



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



FONDO EUROPEO DI
SVILUPPO REGIONALE



PROGRAMMA ALCOTRA
2007-2013



Camera di Commercio
Cuneo



IL LEGAME TRA PRODOTTI TIPICI E TERRITORIO

a cura di **Marta Rossato**, dipartimento **Ricerca Is.Na.R.T.**

21 Maggio 2012

Le produzioni agroalimentari e l'artigianato tipico della provincia di Cuneo

un importante
patrimonio

- ✓ 25 tra ortaggi, frutta e legumi
- ✓ 17 formaggi
- ✓ 7 tra salumi e insaccati
- ✓ 15 diversi vini
- ✓ 8 prodotti dell'artigianato tipico



per ricchezza della produzione



per la capacità di evocare la storia e l'identità dei luoghi



per il potenziale turistico che possono attivare

L'indagine

In coerenza con la **valorizzazione dei prodotti tipici** del territorio, promossa dalla Camera di commercio di Cuneo, è stata svolta un'**indagine** avente per oggetto i comportamenti di consumo della clientela in merito alla **conoscenza** e all'**acquisto** delle produzioni tipiche locali.

Sono state somministrate interviste in occasione di fiere/ eventi e nei pressi di negozi tipici in provincia di Cuneo, sia a residenti della provincia, sia a turisti residenti in altre province piemontesi ed italiane, sia a turisti stranieri.



1° DATO RILEVANTE

circa il 90% degli intervistati ha acquistato almeno una volta uno dei prodotti tipici della provincia di Cuneo segnalati nel progetto

La provenienza dei turisti e le scelte di acquisto

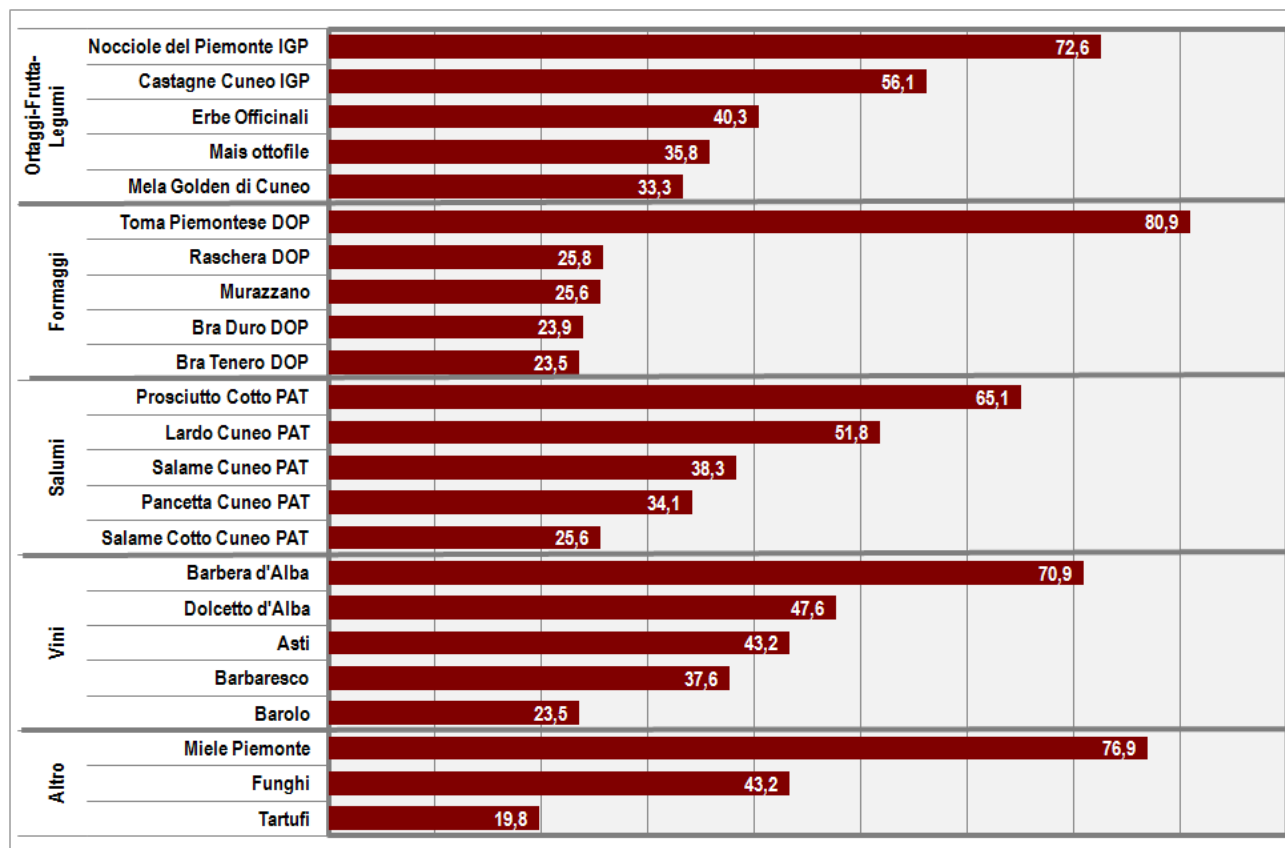
Il portafoglio d'acquisto dei prodotti tipici è legato alla provenienza del consumatore, che ha effetti indiscussi sulla conoscenza dell'offerta locale. Per alcuni prodotti gli stranieri si rivelano degli ottimi acquirenti, più degli italiani e degli stessi residenti in provincia.

