

Osservatorio sul Turismo del Vino

X Rapporto annuale/1

LA NUOVA MAPPA DELL'OFFERTA

A cura di Fabio Taiti

marzo 2012

SOMMARIO

PREMESSA - 25 anni di Città del Vino e 10 anni di Rapporto sul Turismo Enogastronomico	Pag.	4
NOTA INTRODUTTIVA - Chiavi per una lettura strategica di una Mappa ancora ricca di potenzialità	“	8
1. La ricerca del valore e la mappa dell’offerta	“	9
2. Il livello della competitività: forze e debolezze	“	12
3. Lo scenario dell’attrattività: minacce e opportunità	“	15
4. I volumi e le mutazioni della domanda	“	19
5. Il nuovo valore aggiunto: possibilità e praticabilità a confronto	“	23
PARTE PRIMA - La Mappa dell’offerta	“	27
1. Enoicità e ristorazione: mappa dei fondamentali	“	28
PARTE SECONDA - L’Italia dell’enogastro	“	32
2.1. Grandi numeri	“	33
2.2. Vino: i produttori di qualità	“	35
2.3. La produzione	“	38
2.4. Le superficie vitate	“	41
2.5. I produttori top	“	44
2.6. La ristorazione di qualità	“	47
2.7. Il ranking provinciale dell’enogastronomia	“	50
	./.	

PARTE TERZA – Il contributo delle città del vino	Pag. 54
ALLEGATO – Schede regionali di sintesi	“ 67
Regione Piemonte	“ 69
Regione Valle d’Aosta	“ 70
Regione Lombardia	“ 72
Regione Trentino Alto Adige	“ 74
Regione Veneto	“ 76
Regione Friuli Venezia Giulia	“ 78
Regione Liguria	“ 80
Regione Emilia Romagna	“ 82
Regione Toscana	“ 84
Regione Umbria	“ 86
Regione Marche	“ 88
Regione Lazio	“ 90
Regione Abruzzo	“ 92
Regione Molise	“ 94
Regione Campania	“ 96
Regione Puglia	“ 98
Regione Basilicata	“
100	
Regione Calabria	“ 102
Regione Sicilia	“ 104
Regione Sardegna	“
106	
ITALIA	“ 108

PREMESSA

25 anni di Città del Vino e

10 anni di Rapporto sul Turismo Enogastronomico

Il 2012 è un anno significato per l'Associazione che ha commissionato questo studio e per noi che lo stiamo realizzando e che in questo rapporto presentiamo i risultati della prima parte della ricerca.

Nel 1987 – appunto 25 anni or sono – nasceva un Associazione che aveva percepito quanto il **prodotto vino** fosse ambasciatore “inconsapevole” del territorio, della sua storia passata e del suo sviluppo futuro. Oggi oltre 540 comuni – per lo più di piccole e medie dimensioni demografiche – fanno parte di quella “rete” nazionale che l'Associazione rappresenta. In questi 25 anni del prodotto “di base” si è andata sviluppando una cultura dell'alimentazione, della gastronomia di territorio, di produzione tipica locale che ha significativamente modificato stili di consumo e abitudini alimentari.

Ed in questo decennio – simmetricamente – è cambiato il modo di fare turismo – si sono andate affermando nuove tendenze –(le vacanze brevi del week-end, i turismi di nicchia contrapposti al turismo di massa, forme di destagionalizzazione che devono appieno svilupparsi) che pongano al centro delle motivazioni e delle scelte alcuni nuovi paradigmi:

- la vocazione ambientalista e naturalista;

- il fare esperienze innovative di luoghi e di contesto;
- combinare i fattori d'offerta per costruirsi un originale palinsesto di occasioni, eventi, incontri;

ed in questo scenario si è andato prima sviluppando e poi segmentando il turismo del vino e della gastronomia con un panorama di soggetti d'offerta sempre più ampio (forse troppo) e ramificato.

Da dieci anni analizziamo le linee di sviluppo del fenomeno sia sul versante dell'offerta (città, strade del vino, territori ampi, piccoli e grandi eventi) e della domanda (segmentazioni, volumi di spesa, fattori di scelta, canali di comunicazione, ecc.).

Questo percorso di analisi e di interpretazione ha favorito – seppure parzialmente – aggiustamenti nel mercato anche se ancora molta strada dovrà essere fatta per la crescita del valore, dei volumi, delle presenze.

A questa prima parte del X Rapporto sul Turismo del Vino seguirà nelle prossime settimane un'ulteriore pista di lavoro incentrata sull'ascolto dei

soggetti coinvolti nell'animazione del territorio (comuni, produttori, operatori turistici) con lo scopo di analizzarne prospettive, programmi di sviluppo, strategie di condensazione verso brand capaci di attrarre flussi interni ed internazionali.

INTRODUZIONE

Chiavi per una lettura strategica di una

Mappa ancora ricca di potenzialità

1. LA RICERCA DEL VALORE E LA MAPPA DELL'OFFERTA

Valore. Rischio di perdere rapidamente un valore faticosamente conquistato. Opportunità di acquisire un valore più adeguato agli investimenti lentamente sviluppati.

Attorno a questa categoria classica dell'economia politica (in cosa consista il valore) e alle relative derivate della politica economica (come fare a promuovere valore), sembra rianimarsi negli ultimi mesi anche il dibattito dei territori del vino: tra produttori, attori della filiera e dell'indotto, operatori del turismo enogastronomico, amministratori locali.

Questa rinnovata dialettica si produce consuntivamente:

- come esito della crisi economica che ha seppur variamente toccato anche il settore enologico;
- come variante del dibattito che si è aperto attorno alla riorganizzazione istituzionale delle autonomie locali (accorpamento dei piccoli comuni, soppressione delle province);
- come espressione dei risultati generalmente deludenti rispetto alle attese promesse e sperate dalla moltiplicazione delle “strade dei vini e dei sapori”;

- come rivendicazione di ruolo nella ricerca dei tracciati per il rilancio del turismo e per la nuova crescita dell'economia italiana.

Ma questa discussione si anima prospettivamente anche:

- come necessità di “non buttare via” importanti conquiste in materia di modello della convivenza civile e della qualità della vita;
- come esigenza di rivendicare l'orgoglio di un rinnovato protagonismo rurale diffuso e negletto;
- come prospettiva di capitalizzare in chiave di consolidato sviluppo un ruolo di compensazione e di scambio – appunto a valore aggiunto – con le economie dei mercati globalizzati (vini, alimenti di qualità, turismi alternativi, ecc.), con gli assetti civili e urbanistici dei territori metropolitani, con gli stili di consumo delle popolazioni cittadine dell'Italia e del mondo.

In sostanza, dopo anni di liturgie in tema di celebrità (ma anche di vere patacche) del *glamour*, del *top* e del *cool*, si torna finalmente a discutere attorno alla forza, all'importanza e all'affidabilità dei sistemi di offerta dei prodotti, dei servizi e dei territori del vino e dei relativi turismi enogastronomici.

E' per questi motivi che, dopo l'attenzione dedicata nelle passate edizioni ai temi della crescita e della evoluzione qualitativa della domanda, il "Decimo Rapporto sul Turismo enogastronomico" ripropone quest'anno una sommaria ricognizione della Mappa dell'offerta dei territori.

2. IL LIVELLO DELLA COMPETITIVITA': FORZE E DEBOLEZZE

Una prima chiave di lettura della Mappa deve prendere necessariamente in considerazione il livello di competitività raggiunto dal sistema dei territori del turismo enogastronomico, sia in rapporto alle destinazioni dei turismi classici consolidati (mare, monti, sci, ecc.) sia rispetto ai tematismi emergenti (sport, cultura, natura, avventura, ecc.).

E' al riguardo necessario individuare prima di tutto i **punti di forza** ormai raggiunti dal sistema dell'offerta. Infatti dopo la più che ventennale selezione qualitativa del vigneto Italia e a seguito del riorientamento funzionale dei relativi territori da mera base produttiva di prodotti in uscita a multiformi attrattori di flussi turistici in entrata, sembra ormai patrimonio acquisito a questo sistema:

- una configurazione reticolare estesa, capillare, diversificata di specializzazioni e destinazioni attraverso quasi tutta la penisola e le isole (maggiori e minori);

- una identità territoriale di origine nelle filiere dei prodotti sia enologici che agroalimentari, raggiunta non solo nel rispetto di

consolidate tradizioni ma anche a seguito di ricerca e innovazione in vigna e in cantina, sui campi e nei laboratori produttivi;

- una articolazione gastronomica dei saperi e dei sapori, raggiunta non più solo nel rispetto di differenziate culture locali di tradizione ma anche attraverso l'innovazione delle vocazioni agroalimentari dei territori, secondo spericolate sperimentazioni proposte da nuove generazioni di cuccinieri creativi;
- una zonizzazione composita delle destinazioni non più solo presidiata da poche classiche e celebri certezze, ma variamente organizzata con attrattività di percorsi, nodi e metadistretti evoluti.

Accanto a queste positive evoluzioni, la mappatura dei nostri territori enogastronomici presenta tuttavia anche indubbi **punti di debolezza**, generati a valle della diffusione di paradigmi di successo frettolosamente imitati e artificiosamente enfatizzati dalle mode e dalla comunicazione, con la conseguenza di aver prodotto:

- una frammentazione polverizzata di denominazioni, prodotti, destinazioni, proposte, generatrici di molta confusione e poca visibilità;

- una omologazione a livello di banalizzata mediocrità di strutture, estetiche, sensorialità, combinazioni, segnaletiche, più attente alla citabilità guidaiole che orientata alla esplorazione delle varietà e delle differenze;
- una gerarchizzazione delle attrattive ancora troppo squilibrata a favore di poche sovraffollate destinazioni di cartello, perciò pericolosamente esposte ai rischi della “venezianizzazione” turistica;
- una visibilità scarsa e casuale della maggioranza delle destinazioni minori e delle *new entries* che definiscono così una sorta di “aree enoiche protette” riservate alle frequentazioni dei visitatori di prossimità.

3. LO SCENARIO DELL'ATTRATTIVITÀ: MINACCE E OPPORTUNITÀ

Un secondo gruppo di osservazioni scaturenti dall'analisi della Mappa è relativo alle conseguenze attendibili dalla evoluzione degli accadimenti generati a grande scala e fuori della portata dei territori del vino e del turismo enogastronomico: è quello che si definisce come uno scenario a medio termine.

E' prima di tutto al riguardo da prendere in considerazione il fascio delle **minacce** più negativamente influenti sulle attese e sui destini dei territori in esame; esse sono relative a:

- una standardizzazione dei gusti di tendenza via via sempre più emergente anche in fatto di vini che promuove la qualità dei prodotti a livelli intermedi e la omologazione dei caratteri e dei sentori facili, secondo una prassi imposta anche in questo settore dalla globalizzazione dei mercati, con conseguenze più favorevoli ai consistenti volumi, ai maggiori produttori, alla grande finanza di settore che allo sviluppo delle vocazioni identitarie dei territori;
- una campagna antialcolismo di crescente rigore, promossa secondo apprezzamenti valoriali e metodi repressivi nati in diversi contesti di tradizione e di comportamento, suscitatrice più di rapide contrazioni

dei consumi fuori casa che di intelligenti operazioni di educazione al gusto, al consumo e alla prevenzione;

- una enfattizzazione mediatica della comunicazione che marginalizza la capacità competitiva delle dimensioni micro – nella fattispecie vini, alimenti, gastronomie, culture, territori – a favore dei soggetti e delle regioni più forti e organizzati;
- una dominanza dei *brand* portatrice di trasformazioni dell’immaginario collettivo secondo paradigmi migranti dal marketing dei consumi alla cultura sociale, con effetti deformanti delle scelte e dei comportamenti che slittano dai valori dei contenuti e dei significati alle mode delle apparenze dei significanti.

Accanto al diverso peso delle minacce, il quadro scenaristico delle **opportunità** propone in filigrana, come chiavi di lettura della Mappa, un repertorio ricco di stimoli diversamente coglibili e comunicabili:

- vini identitari contro vini di tendenza secondo una potenzialità di successo legata alla crescente saturazione rispetto alla proliferazione degli aromi facili, riconoscibili e quindi maggioritari e alla conseguente ricerca – non più minoritaria – delle innumerevoli

sfumature dei *terroir* e delle offerte proposte dalla fantasia degli operatori creativi di nicchia;

- promozione gustativa sia come progressivo affinamento delle esigenze e delle capacità di distinguere e pretendere qualità e specificità nei vini, nei cibi e nelle gastronomie, sia come reazione alla diseducazione del gusto implicita nell'alimentazione quotidiana, industrializzata e massivamente distribuita;
- turismi fuori rotta secondo una tendenza sia ad evitare le mete più affollate che a ricercare e riscoprire itinerari storici o innovativi meno battuti, come giacimenti di più appaganti occasioni di viaggio e di *leisure*;
- ricerca di esperienze come orientamento via via crescente a privilegiare scelte e contenuti di turismo e tempo libero non come semplici acquisti di beni e servizi, ma come occasioni di scoperta sensoriale, di arricchimento culturale, di acquisizione educativa, di incontro relazionale, di coproduzione di senso.

4. I VOLUMI E LE MUTAZIONI DELLA DOMANDA

Valorizzare meglio le grandi risorse esplicite o sommerse dell'offerta di prodotti e turismi enogastronomici, non dipende evidentemente solo dalla ricchezza e dalla vastità ormai raggiunte dal sistema dell'offerta. Come per ogni altro settore dell'industria e del terziario, anche per il turismo enogastronomico è sempre più necessario capire a fondo e monitorare con costanza la domanda per trovare quella sintonia fra proposte e attese che appunto produce valore aggiunto.

Senza sviluppare il tema della domanda – che non è oggetto del presente Rapporto – sembra perciò necessario al riguardo annotare almeno tre osservazioni di base.

La prima è relativa ai **volumi** quantitativi dei turisti enogastronomici. Senza entrare in questa sede nel merito delle raffinate polemiche metodologiche intorno alle stime circolanti sul fenomeno, sarà sufficiente annotare che:

- sotto l'aspetto economico della produzione del valore aggiunto rilevano tutti i comportamenti di acquisto, da quelli consistenti svolti da esigentissimi e molto competenti turisti attori di prolungate

presenze, fino a quelli minimali generati dagli occasionali escursionisti di “cantine aperte” e di sagre paesane: tutti gli atti di spesa effettuati da tutti i visitatori provenienti dall'esterno prossimo o remoto di un territorio contribuiscono infatti a produrre fatturato;

- sotto l'aspetto “statistico” della frequentazione dei luoghi rilevano tutti i segmenti di presenza: secondo varie modalità di stima si ragiona per conseguenza di un universo con ordini di grandezza compresi tra i quattro e i sei milioni di “accessi”, secondo un trend influenzato dalla congiuntura economica ma comunque ancora tendenzialmente crescente nel medio e nel lungo periodo.

La seconda osservazione è relativa alla **struttura** e alla **dinamica** di un universo di “clienti” così consistente. Le più rilevanti risultano:

- la segmentazione relativa che indica almeno quattro o cinque livelli diversamente consistenti e dinamici (per esempio esclusivisti, affluenti, esperti, *low cost* e marginali) portatori di varianti, scelte, stili e comportamenti di consumo e di spesa;
- i passaggi, le ibridazioni, e le contaminazioni tra gli strati che denotano una percepibile vivacità interna all'universo osservato, secondo dinamiche prodotte dalle rispettive appartenenze “classiste”,

dall'evoluzione della mobilità sociale ma anche e soprattutto influenzate dalla visibilità e dall'innovazione dei diversi sistemi di offerta proposti dai territori;

- la fidelizzazione, la perdita o l'acquisizione di nuovi "clienti" da parte dei territori e del sistema dell'offerta nel suo complesso, che risultano sempre più legate ad azioni e a politiche di marketing specifiche, cioè coerenti con la capacità di proporre offerte specializzate per tipologie di turisti.

La terza osservazione riguarda le **mutazioni** di lungo periodo che attraversano le società evolute della nostra contemporaneità e che variamente influenzano anche i sistemi del nostro turismo enogastronomico.

Schematizzando sembra possibile annotare come sempre più rilevanti:

- la fine delle grandi narrazioni che hanno riguardato anche viaggi turismo e tempo libero (turismi di massa, turismi dell'esotismo e del remoto, turismi delle iperconcentrazioni stagionali, turismi dei megaeventi universali, ecc.);
- l'attenuazione progressiva di un'asimetrica attrattiva che anche nel turismo enogastronomico produce sovraffollamento di poche mete

di cartello e sottofrequentazione di molte destinazioni secondarie o emergenti;

- l'affermazione assertiva nell'uso del tempo libero e nella scelta di viaggi e turismi di comportamenti e di stili orientati da una sobrietà istruita ed esigente;
- la ricerca soprattutto nei turismi come quello in oggetto, di destinazioni, prodotti e servizi capaci di consentire interpretazioni di ruolo e rappresentazioni di sé, tanto più gratificanti e apprezzate (e quindi produttive di valore aggiunto) quanto più ispirate a tematizzazioni esperienziali specifiche (per esempio “il bacchanale”, la fiera storica, la vita in villa con vigna, lo shopping in outlet enoalimentare, la sosta in bottega con cucina, il trekking di filiera, la cena in “*concept restaurant di wineryard*”, ecc.).

