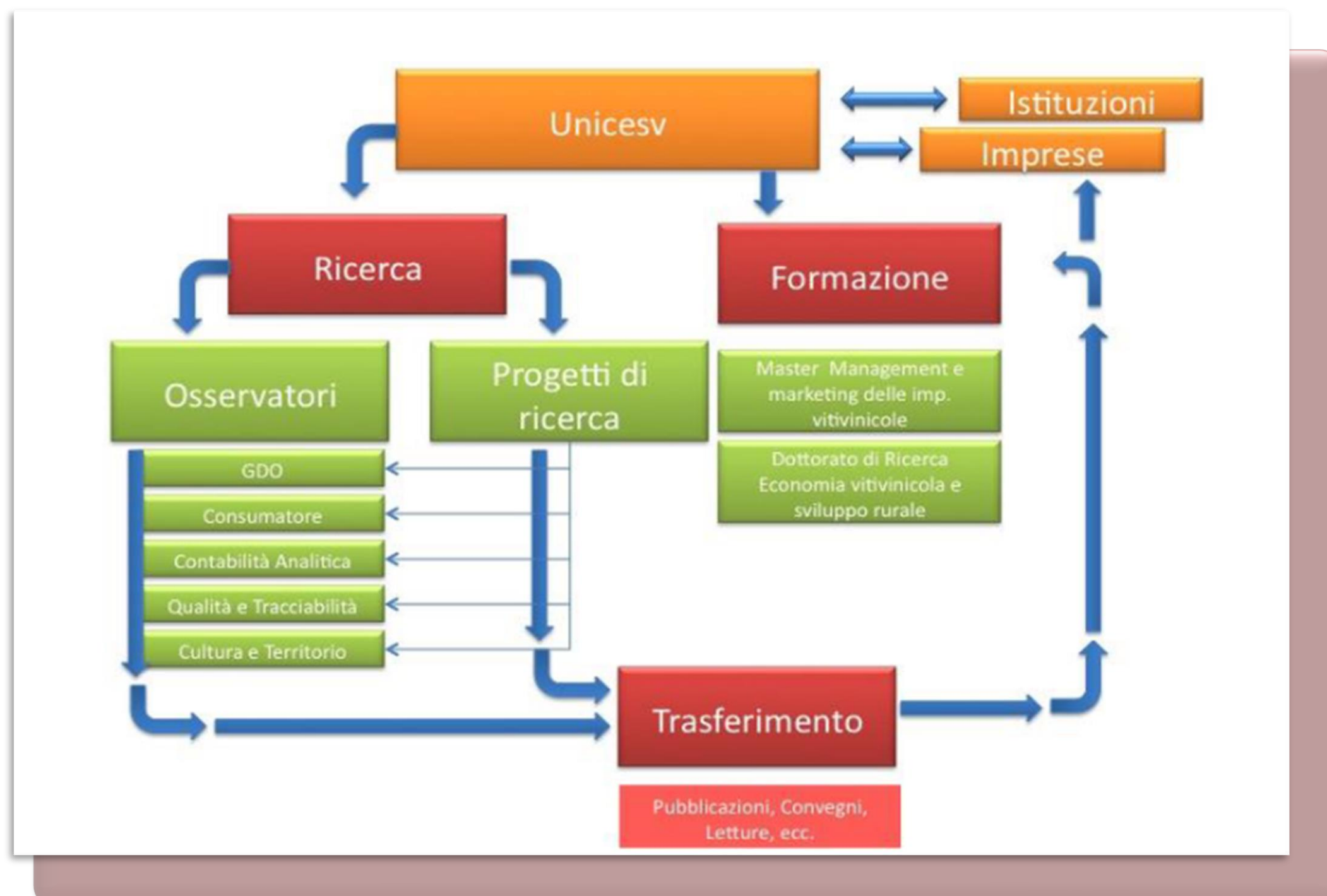




Sezione di Economia Agraria

# CENTRO UNIVERSITARIO DI RICERCA E FORMAZIONE PER LO SVILUPPO COMPETITIVO DELLE IMPRESE DEL SETTORE VITIVINICOLO ITALIANO - UNICESV

Il centro si impegna a promuovere pratiche e iniziative che contribuiscano a ridurre l'impatto ambientale della produzione di vino, migliorare la sostenibilità economica delle aziende vinicole e aumentare la consapevolezza dei consumatori riguardo alle scelte.



