in valore (**Figura 8**).



Le statistiche ISTAT consentono un'analisi dell'export dei vini, rossi e bianchi, a denominazione di origine del Veneto, confezionati in bottiglia o in altri recipienti con capacità non superiore a due litri.

Tab. 7 - Esportazioni di vini a denominazione di origine veneti in bottiglia o in altri recipienti con capacità non superiore a due litri nel periodo 2007-2009 (€kg) e aggiornamento al primo quadrimestre 2010

	2007	2008	2009	Var. 2007-2008	Var. 2008-2009	I inquad. . 2009	I inquad. . 2010	Var. I inquad. 2009-2010
Vini Bianchi								
Quantità (t)	49.713	43.159	40.071	-13,2%	-7,2%	12.834	12.005	-6,5%
Valore (000€)	96.734	84.189	79.790	-13%	-5,2%	25.068	24831	-0,9%
Prezzo medio (€/Kg)	1,95	1,95	1,99	+0,3%	+2,1%	1,95	2,07	+6,2%
Vini Rossi								
Quantità (t)	43.388	37.809	34.423	-12,9%	-9%	10.145	14.948	+47,3%
Valore (000€)	127.054	114.593	101.780	-9,8%	-11,2%	29.920	60.330	+101,6%
Prezzo medio (€/Kg)	2,93	3.03	2,96	3,5%	-2,4%	2,95	4.04	+36.9%

Fonte: elaborazioni da dati Istat

Nel 2009 l'orientamento internazionale per questi vini resta connotato da molte criticità. Già nel 2008 si era verificata una grave riduzione degli sbocchi commerciali in quantità e valore, che si è riproposta anche nell'anno successivo (Tabella 7).

Negli altri principali mercati, così come nel "resto del mondo", si notano, invece, variazioni positive delle quantità vendute però di modesta entità, realizzate anche attraverso politiche di competizione di prezzo, soprattutto nel mercato nord-americano.

I vini veneti hanno ridotto i flussi di vendita all'estero con un'accentuata perdita del valore, ciò si può addurre anche alla concomitante crisi economica mondiale, che ha registrato difficoltà nel garantire la valorizzazione del prodotto (Tabella 8).

	<i>Bianchi</i>			<i>Rossi</i>		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Germania	1,61	1,77	1,78	1,84	1,9	1,96
UK	1,46	1,50	1,55	2,32	2,51	2,3
USA	3,33	3,7	2,67	3,90	3,92	3,95
Canada	3,22	3,5	3,3	4,58	4,40	4,38

Fonte: elaborazioni da dati Istat

Le quotazioni risentono delle tensioni di mercato; solo la Germania conferma la progressiva tendenza della domanda ad aumentare la disponibilità a pagare.

L'aggiornamento al primo quadrimestre 2010 mostra alcuni segnali incoraggianti (Tabella 7). Per i vini tipici bianchi veneti si conferma la situazione di calo. Al contrario, quelli rossi sembrano essere favoriti da richieste ben superiori allo stesso periodo dell'anno precedente, caratterizzate da un'affermazione di prezzo molto sostenuta. La possibilità che questa tendenza possa perdurare durante tutto il 2010 dovrà tuttavia essere verificata.

3.5. L'approccio ai mercati esteri delle piccole imprese vitivinicole venete

Una recente ricerca condotta da Roberta Capitello, Martina Gottardo e Lara Agnoli dell'Università di Verona ha analizzato i modelli strategici adottati nell'approccio ai mercati internazionali dalle piccole imprese vitivinicole venete focalizzate sull'offerta di vini tipici. È stata svolta un'indagine tramite questionario presso un campione ragionato di 26 imprese vitivinicole di piccole dimensioni situate nelle province di Verona e Vicenza. L'analisi delle informazioni raccolte ha consentito di descrivere le principali caratteristiche delle imprese e individuare quattro diversi orientamenti all'estero, evidenziando le variabili critiche di sviluppo.

Il questionario utilizzato per l'intervista è stato formulato per acquisire informazioni sulle imprese con riferimento a tutte le aree strategiche aziendali, ponendo particolare attenzione ai comportamenti sui mercati esteri. Il questionario è stato articolato in sei sezioni: dimensione aziendale e organizzativa, identità produttiva e portafoglio prodotti, strategie di commercializzazione in Italia e nei principali mercati d'esportazione, strategie di comunicazione, fattori critici di successo e prospettive di sviluppo.

Le imprese intervistate presentano un'ampiezza media del vigneto di 28 ettari, ma più della metà di esse dispongono di una superficie vitata inferiore a 25 ettari. Quasi in tre quarti delle imprese prevale ampiamente la produzione di uve per vini DOCG-DOC, mentre quelle per vini IGT svolgono un ruolo modesto.

Caratteristica comune è la gestione familiare. Alcune imprese emergono per la lunga vocazione familiare nel settore vitivinicolo, che ha consentito un forte radicamento nella tradizione locale, la realizzazione di consistenti investimenti in campo e in cantina e la specifica dotazione di knowhow, esperienza e cultura d'impresa. Altre imprese sono state costituite di recente, ex-novo, da giovani viti-vinicoltori, nelle quali si nota come la cultura e la passione per il mondo del vino sono insite, non solo nella vita professionale, ma anche nella sfera privata, e ciò conduce spesso ad impegnarsi in intense ed originali attività di sperimentazione.

Marca aziendale e marchio collettivo sono valorizzati da una forte propensione all'imbottigliamento e dalla focalizzazione del portafoglio prodotti sulle produzioni dell'area di origine, che determina in molte imprese l'offerta di vini fregiati da una sola denominazione.

Mediamente un'impresa detiene 8,5 referenze, in prevalenza vini a denominazione di origine, e in minor misura a IGT. Sono poche le imprese che stanno intraprendendo politiche di differenziazione dell'offerta.

Considerando le aree di destinazione estera, gli imprenditori servono soprattutto i mercati del Centro Europa, in particolare l'area tedesca (Germania e Svizzera) e il Regno Unito, e del Nord America (Stati Uniti e Canada). Negli ultimi anni si stanno rafforzando le destinazioni asiatiche (Giappone) e del Nord Europa.

Si nota una forte concentrazione degli sbocchi commerciali, specie nelle imprese che da poco tempo si sono avvicinate ai mercati esteri; solo quelle a più lunga tradizione internazionale mostrano un portafoglio paesi consistente, che al massimo arriva a

comprendere 10-15 nazioni. Tuttavia, si è rilevato come la crescente propensione all'export conduca ad un rapido allargamento delle destinazioni.

Le imprese intervistate tendono a ridurre la lunghezza dei canali distributivi, in particolare ricorrendo alla ristorazione specie per il mercato italiano e all'importatore per quelli esteri.

Per quanto riguarda la strategia di comunicazione, la maggior parte delle imprese manifestano scarsa propensione all'investimento. I canali di comunicazione attivati sono molteplici, ma le imprese si concentrano su pochi: le fiere di settore, le pubbliche relazioni e il sito internet.

Attraverso l'analisi statistica si è potuto individuare quattro gruppi omogenei di impresa. La Tabella 9 illustra le principali caratteristiche di questi gruppi, che possono essere interpretati come modelli strategici di approccio all'export.

Nel primo gruppo sono presenti quattro "Viti-vinicoltori giovani focalizzati sulle strategie di produzione" che operano in provincia di Vicenza. Si tratta di imprenditori di prima generazione che negli anni '90 del secolo scorso hanno fondato realtà vitivinicole che si sono affermate attraverso la focalizzazione su strategie che hanno puntato allo sviluppo della produzione in campo e in cantina.

Infatti, questo raggruppamento registra la dimensione produttiva più ampia rispetto agli altri gruppi in termini di superficie vitata, quantità di uve lavorate e volume di vendita. Si segnala l'adozione di strategie di differenziazione del portafoglio prodotti realizzate attraverso l'ampliamento dell'assortimento, che ha puntato alla crescita del numero delle referenze e del ruolo dei vini a IGT, e l'approfondimento dello stesso valorizzando le specificità aziendali con l'offerta di vini di alta gamma, anche Cru.

Queste imprese fanno ricorso, in maggior misura rispetto agli altri gruppi, alla Distribuzione Moderna, in quanto consente di attivare un canale corto che assicura buona diffusione del prodotto; si utilizza anche il canale lungo attraverso il grossista ma in misura meno rilevante. Per questo gruppo l'esperienza sui mercati internazionali è più recente e di minor impatto rispetto alle altre realtà intervistate, e le relazioni con l'estero non sono ancora del tutto consolidate, anche in termini di sicurezza degli sbocchi e di *feedback* conoscitivi di mercato. Prevalgono le relazioni commerciali con l'Europa centrale e settentrionale, ponendo attenzione alla penetrazione in nuovi

mercati, in crescita, caratterizzati da minori tensioni competitive e basso rischio di mercato.

Il secondo gruppo si compone di “Piccole imprese attente agli sbocchi esteri”. Infatti si tratta delle imprese che presentano le caratteristiche strutturali, organizzative e produttive di minor scala, ma con forte orientamento ai mercati internazionali, cresciuto negli anni più recenti a partire dal 2000.

Il portafoglio prodotti è concentrato sulle denominazioni di origine dell’area geografica di appartenenza, con la presenza anche di IGT, ma solo per cercare di ampliare il paniere di prodotti, e in modo da soddisfare le esigenze di una molteplicità di consumatori anche dal punto di vista del prezzo. Si predilige l’intermediazione dell’importatore per raggiungere i mercati più lontani o caratterizzati da vincoli commerciali e regolamentari. Queste imprese si mostrano attive nell’impegno in attività di comunicazione perché ritengono importante la cura dell’immagine aziendale e il monitoraggio dei rapporti interpersonali con i partner per il buon fine degli scambi commerciali internazionali. In questo ambito, la presenza in fiere di settore è considerata il mezzo più idoneo per favorire l’incontro tra operatori del settore vitivinicolo.

Nel terzo gruppo sono presenti le “Imprese storiche concentrate sulla penetrazione in nuovi mercati esteri”. Dal punto di vista strutturale e organizzativo queste imprese mostrano degli elementi di similitudine con il gruppo 2, ma durante gli anni '90 del secolo scorso si sono caratterizzate per una crescente frequenza di scambi con i paesi esteri, che con il passare degli anni si sono ulteriormente ampliati e consolidati, assorbendo la metà delle vendite. Questo gruppo si concentra sull’esportazione di vini di qualità a denominazione di origine e in minor misura ad indicazione geografica tipica. Essendo già da tempo presenti nei mercati esteri tradizionalmente sbocco per le produzioni italiane, esse pongono oggi come principale obiettivo la penetrazione nei paesi nuovi consumatori. Per questo motivo, esse curano in modo minuzioso i rapporti con i partner esteri, per creare legami stabili e continui, che possano garantire anche una durevole commercializzazione dei propri prodotti. A questo scopo, l’importatore viene ad assumere un ruolo importante, perché intermediario diretto tra mercato e imprese, nonché fonte certa per acquisire informazioni aggiornate sulle diverse situazioni-paese.

Le imprese che formano il quarto gruppo sono “Imprese dinamiche focalizzate su segmenti di mercato di alta gamma”. Si nota una forte attenzione all’evoluzione dei gusti dei consumatori esteri, poiché si punta a concentrare l’impegno di risorse umane e materiali sulla qualità dei prodotti.

	GRUPPO 1 Vitivinicoltori giovani focalizzati sulle strategie di produzione (n = 4)	GRUPPO 2 Piccole imprese attente agli sbocchi esteri (n = 10)	GRUPPO 3 Imprese storiche concentrate sulla penetrazione in nuovi mercati esteri (n = 5)	GRUPPO 4 Imprese dinamiche focalizzate su segmenti di mercato di alta gamma (n = 7)
Dimensione				
Superficie vitata nel 2007 (ha)	53,5	20,1	20,3	29,0
Quantità di uva lavorata (t)	556	199	246	289
Quantità di vino venduto nel 2007 (bottiglie, 0,75l)	437.250	113.800	152.000	248.142
Portafoglio prodotti				
Peso delle vendite di vino a denominazione di origine in bottiglia	61%	86%	84%	92%
Ampiezza portafoglio vini a denominazione di origine e a IGT (numero referenze)	9,3	5,8	7	10,4
Ampiezza portafoglio vini a denominazione di origine (numero referenze)	7,5	4,8	5,2	8,7
Ampiezza portafoglio vini cru (numero referenze)	6	1,1	1,4	2
Strategie di commercializzazione all'estero				
Incidenza dell'export (2007)	35%	73%	51%	49%
Incidenza sull'export del vino a denominazione di origine	53%	86%	86%	85%
Numero di paesi raggiunti (2007)	3,8	3,8	2,8	5,9
Esperienza all'estero (n. anni)	13,2	16,6	24,8	20
Incidenza sull'export di:				
- Germania (2007)	43%	17%	1%	21%
- USA (2007)	9%	22%	20%	6%
- Svizzera (2007)	6%	16%	15%	19%
- Paesi Bassi (2007)	13%	3%	0%	5%
- Gran Bretagna (2007)	0%	2%	4%	10%
Canali di distribuzione all'estero:				
- importatore	75%	95%	96%	43%
- ristorazione	13%	4%	4%	63%
- grossista	18%	0%	0%	8%
- distribuzione moderna	25%	3%	0%	10%
Grado di utilizzo manifestazioni fieristiche	81%	88%	0%	37%

Legenda: questa tabella riporta le medie di gruppo

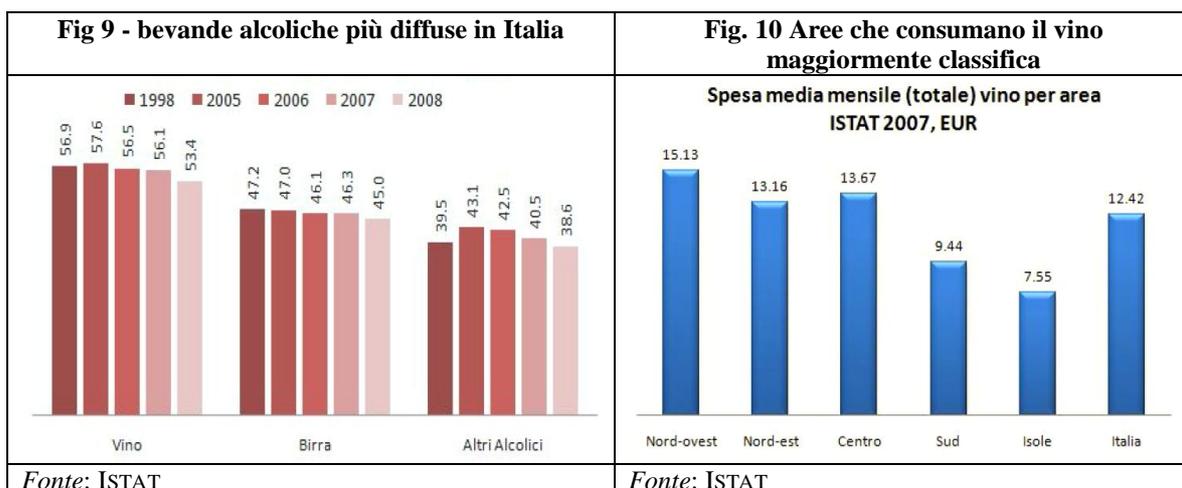
Infatti, queste imprese sono perennemente alla ricerca di nuovi prodotti e nuove referenze per aumentare il prestigio dei vini e la reputazione aziendale. Esse pongono particolare attenzione alle denominazioni di origine, rivolgendosi ad una fascia di consumatori preparati ed esigenti. Si osserva la più ampia gamma di prodotti che raggiungono un considerevole numero di paesi esteri.

La ristorazione rappresenta il canale distributivo privilegiato. Dovendo rapportarsi con una molteplicità di paesi ciascuno con proprie caratteristiche distintive in termini di gestione commerciale e preferenze dei consumatori, questo gruppo si differenzia dagli altri perché è attento nel mettere in atto meccanismi di adattamento delle strategie di marketing, in particolare per quanto riguarda la comunicazione e la promozione.

Alla luce dei modelli strategici all'export individuati, è possibile tracciare alcune prospettive di sviluppo. Per il primo gruppo si evidenzia la necessità di caratterizzare la propria linea produttiva anche dal punto di vista della comunicazione, al fine di far fronte a una competizione internazionale molto agguerrita. Il secondo gruppo, che punta sulla copertura di ampi segmenti di mercato, dovrà adeguare le proprie strategie di marketing per affrontare la numerosità dei concorrenti e la sostituibilità di prodotto. Il terzo gruppo, dotato della capacità di cercare nuovi sbocchi di mercato diversi dai concorrenti, potrebbe trovarsi a sostenere nuovi rischi di mercato e ciò richiede consapevolezza. Infine, il quarto gruppo riscuote un'alta reputazione, ma deve tenere in considerazione che i segmenti di mercato serviti richiedono un monitoraggio continuo e conseguenti strategie di adattamento.

In conclusione, si evidenzia che le imprese oggetto di indagine mostrano difficoltà nell'investire in strategie comuni: pur presentando tratti simili, ognuna agisce singolarmente, spesso in concorrenza con le altre, in aspetti quali la promozione, la comunicazione e le politiche di penetrazione sui mercati esteri, che invece se condotte in maniera coordinata e collaborativa potrebbero assumere ben più ampia valenza in termini di risorse investite e di impatto sul mercato.

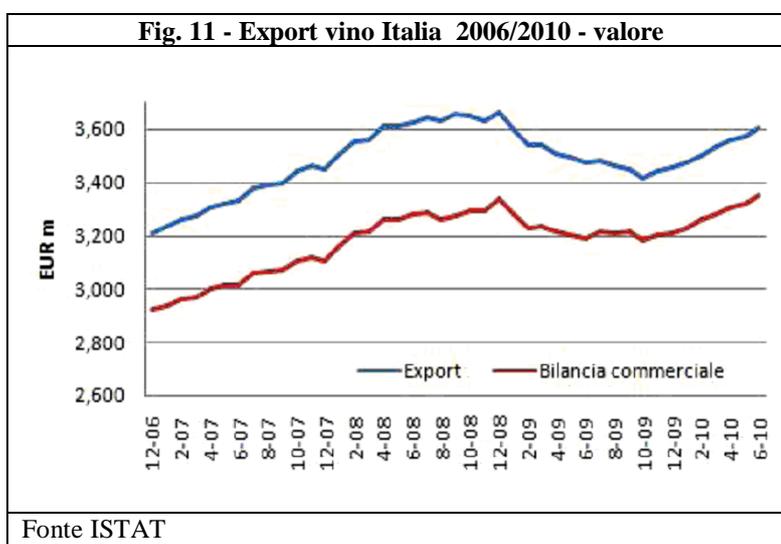
3.6. Produzioni e Consumi Italia e Veneto nel primo semestre 2010



L'ISTAT traccia un profilo preciso di quanto spendono le famiglie italiane per tipologia e per zona: il vino resta la bevanda più comprata e diffusa in Italia (figura 9).

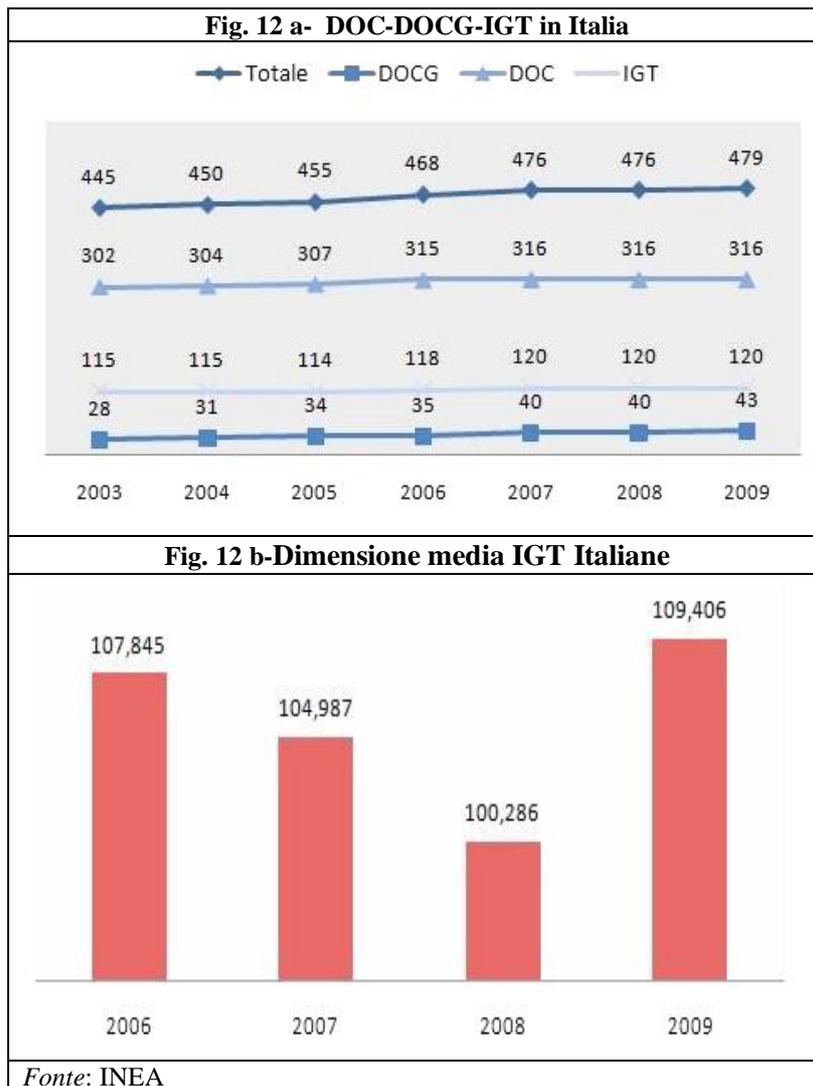
La sottoregione con la maggior spesa media è il Nord Ovest (15 euro), mentre quella con la maggior penetrazione è il centro-Italia con il 46%, seguono il Nord-Est, il Sud e l'Italia Insulare (figura 10).

In giugno le esportazioni di vino hanno beneficiato di un aumento chiudendo il semestre con un progresso abbastanza positivo (figura 11). Il recupero è guidato, dagli spumanti seguita da una buona richiesta del vino sfuso. Negli ultimi 2 mesi dell'anno le esportazioni



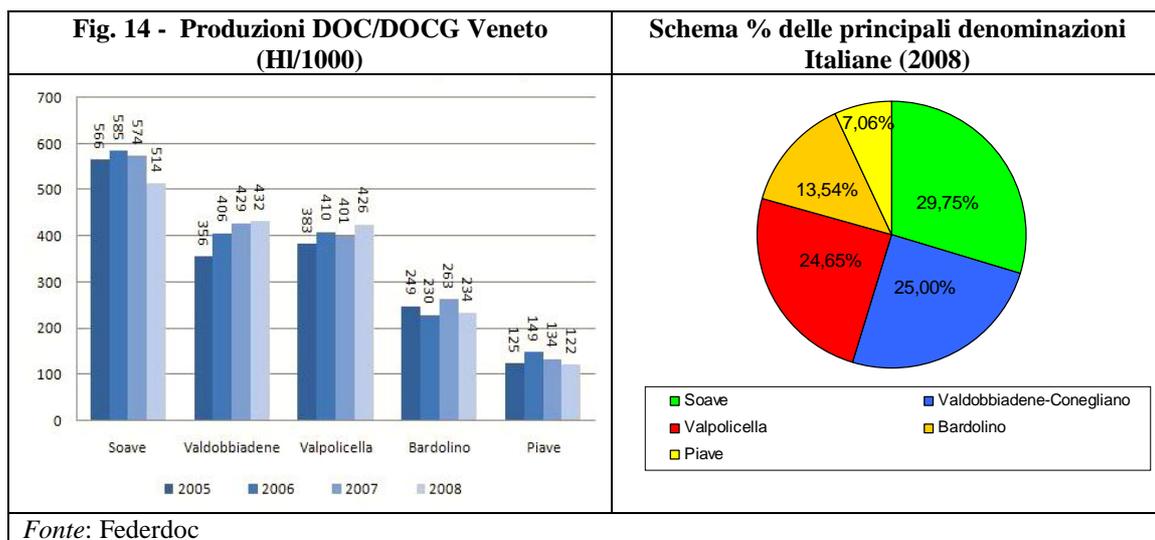
di vino si stanno di nuovo avvicinando al massimo storico di due anni fa 2008); nello stesso tempo, le aspettative sulla crescita economica mondiale si sono affievolite.

Le informazioni sulle DOC/DOCG pubblicate da INEA e aggiornate al 31 luglio 2009, mostrano che in Italia a quella data c'erano 479 denominazioni (Figura 12 a), 3 in più del 2008 (il Dolcetto di Ovada, il Prosecco di Asolo e di Conegliano-Valdobbiadene hanno ottenuto la DOCG; il Prosecco di pianura la DOC). Si tratta di un incremento netto di 3 denominazioni, di cui due sono nel Veneto un'altre in Piemonte). Data la stasi della



produzione di vino e il leggero potenziamento delle denominazioni, non ci sono buone notizie sulla dimensione media per denominazione, che resta intorno ai 40 mila ettolitri di vino all'anno, troppo poco per avere un potenziale di promozione di tutto lo spettro. Meglio sembrano i dati delle 120 IGT italiane, che invece viaggiano intorno a 109 mila ettolitri per denominazione, un livello più interessante, che potrebbe consentire una più attiva promozione del marchio (Fig. 12 b).

Fig. 13 a- Produzione vino in Ettolitri							Fig. 13 b- Superfici rivendicate in Ettari				
	2005	2006	2007	2008	2008/07	2008/media		2005	2006	2007	2008
Soave	565,701	584,710	574,173	514,448	-10%	-11%	Soave	6,123	6,441	5,859	4,766
ConeglianoValdobbiadene	356,296	406,471	428,711	431,862	1%	9%	ConeglianoValdobbiadene	4,362	4,622	4,909	4,942
Valpolicella	383,193	409,676	400,750	425,652	6%	7%	Valpolicella	5,826	6,034	6,591	6,074
Bardolino	248,700	229,644	263,415	233,717	-11%	-5%	Bardolino	3,123	3,168	3,157	2,795
Piave	124,557	148,503	134,230	121,584	-9%	-10%	Piave	1,883	2,195	1,599	1,536
BiancoCustoza	99,462	112,354	104,244	105,066	1%	0%	BiancoCustoza	1,401	1,406	1,386	1,165
ColliBerici	85,494	101,968	89,525	87,809	-2%	-5%	ColliBerici	1,315	1,445	865	1,153
LisonPramaggiore	101,418	89,226	104,933	76,751	-27%	-22%	LisonPramaggiore	1,506	1,326	106	76
Valdadige	54,366	68,492	71,519	61,183	-14%	-6%	Valdadige	551	694	727	666
ColliEuganei	44,355	50,756	47,401	49,328	4%	4%	ColliEuganei	846	915	359	841
Vicenza	44,002	62,129	58,999	48,494	-18%	-12%	Vicenza	597	785	604	573
Gambellara	47,652	56,408	46,904	43,119	-8%	-14%	Gambellara	690	781	398	495
Garda(Vr)	28,019	38,285	30,660	34,444	12%	7%	Garda(Vr)	407	530	409	430
MontiLessini	22,055	27,371	27,018	27,407	1%	8%	MontiLessini	237	318	310	274
Arcole	11,707	22,448	30,667	23,804	-22%	10%	Arcole	158	280	305	245
Breganze	14,520	19,741	23,853	20,656	-13%	7%	Breganze	280	337	266	424
MontelloeColliAsolani	15,673	21,442	22,075	18,727	-15%	-5%	MontelloeColliAsolani	266	360	347	288
Lugana(Vr)	8,576	12,054	13,330	10,703	-20%	-5%	Lugana(Vr)	184	193	170	124
Merlara	7,272	8,900	8,188	7,222	-12%	-11%	Merlara	94	108	93	80
BagnolidiSopra	7,552	8,559	6,870	6,379	-7%	-17%	BagnolidiSopra	129	129	85	88
CortiBenedettinedelPadova	4,895	6,210	4,082	5,176	27%	2%	CortiBenedettinedelPadova	68	72	42	61
BardolinoSuperiore	3,107	3,376	3,373	3,271	-3%	0%	BardolinoSuperiore	70	69	55	57
ReciotoSoave	1,844	3,075	2,295	2,808	22%	17%	ReciotoSoave	169	459	106	52
SoaveSuperiore	1,113	4,500	3,314	2,707	-18%	-9%	SoaveSuperiore	20	101	49	37
ColliConegliano	2,542	3,446	3,133	2,523	-19%	-17%	ColliConegliano	71	84	85	72
ValdadigeTerradeiForti	688	679	934	956	2%	25%	ValdadigeTerradeiForti	11	9	13	62
RivieradelBrenta	989	2,497	1,335	814	-39%	-49%	RivieradelBrenta	19	32	12	9
Totale	2,285,748	2,502,520	2,505,931	2,366,610	-6%	-3%	Totale	30,406	32,893	28,850	27,385

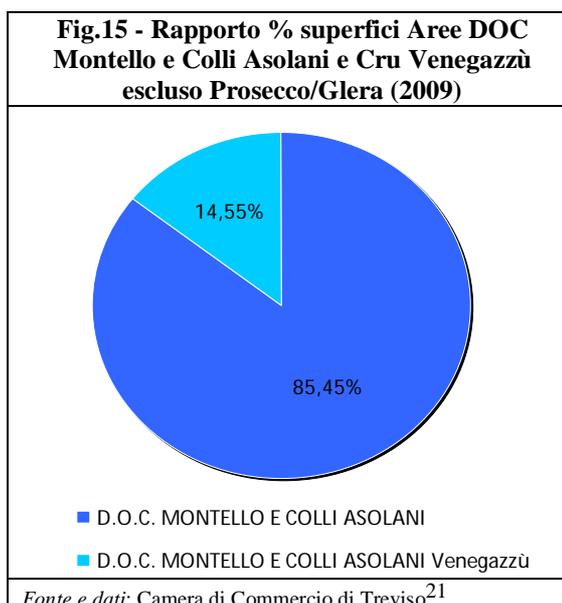


In Veneto, perciò, si contano 27 denominazioni, con 58782 aziende iscritte e 70743 ettari iscritti all'albo, secondo Federdoc. Di queste sembrerebbe che soltanto 22740 abbiano invece denunciato una produzione, con soltanto 27835 ettari che produrrebbero 3.5 milioni di quintali di uva e 2.4 milioni di ettolitri di vino. Se si osserva nella tabella i dati sulle superfici di Lison Pramaggiore (figura 13 a e figura 13 b), si avrebbe qualche dubbio su come siano costruiti dati diffusi (nello specifico di questa DOC, la produzione di 76 mila ettolitri si confronta con superfici denunciate di 76 ettari).

Se andiamo nel dettaglio delle DOC possiamo identificare le principali aree dove la produzione è calata (figura 14): il Soave resta la prima DOC, ma scende del 10% a 514mila ettolitri, il Bardolino scende dell'11% a 233mila hl e la DOC Piave scende del 9% a 122mila ettolitri. 100 mila dei 140mila ettolitri perduti sono in queste tre denominazioni, ma sono anche in calo Lison Pramaggiore (-27% a 77mila hl), Vicenza e Gambellara. Tra le grandi denominazioni di origine sono in progresso Conegliano-Valdobbiadene²⁰ (+9% a 432mila ettolitri), supportato da una costante crescita delle superfici denunciate, ormai prossime ai 5000 ettari. Lo stesso vale per la Valpolicella, dove la produzione raggiunge i 425mila ettolitri, terza nella classifica regionale, +7%, in questo caso nonostante un calo delle superfici denunciate da 6500 a 6000 ettari.

3.7. Analisi Statistica sulle uve, sul vino e sulla superficie a Vigneto dell'area Montello e Colli Asolani

In base ai dati diffusi dalla Camera di Commercio di Treviso (statistica denuncia delle uve vendemmia 2009) è stato stimato che la sotto-zona Venegazzù rappresenta il 14,55% dell'intera superficie totale (figura 15) dell'area DOC Montello e Colli Asolani (circa 19500 ettari²²). Nella figura 16 si può osservare la ripartizione percentuale della superficie Montello e colli Asolani dei vini atti a DOC, escludendo il Prosecco.



Dalla vendemmia 2008 c'è stata la richiesta di modifica del disciplinare di produzione del "Rosso Montello e Colli Asolani", ovvero è stata cambiata la percentuale di combinazione delle singole varietà consentite. Prima di tale modifica del *blend* il

²⁰ Dal 2009 come per l'Asolo Prosecco, quest'area può encomiarsi del marchio DOCG.

²¹ Statistica denuncia delle uve VENDEMMIA 2009 Montello, Camera di Commercio Treviso.

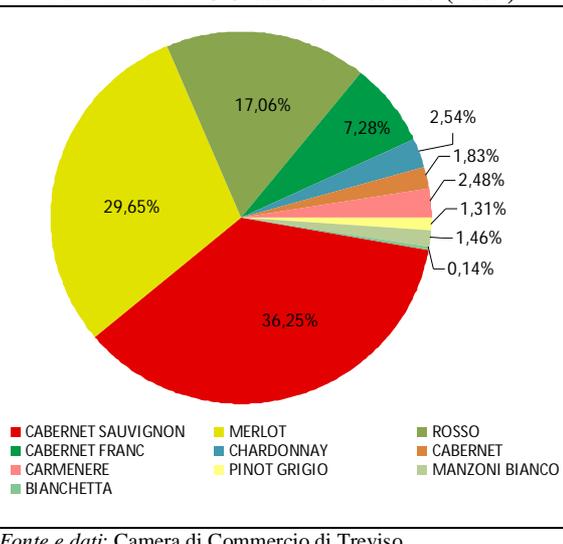
²² -Il Gusto del Suolo, VIII° international terroir congress- Veneto Agricoltura e CRA-VIT

vitigno di prevalenza era il Merlot; dalla vendemmia 2008 è stata variata volutamente la percentuale d'uvaggio, poiché negli ultimi 20 anni la base ampelografica dei vigneti della DOC Montello e Colli Asolani era mutata, cioè si era ridotta la superficie di Merlot ed era aumentata quella di Cabernet sauvignon (figura 16).

La percentuale, indicata nel Disciplinare di produzione, deve essere fra il 50-70% di Cabernet sauvignon; la differenza,

senza essere vincolati dalle percentuali fisse come sanciva il precedente disciplinare, è a scelta fra Merlot, Cabernet franc e Carmenère.

Fig. 16 - % superficie, Montello e Colli Asolani, dei vini atti DOC escluso Prosecco (2009)

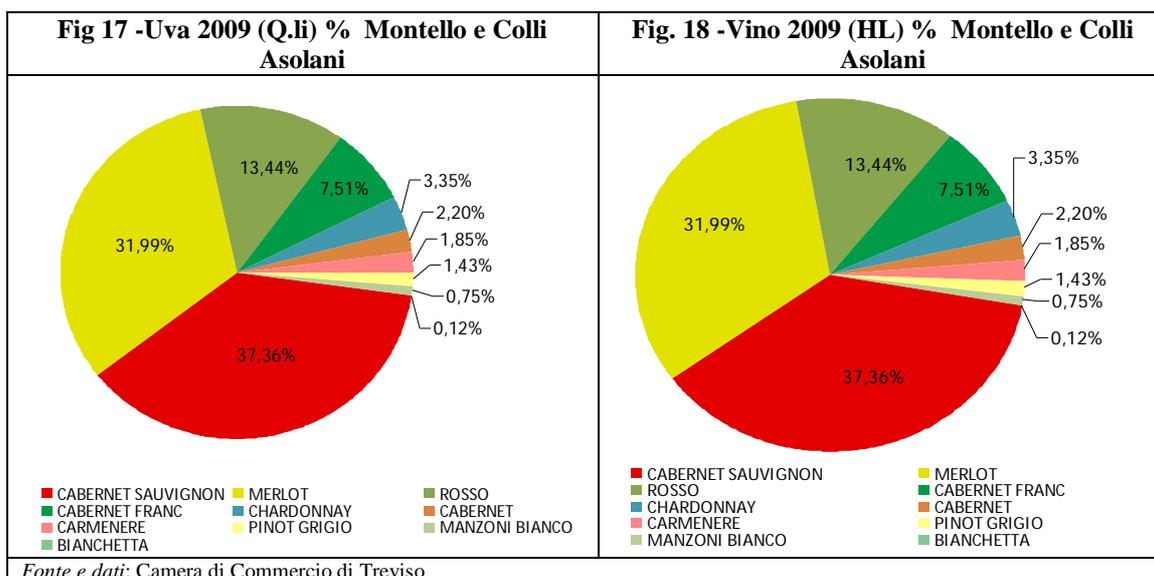


Tab. 10 Dati Vendemmia dell'area DOC Montello e Colli Asolani escluso Prosecco (2009)

D.O.C. MONTELLLO E COLLI ASOLANI	UVA (Kg)	Vino (Litri)	Sup. (mq)
Bianchetta	840	588	1178
Manzoni Bianco	5210	3647	12055
Pinot Grigio	9900	6930	10784
Carmenere	12780	8946	20500
Cabernet	15220	10654	15102
Chardonnay	23200	16240	20970
Cabernet franc	52025	36418	60132
Montello e Colli Asolani Rosso	93055	65139	140818
Merlot	221540	155078	244830
Cabernet Sauvignon	258686	181080	299271

D.O.C. Cru Venegazzù	UVA (Kg)	Vino (Litri)	Sup. (mq)
Venegazzù	117744	82421	140532

Fonte e dati: Camera di Commercio di Treviso



Nelle figure 17 e 18, attraverso i dati della camera di commercio di Treviso, sono state evidenziate le percentuali dei Kg d'uva stimati nel distretto con la loro corrispettiva resa in vino. Le stime sono praticamente identiche.

Tab. 11 -Misure Stimate dell'area DOC/DOCG Montello e Colli Asolani (2009)			
	UVA (Kg)	Vino (Litri)	Sup. (mq)
D.O.C. MONTELLO E COLLI ASOLANI & CRU VENEGAZZU'	<i>810200</i>	<i>567141</i>	<i>966172</i>
D.O.C.G. COLLI ASOLANI PROSECCO O ASOLO PROSECCO	1.372.601	960.821	1.323.029

Fonte e dati: Camera di Commercio di Treviso

La superficie a DOCG del Prosecco (tabella 11) è molto più ampia della DOC dei vini rossi e dei bianchi, ciò è accaduto negli ultimi anni a causa dell'enorme successo che riscuote il Prosecco in tutto il mondo. Per questo motivo molti produttori della zona hanno reinnestato gran parte delle varietà a bacca rossa presenti con il Prosecco, più remunerativo e di facile vendibilità nel mercato.

Tab. 12 – IGT presenti sul distretto del Montello e Colli Asolani (2009)			
IGT	UVA (Kg)	Vino (Litri)	Sup. (mq)
IGT Colli Trevigiani	16.687.652	13.350.130	3.476.116
IGT delle Venezie	6.278.925	5.019.241	3.573.653
I.G.T. MARCA TREVIGIANA	126.697.469	101.356.436	62.806.663
IGT del Veneto	49.741.965	39.775.075	29.007.463
IGT Veneto ORIENTALE	442.539	354.031	378.176

Fonte: Camera dei Commercio Treviso

La denominazione ad IGT più usata nell'area Montello e Colli Asolani è "I.G.T. Marca Trevigiana", seguita dalla "IGT Veneto" e da quella dei "Colli Trevigiani" (tabella 13). I vini IGT che hanno origine da questa zona per la maggior parte sono tutti tagli bordolesi.

Tab. 13 – Raffronto produzioni e superficie delle aree del Prosecco D.O.C.G.			
	UVA (Kg)	Vino (Litri)	Sup. (mq)
D.O.C.G. Colli Asolani Prosecco o Asolo Prosecco.	1.372.601	960.821	1.323.029
D.O.C.G. Conegliano-Valdobbiadene Prosecco.	54.991.924	38.494.531	42.181.295
D.O.C.G. Conegliano-Valdobbiadene Prosecco Spumante Superiore Rive.	1.502.120	1.051.488	1.196.879
D.O.C.G. Conegliano-Valdobbiadene Prosecco Sup. di Cartizze	1.069.565	748.699	891.498
<i>Fonte: Camera dei Commercio Treviso</i>			

Nella provincia di Treviso vi sono solo due distretti atti a DOCG: Asolo (che comprende anche il Montello) e Conegliano-Valdobbiadene (tabella 13).

Capitolo 4

ANALISI ECONOMICA STATISTICA DEL DISTRETTO VITI-VINICOLO MONTELLO E COLLI ASOLANI

Per semplificare l'indagine si è scelto di selezionare solo ed esclusivamente le aziende viti-vinicole aderenti al consorzio di tutela, Montello e Colli Asolani. Non tutte le aziende associate hanno partecipato all'indagine, ciò nonostante il campione interrogato può considerarsi attendibile.

4. Premessa

In una politica di marketing l'attività di ricerca è destinata ad avere un ruolo di primaria importanza in quanto è la base su cui è possibile un corretto approccio di mercato, un intervento di marketing nei suoi diversi aspetti quali il piano di marketing la segmentazione di mercato, il posizionamento del prodotto una politica di vendita e un piano di commercializzazione. Il valore delle informazioni di mercato dipende non solo dalla qualità dei dati che si riesce a raccogliere ma anche dalla valida e concreta interpretazione che ne viene elaborata. Per ottenere che la ricerca raggiunga il suo scopo, è essenziale che essa venga organizzata propriamente secondo quattro punti basilari:

- 1) stabilire gli obiettivi della ricerca;
- 2) evidenziare i metodi per il raggiungimento degli obiettivi;
- 3) ordinare organicamente i dati raccolti e sottoposti ad analisi;
- 4) ricavare le conclusioni operative.

LE AZIENDE VITI-VINICOLE DELL'AREA DOC/DOCG MONTELLO E COLLI ASOLANI

4.1. Introduzione

L'area DOC Montello e Colli Asolani è un distretto abbastanza recente se confrontato con altre realtà più vicine e conosciute. L'attività viticola presente per molti secoli nel territorio, ma mai valorizzata al meglio per ragioni storiche, politiche ed economiche, oggi sta incominciando lentamente ad evolversi supportata sia dall'attività di trasformazione della materia prima – l'uva –, dai processi di spumantizzazione, dal lavoro di valorizzazione del consorzio e delle singole cantine che seguendo la scia del successo del Prosecco possono dal 2009 fregiarsi del titolo di area DOCG, cioè il massimo della qualità nell'ambito del settore viti-vinicolo italiano. Il distretto è formato da una rete di attori, rappresentati dalle aziende stesse, dai fornitori, dai clienti e dalle istituzioni, che stringono una serie di rapporti di collaborazione più o meno proficui.

4.2. Obiettivi

In questa sede intendiamo evidenziare le caratteristiche importanti del distretto vitivinicolo DOC/DOCG del Montello e Colli Asolani i suoi punti di forza, di debolezza e le prospettive future, attraverso un'analisi dettagliata della struttura, delle relazioni distrettuali e delle strategie commerciali di un campione rappresentativo di aziende presenti in una fra le più piccole aree vitivinicole d'Italia. Verrà anche illustrato quali e che tipo di aziende operano nel mercato, i loro rapporti interdistrettuali, i mercati di destinazione dei loro prodotti, le attività di promozione promosse dalle aziende dell'area e quali rapporti hanno con il consorzio di tutela vini.

4.3. Materiali e metodi

Il metodo di ricerca adottato è stato il questionario, somministrato direttamente ai titolari delle aziende oggetto di indagine, compilato attraverso l'intervista diretta ai titolari stessi oppure agli enologi in collaborazione con i responsabili commerciali delle aziende. Spesso, a causa della numerosità delle domande e della multi-disciplinarietà

degli argomenti trattati (ad esempio, le strategie commerciali o la *mission* aziendale), è stato necessario rivedere alcuni punti del questionario con gli intervistati.

Si è scelto di sottoporre all'indagine 21 realtà viti-vinicole che fanno parte di un campione di aziende iscritte al Consorzio di Tutela Montello e Colli Asolani . Il numero delle aziende totali appartenenti al Consorzio è solo di poco maggiore rispetto al campione; alcune aziende sono state comunque contattate ma non hanno dato la loro disponibilità all'indagine.

Il Questionario proposto alle aziende partecipanti è costituito da 81 domande e diviso in 10 sezioni, ognuna riguardante un preciso argomento:

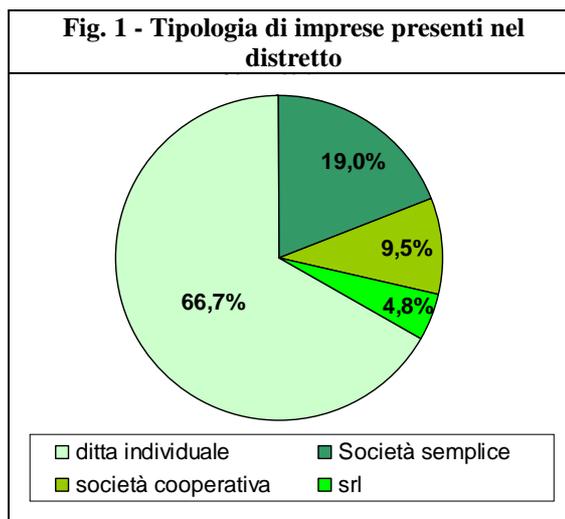
- Sezione A: Carattere generale dell'impresa.
- Sezione B: Rapporti con il distretto.
- Sezione C: Interrelazioni distrettuali.
- Sezione D: Impresa e distretto.
- Sezione E: Prodotti e mercati.
- Sezione F: Posizionamento strategico.
- Sezione G: Filosofia di mercato della cantina.
- Sezione H: Accoglienza e creazione di un evento.
- Sezione I: Rapporti con il consorzio.

