



progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari  
1^annualità



FILIERE

latte  
vino  
olio  
florovivaistica  
miele e dolciario  
tabacco  
cereali  
carni  
ortofrutta - conserve

Attuazione allegato 16 all'Accordo Quadro "Adempimenti posti a capo del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali"  
BURC n. 33 del 15-07-02



Comune di  
Benevento



Ministero delle Politiche  
Agricole e Forestali



**FILIERA VINO**

---

Documento a cura di:  
**Giovino Carpenella, Mariagrazia De Gregorio, Antonella Micco, Gianluca Simaldone,**

Il § 1.3.2 è stato predisposto da:  
**Pietro Spennati**

Le cartografie sono state predisposte da:  
**Florinda Costanzo, Giovanni Piacquadio, Caterina Scalise**

Il § 2.2.1 e le check-list sono state predisposte da:  
Dipartimento di Scienze del Suolo, della Pianta e dell'Ambiente dell'Università Federico II di  
Napoli in attuazione della convenzione con il PRUSST "Calidone" del 08.06.2004

Ricercatori:  
**Maria Teresa Fontanarosa, Giuseppe Mazza, Graziella Petrillo**  
Responsabile scientifico:  
**Domenico Carputo**

Predisposizione dati aziende aderenti al progetto:  
**Valeria Acierno, Stefano Bardari, Rossella Del Basso**

Coordinatore PRUSST "Calidone":

per la predisposizione del documento di filiera:  
**Massimo Ciampi**

per la predisposizione cartografica:  
**Cosimo Damiano Schipani**

per la predisposizione dati sulle aziende:  
**Daniela Palombi**

Documento validato ed integrato, nelle riunioni del 14 e 15 gennaio 2004,  
dai Consulenti Senior:

**Antonio Angeloni, Francesco Aversano, Roberto Comolli,  
Luigi Frusciantè, Antonio Pasquale Leone,  
Pasquale Lombardi, Massimo Manenti, Francesco Scala**

Direzione del "Progetto Pilota per l'implementazione delle filiere agroalimentari":  
**Giancarlo Pepe, Massimo Resce**

Responsabile del Procedimento PRUSST "Calidone":  
**Franco Terracciano**

Referente MIPAF:  
**Maria Severina Liberati**



## SOMMARIO

<b>SEZIONE 1. IL SETTORE DI INTERVENTO</b>	<b>4</b>
1.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SETTORE.	4
1.1.1 <i>Descrizione politiche di intervento di settore: WTO-PAC-OCM</i>	8
1.2 IL MERCATO DI RIFERIMENTO	11
1.2.1 <i>Dimensioni del mercato internazionale e nazionale.</i>	11
1.2.1 <i>Dimensioni del mercato regionale</i>	18
1.2.3 <i>"Le strade del vino" e l'enoturismo in Campania</i>	32
1.2.4 <i>Analisi dei canali distributivi</i>	34
1.2.5 <i>Analisi dei consumi.</i>	36
1.2.6 <i>Analisi dei prezzi.</i>	37
1.2.7 <i>Concorrenza territoriale (UE ed extra UE).</i>	39
1.3 AMBITO DI RIFERIMENTO	42
1.3.1 <i>Descrizione del territorio di riferimento.</i>	42
1.3.2 <i>Dati economici locali</i>	47
1.3.2.1 <i>La Produzione Lorda Vendibile della viticoltura in Provincia di Benevento</i>	53
1.3.2.2 <i>Indice standardizzato di specializzazione produttiva</i>	55
1.3.2.3 <i>Un modello di specializzazione produttiva territoriale</i>	59
<b>SEZIONE 2. PROGETTO PILOTA</b>	<b>68</b>
2.1 LE IMPRESE ADERENTI AL PROGETTO PILOTA	68
2.1.1 <i>Descrizione sinottica delle imprese</i>	71
2.2 LA FILIERA LOCALE	78
2.2.1 <i>Risultati del monitoraggio di primo livello.</i>	81
2.2.3 <i>Grado di completezza filiera e di integrazione di filiera. Flow-sheet di filiera.</i>	88
2.2.4 <i>Aspetti normativi.</i>	92
2.2.5 <i>Elementi di tracciabilità</i>	93
2.3 ANALISI SWOT	95
<b>SEZIONE 3. STRATEGIA</b>	<b>97</b>
3.1 LA STRATEGIA SCATURENTE DALL'ANALISI S.W.O.T.	97
3.2 OBIETTIVI SPECIFICI	99
3.3 PLANNING INTERVENTI DI SUPPORTO PER LA STRUTTURAZIONE DI FILIERA	99
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>102</b>
<b>ALLEGATI - Vari</b>	
ALLEGATO 1: SCHEDE AZIENDE	
ALLEGATO 2:	
A) CHEK-LIST DI I LIVELLO- SETTORE PRODUZIONE	
B) CHEK-LIST DI I LIVELLO- SETTORE TRASFORMAZIONE	
C) CHEK-LIST DI I LIVELLO- SETTORE COMMERCIALIZZAZIONE	
D) RISULTATI MONITORAGGI	
ALLEGATO 3: NORMATIVA DI RIFERIMENTO	

FILIERA VINO

**INDICE DELLE TABELLE**

TABELLA 1- PRODUZIONE MONDIALE DI VINO DA TAVOLA-ANNI 1998/2003	4
TABELLA 2- PRODUZIONE MONDIALE DEI VINI DI QUALITÀ-ANNI 1998/2003	5
TABELLA 3- SUPERFICIE VITATA E PRODUZIONE DI VINO IN EUROPA NEL 1998	11
TABELLA 4- SUPERFICIE VITATA E PRODUZIONE IN ITALIA	12
TABELLA 5-PRODUZIONE DI VINO IN ITALIA	13
TABELLA 6-VINI DOCG, DOC E IGT	15
TABELLA 7- SUPERFICIE VITATA E DI PRODUZIONE D'UVA DA TAVOLA NELLE PROVINCE CAMPANE- 2003	23
TABELLA 8- PRODUZIONE TOTALE E RACCOLTA DI UVA DA TAVOLA NELLE PROVINCE CAMPANE- 2003	23
TABELLA 9- SUPERFICIE TOTALE E RACCOLTA DI UVA DA VINO NELLE PROVINCE CAMPANE- 2003	24
TABELLA 10- PRODUZIONE E RACCOLTA DI UVA DA VINO NELLE PROVINCE CAMPANE- 2003	24
TABELLA 11- QUANTITÀ DI UVA RACCOLTA NELLE PROVINCE CAMPANE- 2003	25
TABELLA 12- VINO PRODOTTO NELLE PROVINCE CAMPANE- 2003	25
TABELLA 13- PRODUZIONE VINI DOCG E DOC NELLE PROVINCE CAMPANE	26
TABELLA 14- PRODUZIONE VINI IGT NELLE PROVINCE CAMPANE	26
TABELLA 15- PRODUZIONE VINI DA TAVOLA NELLE PROVINCE CAMPANE	26
TABELLA 16- PRODUZIONE VINI DOC, DOCG E IGT NELLE PROVINCE CAMPANE	28
TABELLA 17- PRODUZIONE VINI REGIONALI IN HL E IN %	28
TABELLA 18- PESO DEI CANALI DISTRIBUTIVI IN VOLUME	35
TABELLA 19 PREZZI DEI VINI	38
TABELLA 20- PREZZI ALL'ORIGINE DEI VINI ITALIANI (ESPRESSI IN €/100 KG)	39
TABELLA 21- TREND PRODUTTIVO DEI PRINCIPALI PAESI PRODUTTORI	40
TABELLA 22- IMPORTAZIONI DEGLI USA	41
TABELLA 23- VITICOLTURA IN PROVINCIA DI BENEVENTO- DATI PER COMUNE	48
TABELLA 24- SUPERFICIE VITICOLA (COMPLESSIVA E DOC) ESPRESSA IN HA, NELLA PROVINCIA DI BENEVENTO PER CIRCOSCRIZIONI STATISTICHE - 2004	50
TABELLA 25- SUPERFICIE VITICOLA (COMPLESSIVA E DOC) PER CIRCOSCRIZIONE, NELLA PROVINCIA DI BENEVENTO - VALORI % ANNO 2004	51
TABELLA 26-COMUNI CON MAGGIORE SUPERFICIE VITATA ( RANK E FREQUENZE CUMULATE )	52
TABELLA 27-COMUNI A MAGGIOR VOCAZIONE VITICOLA DOC ( RANK E FREQUENZE CUMULATE )	53
TABELLA 28- PLV DEL COMPARTO VITIVINICOLO E DELLE COLTIVAZIONI LEGNOSE IN PROVINCIA DI BENEVENTO – (MIGLIAIA DI EURO)	54
TABELLA 29- INCIDENZA DELLA PLV DI COMPARTO RISPETTO ALLA PLV DI CAMPANIA E ITALIA – ( % )	54
TABELLA 30- INCIDENZA DELLA PLV DI COMPARTO RISPETTO ALLA PLV TOTALE DEL SETTORE AGRICOLO IN PROVINCIA DI BENEVENTO( % )	55
TABELLA 31- VITICOLTURA IN PROVINCIA DI BENEVENTO - INDICE DI SPECIALIZZAZIONE PRODUTTIVA	57
TABELLA 32 -VITICOLTURA DOC IN PROVINCIA DI BENEVENTO - INDICE DI SPECIALIZZAZIONE PRODUTTIVA	58
TABELLA 33-ELENCO AZIENDE	69
TABELLA 34-PREZZI PRATICATI DAI DISTRIBUTORI (GENNAIO 2005)	71
TABELLA 35-PREZZI PRATICATI DAI DISTRIBUTORI (GENNAIO 2005)	73
TABELLA 36-PREZZI PRATICATI DAI DISTRIBUTORI (GENNAIO 2005)	74
TABELLA 37-MONITORAGGI EFFETTUATI	79
TABELLA 38-LISTA CAMPIONI	80
TABELLA 39- ANALISI SWOT DELLA FILIERA "VINO"	96

**INDICE DELLE FIGURE**

FIGURA 1- TREND DELLA PRODUZIONE MONDIALE DI VINO DA TAVOLA-ANNI 1998/2003	5
FIGURA 2- TREND DELLA PRODUZIONE MONDIALE DI VINO DI QUALITÀ- ANNI 1998/2003	6
FIGURA 3-DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER PROVINCIA DELLA SUPERFICIE VITATA REGIONALE	22
FIGURA 4-TIPOLOGIE DI VINO PRODOTTE IN CAMPANIA	29
FIGURA 5- SCATTER DIAGRAM	64
FIGURA 6-ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLE AZIENDE MONITORATE DI PRODUZIONE PRIMARIA DELLA FILIERA VITI-VINICOLA	83
FIGURA 7- MEDIA SINTETICA DEI GIUDIZI DELLE AZIENDE DI PRODUZIONE PRIMARIA DELLA FILIERA VINO MONITORATE	83
FIGURA 8- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA AMBIENTE MICROAREA SUOLO	84
FIGURA 9- MEDIA SINTETICA DEI GIUDIZI: MACROAREA AMBIENTE MICROAREA SUOLO.	84
FIGURA 10- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA COLTIVAZIONE MICROAREA DIFESA.	85

FILIERA VINO

---

FIGURA 11- MEDIA SINTETICA DEI GIUDIZI: MACROAREA COLTIVAZIONE MICROAREA DIFESA.	85
FIGURA 12- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA RACCOLTA MICROAREA CONDIZIONI.	86
FIGURA 13- MEDIA SINTETICA DEI GIUDIZI: MACROAREA RACCOLTA MICROAREA CONDIZIONI	86
FIGURA 14- ANDAMENTO GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA ECONOMIA MICROAREA CONDIZIONI.	87
FIGURA 15- MEDIA SINTETICA DEI GIUDIZI: MACROAREA ECONOMIA MICROAREA CONDIZIONI.	87
FIGURA 16- FLOW-SHEET DELLA FILIERA DEL VINO	91

## SEZIONE 1. IL SETTORE DI INTERVENTO

### 1.1 Descrizione generale del settore.

La viticoltura europea, prima nella classifica mondiale per superficie, produzione e consumi, rappresenta una risorsa agricola fondamentale per molte regioni e una quota importante della produzione agricola in diversi Stati membri.

Analizzando il trend mondiale della produzione di vino da tavola e di qualità, emerge la situazione di crisi in cui versa il settore, ma si apprezza il primato che l'Europa detiene quale primo paese produttore di vino a livello mondiale, distaccandosi da questa situazione di crisi produttiva.

Si procede, pertanto, all'analisi dell'andamento produttivo mondiale del settore vino, distinguendo in "produzione di vino da tavola" e "produzione di vino di qualità".

Come si evince dalla tabella e dal grafico sottostanti, la produzione mondiale di vino da tavola, negli ultimi anni, sta avendo una continua e sensibile diminuzione in termini produttivi, sia per le avversità climatiche e la progressiva riduzione della superficie vitata che per la poca disponibilità occupazionale del settore.

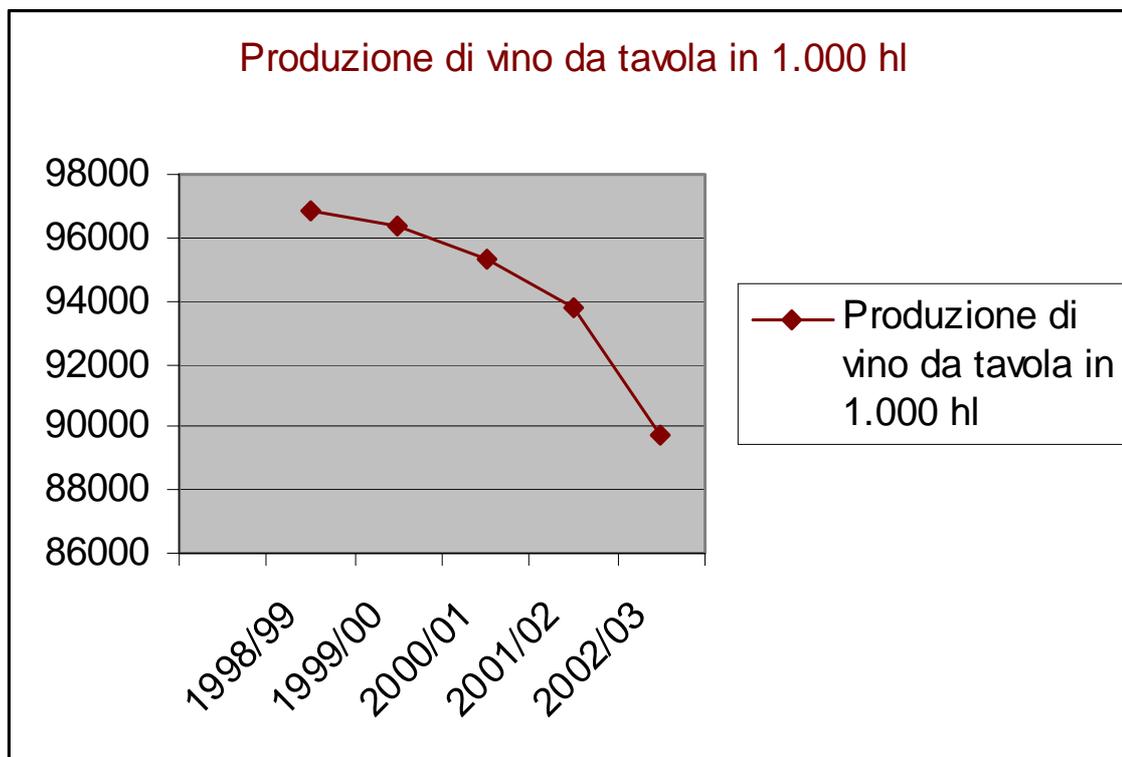
**Tabella 1- Produzione mondiale di vino da tavola-anni 1998/2003**

Anno	Produzione di vino da tavola in 1.000 hl
1998/99	96.840
1999/00	96.361
2000/01	95.272
2001/02	93.735
2002/03	89.715

*Unione Europea 2003*

FILIERA VINO

Figura 1- Trend della produzione mondiale di vino da tavola-anni 1998/2003



Unione Europea 2003

Dalla tabella e dal grafico seguenti si evince, per gli anni dal 1998 al 2000, un aumento della produzione mondiale dei vini di qualità, dovuta ad una maggiore propensione da parte dei consumatori nell'acquisto di vini certificati e, sicuramente, controllati.

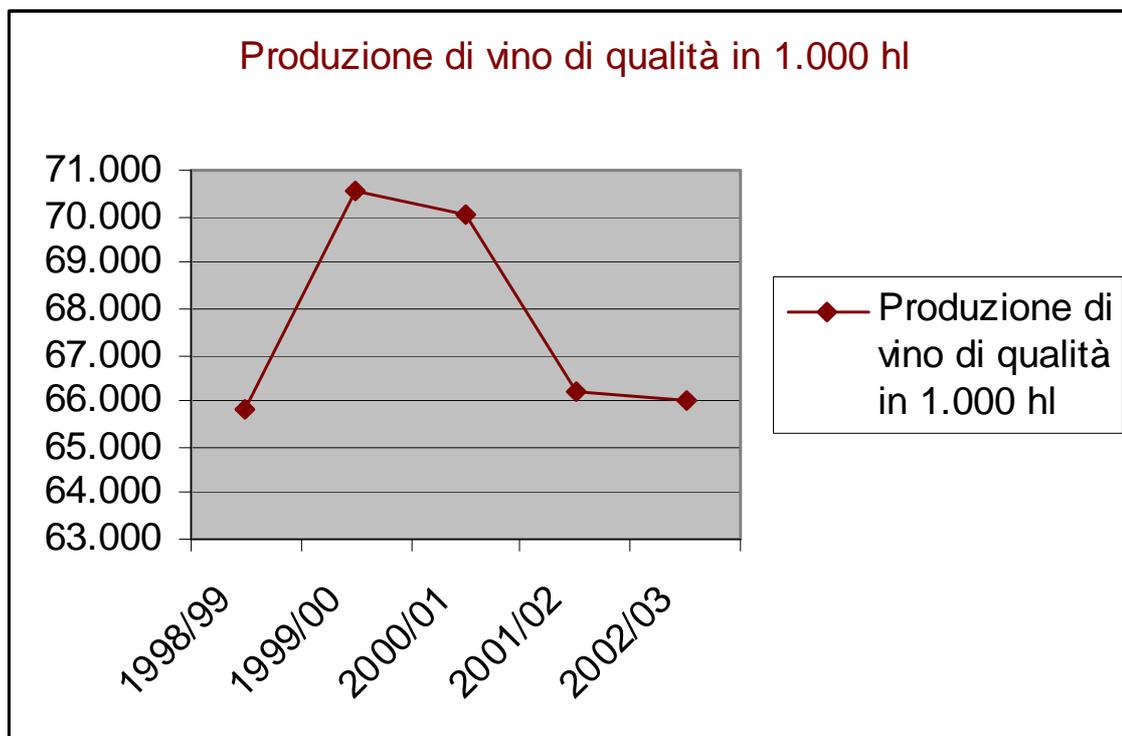
Per gli anni che vanno dal 2000 al 2003 si evince una flessione che risulta, però, attenuata rispetto alla produzione dei vini da tavola.

Tabella 2- Produzione mondiale dei vini di qualità-anni 1998/2003

Anno	Produzione di vino di qualità in 1.000 hl
1998/99	65.846
1999/00	70.570
2000/01	70.014
2001/02	66.193
2002/03	66.030

Unione Europea

Figura 2- Trend della produzione mondiale di vino di qualità- anni 1998/2003



Unione Europea 2003

Recenti indagini condotte a livello internazionale valutano che il giro d'affari globale delle vendite complessive di vino ammonta a circa 150 miliardi di euro all'anno; in particolare, il consumo cresce velocemente e, soprattutto nei paesi industrializzati con un alto reddito pro-capite e con fasce sempre più vaste di clientela, questo perché il vino, risponde ai bisogni edonistici e di affermazione sociale da soddisfare.

Da un lato è possibile considerare questa nuova immagine del vino un ottimo volano per l'economia del settore, dato il fatto che è divenuto un prodotto di mercato mondiale che offre ampie possibilità ai viticoltori più attenti ed agli operatori commerciali dotati di produzioni di qualità e di tempismo nel definire la direzione e la natura della domanda internazionale; dall'altro lato, però, va considerato il fatto che, nei momenti di crisi, si tende a rinunciare a tutto ciò che non risulta indispensabile e, quindi, la maggior parte dei consumatori, nel tagliare i consumi, potrebbe scegliere di eliminare dalla propria spesa, i vini a maggior costo.

Il produttore, così, si troverebbe a fronteggiare una crisi nella quale è difficile difendersi: non può abbassare i prezzi, a causa di una politica commerciale che lo renderebbe meno credibile nel futuro ma, allo stesso tempo, non può riempirsi le cantine di prodotto invenduto e la soluzione, quindi, risulterebbe di ardua scelta.

## FILIERA VINO

---

L’aspetto più interessante della globalizzazione del vino è l’accresciuta possibilità di segmentazione dell’offerta, legata all’incremento esponenziale degli eventuali acquirenti.

In questo contesto di mercato, i diversi tipi di vino vengono quotati su livelli di prezzo più o meno alti in funzione non solo del profilo qualitativo, cioè della combinazione di caratteristiche merceologiche del prodotto (varietà di colore, gradazione, invecchiamento ecc..), ma soprattutto dalla affermazione che il prodotto ha acquisito all’interno del mercato di riferimento.

All’estero, ciascuno di questi elementi, singolarmente o congiuntamente, può costituire un elemento di gradimento importante per allargare la base di consumo; in questa logica, le certificazioni DOCG e DOC italiane, quali espressioni di eccellenza del sistema produttivo di qualità, si collocano all’interno delle fasce di prezzo più elevate.

In effetti l’enfasi sull’origine diviene un segnale distintivo e conferisce al prodotto un valore aggiunto attribuibile a ben definite specificità: la produzione quantitativamente limitata, le garanzie di qualità legate a metodi di tracciabilità, le tradizioni storiche ed alimentari dell’area di provenienza.

Va evidenziato, inoltre, che l’enoturismo ed il turismo enogastronomico, quali eventi promozionali, si stanno affermando come vere e proprie nuove occasioni d’uso e conferiscono sempre più valore aggiunto al prodotto in esame evidenziando in maniera sempre più marcata il ruolo che il vino riveste in Italia, quale prodotto cult, d’élite e di qualità inserendosi alla perfezione nell’immagine del Made in Italy.

Particolare attenzione va posta anche alle produzioni di vini biologici; negli ultimi cinque anni le superfici viticole destinate alla produzione biologica sono più che quadruplicate.

Oggi le aziende alimentari che operano nel biologico sono ben 50.000: di queste il 20%, cioè 10.000, sono aziende viticole.

Questo bilancio non è fine a se stesso, perché testimonia una crescita di consapevolezza che si può definire “bifronte”: quella degli operatori del settore, che hanno scommesso su una fetta di mercato non priva di incognite, e quella dei consumatori, che hanno preferito tutelare la propria salute pur sopportando un costo del prodotto più.

Due sono i principali fattori di questo sovrapprezzo: in primo luogo il mercato di riferimento non è ancora abbastanza ampio per pensare a politiche di abbattimento dei costi; in secondo luogo, un vino che voglia definirsi biologico, dovrebbe rispettare una serie di parametri di lavorazione abbastanza rigidi e onerosi.

Riesce difficile, tuttavia, attribuire l'aggettivo biologico ad un prodotto, quale il vino, che è inevitabilmente figlio di una complessa alchimia e che passa per numerose mani lungo la filiera.

Per la produzione biologica, infatti, sono previste tecniche agricole che limitano drasticamente l'impiego di fitofarmaci, facendo a meno anche di grandi quantità di fertilizzanti.

Come principio generale resta valido l'utilizzo di varietà tipiche della zona di produzione: d'altro canto occorre tenere presente che la vite è una pianta rustica caratterizzata da un'elevata attitudine all'adattamento ambientale.

Uno dei problemi che la produzione di vino biologico ha scontato, e che in parte sconta tuttora, risiede nella scarsa compatibilità fra le uve coltivate biologicamente e le tecnologie sofisticate delle cantine convenzionali.

Queste ultime, infatti, prevedono l'impiego di metabisolfito, carboni attivi, stabilizzanti, antiossidanti, sostanze illimpidenti e, più in generale, di tutti quei composti che tendono a prolungare nel tempo gli standard di appetibilità del prodotto.

#### **1.1.1 Descrizione politiche di intervento di settore: WTO–PAC-OCM**

A livello mondiale, la costituzione nel 1995 dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO), ha dato origine anche all'inserimento a pieno titolo dell'agricoltura nei processi di liberalizzazione mondiale attraverso l'Accordo sull'Agricoltura (AoA), a corollario del quale sono stati firmati anche altri trattati di grande rilevanza sulle politiche agricole ed alimentari, quali l'Accordo sulle Barriere Tecniche al Commercio e sulle misure sanitarie e fitosanitarie, creando così un'importante opportunità per l'agricoltura visto che essa era stata esclusa dalla disciplina del GATT (General Agreement on Tariffs and Trade), in virtù del mercato protezionismo agricolo degli Stati Uniti e dell'Europa.

Nell'ambito della WTO, inoltre, sono previsti dei negoziati sulle indicazioni geografiche che, con riguardo all'accordo sulla tutela delle proprietà intellettuali (TRIPS Agreement – Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights), si concentrano su tre aspetti principali:

- Istituzione di un registro multilaterale delle indicazioni geografiche (*Trade Related International Property - TRIP*);
- Estensione della protezione prevista per i vini e gli alcolici a prodotti diversi (TRIP);
- Recupero di alcune indicazioni geografiche dell'UE le cui denominazioni sono usurate in tutto il mondo (Agricoltura).

Le indicazioni geografiche sono dei nomi di luoghi o nomi associati ad un luogo utilizzato per identificare l'origine e la qualità, la reputazione o altre caratteristiche del prodotto.

Le protezioni sono definite dagli artt. 22 e 23 del TRIPS Agreement.

In particolar modo, l'art. 23 del suddetto accordo, prevede un livello di protezione più elevato per le indicazioni geografiche concernenti vini e bevande alcoliche (tranne in alcuni casi, queste indicazioni devono essere protette purché l'utilizzo abusivo non tragga il pubblico in errore), rispetto ad altri prodotti (protetti a titolo dell'art. 22 dell'Accordo).

Le negoziazioni mirano all'istituzione di un registro multilaterale delle indicazioni geografiche per i vini e le bevande alcoliche prescritte dal suddetto art. 23.4.

Dal 1998 sono già state presentate diverse richieste di registrazione di vini e bevande alcoliche al Consiglio TRIPS.

In ogni caso la partecipazione al sistema è volontario; tutte le proposte vengono immesse in un database e i membri devono indicare l'indicazione geografica che intendono proteggere<sup>1</sup>.

A livello Europeo, invece, il principale intervento di settore è riconducibile alla Politica Agricola Comunitaria (PAC), che è stata più volte riformata negli ultimi anni per adeguare le norme comunitarie relative al settore agricolo ai nuovi equilibri del mercato comunitario ed internazionale, alle nuove esigenze finanziarie del bilancio dell'Unione Europea ed alle aspettative dei cittadini e dei consumatori.

Ben tre riforme sono state emanate negli ultimi 11 anni: la riforma MacSharry del 1992, la riforma di Agenda 2000 nel 1999 e quella più recente, denominata ormai comunemente, riforma Fischler.

Quest'ultima, approvata con il compromesso di Lussemburgo del 26 giugno 2003 e successivamente promulgata con i regolamenti del Consiglio e della Commissione, riveste una particolare importanza in quanto cambierà radicalmente il modo in cui l'Unione Europea sostiene il settore agricolo, in una prospettiva di lungo periodo, visto che le previsioni finanziarie sono state fissate fino al 2013.

---

<sup>1</sup> Gli Stati membri dell'UE hanno stilato un breve elenco di 41 prodotti regionali di qualità dell'UE, i cui nomi vuole recuperare. Tale elenco sarà discusso ai negoziati agricoli nel quadro dell'Agenda di sviluppo di Doha. L'elenco di oggi contiene prodotti europei di comprovata qualità, delle cui denominazioni è stato fatto abuso, come il formaggio Roquefort, il prosciutto di Parma o i vini della regione Rioja. Per prevenire che le indicazioni geografiche attualmente non costituenti oggetto di abuso siano usurate in futuro, l'UE sta anche negoziando la stesura di un registro multilaterale delle indicazioni geografiche e l'estensione della protezione prevista per i vini e gli alcolici a prodotti diversi da vini e alcolici. Per quanto riguarda i vini e le bevande spiritose che attualmente fanno parte dell'elenco sono i seguenti: Beaujolais, Bordeaux, Bourgogne, Chablis, Champagne, Chianti, Cognac, Grappa di Barolo, del Piemonte, di Lombardia, del Trentino, del Friuli, del Veneto, dell'Alto Adige, Graves, Liebfrau(en)milch, Malaga, Marsala, Madeira, Médoc, Moselle, Ouzo, Porto, Rhin, Rioja, Saint-Emilion, Sauternes, Jerez, Xerez (Fonte: europa.eu.int)

## FILIERA VINO

---

A partire dall'autunno 2004 gli agricoltori si stanno confrontando con regole nuove e con cambiamenti che influenzano in maniera sostanziale le scelte produttive aziendali.

Ai regolamenti comunitari sono seguite le scelte nazionali e le prime norme attuative mentre altre disposizioni regolamentari, a diversi livelli istituzionali (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, Regioni, Agea) saranno adottate nei prossimi mesi ed andranno a completare il quadro normativo della nuova PAC, nell'ambito della quale, è stata già prevista la revisione di alcune Organizzazioni Comuni di Mercato (OCM), tra cui quella del settore vitivinicolo.

A seguito della creazione della prima OCM vino, il mercato è andato evolvendosi in modo molto marcato.

Sinteticamente si può dire che esso è stato caratterizzato da un brevissimo periodo iniziale di equilibrio, da un successivo aumento molto netto della produzione a fronte di una domanda stabile e, infine, a partire dagli anni '80, da una costante diminuzione e da un cambiamento qualitativo profondo della domanda.

Per far fronte a questi cambiamenti, l'OCM ha subito una trasformazione considerevole e non sempre coerente.

Una riforma dell'intera OCM, è stata realizzata nel quadro dell'Agenda 2000 e della riforma generale della PAC.

La nuova OCM del settore vitivinicolo (Reg. CE n. 1493/1999 del Consiglio, del 17 maggio 1999) si prefigge di mantenere sul mercato comunitario un equilibrio migliore tra offerta e domanda, fornendo ai produttori la possibilità di adeguare la produzione all'evoluzione del mercato e consentendo al settore di diventare stabilmente competitivo.