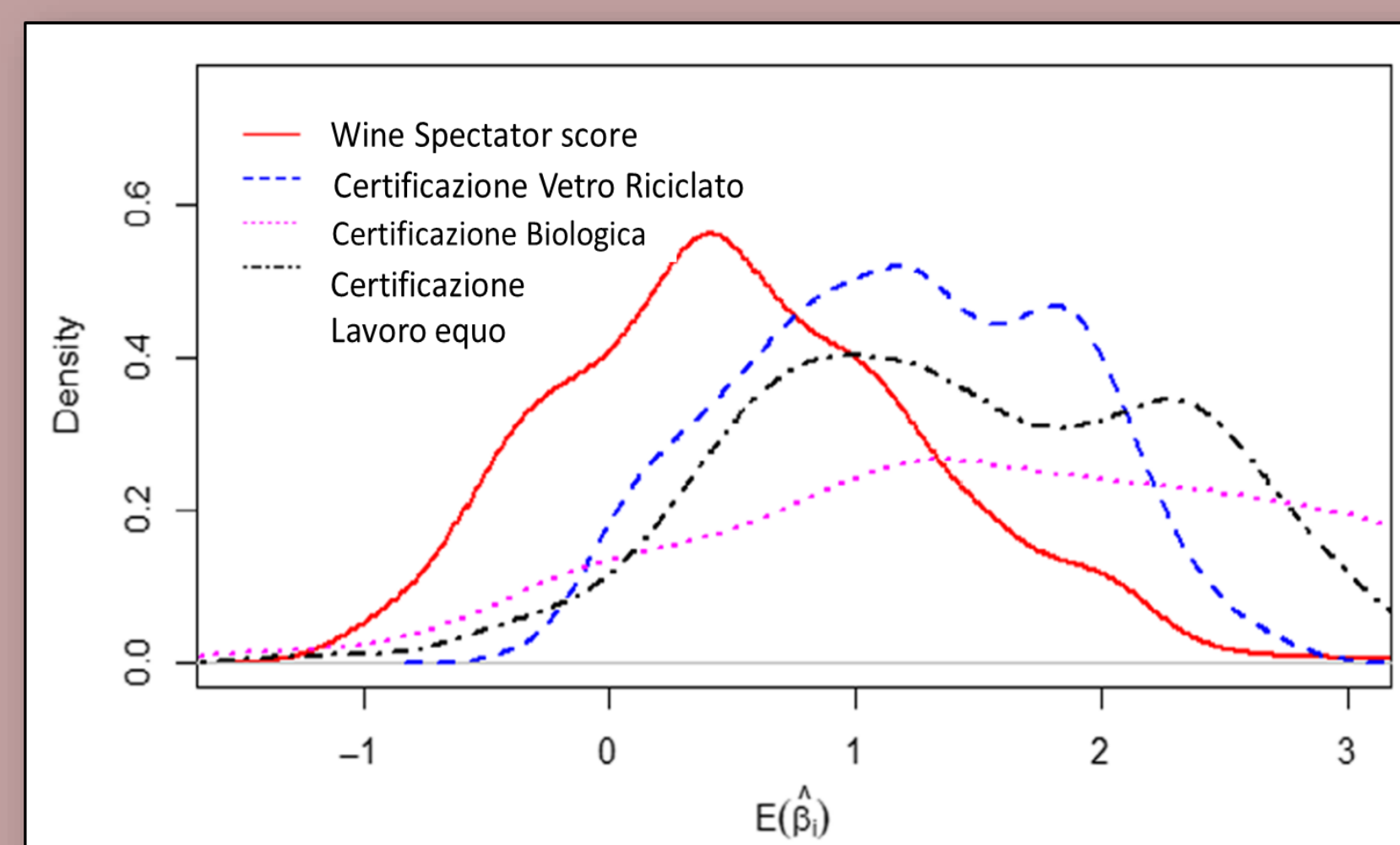
Coerentemente con tali obiettivi, il Centro si è organizzato in cinque Osservatori permanenti che rappresentano altrettante cinque linee di ricerca:

1. L'Osservatorio nazionale del mercato del vino nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO) monitorizza ed esamina i rapporti tra sistema produttivo vitivinicolo italiano e moderna distribuzione;
2. L'Osservatorio Consumatore e Mercato rivolto allo studio diretto delle preferenze dei consumatori e delle loro tendenze rispetto ai prodotti vitivinicoli;
3. L'Osservatorio di Contabilità Analitica sviluppato in collaborazione con alcuni Consorzi di Tutela, è rivolto allo sviluppo e alla diffusione degli strumenti di analisi contabile a supporto delle imprese vitivinicole;
4. L'Osservatorio Qualità e Tracciabilità riunisce i principali attori pubblici e privati che in vario modo concorrono a gestire il complesso sistema preposto al controllo della filiera vitivinicola;
5. L'Osservatorio Cultura e Territorio dedicato all'analisi delle capacità che la produzione vitivinicola ha di caratterizzare la storia e l'assetto territoriale di molti contesti del nostro Paese.

## L'attività di ricerca del centro

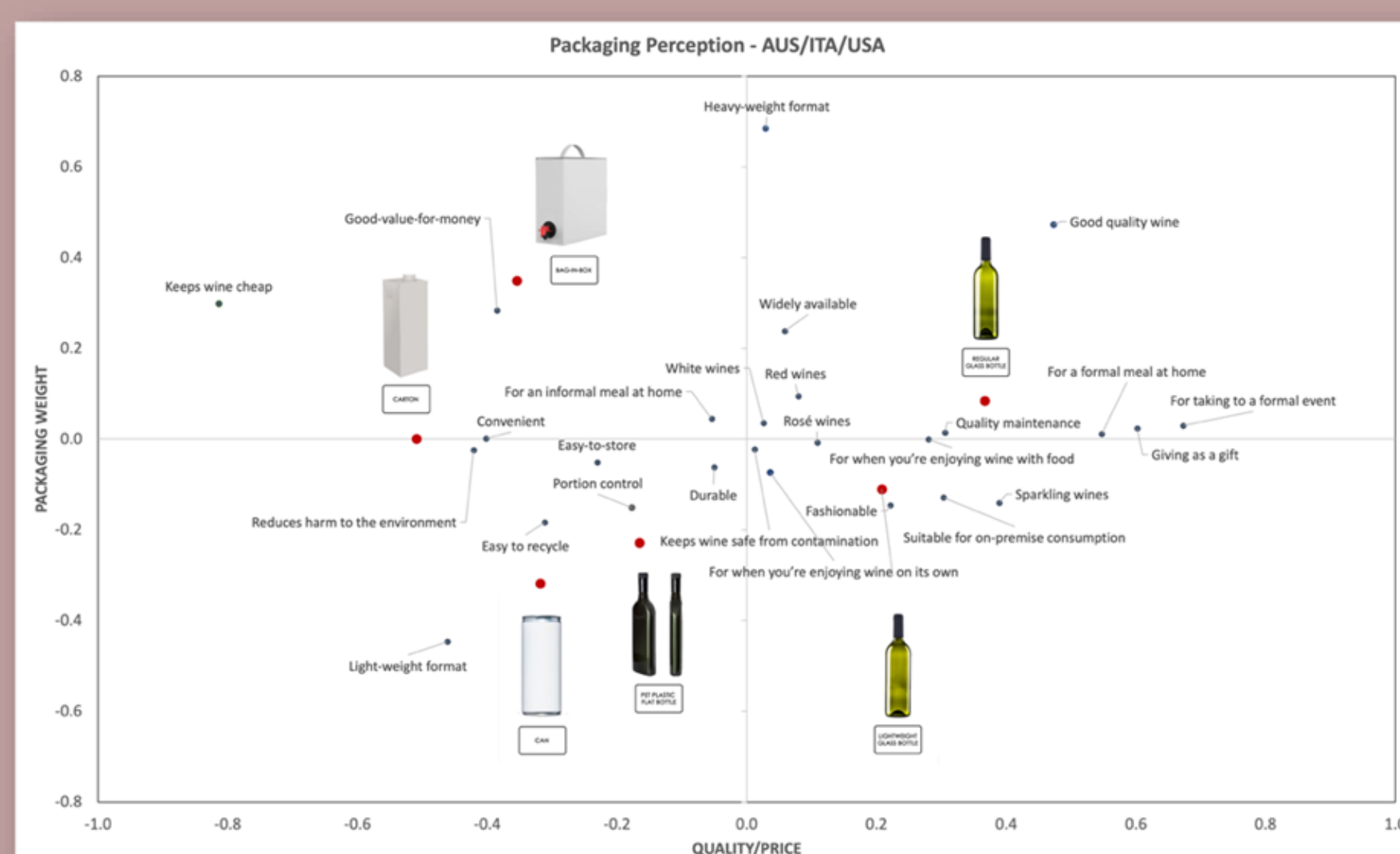
Analisi delle preferenze e della disponibilità a pagare dei consumatori per gli attributi del vino