Una sezione a parte è stata riservata alle due cooperative, facenti parte del campione, presenti nel distretto.

Le interviste si sono svolte nel periodo luglio – ottobre 2010, perciò tutti i dati produttivi fanno riferimento al 2009.

4.4. Il campione: caratteristiche generali delle imprese.

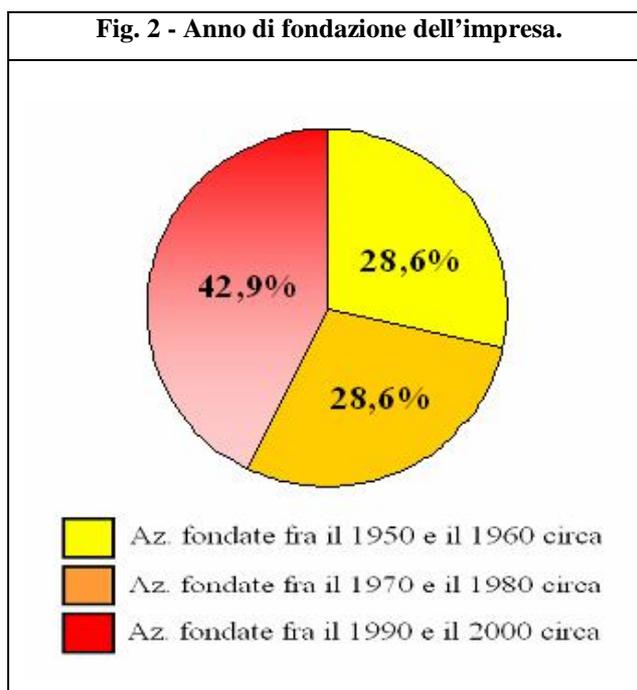
Le aziende sottoposte ad indagine (figura 1) sono quasi per la maggior parte ditte individuali (il 66,7% del campione), seguite dalle società semplice per il 19,%. Le società a responsabilità limitata e le cooperative costituiscono la parte più esigua del campione (rispettivamente il 9,5% ed il 4,8%).



L'anno di fondazione delle imprese (figura 2) va dal 1949 al 2006, anno in cui si sono avuti ad esempio fenomeni di allargamento di base societaria.

Il 28,6% delle aziende interpellate sono state fondate fra il 1950 e la fine degli anni '60 (figura 2); il 28,6% ha una data di costituzione fra il 1970 e la fine degli anni '80. Il 42,9% delle rimanenti aziende

dichiara che la propria costituzione attorno all'anno 2000. Ciò dimostra che nonostante l'alta vocazionalità viti-vinicola dell'area elogiata anche in epoche passate e riconfermata con gli ultimi studi di zonazione, la viticoltura propriamente "moderna" si è sviluppata solamente da circa una cinquantina d'anni, rispetto ad altre zone vicine di più rinomato prestigio. Poco più del 90% delle aziende presenti nel distretto (figura 3) non appartengono a nessun gruppo



industriale o agro-alimentare a eccezione del 9,52% dei casi con aziende situate sia all'interno dell'area DOC/DOCG, sia in altre province venete.

In sintesi il 90,5% delle aziende sono di tipo agricolo, mentre il 9,5% non lo sono anche se posseggono le strutture per vinificare.

Il 38,1% delle aziende facenti parte del campione ha un fatturato inferiore o uguale ai 100.000 euro (figura 4); una percentuale superiore, d'altro canto (il 19%) rappresenta quella parte del campione che ha dichiarato un fatturato superiore o compreso fra i 100 mila e i 200 mila euro.

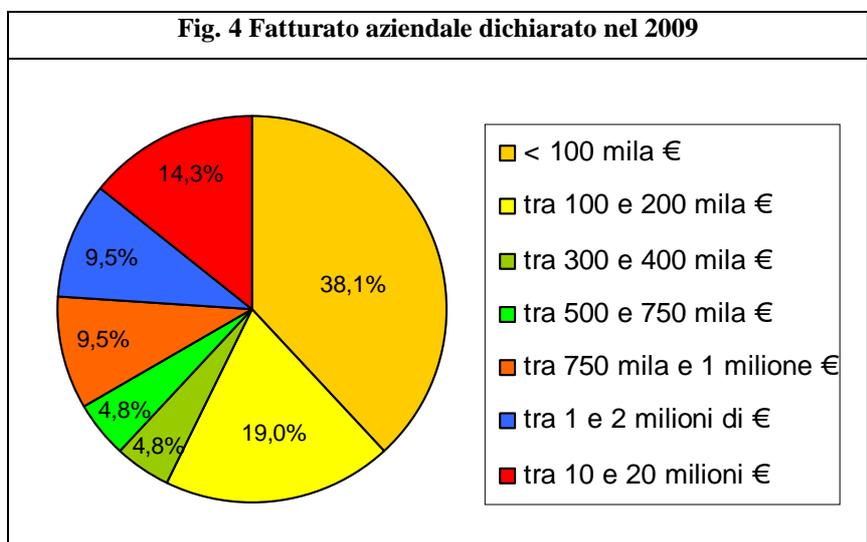
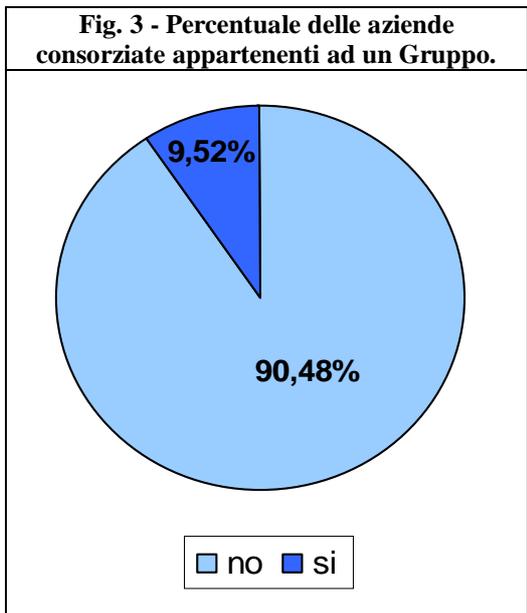
Il 4,8% ha un fatturato annuo compreso fra i 300 e i 400 mila euro, risalendo verso le fasce intermedie di si può osservare un ulteriore 4,8% compreso fra i 500 e i 750 mila euro.

Nelle fasce più elevate del fatturato ritroviamo il 9,5% del campione in un intervallo compreso fra i 750 mila e 1 milione di euro, un altro 9,5% fra 1 e i 2 milioni di euro ed in fine il 14,3%, ha dichiarato un fatturato tra i fra 10 e i 20 milioni di euro.

Nel nostro campione soltanto due aziende fanno parte di un gruppo, di cui una è società a responsabilità limitata, mentre l'altra è una società semplice.

Nel primo caso la società capogruppo è un'altra azienda situata nel territorio della provincia di Treviso, nel secondo caso la società

semplice ha la capogruppo al di fuori del distretto, ma in un'altra provincia della regione Veneto.



4.4.1. Superfici vitate

Sul campione aziende che hanno risposto alla domanda attinente la presenza o meno di una attività di tipo agricolo, il 90,5% ha dichiarato di essere anche un'azienda agricola, o di avere annessa un'azienda di tale tipo, mentre il rimanente 9,5% dichiara di non esserlo.

Le aziende con superficie

agricole sono dotate di una S.A.U. media pari a 16,96 ettari, con un minimo di 3,5 ed un massimo di 80 ettari, per una superficie aziendale totale che è in media di 20,23 ettari e che va da un minimo di 5 ad un massimo di 100 ettari.

Le aziende agricole hanno una superficie vitata media pari a 14,97 ettari; il dato minimo dichiarato è di 2 ettari, mentre il massimo arriva a ben 77 ettari.

La superficie vitata dichiarata dalle aziende censite iscritta alla DOC Prosecco Treviso nell'area Montello e Colli Asolani (tabella 1), è stimata a circa 308,17 ettari; mentre la superficie a DOCG Asolo è di circa 186 ettari.

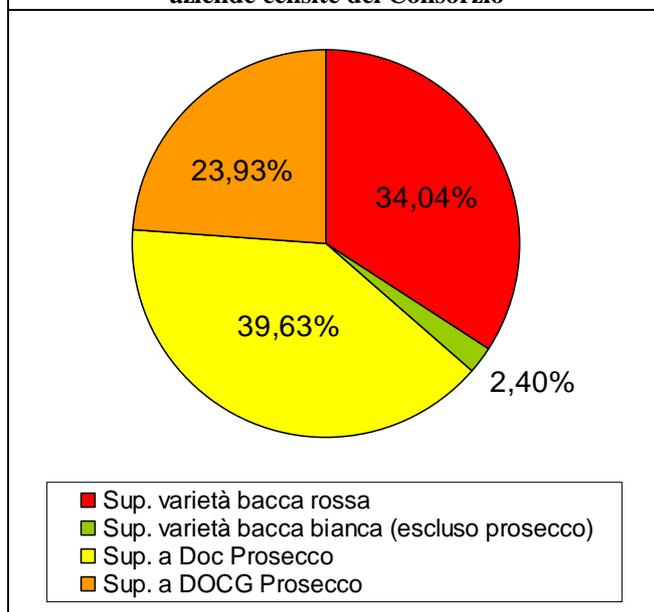
Le varietà a bacca rossa occupano una superficie di circa 264,55 ettari, mentre le varietà a bacca bianca (escluso Prosecco) è di circa 18,62 ettari.

Questi dati confermano che il territorio, come in passato, è rinomato per la grande qualità dei suoi vini, ma in particolare dai rossi a taglio bordolese.

Tab. 1 - Insieme degli ettari dichiarati dai soci interpellati del Consorzio Montello e Colli Asolani (luglio-ottobre 2010)

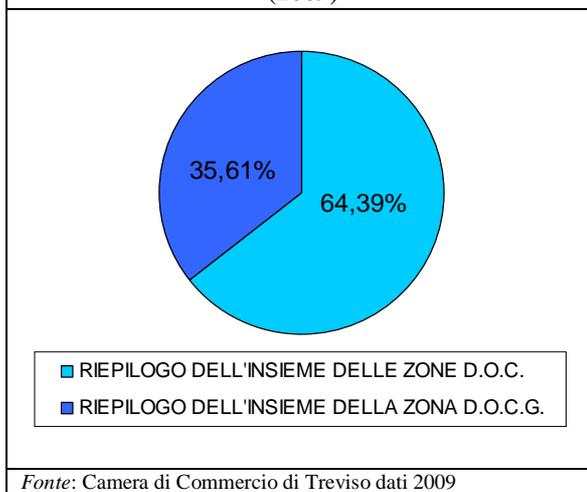
	DOCG	DOC	IGT	VDT
<i>Cabernet sauvignon</i>	0	96,90	7,00	0
<i>Cabernet franc</i>	0	44,98	5,31	0
<i>Merlot</i>	0	116,53	6,00	0
<i>Carmenère</i>	0	0,95	0,00	0
<i>Malbec</i>	0	0,00	2,00	0
<i>Pinot nero</i>	0	2,16	2,20	0
<i>Recantina</i>	0	2,00	0,00	0
<i>Pinot Grigio</i>	0	1,03	59,80	0
<i>Prosecco/ Glera</i>	186	308,17	0	0
<i>Manzoni bianco</i>	0	3,47	6,00	0
<i>Chardonnay</i>	0	12,53	29,00	0
<i>Bianchetta</i>	0	1,70	0,00	14
<i>Pinot bianco</i>	0	0,00	11,00	0
<i>altro</i>	0	0,92	0,00	0
TOTALE	186	591,1727	128,31	14

Fig. 5 - Ettari in percentuale DOCG, DOC, IGT nelle aziende censite del Consorzio



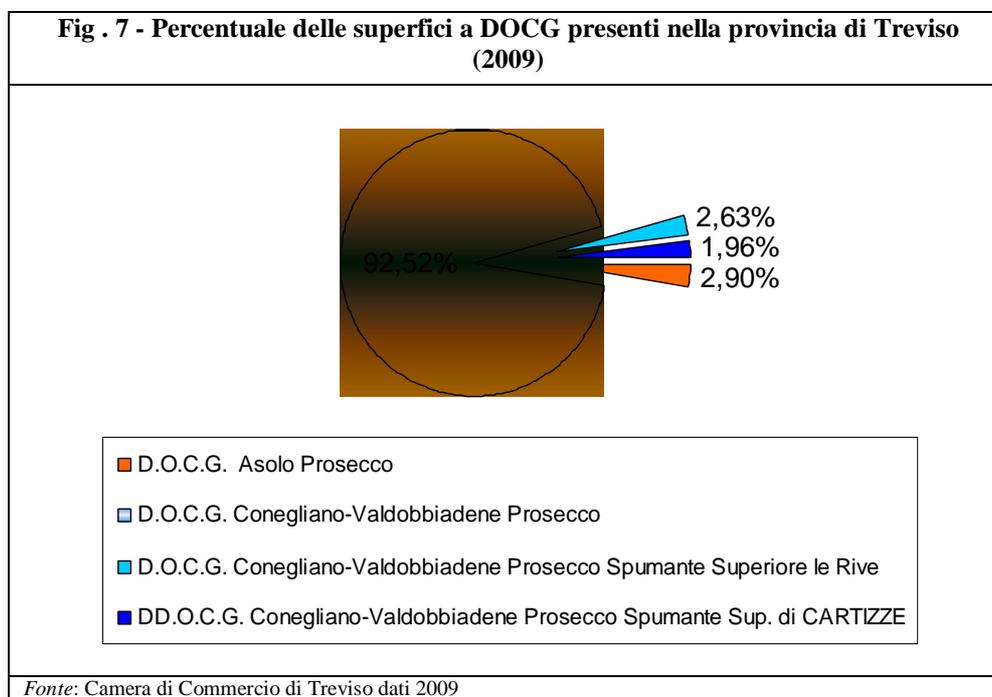
Le uve principalmente coltivate sono per la maggior parte varietà internazionali introdotte all'incirca verso l'inizio della seconda metà del XX secolo, anche se da qualche anno, con la collaborazione di Veneto Agricoltura ed il CRA di Conegliano, sono state riscoperti alcuni fra i "vecchi vitigni" presenti nell'area prima dell'introduzione delle varietà internazionali più famose, quali la Recantina e la Bianchetta introdotta recentemente all'interno dello studio di Zonazione del distretto²³.

Fig . 6 - Rapporto percentuale superficie DOC e DOCG di Prosecco nella Provincia di Treviso (2009)



Ad oggi, sulla scia del successo del Prosecco, dal 2009 l'area può fregiarsi della DOCG, quindi per questo vitigno si hanno due denominazioni (figura 5): la DOCG e la DOC Prosecco (ampliata anch'essa nel 2009); in questo lavoro si prenderanno in

Fig . 7 - Percentuale delle superfici a DOCG presenti nella provincia di Treviso (2009)

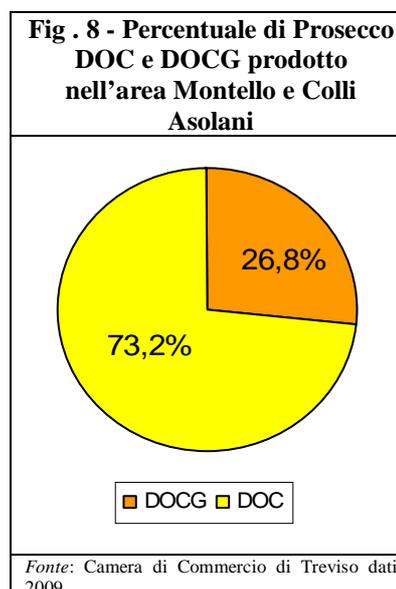


²³ Per quanto riguarda la Zonazione del Montello e colli Asolani si fa riferimento all' Allegato 1.

esame le prospettive future della DOC Montello e Colli Asolani e la DOCG Asolo con dei brevi e sintetici raffronti con la DOC Prosecco Treviso.

Analizzando i dati della camera di Commercio, il 64,39% degli ettari totali di Prosecco denunciati nella Marca Trevigiana sono a denominazione DOC, mentre il rimanente 35,61% rappresenta la superficie a DOCG dell'intera Provincia (figura 6).

La superficie totale a DOCG (35,61%) viene distribuita su tre denominazioni: *Asolo* 2,9%, *Conegliano-Valdobbiadene Prosecco* 92,5%, *Conegliano-Valdobbiadene Prosecco Spumante Superiore le Rive di Cartizze* 2% (figura 7).



Comparando i dati raccolti dalle aziende del distretto del Montello e Colli Asolani che possedevano vigneti registrati a DOC Prosecco e a DOCG, con quelli pubblicati nel 2009 dalla Camera di Commercio di Treviso (figura 8) si evince che nell'area in analisi solo il 26,8 % delle cantine ha rivendicato la produzione del "Asolo Prosecco superiore DOCG", il rimanente 73,2% invece mantiene l'opzione di produrre Prosecco DOC Treviso.

Le motivazioni principali sono date dalla remunerabilità della materia prima, correlata ai parametri meno vincolanti imposti

Tab. 2 – Tipologie di varietà diffuse nell'area Montello e Colli Asolani delle aziende consorziate censite.

	DOC	IGT	Totale
Superficie varietà bacca rossa	264,55	82,31	346,86
Superficie varietà bacca bianca (<i>escluso prosecco</i>)	18,62	46,00	64,62
Superficie a DOC Prosecco	308,00	0	308,00
Superficie a DOCG Asolo	186	0	186

dal disciplinare di produzione del Prosecco DOC Treviso, rispetto a quelli prescritti dal disciplinare DOCG (tabella 3). Si evidenzia alcune cantine tendono a produrre o solamente DOC Prosecco, o solo DOCG Asolo, ma entrambe le denominazioni, in questo modo si propone al mercato sia un prodotto di nicchia (l'Asolo) vincolato da ragioni territoriali, di tradizione e prestigio, sia un prodotto simile (Prosecco DOC) più remunerativo e di facile commercializzazione, dando così al consumatore, una ampia e variegata scelta delle diverse tipologie dello stesso vitigno.

Nella Tabella 2, si può osservare che, utilizzando i dati delle aziende censite con il questionario, le tipologie varietali più diffuse sono il Prosecco (per i motivi prima

citati), le varietà a bacca rossa sono soprattutto bordolesi (buona parte pluri-premiati), e infine le varietà a bacca bianca (figura 5).

Tab. 3 calcolo della remunerabilità fra prosecco DOC e DOCG							
VIGNETO PROSECCO DOCG Conegliano-Valdobbiadene di 1Ha							
Prodotto	Specificazione	Q.li	Resa a vino	HL vino	Prezzo medio/hl €	Ricavo tot	
<i>PROSECCO DOCG</i>	<i>Produzione normale</i>	135	70%	94,5	160	15.120	Ricavo secondo rese da disciplinare
VIGNETO PROSECCO DOCG Asolo di 1Ha							
Prodotto	Specificazione	Q.li	Resa a vino	HL vino	Prezzo medio/hl €	Ricavo tot	
<i>PROSECCO DOCG</i>	<i>Produzione normale</i>	120	70%	84	150	12.600	Ricavo secondo rese da disciplinare
VIGNETO PROSECCO DOC di 1Ha							
Prodotto	Specificazione	Q.li	Resa a vino	HL vino	Prezzo medio/hl €	Ricavo tot	
<i>PROSECCO DOC</i>	<i>Produzione normale</i>	180	70%	126	140	17.640	Ricavo secondo rese da disciplinare
Produzione normale è quella prevista da disciplinare come rese ad ettaro e rese in vino.							
Fonte: Camera di commercio Treviso							

Nella tabella 3 si possono osservare le remunerazioni, possibili, secondo le rese imposte dai disciplinari di produzione del Prosecco DOC, DOCG Conegliano-Valdobbiadene e DOCG Asolo. Si nota che produrre Asolo rispetto alla DOC Prosecco è molto meno remunerativo e lo stesso concetto va evidenziato, anche se in minor misura, per il Conegliano-Valdobbiadene.

Si ritiene che questa singolarità, dell'Asolo, possa essere dovuta anche alla scarsa comunicazione del prodotto sul mercato che il Consorzio di Tutela vini non esegue correttamente e ciò può portare anche ad una mancata valorizzazione del territorio che rischia di essere inglobato nella più generalizzata DOC Prosecco. Le aziende del distretto sostengono i prodotti della loro zona ma appoggiandosi al marchio aziendale, senza avere una precisa linea comune nella promozione del prodotto o nell'educazione del consumatore finale, che non conosce le differenze fra le diverse denominazioni di origine (DOC e DOCG), ma persegue una mera e pura soddisfazione.

4.4.2. Capacità produttiva ed investimenti di cantina

Mediamente la produzione complessiva di bottiglie nell'area Montello e Colli Asolani, delle aziende intervistate, che hanno dichiarato di averne prodotto e venduto nel 2009, è stata di 4.182.538 bottiglie fra vino rosso, bianco e Prosecco suddiviso nella categoria DOC e DOCG (tabella 4, tabella 5, tabella 6 e tabella 7).

Tab. 4 – Totale bottiglie prodotte di Asolo DOCG nelle sue diverse versioni e tipologie delle aziende intervistate (2009)				Tab. 5 - Totale bottiglie prodotte di Prosecco DOC Treviso nelle sue diverse versioni e tipologie delle aziende intervistate (2009)			
DOCG	<i>spumante</i>	<i>frizzante</i>	<i>tranquillo</i>	DOC	<i>spumante</i>	<i>frizzante</i>	<i>tranquillo</i>
<i>Brut</i>	266000	235000	15000	<i>Brut</i>	269000	637678	8000
<i>Extra dry</i>	251255			<i>Extra dry</i>	1272747		
<i>Dry</i>	33000			<i>Dry</i>	0		
	550255				1541747		
Totale	800.255			Totale	2.187.425		

L'Asolo DOCG ha registrato un totale di poco più di ottocento mila bottiglie, la tipologia spumante è stata la forma più richiesta dal mercato, rispetto a quella frizzante e tranquilla (tabella 4 e figura 9).

Tab. 6 – Totale delle bottiglie prodotte di vino rosso nelle sue diverse denominazioni (2009)				Tab. 7 – Totale delle bottiglie prodotte di vino bianco nelle sue diverse denominazioni (2009)			
	DOC	IGT	VDT		DOC	IGT	VDT
<i>Rosso Montello e Colli Asolani</i>	133260	0	0	<i>Manzoni Bianco</i>	3000	25000	0
<i>Cabernet</i>	105177	66559	0	<i>Bianchetta</i>	3000	0	0
<i>Merlot</i>	171000	292072	0	<i>Chardonnay</i>	5000	114500	0
<i>Cabernet-Merlot</i>	6500	100958	0	<i>Pinot Bianco</i>	0	14496	0
<i>Altro</i>	13000	22836	77000	<i>Altro</i>	10000	31500	0
	428937	482425	77000		21000	185496	0
Totale	988.362			Totale	206.496		

Ben diverso, invece, per il Prosecco DOC Treviso prodotto dalle aziende interpellate che, rispetto al DOCG, viene realizzato per un totale di oltre due milioni di bottiglie, di cui circa un 1.500.000 nella tipologia spumante (tabella 5 e figura 10).

Due parametri per studiare le dimensioni aziendali sono la capacità dello stabilimento e la capacità di lavorazione in autoclave. Questa ultima determina se l'azienda spumantizza o meno la materia prima.

Fig. 9 -Totale bottiglie prodotte di Asolo DOCG nelle sue diverse versioni e tipologie delle aziende intervistate (2009)

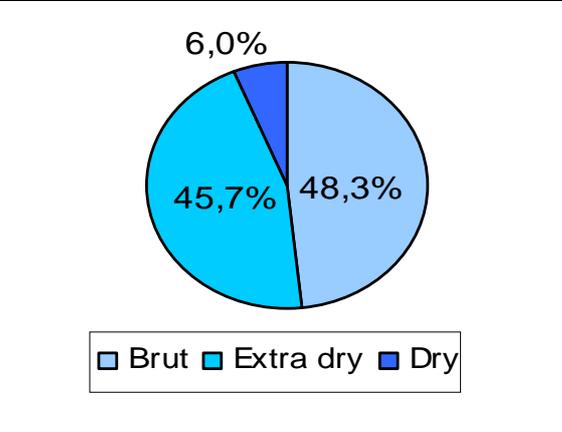
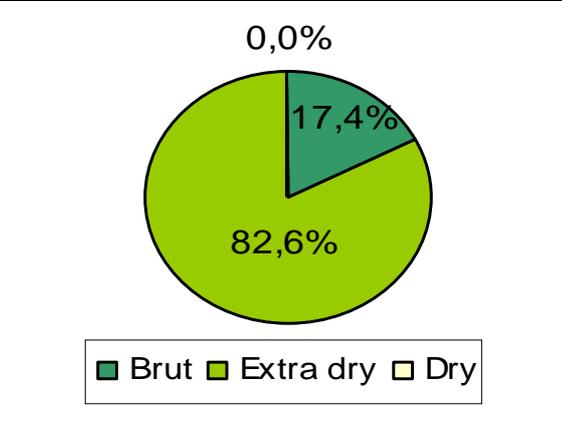
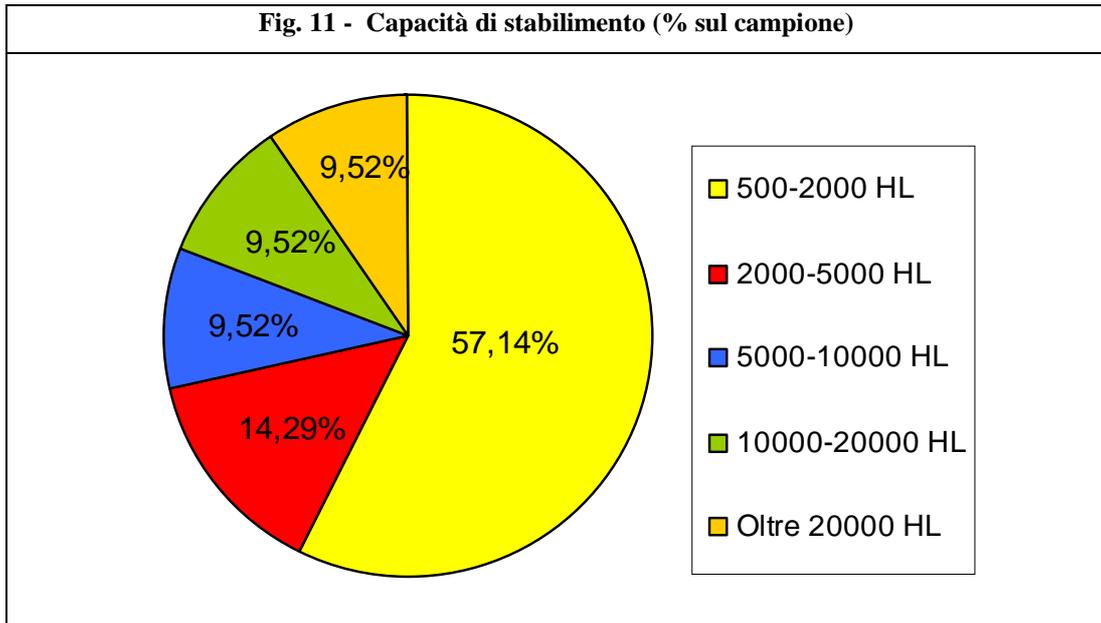


Fig. 10 -Totale bottiglie prodotte di Prosecco DOC Treviso nelle sue diverse versioni e tipologie delle aziende intervistate (2009)



Il 33,33% del campione ha dichiarato di svolgere la spumantizzazione in azienda una con capacità di lavorazione in autoclave media di circa 5200 hl, con un minimo di 270 ettolitri ad un massimo di 12 mila ettolitri.

Fig. 11 - Capacità di stabilimento (% sul campione)



Il rimanente 66,67% degli intervistati produce o solo Prosecco frizzante o delega la spumantizzazione ad altre aziende collaboratrici.

Per quanto concerne la capacità totale dello stabilimento, vi è una realtà molto difforme e variegata. Il campione ha indicato una capacità di stabilimento che va da un minimo

di 500 ettolitri ad un massimo di 102 mila ettolitri, per un valore medio di 10857,90 ettolitri (figura 11).

Il 57,14% dichiara una capacità dello stabilimento compresa fra i 500 e i 2000 ettolitri, il 14,29% fra i 2000 e i 5000 ettolitri, mentre il 9,52% rispettivamente degli ultimi tre campioni interpellati hanno capacità superiore ai 5000 ettolitri.

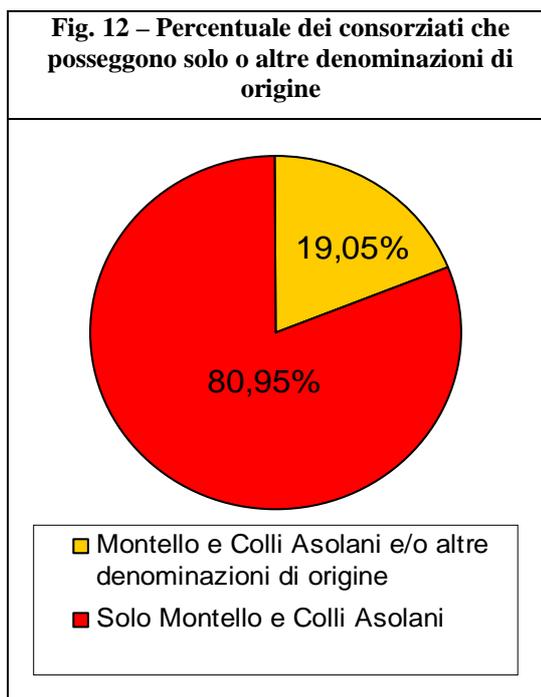
4.4.3. Altre Denominazioni di Origine

Nell'indagine condotta (figura 12) il 19,05% delle cantine consorziate ha dichiarato che oltre alla Denominazione di Origine Montello e Colli Asolani, dove tutte le aziende censite hanno sede, posseggono anche altre denominazioni di origine, suddivise fra zona Piave e Conegliano Valdobbiadene o entrambe; mentre la maggioranza dei produttori dichiara di possedere solo ed esclusivamente la denominazione dell'area in cui è ubicata l'azienda.

Il prezzo medio delle bottiglie di vino

vendute nell'area, del campione analizzato, vengono riferiti ai prodotti che maggiormente la rappresentano (tabella 8) nel mercato italiano ed estero:

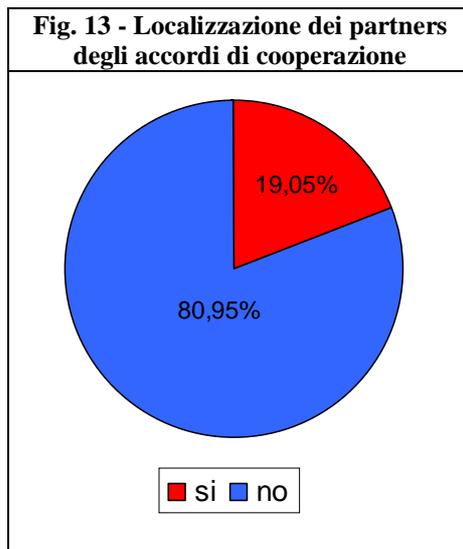
L'Asolo DOCG, il Rosso del Montello e Colli Asolani DOC, il Manzoni Bianco e la Bianchetta .



Tab. 8 – Prezzo medio di vendita diretta dei prodotti più rappresentativi del distretto	Prezzo medio di Vendita
Prosecco Asolo Superiore DOCG	5,77 €
ROSSO del Montello & Colli Asolani	6,98 €
Manzoni Bianco	6,34 €
Bianchetta	10,5€

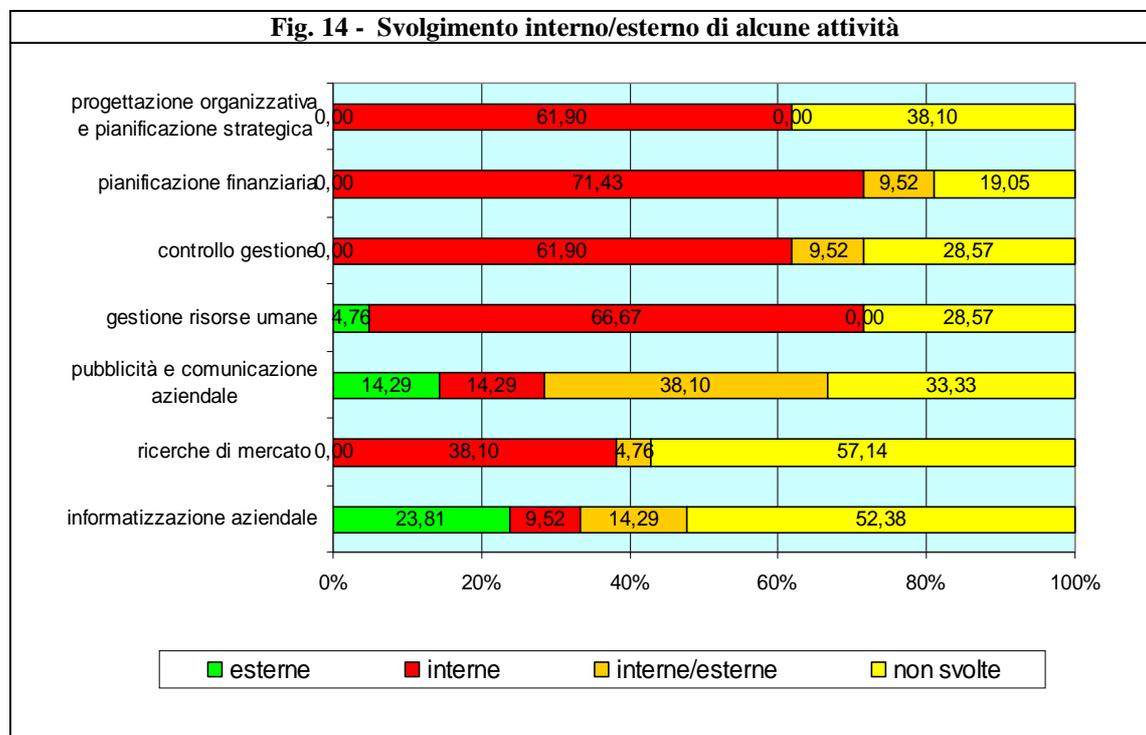
4.5. I rapporti di distretto

L'80,95% delle aziende interpellate non ha rapporti di cooperazione con altre imprese di produzione (figura 13), mentre il 19,05%; di questa percentuale il 9,52% intrattiene rapporti per il settore ricerca e sviluppo, il 14,29% riguarda invece i processi produttivi. I partners delle aziende che hanno stipulato degli accordi di cooperazione sono situati, nella provincia di Treviso (il 9,52%), ed in regioni italiane diverse dal Veneto (9,52%).



4.5.1. Svolgimento interno / esterno delle attività

Agli intervistati è stato chiesto se alcune attività elencate vengono svolte interamente all'interno dell'azienda, oppure all'esterno, se in parte sono svolte all'interno ed in parte all'esterno, oppure se non vengono svolte affatto.



La progettazione organizzativa e pianificazione strategica, la pianificazione finanziaria, il controllo di gestione e la gestione delle risorse umane sono quelle attività che sono svolte all'interno della maggior parte delle aziende del campione. L'informatizzazione aziendale è un'attività non svolta da poco più la metà delle aziende, solo il 9,52 % la gestisce internamente, mentre il 23,81% la delega esternamente (figura 14).

La pubblicità e le altre forme di comunicazione aziendale sono la forma "ibrida" più frequente nel campione, poiché, se il 14,29% dichiara che essa si svolge all'interno, un'altro 14,29% dei casi essa è affidata ad un soggetto esterno, in un altro 38,10% si ha una interazione interno/esterno, mentre nel restante 33,33% questo tipo di attività non viene svolta. Le ricerche di mercato costituiscono l'attività per cui la maggior parte delle aziende campione non svolgono (54,14%), solo un qualche azienda la svolge internamente con uno staff dedicato. La gestione delle risorse umane è per il 66,67% dei casi gestita internamente nell'azienda.

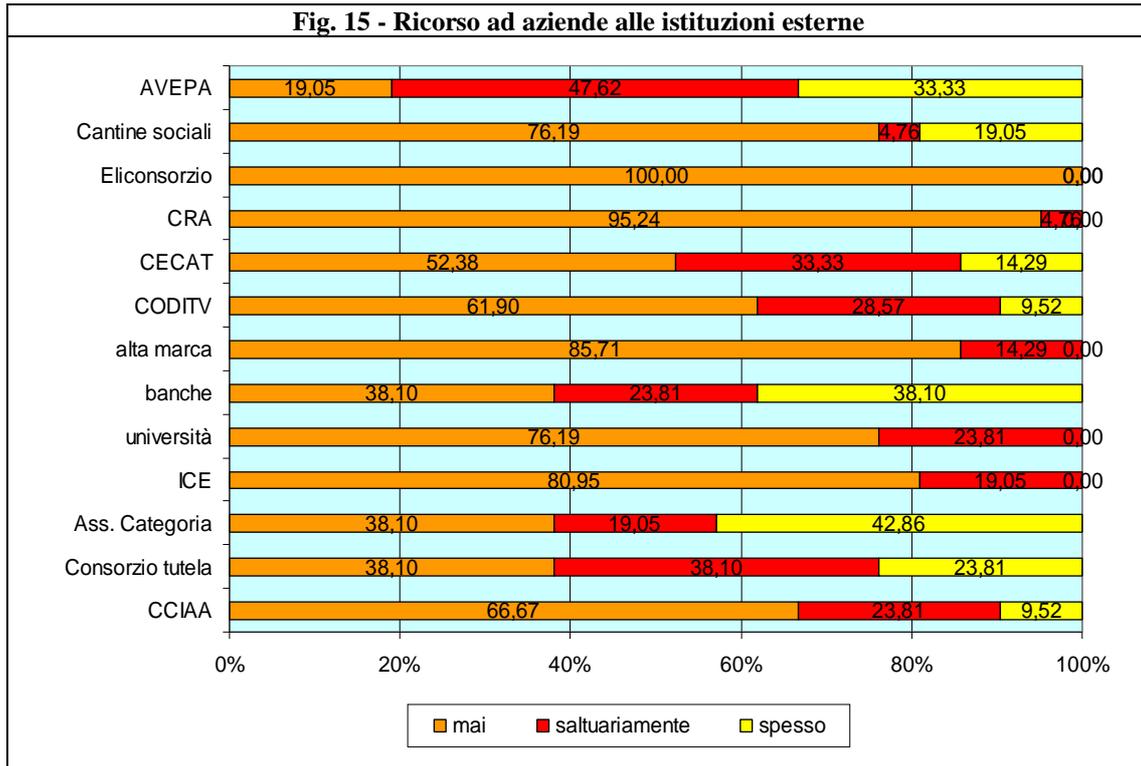
4.5.2. Istituzioni e servizi

Al fine di comprendere le interazioni esistenti all'interno del distretto tra le aziende e i diversi attori presenti nello stesso, è stato chiesto agli intervistati con quale frequenza essi fanno ricorso ai servizi offerti dalle diverse istituzioni elencate e di dare un giudizio a questi servizi, secondo una scala da 1 (= minimo) a 5 (= massimo).

Dall'analisi (figura 15) emerge come l'associazione di categoria sia il soggetto al quale ricorre spesso la maggioranza delle aziende intervistate (il 42,86%), seguono le banche (il 38,10%), l'AVEPA (il 33,33%) ed il Consorzio di Tutela (23,81%).

Al lato opposto, vi sono alcune istituzioni ed alcuni enti che forniscono servizi di istruzione, di formazione e di ricerca, con cui gran parte delle aziende dichiarano di non avere mai avuto contatti.

In particolare sono l'Eliconsorzio ai quali non ne hanno mai fatto ricorso (100% degli intervistati), il CRA (Consiglio per la Ricerca e la sperimentazione in Agricoltura 95,24%), l'attività di promozione offerta dall'associazione Alta Marca (85,71%), l'ICE (80,95%), il ricorso alle cantine sociali (76,19% del campione), i rapporti di collaborazione con l'università (76,19%), il CODITV (61,90%).



Molte aziende ricorrono saltuariamente o per nulla pure ad altre istituzioni od enti presenti sul territorio, che offrono servizi di formazione e ricerca quali il CECAT (33,33%), o di assistenza burocratica come la Camera di Commercio (9,52%).

4.6. Interrelazioni distrettuali

Agli intervistati sono state poste delle domande riguardanti le attività che vengono svolte in azienda: come si osserva in tabella 9, l'attività principale delle aziende (100%) è la vinificazione, seguono la commercializzazione del prodotto (95,24%), la vendemmia, l'etichettatura e confezionamento (che corrispondono ambedue al 90,48%), la coltivazione della vite e l'imbottigliamento (entrambe le attività

Tab. 9 – Attività svolte in azienda e loro percentuale	
<i>Coltivazione della vite</i>	85,71%
<i>Vendemmia</i>	90,48%
<i>Vinificazione</i>	100,00%
<i>Imbottigliamento</i>	85,71%
<i>Etichettatura e Confezionamento</i>	90,48%
<i>Spumantizzazione</i>	33,33%
<i>Commercializzazione</i>	95,24%

pari 85,71%), mentre la spumantizzazione è l'attività che si svolge meno in azienda (33,33%), poiché la cantina o non produce spumanti, o delega tale attività a terzi.

Il 23,81% degli intervistati, che delegano alcune attività, dichiara di decentrare parte delle attività produttive aziendali all'esterno della zona di denominazione in cui risiede, mentre il 76,19% non decentra nessuna attività al fuori dall'azienda.

Il numero delle aziende sub-fornitrici utilizzate dalle imprese sono ubicate per il 4,76% all'interno della zona di denominazione di origine stessa, mentre 33,33% sono dislocate all'interno della provincia di Treviso.

Le cantine che decentrano parte delle loro attività utilizzando le aziende sub-fornitrici controllano i processi produttivi, dei sub-fornitori, solo ed esclusivamente mediante visite periodiche (42,86%), la modalità di comunicazione maggiormente utilizzata è l'incontro.

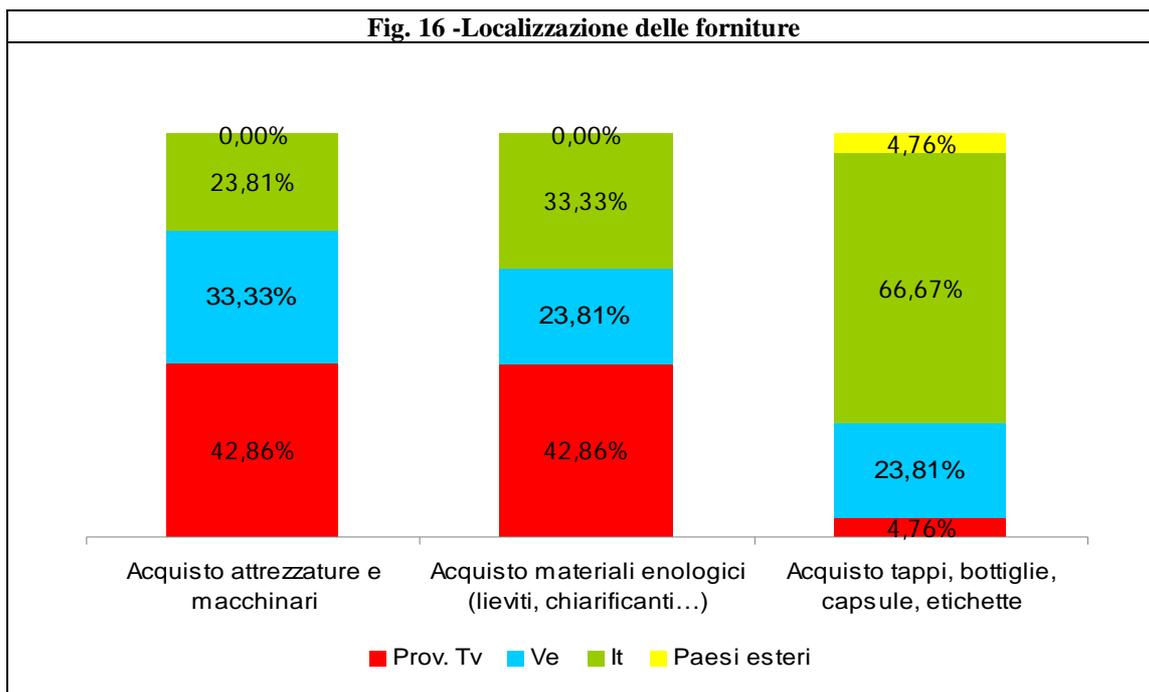
4.7. Impresa e distretto

Per comprendere quanto siano concentrate nel distretto le attività di fornitura indispensabili alle aziende vitivinicole consorziate censite, sono state poste diverse domande agli intervistati, inerenti l'ubicazione delle aziende a cui fanno riferimento per l'acquisto di impianti, materiali enologici, bottiglie, tappi, capsule, e per la stampa delle etichette (figura 16).

