

foodfest2017

Quando un prodotto tipico trascina un territorio.

Casi studio di aree geografiche che diventano famose grazie alla comunicazione dei prodotti alimentari.

Regione Piemonte



Peperò la sagra del peperone di Carmagnola e la Mostra regionale a Usseglio della toma di Lanzo e dei formaggi di alpeggio sono due eventi che:

- promuovono due prodotti eccellenti della gastronomia piemontese (PAT)
- offrono un'immagine del territorio fatto di quei prodotti e di cultura e di storia
- si affermano quindi come prodotti di richiamo per il turismo sia gastronomico che culturale.

**toma di Lanzo a Usseglio
peperone di Carmagnola**

impatto economico sul territorio

- Peperò 2016: circa 5 milioni di euro
- Mostra della toma di Lanzo: 100mila euro

visitatori sul territorio

- Peperò 2016: 250mila visitatori
- Mostra della toma di Lanzo: 15mila visitatori

Fonte dei dati: ricerca del team di ricercatori dell'Università di Lille 1 e dell'Università Bocconi, del Politecnico di Milano, con la partecipazione del Laboratoire d'Économie Experimentale de Strasbourg (LEES) dell'Université de Strasbourg (Francia) e dei Laboratori d'Économie Experimental (LEE) dell'Universitat Jaume I Castellón (Spagna). Studio presentato il 14/11/2016, Palazzo della Regione Piemonte

Ricadute sul territorio

Tra i risultati emergono:

- rispetto al 2015: +9% di presenze di turisti italiani e stranieri a Carmagnola nei giorni della sagra
- un aumento della percentuale di partecipanti provenienti da fuori Provincia di Torino
- alla Mostra regionale della Toma di Lanzo, oltre il 40% dei visitatori intervistati sono ‘nuovi’ e tre su quattro dichiarano che la qualità della mostra è elevata (evento in espansione).

**eventi nazionali culturali
gastronomici di successo**



- “L’Italia è il paese più amato dai turisti enogastronomici” in particolare Tedeschi, Cinesi e Americani.

(World Food Travel Association, *Food Travel Monitor 2016*)

- Concorrono alla valutazione positiva dell’Italia: patrimonio artistico (79%) bellezze naturali e cucina (75%), la qualità dei prodotti locali (69%).
- Acquisti dei turisti stranieri: alimentari (59%) e vini (54%).
- Agriturismi in crescita: 22mila aziende, 18mila alloggi e 244 posti letto.
- Presenze: 11 milioni di cui 57% straniera con un tasso di crescita del 20% negli ultimi 5 anni.

(Unicredit e Touring Club Italiano, *Rapporto sul turismo 2016*)

Food&Wine to travel Italy

L'enogastronomia è il prodotto turistico che rende competitiva la regione a livello europeo, soprattutto le colline:

- 733mila arrivi = +4%
- 1,6 milioni di pernottamenti = +3,8%
- Mercato estero: +6,4% arrivi e +5,2% presenze
- I turisti stranieri rappresentano il 46% degli arrivi e il 50% delle presenze: soprattutto Svizzera, Germania e Benelux
- Mercati extraeuropei: crescita USA del 10% e Cina del 16%
- Spesa media pro capite: 188€ per turista straniero e 105€ per turista italiano.

dati nel comparto enogastronomico rispetto al 2015

Fonte Osservatorio Turistico Regionale

Food&Wine to travel

Piemonte

- 2006-2015: presenze cresciute del 23,32%
- 2014-2015: presenze cresciute del 4,75%
- 2015: +41,75% di arrivi dal 2006 e +5,72% dal 2014
- 2015: oltre 4,5 mln di turisti e più di 13 mln di presenze

Fonte Osservatorio Turistico Regionale

Piemonte turistico



Il patrimonio vitivinicolo piemontese conta su:

- 45.000 ettari di vigneto
- 2,5 milioni di ettolitri di vino (produzione annuale)
- 54 cantine cooperative
- 17 vini DOCG e 42 DOC che equivalgono all'85% della produzione regionale, derivante per la maggior parte da una ventina di vitigni autoctoni
- 14 consorzi di tutela DOCG e DOC
- 14 enoteche regionali e 33 botteghe del vino
- 7 strade del vino

Offerta Piemonte_Wine

L'Unione Europea riconosce al Piemonte 21 tra DOP e IGP:

- 9 prodotti DOP del settore lattiero caseario 6 esclusivamente piemontesi (Bra, Castelmagno, Roccaverano, Murazzano, Toma piemontese, Raschera) e 3 interregionali (Gorgonzola, Grana padano, Taleggio)
- 2 DOP e 3 IGP del settore carne e relative preparazioni, di cui 2 prodotti regionali (Crudo di Cuneo DOP e Salame Piemonte IGP) e 3 interregionali (Mortadella Cremona IGP, Salame Cremona IGP e Salamini italiani alla cacciatora DOP)
- 1 DOP del pescato (Tinca gobba dorata del Pianalto di Poirino)
- 5 IGP del settore ortofrutticolo (Castagna Cuneo, Marrone della Val di Susa, Mela rossa Cuneo, Nocciola del Piemonte, Fagiolo Cuneo)
- 1 DOP del settore cerealicolo (Riso di Baraggia biellese e vercellese).

