



Camera di Commercio
Cremona



Analisi del posizionamento
della Liuteria Cremonese contemporanea
sui mercati internazionali
e sue prospettive di sviluppo strategico

RAPPORTO FINALE DELLA RICERCA

A cura di **Fabio Antoldi**, *condirettore CERSI*

Cremona, 11 Novembre 2009



Sommario



1. Presentazione della ricerca: obiettivi e attività svolte	4
2. Una panoramica sulla liuteria di qualità mondiale, italiana e cremonese	9
3. Le opinioni degli operatori intervistati a MondoMusica (5/7 ottobre 2007)	17
4. La presenza attuale e le attività svolte dai liutai cremonesi	34
5. Le caratteristiche del sistema produttivo locale	48
6. La questione dei prezzi dei violini cremonesi	55
7. Il Consorzio Stradivari e il marchio “Cremona Liuteria”	68
8. Riflessioni conclusive sul futuro della liuteria cremonese	79

Ma quanti sono davvero i liutai cremonesi?

- Ai 185 addetti operanti delle 147 imprese liutarie iscritte nel Registro Imprese, si deve aggiungere poi un numero indefinito di ‘artisti’, valutabile – secondo gli operatori del settore - tra le 50 e le 100 unità.
- Si tratta per lo più di professionisti che prestano la loro opera in forma assolutamente legale, ma diversa da quella artigiana, aprendo semplicemente la partita IVA e sovente collaborando poi con le botteghe regolarmente iscritte alla Camera di commercio.
- Vi sono però anche operatori che lavorano in modo non formale, a volte in via transitoria, altre in via continuativa. Tale fenomeno comprende invero situazioni assai varie: da casi di ex-studenti dell’IPIALL che, pur lavorando, ritengono di non avere ancora un volume d’attività sufficiente per aprire una loro bottega, a professionisti che esercitano l’arte della liuteria in via secondaria rispetto ad altra attività principale. Ci sono infine anche situazioni di vero e proprio lavoro irregolare.
- Se infine si vuole ponderare il valore complessivo del sistema liutario in senso lato, in termini di addetti, sarebbe opportuno tenere in conto anche dei lavoratori delle altre istituzioni della liuteria non considerate nei dati del registro delle imprese, a partire – ad esempio - dal Consorzio Stradivari, dalla Fondazione Stradivari e dall’IPIAL.
- Infine esiste certamente un “indotto” importante della Liuteria per il sistema locale, i cui benefici vanno cercati innanzitutto nel settore turistico e alberghiero.

Una stima del numero di liutai a Cremona



- Incrociando più fonti informative è stato possibile arrivare ad una prima stima ragionata almeno del numero delle imprese “emerse” che costituiscono attualmente il sistema di produzione della liuteria cremonese.
- A tal fine si è confrontata la lista nominativa degli operatori iscritti al registro delle imprese della CCIAA (147 nomi) con i nomi di liutai operanti a Cremona presenti nelle directory pubblicate nel 2007 dalle riviste professionali Strad (70 nomi), Strings (24) e da quelle dell’italiana Pagine Musica (88), nonché con i nomi che appaiono su vari siti web internazionali dedicati alla liuteria aventi per indirizzo la nostra provincia. Sono emersi in questo modo altri 21 nominativi di imprese individuali che producono strumenti ad arco a Cremona non rpresenti negli elenchi della Camera di Commercio.
- ***Pertanto, il numero totale delle imprese della liuteria che - sulla base delle nostre indagini - risultano attive in Provincia di Cremona al 15 novembre 2007 risulta essere di 168 unità, per un totale stimato di circa 200-210 addetti.***
- Restano ovviamente esclusi da questo computo gli eventuali lavoratori “sommersi” nonché gli studenti e i neodiplomati dell’IPIALL, che tuttavia è noto rappresentino un ulteriore bacino di capacità professionale a cui spesso attingono le botteghe cremonesi.

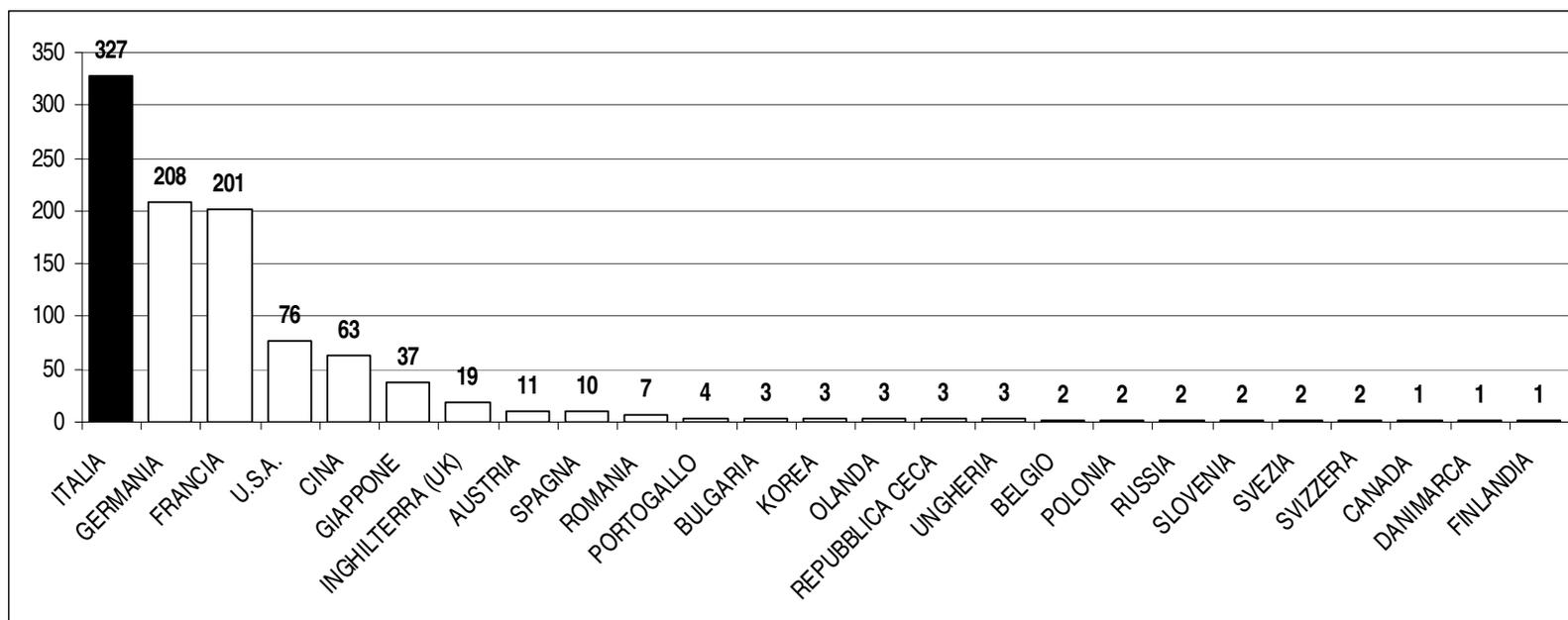
Sommario



1. Presentazione della ricerca: obiettivi e attività svolte	4
2. Una panoramica sulla liuteria di qualità mondiale, italiana e cremonese	9
3. Le opinioni degli operatori intervistati a MondoMusica (5/7 ottobre 2007)	17
4. La presenza attuale e le attività svolte dai liutai cremonesi	34
5. Le caratteristiche del sistema produttivo locale	48
6. La questione dei prezzi dei violini cremonesi	55
7. Il Consorzio Stradivari e il marchio “Cremona Liuteria”	68
8. Riflessioni conclusive sul futuro della liuteria cremonese	79

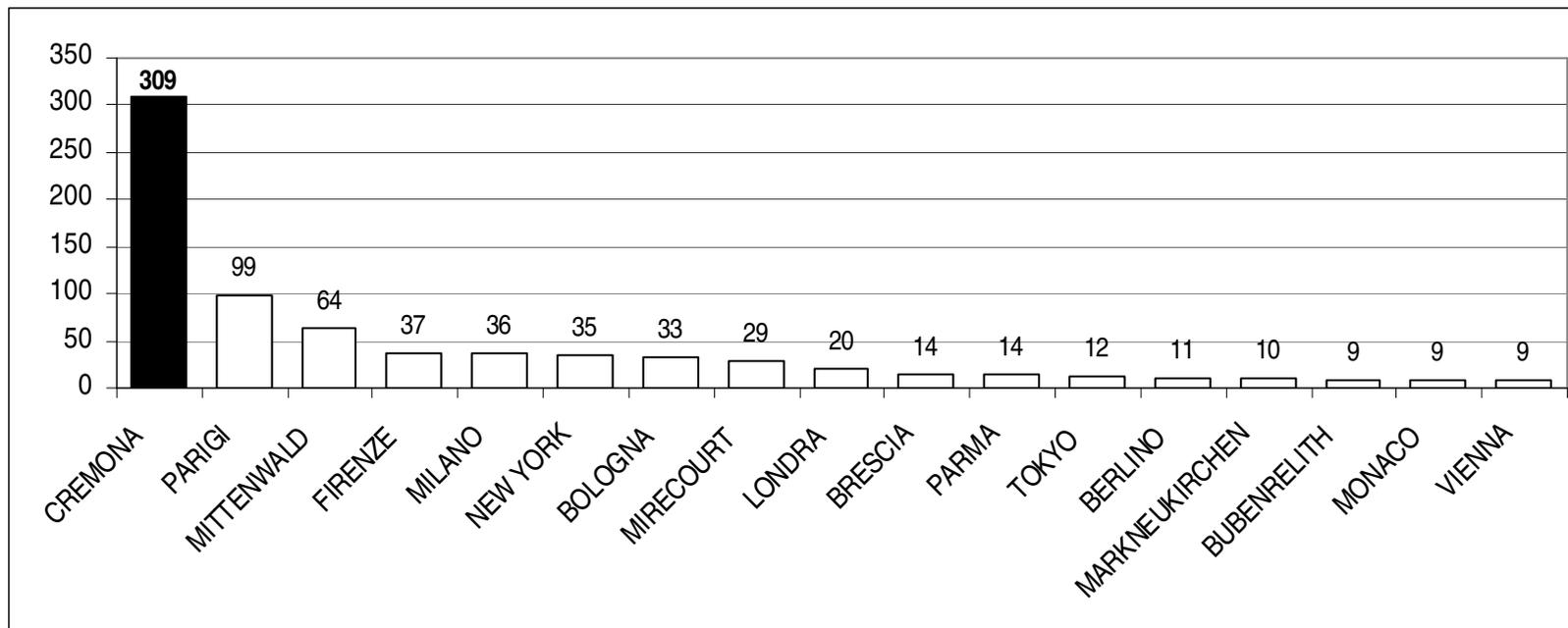
Le nazioni leader mondiali della Liuteria

- Richiesti di indicare quali sono **le tre nazioni più importanti oggi per la produzione di strumenti ad arco moderni di qualità**, gli intervistati hanno risposto indicando complessivamente 25 diversi paesi e mettendo al primo posto assoluto l'Italia (92,6%), seguita da Germania (58,9%), Francia (56,9%) e – a distanza – Stati Uniti (21,5%), Cina (17,8%) e Giappone (10,5%).