Riguardo alla fornitura di impianti enologici e attrezzature di cantina le aziende si riforniscono per il 42,86% a realtà presenti in tutta la provincia di Treviso, per 33,33% in un'altra province del Veneto e per il 23,81% i rifornimenti avvengono in un'altra regione italiane.

Per i materiali enologici l'acquisto viene privilegiato all'interno del distretto (il 42,86%), mentre in altri casi provengono per il 23,81% dalla regione e il 33,33% di questi vengono acquistati fuori regione.

Per quanto riguarda l'acquisto di bottiglie, tappi, capsule ed etichette, generalmente avvengono nel 4,76% dei casi all'interno del sistema locale, per il 23,81% in un'altra provincia del Veneto. Il 66,67% delle forniture viene richiesto in un'altra regioni italiane, mentre all'estero il 4,76% del campione si rifornisce all'estero.



4.7.1 Rapporto con le istituzioni

Le attività esercitate dalle istituzioni presenti nel sistema locale (Tabella 10) non sempre hanno trovato il consenso delle aziende che sono state oggetto della nostra indagine. Infatti, quando è stato chiesto di segnalare con una crocetta se le diverse iniziative da parte di tali enti si erano rivelate importanti per l'azienda stessa o per l'intera zona viti-vinicola. Il 47,62% ha ritenuto importanti per l'azienda i corsi organizzati dal Gruppo di Azione Locale (G.A.L.), mentre il 52,38% crede che siano fondamentali per lo sviluppo dell'intero distretto.

Il 66,67% degli intervistati ritiene che la presenza della Confraternita dei vini del Montello e Colli Asolani, può giovare all'intero distretto per una migliore valorizzazione dei vini ed è considerata come una opportunità all'immagine del territorio e dei prodotti che in esso hanno origine.

La quasi totalità degli intervistati (80,95%) giudica importante l'attività di Alta-Marca per il distretto e soprattutto quella del Forum degli Spumanti²⁴. La percentuale di coloro

²⁴ L'associazione Altamarca promuove le produzioni Agro-alimentari del trevigiano. Forum degli Spumanti d'Italia, evento di portata nazionale ed internazionale, vuole rappresentare un momento di incontro e di confronto della spumantistica italiana capace di porsi come interlocutore terzo rispetto agli

che non hanno saputo dare una risposta per tale attività (19,05%) la motivano, in quanto non partecipanti alle attività proposte da questi.

Più della metà degli intervistati (66,67%) concorda come la presenza del Consorzio di Tutela del Montello e Colli Asolani sia importante per il distretto, mentre la rimanente percentuale sostiene che sia un vantaggio solo per le aziende che vi aderiscono. Tale dato ci fa riflettere ancora di più se consideriamo che le aziende intervistate sono tutte appartenenti al Consorzio

Un discreto consenso (47,62%) ottiene la formazione data dalla Scuola Enologica e dalla Facoltà di Agraria, mentre più della metà del campione sostiene l'attività di ricerca dell'Istituto Sperimentale per la Viticoltura (57,14%), tutti ubicati a Conegliano. Alcuni intervistati non hanno dichiarato il loro parere, in quanto non sapevano cosa rispondere.

La grande maggioranza del campione conferma l'utilità della Strada del Vino (80,95%) per l'intero distretto, in quanto permette una migliore valorizzazione del territorio, non solo dal punto di vista economico, ma anche storico-culturale. Una certa importanza viene attribuita anche ai finanziamenti legati al piano di sviluppo rurale

Tab. 10 - Importanza attribuita dalle aziende alle iniziative delle diverse istituzioni			
	Per sè	Per il Distretto	Non so
I corsi organizzati dal gruppo di azione locale (GAL)	47,62%	52,38%	0,00%
La presenza del Consorzio di tutela	33,33%	66,67%	0,00%
L'attività di ricerca del Istituto Sperimentale per la Viticoltura	28,57%	57,14%	14,29%
La formazione data dalla Scuola Enologica e dalla Facoltà di Agraria con Sede a Conegliano	42,86%	47,62%	9,52%
La Presenza di una Confraternita	9,52%	66,67%	23,81%
L'attività di Alta Marca e del Forum degli Spumanti	0,00%	80,95%	19,05%
La Strada del Vino	19,05	80,95	0,00
Accordo finanziamenti PSR	42,86	42,86	14,29

4.7.2. Rapporti interaziendali

Per quanto riguarda i rapporti tra aziende, è stato chiesto se gli imprenditori che operano nel distretto sono accomunati da alcuni tratti caratteristici.

stakeholders che, a diverso titolo, operano nell'enologia italiana, allo scopo di promuovere un'efficace attività di ricerca e analisi socio-economica, di formazione, di informazione e comunicazione.

Tra questi, alcuni hanno affermato che vi è un lieve, ma non rilevante, campanilismo tra le due sotto-zone del distretto (fra la sotto-zona asolana e quella montelliana) ed un forte individualismo da parte delle realtà aziendali, altri hanno indicato come elemento comune l'operosità, la ricerca della qualità del prodotto e, soprattutto, il legame con il territorio e le tradizioni locali.

Il 35%, però, sostiene che nell'area del Montello e Colli Asolani esista un'atmosfera di collaborazione; nel 25% dei casi si ritiene vi sia un'atmosfera competitiva e nel 40% addirittura una situazione di non comunicazione.

Se da un lato si percepisce un'atmosfera collaborativa, dall'altro gli intervistati vedono negli altri produttori dei concorrenti che si mettono in forte competizione con loro e che in più della metà dei casi non sono in grado di aprire un dialogo al fine di riuscire a comunicare in modo univoco al consumatore l'immagine del prodotto.

Ciò costituisce una minaccia sia per il nuovo Prosecco Asolo DOCG, che viene esposto alla tenace concorrenza dell'omonimo DOC di pianura, sia per la ulteriore valorizzazione futura dei grandi vini rossi. Le aziende sembrano rendersi conto di questo fenomeno e cercano di affidarsi all'attività di comunicazione e di tutela del prodotto esercitata dal Consorzio, giudicata importante, ma ancora molto migliorabile per il distretto.

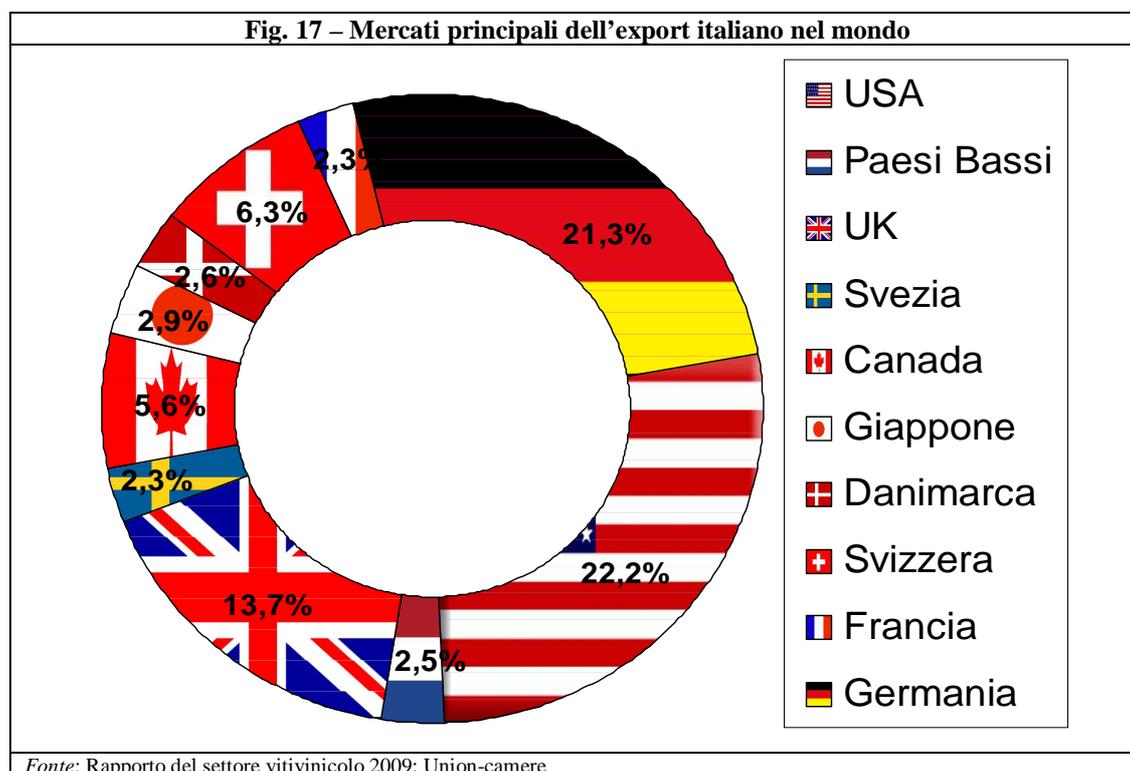
In merito all'opinione comune che prevale nelle aziende circa il futuro del sistema produttivo dell'area Montello e Colli Asolani, c'è una sensazione di forte incertezza (per il 61,90%), benché un 33,34% denunci una percezione di ottimismo, mentre una minima parte del campione (4,76%) è pessimista al riguardo.

Infatti il 42,86% degli intervistati dichiara di essere abbastanza soddisfatto dall'attività e dell'impegno svolto finora dal consorzio, il 4,76% è molto compiaciuto, il 28,57% afferma di essere poco soddisfatto, mentre un 23,81% conferma di non essere pienamente soddisfatto delle funzioni del consorzio.

4.8. Prodotti e mercati

Le aziende del campione che operano sul mercato con un marchio o dei marchi propri sono il 95,24% del campione.

Nel Rapporto del settore vitivinicolo 2009 redatto da Union-camere emerge che nel mondo << Il primo mercato per le esportazioni di vino italiano è quello degli Stati Uniti (figura 17) con una quota del 22,2% nel 2008 (...). La Germania, secondo paese per importanza con una quota pari al 21,3% dell'export del 2008, si conferma come mercato più statico rispetto agli Stati Uniti; (...). Il Regno Unito costituisce un mercato di rilievo per l'export italiano con una quota del 13,7% ed è il mercato che ha fatto registrare la maggior variazione nel periodo tra il 2000 e il 2008. Anche il Canada, i Paesi Bassi e la Svizzera risultano essere mercati in crescita, nonostante partano da livelli di domanda considerevolmente inferiori a quello britannico (...).Importanti aumenti anche sui mercati della Norvegia e della Russia, che continua ad essere un punto di riferimento per la produzione italiana sia per volumi che per valori.>>



Per quanto riguarda la situazione delle aziende consorziate del Montello e dei Colli Asolani il 76,19% del campione prevede di entrare in nuovi mercati esteri nei prossimi cinque anni. Il mercato in cui la maggioranza delle aziende intende e ritengono in questo momento più appetibile è quello cinese (38,09% delle preferenze), seguito da

quello nord americano, (USA e Canada 19,04%) dove già alcune aziende sono presenti ma intendono consolidare le posizioni acquisite in passato e il nuovo mercato russo (19,04% delle preferenze).

Altri paesi definiti strategici per le aziende consorziate sono il Giappone (14,28%) e l'India (14,28%). Alcune aziende, invece, non avendo mai varcato i confini nazionali intendono entrare e stringere rapporti commerciali con i vecchi mercati europei (Germania e UK) o di penetrare nei mercati del Nord-Europa un tempo patria degli affezionati di un'altra bevanda alcolica concorrente del Prosecco, quale la birra, o dai Paesi dell'Est Europa (14,28%).

Solo il 47,62% del campione di aziende aderenti al Consorzio Tutela Vini Montello e Colli Asolani hanno dichiarato di esportare all'estero; la percentuale del prodotto mediamente esportato è circa un quarto della propria produzione con minimi del 1% a punte del 100%.

I mercati più importanti nelle esportazioni, nell'anno 2009, sono stati la Germania (34,17%), la Svizzera (15,96%), l'Austria (11,33%), il Benelux (10,40%), il Regno Unito (8,03%) e i paesi scandinavi (3,15%); il resto d'Europa si attesta intorno al 16,97%.

Per quanto riguarda i mercati extra-europei, i mercati più rilevanti sono gli USA (39,39%), il Giappone (17,61), il Canada (15,67%) e l'America latina (10,07%); la percentuale dei paesi del resto del mondo è del 17,27% mentre in Oceania il distretto, nonostante vi siano grandi realtà operanti in modo dinamico nel panorama internazionale, non possiede quote di mercato.

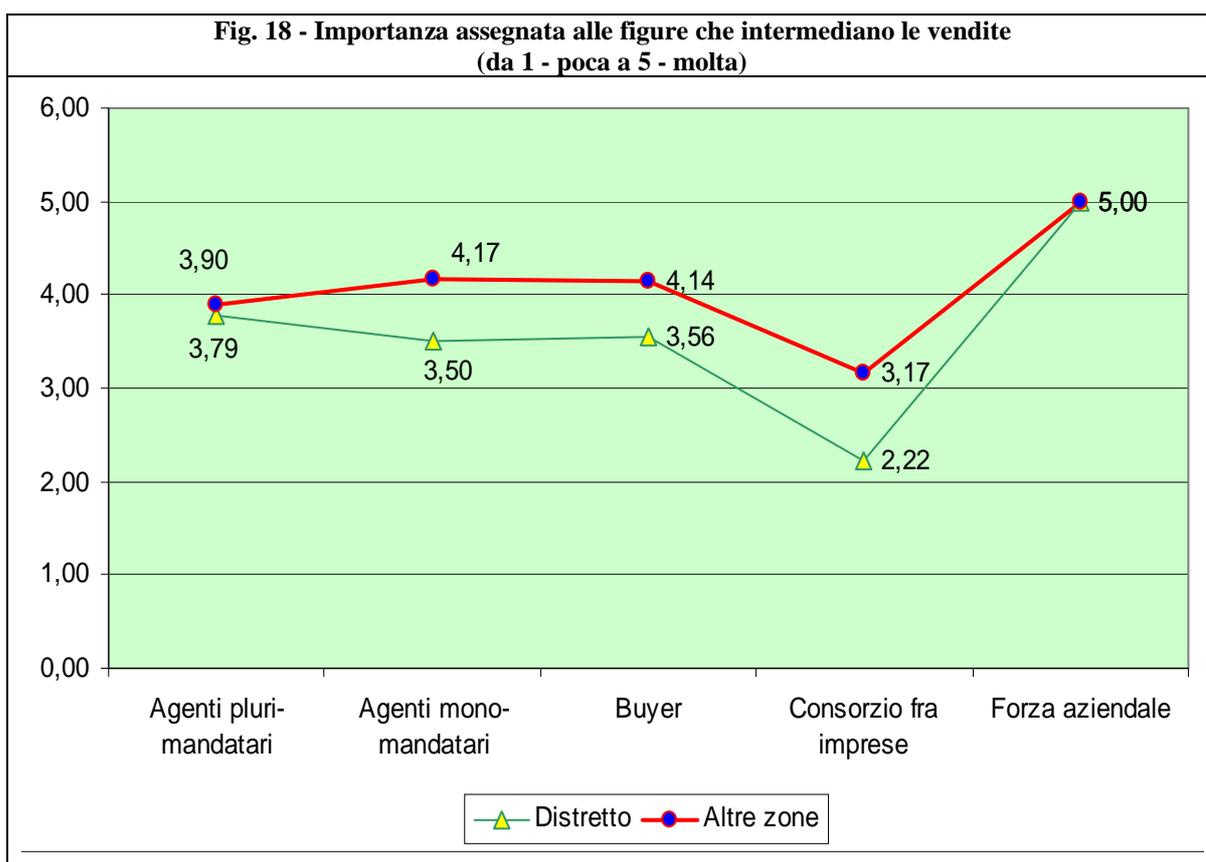
Tab. 11 % delle aziende che vendono sul mercato italiano			
GDO%	HO.RE.CA. %	Vendita diretta %	Altro %
3,75%	42,94%	48,00%	5,31%

Per quanto concerne la percentuale delle aziende che vendono sul mercato italiano (tabella 11), mediamente il 3,75% della produzione viene venduta attraverso la grande distribuzione (supermercati, ipermercati...), il 42,94% attraverso il canale HO.RE.CA (hotel, ristoranti, bar...), poco meno della metà viene venduto direttamente in azienda (48,00%) e il 5,31% con altre modalità, ad esempio i grossisti o internet (l'E-commerce).

4.8.1 Strutture che effettuano le vendite ed intermediari

Gli intervistati hanno assegnato, in una scala da 1 a 5, l'importanza per le seguenti figure intermedie (figura 18): gli agenti pluri-mandatari, nel distretto, hanno ricevuto il punteggio più alto rispetto alle altre figure operanti (media 3,79); al di fuori del distretto in altri mercati il loro punteggio riceve uno +0,2 circa (3,9). Quando le aziende operano all'esterno del distretto è il buyer (4,14) e l'agente mono-mandatario (4,17) ad ottenere il grado di importanza più elevato.

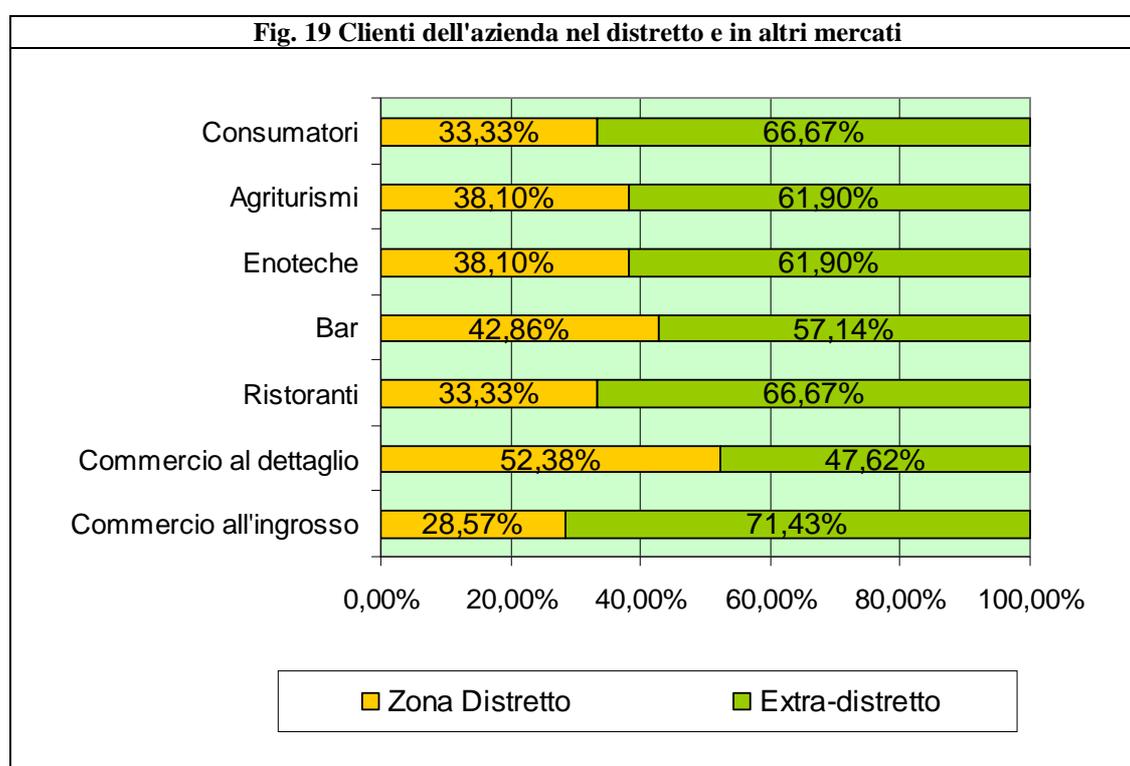
Nel complesso, l'importanza che le aziende attribuiscono agli intermediari nel distretto è sempre inferiore al punteggio medio, pari a 4. Fra le scelte opzionali alle figure che determinano le vendite, alcune aziende hanno manifestato l'alternativa della forza aziendale, ovvero è l'imprenditore stesso che esponendosi cerca di seguire le vendite nel mercato mantenendo personalmente i contatti con i venditori.



4.8.2. Clienti

I clienti delle aziende censite, suddivisi per tipologia, sono stati ripartiti in media percentuale di presenze all'interno e all'esterno del distretto (figura 19).

La maggior parte dei consumatori finali (66,67%) risiedono all'esterno del distretto Montello e Colli Asolani ; i clienti che maggiormente acquistano i vini delle aziende del consorzio all'interno del distretto è attraverso il commercio al dettaglio direttamente in azienda (52,38%), seguiti dai bar e dagli agriturismi (38,10%); i grossisti sono i maggiori clienti nell'acquisto di vino all'esterno del distretto, seguiti dai ristoranti (66,67%).

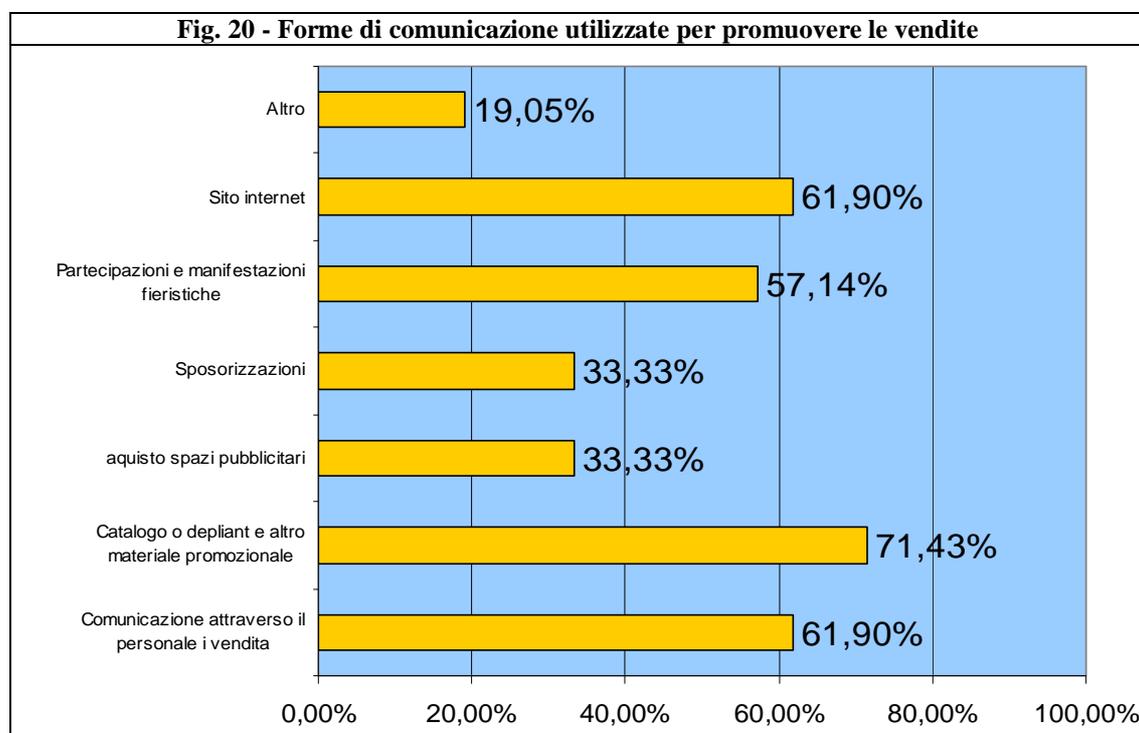


4.8.3. Modalità di comunicazione.

La forma di comunicazione più usata al fine di promuovere le vendite è il catalogo o depliant e altro materiale promozionale, come dichiarato dal 71,43% del campione (figura 20).

Il 61,90% degli intervistati fa uso del sito internet aziendale, così come la comunicazione attraverso il personale di vendita in genere. La Partecipazioni e manifestazioni fieristiche è una forma usata dal 57,14%, seguita a distanza dalle

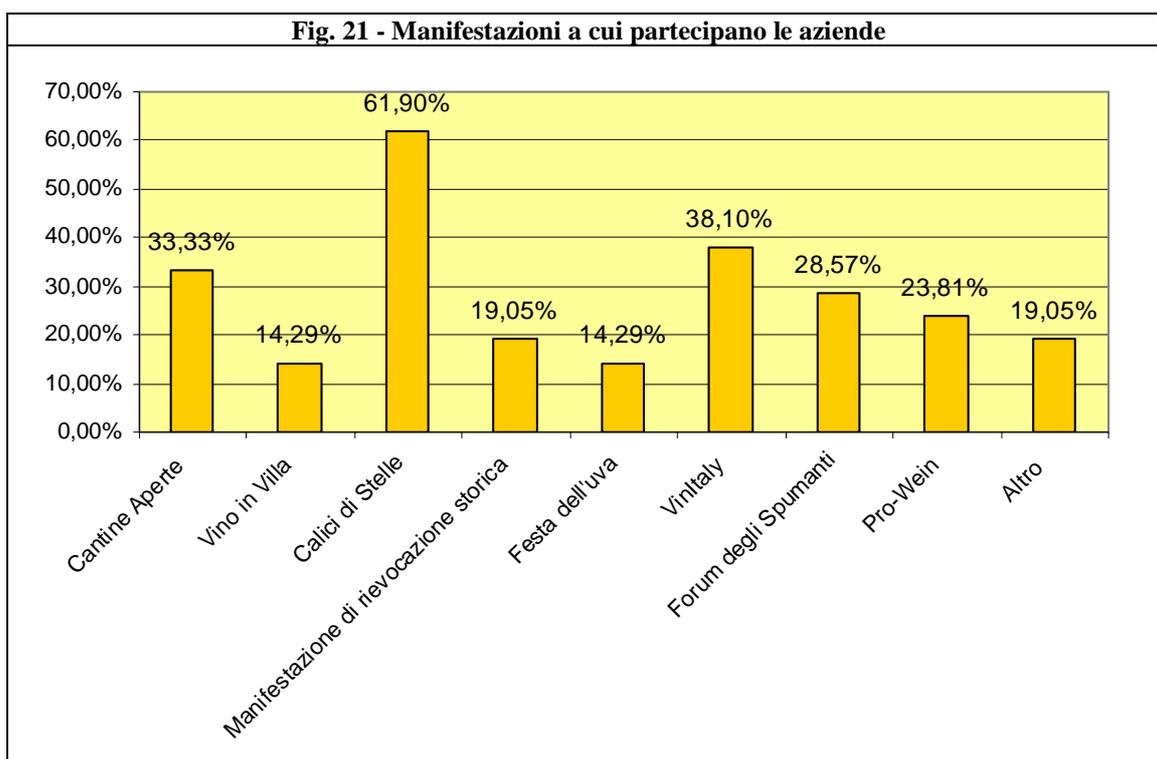
sponsorizzazioni e dall'acquisto di materiali pubblicitari, in uso presso il 33,34% delle aziende, e da altri mezzi (per il 19,05%).



Le aziende del distretto, al fine di promuovere il proprio prodotto, partecipano ad una serie di manifestazioni, organizzate sia a livello locale, sia in ambito nazionale ed internazionale (figura 21). Calici di Stelle è quello che vede la presenza maggiore (61,90%), seguiti dal VinItaly e Cantine Aperte (meno della metà del campione) e altre due rinomate manifestazioni Forum degli Spumanti (28,57%) e ProWein(23,81%); seguono parimenti Vino in villa e la Festa dell'uva (14,29%). Alcune aziende del distretto (19,05% del campione) affermano di partecipare sia manifestazione locali (Mostre del Vino) o ad eventi di tipo internazionali di più ampio respiro quali il Merano Wine Festival.

Caso molto particolare e curioso da segnalare è un'azienda consorziata che, oltre a sfruttare le manifestazioni di portata locale e internazionale, per proporre i propri vini ed il proprio modo di lavorare partecipa ad eventi organizzati attraverso il web utilizzando i "social network" e i Blog più conosciuti che trattano di viti-enologia. In questo modo ha la possibilità di entrare in contatto con nuovi professionisti del settore,

che lavorano anche attraverso l'uso di internet e di farsi segnalare a sua volta da altri internauti intercettati nel web acquisendo con facilità, quindi, nuovi consumatori o importatori da altre nazioni. Una forma di comunicazione innovativa e indispensabile oggi che permette un'enorme visibilità aziendale a livello planetario (pubblicità gratuita).



Le aziende dedicano alle pubbliche relazioni 2,12 giorni in media, con un minimo di 0,5 ed un massimo di 7 giorni la settimana.

La quota di fatturato annuo destinata alle spese in comunicazione è del 3,38% in media; la quota minima dichiarata è stata 0%, mentre la massima è pari al 10%.

Nel 90,48% dei casi non esistono accordi di cooperazione con altre imprese in campo commerciale. Per il 9,52% delle aziende tali accordi sono localizzati al di fuori del distretto (Italia ed estero).

In una domanda del questionario si chiedeva alle aziende di assegnare un punteggio all'importanza di una serie di mezzi di comunicazione, distinguendo in base all'effetto che essi hanno all'interno e all'esterno del distretto (tabella 12).

Le iniziative aziendali (media 4,11) sono risultate la modalità di comunicazione più importante nella zona della denominazione, seguite dalle pubbliche relazioni (media 4) e dalle iniziative gastronomiche con degustazione (media 3,6).

Il giudizio più basso, se si fa eccezione per gli altri tipi di mezzi di comunicazione (media pari a 1,56) è stato assegnato al telefono (1,89), alle affissioni (1,25) e alla radio (2).

Nel passare alla definizione di un giudizio per gli stessi mezzi di comunicazione, utilizzati però all'esterno del distretto, si riscontra un maggior numero di pareri di segno positivo e di intensità superiori. Le pubbliche relazioni, che

Tab. 12 - Importanza dei mezzi di comunicazione (1) da 1 - poca a 5 – molta	voto	
	<i>Nel Distretto</i>	<i>In altre zone</i>
Stampa generica	2,45	2,4
Stampa Specializzata (Gambero rosso, Veronelli, Vini d'Italia)	2,89	3,17
Radio	2	2,25
Tv	2,13	1,67
Posta	1,56	1
Telefono	1,89	1,75
E-mail	2,63	2,34
Sito internet	2,63	3,43
Fiere	3,33	3,75
Iniziative aziendali	4,11	3,5
Iniziative gastronomiche con degustazioni	3,6	3,17
Affissioni	2,25	1
Pubbliche relazioni	4	4,4

conseguono il giudizio migliore, arrivano in questo caso ad un punteggio medio pari a 4,4. Seguono le fiere (giudizio 3,75), l'uso del sito internet (punteggio 3,43), le iniziative aziendali (3,5), le iniziative gastronomiche con degustazione (3,17). Anche in questo caso i mezzi di comunicazione giudicati meno importanti, sono le affissioni (1) e la posta (1).

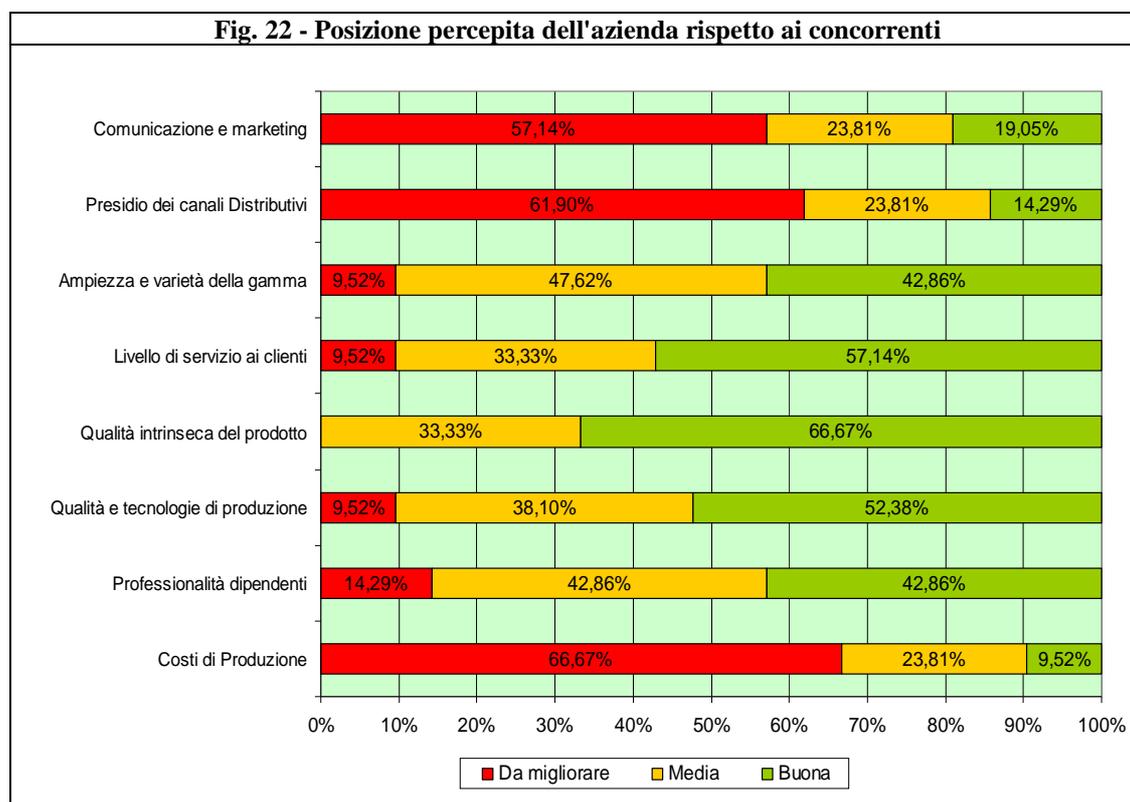
4.9. Investimenti e posizionamento strategico.

La percentuale di prodotto generato dal distretto e destinato al mercato Italiano in media del 74,98% , la rimanente percentuale è destinata all'estero (25,02%). Nella percezione del posizionamento strategico che le aziende hanno rispetto alla situazione media dei concorrenti (figura 22) il giudizio positivo predominante interessa la qualità intrinseca del prodotto, che per nessuna azienda del campione risulta da migliorare, mentre viene giudicata media dal 33,33% degli intervistati.

Delle note positive sono state registrate anche nei confronti del servizio ai clienti, buona per il 57,14% delle aziende, e per la delle qualità delle tecnologie di produzione, buono nel 52,38% dei casi.

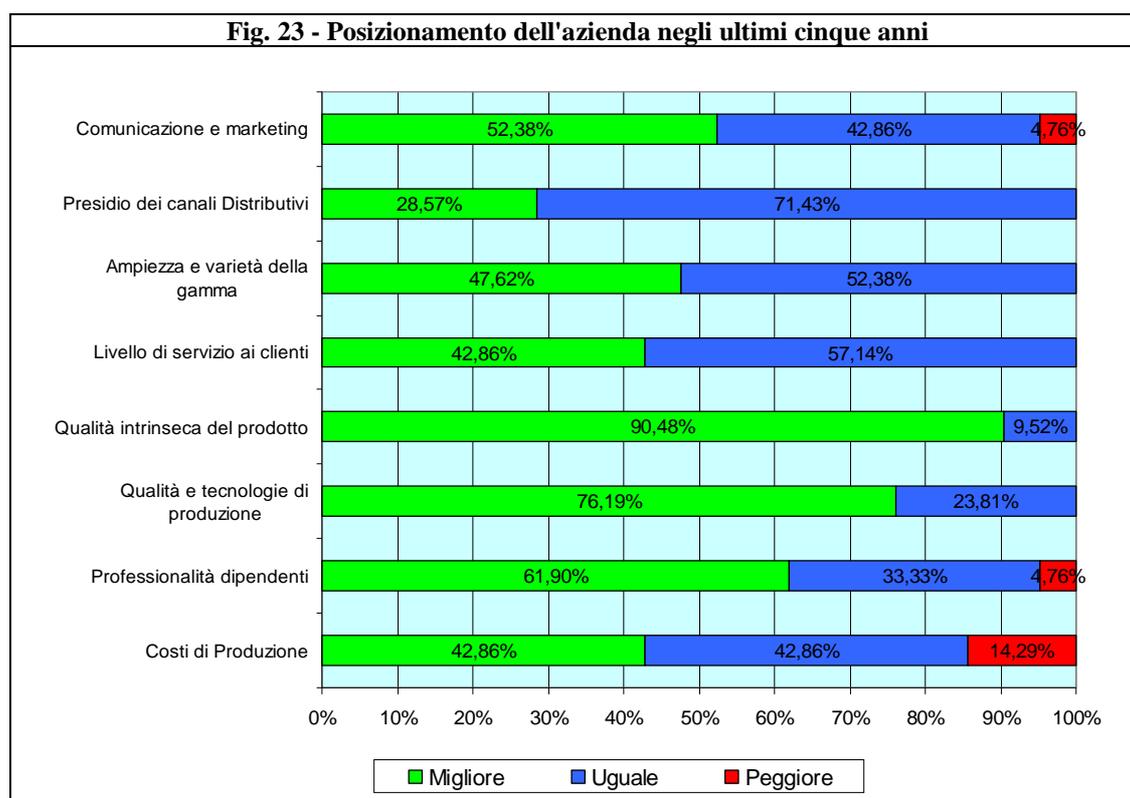
La professionalità dei dipendenti si colloca ad un livello medio-buono, mentre l'ampiezza e varietà della gamma di prodotti offerti sono visti ad un livello medio da circa poco meno della metà del campione (47,62%).

Una nota dolente sembra essere, a giudizio degli intervistati, l'aspetto che concerne i costi di produzione, che il 66,67% delle aziende indicano come un elemento assolutamente da migliorare, seguiti dal giudizio riguardante il presidio dei canali distributivi (61,90%) e dagli investimenti in comunicazione e marketing, ritenuti da migliorare (57,14%) e indispensabili per la divulgazione il rilancio e la valorizzazione del distretto.



Negli ultimi cinque anni (figura 23) le aziende hanno ritenuto essere migliorata prevalentemente la qualità intrinseca del prodotto (per il 90,48%) e la qualità delle tecnologie di produzione (per il 76,19%).

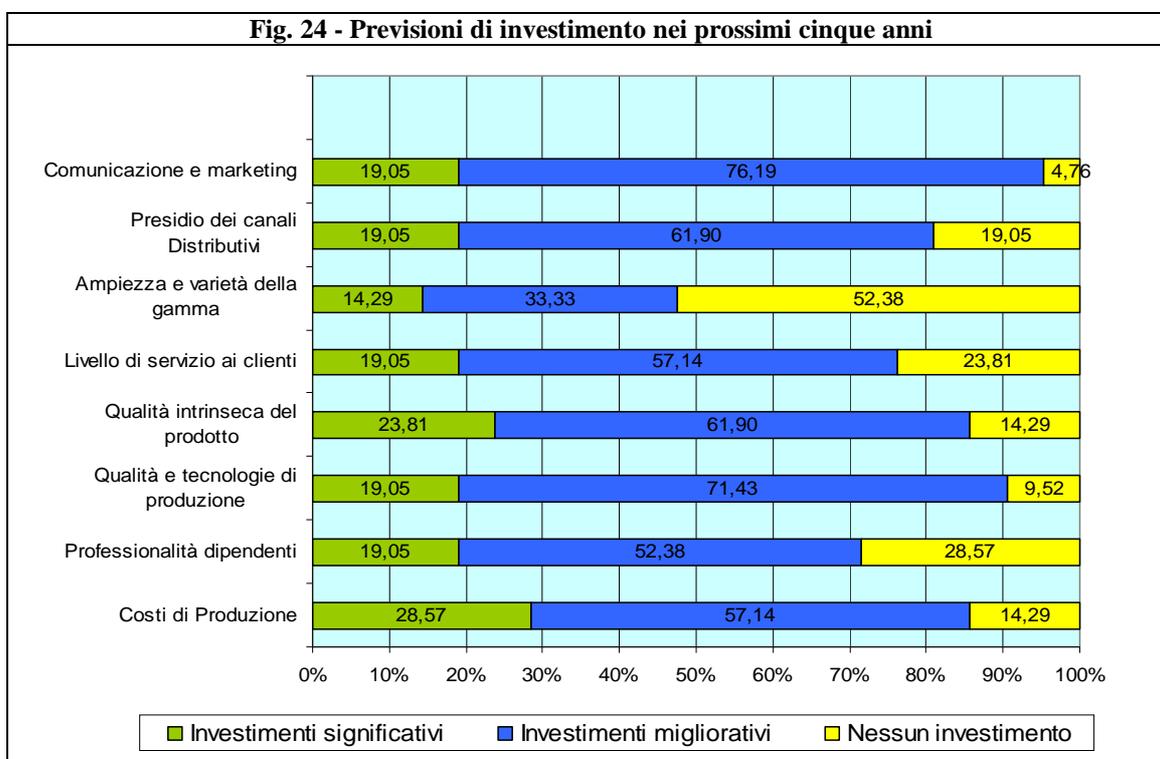
Nel complesso, più della metà del campione ritiene siano migliorati anche altri elementi: principalmente, il livello di professionalità dei dipendenti (61,90%) e il livello di comunicazione e marketing (52,38%). Per quanto riguarda i costi di produzione il campione si divide, poiché il 42,86% pensa che siano o migliorati o si siano mantenuti stabili nel tempo, mentre un 14,29% afferma che si è verificato un peggioramento della situazione; mentre il presidio dei canali distributivi (il 73,43%) la situazione è risultata invariata.



Le previsioni di investimento riferite ai prossimi cinque anni (figura 24) riguarderanno con interventi di tipo migliorativo soprattutto il settore della comunicazione e del marketing (76,19%), nella qualità e nella tecnologia di produzione (71,43%) e nei presidi dei canali di distribuzione (61,90%).

Solo nel 28,57% dei casi investimenti importanti interesseranno i costi di produzione e la qualità intrinseca del prodotto (23,81%). Quindi il problema va visto in relazione alla non sufficiente valorizzazione economica delle produzioni

Non prevedono alcun investimento in ampiezza e varietà della gamma poco più della metà delle aziende delle aziende e nella professionalità dei dipendenti (28,57%).



4.10. Filosofia di mercato della cantina

La *mission* aziendale delle aziende del Montello e Colli Asolani che hanno partecipato all'indagine si è rivelata, nel 57,14% dei casi, la seguente: puntare ad un segmento di nicchia con la garanzia di un buon rapporto qualità/prezzo per battere l'agguerrita concorrenza, ovvero essere specialisti di clienti.

Il 28,57% ha dichiarato di voler migliorare costantemente la qualità assoluta dei propri prodotti a prescindere dal rapporto qualità/prezzo, definendosi, così, degli specialisti di qualità. Il 9,52% degli intervistati ha espresso la volontà di raggiungere vasti settori di mercato con prodotti standard orientati verso uno stretto controllo dei costi e dei prezzi (specialisti di prezzo). La rimanente percentuale (4,76%) del campione ha optato per la risposta: "Raggiungere il maggior numero di clienti con una vasta referenza e profondità di assortimento (specialisti di offerta)".

È stato chiesto quali siano i principali obiettivi di mercato che si pone l'azienda, oltre a quelli economici e a quelli sociali.

Tra i primi, il principale è risultato quello di creare una forte immagine di marca basata sulla qualità (57,14%), seguito dalla creazione di una forte immagine di marca basata sulla qualità, sui contenuti territoriali e la tipicità (42,86%) e di voler aumentare la quota di mercato, (42,86%); il 33,34% opta di espandersi verso nuovi mercati, mentre il 23,81% ha segnalato di puntare a difendere l'offerta con nuove tipologie di prodotto, il 9,52% ha preferito seguire altri obiettivi da quelli proposti, quali la valorizzazione ed il ritorno in auge dei vecchi vitigni, o il mantenere uno standard qualitativo elevato per un prodotto di alta gamma. Solo il 4,76% pensa di selezionare specifici segmenti di mercato.

Altri obiettivi sono riuscire a “migliorare il rapporto con il territorio e l'ambiente” (57,14%) e nonché la qualità dei prodotti (52,38%). Spicca fra le preferenze anche il proponimento di aumentare il fatturato (52,38%) seguito dalla ferrea difesa delle tradizioni locali (47,62%). Il 38,10% desidera aumentare la remunerabilità del capitale investito, invece il 33,34% mira a diminuire i costi di produzione ed aumentare la quantità lavorata. Le opzioni meno gettonate sono state l'innovazione tecnologica (19,05%) e il raggiungere economie di scala (14,29%).

L'obiettivo sociale che è stato indicato dalla maggior parte delle aziende (il 66,67%) è il miglioramento del servizio offerto al cliente. Il 47,62% di esse vuole educare il consumatore a conoscere il vino in Italia e all'estero. Il 23,81% si pone pure lo scopo di migliorare i rapporti con le istituzioni, il 14,29% con i fornitori di uva e di vino, mentre il 19,05% intende integrarsi con la distribuzione.