Questo fine viene perseguito tramite il finanziamento della ristrutturazione di una parte considerevole del vigneto comunitario mediante cui si dovranno ottenere i prodotti richiesti dalla domanda sia interna che internazionale.

La nuova OCM dovrà mantenere tutti gli sbocchi tradizionali dell'alcol per uso alimentare e dei prodotti della viticoltura tenendo conto delle diversità regionali e riconoscendo il ruolo delle associazioni di produttori e delle organizzazioni delle varie branche.

La nuova regolamentazione tende a snellire notevolmente la legislazione del settore, inserendosi così nel quadro più generale dell'operazione di semplificazione della PAC avviata nel 1995 e ripresa nell'Agenda 2000.

Essa dovrebbe infine, al termine del processo di ristrutturazione del vigneto comunitario, condurre all'abbandono dell'intervento come sbocco artificiale per la produzione.

## 1.2 Il mercato di riferimento

### 1.2.1 Dimensioni del mercato internazionale e nazionale.

L'offerta mondiale di vino è caratterizzata dall'alto grado di concentrazione geografica; circa il 64% della produzione mondiale, infatti, proviene soltanto da 6 paesi: Francia, Italia, Spagna, (considerati paesi storici e tradizionalmente dediti alla produzione vinicola), ma anche paesi emergenti quali USA, Argentina e Cile; seguono l'Europa orientale, (9% della produzione mondiale), l'Asia (5%), e Oceania (4,2%) e Africa (3,3%).

Il grafico seguente riporta la distribuzione in valori e in termini percentuali della superficie vitata in Europa nel 1998, ed è molto evidente che quasi la metà delle superfici vitate sono concentrate in Europa:

**Tabella 3- Superficie vitata e produzione di vino in Europa nel 1998**

	Superficie vitata in ha	Produzione in hl
Mondo	7.400.000	270.000.000
UE	3.500.000	162.000.000
Italia	675.000	44.000.000
Campania	36.000	1.655.000
Benevento	11.000	764.000

Ns. elaborazione su dati Unioncamere 2003

La posizione dell'Europa assume, comunque, valori interni diversi e, anche se in passato la viticoltura ha attraversato periodi di forte crisi, in questi ultimi anni, gli interventi della Comunità hanno consentito di realizzare un migliore equilibrio tra domanda e offerta.

Ai vigneti vecchi e malandati, infatti, si stanno sostituendo impianti razionali; i filari vengono tracciati con il laser, la meccanizzazione sta divenendo fondamentale e necessaria per la gestione degli impianti.

Per quanto riguarda l'Italia, con riferimento al 1998, essa detiene circa il 20% della superficie vitata europea e, oscilla il suo valore intorno ai 675.000 ha, si ritrova così in una posizione abbastanza forte anche in termini di produttività.

Prima di porre l'attenzione sulla produzione di vino e sulla descrizione generale del mercato nazionale (sia in termini di resa produttiva che di risultati economici), è necessario sapere che la superficie vitata totale è da considerarsi comprensiva di superficie vitata destinata alla produzione di uva da tavola e di superficie vitata destinata alla produzione di uva da vino.

Passando ad un'analisi aggiornata (ISTAT 2003), dalla tabella successiva si evince che la superficie vitata totale in Italia assume un valore pari a 868.235 ha a cui corrisponde una

FILIERA VINO

superficie in produzione (ossia una superficie fattivamente destinata alla produzione di uva) pari a 835.848 ha.

Quest'ultimo valore, a sua volta, è composto da 71.178 ha (superficie in produzione di uva da tavola) e da 764.670 ha (superficie in produzione di uva da vino); a conferma del fatto che la maggior parte dell'uva proveniente dalla superficie vitata è destinata alla produzione di vino.

Tali risultati, ovviamente, vanno letti anche in termini di resa produttiva ossia prendendo in considerazione la quantità totale di produzione di uva (77.499.925 quintali) di cui uva da tavola (13.546.147 quintali) e uva da vino (63.953.778 quintali).

**Tabella 4- Superficie vitata e produzione in Italia**

COLTIVAZIONI LEGNOSE	Superficie Totale (ha)	Superficie in produzione (ha)	Produzione per ha in quintali	Produzione totale (q)	Produzione raccolta (q)
VITE	868.235	835.848	92,7	77.499.925	74.829.358
Uva da tavola	72.445	71.178	190,3	13.546.147	13.265.736
Uva da vino	795.790	764.670	83,6	63.953.778	61.563.622
VINO/MOSTO (stato liquido) hl	0	0	0	44.086.114	44.086.114

Istat 2004 – Estratto dalle COLTIVAZIONI 2003 (dati al 14/12/2004)

Per quel che concerne le colture di uva da tavola italiane, esse sono localizzate quasi esclusivamente nel meridione; con un totale pari a circa 47 mila ettari coltivati (65% della superficie coltivata in Italia), infatti, la Puglia rappresenta di gran lunga la principale regione produttiva: da qui partono addirittura i tre quarti dell'uva da tavola esportata nel mondo; segue la Sicilia, con circa un quarto della superficie coltivata in Italia, che occupa il secondo posto.

Non si hanno cifre ufficiali sul consumo nazionale di uva da tavola, ma secondo alcune stime, gli italiani mangerebbero circa 15 chili a testa in un anno; per avere un'idea indicativa della graduatoria del gusto, invece, dai dati dell'Osservatorio Nazionale sui Consumi Interno, a Coop Italia risulta che su 15 mila tonnellate d'uva venduta quasi il 70% è rappresentato dalla varietà Italia, seguita a grande distanza dalle uve Regina, Matilde e Cardinale.

Passando all'analisi produttiva del vino, la tabella successiva mostra la quantità di vino in ettolitri prodotto in Italia e in ogni regione:

**FILIERA VINO**

**Tabella 5-Produzione di vino in Italia**

<b>Produzione di vino in Italia (.000 di ettolitri)</b>			
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>Var. 2002/03</b>
Piemonte	2.329	2.282	- 2,0
Valle d'Aosta	16	18	16,8
Lombardia	1.123	856	-23,7
Trentino A.A.	1.063	1.076	1,2
Veneto	6.847	7.369	7,6
Friuli-Venezia Giulia	1.006	1.113	10,6
Liguria	93	106	13,7
Emilia Romagna	5.682	5.305	-6,6
Toscana	2.319	2.274	-1,9
Umbria	776	812	4,6
Marche	1.258	940	-25,3
Lazio	2.859	2.441	-14,6
Abruzzo	3.808	3.319	-12,8
Molise	3.070	274	-11,0
<b>Campania</b>	<b>1.761</b>	<b>1.655</b>	<b>-6,0</b>
Puglia	5.580	6.089	9,1
Basilicata	309	284	-8,1
Calabria	531	476	-10,4
Sicilia	6.209	6.553	5,5
Sardegna	729	856	17,4
<b>ITALIA</b>	<b>44.604.000</b>	<b>44.096.000</b>	<b>-1,10</b>

*Ns. Elaborazione da Export Italiano 2003*

E' semplice evincere che tra le regioni maggiormente produttive di vino, il Veneto si classifica al primo posto, seguito dalla Sicilia e dalla Puglia.

Oltre ad una valenza meramente economica, il settore si inserisce in un contesto più ampio assorbendo aspetti sociali, culturali e soprattutto ambientali.

Con riferimento a quest'ultimo fattore, infatti, lo stesso andamento produttivo è strettamente legato alle condizioni climatiche infatti, in occasione della vendemmia 2002, la produzione italiana è stata di circa 45 ML di ettolitri, ma per la vendemmia 2003 non è andata meglio, anzi si è registrato un calo dell' 1,1% rispetto al 2002 con un quantitativo totale di 44ML di ettolitri proprio per le avverse condizioni climatiche dell'estate 2003, caratterizzate da siccità e caldo torrido.

## FILIERA VINO

---

Il generale l'andamento produttivo, va specificato alla luce della varietà e della diversificazione dei prodotti; attraverso la schematizzazione delle produzioni di vino nazionali espresse in ettolitri, è possibile suddividere l'intera quantità prodotta per i seguenti vini:

- 3 milioni di ettolitri DOCG
- 9 milioni di ettolitri DOC
- 18 milioni di ettolitri IGT
- 15 milioni di ettolitri di "vino da tavola".

Analizzando i risultati per le diverse tipologie di vini, infatti, il peggior risultato è quello relativo ai vini da tavola, con una flessione del 5,4% rispetto al 2002; relativamente ai vini con marchi di origine, sono scese le produzioni di vini IGT, ma sono aumentate quelle dei vini DOC e DOCG.

In linea generale, quindi, si può affermare che negli ultimi anni l'andamento produttivo del vino tende a diminuire sia per motivi congiunturali (condizioni climatiche poco favorevoli) che per la richiesta di mercato che tende ad assumere sempre più caratteristiche qualitative/emozionali (cambio di atteggiamento dei consumatori); si sta passando, infatti, da una produzione orientata al "mass market<sup>2</sup>" ad una produzione di maggiore qualità e ciò comporta la progressiva trasformazione del prodotto vino da commodity a prodotto ad alto valore aggiunto.

I vini DOCG e DOC, infatti, come specificato precedentemente, fanno registrare una produzione positiva, a conferma del fabbisogno generale dei consumatori di vini di alta qualità, in quanto il consumatore ha radicalmente cambiato il proprio atteggiamento al consumo, la quota dei clienti che compra vino anche al supermercato è in crescita e aumenta la richiesta di una corretta informazione da parte dei produttori; si registrano, inoltre, anche delle nuove tendenze dei consumi orientati prevalentemente alla nascita di nuove occasioni d'uso<sup>3</sup>.

La tabella esposta qui di seguito, pertanto, riporta ulteriormente le tipologie di vini DOCG, DOC e IGT, presenti sul territorio nazionale con ulteriore specifica del numero complessivo delle differenti categorie presenti nei territori regionali:

---

<sup>2</sup> Termine inteso come tendenza generale al consumo quantitativo del prodotto e alla concezione di un prodotto quale "prodotto di massa"

<sup>3</sup> Si veda § 1.2.4 "Analisi dei consumi"

FILIERA VINO

Tabella 6-Vini DOCG, DOC e IGT

Nazionali	DOCG	DOC	IGT
Piemonte	7	50	0
Valle d'Aosta	0	1	0
Lombardia	2	17	12
Trentino Alto Adige	0	7	4
Veneto	3	24	10
Friuli Venezia Giulia	0	9	3
Liguria	0	8	2
Emilia Romagna	1	21	10
Toscana	6	41	5
Umbria	2	13	6
Marche	0	11	1
Lazio	0	25	5
Abruzzo	0	3	9
Molise	0	3	2
<b>Campania</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>8</b>
Puglia	0	25	6
Basilicata	0	1	2
Calabria	0	12	13
Sicilia	0	20	7
Sardegna	1	20	15
<b>ITALIA</b>	<b>25</b>	<b>329</b>	<b>120</b>

Ns. Elaborazione su dati UE

Si può evincere chiaramente che, in termini di quantità varietali di vini DOCG e DOC il primato è detenuto dal Piemonte, con un totale rispettivamente di 7 DOCG e 50 DOC; segue la Toscana, il Veneto e la Campania.

Il riconoscimento delle Denominazioni di Origine e delle Indicazioni Geografiche Tipiche e la delimitazione delle rispettive zone di produzione, vengono effettuate contestualmente all'approvazione dei relativi disciplinari di produzione con decreto del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali.

Nei disciplinari di produzione dei vini DOCG e DOC devono essere stabiliti:

- la denominazione d'origine
- la delimitazione della zona di produzione delle uve
- la resa massima di uva e di vino per ettaro
- il titolo alcolimetrico volumico minimo
- le caratteristiche fisico-chimiche e organolettiche del vino
- le caratteristiche naturali dell'ambiente
- le modalità dell'esame chimico-organolettiche
- l'eventuale periodo minimo d'invecchiamento

## FILIERA VINO

---

- l'eventuale imbottigliamento in zone delimitate.

Nei disciplinari di produzione dei vini IGT sono stabiliti:

- l'indicazione geografica e gli eventuali nomi di vitigni o nomi aggiuntivi
- la delimitazione delle zone di produzione delle uve
- i vitigni
- le tipologie enologiche
- le resa massima di uva per ettaro
- il titolo alcolimetrico
- la gradazione alcolica
- la resa uve-vino
- le eventuali pratiche correttive autorizzate.

Il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali stabilisce il contenuto delle domande e le procedure per il riconoscimento delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche e le modalità e i tempi di presentazione.

Per i vini cui si richiede la DOCG e la DOC, in fase di produzione, devono essere sottoposti ad una preliminare analisi chimico-fisica e ad un esame organolettico che per i DOCG deve essere ripetuto nella fase dell'imbottigliamento partita per partita.

L'esito positivo dell'analisi e dell'esame è la condizione per l'utilizzazione della DOC e della DOCG.

La DOCG è riservata ai vini già riconosciuti DOC da almeno cinque anni e che siano ritenuti di particolare pregio.

Come per i prodotti tipici anche per ciascuna denominazione di origine o indicazione geografica tipica possono essere costituiti consorzi volontari di tutela che hanno come scopo la tutela, la valorizzazione e la cura generale degli interessi relativi ai vini DOC, DOCG e IGT, che con decreto del Mi.P.A.F. possono svolgere attività di vigilanza sui singoli produttori.

Per quanto riguarda, invece, le produzioni biologiche, le aziende vinicole interessate nel comparto, sono caratterizzate da una forte esportazione (intorno al 55% della produzione) e dunque è un fatto che la produzione italiana di vino bio in larga misura va a soddisfare la richiesta proveniente soprattutto dalla Germania, dalla Svizzera, dalla Gran Bretagna e anche dagli USA. In grandissima parte il vino biologico è DOC o addirittura DOCG e le aziende che lo producono praticano in genere metodi colturali "sani" nell'intera quota produttiva perché sono determinati nel perseguire uno sviluppo sostenibile.

Dell'intera produzione Nazionale di vino, il 93% del vino prodotto è destinato al mercato nazionale, di cui il 2% all'autoconsumo, mentre il 7% è orientato al mercato estero.

## FILIERA VINO

---

Le aree di maggiore destinazione, con specifica dei paesi europei, sono:

- GERMANIA 8%
- GRAN BRETAGNA 7%
- FRANCIA 6%
- ALTRI 79%

Tra i mercati nazionali prevale quello locale-regionale (68%), solo un 30% delle vendite interne sono equamente distribuite tra mercati meridionali e mercati centro-settentrionali.

Mentre i vini da tavola sono preferibilmente venduti sui mercati locali, i mercati centrosettentrionali ed esteri, più sensibili al richiamo dei vini di qualità, registrano percentuali di acquisto di vino campano con marchi DOC e IGT.

Volendo completare il quadro economico di riferimento, è possibile considerare che, allo stato attuale, il comparto enologico allargato (ossia l'insieme di tutti gli agenti e gli operatori che ruotano intorno alla filiera del vino) raggruppa oltre 300 mila imprese produttive e circa 400 mila imprese della distribuzione alimentare, generando un giro d'affari intorno al vino pari a circa 8 Milioni di Euro<sup>4</sup>.

Il numero complessivo di lavoratori a vario titolo, coinvolti nell'intero comparto, si aggira intorno a 700.000 persone.

Per quanto riguarda la suddivisione geografica dell'intero settore è possibile delineare delle caratteristiche nazionali e, in particolar modo delle aziende della zona Nord-Ovest, caratterizzate prevalentemente da una produttività del lavoro molto contenuta ma dove si evidenziano i maggiori risultati a livello economico; il centro, caratterizzato da spazi più ampi e da una maggiore superficie con una elevata produttività del fattore lavoro e da una incidenza maggiore dei costi ed infine la zona del mezzogiorno che si presenta con un ridotto numero di aziende trasformatrici e da scarse dotazioni di terra.

Risulta ovvio che questa connotazione comporta dei deficit nei confronti della domanda che è sempre più rivolta a vini di qualità

Tracciando, invece, un quadro sulla struttura produttiva interna, e quindi con riferimento all'organizzazione generale del sistema aziendalistico -produttivistico italiano, si può dire che essa è caratterizzata da una sostanziale coincidenza tra produzione primaria e prima trasformazione.

I produttori viticoli, infatti, si occupano del primo processo di vinificazione, attraverso l'utilizzo di cantine sociali o direttamente in proprio.

---

<sup>4</sup> Dato stimato da un rapporto di Ufficio Studi della Banca d'affari Mediobanca (marzo 2002)

La massima e completa integrazione verticale si realizza, invece, tramite le cooperative e in quasi tutte le aziende che producono vini a denominazione di origine con un forte valore aggiunto, realizzati, il più delle volte da produttori di dimensioni medio-grandi, spesso molto radicati nel territorio e dotati di una valente immagine aziendale, che hanno interesse a realizzare tutte le fasi del processo produttivo all'interno della propria struttura aziendale.

Il grado di integrazione verticale è, quindi, maggiore per i vini di qualità (DOCG, DOC e IGT) e inferiore per i vini da tavola.

Il settore industriale, invece, rappresentato da tutte le aziende che trasformano le uve di produzione non propria, detengono una quota produttiva minima.

Le strutture operative operanti all'interno del comparto presentano differenti caratteristiche; le cantine sociali si approvvigionano di materia prima tramite il conferimento di uve da parte dei soci e si occupano anche della vendita del prodotto sfuso, solitamente ad imbottiglieri o ad importatori esteri, o imbottigliato.

L'industria di trasformazione, normalmente, confeziona il vino scegliendo uno dei seguenti ruoli:

1. Vinifica le uve dei vigneti di sua proprietà;
2. Vinifica le uve acquistate da terzi e ne confeziona il vino;
3. Confezione il vino sfuso.

Le Industrie che offrono vini DOC e DOCG sono di solito aziende di piccole-medie dimensioni e puntano a contrastare la concorrenza delle piccole imprese locali offrendo una gamma di prodotti molto ampia; sempre nel caso dei vini a denominazione d'origine (vini DOC, DOCG), è molto diffuso il fenomeno della polverizzazione dell'offerta che a sua volta comporta una competizione concentrata solo a livello locale o regionale.

Tale situazione rende davvero molto complicata l'adozione di strategie orientate al mercato e la maggior parte delle imprese propende a delle politiche di mantenimento dei costi, anche se le aziende più grandi sono più attente alle politiche di valorizzazione dell'immagine, il cui indicatore è dato dal rapporto qualità/ prezzo e di copertura distributiva.

### **1.2.1 Dimensioni del mercato regionale**

La Campania, sia per le particolari condizioni climatiche che per la bontà dei propri suoli, è storicamente considerata come una delle più apprezzate regioni italiane per produzione di vini, tanto è che per quanto riguarda il vino, ad inizio secolo, le veniva riconosciuto il primato nazionale nella produzione di vini di qualità.

## FILIERA VINO

---

Successivamente, a causa della progressiva urbanizzazione delle superfici e l'introduzione di vitigni extraregionali, si è perso il primato vitivinicolo e, solo negli ultimi 10-15 anni, si è riproposto di orientare la produzione di vino verso tipologie qualitativamente superiori.

Al fine di evidenziare lo scenario di settore, per una corretta analisi del territorio regionale, si procederà ad individuare le potenzialità accertate o latenti nei diversi stadi della filiera produttiva specificando, inoltre, gli aspetti che caratterizzano la produzione, la trasformazione e la distribuzione, oltre che indicare le aree dove la viticoltura presenta una forte incidenza economica e culturale tradizionale.

Innanzitutto va specificato che la Campania partecipa per una quota pari al 3,5% della produzione nazionale di vino all'interno della quale, i vini di qualità campani, raggiungono circa l'1% della produzione nazionale.

Nell'ultimo decennio si è avuta una riduzione della superficie destinata alla cultura della vite, dando origine ad una riduzione del numero delle aziende e della loro dimensione, (circa 0.34 Ha di superficie viticola per azienda), il 62% delle aziende non supera i 2 ettari di superficie e solo il 4% ha a disposizione una SAU maggiore dei 10 ettari.

La localizzazione delle aziende è concentrata principalmente nelle aree in cui sono riconosciute le Doc e tendono sempre più a specializzarsi nella offerta di produzioni tipicamente riconducibili alle tradizioni e alle vocazioni dell'agricoltura regionale; questo aspetto distingue la struttura produttiva regionale da quella delle altre regioni meridionali in cui si conferma una grossa predisposizione a produrre vini da tavola e avvicina la struttura produttiva regionale a quella delle regioni centro-settentrionali, tipicamente focalizzate nella produzione di qualità.

La manodopera impegnata nella cura dei vigneti è prevalentemente di tipo familiare, circa l'80% delle aziende campane utilizza solo manodopera familiare e un altro 15% ne fa un uso prevalente.

La filiera vitivinicola campana, presenta una notevole integrazione fra la fase agricola e quella di prima trasformazione: il processo di vinificazione, infatti, è svolto quasi esclusivamente dai viticoltori, dalle cantine sociali e dalle cooperative.

Attualmente le cantine sociali operanti nella regione sono solo cinque: La Guardiense, Solopaca e Taburno, localizzate nel territorio di Benevento; Calore e Cilento in provincia di Salerno.

La categoria dei viticoltori, realizza la prima fase della produzione al proprio interno, infatti la fase agricola e della prima trasformazione coincidono spesso con lo stesso soggetto.

## FILIERA VINO

---

Le imprese agricole vinificatrici utilizzano gran parte del vino prodotto attraverso l'autoconsumo e in minima parte lo destinano al commercio attraverso piccoli commercianti al dettaglio, che presentano una diffusione commerciale prettamente locale.

Le aziende di media dimensione hanno una forte integrazione con i piccoli produttori locali, si occupano della prima e seconda trasformazione ma la fase della commercializzazione è destinata ai sistemi associativi che permettono di far raggiungere al vino prodotto anche la GDO (Grande Distribuzione Organizzata).

A causa della esigua presenza sul territorio regionale di queste forme di associazionismo (cooperative, cantine Sociali) si limita la possibilità di incrementare la commercializzazione del vino, ma soprattutto, limitando la conoscenza del prodotto solo nell'ambito di produzione e quindi solo nel locale., non si raggiunge il mercato regionale e nazionale.

Avendo illustrato il settore vitivinicolo campano, nelle sue fasi strutturali, viene descritta adesso, in maniera puntuale, la distribuzione per provincia della superficie vitata regionale ed il risultato dell'annata vinicola 2003.

Innanzitutto si distingue la superficie utilizzata e la quantità d'uva prodotta, ripartita in uva per auto consumo e per produzione di vino, e vengono riportati i dati sulla produzione di vino distinta per tipologia prodotta.

Per quanto concerne la provincia di **Benevento**, essa è la prima provincia per superficie vitata in Campania contribuendo con 11.226 ha (34,52 %) regionali.

Nella zona sono presenti numerose aziende (il 28% circa del totale delle aziende presenti in regione), prevalentemente di piccole dimensioni che in parte sono riuscite ad organizzarsi in tre strutture cooperative efficienti; una quarta Cooperativa è in via di costituzione su iniziativa del CECAS (Centro Agroalimentare Sannita).

La specializzazione territoriale e la presenza di forme riuscite di integrazione orizzontale hanno favorito l'ammodernamento delle strutture provinciali stimolando soprattutto una forte attenzione alle condizioni dei vigneti e alle varietà coltivate.

In particolare da questa provincia è partito il rilancio di specie autoctone che stanno riscuotendo un buon successo di mercato quali la Coda di Volpe, il Piediroso, l'Aglianico e soprattutto la Falanghina del Sannio-Beneventano in qualche modo assimilabile a quella originaria dei Campi Flegrei nel napoletano.

Nella superficie della provincia di **Avellino**, con un valore pari a 7.519 ha circa ( 23,12 %), si ottengono i vini campani più rinomati quali il Taurasi, il Fiano di Avellino e il Greco di Tufo (le 3 D.O.C.G. della Regione Campania).

## FILIERA VINO

---

Rispetto alla provincia di Benevento, l'Irpinia non ha beneficiato di un positivo impatto della cooperazione per cui, le strutture produttive, sono ancora di tipo polverizzato e a conduzione familiare, poco orientate al mercato ma, il positivo andamento del mercato negli ultimi anni, sta contribuendo a mutare il quadro, promuovendo l'affermazione di strutture e forme di conduzione più efficienti.

Per quanto riguarda la provincia di **Salerno**, ha una superficie vitata pari a 6.079 ha (18,69%), la viticoltura della zona si presenta diffusa a macchia di leopardo, non altamente specializzata e con forte orientamento alla produzione per l'auto-consumo o di vino da tavola destinato al mercato locale.

Le aree più interessanti coincidono con le maggiori attrazioni turistiche della provincia, ovvero il Cilento e la Costiera amalfitana.

In provincia di **Caserta** si localizza una superficie pari a 5.135 ha ed una produzione pari al 15,79% del valore campano.

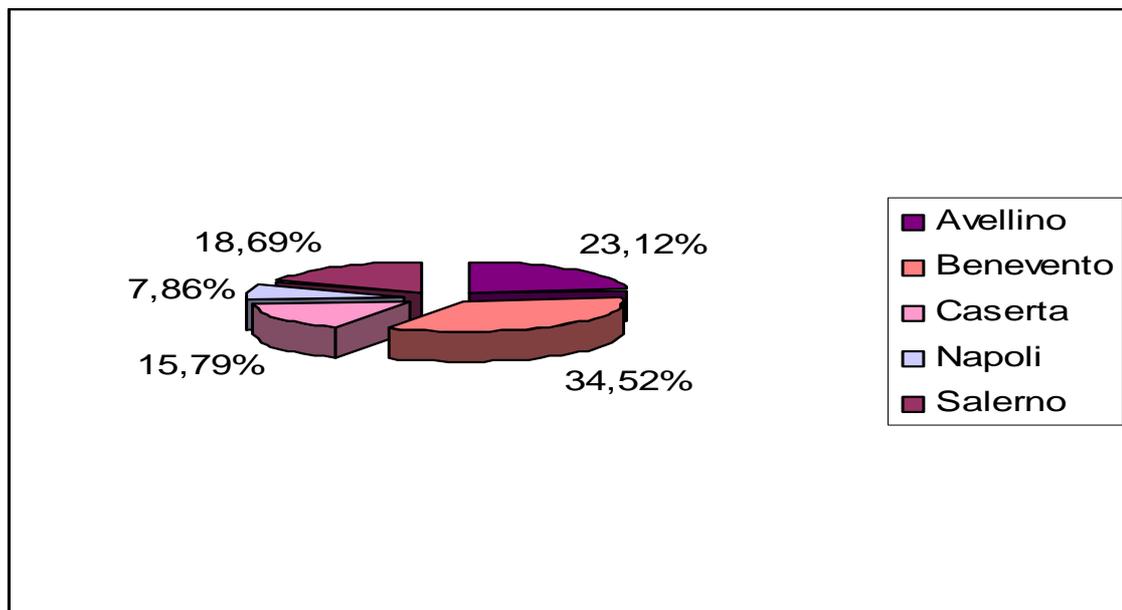
In questa provincia vanno evidenziati due fenomeni apparentemente in controtendenza e cioè la costante riduzione delle superfici, da una parte, e l'emergere di situazioni di eccellenza per la produzione di qualità che riguarda il Galluccio, l'Asprinio di Aversa, il Falerno del Massico, il Pellagrello e il Casavecchia.

La provincia di **Napoli** conta una superficie pari a 2.557 ha (7,86 %), con aziende più produttive della media regionale e con punte di qualità eccellenti sia nella produzione ischitana che in quella vesuviana (si ricordano semplicemente il Forastera e il Biancolella dell'isola d'Ischia, il Capri, il più famoso Lacrima Chrysti e la Falanghina dei Campi Flegrei) anche se nel napoletano, per l'accentuato fenomeno di urbanizzazione, vi sono fenomeni di pressione sul territorio, che registrano una costante riduzione delle superfici.

Dal grafico seguente si evince, in sintesi, la situazione regionale appena descritta.

FILIERA VINO

Figura 3-Distribuzione percentuale per provincia della superficie vitata regionale



Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003

Passando all'analisi dell'annata vinicola del 2003, si evince che essa è stata ottima sia per la quantità che per la qualità dell'uva prodotta.

La resa uva-vino è pari al 68% e risulta essere più bassa rispetto all'annata precedente.

In totale sono stati prodotti **2.509.374 q.li d'uva** (destinata al consumo e alla produzione di vino), mentre quelli raccolti sono stati pari a **2.470.197 q.li**.

Per quanto concerne esclusivamente l'uva da tavola, si attesta una produzione pari a **16.870 q.li** con un raccolto pari a **16.245 q.li**, su una superficie di **164 ha**.

La provincia con maggior superficie vitata destinata alla produzione di uva da tavola è Napoli con un valore pari a 97 ha su 100 a disposizione, raggiungendo una raccolta di **8.600 q.li** su una produzione di **9.215 q.li**.

Interessante è confrontare Avellino con Caserta; quest'ultima provincia, infatti, ha una superficie vitata in produzione pari a 24 ha, mentre Avellino 22 ha, ma la particolarità è che Avellino produce un raccolto di 2.900 q.li mentre Caserta ne raccoglie 2.405.

Si riportano, di seguito, i dati complessivi della Regione Campania suddivisi per provincia, indicando sia la superficie vitata totale e di produzione, e la produzione totale e raccolta di uva destinata al consumo.

**FILIERA VINO**

**Tabella 7- Superficie vitata e di produzione d'uva da tavola nelle province campane- 2003**

Provincia	Superficie (ha)		Superficie (ha) %	
	totale	di cui di produzione	totale	di cui di produzione
Avellino	22	22	13,41	13,66
Benevento	18	18	10,97	11,18
Caserta	24	24	14,63	14,9
Napoli	100	97	60,97	60,24
Salerno	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
<b>CAMPANIA</b>	<b>164</b>	<b>161</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003*

**Tabella 8- Produzione totale e raccolta di uva da tavola nelle province campane- 2003**

Provincia	Produzione in q.li		Produzione in q.li %	
	totale	raccolta	totale	raccolta
Avellino	2.910	2.900	17,24	17,85
Benevento	2.340	2.340	13,87	14,4
Caserta	2.405	2.405	14,25	14,8
Napoli	9.215	8.600	54,62	52,93
Salerno	ND	N.D.	ND	ND
<b>CAMPANIA</b>	<b>16.870</b>	<b>16.245</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003*

Per quanto concerne la situazione della vite per uva da vino, la Campania raggiunge una superficie totale di **32.516 ha** di cui in produzione **32.087 ha**; la produzione in totale è pari a **2.492.504 q.li**, con un raccolto pari a **2.453.952 ha**.

La quantità d'uva da vino raccolta è risultata pari al 100% dell'uva prodotta e tutta destinata alla produzione di vino (99.72%).

La provincia di Benevento ha una superficie vitata esclusivamente destinata ad uva da vino pari a **11.226 ha** di cui in produzione **11.116 ha**.

