

Sabato 9 Giugno, 2018

**Stabilimento Vinicolo Trevigiano**

**Carpenè Malvolti, Conegliano**



**Accademia Italiana della Vite e del Vino**

*TEMA TRATTATO IN OCCASIONE DEL 150° DALLA FONDAZIONE*

# **Conegliano, il Prosecco, i Carpenè**

## **Il marketing**

**Prof. Vasco Boatto**

Centro Interdipartimentale per la Ricerca in Viticoltura ed Enologia (CIRVE), Università di Padova, Conegliano

**Dott. Luigino Barisan**

CIRVE, Conegliano



# Sommario

## IL MARKETING:

### Inquadramento teorico

### Evoluzione del prodotto

### Le destinazioni

### Prezzi

### La comunicazione

### Le persone

### L'ambiente

### Il territorio



# La storia del Prosecco

## ORIGINI:

Il Prosecco ha preso origine prima del 1810, come attestato dai documenti del Catasto Napoleonico, e si è affermato nel tempo:

- Opera dei viticoltori
- Antonio Carpenè
- La Scuola Enologica



*La prima Scuola Enologica italiana, Conegliano, 1876.*



Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



CEI CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO



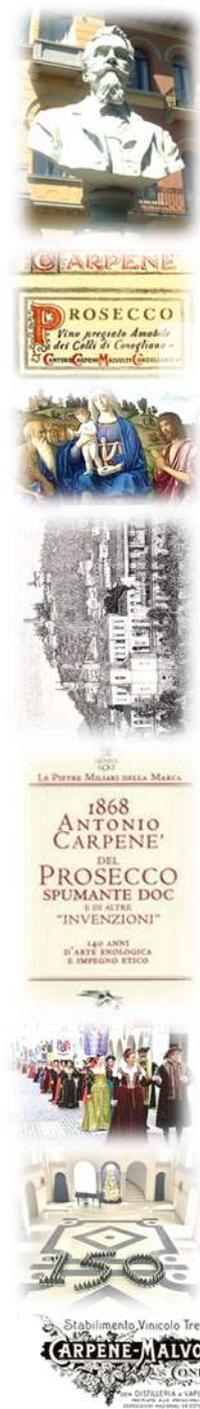
# Il toponimo “Al Prosecco”

## IL RUOLO DELLA VITICOLTURA NELLA STORIA DEL PROSECCO:

- **PRIMA PARTE DEL II MILLENNIO d.C:** gli insediamenti monastici hanno ricoperto un ruolo importante nella creazione e nel mantenimento della viticoltura
- **DAL XVIII SECOLO:** la coltivazione del Prosecco si è radicata sul posto come attestato dal catasto napoleonico (1810)

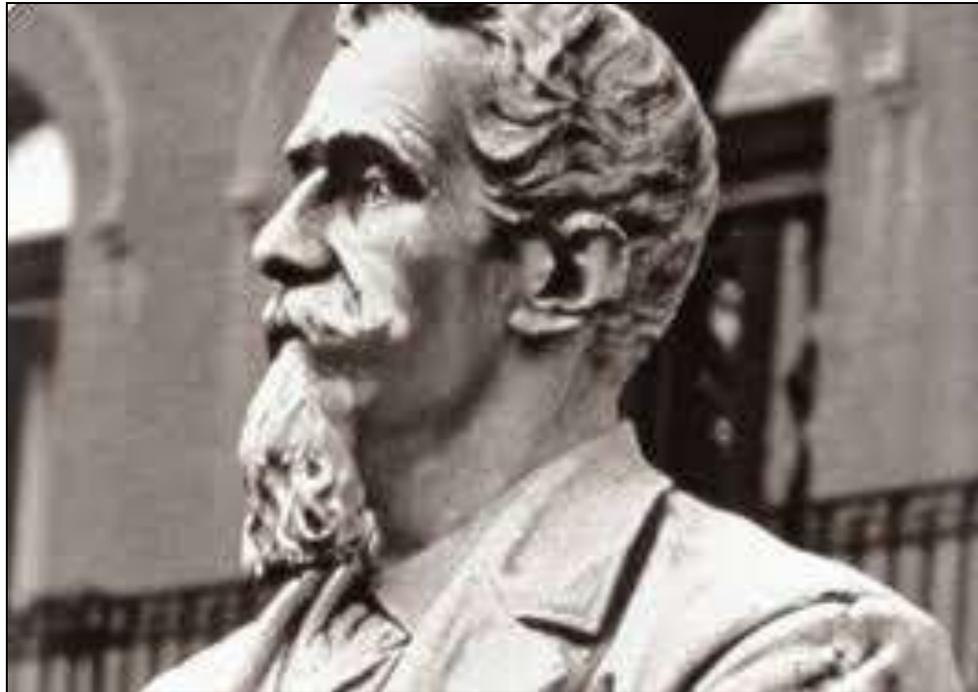


**"Al Prosecco":**  
collina sopra Conegliano, che era di proprietà della famiglia dei nobili Montalbano strettamente imparentati con Carpenè



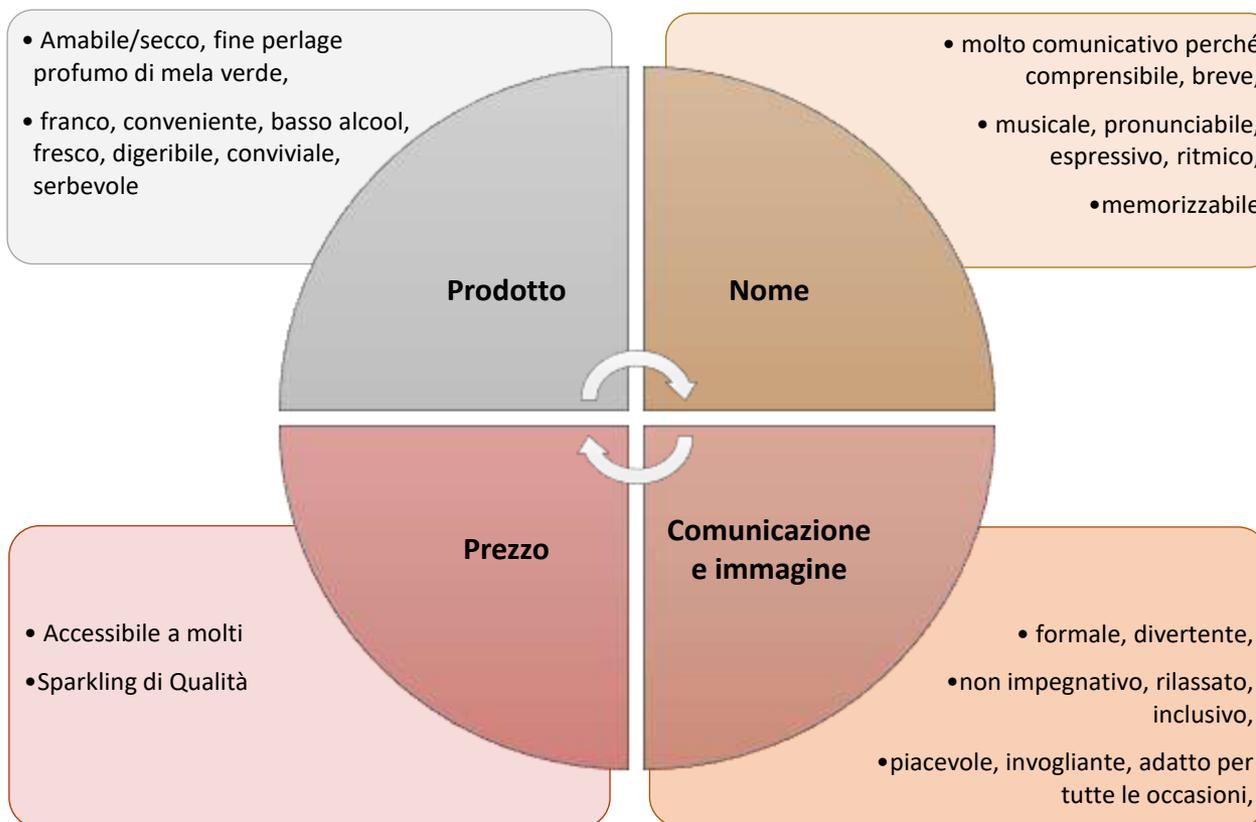
# Antonio Carpenè

(Chimico Enologo 1838-1902)



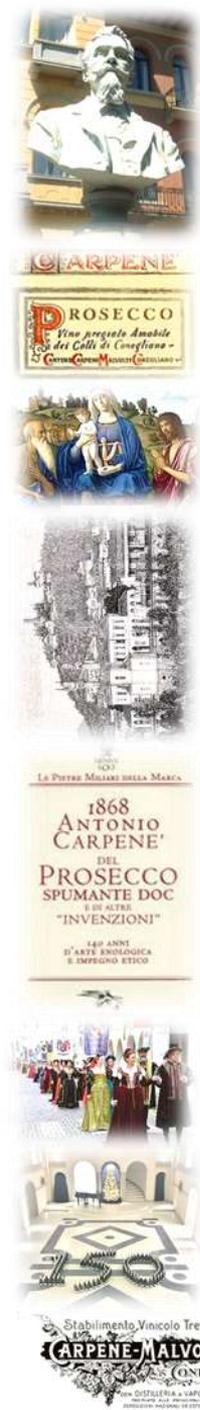
# Le basi del successo del Prosecco

## ASPETTI SALIENTI DEL MIX:



Fonte: nostra rielaborazione su Antonio Motteran, «L'Immagine del Prosecco: fatti e prospettive», Rive Enotrend, 2017.

**Sapientemente utilizzato dalle imprese attraverso il marketing**



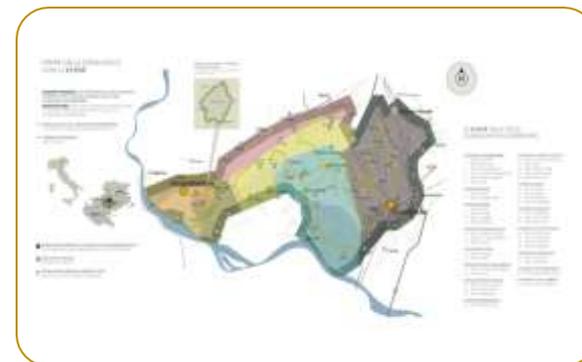
# Elementi distintivi

## CONWGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO: L'AREA DI PRODUZIONE E IL CAPITALE UMANO

- Geomorfologia con ciglioni "a hogback"
- Forma di allevamento della viticoltura
- Sistema di vinificazione
- Cultura, spumantistica e innovazione



Da Carpenè & Vianello, 1874.



L'area di produzione del primo Distretto spumantistico italiano, 2003.



La prima Strada del vino italiana, 1966 (Cosmo e Schiratti)

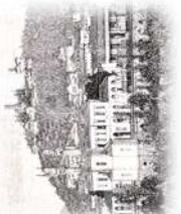


# Geomorfologia a “Hogback”



CARPENÈ

**PROSECCO**  
Vino spumante Anabito  
dei Colli di Conegliano -  
Città di Carpenè Malvolti Conegliano



1868  
LA PIRRA MILANI DELLA MARCA

1868  
**ANTONIO  
CARPENÈ**  
DEL  
**PROSECCO  
SPUMANTE DOC**  
E DI ALTRI  
“INVENZIONI”  
140 ANNI  
DI ARTI ENOLOGICHE  
E IMPEGNO ETICO



Stabilimento Vinicolo Trevigiano  
**CARPENÈ MALVOLTI**  
CONEGLIANO  
DIFESA DELLA VITICOLTURA  
ITALIANA



Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



CENTRO INTERDIIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO



# Geomorfologia a “Hogback”



Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO



# Modelli di allevamento: "Prosecco"

**OPERA DEI VITICOLTORI DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG:**



Source: da Cargnello et Carbonneau, 1992



Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO



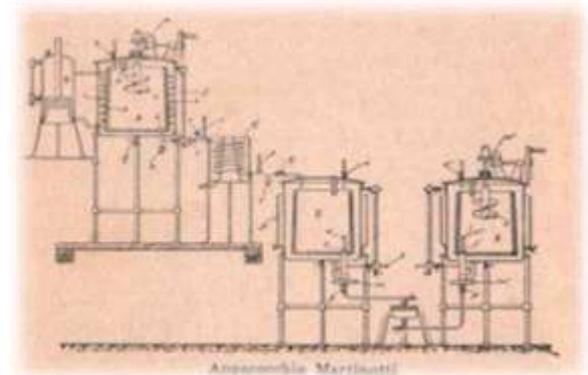
# Modelli e tecnologie di vinificazione



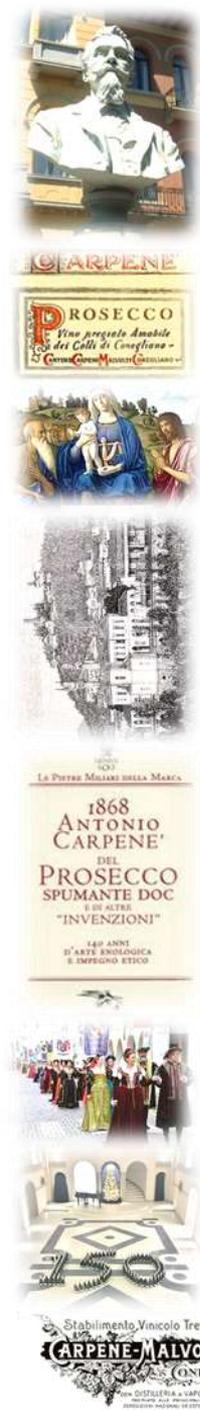
**Antonio Carpenè**  
Commendatore della Repubblica e  
Cavaliere del lavoro, 1913-2010

- **1962:** Co-fondatore del Consorzio di Tutela del Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene
- **15 Settembre 2009:** Laurea honoris causa, Università degli Studi di Padova

- **Dagli anni Trenta:** Ricerca sul metodo Martinotti per il perfezionamento della tecnologia degli spumanti aromatici
- **Studi microbiologici** legati ai processi di spumantizzazione, con particolare riferimento alla pastorizzazione



*“Apparecchio a lavorazione continua”  
Martinotti, brevetto del 1895, da Lorenzo  
Tablino, 2015*