4.10.1. Fattori di successo, punti di debolezza e minacce del Distretto DOC/DOCG Montello e Colli Asolani

Tra i fattori che stanno conducendo ad una soddisfacente conoscenza del distretto e sicuramente la qualità e la tipicità del prodotto legata al territorio e alla sua tutela (47,62%) seguita dalla professionalità, la serietà, l'intraprendenza dell'imprenditore e dal servizio alla clientela (14,29%). Altre aziende dichiarano che il loro successo è dovuto agli investimenti in visibilità del proprio marchio (4,76%) anche mediante l'uso

delle nuove tecnologie informatiche. Curiosamente un 14,29% non conosce i punti di forza aziendali.

I punti di debolezza citati dalle aziende sono raggruppabili con delle percentuali dissimili rispetto a quanto visto per i fattori di successo. Il 42,86% del campione afferma di non conoscere i limiti della propria azienda, mentre il 28,57% dichiara di possedere costi di produzioni troppo elevati; il 23,81% sostiene la scarsa comunicazione aziendale collegabile forse alle limitate strategie di marketing o la bassa aggressività in ambito commerciale dell'azienda, solo il 19,04% del campione sta investendo per una migliore accoglienza aziendale. Il 4,76% definisce un limite le aziende che non rispettano il legame con il territorio, ovvero a sfruttare indiscriminatamente il distretto solo per meri fini economici ledendo all'immagine di quelle aziende che lavorano seriamente nel rispetto delle regole.

Le minacce possibili per l'area Montello e Colli Asolani e per i suoi vini sono riconducibili in modo predominante alle frodi alimentari dei prodotti, unita alla crisi economica dalla quale si sta uscendo lentamente quest'anno (42,86% del campione). Il 14,29% sostiene che fra le minacce vi è anche la scarsa valorizzazione di tutto il distretto legata ad una possibile perdita di coesione fra i consorziati, il 9,52% invece denuncia costi di produzione troppo elevati, mentre il 33,34% del campione dichiara di non conoscere minacce che possano ledere il comprensorio o i rapporti fra aziende e consorzio.

Gli intervistati hanno ammesso dei timori riguardo agli scandali legati al mondo del vino e all'abuso del nome "Prosecco", alla mancanza di controlli sul mercato del vino, alla scarsa conoscenza, da parte del consumatore, della differenza tra Prosecco DOC e Prosecco DOCG.

Analizzando le risposte date nel loro complesso, è chiaro come la qualità del prodotto sia ormai riconosciuta come un fattore di grande successo, come pure la ricerca costante dell'innovazione tecnologica, la storia, la tutela e i legami con il territorio, la tradizione e la professionalità imprenditoriale.

Tuttavia, le aziende a conduzione familiare possono costituire un punto critico, dal momento che, anche a causa di risorse finanziarie limitate, non hanno la possibilità di ampliare e formare anche professionalmente il capitale umano. Se la qualità è un fattore di affermazione, spesso essa non si accompagna alla "quantità": in molti casi, la massa

critica è limitata, le dimensioni aziendali pure e l'azienda stessa è situata in un contesto spaziale che ne limita lo sviluppo (il caso di aziende cresciute all'interno del territorio urbano, o sorte su versanti collinari impervi). Gli investimenti sull'innovazione di prodotto e di processo non si accompagnano, tuttora, ad una spinta nella direzione del marketing e dell'acquisizione di conoscenza nell'ambito commerciale.

Il quadro che si viene a delineare stride con gli sforzi effettuati nell'ampliare la propria rete commerciale e nel proposito, diffuso tra le aziende, di consolidare ed ampliare la propria presenza all'estero.

La consapevolezza che non esista una collaborazione proficua tra aziende, in ambito commerciale e produttivo è palese. La comunicazione è scarsa non solo tra le aziende stesse, ma anche con le istituzioni e tra le istituzioni. Ciò si concretizza in una mancanza di linee guida comuni. Probabilmente, la spinta a collaborare non esiste a causa della convinzione, derivata da logiche di profitto nel breve termine, che l'esigenza di creare un dialogo si avverta solo quando si verifichi una condizione di crisi. Per molti, infatti, il prodotto "si vende senza sforzo", o meglio "si vende da solo", rendendo vani gli investimenti in comunicazione, marketing e collaborazione.

Le opportunità risiedono nella promozione del prodotto, ma anche del territorio e della tradizione che lo lega a questo. È indispensabile, perciò, a causa delle risorse limitate da parte delle aziende, fare riferimento ad un soggetto unico che – in modo univoco – si occupi della promozione e della tutela dei vini prodotti all'interno della zona Montello e Colli Asolani.

Esso è già stato riconosciuto nel Consorzio di Tutela, che, d'altro canto, si trova in un'ottica in cui operano anche altre istituzioni, senza che vi sia un'intensa collaborazione tra di esse. Si rende necessario semplificare questo quadro, limitando l'attività promozionale non solo al Consorzio di Tutela, ma anche e soprattutto aziende che investono le proprie forze per la divulgazione dei loro prodotti.

Le minacce percepite tra le più preoccupanti sono la sofisticazione e le frodi alimentari dei prodotti, dovute alla scarsa informazione fornita al consumatore sulla differenza tra i vini DOCG, DOC e IGT. Questi timori sono legati alla percezione, da parte delle aziende, che manchi un aiuto concreto dalle istituzioni: gli scandali nel mondo del vino sono una reminiscenza che spaventa tuttora, e per alcuni non vengono eseguiti sufficienti controlli. L'eccessiva burocrazia è un altro anello debole che lega aziende ed

istituzioni. L'opportunità che si deve creare è, perciò, un maggior coinvolgimento da parte di queste nelle problematiche delle aziende e del prodotto stesso, nella direzione di uno snellimento delle procedure burocratiche e nella realizzazione di adeguati interventi di tutela dei vini dell'area, creando finalmente un marchio unico, identificabile con il territorio.

4.11. L'accoglienza e creazione dell'evento in cantina

Nelle aziende viticole dell'area Montello e Colli Asolani, come è facile immaginare, l'attività principale, per quanto riguarda l'accoglienza in azienda è la vendita diretta di Vino.

La quasi totalità del campione (80,95%) afferma di organizzare eventi che possano favorire l'immagine e la popolarità dell'azienda ai consumatori, mentre il 19,05% dichiara il contrario, poiché ha ammesso di non essere ancora attrezzato, ma che in futuro si pre-disporrà per questo tipo di iniziative; si fa notare, quindi, una possibile scarsa qualità dell'accoglienza aziendale.

Gli orari di apertura al pubblico della cantina sono stati per il 42,85% del campione dal lunedì al sabato, il 19,05% dal lunedì alla domenica, mentre il 9,52% del campione ha orari di apertura al pubblico diversi, ma pre-stabiliti nell'arco della settimana (9,52%). Casi particolari eseguono l'apertura della cantina solo su prenotazione (9,52%), altri invece non aprono la cantina al pubblico (9,52%).

I visitatori che giungono in azienda durante l'arco dell'anno sono risultati mediamente per il campione da 100 a 6000; si per il 50,82% sono italiani originari dalla Veneto, per il 26,24% giunti da tutta Italia, mentre il 22,94% delle presenze sono straniere.

Le motivazioni che spingono il "visitatore-ospite" a incuriosirsi e a conoscere il territorio dove si trova l'azienda è stata, secondo l'opinione degli intervistati, per il 90,48% l'acquisto del vino come prodotto nato in una zona ben definita con delle sue peculiarità, mentre secondo il 52,38% anche per visitare la cantina, conoscere le tecniche di lavorazione e la realtà produttiva dell'azienda.

La spesa media per visitatore nell'acquisto di vino in azienda è circa 40 euro a visita.

Per quanto riguarda la stagionalità media dei visitatori (anno 2009) durante l'anno solare, il dato è stato suddiviso in quattro quadrimestri; da gennaio ad aprile (25,6%), da maggio ad agosto (38,8%) e da settembre a dicembre (34,6%). Molti produttori

confermano che i dati fra maggio-agosto e settembre-dicembre sono contigui, in quanto i visitatori che giungono per le visite in cantina (in particolare fra fine agosto e fine ottobre) sono interessati alle operazioni di vendemmia e nelle tecniche di cantina.

Il trend delle visite aziendali negli ultimi cinque anni sono stati per la maggior parte in crescita, (71,42%), mentre per altri si sono rivelate stabili (14,29%), ma alcune aziende non sono state in grado di dare una risposta (14,29%). Per più della metà degli intervistati (57,14%) l'andamento futuro del trend di visite aziendali sarà in crescita, per il 28,57% si manterranno stabili, mentre alcune aziende non sono state, di nuovo, in grado di fornire una risposta (14,29%).

La struttura dell'accoglienza per l'indagine svolta è stata suddivisa in quattro sezioni: le aziende del distretto Montello e Colli Asolani che sono provviste di un punto vendita con l'enoteca aziendale sono quasi la totalità (76,19%), la rimanente percentuale del campione o non si è ancora attrezzato, o entro i prossimi anni attiverà questo tipo di struttura (23,81%). Solo poco più della metà degli intervistati (57,14%) dichiara di avere una sala degustazione per il saggio del prodotto, chi non possiede questo tipo di possibilità o svolge la degustazione direttamente in cantina, o si doterà nei prossimi anni.

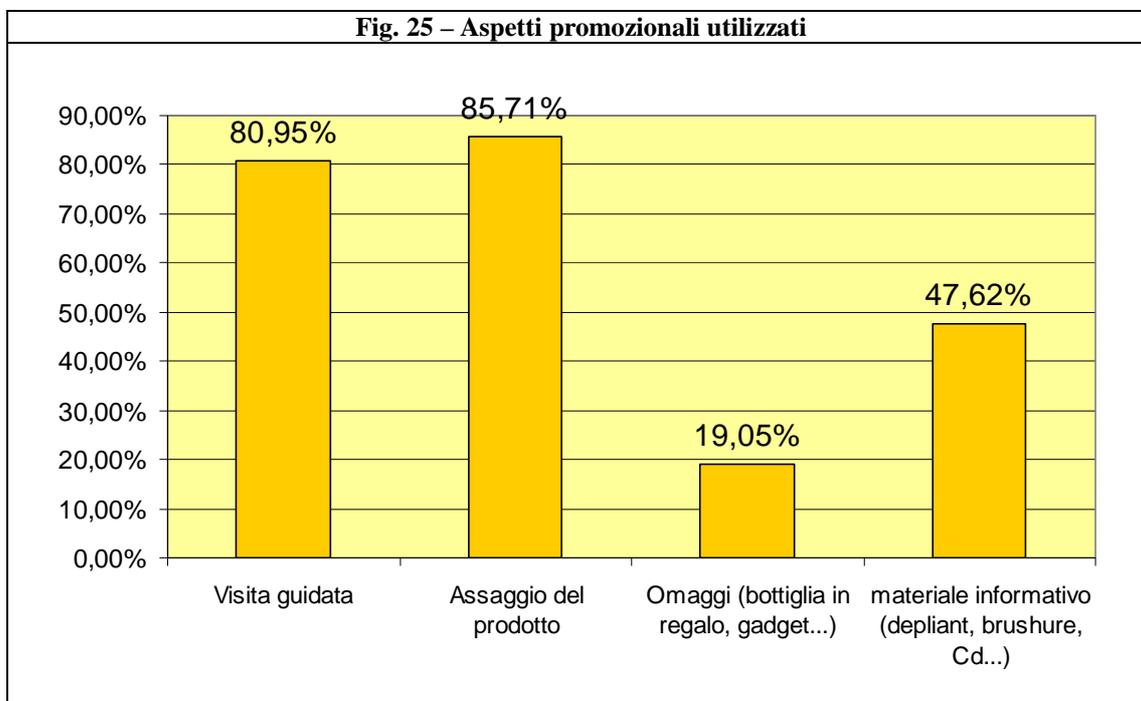
Per quanto riguarda l'accoglienza in azienda si è chiesto alle cantine se avessero un soggetto deputato all'accoglienza dei visitatori; solamente il 42,86% del campione ha confermato questo tipo di figura all'interno dell'azienda identificabile o con un delegato aziendale (dirigente, l'enologo...), o lo stesso titolare.

Le lingue più conosciute e utilizzate per l'accoglienza dei visitatori stranieri sono l'inglese (57,14%) ed il tedesco (33,34%). Il francese è parlato solamente dal 19,05% del campione, mentre il 4,76% comunica anche con altre lingue.

Agli intervistati è stato chiesto come considerano questo tipo di azioni nel marketing aziendale, ovvero possedere un addetto all'accoglienza degli ospiti, l'uso di una o più lingue per comunicare, avere la possibilità di degustare i prodotti aziendali in un locale apposito; nella maggior parte dei casi la risposta è stata positiva, definita nello specifico molto utile dal 47,62% dei casi e utile nel 38,10%. In un segmento del campione (9,52%) è considerata un'azione indifferente, mentre il 4,76% non sa dare una risposta.

Gli aspetti promozionali utilizzati dalle aziende (figura 25) per interessare, incuriosire ed attrarre il cliente sono: per l'85,91%, delle preferenze, l'assaggio del prodotto, segue

la visita guidata in cantina ed in azienda (80,95%). L'uso del materiale informativo è adottato da poco meno della metà degli intervistati (47,62%) e solamente un 19,05% offre degli omaggi ai clienti (bottiglie di vino, gadget).



Alle aziende è stata posta la domanda se venissero organizzati eventi per favorire la promozione in cantina; il 57,14% ha confermato tale scelta per favorire la visibilità del marchio distribuite fra serate a tema (serate culturali), abbinamenti con le specialità culinarie locali della zona (collaborazioni con i ristoranti e trattorie) e la sponsorizzazione di eventi locali (quali manifestazioni sportive, festa dello sport, fiere, sagre, palio). Alcuni intervistati svolgono questo tipo di manifestazioni direttamente nelle strutture della cantina, organizzando concerti, manifestazioni teatrali e/o rievocazioni storiche. Altre aziende agiscono in altro modo, come ad esempio (una cantina in particolare) promuove e collabora con le Onlus o con le Associazioni di volontariato e beneficenza, una forma utile per promuovere attivamente sia il marchio aziendale, sia i prodotti del territorio mettendo in atto delle attività benefiche per la società.

Per la partecipazione e la promozione agli eventi organizzati, le aziende utilizzano soprattutto mezzi di comunicazione quali l'E-mail (47,62%), il sito internet aziendale

(28,57%) o il telefono (28,57%). La posta è utilizzata per il 19,05% delle preferenze, il fax solo dal 4,76% del campione, mentre alcune aziende, sfruttano altri metodi (9,52%).

4.12. Rapporti con il consorzio.

Il Consorzio di Tutela vini Montello e Colli Asolani è uno fra i più piccoli d'Italia. La superficie inclusa nella zona di produzione riguarda oltre 19.500 ettari, in provincia di Treviso posti sulla destra orografica del fiume Piave. Il territorio comprende nella parte centro-orientale San Zenone degli Ezzelini, l'asolano e tutta la Val Cavasia sino a Pederobba, mentre nella parte centro occidentale comprende Cornuda, l'area del montebellunese sino a Nervesa della Battaglia.

Le attività di controllo che dovrebbe svolgere il consorzio sono completamente demandate a terzi, in particolare a Valore-Italia e alla Camera di Commercio di Treviso. Ai soci è stato chiesto quali vantaggi si possono avere, dal punto di vista della visibilità nel mercato, facendo parte del Consorzio di Tutela. Il 42,86% del campione dichiara di avere ricevuto pochi vantaggi, il 23,81% ritiene che l'attività svolta sia stata abbastanza soddisfacente, il 14,29% ritiene di essere molto soddisfatto, mentre un 9,52% giudica di non avere ricevuto nessun vantaggio.

Le strategie che il Consorzio deve mettere in atto per la valorizzazione del territorio, sono per più della metà dei consociati la possibilità di "comunicare l'area" (76,19%), ovvero di renderla visibile ai consumatori migliorando la gestione delle risorse interne ad esso. Solo alcuni soci o hanno espresso l'idea di far accedere nuovi membri, aumentando così le risorse e la coesione (4,76%), o non sono stati in grado di dare un'opinione (14,29%). Curiosa è la risposta del 4,76% del campione che ha valutato l'idea di fare confluire e fondere l'intero distretto con quello di Valdobbiadene-Conegliano, motivando tale possibilità con la tutela del medesimo prodotto ottenuto dallo stesso vitigno (l'Asolo DOCG ed il Valdobbiadene-Conegliano DOCG). Ipotesi che al momento seppur interessante ed economicamente vantaggiosa per entrambi i distretti (si verrebbe a creare un'unica area DOCG) è assai remota poiché sono ancora presenti forti atteggiamenti campanilistici in entrambe le aree.

Il Montello ed i colli Asolani sono stati recentemente zonati, le collaborazioni fra enti ed istituzioni hanno permesso di capire meglio le caratteristiche pedo-climatiche presenti nell'intero distretto. Questo tipo di indagine è stata valutata positivamente dal 66,67% degli intervistati affermando che darà la possibilità di impiantare le varietà più adatte, in una determinata "sotto-zona" con un particolare micro-clima. Il duplice obiettivo della Zonazione è stato avere un contatto diretto con il territorio per migliorarne l'economia e recuperare zone vocate precedentemente abbandonate.

Al 19,05% del campione gli studi di zonazione non hanno dato importanza, mentre il 14,29% o non era a conoscenza del progetto, o non ha dato una risposta.

Gli obiettivi raggiunti con successo dal Consorzio è sicuramente la DOCG (52,38%) che ha permesso una migliore valorizzazione del prodotto legata al territorio da uno dei borghi più belli d'Italia e del Mondo: Asolo (Asolo Prosecco Superiore DOCG). Il 23,81% degli intervistati non ha saputo dare una risposta, il 14,29% afferma che il consorzio non ha raggiunto nessun obiettivo soddisfacente, mentre il 9,52% la zonazione come un traguardo ragguardevole.

I limiti che possiede il Consorzio di Tutela Vini sono soprattutto nelle dimensioni, nel numero dei soci e nelle risorse umane e finanziarie (38,10%), seguono la scarsa comunicazione per l'intero distretto (33,33%). Il 28,57% del campione non ha saputo dare un'opinione.

Gli obiettivi che vi saranno in futuro per il dinamismo del Consorzio è certamente una migliore comunicazione del distretto (42,86%), alcuni membri auspicano l'integrazione con altri distretti (14,29%), mentre una piccola minoranza vorrebbe ottenere per i vini rossi la DOCG (DOC Recantina e Rosso del Montello DOCG). Il 33,33% degli intervistati non ha rilasciato nessun commento.

Le minacce che preoccupano maggiormente lo sviluppo e l'evoluzione del Consorzio e dell'intero distretto viti-vinicolo sono la scarsa e cattiva valorizzazione dell'area (42,86%) legata ad una comunicazione debole e inefficace, la crisi economica legata alla cattiva gestione burocratica e politica (14,38%), o l'essere inglobati in realtà viti-vinicole più grandi (4,76%). Il 38,10% degli intervistati non vede nessuna minaccia futura per la vita del Consorzio di Tutela.

Capitolo 5

**SEZIONE DELL'INDAGINE ECONOMICO-STATISTICA
DEDICATA ALLE COOPERATIVE**

5.1. Le cooperative

Il sistema vitivinicolo italiano deve la sua prerogativa da un lato alla frammentazione produttiva (molte piccole e medie imprese), dall'altro alla presenza delle cantine cooperative, che riescono ad agglomerare un'elevata quantità di piccoli produttori, che altrimenti avrebbero difficoltà a remunerare in modo soddisfacente le proprie uve. Le cantine sociali venete trasformano, per esempio, circa la metà della produzione vinicola e due terzi di esse sono situate nella province di Verona e Treviso (Capitello, 2004).

Le cooperative del distretto Montello e Colli Asolani sono due, sono state fondate tutte intorno agli anni '60, in cui vi è stata una crescita del movimento cooperativo in Italia, ed appartengono ad una classe di fatturato che va dai 10.000.000 ai 20.000.000 di euro. Entrambe possiedono un unico stabilimento ubicati all'interno del distretto.

5.1.1. Capacità produttiva ed investimenti di cantina

Le due cooperative effettuano la spumantizzazione, con una capacità di lavorazione in autoclave che è rispettivamente pari a 10.000 e 12.000 ettolitri, per una capacità totale di stabilimento di 60.000 e 102.000 ettolitri.

Tab. 13 - Dati anno del 2009		Cooperativa 1	Cooperativa 2
Asolo DOCG	<i>spumante</i>	15.255	208.000
	<i>frizzante</i>	0	130.000
	<i>tranquillo</i>	0	15.000
Prosecco DOC	<i>spumante</i>	199.763	420.000
	<i>frizzante</i>	25.678	250.000
	<i>tranquillo</i>	0	0
Rossi DOC	<i>Rosso del Montello e Colli Asolani</i>	0	4.000
	<i>Cabernet</i>	9743	12.000
	<i>Merlot</i>	0	130.000
Rossi IGT	<i>Cabernet</i>	2486	30.000
	<i>Merlot</i>	0	180.000
	<i>Bordolese</i>	958	70.000
	<i>Altro</i>	22836	0
Bianchi IGT	<i>Manzoni bianco</i>	0	4.000
	<i>Chardonnay</i>	0	105.000
	<i>Pinot bianco</i>	2496	0

5.1.2. Servizi ai soci, formazione e determinazione del prezzo di liquidazione

Uno dei principali problemi dell'impresa cooperativa è quello di salvaguardare i valori cooperativi con le istanze economiche degli imprenditori associati: per raggiungere tale finalità, il management cooperativo deve saper coniugare i principi mutualistici con un modello gestionale flessibile e ben articolato, sulla base delle sollecitazioni provenienti dal mercato. Perciò, accanto ad una adeguata formazione culturale dei soci, in grado di recepire i segnali provenienti dallo scenario di riferimento, è necessario aggiornare la loro preparazione professionale per favorire l'adozione, da parte del management cooperativo, dell'innovazione in pieno campo, in cantina e nella fase della commercializzazione (Capitello, 2004).

Servizi che svolgono le cantine a favore dei soci sono per entrambe *l'assistenza e la consulenza nella fase di vendemmia*, mentre solo una delle due svolge anche *procedure amministrative di riconversione o di ristrutturazione dei vigneti*. Per quanto riguarda la *consulenza in vigneto* nessuna delle due svolge tale tipo di incarico.

Una delle due cooperative, per i servizi prima citati, mette a disposizione dei soci 2 professionisti (tecnici agrari) prepara aggiornamenti tecnici, seminari dove vengono presentati i risultati svolti dall'impresa e, a scadenza, distribuisce e diffonde un giornalino.

I parametri che le due cooperative utilizzano per la determinazione del prezzo di liquidazione della materia prima sono: il grado zuccherino, la varietà e se il vigneto è soggetto a condizioni di coltivazione biologica.

5.2. Rapporti con il distretto.

Le due cooperative hanno instaurato degli accordi di cooperazione con altre imprese di produzione, nel distretto o nella provincia di Treviso, riguardanti i processi produttivi ed il conferimento del vino.

Le uniche attività svolte internamente nelle due cooperative sono la pianificazione finanziaria e la progettazione organizzativa ed analisi strategica.

L'informatizzazione aziendale, invece, è svolta in una esternamente, nell'altra invece è ripartita sia all'interno che all'esterno.

Solo una cooperativa si occupa di ricerche di mercato, mentre un'altra non la svolge. La pubblicità è un'attività prevista per una delle due cooperative ed è gestita in parte all'interno e in parte all'esterno, l'altra la svolge completamente all'esterno.

Una cooperativa si rivolge saltuariamente al CECAT, mai all'Eliconsorzio, ai servizi formativi offerti dall'università, all'Istituto Sperimentale per la Viticoltura, mai all'Associazione Alta-Marca, alla Camera di Commercio... invece, utilizza con frequenza i servizi offerti dal Consorzio di Tutela assegnando un giudizio più che buono.

L'altra cooperativa invece si muove in un quadro istituzionale e imprenditoriale più dinamico rispetto alla prima. L'impresa interagisce frequentemente con i servizi della Camera di Commercio, del Consorzio di Tutela, con l'associazione di Categoria, con le banche, con le Cantine sociali e l'AVEPA. Non ha mai avuto rapporti con l'Eliconsorzio e il CRA, mentre ha una collaborazione saltuaria con l'ICE, l'Università, l'Alta Marca, il CODITV e il CECAT.

5.3. Impresa e distretto.

Tutte le cooperative producono all'interno del sistema locale che considerano importante. Esse si riforniscono in maniera dissimile; ad esempio una si rifornisce di macchinari e attrezzature di cantina in tutta Italia, mentre l'altra si rifornisce sia nel mercato italiano sia in quello estero.

In una i lieviti, chiarificanti... sono acquistati in provincia di Treviso o all'interno della regione; bottiglie, tappi, capsule e stampa di etichette sono invece reperiti al di fuori del distretto o in Italia. L'altra cooperativa, invece, si rifornisce degli stessi sia in tutta Italia, sia all'estero.

Le cooperative non giudicano importanti per esse stesse o per il distretto in senso lato i corsi organizzati dal Gruppo di Azione Locale (GAL), al contrario del parere positivo rivolto all'attività del Consorzio di Tutela. La presenza della Confraternita, l'attività di Alta-Marca e del Forum Spumanti, la Strada del vino e i finanziamenti PSR sono giudicati importanti per il distretto solo da una delle due cooperative, mentre l'altra non dichiara nessuna informazione a riguardo.

Capitolo 6

LE PROSPETTIVE FUTURE DEL DISTRETTO MONTELLO E COLLI ASOLANI

6. Conclusioni e prospettive future

La zona DOC/DOCG Montello e Colli Asolani è un distretto relativamente giovane composto da numerosissime piccole e medie imprese e da una comunità di persone storicamente insediate su di un definito ambito territoriale. Infatti, più della metà delle aziende del campione esaminato sono ditte individuali (66,7%) ed il 38,1% ha un fatturato annuo dichiarato inferiore ai 100.000 euro.

La maggior parte delle realtà aziendali medio-grandi sono dislocate nell'area montelliana, mentre nell'area asolana ancora prevalgono aziende medio-piccole soprattutto a conduzione familiare.

La zona del Montello e Colli Asolani è una realtà ancora in evoluzione le aziende forse non si rendono conto delle grandi potenzialità dell'area che fatica a valorizzarsi rispetto ad altre denominazioni di origine attigue. Vi è chi ha affermato la difficoltà nel considerare l'area Montello e Colli Asolani una vera e propria struttura distrettuale, perché è poca la volontà da parte delle aziende di pianificare progetti comuni e di godere dei vantaggi della collaborazione, con il verificarsi di serie conseguenze sull'immagine del territorio che, per poter affrontare un ambiente internazionale sempre più complesso e pressante, ha bisogno di indirizzarsi verso una politica di valorizzazione dello stesso. Nella realtà analizzata, la forte frammentazione della base produttiva e l'individualismo, impediscono che si venga a creare una rete di imprese. Non si riescono ad attivare, infatti, meccanismi in grado di garantire la migliore cooperazione tra le stesse, per cui non è possibile parlare di benefici comuni. In questi sistemi la relazione è quella che permette di costruire valore economico.

Solo il 23,81% del campione ha rapporti di collaborazione in alcuni campi di ricerca quali ricerca e sviluppo e nei processi produttivi (i partners cooperazione sono dislocati anche all'estero) e sono rappresentate da realtà molto diverse fra loro, ma assai dinamiche nel mercato internazionale.

Vi sono rapporti con altri interlocutori per quanto riguarda la fruizione di servizi, oppure con enti ed istituzioni presenti nel territorio. Molti intervistati si lamentano per la scarsa comunicazione tra i produttori: il 40% di essi ritiene esista all'interno del distretto un'atmosfera non comunicativa, 25% una situazione fortemente competitiva e per il 35% una situazione collaborativa. Il rapporto stesso con le istituzioni rappresenta un aspetto difficile: se da un lato si percepisce la volontà di migliorare la situazione

organizzativa del distretto assieme alla presenza del Consorzio di Tutela dall'altro si ha poca conoscenza dell'esistenza di alcuni enti sul territorio o un po' di diffidenza nei confronti di nuove iniziative, prettamente di carattere promozionale.

La *rete* è, perciò, migliorabile dal punto di vista dei rapporti produttivi o organizzativi, ma debole se consideriamo i rapporti tra aziende ed istituzioni, o tra le istituzioni stesse. Si genera, così, un mancato coordinamento delle attività di comunicazione, intraprese dai singoli ma non dall'intera collettività e si dissipano le risorse necessarie a causa della carenza di cooperazione tra gli enti preposti nella promozione e nel supporto tecnico.

Le aziende partecipano ad eventi internazionali sia in Italia, sia all'estero con buoni risultati nelle esportazioni.

La concorrenza da parte di prodotti analoghi provenienti da Paesi esteri, in particolar è sentita da molti produttori, come pure il timore di frodi alimentari o svalutazione del prodotto e del territorio. Molti intervistati, inoltre, non avvertono un adeguato supporto da parte delle istituzioni, che secondo loro non tutelano sufficientemente i prodotti, eccedendo con la burocrazia. Tuttavia un elemento positivo è dato dalla consapevolezza, da parte di alcuni, di dover operare nella direzione della tutela ambientale, acquistando macchinari innovativi o installando pannelli solari. Il quadro complessivo vede la presenza di multifunzionalità nelle aziende viticole del Montello e Colli Asolani, in quanto si tende a conservare le tradizioni locali contribuendo, così, a migliorare anche l'aspetto estetico del territorio.

Le prospettive del distretto Montello e Colli Asolani, se nel breve termine possono definirsi incerte, sono critiche se riflettiamo nel lungo termine: è necessario, perciò, uno sforzo da parte delle aziende nel superamento di logiche "campanilistiche", e da parte delle istituzioni nella realizzazione di una cooperazione e di un massiccio investimento nella tutela dei prodotti e del territorio imponendosi nelle decisioni politiche nazionali ed internazionali.

SITOLOGIA:

- <http://cronologia.leonardo.it/storia/a1917t.htm> (Foto)
- <http://www.ciaonervesa.it>
- <http://www.confraternitavitevino.it/>
- http://www.darapri.it/immagini/nuove_mie/enocultura/cronologiepersone_corpo.htm
- <http://www.destigianni.com/images/Montebelluna/Montebelluna.html>
- <http://www.galterredimarca.it>
- <http://www.larchivio.org/xoom/gg-fronte-italiano15-18.htm> (foto)
- <http://www.magicoveneto.it>
- <http://www.marcadoc.it/gustare/carmenere.htm>
- <http://www.museobaracca.it>
- <http://www.museocanova.it>
- <http://www.tg0.it/doc.php?foglio=2&doc=374>
- <http://www.unioncamere.gov.it>
- <http://www.venetoagricoltura.regione.veneto.it/archive/.../12/0812recantina.pdf>
- <http://www.venetomarketing.it>
- www.capitolaretv.org
- www.comune.asolo.tv.it
- www.comune.san-zenone.tv.it
- www.comune.volpago-del-montello.tv.it
- www.dedalonews.it
- www.ilsole24ore.com – Il Sole 24 ore
- www.loredangasparini.it – Az. Agr. Conte Loredan Gasparini.
- www.montebelluna.it
- www.museomontebelluna.it
- www.oiv.int/it/oiv/index.htm
- www.politicheagricole.it – Ministero politiche agricole italiano.
- www.stradamontellocolliasolani.it – Consorzio Montello e Colli Asolani
- www.vardanega.com
- www.wikipedia.org

http://www.venetoagricoltura.org/upload/pubblicazioni/E305_Valorizza_aree_viticole/cap4.pdf.

- www.inumeridelvino.it
- www.tv.camcom.it.

BIBLIOGRAFIA

- AGNOLOTTI C. *Treviso e le sue Pievi*, II, Treviso 1897-98.
- BONIFACCIO G.: *Istoria di Trevigi*, Treviso 1591: ristampata da Arnolfo Forni 1981.
- MARCHESAN A., *Treviso medioevale*, Treviso 1923
- PESCE L., *Vita socio-culturale in Diocesi di Treviso nel primo Quattrocento*, Venezia 1983.
- ANDERSON, K. (2007). *Where in the world is the wine industry going? Tastes, technologies, taxes and terroir*. World Wine Markets Conference, UC Davis, CA.
- ANGELO COSTACURTA, ANTONIO LEVEZZI, DIEGO TOMASI, FERRUCCIO GIORGESSI, GIAN PAOLO SANCASSANI, PAOLO ANTONIAZZI: *Guida per il Viticoltore 2004*. Pubblicato ed edita da Azienda regionale VENETO AGRICOLTURA).
- Appunti del Corso di studi di PAESAGGIO VITI-VINICOLO (prof. Calò) anno 2007.
- Appunti del Corso di studi di VITICOLTURA 1 (Prof. Tonutti) anno 2006.
- Appunti del Corso di studi di VITICOLTURA 2 (prof. Costacurta) anno 2007.
- ARPAV (2005): “*Carta dei Suoli del Veneto*”.
- BIANCHIN F. (tesi di laurea AA 2007-2008): *Il distretto del Prosecco Conegliano-Valdobbiadene DOC, aspetti relazionali e strategie commerciali*. Università degli Studi di Padova.
- CALÒ A., SCIENZA A., COSTACURTA A. (2006). *Vitigni d’Italia*. Edagricole.
- CAPITELLO R. (2004): Dimensione e struttura dell’impresa cooperativa, in: *Analisi e*
- CAPITELLO R., AGNOLI, L. (2007). *Internationalization options for agri-food cooperatives: the case of Veronese Wine Growers’ Cooperatives*. Paper presented for presentation at the 105th EAAE Seminar ‘International Marketing and International Trade of Quality Food Products’. Bologna.
- CASTIGLIONI B., FERRARESE F., FERRARIO V., GARLATO A., MENEGAT F., MEZZAVILLA F., MIETTO P., MODESTO M., MOZZI P., RODATO S., ROSSETTO T., SAURO U., ZAMPIERI D. (2005): “*Montello*”. Progetto 3KCL – Paesaggi Carsici, architettura di una relazione unica tra uomo e ambiente – pubblicato dal Museo di Storia Naturale e Archeologia di Montebelluna e a cura di Benedetta Castiglioni. FrancoAngeli.
- CATTELAN S. : *Progetto: Marketing vitivinicolo - ricerca di mercato*, La Cantina, Scuola Enologica di Conegliano.

- DE ZANCHE A. e CENSORI A.: *Rapporto Veneto Global Wine n° 10 Settembre 2009 e n° 11 Febbraio 2010*: Veneto Agricoltura e del Dipartimento di Scienze, Tecnologie e Mercati della Vite e del Vino dell'Università di Verona (Roberta Capitello).
- DECRETO 21 luglio 2009: DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DEI VINI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA “MONTELLO E COLLI ASOLANI”.
- AAVV. *Delle viti Prosecche ovvero della distinzione fra prosecco tondo e prosecco lungo*. Ediz. Libra pag. 11-12.
- EYNARD I. & DALMASSO G. : *Viticultura Moderna (Manuale Pratico)* Nona Edizione Hoepli 1990.
- FRANCESCO FERRARESE, UGO SAURO: *La geomorfologia del Montello in “Montello”* – a cura di Benedetta Castiglioni, 2005.
- GALLETTO G. (tesi di laurea AA 2007-2008): *Enoturismo e fruizione dei beni culturali e ambientali: il caso della strada dei vini del Piave*. Università degli Studi di Padova.
- GIAN MARIA FERRETTO: *Il Montello* di Poker film editrice.
- Il Perito Agrario N 3 maggio/Giugno 2007. Rivista del Collegio Nazionale dei Periti Agrari e dei Periti Agrari Laureati.
- AAVV. *L'enologo* (la voce della categoria), numeri dell'anno 2008 e 2009.
- MONDINI S. *I Vitigni Stranieri da Vino Coltivati in Italia*; Firenze G. Barbera Editore 1903.
- MORETTI G., CALÒ A., COSTACURTA A., tratte dal libro “*Aree viticole Venete*” Fotografie de “*Manuale del Viticoltore*” a cura di Edizione Veneto Agricoltura.
- PASTORE R. (2002): *Il marketing del vino e del territorio: istruzioni per l'uso*, Milano,
- SEVERINA CANCELLIER, ENZO MICHELET E GIAMPIERO RORATO: *I Vini Rabosi, storia, cultura e tecniche produttive di antichi vitigni veneti* ; Dario De Bastiani editore.
- TEO G. (tesi di laurea AA 2007-2008): *Tecniche di produzione e marketing del Torchiato di Fregona*. Università degli Studi di Padova.
- U. SAURO E P. MIETTO: *Le grotte del Veneto; paesaggi carsici e grotte del Veneto*.
- UNIONCAMERE: *Rapporto Settore Vitivinicolo 2009*.
- AAVV. *Vigne & Vini* (periodico del Sole 24 ore) , numeri dell'anno 2008 e 2009.

- VIII INTERNATIONAL TERROIR CONGRESS- JUNE 14TH-18TH 2010 SOAVE (VERONA)
ITALY: *Il Gusto del Suolo* (La personalità dei vini veneti raccontata attraverso il suolo), edito Veneto Agricoltura.
- VILFRANCO G.C.: *Oenologia Toscana o sia memoria sopra i vini ed in specie toscani* (1773). Di. Ed. Gaetano Cambiagi, Firenze.
prospettive del sistema vitivinicolo veneto, Legnaro, Veneto Agricoltura.
- SERENA A.: *Cronaca montebellunese*, Treviso 1903 (Annali montebellunesi, ed. Treviso 1948) e ed. critica, Montebelluna 1998, a cura di Lucio De Bortoli
- ALESSIO DE BON: Tracciato di un transito preistorico lungo le Prealpi Venete – manoscritto

Allegato 1

LA ZONAZIONE DEL DISTRETTO MONTELLO E COLLI ASOLANI

La zonazione del Montello e Colli Asolani

La DOC Montello-Colli Asolani è l'insieme di due aree collinari a ridosso del massiccio del Grappa appartenenti alle Pre-Alpi Venete. La DOC è delimitata a nord e a est dal fiume Piave, ad ovest dalla fasce pedemontana e a sud dal tratto vicentino e trevigiano della pianura Padana. I comuni facenti parte della DOC sono 18 e il territorio si estende per circa 20.000 ettari. L'area vitata si sviluppa prevalentemente sui versanti collinari meno rialzati e protetti per una superficie vitata complessiva di circa 1500 ha.

L'attività di Zonazione ha il fine di porsi come utile strumento per fruire di una mappatura precisa e dettagliata del territorio. L'area è stata suddivisa in sotto-zone dette "*Unità di Paesaggio*"²⁵ caratterizzate nel avere lo stesso tipo di terreno, quindi con le stesse caratteristiche podologiche, microclimatiche (Piovosità, temp. Medie, Massime, Venti...) e che conferiscono, potenzialmente, le stesse peculiarità ai vitigni se impiantati in quella sotto-zona: ad esempio un Cabernet posto nell'Unità di paesaggio 1, potenzialmente sviluppa un certo tipo di caratteristiche organolettiche (sentore di pepe, peperone, tabacco...) in base alle degustazioni che verranno svolte sui vigneti interessati, così si otterranno specifici risultati enologici.

Queste mappature del terreno per *-unità vocazionali-* sono necessarie, nel caso in cui un agricoltore voglia impiantare un vigneto e ottenere dei vini che riveleranno determinati caratteri.

Si crea, perciò, una base dati detta *-Back-ground-* che permetterà di scegliere i criteri più corretti per impiantare una data varietà, in base ai risultati ottenuti in precedenza con la sperimentazione e le microvinificazioni, quindi il lavoro della zonazione serve come *-caratterizzazione del territorio dal punto di vista vocazionale-*.

In base al *Back-ground* e alle analisi svolte, tutti i dati verranno inseriti in un Manuale che verrà pubblicato descrivendo dettagliatamente ogni singola unità di paesaggio, in base alle caratteristiche pedoclimatiche, la posizione dei vigneti analizzati... Il periodo di studio è di circa un quinquennio e devono essere individuati dei vigneti rappresentativi nell'unità di paesaggio in modo da definire le varie fasi fenologiche.

Durante la stagione vegetativa sono state rilevate le principali fasi fenologiche (germogliamento, fioritura, allegagione, invaiatura, vendemmia). Dalla fase di post-invaiatura sono stati studiati i principali parametri della curva di maturazione delle bacche. Alla vendemmia sono stati investigati i parametri vegeto-produttivi (produzione per pianta, numero grappoli per pianta, peso medio del grappolo) ed enologici del mosto (zuccheri, pH, acidità titolabile). Infine è stato determinato il peso del legno di potatura al fine di ottenere alcuni indici caratterizzanti l'equilibrio vegeto-produttivo: indice di Ravaz (L), indice di espressione vegeto-produttiva (EVP) e l'indice di equilibrio vegeto-produttivo (L/EVP), in

²⁵ Un *unità di paesaggio* (U.d.P.) può misurare parecchi Km², le zone hanno dimensioni eterogenee e non ci si basa su dei criteri specifici per misurarne la superficie, ma sulla sovrapposizione dei dati che individuano delle aree omogenee per le caratteristiche del terreno, del clima, della piovosità... L'area della DOC Montello e Colli Asolani è stata suddivisa in 8 U.d.P. e in più è stata ampliata con l'accorpamento di una zona "esterna alla DOC" comprendete alcuni comuni del comprensorio del Grappa che adesso, con il lavoro di Zonazione, rientrano nell'area DOC.

particolare modo si è cercato di capire come il terreno influenzi la vigoria delle piante, poiché influirà sull'analisi statistica che andrà a caratterizzare la zona e non meno importante la costruzione delle curve di maturazione per ogni singola U.d.P. per definire in modo abbastanza preciso il momento migliore per la vendemmia.

La scelta dei *-vigneti guida-* si è decisa in base alla superficie delle varietà più coltivate e quindi le più importanti dell'area: Prosecco, Cabernet Sauvignon, Merlot con una finestra sulla Bianchetta ma solo per i Colli Asolani; su questi vigneti sono stati attuati i rilievi e i dati raccolti nei 3 anni di sperimentazione in collaborazione con l'ARPAV che ha svolto l'analisi Pedologica (trivellazioni all'interno dell'area DOC, trivellazione all'interno dei vigneti guida) e la relativa mappatura territoriale con la partecipazione della provincia di Treviso.

È stata individuata in modo più specifico, rispetto a studi precedenti, la natura dei suoli classificati secondo i sistemi tassonomici internazionali e caratterizzati in merito alle loro qualità agronomiche: profondità utile, capacità di acqua disponibile, permeabilità, drenaggio, lavorabilità, percorribilità, ecc...

Si è poi sovrapposta la mappatura dell'ARPAV sulla pedologia, la mappatura climatica (in base ai dati storici degli ultimi 50 anni delle varie capannine di rilevazione CO.DI.TV, CECAT, Capannine regionali o Private...), poi si è svolta un'analisi statistica dei dati, utilizzando anche le rilevazioni svolte sperimentalmente con la zonazione con lo scopo di riassumere il tutto in un Manuale finale che descrive le peculiarità e le potenzialità dell'unità di paesaggio posta esaminata, con un determinato vigneto guida.

Al termine della zonazione l'utente potrà documentarsi in Internet (nei siti preposti) e consultare le informazioni che il "Manuale d'uso del territorio" presenterà all'esame: se un vigneto è ubicato nella zona di Cavaso del Tomba o nei pressi, si controllerà l'unità di paesaggio dell'areale di Cavaso e si osserveranno le caratteristiche delle varietà considerate e quale potenzialmente sono i risultati che si potranno conseguire. Verranno definite anche le pratiche agronomiche che possono migliorare la qualità media dei vigneti: dalla scelta di vitigni e porta-innesti, all'indicazione degli interventi di tecnica culturale, dalla gestione del suolo, alla gestione della chioma.

Le informazioni indicate andranno a costituire anche uno strumento per valorizzare la produzione e l'immagine dei comprensori viticoli e poter contare su prodotti originali dalle caratteristiche sensoriali uniche, derivanti dall'esaltazione della "qualità innata", cioè da quella qualità dovuta ai fattori naturali di produzione.