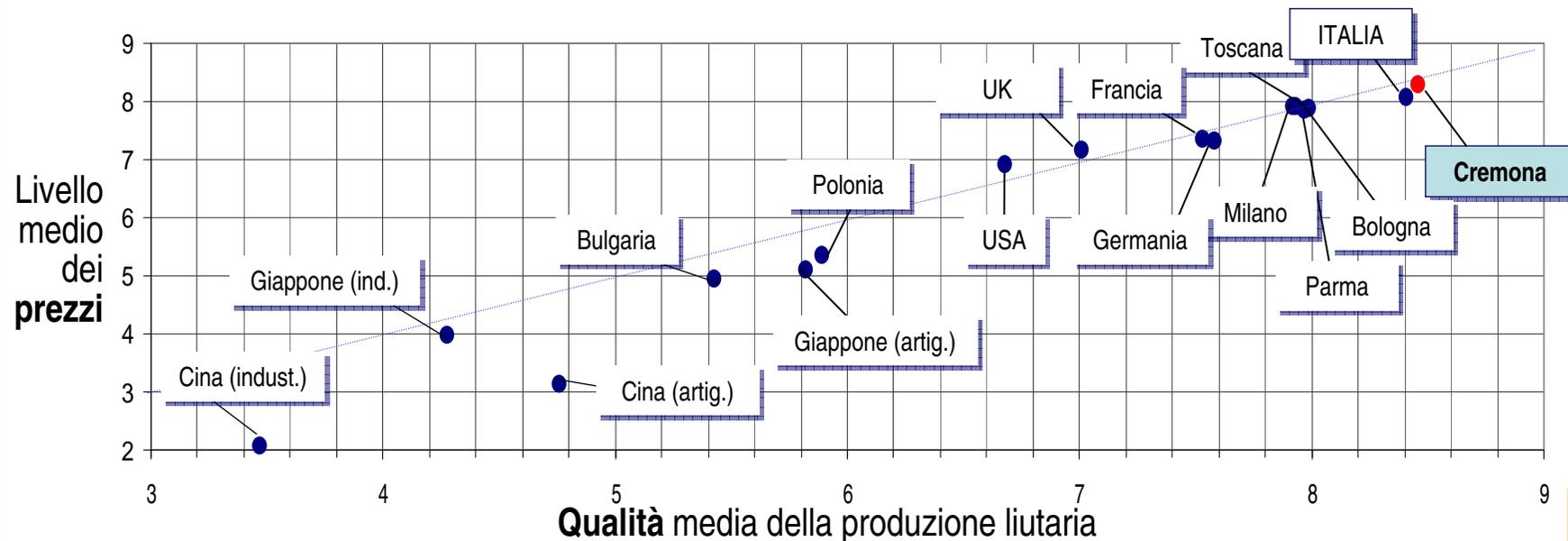
Le città leader mondiali della Liuteria

- Ai 353 intervistati è stato richiesto poi di indicare liberamente anche **le tre città che più rappresentano oggi la produzione di strumenti ad arco di qualità.**
- Gli intervistati complessivamente hanno segnalato 66 diverse città, mettendo al primo posto Cremona, seguita a grande distanza da Parigi, quindi da Mittenwald, dalle italiane Firenze, Milano, Bologna e da New York (*si riportano solo città con almeno 9 citazioni*).



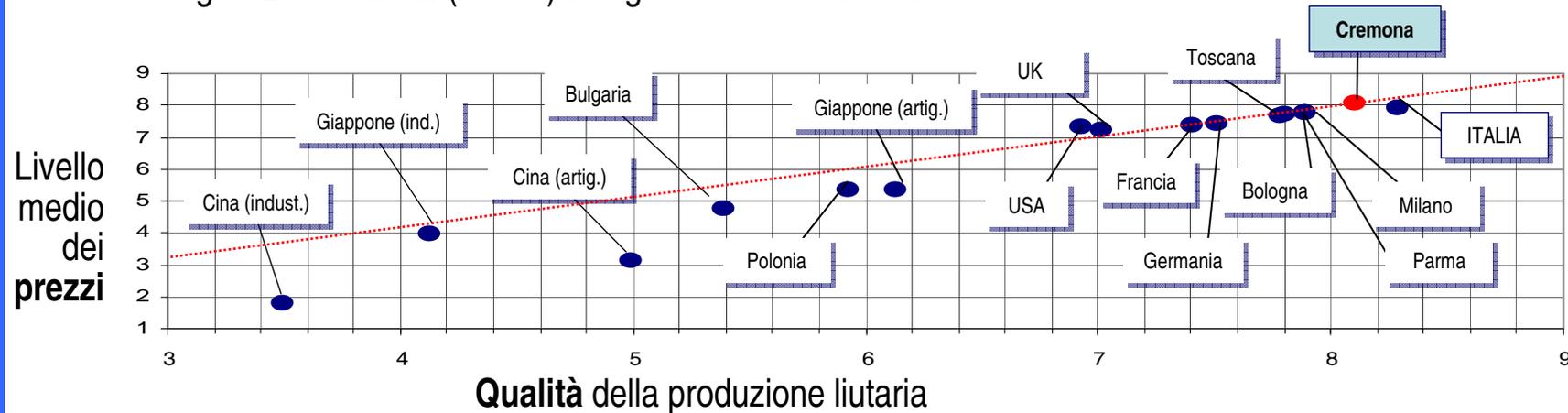
Il giudizio complessivo degli intervistati

- Se si considera il totale delle risposte, la liuteria italiana, in generale, appare superiore alle produzioni di tutte le altre nazioni e la liuteria cremonese, più in particolare, si colloca al primo posto assoluto sia per qualità che per livello dei prezzi.
- Ovviamente tale giudizio complessivo è influenzato dal fatto che il 61,5% dei rispondenti è italiano (e il 13,3% cremonese!). Inoltre include il giudizio indistinto di liutai, commercianti e musicisti. È utile quindi analizzare per le diverse classi di rispondenti.

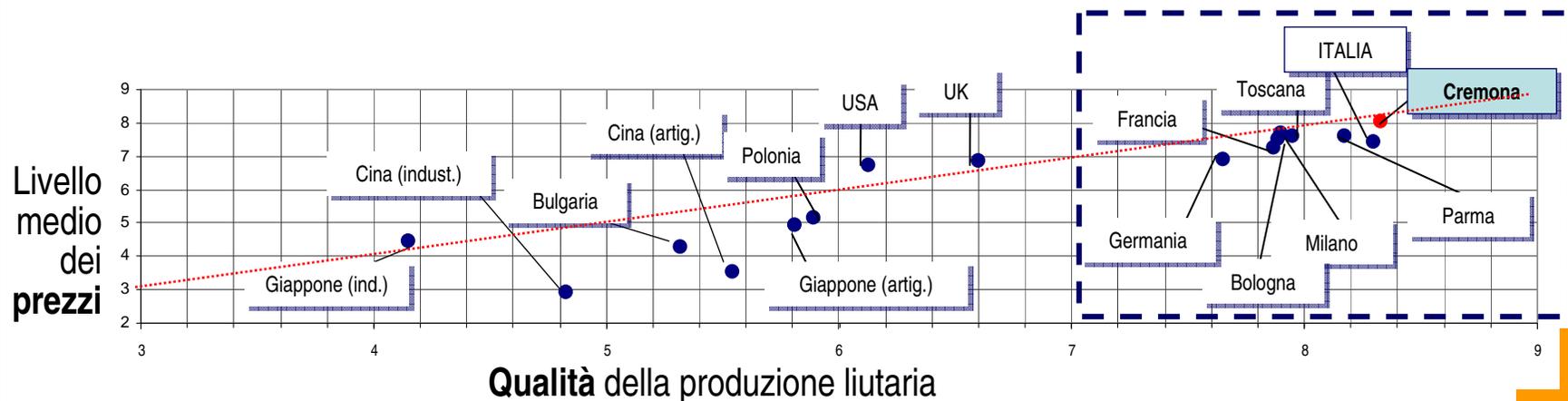


Il giudizio di liutai e commercianti di strumenti

- Il giudizio dei **liutai** (n=140) disegna un continuum ideale:



- Il giudizio dei **commercianti** (n=24) sembra identificare nettamente la top quality (cfr riquadro)