5. IL NUOVO VALORE AGGIUNTO: POSSIBILITÀ E PRATICABILITÀ A CONFRONTO

L'analisi della Mappa dell'offerta e la valutazione dello scenario della domanda sviluppate nelle pagine precedenti, consentono di trarre una (provvisoria) positiva conclusione in termini di ulteriori capacità di sviluppo e produzione di valore aggiunto dei variegati territori del turismo enogastronomico italiano.

Questa capacità sembra in sostanza dipendere – in termini qualitativi, temporali e distributivi – dalla somma delle scelte che verranno fatte caso per caso, territorio per territorio, in ordine a quattro rilevanti passaggi:

- la vocazione a sviluppare una scelta di ruolo definita e riconoscibile tra destinazioni filtro e destinazioni spugna: le prime orientate a proporre occasioni attrattive leggere e diffuse, le seconde capaci di progettualità, investimento e gestione di richiami densi di significanti tematici;
- l'intelligenza di individuare la specifica tipologia di mercato adatta a posizionare al meglio la propria offerta tra le quattro tipologie possibili: mercati di massa, mercati di fascia (alta, media, bassa), mercati di segmento, mercati di nicchia;

- la lungimiranza di ricercare e stabilire solide alleanze con i territori prossimi – identitari ma complementari – in modo da condensare sistemi di offerta integrati e coerenti con le pulsioni e le più articolate attese della domanda;
- la capacità di costruire sistemi di comunicazione non orientati a propagandare banali dotazioni di campanile, ma strettamente finalizzati a raggiungere – grazie a mezzi e tecnologie di rete – i propri specifici clienti, per quanto lontani e dispersi siano, attraverso le applicazioni – via WEB2 e *social network* - delle tecniche della cosiddetta “*long tail*”.

In sostanza la tesi che emerge da questa sommaria lettura in filigrana della Mappa del turismo enogasteronomico italiano dell’anno 2012, non è consolatoria ma pragmatica: più avanti, nel tempo e nello spazio, c’è posto per tutti e per generare ancora molto valore, a condizione di sviluppare rapidamente poche ma sapienti scelte tattiche.

Quanto poi alla probabilità che molte scelte tattiche possano condensarsi nel medio periodo in più solite strategie di sviluppo territoriale, la previsione resta indefinita.

Una lettura “razionale” della Mappa indica infatti due possibili tracciati maggiori di progressione:

- la pista dei ***brand ombrello***

orientata a federare una molteplicità di territori tra loro prossimi (“strade”?) portatori di sistemi di offerta poco visibili ma molto integrabili sotto la protezione promozionale di un *brand* attrattore già affermato: è il caso di quanto sta avvenendo per esempio in Romagna, in Maremma, nel Salento;

- la pista delle **geometrie variabili** orientata a specializzare singole vocazioni territoriali dominanti alla ricerca e al servizio di specifici segmenti di clienti:

- destinazioni di eccellenza (Montefalco?) per clienti “esclusivisti” e “affluenti”;
- distretti di tendenza (Emilia?) per clienti della festa di prossimità;
- regioni emergenti (Sicilia orientale?) per clienti esploratori di più remota provenienza;
- strade integrate (8 strade veronesi delle 19 venete!?) per clienti di “cattura” lungo itinerari altrimenti ricchi e molto frequentati.

In sostanza l’una o l’altra pista di progressione sembrano ispirate più a una nuova strategia di mercato (appunto orientata al posizionamento funzionale a

produrre valore aggiunto) che a una vecchia tattica di clonazione (come da copione orientata alla frammentazione funzionale a produrre consenso).

Negli ultimi mesi molti processi – dall’alto e del basso – stanno modificando consolidate dinamiche di comportamento del nostro paese, al livello istituzionale, politico e soprattutto sociale.

Forse è lecito concludere questa nota di lettura della Mappa con un filo di ironia. Nel senso che, se i cambiamenti maggiori “ce li chiede l’Europa”, i mutamenti minori ce li propone il collaudato istinto mercantile del nostro “secondo popolo”, “grasso” o “minuto” che sia. Sarà davvero un bello spettacolo stare a guardare come, nei prossimi mesi, interagiranno a livello locale anche dei nostri territori del vino e dal turismo enogastronomico i disegni razionali delle riforme istituzionali calati dall’alto e gli spiriti animali degli interessi e delle rappresentanze montanti dal basso.

PARTE PRIMA

La Mappa dell'offerta

1. ENOICITÀ E RISTORAZIONE: MAPPA DEI FONDAMENTALI

- 1.1. In questa prima parte del 10° Rapporto sul Turismo del Vino abbiamo voluto “ridare” la parola ai territori dell’eno-gastronomia italiana. Dopo due rapporti orientati a ridefinire profili di consumo, volumi e articolazione della spesa, abbiamo ritenuto utile rimappare l’Italia da Nord a Sud per capire quanti e quali giacimenti di base esistano nel nostro territorio.
- 1.2. E’ doveroso ricordare che secondo lo studio realizzato nel 2011 i fattori rilevanti nella “scelta” delle mete enogastronomiche da parte del turismo interno – ma c’è da pensare anche di quello estero – ruotano essenzialmente intorno a quattro fattori attrattivi a loro volta classificati nella dimensione immateriale (qualità del territorio ed eventi) ed in quella materiale (ristorazione – gastronomia e vino). Non sempre i territori riescono a combinare virtuosamente i fattori attrattivi: molti eventi a basso valore aggiunto e poca ristorazione di qualità, buona e ricca produzione enoica in aree esageratamente antropizzate. Questo rapporto – che prevede un secondo step attraverso sondaggi estesi sui soggetti d’offerta – ha voluto approfondire quelli che in gergo sono definiti “i fondamentali”.
- 1.3. Due le aree di analisi:

- la vocazione enoica delle provincie italiane: la certosa ricodificazione a scala comunale (numero di produttori di qualità, numero di bottiglie prodotte, ettari di superficie vitata) ci ha consentito di mappare l'intera penisola per andare a cogliere forza e robustezza – sui fondamentali – dell'offerta vitivinicola. In aggiunta al Gambero Rosso si è mappizzata anche la fascia top dei produttori attraverso le classifiche elaborate da “Civiltà del bere”;
- la vocazione gastronomica analizzata con eguale metodologia attraverso la Guida “La Gola” sintesi delle sei più importanti guide italiane sui ristoranti italiani.

1.4. Il dettaglio delle analisi da luogo a 5 diverse carte del territorio italiano suddiviso per province:

- Il numero di produttori di qualità presenti nel Gambero Rosso;
- la superficie vitata dai produttori di “qualità” (Gambero Rosso);
- il numero di bottiglie prodotte (Gambero Rosso);
- il numero di produttori al top assumendo come top tutti i produttori che fossero presenti in almeno 2 delle 6 guide sulle quali sono costruite le classifiche elaborate dalla rivista “Civiltà del bere”;
- il numero di ristoranti di qualità presenti nella guida “La Gola in tasca”;

- ed infine una mappatura sintetica dei territori sulla base dei valori assunti nelle precedenti 5 elaborazioni.

Ad ogni carta corrisponde inoltre un ranking nel quale vengono gerarchizzate le province sulla base dei valori puntuali dei diversi territori nei singoli ambiti di analisi.

E' necessaria una precisazione: si è deciso di elaborare i dati per tutti i comuni presenti nella guida, indipendentemente dalla classe di ampiezza demografica. Questo può aver prodotto effetti di perturbazione in quanto comuni di grandi dimensioni possono risultare sedi di aziende dal punto di vista amministrativo (sede legale) ma non operativo ma sarebbe stato ugualmente distorsivo definire una soglia arbitraria di inclusione/esclusione.

1.5. Il rapporto contiene inoltre:

- una tavola sintetica per ogni regione contenente i dati più significativi relativi alle variabili considerate, le quote di mercato che la singola regione rappresenta sul totale nazionale, l'elenco – all'interno della regione – delle singole province leader per ambito di analisi, ed il contributo costituito dai comuni aderenti all'Associazione Città del Vino;

- una sezione cartografica e di ranking, sempre a base provinciale, dell'offerta enogastronomica legata anch'essa all'Associazione Città del Vino.

1.6. Le carte e le schede contenute nel rapporto ci descrivono un'Italia straordinariamente ricca di opportunità con punte di eccellenza e anche di nuove scoperte assolutamente di rilievo. Il turista può attraversare lo stivale – escluse rarissime eccezioni – sconfinando da una provincia all'altra, da una regione all'altra con quasi certezza di incontrare territori “fertili” sul piano dell'offerta enogastronomia.

Non resta che augurargli buon viaggio.

PARTE SECONDA

L'Italia dell'enogastro

2.1. I grandi numeri



ITALIA

Superficie (kmq)	301.340
Popolazione totale	60.742.38
Densità demografica (ab/kmq)	202
Numero totale di comuni	8.092
VINO	
Numero di comuni citati	639
Numero di produttori citati	1.437
Numero di ettari vitati	117.242
Numero di bottiglie prodotte	853.655.65
Numero di comuni con produttori top citati	303
Numero di produttori top citati	501
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	3.074
Numero di ristoranti citati	8.694

Le province "TOP"	
VINO	
Numero di comuni citati - CUNEO	32
Numero di produttori citati - CUNEO	176
Numero di ettari vitati dai produttori citati - TRENTO	11.647
Numero di bottiglie prodotte - TRENTO	109.908.00
Numero di comuni con produttori top citati - CUNEO	20
Numero di produttori top citati - CUNEO	77
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati - CUNEO	100
Numero di ristoranti citati - ROMA	393

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO"	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	282
Numero di produttori citati	889
Numero di ettari vitati	78.420
Numero di bottiglie prodotte	552.687.800
Numero di comuni con produttori top citati	140
Numero di produttori top citati	316
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	318
Numero di ristoranti citati	1.082

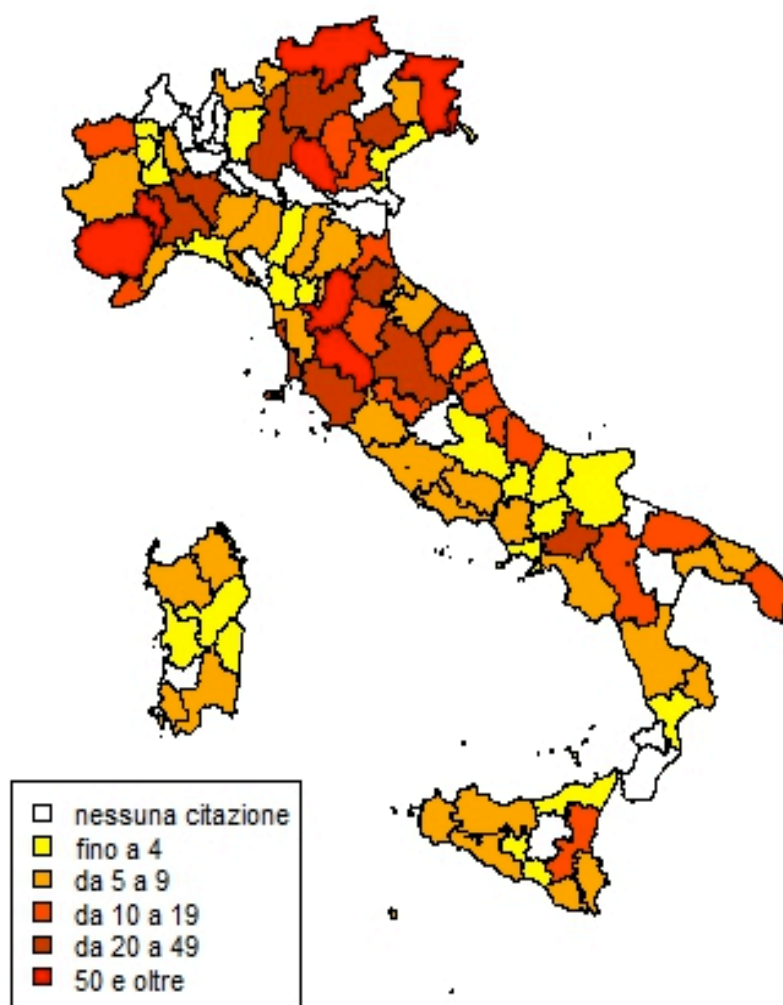
2.2. Vino: i produttori di qualità

Nella Fig. 1 sono rappresentate le province in ordine al numero di produttori di qualità. Il risultato è rappresentato in classi per numero di produttori citati.

Cuneo, Siena e Verona occupano le prime tre posizioni mentre Firenze occupa la quarta. Buona la distribuzione complessiva dei produttori nel nord-est con Gorizia, Udine e Bolzano che si posizionano a ridosso dei primi.

La prima provincia meridionale del Mezzogiorno è Avellino mentre, nelle regioni insulari, la Sicilia, con Catania che precede Palermo, precede la Sardegna dove procedono appaiate Cagliari e Sassari.

Fig.1 - Produttori di “qualità”



Tab.1 – Ranking provinciale “Produttori di qualità”

Provincia	N° Produttori	Provincia	N° Produttori
Cuneo	177	Modena	6
Siena	123	Bologna	6
Verona	91	Taranto	6
Firenze	68	Prato	6
Gorizia	67	Parma	5
Udine	65	Pesaro U.	5
Bolzano	63	Pisa	5
Asti	49	Viterbo	5
Alessandria	43	Salerno	5
Brescia	42	Brindisi	5
Perugia	31	Agrigento	5
Treviso	30	Olbia Tempio	5
Ancona	28	Roma	4
Pavia	27	Latina	4
Trento	27	Frosinone	4
Avellino	24	Cosenza	4
Grosseto	23	Trapani	4
Forlì-Cesena	20	Ragusa	4
Livorno	19	Siracusa	4
Ascoli P.	18	Pordenone	4
Potenza	16	Rimini	4
Teramo	15	Crotone	4
Terni	13	Carbonia	4
Aosta	12	Vercelli	3
Padova	11	Venezia	3
Ravenna	11	Trieste	3
Catania	11	Reggio E.	3
Imperia	10	Lucca	3
Macerata	10	Pistoia	3
Arezzo	10	Napoli	3
Bari	10	L'Aquila	3
Lecce	10	Campobasso	3
Vicenza	9	Nuoro	3
Pescara	9	Oristano	3
Chieti	9	Fermo	3
Sondrio	8	Benevento	2
Piacenza	8	Catanzaro	2
Caserta	8	Biella	2
Palermo	8	Genova	1
Torino	7	Bergamo	1
Novara	7	Foggia	1
Savona	7	Messina	1
La Spezia	7	Caltanissetta	1
Sassari	7	Isernia	1
Cagliari	7	Ogliastra	1

2.3. La produzione

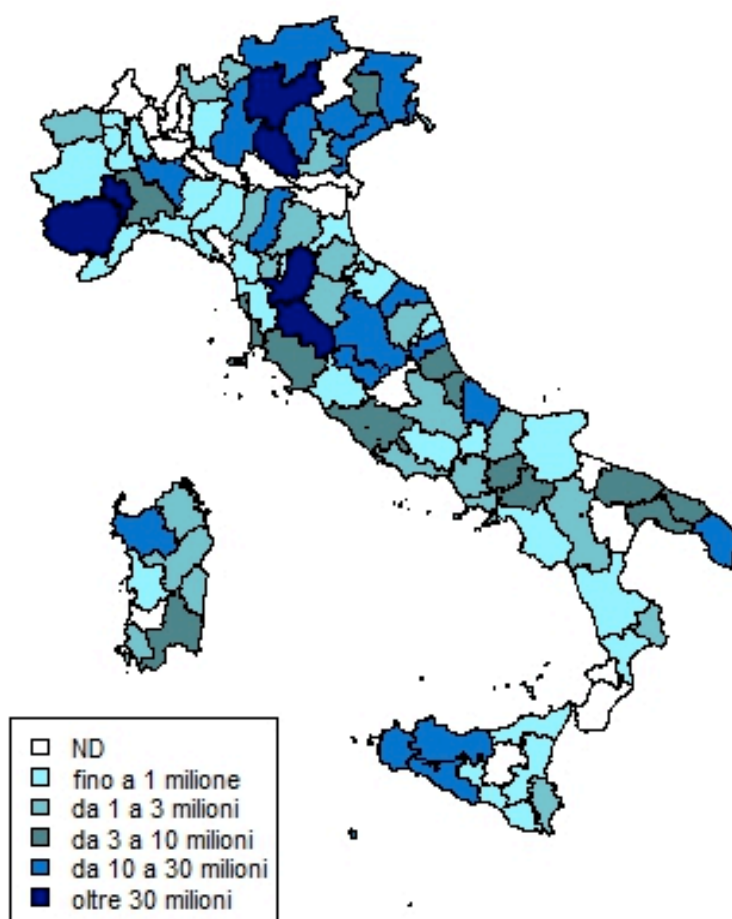
Nella Fig.2 sono rappresentate le province in ordine al numero di bottiglie di qualità prodotte. Il risultato è rappresentato in classi per numero di bottiglie prodotte.

Trento è la provincia italiana che produce il maggior numero di bottiglie di “qualità”.

Le altre province che si collocano nella classe “oltre 30 milioni” di bottiglie sono, nell’ordine, Verona, Firenze, Siena, Asti e Cuneo. Subito a ridosso – nella classe da 10 a 30 milioni – si trovano 19 province variamente rappresentate per collocazione geografica: nel nord est si segnalano – tra le altre - Vicenza e Bolzano che si attestano poco sotto i 30 milioni di bottiglie prodotte, nel centro Ancona, Terni, Perugia e Ascoli Piceno.