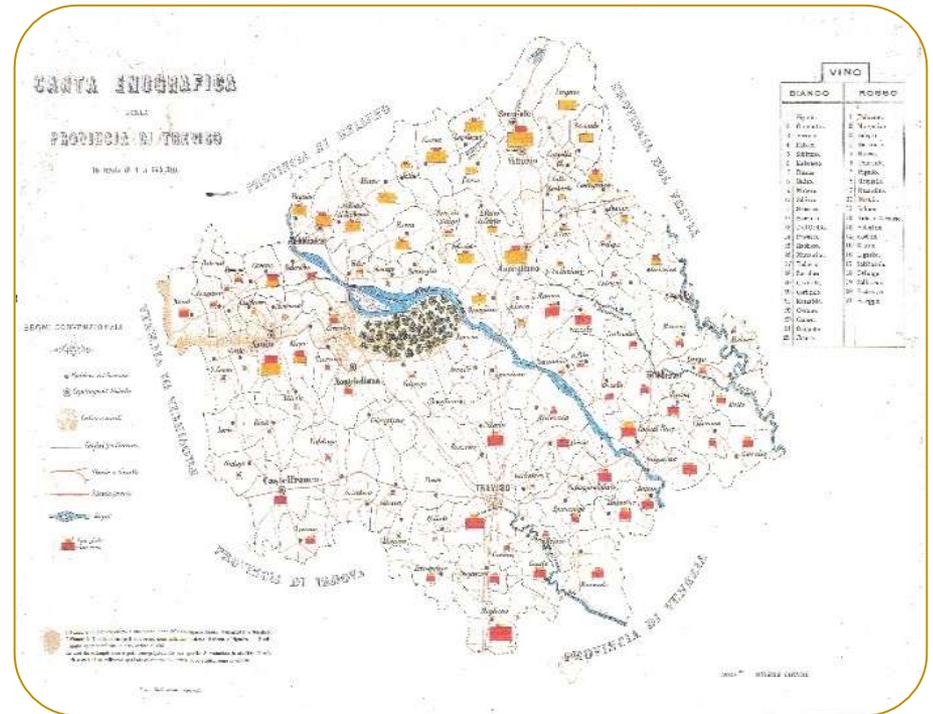


# Cultura spumantistica e innovazione

## ELEMENTI STORICO – CULTURALI:



Da: *Ampelografia italiana Tavole* a cura del Comitato Centrale Ampelografico (1879-1890)



*Carta Enografica della Provincia di Treviso, Da Carpenè & Vianello, 1874.*

Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
 Il marketing  
 PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
 IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
 C.I.R.V.E., CONEGLIANO

# Cultura spumantistica e innovazione

**STAZIONE SPERIMENTALE DI VITICOLTURA DI CONEGLIANO, 29 LUGLIO 1923**



Giovanni Dalmasso  
(1886-1976)



Italo Cosmo  
(1905-1980)



Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



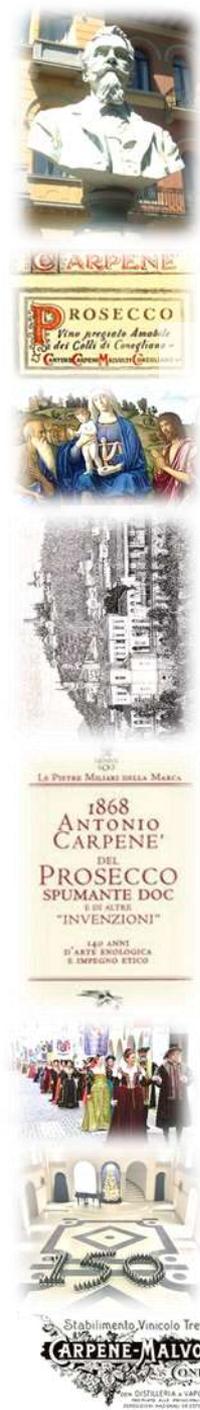
CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO

# Cultura spumantistica e innovazione

## ELEMENTI DI UN DISTRETTO MARSHALLIANO:



*attrezzature ed impiantistica per l'enologia; ecc*



Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO



# Inquadramento teorico

## CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG:

### MARKETING MIX 4P

■	<b>Prodotto</b> Qualità, packaging, brand, garanzia, servizio, ecc
■	<b>Prezzo</b> Posizionamento, segmento, gamma dell'offerta, ecc
■	<b>Mercato</b> Canale, motivazioni, logistica, livello di servizio, ecc
■	<b>Comunicazione</b> Wine tasting, fiere, vendita diretta, pubblicità, social media, ecc

McCarthy, E. J. (1968). *Basic marketing: A managerial approach*: RD Irwin.

### MARKETING MIX 3P

■	<b>Persone</b> Management, competenze e capacità, formazione ecc
■	<b>Ambiente</b> Sostenibilità ambientale, rapporti con la comunità, cambiamento climatico, ecc
■	<b>Territorio</b> Enoturismo, paesaggio, ecc

Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1982). Marketing services by managing the environment. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 23(1), 35-40.

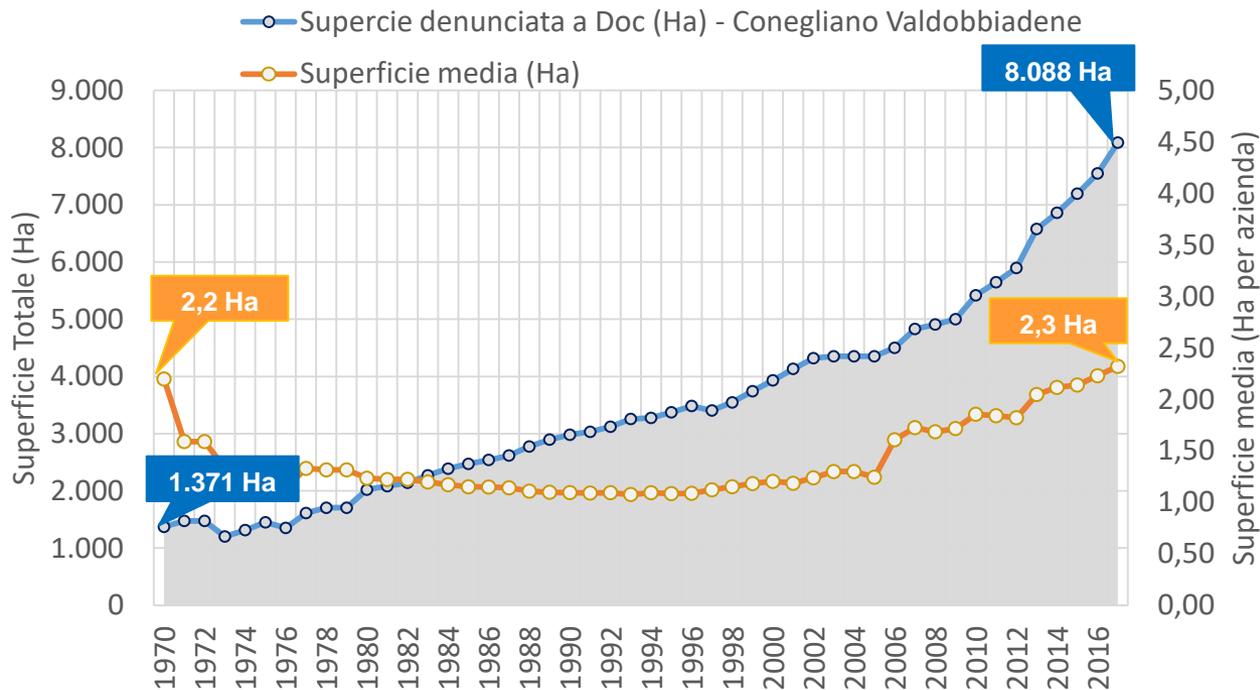


Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*: John Wiley & Sons.



# Superfici vitate DOCG

**CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG** (ettari), 1970-2017.



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Camera di Commercio di Treviso e AVEPA - Schedario Viticolo

CARPENE

PROSECCO  
 Una preziosa Anabole  
 dei Colli di Conegliano -  
 C.A.P. C.A.P. C.A.P. C.A.P. C.A.P.

1868  
 ANTONIO  
 CARPENE'  
 DEL  
 PROSECCO  
 SPUMANTE DOC  
 E DI ALTRI  
 "INVENZIONI"  
 140 ANNI  
 DI ARTE ENOLOGICA  
 E IMPEGNO ETICO

Stabilimento Vinicolo Trevigiano  
**CARPENE MALVOLTI**  
 CONEGLIANO

Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
 Il marketing  
**PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO - 9 GIUGNO, 2018**

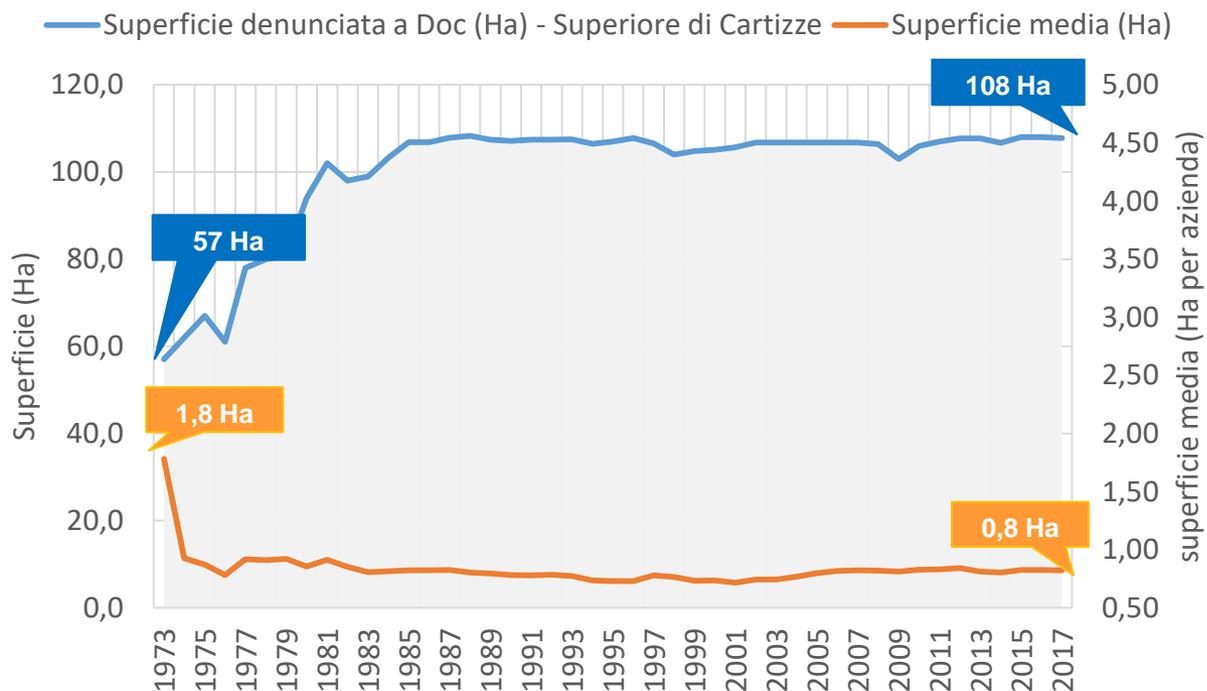
ACCADEMIA ITALIANA  
 DELLA VITE E DEL VINO

CEN TRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
 IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
**C.I.R.V.E., CONEGLIANO**



# Superfici vitate a Superiore di Cartizze

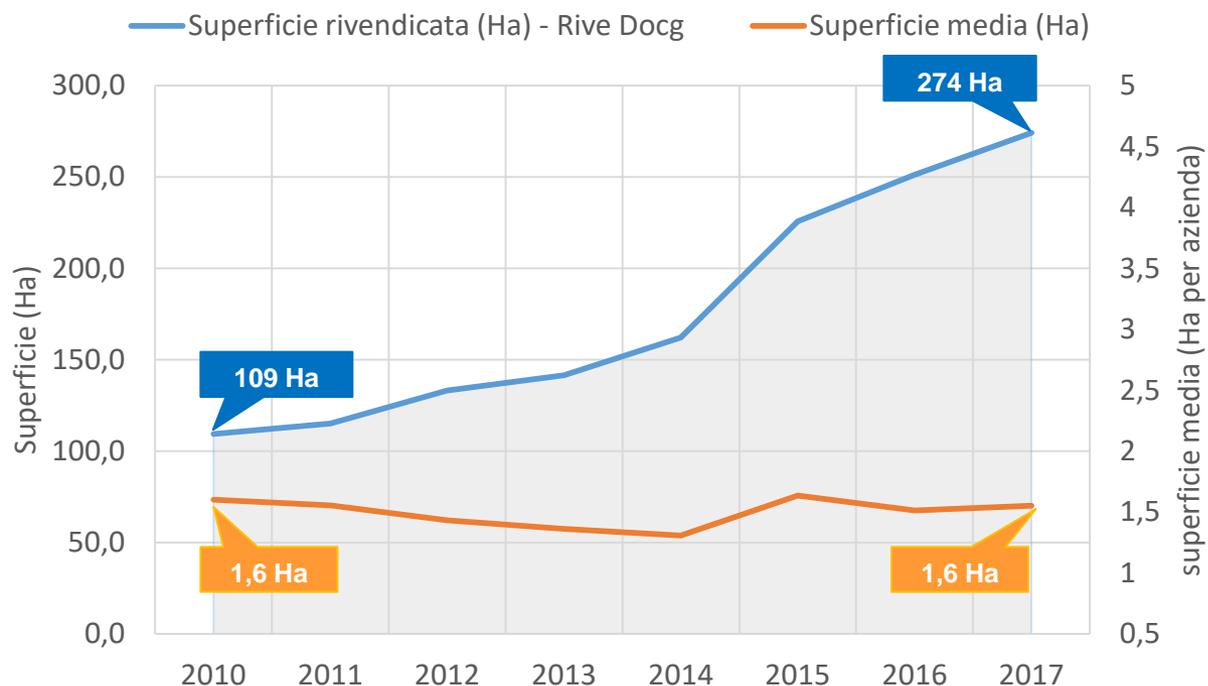
**EVOLUZIONE DELLE SUPERFICI DENUNCIATE E RIVENDICATE (ettari), 1973-2017.**



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Camera di Commercio di Treviso e AVEPA - Schedario Viticolo

# Superfici vitate a Rive Docg

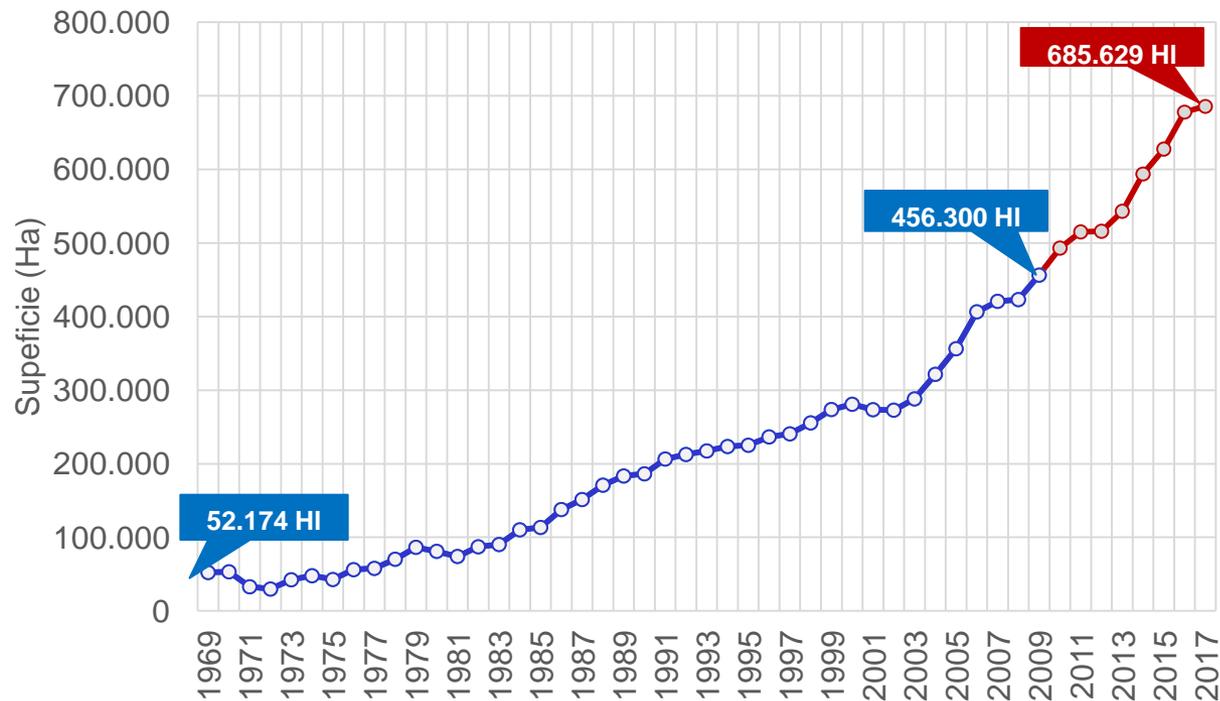
**EVOLUZIONE DELLE SUPERFICI RIVENDICATE** (ettari), 2010-2017.



