



Piano
paesaggistico
regionale

**Il paesaggio
rurale**

Buttrio (UD)
25.5.2015

La valorizzazione economica dei paesaggi legati alla produzione agricola

Francesco Marangon e Stefania Troiano



Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche
Università degli Studi di Udine





Struttura della comunicazione

- Introduzione: paesaggio, risorsa economica?
- La valutazione economica del paesaggio
- Il paesaggio e gli strumenti di intervento
- Considerazioni conclusive

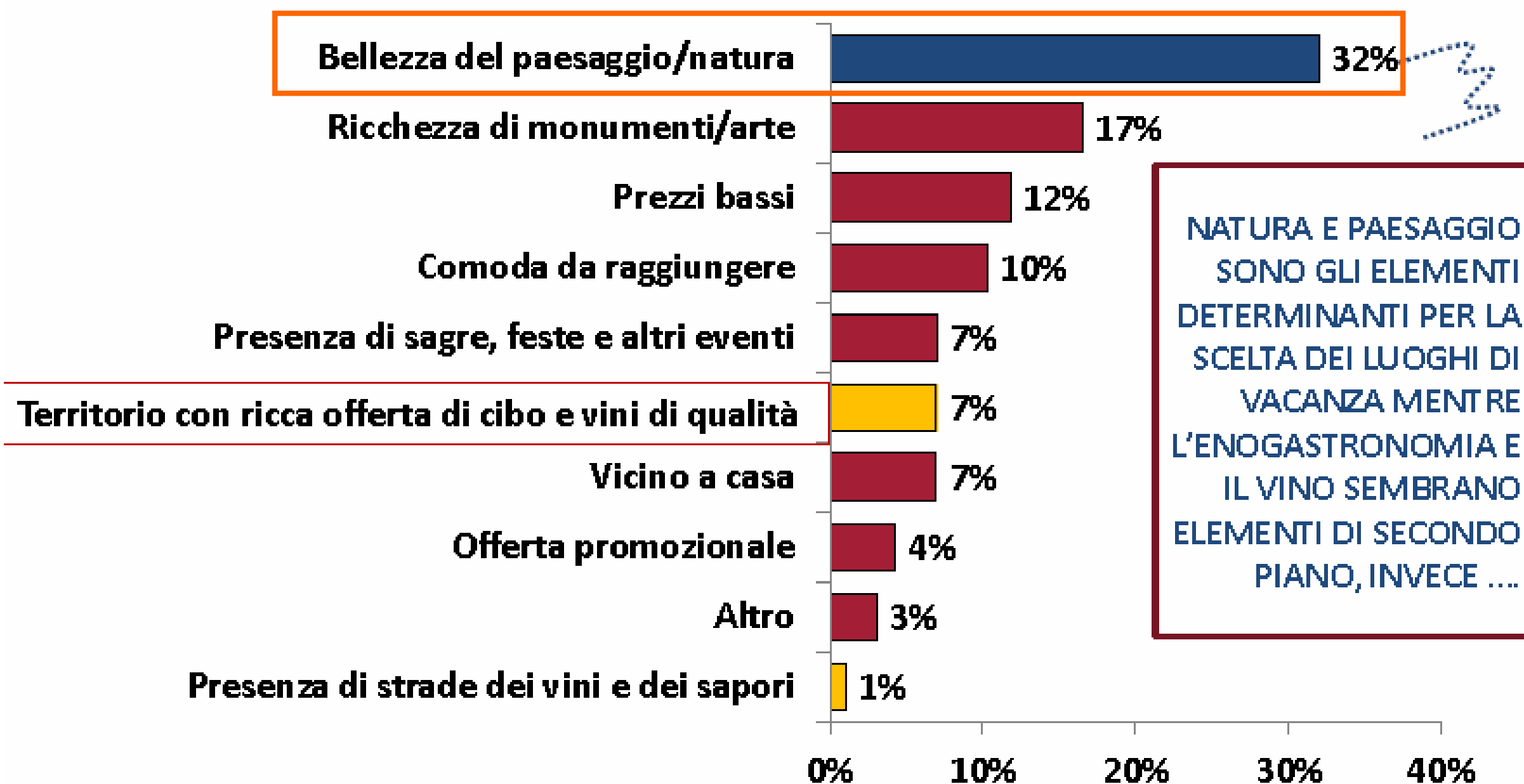


Il paesaggio è una risorsa economica?

- **INFLUISCE SULLA FUNZIONE TURISTICA E RICREATIVA DEL TERRITORIO**
(benefici per l'economia locale e per i visitatori)
- **CONTRIBUISCE A CREARE L'IMMAGINE DEI PRODOTTI LOCALI (MARKETING TERRITORIALE)** (benefici per i produttori)
- **INFLUENZA IL BENESSERE DEI RESIDENTI**
(maggiore qualità dell'abitare e maggior valore del patrimonio immobiliare)

I risvolti “paesaggistici”: la percezione dell’opinione pubblica/1

Criteria di scelta nella località delle vacanze (prima risposta in ordine di importanza)





Il paesaggio è una risorsa economica?

- INFLUISCE SULLA FUNZIONE TURISTICA E RICREATIVA DEL TERRITORIO (benefici per l'economia locale e per i visitatori)
- **CONTRIBUISCE A CREARE L'IMMAGINE DEI PRODOTTI LOCALI (MARKETING TERRITORIALE)** (benefici per i produttori)
- INFLUENZA IL BENESSERE DEI RESIDENTI (maggiore qualità dell'abitare e maggior valore del patrimonio immobiliare)



<http://www.turismo-provgo.it/>

http://www.cronacheisontine.eu/t/index.php/sapori-del-collio

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Siti suggeriti Ulteriori componenti ...

Circuiti Slow Collio

- Vencò Fojana
- Capriva Spessa
- Blanchis Mossa
- Gorizia
- Vipolže
- Montona

slow Collio
Collio, un paesaggio da bere
Brda, pokrajina ob kozarcu vina

http://www.cronacheisontine.eu/

slow Collio
Collio, un paesaggio da bere
Brda, pokrajina ob kozarcu vina

Persono n. / Poi št. 2
Capriva - Russiz di Sopra - Subida - Pradis - Spessa
Distanza complessiva - Skupna dolžina: 10 km
Tempo stimato - Časovni čas pot: 1h
Difficoltà / težavnost: facile/ lahka

ALTIMETRIA / VIŠINSKI DIAGRAM

MAPPA GENERALE / SPLOŠNO ZEMLJEVID

DETTAGLIO CIRCUITO / PODROBNI PIRAZ POTO

PREVAL

Capriva del Friuli

Russiz di Sotto

Russiz di Sopra

Subida

Montona

Cormons

m.te Quarin

Novali

Zegla

Vipolže

m.te Goluz

Moraro

San Lorenzo Isontino

legenda

Foto su sede stradale
Cesta kolovarska pot

Foto ciclabile
Samostojna kolovarska pot

slow Collio
Collio, un paesaggio da bere
Brda, pokrajina ob kozarcu vina

DE RA

PARCHI NATURALI

CARSO e NATURA

GRADO e IL LITORALE

SAPORI DEL COLLIO

SPORT e SHOPPING

EVENTI



Il paesaggio è una risorsa economica?

- INFLUISCE SULLA FUNZIONE TURISTICA E RICREATIVA DEL TERRITORIO (benefici per l'economia locale e per i visitatori)
- CONTRIBUISCE A CREARE L'IMMAGINE DEI PRODOTTI LOCALI (MARKETING TERRITORIALE) (benefici per i produttori)
- INFLUENZA IL **BENESSERE DEI RESIDENTI** (maggiore qualità dell'abitare e maggior **valore del patrimonio immobiliare**)

Il paesaggio è una risorsa economica?

6

www.corriereimmobiliareudine.it

Il Corriere
IMMOBILIARE

Settimana da Lunedì 20 a Domenica 26 Aprile 2015

agenzia immobiliare
il castello
compravendite stime affittanze

via mercatovecchio, 11/3 - udine
t. 0432.501464
f. 0432.296357
www.immobiliarecastello.ud.it

VENEZIA S.MARCO:
... Situato nel sestiere di San Marco, nel cuore di Venezia, complesso residenziale lussuoso, dotato di tutti i comfort. Appartamenti rifiniti con classe ed eleganza... Una casa a Venezia è un sogno per coloro che amano l'arte, la cultura e la bellezza... Opportunità unica per fare un investimento che acquista valore nel tempo e per vivere in modo raffinato ed esclusivo, la magia di una delle città più belle ed affascinanti del mondo.. immersi in un patrimonio artistico millenario di inestimabile valore....

TARCENTO (Ud) Frazione:
... Immersa tra le colline del Tarcentino, vista predominante. Villa con dependance appartenente ai primi '900, ma ristrutturata completamente nel 1985. Profumo e colori dei vigneti ne contornano lo splendore del podere, dove ancora oggi si producono due eccellenti qualità di vino: ramandolo e piccolo...EMOZIONANTE

CASTELLO DI MIRAMARE (Ts) vicinanze:
... Pregevole villa singola dal grande fascino. Gli spazi interni permettono di godere di un grande confort in ogni singolo ambiente. Dalla meravigliosa zona giorno, contornata da una sala di grande effetto ed una cucina funzionale, si accede ad una meravigliosa zona notte. La vista mare è incantevole e completa questo 'gioiello immobiliare' di elevata qualità. Classe A Epgl 30,2 kwh/mq anno...Epe 29,45 Kwh7mq anno Epi 21,03 Kwh/mq anno... IMMOBILE DA RIVISTA....

VIA SAN NICOLO' (TS):
...definito il "salotto" della Città.. strada di forte passaggio, pedonale, a pochi passi dalle Rive (per parcheggio) e da Piazza Unità. Prestigiosa palazzina di 4 piani con ascensore, attualmente locato il negozio al piano terra. Disponibile affittare gli uffici in toto per complessivi mq 500 + eventuale appartamento bicamera all'ultimo piano, oppure frazionare singolarmente il piano, in base alle esigenze del cliente. IDEALE PER CENTRO BENESSERE, STUDIO PROFESSIONISTI ASSOCIATI, STUDIO DI RAPPRESENTANZA... Classe F Epgl 26,21 kwh7mq Epe 8,68 Kwh/mq Epi 21,06 kwh/mq.