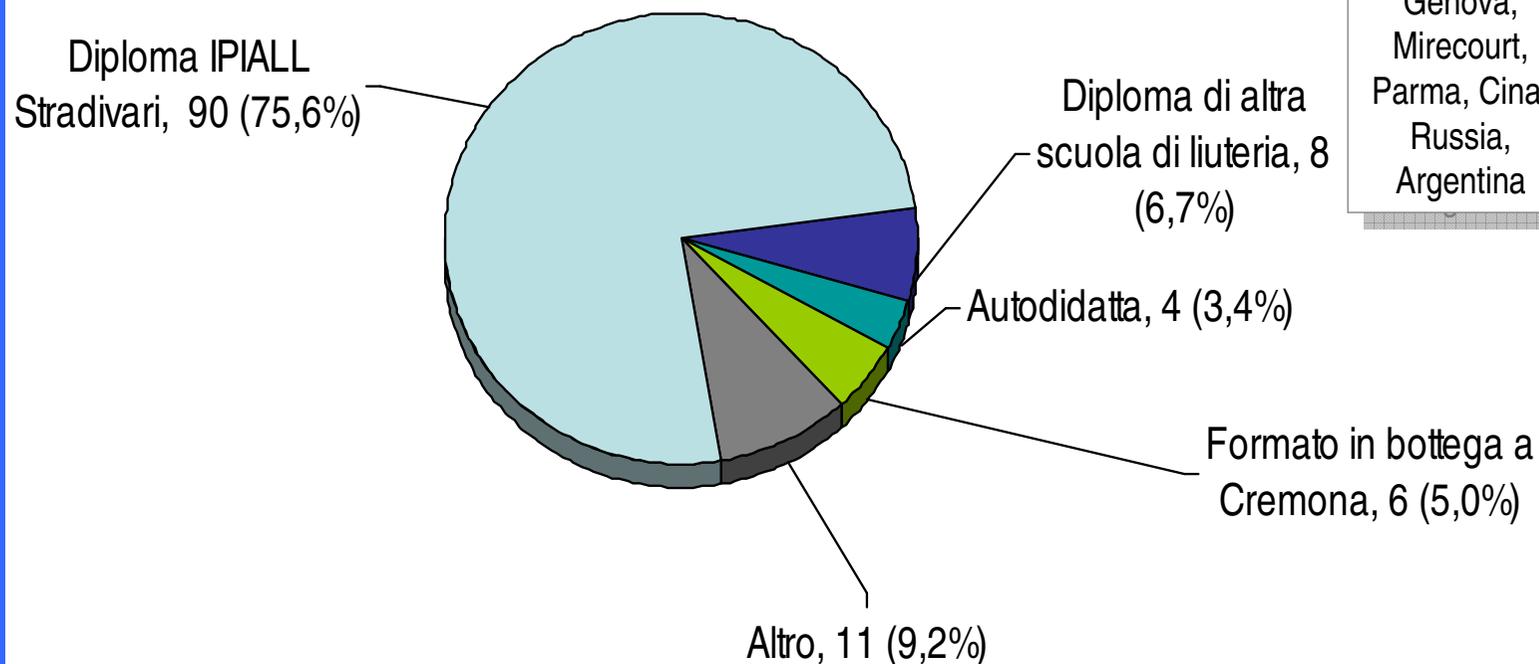


Sommario



1. Presentazione della ricerca: obiettivi e attività svolte	4
2. Una panoramica sulla liuteria di qualità mondiale, italiana e cremonese	9
3. Le opinioni degli operatori intervistati a MondoMusica (5/7 ottobre 2007)	17
4. La presenza attuale e le attività svolte dai liutai cremonesi	34
5. Le caratteristiche del sistema produttivo locale	48
6. La questione dei prezzi dei violini cremonesi	55
7. Il Consorzio Stradivari e il marchio “Cremona Liuteria”	68
8. Riflessioni conclusive sul futuro della liuteria cremonese	79

La formazione professionale degli intervistati

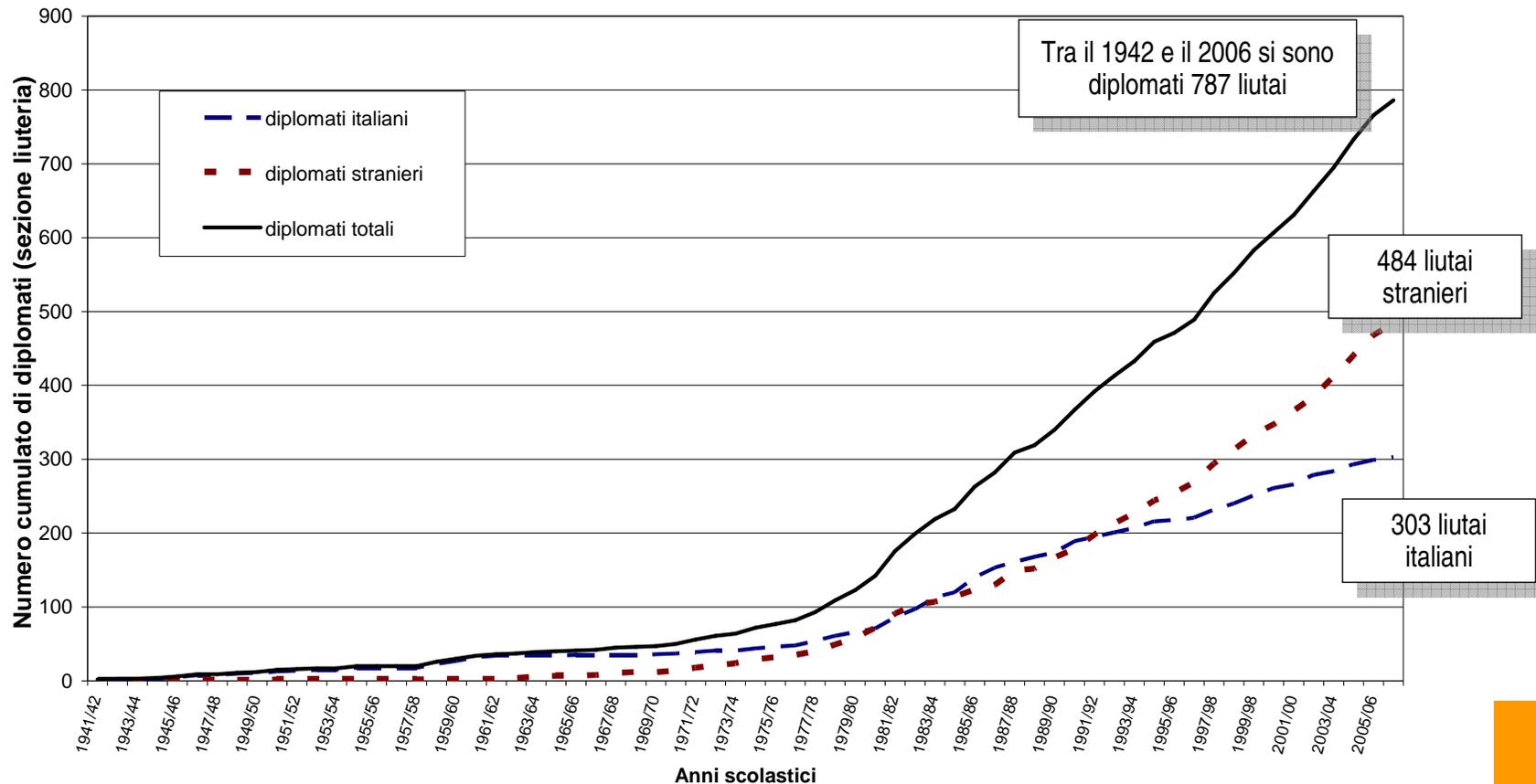


Milano,
Tokyo,
Genova,
Mirecourt,
Parma, Cina,
Russia,
Argentina

Corsi professionali delle
Regioni (archettai o liutai)

Diplomati della sezione liuteria dell'IPIALL dal 1942 al 2006

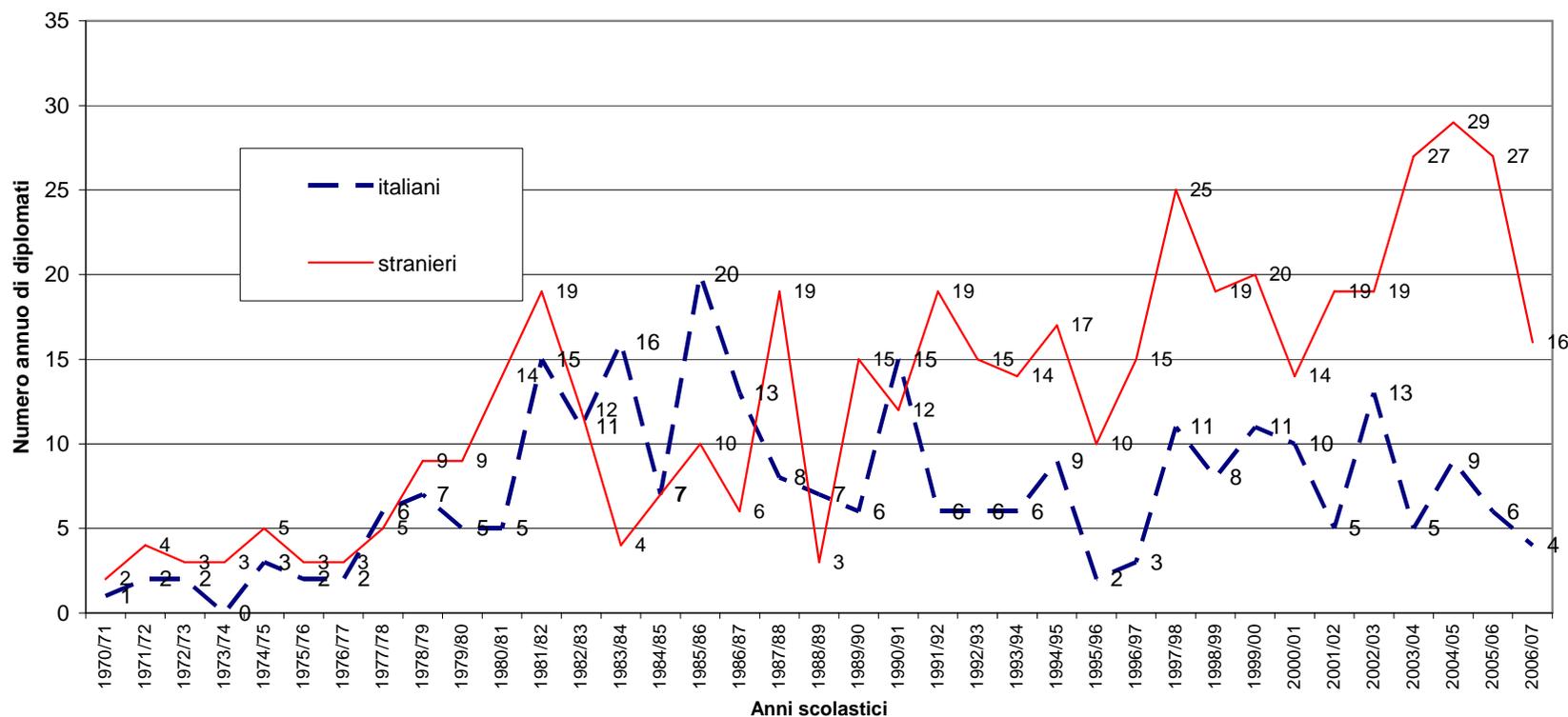
- L'andamento della curva cumulata dei diplomati della scuola mostra chiaramente che a partire dalla metà degli anni Settanta Cremona conosce uno sviluppo incredibile nella formazione di giovani liutai, con una crescente presenza dapprima di italiani, poi sempre più di stranieri.