Gli acquisti dei residenti in:	provincia di Cuneo	Piemonte (altre prov)	Italia	Estero
Gastronomia	57,9%	56,1%	74,1%	57,1%
Artigianato	22,6%	17,1%	3,7%	52,4%
Vini	14,2%	36,6%	14,8%	38,4%

- ✓ le nocciole del Piemonte IGP (73%)
- ✓ la Toma piemontese DOP (81%)
- ✓ il Barbera d'Alba DOC (71%)
- ✓ il prosciutto cotto PAT (65%)

i prodotti più acquistati, le **icone del territorio**, hanno un apprezzamento che non conosce confini

I prodotti più acquistati



Oltre ai prodotti più noti, il mercato e la conoscenza delle tipicità locali sono floridi per una vasta gamma di prodotti

Oltre la conoscenza del prodotto: il mercato effettivo

Nonostante l'indiscussa fama dei prodotti tipici della provincia di Cuneo, nella maggioranza dei casi gli **acquisti** sono **sporadici**, ossia avvengono soltanto una volta l'anno.



influisce sicuramente la reperibilità del prodotto, che per i consumatori (soprattutto non residenti) non è sempre a portata di mano



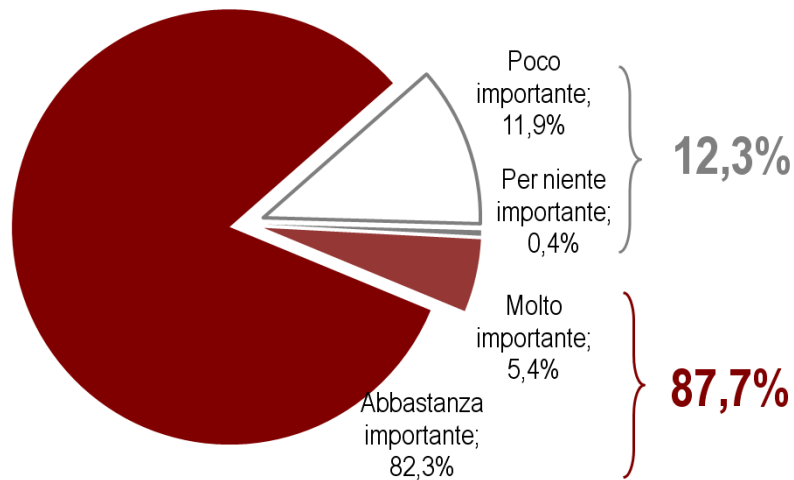
la stagionalità non è rilevante, poiché la ridotta frequenza degli acquisti si riferisce anche i prodotti disponibili per lunghi periodi o per tutto l'anno