La produzione ricavata da tale superficie è pari a 1.095.815 q.li con un raccolto pari a 1.095.815 q.li.

Con questi valori si aggiudica la provincia di Benevento il primato di produzione e superficie, in tutta la regione Campania.

Avellino, Salerno e Caserta si distanziano l'una dall'altra per pochi quintali di vino.

In particolare, si segnala che Avellino ha una resa minore rispetto a Caserta, perché quest'ultima con una superficie vitata in produzione di 5.127 ha, ottiene una produzione di 371.418 q.li, mentre Avellino con una superficie vitata di produzione di 7.271 ha ottiene una

FILIERA VINO

produzione pari a 416.000 q.li. In definitiva Caserta riesce ad ottenere una resa maggiore rispetto ad Avellino, pur avendo una superficie vitata minore.

Qui di seguito si riportano in tabella i dati precedentemente commentati.

**Tabella 9- Superficie totale e raccolta di uva da vino nelle province campane- 2003**

Provincia	Superficie in ha		Superficie in ha %	
	totale	raccolta	totale	raccolta
Avellino	7.519	7.271	23,12	22,66
Benevento	11.226	11.116	34,52	34,64
Caserta	5.135	5.127	15,79	15,97
Napoli	2.557	2.494	7,86	7,77
Salerno	6.079	6.079	18,69	18,94
<b>CAMPANIA</b>	<b>32.516</b>	<b>32.087</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003*

**Tabella 10- Produzione e raccolta di uva da vino nelle province campane- 2003**

Provincia	Produzione in q.li		Produzione in q.li %	
	totale	raccolta	totale	raccolta
Avellino	416.840	416.000	16,72	16,95
Benevento	1.095.815	1.095.815	43,16	44,65
Caserta	401.995	371.418	16,12	15,13
Napoli	207.035	199.900	8,3	8,14
Salerno	370.819	370.819	14,87	15,11
<b>CAMPANIA</b>	<b>2.492.504</b>	<b>2.453.952</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003*

Il raccolto del 2003 in Campania è stato valutato per **2.443.057 q.li**, di questa quantità **6.942 q.li** sono destinati al consumo diretto, mentre **2.436.115 q.li** vengono trasformati in vino con una produzione totale pari a **1.655.094 hl**. (Tab.11 e 12)

La provincia di Benevento, come indicato precedentemente, raccoglie una quantità di uva pari a **1.095.815 q.li** di cui 3.500 li destina al consumo diretto, mentre **1.092.315 q.li** sono utilizzati per la produzione di vino, raggiungendo una quantità prodotta pari a **764.620 hl**.

In tal senso Benevento si classifica, rispetto l'intera Regione Campania, quale prima provincia nella produzione di uva e di vino; seguita da Avellino con una produzione di vino pari a 290.000 hl e da Salerno con un valore pari a 239.800 hl.

Ulteriori informazioni possono essere reperite dalla tabella sottostante.

FILIERA VINO

**Tabella 11- Quantità di uva raccolta nelle province campane- 2003**

Provincia	Uva raccolta (q.li)		Uva raccolta (q.li) %	
	quantità totale	destinata al consumo diretto	quantità totale	destinata al consumo diretto
Avellino	416.000	1.000	17,02	14,4
Benevento	1.095.815	3.500	44,85	50,41
Caserta	361.342	1.542	14,79	22,21
Napoli	199.900	900	8,18	12,96
Salerno	370.000		15,14	
<b>CAMPANIA</b>	<b>2.443.057</b>	<b>6.942</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003

**Tabella 12- Vino prodotto nelle province campane- 2003**

Provincia	Vino prodotto hl			Vino prodotto hl %		
	quantità vinificata	resa	quantità totale	quantità vinificata	resa	quantità totale
Avellino	415.000	0,7	290.000	17,03	1,02	17,52
Benevento	1.092.315	0,7	764.620	44,83	1,02	46,19
Caserta	359.800	0,63	226.674	14,76	0,92	13,69
Napoli	199.000	0,67	134.000	8,16	0,98	8,09
Salerno	370.000	0,65	239.800	15,18	0,95	14,48
<b>CAMPANIA</b>	<b>2.436.115</b>	<b>0,68</b>	<b>1.655.094</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003

La quantità di vino campano prodotta è pari a 1.665.094 e risulta composta per il 76% (hl 1.260.744 ) da vino da tavola, per il 12,07% ( hl 199.700) da vini ad indicazione geografica tipica e solo per l'11,76% (hl 194.650) da vini DOCG e DOC.

Nuovamente la provincia che si distingue è Benevento, che realizza una produzione di vini DOCG e DOC bianchi pari a 50.000 hl, rossi e rosati pari a 19.000 hl.

I vini IGT bianchi raggiungono una produzione pari a 33.000 hl, rossi e rosati 50.000 ed infine i vini da tavola raggiungono una quota pari a 294.058 hl per i bianchi e a 318.526 hl per i rossi e i rosati.

Importante è paragonare tali risultati con quelli di Avellino in quanto questa provincia, pur producendo una quantità che corrisponde a circa 1/3 della quantità di vino prodotto nel beneventano, riesce quasi ad eguagliare le quantità di vino bianco e rossi e rosati DOCG e DOC.

Addirittura per i vini IGT rosso e rosati, Avellino, con 58.000 hl, supera la quantità prodotta da Benevento.

FILIERA VINO

Diverso è per i vini da tavola bianchi, dove Benevento rimane leader incontrastato in tutta la regione Campania, mentre Salerno è il primo produttore di vino rosso e rosato da Tavola.

Ulteriori informazioni possono essere fornite dalla lettura delle tabelle sottostanti.

**Tabella 13- Produzione vini DOCG e DOC nelle province campane**

Provincia	Vino Docg e Doc hl		Vino Docg e Doc %	
	Bianco	Rosso e Rosato	Bianco	Rosso e Rosato
Avellino	45.000	18.000	35,36	26,7
Benevento	50.000	19.000	39,29	28,18
Caserta	3.850	400	3,02	0,59
Napoli	24.400	23.000	19,17	34,12
Salerno	4.000	7.000	3,14	10,38
<b>CAMPANIA</b>	<b>127.250</b>	<b>67.400</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003

**Tabella 14- Produzione vini IGT nelle province campane**

Provincia	Vino IGT hl		Vino IGT %	
	Bianco	Rosso e Rosato	Bianco	Rosso e Rosato
Avellino	22.000	58.000	33,53	43,25
Benevento	33.000	50.000	50,3	37,28
Caserta	6.300	17.600	9,6	13,12
Napoli				
Salerno	4.300	8.500	6,55	6,33
<b>CAMPANIA</b>	<b>65.600</b>	<b>134.100</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003

**Tabella 15- Produzione vini da tavola nelle province campane**

Provincia	Vino da tavola hl		Vino da tavola %	
	Bianco	Rosso e Rosato	Bianco	Rosso e Rosato
Avellino	33.000	114.000	6,72	14,8
Benevento	294.058	318.562	59,92	41,36
Caserta	39.740	158.784	8,09	20,62
Napoli	51.900	34.700	10,57	4,5
Salerno	72.000	144.000	14,67	18,7
<b>CAMPANIA</b>	<b>490.698</b>	<b>770.046</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003

## FILIERA VINO

---

Le aziende vinicole della Campania, anche se caratterizzate da una dimensione esigua, riescono a puntare sulla qualità; l'orientamento comune, infatti, è verso la coltivazione specializzata anche se permangono esempi di ordinamenti misti.

Tali aziende offrono al mercato un prodotto certificato e controllato, anche se, in questo modo, vanno incontro ad elevati costi di produzione che si riversano sul prezzo finale del prodotto, creando così non poche difficoltà per la collocazione del vino sul mercato nazionale e internazionale.

La tendenza attuale, comunque, è indirizzata alla valorizzazione locali delle varietà produttive, attuata attraverso una mappatura territoriale: la stessa Campania vive questa tendenza ed è testimoniata dal fatto che le zone vitivinicole, sotto tutela normativa, sono in crescente aumento.

L'aspetto più interessante di questo processo è sicuramente il recupero delle produzioni antiche ispirate ancora a metodi tradizionali, legate a vitigni di diffusione locale e a metodi di coltivazione che fondano le loro origini nel passato, favorendo in questo modo anche lo sviluppo del turismo eno-gastronomico.

La produzione vitivinicola campana è, infatti, caratterizzata da una spiccata tipicità e da una specificità territoriale, tanto da considerare il comparto vitivinicolo, un comparto di nicchia..

La filiera del vino può essere, a sua volta, considerata una filiera tipica, caratterizzata da prodotti, la cui produzione e trasformazione avviene nel rispetto delle tradizioni dei diversi ambienti rurali regionali.

In definitiva, la Regione Campania costituisce una realtà nella quale le tradizioni colturali e culturali hanno riservato un'attenzione non trascurabile alla coltivazione delle viti, chiaro esempio i vitigni di grande pregio come il Taurasi, la Falanghina e il Fiano.

Dei 1.655.094 hl di vini prodotti a livello regionale nel 2003, 394.350 hl sono i risultati prodotti dai vini a denominazione di origine geografica (DOCG, DOC e IGT).

La produzione di vini di qualità, nella vendemmia del 2003, si aggira intorno ai 394.350 hl, tra le cinque province campane si evidenzia che quasi la metà del prodotto regionale, per i vini bianchi, è realizzato nella provincia sannita (43,03% ), seguono in ordine di importanza Avellino con il 34,74% di prodotto e Napoli con il 12,65%.

Molto differente è la situazione di maggiore produzione per i vini rossi e rosati, in cui si attesta una produzione leader da parte della provincia di Avellino, con un valore pari a 37,71%, segue Benevento con una produzione pari al 34,24%, Caserta con un valore pari a 7,69%, informazioni per le ulteriori province possono essere fornite dalla tabella sottostante.

FILIERA VINO

**Tabella 16- Produzione vini DOC, DOCG e IGT nelle province campane**

Provincia	Vini Docg Doc Igt (hl)		Vini Docg Doc Igt %	
	Bianco	Rosso e Rosato	Bianco	Rosso e Rosato
Avellino	67.000	76.000	34,74	37,71
Benevento	83.000	69.000	43,03	34,24
Caserta	10.150	18.000	5,26	8,93
Napoli	24.400	23.000	12,65	11,41
Salerno	8.300	15.500	4,3	7,69
<b>CAMPANIA</b>	<b>192.850</b>	<b>201.500</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003*

La Campania, in definitiva, ha una produzione di vini per metà da tavola e la restante parte è data da vini di qualità

Considerando complessivamente i vini di qualità, la provincia di Benevento è leader nella produzione di vini con marchio di qualità con il 38,54% di prodotto, seguita da quella di Avellino che realizza il 36,26% del prodotto regionale.

E' interessante notare che le 2 province realizzano circa il 74% della produzione di vini regionali, come evidenziato nella successiva tabella

**Tabella 17- Produzione vini regionali in hl e in %**

Provincia	Vini Docg Doc Igt	
Avellino	143.000	36,26%
Benevento	152.000	38,54%
Caserta	28.150	7,13%
Napoli	47.400	12,01%
Salerno	23.800	6,03%
<b>CAMPANIA</b>	<b>394.350</b>	<b>100%</b>

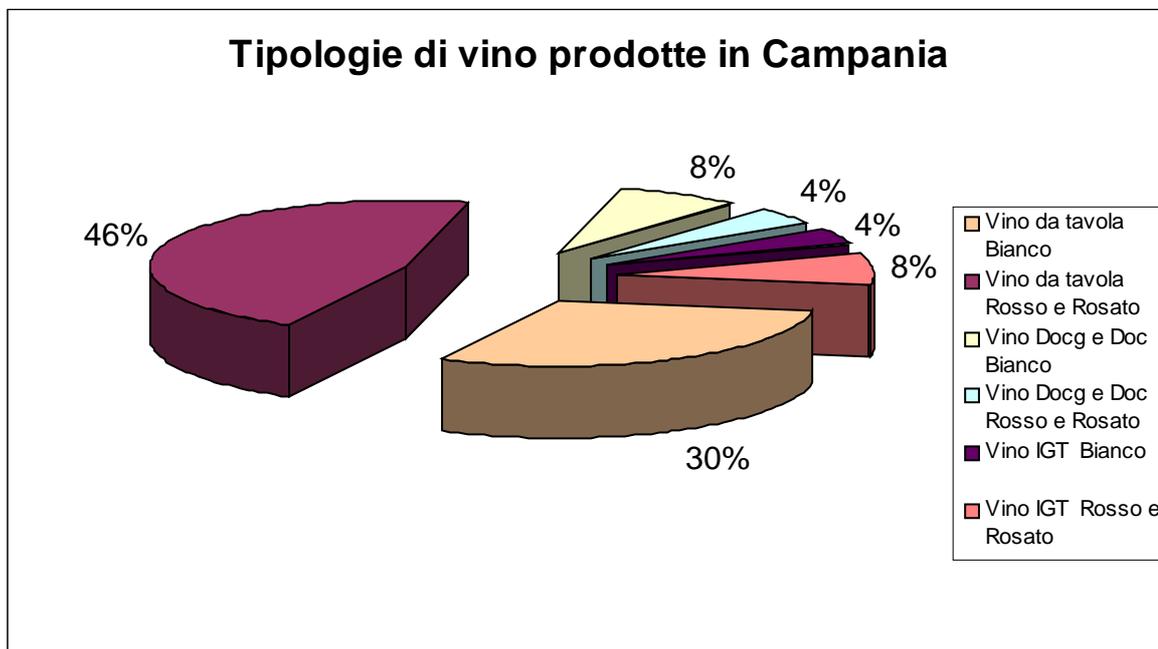
*Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003*

Rappresentando graficamente la produzione di vini campani distinta per tipologia sarà sicuramente più agevole capire lo scenario produttivo della regione.

Il grafico di seguito rappresentato, riporta in valori percentuali le varie tipologie di vino, ripartite tra vino bianco e rosso/rosato.

FILIERA VINO

Figura 4-Tipologie di vino prodotte in Campania



Istat- Statistiche congiunturali. Elaborazione SeSIRCA 2003

Per quanto riguarda la produzione di qualità (DOC – DOCG), essa avviene in 20 principali aree ( Taurasi, Campi Flegrei, Aversa, Penisola Sorrentina, Costiera Amalfitana, Vesuvio, Cilento, Sannio, Sant'Agata de Goti, Taburno, Aglianico del Taburno, Solopaca, Fiano d'Avellino, Greco di Tufo, Ischia, Capri, Guardiolo Sanframondi, Galluccio, Falerno del Massico, Castel San Lorenzo) che coprono gran parte della superficie regionale vitata, concentrandosi maggiormente nella zone del Beneventano, Avellinese e Salernitano.

Il prodotto vinicolo campano presenta una vasta gamma di tipologie di vino, 73 risultano essere i vini le cui zone di produzione sono concentrate nelle 5 province della Regione.

**Napoli** presenta **25** tipologie di varietà di vino:

- Calitto Bianco e Rosso di Ischia Piedimonte Rosso
- Epomeo Bianco Tintore
- Epomeo Rosso Vino Bianco del Monte Somma
- Don Alfonso Bianco di Ischia Verdolino
- Don Alfonso Rosato di Ischia Monte Somma
- Biancolella di Ischia Sorrento
- Tintiglia di Ischia Sorriso di Sorrento
- Tintore di Ischia Monte Procida Bianco

FILIERA VINO

---

- Pér' 'e Palummo di Ischia Monte Procida Rosato
- Forestete di Ischia Monte Procida Rosso
- Campi Flegrei Bianco di Procida Gragnano
- Campi Flegrei Rosso di Procida Maronese
- Aglianichello Lettere
- Procida Lacryma Christi Passito
- Fieno Bianco di Ponza Lacryma Christi Rosso
- Fieno Bianco Acqua di Ponza Boscoreale Bianco
- Fieno Rosso di Ponza Boscoreale Rosso
- Boscoreale Boscotrecase Bianco Amabile
- Castello di Palma Boscotrecase Bianco
- Colli Stabbiesi Boscotrecase Rosato
- Vesuvio Boscotrecase Rosso
- Rosato di Massalubrense Sabato
- Bianco di Massalubrense Don Antonio
- Capri Bianco Donna Carmela
- Capri Rosso Terzigno
- Forastera

**Benevento** presenta 17 tipologie di vini:

- Aglianico del Taburno Rosso
- Guardia Vecchio Rosso
- Aglianico del Taburno Rosato
- Guardia Vecchio Bianco
- Solopaca Bianco Canepano Gran Colore
- Solopaca Rosso
- Rosso del Colle del Prato
- Falanghina Bombino di San Lorenzello
- Sanginella Roso di Pannarano
- Valfortore Bianco Greco di Santa Croce
- Barbera del Sannio
- Rosso di Castelpoto

FILIERA VINO

---

- Colli del Sannio Rosso
- San Giorgio Bianco
- Colli del Sannio Bianco
- San Giorgio Rosato
- Montonico e Somarello Nero San Giorgio Rosso
- Moscato di Baselice
- Vitulano Rosso
- Aleatico di Baselice
- Malvasia del Sannio
- Vino del Baselice Bianco
- Bianco del Sannio
- Vino del Baselice Rosso
- Rosato del Sannio
- Guardiolo Rosso
- Rosso del Sannio
- Guardiolo Bianco Rosato del Roseto

**Salerno** presenta **15** tipologie di vino:

- Alburno Ravello Rosato
- Barbera Ravello Rosso
- Alto Sele Ravello Spumante
- Basso Sele
- Calore degli Alburni Irno Bianco
- Castel San Lorenzo Irno Rosso
- Corbone Tramonti
- Episcopio Giovi
- Gran Furor Divina Costiera Bianco Cilento Bianco
- Gran Furor Divina Costiera Rosso Cilento Rosato
- Corbara Rosso Basso Cilento
- Sanginella Furore Bianco
- Giovi Rosso Furore Rosso
- Tramonti Rosso Rosso di Salerno

## FILIERA VINO

---

- Ravello Bianco

**Avellino** presenta **9** tipologie di varietà di vini:

- Aglianico di Taurasi Hirpinia Rosso
- Aglianico di Montemarano Partenio
- Barbera di Avellino Rosato di Irpinia
- Fiano di Avellino Sangiovese di Avellino
- Fiano Dolce Taurasi
- Fiano Passito Bianco di Avellino
- Fiano Spumante Greco di Tufo
- Hirpinia Bianco Pallagrello Bianco di Avellino
- Hirpinia Rosato Piediroso di Avellino

**Caserta** si classifica per ultima, in ordine di tipologie di vino, ne ha soltanto **7**:

- Asprino Mondragone Rosso
- Conca Rosso Pellagrello Bianco
- Falerno Bianco Pellagrello Rosato
- Falerno Rosso Rosso di Galluccio
- Falerium Rosso Posillipo
- Fragolino Rosso Presenzano
- Mondragone Bianco

### 1.2.3 "Le strade del vino" e l'enoturismo in Campania

L'**enoturismo** è, oggi, una realtà, che muove oltre 3,5 milioni di persone, coinvolgendo sempre più le donne e i giovani, con un indotto che, nel 2003, ha superato i 2,5 miliardi di euro; la proiezione di crescita in termini di fatturato è del 10% annuo, mentre si stima che nell'arco di pochi anni si possano raggiungere i 15 milioni di presenze.

La Legge 268/99 disciplina l'istituzione delle Strade del Vino definendole..."percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole singole o associate aperte al pubblico: ...che costituiscono strumento attraverso il quale i territori vinicoli e le relative produzioni possono essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica".

Vogliono essere un tentativo di favorire, razionalizzare e qualificare l'offerta enoturistica; mirano a promuovere il territorio nella sua accezione più vasta, sostenendo la

## FILIERA VINO

---

creazione, la qualificazione e la valorizzazione di percorsi che favoriscano l'organizzazione di un'offerta congiunta e coordinata che partendo dalle produzioni enologiche coniughi tutte le realtà produttive che insistono nelle aree ad elevata vocazione viticola della regione: le produzioni tipiche, i tesori d'arte, la tradizione, la gastronomia, l'artigianato, la cultura, la storia e le eccezionali bellezze paesistiche dei nostri territori.

La Legge indica quali sono gli strumenti di funzionamento delle Strade, vale a dire il disciplinare sottoscritto da chi aderisce, con standard di qualità definiti, il comitato di gestione, il sistema di segnaletica, le guide ed il materiale illustrativo, divulgativo e promozionale.

Il Decreto del Ministero delle Politiche Agricole, n. 350 del 08/09/1999 identifica le regole relative agli standard qualitativi che gli Enti e gli operatori privati aderenti alle "Strade del vino" devono rispettare e riporta la sintesi, elaborata dall'Associazione Nazionale "Città del Vino", degli elementi principali da rispettare, di seguito elencati.

**I percorsi:** Il decreto riconosce i percorsi lungo i quali insistono, oltre alle produzioni vitivinicole DOC e DOCG, anche le produzioni riconosciute dal Reg. CEE 2081/92 e le produzioni agroalimentari tradizionali. In casi di "altre strade" finalizzate alla valorizzazione di altre produzioni, spetta alle Regioni determinare i requisiti minimi qualitativi per i soggetti aderenti. Le Regioni sono tenute a comunicare al Ministero delle Politiche Agricole, entro la fine di ogni anno, l'elenco delle strade del vino riconosciute.

**Gli standard di qualità:** Ogni strada del vino deve prevedere un marchio identificativo unico, un'adeguata segnaletica posta lungo il percorso e, in prossimità delle attività aderenti, una mappa complessiva della strada con l'indicazione del percorso, la localizzazione dell'offerta enoturistica tramite simbologia annessa.

**Il comitato di gestione:** Il soggetto responsabile è identificato come Comitato di gestione. Esso avrà il compito di gestire il disciplinare e di pianificare le varie attività, dall'omologare i soggetti aderenti, al verificare il rispetto degli standard di qualità previsti, allo stabilire gli orari di apertura al pubblico delle aziende, al predisporre il materiale illustrativo e divulgativo, alla promozione complessiva della strada del vino. Il tutto avvalendosi di personale qualificato.

**Gli aderenti:** due o più aziende vitivinicole, una o più cantine, almeno una enoteca, un agriturismo, ristoranti o rivendite alimentari tipiche, imprese turistiche ricettive e almeno un museo della vite e del vino o museo etnografico e della civiltà contadina.

**Aziende vitivinicole e cantine:** Devono essere ubicate all'interno della DOC o DOCG, oppure se fuori dalla zona di produzione, essere associate ad aziende di vinificazione e imbottigliamento, purchè nel rispetto dei disciplinari di produzione dei vini;

## FILIERA VINO

---

**Enoteche:** Le enoteche devono essere ubicate nel territorio della DOC e DOCG, esporre con cura e prezzi ben visibili i vini delle aziende;

**Aziende Agrituristiche:** Gli agriturismi, per essere ammessi, devono essere inclusi nel territorio di produzione vitivinicola, proporre la carta dei vini e almeno un menù di degustazione;

**Musei del vino:** Presenza di musei della vite e del vino con le raccolte etnografiche.

La Regione Campania con DGR n. 3504/01 e successive modifiche ed integrazioni le ha regolamentate

Il Regolamento regionale, oltre a rispondere ad un'esigenza di coordinamento, di omogeneità e di controllo, vuole garantire la rappresentatività della proposta (fissando il numero minimo di adesioni per ciascuna delle categorie interessate), la qualità della stessa (stabilendo gli standard minimi cui devono rispondere gli aderenti e la stessa Strada) e intende fissare le coordinate in base alle quali i produttori possono edificare la loro strada e con essa la rete di aziende che accettano, con convinzione, di cooperare per essere più competitivi e acquisire visibilità.

In particolare, in Campania, sono state riconosciute 10 "Strade del vino", che includono 19 delle 20 denominazioni di origine campane; per la Strada del vino "Doc Capri" sono in corso le procedure per il riconoscimento.

Complessivamente hanno aderito all'iniziativa 130 aziende vitivinicole e cantine, 65 aziende agrituristiche, 78 aziende produttrici di prodotti tipici, 80 ristoranti tipici, 34 strutture turistico-recettive, 17 enoteche.

### 1.2.4 Analisi dei canali distributivi

Per quanto concerne i canali di vendita, i dati nel 2002 dicono che, a livello nazionale, le vendite di vino hanno raggiunto circa i 480 milioni di litri.

LA vendita di prodotto sfuso è calata del 7,9% e l'imbottigliato è cresciuto del 2,03% rispetto all'anno precedente.

Prevalgono i vini rossi, che coprono una quota del 53% e del 57% (rispettivamente volume e valore), la più alta percentuale registrata nel quinquennio 1998-2002.

Il principale luogo di acquisto di vino è la grande distribuzione organizzata (GDO) con il 40%, seguono l'approvvigionamento diretto (32%), l'enoteca (15%), il piccolo dettaglio (10%), le vendite per corrispondenza (3%);

FILIERA VINO

**Tabella 18- Peso dei canali distributivi in volume**

Il peso dei canali distributivi in volume	
Grande Distribuzione Organizzata	40%
Approvvigionamento Diretto	32%
Enoteca	15%
Dettglio	10%
E-Commerce	3%

Ns. elaborazione su Fonte Mass Market 2003

Come si evince dalla tabella, il canale di vendita più utilizzato per la commercializzazione del vino è la distribuzione organizzata (GDO).

Consapevoli di questo primato, le grandi catene di vendita hanno iniziato una nuova campagna di promozione e valorizzazione dei vini, in particolare dei vini con marchio di qualità, attraverso l'allestimento di gamme assortite, per regione o grandi tipologie di vini, attraverso la predisposizione di materiale informativo sullo scaffale e anche iniziative promozionali a tema, cercando di agevolare i consumatori nella scelta e tentando di assecondare le nuove esigenze relative alla sicurezza, alla salubrità e alla qualità degli alimenti.

Per il vino da tavola è prevalente la vendita diretta al consumatore e alla GDO, è ridotto il peso della ristorazione.

Nel segmento dei vini di qualità le vendite sono indirizzate, al canale della distribuzione moderna e direttamente alla ristorazione; una quota minore della produzione, viene indirizzata a grossisti locali e nazionali.

Per i mercati esteri prevale l'azione dei *buyer*; a tale riguardo si può evidenziare che nel 2003, le esportazioni della Campania di vino e prodotti alcolici derivati corrispondono a circa il 6% della produzione regionale.

Il mercato più importante verso cui viene esportato il vino campano è quello statunitense che acquista oltre un terzo delle vendite regionali all'estero.

Altri importanti mercati di sbocco sono, nell'ordine, la Germania, la Francia e il Regno Unito con una quota del 22% delle esportazioni regionali.

Infine, è da sottolineare la crescente importanza dei mercati asiatici che dimostrano sempre maggiore attenzione per i prodotti campani.

### 1.2.5 Analisi dei consumi.

I consumi di vino, in Italia come in tutti i Paesi a consolidata tradizione vitivinicola, mostrano diffusi segnali di cedimento; consumo medio annuo di vino per abitante in Italia oscilla tra 55 e 65 litri pro-capite e, in termini di spesa media per famiglia (escluso il consumo extra domestico), nel 2001 si è registrata una spesa di 10,65 euro con un lieve aumento su base annua.

Gli adepti del vino di qualità in Italia sono circa 6 milioni (soprattutto tra i 26 e 45 anni) che cercano e consumano, in maniera sempre più crescente, prodotti di qualità, comprano guide e riviste specializzate, frequentano enoteche e wine-bar, partono per il week-end alla scoperta di territori ricchi d'arte, storia, ambiente e cantine.

Aumentano gli appassionati di enologia, l'attenzione verso il mondo del vino, infatti, ha un platea ben più grande: sono 24 milioni i consumatori italiani stabili di vino e gran parte di loro hanno disponibilità a casa di uno stock di vini.

A sostenere la ripresa generale dei consumi di vino di qualità sono stati diversi fattori: in primo luogo l'attenuazione di atteggiamenti che colpevolizzano fortemente il consumo alcolico; la coscienza dei benefici o quantomeno della piena accettabilità di un consumo moderato.

Gli eventi legati al turismo enogastronomico e più specificamente all'enoturismo; due esempi la crescente affermazione delle Strade del Vino e le Strade dell'Olio.

L'aumento della domanda di vini di qualità determina l'aumento dell'offerta in termini quantitativi e qualitativi.

Il settore turistico, al di là delle compressioni congiunturali, si configura come un mercato che ricerca proposte e soluzioni nuove.

Una delle principali novità degli ultimi anni è rappresentata dal passaggio da un turismo di massa ad un turismo caratterizzato da nuovi prodotti e nuove forme di mercato.

Il rilancio del "prodotto turistico Italiano" avviene attraverso la promozione e la valorizzazione delle sue peculiarità, eno-turistiche, gastronomiche e, quindi di nuove forme alternative di vacanze: il turismo rurale e l'agriturismo.

La nuova figura di consumatore – turista, ha molte più esigenze pretese sul piano culturale, dispone generalmente di maggiori risorse economiche e di un'istruzione più elevata, che è curioso delle diverse culture locali, e cerca prodotti tipici capaci di soddisfare la sua domanda di memoria e non solo di gusto inconsueto.

## FILIERA VINO

---

In quest'ottica, il turismo enogastronomico è una delle chiavi utili per entrare in contatto con la gente del territorio di destinazione, per conoscerne il patrimonio storico, culturale e capirne le tradizioni.

La gastronomia è cultura e immagine di una società rappresenta tradizioni, costumi e storia.

Il prodotto tipico è un prodotto tendenzialmente di medio/alta qualità; si posiziona in una fascia alta di mercato e che il consumatore finale potrebbe appartenere ad una fascia medio alta, con una buona propensione all'acquisto.

Riassumendo i canali di questo prodotto sono:

- Di Turisti e visitatori che comprano direttamente in azienda,
- Catene di vendita specializzate;
- Turismo rurale;
- Feste di piazza, sagre, fiere nazionali e internazionali;
- Ristoranti locali, enoteche e vinerie.

In definitiva gli orientamenti descritti determinando un connubio tra prodotto vitivinicolo, prodotto agroalimentare tipico e turismo.

La promozione turistica diventa, a tale riguardo, promozione dei vini di qualità e dei prodotti tipici e viceversa ; La sinergia per i prodotti ha determinato, e determinerà in maniera sempre maggiore, un incremento della domanda congiunta.

Esiste un nuovo canale di mercato che integra canali tradizionali ed innovativi ma, soprattutto, settori diversi e prodotti economicamente contigui.

### **1.2.6 Analisi dei prezzi.**

La tendenza consolidata dei prezzi è quella di applicare un ricarico moderato (dal 20% al 50%) sulle bottiglie di vino già care in partenza, mentre per quelle della fascia di mercato dai 3 ai 6 euro che, per altro, comprende fortunatamente ancora molti vini con un ottimo rapporto prezzo/ qualità, i ricarichi arrivano e spesso superano il 300%.