	PREFERENZE	DISPONIBILITÀ A PAGARE
Biologico	1.90*** (s.d. 1.80***)	9.58*** (s.d. 8.89***)
Lavoro Equo	1.41*** (s.d. 1.25***)	7.42*** (s.d. 6.01***)
Vetro riciclato	1.19*** (s.d. 1.80***)	5.59*** (s.d. 4.33***)
Wine Spectator Score	0.51*** (s.d. 1.80***)	2.90*** (s.d. 4.84***)
Prezzo	-0.18***	
Non-scelta	-4.43***	-24.81***
Biologico + Lavoro Equo	-0.53***	-2.39***
Biologico + Riciclato	-0.59***	-2.56***
Riciclato + Lavoro Equo	-0.15	-0.56



Piracci, G., Boncinelli, F., & Casini, L. (2022). Wine consumers' demand for social sustainability labeling: Evidence for the fair labor claim. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 44(4), 1742-1761.

Percezione dei consumatori per il packaging del vino: un'analisi comparativa tra Australia, Italia e US



Corsi, A. M., Dominici, A., Lockshin, L., Tach, L., & Casini, L. (2023). How consumers perceive different wine containers. *Australia's Wine Business Magazine*, pp. 32-34, November/December 2023)

Conduzione di esperimenti di scelta e aste sperimentali con i consumatori



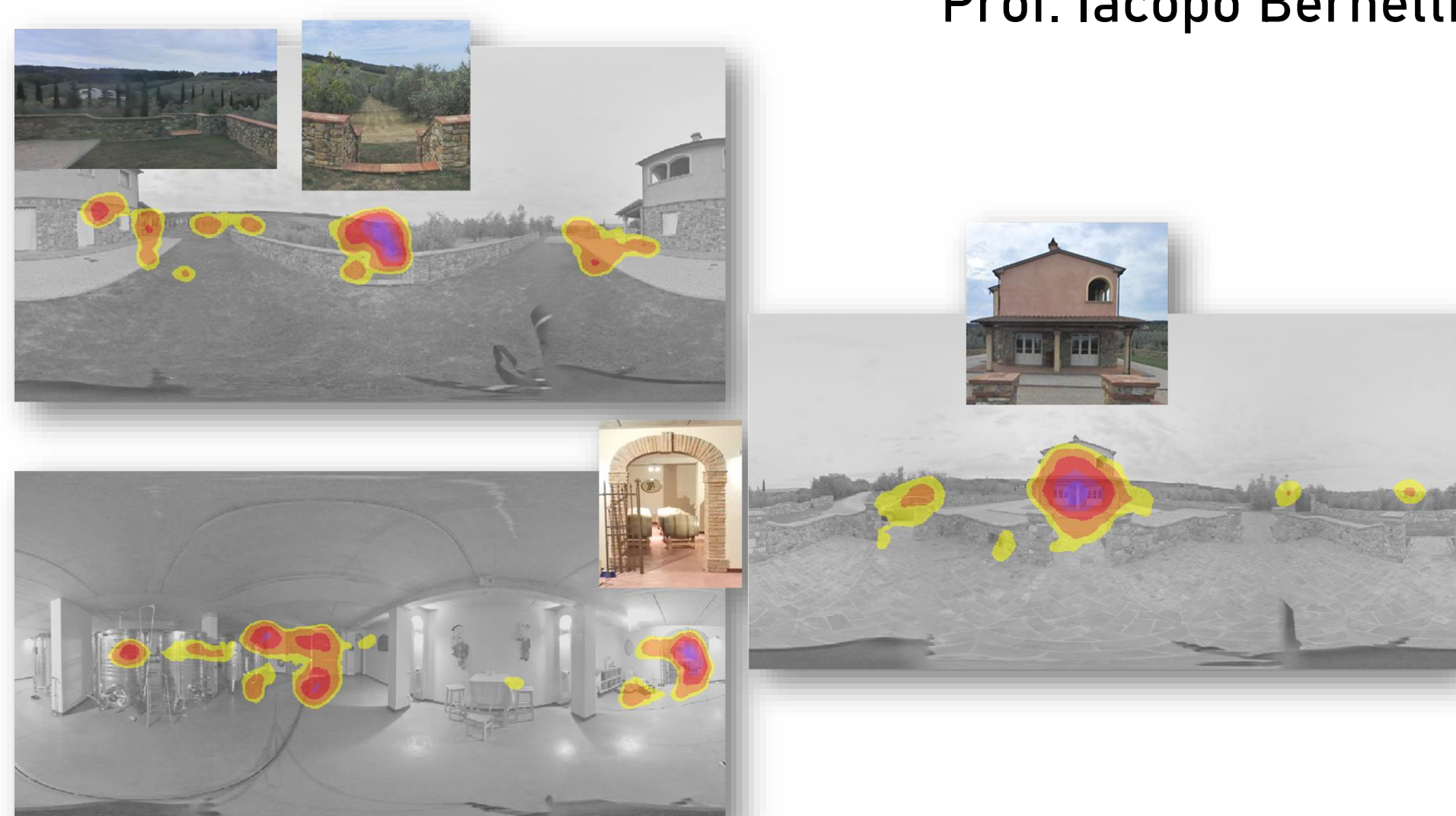
Scozzafava G., Dominici A., Boncinelli F., Canuti V., & Casini, L. Bottled or boxed wine? Evidence from an experimental auction

## Laboratorio di Valutazione Percettiva

Il laboratorio di Valutazione Percettiva (PercLab) è articolato in due sezioni:

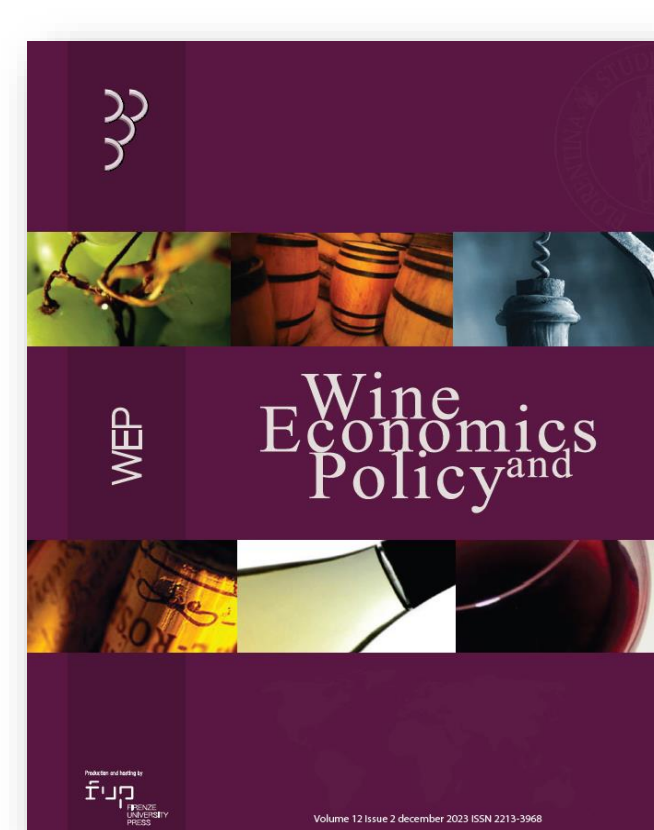
- la sezione VR applica metodologie di Realtà Virtuale (VR), Realtà Aumentata (AR) e Realtà Mista (MR) alla valutazione e al marketing del settore vitivinicolo,
- la sezione Neuromarketing applica metodi neuroscientifici al marketing, allo scopo di analizzare i processi inconsapevoli che avvengono nella mente del consumatore e che influiscono sulle decisioni di acquisto o sul coinvolgimento emotivo nei confronti di un brand.