Il meridione è rappresentato dalle province di Agrigento, Palermo, Sassari, Trapani e Lecce.

Fig.2 – Bottiglie di “qualità”



Tab.2 – Ranking provinciale “Bottiglie di qualità”

Provincia	N° Bottiglie	Provincia	N° Bottiglie
Trento	109.908.000	Pistoia	2.145.000
Verona	83.291.000	L'Aquila	2.110.000
Firenze	64.397.500	Latina	1.800.000
Siena	62.116.100	Nuoro	1.730.000
Asti	48.215.000	Macerata	1.710.000
Cuneo	37.516.900	Napoli	1.400.000

Vicenza	29.155.000	Arezzo	1.382.000
Bolzano	28.590.000	Siracusa	1.216.000
Agirigento	23.635.000	Padova	1.191.000
Palermo	22.850.000	Campobasso	1.160.000
Brescia	19.353.000	Aosta	1.147.000
Modena	18.822.000	Reggio E.	1.110.000
Chieti	17.575.500	Forli-Cesena	1.099.000
Treviso	17.350.000	Caserta	1.010.500
Ancona	14.612.000	Parma	940.000
Sassari	14.035.000	Piacenza	865.000
Trapani	13.990.000	Ragusa	860.000
Udine	13.460.000	Catania	836.300
Terni	13.252.000	Catanzaro	800.000
Venezia	12.970.000	Oristano	788.000
Perugia	12.855.000	Rimini	740.000
Ascoli P.	12.740.000	La Spezia	713.000
Pavia	12.486.000	Pisa	623.000
Gorizia	12.108.050	Viterbo	618.000
Lecce	11.326.000	Torino	557.000
Cagliari	8.658.000	Pesaro U.	515.000
Brindisi	8.185.000	Foggia	500.000
Avellino	7.790.000	Ravenna	498.000
Bari	7.260.000	Imperia	474.000
Alessandria	6.254.500	Savona	452.000
Roma	5.880.500	Salerno	452.000
Taranto	4.815.000	Novara	440.000
Pordenone	4.395.000	Cosenza	401.000
Livorno	4.363.000	Vercelli	370.000
Benevento	4.150.000	Lucca	330.000
Grosseto	4.146.000	Prato	238.500
Teramo	4.075.000	Caltanissetta	220.000
Pescara	3.497.800	Bergamo	200.000
Potenza	2.833.500	Frosinone	148.000
Crotone	2.820.000	Fermo	135.000
Carbonia	2.580.000	Biella	100.000
Sondrio	2.568.000	Genova	80.000
Bologna	2.505.000	Trieste	78.000
Ogliastria	2.500.000	Messina	50.000
Olbia Tempio	2.208.000	Isernia	30.000

2.4. Le superficie vitate

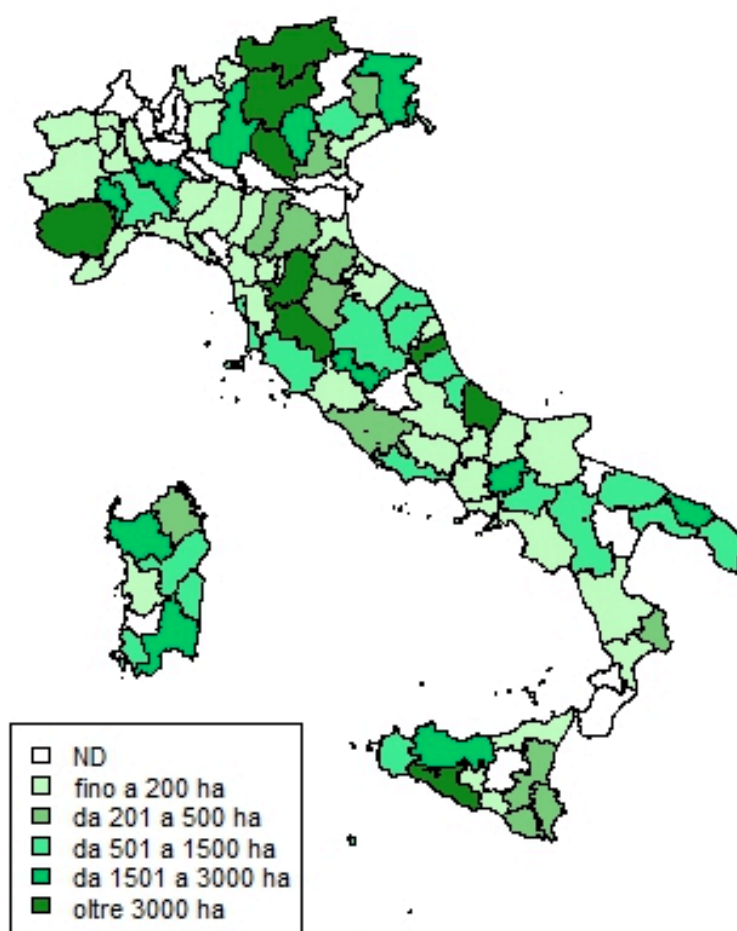
Nella Fig.3 sono rappresentate le province in ordine alle superfici vitate delle aziende che producono vini di qualità. Il risultato è rappresentato in classi per ettari.

Nella prima classe – quella che raggruppa i territori con oltre 3.000 ettari vocati a produzioni di qualità – si collocano 9 province: Trento – leader con

circa 11.000 ettari – Cuneo, Firenze, Agrigento, Verona, Siena, Bolzano, Chieti e Ascoli Piceno.

E' evidente che morfologia ed estensioni territoriali e influiscano significativamente sui dati qui presentati come testimoniano le aree evidenziate in bianco, soprattutto lungo il corso del Po, o la condizione delle province liguri.

Fig. 3 – Ettari di “qualità”



Tab.3 – Ranking provinciale ettari di “qualità”

Provincia	Ettari	Provincia	Ettari
Trento	11.647	Forlì-Cesena	291
Cuneo	8.752	Siracusa	278
Firenze	8.015	Catania	273

Agrigento	7.990	Bologna	265
Verona	7.617	Padova	264
Siena	7.024	Roma	225
Bolzano	4.253	Ragusa	216
Chieti	4.155	Caserta	198
Ascoli P.	3.673	L'Aquila	190
Terni	2.876	Viterbo	182
Asti	2.627	Pisa	170
Brindisi	2.594	Rimini	170
Brescia	2.519	Sondrio	163
Udine	2.508	Piacenza	160
Pavia	2.500	Campobasso	160
Palermo	2.497	Aosta	143
Gorizia	2.305	Parma	138
Vicenza	2.111	Ravenna	132
Benevento	2.029	Cosenza	128
Sassari	1.810	Catanzaro	125
Cagliari	1.727	Novara	114
Ancona	1.464	Pesaro U.	113
Treviso	1.360	Pistoia	100
Perugia	1.355	La Spezia	96
Lecce	1.296	Oristano	95
Potenza	1.186	Reggio E.	94
Bari	1.165	Salerno	77
Teramo	998	Torino	72
Carbonia	996	Lucca	70
Livorno	982	Napoli	66
Avellino	972	Vercelli	65
Alessandria	946	Venezia	60
Grosseto	910	Prato	52
Trapani	858	Caltanissetta	50
Nuoro	778	Savona	46
Ogliastra	750	Foggia	45
Taranto	708	Imperia	41
Macerata	659	Frosinone	37
Latina	636	Fermo	35
Pescara	518	Trieste	25
Olbia Tempio	428	Biella	25
Arezzo	424	Bergamo	15
Pordenone	363	Genova	10
Crotone	319	Messina	7
Modena	315	Isernia	1

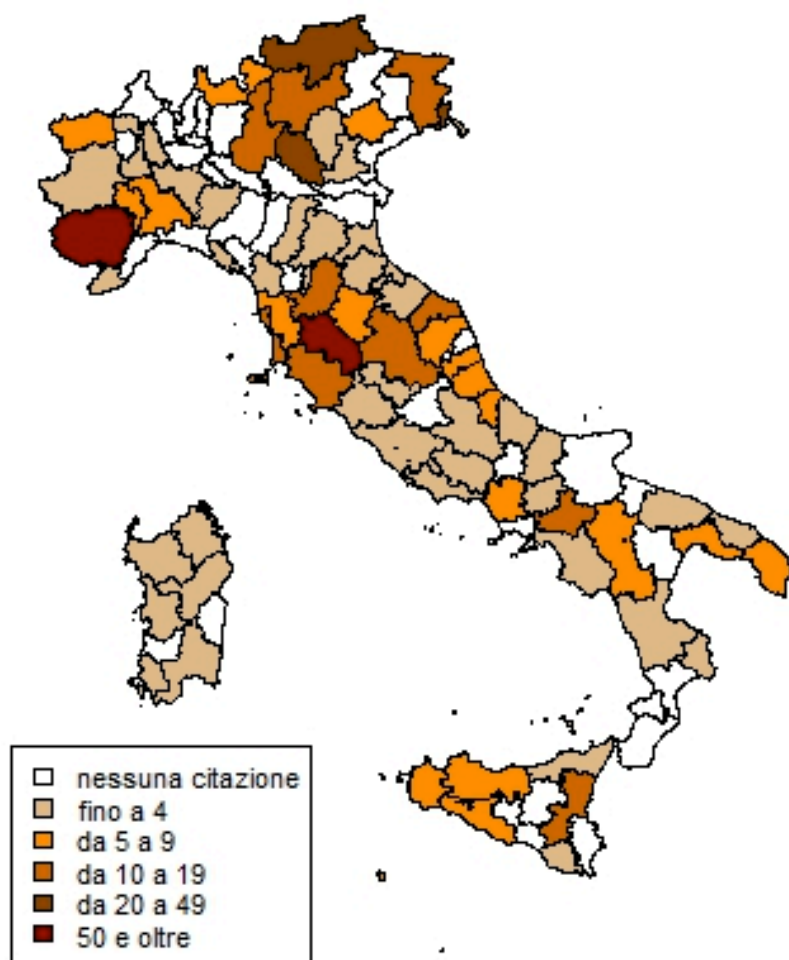
2.5. I produttori top

Nella Fig.4 sono rappresentate le province in ordine alla presenza di produttori “TOP” ovvero presenti in almeno due guide di settore sulle sei prese in esame. Il risultato è rappresentato in classi per numero di produttori. Si evidenziano i territori maggiormente vocati alla produzione vitivinicola del Paese.

Cuneo e Siena sono le due province che ottengono il massimo risultato – oltre 50 produttori - mentre nella classe seguente - da 20 a 49 produttori - si posizionano due province nord orientali, Bolzano e Verona.

Nella terza classe si trovano alcune province del centro come Firenze, Ancona, Perugia e Grosseto accanto ad altre del nord est, Gorizia, Udine e Trento ma anche del Mezzogiorno, Avellino e Catania.

Fig.4 – Produttori “TOP”



Tab.4 – Ranking provinciale produttori “TOP”

Provincia	Produttori “TOP”	Provincia	Produttori
Cuneo	77	Piacenza	3
Siena	58	Terni	3
Verona	32	Chieti	3
Bolzano	30	Bari	3
Gorizia	19	Agrigento	4
Firenze	17	Torino	3
Ancona	15	Vercelli	3
Udine	14	La Spezia	3
Grosseto	11	Cosenza	3
Perugia	11	Modena	2
Trento	10	Forli-Cesena	2
Avellino	10	Pesaro U.	2
Catania	10	Salerno	2
Brescia	9	Campobasso	2
Livorno	9	Ragusa	2
Asti	8	Nuoro	2
Macerata	7	Cagliari	2
Pescara	7	Prato	2
Ascoli P.	6	Novara	1
Arezzo	6	Imperia	1
Potenza	6	Bologna	1
Alessandria	5	Ravenna	1
Aosta	5	Lucca	1
Sondrio	5	Viterbo	1
Pisa	5	Roma	1
Teramo	5	Latina	1
Taranto	5	Frosinone	1
Treviso	4	Benevento	1
Caserta	4	L'Aquila	1
Lecce	4	Messina	1
Trapani	4	Sassari	1
Palermo	4	Oristano	1
Pavia	3	Rimini	1
Vicenza	3	Crotone	1
Padova	3	Olbia Tempio	1
Trieste	3	Carbonia	1
Brindisi	3		

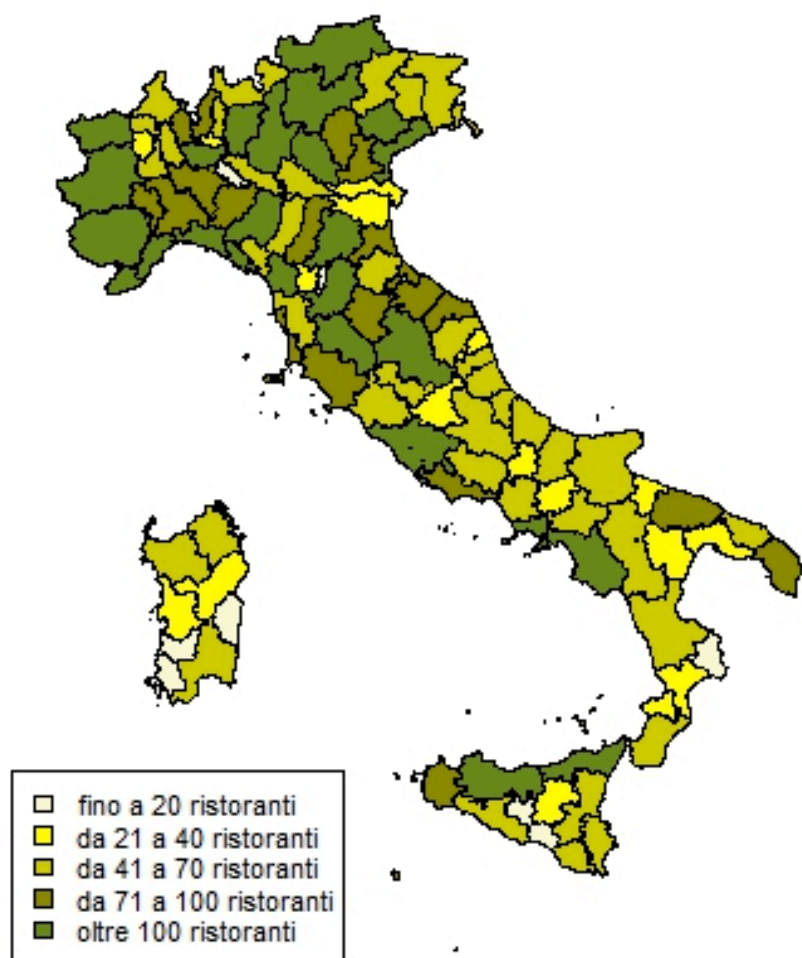
2.6. La ristorazione di qualità

Nella Fig.5 sono rappresentate le province in ordine alla presenza di ristoranti di qualità. Il risultato è rappresentato in classi per numero di ristoranti.

Le grandi aree metropolitane influiscono sul risultato che vede Roma, Milano e Napoli occupare le prime tre posizioni. Significativo il dato di Bolzano che precede Perugia, Firenze e Genova.

La provincia di Cuneo si colloca in ottava posizione a rimarcare il positivo mix tra ristorazione e produzione vitivinicola d'eccellenza.