Per l'anno 2004 in Italia, si registrano flessioni dei listini nel comparto dei vini da tavola; in particolare, i listini medi dei bianchi fanno registrare una riduzione pari al 21,22 %, mentre i rossi registrano una riduzione percentuale pari al 24,33% (si veda la tabella n°9).

FILIERA VINO

Tabella 19 Prezzi dei vini

Descrizione	Dicembre 2003	Dicembre 2004	Unità Mis.
Vini bianchi da tavola	3,77	2,97	€/ Ettogradi
Vini Doc-Docg bianchi	103,83	n.d.	€/ 100 kg
Vini Doc-Docg rossi e rosati	136,2	n.d.	€/ 100 kg
Vini rossi da tavola	4,11	3,11	€/ Ettogradi

Ismea 2004

La tabella seguente mostra, invece, i prezzi all'origine per le varie categorie di vino ed è semplice evincere che, in linea generale, quasi tutti i vini registrano una variazione negativa dall'anno 2003 al 2004.

In Piemonte, il Barolo prosegue nella fase discendente con listini attestati nel 2004 un valore pari a 500,00 Euro/100Kg contro i 660,00 Euro/100Kg dell'anno precedente.

Nella stessa tendenza si posiziona il Barbaresco che vede le sue quotazioni scendere a 290,00 nel 2004 euro/Kg a causa di una domanda poco vivace da parte delle grandi aziende industriali, anche se attratte dal buon rapporto qualità/prezzo del prodotto.

Al centro, in Toscana in particolare, si evidenzia la flessione dei listini per la Vernaccia di San Gimignano con una riduzione dal 2003 al 2004 del 48,48%.

E' importante, comunque, evidenziare che il Brunello di Montalcino registra una variazione positiva del 12,19% passando ad un prezzo nel 2004 di 1150,00 euro/Kg rispetto il prezzo 2003 pari a 1.025,00 euro/Kg stesso discorso per Prosecco Conegliano con una variazione del 2.58%, e il Soave con una variazione 2.56%.

FILIERA VINO

Tabella 20- Prezzi all'origine dei vini italiani (espressi in €/100 Kg)

Descrizione	Novembre 2004	Novembre 2003	Variazione %
Barbaresco	290,00	325,00	-12.06
Barbera d'Asti	0	119,05	
Barbera Olt.Po	90,00	93,00	-3.33
Bardolino classico	69,75	106,87	-34.73
Barolo	500,00	660,00	-24.24
Bonarda Olt.Po	125,00	126,50	-9.73
Brunello di Montalcino	1150,00	1025,00	+12.19
Chianti	85,00	125,00	-32
Chianti classico	160,00	210,00	-23.82
Chianti col.Senesi	85,00	120,62	-29
Cortese di Gavi	150,00	150,00	
Frascati	72,50	75,50	-3.97
Lago Caldaro Cl.Aa	149,00	152,64	-2.38
Descrizione	Novembre 2004	Novembre 2003	Variazione %
Lambrusco Reg.	0	54,88	
Lambrusco Sorbara	50,68	69,00	-26.55
Montepulciano	0	72,63	
Moscato d'Asti	129,50	129,50	
Nobile Montep.	260,00	425,00	-38.82
Orvieto classico	0	86,00	
Pinot Grigio Grave	145,00	203,00	-28.57
Pinot Nero oltre Po	120,00	150,00	-20
Prosecco Conegliano	159,00	155,00	+2.58
Sangiovese Rom	75,90	92,94	-18.33
Schiava Alto Adige	157,25	157,39	-0.41
Soave	67,50	65,81	+2.56
Terl.Pinot B. A.A.	206,00	206,29	-0.14
Trebbiano d'Abr.	30,95	35,21	-12.09
Trebbiano Romagna	44,86	60,89	-26.32
TrentinoChardonnay	140,00	165,00	-15.15
Trentino Pinot	250,00	280,00	-10.71
Valpolicella classico	0	140,63	
Verdicchio class. Jesi	77,50	79,00	-1.80
Vernaccia San Gimignano	85,00	165,00	-48.48

Ismea 2004

**1.2.7 Concorrenza territoriale (UE ed extra UE).**

L'export del settore vinicolo italiano nel 2003 si è attestato poco al di sopra dei 13 ml di ettolitri registrando una flessione del 16% rispetto al 2002.

Per l'Italia questa è stata la peggiore performance degli ultimi 10 anni.

FILIERA VINO

Non solo ha perso, così, il suo primato di primo Paese fornitore in termini di volume in favore della Francia, che nel 2003 ha esportato oltre 15 ml di ettolitri (registrando peraltro un - 4%), ma è anche stata quasi raggiunta dalla Spagna (+22%) che, come si evince dalla tabella seguente, tende ad aumentare sempre di più la produzione interna

**Tabella 21- Trend produttivo dei principali paesi produttori**

PAESI	PRODUZIONE IN ETTOLITRI 2002	PRODUZIONE IN ETTOLITRI 2003	Variazione % 2003/2002
Francia	51.967.000	47.314.000	-9,00%
Italia	44.604.130	44.096.415	-1,10%
Spagna	39.419.000	44.380.000	12,60%
Germania	10.500.000	8.300.000	-21,00%
Portogallo	6.265.000	7.115.000	13,60%
Grecia	5.000.000	5.800.000	16%
USA	25.400.000	24.384.000	-4,00%
Argentina	17.124.499	17.605.000	2,80%
Australia	11.740.000	9.940.000	-15,30%
Sud Africa	7.188.310	8.684.000	20,80%
Cile	5.623.230	6.682.221	18,80%

*Export Italiano 2003*

L'analisi delle quote percentuali di esportazione del 2003 (relative ai v.q.p.r.d.) dei principali paesi produttori di vino rivela una generale stasi del mercato internazionale; Francia e Italia si confermano come il primo (31.83%) e il secondo paese esportatore (19.03%).

Al terzo posto è situata l'Australia (10.5%), che prosegue la sua lenta ma progressiva erosione di quote percentuali di mercato storicamente in mano ai grandi produttori europei anche se, analizzando le variazioni annue, di fronte alla costante crescita dell'export di vini australiani (dal 4.92% del 1997 al 10.5% del 2003) solo la Francia ha subito un sensibile decremento (da 36.18% a 31.83%), mentre l'Italia non sembra aver risentito, almeno a macrolivello, la concorrenza dei grandi gruppi australiani.

Si può asserire, dunque, che la Francia ha subito, più dell'Italia, la concorrenza dei vini australiani.

A conferma di ciò, si possono analizzare le importazioni (in quote percentuali) di vino degli USA, quale principale meta di destinazione dei vini prodotti all'estero insieme alla

FILIERA VINO

Germania quale principale destinazione dei vini europei: l'Italia è il primo paese importatore (30.76%; nel 2001, 30.28%), segue poi l'Australia (22.72%; nel 2001, 18.34%) e la Francia (29.98%; nel 2001, 27.43%).

Il dato si fa ancora più evidente se si comparano i primi cinque mesi del 2003 con quelli del 2004, così come mostra la seguente tabella:

**Tabella 22- Importazioni degli USA**

Importazioni degli USA (esprese in %)		
	Gennaio-Maggio 2003	Gennaio-Maggio 2004
Italia	29.58	30.47
Australia	23.72	27.83
Francia	28.59	21.38

*N/s elaborazione su dati Export Italiano 2003*

Nell'ordine, i principali importatori di vino italiano sono Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Canada e Svizzera.

Tutti i principali paesi produttori, comunque, hanno fatto registrare un calo annuo delle percentuali di esportazione.

Le DOCG più famose all'estero sono: Chianti Classico, Brunello di Montalcino e Barolo.

Anche se il numero delle aziende italiane che esportano vino all'estero è poco significativo, il comparto vino conferma comunque il ruolo primario delle esportazioni agroalimentari italiane contribuendo per il 17% al totale esportato del comparto.

Il prezzo medio del prodotto all'estero è sempre in aumento, il comparto vino conferma il ruolo primario delle esportazioni agroalimentari italiane contribuendo per il 16,8% al totale esportato del comparto.

Sarebbe, in definitiva, auspicabile affrontare i problemi che senza dubbio esistono, guardando al mercato globale con lucidità e senza inutili catastrofismi per ricercare, definire e poi implementare le strategie percorribili per competere al meglio in uno scenario così complesso e diversificato.

### 1.3 Ambito di riferimento

#### 1.3.1 Descrizione del territorio di riferimento.

La provincia di Benevento vanta una tradizione enologica di origine molto antica ed un territorio di insediamento, di coltivazione, di studio della vite e del vino tra i primi in Europa.

La diffusione della vite risale all'epoca pre-romana ed i vini sanniti, sia per le condizioni climatiche che per la particolare natura dei suoli, divennero già nell'antichità apprezzati e famosi in tutto il mondo.

Le tecniche di coltivazione, di vinificazione e di consumo erano molto raffinate, tanto che la coltivazione della vite assumeva la dimensione di un proprio culto.

Attualmente la "graduatoria" regionale delle province, come visto in precedenza, vede la provincia di Benevento classificarsi al secondo posto per superficie vitata (11.407 ha); la presenza di quattro Cantine sociali a livello regionale, tre delle quali - Solopaca, La Guardiense e Taburno – si trovano in provincia di Benevento e una - Val Calore - in provincia di Salerno, rendono il territorio beneventano ricco di prospettive di investimento e di potenzialità di sviluppo nel comparto.

La maggiore produzione vitivinicola di Benevento è concentrata nelle seguenti zone:

- la Valle Telesina, comprendente i Comuni di Solopaca, Cerreto Sannita e Melizzano;
- l'area del Taburno;
- Sant'Agata de' Goti.

La massima produzione si concentra proprio lungo la Valle Telesina e, in parte, anche lungo le Valli Vitulanesi e Caudina.

Si tratta di territori collinari adiacenti e prospicienti il massiccio del taburno-camposauro e il Titerno.

Le zone in esame, pur essendo limitrofe, producono tipi di vino diversi.

La zona di Solopaca è delimitata al nord dal Matese, a sud dal Massiccio del Taburno e interessa i seguenti comuni: Solopaca, Castelvenere, Guardia Sanframondi, S. Lorenzo Maggiore, Frasso Telesino, Melizzano, S. Lorenzello, S.S. Telesino, Cerreto Sannita, Faicchio e Telese Terme.

La zona del Vitulanese, invece, si estende lungo le pendici del Taburno fino alle sponde del Calore ed interessa i seguenti comuni: Vitulano, Foglianise, Torrecuso, Paupisi, Cautano, Tocco Gaudio, Campoli Monte Taburno, Castelpoto, Ponte.

## FILIERA VINO

---

L'intero ambiente di coltivazione delle viti è caratterizzato da un insieme di fattori ambientali e climatici che portano ad un buon livello qualitativo il vino beneventano; si tratta infatti, di una zona con un clima non molto freddo, con piovosità non eccessiva e ad una esposizione ottimale con dei terreni di origine prevalentemente alluvionale non eccessivamente pastosi e senza ristagno d'acqua.

Vengono riportate di seguito le tipologie di vitigni presenti nella provincia di Benevento:

### **Vitigni raccomandati:**

- Uve bianche: Coda di volpe bianca, Falanghina, Greco, Trebbiano toscano.
- Uve nere: Aglianico, Barbera, Lambrusco Maestri, Merlot, Piediroso, Sangiovese, Sciascinoso.

### **Vitigni autorizzati:**

- Uve bianche: Malvasia bianca di Candia.
- Uve nere: Primitivo

Di seguito, viene effettuata una descrizione ancora più dettagliata delle produzioni di qualità della provincia:

**SOLOPACA:** Vino a Denominazione di Origine Controllata ( D.M. 30.10.1992), prodotto nella zona più intensivamente vitata della Campania, che comprende dodici comuni, tutti nel Sannio.

Nell'area operano due importanti Cantine sociali, dotate di modernissimi impianti di vinificazione, a cui circa 2.000 viticoltori conferiscono uve, prodotte in terra vocata e sapientemente selezionate.

Un vino ricco di storia come documentato dalla individuazione e riconoscimento dell'area più antica di coltivazione del Solopaca, la zona "classica", tutta ricadente nell'ambito del comune di Solopaca, per complessivi 600 ettari.

Le uve prodotte in tale zona utilizzate per la produzione del "Solopaca Classico" nei tipi Bianco e Rosso.

La superficie iscritta all'albo dei vigneti è pari a 5.016,62 Ha.

Nella vendemmia 2002 sono stati prodotti 47.798 Hl di vino DOC Solopaca che rappresentano il 25,65% del totale della produzione a denominazione di origine regionale.

Tipologie del vino SOLOPACA: Bianco, Rosso, Rosato, Falanghina, Aglianico, Spumante.

## FILIERA VINO

---

**TABURNO O AGLIANICO DEL TABURNO:** Vino a Denominazione di Origine Controllata (D.M. 02.08.1993). L'area di produzione comprende 13 comuni, tutti nel Sannio, in cui opera, accanto ad un crescente numero di aziende vitivinicole private, un'importante Cantina sociale, con oltre 400 soci, che, attraverso una sapiente selezione delle partite e un'accurata cernita delle uve, elabora vini di grande pregio e spiccata tipicità, avvalendosi, per l'affinamento dell'Aglianico, di botti di rovere di Slavonia e di barriques di rovere francese.

La superficie iscritta all'albo dei vigneti è pari a 880,67 Ha.. Nella vendemmia 2002 sono stati prodotti 7.092 Hl di vino DOC Aglianico e/o Aglianico del Taburno e/o Taburno che rappresentano il 4,5% del totale della produzione a denominazione di origine regionale.

Tipologie del vino TABURNO: Aglianico del Taburno rosso, Aglianico del Taburno rosato, Bianco, Rosso, Falanghina, Greco, Coda di Volpe, Piediroso, Spumante, Novello.

**GUARDIOLO:** Vino a Denominazione di Origine Controllata ( D.P.R.: 02.08.1993).

L'area di produzione include solo quattro comuni, tutti intensamente vitati.

Vigneti specializzati, condotti con moderne tecniche; impianti di trasformazione modernissimi, tra cui una Cantina sociale tecnologicamente all'avanguardia, con oltre mille soci; tecnici esperti ed appassionati del lavoro di vigna e di cantina.

La superficie iscritta all'albo dei vigneti è pari a 199,65 Ha..

Nella vendemmia 2002 sono stati prodotti 8.009 Hl di vino DOC Guardiolo che rappresentano il 4,49% del totale della produzione a denominazione di origine regionale.

Tipologie del vino Guardiolo: Bianco, Rosso, Rosato, Falanghina, Aglianico, Spumante.

**SANT'AGATA DEI GOTI:** Vino a Denominazione di Origine Controllata ( D.P.R. 3.8.1993). Nasce da una secolare tradizione, e da ambiente particolarmente vocato alla coltivazione della vigna, da assolate colline ottimamente esposte, dall'adozione di razionali tecniche di trasformazione, ma soprattutto da una attenta, appassionata e convinta azione di valorizzazione dei vitigni autoctoni di pregio, tutti vinificati rigorosamente in purezza.

Così nasce la prima Falanghina, che da anni si è imposta all'attenzione dei consumatori più attenti ed esigenti, per il gusto delicato, per il profumo inconfondibile, per la spiccata tipicità.

Di grande eleganza sono, poi, il Greco, tra i bianchi, l'Aglianico e il Piediroso, tra i rossi.

## FILIERA VINO

---

La tipicità del prodotto è ulteriormente garantita da una delimitazione rigorosa dell'area di produzione, che include solo pochi ettari di vigna, localizzati sulle colline del Comune di Sant'agata dei Goti, l'antica Saticula.

La superficie iscritta all'albo dei vigneti è pari a 32,76 Ha.

Nella vendemmia 2002 sono stati prodotti 1.101 Hl di vino DOC Sant'Agata de' Goti che rappresentano lo 0,62% del totale della produzione a denominazione di origine regionale.

Tipologie del vino SANT'AGATA DE' GOTI: Bianco, Rosso, Rosato, Falanghina, Falanghina Passito, Greco, Aglianico, Piediroso.

**SANNIO D.O.C.:** Vino a Denominazione di Origine Controllata ( **D.D.: 5.08.1997**).

La zona di produzione comprende l'intero Sannio.

Le condizioni pedoclimatiche sono quelle ideali per la perfetta maturazione delle uve. Plinio, Columella, Catone ed Orazio, nei loro scritti, hanno raccontato degli eccellenti vini prodotti nel Sannio, molto apprezzati, alcuni "per il lieve aroma affumicato", altri per "l'inteso sentore di resina".

A garanzia della qualità dei vini, il disciplinare di produzione include le sole aree vocate, escludendo i vigneti di fondovalle umidi e non bene esposti, e vieta ogni eventuale forzatura.

La superficie iscritta all'albo dei vigneti è pari a 1.104,88 Ha..

Nella vendemmia 2002 sono stati prodotti 24.162 Hl di vino DOC Sannio che rappresentano il 13,53% del totale della produzione a denominazione di origine regionale.

Tipologie del vino SANNIO DOC: Sannio bianco, Sannio rosso, Sannio rosato, Sannio Barbera, Sannio Coda di volpe, Sannio Falanghina, Sannio Fiano, Sannio Greco, Sannio Moscato, Sannio Aglianico, Sannio Piediroso, Sannio Sciascinoso.

**DUGENTA:** Vino ad Indicazione geografica tipica ( 22 novembre 1995). La zona di produzione comprende il territorio del comune di Dugenta in provincia di Benevento.

I vini sono di 3 tipi: i bianchi, i rossi ed i rosati.

La gradazione alcolica minima deve superare: i 10% vol per i bianchi, lo 10.5%vol per i rosati e i rossi l'11%vol per i novelli. La resa massima per ettaro è di 16 tonnellate per i vini a indicazione geografica tipica

Dugenta bianco e 14 per quelli ad indicazione geografica tipica Dugenta rosso.

## FILIERA VINO

---

La resa massima dell'uva in vino finito, comunque, non deve superare il 75% per tutti i tipi.

**BENEVENTANO:** Vino ad Indicazione geografica tipica ( 22 novembre 1995). La zona di produzione comprende il territorio della provincia di Benevento.

I vini sono di tre tipi: i bianchi, i rossi anche "novello" ed i rosati.

La gradazione alcolica minima deve essere: del 10%vol per i bianchi, il 10.5%vol per i rosati ed i rossi e l'11%vol per i novelli. L'indicazione con specificazione di Aglianico, Barbera, Coda di Volpe bianca, Falanghina, Fiano, Greco, Moscato bianco, Piediroso e Sciascinoso è riservata ai vini realizzati almeno con l'85% dei vitigni corrispondenti.

È consentito, inoltre, l'uso di uve ricavate da vitigni a bacca di colore analogo purché autorizzati per la provincia di Benevento fino ad un massimo del 15%.

La resa massima per ettaro è di 17 tonnellate per i vini a indicazione geografica tipica Beneventano bianco, 16 con la specificazione del vitigno; 15 per quelli ad indicazione geografica tipica Dugenta rosso, 14 con la specificazione del vitigno.

La resa massima dell'uva in vino finito, comunque, non deve superare il 75% per tutti i tipi, tranne se passito (50%).

Nel Sannio sono presenti ben 34 impianti di vinificazione e di imbottigliamento di cui, i centri di trasformazione delle uve in vino più importanti sono, come detto in precedenza, le tre Cantine sociali:

- 1) Agricola del Monte Srl – Ocone
- 2) Antica Masseria Venditti
- 3) Azienda Agricola Il Poggio
- 4) Azienda Agricola De Lucia
- 5) Azienda Agricola DEVI
- 6) Azienda Agricola Falluto
- 7) Azienda Agricola Fattoria Ciabrelli
- 8) Azienda Agricola Fontanavecchia
- 9) Azienda Agricola Libero Fusco
- 10) Azienda Agricola Mustilli
- 11) Azienda Agricola Nifo Serrapochiello
- 12) Azienda Agricola Pulcino
- 13) Azienda Agricola Scetta Pasquale
- 14) Azienda Agricola Torre del Pagus

FILIERA VINO

---

- 15) Azienda Vitivinicola Coletta
- 16) Cantina del Taburno
- 17) Cantina Sociale di Solopaca
- 18) Cantina Sociale Il Don
- 19) Cantine Fontana delle Selve
- 20) Casaldivenere di Danilo Verrillo
- 21) Castelmagno srl
- 22) Fattoria Corte Normanna
- 23) Fattoria La Rivolta
- 24) Fattoria Torre Gaia
- 25) Feudo Santagatella – Foresta
- 26) I Pentri
- 27) La Guardiense srl
- 28) La Vinicola del Titerno
- 29) La Vinicola Del Vecchio
- 30) Podere Veneri Vecchio
- 31) Terre Sannite S.r.l.
- 32) Torre nova srl
- 33) Vinicola del Sannio
- 34) Vitivinicola Bosco Anna

Accanto a tali strutture ci sono anche tanti piccoli produttori che producono qualità in proprio.

I vigneti della provincia di Benevento, hanno subito e stanno subendo un significativo processo di ammodernamento volto alla valorizzazione dei vitigni autoctoni di pregio: negli ultimi tempi i vini della provincia hanno conseguito importanti riconoscimenti in concorsi e rassegne nazionali ed internazionali<sup>5</sup>.

### 1.3.2 Dati economici locali

La descrizione del territorio di riferimento non può prescindere dal tentativo di dimensionare sul piano quantitativo e, dunque, statistico-economico, il comparto della viticoltura in Provincia di Benevento.

---

<sup>5</sup> Ad esempio il Premio "3 bicchieri" assegnato all'Aglianico Bue Apis e "2 bicchieri" assegnato all'Aglianico Delius.

**FILIERA VINO**

Tale necessità, se da un lato è finalizzata a fornire una ricognizione esplorativa del territorio, dall'altro può assumere una valenza strumentale ad una perimetrazione del territorio stesso per l'individuazione di tipologie territoriali omogenee da un punto di vista produttivo.

Occorre, tuttavia, porre in evidenza l’oggettiva difficoltà incontrata nel reperimento dei dati: scendendo nel dettaglio di partizioni territoriali sempre più fini (quali sono, ad esempio, i Comuni), non solo si riduce il numero di informazioni di cui si dispone, potendo contare sempre meno su indagini campionarie rappresentative di tale livello di scomposizione, ma viene meno anche l'aggiornamento periodico di tali fonti.

La tabella seguente riporta i dati, disaggregati a livello comunale, relativi alla superficie vitata in Provincia di Benevento:

**Tabella 23- Viticoltura in provincia di Benevento- Dati per comune**

<b>COMUNI</b>	<b>SUPERFICIE (ha)</b>	<b>SUPERFICIE DOC (ha)</b>
Airola	6,2492	0,9600
Amorosi	137,8739	25,4722
Apice	51,0442	0,4000
Apollosa	30,3208	0,0000
Arpaia	0,6476	0,0000
Arpaise	15,8807	0,0000
Baselice	14,6638	0,0000
Benevento	559,1640	128,5149
Bonea	37,5724	12,3967
Bucciano	3,5335	0,0000
Buonalbergo	18,7959	0,0000
Calvi	64,7850	5,8117
Campolattaro	5,5769	0,0000
Campoli Monte Taburno	174,0336	24,2710
Casalduni	184,4892	15,1702
Castelfranco in Miscano	0,5900	0,0000
Castelpagano	1,5050	0,0000
Castelpoto	70,5559	17,0331
Castelvenere	959,1534	206,7439
Castelvetere Val Fortore	5,3515	0,0000
Cautano	86,7034	9,5767
Ceppaloni	41,0571	4,3145
Cerreto Sannita	115,1513	14,1194
Circello	18,3105	3,0800
Colle Sannita	1,0332	0,0000
Cusano Mutri	8,0827	0,0000
Dugenta	121,8767	63,3349
Durazzano	3,6984	0,0000
Faicchio	162,7709	19,8974
Foglianise	275,3344	50,9360
Foiano Val Fortore	2,9570	0,0000
Forchia	0,0000	0,0000
Fragneto l'Abate	1,6414	0,0000
Fragneto Monforte	32,6148	1,4000
Frasso Telesino	121,5737	2,1104

PRUSST Calidone  
*"Progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari"*

**FILIERA VINO**

<b>COMUNI</b>	<b>SUPERFICIE (ha)</b>	<b>SUPERFICIE DOC (ha)</b>
Ginestra degli Schiavoni	1,3183	0,0000
Guardia Sanframondi	1.079,5861	227,7707
Limatola	7,5051	0,0000
Melizzano	165,8482	14,7090
Moiano	2,8640	0,0000
Molinara	0,7975	0,0000
Montefalcone Valfortore	7,9612	0,0000
Montersarchio	114,0679	40,3092
Morcone	30,8503	0,0000
Paduli	51,8876	5,9340
Pago Veiano	17,0486	0,0000
Pannarano	17,1649	0,0000
Paolisi	0,6145	0,0000
Paupisi	223,5980	59,8068
Pesco Sannita	17,4601	0,0000
Pietraroja	0,0647	0,0000
Pietrelcina	13,3839	0,0000
Ponte	576,5909	158,6373
Pontelandolfo	7,9998	0,0000
Puglianello	91,6870	14,3560
Reino	7,1008	0,0000
San Bartolomeo in Galdo	14,5897	0,0000
San Giorgio del Sannio	40,4245	1,9240
San Giorgio la Molarra	2,1100	0,0000
San Leucio del Sannio	23,9093	1,0000
San Lorenzello	190,5504	33,3931
San Lorenzo Maggiore	686,6050	102,1890
San Lupo	133,7272	29,0176
San Marco dei Cavoti	5,8795	0,0000
San Martino Sannita	8,5183	0,0000
San Nazario	8,9168	0,0000
San Nicola Manfredi	31,3282	0,7200
San Salvatore Telesino	232,8302	28,1822
Santa Croce del Sannio	1,9770	0,0000
Sant'Agata dei Goti	240,3215	34,4202
S. Angelo a Cupolo	20,5980	0,0000
S. Arcangelo Trimonte	3,4634	0,0000
Sassinoro	1,8560	0,0000
Solopaca	853,1661	296,3964
Telesse Terme	304,1935	54,3252
Tocco Caudino	48,0596	1,6100
Torrecoiso	1.083,9674	313,7645
Vitulano	327,7813	74,2382
<b>TOTALE PROVINCIA</b>	<b>10.034,7643</b>	<b>2.098,2464</b>

AGEA 2004

FILIERA VINO

Al fine di evidenziare il ruolo economico-produttivo delle diverse aree geografiche secondo cui si articola il territorio della Provincia di Benevento<sup>6</sup>, tali dati sono stati aggregati per circoscrizioni statistiche, secondo la definizione fornita dall'Istat:

**Tabella 24- Superficie viticola (complessiva e DOC) espressa in ha, nella provincia di Benevento per circoscrizioni statistiche - 2004**

circoscrizioni	Superficie viticola complessiva	Superficie DOC	Superficie Doc/ Superficie viticola complessiva
Matese sud orientale	157,98	14,12	8,94%
Alto Tammaro e Alto Fortore	77,07	3,08	4,00%
Monti del Taburno e del Camposauro	1.864,02	472,02	25,32%
Colline del Calore Irpino inferiore	6.432,30	1.368,17	21,27%
Colline di Benevento	1.503,40	240,86	16,02%
<b>Totale Provincia</b>	<b>10.034,76</b>	<b>2.098,25</b>	<b>20,91%</b>

N/s elaborazione su dati Agea

Come si evince dalla tabella precedente, la superficie viticola complessiva ammonta a circa 10.000 ha, di cui il 20,91% riguarda vitigni DOC.

Emerge, inoltre, dalla tabella seguente che la circoscrizione con maggiore superficie vitata è quella denominata "Colline del Calore Irpino Inferiore" dove si concentra il 64% circa della superficie viticola complessiva ed il 65% circa della superficie DOC provinciale.

La circoscrizione "Monti del Taburno e del Camposauro", invece, con il 25% circa primeggia per l'orientamento, in termini relativi, verso le produzioni a denominazione di origine.

6 Si tratta delle cinque aree stabilite dall'ISTAT (1958), ossia: 1) Matese Sud-Orientale (Cerreto Sannita, Cusano Mutri, Morcone, Pietraroja, Santa Croce del Sannio, Sassinoro), 2) Alto Tammaro e l'Alto Fortore (Baselice, Castelfranco in Miscano, Castelpagano, Castelvetero in Val Fortore, Circello, Colle sannita, foiano di Val Fortore, Ginestra degli Schiavoni, Molinara, Montefalcone di Val Fortore, San Bartolomeo in Galdo, San Giorgio la Molarata, san Marco dei Cavoti), 3) Monti del Taburno e del Camposauro (Airola, Arpaia, Bonea, Bucciano, Cautano, Durazzano, Forchia, Frasso telesino, Moiano, Montesarchio, Pannarano, Paolisi, Sant'Agata dei Goti, Solopaca, Tocco Caudio, Vitulano), 4) Colline del Calore irpino inferiore (Amorosi, Campolattaro, Casalduni, Castelvenere, Dugenta, Faicchio, Fragneto l'Abate, Fragneto Monforte, Guardia Sanframondi, Limatola, Melizzano, Pago Veiano, Paupisi, Pesco Sannita, Ponte, Pontelandolfo, Puglianello, Reino, San Lorenzello, San Lorenzo Maggiore, San Lupo, San Salvatore Telesino, Teleso, Torrecuso), 5) Colline di Benevento (Apice, Ampollosa, Arpaia, Benevento, Calvi, San Nazzaro, Campoli del Monte Taburno, Castelpoto, Ceppaloni, Foglianise, Paduli, Pietrelcina, San Giorgio del sannio, San Leucio del Sannio, San Martino Sannita, San Nicola Manfredi, Sant'Angelo a Cupolo, Sant'Arcangelo Trimonte).

FILIERA VINO

Tabella 25- Superficie viticola (complessiva e DOC) per circoscrizione, nella provincia di Benevento - valori % anno 2004

circoscrizioni	Superficie viticola complessiva	Superficie DOC
	%	%
Matese sud orientale	1,57%	0,67%
Alto Tammaro e Alto Fortore	0,77%	0,15%
Monti del Taburno e del Camposauro	18,58%	22,50%
Colline del Calore Irpino inferiore	64,10%	65,21%
Colline di Benevento	14,98%	11,48%
<b>Totale Provincia</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

N/s elaborazioni su dati Agea

Attraverso un'ulteriore analisi vengono riportati i dati relativi ai principali Comuni interessati alla coltivazione della vite, per quanto riguarda la superficie vitata complessiva e per quanto riguarda la superficie DOC: a ciascuno di essi viene associata la **frequenza relativa** e la **frequenza cumulata**.