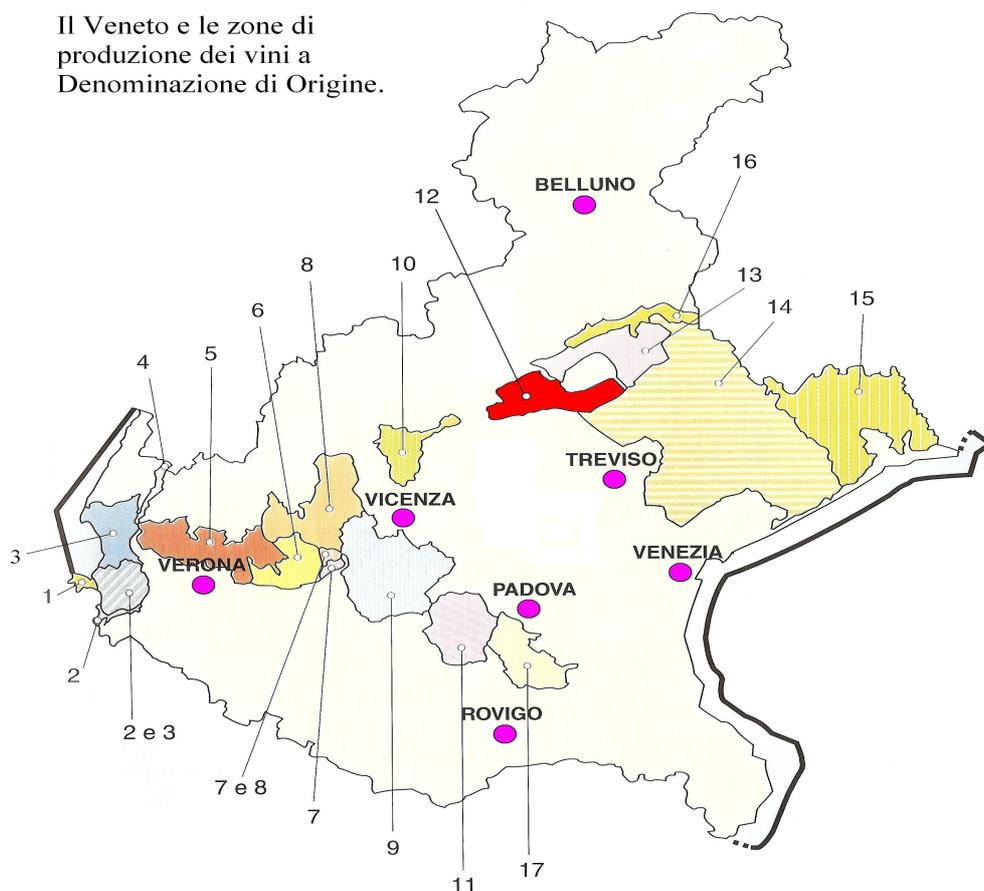
La zonazione si pone anche come piattaforma ideale per lo sviluppo del "know-how" imprenditoriale sul territorio: un processo di "qualità del prodotto" che incoraggia la "qualità dell'impresa", portando innovazione diffusa tra le varie realtà della filiera produttiva. Dal target primario dei produttori ai soggetti che partecipano alla costruzione della qualità territoriale di una determinata realtà vitivinicola: dai distributori specializzati ai ristoratori, dagli albergatori agli agriturismi, dai tour operator, agli opinion leader e alla stessa Pubblica Amministrazione che può fare della zonazione un importante strumento di tutela ambientale e di marketing territoriale.

Riassumendo:

- 1) indagine viticola e ambientale;
- 2) individuazione e descrizione delle unità cartografiche;
- 3) individuazione e descrizione delle tipologie di suolo;
- 4) valutazione dell'interazione vitigno-ambiente nei vigneti guida;
- 5) individuazione e descrizione delle unità vocazionali.

La cartografia definitiva ed il manuale dell'area Montello e Colli Asolani verrà pubblicata a fine 2010.

Il Veneto e le zone di produzione dei vini a Denominazione di Origine.



ZONE GEOGRAFICHE DEI VINI D.O.C. (V.Q.P.R.D.) VENETI

1	Lugana	6	Soave	11	Colli Euganei
2	Bianco di Custoza	7	Gambellara	12	Montello e Colli Asolani
2 e 3	Bianco di Custoza e Bardolino	7 e 8	Gambellara Lessini Durello	13	Conegliano-Valdobbiadene
3	Bardolino	8	Lessini Durello	14	Piave
4	Valdadige	9	Coli Berici	15	Lison-Pramaggiore
5	Valpolicella	10	Breganze	16	Colli di Conegliano
				17	Bagnoli

Rifacimento da: Sistema Informativo Regionale Veneto - 1996

La zonazione del Montello e Colli Asolani rientra in un progetto denominato “*Zonazione Veneta*” nel quale sono state studiate le aree delle singole DOC venete.

Questa operazione farà del Veneto una delle prime regioni d’Italia -e una delle poche al mondo- quasi interamente zonate, in grado di gestire al meglio le proprie potenzialità produttive territoriali, consolidando sul mercato il valore della tipicità dei suoi vini.

Il progetto è stato diviso in un primo gruppo di zonazioni in cui erano coinvolte le DOC Valdobbiadene-Conegliano, Lison-Pramaggiore, Colli Euganei, Terra dei Forti... mentre nel secondo ciclo sono state esaminate Montello e Colli Asolani, Valpolicella, Custoza...

Per l’attivazione di questo programma sono stati impiegati i contributi del programma Leader II della comunità europea, i fondi regionali del Veneto e dell’ente Veneto Agricoltura, con l’ausilio finanziario di alcuni Sponsor (Veneto banca, Camera di Commercio e la comunità montana del Grappa, in quanto ci sono alcuni comuni che rientrano nella zona DOC e perciò essendo un progetto di *-valorizzazione del territorio-* hanno finanziato la proposta) e una minima parte a carico dal Consorzio e dai suoi associati.

La zonazione si pone come piattaforma ideale per lo sviluppo del “know-how” imprenditoriale sul territorio: un processo di “qualità del prodotto” che incoraggia la “qualità dell’impresa”, portando innovazione diffusa tra le varie realtà della filiera produttiva.

Dal target primario dei produttori ai soggetti che partecipano alla costruzione della qualità territoriale di una determinata realtà vitivinicola: dai distributori specializzati ai ristoratori, dagli albergatori agli agriturismi, dai tour operator, agli opinion leader e alla stessa Pubblica Amministrazione che può fare della zonazione un importante strumento di tutela ambientale e di marketing territoriale.

Nella Zonazione viene definito un cosiddetto “*Bersaglio*” che, nel caso dell’area Montello e Colli Asolani, è stato rappresentato da quattro varietà: Merlot, Cabernet Sauvignon, Prosecco con una “finestra” sulla Bianchetta trevigiana.

Parallelamente alla zonazione c’è stata la richiesta di modifica del Disciplinare di Produzione per l’inserimento di nuove varietà non previste; anche se non si era in possesso di dati sperimentali a suffragio per avallare tale variazione, con la zonazione si è colta l’occasione per inserire la varietà Bianchetta.

Si è operata una zonazione anche al di fuori dell’area DOC, poiché i comuni appartenenti alla superficie esterna alla DOC Montello e Colli Asolani, avevano richiesto di potervi accedere. Per potervi aderire era necessario svolgere le stesse operazioni di sperimentazione atte per la DOC storica (analisi podologiche, climatiche, micro-vinificazioni, degustazioni, caratteristiche chimico organolettiche dei vini) come richiesto dal Ministero.

La zonazione, quindi, prevedeva quella fine a se stessa delle varietà (per l’ampliamento area DOC), simultaneamente c’è stata la modifica del Disciplinare inserendo la Bianchetta e il Manzoni Bianco (che ancora non era varietà DOC) che dalla vendemmia 2008, in poi, ha potuto fregiandosi della dicitura DOC.

Nella rettifica è stata rivendicata anche la variazione dell'uvaggio del rosso Montello e Colli Asolani, ovvero sono state cambiate le percentuali di combinazione delle singole varietà: inizialmente vi era una prevalenza di Merlot sul Cabernet Sauvignon, ma in questi ultimi 20 anni le aziende storiche che realizzavano rosso avevano variato la base ampelografica dei vigneti DOC, con diminuzione del Merlot e incremento della superficie vitata in Cabernet Sauvignon.

Con la modifica del Disciplinare di Produzione, la percentuale base del Rosso Montello e Colli Asolani deve rientrare fra 50 – 70% di Cabernet Sauvignon; la rimanente parte è in alternativa fra Merlot, Cabernet Franc e Carmenère. Rispetto al precedente disciplinare non si è più vincolati da percentuali fisse nella realizzazione del vino, un prodotto con 50% di Cabernet Sauvignon e la rimanente parte di Cabernet Franc o Merlot o Carmenère ora può considerarsi in regola.

Nel caso di Aziende che adottano il Malbech, l'utilizzo è consentito solo ed esclusivamente nella sotto-zona *-Venegazzù-*, poiché con il cambiamento dell'uvaggio del rosso e il successivo inserimento della Bianchetta e del Manzoni Bianco nella DOC, si è inserita volutamente la sotto-zona *-Venegazzù-* prima inesistente; è una piccola area molto limitata che comprende solo un foglio catastale; i vigneti provenienti da questo foglio catastale possono essere utilizzati per dare il vino *“Venegazzù DOC Montello e Colli Asolani”* e nell'uvaggio è presente il Malbech che però rientra in quella percentuale definita *“bacca analoga”* del 15% massimo, poiché in qualsiasi DOC deve essere garantita l'85% della varietà prevalente, mentre la rimanente parte può essere completata con varietà a bacca analoga, non aromatica.

Nel Rosso Colli Asolani NON è presente il Malbech, ma unicamente nel *Venegazzù*, poiché caratterizza quel tipo di vino, quindi sono 2 prodotti distinti e separati.

Per quanto riguarda la Recantina non entra a far parte nella modifica del Disciplinare, poiché ancora in fase di studio.

È stata presentata, assieme alla richiesta della DOCG per il Prosecco (in contemporanea con il Valdobbiadene-Conegliano), la rivendicazione della DOCG per il Rosso (DOCG Superiore), si deciderà in sede Ministeriale come denominarla in modo definitivo: Rosso Montello o Montello Rosso.

Si proporrà la variazione nel disciplinare da DOC a DOCG per il rosso inserendovi come varietà, probabilmente, anche la Recantina che non sarà inserita nell'uvaggio del rosso, né nella composizione dell'intera DOCG, ma verrebbe inclusa in quel 15% a Bacca Analoga.

Varietà autoctone abbiamo

- Uva Bianca:	Manzoni Bianco (considerata autoctona della nostra zona, perché ideata a Conegliano), Bianchetta Trevigiana (che è un po' scomparsa per l'introduzione del Prosecco).
- Uva Rossa:	Recantina.

Le altre sono Varietà Internazionali, mentre i vecchi vitigni quali la Perera o Verdiso sono per lo più nella zona di Conegliano-Valdobbiadene e non sono molto diffuse, quindi non rientrano nello Studio.

Difficoltà incontrate nel lavoro di zonazione.

Fra le difficoltà maggiori che si sono riscontrate nel lavoro di zonazione sono state, ad esempio, ***l'approccio fra soggetti promotori e le aziende***. Quelle associate al consorzio di tutela hanno dato maggiore disponibilità alle sperimentazioni o, comunque, ai lavori coinvolti nelle operazioni di analisi e studio, mentre le aziende non associate hanno mostrato una certa insicurezza, poiché poco inclini alla novità e alla piccola perdita di prodotto, indispensabile alla creazione dei dati da ricavare, (da 1 a 2 quintali d'uva raccolta ogni anno, che in 3 anni di sperimentazione rappresentano circa 6 quintali di prodotto sottoposto a esame) e quindi economica.

Nelle prime fasi della zonazione era necessario scegliere i ***-vigneti guida-*** (Sono stati 36 vigneti guida e sono stati raccolti 36 quintali d'uva circa); in certe zone è stato facile, poiché esiste da tempo una viticoltura specializzata e diffusa ad esempio nei comuni di Volpago del Montello, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Giavera del Montello. In aree quali quelle di Cavaso del Tomba, San Zenone degli Ezzelini, Fonte e Asolo la viticoltura non è così diffusa, ma disposta a “macchia di leopardo” quindi è stato più complesso reperire vigneto adatti alle misure di studio.

Altra difficoltà incontrata, dopo la scelta dei vigneti guida, è stata quella di ***programmarsì con i viticoltori nell'organizzazione dei prelievi*** e nella scelta delle piante interessate (segnalate in modo da non essere coinvolte e legate alle normali fasi e tempistiche aziendali di vendemmia, potatura...).

Successivamente, l'uva veniva vendemmiata secondo i dati e le indicazioni raccolte attraverso la ***costituzione di apposite curve di maturazione nell'unità di paesaggio coinvolta***.

I problemi incontrati nelle fasi logistiche, invece, hanno interessato le ***tempistiche*** e l'organizzazione nell'operare le vendemmie in precisi periodi di tempo. Necessario era il coordinamento con la cantina di ***-Veneto Agricoltura-*** a Conegliano per le micro-vinificazioni, ovvero se l'uva poteva essere conferita e pigiata tutta in giornata.

Articolata è stata la ***sensibilizzazione delle aziende*** coinvolte e contemporaneamente gestire l'attività degli ***enti promotori responsabili*** (Veneto Agricoltura, il CECAT²⁶).

I risultati attesi.

Sicuramente i risultati attesi saranno positivi, poiché non c'è mai stato un progetto così ben curato e dettagliato all'interno della zona DOC Montello e Colli Asolani. Il CECAT aveva svolto un lavoro simile, ma a “macchia di leopardo” collegate magari al consorzio o aziende legate alla Cantina Sociale di Montebelluna. C'è un'azienda a Santi Angeli che fa sperimentazione con l'istituto agrario di Castelfranco Veneto studi legati, però, a singole aziende e non a tutto il territorio.

²⁶ ***CECAT***: Centro Operativo di Educazione e Cooperazione Assistenza Tecnica. Ente nato 50 anni fa che si occupa di sperimentazione e assistenza tecnica del comparto agricolo, specialmente nel settore Viti-Vinicolo. Fa formazione specifica agli agricoltori ed altre categorie sempre all'interno del comparto agricolo; fa assistenza tecnica in campo, fa sperimentazione con i vari cloni e porta-innesti, forme d'allevamento e in più fa anche pubblicazioni scientifiche in collaborazione con l'Istituto Sperimentale, Tesi (Molti tesisti lavorano con il CECAT).

È il primo lavoro svolto su di una macro-area con indagini molto dettagliate con la partecipazione di altri enti quali ARPAV, CECAT, CODITV, Comuni, Comunità Montane, un lavoro utile per tutto il territorio e per l'intera provincia, poiché quando si visionerà il PAT (Piano Assetto Territoriale) è necessario dividere i comuni in base ad aree vocazionali, quindi può essere uno strumento utile per le comunità locali e provincia per decidere di NON intervenire in un dato territorio atto e vocato alla viticoltura: evitando infrastrutture come aree industriali, commerciali, strade che ledono la superficie di un territorio tal volta in modo violento. Ciò potrà coadiuvare in maniera considerevole gli enti locali, poiché quell'area vocata, potenzialmente dà prodotti di alta qualità, quindi da vincolare e non erodere con insediamenti.

La zonazione si rivelerà uno strumento utile a molti scopi e persone, quindi è necessario valorizzarlo, divulgarlo e promuoverlo nelle varie sedi.

La misura 133 del PSR, finanzia i consorzi di tutela per la promozione e valorizzazione della DOC in questo si è inserito anche la creazione di un Sito. Si ammodernerà il Logo del Consorzio, si inserirà una cartellonistica (ora c'è solo quello della strada del vino che è stata finanziata dalla Provincia), anche di valorizzare la sede Operativa Provvisoria (presso Maser).

Comunicare la Zonazione.

La zonazione è un indiscutibile processo di innovazione culturale che richiede, per potersi dispiegare con efficacia, un idoneo ambiente organizzativo (ruoli definiti con relazioni visibili e rispettate) e motivazionale (adesione e coinvolgimento nel Progetto e quindi nel relativo processo di lavoro).

L'innovazione è da sempre riconosciuta come una virtù che permette uno sviluppo dinamico della conoscenza e che si rafforza attraverso la collaborazione di tutti i soggetti coinvolti in un dato obiettivo. Questo aspetto sta diventando un fattore basilare di successo assolutamente decisivo, tanto che si parla sempre più di "economia della conoscenza".

Quando ci si occupa della Comunicazione bisogna avere la consapevolezza che è un "prodotto complesso", poiché il concetto di base, al di là degli strumenti e media utilizzabili, è la "coerenza di fondo" del processo ovvero "la certezza delle informazioni". In particolare la rigorosa congruenza fra "cosa" comunicare, "a chi" comunicare, "come" comunicare, "quando" comunicare. L'esperienza ha mostrato quanto le azioni apparentemente più logiche siano talora anche le più ingannevoli.

Come nell'attività aziendale si mette a punto un coerente marketing mix per realizzare con efficacia una strategia di sviluppo, così in una azienda o in un Progetto ad hoc come quello di zonazione si deve mettere a punto un coerente mix di comunicazione per raggiungere gli obiettivi di notorietà, visibilità, promozione che ci si è prefissi.

Il passaggio fondamentale a questo scopo è innanzitutto "l'incrocio" fra Target e Media (matrice T/M), cioè fra la tipologia dei destinatari e la tipologia degli strumenti e delle iniziative che si intendono realizzare.

Essa è un chiaro strumento concettuale che serve a razionalizzare e classificare le decisioni e ad focalizzare i criteri di allocazione delle risorse, dando quindi visibilità e chiarezza a tali scelte.

Le strategie che verranno attuate per comunicare la zonazione alle aziende e al consumatore saranno trasmesse attraverso: newsletter, incontri pubblici, degustazioni aperte, incontri ristretti di aggiornamento e relativi materiali tecnici (Brochure), visite guidate presso Aziende/ConSORZI coinvolti nell'esperienza.

L'altro punto cruciale è la definizione di un corretto messaggio indirizzabile ai vari target. Non si tratta di un fatto scontato: il passaggio dal "cosa" vogliamo dire al "come" vogliamo dirlo richiede competenza e creatività. Questo concetto, palese in generale, diventa assolutamente cruciale nel caso della zonazione. Gli aspetti relativi alla formulazione del contenuto si possono articolare nei seguenti punti: che cosa dire (contenuto del messaggio), come esprimerlo in modo logico (struttura del messaggio), come confermarlo a livello simbolico (formato del messaggio), chi dovrebbe dirlo (fonte del messaggio).

Un aspetto dominante in ordine al messaggio è il difficile equilibrio da attuare, per i vari target, fra il "contenuto informativo" e il "contenuto emotivo". Questo aspetto nel caso dei "contenuti" del lavoro di zonazione è un tema assolutamente centrale. Il "prodotto" delle attività di zonazione ha principalmente un contenuto "tecnico-informativo" che deve essere diversamente declinato e modulato in base all'obiettivo da raggiungere.

In questa fase di sollecitazione dei criteri di comunicazione del "valore" generato dalla zonazione, i Consorzi prendono di un ruolo ancora più importante che in passato. Per essi si sta inserendo uno strumento aggiuntivo a quelli già utilizzati, ma nodale nel migliorarne l'impatto complessivo. Si è pensato infatti alla formazione, all'interno dei Consorzi, di una snella unità che opera part-time costituita da alcuni soggetti fra i più dinamici della realtà consortile.

Essi hanno un ruolo di utile e convinta divulgazione delle cognizioni finora conseguite e, soprattutto, manterranno tale ruolo anche dopo la conclusione dei lavori, essendo che da quel momento inizierà la diffusione delle informazioni registrate nel "Manuale d'uso del territorio", passando dalla zonazione "tecnicamente" conclusa alla "zonazione diffusa" e "fatta propria" dagli operatori locali.

La missione generale dei Nuclei di Leader Divulgatori, però, è ancora più straordinaria: non si limita a dare avvio e rafforzare l'utilizzazione dei risultati avanzati e finali della zonazione ma tenderà anche a favorire e mantenere, nell'area del Consorzio, un clima di attenzione e disponibilità nei confronti della cultura della innovazione in generale; ciò nella consapevolezza che nel mondo vitivinicolo "si compete sempre più per *terroir*" e che pertanto l'innalzamento della "qualità globale" del territorio consortile e la sua diffusa "tensione verso l'innovazione" accresce il livello competitivo di tutti.

Questo obiettivo si procede su due livelli temporali, sia pur con ovvie approssimazioni e interazioni (Pastore 2002)²⁷:

²⁷ Riccardo Pastore: *Il marketing del vino e del territorio: istruzioni per l'uso* (ediz. 2002)

A più breve termine:

- fornire una diagnosi sullo “stato dell’arte” della zonazione nella specifica area di riferimento.
- partecipare alla impostazione finale del “Manuale d’uso del territorio” e, soprattutto, delle sue applicazioni locali e specifiche.

A più lungo termine:

- sviluppare progressivamente capacità di autonoma impostazione di attività di promozione e comunicazione.
- promuovere e organizzare autonomamente iniziative di diffusione a valle dei vini della zonazione nei confronti del *trade*, della ristorazione, ecc. e delle Istituzioni locali, secondo metodologie e tipi di iniziative più innovative di quelle già tradizionalmente utilizzate.

Origine e similitudini fra l’area pedemontana della Sinistra Piave e della Destra Piave: un concetto errato.

Cerchiamo di chiarire e puntualizziamo le tante “leggende” che aleggiano fra la zona del Montello e Colli Asolani con il territorio di Valdobbiadene Conegliano: non esiste nessuna similitudine nella loro origine. Osservando le carte pedologiche strutturate dall’ARPAV si potrà osservare che il Montello è di origine tipicamente alluvionale, mentre i Colli Asolani hanno un’origine Tettonica, poiché il Massiccio del Grappa scivolando verso valle ha spinto in alto l’intera zona sottostante originando le tipiche formazioni collinari; perciò dal punto di vista orografico hanno due origini completamente diverse e dire che sono simili è completamente scorretto.

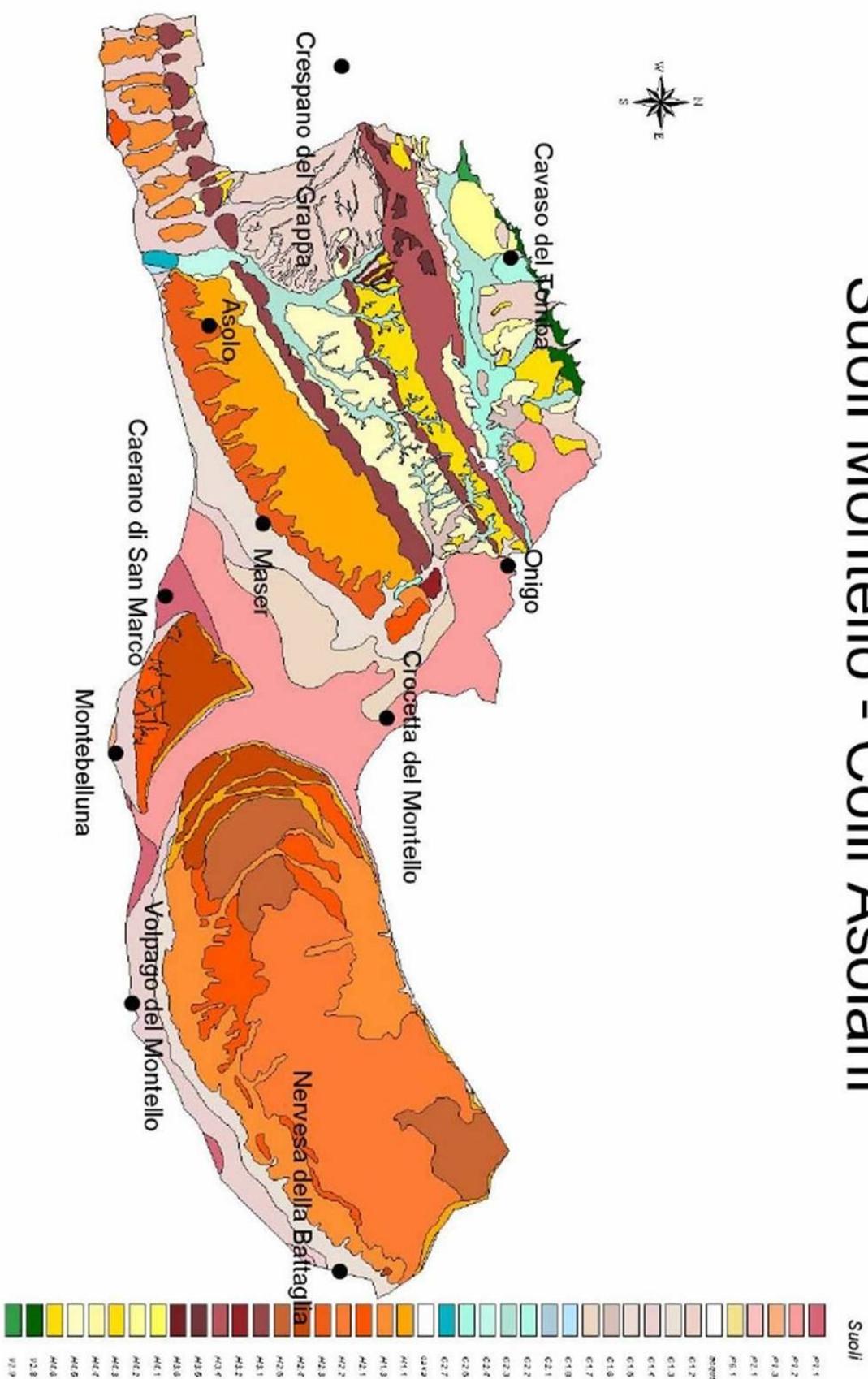
Alcuni studi recenti, affermano che il Montello ha una marcata similitudine con la fascia collinare fascia posta al di là del Piave, verso la zona di Conegliano (i colli di Susegana), ma i Colli Asolani sono diversi come origine e caratteristiche pedologiche e stratigrafiche.

Nell’area bassa del Montello, cioè dalla Statale Schiavonesca-Marosticana al canale del Bosco, al di sotto dei 60 cm circa si può riscontrare, nel suolo, una rilevante presenza di “scheletro”, questo perché in passato era localizzato il vecchio corso del Piave (medesima situazione nel territorio attiguo a Cornuda), mentre se si prosegue verso Pederobba, e la Val Cavasia il terreno cambia e proseguendo sulle pendici dei colli varia ulteriormente. Omogeneizzare il territorio è scorretto e rischioso. Dal punto di vista Economico, Gestionale e Commerciale ci sarebbe la proposta di unificare le 2 DOCG, pur mantenendo le due Sotto-zone ben distinte, con le loro tipiche e peculiari caratteristiche.

Allegato 2

CARTOGRAFIA DELLA ZONAZIONE DELL'AREA MONTELLO E COLLI ASOLANI

Suoli Montello - Colli Asolani



ALLEGATO 1 Area DOC “MONTELLO E COLLI ASOLANI”

Legenda carta dei suoli

P - PIANURA ALLUVIONALE DEL FIUME PIAVE A SEDIMENTI ESTREMAMENTE CALCAREI.

P1 - Alta pianura antica (pleistocenica) con suoli fortemente decarbonatati, con accumulo di argilla e a evidente rubefazione.

P1.1 - Conoidi ghiaiosi e superfici terrazzate con evidenti canali intrecciati, costituiti prevalentemente da ghiaie e sabbie.

TRRS1/SNFI1

Complesso:

suoli **Travesagna, franco argillosi, ghiaiosi**

USDA: Inceptic Hapludalfs clayey-skeletal, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Hypereutric, Skeletic)

suoli **San Floriano, franchi, molto ghiaiosi**

USDA: Alfic Udarents loamy-skeletal, mixed, nonacid, mesic

WRB 2006: Aric Regosols (Skeletic, Arenic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente fine con scheletro frequente, tessitura grossolana con scheletro molto abbondante nel substrato, non calcarei, estremamente calcarei nel substrato, alcalini, a drenaggio buono.

Suoli moderatamente profondi, a tessitura da media a moderatamente fine con scheletro abbondante, tessitura grossolana con scheletro molto abbondante nel substrato, moderatamente calcarei e alcalini, estremamente calcarei nel substrato, a drenaggio moderatamente rapido.

P1.2- Conoide ghiaioso con poche tracce di canali intrecciati, costituito prevalentemente da ghiaie e sabbie del Piave intercalate a limi e argille colluviali e fluviali dei corsi d'acqua collinari.

TRRS2/TRSI1

Complesso:

suoli **Travesagna, franco argillosi, ghiaiosi, a substrato franco scheletrico**

USDA: Inceptic Hapludalfs clayey-skeletal, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Skeletic)

suoli **Travesagna, franco argillosi, ghiaiosi**

USDA: Inceptic Hapludalfs clayey-skeletal, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Skeletic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente fine con scheletro frequente, tessitura media con scheletro molto abbondante nel substrato, non calcarei, estremamente calcarei nel substrato, alcalini, a drenaggio buono.

Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente fine con scheletro frequente, tessitura grossolana con scheletro molto abbondante nel substrato, non calcarei, estremamente calcarei nel substrato, alcalini, a drenaggio buono.

P1.3- Depressioni interconoide con depositi limosi, sabbiosi e secondariamente ghiaiosi.

PDO1

Consociazione:

Suoli **Paradiso**

USDA: Typic Hapludalfs fine-loamy, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Hypereutric)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media con scheletro comune, tessitura moderatamente fine con scheletro molto abbondante nel substrato, non calcarei, alcalini, a drenaggio buono.

P2 - Alta pianura antica (pleni-tardiglaciale) con suoli decarbonatati.

P2.1 - Conoidi ghiaiosi con evidenti tracce di canali intrecciati, costituiti prevalentemente da ghiaie e sabbie.

ROGL/ADEI

Complesso:

Suoli **Roggette**

USDA: Typic Eutrudepts loamy-skeletal, mixed, mesic
WRB 2006: Haplic Cambisols (Humic, Hypereutric, Skeletic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine in superficie, grossolana in profondità, con scheletro abbondante, scarsamente calcarei in superficie ed estremamente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio buono.

Suoli **Arcade**

USDA: Typic Udorthents sandy-skeletal, mixed, calcareous, mesic
WRB 2006: Haplic Regosols (Calcaric, Skeletic, Endoarenic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura grossolana, con scheletro abbondante, moderatamente calcarei ed estremamente calcarei nel substrato, alcalini, a drenaggio moderatamente rapido.

P6 - Alta pianura recente (olocenica) con suoli a iniziale decarbonatazione.

P6.1 - Conoidi ghiaiosi e superfici terrazzate con evidenti tracce di canali intrecciati, costituiti prevalentemente da ghiaie e sabbie.

MANI

Consociazione:

Suoli **Mandre**

USDA: Typic Udorthents sandy-skeletal, carbonatic, mesic
WRB 2006: Haplic Regosols (Humic, Calcaric, Skeletic, Endoarenic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media in superficie e grossolana in profondità, con scheletro abbondante, fortemente calcarei ed estremamente calcarei nel substrato, alcalini, a drenaggio moderatamente rapido.

M - PIANURA ALLUVIONALE DEI FIUMI MUSON.

M1 - Pianura recente (olocenica) del Muson con suoli decarbonatati, localmente con accumulo di carbonati in profondità.

M1.1 - Pianura alluvionale indifferenziata, costituita prevalentemente da limi e argille.

VIAI

Consociazione:

suoli **Villa d'Asolo, franchi**

USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic
WRB 2006: Haplic Calcisols (Siltic)

Suoli profondi, a tessitura da media a moderatamente fine, scarsamente calcarei e subalcalini in superficie, molto calcarei e fortemente alcalini in profondità, a drenaggio mediocre, con concrezioni di carbonato di calcio in profondità.

M2 - Pianura recente (olocenica) del Muson con suoli a iniziale decarbonatazione.

M2.1 - Pianura alluvionale indifferenziata, costituita prevalentemente da limi e sabbie.

CAF
1

Consociazione:

suoli **Ca' Faliero**

USDA: Typic Eutrudepts coarse-loamy, carbonatic, mesic
WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric)

Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente grossolana, grossolana nel substrato, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.

*C - CONOIDI, SUPERFICI TERRAZZATE E RIEMPIMENTI VALLIVI DEI
CORSI D'ACQUA PREALPINI.*

C1 - Superfici antiche (pleni-tardiglaciali), con suoli parzialmente o completamente decarbonatati, localmente con accumulo di argilla in profondità.

C1.2 - Porzioni medio-apicali dei conoidi con pendenze comprese tra 2 e 10%, costituiti da ghiaie e sabbie.

PGRI	<p>Consociazione: Suoli Paderno del Grappa USDA: Typic Hapludalfs very fine, mixed, mesic WRB 2006: Cutanic Luvisols (Hypereutric, Orthoclayic)</p>	<p>Suoli profondi, a tessitura fine in superficie e moderatamente grossolana in profondità, con scheletro comune in superficie e abbondante in profondità, non calcarei in superficie ed estremamente calcarei in profondità, subalcalini, a drenaggio buono.</p>
CRPI	<p>Consociazione: Suoli Crespano, a pendenza compresa tra 2 e 10% USDA: Rendollic Eutrudepts loamy-skeletal, carbonatic, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Humic, Endoskeletal)</p>	<p>Suoli profondi, a tessitura media, moderatamente grossolana nel substrato, con scheletro da frequente ad abbondante in profondità, estremamente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.</p>

C1.3 - Porzioni medio-apicali dei conoidi con pendenze comprese tra 2 e 10%, costituiti da argille, limi e ghiaie.

MULI/CTEI	<p>Complesso: suoli Muliparte, franchi, ghiaiosi, a pendenza compresa tra 2 e 10% USDA: Fluventic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Eutric)</p> <p>suoli Coste, franco argillosi, ghiaiosi, a pendenza compresa tra 2 e 10% USDA: Fluventic Eutrudepts fine, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Eutric)</p>	<p>Suoli profondi, a tessitura da media a moderatamente fine, con frequente scheletro in superficie e comune in profondità, non calcarei, subalcalini, a drenaggio buono.</p> <p>Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con frequente scheletro, assente nel substrato, scarsamente calcarei in superficie, non calcarei, in profondità subalcalini, a drenaggio buono.</p>
CNBI	<p>Consociazione: Suoli Canale del Bosco USDA: Typic Hapludalfs fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Cutanic Luvisols (Hypereutric, Profondic, Chromic)</p>	<p>Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro scarso, non calcarei, subalcalini, a drenaggio buono.</p>

C1.4 - Porzioni distali dei conoidi con pendenze inferiori a 2%, costituiti da argille, limi e ghiaie.

CRP3 MER1 VE G1 CTE2/MUL2	Consociazione: Suoli Crespano, a pendenza inferiore al 2% USDA: Rendollic Eutrudepts loamy-skeletal, carbonatic, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Humic, Endoskeletalic)	Suoli profondi, a tessitura media, moderatamente grossolana nel substrato, con scheletro da frequente ad abbondante in profondità, estremamente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.
	Consociazione: Suoli Mercatelli USDA: Fluventic Eutrudepts coarse-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvis Cambisols (Calcaric)	Suoli profondi, a tessitura moderatamente grossolana, con scheletro da comune a abbondante, molto calcarei, alcalini, a drenaggio buono, contenuto di sostanza organica moderatamente alto.
	Consociazione: Suoli Venegazzù USDA: Dystric Fluventic Eutrudepts fine, mixed, mesic WRB 2006: Fluvis Cambisols (Eutric) (Thapto-Luvic)	Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro comune, abbondante in profondità, non calcarei, subalcalini, a drenaggio buono.
	Complesso: suoli Coste, franco argillosi, ghiaiosi, a pendenza inferiore al 2% USDA: Fluventic Eutrudepts fine, mixed, mesic WRB 2006: Fluvis Cambisols (Eutric)	Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con frequente scheletro, assente nel substrato, scarsamente calcarei in superficie, non calcarei, in profondità subalcalini, a drenaggio buono.
	suoli Muliparte, franchi, ghiaiosi, a pendenza inferiore al 2% USDA: Fluventic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvis Cambisols (Eutric)	Suoli profondi, a tessitura da media a moderatamente fine, con frequente scheletro in superficie e comune in profondità, non calcarei, subalcalini, a drenaggio buono.

C1.5 - Scarbate fluviali con pendenze superiori a 10%, costituiti da ghiaie e sabbie.

LASI	Consociazione: Suoli Lastego, franco sabbiosi, a pendenza inferiore al 30%, su depositi alluvionali USDA: Typic Eutrudepts loamy-skeletal, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Skeletic)	Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, moderatamente grossolana in profondità, con scheletro abbondante, molto calcarei, alcalini, drenaggio moderatamente rapido o buono.
-------------	---	--

C1.6 - Aree depresse, spesso sede di apporti colluviali al piede dei rilievi a drenaggio difficoltoso e falda prossima alla superficie, coltivati, costituite da limi e argille.

CURI	Consociazione: Suoli Curogna USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Hypocalcic Calcisols (Oxyaquic)	Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, media nel substrato, non calcarei in superficie e estremamente calcarei nel substrato, alcalini, a drenaggio mediocre.
-------------	---	--

C1.7 - Aree di rimaneggiamento del substrato alluvionale ghiaioso, di origine alpina, costituite prevalentemente da sottili depositi limosi e argillosi.

NOGI/BGO1	Complesso: Suoli Nogarè USDA: Dystric Fluventic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvis Cambisols (Eutric, Orthosiltic)	Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, fine nel substrato, con scheletro comune in superficie e abbondante nel substrato, non calcarei, subalcalini, a drenaggio buono.
	Suoli Bigolo USDA: Fluventic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvis Cambisols (Eutric) (Thapto-Luvic)	Suoli molto profondi, a tessitura media o moderatamente fine, con scheletro comune in superficie e abbondante nel substrato, scarsamente calcarei, subalcalini, a drenaggio buono.

C2- Superfici recenti (oloceniche), con suoli non decarbonatati.

C2.1 - Porzioni medio-apicali dei conoidi, con pendenze comprese tra 5 e 15%, costituiti da ghiaie e sabbie.

SLG3	Consociazione: Suoli Soligo, a pendenza superiore al 15% USDA: Rendollic Eutrudepts coarse-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Skeletic, Episiltic)	Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente grossolana, con scheletro abbondante, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.
------	---	---

C2.2 - Porzioni medio-apicali dei conoidi, con pendenze comprese tra 5 e 15%, costituiti da ghiaie e sabbie.

SLG2	Consociazione: Suoli Soligo, a pendenza compresa tra 5 e 15% USDA: Rendollic Eutrudepts coarse-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Skeletic, Episiltic)	Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente grossolana, con scheletro abbondante, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.
------	---	---

C2.3 - Porzioni medio-distali dei conoidi e fondovalle alluvionali, con pendenze comprese tra 2 e 5%, costituiti da ghiaie, sabbie e limi.

SLG1	Consociazione: Suoli Soligo, a pendenza inferiore al 5% USDA: Rendollic Eutrudepts coarse-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Skeletic, Episiltic)	Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente grossolana, con scheletro abbondante, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.
	Complesso: Suoli Borgo Bava, a pendenza superiore al 2% USDA: Fluventic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Calcaric)	Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, molto calcarei, alcalini, a drenaggio buono.
BBV2/S LG1	Suoli Soligo, a pendenza inferiore al 5% USDA: Rendollic Eutrudepts coarse-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Skeletic, Episiltic)	Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente grossolana, con scheletro abbondante, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.

C2.4 - Fondovalle e conoidi alluvionali con pendenze inferiori a 2%, costituiti da argille, limi e sabbie.

BBV1/STR1	Complesso: Suoli Borgo Bava, a pendenza inferiore al 2% USDA: Fluventic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Calcaric)	Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, molto calcarei, alcalini, a drenaggio buono.
	Suoli Strachin, a pendenza inferiore al 2% USDA: Fluventic Eutrudepts coarse-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Calcaric)	Suoli profondi, a tessitura moderatamente grossolana, con scheletro frequente in superficie, abbondante in profondità, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio buono.

C2.5 - Depressioni interconoide e aree depresse a drenaggio difficoltoso con depositi prevalentemente limosi e argillosi.

PRE1/BBV1	<p>Complesso: Suoli Premaor, franco argillosi USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Calcaric, Oxyaquic, Endosiltic)</p>	<p>Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro scarso in superficie e assente in profondità, molto calcarei, alcalini, a drenaggio mediocre.</p>
	<p>Suoli Borgo Bava, a pendenza inferiore al 2% USDA: Fluventic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Calcaric)</p>	<p>Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, molto calcarei, alcalini, a drenaggio buono.</p>
TAL1/PRE1	<p>Complesso: Suoli Talpona, franchi USDA: Vertic Endoaquepts fine-loamy, mixed, calcareous, mesic WRB 2006: Haplic Gleysols (Calcaric, Episiltic)</p>	<p>Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente fine con scheletro scarso in superficie, abbondante in profondità, molto calcarei, alcalini, a drenaggio lento.</p>
	<p>Suoli Premaor, franco argillosi USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Fluvic Cambisols (Calcaric, Oxyaquic, Endosiltic)</p>	<p>Suoli molto profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro scarso in superficie e assente in profondità, molto calcarei, alcalini, a drenaggio mediocre.</p>

H - RILIEVI COLLINARI POSTI AL PIEDE DEI MASSICCI PREALPINI.

H1 - Rilievi collinari ad alta energia del rilievo su conglomerati, con suoli sottili, a bassa differenziazione del profilo.

H1.1 – Dorsali e versanti da ripidi ad estremamente ripidi (con pendenza compresa tra 30 e 70%), prevalentemente boscati, su conglomerati.

MAC1	<p>Consociazione: suoli Marcuola, argillosi, ghiaiosi USDA: Lithic Haprendolls clayey-skeletal, mixed, mesic WRB 2006: Endoleptic Phaeozems (Calcaric, Epiclayic)</p>	<p>Suoli sottili, a tessitura fine, con abbondante scheletro, moderatamente calcarei, alcalini, a drenaggio moderatamente rapido, contenuto di sostanza organica moderatamente alto.</p>
	<p>Consociazione: suoli Biadene, franchi USDA: Lithic Haprendolls fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Rendzic Leptosols (Eutric)</p>	<p>Suoli molto sottili, a tessitura moderatamente fine, con scheletro scarso, non calcarei, subalcalini, a drenaggio moderatamente rapido.</p>

H1.3 - Versanti da moderatamente ripidi a ripidi (con pendenza compresa tra 15 e 40%), prevalentemente boscati, su conglomerati.

FEL2/MAC1	<p>Complesso: Suoli Feletto, a pendenza superiore al 10% USDA: Typic Paleudalfs fine, mixed, mesic WRB 2006: Cutanic Luvisols (Abruptic, Profondic, Endoclayic, Rhodic)</p>	<p>Suoli molto profondi, a tessitura fine, con frequente scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.</p>
	<p>suoli Marcuola, argillosi, ghiaiosi USDA: Lithic Haprendolls clayey-skeletal, mixed, mesic WRB 2006: Endoleptic Phaeozems (Calcaric, Epiclayic)</p>	<p>Suoli sottili, a tessitura fine, con abbondante scheletro, moderatamente calcarei, alcalini, a drenaggio moderatamente rapido, contenuto di sostanza organica moderatamente alto.</p>

H2 - Rilievi collinari a bassa energia del rilievo su conglomerati con suoli profondi, fortemente decarbonatati, ad accumulo di argilla e a evidente rubefazione.

H2.1 - Versanti da molto inclinati a moderatamente ripidi (con pendenza compresa tra 10 e 30%), sia boscati che coltivati, prevalentemente a vigneto, su conglomerati.

FEL2

Consociazione:

Suoli **Feletto, a pendenza superiore al 10%**

USDA: Typic Paleudalfs fine, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Abruptic, Profondic,

Endoclayic, Rhodic)

Suoli molto profondi, a tessitura fine, con frequente scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

H2.2 - Versanti complessi intensamente carsificati da molto inclinati a moderatamente ripidi (con pendenza tra 10 e 30%), prevalentemente boscati e secondariamente a prato o coltivati, su conglomerati.

FEL2-BSE1

Associazione:

Suoli **Feletto, a pendenza superiore al 10%**

USDA: Typic Paleudalfs fine, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Abruptic, Profondic,

Endoclayic, Rhodic)

Suoli molto profondi, a tessitura fine, con frequente scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

Suoli **Buse del Piston**

USDA: Dystric Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Cambisols (Colluvic, Eutric,

Orthosiltic)

Suoli molto profondi, a tessitura media, con scheletro comune, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

H2.3 - Parti basse di versanti da molto inclinate a moderatamente ripide (con pendenza compresa tra 10 e 30%) con diffusi depositi colluviali molto profondi, prevalentemente vitati e secondariamente con olivi o prati, su conglomerati.

CRG1

Consociazione:

suoli **Crespignaga, franco argillosi**

USDA: Typic Paleudalfs fine, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Manganiferic, Abruptic,

Hypereutric, Profondic, Endoclayic, Chromic)

Suoli molto profondi, a tessitura fine, con frequente scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

H2.4 - Superfici sommitali e versanti da subpianeggianti a inclinati (con pendenza inferiore al 10%), coltivati, in prevalenza a vite, su conglomerati.

FEL1

Consociazione:

Suoli **Feletto, a pendenza inferiore al 10%**

USDA: Typic Paleudalfs fine, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Abruptic, Profondic,

Endoclayic, Rhodic)

Suoli molto profondi, a tessitura fine, con frequente scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

H2.5 - Versanti e superfici sommitali intensamente carsificati da subpianeggianti a inclinati (con pendenza inferiore al 10%), prevalentemente coltivati e secondariamente a bosco, su conglomerati.