I liutai formati annualmente dalla scuola IPIALL

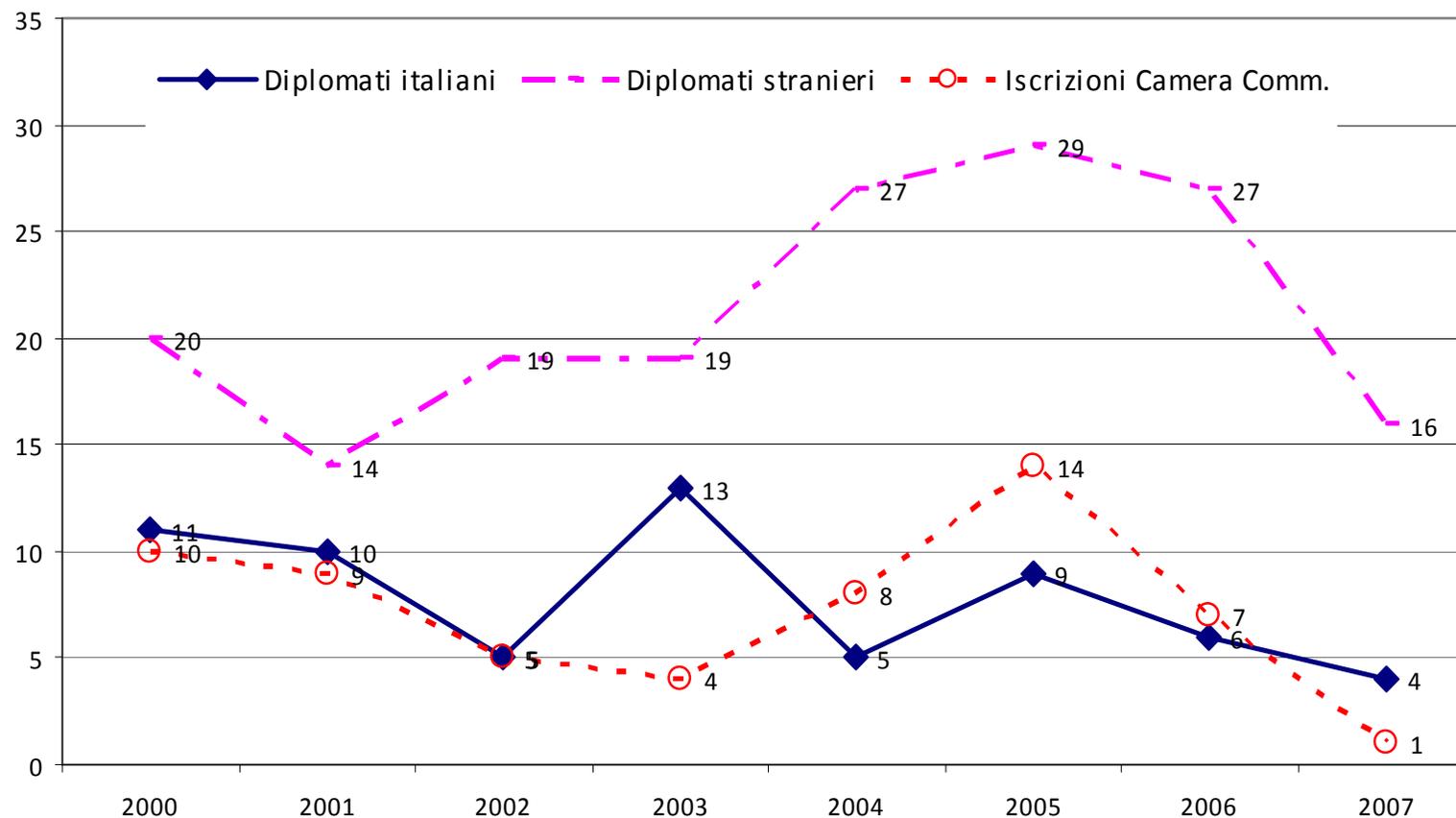
- Colpisce il numero crescente di diplomati stranieri, che dall'inizio degli anni Novanta prevalgono sistematicamente su quelli italiani. Pochissimi di loro però si fermano poi ad esercitare la professione a Cremona; basti pensare che la scuola negli ultimi 10 anni scolastici ha diplomato ben 215 stranieri, mentre i liutai stranieri che hanno iniziato l'attività a Cremona in questo periodo, secondo i dati delle interviste, sono solo 11 (su 40 in totale).

Analisi della popolazione di diplomati della sezione liuteria



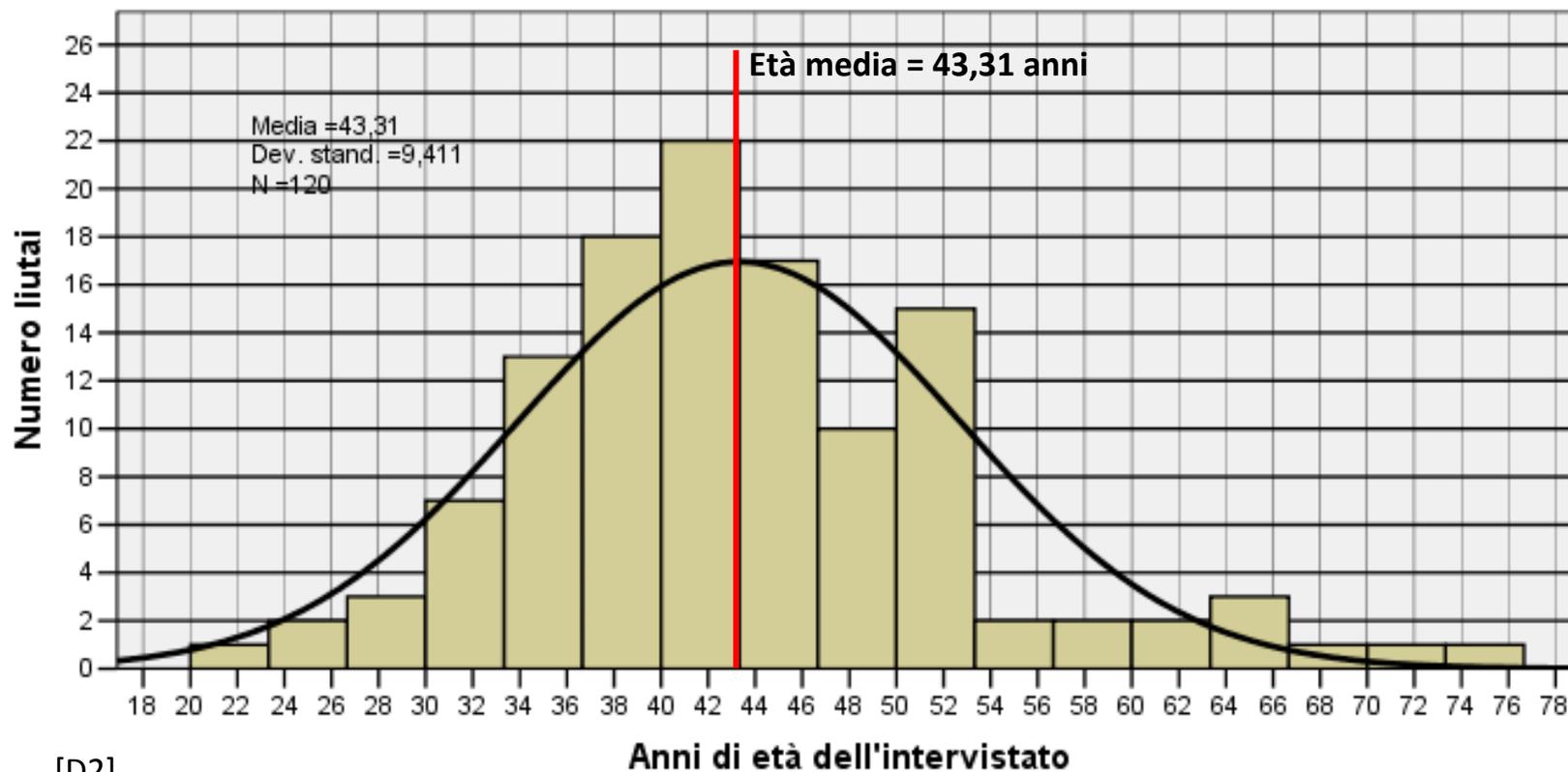
Le iscrizioni di liutai alla Camera di commercio (2000-2007)

- I dati del registro imprese indicano che quantitativamente nel periodo 2000-2007 le nuove iscrizioni sono abbastanza in linea con il numero dei nuovi diplomati di nazionalità italiana (sebbene non sia possibile identificare se i nuovi imprenditori siano effettivamente tali soggetti).



