

# Training Workshop on “Forest Products Marketing – from principles to practice”

Novi Sad

3-6 April 2006

## Marketing for non-wood forest products

Daive Pettenella  
University of Padova - Italy



# Paper organization

- The driving forces
- The outcome
- Marketing strategies:
  - Specialized products
  - Complementary products



Lessons  
learned

# Driving forces

NWFPs development in Southern Europe area:

## **three driving forces:**

1. The decreased profitability of timber production in mountain areas
2. High population density: high urban demand for “natural food” and “green products”
3. Regional development policies

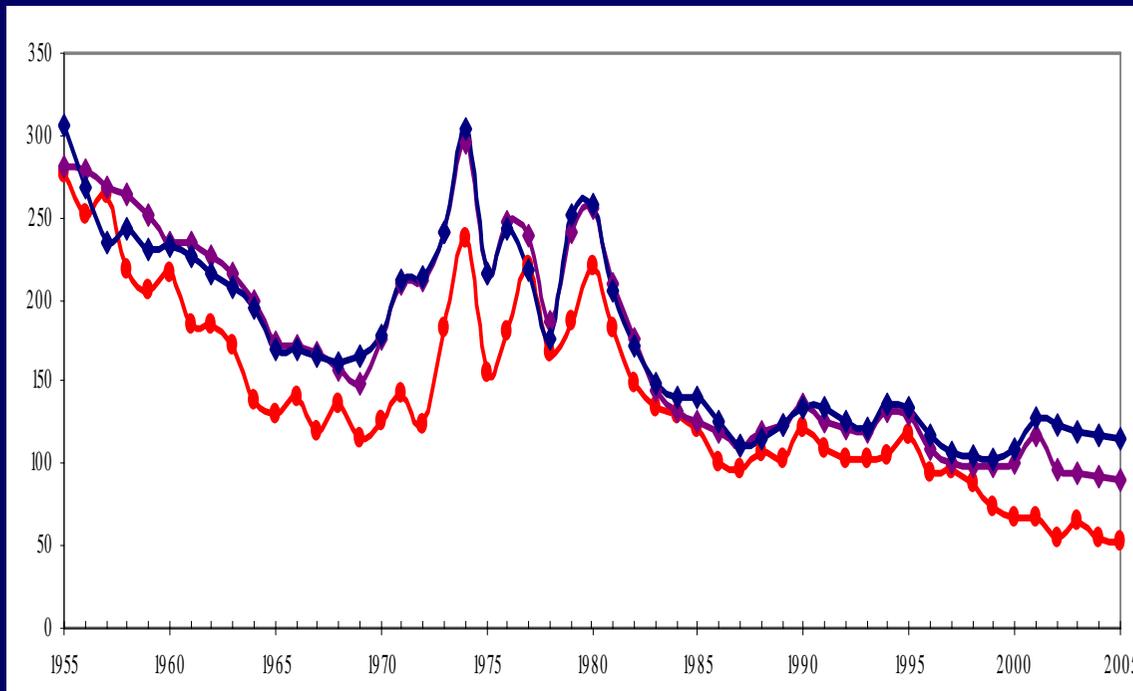
# 1. The reduced profit of timber production

## Average real prices (standing tree) of conifer industrial roundwood in the Southern Alpine Region (1955-2005)

**-82%** standing prices (from 276 to 52 Euro/mc)

**-68%** spruce roundwood on the road side (from 282 to 90 Euro/mc)

**-62,6%** larch roundwood on the road side (from 306 to 114 Euro/mc)



Average standing price

Roadside price (spruce)

Roadside price (larch)

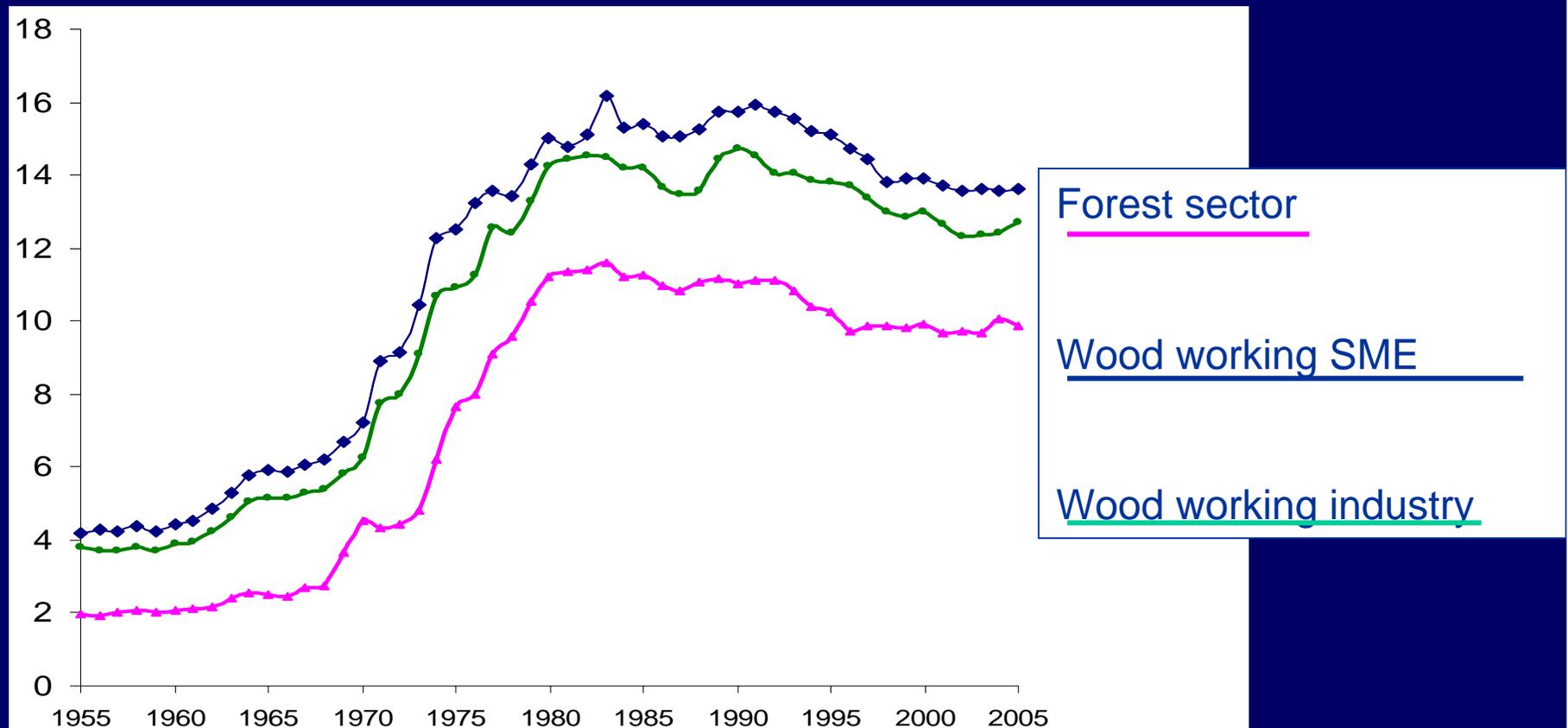
Source: Pettenella & Ciotti  
(an analysis of 1330 sales  
in Comelico - Veneto  
Region)

