

10 buoni motivi

per utilizzare e consumare prodotti tipici trentini



Cooperazione Trentina

Gusto
Trentino



PERCHÉ È IMPORTANTE CONSUMARE PRODOTTI TRENTINI?

Spesso e volentieri si parla della necessità di creare un'importante e significativa sinergia tra la promozione turistica e quella dell'agricoltura. Spesso però ci si limita a puntare il dito sulle cose che possono essere migliorate senza però individuare nella stessa maniera le eventuali e possibili soluzioni che si potrebbero instaurare per fare in modo che questo cammino di miglioramento venga intrapreso.

Qui in breve con una serie di botta e risposta abbiamo cercato di rendere molto operativo e diretto il “nostro” pensiero che ci auguriamo possa essere condiviso in parte anche da voi, con l'obiettivo di riuscire a stimolare un confronto al fine di raccogliere osservazioni che ci permettano di evidenziare in maniera più chiara quanto di seguito sintetizzato e schematizzato.

Le seguenti osservazioni nascono dai confronti avuti con albergatori e ristoratori del Trentino, dalla condivisione con l'UNAT e con l'ASAT oltre al coordinamento dell'attività dell'Istituto di Formazione Professionale Alberghiera della Provincia Autonoma di Trento con il quale è in essere una riflessione sul valore educativo della filiera corta. Molte altre sono le organizzazioni del turismo trentino e della produzione che hanno manifestato un grande interesse a condividere e sviluppare questa iniziativa.

01. Perché il cliente spende di più per i prodotti trentini

Nel corso degli ultimi anni l'Osservatorio Provinciale del Turismo ha effettuato un'approfondita analisi delle abitudini al consumo di chi si reca al ristorante, giungendo alla conclusione che la propensione alla spesa per prodotti trentini è superiore rispetto a piatti non tradizionali, arrivando sino ad un 30% in più. Come logica conseguenza, l'investimento sulla proposta di ricette locali e piatti tipici creati con ingredienti che sono prodotti nelle immediate vicinanze del ristorante o albergo è un grande aspetto che il cliente ricerca e spera di riuscire a trovare mettendosi, di fatto, nella mani di chi lo sta servendo.

02. Perché i prodotti sono come il territorio

E' ormai risaputo che per vendere meglio i posti letto è indispensabile proporre le nostre montagne, i nostri laghi e ad esempio, anche le nostre piste da sci. Parte fondamentale dell'offerta territoriale è data dalla presenza dei prodotti tipici, pertanto la loro proposta all'ospite rappresenta un elemento sia di attrazione che di fidelizzazione. Tali aspetti permettono di sfruttare l'utilizzo dei prodotti tipici come un valore aggiunto al soggiorno, e il loro riconoscimento può permettere di offrire e vendere posti letto a qualche euro in più.

03. Perché i prodotti oggi sono diventati un'esperienza importante della vacanza

Al giorno d'oggi il turista è sempre più alla ricerca di una riscoperta dei valori e dei sapori di una volta. Anche se l'Italia occupa il primo posto tra le mete più ambite per l'enogastronomia, i visitatori che decidono di venire in vacanza in Trentino esclusivamente per la cucina e l'arte culinaria sono ancora pochi. Considerando ciò che la nostra regione può offrire in termini di produzione e di tradizioni, uno degli sforzi principali da compiere è investire un po' di più per l'acquisto dei prodotti locali e trasmettere all'ospite quello che per noi è ancora normale e quotidiano, come il fatto che le mucche vadano al pascolo e che nelle malghe ancora oggi ci sia una grande produzione di formaggi.

04. Perché i prodotti sono parte della nostra tradizione

Da un'analisi demoscopica della popolazione italiana emerge che al Trentino vengono associati dei valori forti e netti dati dall'affidabilità, dall'identità alpina e dalla sostenibilità. Queste qualità possono essere sfruttate come "leve" per far arrivare nuovi turisti, in particolare quelli alla ricerca della semplicità di una cultura di montagna rispettosa dell'ambiente e basata sulle tradizioni. Ecco perché è un valore l'uso dei prodotti locali: dedicare attenzione all'ospite spiegando che il particolare ingrediente trentino che trova nel piatto è simbolo dell'espressione culturale del territorio si può considerare un investimento a costo zero che permette di valorizzare l'unicità delle nostre tradizioni. Infatti al giorno d'oggi il cliente richiede un offerta che non sia "troppo commerciale" o artificiosamente costruita, è molto più critico e in grado di poter fare delle serie valutazioni sui prodotti che gli stiamo offrendo. Per questo oltre al territorio è importante conoscere i produttori locali e fare una loro selezione per segnalare al nostro ospite dover poter trovare quel particolare formaggio o insaccato.

05. Perché sono sani e genuini

Sempre più si è alla ricerca di certezze circa la provenienza e la salubrità dei prodotti che mangiamo. Sempre più frequenti sono gli scandali e sempre più le preoccupazioni per malattie che si possono diffondere tramite il consumo di alimenti non sani. Sfruttiamo il vantaggio che abbiamo di poter affermare che da noi i prodotti sono controllati con affidabilità e serietà oltre che dal produttore da soggetti terzi che ne garantiscono la provenienza e il rispetto di ferree norme produttive. Diamo indicazione ai nostri ospiti di dove poter trovare e visitare gli stabilimenti produttivi. Offriamogli la possibilità di toccare con mano quello che stanno gustando nel piatto. Questi aspetti sempre più importanti accolgono anche le richieste non espresse del nostro ospite.