Con la prima viene misurata l'intensità produttiva (in termini di superficie vitata) di ciascun Comune, valutata rispetto al dato complessivo provinciale; con la frequenza cumulata, invece, si fornisce una misura della concentrazione territoriale della viticoltura in Provincia di Benevento.

FILIERA VINO

Tabella 26-Comuni con maggiore superficie vitata ( rank e frequenze cumulate )

Superficie Viticola Complessiva				
rank	comune	circonscrizione	freq relative	freq cumulate
			sup.vitata Comune/sup.vitata Prov.	
1	Torrecuso	4	10,802%	10,80%
2	Guardia Sanframondi	4	10,758%	21,56%
3	Castelvenere	4	9,558%	31,12%
4	Solopaca	3	8,502%	39,62%
5	San Lorenzo Maggiore	4	6,842%	46,46%
6	Ponte	4	5,746%	52,21%
7	Benevento	5	5,572%	57,78%
8	Vitulano	3	3,266%	61,05%
9	Telese Terme	4	3,031%	64,08%
10	Foglianise	5	2,744%	66,82%
11	Sant'Agata dei Goti	3	2,395%	69,22%
12	San Salvatore Telesino	4	2,320%	71,54%
13	Paupisi	4	2,228%	73,77%
14	San Lorenzello	4	1,899%	75,67%
15	Casalduni	4	1,839%	77,50%
16	Campoli Monte Taburno	5	1,734%	79,24%
17	Melizzano	4	1,653%	80,89%
18	Faicchio	4	1,622%	82,51%
19	Amorosi	4	1,374%	83,89%
20	San Lupo	4	1,333%	85,22%
21	Dugenta	4	1,215%	86,43%
22	Frasso Telesino	3	1,212%	87,65%
23	Cerreto Sannita	1	1,148%	88,79%
24	Montersarchio	3	1,137%	89,93%
25	Puglianello	4	0,914%	90,84%

N/s elaborazioni su dati Agea, 2004

FILIERA VINO

Tabella 27-Comuni a maggior vocazione viticola DOC ( rank e frequenze cumulate )

Superficie DOC				
rank	comune	circonscrizione	freq relative	freq cumulate
			sup.Doc Comune/sup.Doc Prov.	
1	Torrecuso	4	14,95%	14,95%
2	Solopaca	3	14,13%	29,08%
3	Guardia Sanframondi	4	10,86%	39,93%
4	Castelvenere	4	9,85%	49,79%
5	Ponte	4	7,56%	57,35%
6	Benevento	5	6,12%	63,47%
7	San Lorenzo Maggiore	4	4,87%	68,34%
8	Vitulano	3	3,54%	71,88%
9	Dugenta	4	3,02%	74,90%
10	Paupisi	4	2,85%	77,75%
11	Telese Terme	4	2,59%	80,34%
12	Foglianise	5	2,43%	82,77%
13	Montersarchio	3	1,92%	84,69%
14	Sant'Agata dei Goti	3	1,64%	86,33%
15	San Lorenzello	4	1,59%	87,92%
16	San Lupo	4	1,38%	89,30%
17	San Salvatore Telesino	4	1,34%	90,65%
18	Amorosi	4	1,21%	91,86%
19	Campoli Monte Taburno	5	1,16%	93,02%
20	Faicchio	4	0,95%	93,97%
21	Castelpoto	5	0,81%	94,78%
22	Casalduni	4	0,72%	95,50%
23	Melizzano	4	0,70%	96,20%
24	Puglianello	4	0,68%	96,89%
25	Cerreto Sannita	1	0,67%	97,56%

N/s elaborazioni su dati Agea

Dalle elaborazioni effettuate si desume che il 90% della superficie viticola provinciale si concentra in 25 Comuni; fra questi Torrecuso, Guardia Sanframondi, Castelvenere e Solopaca incidono per circa il 40% sulla superficie viticola complessiva e per circa il 50% sulla superficie coltivata con vitigni Doc.

**1.3.2.1 La Produzione Lorda Vendibile della viticoltura in Provincia di Benevento**

La valenza economica del comparto vitivinicolo viene misurata per mezzo della Produzione Lorda Vendibile (PLV) provinciale, così come stimata dall'Istituto Tagliacarne per il 2002.

La PLV è quel valore che si ottiene moltiplicando le quantità vendibili per i rispettivi prezzi medi stimati a livello del settore primario; a partire dal 1995 essa viene calcolata ai prezzi base pari, cioè, al prezzo di vendita di un'unità di bene prodotta, sottraendo le imposte indirette sul prodotto e aggiungendo i contributi al prodotto.

FILIERA VINO

Una misura a livello regionale della PLV viene fornita dall'Istat, mentre una misura provinciale è diffusa dall'Istituto Tagliacarne.

**Tabella 28- PLV del comparto vitivinicolo e delle coltivazioni legnose in Provincia di Benevento – (migliaia di Euro)**

Produzione Lorda Vendibile							
SETTORE	Coltivazioni legnose					Tot. coltivazioni legnose	Tot. agricoltura e foreste
COMPARTO	Vitivinicoltura	Olivicoltura	Frutta	Altro	Tot. coltivazioni legnose		
BENEVENTO	44.979,84	24.824,65	11.428,31	1.463,83	82.696,63	376.177,37	
CAMPANIA	101.135,15	168.637,72	484.173,34	17.455,82	771.402,03	3.284.083,05	
ITALIA	3.429.219,55	2.071.663,78	3.989.632,60	888.962,84	10.379.478,77	44.611.601,09	

Istituto Tagliacarte 2002

Il dato di partenza è stato elaborato al fine di evidenziare l'incidenza percentuale della PLV della viticoltura beneventana sia rispetto alla PLV della Campania che a quella italiana.

**Tabella 29- Incidenza della PLV di comparto rispetto alla PLV di Campania e Italia – (%)**

Produzione Lorda Vendibile						
SETTORE	Coltivazioni legnose					TOTALE
COMPARTO	Vitivinicoltura	Olivicoltura	Frutta	Altro	Totale coltivazioni legnose	Tot agricoltura e foreste
Benevento/Campania	44,47%	14,72%	2,36%	8,39%	10,72%	11,45%
Benevento/Italia	1,31%	1,20%	0,29%	0,16%	0,80%	0,84%
Campania/Italia	2,95%	8,14%	12,14%	1,96%	7,43%	7,36%

Ns elaborazioni su dati Istituto Tagliacarne

Dalla tabella emerge che il comparto beneventano delle coltivazioni viti-vinicole ha un peso pari al 44% rispetto alla Campania, confermandosi, in tal modo, come un comparto trainante non solo per l'agricoltura provinciale (con una incidenza di quasi il 12%, come si desume dalla tabella) ma anche per quella regionale.

FILIERA VINO

**Tabella 30- Incidenza della PLV di comparto rispetto alla PLV Totale del settore agricolo in provincia di Benevento( % )**

SETTORE	Coltivazioni legnose					TOTALE
COMPARTO	Vitivinicoltura	Olivicoltura	Frutta	Altro	Totale coltivazioni legnose	Totale agricoltura e foreste
<b>Comparto/Totale settore</b>	54,39%	30,02%	13,82%	1,77%	100,00%	
<b>Comparto/Totale agricoltura</b>	11,96%	6,60%	3,04%	0,39%	21,98%	100,00%

Ns elaborazioni su dati Istituto Tagliacarne

**1.3.2.2 Indice standardizzato di specializzazione produttiva**

L'utilizzo di un indicatore descrittivo di struttura settoriale è finalizzato a fornire una misura dell'orientamento colturale in provincia di Benevento.

L'indicatore prescelto fa perno sul cosiddetto **Indice Standardizzato di Specializzazione Produttiva (ISSP)** con cui, misurando il grado di specializzazione produttiva attraverso una matrice di dati del tipo "territorio/produzioni agricole", si individuano le aree territoriali che presentano una consistente specializzazione nelle diverse produzioni agricole.

Unità di riferimento dell'analisi svolta sono i 78 Comuni della Provincia di Benevento.

Per quanto attiene alla scelta della variabile *pivot*, occorre evidenziare che, normalmente, quando si vuole analizzare la specializzazione in un settore manifatturiero si utilizza il rapporto tra gli addetti di quel settore e il totale addetti (nella fattispecie il Comune), rapportando poi questo valore all'analogo calcolato per unità areale di livello superiore (nella fattispecie la Provincia).

Nel caso delle produzioni agricole non c'è, però, possibilità di avere il dettaglio degli occupati per tipologia di produzione.

La variabile presa in considerazione, dunque, è costituita dalla Produzione Lorda Vendibile (PLV), stimata per comparto e per ciascun Comune, che consente, fra l'altro, un immediato confronto tra le produzioni dei diversi comparti dell'agricoltura.

Il dato relativo alla PLV di comparto e PLV totale, disaggregato a livello comunale, non viene calcolato dall'Istituto Tagliacarne, ragion per cui esso è stato stimato integrando il dato provinciale con i dati del censimento e dell'archivio Agea, passando attraverso la resa unitaria media provinciale per ettaro, ricavabile in base alle statistiche annuali fornite dall'Istat.

L'Indice Standardizzato di Specializzazione Produttiva è stato calcolato secondo la seguente formula:

FILIERA VINO

---

$$ISP_{ij} = \frac{a_{ij} - b_i}{(1 - a_{ij})b_i + (1 - b_i)a_{ij}}$$

dove:

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_i x_{ij}}$$

$$b_i = \frac{\sum_j x_{ij}}{\sum_{ij} x_{ij}}$$

$x_{ij}$  = valore della PLV relativa alla produzione  $i$ -esima nel comune  $j$ -esimo

$$-1 \leq ISP \leq +1$$

ISSP = +1 Individua situazioni territoriali di massima specializzazione produttiva per la produzione  $i$ -esima nel Comune  $j$ -esimo;

ISSP = 0 Individua una condizione di equidistribuzione delle destinazioni colturali;

ISSP = -1 Individua condizioni corrispondenti all'assenza di produzione all'interno del Comune.

In altri termini, e con riferimento allo specifico comparto, la specializzazione produttiva di un Comune è direttamente proporzionale al valore assunto dall'ISSP.

Di seguito sono riportate due tabelle, una riferita alla viticoltura e l'altra alla viticoltura Doc, in cui i Comuni sono classificati in ordine di "importanza" rispetto al valore assunto dall'indice.

FILIERA VINO

Tabella 31- Viticoltura in provincia di Benevento - Indice di specializzazione produttiva

rank	comune	isp	rank	comune	isp
1	Castelvenere	0,99	40	San Giorgio del Sannio	-0,57
2	Telese Terme	0,94	41	Fragneto Monforte	-0,62
3	Solopaca	0,93	42	Paduli	-0,66
4	San Lorenzo Maggiore	0,93	43	Apice	-0,69
5	Guardia Sanframondi	0,90	44	Bucciano	-0,75
6	Ponte	0,90	45	Airola	-0,77
7	Torreco	0,87	46	Buonalbergo	-0,78
8	Vitulano	0,86	47	Pesco Sannita	-0,80
9	San Lupo	0,70	48	Sassinoro	-0,81
10	Foglianise	0,69	49	Limatola	-0,83
11	San Lorenzello	0,64	50	Pago Veiano	-0,84
12	Campoli Monte Taburno	0,60	51	Campolattaro	-0,84
13	Paupisi	0,55	52	Pietrelcina	-0,86
14	San Salvatore Telesino	0,55	53	Durazzano	-0,86
15	Cautano	0,46	54	Baselice	-0,88
16	Amorosi	0,38	55	Paolisi	-0,89
17	Arpaise	0,36	56	Morcone	-0,89
18	Castelpoto	0,31	57	Circello	-0,89
19	Melizzano	0,29	58	Pontelandolfo	-0,89
20	Puglianello	0,28	59	S. Arcangelo Trimonte	-0,89
21	Dugenta	0,26	60	Reino	-0,91
22	Casalduni	0,25	61	Cusano Mutri	-0,92
23	Bonea	0,24	62	Arpaia	-0,93
24	Montersarchio	0,20	63	Moiano	-0,93
25	Frasso Telesino	0,13	64	Montefalcone Valfortore	-0,93
26	San Nazario	0,07	65	Castelvetere Val Fortore	-0,95
27	Sant'Agata dei Goti	0,04	66	San Bartolomeo in Galdo	-0,95
28	San Martino Sannita	0,03	67	Santa Croce del Sannio	-0,96
29	Pannarano	-0,02	68	Ginestra degli Schiavoni	-0,96
30	Benevento	-0,02	69	San Marco dei Cavoti	-0,97
31	Ceppaloni	-0,03	70	Fragneto l'Abate	-0,97
32	Tocco Caudio	-0,13	71	Foiano Val Fortore	-0,97
33	Apolloso	-0,18	72	Molinara	-0,98
34	Faicchio	-0,18	73	Castelpagano	-0,99
35	S. Angelo a Cupolo	-0,24	74	San Giorgio la Molar	-0,99
36	San Leucio del Sannio	-0,28	75	Colle Sannita	-0,99
37	Cerreto Sannita	-0,29	76	Castelfranco in Miscano	-1,00
38	Calvi	-0,35	77	Pietraroja	-1,00
39	San Nicola Manfredi	-0,45	78	Forchia	-1,00

Ns elaborazioni

FILIERA VINO

Tabella 32 -Viticultura DOC in provincia di Benevento - Indice di specializzazione produttiva

rank	comuni	isp	rank	comuni	isp
1	Solopaca	0,89	40	Apolloosa	-1,00
2	Castelvenere	0,86	41	Arpaia	-1,00
3	Ponte	0,84	42	Arpaiese	-1,00
4	Torrecuso	0,83	43	Baselice	-1,00
5	Guardia Sanframondi	0,78	44	Bucciano	-1,00
6	Telese Terme	0,78	45	Buonalbergo	-1,00
7	Vitulano	0,77	46	Campolattaro	-1,00
8	San Lorenzo Maggiore	0,73	47	Castelfranco in Miscano	-1,00
9	San Lupo	0,63	48	Castelpagano	-1,00
10	Dugenta	0,62	49	Castelvetere Val Fortore	-1,00
11	Paupisi	0,59	50	Colle Sannita	-1,00
12	Foglianise	0,56	51	Cusano Mutri	-1,00
13	San Lorenzello	0,50	52	Durazzano	-1,00
14	Bonea	0,43	53	Foiano Val Fortore	-1,00
15	Montersarchio	0,42	54	Forchia	-1,00
16	Campoli Monte Taburno	0,37	55	Fragneto l'Abate	-1,00
17	Castelpoto	0,35	56	Ginestra degli Schiavoni	-1,00
18	Amorosi	0,28	57	Limatola	-1,00
19	San Salvatore Telesino	0,25	58	Moiano	-1,00
20	Puglianello	0,11	59	Molinara	-1,00
21	Cautano	0,11	60	Montefalcone Valfortore	-1,00
22	Benevento	0,03	61	Morccone	-1,00
23	Sant'Agata dei Goti	-0,16	62	Pago Veiano	-1,00
24	Melizzano	-0,17	63	Pannarano	-1,00
25	Casalduni	-0,24	64	Paolisi	-1,00
26	Ceppaloni	-0,36	65	Pesco Sannita	-1,00
27	Faicchio	-0,42	66	Pietraroja	-1,00
28	Cerreto Sannita	-0,50	67	Pietrelcina	-1,00
29	Calvi	-0,65	68	Pontelandolfo	-1,00
30	Tocco Caudio	-0,78	69	Reino	-1,00
31	Paduli	-0,79	70	San Bartolomeo in Galdo	-1,00
32	San Leucio del Sannio	-0,79	71	San Giorgio la Molara	-1,00
33	Frasso Telesino	-0,81	72	San Marco dei Cavoti	-1,00
34	Airola	-0,81	73	San Martino Sannita	-1,00
35	San Giorgio del Sannio	-0,88	74	San Nazario	-1,00
36	Fragneto Monforte	-0,90	75	Santa Croce del Sannio	-1,00
37	Circello	-0,90	76	S. Angelo a Cupolo	-1,00
38	San Nicola Manfredi	-0,92	77	S. Arcangelo Trimonte	-1,00
39	Apice	-0,99	78	Sassinoro	-1,00

Ns elaborazioni

**1.3.2.3 Un modello di specializzazione produttiva territoriale**

L’Indice Standardizzato di Specializzazione Produttiva (ISSP) è stato riportato su cartografia e, poiché l’unità di riferimento di essa è il territorio del singolo Comune, le cartografie rappresentate nelle pagine seguenti sono di due: la prima fa riferimento alla superficie vitata, la seconda riproduce il valore dell’Indice Standardizzato di Specializzazione Produttiva (così come calcolato nel precedente paragrafo) associato a ciascun Comune.

La lettura congiunta delle due cartografie evidenzia un aspetto interessante che non sarebbe stato facile cogliere soltanto con una analisi quantitativa e numerica della specializzazione produttiva territoriale: taluni Comuni, pur avendo una superficie vitata piuttosto estesa, presentano un valore ISSP basso, per altri, invece, ad una superficie coltivata ridotta è associato un valore ISSP elevato.







**PRUST "CALIDONE"**  
Programma di Riqualificazione Urbana e  
Sviluppo Sostenibile del Territorio

## Progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari Indice Standardizzato di Specializzazione Produttiva - Vite

Legenda

### ISSP Vite

-  < 0,2
-  < 0,4
-  < 0,6
-  < 0,8
-  > 0,8

### Metadati

Sistema di Riferimento :

Gauss - Boaga

Fonte :

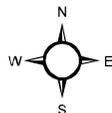
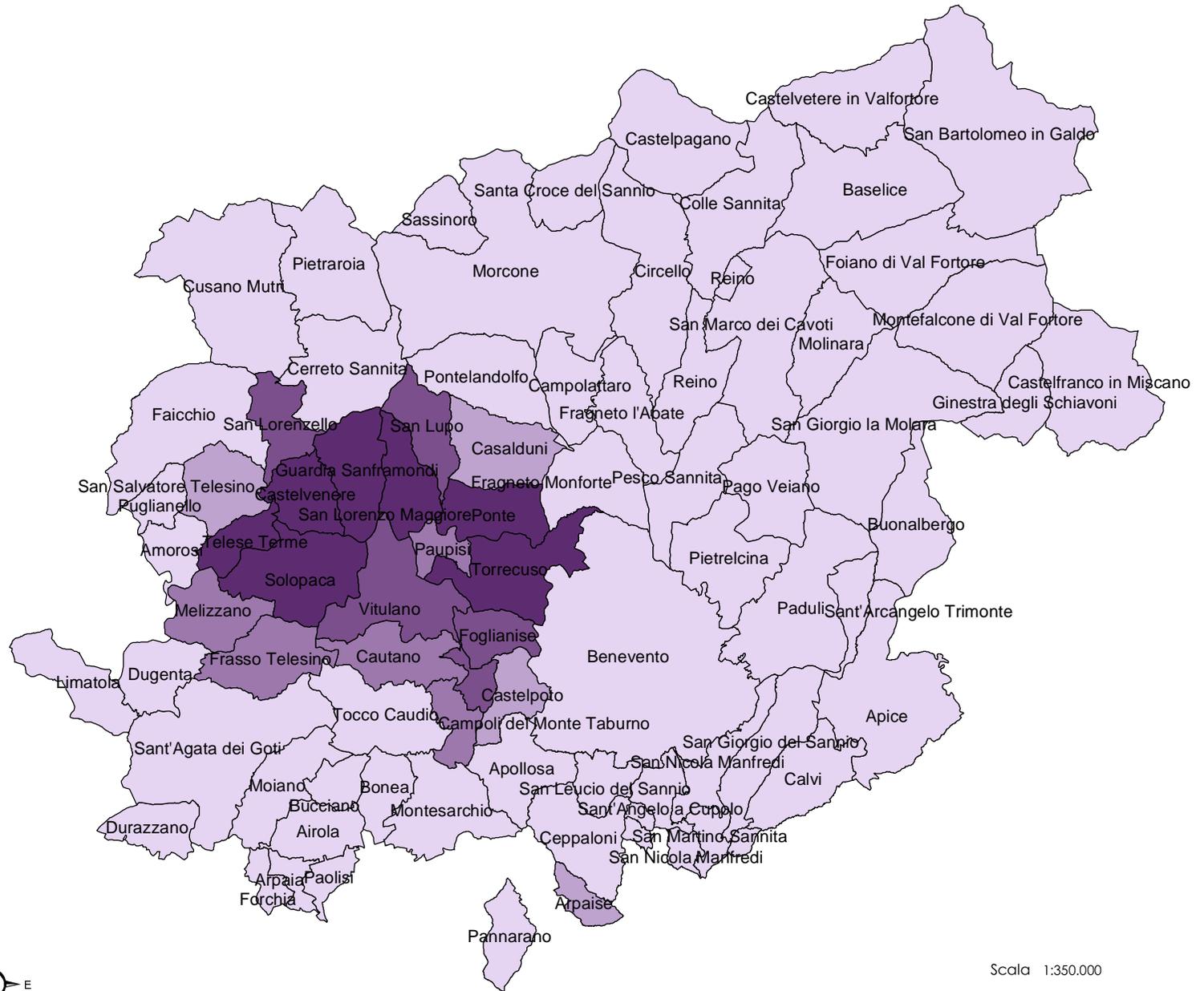
vedi nota metodologica nel testo

Elaborazione a cura di :

ufficio di coordinamento P.R.U.S.S.T. "Calidone"

Data di aggiornamento :

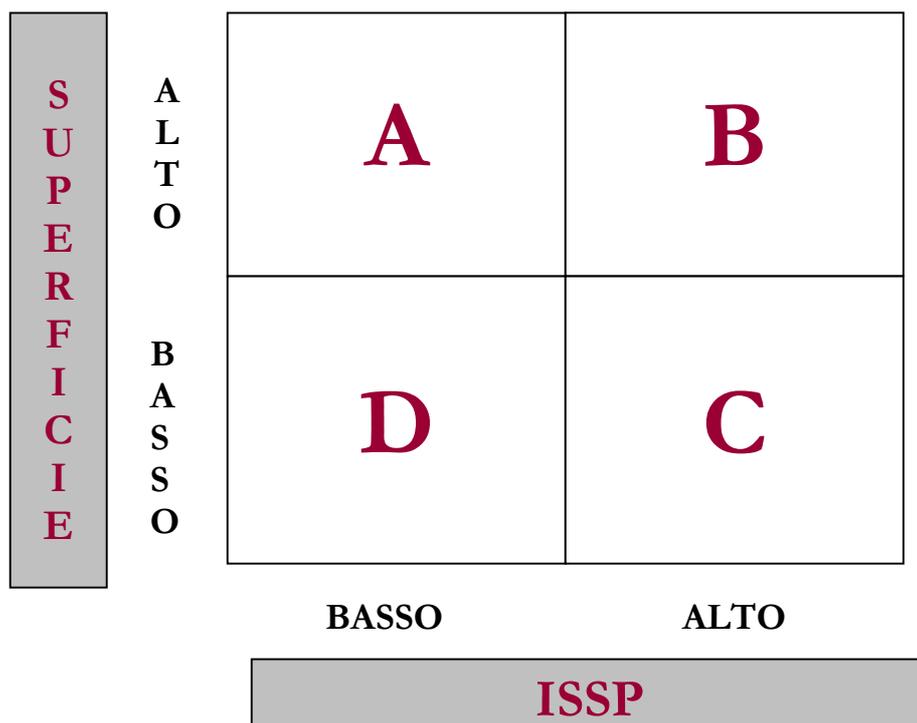
31.12.2004



Scala 1:350.000

FILIERA VINO

Tale constatazione ha suggerito l'elaborazione di un modello di specializzazione produttiva territoriale che, articolato secondo lo schema riportato di seguito, consente, da un lato, di correlare graficamente le due variabili considerate e, dall'altro, classificando i Comuni secondo tipologie produttive omogenee, di fornire una interpretazione economica di sintesi.



Con riferimento al comparto vitivinicolo, il territorio può essere classificato secondo le seguenti tipologie:

- nel **quadrante A** quei comuni con basso ISSP ma elevata incidenza della superficie;
- nel **quadrante B** vanno compresi quei Comuni che presentano sia un valore ISSP che una superficie elevata;
- nel **quadrante C** quei Comuni con elevato valore ISSP ma bassa incidenza della superficie coltivata a vite.
- nel **quadrante D** possono essere inclusi quei Comuni che presentano un basso valore ISSP e una ridotta incidenza della superficie viticola;

## FILIERA VINO

---

Per una sintesi grafica del modello proposto è stato utilizzato uno *scatter diagram*, in cui sull'asse delle ascisse è posta la variabile ISSP (il valore ISSP, si ricorda, varia fra -1 e +1), mentre sull'asse delle ordinate è posto il valore normalizzato<sup>7</sup> della superficie vitata.

Un aspetto molto importante da tenere in considerazione è la scelta relativa al punto in cui fissare l'intersezione fra i due assi.

Dal punto d'intersezione, infatti, dipende il dimensionamento dei quadranti secondo il modello proposto e, dunque, la collocazione di un Comune in un quadrante anziché in un altro.

Occorre, in sostanza, definire un valore di soglia in base al quale individuare quei valori, rispettivamente per la variabile ISSP e per la variabile Superficie coltivata, che siano "alti" o "bassi" allo scopo di definire, con un contorno netto, i quadranti.

Si ritiene opportuno, pertanto, fissare pari a 0 l'intersezione per l'asse della variabile Superficie e pari a 0,5 l'intersezione per l'asse della variabile ISSP.

Ma se tale modo di procedere ha una sua valenza metodologica, sicuramente non vanno sottaciuti i "rischi" intrinseci connessi alla dicotomia della logica sottostante.

Sono "rischi", sollevati ed evidenziati dai principi della *logica Fuzzy*<sup>8</sup>, che dovrebbero ispirare cautela nel tentativo di inquadrare e classificare "a tutti i costi" un determinato Comune.

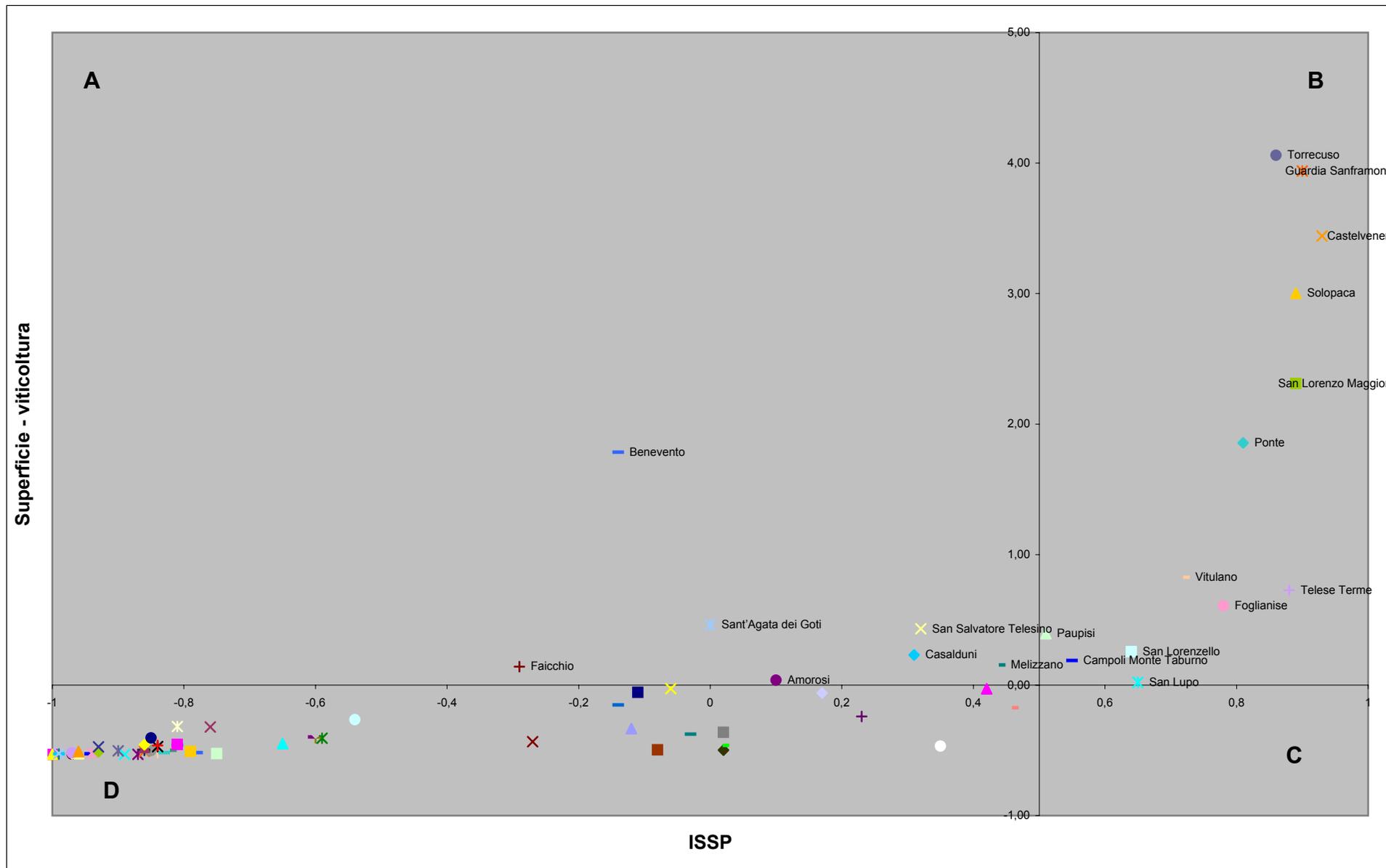
Una chiara classificazione secondo il modello proposto, pertanto, può aversi soltanto per quei Comuni che nello *scatter diagram* occupano posizioni esterne o, comunque, "chiare" nell'ambito di ciascun quadrante.

---

<sup>7</sup> La procedura di normalizzazione, effettuata attraverso una procedura di tipo statistico, si è resa necessaria al fine di risolvere i problemi di rappresentazione grafica connessi alla diversa scala dimensionale delle due variabili considerate.

<sup>8</sup> Gli strumenti logici a disposizione degli studiosi (e delle persone in generale) sono generalmente considerati il frutto della logica dicotomica, ossia di quella aristotelica. Da oltre duemila anni i problemi sono affrontati e risolti con la logica del "sì o no", del "vero o falso". Secondo la logica Fuzzy, invece, i problemi che le situazioni reali pongono, il nostro modo di affrontarle hanno in realtà ben poco di bivalente.

# Scatter filiera viticola: superficie/ISSP



FILIERA VINO

---

I **Comuni del gruppo B** si caratterizzano per una elevata specializzazione produttiva, in quanto la viticoltura fornisce un contributo importante alla formazione della PLV complessiva dei Comuni stessi.

I Comuni compresi in tale quadrante sono.