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati AVEPA - Schedario Viticolo – Regione del Veneto

# Evoluzione della produzione di vino a DO

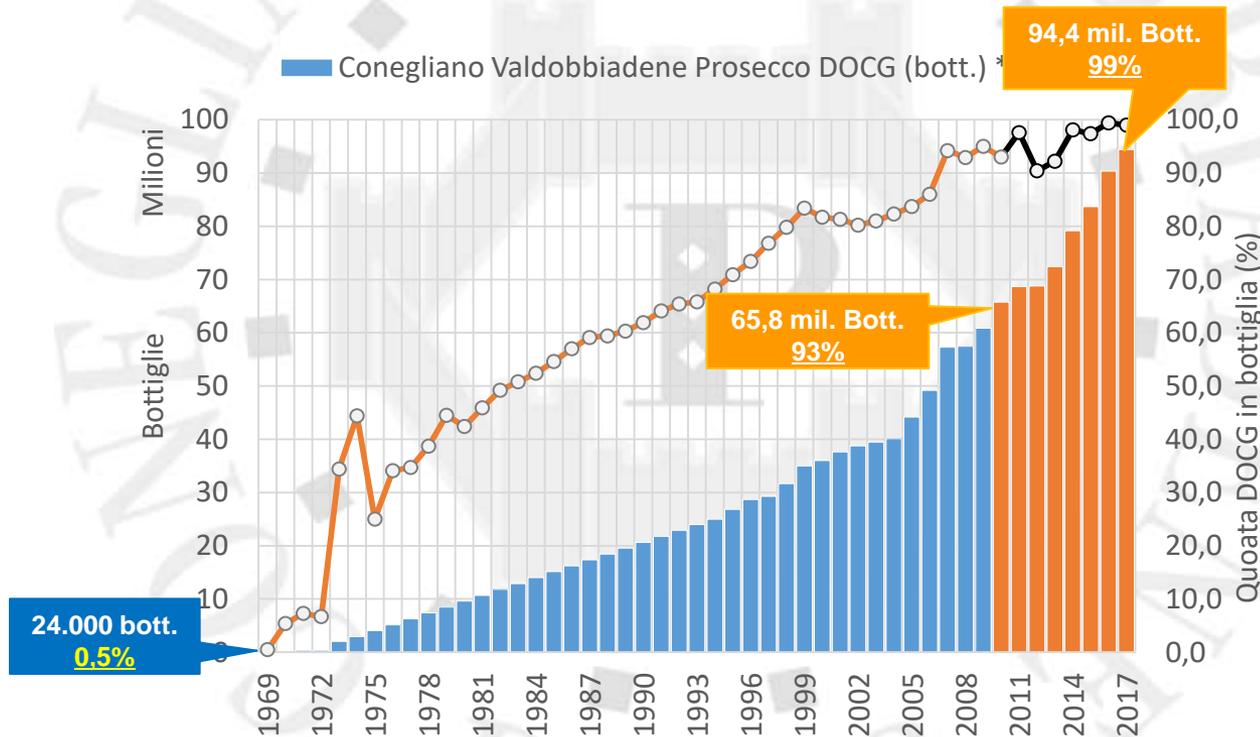
**EVOLUZIONE DELLA PRODUZIONE** (ettari), 1969-2017.



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Camera di Commercio di Treviso e Valoritalia

# Evoluzione della produzione Docg in bottiglia

**CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG, 1969-2017.**



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Camera di Commercio di Treviso e Valoritalia



Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018

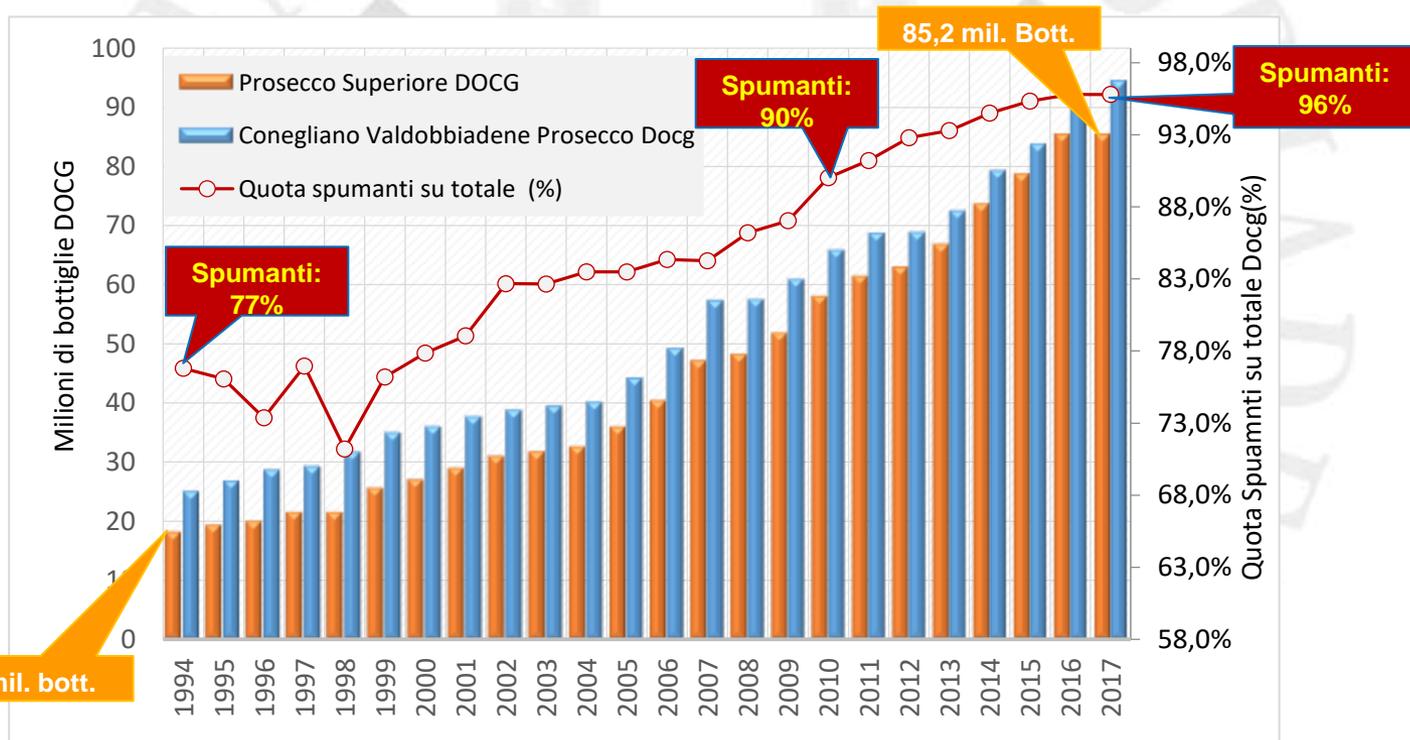


CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO



# Evoluzione della produzione di Spumanti

**SPUMANTE SUPERIORE DOCG, 1994-2017.**



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Camera di Commercio di Treviso e Valoritalia

25 mil. bott.

85,2 mil. Bott.

Spumanti: 90%

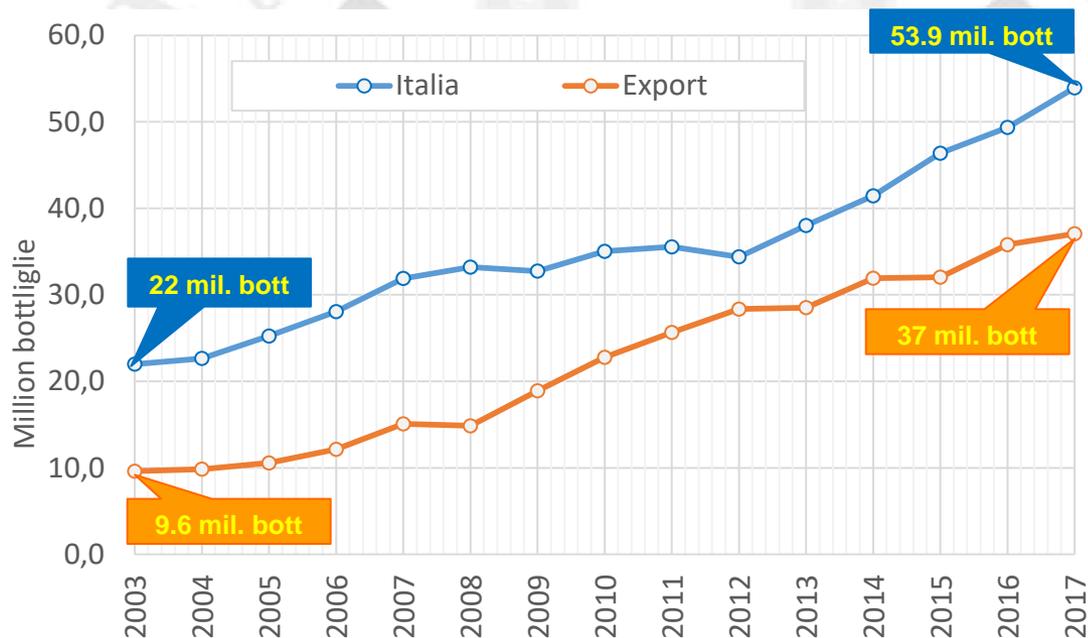
Spumanti: 96%

Spumanti: 77%



# Le destinazioni: Italia - Export

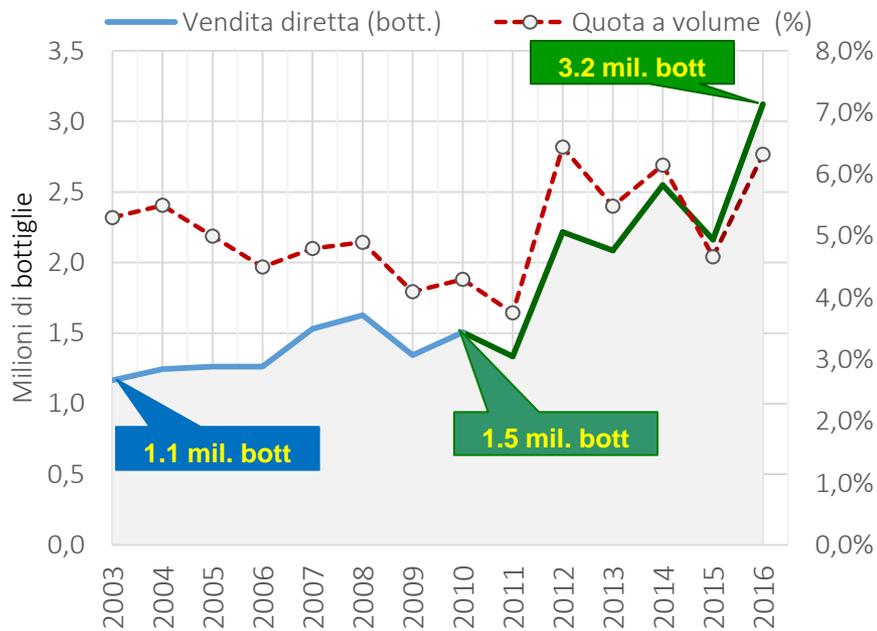
**SPUMANTE SUPERIORE DOCG** (bott.), 2003-2017.



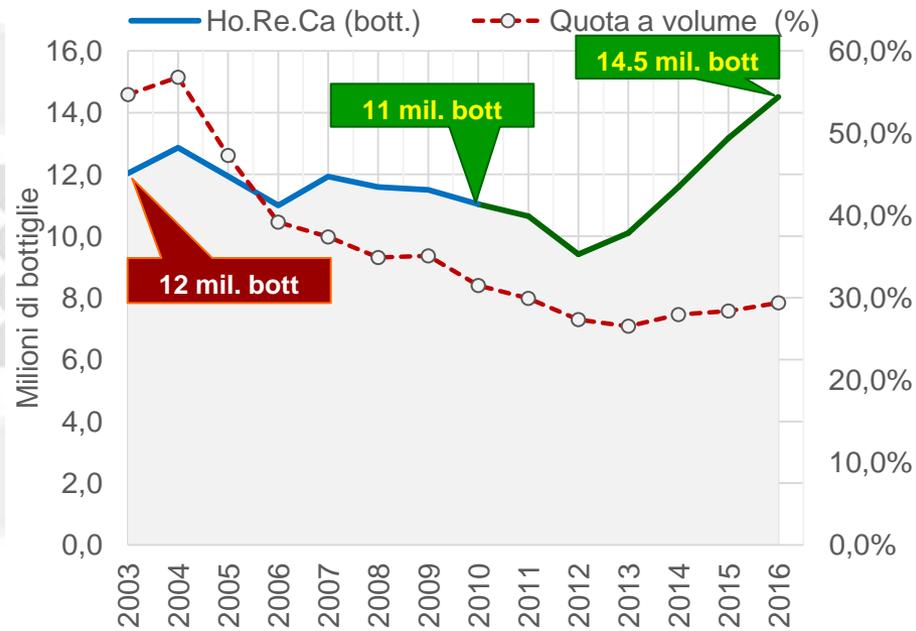
Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Valoritalia e propri