06. KM Zero

Sta crescendo la consapevolezza e l'attenzione ad utilizzare e consumare prodotti che fanno pochi chilometri per arrivare nei nostri piatti. Importante riuscire a comunicare questi aspetti anche al cliente, che magari non ha ancora capito bene quali siano i contenuti di questa iniziativa, ma sicuramente ne ha già sentito parlare. Ecco un altro elemento semplice e valido per poter far percepire all'ospite la nostra attenzione al territorio, la nostra sensibilità alla riduzione dei trasporti su gomma e la nostra attenzione a tutto ciò che è locale.

07. Per un vantaggio di immagine

Offrire i prodotti tipici garantisce anche un immediato ritorno di immagine, in quanto si valorizza tutto ciò che è stato fatto sino ad oggi in termini di comunicazione da parte dei singoli produttori. Si pensi solo agli spot televisivi dei produttori di mele o alle forti campagne stampa realizzate da parte del mondo del vino. Questi due esempi ricordano che molto è stato investito nella comunicazione a livello nazionale e internazionale per far aumentare la notorietà dei prodotti, ma di conseguenza anche della nostra proposta turistica. Si tratta di un'azione di co-marketing che aspetta solo di essere sfruttata. A questo concetto si aggiunge quello di qualità percepita: essendo i prodotti trentini ritenuti di qualità alta dal consumatore, utilizzarli all'interno del ristorante o sul tavolo delle colazioni dell'hotel, vuol dire far aumentare la percezione qualitativa di tutta la vacanza. Il cliente è consapevole del valore del prodotto offerto e per questo motivo ne è riconoscente.

08. Per una maggiore identità territoriale

Si sente spesso parlare di senso di responsabilità sociale. Un importante passo da compiere per apportare un contributo allo sviluppo territoriale è utilizzare risorse prime e servizi che vengono offerti e realizzati a livello locale. Questa forte dimostrazione di attaccamento al territorio è la prima leva che permette di mantenere viva l'economia di montagna, un investimento in cui gli operatori dimostrano impegno crescente. Per questo il Trentino viene preso spesso ad esempio. In ogni caso, è essenziale far emergere in maniera chiara e netta questi comportamenti virtuosi che fanno parte della nostra cultura dell'ospitalità e della ristorazione. Importante sarebbe dedicare degli spazi, ad esempio nei menu o nei buffet delle colazioni, per informare e ribadire al cliente che quello che sta consumando proviene da produzioni e da produttori locali.

09. Perché sono ciò che il turista cerca

Soddisfiamo l'aspettativa di chi si siede alla nostra tavola: la speranza del turista infatti è quella di riuscire a trovare dei prodotti e piatti locali, dalla colazione fino al dolce della cena. Proprio perché in vacanza, l'ospite ha più tempo per se stesso e anche una forte e maggiore disponibilità a sperimentare e ricercare con interesse nuove ricette a base di prodotti trentini, che grazie alla loro qualità genuina fanno ormai parte dell'immaginario nazionale.

10. Perché i prodotti trentini valgono di più

In alcuni casi potrebbe anche essere vero quello che spesso si sente dire, ossia che i nostri prodotti costino più degli altri. Indiscutibile che un prosecco si paghi meno di un Trento Doc e in certi casi, che un Chianti DOCG arrivi nei nostri supermercati a meno di 3 euro la bottiglia. I nostri prodotti costano di più perché oltre alle difficoltà produttive dovute agli aspetti morfologici del nostro territorio, sono riusciti a ritagliarsi uno spazio importante nel mercato che riconosce questo valore aggiunto al nostro territorio e ai suoi frutti. È di fatto la stessa logica che permette ad un albergo trentino di vendere ad un prezzo superiore rispetto ad altre realtà di montagna, in quanto il cliente è mediamente disposto a pagare di più. Ecco perché avere in hotel o nel ristorante prodotti tipici ci permette di aumentare anche la nostra immagine e presenza sul mercato dando al cliente quello che di fatto sta cercando.

Il presente PDF è scaricabile dai siti www.ftcoop.it, www.unat.it e www.asat.it

Logico è che per ottenere una serie dei vantaggi sopra descritti, è necessario “contestualizzare” il tutto. È infatti impensabile credere di avere un certo prodotto sulla tavola e sperare che il turista ne conosca le caratteristiche e le unicità: bisogna imparare a raccontare e trovare il tempo per farlo. Questi due semplici atteggiamenti sono quelli che ci potranno sempre più permettere di avere un vantaggio di mercato sensibile rispetto ai nostri competitors.

Imprescindibile inoltre la collaborazione tra la parte che si occupa di formazione professionale e le associazioni di categoria al fine di avvicinare sempre di più la parte teorica con gli aspetti operativi della vita di tutti i giorni.

Aspettiamo vostre considerazioni e osservazioni con la speranza di avervi allietati in maniera chiara e diretta e magari sviluppando futuri e più approfonditi confronti.

Come prossimi interventi ci siamo prefissati: sviluppo e pubblicazione di questi contenuti in apposito sito; elaborazione e pubblicazione ricette tipiche; indicazione circa i fornitori a livello provinciale dei prodotti tipici, elaborazione menu standard; presentazione cavallierini; sviluppo progetti formativi ad hoc.

Questo primo intervento è stato reso possibile grazie alla collaborazione con:

