

# Produzioni agroalimentari di qualità e strategie competitive nel territorio marchigiano: casi di studio

a cura di Alessio Cavicchi e Gian Luigi Corinto



eum x marketing territoriale

**eum x** marketing territoriale



# Produzioni agroalimentari di qualità e strategie competitive nel territorio marchigiano: casi di studio

a cura di Alessio Cavicchi e Gian Luigi Corinto

eum

isbn 978-88-6056-246-3

Prima edizione: novembre 2010

©2010 eum edizioni università di macerata

Centro Direzionale, Via Carducci 63/a - 62100 Macerata

[info.ceum@unimc.it](mailto:info.ceum@unimc.it)

<http://eum.unimc.it>

Stampa:

[stampalibri.it](http://stampalibri.it) - Edizioni SIMPLE

via Trento, 14 - 62100 Macerata

[info@stampalibri.it](mailto:info@stampalibri.it)

[www.stampalibri.it](http://www.stampalibri.it)

Con il contributo del Dipartimento di Studi sullo Sviluppo Economico

## Indice

	Alessio Cavicchi e Gian Luigi Corinto
9	Introduzione
	Alessio Cavicchi
	Il concetto di qualità nel settore agroalimentare
13	1. Introduzione
15	2. L'attualità del problema
16	3. La qualità nella letteratura economica e di marketing
20	4. Strumenti metodologici ed evidenze empiriche
26	5. Trends futuri?
27	6. Spunti di riflessione
	Maria Severina Liberati e Francesco Serafini
	Il ruolo della Pubblica Amministrazione per la tutela del consumatore: sicurezza e qualità dei prodotti agroalimentari
29	1. Introduzione
30	2. I prodotti a qualità regolamentata
34	3. Nuovi scenari: opportunità e limiti
38	4. La risposta istituzionale alle emergenze alimentari e le nuove dinamiche evolutive della regolamentazione comunitaria
46	5. L'attività del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
52	6. Conclusioni
53	7. Spunti di riflessione

Armando Maria Corsi

La vitivinicoltura di qualità nella Regione Marche: il caso della «Cantine Belisario»

- |    |   |
|----|---|
| 55 | 1. Introduzione                                     |
| 56 | 2. Il business del vino in Italia                   |
| 61 | 3. Le sfide lanciate dalla regolamentazione europea |
| 65 | 4. La vitivinicoltura di qualità nelle Marche       |
| 68 | 5. La «Cantine Belisario»                           |
| 79 | 6. Criticità del caso                               |
| 81 | 7. Conclusioni                                      |
| 83 | 8. Spunti di riflessione                            |

Gian Luigi Corinto

Qualità nei servizi turistici. Il caso «Agriturismo La Castagna»

- |     |                             |
|-----|-----------------------------|
| 85  | 1. Introduzione             |
| 87  | 2. Analisi contesto esterno |
| 93  | 3. L'Azienda                |
| 101 | 4. Criticità del caso       |
| 103 | 5. Conclusioni              |
| 106 | 6. Spunti di riflessione    |

Gian Luigi Corinto

La via dell'e-commerce per la vendita dei prodotti di qualità. Il caso «Mymarca.it»

- |     |                                  |
|-----|----------------------------------|
| 107 | 1. Introduzione                  |
| 110 | 2. Analisi dell'ambiente esterno |
| 114 | 3. L'Azienda                     |
| 126 | 4. Criticità del caso            |
| 127 | 5. Conclusioni                   |
| 130 | 6. Spunti di riflessione         |

Cristina Santini e Alessio Cavicchi

Nuove tendenze nei servizi per le produzioni di qualità. Il caso «Centro Italiano di Analisi Sensoriale»

- |     |                                   |
|-----|-----------------------------------|
| 131 | 1. Introduzione                   |
| 132 | 2. L'Analisi Sensoriale           |
| 133 | 3. L'analisi del contesto esterno |
| 138 | 4. L'azienda                      |
| 141 | 5. Il consumatore al centro       |
| 144 | 6. Criticità del caso             |
| 145 | 7. Spunti di riflessione          |

Alessio Cavicchi e Cristina Santini

Innovazione di prodotto nel mercato lattiero caseario. Il caso «Cooperlat»

- |     |                                 |
|-----|---------------------------------|
| 147 | 1. Introduzione                 |
| 148 | 2. Analisi del contesto esterno |
| 149 | 3. L'azienda                    |
| 153 | 4. Strategia e performance      |
| 155 | 5. «Take it Cheasy»             |
| 159 | 6. Spunti di riflessione        |

- |     |  |
|-----|--|
| 161 | Appendice metodologica - Linee Guida per la redazione dei Casi di Studio |
|-----|--|

## Produzioni agroalimentari di qualità e strategie competitive nel territorio marchigiano: casi di studio

Negli ultimi anni il consumatore italiano si è trovato di fronte a una proliferazione senza precedenti di format televisivi e di rubriche divulgative aventi a tema la qualità alimentare. Nonostante questo flusso imponente di informazioni, la valutazione della qualità di un prodotto agroalimentare da parte del consumatore rimane un compito difficile.

Questo tema è stato il *fil rouge* di una serie di incontri avvenuti nell'ambito del corso di laurea in Scienze del Turismo tra mondo imprenditoriale, corpo accademico e studenti.

Gli interventi degli imprenditori del settore agroalimentare, protagonisti di quella eccellenza marchigiana che riscuote quotidianamente l'accoglienza dei palati fini di tutto il mondo, hanno suscitato molto interesse tra gli studenti. Questi ultimi sono stati chiamati in molti casi a confrontarsi direttamente con le realtà aziendali che venivano presentate in classe, sia attraverso visite di studio per conoscere da vicino le dinamiche produttive e commerciali, sia partecipando direttamente alla vita imprenditoriale sfruttando appieno la possibilità offerta dallo strumento dello stage.

Il presente lavoro si propone quindi di presentare, attraverso il metodo dei casi di studio, i risultati di questa intensa attività di conoscenza e collaborazione.



eum edizioni università di macerata

**Alessio Cavicchi** Ricercatore di Economia agraria presso l'Università degli Studi di Macerata. Ha conseguito il titolo di Dottore di ricerca presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" in Economia delle risorse alimentari e dell'ambiente. Inoltre, ha conseguito un Master of Science in Food Economics and Marketing presso l'Università di Reading (UK). La sua attività di ricerca è rivolta prevalentemente all'analisi delle scelte del consumatore nei mercati dei prodotti tipici e di qualità, allo studio del rischio e della sicurezza alimentare e al turismo sostenibile. Ha pubblicato numerosi lavori su riviste internazionali tra cui *Food Quality and Preference* e *Agribusiness: an International Journal*.

**Gian Luigi Corinto** Professore associato di Economia agraria ed estimo rurale nell'Ateneo di Macerata, dove insegna *Economia dell'ambiente e Marketing del territorio* nelle Classi di Laurea in Scienze del turismo presso la Facoltà di Scienze della formazione. Si occupa di sistemi locali di sviluppo, della diffusione asimmetrica della crescita economica, di modelli di aggregazione territoriale dell'economia e di promozione delle risorse enogastronomiche e del turismo rurale.

ISBN 978-88-6056-246-3

€ 10,00