# Le destinazioni: canali di vendita in Italia

## VENDITA DIRETTA (VOLUME), 2003-2016



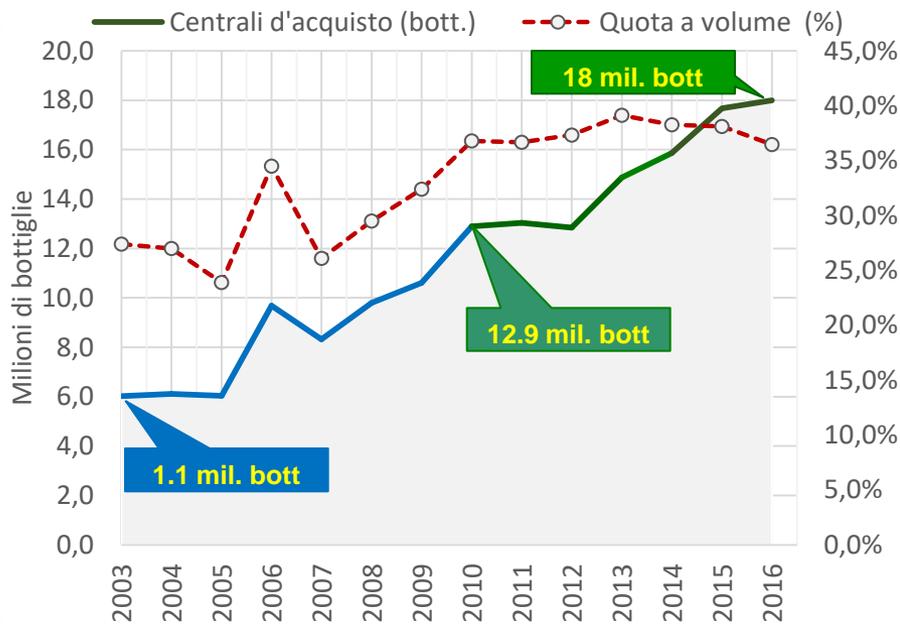
## HORECA (VOLUME), 2003-2016



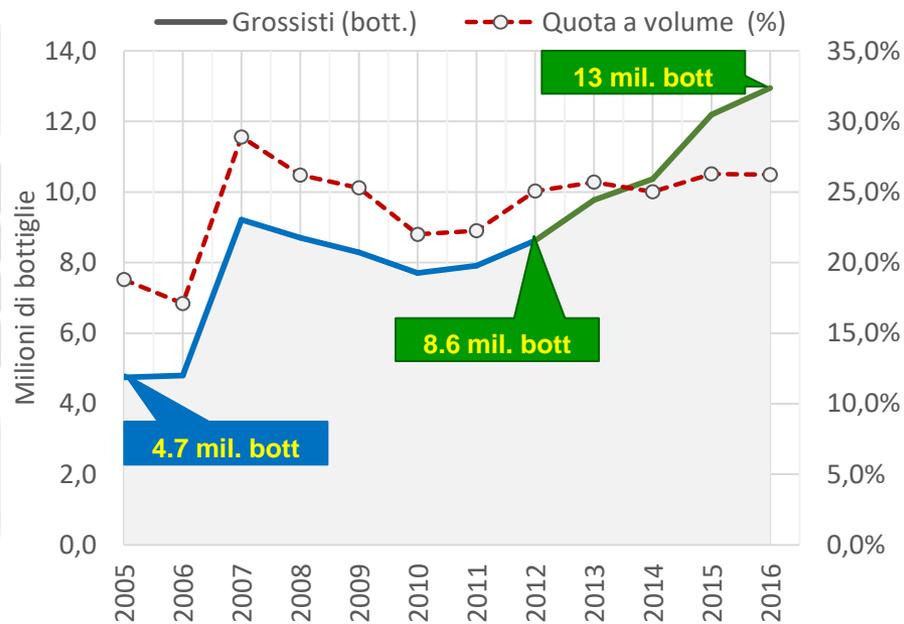
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le destinazioni: canali di vendita in Italia

## CENTRALI D'ACQUISTO (VOLUME), 2003-2016



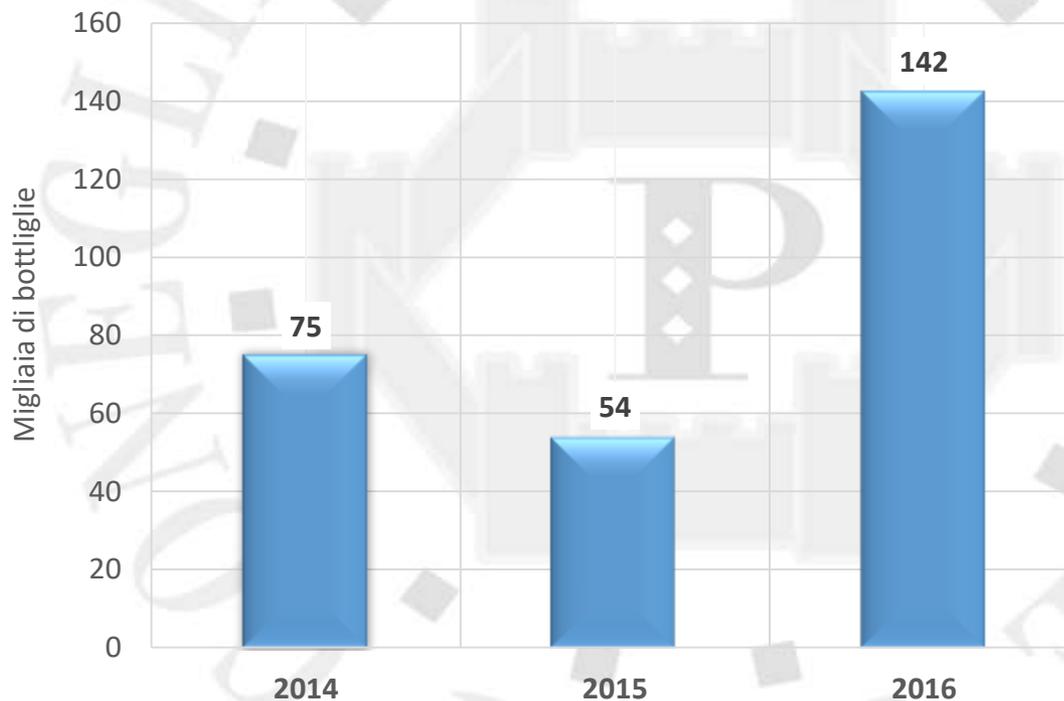
## GROSSISTI (VOLUME), 2003-2016



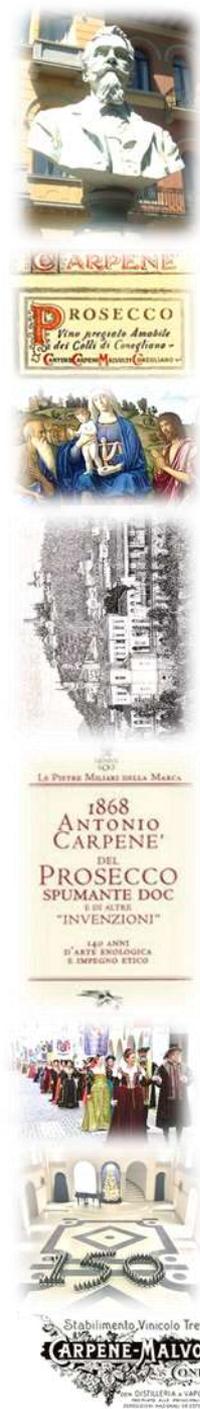
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le destinationi: **E-commerce**

**SPUMANTE SUPERIORE DOCG** (in migliaia di bott.), 2014-2016

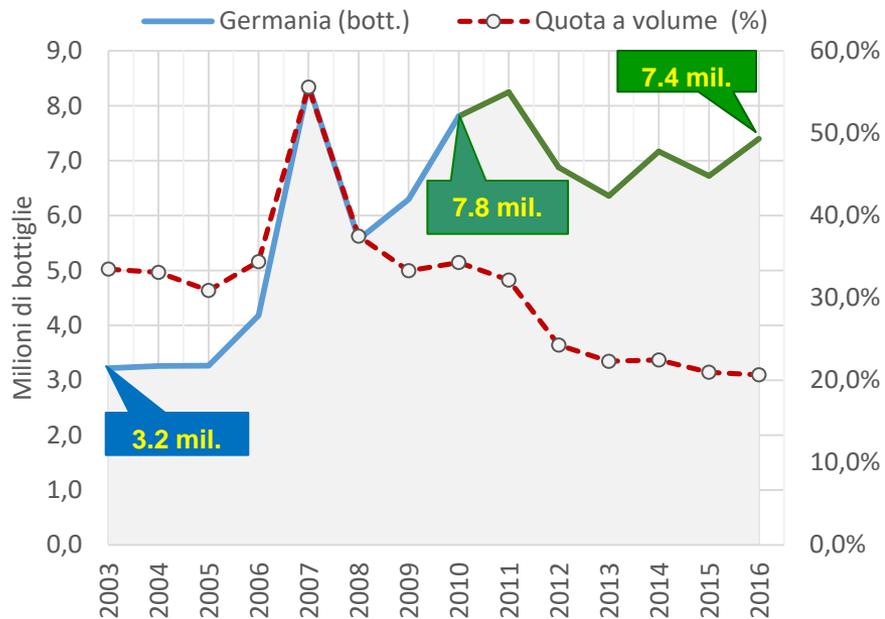


Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

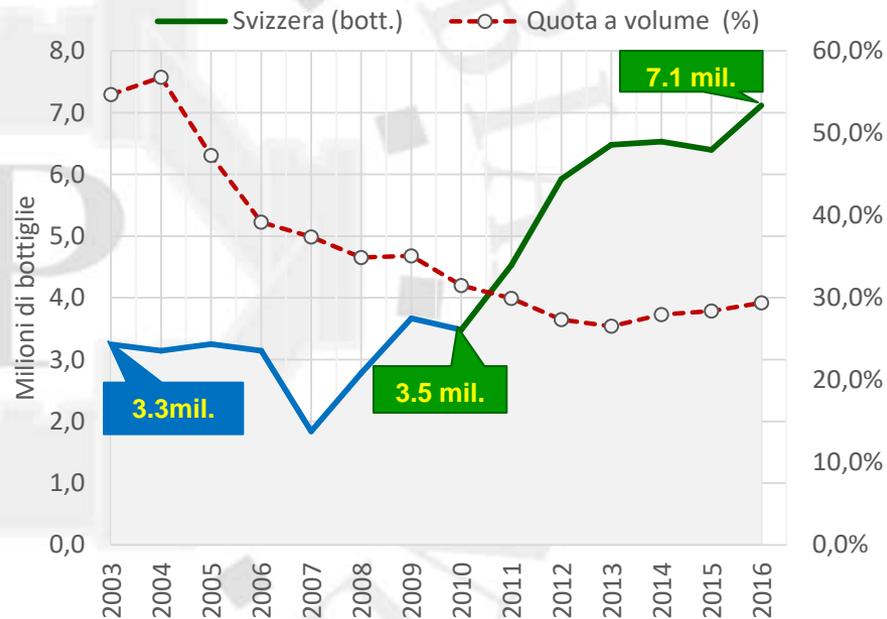


# Le destinazioni: principali Paesi esteri

## GERMANIA (VOLUME), 2003-2016



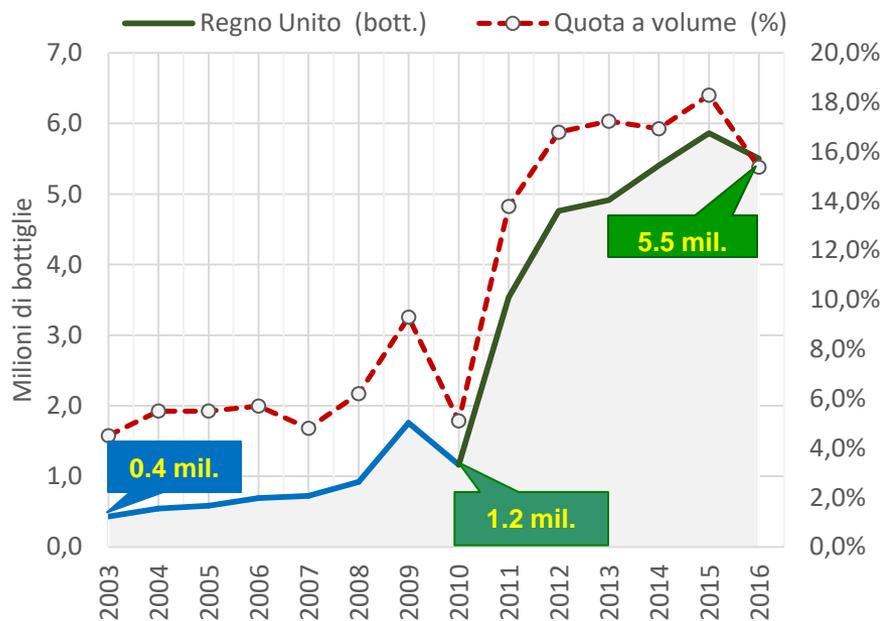
## SVIZZERA (VOLUME), 2003-2016



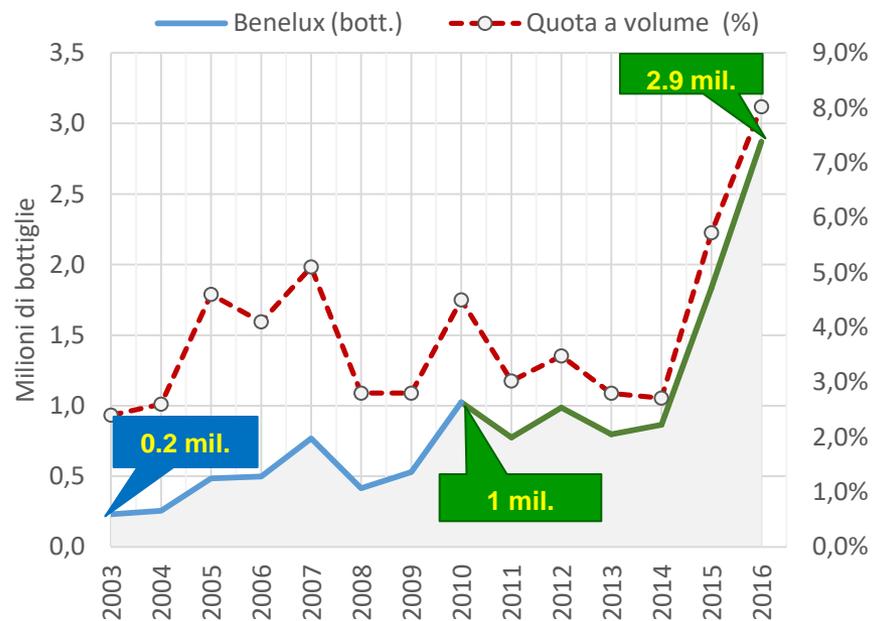
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le destinazioni: principali Paesi esteri