Età degli intervistati

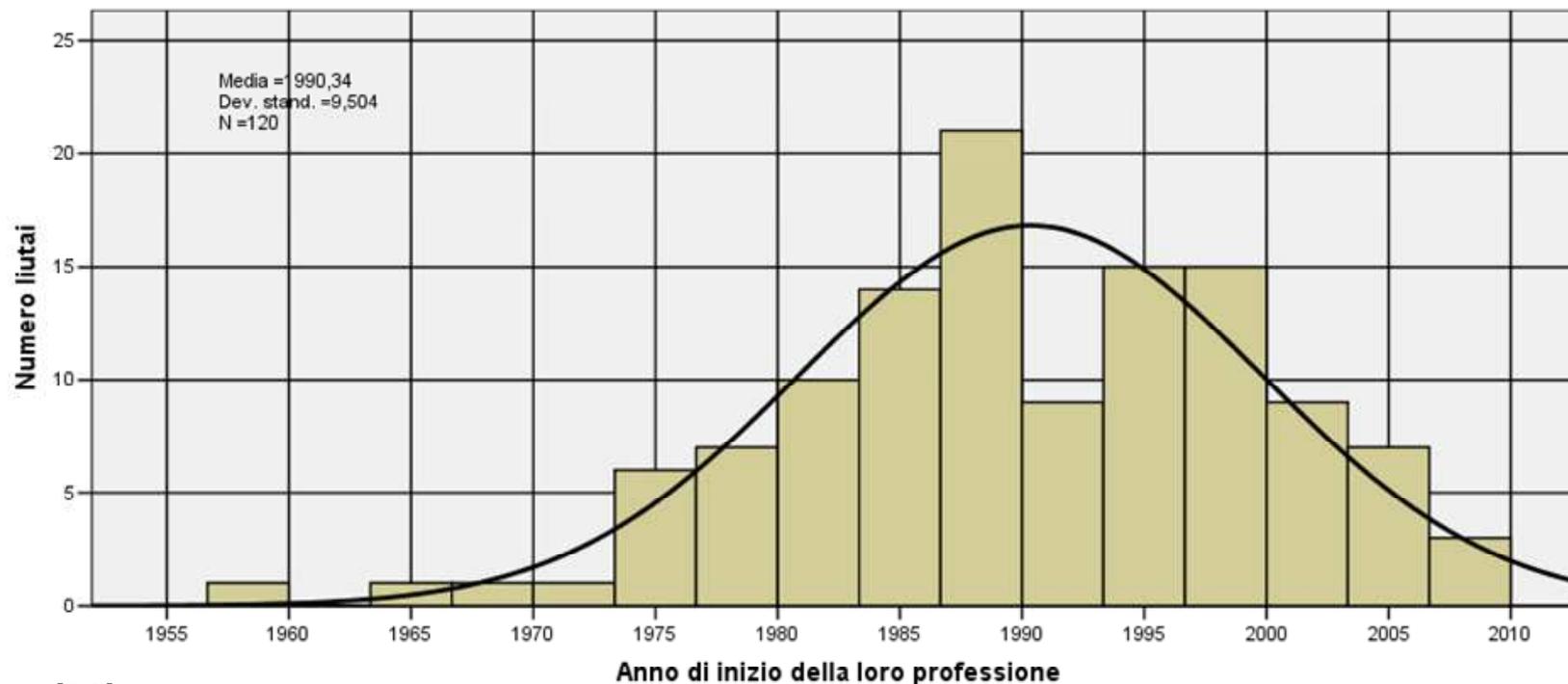
- L'età media degli intervistati risulta oggi piuttosto elevata (43,31 anni), soprattutto se si tiene conto della relativa giovane età della nuova liuteria a Cremona e dei tassi di crescita a cui ci aveva abituata a partire dagli anni Settanta. Gli under 30 sono solo 8 (7,0%).



[D2]

Anno in cui hanno iniziato la loro attività

- L'età media è dovuta al fatto che i liutai intervistati hanno per lo più iniziato la loro professione negli anni Ottanta e Novanta, mentre pochissimi di loro hanno aperto bottega nell'ultimo decennio.
- È un segnale del fatto che si è interrotto il ciclo espansivo della liuteria e che siamo entrati in una fase di maturità del sistema produttivo locale.
- Il passaggio repentino da una fase di sviluppo intenso a una fase di maturità spiega parte della percezione di "crisi" che attraversa trasversalmente il mondo della liuteria cremonese.



[D3]

Le attività del liutaio cremonese

- Quali sono le attività artigianali che svolge nella sua professione, indicando per ciascuna di essa se di norma, nel corso dell'anno, le svolge regolarmente, spesso, raramente oppure mai?

	mai	raramente	spesso	regolarmente	
Costruzione di violini moderni	5,2	7,8	5,2	81,9	87,1%
Costruzione di viole moderne	8,6	40,5	12,9	37,9	50,8%
Costruzione di violoncelli moderni	11,2	32,8	15,5	40,5	56,0%
Costruzione di strumenti barocchi	66,7	29,8	1,8	1,8	3,6%
Costruzione di strumenti a pizzico	88,6	10,5	0,9	0	0,9%
Costruzione di repliche di strumenti antichi	60,2	24,8	10,6	4,4	15,0%
Costruzione di copie antichizzate di strumenti antichi	53,9	20,9	15,7	9,6	35,3%
Costruzione di archi o altri accessori per la liuteria	79,3	7,8	6,0	6,9	12,9%
Restauro di strumenti antichi	45,7	28,4	13,8	12,1	25,9%
Manutenzione di strumenti antichi e moderni	21,6	31,9	25,9	20,7	46,6%
Commercio di strumenti antichi	77,2	13,2	5,3	4,4	9,7%
Commercio di strumenti moderni di altri liutai	69,6	23,5	4,3	2,6	6,9%

[D6]

Volumi medi di produzione degli strumenti

- Il numero di strumenti prodotti dagli intervistati (n=94) nel corso del 2007 è stato:

	VIOLINI	VIOLE	VIOLONCELLI	<i>Altri strumenti</i>
Media	4,94	0,69	0,83	<i>(0,30)</i>
Mediana	4	0	1	<i>0</i>
Minimo	0	0	0	<i>0</i>
Massimo	23	3	4	<i>(15)</i>
SOMMA	464	65	78	<i>(28)</i>
Valore di riferimento	5	<1	<1	

- Considerando il numero dei rispondenti (94) e il numero dei liutai che presumibilmente operano oggi a Cremona (circa 200 addetti), sulla base di queste risposte la produzione annua cremonese si può stimare come segue:
 - Produzione annua violini: 900 – 1000 unità
 - Produzione annua viole: 120 – 150 unità
 - Produzione annua violoncelli: 150 – 170 unità

Sommario



1. Presentazione della ricerca: obiettivi e attività svolte	4
2. Una panoramica sulla liuteria di qualità mondiale, italiana e cremonese	9
3. Le opinioni degli operatori intervistati a MondoMusica (5/7 ottobre 2007)	17
4. La presenza attuale e le attività svolte dai liutai cremonesi	34
5. Le caratteristiche del sistema produttivo locale	48
6. La questione dei prezzi dei violini cremonesi	55
7. Il Consorzio Stradivari e il marchio “Cremona Liuteria”	68
8. Riflessioni conclusive sul futuro della liuteria cremonese	79

Opinioni dei liutai sulla liuteria cremonese (1)

I violini cremonesi moderni sono considerati un prodotto di elevata qualità da parte dei musicisti di tutto il mondo.

Dichiarare che uno strumento moderno è “made in Cremona” incrementa il suo valore agli occhi del potenziale acquirente

Nei prossimi cinque anni la domanda dei violini cremonesi nel mondo è destinata a crescere.

Il restauro di strumenti antichi rappresenta una grande opportunità di mercato per il futuro dei liutai cremonesi.

La produzione di copie antichizzate rappresenta una grande opportunità di mercato per i liutai cremonesi

La produzione liutaria cremonese non ha nessuna caratteristica veramente “unica e inimitabile” rispetto alle produzioni di altri paesi di tradizione, come la Francia o la Germania.

Negli ultimi anni la qualità media dei violini prodotti a Cremona è peggiorata, a causa della presenza in città di un numero eccessivo di liutai non sempre bravi

Molto in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Né accordo né disaccordo	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo
2,6%	13,8%	12,1%	52,6%	19,0%
2,6%	6,8	15,4	47,9	27,4
10,5	31,6	39,5	15,8	2,6
17,2	24,1	25,9	24,1	8,6
13,0	19,1	29,6	27,8	10,4
33,9	28,7	7,0	19,1	11,3
14,8	20,0	17,4	27,0	20,9

Opinioni dei liutai sulla liuteria cremonese (2)

Il liutaio per avere successo deve adeguare la sua produzione alla richiesta del mercato, anziché seguire la sua vena artistica

È lecito che il liutaio cremonese integri la sua offerta con strumenti di fabbricazione estera, purché di qualità lo dichiari

Il liutaio oggi è chiamato ad essere sempre più “imprenditore”, sviluppando anche capacità organizzative e commerciali

L'utilizzo di componenti semilavorati non incide più di tanto sulla qualità finale dello strumento, se i legni sono buoni

È meglio che il maestro esegua per intero il processo di produzione (dividere i compiti peggiora il risultato finale)

Il modello della piccola bottega individuale non è più adatta a far fronte alle dinamiche di mercato

È sempre più necessario andare verso lo sviluppo di botteghe associate, ove collaborano più maestri