Fig.5 – Ristoranti di “qualità”



Tab.5 – Ranking provinciale ristoranti di “qualità”

Provincia	Ristorant	Provincia	Ristoranti	Provincia	Ristoranti
Roma	393	Padova	80	Massa-Carrara	46
Milano	321	Trapani	79	Reggio E.	44
Napoli	257	Varese	76	Campobasso	44
Bolzano	219	Como	75	Reggio di Calabria	44
Perugia	209	Bari	74	Vercelli	43
Firenze	204	Arezzo	73	Gorizia	42
Genova	198	Rimini	72	Agrigento	42
Cuneo	193	Ravenna	71	Avellino	41
Torino	181	Catania	67	Lecco	41
Venezia	165	Pisa	65	Brindisi	40
Brescia	162	Foggia	65	Ferrara	39
Salerno	146	Olbia Tempio	64	Pistoia	39
Trento	143	L'Aquila	62	Matera	35
Verona	141	Terni	61	Catanzaro	35
Bologna	134	Viterbo	61	Rovigo	32
Lucca	127	Mantova	60	Benevento	30
Siena	124	Trieste	59	Fermo	30
Aosta	115	Belluno	58	Rieti	29
Treviso	115	Macerata	58	Oristano	29
Savona	113	Potenza	57	Nuoro	27
Palermo	106	Pescara	55	Monza Brianza	27
Bergamo	104	Ragusa	55	Barletta-Andria-Trani	27
La Spezia	103	Forlì-Cesena	54	Taranto	26
Imperia	100	Teramo	54	Isernia	21
Parma	100	Cosenza	54	Enna	20
Messina	100	Cagliari	53	Biella	20
Vicenza	98	Sondrio	52	Vibo Valentia	20
Grosseto	96	Novara	51	Carbonia	18
Piacenza	95	Ascoli P.	51	Crotone	16
Alessandria	94	Frosinone	51	Lodi	15
Livorno	94	Chieti	51	Prato	15
Pavia	88	Pordenone	51	Caltanissetta	9
Ancona	88	Sassari	50	Ogliastro	6
Lecce	85	Cremona	49	Medio Campidano	4
Modena	83	Udine	49		
Latina	83	Caserta	48		
Asti	81	Siracusa	47		
Pesaro U.	81	Verbano-Cusio-Ossola	47		

2.7. Il ranking provinciale dell'enogastronomia

La determinazione della mappa (Fig. 6) che fotografa – su scala provinciale – la vocazione enogastronomica dei territori, scaturisce dalla somma dei punteggi dei cinque fattori analizzati:

- N° produttori citati
- Ettari vitati
- N° bottiglie prodotte
- N° produttori “TOP”
- N° ristoranti citati

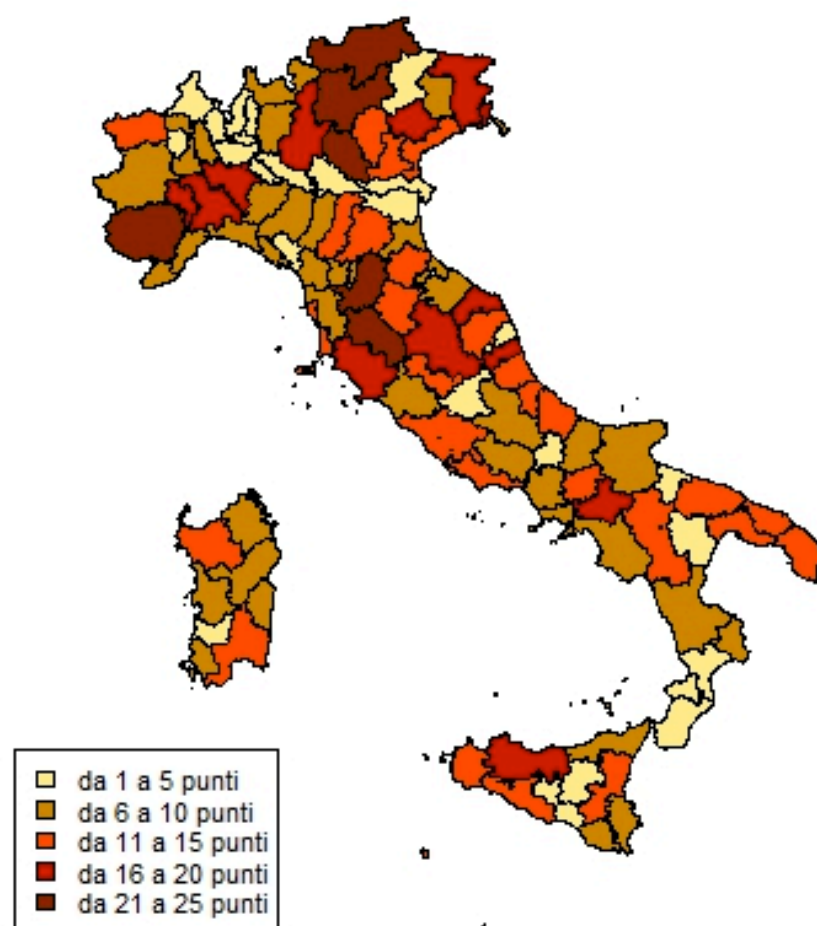
Per ciascun fattore sono stati attribuiti dei punteggi su scala 1 (valore minimo) - 5 (valore massimo) così da determinare un punteggio finale aggregato che può variare da 1 (valore minimo) a 25 (valore massimo) rielaborato in cinque classi:

- Da 1 a 5 punti
- Da 6 a 10 punti
- Da 11 a 15 punti
- Da 16 a 20 punti
- Da 21 a 25 punti

Nella parte alta del ranking – classe da 21 a 25 punti – si classificano sei province che meglio rappresentano il connubio tra ristorazione e vini di qualità: Cuneo, Siena, Verona, Bolzano, Firenze e Trento.

Nelle posizioni di rincalzo si posizionano ancora province settentrionali – Asti, Brescia, Udine, Gorizia, Pavia, Treviso ed Alessandria – ma anche del centro Italia – Perugia, Ancona, Ascoli Piceno, Grosseto – e del Mezzogiorno – Avellino e Palermo.

Fig.6 - I territori dell'enogastronomia. Punteggi di sintesi



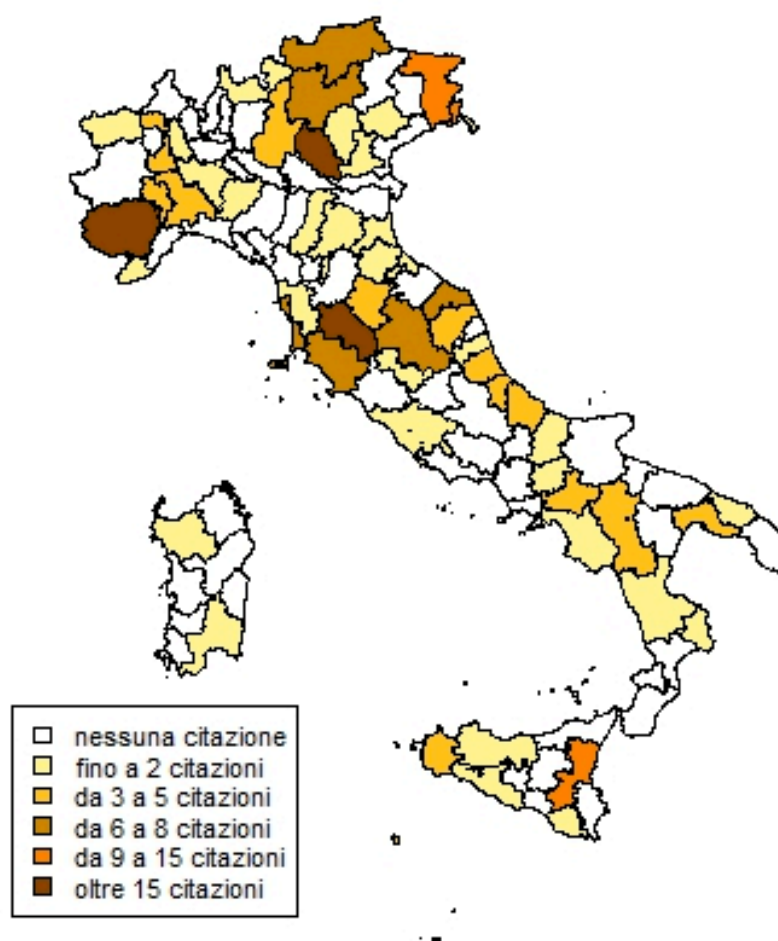
Tab.6 – Ranking provinciale dell'enogastronomia. Punteggi di sintesi

Provincia	Punteggi	Provincia	Punteggi	Provincia	Punteggi
Cuneo	25	Forlì-Cesena	12	Reggio E.	7
Siena	25	Roma	12	Frosinone	7
Verona	24	Taranto	12	Cosenza	7
Bolzano	23	Brindisi	12	Crotone	7
Firenze	23	Catania	12	Ogliestra	7
Trento	22	Venezia	11	Pistoia	6
Asti	19	Latina	11	Foggia	6
Brescia	19	Benevento	11	Oristano	6
Udine	19	Torino	10	Prato	6
Gorizia	19	Imperia	10	Milano	5
Perugia	19	La Spezia	10	Catanzaro	5
Ancona	18	Sondrio	10	Isernia	5
Pavia	17	Ravenna	10	Fermo	5
Treviso	17	Salerno	10	Varese	4
Ascoli P.	17	Olbia Tempio	10	Como	4
Grosseto	17	Savona	9	Caltanissetta	4
Alessandria	16	Piacenza	9	Biella	4
Avellino	16	Pesaro U.	9	Cremona	3
Palermo	16	Lucca	9	Mantova	3
Vicenza	15	Pisa	9	Belluno	3
Livorno	15	Caserta	9	Massa-Carrara	3
Terni	15	Napoli	9	Reggio di Calabria	3
Chieti	15	Nuoro	9	Lecco	3
Lecce	15	Pordenone	9	Verbano-Cusio-Ossola	3
Agrigento	15	Novara	8	Rovigo	2
Teramo	14	Genova	8	Ferrara	2
Bari	14	Bergamo	8	Rieti	2
Sassari	14	Parma	8	Matera	2
Aosta	13	Viterbo	8	Monza e della Brianza	2
Modena	13	L'Aquila	8	Barletta-Andria-Trani	2
Macerata	13	Campobasso	8	Enna	1
Arezzo	13	Messina	8	Lodi	1
Pescara	13	Ragusa	8	Vibo Valentia	1
Potenza	13	Siracusa	8	Medio Campidano	1
Trapani	13	Rimini	8		
Cagliari	13	Carbonia	8		
Padova	12	Vercelli	7		
Bologna	12	Trieste	7		

PARTE TERZA

Il contributo delle città del vino

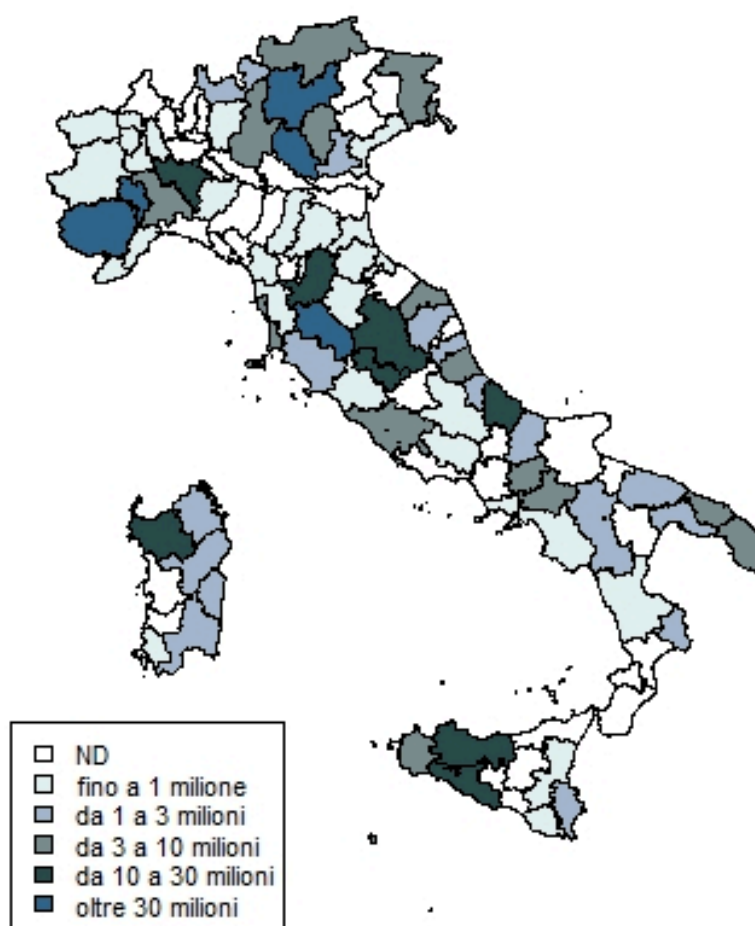
Fig.7 – I produttori di qualità delle “Città del Vino”



Tab.7 – Ranking provinciale dei produttori di qualità delle “Città del Vino”

Cuneo	159	Siracusa	4
Siena	119	Prato	4
Verona	58	Vercelli	3
Udine	53	Imperia	3
Gorizia	51	Trieste	3
Asti	34	Modena	3
Perugia	24	Viterbo	3
Trento	22	Frosinone	3
Brescia	20	Taranto	3
Pavia	20	Brindisi	3
Alessandria	18	Trapani	3
Firenze	18	Agrigento	3
Bolzano	16	Cagliari	3
Potenza	15	Rimini	3
Livorno	14	Torino	2
Avellino	14	Venezia	2
Ancona	13	Lucca	2
Vicenza	12	Pisa	2
Grosseto	11	Benevento	2
Catania	11	Napoli	2
Padova	10	Salerno	2
Ravenna	10	Campobasso	2
Terni	10	Bari	2
Teramo	8	Lecce	2
Chieti	7	Ragusa	2
Novara	6	Biella	2
Aosta	6	Crotone	2
Pescara	6	Olbia Tempio	2
Palermo	6	Savona	1
Sassari	6	Bergamo	1
Bologna	5	Piacenza	1
Forlì-Cesena	5	L'Aquila	1
Macerata	5	Cosenza	1
Arezzo	5	Nuoro	1
Sondrio	4	Ogliastra	1
Ascoli P.	4	Carbonia	1
Roma	4		

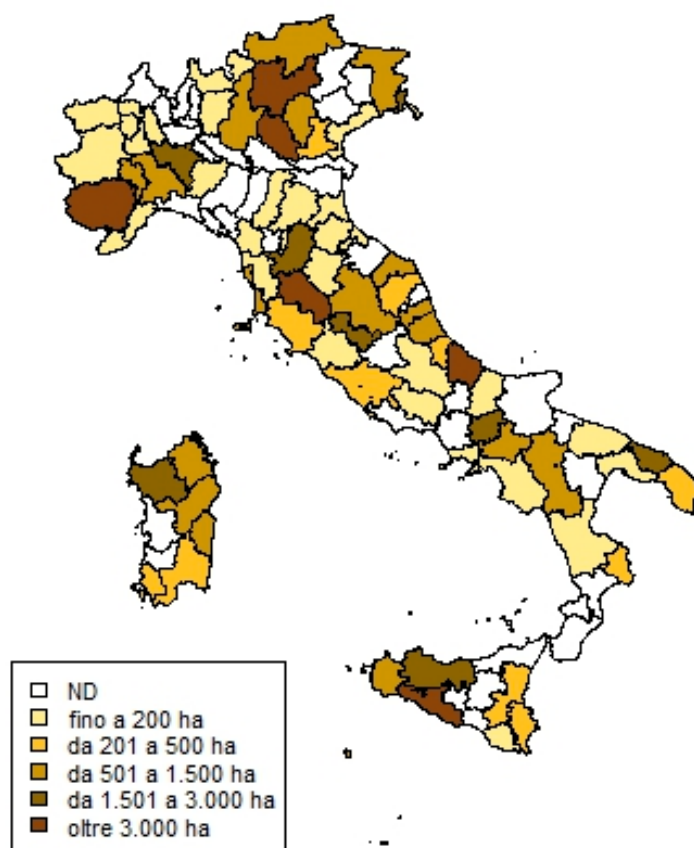
Fig.8 – Le bottiglie prodotte nei comuni appartenenti a “Città del Vino”



Tab.8 - Ranking provinciale per numero di bottiglie di qualità delle “Città del Vino”

Provincia	N. Bottiglie	Provincia	N. Bottiglie
Trento	109.311.000	Nuoro	1.600.000
Siena	61.832.100	Taranto	1.515.000
Verona	57.156.000	Macerata	1.220.000
Asti	39.281.000	Siracusa	1.216.000
Cuneo	34.737.900	Ascoli P.	1.180.000
Agrigento	22.300.000	Campobasso	1.100.000
Firenze	21.390.500	Padova	1.081.000
Chieti	17.038.000	Aosta	935.000
Sassari	13.935.000	Napoli	900.000
Palermo	11.150.000	Catania	836.300
Pavia	10.316.000	L'Aquila	650.000
Perugia	10.302.000	Rimini	600.000
Terni	10.202.000	Carbonia	600.000
Trapani	9.740.000	Bologna	505.000
Brescia	8.770.000	Venezia	460.000
Gorizia	8.445.000	Novara	420.000
Ancona	8.355.000	Ravenna	403.000
Vicenza	8.290.000	Viterbo	400.000
Udine	7.276.000	Vercelli	370.000
Brindisi	7.150.000	Arezzo	295.000
Roma	5.880.500	Lucca	260.000
Avellino	5.409.000	Forlì-Cesena	240.000
Lecce	4.700.000	Ragusa	230.000
Alessandria	4.540.000	Pisa	220.000
Bolzano	4.435.500	Bergamo	200.000
Benevento	4.150.000	Torino	185.000
Teramo	3.150.000	Salerno	177.000
Livorno	3.061.000	Modena	152.000
Cagliari	2.950.000	Prato	151.500
Olbia Tempio	2.868.000	Savona	140.000
Potenza	2.788.500	Imperia	137.000
Ogliastra	2.500.000	Piacenza	100.000
Crotone	2.450.000	Biella	100.000
Sondrio	2.170.000	Trieste	78.000
Grosseto	2.120.000	Frosinone	78.000
Bari	1.900.000	Cosenza	8.000
Pescara	1.895.000		

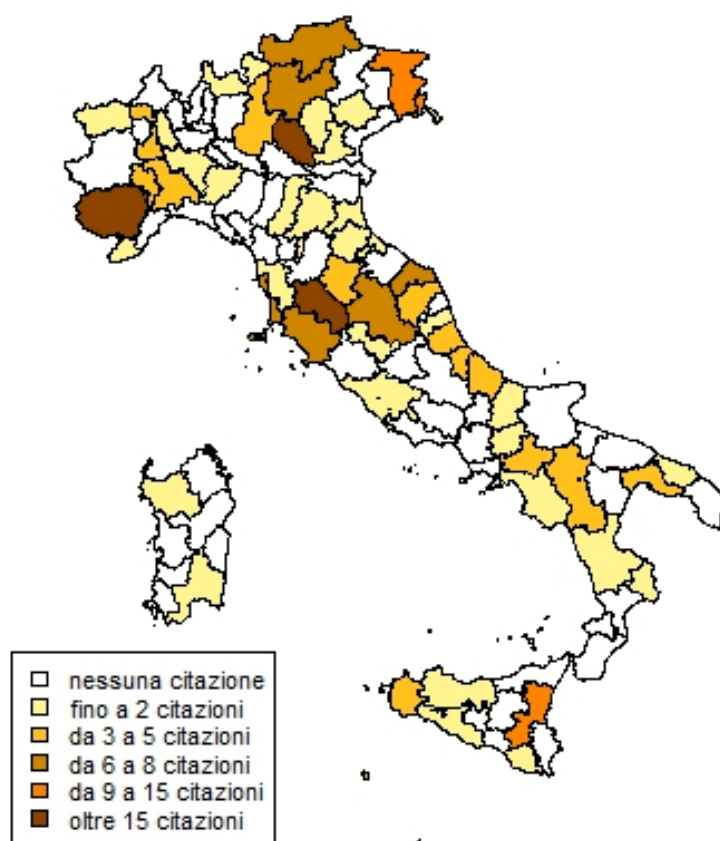
Fig.9 – Gli ettari di qualità delle “Città del Vino”