## REGNO UNITO (VOLUME), 2003-2016



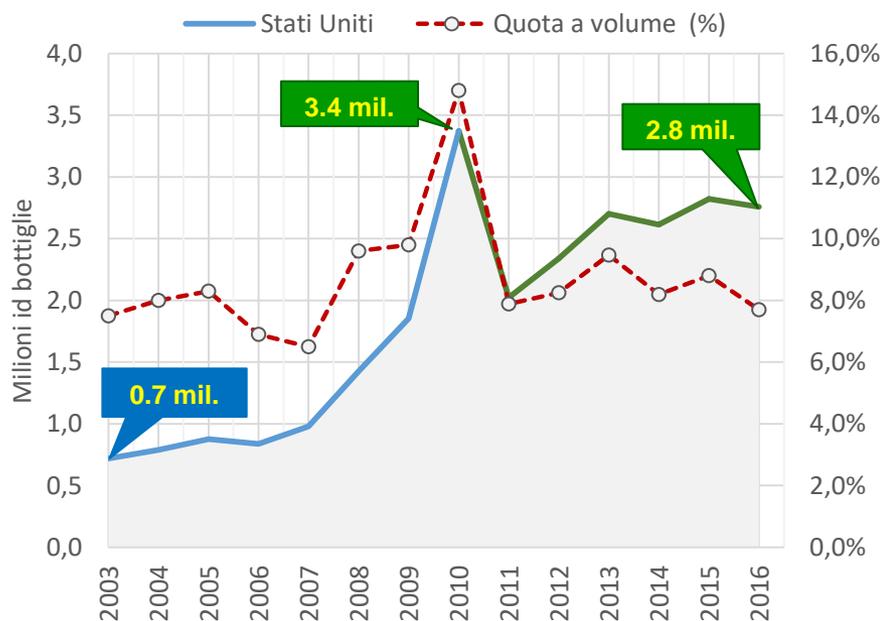
## BENELUX (VOLUME), 2003-2016



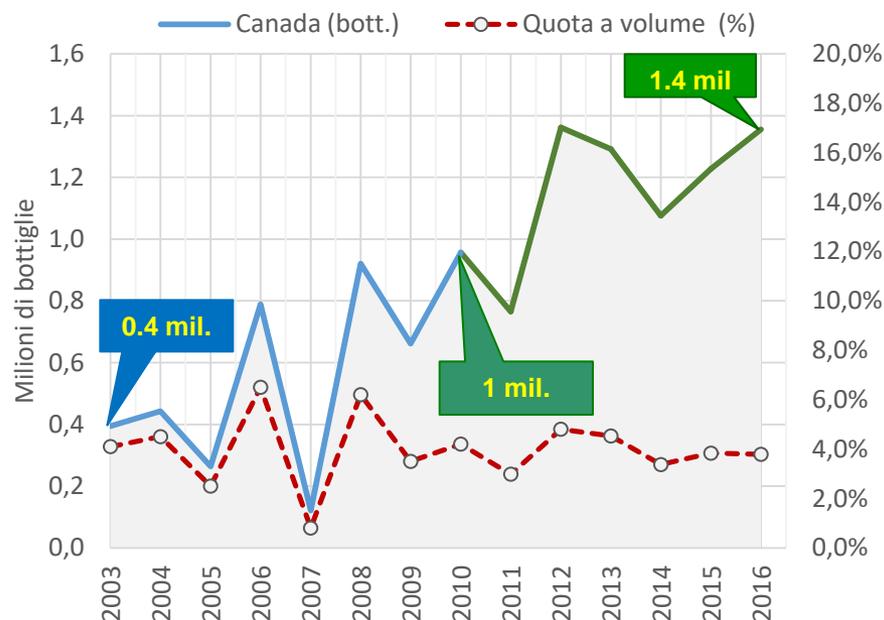
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le destinazioni: principali Paesi esteri

## STATI UNITI (VOLUME), 2003-2016



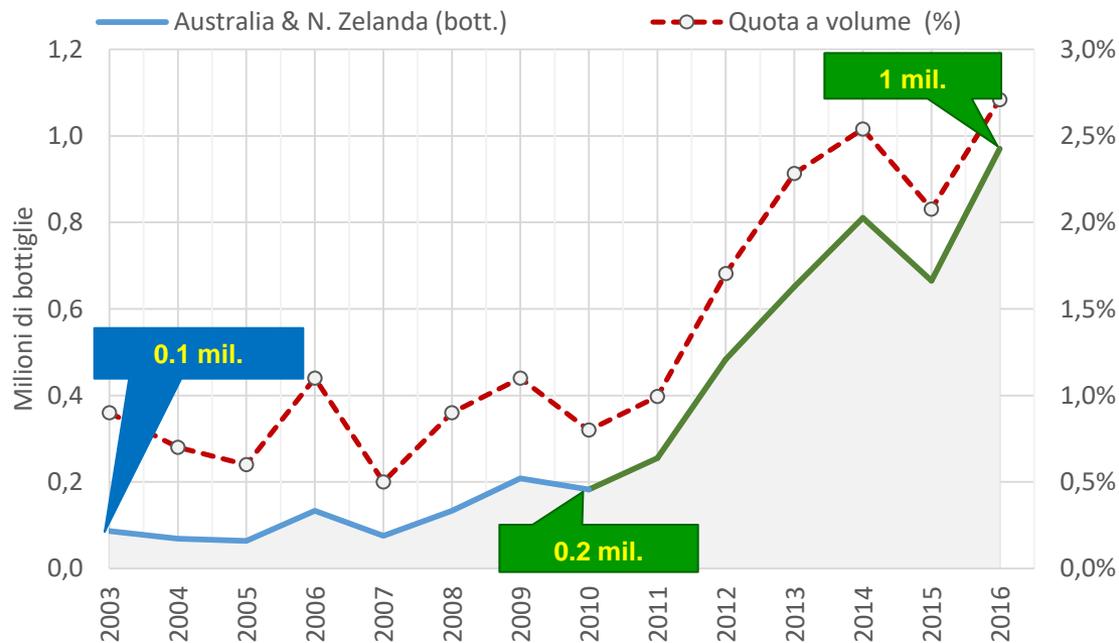
## CANADA (VOLUME), 2003-2016



Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le destinazioni: principali Paesi esteri

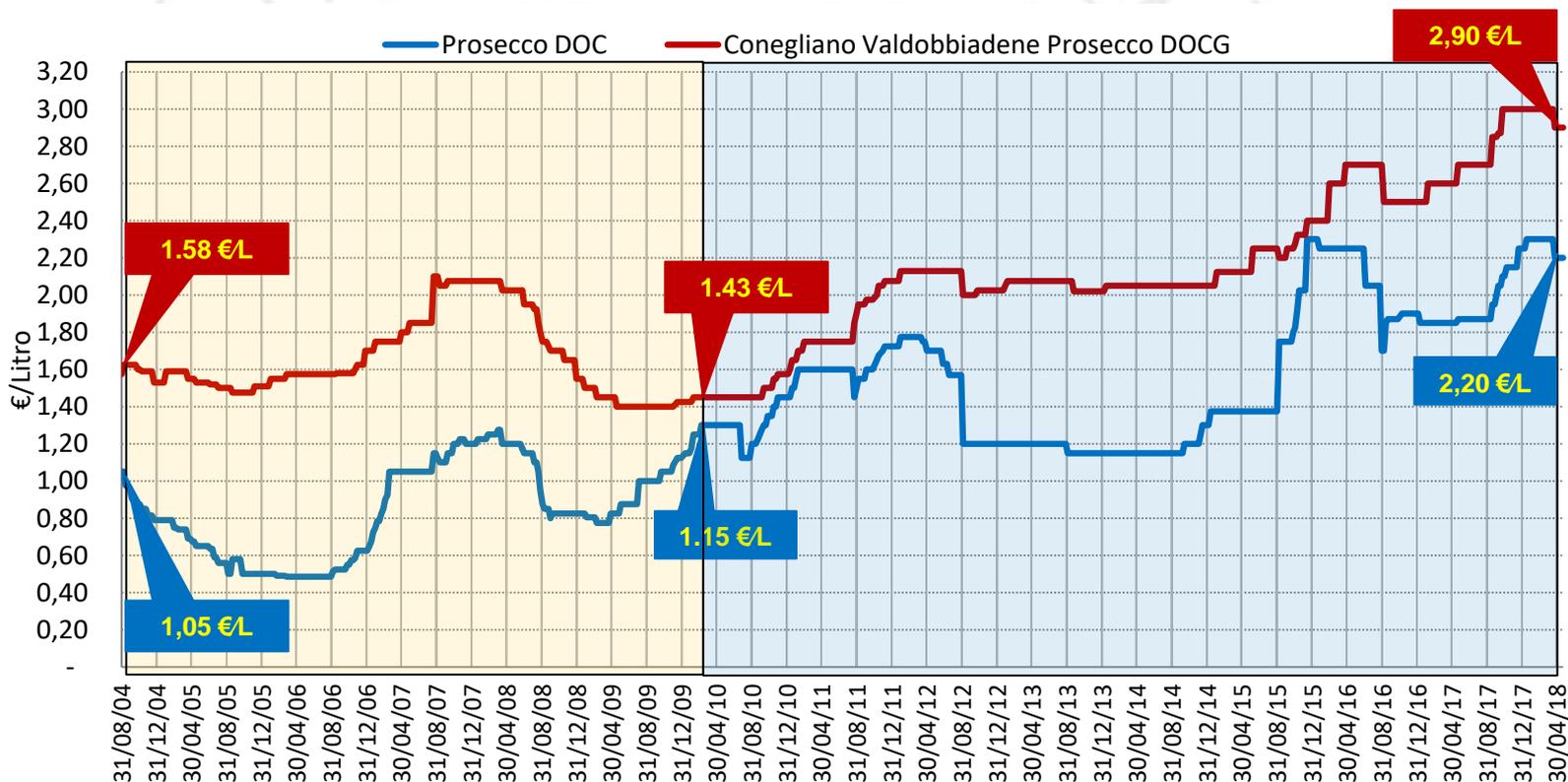
**AUSTRALIA E N. ZELANDA (VOLUME), 2003-2016**



Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Prezzi: andamento nel mercato dello sfuso

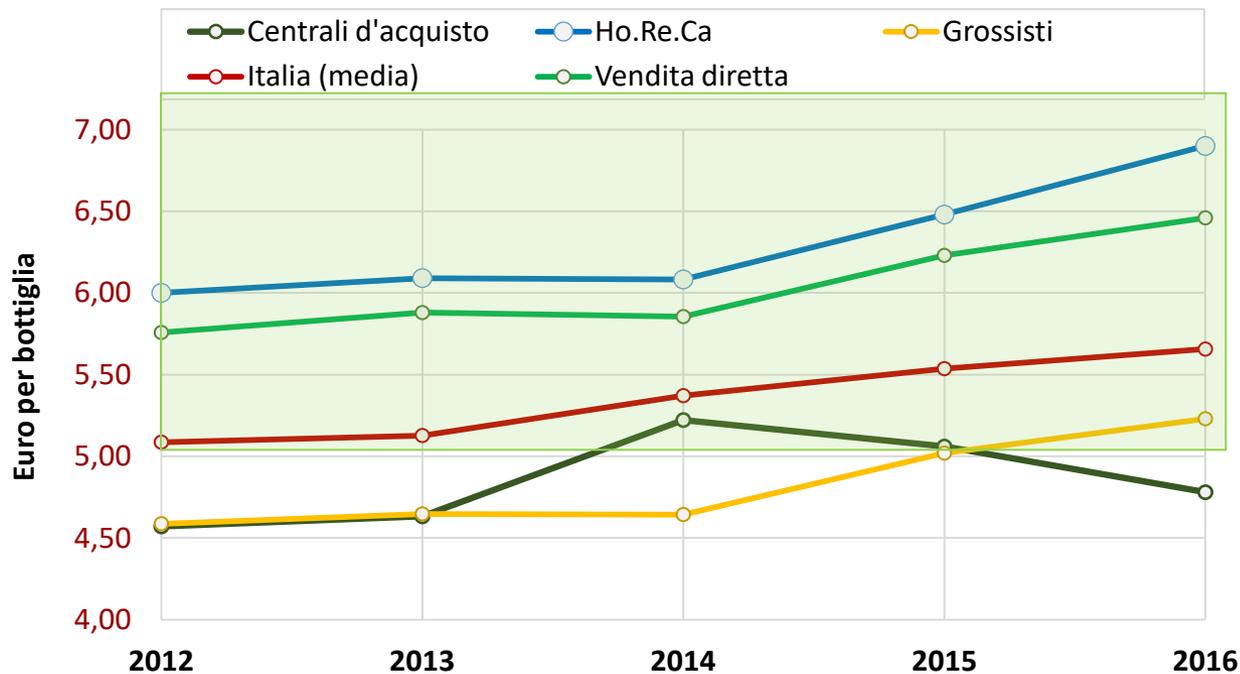
**CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO (€L), 2004 (Ago)-2018 (Mag)**



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Camera di Commercio di Treviso., Borsa Merci

# Prezzi: andamento per canali in Italia

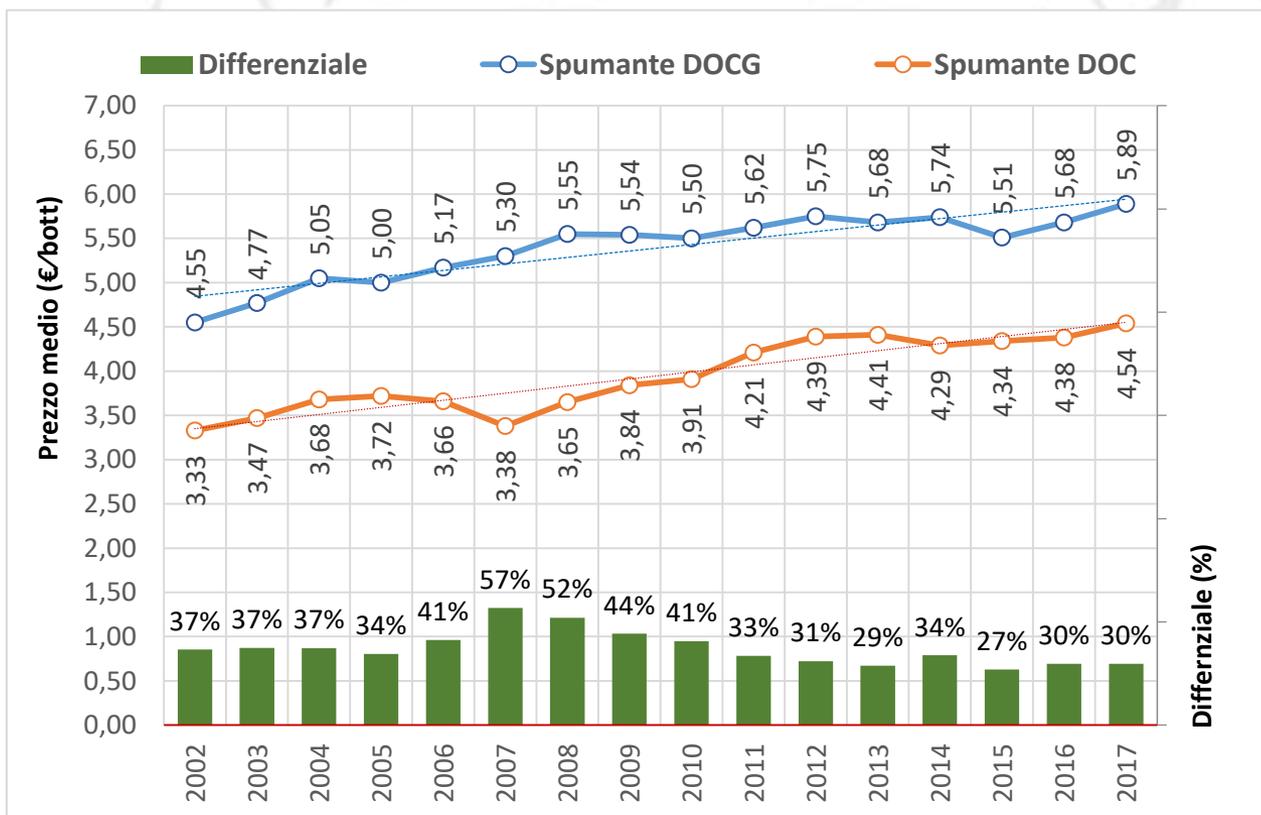
**PROSECCO SUPERIORE DOCG** (€ /bott.), 2012-2016



Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Prezzi: andamento nella GDO italiana

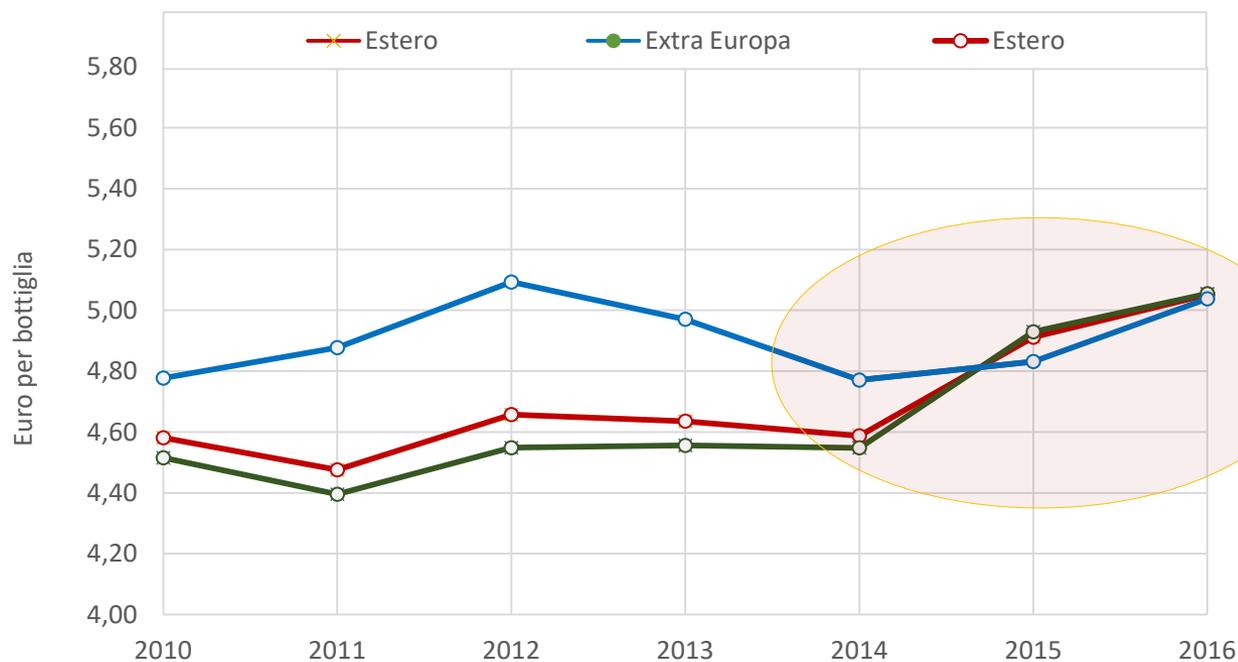
**PROSECCO SUPERIORE DOCG** (€ /bott.), 2002-2017 (AT Dic.)



Source: elaborazione: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018, su dati Iri Infoscan

# Prezzi: andamento all'estero

**PROSECCO SUPERIORE DOCG** (€ /bott.), 2010-2016



Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018

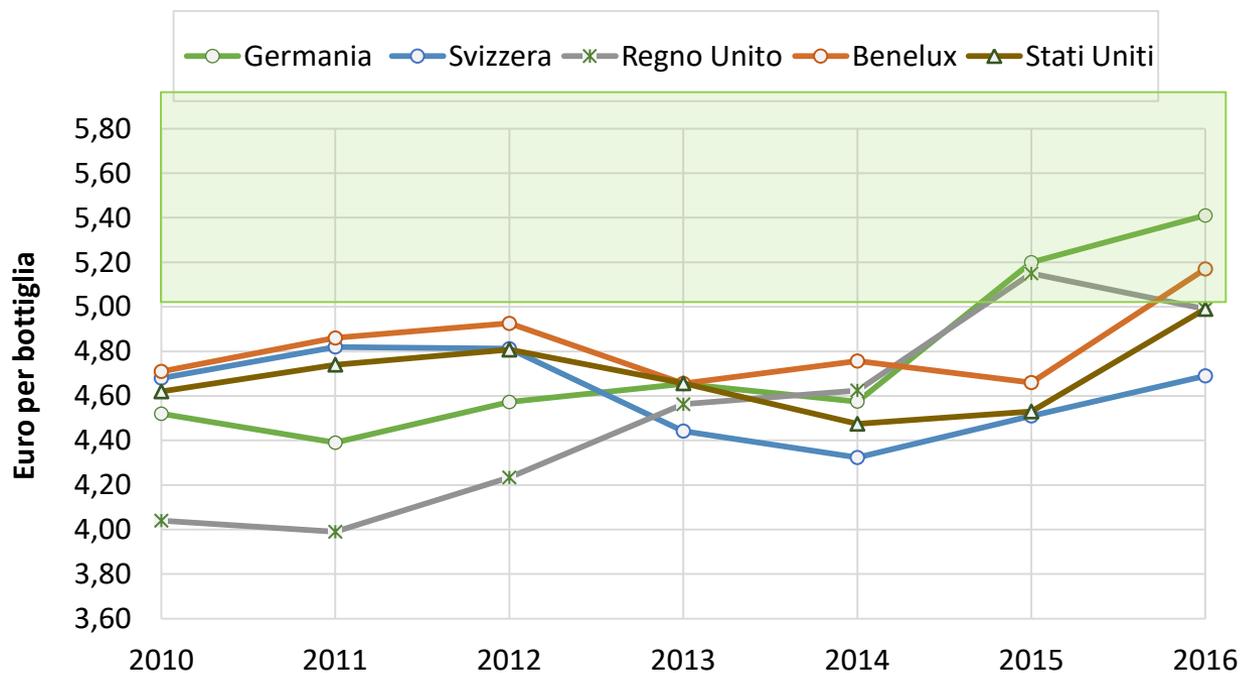


CEIITHO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO



# Prezzi: principali mercati esteri

**PROSECCO SUPERIORE DOCG** (€ /bott.), 2010-2016

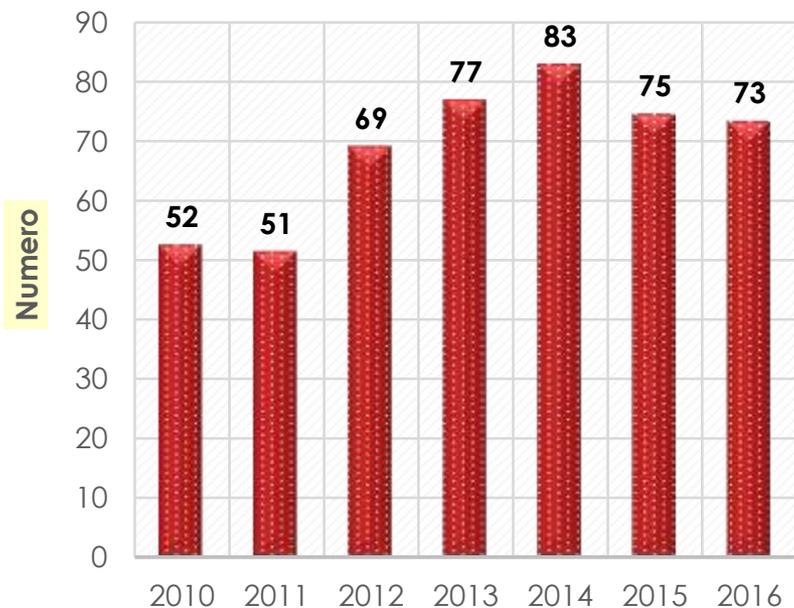


Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# La comunicazione: estero

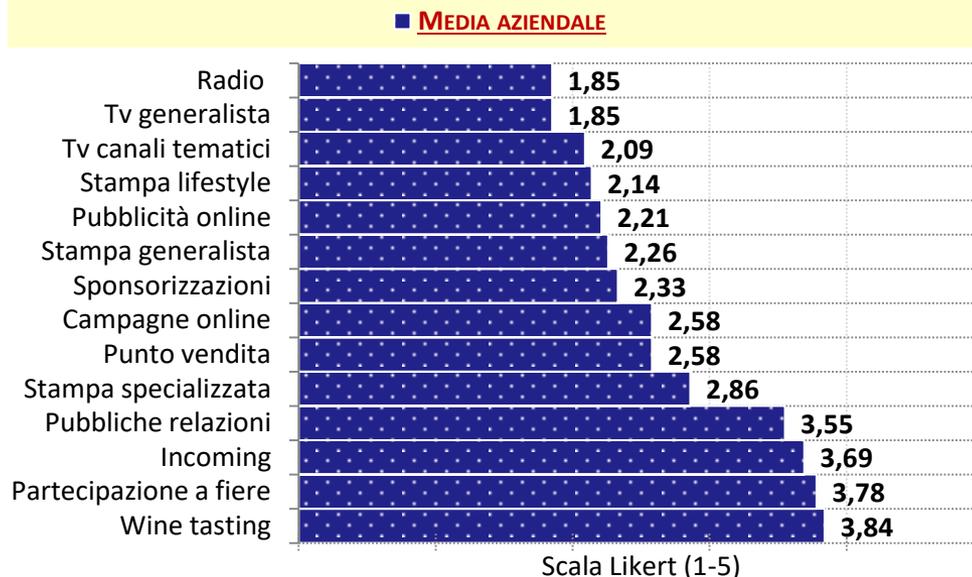
**NUMERO AZIENDE SPUMANTISTICHE VOLTE ALLA COMUNICAZIONE ESTERA\*\*, 2010-2016**

**RILEVANZA DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE, 2016**



Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

\*\* Con programmi di co-finanziamento dell'Unione Europea



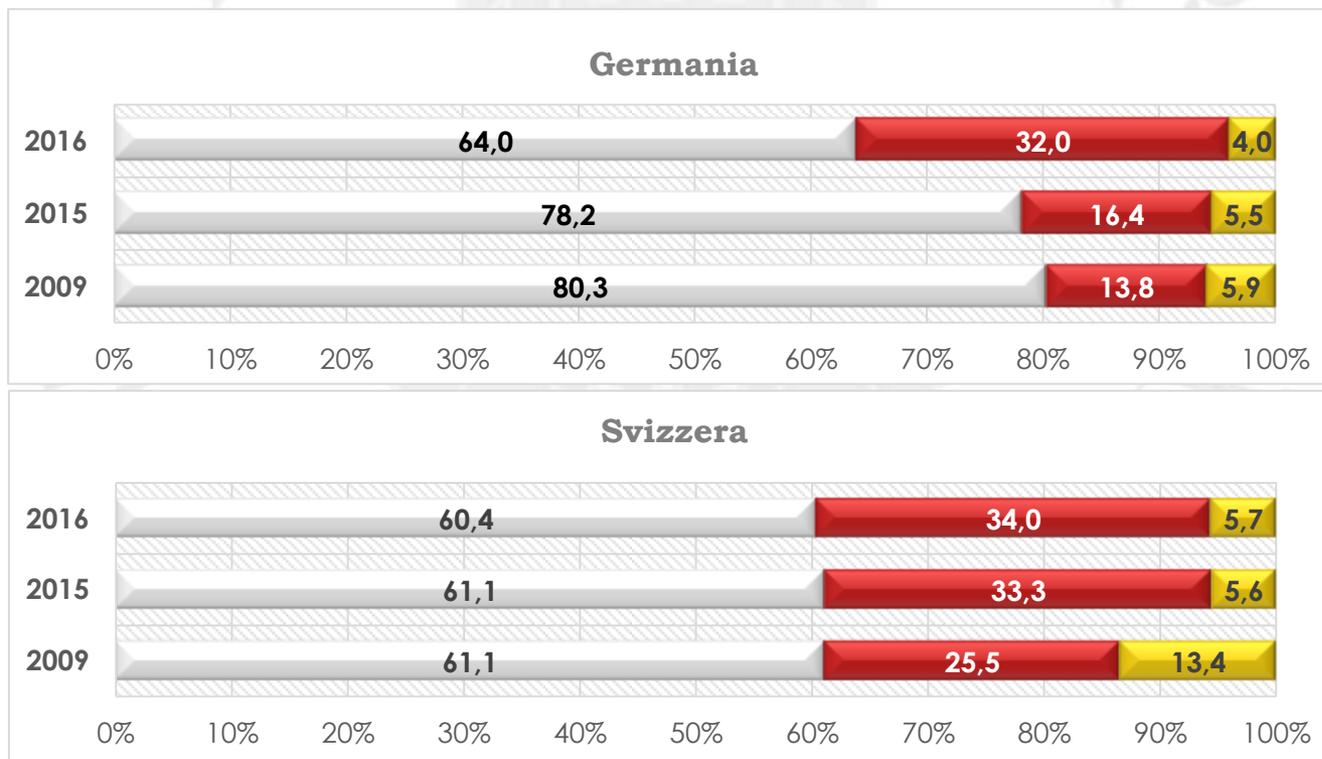
## Scala dei punteggi.

- 1= Per nulla importante
- 2= Poco importante
- 3= Abbastanza importante
- 4= Importante
- 5= Estremamente importante

# La comunicazione: **principali mercati esteri**

OBIETTIVI DELLE STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE PER SINGOLO MERCATO, 2009-