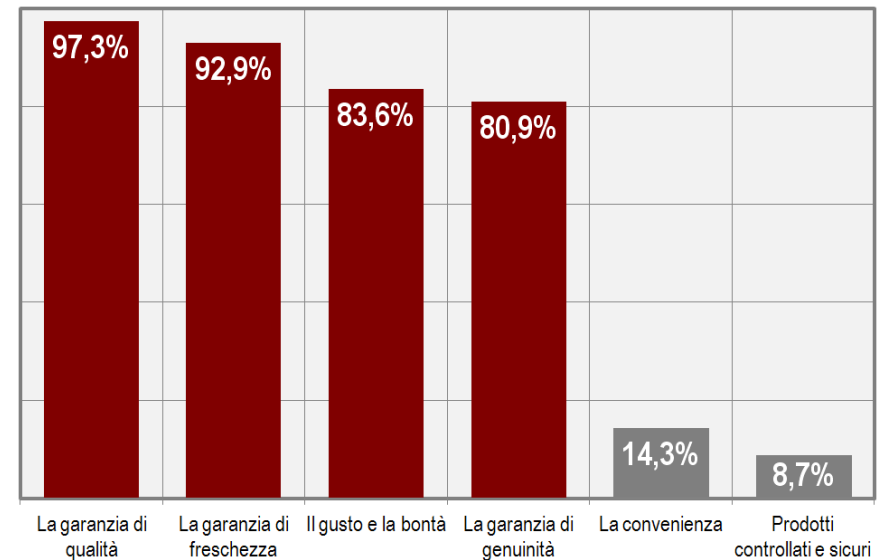
spesso i prezzi vengono percepiti come troppo costosi e rappresentano un ostacolo all'acquisto

Le motivazioni di acquisto dei consumatori, effettivi e potenziali

Per gli intervistati,
acquistare prodotti tipici è:

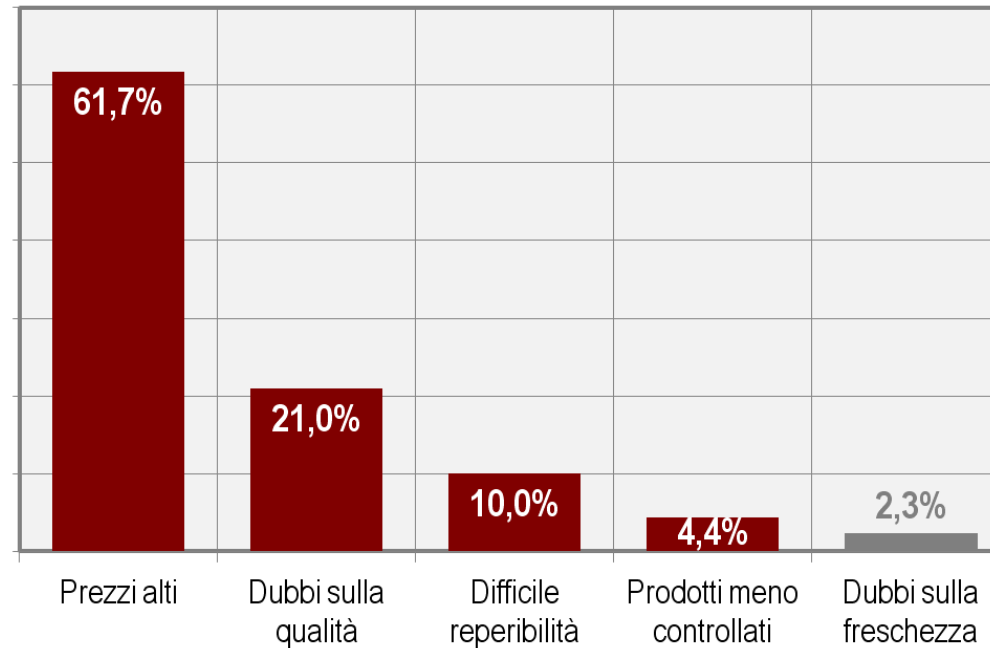


e le motivazioni principali per farlo sono:



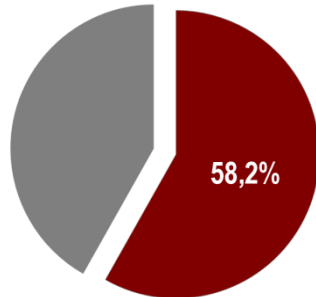
9 consumatori su 10 ritengono importante l'acquisto di prodotti tipici locali;
qualità, freschezza, gusto e genuinità sono le motivazioni prevalenti per farlo.