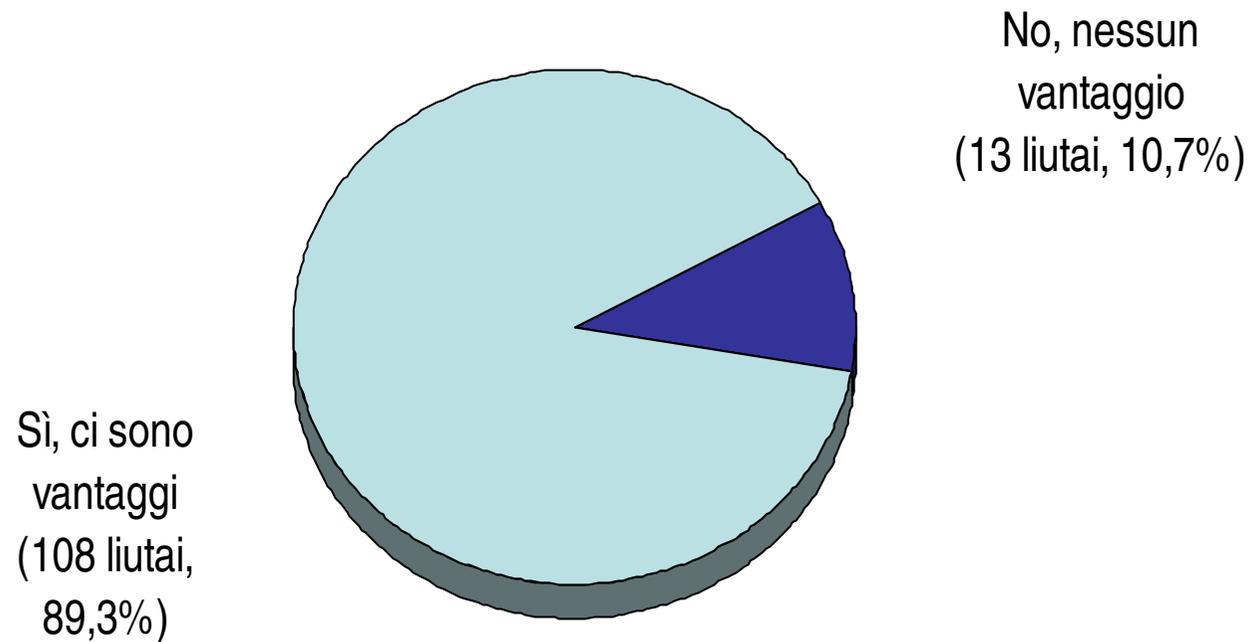
Da Cremona dovrebbero uscire solo strumenti di alta qualità, realizzati integralmente con metodo artigianale, altrimenti il nome di Cremona nel mondo sarà definitivamente svalutato.

Molto in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Né accordo né disaccordo	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo
11,8	21,0	16,0	29,4	21,0
39,5	19,3	18,5	16,8	5,8
4,2	5,0	10,9	39,5	40,3
48,7	17,6	20,2	10,9	2,5
7,6	12,7	14,4	23,7	41,5
22,0	24,6	15,3	20,3	17,8
15,3	22,9	22,0	28,0	11,9
0,8	2,5	7,6	15,3	73,7

Fonti del vantaggio competitivo per i liutai



Esistono vantaggi per chi fa il liutaio a Cremona?



[D17, n = 121]

I vantaggi di lavorare a Cremona (su 108 rispondenti)

N° liutai

- 87** Poter godere ancora oggi – direttamente o indirettamente - della **fama e dell’immagine dei padri antichi della liuteria cremonese** (Stradivari, Guarneri, Amati, ecc.) che danno un valore unico al marchio “made in Cremona”
- 49** Avere la possibilità di imparare il mestiere da **liutai portatori di capacità artistiche e tecniche uniche al mondo**, che sono alla base della qualità superiore degli strumenti cremonesi.
- 46** Poter utilizzare l’**indicazione geografica “liutaio in Cremona” o “made in Cremona”** per contrassegnare i propri violini moderni, fattore che può fare la differenza agli occhi dei compratori.
- 40** Beneficiare dell’accesso a un **patrimonio locale di informazioni, a una “cultura del violino”, ad un sapere artistico e produttivo unico del mondo**, dovuto alla concentrazione in città di numerosi liutai che interagiscono tra di loro.
- 25** Beneficiare della presenza a Cremona della **Collezione Comunale di violini e del Museo Stradivariano**, che sono fonte di attrazione turistica e testimonianza tangibile della storia liuteria cremonese
- 18** Beneficiare della **presenza nella città di Cremona di una serie di istituzioni** (Fondazione Stauffer, Camera di Commercio, Ente triennale) che con le loro varie attività supportano la produzione locale e in generale contribuiscono a creare un “sistema” locale favorevole alla professione.
- 16** Beneficiare della **presenza a Cremona di Mondomusica**, una delle più importanti fiere internazionali per gli strumenti ad arco, che facilita i contatti con i mercati di tutto il mondo.
- 12** Beneficiare della **presenza di una scuola di formazione specializzata e internazionale** (l’IPIAL Stradivari) che permette di imparare il mestiere, tiene viva la tradizione artigiana e offre personale qualificato alle botteghe.
- 3** Avere al proprio fianco le **associazioni artigiane** (Associazione Artigiani e CNA) che qui sono parti-colarmente sensibili al mondo della liuteria e offrono servizi molto utili a favore degli artigiani liutai
- 2** Beneficiare come liutai di una serie di **politiche pubbliche realizzate a supporto della liuteria** dagli enti locali (ad es. Comune di Cremona e Provincia)

Le richieste dei liutai

[Scala: 1 = per nulla importante 5= fondamentale]

	IMPORTANZA (da 1 a 5)
Organizzare a Cremona eventi che attirino musicisti e operatori da tutto il mondo	4,53
Promuovere sistematicamente all'estero l'immagine di Cremona come "città della liuteria di alta qualità"	4,39
Difendere la produzione cremonese da imitazioni falsamente "made in Cremona"	4,22
Promuovere corsi brevi di aggiornamento per liutai cremonesi	4,00
Creare a Cremona un centro tecnico e di ricerca (in ambito chimico, fisico, acustico, tecnologico) applicato alla liuteria	3,96
Creare a Cremona un centro servizi per i liutai che eroghi consulenza commerciale, amministrativa, logistica, etc..	3,63
Istituire a Cremona un laboratorio nazionale o internazionale di restauro di strumenti antichi	3,57
Promuovere corsi brevi di aggiornamento/specializzazione per liutai di tutto il mondo	3,56
Promuovere corsi master di liuteria post-diploma	3,56
Promuovere le vendite incaricando un ente collettivo di gestire le attività commerciali	2,92
Supporto l'internazionalizzazione dell'PIALL Stradivari	2,58
Trasferire tutte le botteghe in centro storico	2,55

[D20, n = 116]

© 2009 - CERSI Università Cattolica

Sommario



1. Presentazione della ricerca: obiettivi e attività svolte	4
2. Una panoramica sulla liuteria di qualità mondiale, italiana e cremonese	9
3. Le opinioni degli operatori intervistati a MondoMusica (5/7 ottobre 2007)	17
4. La presenza attuale e le attività svolte dai liutai cremonesi	34
5. Le caratteristiche del sistema produttivo locale	48
6. La questione dei prezzi dei violini cremonesi	55
7. Il Consorzio Stradivari e il marchio “Cremona Liuteria”	68
8. Riflessioni conclusive sul futuro della liuteria cremonese	79

I prezzi di vendita degli strumenti cremonesi ai musicisti

- I valori MEDI dichiarati dagli intervistati come prezzo di vendita finale al musicista dei loro strumenti è:

MEDIE ARITMETICHE DEI VALORI DEI PREZZI DEI VIOLINI

Minimo: € 9.444,83 (range risposte € 1.500 – 25.000)	Medio: € 10.490,12 (range risposte € 1.750 – 26.500)	Massimo: € 11.309,20 (range risposte € 2.000 – 28.000)
--	--	--

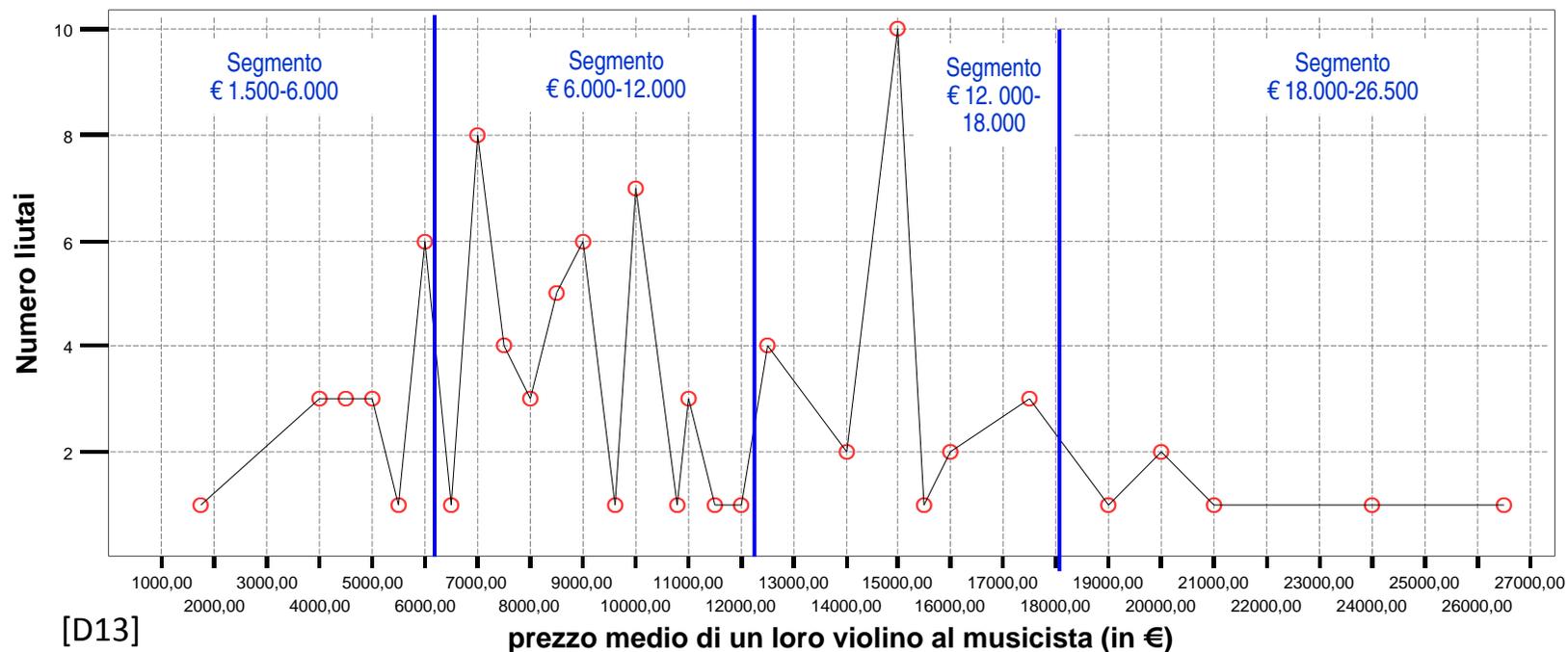
MEDIE ARITMETICHE DEI VALORI DEI PREZZI DEI VIOLONCELLI

Minimo: € 19.436,84 (range risposte € 5.000 – 40.000)	Medio: € 20.901,35 (range risposte € 6.000 – 42.500)	Massimo: € 22.550,69 (range risposte € 6.000 – 45.000)
---	--	--

- Le medie aritmetiche calcolate sulle risposte non rappresentano affatto la realtà cremonese, che è invero molto complessa. Si nota infatti l'estrema eterogeneità dei prezzi praticati dai diversi liutai a Cremona: i violini vanno da 1.500 a 28.000 euro; i violoncelli da 5.000 a 45.000 euro.
- Bisogna ricordare che, quando il canale è lungo, il prezzo alla bottega è mediamente $\frac{1}{2}$ del prezzo finale al musicista (in alcuni casi arriva scende anche a $\frac{1}{3}$). Per avere un'idea del prezzo in bottega, si deve pertanto almeno dimezzare la cifra indicata.