- Torrecuso
- Guardia Sanframondi
- Castelvenere
- Solopaca
- San Lorenzo Maggiore
- Ponte
- Vitulano
- Teleso Terme
- Foglianise
- San Lorenzello
- Campoli del Monte Taburno
- Paupisi

Per quanto riguarda i **Comuni del gruppo A**, potrebbe sorprendere che ad una elevata PLV corrisponda un basso livello del valore ISSP: si tratta di Comuni la cui struttura agricola si presenta, dal punto di vista produttivo, diversificata; la PLV totale di tali Comuni è determinata dal contributo di diverse produzioni, ma nessuna di esse assume un ruolo rilevante rispetto alle altre.

Ricadono in tale quadrante:

- Benevento
- Sant'Agata dei Goti
- Faicchio
- Casalduni
- Amorosi
- San Salvatore Telesino
- Melizzano

I **Comuni del gruppo C** si caratterizzano per una modesta attività agricola: un ISSP elevato implica che, per quanto modesta sia la superficie coltivata a vite, questa presenta un forte impatto in termini di formazione della PLV agricola complessiva di tali Comuni.

## FILIERA VINO

---

Con riferimento alla viticoltura, nessun Comune ricade in tale quadrante.

I **Comuni del gruppo D** sono Comuni che, con riferimento alla viticoltura, non presentano un orientamento produttivo specializzato, sono i seguenti: Forchia, Pietraroja, Castelfranco in Mescano, Paolisi, Arpaia, Molinara, Colle Sannita, Ginestra degli Schiavoni, Castelpagano, Fragneto L'Abate, Sassinoro, Santa Croce del Sannio, San Giorgio la Molara, Moiano, Foiano Val Fortore, Sant'Arcangelo Trimonte, Bucciano, Durazzano, Castelvetero Val fortore, Campolattaro, San Marco dei Cavoti, Aiola, Reino, Limatola, Montefalcone Val Fortore, Pontelandolfo, Cusano Mutri, San Martino Sannita, San Nazzaro, Pietrelcina, San Bartolomeo in Galdo, Baselice, Arpaia, Pago Veiano, Pannarano, Pesco Sannita, Circello, Buonalbergo, Sant'Angelo a Cupolo, San Leucio del Sannio, Ampollosa, Morcone, San Nicola Manfredi, Fragneto Manforte, Bonea, San Giorgio del Sannio, Ceppaloni, Tocco Caudio, Apice, Paduli, Calvi, Castelpoto, Cautano, Puglianello, Montesarchio, Cerreto Sannita, Frasso Telesino, Dugenta.

### 1.3.4 Politiche di intervento ricadenti sul territorio

Le politiche attuali di intervento per il settore vitivinicolo sono delineate nel POR Campania 2000-2006.

Un'analisi approfondita dell'incidenza delle misure del POR Campania attinenti al Fondo FEOGA, nell'agricoltura è svolta nella parte generale della sperimentazione.

Nello specifico, però, si vuole dare il senso delle direttive agli incentivi del settore vitivinicolo.

Gli interventi strutturali per i produttori vitivinicoli sono consentiti solo nelle aree delimitate dal disciplinare dei DOCG, DOC e IGT, consistono in:

a) Opere di miglioramento fondiario

A tale categoria appartengono:

- Ripristino o realizzazione di piste di servizio ai vigneti a fondo naturale di larghezza non superiore a mt2,50 con formazione di massciata di un mt 100/ha;
- Installazione di monorotaie nei vigneti impiantati su terreni acclivi(> 15%) ricadenti in comprensori non dotati di adeguata viabilità, anche a servizio di più aziende e per una lunghezza non inferiore a mt 50/ha
- Ristrutturazione, ampliamento e realizzazione dei locali di deposito macchine, attrezzature e mezzi tecnici;

FILIERA VINO

---

- Opere ed interventi richiesti da Enti di certificazione per l'adesione delle aziende ai Sistemi di Gestione Ambientale (ISO14001, EMAS) e/o per l'adozione di Sistemi di Qualità ( ISO 9000)

b) Razionalizzazione e realizzazione di impianti per la trasformazione dell'uva prodotta in azienda

c) Acquisto di macchine ed attrezzature nuove quali:

- Trattatrice speciale per vigneto e macchine operatrici, portate o semoventi, specifiche per il vigneto
- Altre macchine ed attrezzature agricole innovative

## SEZIONE 2. PROGETTO PILOTA

### 2.1 Le imprese aderenti al Progetto Pilota

Entro il 30 settembre 2004 sono pervenute presso il Coordinamento Prusst Calidone 193 domande di adesione alla sperimentazione; di queste adesioni tre riguardano società di servizi alle imprese<sup>9</sup> e partecipano al Progetto su tutte le filiere.

Le modalità e criteri di selezione delle aziende che verranno ammesse alla sperimentazione sono definite dall'art.12 dell'Avviso Pubblico, quest'ultime saranno quelle per le quali si prefiguri un piano di sperimentazione d'azienda e/o di settore e/o di filiera fattibile e sostenibile.

Le manifestazioni d'interesse al Progetto Pilota per la filiera vino vede alla data del 30 settembre 2004 n. 18 adesioni.

Trattasi di aziende, la cui forma giuridica per la maggioranza delle stesse rientra nella conformazione della ditta individuale la cui attività é rivolta alla produzione di uve: falanghina, greco, aglianico.

L'elenco viene completato da società rientranti nella forma giuridica della società cooperativa e s.r.l.; si sottolinea che l'adesione di società cooperative a responsabilità limitata è volta anche ai soci ad esse partecipanti.

La localizzazione delle stesse si estende nelle diverse località della provincia: da Ponte a Cerreto Sannita, al Capoluogo.

Quanto alla loro organizzazione interna, per le ditte individuali, si evidenzia l'utilizzazione di sola manodopera familiare: trattasi in particolare di realtà aziendali strutturate su una compagine familiare e radicata affidabilità imprenditoriale.

Si riportano nella tabella successiva le aziende che hanno fatto domanda di adesione al progetto pilota e che sono state allocate nella presente filiera.

---

<sup>9</sup> CECAS Commercial s.r.l.; SOFAB s.r.l.; Sistemi Intelligenti s.r.l.

FILIERA VINO

Tabella 33-Elenco aziende

DITTA	NATURA GIURIDICA	COMUNE	FILIERA	SETTORE
A.A. FONTANAVECCHIA	Ditta Individuale	TORRECUSO	Vino	Produzione/ Trasformazione /Commercializzazione
AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	Srl	PONTE	Vino	Produzione/ Trasformazione
AZIENDA AGRICOLA DE.VI.		BENEVENTO	Vino	Produzione
AZIENDA AGRICOLA FRATELLI MURATORI S.S.	s.s.	BENEVENTO	Vino	Produzione
F.LLI MURATORI S.R.L.	Srl	BENEVENTO	Vino	Trasformazione /Commercializzazione
CANTINE DI CASTELVENERE SCARL	Soc. coop.	CASTELVENERE	Vino	
DI CROSTA MICHELE	Ditta Individuale	CERRETO SANNITA	Vino	Produzione/ Commercializzazione
BARBATO TOMMASO	Ditta Individuale	SAN LORENZO MAGGIORE	Vino	Produzione
CLARIZIA GIORGIO BIAGIO	Ditta Individuale	SAN LORENZO MAGGIORE	Vino	Produzione/ Trasformazione /Commercializzazione
DI COSIMO GIUSEPPE	Ditta Individuale	SAN LORENZO MAGGIORE	Vino	Produzione
FEDERICO MARIA CARMELA	Ditta Individuale	CERRETO SANNITA	Vino	Produzione
GUGLIELMUCCI RAFFAELA	Ditta Individuale	SAN LORENZO MAGGIORE	Vino	Produzione
IANNOTTI GIUSEPPE	Ditta Individuale	SAN LORENZO MAGGIORE	Vino	Produzione /Trasformazione
LAVORGNA ITALO	Ditta Individuale	SAN LORENZELLO	Vino	Produzione
MEI FRANCESCO LORENZO	Ditta Individuale	SAN LORENZO MAGGIORE	Vino	Produzione
TERLIZZO NICOLA/VENDITTI ANGELICA	Ditta Individuale	FRAGNETO MONFORTE	Vino	Produzione
TERRIBILE MARIA	Ditta Individuale	LIMATOLA	Vino	Produzione/ Trasformazione /Commercializzazione
STREGA ALBERTI S.A.B.	Spa	BENEVENTO	Vino	Produzione

Di seguito è rappresentata una cartografia da cui si evince la distribuzione di tutte le aziende aderenti al progetto per la filiera "Vino".



FILIERA VINO

**2.1.1 Descrizione sinottica delle imprese**

Segue una breve presentazione delle aziende, mentre in allegato si riporta un estratto della "Scheda per la definizione della sostenibilità di filiera", nonché i risultati del monitoraggio presso le aziende.

**1) A.A. FONTANAVECCHIA:**

L'impresa si occupa della produzione trasformazione e commercializzazione di vino.

Si tratta fondamentalmente è un'azienda familiare che ricorre a competenze specifiche esterne (enologo, grafico, ecc.). Nella tabella contenente i prezzi di alcuni prodotti di tale azienda, rilevati nel Gennaio 2005, presso due punti vendita locali, un'enoteca e un canale della GDO:

**Tabella 34-Prezzi praticati dai distributori (Gennaio 2005)**

Azienda Agricola Fontanavecchia	Canali distributivi	
	ENO	GDO
Vesuvio Bianco Doc		
Falaghina Taburno Doc	€ 5,50	€ 6,50
Facetus beneventano Igt	€ 11,50	€ 12,50
Aglianico del Taburno Rosato Doc	€ 5,50	€ 8,00
Aglianico del Taburno Doc	€ 6,50	€ 8,50
Vigna Cataratte Aglianico del Taburno Doc	€ 15,50	
Orazio Beneventano Igt	€ 16,50	
Grave More Aglianico del Taburno Doc	€ 28,00	

**2) AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.**

L'Agricola del Monte S.r.l spiega la propria attività, nel settore della produzione artigianale di vini sia bianchi che rossi, in regime di agricoltura biologica certificata.

La cura dei vigneti e la raccolta dell'uva, eseguita scrupolosamente a mano ed immediatamente vinificata secondo la più moderna tecnologia enologica: pressatura soffice, successiva defecazione a freddo dei mosti e fermentazione a temperatura controllata.

Per la coltivazione dell'uva sono usati prevalentemente concimi biologici.

Le uve provengono, per la maggior parte dai vigneti di proprietà dell'Azienda; infatti l'azienda coltiva direttamente il vigneto La Madonnella (circa 10 Ha), nel quale si trova la Vigna Pezza La Corte (circa 1 Ha), nonché la Vigna Del Monaco Morto.

Inoltre, l'azienda ritira uva da fornitori qualificati, le cui coltivazioni sono localizzate a Ponte e nei paesi limitrofi. Da gennaio 1998 l'azienda è stata certificata dall'A.I.A.B. - Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica con il numero T152.

## FILIERA VINO

---

Le varietà di uve coltivate sono le tipiche della zona, in particolare per le bianche il Greco, la Falanghina e la Code di Volpe, mentre per quelle rosse l'Aglianico e il Pierdirosso.

Da queste uve vinificate in purezza si ottengono gli omonimi vini, tutti a denominazione di origine controllata "Taburno".

Dalla vigna Pezza La Corte, terreno particolarmente calcareo, è selezionata una riserva molto limitata di Aglianico. Dalla Vigna del Monaco Morto, terreno di origine scistoso, si ricava un cru di falanghina.

Da una selezione di uve di diversi vigneti, con accurati processi di lavorazione, è ottenuto l'Aglianico Diomede.

Lo spumante Ocone Brut è ottenuto sempre con le stesse uve ed è elaborato in cantina, con fermentazione in bottiglia, secondo il metodo tradizionale.

L'azienda risulta essere dinamica, in continua crescita e sempre attenta alle esigenze di mercato in continua evoluzione, infatti in questi anni ha conquistato un'ampia fetta di mercato grazie alla politica basata sulla qualità.

Obiettivo dell'azienda è della realizzazione dei propri prodotti nel massimo rispetto delle norme di sicurezza sul lavoro, per garantire la salute dei propri operatori ed un ambiente aziendale il più possibile salubre e psicologicamente stimolante, assicurando in tal modo, condizioni ambientali ottimali.

Gli investimenti effettuati negli ultimi anni dalla società sono serviti, a migliorare la qualità del prodotto e del processo.

L'azienda ha una storia importante, fondata nel 1910 da Giuseppe Ocone.

Negli anni '30 si è sviluppata all'avvento del figlio Luigi che, nel 1954, realizzò nell'azienda il primo sistema di refrigerazione e la prima linea di imbottigliamento.

Negli anni '70 è subentrato il figlio Domenico, il quale con Luigi Pastore, responsabile della produzione, e Silvio Belfiore, responsabile amministrativo, conduce l'azienda sempre più orientandola verso il miglioramento della qualità e la caratterizzazione dei propri vini.

Hanno redatto direttamente il manuale di qualità, per rispondere a quei requisiti della sezione 5 della norma UNI EN ISO 9001:2000 che richiedono predisposizione da parte della Direzione di attività atte ad assicurare il rispetto di determinati requisiti, sia per attestare nell'organizzazione la leadership, fornendo direttamente le linee guida ai responsabili di processo.

Il progetto imprenditoriale prevede: l'ammodernamento ed ampliamento della struttura aziendale, incremento occupazionale pari a n. 3 unità lavorative, investimento complessivo pari ad € 129.114,00.

FILIERA VINO

Si riporta una tabella contenente i prezzi di alcuni prodotti di tale azienda, rilevati nel Gennaio 2005, presso due punti vendita locali, un'enoteca e un canale della GDO:

**Tabella 35-Prezzi praticati dai distributori (Gennaio 2005)**

Ocone Agricola del Monte	Canali distributivi	
	ENO	GDO
Aglianico del Taburno Doc	€ 8,50	€ 9,44
Coda di Volpe Taburno Doc	€ 7,00	€ 8,28
Falanghina Taburno Doc	€ 5,50	€ 8,50
Greco Taburno Doc	€ 8,00	€ 9,28
Piedirosso Taburno Doc	€ 6,20	€ 8,42
Vigna Pezza la Corte Aglianico Taburno Doc	€ 9,30	€ 12,18
Diomede Aglianico Taburno Doc	€ 12,90	€ 16,77
Calidonio Taburno Piedirosso Doc	€ 18,00	€ 20,52
Vigna del Monaco Falanghina Taburno Doc	€ 8,00	€ 11,32
Ocone Brut Sannio Spumante Doc		€ 11,90

### 3) AZIENDA AGRICOLA DE.VI.

L'azienda coltiva circa 18 Ha di vigneti specializzati producendo le seguenti qualità di uve: falanghina- aglianico-greco - fiano.

Un quarto della produzione viene vinificato, imbottigliato e commercializzato.

L'attuale struttura, che ospita la cantina, ha un'estensione di circa 600 mq che risulta insufficiente per i quantitativi prodotti.

Data l'accertata presenza nel vino aglianico di un antiossidante, il "resuetarolo", che aiuterebbe nella prevenzione dei tumori, l'azienda vorrebbe effettuare una ricerca su questo elemento in modo da dare al prodotto un valore aggiunto finale.

Si riporta una tabella contenente i prezzi di alcuni prodotti di tale azienda, rilevati nel Gennaio 2005, presso due punti vendita locali, un'enoteca e un canale della GDO:

FILIERA VINO

Tabella 36-Prezzi praticati dai distributori (Gennaio 2005)

Azienda Agricola De.Vi	Canali distributivi	
	ENO	GDO
Falanghina del Taburno Doc	€ 10,50	
Greco del Taburno Doc		€ 11,89
Fiano Sannio Doc		
Aglianico del Taburno Doc	€ 11,00	€ 13,22

4) AZIENDA AGRICOLA FRATELLI MURATORI S.S.

L'Azienda Agricola Fratelli Muratori s.s. è inserita nel progetto "Arcipelago Muratori" che ha, come obiettivo, la realizzazione di quattro punti di produzione di vini, dislocati sul territorio nazionale, che siano rappresentativi del panorama enologico italiano. Le "isole" sono quattro:

- VILLA CRESPIA: Franciacorta e si concretizza in 60 ettari di proprietà e produce esclusivamente Franciacorta Docg.
- VILLA AL COLLE : Maremma suveretana., 80 ettari a vigneto e 100 ettari complessivi di proprietà. Produzione esclusiva di vini rossi.
- GIARDINI ARIMEI : Isola d' Ischia, circa 8 ettari a vigneto per la produzione di vini da conversazione.
- OPPIDA AMINEA : Benevento, circa 35 ettari a vigneto di cui circa 42 ettari di proprietà di un'unica azienda che produce vini bianchi strutturati. L'azienda di Benevento è stata acquistata nell'aprile 2003 e sono già stati impiantati 17 ettari su 35 prefissi come obiettivo finale. La sede operativa dell'azienda è tutto ancora in fase di organizzazione per cui non sono ancora disponibili i dati di produzione e vendita.

5) BARBATO TOMMASO

Attività di Piccolo Imprenditore Agricolo a carattere familiare per la produzione di uve.

6) CANTINE DI CASTELVENERE SCARL

La Cooperativa ha lo scopo di perseguire l'interesse alla valorizzazione della produzione vitivinicola dei soci, innalzando la qualità dei vini e delle uva prodotte e migliorando l'utile che al produttore ne deriva nonché alla valorizzazione delle altre produzioni agricole, agroartigianali ed agroindustriale tipiche ed alla valorizzazione delle produzioni artigianali artistiche del territorio.

## FILIERA VINO

---

La Cooperativa, in particolare, provvede: alla raccolta in ogni sua fase dai produttori di uve della zona del Sannio beneventano; alla vinificazione, all'imbottigliamento e al confezionamento ed alla commercializzazione dei vini e delle uve conferite dai soci; alla eventuale produzione su terreni proprie di uve come quelle attualmente prodotte nelle terre in cui la cooperativa opera; alla commercializzazione in comune delle uve e dei vini conferiti dai suoi soci; alla ripartizione tra i soci del ricavato del prodotto conferito in rapporto alla qualità, alla tipologia ed alla quantità delle uve prodotte e conferite da ciascun socio; all'assistenza tecnica ai soci viticoltori nella coltivazione della vite al fine di ottenere vini ad alto contenuto qualitativo.

La Cooperativa propone altresì di svolgere le seguenti attività:

- la coltivazione di fondi agricoli, anche con tecniche biologiche ed eco-compatibili, con metodi estensivi o intensivi, di prodotti agricoli tipici;
- la costruzione e la gestione di stabilimenti industriali e l'acquisto degli immobili necessari per la trasformazione, lavorazione, manipolazione e conservazione dei prodotti agricoli propri o di terzi, nonché la produzione di beni comunque derivanti dai suddetti;
- la commercializzazione al dettaglio e/o all'ingrosso e la distribuzione e rappresentanza dei suddetti beni, sia di produzione propria che di terzi, anche mediante catene distributive e punti vendita, depositi, agenzie e rappresentanze;
- la fornitura di servizi di sostegno all'attività agricola di produzione, alle attività connesse e di trasformazione e, specificatamente, servizi agro-meteorologici e tecnici di analisi qualitativo-quantitativa delle produzioni agroalimentari nonché attinenti l'organizzazione, la gestione, lo sviluppo, il marketing, la distribuzione e la logistica anche al fine di favorire integrazioni e sinergie nei comparti agricolo ed agroalimentare entro i propri mercati di approvvigionamento e di sbocco.

### 7) CLARIZIA GIORGIO BIAGIO

L'attività imprenditoriale della ditta consiste nella produzione di uva, raccolta e trasformazione in vino, nonché commercializzazione del vino, sia alla rinfusa che in recipienti opportunamente etichettati, sul mercato comunale, provinciale e regionale.

## FILIERA VINO

---

### 8) DI COSIMO GIUSEPPE

L'impresa esiste da 10 anni ed è a conduzione familiare, produzione uve ( falanghina, coda di volpe, fiano, aglianico) e olive.

### 9) DI CROSTA MICHELE

L'azienda ha un'estensione complessiva di circa 2,50 ettari distribuiti sul territorio di Cerreto Sannita, in provincia di Benevento, ed è coltura olivicola e vitivinicola. Le varietà di uve coltivate sono, tra i vigniti a bacca bianca, la Falanghina, il Greco, la Malvasia di Candia, il Trebbiano Toscano; tra i vitigni a bacca rossa, si coltiva il Lambrusco Maestri e l'Aglianico. Le uve prodotte, in parte, vengono vendute a terzi, sia a privati che a cantine di trasformazione; ed in parte vengono vinificate in azienda, secondo i tradizionali processi.

### 10) FEDERICO MARIA CARMELA

L'attività dell'impresa è principalmente la produzione di vino.

L'impresa appartiene al settore primario e non è mai stata sperimentata una coltura alternativa in essa.

### 11) GUGLIELMUCCI RAFFAELA

Un'impresa a gestione familiare, attività agricola, in particolare uva, olio (extra vergine, vasetti), frutta (kiwi, ciliege).

### 12) IANNOTTI GIUSEPPE

La ditta Iannotti Giuseppe si occupa della produzione di uve tipo: aglianico, falanghina, sangiovese, cabernet, sauvignon, oltre alla produzione si occupa anche della trasformazione. Inoltre produce olive e ciliegie.

### 13) LAVORGNA ITALO

L'attività imprenditoriale svolta è diretta alla coltivazione vitivinicola, olearia ed all'allevamento del bestiame, ma quella che all'interno risulta notevolmente prevalente è la coltivazione delle viti.

Tale segmento, facilitato dalla fiorente allocazione geografica e caratterizzata da una vocazione a prevalenza vinicola ( zona geografica I.G.T., DOC,DOP, DOCG), ha permesso di conseguire nel corso degli anni una consolidata stabilità sul mercato, permettendo all'azienda di raggiungere un posizionamento di rilievo nell'area oggetto della presente analisi.

## FILIERA VINO

---

L'azienda Lavorgna Italo è situata all'interno dei vigneti collinari del Solopaca DOC.

L'intera superficie è coperta per l'80% dai vigneti e per il restante 20% dagli uliveti.

I vigneti, interamente iscritti al disciplinare di produzione delle uve a DOC, danno origine al vino "Solopaca DOC", sia bianco che rosso, dagli stessi si produce anche un Aglianico ad Indicazione Geografica Tipica.

La filiera è attualmente organizzata con una struttura funzionale di tipo familiare, dove si raccolgono i prodotti (uva e olio) e li si consegnano alle cooperative locali e, quindi, mancano le fasi della trasformazione e della commercializzazione del processo produttivo.

Nello stato attuale la forma giuridica dell'impresa è costituita da una ditta individuale senza nessun tipo di collaborazione familiare o esterna, il cui titolare è da sempre impegnato nel campo dell'agricoltura ed ha, quindi, maturato ampie esperienze e delle profonde cognizioni nel settore di riferimento.

Da queste precedenti considerazioni il titolare ha ritenuto opportuno avviare un processo di ampliamento ed ammodernamento del proprio processo produttivo attraverso le fasi della trasformazione e della commercializzazione del prodotto.

### 14) MEI FRANCESCO LORENZO

L'attività è prettamente agricola con produzione di uve, con interesse primario rivolto alla trasformazione del prodotto per la produzione di vini di qualità.

Non è stata mai sperimentata una coltura alternativa.

### 15) STREGA ALBERTI S.A.B.

L'azienda opera nel settore dei liquori dal 1860 e nel settore dei dolci dal 1908.

Il mercato in cui opera è quello nazionale ed internazionale, attraverso clienti tradizionali, grossisti, CIDO e HOKECA.

La produzione si effettua nello stabilimento di Benevento e si avvale di un laboratorio interno e di strutture esterne per il controllo qualità.

In seguito allo sviluppo della filiera del vino nella regione e nella provincia, l'azienda ritiene che ci siano interessanti prospettive di sviluppo nell'area dei distillati partendo da materie prime agricole tipiche e garantite da un sistema di tracciabilità ascendente.

### 16) TERLIZZO NICOLA

L'impresa si dedica alla produzione di vino, cereali ed allevamento di bovini da carne.

## FILIERA VINO

---

E' di piccola/media dimensione a conduzione familiare (è in atto un cambio generazionale alla guida dell'azienda), grazie alla capacità organizzativa si riesce a raccordare, con bassi costi e bassi sprechi di tempo, le varie fasi dell'attività produttiva.

Non è stata interessata da colture alternative.

### 17) TERRIBILE MARIA

La ditta appartiene al settore primario ed è specializzata nella coltivazione e trasformazione di vari prodotti agricoli.

Inoltre, la ditta ha una trentennale esperienza nell'allevamento di bovini e suini

## 2.2 La filiera locale

Nell'ambito del "Progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari" tra le varie operazioni è stata prevista quella di Ricognizione/Monitoraggio, finalizzata all'acquisizione di dati relativi alle aziende che hanno manifestato l'intenzione di aderire al progetto.

La sperimentazione si articola in più fasi di monitoraggio accompagnate da operazioni di assistenza finalizzate alla strutturazione delle filiere.

Tali fasi sono le seguenti:

**I LIVELLO:** il cui obiettivo è la conoscenza oggettiva dell'azienda ed il riscontro di quanto emerso nell'acquisizione della documentazione amministrativa e della "scheda per la definizione della sostenibilità di filiera" prevista dal bando;

**II LIVELLO:** dedicato all'approfondimento delle singole componenti aziendali delle imprese ammesse alla sperimentazione e caratterizzato da valutazioni microambientali e dalla conoscenza analitica delle singole componenti aziendali (ad esempio analisi del suolo e/o del prodotto).

**III LIVELLO:** rivolto all'approfondimento dell'azienda intesa come sistema mediante un monitoraggio che ne valuta la qualità per poter poi strutturare linee di sviluppo della cultura aziendale, individuando eventuali interventi di miglioramento dei processi aziendali.

**IV LIVELLO:** finalizzata allo sviluppo aziendale, al lancio promozionale per la vendita del prodotto e alla standardizzazione ed estensione del percorso di filiera.

Di seguito viene presentata una tabella che indica i livelli di monitoraggio effettuati per ogni azienda della filiera in oggetto.

FILIERA VINO

Tabella 37-Monitoraggi effettuati

N°	NOMI AZIENDE	FILIERA	SETTORE	LIVELLO MONITORAGGIO	DATA MONITORAGGIO
1	A.A. FONTANAVECCHIA	Vino	Produzione/ Trasformazione/ Commercializzazione	Livello I	30/09/04
2	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	Vino	Produzione	Livello I	06/10/04
3	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	Vino	Trasformazione	Livello I	06/10/04
4	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	Vino	Commercializzazione	Livello I	06/10/04
5	AZIENDA AGRICOLA DE.VI.	Vino	Produzione	Livello I	27/09/04
6	AZIENDA AGRICOLA FRATELLI MURATORI S.S.	Vino	Produzione	Livello I	06/12/04
7	CANTINE DI * CASTELVENERE Scarl	Vino	Prod./Trasform./Comm.	Livello I	
8	DI COSIMO GIUSEPPE	Vino	Produzione	Livello I	09/12/04
9	DI CROSTA MICHELE	Vino	Produzione/ Trasformazione/ Commercializzazione	Livello I	28/10/04
10	F.LLI MURATORI S.R.L.	Vino	Trasformazione	Livello I	06/12/04
11	F.LLI MURATORI S.R.L.	Vino	Commercializzazione	Livello I	06/12/04
12	FEDERICO MARIA CARMELA	Vino	Produzione	Livello I	10/12/04
13	LAVORGNA ITALO	Vino	Produzione	Livello I	10/12/04
14	MEI FRANCESCO LORENZO	Vino	Produzione	Livello I	09/12/04
15	TERLIZZO NICOLA/VENDITTI ANGELICA	Vino	Produzione	Livello I	10/12/04

\* Sono stati monitorati 32 soci.

Nella tabella successiva, si riporta la lista dei campioni prelevati ad alcune delle aziende monitorate al fine di effettuare analisi di laboratorio.

FILIERA VINO

Tabella 38-Lista campioni

PROT	Ditta	Data	Tipologia campioni	Filiera	Coltura/Allevamento
17	MEI FRANCESCO LORENZO	09-dic-04	Suolo	Vino	Vite
20	DI COSIMO GIUSEPPE	09-dic-04	Suolo	Vino- produzione	Vite
68	A.A. FONTANAVECCHIA	17-dic-04	Suolo	Vino- produzione	
97	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	17-dic-04	Suolo	Vino- produzione	
98	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	17-dic-04	Suolo (2)	Vino- produzione	
83	A.A. FONTANAVECCHIA	17-dic-04	Vino bianco	Vino- trasformazione	
84	A.A. FONTANAVECCHIA	17-dic-04	Vino rosso	Vino- trasformazione	
85	A.A. FONTANAVECCHIA	17-dic-04	Vino rosè	Vino- trasformazione	
86	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	17-dic-04	vino rosso	Vino- trasformazione	
87	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	17-dic-04	vino bianco	Vino- trasformazione	
90	A.A. FONTANAVECCHIA	17-dic-04	Acqua - potabilità	Vino- trasformazione	
91	AGRICOLA DEL MONTE S.R.L.	17-dic-04	Acqua - potabilità	Vino- trasformazione	

### **2.2.1 Risultati del monitoraggio di primo livello.**

Prima di riportare i risultati del monitoraggio, è necessario spiegare il metodo di lettura per la comprensione di tali risultati.

Nel caso delle rappresentazioni grafiche temporali sull'asse delle ascisse compare un numero che corrisponde ad un codice ID, attraverso il quale si identifica una singola azienda.

Il grafico a torta è suddiviso in quattro colori, ad ognuno dei quale corrisponde un significato: al rosso si riportano le negatività della check listrispetto alla macroarea e microarea interrogata, al verde la positività della check list rispetto la singola macro/microarea, il bianco rappresenta i requisiti non applicabili espressi per ogni macro/microarea, ed infine al giallo corrispondono quelle informazioni che devono essere approfondite ulteriormente.

Le domande specifiche per ogni macroarea e microarea sono rinviate alle check-list e ai risultati del monitoraggio nell' allegato.

La realtà della filiera vino, rispetto alle altre filiere, è molto più evoluta in quanto radicata da più tempo sul territorio.

Un numero esiguo tra le aziende monitorate, infatti, presenta un maggiore grado di evoluzione sia dal punto di vista tecnologico sia per le conoscenze nel campo viti-vinicolo dei titolari che seguono, con cura, la filiera in tutte le fasi, dalla produzione primaria, con particolare attenzione alla difesa fitopatologica, alla trasformazione e alla commercializzazione.

In tali aziende la trasformazione è diversificata in modo molto marcato, in quanto ogni cantina di trasformazione applica proprie metodologie basate sulla variazione dei sottoprocessi produttivi.