Gli ostacoli all'acquisto

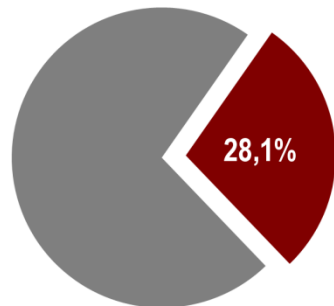


Sebbene lo scetticismo sulla qualità dei prodotti sia poco diffuso, la motivazione principale del mancato acquisto di un prodotto tipico locale è il **prezzo troppo elevato**, che inibisce il riconoscimento dell'importanza e la fama dei prodotti.

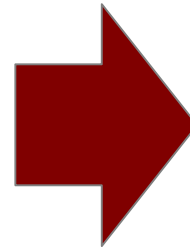
Il potenziale turistico dell'enogastronomia locale



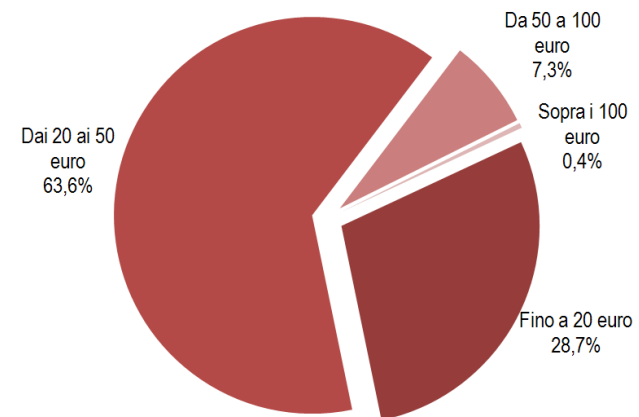
... la quota di coloro che, visitando un territorio come turisti o escursionisti, acquisterebbero un prodotto tipico locale



... la quota di coloro che vi abbinerebbe anche un prodotto dell'artigianato tipico

