



Interesse all'uso di prodotti locali nella ristorazione

Patrizia Borsotto (INEA)

Introd (AO), 15 novembre 2005

Obiettivi della Ricerca

➤ Prodotti agroalimentari tipici

Caratterizzare dal punto di vista quali quantitativo le produzioni agroalimentari tipiche di un circoscritto ambito territoriale



➤ Commercializzazione dei prodotti agroalimentari tipici

Indagare le potenzialità di impiego dei prodotti tipici per promuovere e sviluppare il territorio

Approccio metodologico

Individuazione Produzione agroalimentari tipiche



Questionario

 Ad aziende agrozootecniche
per individuare le produzioni
agroalimentari tipiche

 Ad imprese coinvolte nella
distribuzione agroalimentare
(canale HoReCa)



Schede

 Prodotti tipici

 Ad imprese coinvolte nella
distribuzione agroalimentare
(canale HoReCa)

Prodotti agroalimentari tipici indagati

Prodotto	Nome tradizionale
Burro	<i>Beuro</i>
Sanguinaccio	<i>Boudin</i>
Mocetta	<i>Motzetta</i>
Reblec	<i>Rebleck</i>
Salsiccia	<i>Saouseusse</i>
Vino rosso da tavola	<i>Vino</i>
Formaggio semi grasso	<i>Fromadzo DOP</i>
Brossa	<i>Brossa</i>
Toma magra	<i>Ifeidze</i>
Lardo	<i>Lardo</i>
Marmellata	<i>Marmellata</i>
Ortaggi	<i>Ortaggi</i>
Pane nero	<i>Pan ner</i>
Pancetta	<i>Pancetta</i>
Toma	<i>Toma</i>
Bollito salato	<i>Tseur achétaye</i>
Uva	<i>Uva</i>
Miele	<i>Mi</i>

PRODOTTI TIPICI

N° 1

1 Denominazione	
Lingua italiana	Burro
Nome tradizionale	Beuro
N° di casi	11
2 Settore produttivo	
Tipo di prodotto	Trasformato
Prodotto principale	Latte
Settore zootecnico	Grassi (burro)
Settore agricolo	-
Settore altro	-
3 Caratteristiche economiche	
Produzione	
Media degli ultimi 3 anni (kg)	24
Totale anno 2003 (kg)	338
Prezzo medio di vendita (€/kg)	5
4 Commercializzazione	
Destinazione (%)	
Autoconsumo	61,0
Vendita in area pilota	39,0
Vendita in regione	-
Vendita in Italia	-
Vendita all'estero	-
Forma di commercializzazione (%)	
Vendita diretta	48,7
Vendita a ristoranti	-
Vendita ad agriturismo	43,6
Vendita a negozi locali	-
Vendita on-line	-
Altro tipo di vendita	7,7
5 Caratteristiche tecniche	
Colore	bianco panna/giallo
Peso (kg)	0,2-1,5
Consistenza	molle, morbida e pastosa
Forma	panetto rettangolare
Dimensioni	10-15 cm
Sapore	dolciastro
Odore	-
Confezionamento	-
Periodo di produzione	autunno-inverno
Motivo	Richiesta di mercato
6 Indicazione di eventi	
Manifestazione	Pro Loco
7 Origine prodotto (%)	
Latte	100,0
Caglio	-
	100,0
8 Caratteristiche del processo	
Tecnica di produzione	Si lascia riposare il latte appena munto in modo che la panna risulti in acqua prima di affinare. Si preleva la panna e la si pone nella zangola aggiungendovi anche un po' di acqua tiepida. Si gira a mano la zangola per un'ora. A questo punto si estrae il burro, lo si immerge in acqua fredda, si strizza per eliminare i residui di siero e lo si pone infine nelle forme.
Tecnica di conservazione	Fresco oppure congelato.