FEL1-BSE1

Associazione:

Suoli **Feletto, a pendenza inferiore al 10%**

USDA: Typic Paleudalfs fine, mixed, mesic

WRB 2006: Cutanic Luvisols (Abruptic, Profondic,

Endoclayic, Rhodic)

Suoli molto profondi, a tessitura fine, con frequente scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

Suoli **Buse del Piston**

USDA: Dystric Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Cambisols (Colluvic, Eutric,

Orthosiltic)

Suoli molto profondi, a tessitura media, con scheletro comune, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

H3 - Rilievi collinari ad alta energia del rilievo su arenarie e calcareniti, con suoli moderatamente profondi e a moderata differenziazione del profilo.

H3.6 – Versanti di vallecole fluviali da ripidi a molto ripidi (con pendenza compresa tra 30 e 60%), prevalentemente boscati, su arenarie calcaree e secondariamente marne.

LAS2

Consociazione:

Suoli **Lastego, franco sabbiosi, a pendenza superiore al 30%, su roccia**

USDA: Typic Eutrudepts loamy-skeletal, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Skeletic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, moderatamente grossolana in profondità, con scheletro abbondante, molto calcarei, alcalini, drenaggio moderatamente rapido o buono.

H3.1 – Dorsali e versanti da ripidi a molto ripidi (con pendenza compresa tra 30 e 70%), prevalentemente boscati, su arenarie calcaree.

CSB2/MFU1

Complesso:

Suoli **Costa Buona, fase su bosco**

USDA: Typic Udorthents fine-loamy, mixed, calcareous, mesic

WRB 2006: Endoleptic Regosols (Calcaric)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, con scheletro scarso, fortemente calcarei in superficie e estremamente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio buono.

Suoli **Monfumo, a pendenza superiore al 25%**

USDA: Typic Hapludalfs fine, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Luvisols (Abruptic, Hypereutric, Clayic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, privi di scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

Complesso:

Suoli **Costa Buona, fase su bosco**

USDA: Typic Udorthents fine-loamy, mixed, calcareous, mesic

WRB 2006: Endoleptic Regosols (Calcaric)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, con scheletro scarso, fortemente calcarei in superficie e estremamente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio buono.

CSB2/CTZ1

Suoli **Cartizze, a pendenza superiore al 20%**

USDA: Typic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Cambisols (Colluvic, Calcaric, Escalic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, con scheletro assente, moderatamente calcarei, subalcalini in superficie e alcalini in profondità, a drenaggio buono.

H3.2 - Versanti da ripidi a molto ripidi (con pendenza compresa tra 30 e 60%), prevalentemente coltivati a vigneto ed esposti a sud, su arenarie calcaree.

CTZ1/SAV2

Complesso:

Suoli **Cartizze, a pendenza superiore al 20%**

USDA: Typic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Cambisols (Colluvic, Calcaric, Escalic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, con scheletro assente, moderatamente calcarei, subalcalini in superficie e alcalini in profondità, a drenaggio buono.

Suoli **Castello di San Salvatore, a pendenza superiore al 40%**

USDA: Typic Udorthents fine-silty, carbonatic, mesic

WRB 2006: Endoleptic Regosols (Calcaric, Siltic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, con scheletro scarso in superficie, assente in profondità, estremamente calcarei, alcalini, a drenaggio mediocre.

H3.4 - Versanti da moderatamente ripidi a ripidi (con pendenza compresa tra 25 e 50%) con rare evidenze di carsismo, prevalentemente boscati, su arenarie calcaree.

MFU1

Consociazione:

Suoli **Monfumo, a pendenza superiore al 25%**

USDA: Typic Hapludalfs fine, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Luvisols (Abruptic, Hypereutric, Clayic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, privi di scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

H3.5 - Versanti da inclinati a moderatamente ripidi (con pendenza compresa tra 5 e 25%) con rare evidenze di carsismo, prevalentemente coltivati e secondariamente boscati, su arenarie calcaree.

MEU2

Consociazione:
 Suoli **Monfumo, a pendenza inferiore al 25%**
 USDA: Typic Hapludalfs fine, mixed, mesic
 WRB 2006: Haplic Luvisols (Abruptic, Hypereutric, Clayic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, privi di scheletro, non calcarei, subacidi, a drenaggio buono.

H4 - Rilievi collinari a bassa energia del rilievo su marne e siltiti, con suoli moderatamente profondi e a moderata differenziazione del profilo.

H4.1 - Versanti da moderatamente ripidi a ripidi (con pendenza compresa tra 20 e 40%), boscati, su siltiti non calcaree.

VF12

Consociazione:
 Suoli **Villa Fietta, fase a pendenza superiore al 15%**
 USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine, mixed, mesic
 WRB 2006: Haplic Cambisols (Epieutric, Oxyaquic, Clayic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro comune, non calcarei, reazione subacida, drenaggio mediocre.

H4.2 - Versanti da inclinati a moderatamente ripidi (con pendenza compresa tra 5 e 20%), prevalentemente a prato e secondariamente a seminativi, su siltiti non calcaree.

VF11

Consociazione:
 Suoli **Villa Fietta, a pendenza inferiore al 15%**
 USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine, mixed, mesic
 WRB 2006: Haplic Cambisols (Epieutric, Oxyaquic, Clayic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro comune, non calcarei, reazione subacida, drenaggio mediocre.

SOE 1

Consociazione:
 Suoli **Sorte**
 USDA: Dystric Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic
 WRB 2006: Haplic Cambisols (Eutric)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro comune, non calcarei, da neutri a subalcalini, a drenaggio buono.

H4.3 - Versanti da molto inclinati a ripidi (con pendenza compresa tra 10 e 40%), prevalentemente coltivati, su marne calcaree e siltiti non calcaree.

SL/C1/VF12

Complesso:
 Suoli **Santa Lucia, a pendenza superiore al 20%**
 USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic
 WRB 2006: Endogleyic Hypocalcic Calcisols (Clayic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro assente, moderatamente calcarei in superficie e fortemente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio mediocre, con concrezioni di carbonato di calcio in profondità.

Suoli **Villa Fietta, fase a pendenza superiore al 15%**
 USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine, mixed, mesic
 WRB 2006: Haplic Cambisols (Epieutric, Oxyaquic, Clayic)

Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro comune, non calcarei, reazione subacida, drenaggio mediocre.

H4.4 - Versanti ripidi (con pendenze comprese tra 30 e 60%), su marne calcaree, prevalentemente boscati e secondariamente vitati sulle esposizioni più favorevoli.

CDNI/SAV2	<p>Complesso: Suoli Casa dei Noni, a pendenza superiore al 20% USDA: Typic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Humic, Siltic)</p>	<p>Suoli moderatamente profondi, a tessitura da moderatamente fine a media, privi di scheletro, molto calcarei, subalcalini, a drenaggio mediocre.</p>
	<p>Suoli Castello di San Salvatore, a pendenza superiore al 40% USDA: Typic Udorthents fine-silty, carbonatic, mesic WRB 2006: Endoleptic Regosols (Calcaric, Siltic)</p>	<p>Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, con scheletro scarso in superficie, assente in profondità, estremamente calcarei, alcalini, a drenaggio mediocre.</p>

H4.5 - Versanti da moderatamente ripidi a ripidi (con pendenze comprese tra 15 e 40%), su marne calcaree, prevalentemente coltivati o a prato-pascolo e secondariamente boscati.

SLC1	<p>Consociazione: Suoli Santa Lucia, a pendenza superiore al 20% USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Endogleyic Hypocalcic Calcisols (Clayic)</p>	<p>Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro assente, moderatamente calcarei in superficie e fortemente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio mediocre, con concrezioni di carbonato di calcio in profondità.</p>
SLC1/CDNI	<p>Complesso: Suoli Santa Lucia, a pendenza superiore al 20% USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Endogleyic Hypocalcic Calcisols (Clayic)</p>	<p>Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro assente, moderatamente calcarei in superficie e fortemente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio mediocre, con concrezioni di carbonato di calcio in profondità.</p>
CDNI	<p>Suoli Casa dei Noni, a pendenza superiore al 20% USDA: Typic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Humic, Siltic)</p>	<p>Suoli moderatamente profondi, a tessitura da moderatamente fine a media, privi di scheletro, molto calcarei, subalcalini, a drenaggio mediocre.</p>
CDNI	<p>Consociazione: Suoli Casa dei Noni, a pendenza superiore al 20% USDA: Typic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Humic, Siltic)</p>	<p>Suoli moderatamente profondi, a tessitura da moderatamente fine a media, privi di scheletro, molto calcarei, subalcalini, a drenaggio mediocre.</p>
SLC1/CTZ1	<p>Complesso: Suoli Santa Lucia, a pendenza superiore al 20% USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Endogleyic Hypocalcic Calcisols (Clayic)</p>	<p>Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro assente, moderatamente calcarei in superficie e fortemente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio mediocre, con concrezioni di carbonato di calcio in profondità.</p>
CDNI	<p>Suoli Cartizze, a pendenza superiore al 20% USDA: Typic Eutrudepts fine-loamy, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Colluvic, Calcaric, Escalic)</p>	<p>Suoli moderatamente profondi, a tessitura media, con scheletro assente, moderatamente calcarei, subalcalini in superficie e alcalini in profondità, a drenaggio buono.</p>

H4.6 - Versanti da inclinati a moderatamente ripidi (con pendenza compresa tra 5 e 20%), su marne calcaree, coltivati o a prato-pascolo.

SLC2	<p>Consociazione: Suoli Santa Lucia, a pendenza inferiore al 20% USDA: Oxyaquic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Endogleyic Hypocalcic Calcisols (Clayic)</p>	<p>Suoli profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro assente, moderatamente calcarei in superficie e fortemente calcarei in profondità, alcalini, a drenaggio mediocre, con concrezioni di carbonato di calcio in profondità.</p>
CDN2	<p>Consociazione: Suoli Casa dei Noni, a pendenza inferiore al 20% USDA: Typic Eutrudepts fine-silty, mixed, mesic WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Humic, Siltic)</p>	<p>Suoli moderatamente profondi, a tessitura da moderatamente fine a media, privi di scheletro, molto calcarei, subalcalini, a drenaggio mediocre.</p>

V - DORSALI PREALPINE SU ROCCE CALCAREE E CALCAREO-MARNOSE.

V2 - Versanti di rilievi prealpini su substrati carbonatici moderatamente competenti (Biancone e Scaglia Rossa), con suoli moderatamente profondi, fortemente decarbonatati e ad accumulo di argilla.

V2.5 - Versanti da ripidi a molto ripidi (con pendenza compresa tra 30 e 70%), boscati.

PRCI/CDEI

Complesso:

Suoli **Pra di Costa**

USDA: Typic Argiudolls fine-loamy, mixed, mesic

WRB 2006: Luvic Phaeozems

Suoli moderatamente profondi, a tessitura media in superficie e moderatamente fine in profondità, con scheletro comune, non calcarei, da neutri a subalcalini, a drenaggio buono, con contenuto di sostanza organica moderatamente alto.

Suoli **Codole**

USDA: Typic Eutrudepts fine, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Cambisols (Calcaric, Orthosiltic)

Suoli moderatamente profondi, a tessitura moderatamente fine, con scheletro frequente, da molto calcarei a fortemente calcarei, a drenaggio buono, con contenuto di sostanza organica moderatamente alto.

V2.8 - Versanti da moderatamente ripidi a ripidi (con pendenza compresa tra 20 e 50%) a bassa quota, coltivati, fortemente erosi in seguito alle pratiche agricole in particolar modo alle pendenze più elevate.

CMAI

Consociazione:

Suoli **Col Martini, a pendenza superiore al 10%**

USDA: Lithic Udorthents loamy-skeletal, mixed, calcareous, mesic

WRB 2006: Endoleptic Regosols (Calcaric, Episkeletic)

Suoli sottili, a tessitura media, con scheletro abbondante, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio moderatamente rapido o buono, con contenuto di sostanza organica moderatamente alto.

V2.9 - Versanti da molto inclinati a moderatamente ripidi (con pendenza compresa tra 10 e 45%), a bassa quota, coltivati a vite e spesso terrazzati.

SVII/CMAI

Complesso:

Suoli **San Vito**

USDA: Entic Hapludolls fine, mixed, mesic

WRB 2006: Haplic Phaeozems (Calcaric, Endoskeletal, Clayic)

Suoli molto profondi, a tessitura fine, con scheletro abbondante, moderatamente calcarei in superficie e scarsamente calcarei in profondità, subalcalini, a drenaggio buono.

Suoli **Col Martini, a pendenza superiore al 10%**

USDA: Lithic Udorthents loamy-skeletal, mixed, calcareous, mesic

WRB 2006: Endoleptic Regosols (Calcaric, Episkeletic)

Suoli sottili, a tessitura media, con scheletro abbondante, fortemente calcarei, alcalini, a drenaggio moderatamente rapido o buono, con contenuto di sostanza organica moderatamente alto.

Allegato 3

**I PIÙ IMPORTANTI VITIGNI
DELL' AREA MONTELLO E COLLI ASOLANI.**

I più importanti vitigni dell'area Montello e Colli Asolani.

In questo lavoro si cercherà di comprendere quando, come e perché i vitigni dell'area del Montello e Colli Asolani, ed in particolare quelli che oggi sono coinvolti negli studi di zonazione dell'area in oggetto, siano così intensamente diffusi e importanti.

Si procederà, poi, anche ad analizzare alcune varietà autoctone che, in qualche maniera seppur marginalmente, hanno contribuito, alla valorizzazione di un territorio così particolarmente pregiato e storicamente vocato alla viticoltura.

Breve descrizione dell'area di origine dei vitigni cosiddetti "Bordolesi".

Le varietà Cabernet e Merlot, coltivate in tutto il mondo e definite - Internazionali -, provengono per l'appunto dalla celebre zona di Bordeaux, più precisamente dal *Médoc* un'area divisa in due territori, il *Médoc* o *Bas-Médoc* nella parte settentrionale della regione, e *l'Haut-Médoc*, situato nella parte meridionale e che occupa una superficie maggiore. Delle due zone, la più interessante è *l'Haut-Médoc*, poiché da qui provengono tutti i vini più celebri della regione, che hanno origine dai famosi comuni di Margaux, Pauillac, Saint-Julien e Saint-Estèphe. Secondo il sistema di qualità francese, nella regione sono definite otto aree vinicole, di cui 2 regionali - Médoc (Bas-Médoc) e Haut-Médoc - e sei denominazioni comunali: Margaux, Pauillac, Saint-Julien, Saint-Estèphe, Listrac-Médoc e Moulis en Médoc.

Le zone migliori sono tutte situate nei terreni ghiaiosi lungo la riva della Gironda, mentre le zone più interne, caratterizzate da terreni meno drenati, producono vini di minore qualità.

I vini del Médoc sono per la quasi totalità rossi e l'uva principalmente utilizzata è il Cabernet Sauvignon, generalmente presente per il 60-70%, seguito dal Merlot. Il Cabernet Sauvignon è responsabile per la robusta struttura dei vini, mentre il Merlot conferisce la morbidezza.

Nel Médoc sono inoltre utilizzate seppure in percentuali minori anche le uve quali il Cabernet franc, il Petit verdot, Malbec e Carmenère.

- L'area di Margaux è caratterizzata da terreni fortemente ghiaiosi, consentendo di ottenere vini di straordinaria eleganza e ricchezza aromatica, pur tuttavia mostrando una notevole struttura. Per questo motivo, i vini di Margaux sono solitamente definiti come un *pugno di ferro coperto da un guanto di velluto*.

- L'area più rinomata del Médoc è certamente Pauillac: qui si trovano infatti tre dei cinque *Premier Cru*. Le caratteristiche dei vini sono piuttosto varie e complesse: alcuni presentano una possente struttura e straordinaria eleganza, altri invece sono caratterizzati da sublime finezza di aromi e sapori.

- I vini di Saint-Julien sono caratterizzati da uno straordinario *bouquet* equilibrato e vellutato supportato da una robusta struttura, ricchezza e intensità gustativa.

- L'area vinicola più a nord dell'Haut-Médoc è Saint-Estèphe. A causa della composizione del terreno, più argillosa rispetto agli altri comuni, i vini di questa denominazione sono famosi per la struttura, quindi

di tannini robusti con colorazioni piuttosto intense. Nonostante questo, i vini di Saint-Estèphe presentano una finezza aromatica abbastanza elegante e, in particolare, sono atti a lunghi periodi di maturazione.

- Situati nelle zone più interne del Médoc, lontani dalle coste della Gironda, i vini di Listrac-Médoc e Moulis en Médoc, anche a causa dei terreni più argillosi e meno drenati, sono meno pregevoli di quelli dei celebri quattro comuni tuttavia, anche in queste zone, non mancano le buone sorprese.

- I vini della parte settentrionale della Bas-Médoc, o semplicemente Médoc, a causa della composizione del terreno, meno favorevole per la viticoltura di qualità, non presentano l'eleganza e la finezza dei vini dell'Haut-Médoc e spesso sono commercializzati con la denominazione generica *Médoc AC*.

Alcune note dal disciplinare di produzione del “Rosso Montello e Colli Asolani”

In base all'articolo 1 del DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DEI VINI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA “MONTELLO E COLLI ASOLANI” Si sancisce che:

Punto 1) <<La denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti dal presente disciplinare di produzione>>.

Nell'articolo 2 si dispone:

Base ampelografica:

Punto 2) <<La denominazione di origine controllata “Montello e Colli Asolani”, accompagnata da una delle seguenti specificazioni di vitigno: Chardonnay, Pinot grigio, Pinot bianco, Manzoni Bianco, Merlot, Cabernet, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Carmenère e Bianchetta, è riservata ai vini provenienti dalle uve dei vigneti compresi nella zona delimitata dall'art. 3 e composti dai corrispondenti vitigni per almeno l'85%. Possono concorrere fino ad un massimo del 15% le uve dei vitigni a bacca di colore analogo, "idonei alla coltivazione" per la provincia di Treviso>>.

In base all'articolo 2 del disciplinare di produzione:

Base ampelografica

Punto 2) <<La denominazione di origine controllata “Montello e Colli Asolani” Rosso, anche in versione Superiore, è riservata al vino ottenuto dalle uve, dai mosti e dai vini delle seguenti varietà, provenienti dai vigneti di un unico ambito aziendale, iscritti agli albi di cui al comma 1, nella seguente composizione: *Cabernet Sauvignon* dal 50% al 70%.

Merlot e/o Cabernet Franc e/o Carmenère dal 30% al 60%>>.

Secondo il disciplinare di Produzione, l'articolo 3:

Zone di produzione delle uve:

Punto A) <<La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini "Montello e Colli Asolani" di cui all'articolo 2. con ma l. 2 e 3 comprende l'intero territorio dei comuni di Castellecchio, Cornuda e Monfumo e parte del territorio dei comuni di: Asolo, Caerano S. Marco, Cavaso del Tomba. Crocetta del

Montello, Fonte, Giavera del Montello, Maser, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa Pederobba. Possagno del Grappa S. Zenone degli Ezzelini e Volpago del Montello. *Tale zona è così delimitata:* dalla località Ciano in comune di Crocetta del Montello il limite prosegue verso Est lungo la provinciale della "Panoramica del Montello" sino al punto d'uscita sulla stessa della trasversale del Montello contraddistinta con il n. 14: dall'incrocio segue una linea verticale rispetto alla "Panoramica" fino a raggiungere l'orlo del colle che dà sul fiume Piave.

Da questo punto il limite segue in direzione Est la parte alta della scarpata del Montello che costeggia il Piave fino alla località detta Case Saccardo in comune di Nervesa della Battaglia. Prosegue quindi verso Sud-Est, lungo il confine tra i comuni di Nervesa e Susegana e lungo la litoranea del Piave che passando per l'idrometro conduce all'abitato di Nervesa, da dove piega ad Ovest lungo la Strada Statale n. 248 "Schiavonesca Marosticana" che percorre sino al confine della provincia di Treviso con quella di Vicenza in prossimità del km 42.500 circa nel comune di S. Zenone degli Ezzelini. In corrispondenza di tale confine segue verso nord la strada per Liedolo, supera tale centro abitato in località Capitello, piega ad Est lungo la strada per Mezzociel.

Di qui prosegue lungo la strada per Fonte Alto. Da dove piega a nord costeggiando la strada per Paderno del Grappa. Superato il paese di Paderno del Grappa, il limite segue la rotabile in direzione Nord per Possagno del Grappa toccando Tuna Rover e giunto in località Fornace piega a Nord-Ovest per la località Roi di Possano da dove, costeggiando il torrentello, raggiunge la località Giustinet. Prosegue quindi verso Est tenendosi a monte della "Pedemontana del Grappa" a una quota di circa 300 m s.l.m e cioè al limite di vegetazione naturale della vite. Il confine passa pertanto sopra il paese di Possagno in corrispondenza del tempio del Canova poco sopra l'abitato di Obliedo e di Cavaso del Tomba, mantenendosi a una distanza media di circa 400 m. a Nord della "Pedemontana del Grappa". Riavvicinandosi a tale strada, il limite raggiunge la parte alta dell'abitato di Granigo, in comune di Cavaso, da dove in linea retta giunge alla località Costa Alta. Da qui, a quota 303, segue dagli inizi la strada che passando nei pressi della colonia Pedemontana, porta a Sud-Est sulla "Pedemontana del Grappa". Scende quindi per tale strada e ritornato sulla "Pedemontana del Grappa", il limite costeggia quest'ultima sino al suo punto di intersezione con la statale n. 348 "feltrino".

Una volta superato il centro abitato di Pederobba, segue quindi detta statale sino a Onigo di Pederobba, in corrispondenza del quale piega ad Est seguendo la strada per Covolo, tocca Pieve, Rive, costeggia il canale Bretella sino a quota 160 e poi verso Nord-Est raggiunge Covolo; lo supera e giunge a Barche dove raggiunge la quota 146 m. s.l.m. in prossimità della riva del Piave. Da quota 146 prosegue lungo la strada verso Sud sino ad incrociare quella per

Crocetta del Montello in prossimità del km 27.800 circa.

Lungo tale strada prosegue verso Sud ed all'altezza della località Fornace piega a Sud-Est per quella che raggiunge Rivasecca, la supera e seguendo sempre verso Sud-Est la strada che costeggia il canale di Castelviero, raggiunge la località Ciano da dove è iniziata la delimitazione>>>.

In base alle disposizioni dell'articolo 4:

Norme per la viticoltura:

Punto 2) <<Sono consentite esclusivamente le forme di allevamento a spalliera semplice.

La densità minima di piante per ettaro per gli impianti che si realizzeranno dopo l'approvazione del presente disciplinare dovranno essere di 3300 ceppi ad ettaro>>.

In dichiarazione all'articolo 6 del disciplinare di produzione:

Caratteristiche al consumo:

- Merlot:** colore: rosso rubino, tendente al granato con l'invecchiamento;
odore: vinoso, intenso, caratteristico da giovane, più delicato, etereo e gradevole se invecchiato;
sapore: sapido, robusto di corpo, leggermente tannico, armonico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11% vol;
acidità totale minima: 4,5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 18 g/l.
- Cabernet:** colore: rosso rubino, quasi granato se invecchiato;
odore: vinoso, intenso, caratteristico, gradevole;
sapore: sapido, di corpo, lievemente erbaceo, leggermente tannico, armonico, e caratteristico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol;
acidità totale minima: 4,5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 20 g/l.
- Cabernet sauvignon:** colore: rosso rubino, con riflessi granati se invecchiato;
odore: vinoso, caratteristico;
sapore: pieno, di buona struttura, armonico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5 % vol;
acidità totale minima: 4,5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 19 g/l.
- Cabernet franc:** colore: rosso rubino, con riflessi violacei tendente al granato con l'invecchiamento;
odore: vinoso, lievemente erbaceo, etereo se invecchiato;
sapore: asciutto, sapido, di corpo, lievemente erbaceo, leggermente tannico, armonico e caratteristico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol;
acidità totale minima: 4,5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 18 g/l.
- Carmenère:** colore: rosso rubino tendente al granato a seconda dello stato evolutivo del vino;
odore: sfumature da leggermente erbaceo fino alla frutta rossa a piena maturazione;
sapore: morbido, pieno equilibrato e di buona persistenza;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5 % vol;
acidità totale minima: 4,5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 18 g/l.
- Rosso :** colore: rosso rubino tendente al granato con l'invecchiamento;
odore: intenso, caratteristico, gradevole, tendente all'etereo se invecchiato;
sapore: sapido, robusto, lievemente erbaceo, armonico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 12% vol; 12,5% vol per il Superiore;
acidità totale minima: 4,5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 20 g/l; 25 g/l per il Superiore.

Cabernet Franc, Carmenere e Merlot rientrano in quella percentuale del 15% (*bacca analoga*), dettata dal disciplinare, che definisce i valori guida per la costituzione dei vini Rossi del Montello e Colli Asolani. Nel caso del vino denominato Venegazzù si inserisce un altro vitigno il Malbech, coltivato secondo le disposizioni tecniche del disciplinare di produzione e solamente nell'area omonima.

7.1.3. Glera (o Prosecco)

Si pensa che il vitigno *Prosecco* provenga dal territorio triestino intorno al comune di Prosecco; Scriveva il G.C. Villafranchi nella sua opera *Oenologia Toscana o sia memoria sopra i vini ed in specie toscani*²⁸ “...Tra quelli di Italia era dai Romani infinitamente gradito il vino Pucino, latinamente Puxinum, oggigiorno detto Prosecco che tuttora si raccoglie nel pendio del monte di Contuel in faccia al mare Adriatico, poche miglia distante da Trieste...”.

Ci sono documenti che inneggiano alla gran bontà e genuinità del Prosecco molto dopo la caduta dell'Impero Romano. Come citato nel libro “*Delle viti Prosecche*”²⁹ <<In una Ducale del 6 Novembre 1431 di Francesco Foscari al Podestà di Conegliano Stefano Erizzo, il vino di Feletto era definito Ottimo ed un'altra Ducale del 1 novembre 1491 di Agostino Barbrigo al Podestà di Conegliano Vettor Pisani venivano concesse particolari agevolazioni per la vendita di “vina Feleti...”.

Una Riformazione³⁰ del Magnifico Consiglio di Conegliano del 20 Gennaio 1543 affermava “...di quanta importanza al momento sia il vender li vini di monte di questo territorio, quali della maggior parte sono allevati et comprati da tedeschi, con utile universale di tutte queste terre...”.

Nel 1606 in una relazione al Senato veneziano da Zaccaria Contarini, Podestà e capitano di Conegliano, si legge “...cavandosi dalli monti... quantità di vini dolci e di altre sorti eccellentissimi, dei quali se ne vanno in gran parte in Alemagna e fino nella corte di Polonia vendendo gli stessi tedeschi molto lontani con propri carri a levarli, pagandoli fino a ducati quaranta e cinquanta la botte”>>.

Da ciò si capisce che fra XV e XVII secolo, il vino prodotto sulle colline del Coneglianese era assai famoso e di rinomato pregio, con un buon volume d'affari ed esportato verso i paesi del Centro Europa.

Questa situazione di felice prosperità subì un arresto quando nel febbraio 1709 si verificò una fortissima gelata che distrusse la quasi totalità delle vigne e inseguito furono reimpiantati vitigni di più scarsa qualità, con successivo decremento della produzione.

Come spiegava Caronelli (1778), questi territori hanno giacitura, esposizione e posizione, fattori favorevoli ad una eccellente coltivazione della vite e che le varietà utilizzate sono state e sono un

²⁸ *Oenologia Toscana o sia memoria sopra i vini ed in specie toscani* (1773). Di Villafranchi G.C. Ed. Gaetano Cambiagi, Firenze.

²⁹ *Delle viti Prosecche ovvero della distinzione fra prosecco tondo e prosecco lungo*. Ed. Libra pag. 11-12.

³⁰ Riformazione: sta ad indicare una attenta riflessione, dettagliata, su uno specifico argomento.

elemento di base per ottenere prodotti di qualità, giustificando il decadimento qualitativo delle produzioni con l'impianto di varietà scadenti e produttive nelle Colline Coneglianesi.

Tra i Vitigni coltivati in questi colli, durante il 1700 vi era anche il Piccolit che dava un famoso vino in Friuli, ma che anche a Conegliano aveva solidissima fama. Ma fra tutti questi vitigni non compariva ancora il *Prosecco* o le *Prosecche*, come più avanti verranno chiamate alcune di queste .

Si può dire che il Prosecco, uva autoctona a tutti gli effetti, è da moltissimo tempo presente sul territorio del Nord-Est con, ad oggi, due centri rinomati per la qualità e lo stile: Valdobbiadene e Conegliano, prima zona d'Italia ad avere compreso le potenzialità di questo esemplare vitigno e successivamente la zona del Montello e Colli Asolani. Dalla Vendemmia 2009 questi due *terroir* potranno fregiarsi, in tutto il mondo, della menzione DOCG.

Alcune note dal disciplinare di produzione del “Asolo DOCG superiore”

In base all'articolo 1 del disciplinare di produzione:

Denominazione e vini:

Punto 1) <<La denominazione di origine controllata e garantita «Colli Asolani - Prosecco» o «Asolo - Prosecco» e' riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti dal presente disciplinare di produzione, per le seguenti tipologie:

- “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco”;
- “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” spumante, accompagnato dalla menzione superiore;
- “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” frizzante>>.

In base all'articolo 2 del disciplinare di produzione:

Base ampelografica:

Punto 1) <<I vini a denominazione di origine controllata e garantita “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti costituiti dal vitigno Glera; possono inoltre concorrere in ambito aziendale fino ad un massimo del 15%, da sole o congiuntamente, le uve dei vitigni Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera, Glera lunga>>.

Secondo il disciplinare di Produzione, l'articolo 3:

Zone di produzione delle uve:

Punto 1) <<La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini della denominazione di origine controllata e garantita “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco”, ricadente nell'ambito della zona di produzione della denominazione di origine controllata “Prosecco”, è delimitata come segue:

Punto A) La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini a D.O.C.G. “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco”, di cui all'art. 1, comprende l'intero territorio dei comuni di Castalcucco, Cornuda e Monfumo e parte del territorio dei comuni di: Asolo, Caerano S. Marco, Cavaso del Tomba, Crocetta del Montello, Fonte, Giavera del Montello, Maser, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa, Pederobba, Possagno del Grappa, S. Zenone degli

Ezzelini e Volpago del Montello.

Tale zona è così delimitata: dalla località Ciano in comune di Crocetta del Montello il limite prosegue verso Est lungo la provinciale della “Panoramica del Montello” fino al punto d'uscita sulla stessa della trasversale del Montello contraddistinta con il n. 14; dall'incrocio segue una linea verticale rispetto alla “Panoramica” fino a raggiungere l'orlo del colle che dà sul fiume Piave.

Da questo punto il limite segue in direzione Est la parte alta della scarpata del Montello che costeggia il Piave fino alla località detta Case Saccardo in comune di Nervesa della Battaglia, prosegue quindi, verso Sud-Est, lungo il confine tra i comuni di Nervesa e Susegana e lungo la litoranea del Piave che passando per l'idrometro conduce all'abitato di Nervesa, da dove piega ad Ovest lungo la Strada Statale n. 248 “*Schiavonesca Marosticana*” che percorre fino al confine della provincia di Treviso con quella di Vicenza, in prossimità del km 42,500 circa, nel comune di S. Zenone degli Ezzelini. In corrispondenza di tale confine segue verso nord la strada per Liedolo, supera tale centro abitato in località Capitello, piega ad Est lungo la strada per Mezzociel. Di qui prosegue lungo la strada per Fonte Alto, da dove piega a nord costeggiando la strada per Paderno del Grappa.

Superato il paese di Paderno del Grappa, il limite segue la rotabile in direzione Nord per Possagno del Grappa toccando Tuna Rover e giunto in località Fornace piega a Nord-Ovest per la Località Roi di Possagno, da dove, costeggiando il torrentello raggiunge la località Giustinet. Prosegue quindi verso Est tenendosi a monte della “Pedemontana del Grappa” a una quota di circa 300 m s.l.m e cioè al limite di vegetazione naturale della vite.

Il confine passa pertanto sopra il paese di Possagno in corrispondenza del tempio del Canova, poco sopra l'abitato di Obliedo e di Cavaso del Tomba, mantenendosi a una distanza media di circa 400 m. a Nord della “Pedemontana del Grappa”. Riavvicinandosi a tale strada, il limite raggiunge la parte alta dell'abitato di Granigo in comune di Cavaso, da dove in linea retta giunge alla località Costa Alta. Da qui, a quota 303, segue dagli inizi la strada che passando nei pressi della colonia Pedemontana porta a Sud-Est sulla “Pedemontana del Grappa”. Scende quindi per tale strada e ritornato sulla “Pedemontana del Grappa”, il limite costeggia quest'ultima fino al suo punto di intersezione con la statale n. 348 “Feltrina”, una volta superato il centro abitato di Pederobba.

Segue quindi detta statale fino a Onigo di Pederobba, in corrispondenza del quale piega ad Est seguendo la strada per Covolo, tocca Pieve, Rive, costeggia il canale Brentella fino a quota 160 e poi verso Nord-Est raggiunge Covolo, lo supera e giunge a Barche, dove raggiunge la quota 146 m. s.l.m. in prossimità della riva del Piave. Da quota 146 prosegue lungo la strada verso Sud fino ad incrociare quella per Crocetta del Montello in prossimità del km 27,800 circa.

Lungo tale strada prosegue verso Sud ed all'altezza della località Fornace piega a Sud-Est per quella che raggiunge Rivasecca, la supera e seguendo sempre verso Sud-Est la strada che costeggia il canale di Castelviero, raggiunge la località Ciano da dove è iniziata la delimitazione;

In base alle disposizioni dell'articolo 4:

Norme per la viticoltura:

Punto 1) <<Le condizioni ambientali e di coltura dei vigneti destinati alla produzione dei vini a D.O.C.G. “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” devono essere quelle tradizionali della zona o comunque atte a conferire alle uve ed ai vini derivati le loro specifiche caratteristiche di qualità.

Sono pertanto da considerare idonei, ai fini dell'iscrizione nell'albo previsto dalla normativa vigente, unicamente i vigneti ben esposti, ubicati su terreni collinari e/o pedecollinari con esclusione dei vigneti di fondovalle e di quelli esposti a tramontana.

Punto 2) Sono consentite esclusivamente le forme di allevamento a spalliera semplice.

La regione può consentire diverse forme di allevamento, qualora siano tali da migliorare la gestione dei vigneti senza determinare effetti negativi sulle caratteristiche delle uve.

Per i nuovi impianti o reimpianti realizzati dopo l'approvazione del presente disciplinare il numero di **ceppi ad ettaro**, calcolato sul sesto di impianto, **non potrà essere inferiore a 3.000**.

Punto 3) È vietata ogni pratica di forzatura; e' ammessa l'irrigazione di soccorso.

Punto 4) Per i vini a Denominazione di origine controllata e garantita di cui all'art. 1 la **resa massima di uva per ettaro** in coltura specializzata **non deve essere superiore a tonnellate 12** ed il **titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di 9,50 % vol.** Fermo restando il limite massimo sopra indicato, la resa per ettaro di vigneto a coltura promiscua deve essere calcolata in rapporto alla effettiva superficie coperta dalle viti.

Anche in **annate favorevoli i quantitativi di uva ottenuti** da destinare alla produzione dei vini a Denominazione di origine controllata e garantita “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” devono essere riportati nei limiti di cui sopra purché **la produzione globale non superi del 20%** i limiti medesimi. Oltre detto limite tutta la partita perde il diritto alla denominazione d'origine controllata e garantita.

La regione Veneto, su richiesta motivata del Consorzio di Tutela e previo parere espresso dal comitato tecnico consultivo per la vitivinicoltura di cui alla legge regionale n. 55/1985 può, con proprio provvedimento, stabilire di ridurre i quantitativi di uva per ettaro rivendicabile rispetto a quelli sopra fissati, dandone immediata comunicazione al Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali ed al Comitato nazionale per la tutela delle denominazioni di origine dei vini. I rimanenti quantitativi, fino al raggiungimento dei limiti massimi previsti dal presente comma, saranno presi in carico per la produzione di vino da tavola>>.

In dichiarazione all'articolo 6 del disciplinare di produzione:

Caratteristiche al consumo:

Punto 1) <<I vini a D.O.C.G. di cui all'art. 1 all'atto dell'immissione al consumo devono rispondere alle seguenti caratteristiche:

“Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco”:

colore: giallo paglierino, più o meno carico;

odore: caratteristico di fruttato;

sapore: da secco ad abboccato, rotondo, caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,5% vol.;

acidità totale minima: 5 g/l;

estratto non riduttore minimo: 16 g/l;

“Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” spumante superiore:

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

odore: gradevole e caratteristico di fruttato;

sapore: da brut ad abboccato, di corpo, gradevolmente fruttato, caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11%;

acidità totale minima: 5 g/l;

estratto non riduttore minimo: 16g/l.;

“Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” frizzante:

colore: giallo paglierino più o meno intenso, con formazione di bollicine;

odore: gradevole e caratteristico di fruttato;

sapore: da secco ad amabile, fruttato, caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,5%;

acidità totale minima: 5 g/l;

estratto non riduttore minimo: 16 g/l.

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

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

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

acidità totale minima: 4,0 g/l.

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

Alcune differenze nei parametri di produzione inserite nei disciplinari fra Valdobbiadene-Conegliano DOCG e Asolo Superiore DOCG (Spumanti)

Valdobbiadene-Conegliano	Asolo
<i>Densità di impianto:</i> non inferiore 2500 ceppi/ettaro <i>Estratto non riduttore minimo:</i> 14,0 g/l; <i>Produzione:</i> 135 quintali/ettaro	<i>Densità di impianto:</i> non inferiore 3.000 ceppi/ettaro. <i>Estratto non riduttore minimo:</i> 16g/l.; <i>Produzione:</i> 120 quintali/ettaro

Bianchetta Trevigiana³¹

Storia e diffusione.

Di un vitigno chiamato *Bianchetta* coltivato nel Veneto si parla da poco dopo la metà del '600. Infatti *Giacomo Agostinetti*³², nel 1679, riporta diverse notizie relative al valore del vitigno e sul miglior utilizzo delle sue uve: “*il vino di monte è apprezzato in quanto sia dolce*” e per farlo “*bisogna eleggere l'uva ben matura della **biancheta gentile** e ponerla al sole quattro o sei giorni*”. La *Bianchetta*, come la *schiaiva* e la *marzemina*, anche queste bianche, sono “*buone e dolci da mangiare....devono essere levate li primi giorni di settembre*”. Le uve di *Bianchetta*, come molte altre, venivano utilizzate allo stato fresco per l'uso di mensa; la *Bianchetta* infatti è tra le uve consumate da *Santo Bagozzi*³³ in un banchetto del '700, e decantata ne “*La bagozzeide*” del 1733, come riportato da *Ulderico Bernardi*³⁴.

³¹ http://www.venetoagricoltura.org/upload/pubblicazioni/E305_Valorizza_aree_viticole/cap4.pdf.

Cancellier Severina ricercatrice dell'Istituto Sperimentale per la Viticoltura di Conegliano, Dalla Cia Lorena Giuliana CRA - Centro di Ricerca Viticola- Conegliano, Coletti Aldo del CERVEG - Veneto Agricoltura

³² ***Giacomo Agostinetti*** : Dopo aver servito per quarantacinque anni, in qualità di fattore, una dozzina di nobiluomini in tutta la terraferma veneta dal Friuli alla campagna di Verona, al compimento del suo ottantaduesimo compleanno, ormai scarso di entusiasmo e di forze fisiche, decise di ritirarsi nel paese natio. Li scelse di mettere per iscritto le molte usanze e costumi inerenti “*la mai abbastanza lodata agricoltura*”. Il libro di Agostinetti è il risultato - scrive nella prefazione Ulderico Bernardi - di un impegno pluridisciplinare, e “riunisce il pregio del saggio scientifico, la minuziosa precisione del manuale tecnico, e la sapienza etica di chi non immiserisce l'attività d'impresa nella sola ottimizzazione del profitto, ma punta a un'armonia di rapporti sociali, dove si realizzi la più generale condizione umana”.

³³ ***Santo Bagozzi***: Chierico e Commediografo veneziano conosciuto anche con lo pseudonimo di Simon Tomadoni.

³⁴ ***Ulderico Bernardi***: Professore ordinario di sociologia nell'Università Ca' Foscari di Venezia. Membro del Centro Studi Nazionale dell'Accademia Italiana della Cucina, dell'Accademia della Vite e del Vino, e dell'Accademia Alimentare Italiana, si occupa, come studioso, dei rapporti fra tradizione e innovazioni

Verso la fine del '700 *Gio. Domenico Zambenedetti*³⁵, nella sua memoria presentata all'Accademia Agraria degli Aspiranti di Conegliano, consiglia di piantare sui colli le viti “*delle scelte e preziose...*

Picolit, Prosecco, Bianchetta, Moscadella, che è quasi perduta fra noi, qualche cosa di Peverella e di Verdisse gentilissimo, quale non incontrai che in Collalbrigo nelle tenute di Ca' Sarcinelli, la Marzemina bianca, la Tocai, la quale si sa qui trovar bene”. E prosegue elencando i vitigni che si prestano per fare i “vini liquori”, tanto ricercati, che sono *Picolit, Prosecco, Bianchetto, Tocai, Moscadella*.

Nella Ampelografia generale della provincia di Treviso, promossa dal Comizio Agrario di Conegliano e scritta nel 1870, vengono descritte due vitigni chiamati *Bianchetta*: la *Bianchetta bianca* e la *Bianchetta grossa*, detta anche *gentile*, ambedue di antichissima coltivazione nella provincia.

La prima era indicata come “*produttore vino comune*” e coltivata in quasi tutta la provincia e anche “*nelle basse pianure del trevigiano offre un vino discreto inferiore però alla rabosina*”.

La *Bianchetta grossa* o *gentile*, invece, diffusa sui Colli, era di sapore dolce e poco “*soggetta a infracidire*” e dava “*un ottimo e pregevole vino e viene raccomandata in sostituzione delle verdise e di altre uve inferiori*”.

Dalla dettagliata indagine di A. Vianello e A. Carpenè, la *Bianchetta* risulta il vitigno più diffuso in 39 Comuni della provincia di Treviso, sia di pianura che di colle, con una produzione di 14.466 ettolitri di vino.

Nel “*Saggio di ampelografia Universale*”, *Giuseppe Rovasenda*³⁶ riporta di una *Bianchetta* coltivata a Conegliano e a Feltre e di altre *Bianchette* coltivate in Piemonte e Liguria.

La coltivazione della *Bianchetta* nel bellunese è documentata fin dal 1600, come riportato nel 1996 da *Lamberto Paronetto*³⁷. Infatti, nel 1634 Giovanbattista Barbo, monsignore della Curia di Belluno, pubblica “*Delizie et i frutti dell'agricoltura e della villa*”, nel quale riferisce sui vitigni allora coltivati nelle “*rare oasi*” del bellunese e segnala appunto la *Bianchetta*, assieme alla *Lugliatica* e alla *Marzemina*.

Oltre un secolo dopo, nel 1771, Antonio Frigimelica, esponente dell'Accademia bellunese, nella “*memoria sopra la piantagione e la coltura della vite*” raccomandava la coltivazione, per i climi freddi, della “*Bianchetta semplice*” e della “*Nera pignola*”.

nelle culture autoctone e dell'emigrazione. In questo ambito di ricerche l'identità alimentare dei popoli costituisce un punto di confronto essenziale. Autore di numerose opere, scientifiche e narrative, per i tipi dell'Editrice Santi Quaranta ha pubblicato con successo: *La piccola città sul fiume*, 2002 (tre edizioni), e *La festa delle vigne*, 2003 (tre edizioni).

³⁵ **Gio. Domenico Zambenedetti** Membro emerito dell'Accademia Agraria degli Aspiranti di Conegliano.

³⁶ **Giuseppe Rovasenda** (1824-1913) Considerato fra i primi e più importanti ampelografi del tempo, riunì nei propri vigneti, una ricca quantità di vitigni provenienti da ogni parte d'Europa, a creare la più grande collezione Ampelografica del continente. Circa 4000 vitigni sono da lui raccolti e studiati minuziosamente per pubblicare nel 1877, un saggio dal titolo “*Saggio di ampelografia Universale*” tradotto nel 1881 anche in lingua francese.

³⁷ **Lamberto Paronetto**: Enologo-enotecnico presso la Scuola enologica di Conegliano e dottore in Scienze Agrarie all'Università di Bologna (1940), è stato dirigente tecnico di numerose e note case vitivinicole sia in Veneto sia in Toscana. Autore di opere tecniche e divulgative e di pubblicazioni scientifiche, di ricerca enologica. Vincitore di numerosissime riconoscenze anche in ambito internazionale.

Un anonimo compilatore di una memoria riportata da Re Filippo nel 1811, ricorda che “*nel cantone di Belluno*” si coltivano “*bianchetta, cirnesera, grossella bianca e nera, rossarda nera, persegagna bianca*”.

Dalmaso ricorda (1936-37) come il declino di questo vitigno “*s’inizia in conseguenza delle terribili gelate del 1709 quando per la ricostituzione dei vigneti, s’andarono diffondendo vitigni più rustici e più produttivi, ma di minor pregio... la comparsa poi dell’oidio, al quale la **Bianchetta** è particolarmente recettiva, fece addirittura scomparire questo vitigno dalla pianura, mentre in colle la sua diffusione si riduceva in pochi decenni al basso valore attuale*”.