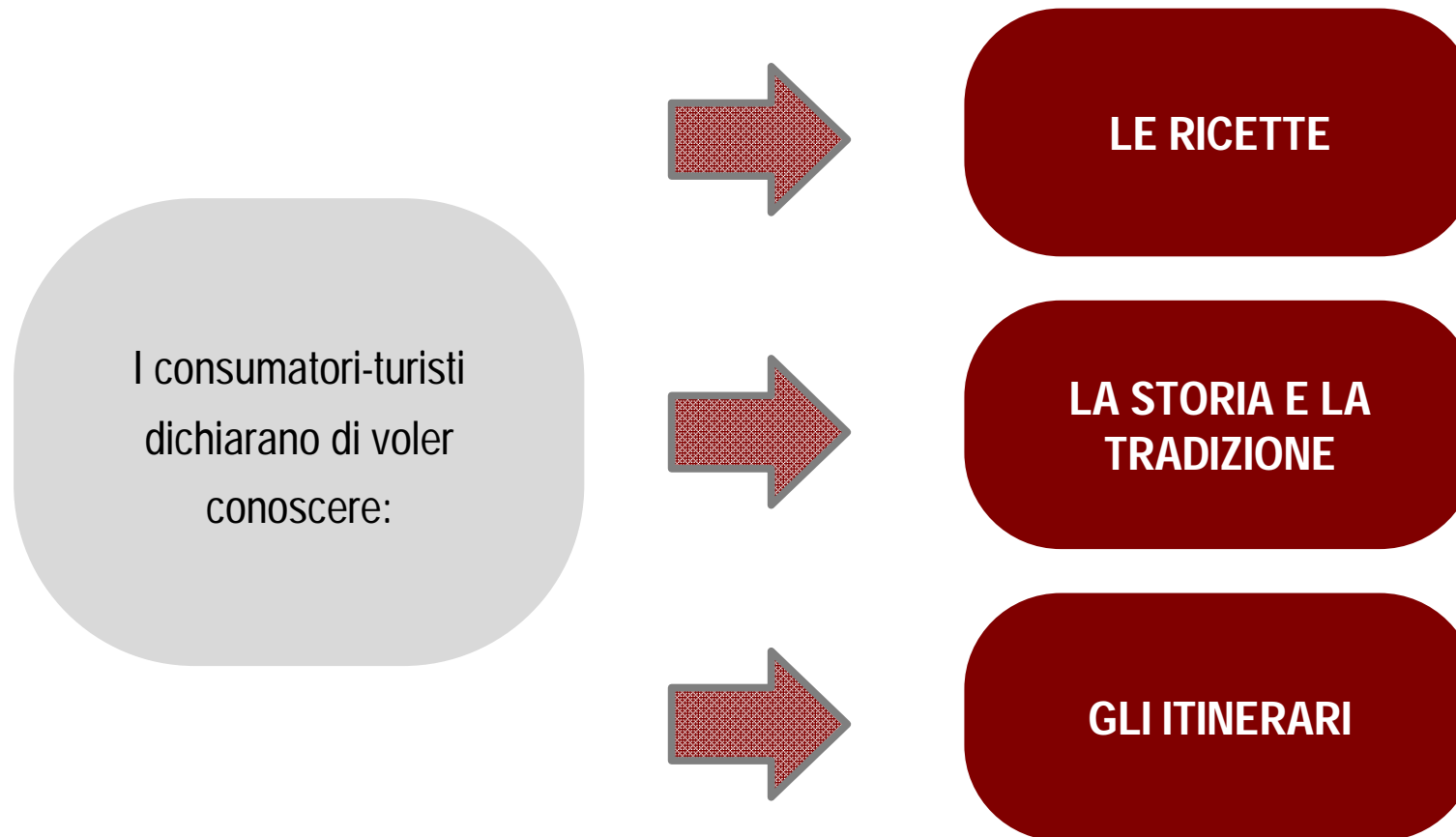


La spesa durante la visita/vacanza

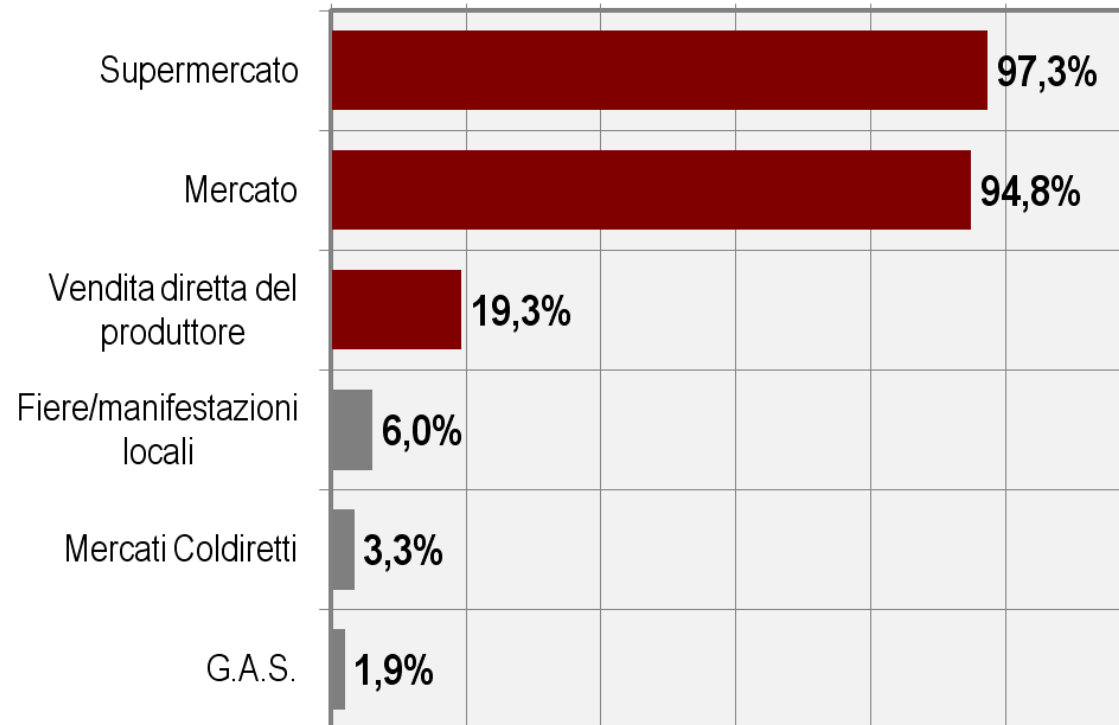


Oltre 6 intervistati su 10 sono disponibili a spendere tra i 20 ed i 50 €. Tra gli stranieri esistono nicchie più consistenti di big-spenders.