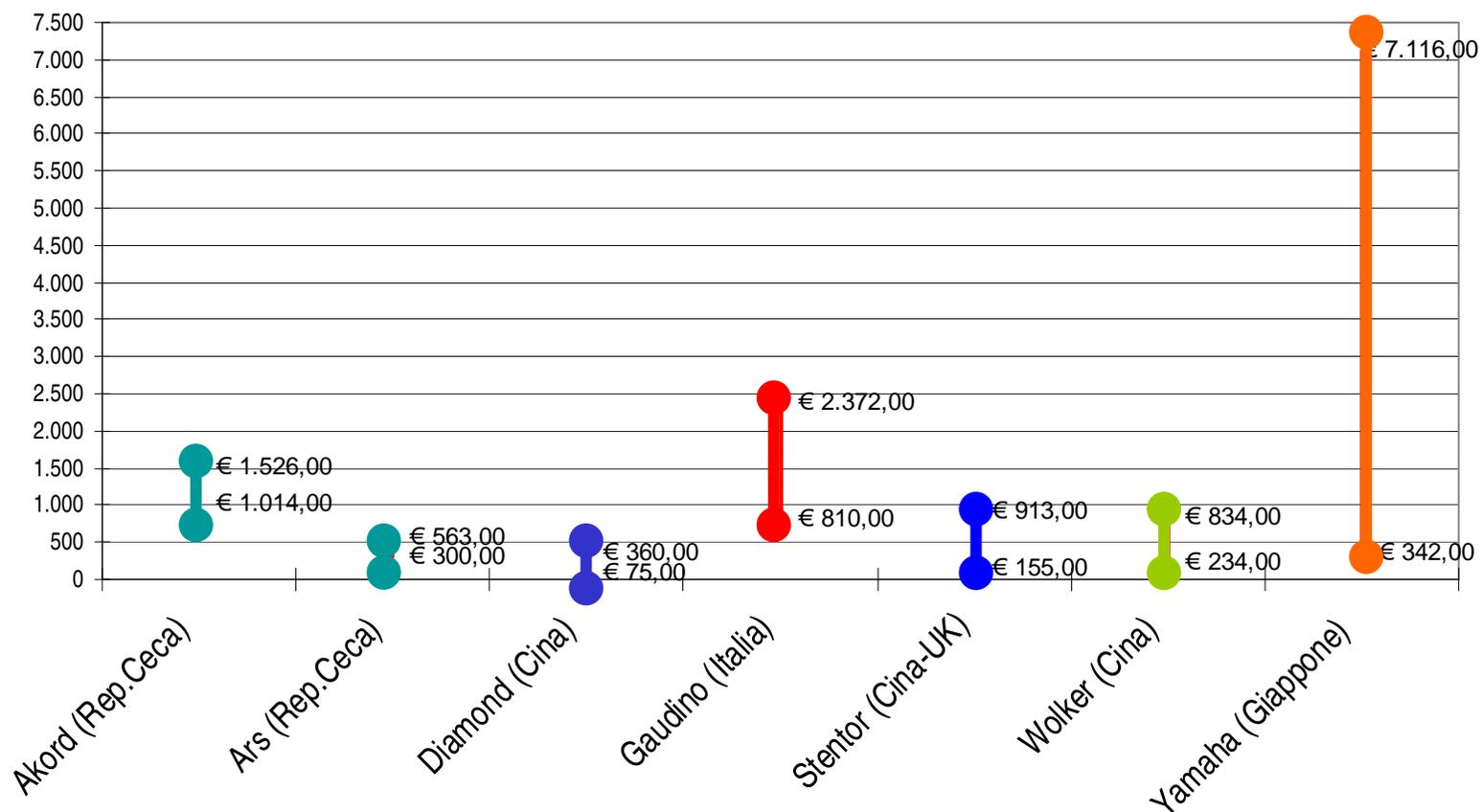
Il prezzo medio di vendita del violino al musicista

- Gli 86 rispondenti a questa domanda si suddividono idealmente in quattro classi:
 - 17 liutai (19,8%) si posizionano nel segmento basso del mercato, identificato da un prezzo medio finale al musicista compreso tra € 1.500,00 e 6.000,00 pari verosimilmente a un prezzo alla bottega di € 700-3.000;
 - ben 42 liutai (48,8%) si posizionano invece in un segmento medio di prezzo € 6.000,00-12.000, pari in bottega a € 3.000,00-6.000,00;
 - altri 22 liutai (25,6%) nel segmento alto di prezzo € 12.000,00-18.000,00, cioè in bottega € 6.000-9.000;
 - infine solo 5 liutai (5,8%) appaiono nel segmento top di prezzo, € 18.000,00-26.500,00.



I prezzi dei violini di produzione industriale

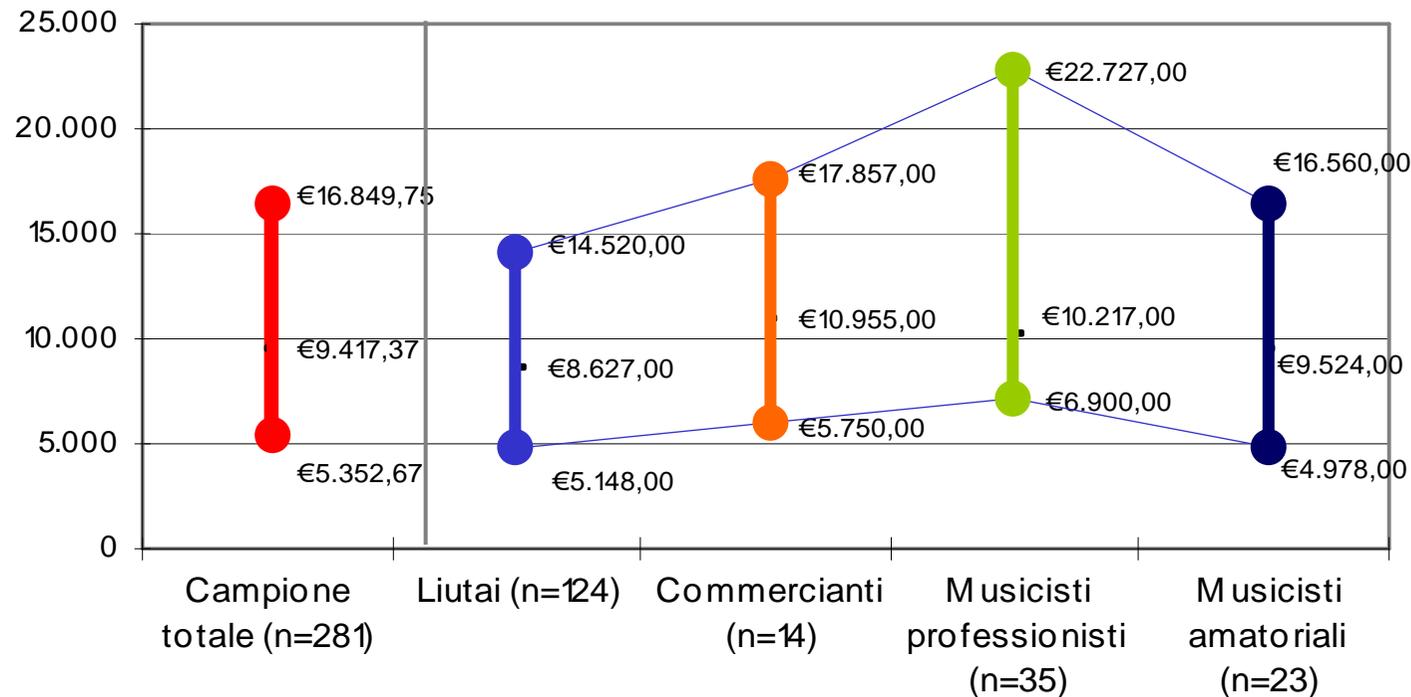
- Nel mercato italiano, i violini di produzione industriale hanno un prezzo finale che si colloca principalmente nella fascia tra i 300,00 e i 1.500,00 euro, tuttavia fa eccezione il produttore Yamaha, che ha in listino due articoli industriali nel top di gamma rispettivamente a € 5.592,00 e € 7.116,00, quindi in diretta concorrenza con i prodotti artigianali cremonesi.



(Fonte: Catalogo Suonare News, maggio 2007)

Livello dei prezzi indicato nella survey Mondomusica

- Secondo gli intervistati a Mondomusica, i valori minimi, massimi e medi di *prezzo all'acquirente finale* di un violino cremonese contemporaneo di buona fattura sono i seguenti:



Sommario



1. Presentazione della ricerca: obiettivi e attività svolte	4
2. Una panoramica sulla liuteria di qualità mondiale, italiana e cremonese	9
3. Le opinioni degli operatori intervistati a MondoMusica (5/7 ottobre 2007)	17
4. La presenza attuale e le attività svolte dai liutai cremonesi	34
5. Le caratteristiche del sistema produttivo locale	48
6. La questione dei prezzi dei violini cremonesi	55
7. Il Consorzio Stradivari e il marchio “Cremona Liuteria”	68
8. Riflessioni conclusive sul futuro della liuteria cremonese	79

Le funzioni ideali di un Consorzio secondo i liutai

Hanno risposto a questa domanda 111 liutai, esprimendo le seguenti preferenze:

Rappresentare collettivamente tutti i liutai cremonesi, senza distinzione, nelle principali fiere ed eventi internazionali, promuovendo in genere la notorietà della liuteria “made in Cremona”.