■ Stabilizzazione      ■ Sviluppo      ■ Ingresso

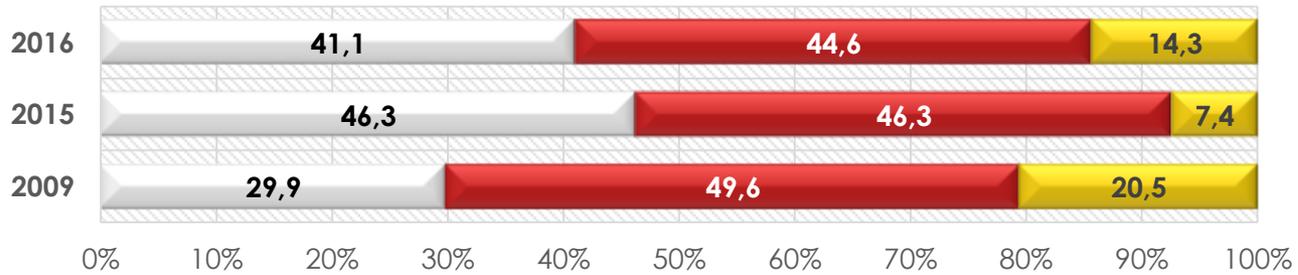


■ Stabilizzazione

■ Sviluppo

■ Ingresso

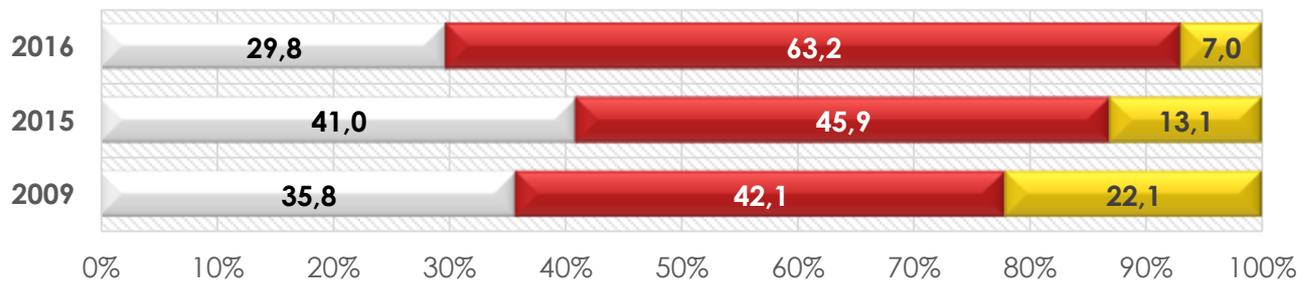
### Regno Unito



### Canada



### Stati Uniti



Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018



CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO

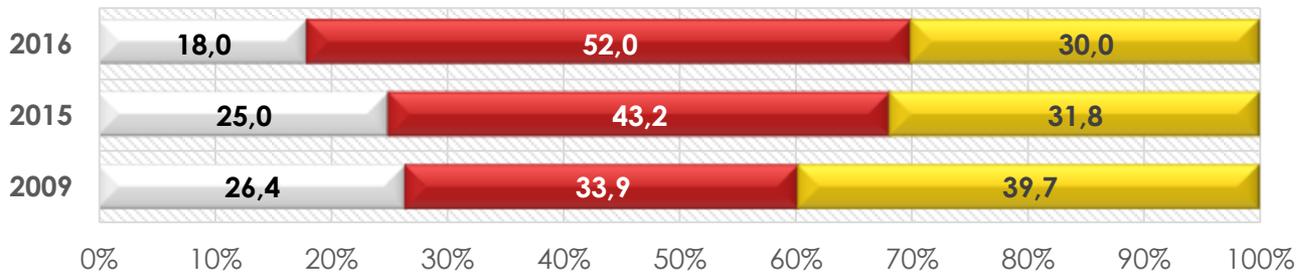


■ Stabilizzazione

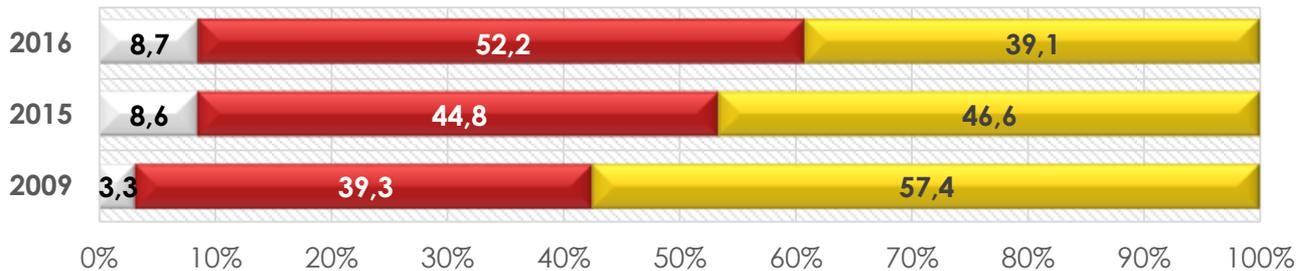
■ Sviluppo

■ Ingresso

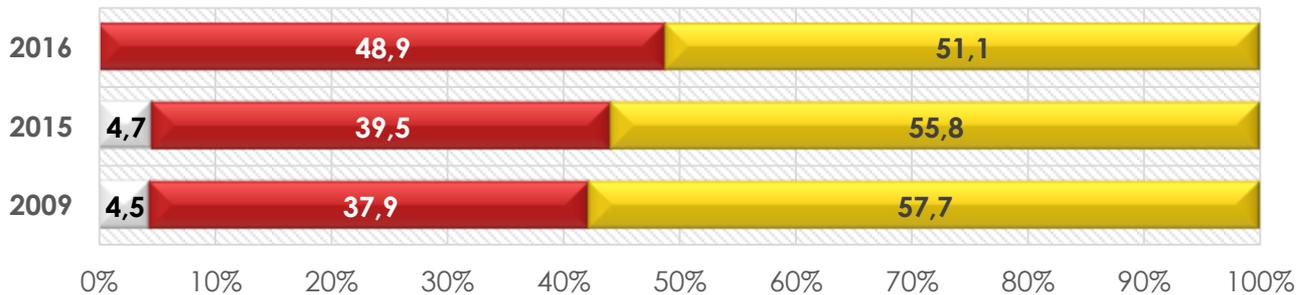
### Giappone



### Federazione russa



### Cina



Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

Conegliano, il Prosecco, i Carpenè  
Il marketing  
PROF. VASCO BOATTO, CONEGLIANO – 9 GIUGNO, 2018

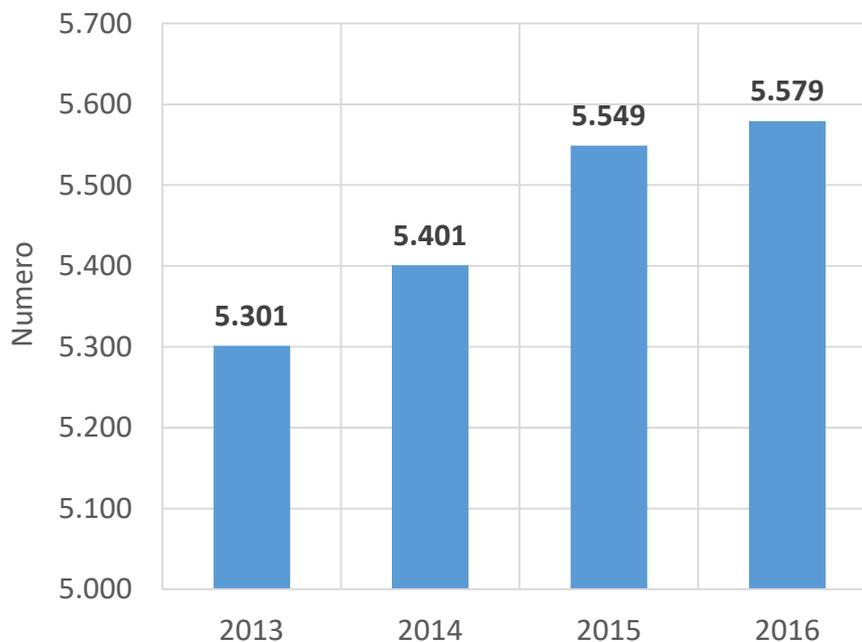


CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA  
IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
C.I.R.V.E., CONEGLIANO

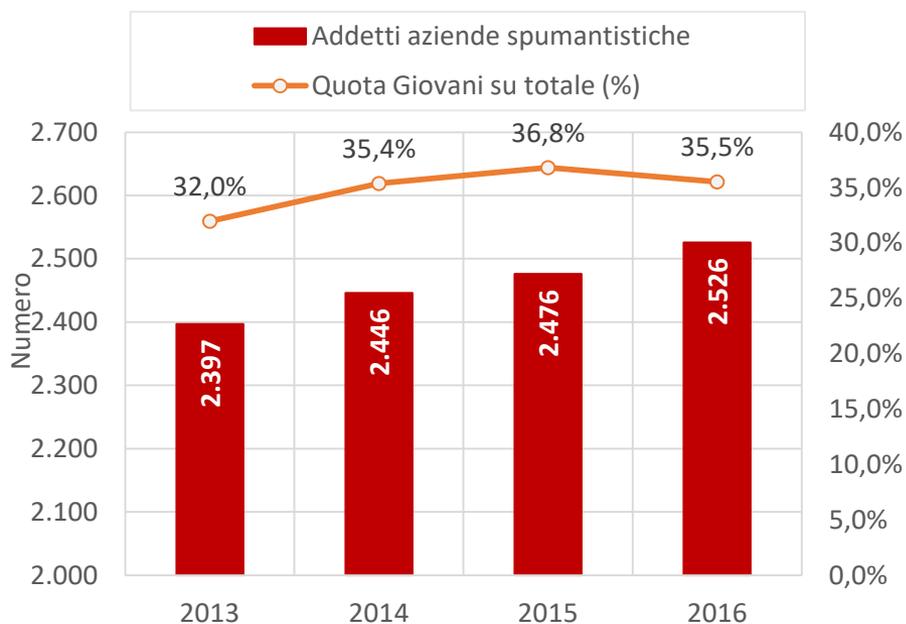


# Le persone: totale addetti e giovani

ADDETTI TOTALI, 2013-2016



GIOVANI\*, 2013-2016

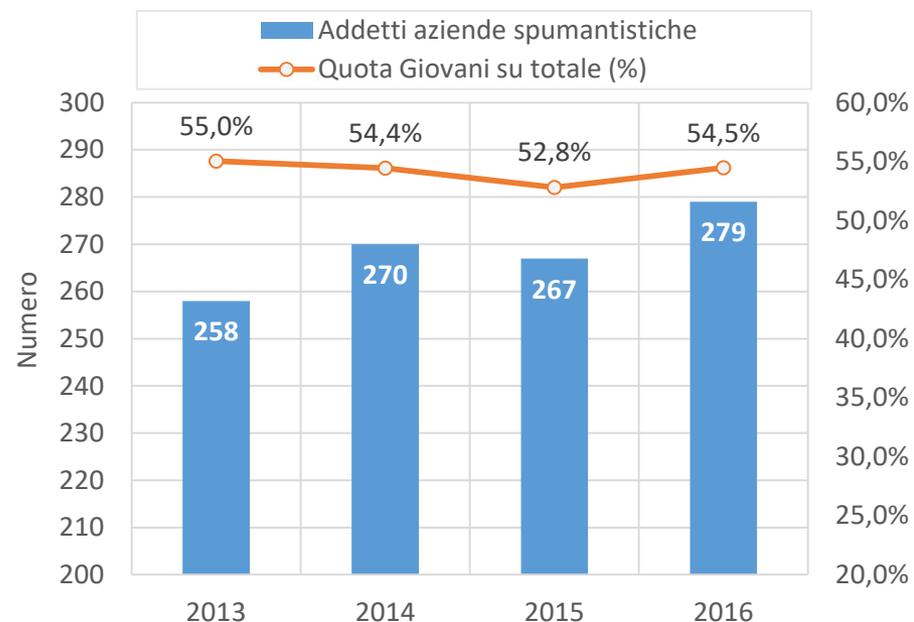
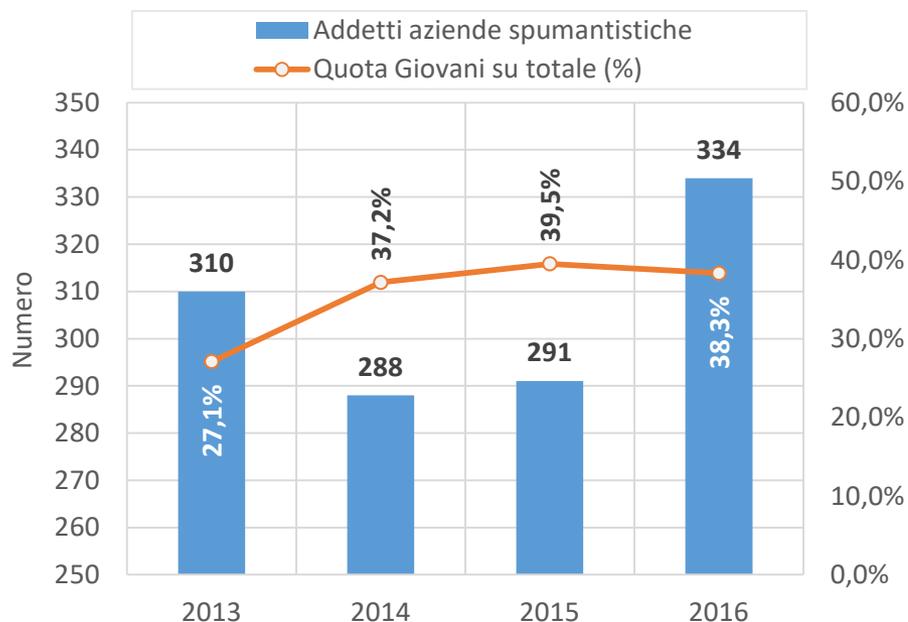


\* Dato riferito alle case spumantistiche Docg  
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le persone: addetti per mansione

IN VIGNETO\*, 2013-2016

ENOLOGI\*, 2013-2016

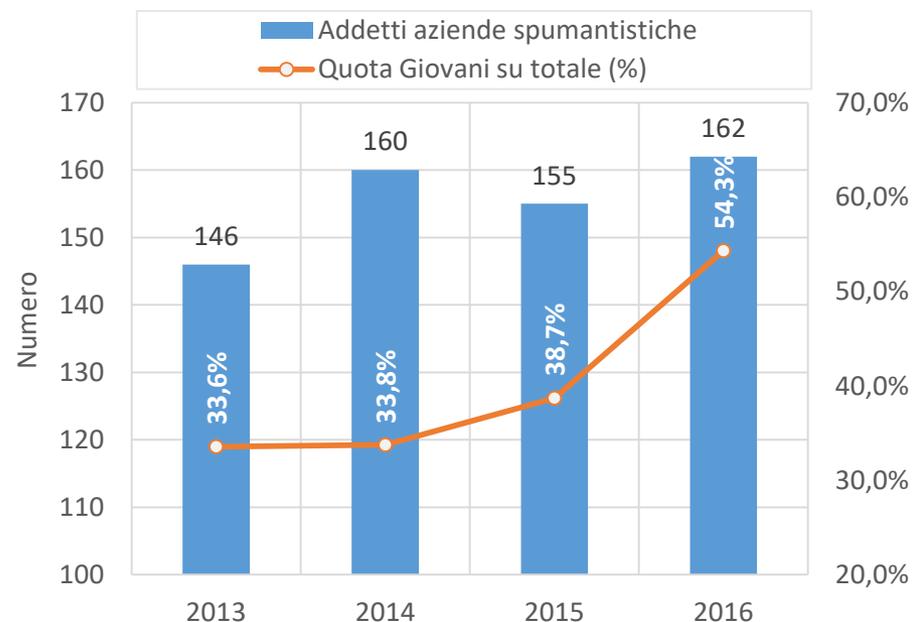
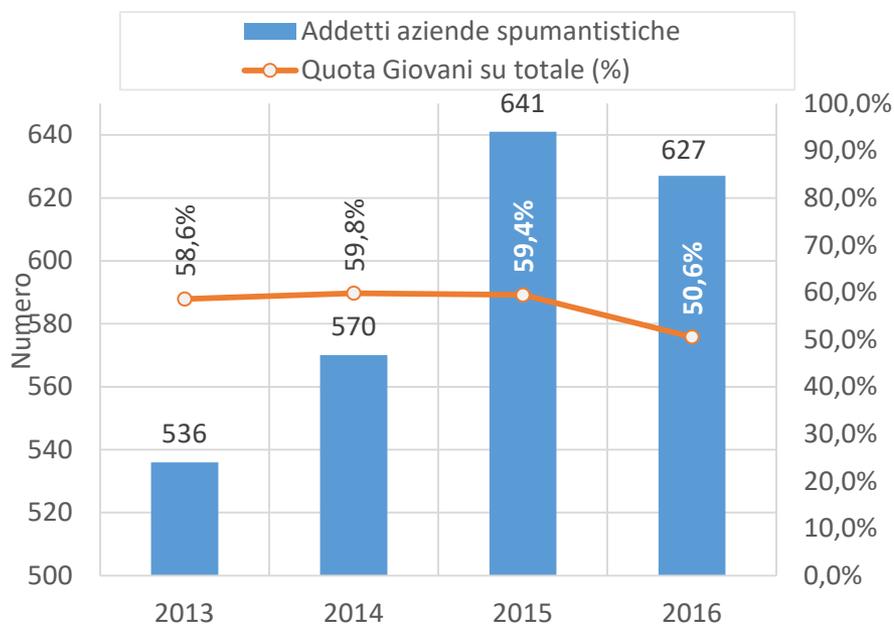