Infatti la *Bianchetta* viene indicata presente nei vigneti delle zone collinari della provincia di Treviso, in misura di circa il 5 per cento.

Cosmo, nel 1964, introduce la dizione “*Bianchetta trevigiana*” onde evitare confusioni con altre *Bianchette*, e ricorda che essa è diffusa in un vasto areale dove prende nomi differenti: *Bianca gentile* a Fonzaso, *Pavana bianca* nel feltrino, *Vernaccia o Vernazza* in Trentino, *Vernanzina* o *Vernazzina* nel padovano e nel vicentino.

A quel tempo si producevano ancora circa 80.000 quintali di uva all’anno, di cui 45.000 in provincia di Treviso, 35.000 nel veneziano e 25.000 in Trentino.

Attualmente è ancora coltivata in provincia di Treviso, soprattutto nella zona del Montello e dei Colli Asolani, e nel bellunese nella zona di Fonzaso e Arsicò. Si trova ancora sporadicamente anche in altre aree viticole venete, dove viene chiamata con nomi diversi quali *Senese* nella zona di Breganze e, come già prima ricordato, *Vernanzina* sui Berici e *Vernassina* sui Colli Euganei.

Caratteristiche produttive.

Le migliori condizioni di coltura legate all’esposizione influiscono anche sulle risposte produttive. Se le tecniche agronomiche non vengono applicate in modo corretto possono influenzare la fertilità delle gemme, soprattutto nella sua espressione potenziale, con situazioni di gemme cieche.

La *Bianchetta* risulta scarsamente sensibile nei confronti della peronospora, escoriosi, disseccamento del rachide e botrite, anche se presenta una certa sensibilità al marciume acido e all’oidio; inoltre gli acini rivolti verso la luce risultano molto sensibili alle scottature. Presenta anche una certa sensibilità al mal dell’esca.

Importanza economica.

La *Bianchetta* è il vitigno più coltivato, nella zona di Fonzaso e Arsicò, e rappresenta da solo circa il 30% della superficie coltivata a vigneto.

In questi ultimi anni, alcuni produttori dell’area Montello e Colli Asolani, la stanno rivalutando anche come prodotto mono-varietale.

In dichiarazione all’articolo 6 del disciplinare di produzione:

Caratteristiche al consumo:

Bianchetta *colore*: giallo paglierino a volte carico, con riflessi verdognoli;
odore: da mela a frutta esotica e nocciola con la maturazione;
sapore: fresco sapido con lieve nota di tannicità;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11% vol;
acidità totale minima: 5,5 g/l
estratto non riduttore minimo: 16 g/l.

Nell'area Montello e Colli Asolani vale la pena citare alcuni vitigni che non sono stati coinvolti nello studio di Zonazione, ma che hanno un'importanza quasi strategica riconosciuta in tutto il mondo come sinonimo di rinomata Qualità e Tipicità, espressione di un territorio unico che anche in passato ha dimostrato di dare origine a prodotti Eccellenza:

“quod vinea Montelli et Montisbelluni et eorum districtum sunt meliora aliis vinis Travisane³⁸”

“I vini del Montello e del distretto di Montebelluna sono i migliori del Trevisano”.

Altri vitigni minori oggetto di attenzione.

Malbec

Cenni storici

Nel Complesso il Malbec in Italia ha fatto buona prova, dimostrandosi un vitigno che, date certe condizioni, può determinare un miglioramento della produzione vinicola locale [...], il suo vino, aggiunto in piccole proporzioni a determinati tipi di vino del nostro paese, nemigliora notevolmente i caratteri specialmente nei riguardi del profumo e della finezza [...].

Conviene quindi considerare il Malbec come un vitigno che può rendere buoni servizi alla nostra produzione vinicola; nello stesso tempo occorre tenere presenti le condizioni nelle quali va coltivato il vitigno perché fornisca buoni risultati. Se difettano queste condizioni il Malbec bisogna assolutamente escluderlo come appunto è stato fatto in alcune località italiane, che l'esperienza ha già dimostrato poco adatte alla sua coltivazione.>>>.

Il Malbec arrivò in Italia, dalla Francia, presumibilmente intorno alla metà del XVIII secolo, ma date sicure le ritroviamo solo nel 1881, quando il Conte Provana di Collegno (Torino) illustra il suo Malbec all'esposizione ampelografica di Pinerolo. Altra data certa è quella del 1890, coltivato nelle vigne del principe Boncompagni. Le talee a sua volta provenivano dalla provincia di Bologna.

Attualmente il Malbec è coltivato nel Veneto e in Friuli, e scarsamente in altre regioni italiane.

Secondo alcuni studiosi della vite, molto spesso il Malbec viene confuso con delle selezioni clonali particolari di Merlot.

³⁸ *“Istoria di Trevigi”* di Bonifaccio G., Treviso 1591: ristampata da Arnolfo Forni 1981.

Caratteristiche ed attitudini colturali.

È questo un vitigno che, come il Merlot, si adatta a tutti i terreni, dando abbondanti produzioni. Forse per questo fatto è stato abbandonato, in quanto le grandi produzioni danno come risultato cattiva qualità. Se coltivato in terreni poco humiferi, ghiaiosi, sabbiosi, e nelle argille rosse, dà buoni risultati. Non per nulla lo troviamo coltivato in Francia, Italia, Sud Africa, Argentina e Cile.

Nell'area Montello e Colli Asolani il Malbecch può essere coltivato solo ed esclusivamente nella sottozona *-Venegazzù-* dove ha origine l'omonimo vino, ma viene inserito in quella percentuale del 15% consentita e menzionata dal disciplinare di produzione come "*varietà a bacca analoga*".

Come esposto da Ferretto³⁹ << [...] il Montello in particolare, è quella che offre i requisiti migliori, anche per la sua favorevole esposizione ai raggi de sole, per la coltura della vite[...]>>.

Dà, inoltre delle indicazioni interessanti per il consumatore <<[...] Vorremmo dire che è proprio in queste zone che si riesce a bere un buon bicchiere di vino [...]>>.

In particolare cita le eccelse caratteristiche dei vini di una ben precisa e rinomata località del territorio di Volpago del Montello: <<Una menzione particolare merita la zona di Venegazzù, famosissima fin dall'antichità, per la produzione del vino. Il nome Venegazzù, strano e spesso malamente interpretato, con una etimologia spicciola, come derivato dalla fusione delle parole "*vieni quassù*", ha invece tutt'altra origine che felicemente si sposa con la sua tradizione vinicola. Da un antichissimo documento, una "*carta di donazione*" che porta la data del 1021, si rileva come il nome antico di questa zona fosse "*Vignanizoi*" che i filologi hanno dichiarato come derivazione, dalla fusione della parola latina "*vinea*", cioè vigna e dalla parola greca "*gaza*", che significa abbondanza. Le trasformazioni della lingua hanno portato l'antico termine all'attuale Venegazzù, ma il suo significato resta immutato: abbondanza di vini, non solo, ma di una qualità così squisita che non si trova praticamente in nessun'altra zona montelliana.

Il primo a dare il nome *-Venegazzù-* ad un vino di altissima qualità è stato il conte Piero Loredan, che nel 1961 ha trasformato, quella che era una produzione limitatissima e ristretta ad una esigua cerchia di amici e conoscenti, in una produzione più ampia, destinata al mercato nazionale. Il "*Venegazzù*">>

³⁹ ***Il Montello:*** di Gian Maria Ferretto; Poker film editrice.

Manzoni Bianco (o Incrocio Manzoni 6.0.13)

Cenni storici.

Tra il 1800 ed il 1900 i vitigni maggiormente coltivati erano il “Raboso Piave” e “Marzemino”, come uva a bacca rossa, “Verdiso”, “Bianchetta” e “Prosecco” per le uve a bacca bianca.

Tra questi la Bianchetta ed il Marzemino sono molto sensibili alle crittogame (principalmente all'Oidio) per questo davano un prodotto di scarsa qualità e con basse produzioni.

A causa di questi elementi vennero introdotte varietà provenienti da altre zone viticole soprattutto straniere con l'obbiettivo di migliorare queste lacune; vengono così introdotti i vitigni Merlot, i Cabernet, Barbera, Riesling italico e renano.

In questo periodo la Scuola Enologica ebbe la possibilità di sperimentare le caratteristiche di questi vitigni che servivano a rinnovare le vecchie vigne distrutte dalla fillossera e successivamente dalla Grande Guerra.

L'obiettivo del miglioramento genetico mediante incrocio si basa sulle leggi della genetica di Mendel. Inizialmente questa tecnica venne applicata incrociando specie di viti americane con specie di Vitis vinifera ottenendo, così, un nuovo vitigno più precisamente un “*ibrido produttore diretto*”, che nella nostra provincia sono conosciuti come Clinton, Isabella e Baco.

In seguito ci si rese conto che gli ibridi produttori diretti erano sì più resistenti alle crittogame, ma davano vini con caratteristiche organolettiche di minor pregio rispetto ai classici vitigni europei.

Per ottenere questo si pensò di incrociare due specie di Vitis vinifera ed innestare su piede americano l'ibrido ottenuto. Il risultato sarebbe stato un nuovo vitigno con caratteristiche intermedie ai genitori, maggiore resistenza alle crittogame (peronospora, oidio e botrite) e tolleranza alla fillossera, poiché innestato su un piede americano. Con questi presupposti nacquero gli Incroci Manzoni.

Caratteristiche ed attitudini colturali.

Il Manzoni Bianco è un vitigno non molto produttivo. È adattabile a climi e terreni anche molto diversi, dando ovunque ottimi risultati. Predilige i terreni fertili profondi e freschi, anche se si adatta a terreni più sciolti con buona dotazione idrica.

Viene utilizzato per la produzione di vini di qualità, in purezza o come blend, in virtù delle doti di finezza ed acidità che apporta.

Ultimamente alcune cantine dell'area Montello e colli Asolani ne hanno rivendicato la DOC e incominciato la sperimentazione con metodo Classico.

In dichiarazione all'articolo 6 del disciplinare di produzione:

Caratteristiche al consumo:

Manzoni Bianco *colore:* giallo di media intensità a volte con riflessi verdognoli;
odore: fruttato, caratteristico;
sapore: fresco ricco sapido, avvolgente;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol;
acidità totale minima: 5 g/l;
estratto non riduttore minimo: 17 g/l.

Come decretato dal disciplinare:

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

Recantina una varietà tutta da scoprire⁴⁰

Cenni storici.

È un vitigno coltivato da tempo remoto nella provincia di Treviso.

Alla fine del 600 l'Agostinetti cita più volte la *Recantina* o *Recardina* tra le migliori varietà coltivate nel trevigiano, in quanto “*queste benedette uve recandine per il gran utile che rendono poiché fanno molta quantità d'uva fa vino buono e bello*” e perché “*li nostri vini reccardini non hanno bisogno di concia*” e si conservano senza problemi. Egli prosegue ricordando che “*nel nostro paese (Cimadolmo nella pianura a sinistra del Piave) per lo più si fanno vini per Venetia di una uva nera che si chiama recandina, altri la chiamano rabosa per esser di natura forte*”, l'autore ci fa temere una certa confusione tra le due varietà.

Distingue nettamente Recaldina e Rabosa il Zambenedetti che circa un secolo dopo, nella memoria presentata alla Accademia Agraria degli Aspiranti di Conegliano, consiglia la Recaldina tra le varietà da piantare sulle colline, ma ribadisce che “*la Rabosa nemmen si conosca sui colli*”.

Anche nella Ampelografia generale della provincia di Treviso (1868) si distinguono nettamente le varietà Rabosa nostrana, Rabosa veronese e Recaldina nera. Per quest'ultima varietà, che viene descritta senza riportare la tavola fotografica del grappolo, si ipotizza comunque una possibile sinonimia con la “*Friulana*” (Raboso Piave) del Padovano e con la Bassanese.

Si riporta inoltre che il vino ottenuto dalle uve di questa varietà “*si chiarifica con facilità e scarseggia di materia colorante eriesce quasi sempre inferiore da solo*”.

Un'indagine condotta da Vianello e Carpenè, pubblicata nel 1874, la Recandina risultava tra le uve rosse più coltivate in 3 Comuni del distretto di Treviso, 2 nel distretto di Asolo e 2 nel distretto di Castelfranco,

⁴⁰ Le informazioni raccolte sulla varietà Recantina sono state pubblicate nell'opera “***I Vini Rabosi, storia, cultura e tecniche produttive di antichi vitigni veneti***”, di Severina Cancellier, Enzo Michelet e Giampiero Rorato; Dario De Bastiani editore. pp 127,128, 129 e 130.

per un totale di 28.815 hl di vino. La sua coltivazione si colloca quindi in una area nettamente diversa da quella del Raboso.

Viala e Vermorel nella *Ampèlographie* (1909) citano la "*Recaldina nera. Nom de cèpage italien de Trèvise*"; improvvisamente il silenzio.

Nel novecento nessun ampelografo o ricerca viticola parla più di questa varietà, come fosse improvvisamente scomparsa. Ma la *Recantina* sopravviveva nella memoria dei viticoltori, e anche in alcuni vecchi filari e vigneti della zona dei Colli Asolani.

Gli ampelografi hanno recuperato, in varie aree, viti diverse chiamate con il nome di *Recantina*. Queste manifestavano tra loro delle differenze che sono state evidenziate dai controlli effettuati successivamente sulle piante moltiplicate e trasferite nei campi di conservazione.

Si è scoperto a Fonte Alto (TV) la *Recantina a peccolo scuro* e la *Recantina a peccolo rosso*; a Castalcucco (TV) una *Recantina* da noi denominata "Forner" dal nome della azienda, per distinguerla dalle precedenti.

Le prime due *Recantine*, pur essendo distinguibili, si presentano simili per foglie, grappolo ed epoca di maturazione; nettamente diversa è la *Recantina Forner*.

Altre *Recantine* viste successivamente e recuperate nella zona dell'asolano, si presentano abbastanza simili alle prime due, e soprattutto alla *Recantina peccolo rosso*.

Qual è la vera Recantina? Questa varietà che già alla fine del '600 si prestava ad ambiguità, conserva nel tempo questa sua caratteristica.

Di seguito viene riportata la descrizione della *Recantina* recuperata nella az. Forner su cui si sono approfondite le indagini viticole ed enologiche. Ulteriori osservazioni ed approfondimenti ci permetteranno di meglio conoscere e valutare anche la *Recantina a peccolo rosso* e la *Recantina a peccolo scuro*.

Per la descrizione di questa varietà, si è scelto il tipo definito "***Forner***", dal nome della azienda dove esso è stato reperito. L'azienda è ubicata nella zona collinare di Castalcucco (TV). Come già riportato questa "*Recantina*" risulta diversa dagli altri due vitigni recuperati nella azienda Zambon a Fonte Alto (TV) e denominate "*Recantina peccolo rosso*" e "*Recantina peccolo scuro*".

Caratteristiche ed attitudini colturali

La *Recantina "Forner"* è un vitigno di buona vigoria e di buona e costante produzione; nelle condizioni di osservazione, in zona collinare, presenta scarsa sensibilità alle principali malattie crittogamiche, ma sembra sensibile alla flavescenza dorata.

Considerazioni chimiche, enologiche e sensoriali

Le uve presentano la caratteristica di avere nelle ultime fasi della maturazione una correlazione negativa tra l'incremento degli zuccheri e quello dei polifenoli. Questo fatto impedisce la valutazione dell'avanzamento dello stato maturativi utilizzando i classici parametri analitici dell'acidità e degli zuccheri, quindi impone inderogabilmente anche la misura della maturità fenolica specialmente nei

riguardi dell'accumulo degli antociani. A onore del vero altri rilievi fatti in un anno molto favorevole per il forte grado di insolazione, come è stato il 2007 hanno fornito dei dati sul comportamento dei polifenoli e degli antociani correlati in modo positivo con l'aumento degli zuccheri. Questo indica probabilmente qualche difficoltà nella maturazione nelle annate non molto calde per il fatto di avere un percorso vegetativo un po' più lungo.

Questa varietà spicca per la notevole quantità di antociani totali presenti nelle uve a maturazione. Questa classe di flavonoidi può arrivare in quest'uva anche a quantità superiori ai 2200 mg/Kg, rendendo quindi l'uva adatta a produzione sia di vini strutturati e ottimamente colorati, sia di vini adatti ad essere usati come integratore di colore per altre varietà cromaticamente meno dotate.

Rispetto alle più conosciute varietà internazionali rosse, l'acidità delle uve e dei vini sono sempre più elevate, quindi i vini presentano gustativamente sempre un tono acido superiori ai vari Merlot e Cabernet, però questo fatto, per la sua piacevolezza complessiva, invece di essere un elemento negativo diventa una nota distintiva e caratteristica.

Dal punto di vista aromatico la Recantina è scarsamente dotata come quasi tutte le varietà antiche del Veneto. Dotata di un quantitativo sufficiente di alimenti azotati facilmente assimilabili dai lieviti presenta, dopo la fermentazione, quantità normali di alcoli superiori quindi con profumi dolciastri tipo banana e rosa contenuti, cosa ricercabile per un vino rosso impegnativo come quello che si può ottenere da quest'uva.

Come semplificazione delle caratteristiche sensoriali e microchimiche del vino riportiamo i dati di un'esperienza di microvinificazione effettuata con il biotipo Forner nel 2007.

Sensorialmente il pannello di degustatori del centro di Veneto Agricoltura di Conegliano ha definito questo vino come rosso rubino intenso con moltissimi riflessi violacei.

Il *profumo* ricordava principalmente la marmellata d'uva e la marasca, con sentori minori di erbacei e floreali tali da ricordare il fiore di tarassaco.

Gustativamente l'acidità leggermente pronunciata veniva bene equilibrata da un sapore dolciastro dovuto ai polifenoli di buona qualità che non danno né amaro né astringenza ed anzi rasentano, per la forte gradazione alcolica, la sensazione di dolciastro.

Le ultime sensazioni lasciate dal vino sono quelle di una struttura importante accompagnata da una impressione che ricorda la marasca sotto spirito.

Fino a questo momento i risultati sono stati ottenuti su dei vini lavorati senza alcuno dei vari trattamenti che possono personalizzare il vino: micro-ossigenazioni, evoluzione in legno, tagli con altri vini, ecc. Ma la ricchezza della materia prima lascia intendere che la componente "artistica" dell'enologo possa essere ben soddisfatta.

Allegato 4

DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DELL'ASOLO PROSECCO DOCG

COLLI ASOLANI PROSECCO ASOLO PROSECCO

D.O.C.G.

D.D. 17 Luglio 2009

Rettifica D.D. 4/Febraio/20

La denominazione di origine controllata e garantita “**Colli Asolani - Prosecco**” o “**Asola - Prosecco**”, è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti dal presente disciplinare di produzione per le seguenti tipologie, specificazioni o menzioni:

Art 1 “**Colli Asolani o Asolo - Prosecco**”,
“**Colli Asolani o Asolo – Prosecco frizzante**”,
“**Conegliano Valdobbiadene – Prosecco spumante**” **accompagnato dalla menzione “superiore”**

Art 2 Il vino a DOCG “**Colli Asolani o Asolo - Prosecco**” deve essere ottenuto dalle uve provenienti dai vigneti costituiti dal vitigno:

Glera minimo 85%

possono concorrere, in ambito aziendale, fino ad un massimo del **15%** le uve delle seguenti varietà, utilizzate da sole o congiuntamente:

Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera e Glera lunga.

I vini destinati alla pratica tradizionale disciplinata all’articolo 5, comma 8, devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti, ricadenti nell’ambito della zona di cui all’articolo 3, comma 1, lettera C), iscritti all’Albo della DOCG, costituiti dai vitigni:

Pinot nero (vinificato in bianco), Pinot bianco, Pinot grigio e Chardonnay, presi da soli o congiuntamente.

Art 3 La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini della DOCG “**Colli Asolani o Asolo – Prosecco**”, ricadente nell’ambito della zona di produzione della DOC “**Prosecco**”, è delimitata come segue:

A) La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini a DOCG “**Colli Asolani o Asolo – Prosecco**” di cui all’articolo 1, comprende l’intero territorio dei comuni di

Castelluccio Cornuda Monfumo e parte del territorio dei comuni di:

Asolo Caerano San Marco Cavaso del Tomba Crocetta del Montello Fonte Giavera del Montello Maser Montebelluna Nervesa della Battaglia Paderno del Grappa Pederobba Possagno

San Zenone degli Ezzelini Volpago del Montello.

in provincia di Treviso

Tale zona è così delimitata:

dalla località Ciano in comune di Crocetta del Montello il limite prosegue verso est lungo la provinciale della Panoramica del Montello fino al punto d’uscita sulla stessa della traversale del Montello contraddistinta con il n. 14; dall’incrocio segue una linea verticale rispetto alla Panoramica fino a raggiungere l’orlo del colle che dà sul fiume Piave.

Da questo punto il limite segue in direzione est la parte alta della scarpata del Montello che costeggia il Piave fino alla località detta Case Saccardo in comune di Nervesa della Battaglia, prosegue quindi, verso sud-est, lungo il confine tra i comuni di Nervesa della Battaglia e Susegana e lungo la litoranea del Piave che passando per l’idrometro conduce all’abitato di Nervesa, da dove piega ad ovest lungo la strada statale n. 248 “**Schiavonesca Marosticana**” che percorre fino al confine della provincia di Treviso con quella di Vicenza in prossimità del km. 42,500 circa, nel comune di San Zenone degli Ezzelini.

In corrispondenza di tale confine segue verso nord la strada per Liedolo, supera tale centro abitato in località Capitello, piega ad est lungo la strada per Mezzociel. Di qui prosegue lungo

la strada per Fonte Alto, da dove piega a nord costeggiando la strada per Paderno del Grappa. Superato il paese di Paderno del Grappa, il limite segue la rotabile in direzione nord per Possagno del Grappa toccando Tuna Rover e giunto in località Fornace piega a nord-ovest per la località Roi di Possagno, da dove, costeggiando il torrentello raggiunge la località Giustinet.

Prosegue quindi verso est tenendosi a monte della Pedemontana del Grappa ad una quota di circa 300 metri e cioè al limite di vegetazione naturale della vite.

Il confine passa pertanto sopra il paese di Possagno in corrispondenza del tempio del Canova, poco sopra l'abitato di Obliedo e di Cavaso del Tomba, mantenendosi ad una distanza media di circa 400 metri a nord della Pedemontana del Grappa.

Riavvicinandosi a tale strada, il limite raggiunge la parte alta dell'abitato del Granigo in comune di Cavaso, da dove in linea retta raggiunge la località Costa Alta.

Da qui, a quota 303, segue dagli inizi la strada che passando nei pressi della colonia Pedemontana porta a sud-est sulla Pedemontana del Grappa.

Scende quindi per tale strada e ritornato sulla Pedemontana del Grappa, il limite costeggia quest'ultima fino al suo punto di intersezione con la strada statale n. 348 "Feltrina", una volta superato il centro abitato di Pederobba.

Segue quindi detta statale fino ad Onigo di Pederobba, in corrispondenza del quale piega ad est seguendo la strada per Covolo, tocca Pieve, Rive, costeggia il canale Brentella fino a quota 160 e poi verso nord-est raggiunge Covolo, lo supera e giunge a Barche, dove raggiunge la quota 146 in prossimità della riva del Piave.

Da quota 146 prosegue lungo la strada verso sud fino ad incrociare quella per Crocetta del Montello in prossimità del km. 27,800 circa.

Lungo tale strada prosegue verso sud ed all'altezza della località Fornace piega a sud-est per quella che raggiunge Rivasecca, la supera e seguendo sempre verso sud-est la strada che costeggia il canale di Castelviero, raggiunge la località Ciano da dove è iniziata la delimitazione.

B) La zona di produzione delle uve delle varietà:

Pinot bianco, Pinot grigio, Pinot nero e Chardonnay

Da destinare alla tradizionale pratica di cui all'articolo 5, comprende il territorio amministrativo dei seguenti comuni:

Cappella Maggiore	Cison di Valmarino	Colle Umberto	Conegliano
Cordignano	Farra di Soligo	Follina	Fregona
Miane	Pieve di Soligo	Refrontolo	Revine Lago
San Fior	San Pietro di Feletto	San Vendemiano	Sarmede
Segusino	Sernaglia della Battaglia	Susegana	Tarzo
Valdobbiadene	Vidor	Vittorio Veneto	Asolo
Caerano San Marco	Castelcuoco	Cavaso del Tomba	Cornuda
Crocetta del Montello	Fonte	Giavera del Montello	Maser
Montebelluna	Monfumo	Nervesa della battaglia	Paderno del Grappa
Pederobba	Possagno del Grappa	San Zenone degli Ezzelini	
Volpago del Montello	Borso del Grappa	Crespano del Grappa	

in provincia di Treviso.

Art 4 Le condizioni ambientali e di coltura dei vigneti destinati alla produzione dei vini a DOCG "Colli Asolani o Asolo - Prosecco", devono essere quelle tradizionali della zona e, in ogni caso, atte a conferire alle uve e ai vini derivati le specifiche caratteristiche di qualità. Sono pertanto da considerarsi idonei, ai fini dell'iscrizione all'Albo previsto dalla normativa vigente, unicamente i vigneti ben esposti, ubicati su terreni collinari e/o pedecollinari con esclusione dei vigneti di fondovalle, di quelli esposti a tramontana e di quelli di bassa pianura.

Sono consentite unicamente le forme di allevamento a spalliera semplice.

La Regione Veneto può consentire diverse forme di allevamento, qualora siano tali da migliorare la gestione dei vigneti senza determinare effetti negativi sulle caratteristiche delle uve.

Per I nuovi impianti e i reimpianti, in coltura specializzata, realizzati dopo l'approvazione del presente disciplinare di produzione il numero di ceppi per ettaro, calcolati sul sesto di impianto, non potrà essere inferiore a

3.000 ceppi/ettaro

E' vietata ogni pratica di forzatura.

E' ammessa l'irrigazione di soccorso.

Per i vini a DOCG di cui all'articolo 1 la resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a:

12,00 tonn./ettaro

ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di:

9,50% vol.

Fermo restando il limite massimo sopra indicato, la resa per ettaro di vigneto a coltura promiscua deve essere calcolata in rapporto alla effettiva superficie coperta dalla vite. Anche in annate eccezionalmente favorevoli, i quantitativi di uva per ettaro da destinare alla produzione dei vini a DOCG "**Colli Asolani o Asolo – Prosecco**" dovranno essere riportati nei limiti di cui sopra, purché la produzione globale non superi del 20% i limiti medesimi.

Oltre detto limite tutta la partita perde il diritto alla DOCG.

La Regione Veneto, su richiesta motivata del Consorzio di Tutela della presente DOCG, e sentito il parere delle categorie interessate con proprio provvedimento da emanarsi ogni anno nel periodo immediatamente precedente la vendemmia, può stabilire di ridurre i quantitativi di uva per ettaro ammessi alla certificazione anche con riferimento a singole zone geografiche, rispetto a quelli sopra fissati, dandone immediata comunicazione al Ministero delle Politiche Agricole e Forestali – Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini e alla C.C.I.A.A. di Treviso.

I rimanenti quantitativi, fino al raggiungimento dei limiti massimi previsti dal presente disciplinare di produzione, saranno presi in consegna per la produzione di vino da tavola.

Art 5 Le operazioni di vinificazione dei vini di cui all'articolo 2, devono essere effettuate nell'interno nella zona di produzione delimitata nell'articolo 3, comma 1, lettera A).

Tuttavia, tenuto conto delle situazioni tradizionali di produzione, è consentito che tali operazioni siano effettuate anche nell'intero territorio dei comuni compresi in parte nella zona di produzione di cui al citato articolo 3, comma 1, lettera A) ed in quelli di:

Altivole	Crespano del Grappa	Arcade	Farra di Soligo
Trevignano	Borso del Grappa	Valdobbiadene	Vidor
Pieve di Soligo.			

Le uve di varietà: **Pinot bianco, Pinot grigio, Pinot nero e Chardonnay**, da destinare alla tradizionale pratica di cui al presente articolo, possono essere vinificate in tutta la zona prevista dall'articolo 3, comma 1 lettera B).

Le operazioni di preparazione del vino "**spumante e frizzante**", ossia le pratiche enologiche per la presa di spuma e per la stabilizzazione, la dolcificazione nelle tipologie ove è ammessa nonché le operazioni di imbottigliamento, devono essere effettuate nel territorio della provincia di **Treviso**.

Il vino a DOCG "**Colli Asolani o Asolo – Prosecco**" elaborato nella versione "**spumante**" deve essere messo in commercio nelle tipologie che vanno da "**Brut**" a "**Demi – sec**" comprese, come previsto dalla normativa vigente.

Il vino a DOCG "**Colli Asolani o Asolo – Prosecco**" elaborato nella versione "**frizzante**" deve essere messo in commercio nelle tipologie che vanno da "**secco ad amabile**", come previste dalla normativa vigente.

La resa massima di uva in vino non deve essere superiore al **70%** per tutte le tipologie.

Qualora la resa uva/vino superi il limite di cui sopra, ma non il **75%**, anche se la produzione per ettaro resta al di sotto del massimo consentito, l'eccedenza non ha diritto alla denominazione di origine controllata e garantita.

Oltre detto limite decade il diritto alla denominazione di origine controllata e garantita per tutto il prodotto.

Nella vinificazione sono ammesse soltanto le pratiche enologiche leali e costanti, tradizionali della zona, atte a conferire ai vini le caratteristiche peculiari.

Nella elaborazione del vino "**spumante**" di cui all'articolo 1 è consentita la pratica

tradizionale dell'aggiunta con i vini ottenuti dalla vinificazione di uve: **Pinot nero, Pinot grigio, Pinot bianco e Chardonnay**, da sole o congiuntamente, provenienti da vigneti iscritti agli appositi Albi e situati nella zona delimitata nel precedente articolo 3, comma 1, lettera B), purché il prodotto contenga almeno l'85% di vino proveniente dal vitigno **Glera**.

Art 6 Il vino a DOCG "**Colli Asolani o Asolo - Prosecco**" di cui all'art. 1 all'atto dell'immissione al consumo deve rispondere alle seguenti caratteristiche:

"Colli Asolani o Asolo - Prosecco" tranquillo

colore: giallo paglierino più o meno intenso;
profumo: vinoso, caratteristico, leggermente fruttato nel tipo abboccato;
sapore: il secco gradevolmente amarognolo e non molto di corpo l'abboccato leggermente fruttato;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol.;
acidità totale minima: 5,00 gr./l.;
estratto non riduttore minimo: 16,00 gr./l.;

"Colli Asolani o Asolo - Prosecco" frizzante

spuma: evidente formazione di bollicine;
colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante;
profumo: gradevole e caratteristico di fruttato;
sapore: secco o amabile, fresco, frizzante, fruttato;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol.;
acidità totale minima: 5,00 gr./l.;
estratto non riduttore minimo: 16,00 gr./l.

Nel tipo prodotto tradizionalmente per fermentazione in bottiglia; è possibile la presenza di una velatura, in tal caso è obbligatorio riportare in etichetta la dicitura "**rifermentazione in bottiglia**" e conservato sui lieviti; le caratteristiche sono le seguenti:

spuma: lieve, evanescente;
colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante;
profumo: gradevole, caratteristico di fruttato, con sentori di crosta di pane e lievito;
sapore: secco, vivace, con possibili sentori di crosta di pane e lievito;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol.;
acidità totale minima: 4,00 gr./l.;
estratto non riduttore minimo: 16,00 gr./l.

"Colli Asolani o Asolo - Prosecco" spumante superiore:

spuma: fine e persistente;
colore: giallo paglierino più o meno intenso, brillante;
profumo: gradevole e caratteristico di fruttato;
sapore: da secco o amabile, di corpo, gradevolmente fruttato, caratteristico;

titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,00% vol.;
acidità totale minima: 5,00 gr./l.;
estratto non riduttore minimo: 16,00 gr./l.

E' facoltà del Ministero per le Politiche Agricole e Forestali – Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini, modificare, con proprio decreto, i limiti sopra indicati per l'acidità totale e l'estratto non riduttore minimo

Nell'etichettatura della tipologia "**spumante**". La predetta denominazione "**Colli Asolani o**

- Art 7** **Asolo – Prosecco**” è accompagnata dalla menzione **“superiore”**.
Nella etichettatura designazione e presentazione dei vini di cui all’art. 1 è vietata l’aggiunta di qualsiasi qualificazione diversa da quelle previste nel presente disciplinare, ivi compresi gli aggettivi: extra, fine, scelto, riserva, selezionato e similari.
E’ tuttavia consentito l’uso di indicazioni che facciano riferimento a località geografiche, nomi, ragioni sociali, marchi privati, non avente significato laudativo e non idonei a trarre in inganno l’acquirente.
Le indicazioni tendenti a specificare l’attività agricola dell’imbottigliatore, quali: vinificatore, fattoria, tenuta, podere, cascina ed altri similari sono consentite inosservanza delle disposizioni comunitarie in materia.
Nell’etichettatura la denominazione **“Prosecco”** deve seguire il nome della denominazione **“Colli Asolani o Asolo”** ed avere caratteri di dimensioni uguali o inferiori alla stessa.
La menzione **“superiore”** dovrà essere utilizzare caratteri di dimensioni massime pari a due terzi del nome della denominazione.
- Art 8** I vini a DOCG **“Colli Asolani o Asolo – Prosecco”** devono essere immessi al consumo, nei recipienti in vetro tradizionali per la zona, delle capacità consentite dalle norme metrologiche nazionali e comunitarie vigenti, fino a 5,000 litri, ed aventi una gamma colorimetrica che può variare nelle varie intensità e tonalità del bianco, del giallo, del verde, del marrone, del grigio – nero.
Su richiesta degli operatori interessati, con apposita autorizzazione del Ministero per le Politiche Agricole e Forestali è consentito, in occasione di particolari eventi espositivi o promozionali, l’utilizzo di contenitori tradizionali della capacità di litri 6,000, 9,000 e superiori.
Per la chiusura delle bottiglie è consentito l’uso di tappi raso bocca in sughero, e a fungo per la tipologia spumante, i recipienti di capacità non superiore a 0,375 litri possono utilizzare il tappo a vite.
Per i recipienti di capacità non superiore a 0,200 litri destinati al confezionamento della tipologia **“spumante”** è consentito l’uso del tappo a vite con sovra tappo a fungo in plastica.
Per la tipologia **“frizzante”** è consentito l’uso delle chiusure sopra elencate o del tappo a fungo in sughero, inoltre è consentito che il tappo cilindrico di sughero sia trattenuto dalla tradizionale chiusura in spago.

Allegato 5

**DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DEI VINI A
DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA
“MONTELLO E COLLI ASOLANI”**

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI
DECRETO 21 luglio 2009

**Modifica del disciplinare di produzione dei vini a denominazione di
origine controllata «Montello e Colli Asolani». (09A09063)**

(GU n. 179 del 4-8-2009)

IL CAPO DIPARTIMENTO
delle politiche di sviluppo economico e rurale

Vista la legge 10 febbraio 1992, n. 164, recante nuova disciplina delle denominazioni di origine dei vini;
Visto il decreto del Presidente della Repubblica 20 aprile 1994, n. 348, con il quale e' stato emanato il regolamento recante disciplina del procedimento di riconoscimento delle denominazioni di origine dei vini;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 27 giugno 1977, con il quale e' stata riconosciuta la denominazione di origine controllata dei vini «Montello e Colli Asolani» ed e' stato approvato il relativo disciplinare di produzione e successive modifiche;

Visto il decreto ministeriale 6 giugno 2008 con il quale e' stato da ultimo modificato il disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata dei vini «Montello e Colli Asolani»;

Visto il parere favorevole espresso dal Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini, nella riunione del 18 e 19 marzo 2009 sulle richieste di riconoscimento della DOC dei vini «Prosecco» e di riconoscimento della DOCG dei vini «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» e della DOCG dei vini «Colli Asolani - Prosecco» o «Asolo - Prosecco» per le rispettive sottozone, nonché le relative proposte di disciplinari di produzione formulate dallo stesso Comitato, pubblicati nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana - serie generale - n. 87 del 15 aprile 2009;

Visto il decreto ministeriale 17 luglio 2009 concernente il riconoscimento della denominazione di origine controllata dei vini «Prosecco», il riconoscimento della denominazione di origine controllata e garantita dei vini «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» e il riconoscimento della denominazione di origine controllata e garantita dei vini «Colli Asolani - Prosecco» o «Asolo - Prosecco» per le rispettive sottozone e l'approvazione dei relativi disciplinari di produzione;

Vista la nota n. 356112 presentata in data 1 luglio 2009 con la quale la regione Veneto ha chiesto, in conformità al parere espresso dal Comitato nazionale per la tutela delle DO e IGT dei vini ed in vista dell'adozione del citato decreto 17 luglio 2009, la modifica del disciplinare di produzione dei vini a denominazione di origine controllata «Montello e Colli Asolani», al fine di stralciare la regolamentazione delle tipologie di vino facenti riferimento alla denominazione «Prosecco», in considerazione del passaggio delle stesse alla categoria della DOCG «Colli Asolani - Prosecco» o «Asolo - Prosecco»;

Ritenuto, pertanto, necessario procedere alla modifica del disciplinare di produzione dei vini a denominazione di origine controllata «Montello e Colli Asolani», al fine di apportare allo stesso disciplinare gli adeguamenti conseguenti al riconoscimento della DOCG dei vini «Colli Asolani - Prosecco» o «Asolo - Prosecco» di cui al predetto decreto 17 luglio 2009;

Ritenuto di dover far salve, in via transitoria, talune disposizioni previste dal disciplinare di produzione dei vini DOC «Montello e Colli Asolani», così come modificato da ultimo con decreto ministeriale 6 giugno 2008, in conformità alle disposizioni previste dal richiamato decreto 17 luglio 2009, relativamente al riconoscimento della DOCG dei vini «Colli Asolani - Prosecco» o «Asolo - Prosecco»;

Ritenuto altresì di dover proceder all'aggiornamento dei codici delle tipologie dei vini della DOC in questione, ai sensi dell'art. 7, comma 2, del decreto ministeriale 28 dicembre 2006;

Decreta:

Art. 1.

1. Fatte salve le disposizioni transitorie di cui all'art. 3 del decreto ministeriale 17 luglio 2009 richiamato nelle premesse, il disciplinare di produzione dei vini a denominazione di origine controllata «Montello e Colli Asolani», approvato con decreto del Presidente della Repubblica 27 giugno 1977 e modificato da ultimo con il decreto ministeriale 6 giugno 2008, e' sostituito per intero dal testo annesso al presente decreto e le relative disposizioni entrano in vigore a decorrere dalla campagna vendemmiale 2009/2010.

Art. 2.

1. A titolo di aggiornamento dell'elenco dei codici dei vini DOC di cui all'allegato 4 del decreto ministeriale 28 dicembre 2006, i codici di tutte le tipologie di vini a D.O.C. «Montello e Colli Asolani» sono sostituiti con i codici riportati nell'allegato A. Il presente decreto sarà pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Roma, 21 luglio 2009

Il capo Dipartimento: Nezzo

DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DEI VINI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA
"MONTELLO E COLLI ASOLANI

Articolo 1

Denominazione

1. La denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti dal presente disciplinare di produzione.

Articolo 2

Base ampelografica

1. La denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani", accompagnata da una delle seguenti specificazioni di vitigno:

Chardonnay, Pinot grigio, Pinot bianco, Manzoni Bianco, Merlot, Cabernet, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Carmenère e Bianchetta, è riservata ai vini provenienti dalle uve dei vigneti compresi nella zona delimitata dall'art. 3 e composti dai corrispondenti vitigni per almeno l'85%. Possono concorrere fino ad un massimo del 15% le uve dei vitigni a bacca di colore analogo, "idonei alla coltivazione" per la provincia di Treviso.

2. La denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" Rosso, anche in versione Superiore, è riservata al vino ottenuto dalle uve, dai mosti e dai vini delle seguenti varietà, provenienti dai vigneti di un unico ambito aziendale, iscritti agli albi di cui al comma 1, nella seguente composizione: Cabernet Sauvignon dal 50% al 70%. Merlot e/o Cabernet Franc e/o Carmenère dal 30% al 60%.

3. La denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" Bianco, è riservata al vino ottenuto dalle uve, dai mosti e dai vini dalle seguenti varietà, provenienti dai vigneti di un unico ambito aziendale, iscritti agli albi di cui al comma 1, nella seguente composizione: Chardonnay dal 40% al 70%. Glera e/o Manzoni Bianco e/o Pinot bianco e/o Bianchetta dal 30% al 60%.

4. La denominazione di origini controllata "Montello e Colli Asolani" Venegazzù, anche in versione superiore, è riservata al vino ottenuto dalle uve, dai mosti e dai vini dalle seguenti varietà, provenienti dai vigneti di un unico ambito aziendale, iscritti agli albi di cui al comma 1, nella seguente composizione: Cabernet Sauvignon dal 50% al 70%. Cabernet Franc e/o Carmenère e/o Merlot dal 30% al 50%.

Articolo 3

Zone di produzione delle uve

A) La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini "Montello e Colli Asolani" di cui all'articolo 2. con ma l. 2 e 3 comprende l'intero territorio dei comuni di Castellecchio, Cornuda e Monfumo e parte del territorio dei comuni di: Asolo, Caerano S. Marco, Cavaso del Tomba, Crocetta del Montello, Fonte, Giavera del Montello, Maser, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa Pederobba. Possagno del Grappa S. Zenone degli Ezzelini e Volpago del Montello. Tale zona è così delimitata: dalla località Ciano in comune di Crocetta

del Montello il limite prosegue verso Est lungo la provinciale della "Panoramica del Montello" fino al punto d'uscita sulla stessa della trasversale del Montello contraddistinta con il n. 14: dall'incrocio segue una linea verticale rispetto alla "Panoramica" fino a raggiungere l'orlo del colle che dà sul fiume Piave. Da questo punto il limite segue in direzione Est la parte alta della scarpata del Montello che costeggia il Piave fino alla località detta Case Saccardo in comune di Nervesa della Battaglia. prosegue quindi verso Sud-Est, lungo il confine tra i comuni di Nervesa e Susegana e lungo la litoranea del Piave che passando per l'idrometro conduce all'abitato di Nervesa. da dove piega ad Ovest lungo la Strada Statale n. 248 "Schiavonesca Marosticana" che percorre fino al confine della provincia di Treviso con quella di Vicenza. in prossimità del km 42.500 circa. nel comune di S. Zenone degli Ezzelini. In corrispondenza di tale confine segue verso nord la strada per Liedolo. supera tale centro abitato in località Capitello. piega ad Est lungo la strada per Mezzociel. Di qui prosegue lungo la strada per Fonte Alto. Da dove piega a nord costeggiando la strada per Paderno del Grappa. Superato il paese di Paderno del Grappa. il limite segue la rotabile in direzione Nord per Possagno del Grappa toccando Tuna Rover e giunto in località Fornace piega a Nord-Ovest per la località Roi di Possagno, da dove. costeggiando il torrentello raggiunge la località Giustinet. Prosegue quindi verso Est tenendosi a monte della "Pedemontana del Grappa" a una quota di circa 300 m s.l.m e cioè al limite di vegetazione naturale della vite.

Il confine passa pertanto sopra il paese di Possagno in corrispondenza del tempio del Canova. poco sopra l'abitato di Obliedo e di Cavaso del Tomba.

mantenendosi a una distanza media di circa 400 m. a Nord della "Pedemontana del Grappa". Riavvicinandosi a tale strada. il limite raggiunge la parte alta dell'abitato di Granigo in comune di Cavaso. Da dove in linea retta giunge alla località Costa Alta. Da qui. a quota 303. segue dagli inizi la strada che passando nei pressi della colonia Pedemontana porta a Sud-Est sulla "Pedemontana del Grappa". Scende quindi per tale strada e ritornato sulla "Pedemontana del Grappa". il limite costeggia quest'ultima fino al suo punto di intersezione con la statale n. 348 "Feltrina". una volta superato il centro abitato di Pederobba.

Segue quindi detta statale fino a Onigo di Pederobba. in corrispondenza del quale piega ad Est seguendo la strada per Covo lo, tocca Pieve. Rive. costeggia il canale Brentella fino a quota 160 e poi verso Nord-Est raggiunge Covolo. lo supera e giunge a Barche, dove raggiunge. la quota 146 m. s.l.m. in prossimità della riva del Piave. Da quota 146 prosegue lungo la strada verso Sud fino ad incrociare quella per Crocetta del Montello in prossimità del km 27.800 circa.

Lungo tale strada prosegue verso Sud ed all'altezza della località Fornace piega a Sud-Est per quella che raggiunge Rivasecca. la supera e seguendo sempre verso Sud-Est la strada che costeggia il canale di Castelviero.

raggiunge la località Ciano da dove è iniziata la delimitazione.