TARCENTO (Ud) Frazione:
... Immersa tra le colline del Tarcentino, vista predominante. Villa con dependance appartenente ai primi '900, ma ristrutturata completamente nel 1985. Profumo e colori dei vigneti ne contornano lo splendore del podere, dove ancora oggi si producono due eccellenti qualità di vino: ramandolo e piccolo...EMOZIONANTE



... Giardino... gradevole piscina vista montagne, villa singola all'interno di una bella zona residenziale. Al piano terra, si sviluppa un'ampia zona giorno con cucina sala da pranzo camera e bagno per poi salire alla zona notte con tre camere una stanza adibita a guardaroba due bagni terrazza veranda. Piano Seminterrato composto da: cucina stanza/studio bagno camera.. ottimo come dependance.. Ape in fase di certificazione



Gestione del paesaggio come risorsa economica

Nella gestione del territorio la qualità del paesaggio ha grande rilevanza economica

Per gestire il paesaggio è necessario

- a) Definire **cos'è** il paesaggio (per l'economia)
- b) Individuare **quali benefici** può produrre
- c) Individuare **metodi di valutazione** che consentano di controllare i possibili fattori di degrado



Convenzione Europea sul Paesaggio

Firenze, 20 ottobre 2000

Articolo 1 - Definizioni

Ai fini della presente Convenzione:

- a. “Paesaggio” designa una determinata parte di territorio, **così come è percepita dalle popolazioni**, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni;



Convenzione Europea sul Paesaggio

Firenze, 20 ottobre 2000

Articolo 1 - Definizioni

Ai fini della presente Convenzione:

- c. “Obiettivo di qualità paesaggistica” designa la formulazione (precisa definizione) da parte delle autorità pubbliche competenti, per un determinato paesaggio, **delle aspirazioni delle popolazioni** per quanto riguarda le caratteristiche paesaggistiche del loro ambiente di vita;



Da CEP e altri documenti si ricava:

- Per paesaggio si deve intendere l'aspetto **visibile** di un sistema ecologico naturale o antropico o di un determinato territorio così come è **percepito dalla popolazione** che, a vario titolo, lo frequenta.
- La sua qualità dipende sia dai caratteri **oggettivi** del territorio che dalle **aspirazioni della popolazione** che con esso viene a contatto.
- La formulazione di **politiche paesaggistiche** si deve basare
 - sul **valore** che la popolazione attribuisce al paesaggio
 - sulla sua importanza **storica e culturale**



Il paesaggio come bene economico

- Il paesaggio, specie nella società contemporanea, è venuto assumendo sempre più la natura di **risorsa scarsa**, e di conseguenza, di **bene economico**.
- Il paesaggio è **un'esternalità** e che assume generalmente la natura di **bene pubblico puro**.
- Il paesaggio pertanto rappresenta un esempio di **fallimento del mercato** che richiede un **intervento pubblico**.



La valutazione del paesaggio

QUALE IMPRENDITORE PRODURREBBE UN BENE O UN SERVIZIO SENZA CONOSCERE LA DOMANDA IN TERMINI QUALITATIVI E QUANTITATIVI?

**COME PUÒ LO STATO PRODURRE
“QUALITÀ DEL PAESAGGIO” SENZA
CONOSCERE LE CARATTERISTICHE
DELLA DOMANDA?**

**MOLTE RICERCHE HANNO POSTO IN
EVIDENZA CHE IN CAMPO PAESAGGISTICO
L'OPINIONE DEGLI ESPERTI È SPESSO
DIVERSA DA QUELLA DEI CITTADINI**



La valutazione del paesaggio

- La realizzazione di politiche di conservazione e riqualificazione del paesaggio comporta sempre la necessità di **valutarne i benefici**.
- Il **metodo** di valutazione da utilizzare dipenderà essenzialmente dallo **strumento** di politica paesaggistica impiegato e dagli **obiettivi** che si vogliono raggiungere.



La valutazione del paesaggio

- Il valore del paesaggio dipende dalla sua capacità di soddisfare la **domanda** (i bisogni che può soddisfare).
- I due tipi di valore propri del paesaggio (storico-culturale; estetico-percettivo) possono essere **stimati** ricorrendo a:
 - **metodi Non Monetari**
 - **metodi Monetari**



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni non monetarie

- 1) Metodi **oggettivi** (esperti):
 - 1.1) ecosistemici;
 - 1.2) storici;
 - 1.3) visivi.
- 2) Metodi **soggettivi** (giudizi popolazione):
 - 2.1) analisi delle reazioni psicologiche;
 - 2.2) valutazione per scale qualitative, punteggi o simili.**



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni **non monetarie** di tipo **percettivo**

- Cercano di collegare in qualche modo le **reazioni** di chi viene posto di fronte a diversi paesaggi alle **caratteristiche** (misurabili) dei paesaggi stessi.
- In certi casi ad ogni intervistato vengono mostrate alcune **immagini** fotografiche (anche prodotte o rielaborate al computer) su cui egli esprime un **giudizio**.



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni **non monetarie** di tipo **percettivo**



A



B



C



D



A = 10 B = 7
C = 4 D = 3



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni monetarie

Messaggio centrale

*La valutazione monetaria dei beni ambientali senza mercato può essere più o meno **imperfetta**; ciò nonostante, una valutazione formulata in maniera **esplicita** a beneficio delle considerazioni dei responsabili politici e del pubblico è sempre **meglio di niente**, dato che in questo caso le azioni vengono intraprese sulla base di una qualche valutazione **implicita**, che viene nascosta all'opinione pubblica.*



La valutazione del paesaggio

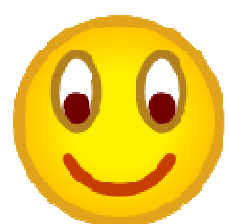
Le valutazioni monetarie

1. Metodi basati sull'analisi dell'**OFFERTA** (**costo**)
2. Metodi basati sull'analisi della **DOMANDA**
 - basati su **comportamenti reali** (preferenze *rivelate*)
 - **prezzo edonico (HP)**
 - **costo di viaggio (TC)**
 - di tipo **ipotetico** (preferenze *dichiarate*)
 - **valutazione contingente (CV)**
 - **esperimenti di scelta (CE)**



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni monetarie



2.200
€/mq

Il prezzo edonico
(HP)

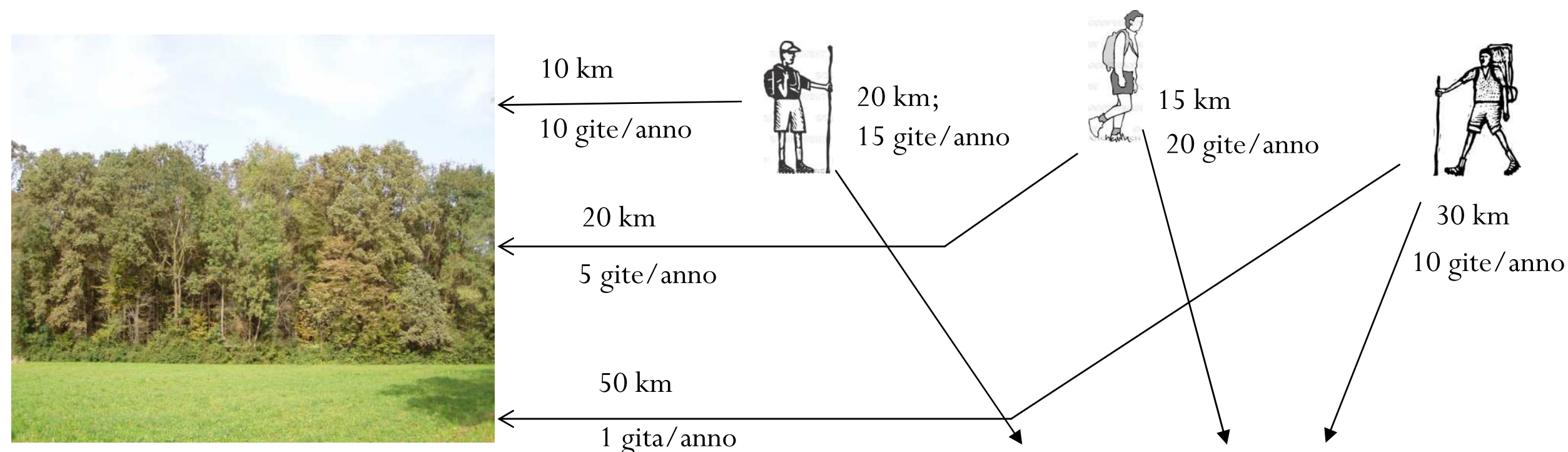
800
€/mq





La valutazione del paesaggio

Le valutazioni monetarie



Costo di viaggio (TC)
[multisito]





La valutazione del paesaggio

Le valutazioni monetarie

Valutazione contingente (CV)



Disponibilità a pagare (**WTP**)
per ottenere il miglioramento
del paesaggio.



Disponibilità ad accettare
(**WTA**) per rinunciare al
miglioramento del paesaggio.



Disponibilità a pagare
(**WTP**) per prevenire il
degrado paesaggio.



Disponibilità ad accettare
(**WTA**) come compensazione
del degrado del paesaggio.





La valutazione del paesaggio

- La realizzazione di politiche di conservazione e riqualificazione del paesaggio comporta sempre la necessità di **valutarne i benefici**.
- Il **metodo** di valutazione da utilizzare dipenderà essenzialmente dallo **strumento** di politica paesaggistica impiegato e dagli **obiettivi** che si vogliono raggiungere.



INTERVENTI PER LA CONSERVAZIONE E LA RIQUALIFICAZIONE DEL PAESAGGIO E METODI DI VALUTAZIONE NECESSARI A CONSENTIRNE LA CONCRETA ATTUAZIONE

Tipo di intervento	Obiettivo	Metodo di valutazione
Erogazione di contributi per la tutela dei paesaggi culturali	Massimizzare i benefici paesaggistici a fronte di una disponibilità di contributi da erogare limitata	Scale di merito definite da esperti

(Tempesta e Marangon, 2009; Tempesta, 2014)



INTERVENTI PER LA CONSERVAZIONE E LA RIQUALIFICAZIONE DEL PAESAGGIO E METODI DI VALUTAZIONE NECESSARI A CONSENTIRNE LA CONCRETA ATTUAZIONE

Tipo di intervento	Obiettivo	Metodo di valutazione
Controllo della trasformazione del paesaggio	Definire soglie di ammissibilità nelle trasformazioni territoriali	Valutazioni non monetarie di tipo estetico-percettivo basate sul giudizio della popolazione

(Tempesta e Marangon, 2009; Tempesta, 2014)



INTERVENTI PER LA CONSERVAZIONE E LA RIQUALIFICAZIONE DEL PAESAGGIO E METODI DI VALUTAZIONE NECESSARI A CONSENTIRNE LA CONCRETA ATTUAZIONE

Tipo di intervento	Obiettivo	Metodo di valutazione
Erogazione di contributi agli agricoltori per il miglioramento del paesaggio	Massimizzare i benefici paesaggistici qualora non sia possibile attribuire un valore monetario a singole azioni di riqualificazione del paesaggio	Valutazioni non monetarie di tipo estetico-percettivo basate sul giudizio della popolazione associate all'analisi del costo opportunità di diversi assetti paesaggistici

(Tempesta e Marangon, 2009; Tempesta, 2014)



INTERVENTI PER LA CONSERVAZIONE E LA RIQUALIFICAZIONE DEL PAESAGGIO E METODI DI VALUTAZIONE NECESSARI A CONSENTIRNE LA CONCRETA ATTUAZIONE

Tipo di intervento	Obiettivo	Metodo di valutazione
Erogazione di contributi agli agricoltori per la conservazione del paesaggio	Stimare il costo necessario a conservare il paesaggio rurale in un dato territorio, qualora non sia possibile attribuire un valore monetario a singole azioni di riqualificazione del paesaggio	Stima dei costi di conservazione sostenuti dagli agricoltori o da altri operatori (o spese difensive)

(Tempesta e Marangon, 2009; Tempesta, 2014)



INTERVENTI PER LA CONSERVAZIONE E LA RIQUALIFICAZIONE DEL PAESAGGIO E METODI DI VALUTAZIONE NECESSARI A CONSENTIRNE LA CONCRETA ATTUAZIONE

Tipo di intervento	Obiettivo	Metodo di valutazione
Erogazione di contributi agli agricoltori o ad altri soggetti per la conservazione o il miglioramento del paesaggio	Valutare la convenienza sociale delle azioni di tutela e/o riqualificazione del paesaggio in un'ottica di analisi costi/benefici	Valutazione monetaria del paesaggio tramite metodi basati sulle preferenze dichiarate o sulle preferenze rivelate

(Tempesta e Marangon, 2009; Tempesta, 2014)



INTERVENTI PER LA CONSERVAZIONE E LA RIQUALIFICAZIONE DEL PAESAGGIO E METODI DI VALUTAZIONE NECESSARI A CONSENTIRNE LA CONCRETA ATTUAZIONE

Tipo di intervento	Obiettivo	Metodo di valutazione
Stima del danno causato da trasformazioni del paesaggio	Analisi costi-benefici di interventi che comportano una trasformazione del paesaggio. Pagamento del danno ambientale causato da trasformazioni del paesaggio non autorizzate	Valutazione monetaria del paesaggio tramite metodi basati sulle preferenze dichiarate o sulle preferenze rivelate

(Tempesta e Marangon, 2009; Tempesta, 2014)



Wind turbines seen as a blot on the
landscape by motorists who don't notice
the impact of the motorway.



La valutazione del paesaggio

- Il valore del paesaggio dipende dalla sua capacità di soddisfare la **domanda** (i bisogni che può soddisfare).
- I due tipi di valore propri del paesaggio (storico-culturale; estetico-percettivo) possono essere **stimati** ricorrendo a:

➤ **metodi Non Monetari**

➤ **metodi Monetari**

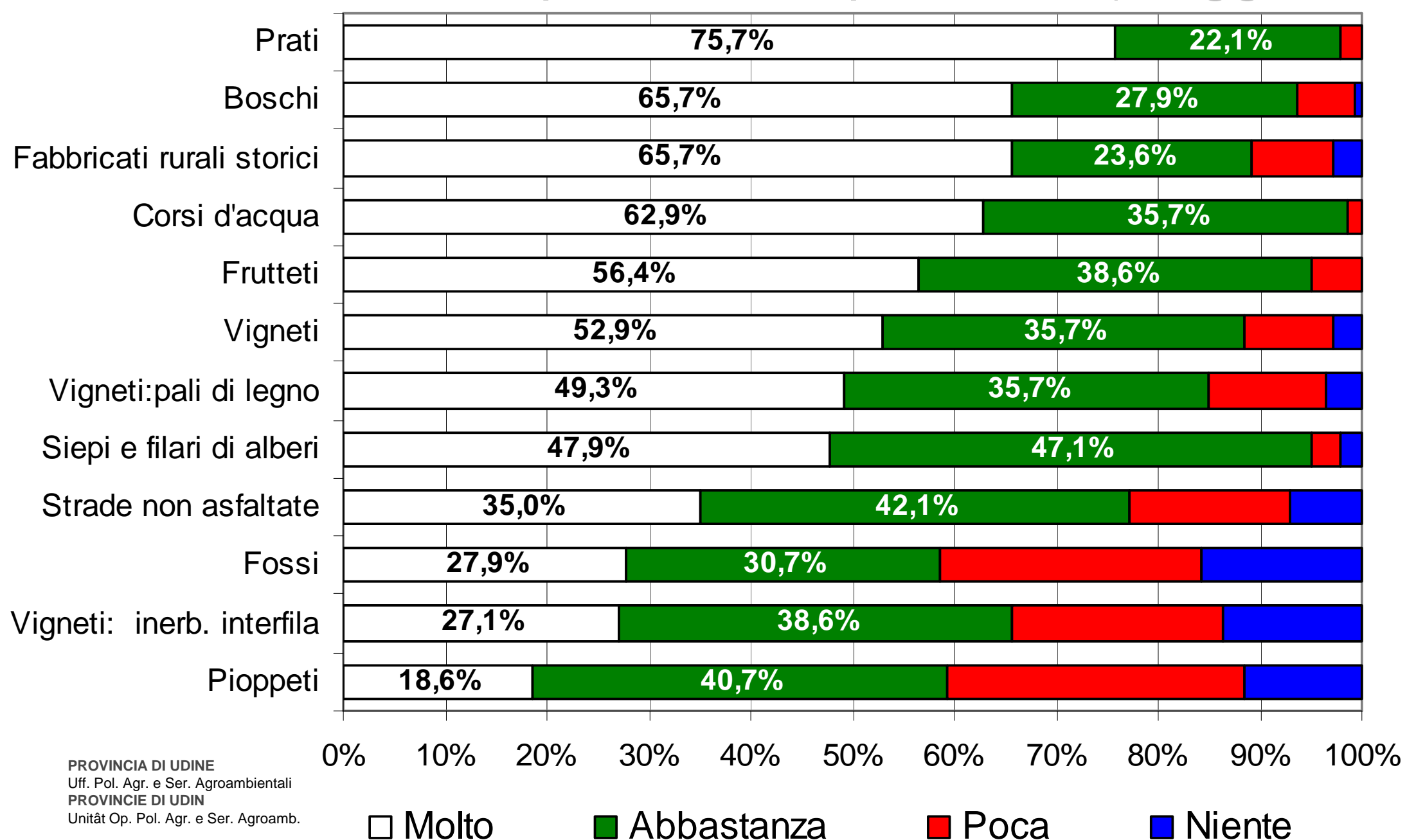
applicazioni



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni non monetarie di tipo percettivo

Analisi delle preferenze: presenza (maggio 2005)



PROVINCIA DI UDINE
Uff. Pol. Agr. e Ser. Agroambientali
PROVINCIE DI UDINE
Unità Op. Pol. Agr. e Ser. Agroamb.



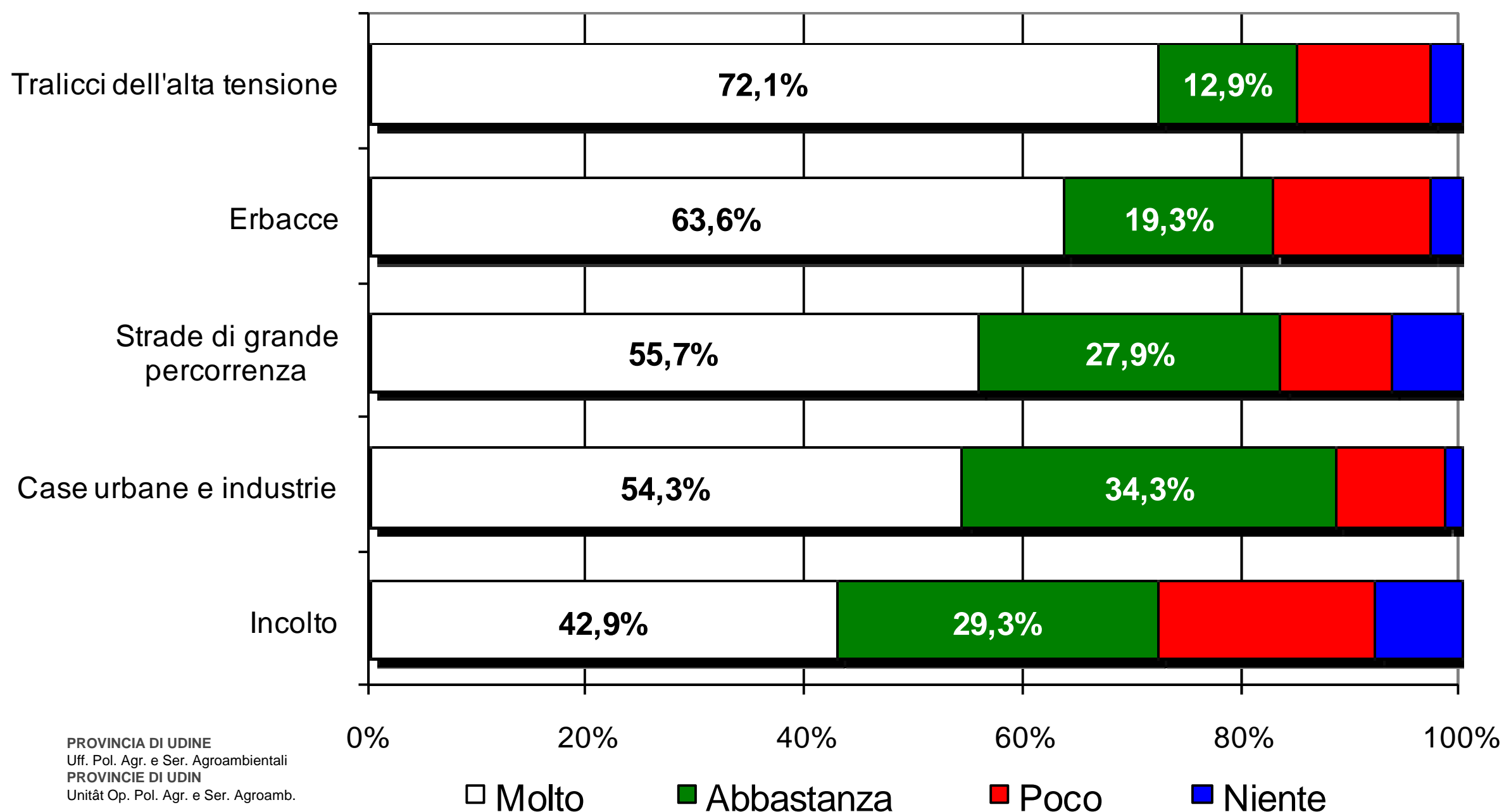
parco della vite e del vino



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni non monetarie di tipo percettivo

Analisi delle preferenze: assenza (maggio 2005)



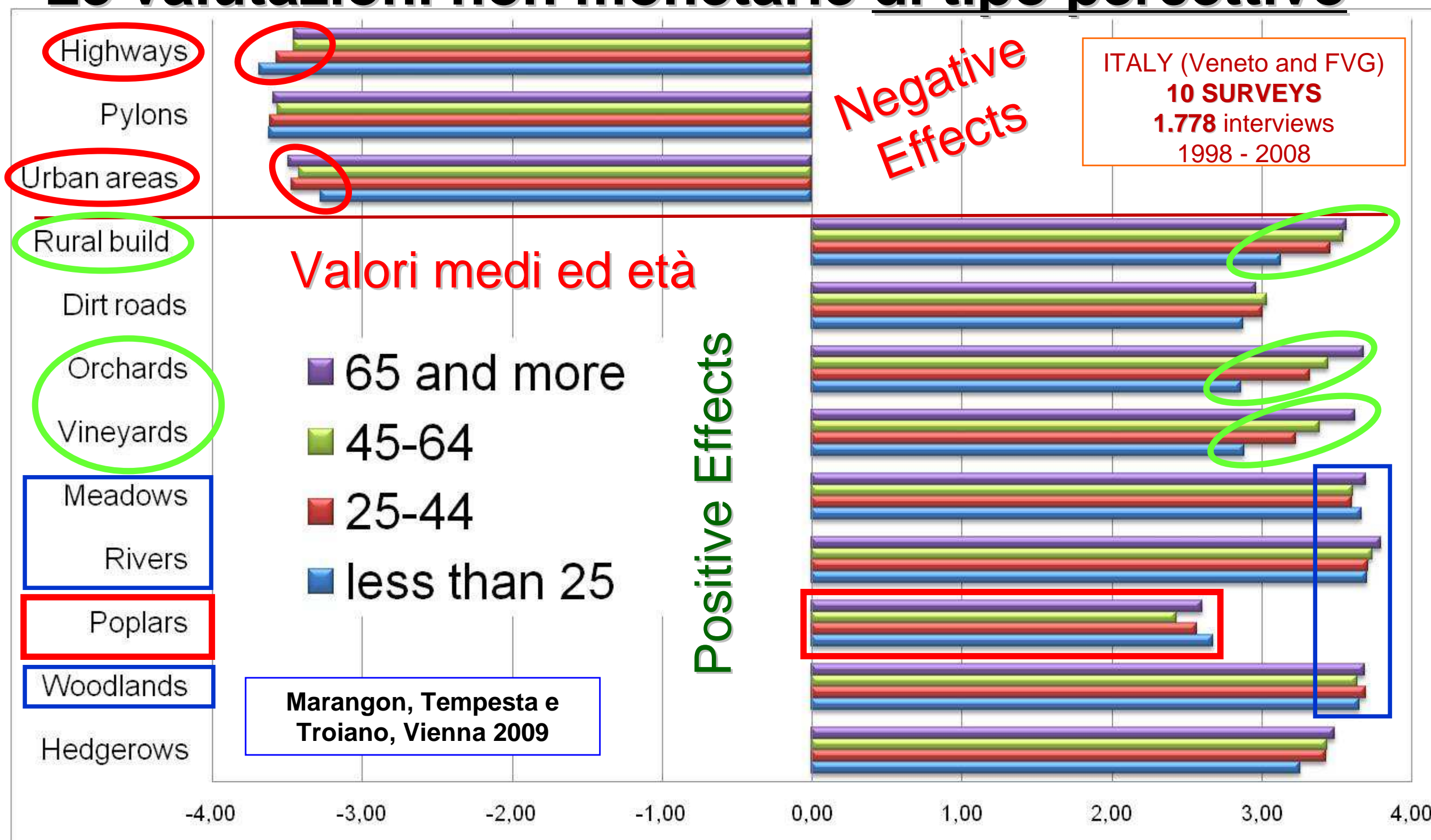
PROVINCIA DI UDINE
Uff. Pol. Agr. e Ser. Agroambientali
PROVINCIE DI UDINE
Unitat Op. Pol. Agr. e Ser. Agroamb.





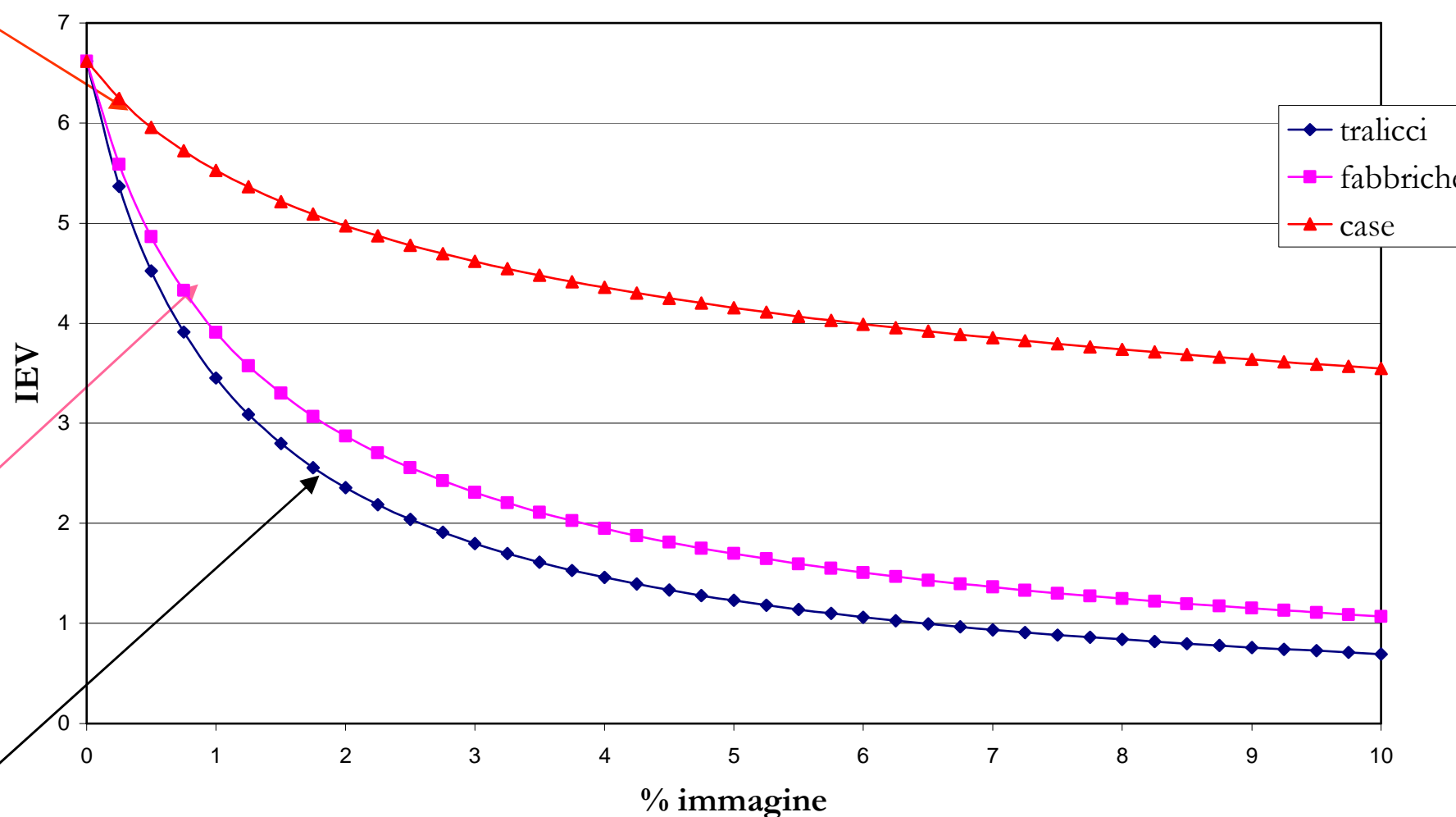
La valutazione del paesaggio

Le valutazioni non monetarie di tipo percettivo





Relazione tra gradimento estetico (IEV) e percentuale dell'immagine occupata da tralicci, fabbriche e case sparse



Immagini = 44; Intervistati = 201

(Tempesta e Marangon, 2009)



La valutazione del paesaggio

Le valutazioni **non monetarie** di tipo percettivo

Migliorano il paesaggio:

- le siepi e i filari
- i prati
- gli alberi sparsi
- i boschi in pianura
- i corpi idrici

Peggiorano il paesaggio:

- i seminativi e le orticole
- i fabbricati moderni
- le strade di grande percorrenza
- i tralicci dell'alta tensione



La valutazione del paesaggio

- Il valore del paesaggio dipende dalla sua capacità di soddisfare la **domanda** (i bisogni che può soddisfare).
- I due tipi di valore propri del paesaggio (storico-culturale; estetico-percettivo) possono essere **stimati** ricorrendo a:

➤ metodi Non Monetari

➤ **metodi Monetari**

applicazioni



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon – S.Troiano
DIES – Università di Udine
Buttrio (UD) 25.5.2015

**La valorizzazione economica
dei paesaggi legati alla
produzione agricola**

JRC Scientific and Technical Reports



The Value of EU Agricultural Landscape

Pavel Ciaian and Sergio Gomez y Paloma

Luxembourg: Publications Office of the European Union

© European Union, 2011



The Value of EU Agricultural Landscape

Pavel Ciaian and Sergio Gomez y Paloma



© European Union, 2011

Table 1: Summary table of landscape valuation studies

Author	Method	Sample / year of survey	Type of landscape: value	Unit	Region	Survey type
Drake (1992)	CVM (O/E)	Two surveys: 1089 members of the general public from all Sweden; 152 members of the general public from Uppsala county/ 1986	WTP for the preservation of Swedish agricultural landscape relative to 50% of agricultural land being covered with spruce forest: - all Sweden survey: 468.5 SEK (68 ECU) for all landscape types - Uppsala survey: 729.4 SEK for all landscape types - Uppsala survey: grain production: 100 index; grazing land 191 index; wooded pasture 241 index	SEK per person per year	Sweden	Face to face
Borresch <i>et al.</i> (2009)	CE (DE)	420 from residents /2007	Shift from intensive arable cultivation (status quo) to: - grassland dominated landscape: 48.48 - to “multifunctional” landscape: 87.68 - to high price scenario (with higher rate of cereals area): -16.43 - to intensive scenario (with larger fields): -13.17	€ per household and year	Wetterau region, Hesse (Germany)	Face to face
Marangon and Visintin (2007)	CVM (DE)	Italy: 360 residents, Slovenia: 236 residents and non-residents / 2006	Shift from status quo vineyard landscape to - abandonment of production and loss of traditional landscapes (Italy): 72 (Collio), 113 (Colli Orientali del Friuli) 375 (whole region). - parcel consolidation and loss of traditional landscapes (Slovenia), residents: 239, non-residents: 38	€ per household and year	Italy: Collio and Colli Orientali del Friuli; Slovenia: Brda	Face to face
Marangon, Troiano and Visintin (2008)	CVM (DE)	Italy: 200 residents, Slovenia: 200 residents / 2006	Shift from traditional olive landscape to abandonment of production and loss of traditional landscapes: 25.59 for combined border region.	€ per household and year	Italy: Collio and Colli Orientali del Friuli; Slovenia: Brda	Face to face
Bateman and Langford (1997)						Mail
Cicia and Scarpa (2000)						Face to face
	Marangon and Visintin (2007)		CVM (DE)		Italy: 360 residents, Slovenia: 236 residents and non-residents / 2006	
	Marangon, Troiano and Visintin (2008)		CVM (DE)		Italy: 200 residents, Slovenia: 200 residents / 2006	



The Value of EU Agricultural Landscape

Pavel Ciaian and Sergio Gomez y Paloma



© European Union, 2011

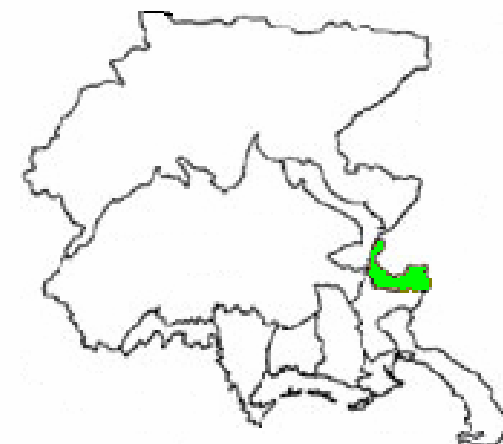
I calcoli indicherebbero che il **valore totale dei paesaggi rurali comunitari al 2009** sarebbe stimabile in un intervallo di **€24,5-36,6 miliardi all'anno**, con una media di **€27,1 miliardi**, rappresentando

- circa l'**8%** del valore totale della **produzione agricola EU**
- circa **la metà** delle spese complessive per la **PAC**.



Il valore dell'impatto paesaggistico della viticoltura del Collio goriziano

Area di studio: Dolegna del Collio, Cormons, Capriva del Friuli, San Lorenzo Isontino, Mossa, Gorizia e San Floriano del Collio



Finalità

Stima del **valore economico** che i residenti attribuiscono alla **conservazione del paesaggio rurale** e **identificazione** degli **elementi paesaggistici particolarmente graditi**

Metodologia

Choice experiment

Agli intervistati (200 nel 2009) è stato chiesto di scegliere tra diversi paesaggi vitati caratterizzati da diverse combinazioni di alcuni attributi.



ATTRIBUTI CONSIDERATI:

Tipologia di pali



Sbancamenti



Superfici boscate



Prelievo
fiscale per
famiglia
all'anno

€0

€25

€40



L'esperimento

Ad ognuno dei **200** intervistati sono stati proposti **4 contesti** di scelta caratterizzate da **3 opzioni** diverse (cioè diverse combinazioni di tipologia di pali, sbancamenti, superfici boscate e prelievo fiscale famiglia/anno).

Esempio di contesto di scelta:

	OPZIONE 1	Superfici boscate	ALTO
		Pali	MISTI
		Sbancamenti	ASSENTI
		Costo	€ 0
	OPZIONE 2	Superfici boscate	ALTO
		Pali	LEGNO
		Sbancamenti	INTENSI
		Costo	€ 25
	NESSUN INTERVENTO PUBBLICO	Superfici boscate	BASSO
		Pali	CEMENTO
		Sbancamenti	INTENSI
		Costo	€ 0

I risultati



```
| Discrete choice (multinomial logit) model |
| Maximum Likelihood Estimates |
| Model estimated: Apr 05, 2009 at 08:55:04AM. |
| Dependent variable Choice |
| Weighting variable None |
| Number of observations 800 |
| Iterations completed 8 |
| Log likelihood function -538.6362 |
| R2=1-LogL/LogL* Log-L fncn R-sqrd RsqAdj |
| No coefficients -878 8898 38714 38483 |
```

Attributi	DAP (€/anno/famiglia)
Sup. boscate medie	131,4
Sup. boscate estese	148,9
Pali legno	50,1
Sbancamenti medi	119,6
Sbancamenti assenti	56,2

- DAP superiore nel caso di sbancamenti medi rispetto sbancamenti assenti:
 - scelta basata non solamente su aspetti paesaggistico-ambientali, ma anche considerando **gli aspetti produttivi**;
 - mantenimento di un certo tipo di **economia locale basata fortemente su viticoltura**.



Sustainability of the agri-food system: Strategies and Performances

Proceedings of the 50th SIDEA Conference

Lecce, Chiostro dei Domenicani, 26-28 September 2013

Edited by

Bernardo C. de Gennaro

Gianluca Nardone

e-book (PDF)

ISBN 978-88-97683-60-5

© 2014, Universitas Studiorum S.r.l. - Publisher
via Sottoriva, 9 - 46100 Mantova (MN) - Italy
tel. 0376 1810639; e-mail: info@universitas-studiorum.it
<http://www.universitas-studiorum.it>

PROCEEDINGS OF THE 50TH SIDEA CONFERENCE



Consumer Propensity for Organic Wine: a Field Study Using a Discrete Choice-Experiment in Friuli Venezia Giulia

Stefania Troiano¹, Tiziano Tempesta², Francesco Marangon³

¹ Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Economics and Statistics, University of Udine, Udine, Italy. E-mail: troiano@uniud.it; ² Full Professor, T.e.S.A.F. Department, University of Padova, Padova, Italy; ³ Full Professor, Department of Economics and Statistics, University of Udine, Udine, Italy.

Abstract

The aim of this study is to investigate the behavior of consumers regarding the organic wine. In Italy the production of organic wine occupies a position of great importance, nevertheless the consumption of this type of wine is not so strong. Several reasons have diverted consumers' interest, such as the unflattering reputation that has marked the first wines produced using organic grapes, the perception of wine as an unnecessary and unhealthy drink, as well as the confusion arising from the presence of different types of wine labels. There have not been many studies regarding consumer attitudes toward organic wine. In this study we aim to help fill this gap by conducting a survey on the case study of the Friuli Venezia Giulia Region in Italy. To understand what factors may affect the propensity to buy wine a discrete choice experiment was carried out. The results of this research help to understand the differentiation between organic and local food products.

JEL: Q11; Q13.

Key words: Organic wine, consumer preferences, choice experiments.

ing consumers with organic wine bearing the European Union logo they trust.

In Italy the production of organic wine occupies a position of great importance since the organic vineyards are about 8% of the total Italian surface (Sinab, 2012). Nevertheless the consumption of this type of wine is not so strong. Several reasons have diverted consumers' interest, such as the unflattering reputation that has marked the first wines produced using organic grapes and the perception of wine as an unnecessary and unhealthy drink, as well as the confusion arising from the simultaneous presence of different types of wine labels (sustainable, natural, biodynamic wine, etc.). Compared to other goods produced with organic commodities, the wine seems to respond to unexpected consumer motivations (Aertsens *et al.*, 2009; Orwine, 2009). There have not been many studies regarding consumer attitudes toward organic wine around the world (Brugarolas Mollá-Bauzá *et al.*, 2005; Corsi and Steiner, 2013; Crescimanno *et al.*, 2002; Fotopoulos *et al.*, 2003; Lockshin, 2009; Mann *et al.*,



L'indagine

- **Area di studio:** Friuli Venezia Giulia
- **Obiettivo:** individuare i fattori che possono influenzare la propensione ad acquistare vino
 - eterogeneità delle preferenze
- **Metodologia:** *Choice Experiment*, 200 interviste (bar, ristoranti) nel 2012
 - attributi:
 - **tipo di vigneto** (moderno e tradizionale/evocativo),
 - **metodo di produzione** (biologico o convenzionale),
 - **prezzo a bottiglia** (€ 4, 8 and 12),
 - **zona di produzione** (Collio, altre zone del Friuli Venezia Giulia, altre regioni italiane),
 - **certificazione** (vino da tavola, DOC, DOCG)

Troiano, Tempesta
e Marangon, 2014

Esempio di contesto di scelta

GRUPPO 1	A	B	C	D
Prezzo a bottiglia	€ 4	€ 8	€ 12	
Zona di produzione	Collio	Friuli Venezia Giulia	Altre regioni italiane	NESSUNA
Tipo di vigneto				DELLE
Vino biologico				BOTTIGLIE
Certificazione	da tavola	DOCG	DOC	PROPOSTE
Barrare l'alternativa preferita →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Troiano, Tempesta e Marangon, 2014

I risultati

	Coeff.	Std. Error	t-value	p-value
Random parameters (latent heterogeneity)				
Collio	0.843	0.143	5.884	0.000
Friuli	0.767	0.169	4.546	0.000
PGDO	1.075	0.172	6.264	0.000
PDO	0.933	0.156	5.984	0.000
Non Random Parameters				
Price	-0.061	0.012	-5.127	0.000
Traditional landscape	0.325	0.101	3.201	0.001
Organic	0.161	0.082	1.977	0.048
Standard deviations of random parameters distributions				
Collio	2.910	0.382	7.612	0.000
Friuli	3.930	0.418	9.395	0.000
PGDO	4.094	0.422	9.689	0.000
PDO	3.891	0.411	9.476	0.000

Attributi	DAP (€/bott/attributo)
Zona Collio	131,4
DOCG	148,9
Paesaggio evocativo	50,1

Troiano, Tempesta e Marangon, 2014

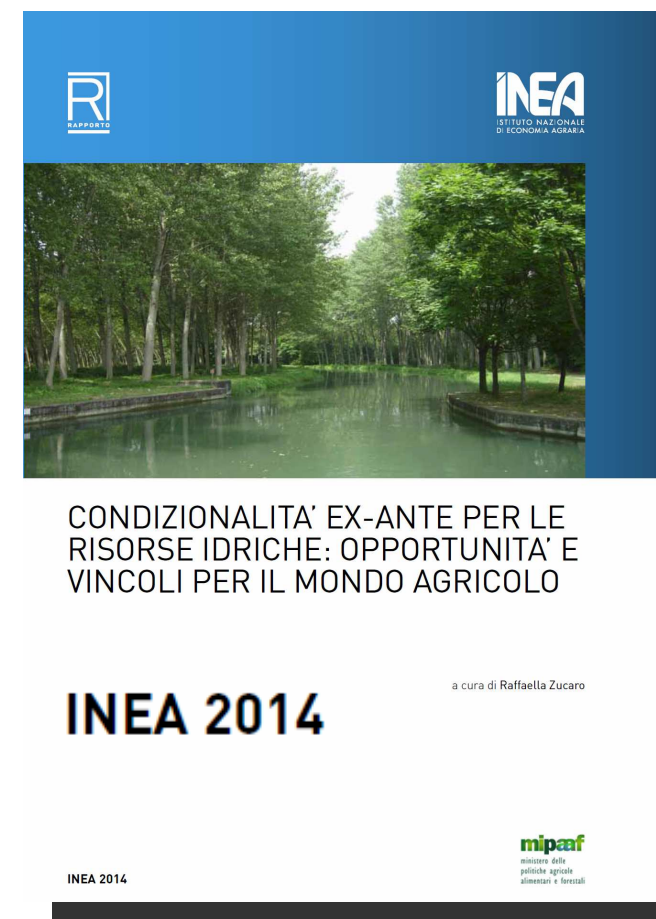
- Caratteristiche con il maggiore impatto sulla propensione ad acquistare:
 - produzione nella zona del **Collio**;
 - certificazione **DOCG**;
- **Il paesaggio evocativo dato dal vigneto tradizionale è una caratteristica importante della produzione di vino per gli intervistati.**



Stima monetaria dei benefici dell'agricoltura irrigata

Contesto climatico italiano

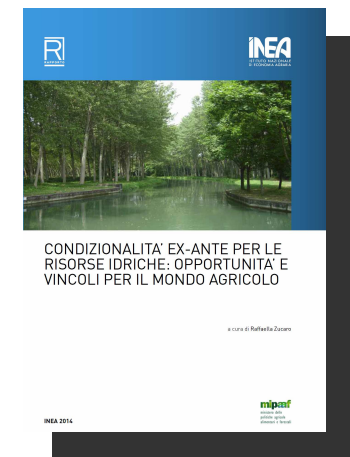
- irrigazione fondamentale per:
 - produzione e
 - stessa esistenza dell'attività agricola
- ma anche per:
 - migliore circolazione delle acque
 - ravvenamento delle falde sotterranee.
- Per mantenere e rendere efficiente il sistema irriguo, nel rispetto dei vincoli ambientali
 - costi e investimenti
 - agricoltura non è in grado di sostenere





Indagine presso i cittadini








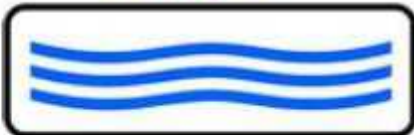
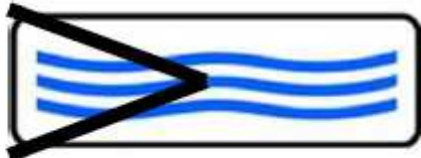
- **Obiettivo:**
 - **stimare il valore dei benefici che i cittadini ricevono dall'agricoltura irrigata**
- **Luogo di rilevazione dei dati**
 - Italia
- **Soggetti intervistati**
 - 2.008





Il questionario



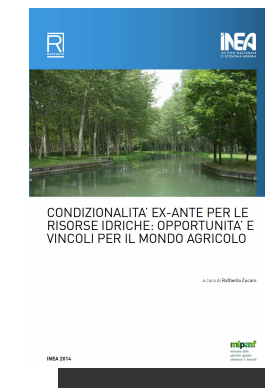
GRUPPO 1	A	B	C	D
Aggravio mensile bolletta	€ 0,80	€ 1,50	€ 4	
Tipo di paesaggio	 Agricoltura NON IRRIGATA	 Agricoltura NON IRRIGATA causa SICCITA'	 Agricoltura IRRIGATA	NESSUNA
Prodotti di qualità			Assenti	DELLE
Cultura contadina	Assente		Assente	SOLUZIONI PROPOSTE
Ricarica falde profonde				



Analisi dei dati

Disponibilità a pagare per bolletta
mensile per famiglia:

€7,80 per il paesaggio tipico da agricoltura irrigata



€4,66 per la presenza della cultura contadina



Analisi dei dati

Disponibilità a pagare per bolletta mensile per famiglia:

€1,58 per un paesaggio in cui la siccità non consente l'utilizzo dei pur presenti impianti di irrigazione



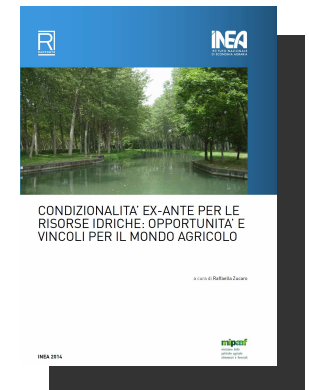
€1,35 per il riempimento anche se solo parziale delle falde acquifere



Analisi dei dati

Disponibilità a pagare per
bolletta mensile per famiglia:

- valori negativi della disponibilità a pagare (=avversione degli intervistati per queste situazioni)
per:
 - assenza di prodotti di qualità
 - mancato, totale, ravvenamento delle falde acquifere.





Attitudes Towards Honey Among Italian Consumers: A Choice Experiment Approach

Marta Cosmina[^]
Gianluigi Gallenti[^]
Stefania Troiano*,
Francesco Marangon*

[^] University of Trieste, IT

* University of Udine, IT

143rd EAAE/AAEA Joint Seminar
March 25-27, 2015, Naples, Italy

Complesso dei SS. Marcellino e Festo



Consumer Behavior in a Changing World:

Food, Culture and Society

Seminar Program










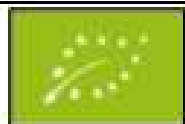




With the patronage of:



Funded by:



Disegno sperimentale

GRUPPO 6	A	B	C	D
Prezzo a vasetto da 500 gr				
Zona di produzione				NESSUNO DEI
Liquido o cristallizzato /solido	Cristallizzato/ solido	Cristallizzato/ solido	liquido	VASETTI PROPOSTI
Miele biologico				
Tipo di produzione				
Barrare l'alternativa preferita →				



Risultati

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er.	
<i>OPTOUT</i>	-.24626173	.12460175	-1.976	***
PRICE	-.15066132	.01357158	-11.101	***
FVG	1.03645673	.06666132	15.548	***
FOREIGN	-.57880391	.11609400	-4.986	***
LIQ	.16367705	.09222782	1.775	**
ORG	.81273154	.11343944	7.164	***
LAND1	.14024662		1.730	**
→ LAND2	.16440192		1.687	**



*** Significant at a 95% conf. level; ** Significant at a 90% conf. level.



DOLOMITI
DOLOMITEN
DOLOMITES
DOLOMITIS



Provincia di Udine
Provincia di Udine

Università degli
Studi di Udine












Rete del Patrimonio Paesaggistico

**Le linee guida per la determinazione
del valore economico del paesaggio
delle Dolomiti**

Francesco Marangon, Stefania Troiano

2014



	Scenario 1	Scenario 2	Status quo
Superfici boscate			
Strutture ricettive			
Attività antropiche			
Costo (aggravio annuo per famiglia)	€10	€40	€0
Preferisco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon – S.Troiano
DIES – Università di Udine
Buttrio (UD) 25.5.2015

**La valorizzazione economica
dei paesaggi legati alla
produzione agricola**



I PAESAGGI DELLA BELLEZZA:

DALLA VALORIZZAZIONE ALLA CREATIVITÀ

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
SETTIMANA DI EDUCAZIONE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE 2013

LUNEDÌ 18 NOVEMBRE

2013

ORE 11.00-13.00

POLO ECONOMICO-GIURIDICO,
VIA TOMADINI 30/A, SALA TOMADINI
LEZIONE APERTA CON LABORATORIO

**Il valore
economico del
paesaggio
(quanto vale il
paesaggio?)**

ASTU
AREA SERVIZI AGLI STUDENTI

Via Gemona 92
33100 Udine (Italia)

+39 0432 556283 vox
+39 0432 556128 fax

www.uniud.it

CF 80014550307
P.IVA 01071600306
ABI 02008 CAB 12310 CIN R - c/c 000040469443

**GIORNATA DEL
RICERCATORE
2014**

**Palazzo Garzolini
Di Toppo Wasserman**

**18 dicembre
ore 10-17**



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**



**FONDAZIONE
CRU**

In partnership con l'Università di Udine
per la formazione, la ricerca e l'innovazione