\* Dato riferito alle case spumantistiche Docg  
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le persone: addetti per mansione

AMM. & COMMERCIALE\*, 2013-2016

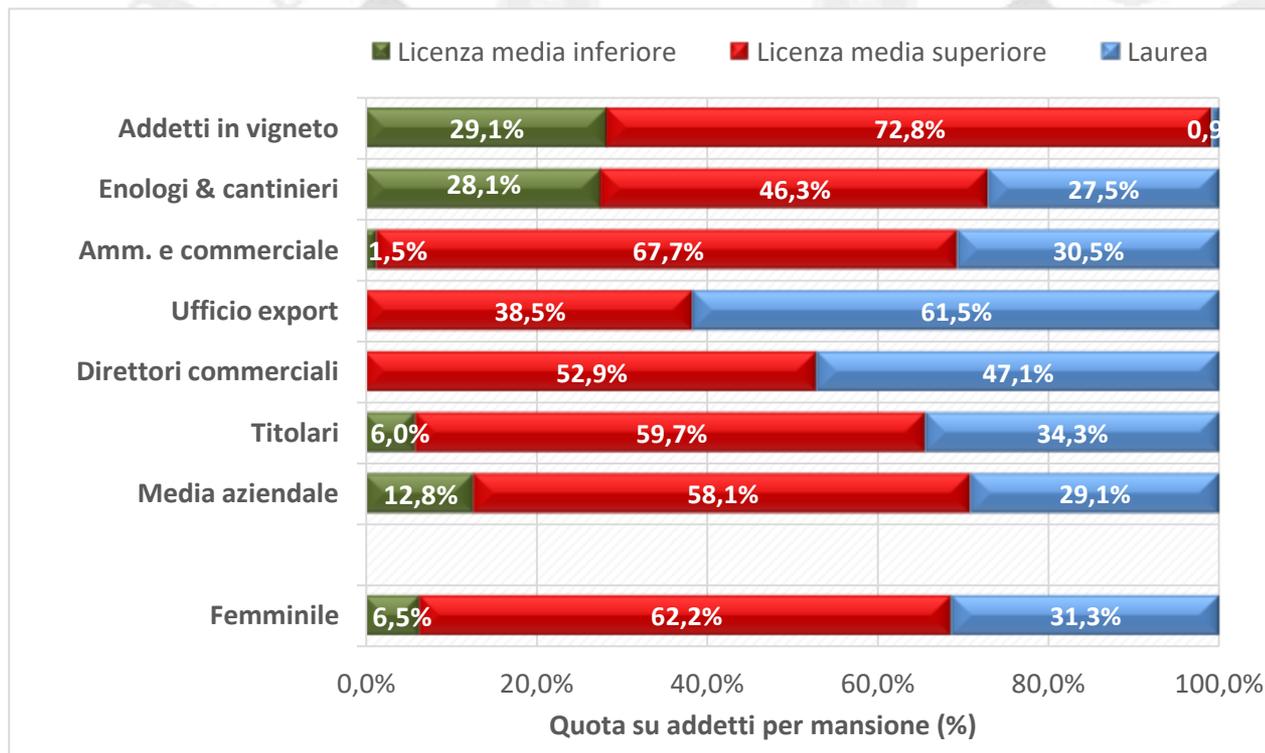
UFFICIO EXPORT\*, 2013-2016



\* Dato riferito alle case spumantistiche Docg  
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Le persone: giovani per livello di formazione

**NUMERO ADDETI A TEMPO PIENO\*, 2016**

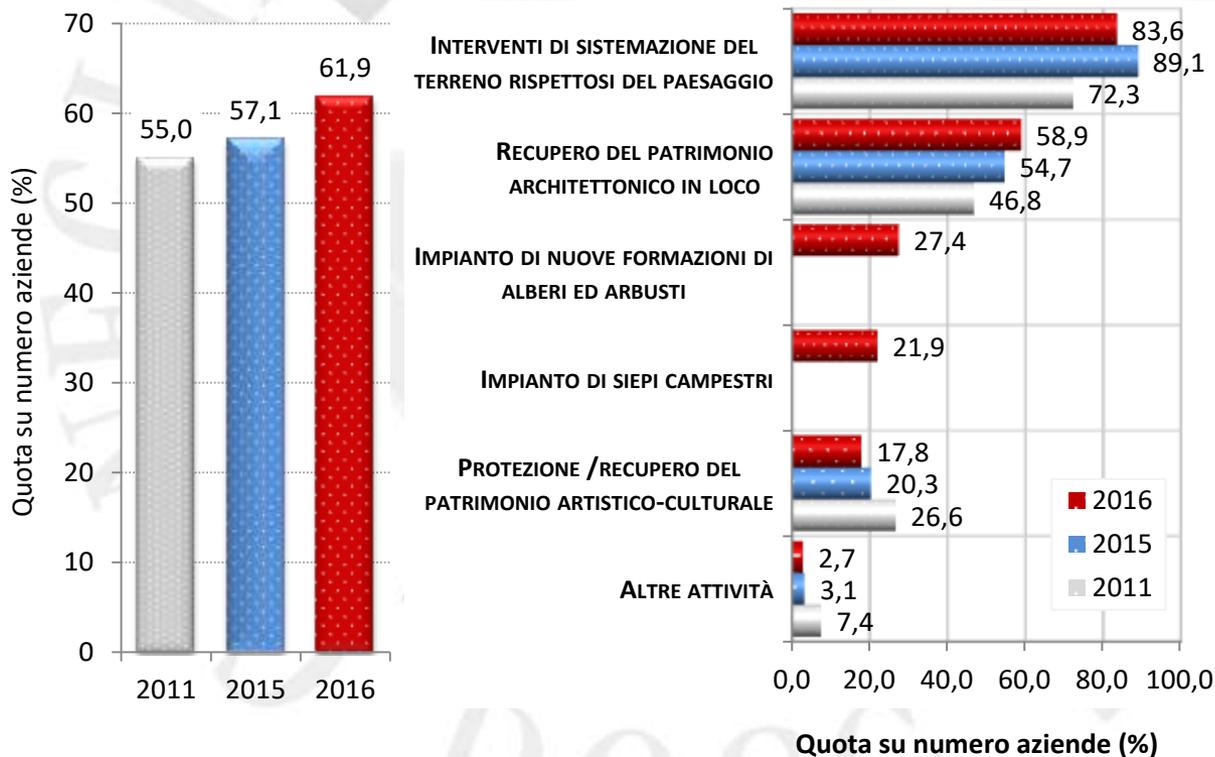


\* Dato riferito alle case spumantistiche Docg

Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# L'ambiente: sostenibilità ambientale

## CREAZIONE DI ESTERNALITÀ POSITIVE\*, 2011-2016

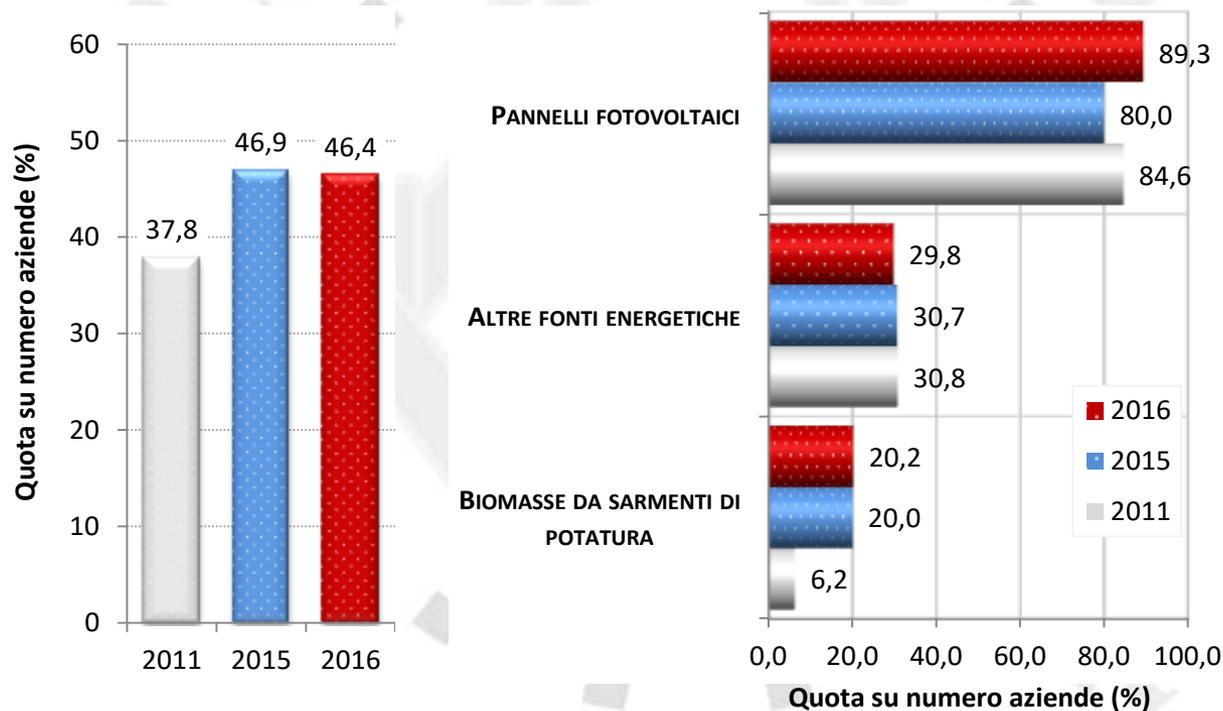


\* Dato riferito alle case spumantistiche con vigneti ricadenti in area Docg

Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

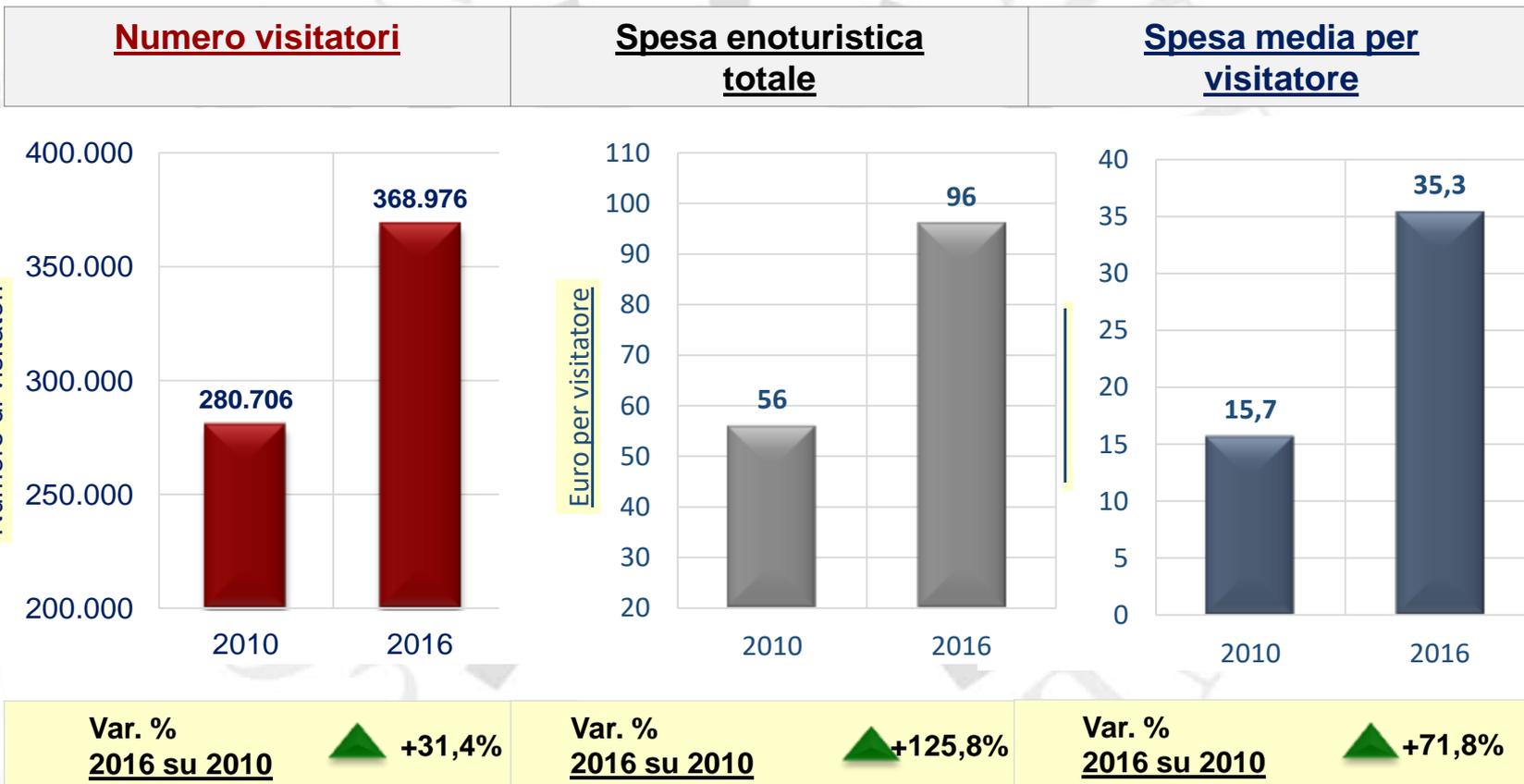
# L'ambiente: **sostenibilità ambientale**

## CREAZIONE DI ESTERNALITÀ POSITIVE\*, 2011-2016



\* Dato riferito alle case spumantistiche Docg  
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Il territorio: sviluppo dell'enoturismo\*



\* Dato riferito alle case spumantistiche Docg  
Source: C.I.R.V.E., Conegliano, 2018

# Il futuro del Prosecco

## LE STRATEGIE DI MEDIO E LUNGO PERIODO:



### Rischi:

- Tutela e difendibilità dell'immagine e del posizionamento

### Le strategie:

- Collocazione distintiva nel marketing degli spumanti
- Scelta del mix di comunicazione più efficace

### Rischi:

- I grandi Gruppi del Vino: → ricercano le posizioni più redditizie e durature, agendo su Comunicazione e pressione distributiva
- Competizione focalizzata su *Image* e *marketing & sales*

### Le strategie:

- Visione strategica di medio e lungo periodo
- Radicare l'Immagine unica e distintiva del Prosecco
- Sostenere i produttori storici, testimoni di autenticità



UNIVERSITY OF PADOVA

**RESEARCH CENTER FOR THE VITICULTURE AND OENOLOGY (C.I.R.V.E.)**

Via XXVIII Aprile, 14 - 31015 Conegliano (TV) - Italy

Phone: +39 0438 450 475

Fax: +39 0438 453 736

<http://www.scuolaenologica.unipd.it>

**Grazie per l'attenzione**