B) La zona di produzione delle uve atte alla produzione del vino "Montello e Colli Asolani" Venegazzù, interessa parte del territorio del comune di Volpago del Montello e precisamente la porzione della trazione di Venegazzù corrispondente al foglio catastale n° 16. Tale zona è così delimitata: partendo esattamente dal km 65.000. della Statale 248 Schiavonesca Marosticana. (qui denominata Via Jacopo Gasparini), di fronte alla monumentale Villa Palladiana "Spineda-Loredan". si prosegue in direzione Est fino ai limiti catastali della frazione di Venegazzù (rappresentato dal confine tra i fogli catastali del comune di Volpago del Montello n° 16 e 21). Qui si svolta a sinistra. in direzione Nord. seguendo i limiti catasta I i della frazione di Venegazzù fino a raggiungere in corrispondenza delle "Case Semenzin" la Via Frà Giocondo.

Successivamente si svolta a sinistra. in direzione Ovest. sempre seguendo i limiti catastali della frazione di Venegazzù (confine tra il foglio catastale n° 16 e i fogli catastali n° 13 e 12) e si percorre la Via Fra Giocondo costeggiando il Canale Brentella del bosco Montello fino a raggiungere i limiti amministrativi tra i comuni di Volpago del Montello e Montebelluna (come evidenziato, dalla punteggiatura continua(...), nelle carte tecniche regionali). Superate le case Brunetta (quota 115 m. s.l.m.), sempre seguendo i limiti amministrativi del comune di Volpago del Montello si raggiunge la S.S. 248 Schiavonesca-Marosticana (al km 63,730), da qui si percorre la S.S. fino al km 65,000 ritornando così al punto di partenza.

La descrizione della zona di produzione della tipologia Venegazzù ha riferimento al seguente elemento della Carta Tecnica Regionale: elemento N. 105024 Volpago del Montello ed ai limiti amministrativi del comune di Volpago del Montello.

Articolo 4
Norme per la viticoltura

1. Le condizioni ambientali e di coltura dei vigneti destinati alla produzione dei vini di cui all' art. 2 devono essere quelle tradizionali della zona o comunque atte a conferire alle uve ed ai vini derivati le loro specifiche caratteristiche di qualità.

Sono pertanto da considerare idonei, ai fini dell'iscrizione nell'albo previsto dall'art.15 della L. n. 164/1992, unicamente i vigneti ben esposti, ubicati su terreni collinari con esclusione dei vigneti di fondovalle, di quelli esposti a tramontana.

2. Sono consentite esclusivamente le forme di allevamento a spalliera semplice.

La densità minima di piante per ettaro per gli impianti che si realizzeranno dopo l'approvazione del presente disciplinare dovranno essere di 3300 ceppi ad ha e di 4000 ceppi ad ha per le varietà atte alla produzione del Venegazzù.

E' vietata ogni pratica di forzatura; è ammessa l'irrigazione di soccorso.

3. La produzione massima di uva per ettaro in coltura specializzata delle varietà di viti destinate alla produzione dei vini di cui all'art. 2 e i rispettivi titoli alcolometrici volumici naturali minimi sono i seguenti:

	Vitigno	
	Prod. max uva/ha Tonn	Titolo alc. vol. nat. minimo
Merlot	12	10.00
Chardonnay	12	10.00
Cabernet Franc	11	10.50
Cabernet Sauvignon	11	10.50
Pinot bianco	12	10.00
Pinot grigio	11	10.50
Manzoni bianco	11	10.50
Glera	12	9.50
Carmenère	11	10.50
Bianchetta	12	9.50
Venegazzù	10	11.00

Fermo restando il limite massimo sopra indicato, la resa per ettaro di vigneto a coltura promiscua deve essere calcolata in rapporto alla effettiva superficie coperta dalle viti.

Per la produzione massima ad ettaro e il titolo alcolometrico volumico minimo delle uve destinate alla produzione dei vini delle tipologie "bianco" e "rosso", nelle diverse versioni, si fa riferimento ai limiti stabiliti per ciascuna varietà che le compongono.

Le uve destinate alla produzione dei vini della tipologia Rosso e Venegazzù, nella versione "Superiore" devono presentare un titolo alcolometrico volumico minimo superiore dell'1% vol. rispetto a quelli precedentemente indicati.

Nelle annate favorevoli, i quantitativi di uva ottenuti da destinare alla produzione del vino a denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani", devono essere riportati nei limiti di cui sopra purché la produzione globale non superi del 20% i limiti medesimi, fermo restando i limiti resa uva/vino per i quantitativi di cui trattasi.

Il presidente della Giunta regionale, su richiesta motivata delle organizzazioni di categoria interessate e previo parere espresso dal comitato tecnico consultivo per la vitivinicoltura di cui alla legge regionale nr. 55/85, può, allo scopo di tutelare l'immagine del presente vino, con proprio provvedimento da emanarsi ogni anno nel periodo immediatamente precedente la vendemmia stabilire di ridurre i quantitativi di uva per ettaro ammessi alla certificazione, anche in riferimento a singole zone geografiche, rispetto a quelli sopra fissati, dandone immediata comunicazione al Ministero delle Politiche agricole, alimentari e

forestali - Comitato nazionale per la tutela delle denominazioni di origine dei vini. I rimanenti quantitativi, fino al raggiungimento dei limiti massimi previsti dal terzo comma del presente articolo, saranno presi in carico per la produzione di vino da tavola.

Articolo 5 Norme per la vinificazione

1. Le operazioni di vinificazione e quelle relative alla elaborazione dei mosti o vini destinati a vini spumanti, di cui all'articolo 2, devono essere effettuate nell'interno della zona di produzione delimitata nell'art. 3 A.

Tuttavia tenuto conto delle situazioni tradizionali di produzione, è consentito che tali operazioni siano effettuate anche nell'intero territorio dei comuni compresi in parte nella zona di produzione ed in quelli di: Altivole, Arcade, Borso del Grappa Crespano del Grappa Farra di Soligo, Pieve di Soligo, Trevignano, Valdobbiadene e Vidor.

2. Le operazioni di preparazione del vino spumante, ossia le pratiche enologiche per la presa di spuma e la stabilizzazione, la dolcificazione nella tipologia ove ammessa, nonché le operazioni di imbottigliamento e confezionamento, possono essere effettuate anche nell'intero territorio della provincia di Treviso.

3. La resa massima dell'uva in vino non deve essere superiore al 70% per tutti i vini. Qualora la resa uva/vino superi i limiti di cui sopra, ma non il 75%, l'eccedenza non ha diritto alla denominazione d'origine. Oltre detto limite decade il diritto alla denominazione d'origine controllata per tutta la partita.

4. Nella vinificazione sono ammesse soltanto le pratiche enologiche tradizionali, o comunque atte a conferire ai vini le loro peculiari caratteristiche.

5. I vini a denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" con nome di vitigno elaborati nella tipologia spumante devono essere ottenuti ricorrendo esclusivamente alla pratica della rifermentazione naturale, secondo quanto previsto dalle norme comunitarie.

6. I vini a denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" "rosso" e "Venegazzù", devono essere immessi in commercio a partire dal IO settembre dell'anno successivo alla vendemmia e devono essere stati sottoposti ad un periodo di affinamento di almeno sei mesi in botti di rovere.

7. I vini a denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" "rosso" e "Venegazzù", che riportano la qualificazione aggiuntiva "Superiore", devono essere sottoposti ad un affinamento che dovrà essere:

- di almeno 18 mesi per il Rosso, di cui almeno 9 mesi in botti di rovere ed almeno 6 mesi in bottiglie;
- di almeno 24 mesi per il Venegazzù, di cui almeno 12 mesi in botti di rovere ed almeno 6 mesi in bottiglie;

l'affinamento decorre dal 1° novembre dell'anno di produzione delle uve.

Articolo 6 Caratteristiche al consumo

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

Rosso:	colore: rosso rubino tendente al granato con l'invecchiamento; odore: intenso, caratteristico, gradevole, tendente all'etereo se invecchiato; sapore: sapido, robusto, lievemente erbaceo, armonico; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 12% vol; 12,5% vol per il Superiore; acidità totale minima: 4,5 g/l; estratto non riduttore minimo: 20 g/l; 25 g/l per il Superiore.
--------	--

Merlot:	<p>colore: rosso rubino, tendente al granato con l'invecchiamento; odore: vinoso, intenso, caratteristico da giovane, più delicato, etereo e gradevole se invecchiato; sapore: sapido, robusto di corpo, leggermente tannico, armonico; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11% vol; acidità totale minima: 4,5 g/l; estratto non riduttore minimo: 18 g/l.</p>
Cabernet:	<p>colore: rosso rubino, quasi granato se invecchiato; odore: vinoso, intenso, caratteristico, gradevole; sapore: sapido, di corpo, lievemente erbaceo, leggermente tannico, armonico, e caratteristico; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol; acidità totale minima: 4,5 g/l; estratto non riduttore minimo: 20 g/l.</p>
Cabernet sauvignon:	<p>colore: rosso rubino, con riflessi granati se invecchiato; odore: vinoso, caratteristico; sapore: pieno, di buona struttura, armonico; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5 % vol; acidità totale minima: 4,5 g/l; estratto non riduttore minimo: 19 g/l.</p>
Cabernet franc:	<p>colore: rosso rubino, con riflessi violacei tendente al granato con l'invecchiamento; odore: vinoso, lievemente erbaceo, etereo se invecchiato; sapore: asciutto, sapido, di corpo, lievemente erbaceo, leggermente tannico, armonico e caratteristico; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol; acidità totale minima: 4,5 g/l; estratto non riduttore minimo: 18 g/l.</p>
Venegazzù:	<p>colore: rosso rubino intenso o granato; odore: vinoso, intenso ed etereo; sapore: pieno, corposo, armonico, ben strutturato; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 12,5 vol %; 13% vol per il Superiore; acidità totale minima: 4,5 g/l; estratto non riduttore minimo: 23 g/l; 25 g/l per il Superiore.</p>
Carmenère:	<p>colore: rosso rubino tendente al granato a seconda dello stato evolutivo del vino; odore: sfumature da leggermente erbaceo fino alla frutta rossa a piena maturazione; sapore: morbido, pieno equilibrato e di buona persistenza; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5 % vol; acidità totale minima: 4,5 g/l; estratto non riduttore minimo: 18 g/l.</p>
Bianco:	<p>colore: giallo paglierino con riflessi verdognoli; odore: lievemente fruttato; sapore: armonico, fresco, fine con la maturazione; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol; acidità totale minima: 5 g/l; estratto non riduttore minimo: 15 g/l.</p>
Chardonnay:	<p>colore: giallo dorato più o meno intenso; odore: fruttato, caratteristico; sapore: fruttato, fine, da delicato a intenso; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11 % vol; acidità totale minima: 5 g/l; estratto non riduttore minimo: 16 g/l.</p>

Pinot Bianco:	colore: giallo paglierino; odore: delicato, fine, caratteristico; sapore: tresco, sapido, elegante; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11% vol; acidità totale minima: 5 g/l; estratto non riduttore minimo: 16 g/l.
Pinot grigio:	colore: giallo paglierino, con riflessi dorati; odore: fruttato esotico, a volte leggermente speziato; sapore: caldo, ricco, avvolgente; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11% vol; acidità totale minima: 5 g/l; estratto non riduttore minimo: 16 g/l.
Bianchetta:	colore: giallo paglierino a volte carico, con riflessi verdognoli; odore: da mela a frutta esotica e nocciola con la maturazione; sapore: fresco sapido con lieve nota di tannicità; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11% vol; acidità totale minima: 5,5 g/l estratto non riduttore minimo: 16 g/l.
Manzoni Bianco:	colore: giallo di media intensità a volte con riflessi verdognoli; odore: fruttato, caratteristico; sapore: fresco ricco sapido, avvolgente; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol; acidità totale minima: 5 g/l; estratto non riduttore minimo: 17 g/l.
Chardonnay Spumante:	colore: giallo paglierino brillante, con spuma persistente; odore: fruttato delicato; sapore: sapido, caratteristico; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol; acidità totale minima: 5 g/l; estratto non riduttore minimo: 16 g/l.
Pinot Bianco Spumante:	colore: giallo paglierino chiaro con spuma persistente; odore: fine caratteristico; sapore: secco, caratteristico, pieno; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,5% vol; acidità totale minima: 5 g/l; estratto non riduttore minimo: 16 g/l.

In relazione all'eventuale conservazione in recipienti di legno, il sapore dei vini può rivelare lieve sentore di legno.

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

Articolo 7 Etichettatura, designazione, presentazione

1. Nella designazione e presentazione dei vini a denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" è vietata qualsiasi qualificazione aggiuntiva diversa da quella prevista dal presente disciplinare, ivi compresi gli aggettivi "extra", "scelto", "selezionato", e similari.

E' consentito l'uso di indicazioni che facciano riferimento a nomi, ragioni sociali, marchi privati non aventi significato laudativo e non idonei a trarre in inganno l'acquirente.

Le indicazioni tendenti a specificare l'attività agricola dell'imbottigliatore quali "viticoltore", "fattoria", "tenuta", "podere", "cascina", ed altri termini similari sono consentite in osservanza delle disposizioni CE in materia.

2. Nella designazione e presentazione dei vini a denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" il nome di vitigno può essere seguito dalla specificazione "Montello e Colli Asolani".

3. Nella designazione e presentazione dei vini "Montello e Colli Asolani" è consentito l'uso di indicazioni geografiche e toponomastiche aggiuntive che facciano riferimento a unità amministrative, frazioni, aree, località e vigna, dalle quali effettivamente provengono le uve, in conformità alle disposizioni del DM 22 Aprile 1992.

4. Per i vini "Montello e Colli Asolani" "Rosso" e "Venegazzù" nella tipologia "Superiore" è obbligatorio portare in etichetta l'indicazione dell'annata di produzione delle uve.

Articolo 8 Confezionamento

1. Tutti i vini designati con la denominazione di origine controllata "Montello e Colli Asolani" devono essere immessi al consumo in tradizionali bottiglie di vetro, nelle capacità ammesse dalla vigente normativa comunitaria e nazionale e comunque non superiore a 9 litri, con abbigliamento con sono al loro carattere di pregio.

2. Per la chiusura delle bottiglie è consentito solo l'uso di tappi raso bocca, ad esclusione delle tipologie prodotte nella versione spumante, per le quali sono ammesse le chiusure previste dalla vigente normativa (L. IO febbraio 1992, n. 164, articolo 23, comma 2; D.M. 7 luglio 1993 e successive modifiche.).

ALLEGATO A

Posizioni Codici	1-4	5	6-8	9	10	11	12	13	14
MONTELLO E COLLI ASOLANI CABERNET	B188	X	CAB	2	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI CABERNET FRANC	B188	X	042	2	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI CABERNET SAUVIGNON	B188	X	043	2	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI CARMENERE	B188	X	043	2	B	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI MERLOT	B188	X	146	2	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI MANZONI BIANCO	B188	X	299	1	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI BIANCHETTA	B188	X	027	1	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI ROSSO	B188	X	999	2	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI ROSSO SUPERIORE	B188	X	999	2	B	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI CHARDONNAY	B188	X	298	1	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI CHARDONNAY SPUMANTE	B188	X	298	1	X	X	B	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI PINOT BIANCO	B188	X	193	1	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI PINOT BIANCO SPUMANTE	B188	X	193	1	X	X	B	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI PINOT GRIGIO	B188	X	194	1	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI PINOT NERO	B188	X	195	2	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI VENEGAZZU'	B188	X	999	2	X	X	A	0	X
MONTELLO E COLLI ASOLANI VENEGAZZU' SUPERIORE	B188	X	999	2	X	X	A	1	X

Allegato 6
QUESTIONARIO PER LE AZIENDE
VITI-VINICOLE



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
FACOLTÀ DI AGRARIA
Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie Viticole ed Enologiche
Sede operativa: Via 28 Aprile, 14 – 31015 CONEGLIANO
Tel: 0438450475 – Fax: 0438453736
Email: segreteria.conegliano@unipd.it

**Questionario relativo al progetto di ricerca:
Vino e sviluppo locale: innovazioni di processo e di prodotto e strategie
commerciali**

La presente rilevazione ha finalità esclusivamente scientifiche. L'Università di Padova persegue una politica che garantisce il segreto statistico a tutti coloro che rispondono ad un questionario di ricerca.

QUESTIONARIO N. Nome rilevatore: data:

QUESTIONARIO PER LE AZIENDE VITIVINICOLE

NB: scrivere in stampatello leggibile negli spazi opportuni ai fini di una corretta analisi.

SEZIONE A: CARATTERE GENERALE DELL'IMPRESA

1. Tipologia d'azienda (forma giuridica dell'impresa):

<input type="radio"/> Ditta individuale	<input type="radio"/> Società a responsabilità limitata (s.r.l.)
<input type="radio"/> Società semplice	<input type="radio"/> Società per accomandita per azioni
<input type="radio"/> Società nome collettivo (s.n.c.)	<input type="radio"/> Società per azioni (s.p.a.)
<input type="radio"/> Società in accomandita semplice (s.a.s.)	<input type="radio"/> Società cooperativa

2. Anno di costituzione dell'impresa:

1			
---	--	--	--

3. L'impresa appartiene ad un Gruppo?

<input type="radio"/> Sì	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

4. Se l'impresa appartiene ad un Gruppo, la capo-gruppo è:

<input type="radio"/> L'impresa intervistata	<input type="radio"/> Un'impresa di altre province del Veneto
<input type="radio"/> Un'altra impresa all'interno dei comuni della zona DOC/DOCG ⁴¹	<input type="radio"/> Un'impresa di altre regioni italiane
<input type="radio"/> Un'impresa della provincia di Treviso	<input type="radio"/> Un'impresa estera

⁴¹ Castelvucco, Cornuda e Monfumo e parte del territorio dei comuni di: Asolo, Caerano S. Marco, Cavaso del Tomba.

Crocetta del Montello, Fonte, Giavera del Montello, Maser, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa Pederobba. Possagno del Grappa S. Zenone degli Ezzelini e Volpago del Montello.

5. Azienda Agricola?

<input type="radio"/> Si	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

6. Superficie delle Varietà iscritte all'albo:

<i>Varietà coltivate</i>	<i>DOCG</i> (Ha ⁻¹)	<i>DOC</i> (Ha ⁻¹)	<i>IGT</i> (Ha ⁻¹)	<i>V. d. T.</i> (Ha ⁻¹)	<i>Sperim</i> ⁴² .
Cabernet Sauvignon					
Cabernet Franc					
Merlot					
Carmenère					
Malbec					
Pinot Nero					
Petit Verdot					
Pinot Grigio					
Prosecco					
Manzoni Bianco					
Chardonnay					
Pinot Bianco					
Bianchetta					
Altro (.....)					
Recantina					
Altro (.....)					

7. Superficie Agricola Utilizzata (S.A.U.): (Ha⁻¹)

8. Superficie Agricola Totale⁴³: (Ha⁻¹)

9. Superficie a Vigneto: (Ha⁻¹)

10. La spumantizzazione viene effettuata in Azienda?

<input type="radio"/> Si	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

11. Se si quant'è la capacità di lavorazione in autoclave: (Hl)

12. Capacità dello Stabilimento: (Hl)

13. Totale bottiglie di Prosecco commercializzate:

	Brut:	Extra Dry	Dry
DOCG Spumante			
DOCG Frizzante			
DOCG Tranquillo			
DOC Spumante			
DOC Frizzante			
DOC Tranquillo			

⁴² Varietà sperimentali non ancora iscritte all'albo o nel disciplinare di produzione o in fase di studio.

⁴³ S.A.U. (domanda 7) + Superficie boschiva + altre tare

14. Totale bottiglie di Rosso commercializzate:

	DOC	IGT	V d T
Rosso Montello e Coli Asolani			
Venegazzù			
Cabernet			
Merlot			
Cabernet-Merlot			
Altro (1)			
Altro (2)			
Altro (3)			
Altro (4)			
Altro (5)			

15. Totale bottiglie di Bianco commercializzate:

	DOC	IGT	V d T
Manzoni Bianco			
Bianchetta			
Chardonnay			
Pinot bianco			
Altro (1)			
Altro (2)			
Altro (3)			
Altro (4)			
Altro (5)			

16. Possedete e commercializzate altre Denominazioni di Origine?

<input type="radio"/> Sì	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

17. Se sì, quali?

<input type="radio"/> Valdobbiadene-Conegliano	<input type="radio"/> Lison-Pramaggiore
<input type="radio"/> Piave	<input type="radio"/> Altro (1).....
<input type="radio"/> Altro (2).....	<input type="radio"/> Altro (3).....

18. Qual è il prezzo medio di una bottiglia dei seguenti prodotti (vendita in azienda)?

	Vendita diretta
Prosecco Asolo Superiore DOCG	
ROSSO del Montello & Colli Asolani	
Venegazzù	
Manzoni Bianco	
Bianchetta	

SEZIONE B: RAPPORTI CON IL “DISTRETTO”

19. Esistono altri accordi di cooperazione con altre imprese di produzione?

<input type="radio"/> Sì	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

20. Se sì quale dei seguenti campi?

<input type="radio"/> Ricerca e Sviluppo <input type="radio"/> Processi produttivi <input type="radio"/> Altro (specificare.....)

21. Se sì, I partners degli accordi di cooperazione sono localizzati:

<input type="radio"/> Nei comuni della Provincia di Treviso
<input type="radio"/> In altre province del Veneto
<input type="radio"/> In altre regioni italiane
<input type="radio"/> In altri paesi esteri

22. Indicare se le seguenti attività sono realizzate all'esterno, solo all'interno, svolte in parte all'interno in parte all'esterno (E/I), attività non svolte o acquisite come servizi (indicare solo una opzione delle quattro proposte):

	Esterno	Interno	E/I	Non Svolte
Informatizzazione aziendale (hardware, software, tecnologie di rete)				
Ricerche di mercato				
Pubblicità e altre forme di comunicazione aziendale				
Gestione delle risorse umane				
Controllo di Gestione				
Pianificazione finanziaria				
Progettazione organizzativa ed analisi strategica				

23. Indicare con quale frequenza l'impresa ha utilizzato i servizi finanziari o reali offerti dalle seguenti istituzioni, o ha comunque interagito con esse, negli ultimi cinque anni (indicare una delle tre opzioni)

	Mai	Saltuariamente	Spesso	Giudizio del Servizio offerto (da 1=min. a 5=max)
C.C.I.A.A. (Servizio all'impresa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Consorzio di Tutela	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Associazione di Categoria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ICE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Università	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Banche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Altamarca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
CO.DI.TV. ⁴⁴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
CECAT ⁴⁵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
CRA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Eliconsorzio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Cantine Sociali ⁴⁶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
AVEPA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Altro (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Altro (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Altro (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Altro (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

⁴⁴ CO.DI.TV=Consorzio di Difesa Provincia di Treviso per le attività agricole dalle avversità.

⁴⁵ CECAT= Centro Educazione Cooperazione Assistenza Tecnica.

⁴⁶ Presso l'area DOC/DOCG Montello e Colli Asolani.

SEZIONE C: INTERRELAZIONI DISTRETTUALI

24. Quali delle seguenti attività sono svolte dall'azienda?

<input type="radio"/> Coltivazione della Vite	<input type="radio"/> Commercializzazione
<input type="radio"/> Vinificazione	<input type="radio"/> Vendemmia
<input type="radio"/> Imbottigliamento	<input type="radio"/> Spumantizzazione
<input type="radio"/> Etichettatura e Confezionamento	

25. L'azienda decentra almeno in parte attività produttive all'esterno della zona DOC/DOCG?

<input type="radio"/> Sì: specificare quali:
<input type="radio"/> No (Passa alla domanda 29)

26. Se Sì, ripartire il numero delle Aziende sub-fornitrici utilizzate dall'impresa per tipo di localizzazione in percentuale:

<input type="radio"/> Nei comuni della zona DOC/DOCG
<input type="radio"/> In altri comuni della Provincia di Treviso
<input type="radio"/> In altre province del Veneto
<input type="radio"/> In altre regioni italiane
<input type="radio"/> In altri paesi esteri

27. Come controllate la qualità delle sub-forniture?

<input type="radio"/> Controlli in accettazione sui prodotti acquistati
<input type="radio"/> Controlli sul processo produttivo del sub-fornitore attraverso visite periodiche
<input type="radio"/> Autocertificazione da parte della qualità da parte del sub-fornitore
<input type="radio"/> Non viene praticato alcun controllo

28. Quali sono le modalità di comunicazione con i principali sub-fornitori?

<input type="radio"/> Posta	<input type="radio"/> Telefono	<input type="radio"/> Videoconferenza	<input type="radio"/> Altre applicazioni di rete
<input type="radio"/> Incontri	<input type="radio"/> Fax	<input type="radio"/> E-mail	

SEZIONE D: IMPRESA E DISTRETTO

29. Nell'acquisto di attrezzature e macchinari di cantina si rivolge agli operatori del settore situati:

<input type="radio"/> Nei comuni della Provincia di Treviso
<input type="radio"/> In altre province del Veneto
<input type="radio"/> In altre regioni italiane
<input type="radio"/> In altri paesi esteri

30. Nell'acquisto di materiali enologici (lieviti, chiarificanti, etc...) si rivolge agli operatori situati:

<input type="radio"/> Nei comuni della Provincia di Treviso
<input type="radio"/> In altre province del Veneto
<input type="radio"/> In altre regioni italiane
<input type="radio"/> In altri paesi esteri

31. Nell'acquisto di tappi, capsule, etichette si rivolge agli operatori situati:

<input type="radio"/> Nei comuni della Provincia di Treviso
<input type="radio"/> In altre province del Veneto
<input type="radio"/> In altre regioni italiane
<input type="radio"/> In altri paesi esteri

32. L'azienda ritiene importante per se e per il Distretto:

	Per sè	Per il Distretto
I corsi organizzati dal gruppo di azione locale (GAL)		
La presenza del Consorzio di tutela		
L'attività di ricerca del Istituto Sperimentale per la Viticoltura		
La formazione data dalla Scuola Enologica e dalla Facoltà di Agraria con Sede a Conegliano		
La Presenza di una Confraternita		
L'attività di Alta Marca e del Forum degli Spumanti		
La Strada del Vino		
Accordo finanziamenti PSR		
Altro (Specificare.....)		

33. Ritieni che nel sistema di produzione della Zona DOC/DOCG esista tra i vari operatori:

- Un'atmosfera di collaborazione
- Un'atmosfera competitiva
- Una situazione non comunicativa
- Altro (Specificare.....)

34. Quale opinione comune prevale nell'impresa circa il futuro del sistema produttivo dell'area Montello e Colli Asolani?

<input type="radio"/> Ottimismo (si rafforzeranno le posizioni raggiunte)
<input type="radio"/> Incertezza
<input type="radio"/> Pessimismo (ridimensionamento)
<input type="radio"/> Altro (specificare.....)

35. È soddisfacente il lavoro di comunicazione collettiva attuato dal consorzio di tutela?

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

SEZIONE F: PRODOTTI E MERCATI

36. L'impresa opera sul mercato con marchio o marchi propri?

<input type="radio"/> Sì	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

37. L'impresa prevede di entrare in nuovi mercati esteri nei prossimi cinque anni?

<input type="radio"/> Sì	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

Se sì Quali?

<input type="radio"/> Russia	<input type="radio"/> Giappone
<input type="radio"/> Cina	<input type="radio"/> Altro (specificare)
<input type="radio"/> India	

38. Indicare da 1 (poco importante) a 5 (molto importante) l'importanza delle figure che determinano le vendite ai clienti:

	Zona DOC/DOCG Montello e Colli Asolani	Altre zone
Agenti pluri-mandatari		
Agenti mono-mandatari		
Buyer		
Consorzio tra imprese		
Altri (1)		
Altri (2)		

39. Esportazioni l'anno 2009 di vino bianco "1" e di vino rosso "2" (in bottiglia 0,75 litri)

<i>1</i> <i>Percentuale sulle bottigli vendute</i>	Esportazioni verso l'Europa							Esportazioni verso altri paesi						
	Germania (%)	Austria (%)	Svizzera (%)	UK ¹ (%)	Scandinavia ² (%)	Benelux (%)	Altri paesi Europei (%)	USA (%)	Canada (%)	America Latina (%)	Oceania	Giappone (%)	Altri pesi asiatici e Africa (%)	
DOCG Spumante														= 100%
DOCG Frizzante														= 100%
DOC Spumante														= 100%
DOC Frizzante														= 100%
IGT Spumante														= 100%
IGT Frizzante														= 100%
DOC Manzoni Bianco														= 100%
IGT Manzoni Bianco														= 100%

¹ Regno Unito.

² Svezia, Norvegia, Danimarca, Finlandia, Islanda.

2	Esportazioni verso l'Europa							Esportazioni verso altri paesi						
	Germania (%)	Austria (%)	Svizzera (%)	UK ³ (%)	Scandinavia ⁴ (%)	Benelux (%)	Altri paesi Europei (%)	USA (%)	Canada (%)	America Latina (%)	Oceania	Giappone (%)		Altri pesi asiatici e Africa (%)
DOC Rosso Montello & Colli Asolani														= 100%
DOC Venegazzù														= 100%
DOC Cabernet														= 100%
DOC Merlot														= 100%
IGT Cabernet														= 100%
IGT Merlot														= 100%
IGT Merlot+Cabernet														= 100%
														= 100%

³ Regno Unito.

⁴ Svezia, Norvegia, Danimarca, Finlandia, Islanda.

La percentuale di Vendita sul Mercato italiano:

GDO (%)	HO.RE.CA. (%)	Vendita diretta (%)	Altro (%)

40. Quali sono i principali clienti dell'azienda nei mercati di seguito indicati?

	Zona DOC/DOCG Montello e Colli Asolani (%)	Altre zone (%)	
Commercio all'ingrosso			= 100%
Commercianti al dettaglio			= 100%
Ristoranti			= 100%
Bar			= 100%
Enotecche			= 100%
Agriturismi			= 100%
Consumatori			= 100%
Altri (1).....			= 100%
Altri (2).....			= 100%

41. Quali forme di comunicazione utilizza l'impresa per promuovere le vendite?

<input type="checkbox"/> Comunicazione attraverso il personale di vendita
<input type="checkbox"/> Catalogo, depliant e altro materiale promozionale
<input type="checkbox"/> Acquisto di spazi pubblicitari
<input type="checkbox"/> Sponsorizzazioni
<input type="checkbox"/> Partecipazioni e manifestazioni fieristiche
<input type="checkbox"/> Sito internet
<input type="checkbox"/> Altro (specificare.....)

42. In particolare, a quali manifestazioni locali, nazionali ed internazionali partecipa?

<input type="checkbox"/> Cantine aperte
<input type="checkbox"/> Vino in Villa
<input type="checkbox"/> Calici di Stelle
<input type="checkbox"/> Manifestazioni di rievocazione storica
<input type="checkbox"/> Festa dell'Uva
<input type="checkbox"/> VinItaly
<input type="checkbox"/> Forum degli Spumanti
<input type="checkbox"/> Salone del Vino di Torino
<input type="checkbox"/> ProWein
<input type="checkbox"/> MiWein di Milano
<input type="checkbox"/> MiWein di New York
<input type="checkbox"/> Altre (specificare.....)

43. Quanti giorni dedica alle pubbliche relazioni (base settimanale)?

44. Quota della spesa in comunicazione sul fatturato: %

45. Esistono Accordi di cooperazione con altre imprese di produzione in campo commerciale?

<input type="radio"/> Sì	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

46. Se sì, i partner degli accordi di cooperazione sono localizzati:

<input type="radio"/> Nei comuni della zona DOC/DOCG
<input type="radio"/> In altri comuni della Provincia di Treviso
<input type="radio"/> In altre province del Veneto
<input type="radio"/> In altre regioni italiane
<input type="radio"/> In altri paesi esteri

47. Indicare i mezzi di comunicazione che l'impresa utilizza per promuovere le vendite nei mercati indicati, indicandone l'ordine di importanza in base all'utilizzo (1=per nulla importante; 2=poco importante; 3=mediamente importante; 4=importante; 5=molto importante)

<i>Canali</i>	Zona DOC/DOCG Montello e Colli Asolani	Altre zone
Stampa Generica		
Stampa specializzata (Gambero rosso, Veronelli, Vini d'Italia....)		
Radio		
Televisione		
Posta		
Telefono		
E-mail		
Sito Internet		
Fiere		
Iniziative		
Iniziative gastronomiche con degustazioni		
Affissioni		
Pubbliche relazioni		
Altro (specificare.....)		

SEZIONE F: POSIZIONAMENTO STRATEGICO

48. Quanto prodotto è destinato per:

Italia%	Estero%
---------------	---------------

49. Come percepisce la posizione dell'azienda rispetto alla situazione media dei concorrenti con riferimento ai seguenti fattori?

	Da Migliorare	Media	Buona
Costi di produzione			
Professionalità dei dipendenti			
Qualità di tecnologie e produzione			
Qualità intrinseca del prodotto			
Livello di servizio ai clienti			
Ampiezza e varietà della gamma			
Presidio dei canali distributivi			
Comunicazione e Marketing			
Altro			

50. Negli ultimi cinque anni, il posizionamento dell'impresa relativamente ai seguenti fattori competitivi è migliorato, è rimasto stazionario o ha perso punti?

	Migliore	Uguale	Peggioro
Costi di produzione			
Professionalità dei dipendenti			
Qualità di tecnologie e produzione			
Qualità intrinseca del prodotto			
Livello di servizio ai clienti			
Ampiezza e varietà della gamma			
Presidio dei canali distributivi			
Comunicazione e Marketing			
Altro			

51. Nei prossimi cinque anni, nelle seguenti aree, l'impresa prevede di effettuare investimenti significativi al fine di migliorare la propria posizione competitiva, introdurre qualche intervento migliorativo o di non effettuare investimenti?

	Investimenti significativi	Investimenti migliorativi	Nessun investimento
Costi di produzione			
Professionalità dei dipendenti			
Qualità di tecnologie e produzione			
Qualità intrinseca del prodotto			
Livello di servizio ai clienti			
Ampiezza e varietà della gamma			
Presidio dei canali distributivi			
Comunicazione e Marketing			
Altro			

SEZIONE G: FILOSOFIA DI MERCATO DELLA CANTINA

52. Quale è la Mission aziendale? (indicare la risposta che maggiormente rispecchi l'orientamento dell'impresa):

<input type="radio"/> Raggiungere vasti settori di mercato con prodotti standard orientati verso uno stretto controllo dei costi e dei prezzi (specialisti di prezzo)
<input type="radio"/> Raggiungere il maggior numero di clienti con una vasta referenza e profondità di assortimento (specialisti di offerta)
<input type="radio"/> Puntare ad un segmento di nicchia con garanzia di un buon rapporto qualità/prezzo per battere l'agguerrita concorrenza (specialisti di clienti)
<input type="radio"/> Migliorare costantemente la qualità assoluta dei propri prodotti a prescindere dal rapporto qualità/prezzo (specialisti di qualità)

53. In particolare quali sono gli obiettivi specifici che caratterizzano la missione aziendale?

A) Obiettivi di mercato:

<input type="radio"/> Aumentare la quota di mercato
<input type="radio"/> Differenziare l'offerta con nuove tipologie di prodotto
<input type="radio"/> Differenziare l'offerta aumentando il numero di prodotti nelle linee esistenti
<input type="radio"/> Creare una forte immagine di marca basata sulla qualità Specificare: _____
<input type="radio"/> Creare una forte immagine di marca basata sulla qualità e sui contenuti territoriali e la tipicità Specificare: _____
<input type="radio"/> Espandersi verso nuovi mercati
<input type="radio"/> Selezionare specifici segmenti di mercato
<input type="radio"/> Altro (specificare _____)

B) Obiettivi economici:

<input type="radio"/> Aumentare i fatturato
<input type="radio"/> Raggiungere economie di scala
<input type="radio"/> Aumentare la remunerabilità del capitale investito
<input type="radio"/> Innovarsi tecnologicamente allo scopo di:
<input type="radio"/> Diminuire i costi di produzione/aumentare la qualità lavorare
<input type="radio"/> Migliorare la qualità
<input type="radio"/> Migliorare il rapporto con il territorio e l'ambiente
<input type="radio"/> Difendere le tradizioni locali
<input type="radio"/> Altro (specificare _____)

C) Obiettivi sociali:

<input type="radio"/> Migliorare il servizio al cliente
<input type="radio"/> Integrarsi con la distribuzione
<input type="radio"/> Migliorare i rapporti con le istituzioni
<input type="radio"/> Migliorare i rapporti con i propri fornitori da uva/vino
<input type="radio"/> Educare il consumatore a conoscere il vino: 1) in Italia 2) all'estero
<input type="radio"/> Altro (specificare _____)

54. tra gli obiettivi che ha citato, quali l'impresa ha già raggiunto in modo soddisfacente?

55. Secondo Lei, quali sono stati i fattori di successo della sua impresa?

56. Quali limiti?

57. Quali gli obiettivi e le opportunità per il futuro?

58. Quali potrebbero essere le minacce?

59. Fatturato anno del 2009

<input type="radio"/> Inferiore a 100.000 €	<input type="radio"/> Tra 2.000.000 e 3.000.000 €
<input type="radio"/> Tra 100.000 e 200.000 €	<input type="radio"/> Tra 3.000.000 e 4.000.000 €
<input type="radio"/> Tra 200.000 e 300.000 €	<input type="radio"/> Tra 4.000.000 e 5.000.000 €
<input type="radio"/> Tra 300.000 e 400.000 €	<input type="radio"/> Tra 5.000.000 e 7.500.000 €
<input type="radio"/> Tra 400.000 e 500.000 €	<input type="radio"/> Tra 7.500.000 e 10.000.000 €
<input type="radio"/> 500.000 e 750.000 €	<input type="radio"/> Tra 10.000.000 e 20.000.000 €
<input type="radio"/> Tra 750.000 e 1.000.000 €	<input type="radio"/> Oltre a 20.000.000 €
<input type="radio"/> Tra 1.000.000 e 2.000.000 €	

SEZIONE RISERVATA ALLE COOPERATIVE

60. Quali servizi la cantina svolge a favore dei soci?

- Consulenza in vigneto
- Svolgimento procedure amministrative di riconversione o ristrutturazione dei vigneti
- Consulenza nella fase della vendemmia
- Altro (Specificare):

.....
.....
.....

61. Per questi servizi la cantina si avvale di propri tecnici agrari: numero

62. Formazione culturale e preparazione professionale:

- Organizzazione periodica di seminari di aggiornamento o approfondimento di alcune tematiche
- Organizzazione di seminari al verificarsi di particolari problematiche agronomiche
- Organizzazione di visite tecniche in altre realtà viti-vinicole
- Altro (Specificare):

.....
.....
.....

63. Miglioramento delle informazione:

- Diffusione di un giornalino ai soci a scadenza
- Organizzazione di seminari di presentazione delle linee strategiche future
- Organizzazione di seminari di presentazione dei risultati dell'impresa
- Analisi delle opinioni dei soci
- Altro (Specificare):

.....
.....
 Acquisto di mezzi tecnici per conto dei soci (specificare)
.....
.....

64. Quali parametri la cantina utilizza per la determinazione del prezzo di liquidazione:

- Grado zuccherino
- Varietà
- Coltivazione biologica
- Denominazione di Origine o Indicazione Geografica (DOCG, DOC, IGT)
- Altitudine
- Adesione a progetti di qualità
- Altro (Specificare):

.....
.....

SEZIONE H: ACCOGLIENZA E CREAZIONE DELL'EVENTO

65. Vengono effettuate visite presso la vostra cantina?

<input type="radio"/> Si	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

66. Apertura al pubblico della cantina:

Giorni settimanali	Ore settimanali
Da a	Dalle alle

<i>Stima di visitatori aziendali</i>	Italiani (dal Veneto)	Italiani (resto d'Italia)	Esteri
Numero			

Motivazione della visita aziendale		Si	No
	a) Acquisto di vino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	b) Visita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Spesa Media per visitatore €.....

67. Stagionalità dei visitatori nell'anno 2009 in percentuale:

<i>Gennaio – Aprile</i>	<i>Maggio – Agosto</i>	<i>Settembre – Dicembre</i>	
%	%	%	= 100%

68. Trend delle visite nell'azienda:

	In Crescita	Stabile	In Calo
<i>Negli ultimi 5 anni</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Previsione andamento futuro</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

69. Struttura dell'accoglienza:

	Si	No
a) Punto vendita, Enoteca.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Sala degustazione.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Manager addetto all'accoglienza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se si lingue conosciute: <input type="radio"/> Inglese <input type="radio"/> Tedesco <input type="radio"/> Francese <input type="radio"/> Altra lingua		

70. L'azienda considera quest'azione di marketing:

Molto Utile	Utile	Indifferente
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

71. Se sì, quali sono gli aspetti promozionali utilizzati?

<input type="radio"/> Visita Guidata <input type="radio"/> Assaggio del prodotto <input type="radio"/> Omaggi (bottiglia in regalo, gadget...) <input type="radio"/> Distribuzione materiale informativo (depliant, brushure, Cd....)
--

72. Vengono organizzati eventi per favorire la promozione in cantina?

<input type="radio"/> Sì	<input type="radio"/> No
--------------------------	--------------------------

Se sì, quali (scelta multipla)?

<input type="radio"/> Concerti, manifestazioni teatrali, rievocazioni storiche
<input type="radio"/> Serate a tema
<input type="radio"/> Abbinamenti con specialità locali della zona
<input type="radio"/> Sponsorizzazione di eventi locali (sagre, feste patronali....)
<input type="radio"/> Altro (specificare.....)

73. Come viene avvisato il consumatore nel partecipare a visite ed eventi?

<input type="radio"/> Posta	<input type="radio"/> Telefono	<input type="radio"/> E-mail
<input type="radio"/> Incontri	<input type="radio"/> Fax	<input type="radio"/> Altre applicazioni di rete (.....)

SEZIONE I: RAPPORTI CON IL CONSORZIO

74. Come si è organizzato il consorzio sulle attività di controllo?

- | |
|--|
| <input type="radio"/> Il consorzio prevede e coordina le attività di controllo su tutti i prodotti regolati dal disciplinare di produzione della zona DOC/DOCG |
| <input type="radio"/> Il consorzio demanda alcuni Controlli a Terzi (C.C.I.A.A., Valore Italia, Laboratori Chimici convenzionati...) |
| <input type="radio"/> Demanda tutte le attività di Controllo a Terzi |
| <input type="radio"/> Altro (specificare.....) |

75. Che vantaggi dà da un punto di vista della visibilità del mercato?

- | | | | |
|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> Molti | <input type="radio"/> Abbastanza | <input type="radio"/> Pochi | <input type="radio"/> Nessuno |
|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|

76. Quali strategie dovrebbero mettere in atto a livello aziendale, a livello territoriale per la valorizzazione del consorzio Montello & Colli Asolani?

77. Gli studi di Zonazione potranno contribuire alla valorizzazione dei prodotti?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| <input type="radio"/> Sì | <input type="radio"/> No |
|--------------------------|--------------------------|

78. Obiettivi del consorzio, quali ha già raggiunto in modo soddisfacente?

79. Quali limiti?

80. Quali gli obiettivi e le opportunità per il futuro?

81. Quali potrebbero essere le minacce?

RINGRAZIAMENTI

Per la realizzazione di questo lavoro desidero ringraziare tutte le aziende che hanno partecipato e che mi hanno dimostrato piena collaborazione nella valorizzazione del distretto viti-vinicolo Montello e Colli Asolani, manifestandomi le loro opinioni propositive per la tutela dei prodotti dell'area e la salvaguarda del territorio che vale la pena conoscere sotto ogni aspetto. La cultura è un bene prezioso per tutti che tra origine da ogni sua piccola sfaccettatura e in qualsiasi settore, dall'Agro-alimentare alle vicende economiche, storiche, politiche e sociali che hanno coinvolto e tutt'ora stanno coinvolgendo tutti noi in questi anni e non solo (come dice la tv, *“La Storia siamo Noi”*).

Grazie al mio Relatore (Prof. Luigi Galletto), al mio Co-relatore (Prof. Silvano Cattelan) che con grande impegno e attenzione mi hanno guidato nell'elaborazione e nell'evoluzione della mia tesi di Laurea.

Ringrazio i Professori Diego Tomasi, Gasparini Danilo, Angelo Costacurta e Antonio Calò per avermi dedicato del tempo nello spiegarmi o nella possibilità di consultare la documentazione necessaria per la migliore ed ottimale elaborazione della tesi. Rendo grazie anche ai professori che in questi anni mi hanno permesso di terminare il mio percorso di studi e giungere a parte della mia realizzazione personale e professionale.

Lodo coloro che mi hanno dato una mano, fisicamente, nello miglioramento della tesi: Daniele Gaio, Sergio Perandin, Federica Bianchin, Enrico Dall'Armi e Paola Pappalardo; inoltre ringrazio tutti i miei amici per i bellissimi momenti trascorsi assieme.

Il ringraziamento più grande in assoluto è dedicato alla mia famiglia e in special modo ai miei genitori Gabriele e Pierangela che in ogni momento della mia vita, mi sono sempre stati accanto, sostenuto e aiutato nelle mie scelte.

Ringrazio Dio che ho finito.