Offerta Piemonte_Food

- DOCG denominazione di origine controllata e garantita
- DOC denominazione di origine controllata
- DOP denominazione di origine protetta
- IGP indicazione geografica protetta
- PAT prodotti agroalimentari tradizionali
- BIO prodotti biologici

Sistemi di qualità



- Nocciola del Piemonte o Nocciola Piemonte IGP Reg. UE 6/9/2103
- 12/12/2016 viene modificato il DM 4/10/2016 per cui “Tonda Gentile Trilobata” è sinonimo (e non varietà) della “Tonda Gentile”
- “tonda gentile delle Langhe”. Il tentativo di globalizzare il prodotto porta in confusione il consumatore
- Argentina (rinuncia 2006)
- Olanda (iscrizione 2012)

- Vitelloni piemontesi della coscia (esclusa parte delle aree del nord Piemonte) > prossima IGP
- Ossolano (formaggio delle Valli Ossolane) > prossima DOP

Nocciola Piemonte

**Per trascinare un
territorio, un prodotto
deve essere DOP o IGP?
Non necessariamente:
il tartufo è prodotto
spontaneo
!**



- 1984: l'Associazione Verace Pizza Napoletana punta a definire un codice per la certificazione di qualità da rilasciare solo ai pizzaioli che rispettino la tradizione > tutelare il made in Italy contro l'italian sounding, sostenendo la pratica per il riconoscimento europeo delle pizze marinara e margherita
- La Pizza Napoletana è stata riconosciuta dall'UE nel 2010 STG Specialità Tradizionale Garantita (presente sul mercato nazionale da almeno 30 anni)
- 4 marzo 2016: “l'arte dei pizzaiuoli napoletani” candidata a diventare patrimonio culturale immateriale dell'umanità
- In autunno 2017: la decisione di UNESCO.

#pizzaUnesco

- Per l'intero periodo fascista è un piatto regionale. Secondo la guida 'Ristoranti d'Italia' (1938) le pizzerie si trovano in abbondanza a Napoli (180 con tavoli e 210 d'asporto) ma in nessun altro luogo d'Italia, fatta eccezione per Milano, dove la prima pizzeria apre nel 1929.
- 1947, New York Times: La pizza potrebbe essere uno spuntino popolare come l'hamburger, se solo gli americani la conoscessero. (500 pizzerie nel 1934 > 20.000 nel 1956).
- 1953, Times: La saporitissima pizza minaccia la preminenza di hot dog e hamburger
- Primi anni '50: un gruppo di giovani immigrati di Tramonti (SA) apre un'attività di produzione casearia e una pizzeria a Novara > la diffusione delle pizzerie.

Patrimoni italiani _ SGI

La pizza: tradizione e rinnovamento di un cibo globale, Elena dell'Agnesè



- 2012: Giacomo Oddero lancia la candidatura della Cultura del Tartufo per la lista beni immateriali Unesco, convenzione 2003
- 2013: in accordo con l'Associazione Nazionale Città del Tartufo viene presentato al Ministero delle Politiche Agricole la prima candidatura
- 2014: candidatura integrata con uno studio antropologico dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo
- “La cultura del tartufo: conoscenze e pratiche di un patrimonio immateriale vivente” candidatura presentata dall'Associazione Nazionale Città del Tartufo, formata da istituzioni di Comuni, Comunità montane, Province e Regioni, con il contributo del Centro Nazionale Studi Tartufo di Alba.

#tartufoUnesco

Da Alba a Bagnoli Irpino, il tartufo è:

- **comunità**, perché l'uomo conosce e utilizza elementi della natura (cani, maiali, mosche) per la cerca e per l'addomesticamento del cane
- **sostenibilità**, rispetto della natura, cura del sottobosco, ricopertura della buca da cui si è estratto il fungo ipogeo

Rilevante la presenza da più di 80 anni (se si considera il caso della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco di Alba) di Mostre Mercato Regionali e Nazionali che si aprono al turismo enogastronomico

In autunno 2017: la decisione di UNESCO.