Commercializzazione dei prodotti agroalimentari

Prodotti commercializzati:

Affettati
Altri piatti a base di carne
Bistecca alla valdostana
Burro
Carbonada
Dolci tipici
Fonduta
Piatti a base di fontina
Formaggi
Grolla
Vini e Liquori
Pane nero
Zuppa alla Valpellinetze
Carne bovina di razze autoctone

Operatori della distribuzione:

Agriturismo
Albergo Ristorante
Ristorante Pizzeria
Rifugio
Bar
Punto vendita

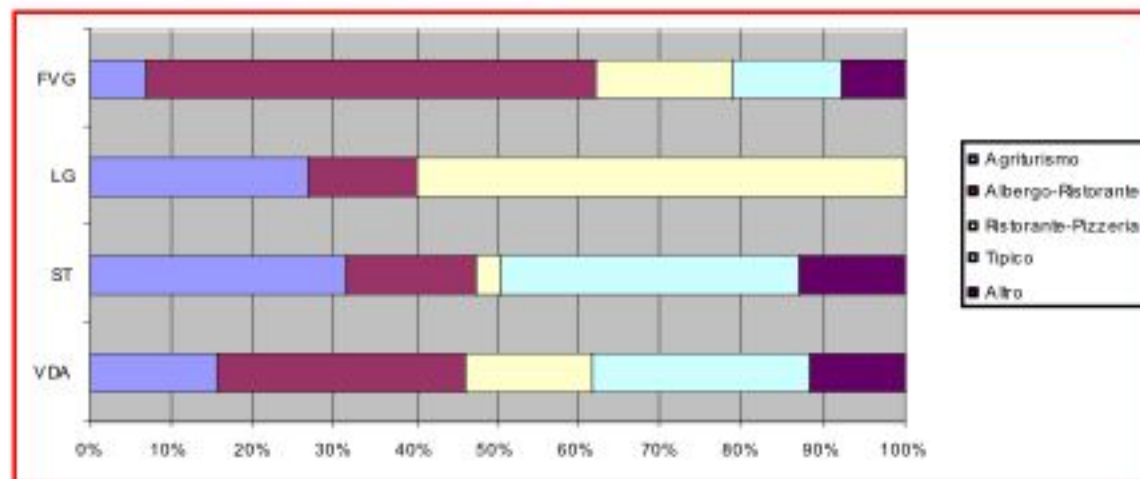
PRODOTTI TIPICI Distribuzione

N° 1

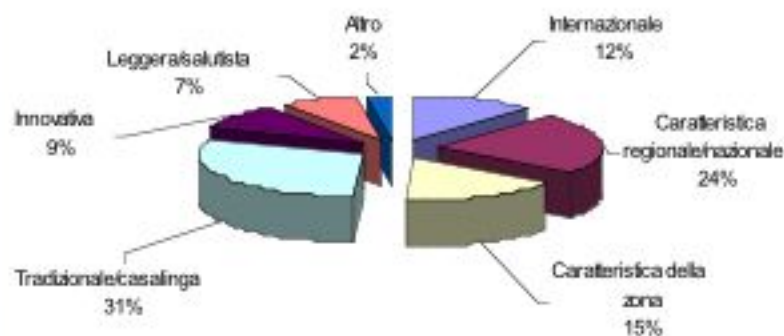
1 Denominazione	
Gruppo	Affettati
Dettaglio (lingua italiana)	Lardo d'Arnad, mocetta, sanguinaccio, salsiccia, prosciutto di Saint-Marcel
Dettaglio (nome tradizionale)	Lard d'Arnad, motzetta, boudin, saouseusse, prosciutto di Saint-Marcel
N° di casi	32
2 Distributori (%)	
Agriturismo	19,0
Albergo-Ristorante	31,0
Ristorante-Pizzeria	3,3
Bar	22,0
Punto vendita	9,0
Rifugio	16,0
4 Approvvigionamento	
Provenienza (%)	
Area pilota	17,0
Regione	13,0
Grossisti	64,0
On-line	-
Altro tipo di provenienza	5,9
5 Destinazione (numero casi)	
Richiesta	
Frequente	10
Sporadico	11
Su richiesta	5
n.d.	6
Cause richiesta sporadica	
Costo elevato	7
Difficoltà reperimento	3
Non costanza della qualità	-
Difficoltà gestione	-
Non gradita al cliente	-
Difficoltà inserimento nei piatti	-
Necessità adeguata presentazione	-
Prodotto stagionale	-
altro	1

Confronto transnazionale

Strutture di distribuzione



Tipo di cucina



Reperibilità prodotto