Tali metodologie appaiono fortemente radicate sia per tradizione, perché alcune realtà aziendali spesso sono già alla terza generazione di impresa, sia per fondamenti scientifici che non portano a conclusioni univoche ma, data l'estrema complessità dei processi e degli equilibri chimici esistenti nei vini, conducono alla valorizzazione in proprio di tecniche produttive delle uve, della vinificazione e dell'invecchiamento.

I titolari di tali aziende, che in questi casi si identificano nella figura di Imprenditori Agricoli a tutti gli effetti, mettono in atto tecniche innovative (sia nel settore di produzione primaria che in quello di trasformazione), in quanto attingono conoscenze concrete dal mondo della ricerca interagendo con essa con progetti attualmente in corso.

La commercializzazione avviene in modo diverso per le aziende monitorate: alcune si servono esclusivamente di aziende terze specializzate nella vendita di prodotti enogastronomici, altre invece hanno proprie reti di vendita.

## FILIERA VINO

---

In particolare, le aziende Ocone e Fontanavecchia producono vini di elevata qualità, che ricoprono una fascia di mercato medio-alta, essendo i loro processi di trasformazione maturi per la produzione di croux e terroir; l’azienda De.vi., invece, produce vini che ricoprono una fascia media, in quanto realizza ed imbottiglia esclusivamente vini tipici del Sannio senza ulteriori specializzazioni.

Nelle aziende in cui la filiera è completa, la capacità produttiva è la stessa ma le produzioni presentano differenze quantitative, fattore dovuto esclusivamente ai volumi di vendita.

Vi sono poi altre aziende che si occupano solo gestione della fase di produzione primaria in cui non c’è una vera e propria consapevolezza di filiera, poiché i titolari si occupano solo della gestione del settore di produzione primaria per poi vendere le proprie uve a cantine cooperative o a privati.

Il livello di conoscenza dei processi di produzione in tali aziende non è molto elevato e, spesso, non ha fondamenti scientifici ma è radicato su tradizioni rimandate da generazione in generazione.

Anche le cantine che acquistano le uve e le trasformano non seguono il processo basandosi su fondamenti scientifici, ma, spesso, stabilendo come punti di riferimento il tenore in zucchero degli uvaggi e il miglior prezzo degli stessi.

Nei grafici seguenti si sintetizzano i risultati scaturenti dai monitoraggi svolti presso le aziende aderenti al progetto, specializzate esclusivamente nel settore produzione.

Le percentuali in rosso (25%) sono determinate dalla mancanza di corrette analisi del suolo, dalla insufficienza di corretti piani di concimazione, dalla totale assenza di monitoraggi e trattamenti nei confronti dei principali fitofagi e delle principali patologie.

Raggiungono, invece, il 68% di verde le aziende che ottemperano alle pratiche su indicate; il restante 7% è determinato dalla non applicabilità di tali requisiti.

FILIERA VINO

Figura 6-Andamento dei giudizi sintetici delle aziende monitorate di produzione primaria della filiera viti-vinicola

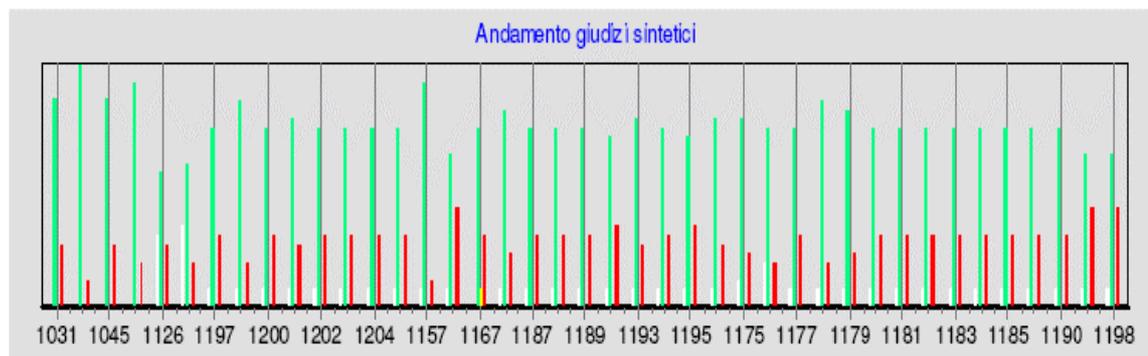
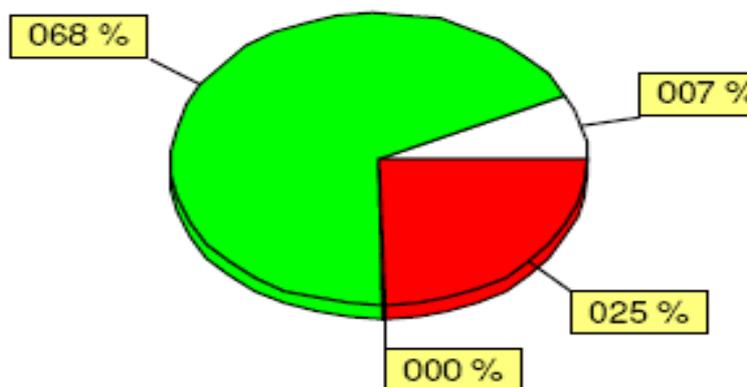


Figura 7- Media sintetica dei giudizi delle aziende di produzione primaria della filiera vino monitorate



Quanto precedentemente affermato, emerge in maniera dettagliata da un'analisi più approfondita per microarea di riferimento e macroarea.

Analizzando i risultati scaturenti dall'incrocio dei dati sulla macroarea AMBIENTE e la microarea SUOLO si evidenzia una scarsa attenzione generale alla preparazione di piani di concimazione e di conduzione del campo in maniera razionale. Questa indagine, infatti, mette a nudo una situazione nella quale si ha una negatività dell' 83% (determinata dalla mancanza di analisi dei suoli) a fronte di un 17% delle aziende che attuano un razionale piano di concimazione.

Occorre sottolineare che solo il 32% delle aziende monitorate effettua irrigazione di soccorso, fattore importante, in quanto andamenti climatici siccitosi in fasi delicate, quali ad esempio l'accrescimento degli acini, comporta un forte decremento della produzione.

FILIERA VINO

Figura 8- Andamento dei giudizi sintetici: macroarea AMBIENTE microarea SUOLO

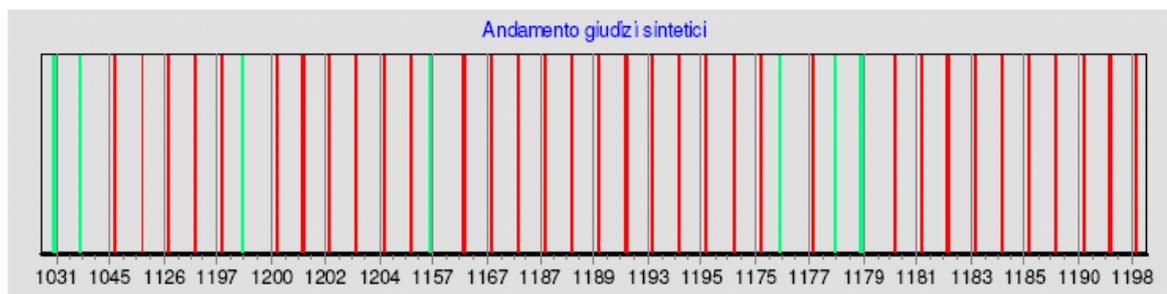
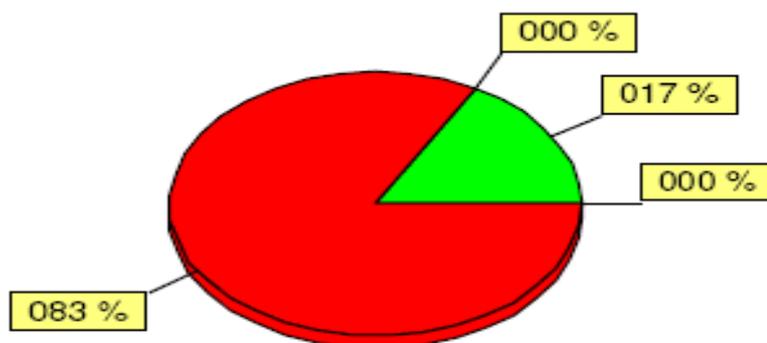


Figura 9- Media sintetica dei giudizi: macroarea AMBIENTE microarea SUOLO.



Selezionando alcuni filtri complessi con incrocio dei dati sulla macroarea COLTIVAZIONE e la microarea DIFESA si ottengono negatività medie pari al 7% per le aziende della filiera vino (settore produzione primaria), il che sottende ad una sostanziale e regolare attuazione di una buona pratica agricola effettuata nel 92% dei casi.

La sola negatività maggiormente degna di nota è quella relativa alla difesa entomologica che nel 34% dei casi non viene attuata.

FILIERA VINO

Figura 10- Andamento dei giudizi sintetici: macroarea COLTIVAZIONE microarea DIFESA.

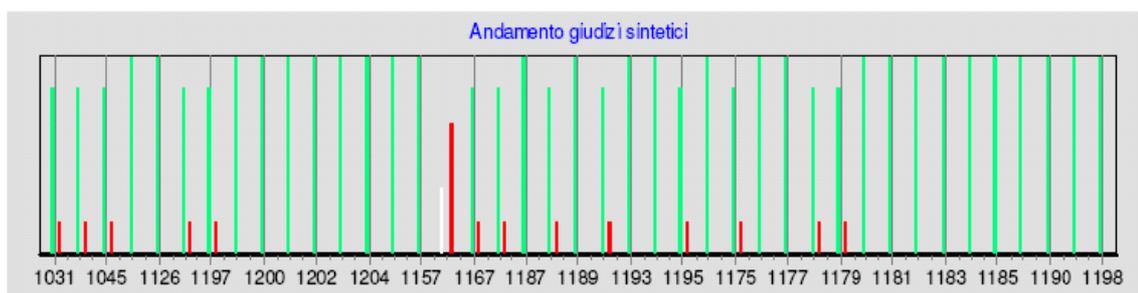
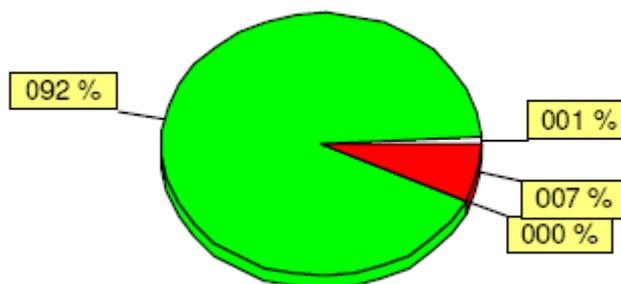


Figura 11- Media sintetica dei giudizi: macroarea COLTIVAZIONE microarea DIFESA.



Dall'elaborazione dei filtri macroarea RACCOLTA e microarea CONDIZIONI; si evidenzia una buona gestione aziendale; soltanto alcune non praticano raccolta in cassette di plastica, concorrendo con comportamenti e condizioni scorrette a peggiorare la qualità del raccolto nelle fasi subito successive ad essa.

Da notare che, tra i produttori/trasformatori, la consapevolezza di una raccolta con le migliori metodologie è oramai fatto consolidato.

Invece, nell'ambito dei produttori primari, non essendo presente una coscienza di filiera, si valutano solo i costi maggiori che una raccolta corretta può comportare, ciò sia per una semplificazione dei processi sia perché taluni trasformatori ancora non riconoscono valore aggiunto a tutti gli aspetti di queste fasi produttive.

FILIERA VINO

Figura 12- Andamento dei giudizi sintetici: macroarea RACCOLTA microarea CONDIZIONI.

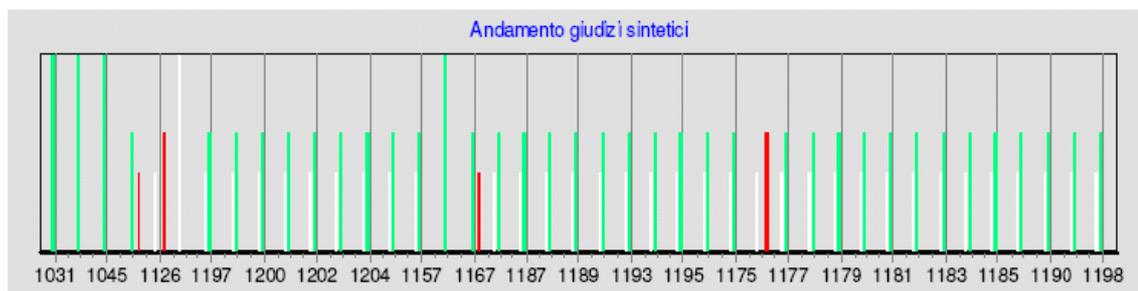
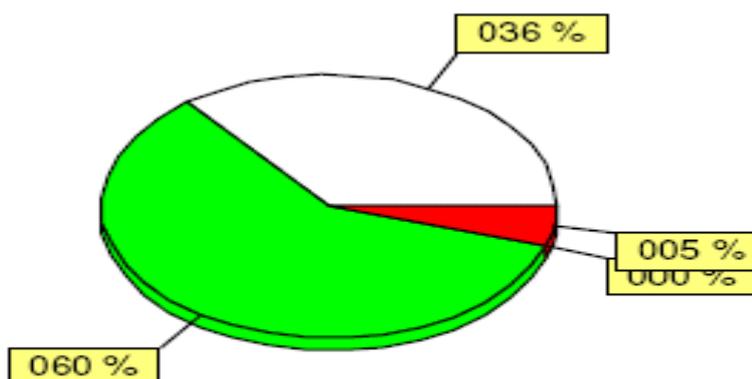


Figura 13- Media sintetica dei giudizi: macroarea RACCOLTA microarea CONDIZIONI



Molto interessanti sono, invece, i dati ottenuti per la macroarea ECONOMIA, che mette in risalto la padronanza degli aspetti economici relativi ai costi ed ai prezzi di vendita da parte degli imprenditori della filiera.

Emergono dati che evidenziano, da parte delle poche aziende leader, una conoscenza matura delle problematiche economiche, mentre la gran parte delle aziende non ne è a conoscenza o li sottovaluta.

Infatti, si evidenzia che la maggior parte delle aziende non conosce il prezzo di vendita dei propri prodotti, se non a campagna avviata, e non pratica alcuna gestione dei costi di produzione.

Rispetto alla macroarea ECONOMIA microarea CONDIZIONI emerge, quindi, una percentuale di negatività pari al 79%.

FILIERA VINO

Figura 14- Andamento giudizi sintetici: macroarea ECONOMIA microarea CONDIZIONI.

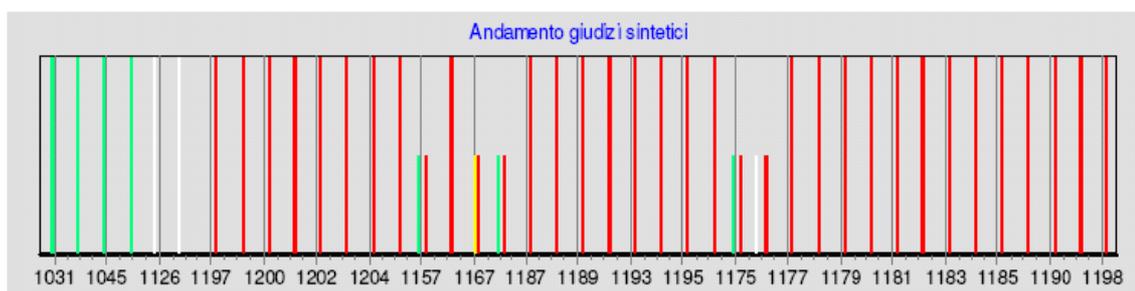
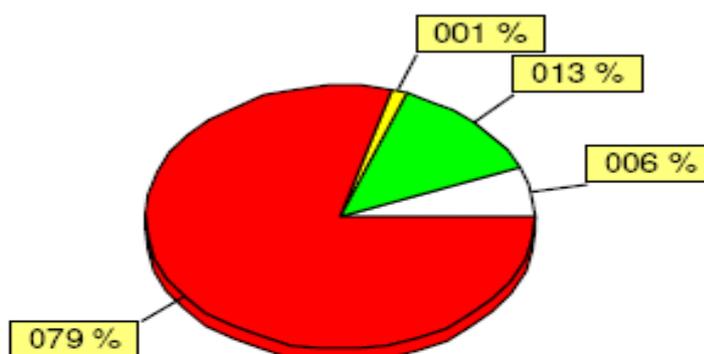


Figura 15- Media sintetica dei giudizi: macroarea ECONOMIA microarea CONDIZIONI.



Infine, si deve sottolineare la presenza nel progetto di un'azienda che ha ritenuto opportuno investire sul territorio sannita venendo da grosse esperienze maturate in altre zone ad elevata vocazione vitivinicola, si tratta dell'azienda Muratori s.r.l. che ha acquistato in Benevento circa 40 ettari di terreno per destinarli a vigneto, questa esperienza è partita nel 2003 e ad oggi è allo stato di aver impiantato 17 ettari di vigneto nel 2004 per arrivare a coprirne 35 nel breve termine; l'azienda inoltre intende attuare anche un investimento per la realizzazione di una cantina per la vinificazione in loco.

In questo caso si tratta di una esperienza alquanto peculiare, dato che tale azienda nata nel bresciano, ha realizzato produzioni di vini di elevata qualità in zone come la Franciacorta, il grossetano e l'isola di Ischia; da ultimo in base a studi sulle opportunità di sviluppo del settore gli amministratori ed i tecnici dell'azienda hanno ritenuto di investire sul territorio Beneventano, si è appreso che la Muratori s.r.l. punta a produrre quantitativi significativi di vini Beneventani da collocare in una fascia di mercato medio-alta.

### 2.2.3 Grado di completezza filiera e di integrazione di filiera. Flow-sheet di filiera.

Nel Sannio Beneventano, la coltura della vite e la produzione vitivinicola sono aspetti importanti della tradizione e dell'economia di una terra che è fortemente legata alle tradizioni, alla sua storia e alla sua cultura.

La filiera locale vede la contestuale presenza sul territorio di:

- Piccoli Produttori dediti alla viticoltura e, solo in modo marginale, alla produzione vinicola destinata o all'autoconsumo o ad una vendita locale senza l'apposizione di un marchio di qualità;
- Forme associative di produzione, rappresentate da Cantine Sociali e Cooperative<sup>10</sup> che raccolgono gran parte delle produzioni eccedenti l'autoconsumo dei piccoli produttori;
- Aziende di produzione di vino DOC e IGT (Imprese integrate) che, riuscendo a internalizzare tutte le fasi della filiera produttiva, hanno potuto valorizzare gli aspetti qualitativi delle produzioni vinicole del Sannio, acquisendo, in qualche caso, la posizione di vere e proprie leadership nell'intero comparto.

In senso generale, si può affermare che la filiera locale del vino risulta strutturata in tre fasi distinte e sequenziali, esse sono:

**1. Fase-produzione:** Le aziende vitivinicole sono caratterizzate tutte da una certa omogeneità di conformazione a livello organizzativo ed aziendale; le imprese, infatti, sono quasi tutte di piccole dimensioni e sono ben distribuite sulle aree di interesse. In quasi tutte le aziende prevale la produzione di uva da vino destinata alle cantine sociali che svolgono la fase di trasformazione e di commercializzazione e, molte volte, anche la vinificazione di vino in proprio destinata all'autoconsumo. Per quasi tutte le aziende protagoniste della fase produttiva di filiera, la produzione di uva da vino rappresenta il core business di tutta l'attività, anche se la produzione di altri prodotti (ad esempio l'olio di oliva) è spesso presente. La manodopera, impiegata in queste imprese, è prevalentemente familiare; nella gran parte dei casi, infatti, l'organizzazione della produzione avviene nella forma di azienda agricola a conduzione familiare. Tali imprese, inoltre, presentano un buon grado di sviluppo e di avanzamento tecnologico; molte innovazioni, infatti, vengono realizzate con l'assistenza tecnica di organizzazioni di categoria presenti sul territorio.

---

<sup>10</sup> Le Cantine Sociali presenti nel Sannio, ovvero i più importanti centri di trasformazione e produzione delle uve in vino nell'ambito locale, sono:

- la Cantina del Taburno (400 soci, 450 ettari, 21.000 hl prodotti);
- la Cantina sociale Guardiense (1030 soci, 2000 ettari, 200.000 hl prodotti);
- la Cantina sociale di Solopaca (700 soci, 1300 ettari, 125.000 hl prodotti).

**2. Fase- trasformazione e 3. Fase- commercializzazione:** In queste fasi, un ruolo di rilievo è rappresentato dalle forme associative e cooperativistiche realizzate dalle cantine sociali. La principale attività produttiva delle cantine e delle cooperative è la trasformazione e la commercializzazione del prodotto finito, anche se le cantine più grandi destinano gran parte della loro produzione al "vino sfuso" senza imbottigliamento e senza, quindi, la possibilità di apporre un proprio marchio a tutela degli aspetti qualitativi del prodotto. Tali imprese di trasformazione acquistano la materia prima essenzialmente attraverso il conferimento dell'uva da parte dei soci. Questi ultimi sono tenuti al conferimento delle uve, sia prodotte sui terreni di proprietà che su terreni di altri componenti il nucleo familiare o di terreni a qualsiasi titolo condotti direttamente. Le imprese di trasformazione sannite, inoltre, sono dotate di impianti innovativi che consentono all'intero comparto di continuare a vivere, modificare e ricreare il proprio vantaggio competitivo; le maggiori innovazioni presenti riguardano prevalentemente i macchinari, l'imbottigliamento e i silos. Oltre alle due principali categorie di imprese presenti sul territorio, particolare menzione va fatta alle imprese integrate; infatti, sul territorio esistono queste differenti realtà produttive di vino. Il management interno di questa tipologia di imprese ha ben sposato l'esigenza di internalizzare tutte le fasi della filiera, dalla coltivazione dell'uva su terreni di propria ed esclusiva proprietà, alla fase di trasformazione, dell'imbottigliamento, del confezionamento e della distribuzione usufruendo anche di una propria rete di agenti e rappresentanti commerciali. Le prime e più immediate differenze riscontrate nell'analisi empirica tra le imprese integrate e i piccoli produttori risiedono nella differente qualità del capitale umano sia negli assetti proprietari e gestionali sia negli occupati. Il successo consolidato delle imprese integrate proviene anche da investimenti in tecnologia produttiva che hanno consentito di internalizzare le fasi di trasformazione, imbottigliamento e confezionamento; la produzione è, nel 100% dei casi, di vino imbottigliato con marchio proprio, reso appetibile da politiche di marketing e comunicazionali molto forti e improntate sugli aspetti qualitativo-tradizionali dei vini. Il progresso tecnologico delle imprese integrate, appare nella totalità dei casi costante e sempre orientato all'ottenimento della massima qualità del prodotto.

Alla luce dell'analisi della filiera locale, è possibile affermare che, per quanto riguarda la provincia di Benevento, i rapporti di "responsabilità" della filiera produttiva e, quindi, l'insieme delle relazioni sussistenti tra i vari agenti, può essere considerata "completa" bensì "destrutturata".

La "completezza" di filiera attiene allo svolgimento di tutte le fasi del processo di produzione sul territorio della provincia.

## FILIERA VINO

---

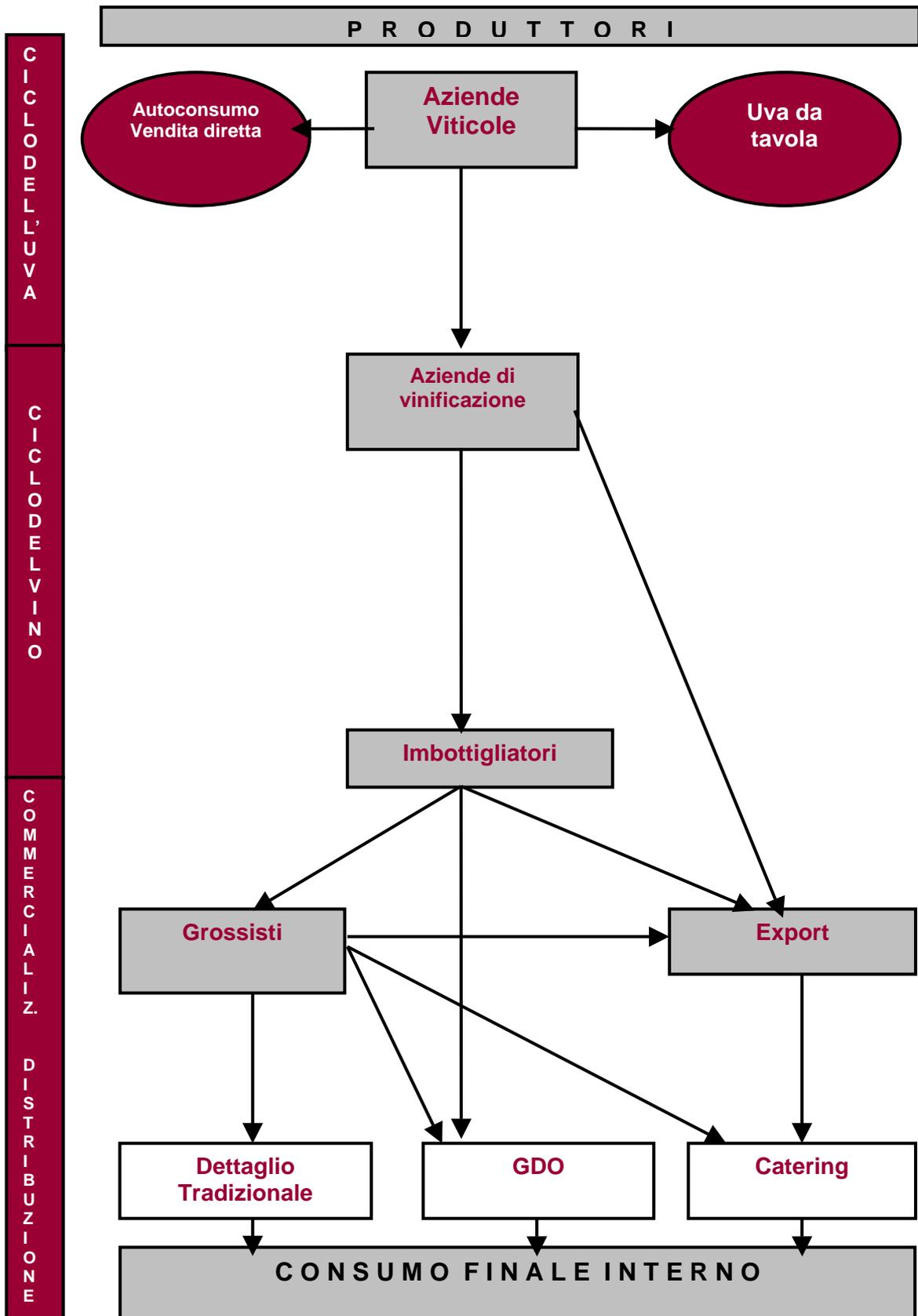
La "strutturazione", invece, fa riferimento allo spazio delle relazioni (commerciali, di fornitura o, più in generale, strategiche) fra i vari attori presenti lungo la filiera stessa; pertanto la filiera locale del vino, vedendo la contestuale presenza di più agenti che interagiscono tra di loro, non assume un aspetto strutturato, bensì frammentato e composito.

Appare chiaro, nel flow-sheet di seguito rappresentato, che i diversi stadi di filiera possono essere intrapresi da un unico operatore economico (Associazioni, Cooperative, aziende viticole) e che, contestualmente, è possibile che alcuni stadi vengano saltati, così come succede per le aziende vinificatrici che distribuiscono il vino sfuso direttamente ai circuiti commerciali esteri.

- 1.** Il primo stadio della filiera è costituito dal **Ciclo dell'uva**, ossia dalla coltivazione della vite; il coltivatore (impresa di produzione) provvede alla potatura e al trattamento delle piante, nonché alla fase della raccolta e può completare il ciclo di vinificazione con la prima trasformazione e la seconda trasformazione all'intero del proprio assetto aziendale (impresa integrata) oppure trasmettere la materia prima ad un altro operatore (Azienda di vinificazione, cantine sociali, cooperative;) affinché quest'ultimo provveda alla lavorazione della fase successiva;
- 2.** L'uva raccolta viene trasmessa all'**azienda di vinificazione** (Cantina sociale, cooperativa); in tale sede si entra nella fase del Ciclo del vino (Produzione-Trasformazione) che prevede la Prima trasformazione e l'imbottigliamento;
- 3.** Ottenuto il prodotto finito, esso in parte viene venduto per lotti sfusi direttamente dal trasformatore al consumatore, mentre la restante, per mezzo di rappresentanti, arriva al mercato di sbocco (fase **Commercializzazione - Distribuzione**).

FILIERA VINO

Figura 16- Flow-sheet della filiera del vino



#### 2.2.4 Aspetti normativi.

Le due normative fondamentali per la tutela e la valorizzazione della produzione vitivinicola sono:

- la legge 3.2.1963 n. 116 intitolata: "Delega al Governo ad emanare norme per la tutela delle denominazioni d'origine dei mosti e dei vini" in vigore fino al 1992;
- la legge n. 164 intitolata "Nuova disciplina delle denominazioni d'origine".

L'Italia, come paese membro della Comunità Europea, che ha il potere sovranazionale di legiferare, ha una legislazione in materia di produzione e di tutela del vino che è emanazione dei Regolamenti europei che, essendo parificati alle nostre leggi, sono vincolanti.

In materia di qualità, i cardini della legislazione comunitaria sono costituiti dai regolamenti n. 822 e 823 emanati in data 16/03/87.

Il primo (Reg n. 822/87) è diretto a disciplinare la produzione vitivinicola ed il commercio del vino in tutta Europa, prevedendo norme nelle materie che seguono:

- a. Produzione e controllo dello sviluppo del potenziale vitivinicolo
- b. Regole per i trattamenti enologici
- c. Regime dei prezzi, norme per gli interventi ed altre misure di risanamento del mercato.
- d. Regime degli scambi con i paesi terzi (extra UE)
- e. Norme relative alla circolazione ed al consumo
- f. Norme finali sulle analisi e sugli organismi di controllo.

Il secondo (Reg. 823/87) reca specifiche disposizioni per disciplinare la produzione dei vini V.Q.P.R.D, in particolare:

Identifica i vini V.Q.P.R.D: "Si intendono i vini disciplinati dal presente regolamento e da altri regolamenti specifici o d'applicazione e conformi alle prescrizioni definite dalle regolamentazioni nazionali";

Detta le basi per l'affermazione della qualità dei vini e stabilisce i seguenti elementi da disciplinare:

- Delimitazione della zona di produzione.
- Tipo di vitigno.
- Pratiche colturali.
- Metodi di vinificazione.
- Titolo alcolometrico volumico minimo.
- Rendimento per ettaro.