# Labour costs (1995-2005)

**+400%** in the forest sector (from 1.97 to 9.87 Euro/h)

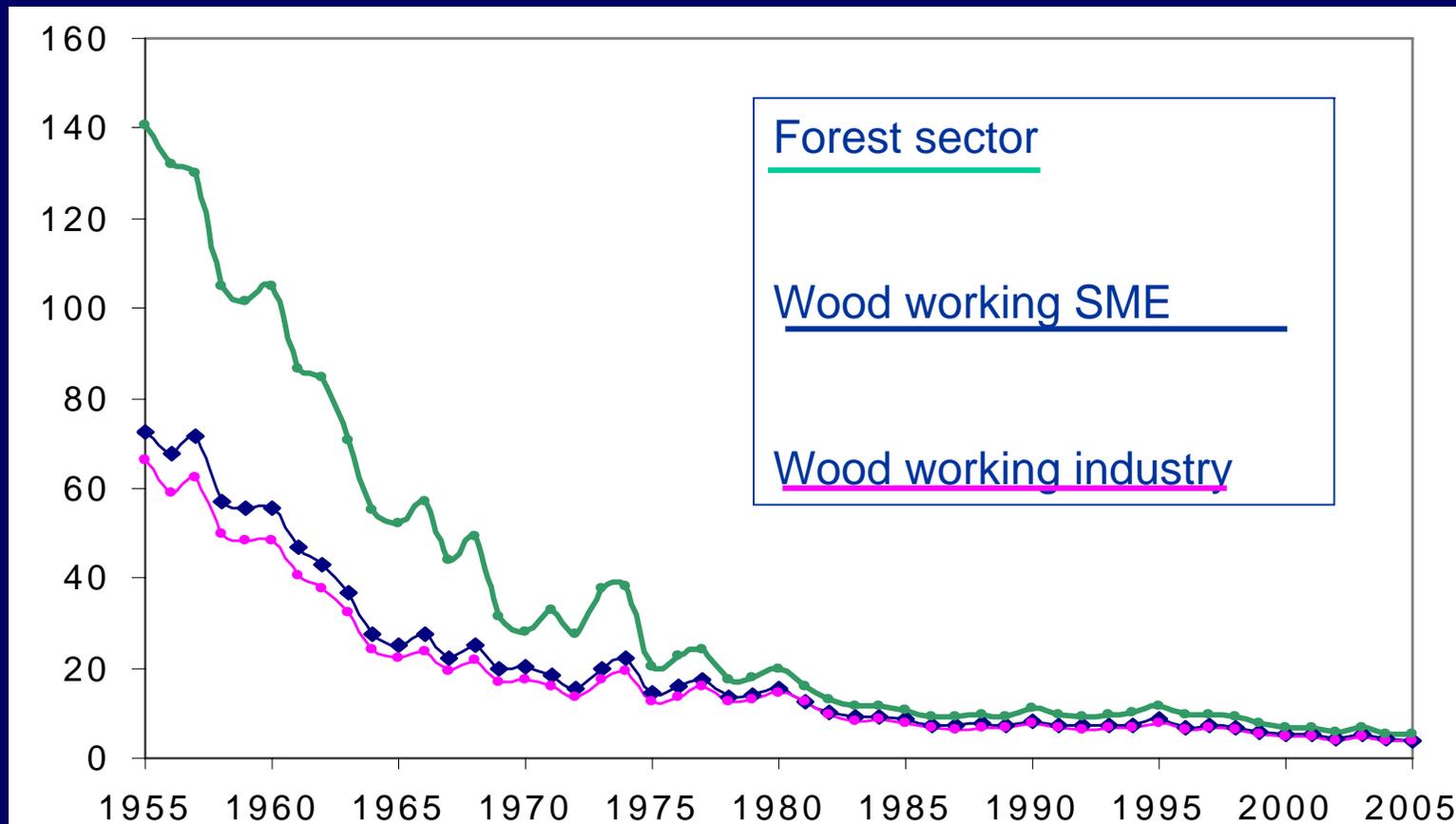
**+232%** in the wood working SME (craftsman) (from 3.82 to 12.69 Euro/h)

**+227%** in the wood working industrial sector (from 4.16 to 13.61 Euro/h)



## Value (at market prices) of 1 cm of wood =

- from **141** to a **5.3** hours of a forest worker
- from 66.4 to 3.8 hours of a wood working SME
- from 72.3 to 4.1 hours in the wood working industry



## 2. An increased demand for 'natural' food and 'green' products

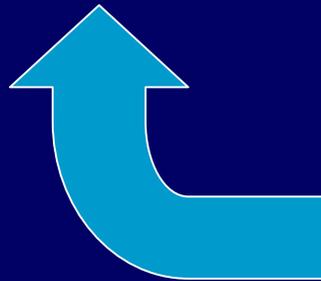
*Some examples of "specialty" food products and drinks:*

- **Berries** (fresh, frozen) for yogurt, ice-cream and juices
- **Chestnut and marrons** (fresh, dried, flour) for cakes and jams
- **Mushrooms** (dried, fresh) and **truffles** cooked with meat, rice, ... or used for sauces
- **Aromatic and medicinal herbs**
- ...

"Mediterranean diet"

Italian/Spanish/French  
traditional quality cooking

Organic products, natural  
cosmetics, cosmeto-food, aroma  
therapy, ...



# Not only food and drink!



“ ... leather  
processed with  
natural  
products and  
without the use  
of synthetic  
chemicals ... ”

# 3. Rural development policies

- **EU Common Agriculture Policy reform:** diversification of rural activities and new sources of income (non-food production)
- **Other policies:** management of rural landscape, tourism development, culture heritage protection, ...

# The outcome

= NWFPs in Southern Europe areas have positive trends in supply and demand and an increasing economic importance in rural development

*“International trade increased significantly for **natural cork**, mosses and lichens for bouquets, **truffles, mushrooms, chestnuts**, bamboo, palm hearts and maple syrup. Interestingly, these NWFPs originate mainly from, and are traded among developed countries. Also, these commodities are **processed locally** into semi-finished products with **raising unit prices**. Of particular interest is the fast increasing value of trade in “**specialty**” food products (...) Specialty foods are among the fastest growing segment in the food catering business and several edible NWFP are ideally fit for niche marketing, such as **pine nuts**, bamboo shoots or **wild edible mushrooms**. The reduction (and/or elimination) of import tariffs, increasingly globally applicable **(food) quality standards** and changing consumer (food) preferences are creating global markets for products which previously were only locally available” (Vantomme, FAO, 2005)*

## Mediterranean NWFPs



13,000 endemic plant  
species, 250 arborescent  
species (150 endemic)

Global import values  
of key NWFPs for  
1992 and 2002 (in  
USD 1000)

Source: Comtrade data  
([www.unsd.org/comtrade](http://www.unsd.org/comtrade))

Commodity description	1992	2002
Mosses and lichens for bouquets, ornamental purposes	9 352	25 476
Truffles, fresh or chilled	4 201	23 656
Mushrooms other than <i>Agaricus</i> , fresh or chilled	n.a.	364 412
Mushrooms (excl. 071331/33) & truffles, dried	n.a.	219 458
Truffles, prepared or preserved, not in vinegar	3 049	11 012
Brazil nuts, fresh or dried	44 344	59 848
Chestnuts, fresh or dried	109 958	184 663
Acorns and horse-chestnuts for animal feed	1 216	7 380*
Shea nuts (karite nuts)	5 155	5 136*
Liquorice roots	33 455	24 310
Ginseng roots	389 345	221 435
Plants & parts, pharmacy, perfume, insecticide uses	689 926	777 980
Locust beans, locust seeds	22 395	40 239
Lac	25 286	25 653
Gum Arabic	101 312	105 510
Natural gum, resin, gum-resin, balsam, not gum arabic	92 755	96 535
Balata, gutta-percha, guayule, chicle and similar gums	26 726	13 605
Pyrethrum, roots containing rotenone, extracts	27 865	26 173*
Bamboos used primarily for plaiting	37 562	50 054
Rattan used primarily for plaiting	118 987	51 327
Kapok	11 920	2 826*
Maple sugar and maple syrup	43 632	116 202
Palm hearts, otherwise prepared or preserved	16 082	67 514
Quebracho tanning extract	51 938	45 173
Wattle tanning extract	63 877	34 168
Oak or chestnut extract	8 653	917*
Natural cork, raw or simply prepared	7 874	110 702
Abaca fibre, raw ( <i>Musa textilis</i> )	15 221	20 374

## Average values of benefits from Mediterranean forest areas (Euro/ha/year)

	Wood	NWFP	Grazing	Recreation	Hunting	Total	TEV
- Southern	12	4	32	n.a.	-	46	67
- Eastern	22	5	10	1	1	40	48
- Northern	67	16	10	32	3	125	176
<b>Total Mediter.</b>	<b>47</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>95</b>	<b>133</b>
%	↓ 49.5	↑ 12.6	↓ 13.7	↑ 22.1	2.1	100	-
%	35.3	9.0	9.8	15.8	1.5	71.4	100

**A revealing indicator: the rising concern of forest owners in protecting their property rights**

Nuts, mushrooms and truffles in many Mediterranean countries are not any more public goods, like 15-20 years ago

<http://www.fungodiborgotaro.com/default.htm>



EC Mark of origin

Production areas

**Chi è e cosa fa il Consorzio**  
Statuto  
Organi  
Contatti  
News

**Manifestazioni ed eventi**

**Il prodotto**

Descrizione  
Galleria fotografica

**Norme per la raccolta e la vendita**

**Il territorio**

Cartina  
Come arrivare nella zona  
Caratteristiche della selvicoltura

**Attività di ricerca**

**Circuito gastronomico**

Presentazione circuito  
Elenco dei ristoranti  
Vuoi aderire al circuito? Il disciplinare

**Le ricette**

Vuoi spedire una ricetta?

**Dove puoi comprare il fungo di Borgotaro**

Elenco commercianti

**Situazione metereologica**

Tabella della crescita dei funghi sponsorizzata da:

www.bottegadelfungo.it

COMUNE	ZONA	TESSERINO	CRESCITA
	Clicca la zona per vedere la cartina	Clicca sul colore per il prezzo relativo	MIN   MAX >

Ultimo aggiornamento: 27-10-2005

COMUNE	ZONA	TESSERINO	CRESCITA
Albareto (I.G.P.)	Comunali di Montegroppe, Groppo, Tombeto e Boschetto	Verde	<input type="range"/>
Albareto		Verde	<input type="range"/>
Baron	Foggio e Figlio (zona Monte Ragola)	Rosso	<input type="range"/>
B...	Comunali di Casalporino, Selvola, ...	Rosso	<input type="range"/>
B...		Rosso	<input type="range"/>
Bedonia e Tornolo	Foresta Demaniale Monte Penna e Comunali di Setterone, Consorzio Valli Taro e Tarola.	Grigio	<input type="range"/>
Berceto	Consorzio di Bergotto, Corchia e Valbona	Marrone	<input type="range"/>
Borgo Val di Taro (I.G.P.)	Comunali di Baselica, Pontolo (zona di Monte Molinatico)	Blu	<input type="range"/>
Borgo Val di Taro (I.G.P.)	Comunali di San Vincenzo e Valderna (zona di Val Tarodine)	Blu	<input type="range"/>
Varsi e Bardi	Consorzio Monte Barigazzo (zona Tosca) e	Arancione	<input type="range"/>

Type of permit

Growing rate



Sito ufficiale del "Fungo di Borgotaro"

<http://www.fungodiborgotaro.com/default.htm>

Daily permit: 15 Euro (for 3 kg max)

### >> TESSERINO VERDE

Comunali di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.

Verranno rilasciati tesserini di colore verde con le seguenti caratteristiche:

\* **giornaliero** (valido per il giorno indicato nel tesserino) :

**costo: Euro 15,00** per i non residenti in Comune di Albareto; Euro 6,00 per i residenti nel Comune di Albareto nonché per i proprietari, ed affittuari con contratto almeno annuale, di seconde case nelle frazioni delle Comunalie ;

\* **semestrale** (valido comunque non oltre il 15.11.2003):

**costo: Euro 150,00** per i non residenti nei Comuni di Albareto Euro 67,00 per i residenti nel Comune di Albareto nonché per i proprietari, ed affittuari con contratto almeno annuale, di seconde case nelle frazioni delle Comunalie

Modalità di accesso: i tesserini saranno vidimati , nel punto di vendita, con il timbro della Comunalie di accesso, da personale incaricato dal Consiglio di Amministrazione.

Tale tesserino darà diritto all'accesso ad un'unica Comunalie, pur consentendo di percorrere a piedi e di esercitare la raccolta nel territorio di tutte le Comunalie facenti parte dell'area B) .

In considerazione dell'antica consuetudine di reciprocità fra le Comunalie confinanti di S.Vincenzo-Rovinaglia in Comune di Borgotaro e Gotra, Buzzò e Albareto in Comune di Albareto è consentito agli utenti lo sconfinamento;

Per evitare un eccesso di carico giornaliero di cercatori con effetti negativi sulla capacità di rigenerazione dell'ecosistema, viene stabilito un numero massimo giornaliero di persone a cui consentire l'accesso come a seguito specificato:

- Comunalie di Gotra e Buzzò n.100
- Comunalie di Albareto n.700
- Comunalie di Boschetto e Tombeto n.120
- Comunalie di Groppo n.100
- Comunalie di Montegropo n.200

Giorni e orario di raccolta : martedì, sabato e domenica; la raccolta può essere effettuata a partire da un'ora prima della levata del sole, mentre l'uscita dall'area B) deve avvenire entro e non oltre le ore 15.

Quantitativi: non oltre 3 Kg .

Tabella della raccolta

Ultimo aggiornamento: 27-10-2	
Albareto	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Albareto (I.G.P.)	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Bardi	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Bedonia	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Bedonia	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Bedonia e Tornolo	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Berceto	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Borgo Val di Taro (I.G.P.)	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Borgo Val di Taro (I.G.P.)	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.
Varsi e Bardi	Comunalie di Gotra, Buzzò, Albareto, Boschetto, Groppo, Tombeto e Montegropo in Comune di Albareto.

# Marketing strategies

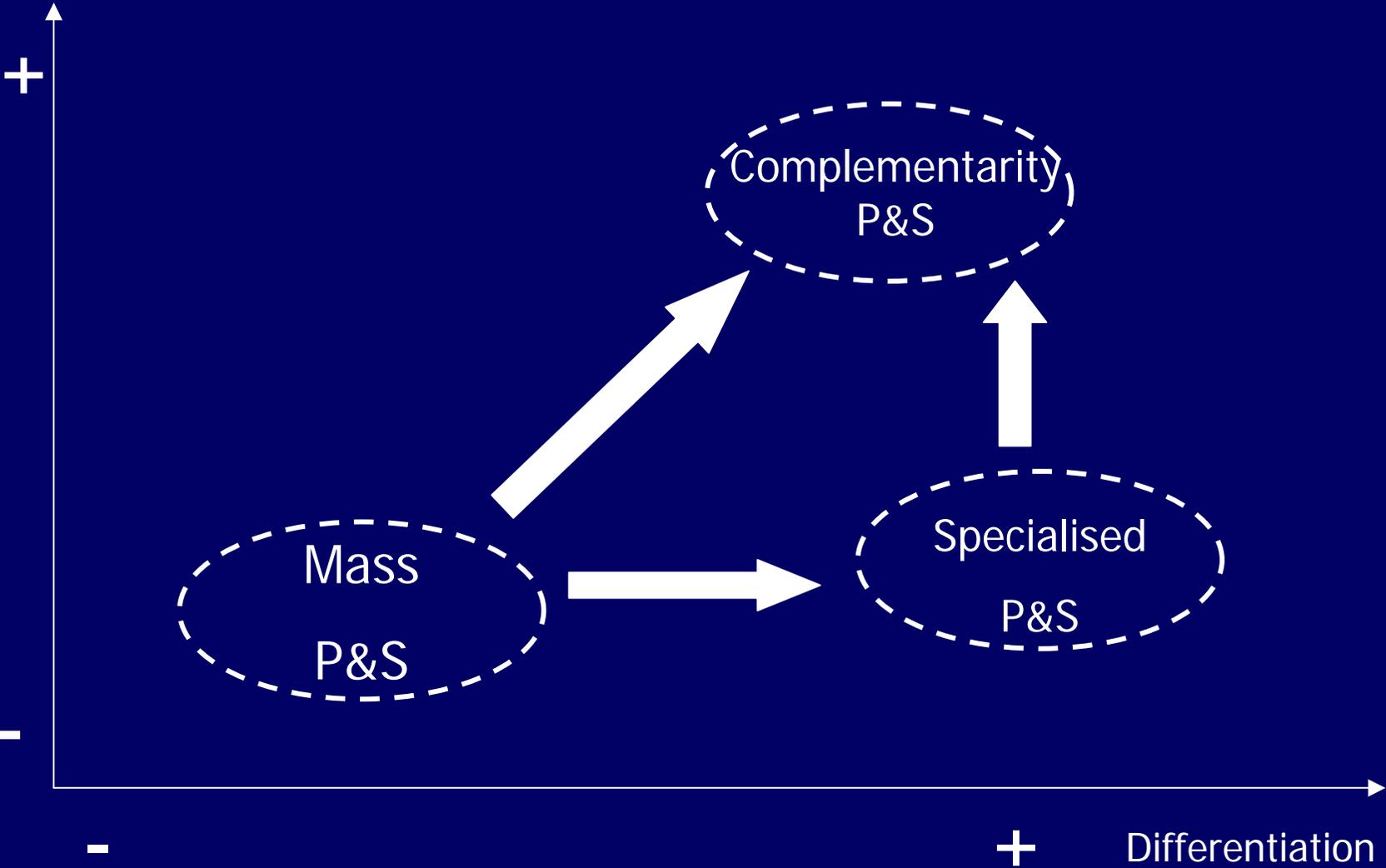
**Mass market:** Danish Christmas trees, Irish foliage, Albanian aromatic herbs, Finnish frozen or Croatian fresh mushrooms:

= relatively **low prices**

→ in many rural areas this is not a winning strategy

➔ Main product development strategies

complementarity



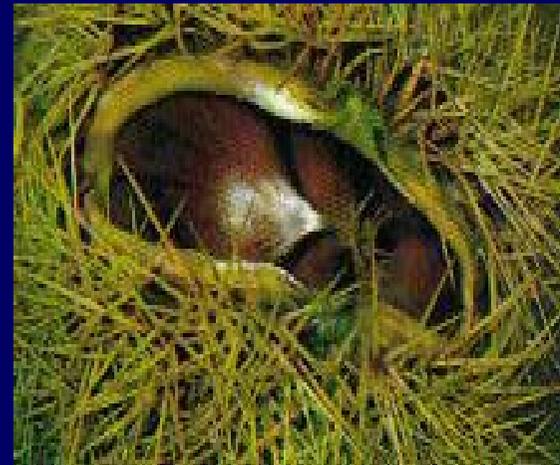
## 2 alternative strategies

- **Specialized products**: e.g. high AV niches products
- **Complementary products & services**: synergies with other products/services (tourism, recreation), i.e. with other economic operators

# Specialized niches products

a case study:

chestnut



# Chestnut

- 209 000 ha for chestnut production
- 89 000 agricultural enterprises
- 76 000 ha orchards
- Varieties “Marrone” and “Chestnut”
- Regions: Campania 51%, Calabria 12%, Latium 11%, Piedmont 9%, Tuscany 7%

# Chestnut – Marketing Characteristics

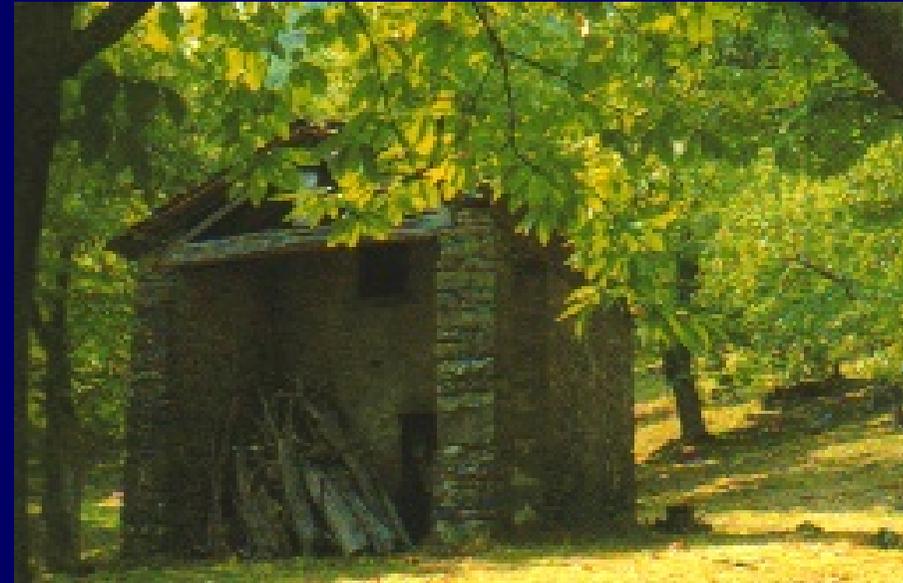
Positive	Negative
<ul style="list-style-type: none"><li>- good nutrient values</li><li>- different final uses</li><li>- high added value products through processing</li><li>- easy storage (refrigeration)</li><li>- various by-products (honey, mushrooms)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Difficulties in obtaining a nut clean and of homogeneous size</li><li>- Production variability</li><li>- Fresh nuts quality maintenance problems</li><li>- Fungal infection and insect attach to fresh fruits, weevil damage during storage and later</li><li>- high harvesting costs and highly concentrated labour requirements</li></ul>

# Chestnut – Distribution of consumption of chestnuts (Bellini, 2003)

	Chestnut	Marrons
Peeled, for animal feeding and other uses	5 %	< 5 %
Self consumption	5 %	10 - 15 %
Internal markets (fresh consumption)	<b>40 %</b>	20 - 30 %
Processing industry	10 %	<b>35 - 40 %</b>
Dried	10 %	
Export	30 %	15 - 20 %

# Chestnut – Policy & Research

- Large incentives for restoration of chestnut orchards (financial support by Regional authorities)



- Access:

- Private orchards: public access is forbidden
- Gathering of wild chestnuts is allowed

- Research:

- diseases, cultivation, graft and crown care
- recovering of old chestnut orchards and transformation of chestnut coppice
- harvest techniques

# Chestnut – Marketing

marron from Castel del Rio, marron from Mugello, chestnut from Monte Amiata, chestnut from Montella

## ■ Certification under EU regulations

- Registration of Protected Designation of Origin (PDO) (Reg. 2081/92)
- Protected Geographical Indication (PGI)
- Traditional Speciality Guaranteed (TSG) (Reg. 2082/92)
- Organic production (Reg. 2092/91 and IFOAM)



Marron from Mugello-Fano in Garfagnana



# Chestnut – Marketing

- **Networking and promotion**, e.g. local associations for chestnut marketing ([www.marrone.net](http://www.marrone.net)): → fairs, exhibitions, museums, ...



[Home](#)

[History](#)

[Arrive](#)

[The Museum](#)

[Album](#)

[Info](#)

# Museo del Castagno

*It is not easy to express  
in words the feelings  
that arise when visiting  
a place from the past.*

*What touches the soul  
is the magical experience  
of life rhythms that exist  
no more, of customs and  
traditions that have  
accompanied the life of man  
for a millennium.*



*Defining this place as a  
"museum" is impossible,  
so many are the feelings  
it stirs up.*

[GO BACK TO INTRO PAGE](#)

MUSEO DEL CASTAGNO Località Colognora, Val di Roggio 55060 (Lucca)

[Info@museo-del-castagno.it](mailto:Info@museo-del-castagno.it)

WebMaster: [LucyMay](#)

- Network of local municipalities (the Italian *Associazione Nazionale Città del Castagno*)



# New selling systems

- Direct sales: “**Pick-up your chestnuts**”: selling directly to the consumers the right to collect chestnut for a fixed rate or in relation to the weight of collected fruits
- “**Adopt your own chestnut tree**”: chestnuts picking and organised picnics under the chestnut tree
- **e-business**:
  - B2B: fresh chestnuts, semi-finished products, ...
  - B2C: jams, dried nuts,...



Categories

Choose

Regions

Choose

Text Search

chestnut

GO!



**Your Online Shopkeeper!**

Click [here](#), and you will be called [straight back!](#) (8.00 AM - 7.00 PM GMT)

**Our Promises** · [We are beyond the law!](#) · [About Esperya](#) · [Payments](#) · [Privacy](#) · [Fast Deliveries](#)

**Piazza Esperya** · [Forum](#) · [FEU! Mailing List](#) · [Contact us](#) · [Tell a friend!](#)

**Your order** · [Tracking DHL](#) · [View your order](#) · [LOVe!](#) · [Esperya Gifts!](#)



[Olive Oil & Vinegar](#)



[Wine](#)



[Beer](#)



[Honey](#)



[Pasta~Rice](#)



[Meats](#)



[Cheese](#)



[Sweets~Coffee](#)



[Seafood](#)



[Preserves](#)



[At the table!](#)



## Chestnuts from Monte Amiata by Pasqui

Travelling through the Monte Amiata you can't help but be aware of the beautiful woods covering the slopes of the mountain. Ancient woods, thick, silent, where a walk triggers the imagination and pausing for a picnic on the bed of undergrowth has the effect of making you feel lost to the world, at least for a while.



For centuries, local rural traditions and economy have revolved around these woods, making good use of their natural resources, from mushrooms to chestnuts. And **chestnut trees have always been kings of these marvellous places**, yielding fruit that has seduced many a palate.

Marzio and Luana Pasqui gather and prepare, with great love and care, these Chestnuts from the Monte Amiata, producing both a sweet, scented Flour and Dried Chestnuts. Try using the flour to prepare a "castagnaccio", the traditional Italian chestnut cake: **it will fill your home with its perfume** during baking. The Dried Chestnuts can be soaked and used as a cake-filling or for stuffing chicken and turkey. What better way to evoke the autumn woods...



★ **Chestnut Flour from the Monte Amiata by Pasqui** (500 g pack - 1.1 lb) a click away at L. 6,000 (Euro: 3.10 - UK Pounds: 1.89)

# Product development



Dried soft chestnut

Package for making  
the traditional  
*castagnaccio* cake  
(based on chestnut  
flour, pine seeds,  
raisins)



# Lessons learned

- **Vertical integration** to sell the high AV products
- **Direct sales** to increase forest owners profits → investment in orchards amelioration  
→ protection of property rights
- **Public authorities: external support** in promotion, technical assistance to forest owners

# Complementary products and services

= products & services that bring added value to some other products or services, but are **not attractive enough to succeed alone.**



# In many Mediterranean countries: a strong link between

NWFPs marketing  
policies



Tourism, recreation  
and landscape  
protection policies

Leader EC project approach

[Dolomiti](#) [Escursioni](#) [Consigli](#) [Guida alle escursioni](#) [History](#) [Natura pura](#)

[Hotel](#) [Escursioni](#) [Camere & prezzi](#) [Avventure invernali](#) [Contatto](#)

### Settimane torggele

**Bel tempo e vino nuovo**

Vino nuovo e raggi di sole. Le settimane escursionistiche **"Törggelen"** in allegra compagnia.

Il bel tempo d'autunno, e sole caldo e le antiche usanze risvegliano l'energia vitale e la voglia di vivere.

Degustate il vino nuovo, accompagnato da caldarroste, noci, salsiccia fatta in casa e costolette di maiale.

<< indietro

**Settimane "Törggelen"**

08.10.05-01.11.05 da Euro 385,00

I prezzi s'intendono a settimana e persona con trattamento di mezza pensione.

>> I  
>>

How to get there  
Villages  
Climate & lifestyle  
Highlights  
What to see  
What to do  
Where to stay  
Special offers

[http://www.wanderhoteleuropa.com/it/wandern/angebot\\_05.htm](http://www.wanderhoteleuropa.com/it/wandern/angebot_05.htm)

Törggelen holidays: few days-one week holidays (normally for aged persons) based on

- roasted chestnut +
  - walnut
  - new red wine tasting +
  - speck and the meat
- organized in South Tyrol

#### Autumn - 'Törggele' time



Autumn walks with friends and calling in at mountain farmhouses or inns for refreshment - called 'Törggelen' - is a favourite traditional activity in South Tyrol. The 'Nuien' (new wine made from grapes which a couple of weeks before were still in the vineyard) plays an important part, along with traditional dishes including 'Speck' (cured, cold smoked bacon), home made sausages with Sauerkraut or red cabbage, roast chestnuts followed by home made pastries, and much more. 'Törggelen' is a delight for all lovers of genuine food and drink, especially when enjoyed outside in the warm autumn sunshine from October to mid November.

On the left you will find informations on mountain restaurants offering snacks and new wine, mountain refuges and cable cars.

**www.umbriadoc.com** Italian 

UMBRIA, where good cooking is Art

DOC TYPICAL PRODUCT | SOMMELIER ON-LINE | EVENTS DOC | MALDOC | TOUR DOC

SITE - MAP  
LINKS  
NEWS  
GUESTBOOK  
CONTACT US

CENTRO AGRO ALIMENTARE DELL'UMBRIA  
WHERE WE ARE  
SERVICES  
ACTIVITY

DOC TYPICAL PRODUCT | PRODUCERS | CERTIFIED PRODUCTS

**THE TRUFFLE**



The Umbrian landscape is still to a very great extent unspoilt: today's visitor, at the threshold of the year 2000, can see it just as it appeared to the Romans or to the Etruscans; in this gentle countryside, much of which is hilly, the wood is an important element, rich in many fruits, among which the precious gift of the truffle stands out.

Umbria is an immense truffle-ground. It produces various types of truffle: the highly-prized black truffle, the "scorzzone" summer truffle and the highly-perfumed white variety.

▶ **What is truffle**  
 ▶ **Umbrian truffle**  
 - The Black  
 - Summer "scorzzone"  
 - The White  
 ▶ **Production**  
 ▶ **Some History**  
 ▶ **Events and Traditions**  
 ▶ **back**

▶ **What is a truffle?**

Willingness to cooperate among private operators

Private/public partnership in promotion

We sell the product, but also the associated history, monuments, events, farm tourism, ...



# La Strada del Fungo Porcino di Borgotaro (Pr)

- HOME PAGE
- LA STRADA DEL PORCINO
  - Itinerario
  - I comuni della strada del fungo
  - Enti per la promozione commerciale e turistica
- IL FUNGO PORCINO ED ALCUNI PRODOTTI DELLA ZONA
  - Il Porcino I.G.P.
  - Parmigiano Reggiano
  - Prosciutto di Parma
- LE AZIENDE
  - Tutte le aziende
  - Ristoranti / Trattorie
  - Alberghi
  - Agriturismi
  - Azienda Agricola
  - Rivendite prodotti tipici
- MANIFESTAZIONI
  - Elenco manifestazioni
  - Sagra del fungo Porcino
  - Fiera del Fungo Porcino di Albareto
  - Autunnando di valle in valle
- INIZIATIVE
  - Elenco delle iniziative legate alla strada del fungo
  - Autunno gastronomico
  - Valtarese
- CONTATTACI
  - Guestbook
  - info@stradadelfungo.it
- LINK UTILI
  - Collegamenti ad altri siti

credits

## Il Porcino IGP

### La "cerca" della tradizione.

...Infine ,il grande dominio si ruppe: dell'Impero Romano non rimasero in piedi che rovine 'da meditazione'; anche le strade , via via abbandonate , furono riconquistate dalla foresta. Gli abitanti presero le strade dei monti , un po' per sfuggire alle invasioni barbariche e sentirsi più al sicuro, un po' perché l'economia di montagna, allorché povera, risultò più appetibile e carestia di città...

Sono immagini medioevali che se intorno all'anno Mille , la "colori" fondazioni di pievi, castelli e b 'sasso' lavorato a mano. A cavall dalla Cisa si susseguono verso Ov una ricca cultura di montagna: i ancor oggi momenti vitali che ris è stata da sempre al centro di q particolare è capace di suscitare

### Insignito e premiato



Il qu  
Ge  
om  
de  
no  
Gr  
BC  
pr  
uti  
me  
va  
pr  
co  
più



## HOME PAGE

argomenti > strada della castagna bianca

## IL TEMPO DELLE CASTAGNE

### STRADA DELLA CASTAGNA BIANCA

Percorso fruibile in auto, in bicicletta o a piedi: partendo da Ormea, in Valle Tanaro, verso Garessio e Priola, sale al Colle di Sangiacomo, scende a Viola Castello, sale al capoluogo di Viola e Viola Saint Grée, scende a Pamparato, sale a Serra ed a Sangiacomo di Roburent, prosegue per Bricco Vernaglio e attraversando Prà di Roburent, scende a Bossea in Valle Corsaglia. Da Bossea il percorso sale a Fontane fino a Prato Nevoso, scende a Borgata Scarrone, in Valle Maudagna, da dove è possibile raggiungere direttamente Baracco in Valle Ellero oppure scendere a Frabosa Sottana e raggiungere la Valle Ellero, attraverso Villanova e Roccaforte.

Lungo tale percorso incontriamo 4 musei etnografici (Serra, Pamparato, Monastero Vasco, Fontane e, in costruzione, a Miroglio); il percorso dei Forni dell'Alpet recentemente restaurati, le Grotte di Bossea e le Grotte del Caudano; 5 Stazioni di sport invernali e a breve distanza il Santuario di Vicoforte ed il Castello Reale di Casotto.

Sotto il profilo castanicolo, la strada attraversa l'area più evocata alla produzione della piccola e deliziosa Castagna bianca, adatta all'essiccazione ed alla produzione di Farina. In particolare incontriamo almeno una cinquantina di essiccatoi da Castagne, dei quali più di 20 recentemente ristrutturati in Valle Mongia, numero 2 Mulini in Valle Mongia ed a Torre Mondovì e numerose Aziende agricole dedite alla Castanicoltura.

Sono numerosi infine i Ristoranti, le Trattorie e gli Agriturismi.

© credits

<http://www.stradadelfungo.it>

<http://www.marrone.net/rubriche/strada.htm>

A common instrument for networking: "la strada" (road – route)

# NWFP

= *imago product*

**www.umbriadoc.com**  
UMBRIA, where good cooking is Art

- DOC TYPICAL PRODUCT
- SOMMELIER ON-LINE
- EVENTS DOC
- MALDOG
- SITE - MAP
- LINKS
- NEWS
- GUESTBOOK
- CONTACT US

DOC TYPICAL PRODUCT | PRODUCERS | CERTIFIED PROD

## THE TRUFFLE



The Umbrian landscape still to a very great extent unspoiled: today's visitor, the threshold of the year 2000, can see it just as it appeared to the Romans or to the Etruscans; in this green countryside, much of which is hilly, the wood is an important element, rich in many fruits among which the precious gift of the truffle stands out.

Umbria is an immense truffle-ground. It produces various types of truffle: the highly-prized black truffle, the "scorzone" summer truffle and the highly-perfumed white variety.

**What is a truffle?**

**Appennino**  
Un sistema per la promozione del turismo e dei prodotti di eccellenza

HOME APPENNINO MAGAZINE INFO TURISTICHE SHOPPING DOWNLOADS COMMUNITY MAPPA APPENNINO

ENOGASTRONOMIA CULTURA NATURA EVENTI OSPITALITA'

Cerca nel sito

in questa sezione

**Menu generale**

**Accessibilità**

- Versione accessibile

**Ospitalità**

- Agriturismo
- Alberghi
- B&B
- Camping
- Ristorazione
- Altri...

**Appennino da vivere**

- Itinerario dell'Arte
- Weekend a pane e chianina

**Naturalmente Appennino**

- Trekking
- Parchi e aree protette

**Tradizioni e Cultura**

- Storia e Folklore
- Arte
- Musica e teatro
- Musei e gallerie d'arte

**Questione di gusto**

- Prodotti tipici
- Ricette tradizionali

**Appennino borsino della ruralità**  
entra >>

**La strada del tartufo nell'Appennino centrale**  
Un percorso che si snoda lungo le vallate dell'Appennino centrale alla scoperta di tradizioni, prodotti tipici e luoghi accomunati dalla presenza del tartufo, in tutte le stagioni.

La strada del tartufo, progetto finanziato nell'ambito del Patto Territoriale dell'Appennino Centrale, si snoda lungo le vallate e le città di questo spazio geografico. Un percorso per vivere e approfondire i territori delle 11 comunità montane del patto in un'ottica di sistema di eccellenze: il tartufo, la natura suggestiva, le città e i borghi con i loro tesori nascosti, l'artigianato di tradizione, la gastronomia e i sapori genuini e raffinati. Questo insieme che accomuna le vallate dell'Appennino fra **Toscana, Marche, Umbria ed Emilia Romagna** rappresenta, con la varietà delle singole tipicità, la cornice dove il percorso fisico della strada diviene occasione di piacere e scoperta e risponde alle ragioni di viaggio di chi è alla ricerca di itinerari insoliti e nuovi. Comune denominatore dei possibili percorsi è il tartufo, prodotto misterioso e affascinante, in 2 colori, il bianco e il nero. Cambia colore e profumo di stagione in stagione, come la natura che lo circonda e ogni volta è gratificante, per lo spirito e il palato, farsi condurre dal suo sapore.

"Andar per tartufi" nell'Appennino centrale è forse uno dei modi migliori per conoscerlo. Per chi ama l'arte e la storia è difficile trovare un ambiente altrettanto ricco di testimonianze. Per chi ama la natura e gli spazi aperti è difficile trovare qualcosa di più piacevole che trascorrere delle giornate in qualche agriturismo o negli alberghi di questa parte dell'Appennino.

Per chi ama la buona cucina è impossibile trovare in questa terra un ristorante che non proponga una specialità a base di tartufo. Una strada, quella del tartufo, percorribile in ogni tempo e in ogni stagione, perché il tartufo nell'Appennino c'è ed è presente tutto l'anno. Il tuber magnatum pico o tartufo bianco, che matura già a ottobre e cede il passo a dicembre al nero pregiato e poi, nel passaggio primaverile al nero d'inverno, al moscato e al bianchetto, mentre la stagione calda dell'Appennino è dominata dal tartufo estivo e dalla rarità del nero liscio che arretrano in autunno con l'arrivo dell'uncinato e del nero ordinario del mese di settembre. Dalla Toscana, alle Marche, dall'Umbria all'Emilia Romagna seguendo il profumo del tartufo si scopre un territorio ricco di sorprese per ogni visitatore.

[Indietro](#)

**Events**

- I Centogusti dell'Appennino
- Sagra del Tartufo Nero Estivo
- Mostra Mercato del Tartufo e dei prodotti tipici del Bosco.
- Fiera Nazionale del Tartufo Bianco Pregiato
- 41° Mostra nazionale del tartufo bianco pregiato e fiera nazionale dei cani da tartufo

**Appennino Magazine**

- La Strada dei Sapori della Valtiberina Toscana
- Alla scoperta dei sapori dell'Appennino Centrale
- Alto Chiascio, dove il tartufo "regna" tutto l'anno
- Il Prato nel Piatto: Conoscienze ritrovate
- Non solo Pane

**Tourist Office**

**Events and Traditions**

**back**

<http://www.appennino.info/>

# Lessons learned

- Territorial marketing
- Key factors: partnership, cooperative attitude = social capital
- In many contexts the real constraint is not the lack of natural capital, but that of entrepreneurship

Hvala!