Coordinatore del Laboratorio:  
Prof. Iacopo Bernetti

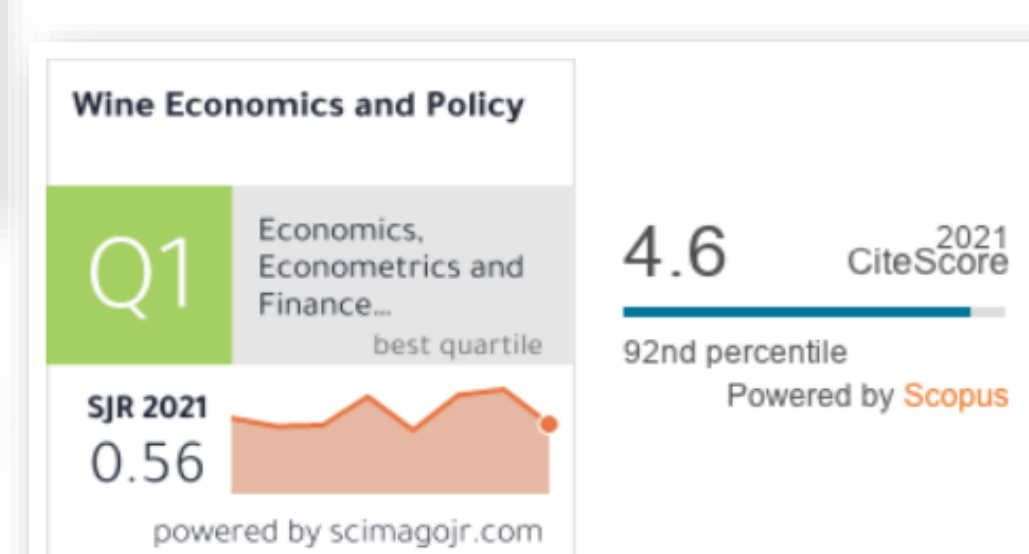


## La rivista Wine Economics and Policy

WEP è una rivista internazionale e interdisciplinare nata nel 2012. La sua missione è fornire una piattaforma per accademici e professionisti interessati all'economia e alla politica del vino e contribuire al dibattito sulle sfide del settore a livello mondiale. Le tematiche di interesse riguardano tutti gli aspetti economici del settore vitivinicolo, dalla produzione e l'efficienza delle aziende alla competitività dei prodotti sui mercati.



OPEN ACCESS



Editor in Chief:  
Prof. Nicola Marinelli, University of Florence, Italy  
Co Editors in Chief:  
Prof.ssa Caterina Contini, University of Florence, Italy  
Prof. Eugenio Pomarici, University of Padova, Italy

## Master in Management e Marketing delle imprese vitivinicole

Il Master, istituito nel 2000, ha lo scopo di offrire una opportunità di aggiornamento per coloro che già operano nel settore, ovvero formare coloro che intendono inserirsi nel settore vitivinicolo, fornendo loro le metodologie e gli strumenti appropriati, con particolare riferimento alle specificità produttive, alle condizioni di mercato e alla gestione dell'impresa vitivinicola.

Coordinatore del Master:  
Prof. Leonardo Casini.