#tartufoUnesco

- PIEMONTE Langhe e Roero, Monferrato Astigiano e Alessandrino, Torinese
- LIGURIA superfici boscate del Savonese
- LOMBARDIA provincia di Mantova
- EMILIA ROMAGNA provincie di Bologna, Ferrara, Modena, Reggio Emilia, Rimini
- TOSCANA Crete Senesi, provincie di Firenze, Grosseto e Pisa
- MARCHE Appennino Marchigiano provincie di PesaroUrbino e Ascoli Piceno
- UMBRIA Appennino Umbro provincia di Perugia, Colli dell'Orvietano provincia di Terni
- LAZIO superfici boscate delle provincie di Roma, Rieti, Frosinone
- ABRUZZO superfici boscate regionali, provincie di Isernia e Campobasso
- CAMPANIA Parco del Matese e provincie di Avellino, Benevento e Salerno
- CALABRIA provincia di Cosenza
- SICILIA Parco dei Nebrodi

#tartufoUnesco

Giacomo Morra, il rito, il mito e il marketing del tartufo

- Classe 1889
- 1928 titolare dell'hotel Savona di Alba con ristorante
- 1929 apre la Fiera del Tartufo
- Times: i tartufi bianchi di Alba i più profumati al mondo; Morra “re del tartufo”
- 1953 Morra trasforma il prelibato prodotto locale in culto culinario internazionale regalando un esemplare di 2520 gr al presidente americano Truman (e poi Eisenhower, Kruscev, Marilyn Monroe “mai assaggiato niente di più gustoso ed eccitante”).

#tartufoUnesco



Ricerca CENSIS

- Per i nuovi consumatori di qualità, l'aspetto emozionale varrà circa +15% rispetto ai vecchi consumatori
- Un lavoro accurato sulle emozioni potrebbe incrementare la nostra fetta di mercato di circa 90 milioni di potenziali nuovi clienti e di 4-5 mld/anno
- Tra 5/6 anni quindi l'ampliamento del mercato mondiale di qualità dovrebbe fruttare all'Italia 29mld/anno, ma, puntando al lato emozionale, potrebbe arrivare a 33-34mld/anno
- Un'educazione alle emozioni potrebbe in futuro valere circa 10 mld/anno di fatturato del Made in Italy
- Ritenerne al contrario che i nuovi consumatori siano già formati o non puntare alle emozioni potrebbe penalizzarci fortemente.

Emozione Made in Italy

- Il Boca Doc è una zona di produzione storica del Nebbiolo, vigneto sensibile che prende le caratteristiche del suolo in cui è piantato: nel 1920 vantava 4000 ettari di vigneti; è arrivata ad averne solo 7; oggi sono 30.
- Il Boca è un vino di grande identità e qualità e unico grazie ai sentori speziati della Vespolina; non può diventare un brand diffuso.
- Il vulcano nel bicchiere: le vigne si trovano dov'era una caldera del vulcano esploso e collassato 280 mln di anni fa; il terreno è formato da porfido vulcanico e rende il vino sapido e minerale.
- Il vulcano fossile della Valsesia è Geopark UNESCO.

BOCA e Supervulcano

- È il logo che permette di individuare nei banchi del supermercato i prodotti lattiero caseari a base di latte locale, cioè prodotto esclusivamente in Piemonte
- Oltre 150 prodotti per valorizzare la filiera locale e permettere al consumatore di scegliere
- Hanno aderito catene della GDO: Carrefour per prima, Codè Crai e NovaCoop
- Carrefour ha registrato un forte aumento delle vendite (60%) dei prodotti raccolti sotto il marchio Piemunto.

PIEMUNTO

- È il più prestigioso premio internazionale di alta cucina
- La finale europea del Bocuse d'Or si terrà a Torino l'11 e il 12 giugno 2018. La selezione Italiana in Piemonte.

- Regione Piemonte
- Città di Torino
- Camera di C.I.A.A. di Torino
- GL events
- ATL Turismo Torino e Provincia
- ATL Alba Bra Langhe Roero

BOCUSE D'OR

- BITEG2017 dal 27 al 30 aprile a Cuneo.
- È l'appuntamento più autorevole nel panorama italiano per tutti gli operatori del comparto turistico enogastronomico.
- Rappresenta un momento di incontro, confronto e business sul segmento specifico per conoscere e valutare le tendenze del settore: B2B; circa 45 buyer internazionali (Europa, Paesi dell'Est e Russia, e Stati Uniti) oltre 100 seller italiani.
- Workshop-business, educational tour esperienziali per buyer e press sul territorio piemontese.

BITEG Borsa Internazionale del turismo enogastronomico

Regione Piemonte

www.piemontexperience.it

www.piemonteagri.it/qualita/it/

paolo.cumino@regione.piemonte.it

fabrizio.vidano@regione.piemonte.it

www.piemonteitalia.eu

info@piemonte-turismo.it

Direzione Agricoltura e Direzione Cultura, Turismo e Sport della Regione Piemonte

Relatore: Liana Pastorin, Assessorato Cultura e Turismo della Regione Piemonte