## FILIERA VINO

---

- Analisi e valutazione delle caratteristiche organolettiche.

Stabilisce le diciture comunitarie consentite, secondo le varie tipologie dei vini di qualità.

Stabilisce le diciture nazionali che in Italia sono:

- "Denominazione di Origine Controllata e Garantita"
- "Vino Dolce Naturale" (dicitura non ancora acquisita) .

Inoltre, vanno menzionati i seguenti decreti e regolamenti:

**Reg (CE) n. 128/2004:** Regolamento della Commissione del 23 gennaio 2004 recante modifica del Regolamento (CEE) n. 2676/90 che determina i metodi di analisi comunitari da utilizzare nel settore del vino.

**Decreto Ministeriale MIPAF 3 luglio 2003:** Disposizioni nazionali applicative del Regolamento (CE) n. 753/2002 della Commissione del 29 aprile 2002, che fissa talune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio per quanto riguarda la designazione, la denominazione, la presentazione e la protezione di taluni prodotti vitivinicoli.

**Reg (CE) n. 753/2002: Regolamento della Commissione del 29 aprile 2002** che fissa talune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio per quanto riguarda la designazione, la denominazione, la presentazione e la protezione di taluni prodotti vitivinicoli.

**Reg (CEE) n. 2676/90: Regolamento della Commissione del 17 settembre 1990,** che determina i metodi di analisi comunitari da utilizzare nel settore del vino.

### 2.2.5 Elementi di tracciabilità

Dall'analisi della normativa cogente, comprensiva delle disposizioni relative alla produzione di vini, si evincono quali sono le regole attinenti la rintracciabilità alle quali gli operatori dei vari stadi della filiera devono attenersi.

Le attenzioni sui processi di garanzia della qualità nel comparto agroalimentare, mediante l'applicazione di norme tecniche internazionali, hanno riguardato prevalentemente gli stadi della trasformazione primaria e secondaria delle materie agricole.

Tanto è vero che la legislazione comunitaria e nazionale ha previsto l'applicazione di metodi per la prevenzione dei rischi igienico-sanitari (HACCP) esclusivamente per le attività di trasformazione di prodotti alimentari , escludendo la produzione primaria, perché tutelata a

## FILIERA VINO

---

livello normativo dal regolamento 178/2002 (art.18), che stabilisce i Principi ed i requisiti generali della legislazione alimentare.

La rintracciabilità ha lo scopo di conoscere il percorso seguito dal prodotto/alimento e gli attori che hanno contribuito alla sua formazione ( da estendersi anche all’import/export, così come ai fornitori degli ingredienti).

La tracciabilità per la filiera vitivinicola è un’ottima opportunità per rispondere alle esigenze di conoscenza e di trasparenza del cliente moderno e per fare qualità in modo nuovo.

Essa deve essere intesa come strumento di gestione e controllo del processo produttivo e di comunicazione del valore del prodotto tracciato al mercato.

La tracciabilità deve essere adottata come metodo per raccogliere dati di processo, come strumento di controllo dello stesso e per identificare le responsabilità di tutti i soggetti della filiera.

Tracciare significa, quindi, legare tra loro informazioni dal vigneto alla bottiglia, rafforzando quel patto di filiera “vignaiolo-vinificatore” che si è rivelato uno dei punti di forza del rinascimento del vino italiano.

Al consumatore ci si può rivolgere con informazioni che soddisfino curiosità dell’intenditore senza addentrarsi, però, in tecnicismi; all’acquirente di un prodotto sfuso, invece, bisogna offrire informazioni approfondite: sul vigneto-uva, vinificazione, flussi materiali, operazioni enologiche effettuate, dati analitici e di processo (temperature, tempi di macerazioni, vasi vinari utilizzati, affinamento).

La possibilità di un percorso a ritroso, dalla tavola alla vigna, consente, per contro, di rafforzare il legame con il consumatore che è alla base del fare qualità, della soddisfazione, cioè, delle esigenze del cliente, che evolvono e si raffinano nel tempo.

### 2.3 Analisi SWOT

Il contesto ambientale è caratterizzato da una evoluzione delle dinamiche competitive che coinvolgono il modo in cui le aziende si confrontano con il mercato di riferimento.

Nel corso del tempo, infatti, si è assistito ad un graduale passaggio dal contesto tipico degli anni '70, caratterizzato da un potenziale molto ampio e da una domanda prevedibile (standardizzata e stabile), all'aumento della complessità delle turbolenze di mercato che ha avuto inizio a partire dagli '80.

La domanda si è gradualmente saturata e la comparsa di nuovi, più agguerriti, *competitors* ha dato il via al fenomeno già identificato da Porter con il termine "concorrenza allargata".

A questo fenomeno ha corrisposto l'evoluzione dei bisogni e delle necessità dei clienti -sempre più differenziati ed evoluti- e, parallelamente, lo sviluppo di politiche "brand management", che hanno rappresentato il primo riconoscimento del valore degli "assets" intangibili quali leve per la costruzione del vantaggio competitivo.

Non solo la singola azienda, ma anche l'intero territorio, possiede un proprio patrimonio di competenze distintive.

Il suo successo competitivo, pertanto, è una conseguenza diretta della capacità di individuare e valorizzare tali competenze.

L'obiettivo di base della strategia da implementare, dunque, consisterà nella valorizzazione delle produzioni locali, accoppiando le risorse proprie del territorio con le opportunità che provengono dalle tendenze a medio-lungo termine del mercato di riferimento.

Il mercato offre non poche opportunità che potranno essere colte soltanto attraverso un attento e programmato approccio strategico da attuarsi a diversi livelli: dalla singola azienda produttrice, alla filiera - prodotto, sino al territorio.

Ponendo l'attenzione sulla strategia di filiera, l'obiettivo principale dovrà essere fondato sulla valorizzazione delle produzioni legate al territorio, in particolare sulle produzioni di carattere autoctono.

Per quanto concerne la politica di marketing mix, si punterà in particolare sul "prodotto" e sul "prezzo", con un posizionamento finalizzato a far percepire al consumatore finale la qualità del prodotto.

FILIERA VINO

Tabella 39- Analisi SWOT della Filiera "vino"

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tendenza diffusa alla riscoperta della tipicità e della qualità</li><li>2. Esistenza di numerosi vitigni autoctoni potenzialmente valorizzabili</li><li>3. Significativa presenza DOC e IGT</li><li>4. Consolidata esperienza di aggregazione di imprese</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Imprese di piccole dimensioni e scarso potere contrattuale</li><li>2. Identità dei vini e legame con il territorio ancora poco marcate</li><li>3. Debole coordinamento delle variabili di Marketing/Communication Mix</li></ol>
MINACCE	OPPORTUNITA'
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Concorrenza di prodotti con maggiore visibilità e presenza di mix differenziati verticalmente e orizzontalmente</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Nuove occasioni d'uso: turismo enogastronomico, wine bar, enoteche, panel e degustazioni</li></ol>

### SEZIONE 3. STRATEGIA

#### 3.1 La strategia scaturente dall'analisi S.W.O.T.

A seguito dell'analisi S.W.O.T., è possibile delineare gli aspetti critici del settore di riferimento al fine di orientare un percorso strategico idoneo a far emergere il "prodotto-filiera vino" in un'ottica di valorizzazione del prodotto sul mercato regionale, nazionale ed internazionale.

A differenza delle altre produzioni locali, il vino, inteso come prodotto-filiera, è correlato ad un'evidente specializzazione territoriale delineata, in prevalenza, dalla presenza di varietà di vitigni autoctoni e da un territorio poco antropizzato.

In tal senso, quindi, il vino assume le vere e proprie caratteristiche di un prodotto locale derivante da risorse territoriali specifiche della zona.

La presenza di marchi DOC e IGT a livello locale, inoltre, conferma l'importanza che assumono i vini della zona quali prodotti di origine geografica e quali produzioni storicamente radicate nella cultura locale ma, la contestuale presenza di tre DOCG a livello regionale (Taurasi, Fiano e Greco di Tufo), localizzate in una provincia limitrofa, e la elevata specializzazione del settore vitivinicolo campano, potrebbero provocare la "cannibalizzazione" dei prodotti del territorio sannita.

Per quanto attiene all'assetto imprenditoriale, la storica ed affermata tradizione di produzioni vitivinicole, vede la presenza di molte e diversificate imprese aventi ad oggetto questo tipo di attività; come emerge dall'analisi SWOT; infatti, molte di esse sono di piccole dimensioni e la distribuzione delle stesse sul territorio risulta essere frammentata e polverizzata.

Tale fenomeno costituisce un vero e proprio aspetto critico, in quanto rende una parte del sistema produttivo locale disomogeneo e tendenzialmente vulnerabile in termini di efficienza economico-produttiva e in relazione al "percorso di filiera"; molte aziende, infatti, non sono dotate di infrastrutture idonee ad integrare l'intera lavorazione all'interno della propria struttura ("Produzione-Trasformazione-Commercializzazione").

Dall'altro lato, si registra sul territorio la presenza di aggregazioni aziendali (cantine sociali, cooperative e consorzi) a tutela dei vini sanniti che, tentano di fronteggiare gli svantaggi delle piccole dimensioni aziendali.

## FILIERA VINO

---

Per quanto riguarda l'immagine di qualità del vino, invece, comincia a diffondersi un feedback positivo a livello di percezione e di **concept di prodotto**<sup>11</sup>; a livello locale, infatti, anche se i consumi avvengono ancora tramite l'acquisizione di lotti sfusi presso il produttore e si tende ancora a consumare la bevanda cercando di soddisfare il proprio bisogno a livello quantitativo anziché qualitativo, tende a diffondersi anche una vera e propria cultura di **"prodotto d'elite"** seppur non consolidata e con un livello di informazione e sensibilizzazione al consumo scarse.

Rilevante punto di forza del vino è la caratteristica territoriale intrinseca al prodotto; in tal senso, il vino rappresenta l'elemento principe di un'offerta in grado di valorizzare le risorse del territorio.

Con la sua capacità evocativa, infatti, è il prodotto che più di altri può essere associato ad una zona di origine fino ad elevarsi ad identificare un territorio (da qui la definizione di un **"prodotto territoriale"**, quale punto di forza scaturente dall'analisi S.W.O.T. del prodotto filiera); la sua immagine è per il consumatore il pretesto per scoprire e recuperare il legame tra questo alimento e la terra da cui nasce.

Il turismo del vino è in grado di valorizzare anche altre caratteristiche del territorio, contribuendo alla valorizzazione delle produzioni alimentari, della gastronomia, delle bellezze artistiche e ambientali, della storia e delle tradizioni.

L'intero orientamento strategico, quindi, dovrà mirare all'aumento della redditività degli imprenditori agricoli del comparto in tutte le fasi di filiera (Produzione-Trasformazione-Commercializzazione) tramite la razionalizzazione del sistema vitivinicolo, e la definizione e l'incremento del **"valore aggregato<sup>12</sup> prodotto- territorio<sup>13</sup>"**.

Una delle leve strategiche di base risulta essere l'integrazione delle politiche di promozione per cui il prodotto valorizza il territorio e il territorio valorizza il prodotto.

Gli effetti nell'economia locale coinvolgono più settori:

il prodotto vino trascura il prodotto "turismo" che a sua volta trascura il prodotto tipico locale.

---

11 **Concept di prodotto**: Terminologia ampiamente utilizzata nel campo del Marketing Management che, come da traduzione letterale (concezione di prodotto), esprime "l'idea di prodotto" che la collettività dei consumatori si costruisce in base all'acquisizione di stimoli e segni esterni legati all'immagine del prodotto stesso.

12 Si intende **"Valore Aggregato"** del prodotto-territorio, quel concetto differente dal "valore in senso stretto"; esso è dato dall'insieme degli attributi di qualità riferiti sia al prodotto che al territorio di provenienza.

13 Il **"prodotto-territorio"** è costituito da alcuni elementi materiali che rappresentano quello che nel marketing aziendale è indicato come prodotto in senso stretto e da attributi immateriali che valorizzano le componenti materiali e determinano il prodotto in senso allargato

Il circuito economico che si mette in moto rappresenta un circolo virtuoso, capace di creare effetti positivi sui diversi settori interessati: il turismo, la produzione agroalimentare, l'artigianato tipico.

A tal fine è la legge 268/99 che offre uno strumento valido al servizio della nuova dimensione dello sviluppo delle aree rurali (in particolare quelle ad alta vocazione vitivinicola) orientato all'innovazione, alla qualità, alla sicurezza alimentare e alla salvaguardia e valorizzazione dell'identità dei territori dell'origine e tipicità delle produzioni.

### 3.2 Obiettivi specifici

Risulta necessario conseguire, pertanto, i seguenti importanti obiettivi:

- Integrazione di filiera e razionalizzazione dei processi produttivi;
- Certificazione di qualità e sensibilizzazione al consumo;
- Potenziamento e riallocazione delle variabili di Marketing e Communication Mix.

Il conseguimento complementare dei suddetti risultati, ovviamente, dovrà essere costantemente accompagnato da un costante controllo sull'allocazione degli interventi al fine di determinare ulteriori misure di Gap Analysis.

### 3.3 Planning interventi di supporto per la strutturazione di filiera

#### 1. Integrazione di filiera e razionalizzazione dei processi produttivi:

Assistenza tecnica per la formazione di nuovi consorzi quali ulteriori aggregazioni aziendali a tutela delle imprese svantaggiate e come stimolo all'integrazione del processo *Produzione – Trasformazione – Commercializzazione*;

Assistenza tecnica alla partecipazione di programmi e progetti nazionali e/o regionali per il miglioramento tecnologico degli impianti e del controllo della qualità di prodotto/ processo (Mis. 4.8/4.9 del POR Campania 2000 – 2006);

Introduzione di sistemi informatici gestionali finalizzati al controllo interno di gestione aziendale e integrata.

#### 2. Certificazione di qualità e sensibilizzazione al consumo:

- Studio, analisi, progettazione per la fattibilità di applicazione del marchio di qualità DOCG, rivolta ai consorzi di cui al punto 1.1 o altri aderenti al progetto;

- Sensibilizzazione al consumo mirato alla qualità del prodotto e alla definizione del concept di "prodotto-territorio" – vedansi interventi di cui al punto 3.3;
- Stimolo ad una maggiore frequenza d'uso di vini con marchio di qualità (DOC, IGT) anziché di vini commercializzati sfusi direttamente dal produttore tramite diffusione informativa delle proprietà del prodotto certificato e delle caratteristiche di sicurezza, salubrità e genuinità alimentare;
- Corsi di degustazione rivolta a tutti gli stakeholders di filiera, ai gestori HO.RE.CA. e agli istituti scolastici alberghieri della zona per formare nuove figure professionali e per sensibilizzare al consumo elitario del prodotto.

### **3. Potenziamento e riallocazione delle variabili di Marketing Mix:**

#### **3.1 Prodotto:**

- Definizione del valore aggregato del prodotto – territorio ed accrescimento del contenuto di "servizio" del prodotto in relazione alla creazione di nuove occasioni d'uso e sostituzione d'uso;
- Definizione della "identità territoriale" di prodotto e diversificazione in funzione alla qualità e alle caratteristiche;
- Ideazione di un packaging innovativo (es. Brick) per i vini da tavola e di nuovi design in vetro per i vini IGT, DOC e DOCG;
- Creazione di una linea di vini da collezione con richiamo alle risorse culturali del territorio.

#### **3.2 Prezzo:**

- Definizione dei prezzi in funzione alla diversificazione dei prodotti;

#### **3.3 Comunicazione: *Communication Mix***

##### ***3.3.1 Promozione:***

- Partecipazione a mostre, fiere ed eventi promozionali nazionali ed internazionali;
- "Le Strade del Vino": definizione di ulteriori percorsi enoturistici con la segnalazione di vigneti, aziende agrituristiche, luoghi tipici aperti al pubblico;

## FILIERA VINO

---

- Azioni promozionali a sostegno del turismo delle zone vinicole tramite la creazione di pacchetti turistici e contatti con tour operator nazionali ed internazionali;
- Organizzazione di business meeting in paesi target interessati al consumo del prodotto di qualità.

### **3.3.2 Pubbliche Relazioni:**

- Concertazione con organismi/istituzioni pubbliche per il sostegno delle iniziative volte alla valorizzazione del prodotto- territorio
- Organizzazione di convegni, seminari ed incontri rivolti alla collettività e alla concertazione degli organi politici per definire le politiche di intervento nel settore;

### **3.3.3 POS (Punto Vendita):**

- Degustazione gratuita del vino presso enoteche, punti vendita specializzati, gourmet store, delicatessen con contestuale consegna di brochures e cataloghi illustrativi ed esplicativi del prodotto;

### **3.4 Distribuzione:**

- Nuovi canali distributivi quali punti vendita specializzati nelle produzioni di qualità (Punti Vendita specializzati, Gourmet store, Delicatessen); apertura di una vetrina internet per e-commerce.

## **4. Controllo e Gap Analysis .**

## BIBLIOGRAFIA

- ANTONELLO GERVASIO:** "Marketing agroalimentare. Specificità e temi di analisi", Franco Angeli, 2004
- BELLETTI G.,** " *Sviluppo rurale e prodotti tipici: reputazioni collettive, coordinamento ed istituzionalizzazione*", Edizione FrancoAngeli, 2002.
- BENCARDINO F., MAROTTA G.:** " *Modelli organizzativo-territoriali e produzioni tipiche nel Sannio*", Edizione Franco Angeli 2002.
- BENCARDINO F., MAROTTA G.:** " *Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione. Prospettive di sviluppo per le aree rurali della Campania*", Edizione Franco Angeli 2004;
- BRUSAPORCHI M., FAROLFI M.,** " *Agroindustria, ambiente e territorio. Metodi e strumenti per la conoscenza e per le politiche ambientali.*"
- BRUZZO A., POLI C.** " *Economia e politiche ambientali*".
- CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BENEVENTO:** " *Benevento in cifre*", 2003.
- CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BENEVENTO:** " *Benevento in cifre*", 2004.
- CANALI G.,** " *Le produzioni Agroalimentari tipiche e lo sviluppo rurale*", Edizione Franco Angeli, 2002
- CANTARELLI F.,** " *La competitività dei prodotti tipici nell'Europa dell'Euro*", in *Economia Agraria*, n° 2, 1999
- CARBONI R., QUAGLIA G.,** " *I prodotti tipici italiani: problematiche e prospettive di un settore in crescita*" in *Economia Agraria*", n° 2 Agosto
- CASATI D.,** " *Evoluzione e adattamenti nel sistema agro-industriale*"
- COLONNA F.,** " *Qualità e soddisfazione del cliente*", Edizione Newsletter della Quality sistem, n° 4, aprile 1997
- COMMISSIONE EUROPEA:** " *La situazione dell'agricoltura nell'Unione Europea*" – Relazione 1999, Bruxelles 2000
- COMMISSIONE EUROPEA:** " *An overview of developments and prospects of e-commerce in the agricultural sector*", Bruxelles 2000
- COMMISSIONE EUROPEA:** " *Libro Bianco sulla sicurezza alimentare*"
- CONTI S.,** " *Geografia Economica, teorie e metodi*", Edizione Utet, Torino, 1997
- DASES (Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali- Università degli Studi del Sannio):** " *L'analisi nei comuni della provincia di Benevento e l'indicazione delle aree di attrazione commerciale*", a cura

FILIERA VINO

---

di M. Rosaria Napolitano, Maria Paradiso, Paolo Ricci, Francesco Vespasiano; FrancoAngeli, 2003

**DE ROSA M., TURRI E.,** « *Informazione e consumi alimentari. Il caso delle produzioni tipiche* » in rivista di Economia Agraria, n°3.

**DE STEFANO F.,** « *Qualità e valorizzazione nel mercato dei prodotti agroalimentari tipici* », edizione Napoli, ESI, 2000

**DE TONI A., GRANDINETTI R.,** « *Conoscenze, relazioni e tecnologie di rete nelle filiere distrettuali. Il caso del distretto della sedia.* »

**DI SANDRO,** « *Analisi e pianificazione dell'impresa agraria* »

**ENDRIGO E.,** « *Le produzioni tipiche locali tra strategia d'impresa e promozione del territorio* », Edizione FrancoAngeli, 2002

**DONATI F.** - Dipartimento di Biologia ed Economia Agroindustriale « *Viticultura ed enologia: il sistema viti vinicolo* » - Università di Udine- NOTIZIARIO ERSA 1-2/2002

**FANFANI R., MONTRESOR E., PECCI F.,** « *Il settore agro-alimentare italiano e l'integrazione europea.* »

**FOGLIO A.:** « *Il marketing agroalimentare* », Franco Angeli, 2002

**FORUM INTERNAZIONALE DELL'AGRICOLTURA E DELL'ALIMENTAZIONE:** « *Verso la nuova PAC* », Febbraio 2004.

**FORUM INTERNAZIONALE DELL'AGRICOLTURA E DELL'ALIMENTAZIONE:** « *WTO e agricoltura prima e dopo la conferenza di Cancun* », Ottobre 2003.

**FRONTINI A., VIGNANO' M.,** *I centri commerciali al dettaglio in Italia: evoluzione e prospettive di sviluppo*, 1998

**GALIZZI G.,** « *Il commercio internazionale dei prodotti agroalimentari?* »

**GATTI S.,** « *La valorizzazione delle produzioni tipiche. Gli itinerari enogastronomici dell'Emilia Romagna.* »

**IASERVOLI G.,** « *Competitività e posizione dominante dell'impresa nella filiera produttiva* »

**INEA:** « *L'agricoltura italiana conta 2003* »

**INEA:** « *L'agricoltura italiana conta 2004* »

**INEA:** « *La costruzione di percorsi di qualità per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari locali* », 2001.

**INEA:** « *Le politiche agricole dell'Unione Europea* », Settembre 2002.

**INEA:** « *Rapporto sullo stato dell'agricoltura italiana* », Settembre 2004.

**ISFOL:** « *Sviluppo locale. Prima analisi e compendium dei programmi nell'obiettivo 1* », 2004.

FILIERA VINO

---

**ISFOL:** "I Progetti integrati territoriali nelle Regioni dell'obiettivo 1. Una prima rilevazione e analisi", 2004.

**ISMEA :** "Il consumatore di prodotti biologici in Italia", 2001

**ISMEA:** "Punti di forza e punti di debolezza del vino confezionato Italiano-Indagine monografica sulle aziende vitivinicole"- PANEL AGROALIMENTARE

**ISMEA:** "I consumi domestici e il comportamento di acquisto delle famiglie italiane", 2003.

**ISMEA:** "I prodotti agroalimentari a denominazione di origine riconosciuta e i prodotti biologici", 2003

**ISMEA:** "Il sistema agroalimentare italiano", **Giugno 2003.**

**ISMEA:** "Vinopass, il progetto pilota sulla rintracciabilità del vino DOCG e DOC. I vincoli, gli elementi da tracciare, le regole e il sistema informativo", Luglio 2003.

**KOTLER P.:** "Marketing Management", ISEDI, Torino, 1999

**LANZA A.,** "Ambiente, economia e sviluppo sostenibile", Edizione Il Mulino, 1996

**LEGAMBIENTE:** "Ecosistema Urbano 2004".

**LINEA VERDE:** "Regole e opportunità della politica comunitaria europea"-Maggio 2003

**MAGDA ANTONIOLI CORIGLIANO,** "Enoturismo. Caratteristiche della domanda, strategie di offerta e aspetti territoriali e ambientali?"

**MAGDA ANTONIOLI CORIGLIANO,** "Strade del vino e enoturismo. Distretti turistici e vie di comunicazione"

**MAGNIC., SANTUCCIO F.** "La competitività dei prodotti agroalimentari tipici italiani tra localismo e globalizzazione" in rivista di Economia Agraria, Anno Liv, n° 2, giugno

**MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE:** "Rapporto annuale 2003", Gennaio 2004.

**MIPAF (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali):** "La rivoluzione conservatrice della qualità. Il sistema agroalimentare come motore di sviluppo", 2004.

**MIPAF (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali),** "L'olio d'oliva e il vino", Maggio 2001.

**NAPOLITANO M.R., PARADISO M., RICCI P., VESPASIANO F.:** "L'analisi dei consumi nei comuni della Provincia di Benevento e l'indicazione delle aree di attrazione commerciale", Edizioni Franco Angeli 2003.

**NIJKAMP P.,** "Le Valutazioni per lo sviluppo Sostenibile della Città e del Territorio", edizione Franco Angeli, Milano

**PROGETTO VIR:** Corso di Alta Formazione "VIR – Vinificazione, Innovazione, Ricerca", pubblicazione a cura dei partecipanti al corso, Giugno 2003.

**PROVINCIA DI BENEVENTO:** "Patto territoriale per l'agricoltura della provincia di Benevento", Novembre 2004.

FILIERA VINO

---

**PROVINCIA DI BENEVENTO:** *"Product quality based on local resources and its potential contribution to improved sustainability"*, Agosto 2003.

**QUERINI G., TURRI E.,** *"L'agroindustria nell'area mediterranea. Contributi all'analisi dei problemi strutturali"*

**REGIONE CAMPANIA:** *"Linee di indirizzo per gli interventi di filiera e per le aree rurali"*.

**REGIONE CAMPANIA:** *"P.O.R. Campania 2000-2006"*

**REGIONE LOMBARDIA:** *"Importanza della tracciabilità, in una logica di forte identità delle produzioni agroalimentari della Lombardia, e conseguenti strategie di marketing da adottare relativamente alle principali filiere produttive lombarde"*, Maggio 2004

**ROMANI S.,** *"L'Analisi del comportamento del consumatore per la determinazione del prezzo di vendita di prodotti e servizi"*

**SERBELLONI MC.,** *"Crescita turistica e qualità dello sviluppo"*, in *Economia Ambientale*, n° 3, 2003

**SICCA L.,** *"Alcune considerazioni sul marketing territoriale"*, Edizione Franco Angeli, 2000

**SOLDATOS P.,** *"L'espansione internazionale delle città europee: elementi di una strategia"*, 1990

**TEDESCO M.,** *"Il processo decisionale del consumatore. Effetti di contesto e implicazioni di marketing"*.

**TURRI E.,** *"La conoscenza del territorio"*, Edizione Marsilio, 2002

**UNIONCAMERE:** *"Tracciabilità di filiera a garanzia delle produzioni agroalimentari"*

**UNIONE C.C.I.A.A.,** *"Le aree socio-economiche in Italia"*, FrancoAngeli

**VALISANNIO - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Benevento:** *"Invest in Benevento"*, Dicembre 2003.

**VALISANNIO - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Benevento:** *"Repertorio dei prodotti tipici e tradizionali del Sannio beneventano"*, Giugno 2003.

**VALOROSI F.,** *"Lo sviluppo del sistema agricolo nell'economia post-industriale"*

**VICARI S., MANGIOROTTI D.,** *"Il marketing per lo sviluppo locale"*, Roma, LUISS, Marzo

**ZERBI M.,** *"Sviluppo Sostenibile a scala regionale"*, Edizione Patron, Bologna

## SITI INTERNET CONSULTATI

<http://www.agriline.it/edagri>  
<http://agrofood.ebigchina.com/>  
<http://www.agroqualita.it/>  
<http://www.agrolinker.com/>  
<http://www.ancef.it/>  
<http://www.arsia.toscana.it/arsia/filiere/links.htm>  
<http://www.avof.it/>  
<http://www.bando.it/orodellacampania/specialeguardiolo.html>  
<http://www.benessere.com/alimentazione/vino/>  
<http://www.cia.it> (Confederazione Italiana Agricoltori)  
<http://www.cia.it> (Confederazione Italiana Agricoltori)  
<http://www.cittadelvino.it/ctdv/index.bfr>  
<http://www.coldiretti.it> (Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti)  
<http://www.coldiretti.it> (Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti)  
<http://www.confagricoltura.it> (Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana)  
<http://europa.eu.int> - (Il Portale dell'Unione Europea)  
[http://europa.eu.int/pol/agr/index\\_it.htm](http://europa.eu.int/pol/agr/index_it.htm)  
[http://europa.eu.int/pol/agr/index\\_it.htm](http://europa.eu.int/pol/agr/index_it.htm)  
<http://www.enodifesa.agrofood.it/>  
<http://www.enonet.it/it/WineShop/Main.htm>  
[http://www.europa.eu.int/eur-lex/it/lif/reg/it\\_register\\_03.html](http://www.europa.eu.int/eur-lex/it/lif/reg/it_register_03.html)  
<http://www.fierarimini.it/>  
<http://www.fiere.parma.it/>  
<http://www.finnexpo.fi/exhibition.asp?Id=446>  
<http://www.foodarea.it/documenti/largcons/>  
<http://www.ilverdeeditoriale.com/>  
<http://www.il-vino.com/>  
<http://www.inea.it/> - (Istituto Nazionale di Economia Agraria)  
<http://www.informatoreagrario.it/>  
<http://www.ismea.it/> - (Servizi per il mercato agricolo alimentare)  
<http://www.ismecert.it>

FILIERA VINO

---

<http://www.istat.it/>

<http://www.italianmade.com/wines.cfm>

[http://www.italianwine.it/fiere/default\\_fiere1.asp](http://www.italianwine.it/fiere/default_fiere1.asp)

<http://www.linea-verde.net>

<http://www.massmarket.it/> - (Sito internet sul largo consumo)

<http://www.naturalmenteitaliano.it>

<http://www.politicheagricole.it> - (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali)

<http://www.politicheagricole.it> - (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali)

<http://www.prodottitipici.com> (Guida ai prodotti tipici italiani (schede prodotto, produttori consorziati))

<http://www.prodottitipici.com> (Guida ai prodotti tipici italiani (schede prodotto, produttori consorziati))

<http://www.regione.campania.it/> - (Portale della Regione Campania)

<http://www.regione.campania.it/> - (Portale della Regione Campania)

<http://www.slowfood.it/>

[http://www.tigulliovino.it/slowfood/condotte\\_campania.htm](http://www.tigulliovino.it/slowfood/condotte_campania.htm)

<http://www.veronafiere.it> (Fiera di Verona)

<http://www.veronafiere.it> (Fiera di Verona)

<http://www.vicenzafiera.it/>

<http://www.vinit.net/>

<http://www.vinitaly.com/home.asp>

<http://www.vinoedintorni.com/>

<http://www.vino-web.com/>

<http://www.wineshop.it/>





**PROGRAMMA DI RIQUALIFICAZIONE URBANA E SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO  
"CALIDONE"**

ACCORDO QUADRO DEL 31.05.2002 - PUBBLICATO SUL BURC 15.07.2002 N.33

**documento n. 11 attuazione**

**progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari**



Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

Ministero delle Attività Produttive

Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio



Regione Campania



Provincia di Benevento



Comune di  
Benevento



CASSA DD. PP.