

PRESENTAZIONE	9
<i>PARTE I</i>	
<i>I GIACIMENTI AGROALIMENTARI DEI PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ</i>	
1. PREMESSA	13
2. I PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ	17
3. I COMPARTI PRODUTTIVI	23
3.1 – LA FRUTTA	23
3.2 – L'OLIO E LE OLIVE	35
3.3 – I FORMAGGI	39
3.4 – IL VINO	44
3.5 – GLI ORTAGGI	49
3.6 – LA CARNE E I DERIVATI	53
3.7 – GLI ALTRI PRODOTTI	55
4. LE IMPRESE AGROALIMENTARI MARKETING ORIENTED	59
4.1 – IL CONTESTO GENERALE	60
4.2 – RIPARTIZIONE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI PER PROVINCIA ..	63
4.3 – LA DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI	86
5. I GIACIMENTI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ	89
5.1 – LA DELIMITAZIONE SECONDO I PRODOTTI DI QUALITÀ	89
5.2 – LE IMPRESE AGROALIMENTARI NEI COMUNI PRESCELTI	92
5.3 – I GIACIMENTI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ DELLA SICILIA	95
5.4 – IL GIACIMENTO OCCIDENTALE	99
5.5 – IL GIACIMENTO CENTRALE	108
5.6 – IL GIACIMENTO ORIENTALE	113
5.7 – IL GIACIMENTO MERIDIONALE	119
ALLEGATI	127
BIBLIOGRAFIA	153
INDICE DELLE TABELLE	155
INDICE DELLE MAPPE	157

PARTE II**TURISMO E PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ**

PREMESSA	161
A. TURISMO ED AGRICOLTURA	
1. LE RELAZIONI TURISMO-AGRICOLTURA	169
1.1 – LE CIFRE IN ITALIA	169
1.2 – IL GAP INFORMATIVO SULLE RELAZIONI ECONOMICHE TRA AGRICOLTURA E TURISMO	171
2. – MERCATO E CONSUMO AGRICOLO	173
2.1 – PRODOTTI TIPICI E COMPORTAMENTI DI ACQUISTO DEI TURISTI	173
2.2 – ENOGASTRONOMIA E PRODOTTI TIPICI: FATTORE DI INFLUENZA PER LA SCELTA O LA MOTIVAZIONE DEL VIAGGIO	176
2.3 – IDENTIKIT DEL TURISTA ENOGASTRONOMICO	178
3. – L'OFFERTA TURISTICA: I PRODOTTI, LA NOTORIETÀ E LA COMMERCIALIZZAZIONE	181
3.1 – LE PRODUZIONI TIPICHE E LORO NOTORIETÀ	181
3.2 – LE MODALITÀ DI OFFERTA SUL MERCATO	183
3.3 – LA RISTORAZIONE "DESIDERATA" E LE REALTÀ ECCELLENTI IN ITALIA	186
4. – FOCUS SULLA REALTÀ REGIONALE	189
4.1 – AMPIEZZA E CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA TURISTICA IN SICILIA	189
4.2 – L'OFFERTA GASTRONOMICA IN SICILIA: NOTORIETÀ ED INIZIATIVE	192
BIBLIOGRAFIA	199

B. – I RISULTATI DELLA RICERCA

1. – I PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ E LA DOMANDA TURISTICA	205
1.1 – COMUNICARE ED ATTRARRE I TURISTI	205
1.2 – NOTORIETÀ, CONSUMI ED ACQUISTI DEI PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ	218
2. – TURISTA E PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ IN SICILIA	229
2.1 – IL TURISTA-CONSUMATORE	229
2.2 – IL TURISTA-ACQUIRENTE	235
2.3 – IL GIUDIZIO DEI TURISTI: OPINIONI E GRADO DI SODDISFAZIONE	241
2.4 – IL PESO DELL'ENOGASTRONOMIA SUL MERCATO TURISTICO REGIONALE	246
3. – IL PUNTO DI VISTA DEL F&B E DELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE	251
3.1 – IL COMPARTO DEL F&B	251
3.2 – I PUNTI VENDITA NELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE	254
4. – LE SCHEDE DEL PRODOTTO	257
C. - ALLEGATI	
1. – NOTA METODOLOGICA	277
1.1 – ANALISI DELLA STAMPA NAZIONALE	277
1.2 – INDAGINI SUL CAMPO E DEFINIZIONE DEL PIANO DI CAMPIONAMENTO	278
2. – INDAGINE SUI TURISTI IN SICILIA	283
3. – INDAGINE SUL FOOD & BEVERAGE	299
4. – INDAGINE SUI PUNTI VENDITA	307
INDICE DELLE TABELLE	311
INDICE DEI GRAFICI	313