TAB.9 - Ranking provinciale per ettari di qualità delle “Città del Vino”

Provincia	Ettari	Provincia	Ettari
Trento	11.552	Siracusa	278
Cuneo	8.299	Catania	273
Siena	6.907	Crotone	259
Agrigento	6.905	Padova	241
Chieti	4.109	Roma	225
Verona	4.054	Arezzo	166
Brindisi	2.433	Bari	165
Terni	2.313	Taranto	163
Palermo	2.060	Campobasso	145
Pavia	2.059	Rimini	142
Benevento	2.029	Bologna	137
Firenze	1.960	Venezia	126
Sassari	1.810	Ravenna	117
Gorizia	1.669	Aosta	115
Udine	1.402	Sondrio	114
Perugia	1.180	Novara	111
Brescia	1.173	Viterbo	88
Potenza	1.168	Pisa	85
Asti	1.144	Vercelli	65
Ascoli P.	993	L'Aquila	60
Ancona	891	Forli-Cesena	57
Bolzano	864	Napoli	48
Nuoro	750	Lucca	45
Ogliastra	750	Ragusa	41
Teramo	737	Torino	37
Olbia Tempio	670	Frosinone	37
Livorno	588	Modena	34
Vicenza	548	Prato	31
Trapani	538	Salerno	28
Alessandria	522	Trieste	25
Avellino	516	Biella	25
Grosseto	478	Imperia	21
Macerata	404	Piacenza	17
Lecce	400	Savona	15
Cagliari	368	Bergamo	15
Pescara	328	Cosenza	2
Carbonia	300		

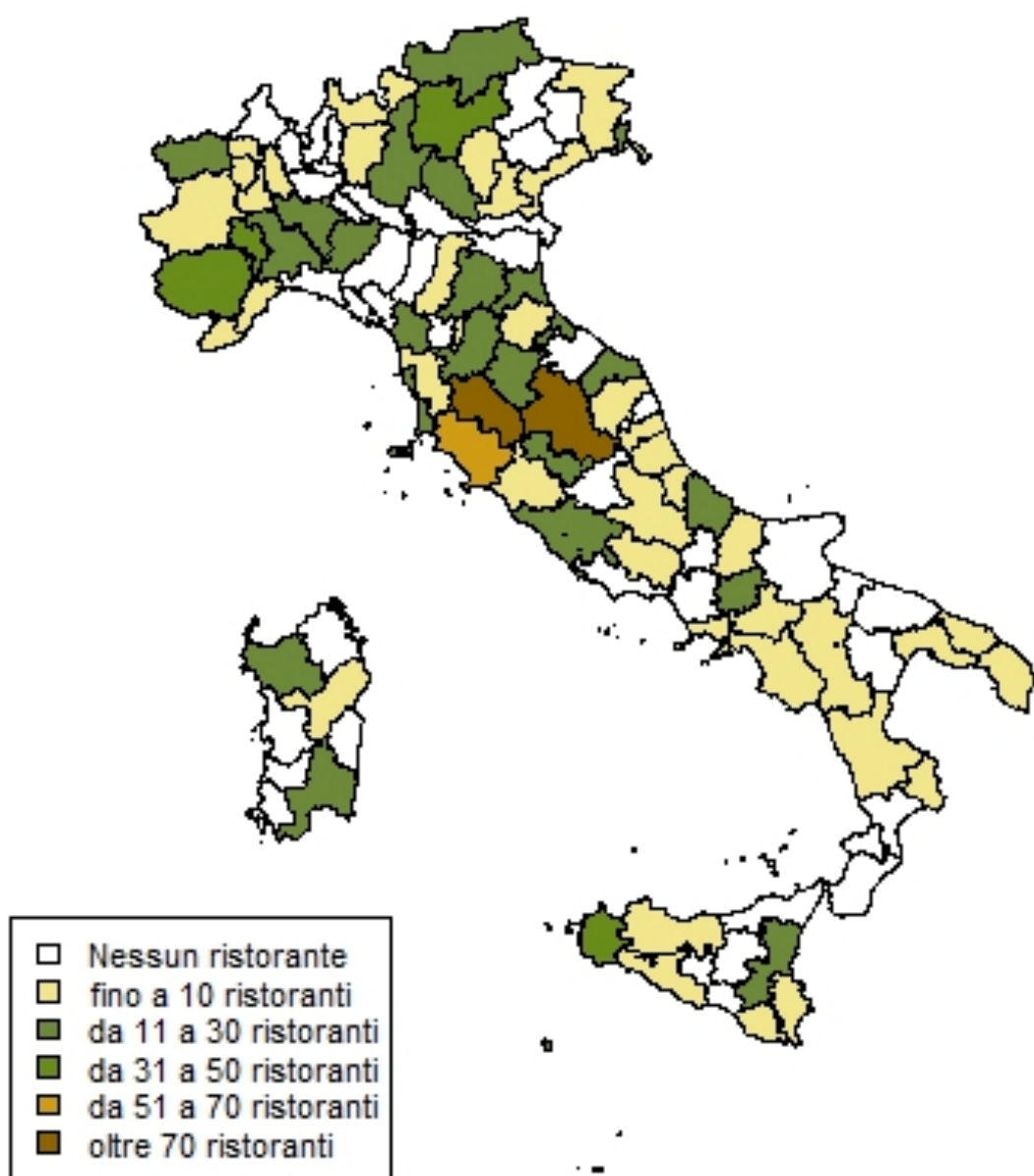
FIG.10 – Produttori “TOP” delle “Città del Vino”



TAB.10 - Ranking provinciale dei produttori “TOP” delle “Città del Vino”

Provincia	Produttori	Provincia	Produttori
Cuneo	74	Padova	2
Siena	53	Trieste	2
Verona	18	Ascoli P.	2
Gorizia	15	Terni	2
Udine	11	Campobasso	2
Catania	10	Cosenza	2
Ancona	8	Palermo	2
Bolzano	7	Agrigento	2
Trento	7	Novara	1
Livorno	7	Imperia	1
Grosseto	7	Vicenza	1
Perugia	7	Treviso	1
Asti	5	Piacenza	1
Brescia	5	Modena	1
Avellino	5	Bologna	1
Potenza	5	Ravenna	1
Alessandria	4	Forlì-Cesena	1
Arezzo	4	Pisa	1
Pescara	4	Roma	1
Vercelli	3	Benevento	1
Macerata	3	Salerno	1
Teramo	3	Brindisi	1
Chieti	3	Ragusa	1
Taranto	3	Sassari	1
Trapani	3	Cagliari	1
Aosta	2	Rimini	1
Sondrio	2	Prato	1
Pavia	2	Crotone	1

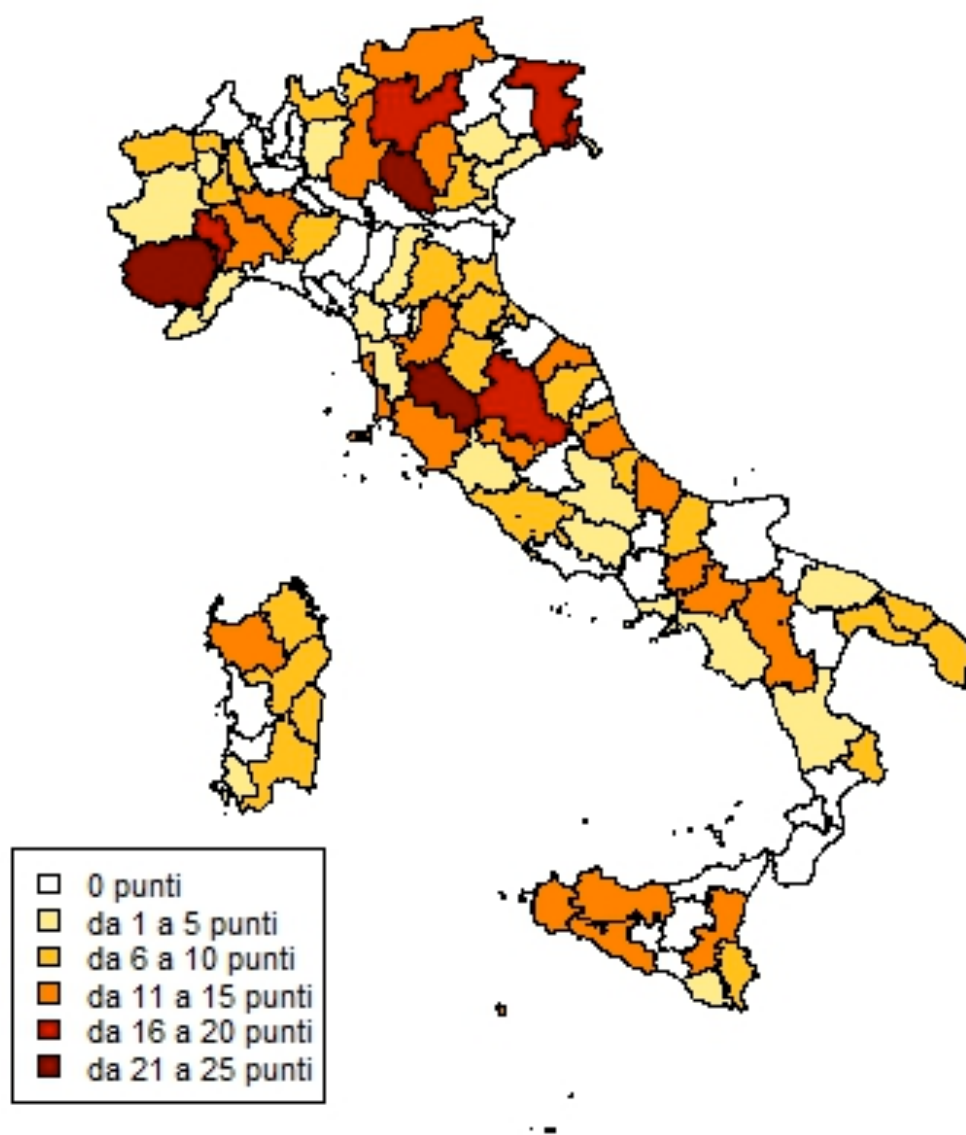
Fig.11 - Ristoranti di “qualità” delle “Città del Vino”



Tab.11 - Ranking provinciale dei ristoranti di “qualità” delle “Città del Vino”

Provincia	N° Ristoranti	Provincia	N° Ristoranti
Perugia	103	Novara	8
Siena	90	Sondrio	8
Grosseto	55	Modena	8
Cuneo	45	Cosenza	8
Asti	45	Siracusa	8
Trento	39	Trieste	7
Trapani	37	Macerata	7
Bologna	30	Frosinone	7
Roma	29	Padova	6
Livorno	28	Teramo	6
Cagliari	27	Taranto	6
Firenze	25	Napoli	5
Bolzano	24	Avellino	5
Sassari	20	Palermo	5
Arezzo	19	Torino	4
Gorizia	18	Imperia	4
Terni	18	Vicenza	4
Rimini	18	Venezia	4
Aosta	16	Potenza	4
Verona	16	Ragusa	4
Piacenza	15	Nuoro	4
Ravenna	15	Prato	4
Chieti	15	Vercelli	3
Alessandria	14	Bergamo	3
Lucca	14	Pisa	3
Brescia	13	Campobasso	2
Ancona	13	Lecce	2
Pavia	12	Agrigento	2
Benevento	12	Crotone	2
Catania	12	Savona	1
Salerno	10	Forli-Cesena	1
Pescara	10	Ascoli P.	1
Brindisi	10	Viterbo	1
Udine	9		

Fig.12 - I territori dell’enogastronomia. Punteggi di sintesi (Città del Vino)

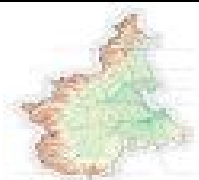


Tab.12 – Ranking provinciale dell’enogastronomia. Punteggi di sintesi (Città del Vino)

Provincia	Punteggi	Provincia	Punteggi
Siena	25	Aosta	7
Cuneo	23	Bologna	7
Verona	22	Taranto	7
Trento	20	Lecce	7
Perugia	19	Nuoro	7
Gorizia	18	Crotone	7
Asti	17	Vercelli	6
Udine	16	Novara	6
Pavia	15	Sondrio	6
Chieti	15	Piacenza	6
Brescia	14	Forlì-Cesena	6
Bolzano	14	Campobasso	6
Ancona	14	Siracusa	6
Livorno	14	Rimini	6
Grosseto	14	Olbia Tempio	6
Terni	14	Ogliastra	6
Alessandria	13	Imperia	5
Firenze	13	Trieste	5
Sassari	13	Modena	5
Avellino	12	Lucca	5
Trapani	12	Pisa	5
Palermo	12	Salerno	5
Agrigento	12	Cosenza	5
Catania	12	Ragusa	5
Vicenza	11	Prato	5
Benevento	11	Torino	4
Teramo	11	Savona	4
Potenza	11	Bergamo	4
Brindisi	10	Venezia	4
Padova	9	Viterbo	4
Macerata	9	Frosinone	4
Roma	9	Napoli	4
Pescara	9	Bari	4
Ravenna	8	Carbonia	4
Ascoli P.	8	L'Aquila	3
Arezzo	8	Biella	3
Cagliari	8	Treviso	1

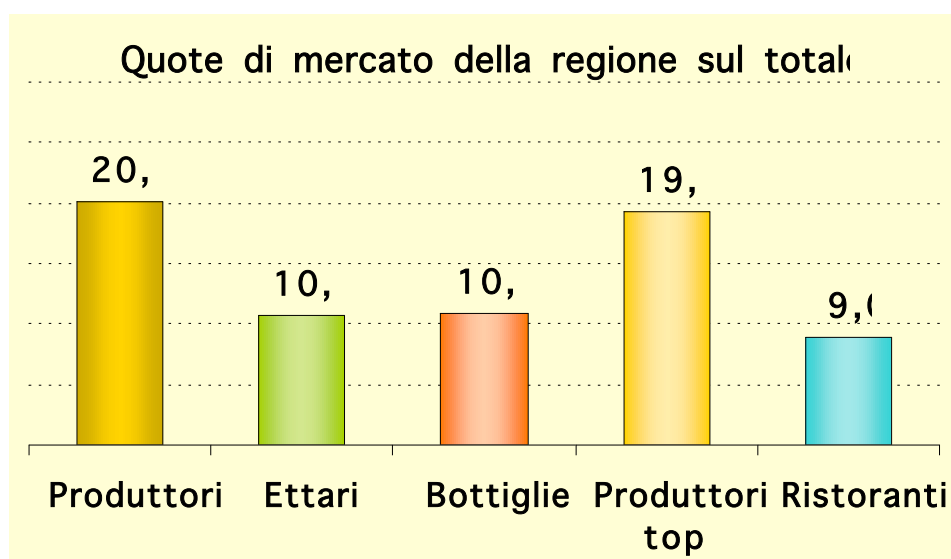
ALLEGATO

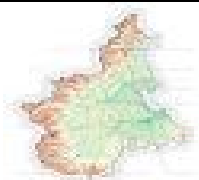
Schede regionali di sintesi



REGIONE PIEMONTE

Superficie (kmq)	25.402
Popolazione totale	4.462.432
Densità demografica (ab/kmq)	176
Numero totale di comuni	1.206
VINO	
Numero di comuni citati	95
Numero di produttori citati	288
Numero di ettari vitati	12.601
Numero di bottiglie prodotte	93.453.400
Numero di comuni con produttori top citati	37
Numero di produttori top citati	97
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	367
Numero di ristoranti citati	710





REGIONE PIEMONTE

Le province"TOP"	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - CUNEO	32
Numero di produttori citati - CUNEO	177
Numero di ettari vitati - CUNEO	8.752
Numero di bottiglie prodotte - ASTI	48.215.00
Numero di comuni con produttori top citati - CUNEO	20
Numero di produttori top citati - CUNEO	77
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - CUNEO	100
Numero di ristoranti citati - CUNEO	193

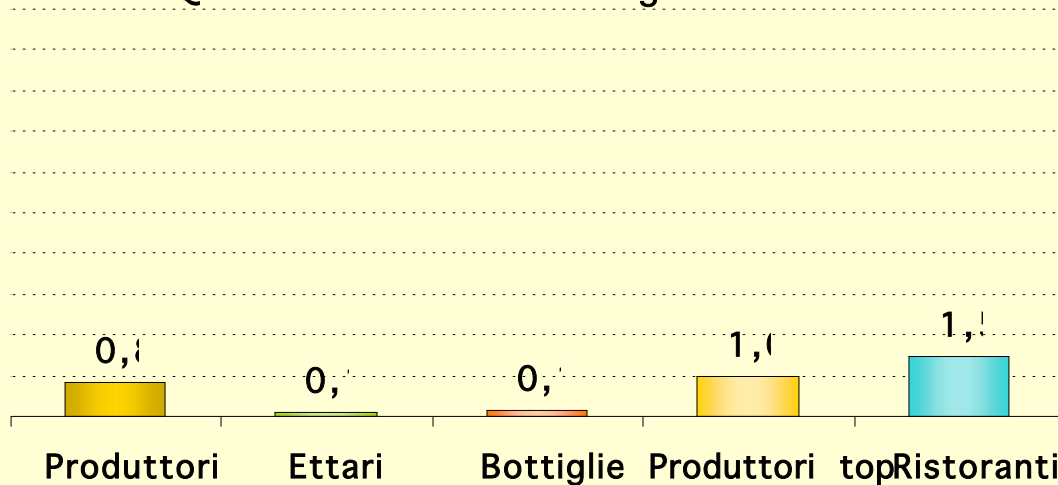
L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE PIEMONTE	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	54
Numero di produttori citati	224
Numero di ettari vitati	10.202
Numero di bottiglie prodotte	79.633.90
Numero di comuni con produttori top citati	27
Numero di produttori top citati	87
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	46
Numero di ristoranti citati	119



REGIONE VALLE D'AOSTA

Superficie (kmq)	3.263
Popolazione totale	127.991
Densità demografica (ab/kmq)	39
Numero totale di comuni	74
VINO	
Numero di comuni citati	11
Numero di produttori citati	12
Numero di ettari vitati	143
Numero di bottiglie prodotte	1.147.000
Numero di comuni con produttori top citati	5
Numero di produttori top citati	5
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	43
Numero di ristoranti citati	115

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE VALLE D'AOSTA

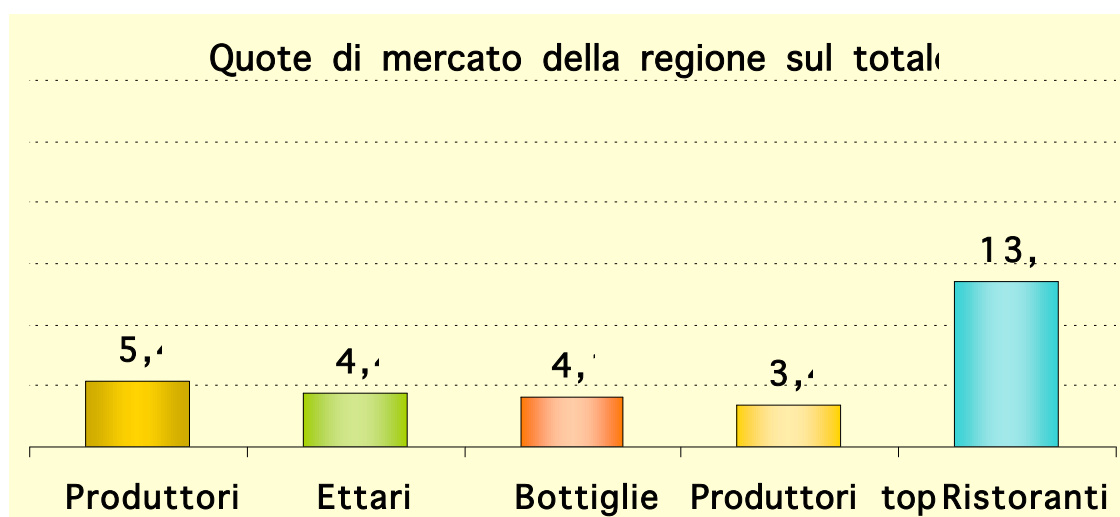
Le province"TOP"	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - AOSTA	11
Numero di produttori citati - AOSTA	12
Numero di ettari vitati - AOSTA	143
Numero di bottiglie prodotte - AOSTA	1.147.000
Numero di comuni con produttori top top citati - AOSTA	5
Numero di produttori top citati - AOSTA	5
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - AOSTA	43
Numero di ristoranti citati - AOSTA	115

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA P	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	6
Numero di produttori citati	6
Numero di ettari vitati	115
Numero di bottiglie prodotte	935.000
Numero di comuni con produttori top citati	2
Numero di produttori top citati	2
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	4
Numero di ristoranti citati	16



REGIONE LOMBARDIA

Superficie (kmq)	14
Popolazione totale	9.973.386
Densità demografica (ab/kmq)	418
Numero totale di comuni	1.546
VINO	
Numero di comuni citati	42
Numero di produttori citati	78
Numero di ettari vitati	5.197
Numero di bottiglie prodotte	34.607.000
Numero di comuni con produttori top citati	13
Numero di produttori top citati	17
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	480
Numero di ristoranti citati	1.070





REGIONE LOMBARDIA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - PAVIA, BRESCIA	18
Numero di produttori citati - BRESCIA	42
Numero di ettari vitati - BRESCIA	2.519
Numero di bottiglie prodotte - BRESCIA	19.353.00
Numero di comuni con produttori top citati - BRESCIA, SONDRIO	5
Produttori top citati - BRESCIA	9
<i>RISTORAZIONE</i>	
Comuni citati - BRESCIA	79
Ristoranti citati - MILANO	321

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE LOMBARDIA

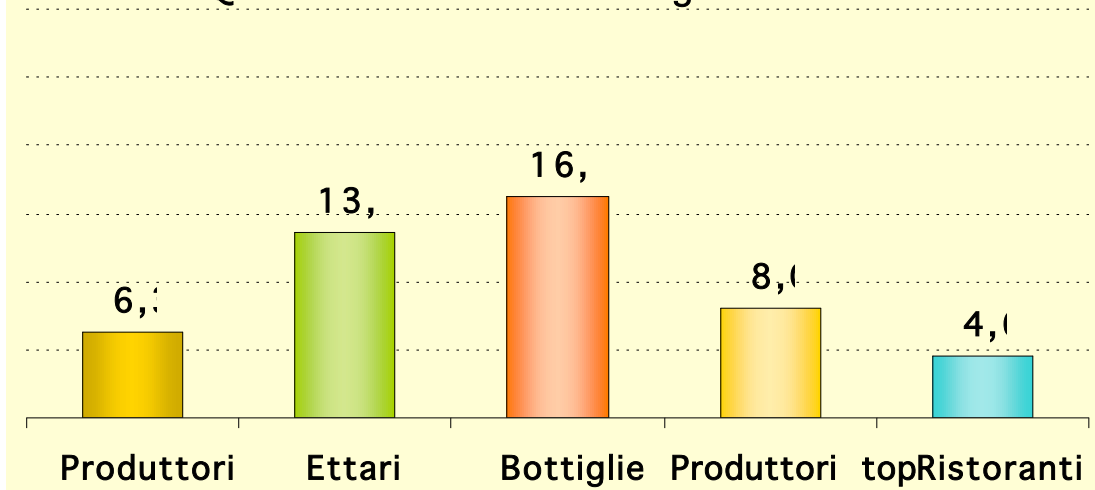
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	20
Numero di produttori citati	45
Numero di ettari vitati	3.361
Numero di bottiglie prodotte	21.456.00
Numero di comuni con produttori top citati	6
Numero di produttori top citati	9
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	24
Numero di ristoranti citati	41



REGIONE TRENTINO ALTO ADIGE

Superficie (kmq)	13.607
Popolazione totale	994.703
Densità demografica (ab/kmq)	73
Numero totale di comuni	333
VINO	
Numero di comuni citati	36
Numero di produttori citati	90
Numero di ettari vitati	15.900
Numero di bottiglie prodotte	138.498.000
Numero di comuni con produttori top citati	23
Numero di produttori top citati	40
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	154
Numero di ristoranti citati	362

Quote di mercato della regione sul total





REGIONE TRENTINO ALTO ADIGE

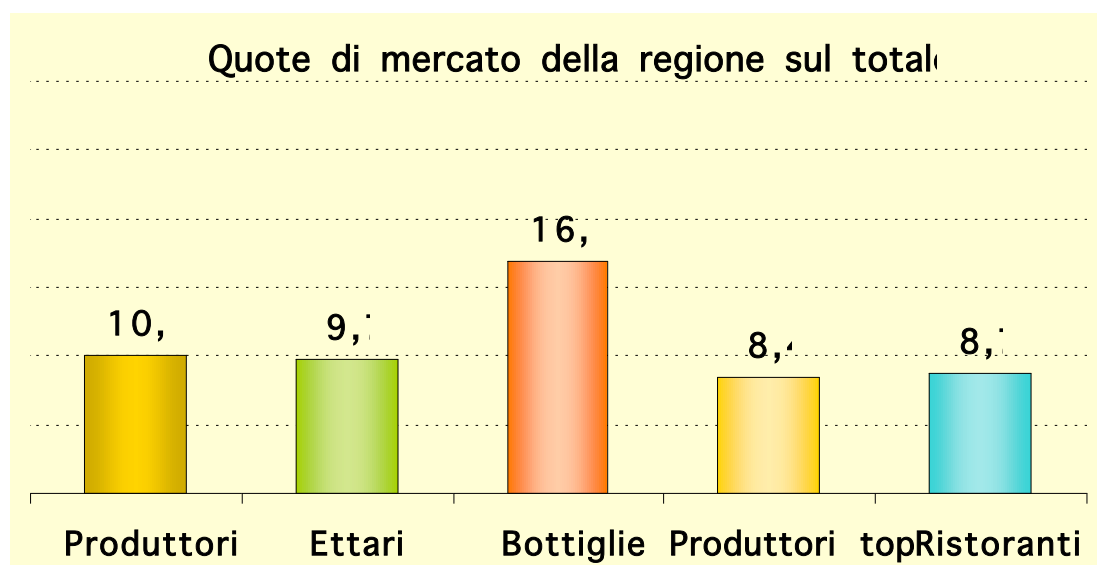
Le province"TOP"	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - BOLZANO	24
Numero di produttori citati - BOLZANO	63
Numero di ettari vitati - TRENTO	11.647
Numero di bottiglie prodotte - TRENTO	109.908.000
Numero di comuni con produttori top citati - BOLZANO	15
Numero di produttori top citati - BOLZANO	30
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - BOLZANO	82
Numero di ristoranti citati - BOLZANO	219

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	11
Numero di produttori citati	38
Numero di ettari vitati	12.416
Numero di bottiglie prodotte	113.746.500
Numero di comuni con produttori top citati	6
Numero di produttori top citati	14
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	11
Numero di ristoranti citati	63



REGIONE VENETO

Superficie (kmq)	18.399
Popolazione totale	4.948.931
Densità demografica (ab/kmq)	269
Numero totale di comuni	581
VINO	
Numero di comuni citati	57
Numero di produttori citati	144
Numero di ettari vitati	11.411
Numero di bottiglie prodotte	143.957.000
Numero di comuni con produttori top citati	23
Numero di produttori top citati	42
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	264
Numero di ristoranti citati	689





REGIONE VENETO

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - VERONA	26
Numero di produttori citati - VERONA	91
Numero di ettari vitati - VERONA	7.617
Numero bottiglie prodotte - VERONA	83.291.00
Numero di comuni con produttori top citati - VERONA	15
Numero di produttori top citati - VERONA	32
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - TREVISO	54
Numero d ristoranti citati - VENEZIA	165

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA P

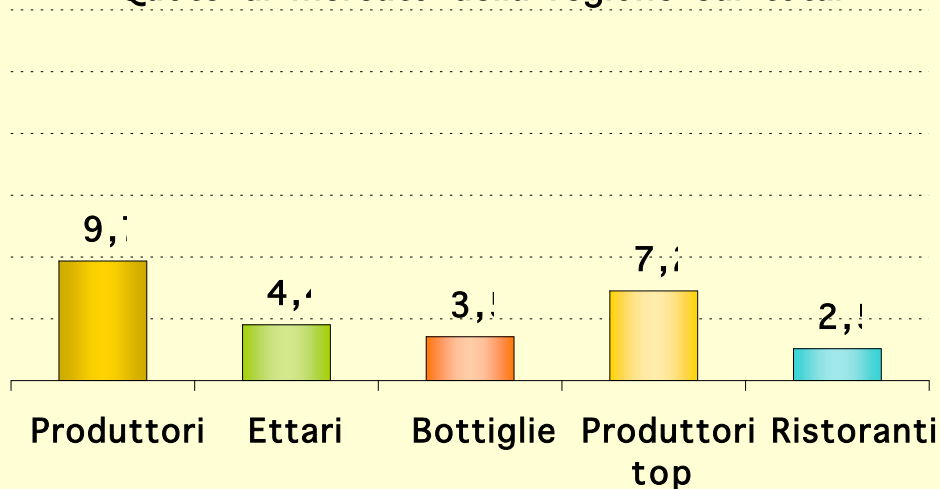
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	25
Numero di produttori citati	82
Numero di ettari vitati	4.968
Numero di bottiglie prodotte	66.987.00
Numero di comuni con produttori top citati	9
Numero di produttori top citati	22
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	28
Numero di ristoranti citati	58



REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

Superficie (kmq)	7.845
Popolazione totale	1.235.727
Densità demografica (ab/kmq)	158
Numero totale di comuni	218
VINO	
Numero di comuni citati	38
Numero di produttori citati	139
Numero di ettari vitati	5.201
Numero di bottiglie prodotte	30.041.051
Numero di comuni con produttori top citati	22
Numero di produttori top citati	36
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	116
Numero di ristoranti citati	201

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

Le province"TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - UDINE	21
Numero di produttori citati - GORIZIA	67
Numero di ettari vitati - UDINE	2.508
Numero di bottiglie prodotte - UDINE	13.460.00
Numero di comuni con produttori top citati - UDINE	10
Numero di produttori top citati - GORIZIA	19
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - UDINE	62
Numero di ristoranti citati - TRIESTE	59

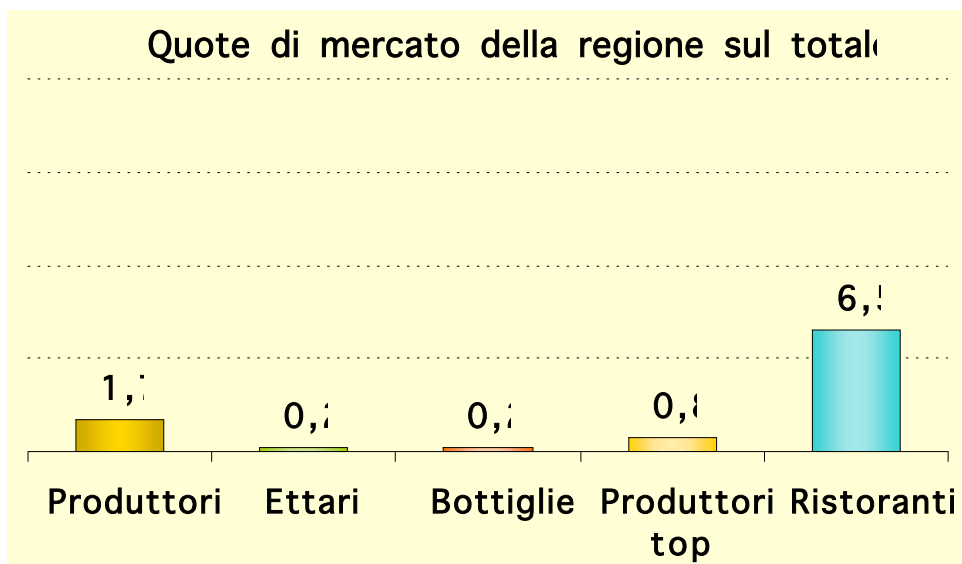
L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA R

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	16
Numero di produttori citati	107
Numero di ettari vitati	3.096
Numero di bottiglie prodotte	15.799.00
Numero di comuni con produttori top citati	15
Numero di produttori top citati	28
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	13
Numero di ristoranti citati	35



REGIONE LIGURIA

Superficie (kmq)	5.420
Popolazione totale	1.616.780
Densità demografica (ab/kmq)	298
Numero totale di comuni	235
VINO	
Numero di comuni citati	19
Numero di produttori citati	25
Numero di ettari vitati	193
Numero di bottiglie prodotte	1.719.000
Numero di comuni con produttori top citati	4
Numero di produttori top citati	4
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	130
Numero di ristoranti citati	514





REGIONE LIGURIA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - IMPERIA	8
Numero di produttori citati - IMPERIA	10
Numero di ettari vitati - LA SPEZIA	96
Numero di bottiglie prodotte - LA SPEZIA	713.000
Numero di comuni con produttori top citati - LA SPEZIA	3
Numero di produttori top citati - LA SPEZIA	3
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - GENOVA	38
Numero di ristoranti citati - GENOVA	198

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA R

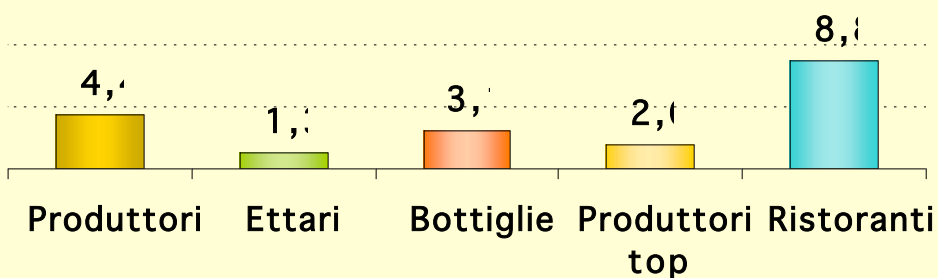
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	3
Numero di produttori citati	4
Numero di ettari vitati	36
Numero di bottiglie prodotte	277.000
Numero di comuni con produttori top citati	1
Numero di produttori top citati	1
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	4
Numero di ristoranti citati	7



REGIONE EMILIA ROMAGNA

Superficie (kmq)	22.451
Popolazione totale	4.442.501
Densità demografica (ab/kmq)	198
Numero totale di comuni	348
VINO	
Numero di comuni citati	35
Numero di produttori citati	63
Numero di ettari vitati	1.565
Numero di bottiglie prodotte	26.579.000
Numero di comuni con produttori top citati	10
Numero di produttori top citati	10
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	243
Numero di ristoranti citati	692

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE EMILIA ROMAGNA

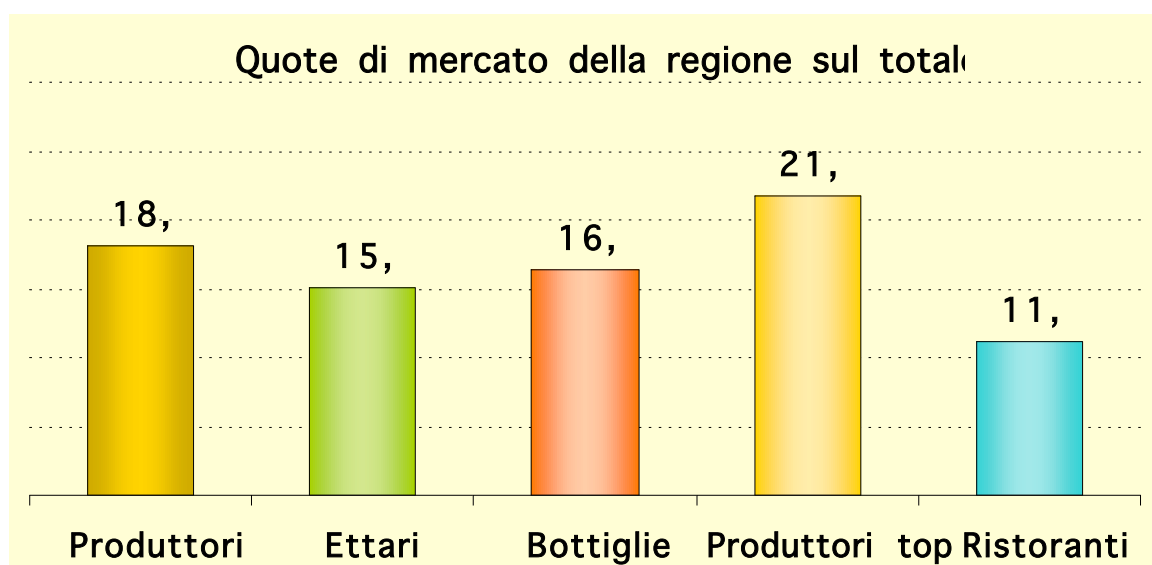
Le province"TOP"	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - FORLI' CESENA	8
Numero di produttori citati - FORLI' CESENA	20
Numero di ettari vitati - MODENA	315
Numero di bottiglie prodotte - MODENA	18.822.000
Numero di comuni con produttori top citati - PIACENZA	3
Numero di produttori top citati - PIACENZA	3
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - REGGIO EMILIA	46
Numero di ristoranti citati - BOLOGNA	134

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	12
Numero di produttori citati	27
Numero di ettari vitati	504
Numero di bottiglie prodotte	2.000.000
Numero di comuni con produttori top citati	6
Numero di produttori top citati	6
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	21
Numero di ristoranti citati	90



REGIONE TOSCANA

Superficie (kmq)	22.994
Popolazione totale	3.734.355
Densità demografica (ab/kmq)	162
Numero totale di comuni	287
VINO	
Numero di comuni citati	71
Numero di produttori citati	260
Numero di ettari vitati	17.746
Numero di bottiglie prodotte	139.741.10
Numero di comuni con produttori top citati	47
Numero di produttori top citati	109
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	198
Numero di ristoranti citati	883





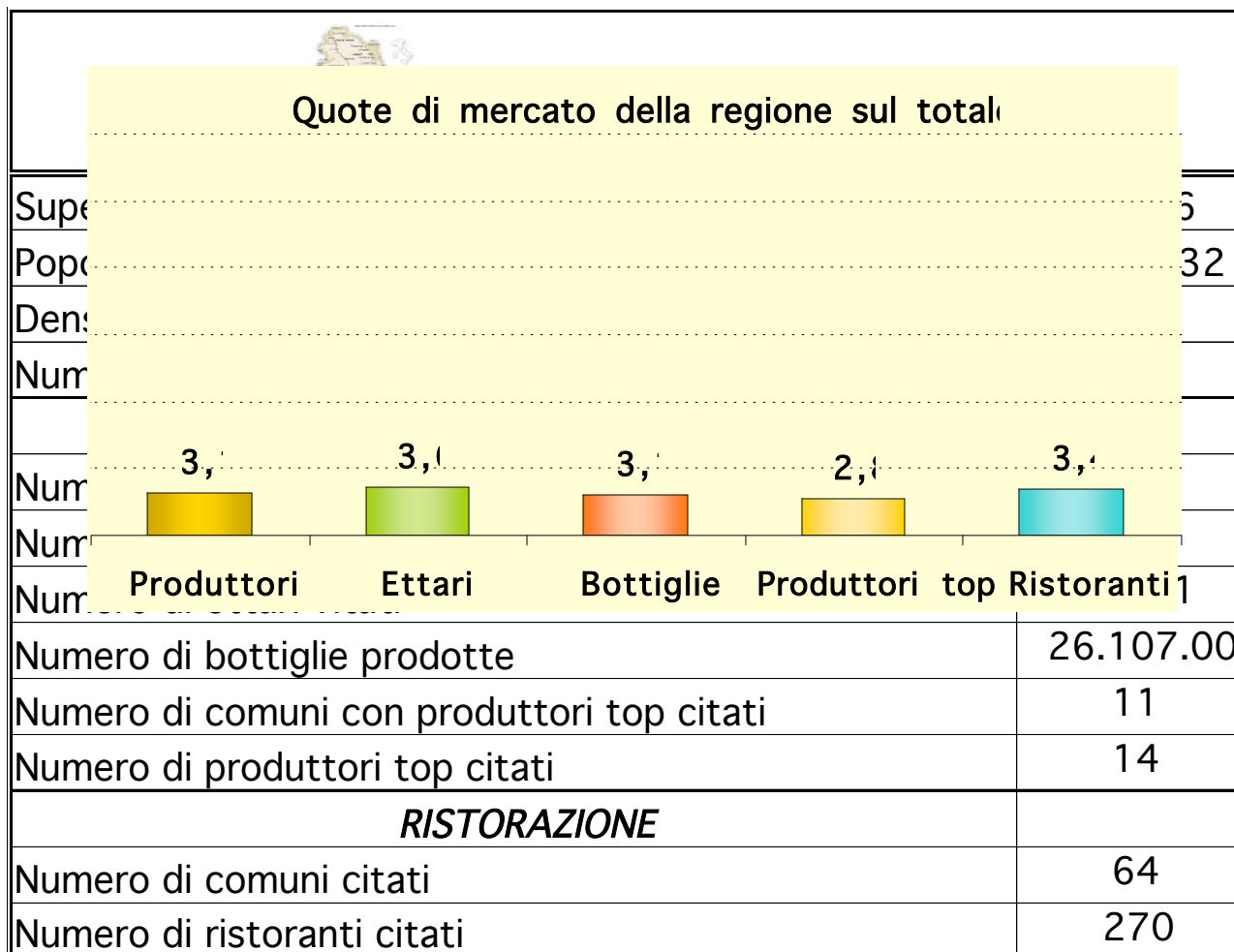
REGIONE TOSCANA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - FIRENZE	24
Numero di produttori citati - SIENA	123
Numero di ettari vitati - FIRENZE	8.011
Numero di bottiglie prodotte - FIRENZE	64.397.50
Numero di comuni top citati - SIENA	15
Numero di produttori top citati - SIENA	58
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - FIRENZE	38
Numero di ristoranti citati - FIRENZE	204

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA P

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	34
Numero di produttori citati	175
Numero di ettari vitati	10.259
Numero di bottiglie prodotte	89.330.10
Numero di comuni con produttori top citati	18
Numero di produttori top citati	73
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	54
Numero di ristoranti citati	239





REGIONE UMBRIA

Le province "TOP"

VINO

Numero di comuni citati - PERUGIA	14
Numero di produttori citati - PERUGIA	31
Numero di ettari vitati - TERNI	2.876
Numero di bottiglie prodotte - TERNI	13.252.00
Numero di comuni con produttori top citati - PERUGIA	9
Numero di produttori top citati - PERUGIA	11

RISTORAZIONE

Numero di comuni citati - PERUGIA	46
Numero di ristoranti citati - PERUGIA	209

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE UMBRIA

VINO

Numero di comuni citati	13
Numero di produttori citati	34
Numero di ettari vitati	3.493
Numero di bottiglie prodotte	20.504.00
Numero di comuni con produttori top citati	6
Numero di produttori top citati	9

RISTORAZIONE

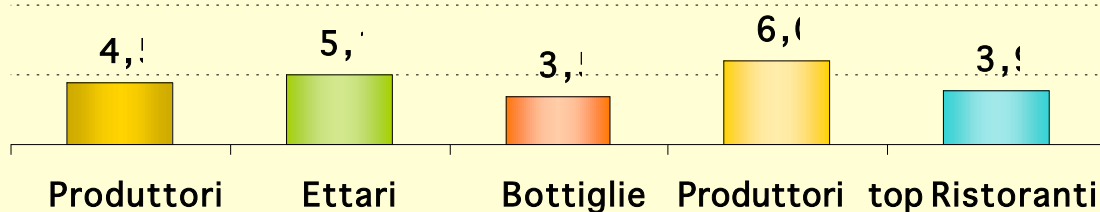
Numero di comuni citati	15
Numero di ristoranti citati	121



REGIONE MARCHE

Superficie (kmq)	9.366
Popolazione totale	1.560.785
Densità demografica (ab/kmq)	167
Numero totale di comuni	239
VINO	
Numero di comuni citati	46
Numero di produttori citati	64
Numero di ettari vitati	5.944
Numero di bottiglie prodotte	29.712.000
Numero di comuni con produttori top citati	26
Numero di produttori top citati	30
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	116
Numero di ristoranti citati	308

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE MARCHE

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - ANCONA	19
Numero di produttori citati - ANCONA	28
Numero di ettari vitati - ASCOLI PICENO	3.673
Numero di bottiglie prodotte - ANCONA	14.612.000
Numero di comuni con produttori top citati - ANCONA	13
Numero di produttori top citati - ANCONA	15
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - MACERATA	29
Numero di ristoranti citati - ANCONA	88

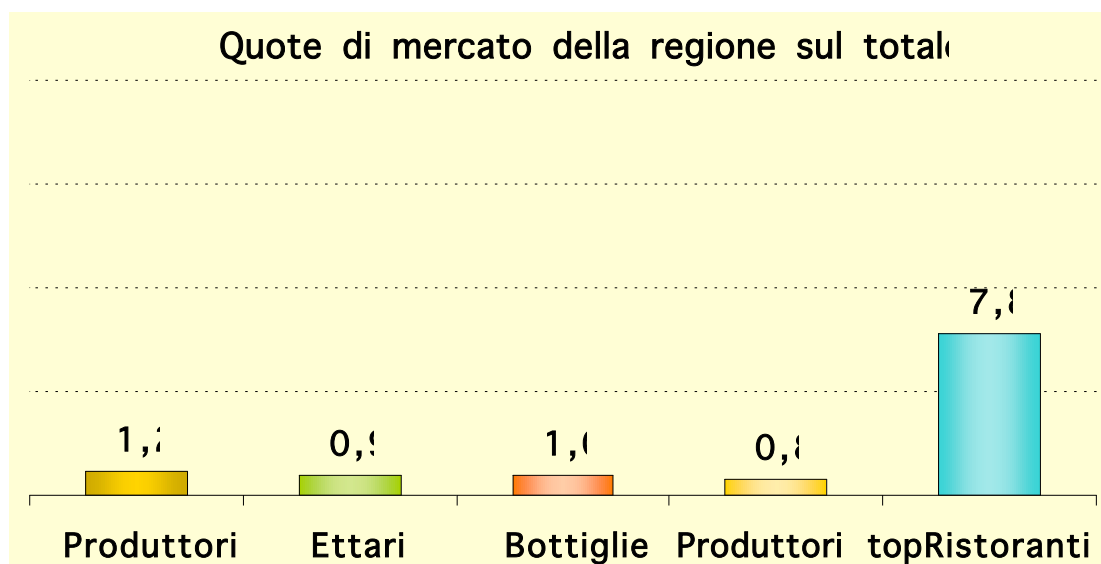
L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE MARCHE

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	11
Numero di produttori citati	22
Numero di ettari vitati	2.288
Numero di bottiglie prodotte	10.755.000
Numero di comuni con produttori top citati	8
Numero di produttori top citati	13
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	16
Numero di ristoranti citati	26



REGIONE LAZIO

Superficie (kmq)	17.236
Popolazione totale	5.764.389
Densità demografica (ab/kmq)	334
Numero totale di comuni	378
VINO	
Numero di comuni citati	12
Numero di produttori citati	17
Numero di ettari vitati	1.080
Numero di bottiglie prodotte	8.446.500
Numero di comuni con produttori top citati	4
Numero di produttori top citati	4
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	143
Numero di ristoranti citati	617





REGIONE LAZIO

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - VITERBO	4
Numero di produttori citati - VITERBO	5
Numero di ettari vitati - LATINA	636
Numero di bottiglie prodotte - ROMA	5.880.500
Numero di comuni con produttori top citati - FROSINONE, ROMA, VITERBO	1
Numero di produttori top citati - FROSINONE, LATINA, ROMA, VITERBO	1
<i>RISTORAZIONE</i>	
Comuni citati - ROMA	47
Ristoranti citati - ROMA	393

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE LAZIO

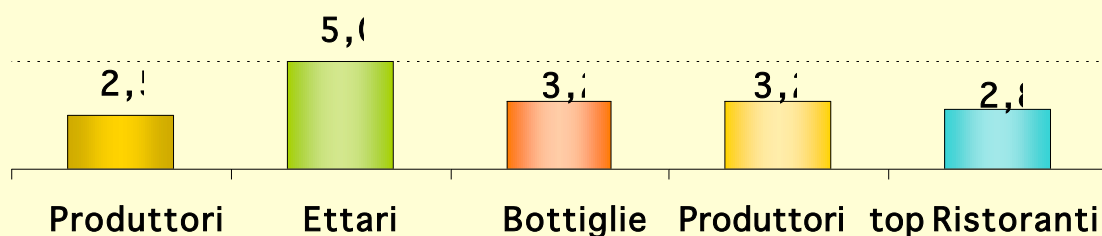
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	6
Numero di produttori citati	10
Numero di ettari vitati	350
Numero di bottiglie prodotte	6.358.500
Numero di comuni con produttori top citati	1
Numero di produttori top citati	1
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	14
Numero di ristoranti citati	37



REGIONE ABRUZZO

Superficie (kmq)	10.753
Popolazione totale	1.342.975
Densità demografica (ab/kmq)	125
Numero totale di comuni	305
VINO	
Numero di comuni citati	28
Numero di produttori citati	36
Numero di ettari vitati	5.861
Numero di bottiglie prodotte	27.258.300
Numero di comuni con produttori top citati	15
Numero di produttori top citati	16
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	93
Numero di ristoranti citati	222

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE ABRUZZO

Le province"TOP"	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - TERAMO	10
Numero di produttori citati - TERAMO	15
Numero di ettari vitati - CHIETI	4.155
Numero di bottiglie prodotte - CHIETI	17.575.50
Numero di comuni con produttori top citati - PESCARA	6
Numero di produttori top citati - PESCARA	7
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - L'AQUILA	31
Numero di ristoranti citati - L'AQUILA	62

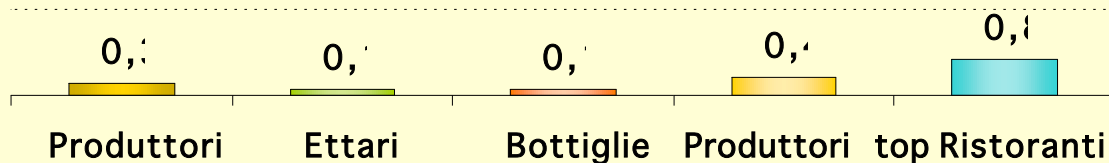
L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE ABRUZZO	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	16
Numero di produttori citati	22
Numero di ettari vitati	5.234
Numero di bottiglie prodotte	22.733.00
Numero di comuni con produttori top citati	9
Numero di produttori top citati	10
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	14
Numero di ristoranti citati	31



REGIONE MOLISE

Superficie (kmq)	4.438
Popolazione totale	319.434
Densità demografica (ab/kmq)	72
Numero totale di comuni	136
VINO	
Numero di comuni citati	3
Numero di produttori citati	4
Numero di ettari vitati	161
Numero di bottiglie prodotte	1.190.000
Numero di comuni con produttori top citati	1
Numero di produttori top citati	2
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	32
Numero di ristoranti citati	65

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE MOLISE

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - CAMPOBASSO	2
Numero di produttori citati - CAMPOBASSO	3
Numero di ettari vitati - CAMPOBASSO	160
Numero di bottiglie prodotte - CAMPOBASSO	1.160.000
Numero di comuni con produttori top citati - CAMPOBASSO	1
Numero di produttori top citati - CAMPOBASSO	2
<i>RISTORAZIONE</i>	
Comuni citati - CAMPOBASSO	19
Ristoranti citati - CAMPOBASSO	44

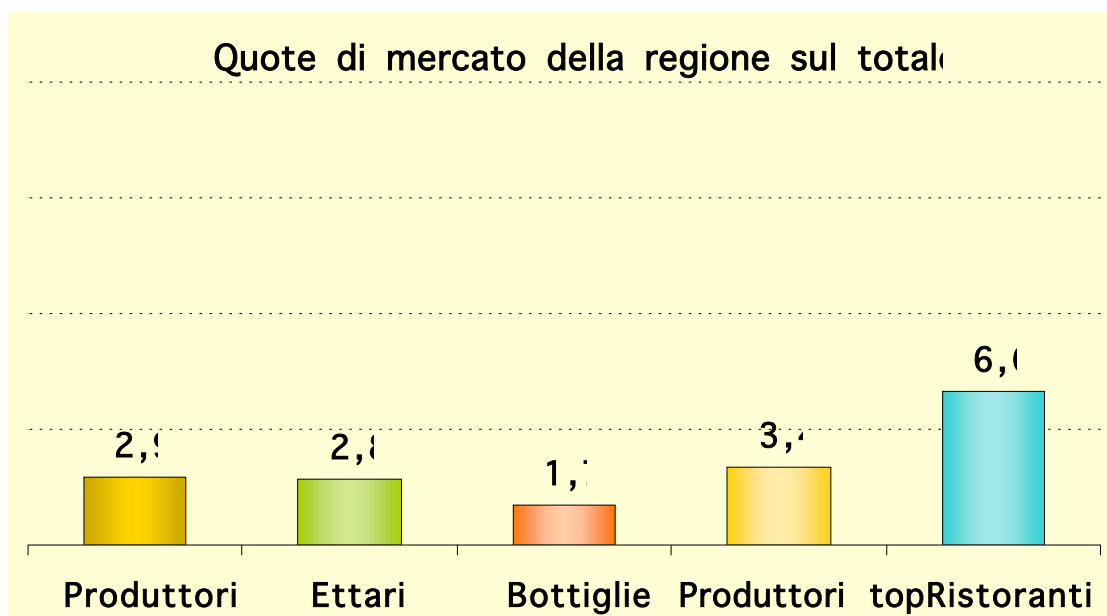
L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE MOLISE

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	1
Numero di produttori citati	2
Numero di ettari vitati	145
Numero di bottiglie prodotte	1.100.000
Numero di comuni con produttori top citati	1
Numero di produttori top citati	2
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	0
Numero di ristoranti citati	2



REGIONE CAMPANIA

Superficie (kmq)	13.590
Popolazione totale	5.835.561
Densità demografica (ab/kmq)	429
Numero totale di comuni	551
VINO	
Numero di comuni citati	34
Numero di produttori citati	42
Numero di ettari vitati	3.341
Numero di bottiglie prodotte	14.802.500
Numero di comuni con produttori top citati	15
Numero di produttori top citati	17
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	176
Numero di ristoranti citati	522





REGIONE CAMPANIA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - AVELLINO	18
Numero di produttori citati - AVELLINO	24
Numero di ettari vitati - BENEVENTO	2.029
Numero di bottiglie prodotte - AVELLINO	7.790.000
Numero di comuni con produttori top citati - AVELLINO	9
Numero di produttori top citati - AVELLINO	10
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - SALERNO	56
Numero di ristoranti citati - NAPOLI	257

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE CAMPANIA

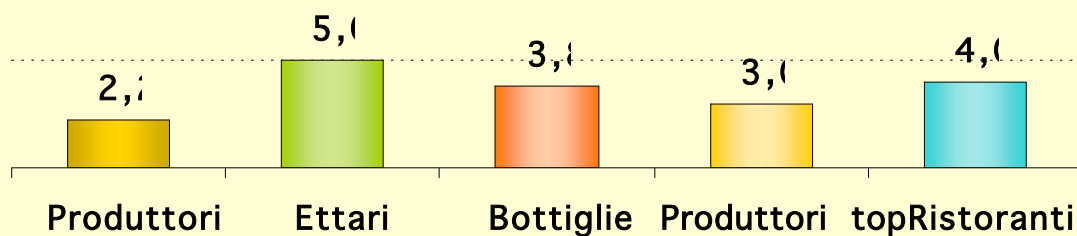
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	14
Numero di produttori citati	20
Numero di ettari vitati	2.620
Numero di bottiglie prodotte	10.636.000
Numero di comuni con produttori top citati	6
Numero di produttori top citati	7
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	14
Numero di ristoranti citati	32



REGIONE PUGLIA

Superficie (kmq)	19.358
Popolazione totale	4.090.402
Densità demografica (ab/kmq)	211
Numero totale di comuni	258
VINO	
Numero di comuni citati	22
Numero di produttori citati	32
Numero di ettari vitati	5.808
Numero di bottiglie prodotte	32.086.000
Numero di comuni con produttori top citati	14
Numero di produttori top citati	15
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	102
Numero di ristoranti citati	317

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE PUGLIA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - BARI, LECCE	7
Numero di produttori citati - BARI, LECCE	10
Numero di ettari vitati - BRINDISI	2.594
Numero di bottiglie prodotte - LECCE	11.326.00
Numero di comuni con produttori top citati - TARANTO	5
Numero di produttori top citati - TARANTO	5
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - LECCE	37
Numero di ristoranti citati - LECCE	85

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA PUGLIA

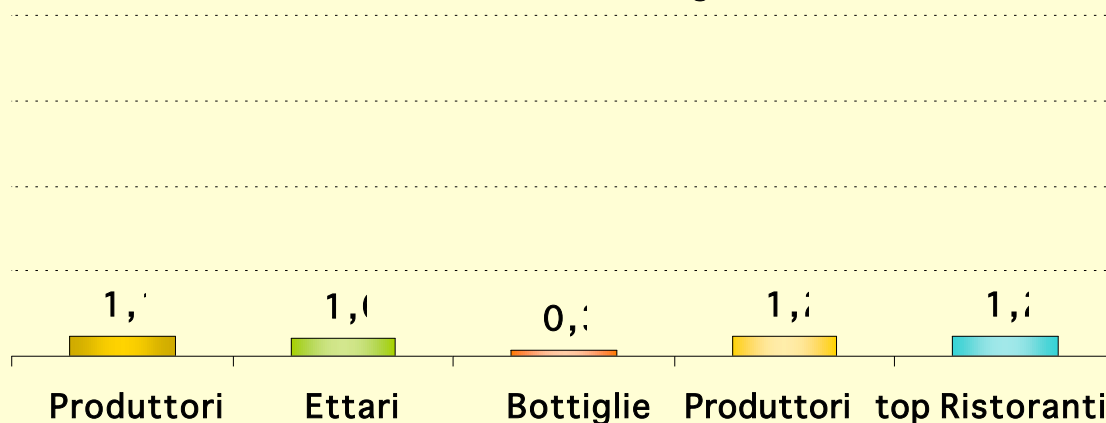
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	5
Numero di produttori citati	10
Numero di ettari vitati	3.161
Numero di bottiglie prodotte	15.265.00
Numero di comuni con produttori top citati	4
Numero di produttori top citati	4
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	7
Numero di ristoranti citati	22



REGIONE BASILICATA

Superficie (kmq)	9.992
Popolazione totale	586.721
Densità demografica (ab/kmq)	59
Numero totale di comuni	131
VINO	
Numero di comuni citati	7
Numero di produttori citati	16
Numero di ettari vitati	1.186
Numero di bottiglie prodotte	2.833.50
Numero di comuni con produttori top citati	5
Numero di produttori top citati	6
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	42
Numero di ristoranti citati	92

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE BASILICATA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - POTENZA	7
Numero di produttori citati - POTENZA	16
Numero di ettari vitati - POTENZA	1.186
Numero di bottiglie prodotte - POTENZA	2.833.50
Numero di comuni con produttori top citati - POTENZA	5
Numero di produttori top citati - POTENZA	6
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - POTENZA	31
Numero di ristoranti citati - POTENZA	57

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA R

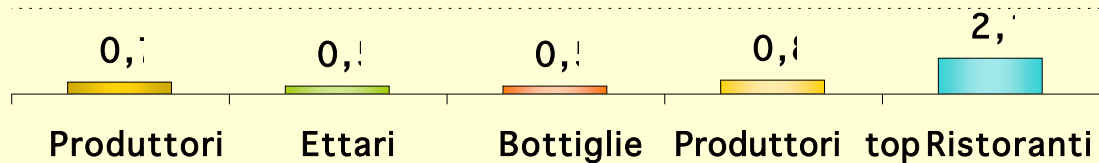
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	6
Numero di produttori citati	15
Numero di ettari vitati	1.168
Numero di bottiglie prodotte	2.788.50
Numero di comuni con produttori top citati	2
Numero di produttori top citati	5
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	2
Numero di ristoranti citati	4



REGIONE CALABRIA

Superficie (kmq)	15.079
Popolazione totale	2.010.709
Densità demografica (ab/kmq)	133
Numero totale di comuni	409
VINO	
Numero di comuni citati	8
Numero di produttori citati	10
Numero di ettari vitati	572
Numero di bottiglie prodotte	4.021.000
Numero di comuni con produttori top citati	4
Numero di produttori top citati	4
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	91
Numero di ristoranti citati	169

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE CALABRIA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - COSENZA	4
Numero di produttori citati - COSENZA, CROTONE	4
Numero di ettari vitati - CROTONE	319
Numero di bottiglie prodotte - CROTONE	2.820.000
Numero di comuni con produttori top citati - COSENZA	3
Numero di produttori top citati - COSENZA	3
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - COSENZA	31
Numero di ristoranti citati - COSENZA	54

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE CALABRIA

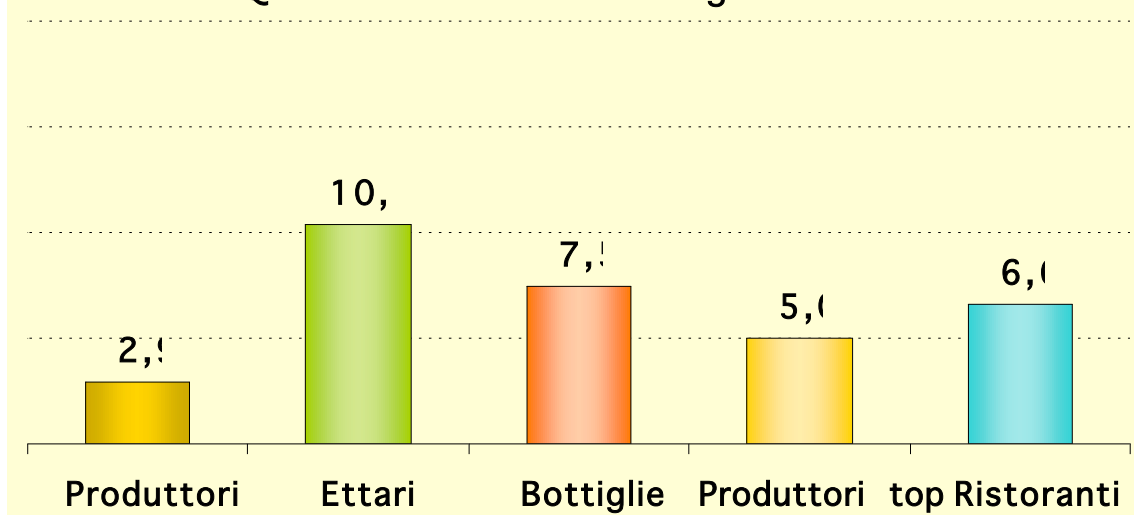
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	2
Numero di produttori citati	3
Numero di ettari vitati	261
Numero di bottiglie prodotte	2.458.000
Numero di comuni con produttori top citati	2
Numero di produttori top citati	3
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	4
Numero di ristoranti citati	11



REGIONE SICILIA

Superficie (kmq)	25.711
Popolazione totale	5.048.741
Densità demografica (ab/kmq)	196
Numero totale di comuni	390
VINO	
Numero di comuni citati	28
Numero di produttori citati	42
Numero di ettari vitati	12.169
Numero di bottiglie prodotte	63.657.300
Numero di comuni con produttori top citati	16
Numero di produttori top citati	25
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	140
Numero di ristoranti citati	525

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE SICILIA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - PALERMO	9
Numero di produttori citati - CATANIA, PALERMO	11
Numero di ettari vitati - AGRIGENTO	7.990
Numero di bottiglie prodotte - AGRIGENTO	23.635.000
Numero di comuni con produttori top citati - PALERMO	4
Numero di produttori top citati - CATANIA	10
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - MESSINA	33
Numero di ristoranti citati - PALERMO	106

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE

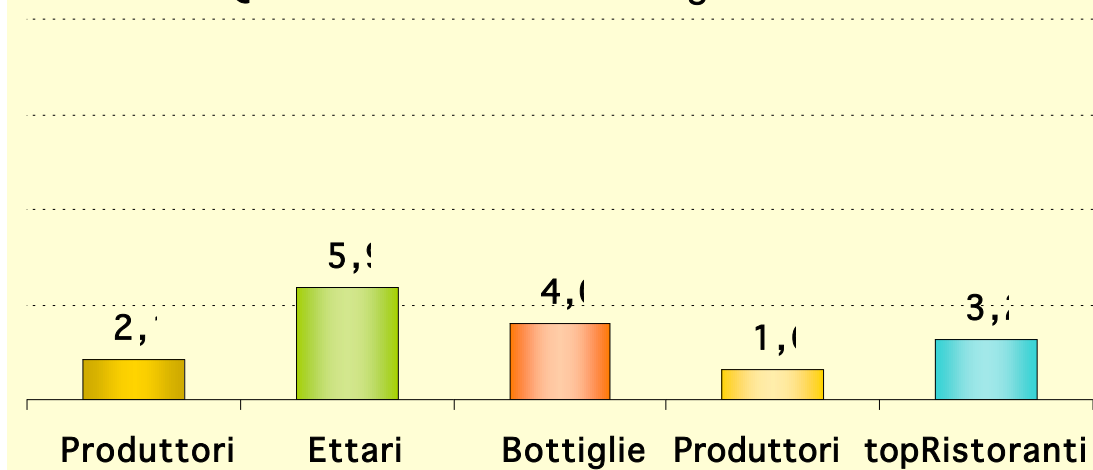
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	16
Numero di produttori citati	29
Numero di ettari vitati	10.095
Numero di bottiglie prodotte	45.472.300
Numero di comuni con produttori top citati	9
Numero di produttori top citati	18
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	23
Numero di ristoranti citati	75



REGIONE SARDEGNA

Superficie (kmq)	24.090
Popolazione totale	1.675.411
Densità demografica (ab/kmq)	670
Numero totale di comuni	377
VINO	
Numero di comuni citati	25
Numero di produttori citati	30
Numero di ettari vitati	6.934
Numero di bottiglie prodotte	33.799.000
Numero di comuni con produttori top citati	8
Numero di produttori top citati	8
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	90
Numero di ristoranti citati	251

Quote di mercato della regione sul totale





REGIONE SARDEGNA

Le province "TOP"

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati - CAGLIARI	6
Numero di produttori citati - CAGLIARI, SASSARI	7
Numero di ettari vitati - SASSARI	1.810
Numero di bottiglie prodotte - SASSARI	14.035.00
Numero di comuni con produttori top citati - CAGLIARI, NUORO	2
Numero di produttori top citati - CAGLIARI, NUORO	2
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati - CAGLIARI, OLBIA TEMPIO	16
Numero di ristoranti citati - OLBIA TEMPIO	64

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO" NELLA REGIONE SARDEGNA

<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	11
Numero di produttori citati	14
Numero di ettari vitati	4.648
Numero di bottiglie prodotte	24.453.00
Numero di comuni con produttori top citati	2
Numero di produttori top citati	2
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	4
Numero di ristoranti citati	53



ITALIA

Superficie (kmq)	301.340
Popolazione totale	60.742.38
Densità demografica (ab/kmq)	202
Numero totale di comuni	8.092
VINO	
Numero di comuni citati	639
Numero di produttori citati	1.437
Numero di ettari vitati	117.242
Numero di bottiglie prodotte	853.655.65
Numero di comuni con produttori top citati	303
Numero di produttori top citati	501
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati	3.074
Numero di ristoranti citati	8.694

Le province "TOP"	
VINO	
Numero di comuni citati - CUNEO	32
Numero di produttori citati - CUNEO	176
Numero di ettari vitati dai produttori citati - TRENTO	11.647
Numero di bottiglie prodotte - TRENTO	109.908.00
Numero di comuni con produttori top citati - CUNEO	20
Numero di produttori top citati - CUNEO	77
RISTORAZIONE	
Numero di comuni citati - CUNEO	100
Numero di ristoranti citati - ROMA	393

L'APPORTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTA' DEL VINO"	
<i>VINO</i>	
Numero di comuni citati	282
Numero di produttori citati	889
Numero di ettari vitati	78.420
Numero di bottiglie prodotte	552.687.800
Numero di comuni con produttori top citati	140
Numero di produttori top citati	316
<i>RISTORAZIONE</i>	
Numero di comuni citati	318
Numero di ristoranti citati	1.082