Il potenziale turistico dell'enogastronomia locale



I canali di acquisto privilegiati dai consumatori



La rete della distribuzione dei prodotti locali fa emergere, come principali canali di vendita, **supermercati** e **mercati**. La vendita diretta avviene solo nel 19,3% dei casi mentre le altre modalità di acquisto sono ancora poco diffuse.

I canali di comunicazione

Canali di comunicazione

(% sul totale intervistati, possibili più risposte)

	Canali di conoscenza	Canali ritenuti affidabili	Canali ricchi di informazioni
Pubblicità	54,5	40,3	21,8
Mostre, convegni, fiere	39,1	31,0	2,5
Informazioni su Internet	39,1	56,5	30,6
Trasmissioni televisive	28,7	11,4	48,4
Articoli su periodici e quotidiani	20,0	19,1	4,8
Guide turistiche	7,5	6,9	2,7
Film/Documentari	4,0	3,5	1,0
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	2,5	2,3	4,0
Libri/T esti (non di turismo)	2,3	4,2	1,0
Altro	0,2	2,5	0,8

Dal punto di vista della comunicazione a distanza, il canale più efficace è ancora la pubblicità tradizionale, seguita da fiere ed Internet che però viene ritenuto il canale più affidabile per la correttezza delle informazioni. Le trasmissioni televisive invece sono considerate le più ricche di contenuti informativi.

La garanzia di tipicità per una maggiore diffusione dei prodotti

Comunicare la qualità

Inserimento in corner dedicati

Foto e immagini del
produttore nel packaging

Interventi sul packaging
(semplicità, ecologia, etc.)

Ma soprattutto

**Istituzione di Marchi di
Tutela e Prodotto di
Origine**

**Esperienza personale
e passaparola**



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



alcotra
PROGRAMMA ALCOTRA
2007-2013



Camera di Commercio
Cuneo



Focus on..

Gli stili di consumo...				
	in provincia di Cuneo	in Piemonte	in altre regioni italiane	all'estero
acquistano prodotti locali quando visitano un territorio	il 54%	il 68%	il 73%	il 66%
acquistano i prodotti locali per..	la garanzia di qualità la freschezza il gusto	la garanzia di qualità la freschezza il gusto	la garanzia di qualità la freschezza il gusto	la garanzia di qualità la freschezza il gusto
solitamente acquistano	alimentari - 58% artigianato - 23% oggettistica - 17% vini - 14%	alimentari - 56% vini - 37% artigianato - 17%	alimentari - 74% oggettistica - 41% vini - 15%	alimentari - 57% artigianato - 52% vini - 38%
dove li acquistano	al mercato al supermercato	al mercato al supermercato	al mercato al supermercato	al mercato al supermercato
spendendo..	dai 20 ai 50 €	dai 20 ai 50 €	fino a 20 €	dai 20 ai 50 €
chi acquista direttamente dal produttore	il 23%	il 12%	l'8%	il 6%

...Gli stili di consumo

	in provincia di Cuneo	in Piemonte	in altre regioni italiane	all'estero
la ricerca della tipicità è più forte..	per i formaggi per i vini	per i formaggi per i vini	per le carni per i vini	per i formaggi per i vini
chi consumerebbe più prodotti locali	il 52%	il 41%	il 60%	il 58%
consumerebbero più prodotti locali solo..	a parità di prezzo - 79%	a parità di prezzo - 68%	a parità di prezzo - 50% per la garanzia dell'origine locale - 42%	se facilmente reperibili - 41% a parità di prezzo - 35%
chi non acquista i prodotti locali è perché..	li giudica troppo costosi	li giudica troppo costosi	non si fida della qualità	li giudica troppo costosi li giudica difficili da reperire
cosa vorrebbero conoscere in più	le ricette	la storia e la tradizione	la storia e la tradizione gli itinerari legati al prodotto	la storia e la tradizione gli itinerari legati al prodotto



Grazie dell'Attenzione