LABORATORI DI ECONOMIA (Sala del Consiglio- primo piano)

ORE 10-11

*Un esperimento di economia comportamentale di
fronte alle bellezze del paesaggio rurale*

dott.ssa Stefania Troiano, prof. Francesco Marangon
(SU PRENOTAZIONE)

#OpenUniud

Student day 2015

6 e 7 febbraio 2015
Polo scientifico, via delle Scienze 206
Udine



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE
AGENZIA REGIONALE
PER IL DIRITTO
AGLI STUDI SUPERIORI

Lab Time

Laboratori per approfondire la conoscenza di uniud:
“Apprendere le Biotecnologie sul bancone del
Laboratorio”, “Business Plan - Lab”, “Lo studio
all'Università: partire con metodo”, “Laboratori
di esplorazione sperimentale con sensori on-line”,
“Il fotone esiste davvero?”, “Marketing – Lab”,
“Mindfulness”, “Un esperimento di economia
comportamentale di fronte alle bellezze del paesaggio”.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon – S.Troiano
DIES – Università di Udine
Buttrio (UD) 25.5.2015

**La valorizzazione economica
dei paesaggi legati alla
produzione agricola**





QUESTIONARIO

UN ESPERIMENTO DI ECONOMIA COMPORTAMENTALE DI FRONTE ALLE BELLEZZE DEL PAESAGGIO

1.1. Genere M F 1.2. Anno di nascita _____ 1.3. Comune di residenza _____

1.4. Quale scuola frequenti? _____

1.5. Qual è la professione di tuo padre?

lavoratore dipendente agricoltore pensionato
 imprenditore/lavoratore autonomo libero professionista altro

1.6. Qual è la professione di tua madre?

lavoratrice dipendente agricoltrice pensionata
 imprenditrice/lavoratrice autonoma libera professionista casalinga
 altro _____

1.7. Quante persone compongono la tua famiglia (te incluso)? _____

1.8. Fai parte di associazioni ambientaliste? sì no

1.9 Secondo te, quanto è importante la PRESENZA dei seguenti elementi per rendere particolarmente gradevole il paesaggio?

	Moltissima	Molta	Abbastanza	Poca	Nessuna
Siepi					
Boschi					
Pioppi					
Fabbricati rurali					
Campi coltivati					
Campi incolti					
Chiese e monumenti					
Corsi d'acqua					
Frutteti					
Presenza di più colture (mosaico)					
Oliveti					
Prati-pascoli					
Strade interpoderali non asfaltate					
Vigneti					
Montagne					
Piccoli villaggi in cima alle colline					

1.10 Secondo te, quanto è importante l'ASSENZA dei seguenti elementi per avere un paesaggio gradevole?

	Moltissima	Molta	Abbastanza	Poca	Nessuna
Agglomerati urbani					
Tralicci					
Autostrade					
Case sparse					
Monocoltura					
Campi abbandonati					
Pale eoliche					
Capannoni e grandi centri commerciali					

Situazione A:

Osservando i paesaggi delle foto che vengono proposte, esprimi per ciascuno quanto ti piace sulla scala nella tabella sottostante:





	Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
Foto 1					
Foto 2					
Foto 3					
Foto 4					
Foto 5					
Foto 6					
Foto 7					
Foto 8					

Situazione B:

Assaggia i succhi di frutta.

Osserva attentamente il luogo in cui è stata coltivata la frutta utilizzata per produrre il succo.

Esprimi per ciascun succo quanto ti piace sulla scala nella tabella sottostante:

		Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
	SUCCO 1					
	SUCCO 2					
	SUCCO 3					
	SUCCO 4					

Quale prezzo massimo saresti disposto a pagare una confezione da 250 ml di ciascuno dei succhi assaggiati? Indica un valore da 0 (zero, no acquisto) a 2 Euro sull'immagine del bicchierino.



Paesaggio gradevole se ...

PRESENZA dei seguenti elementi	Punti
1 Montagne	4,40
2 Corsi d'acqua	4,37
3 Boschi	4,01
4 Frutteti	3,94
5 Prati-pascoli	3,93
6 Piccoli villaggi in cima alle colline	3,87
7 Oliveti	3,61
8 Vigneti	3,50
9 Campi coltivati	3,40
10 Presenza di più colture (mosaico)	3,33
11 Chiese e monumenti	3,18
12 Pioppi	3,15
13 Siepi	2,97
14 Strade interpoderali non asfaltate	2,91
15 Fabbricati rurali	2,58
16 Campi incolti	2,17

ASSENZA dei seguenti elementi	Punti
1 Autostrade	3,87
2 Capannoni e grandi centri commerciali	3,75
3 Tralicci	3,55
4 Agglomerati urbani	3,44
5 Campi abbandonati	3,23
6 Pale eoliche	2,80
7 Monocoltura	2,52
8 Case sparse	2,50



QUESTIONARIO

UN ESPERIMENTO DI ECONOMIA COMPORTAMENTALE DI FRONTE ALLE BELLEZZE DEL PAESAGGIO

1.1. Genere M F 1.2. Anno di nascita _____ 1.3. Comune di residenza _____

1.4. Quale scuola frequenti? _____

1.5. Qual è la professione di tuo padre?

lavoratore dipendente agricoltore pensionato
 imprenditore/lavoratore autonomo libero professionista altro

1.6. Qual è la professione di tua madre?

lavoratrice dipendente agricoltrice pensionata
 imprenditrice/lavoratrice autonoma libera professionista casalinga
 altro _____

1.7. Quante persone compongono la tua famiglia (te incluso)? _____

1.8. Fai parte di associazioni ambientaliste? sì no

1.9 Secondo te, quanto è importante la PRESENZA dei seguenti elementi per rendere particolarmente gradevole il paesaggio?

	Moltissima	Molta	Abbastanza	Poca	Nessuna
Siepi					
Boschi					
Pioppi					
Fabbricati rurali					
Campi coltivati					
Campi incolti					
Chiese e monumenti					
Corsi d'acqua					
Frutteti					
Presenza di più colture (mosaico)					
Oliveti					
Prati-pascoli					
Strade interpoderali non asfaltate					
Vigneti					
Montagne					
Piccoli villaggi in cima alle colline					

1.10 Secondo te, quanto è importante l'ASSENZA dei seguenti elementi per avere un paesaggio gradevole?

	Moltissima	Molta	Abbastanza	Poca	Nessuna
Agglomerati urbani					
Tralicci					
Autostrade					
Case sparse					
Monocoltura					
Campi abbandonati					
Pale eoliche					
Capannoni e grandi centri commerciali					

Situazione A:

Osservando i paesaggi delle foto che vengono proposte, esprimi per ciascuno quanto ti piace sulla scala nella tabella sottostante:





	Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
Foto 1					
Foto 2					
Foto 3					
Foto 4					
Foto 5					
Foto 6					
Foto 7					
Foto 8					

Situazione B:

Assaggia i succhi di frutta.

Osserva attentamente il luogo in cui è stata coltivata la frutta utilizzata per produrre il succo.

Esprimi per ciascun succo quanto ti piace sulla scala nella tabella sottostante:

		Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
	SUCCO 1					
	SUCCO 2					
	SUCCO 3					
	SUCCO 4					

Quale prezzo massimo saresti disposto a pagare una confezione da 250 ml di ciascuno dei succhi assaggiati? Indica un valore da 0 (zero, no acquisto) a 2 Euro sull'immagine del bicchierino.



Foto 1

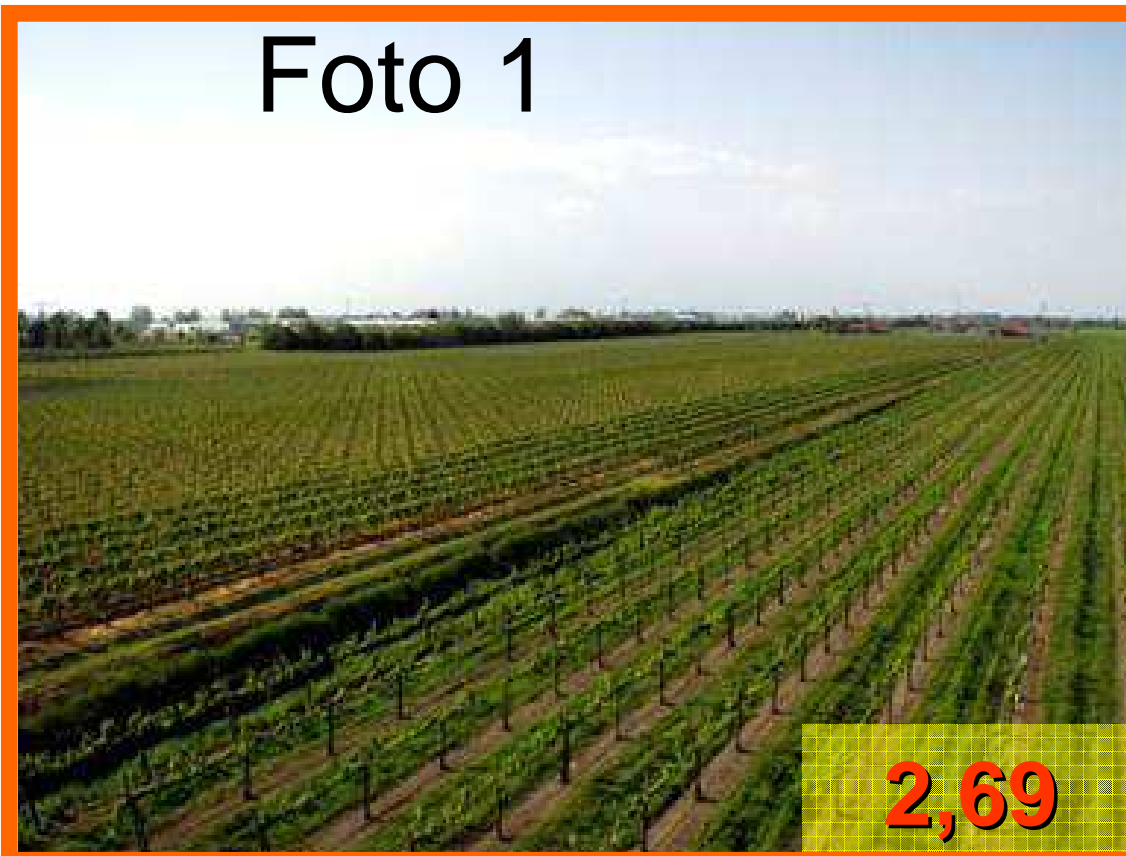


Foto 2



Foto 3



Foto 4





Foto 5



Foto 6



Foto 7



Foto 8





QUESTIONARIO

UN ESPERIMENTO DI ECONOMIA COMPORTAMENTALE DI FRONTE ALLE BELLEZZE DEL PAESAGGIO

1.1. Genere M F 1.2. Anno di nascita _____ 1.3. Comune di residenza _____

1.4. Quale scuola frequenti? _____

1.5. Qual è la professione di tuo padre?

lavoratore dipendente agricoltore pensionato
 imprenditore/lavoratore autonomo libero professionista altro

1.6. Qual è la professione di tua madre?

lavoratrice dipendente agricoltrice pensionata
 imprenditrice/lavoratrice autonoma libera professionista casalinga
 altro _____

1.7. Quante persone compongono la tua famiglia (te incluso)? _____

1.8. Fai parte di associazioni ambientaliste? sì no

1.9 Secondo te, quanto è importante la PRESENZA dei seguenti elementi per rendere particolarmente gradevole il paesaggio?

	Moltissima	Molta	Abbastanza	Poca	Nessuna
Siepi					
Boschi					
Pioppi					
Fabbricati rurali					
Campi coltivati					
Campi incolti					
Chiese e monumenti					
Corsi d'acqua					
Frutteti					
Presenza di più colture (mosaico)					
Oliveti					
Prati-pascoli					
Strade interpoderali non asfaltate					
Vigneti					
Montagne					
Piccoli villaggi in cima alle colline					

1.10 Secondo te, quanto è importante l'ASSENZA dei seguenti elementi per avere un paesaggio gradevole?

	Moltissima	Molta	Abbastanza	Poca	Nessuna
Agglomerati urbani					
Tralicci					
Autostrade					
Case sparse					
Monocoltura					
Campi abbandonati					
Pale eoliche					
Capannoni e grandi centri commerciali					

Situazione A:

Osservando i paesaggi delle foto che vengono proposte, esprimi per ciascuno quanto ti piace sulla scala nella tabella sottostante:





	Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
Foto 1					
Foto 2					
Foto 3					
Foto 4					
Foto 5					
Foto 6					
Foto 7					
Foto 8					

Situazione B:

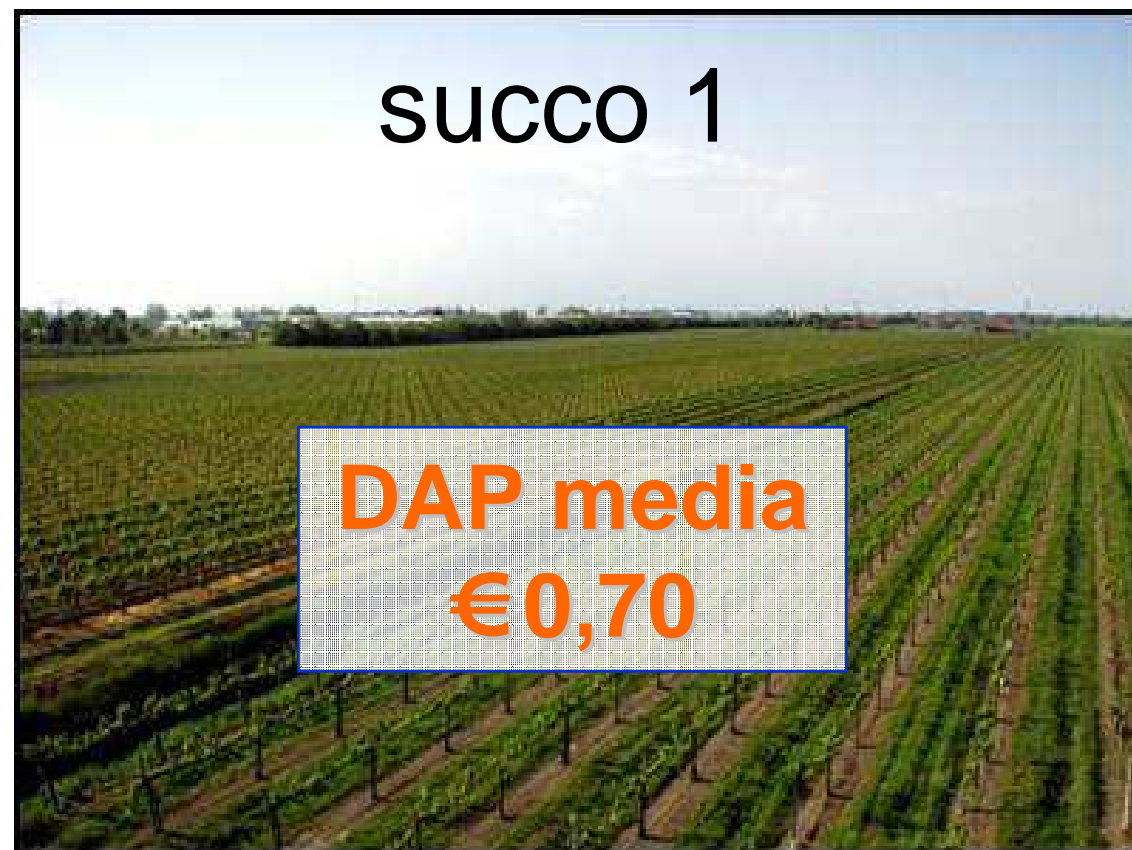
Assaggia i succhi di frutta.

Osserva attentamente il luogo in cui è stata coltivata la frutta utilizzata per produrre il succo.

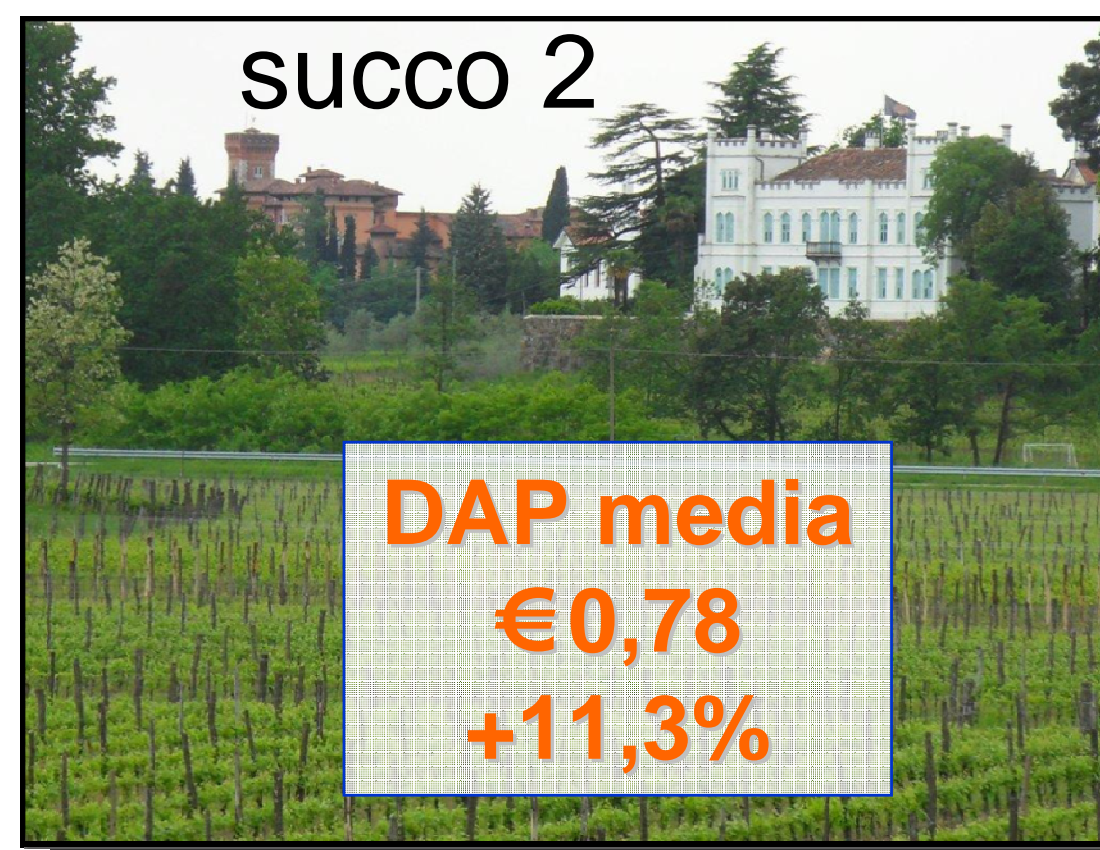
Esprimi per ciascun succo quanto ti piace sulla scala nella tabella sottostante:

		Moltissimo	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
	SUCCO 1					
	SUCCO 2					
	SUCCO 3					
	SUCCO 4					

Quale prezzo massimo saresti disposto a pagare una confezione da 250 ml di ciascuno dei succhi assaggiati? Indica un valore da 0 (zero, no acquisto) a 2 Euro sull'immagine del bicchierino.



Succo d'uva







CONCLUSIONI

Non si può fare politica del paesaggio

- a) senza **educare** al paesaggio e senza condivisione (scelte elitarie nel lungo periodo sono sempre perdenti)
- b) senza **valutare** i benefici della conservazione (cosa riceve la popolazione in cambio dei vincoli?) e i fattori che li determinano



CONCLUSIONI

- c) senza **strumenti** di pianificazione “forti” di livello sovra-comunale, regionale o statale
- d) senza **incentivi** per la conservazione erogati in modo coordinato alle previsioni dei piani paesaggistici e rivolti principalmente alla salvaguardia dei paesaggi culturali



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon – S.Troiano
DIES – Università di Udine
Buttrio (UD) 25.5.2015

La valorizzazione economica
dei paesaggi legati alla
produzione agricola

GRAZIE PER L'ATTENZIONE
GRACIIS PE ATENZION

troiano@uniud.it
marangon@uniud.it