Organizzare corsi di aggiornamento professionale e corsi specialistici di formazione per i liutai, soci e non

Controllare continuamente la qualità effettiva dei processi produttivi adottati dai soci che chiedono di certificare i loro strumenti col marchio “Cremona Liuteria”

Fornire servizi specializzati di consulenza tecnica, legale e amministrativa ai liutai soci, a prezzi di favore

Promuovere contatti commerciali per i singoli liutai soci e favorire così le vendite di questi a sempre nuovi clienti.

Acquistare gli strumenti prodotti dai liutai soci e curarne direttamente la commercializzazione sui mercati esteri

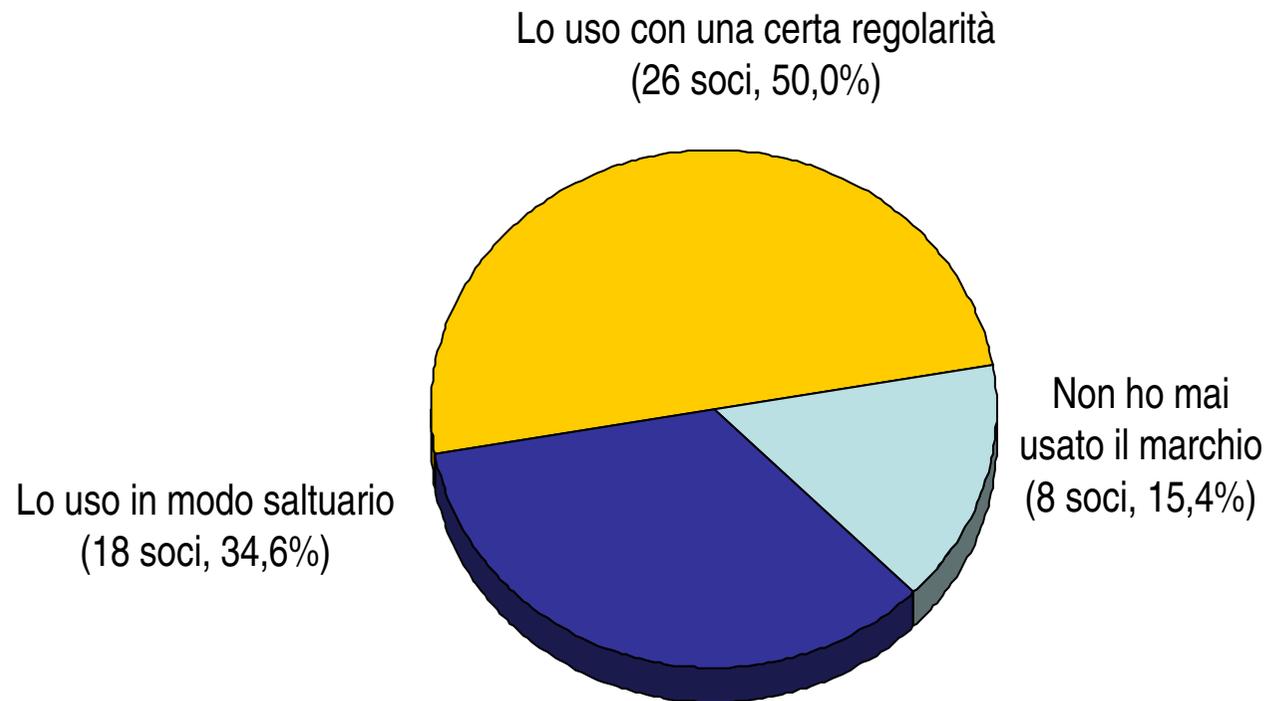
Gestire il marchio collettivo di garanzia, rilasciando il certificato “Cremona Liuteria” e promuovendone il marchio

Investire risorse economiche nella promozione del marchio collettivo sui mass media del settore, per ampliare la conoscenza di “Cremona Liuteria”

FREQUENZA
50
46
44
39
37
30
24
24

Utilizzo del marchio da parte dei soci

Rispetto all'uso del marchio, i 52 liutai rispondenti che sono soci del Consorzio (e quindi automaticamente licenziatari del marchio) hanno dichiarato che:



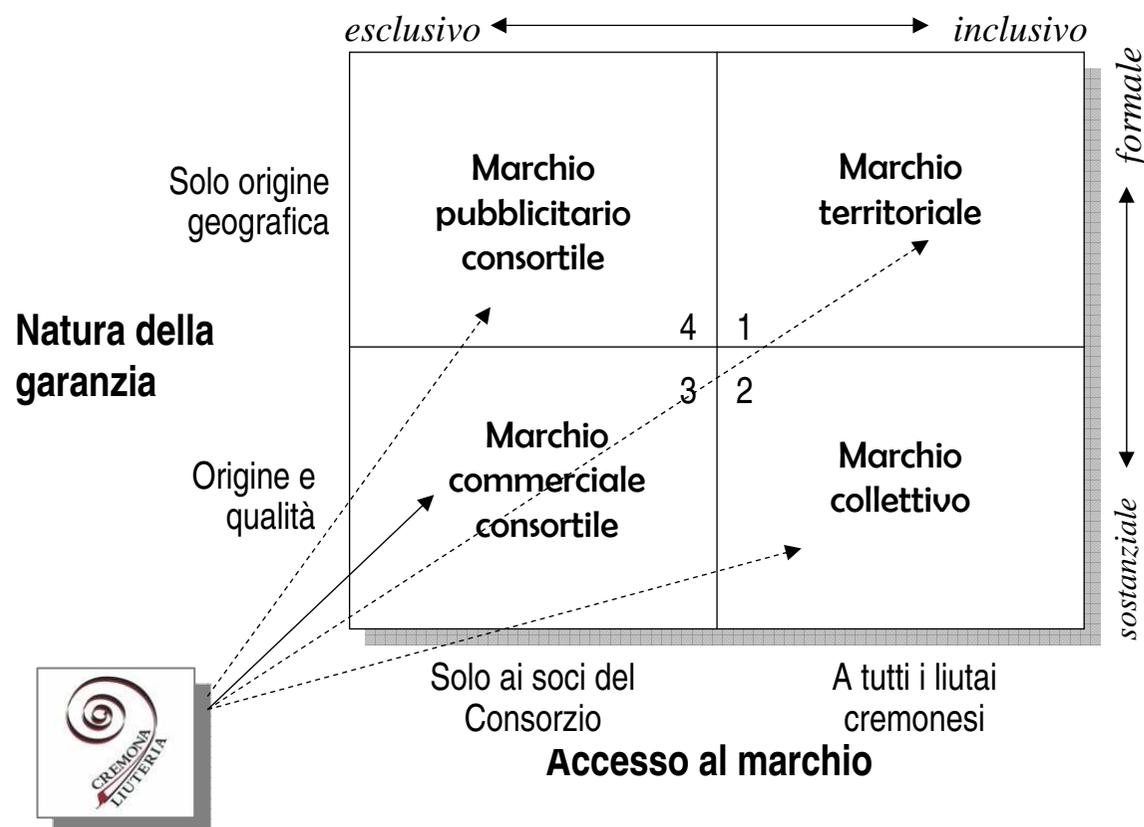
I certificati rilasciati dal Consorzio

- L'uso del certificato da parte dei liutai è in crescita, ma il suo impiego appare più idoneo ai mercati asiatici (ove è alta la presenza di falsi) che non in Europa e in USA.
- Anche il numero di consorziati che dota sistematicamente di certificato la sua produzione (6 strumenti o più all'anno) è in crescita, ma ancora molto contenuto e comunque inferiore a chi non lo usa del tutto
- Le richieste di certificati è concentrata in due precisi periodi dell'anno (marzo-aprile e settembre-ottobre) concomitanti con le Fiere di Francoforte, Cremona e Shanghai e ciò è in parte spiegabile con la necessità dei consorziati di avere il certificato per poter esporre il proprio strumento nello stand che il Consorzio ha a tali Fiere.

Anno	Numero liutai consorziati	Numero certificati rilasciati	Numero liutai che hanno richiesto certificati	Numero consorziati che non hanno richiesto certificati	Numero liutai che hanno chiesto almeno 6 certificati
2002	42	64	33	9	1
2003	53	101	36	17	3
2004	57	168	41	16	9
2005	60	145	46	14	4
2006	63	190	50	13	11
2007	61	146	46	15	6
2008	62	190	50	12	12

Possibili strategie di branding della liuteria cremonese

- Da un punto di vista teorico, un marchio che intende rappresentare la produzione collettiva della liuteria cremonese, può posizionarsi in quattro diversi modi.
- Il posizionamento attuale di Cremona Liuteria è nel quadrante in basso a sinistra.



La visione dei liutai cremonesi intervistati

- In occasione delle interviste in profondità ai liutai cremonesi, nel maggio -giugno 2008, abbiamo chiesto loro di esprimere il loro parere in merito alla natura della garanzia che deve dare il marchio e sul fatto che il suo uso dovesse essere aperto o meno a tutti i liutai.
- Hanno risposto in 100, esprimendosi come segue:

Natura della garanzia	Solo origine geografica	<p>Marchio pubblicitario consortile</p> <p>2,0 %</p> <p>4</p>	<p>Marchio territoriale</p> <p>9,0 %</p> <p>1</p>
	Origine e qualità	<p>30,0 %</p> <p>3</p> <p>Marchio commerciale consortile</p>	<p>59,0 %</p> <p>2</p> <p>Marchio collettivo</p>
		Solo ai soci del Consorzio	A tutti i liutai cremonesi
		Accesso al marchio	

Giudizi complessivi sul marchio



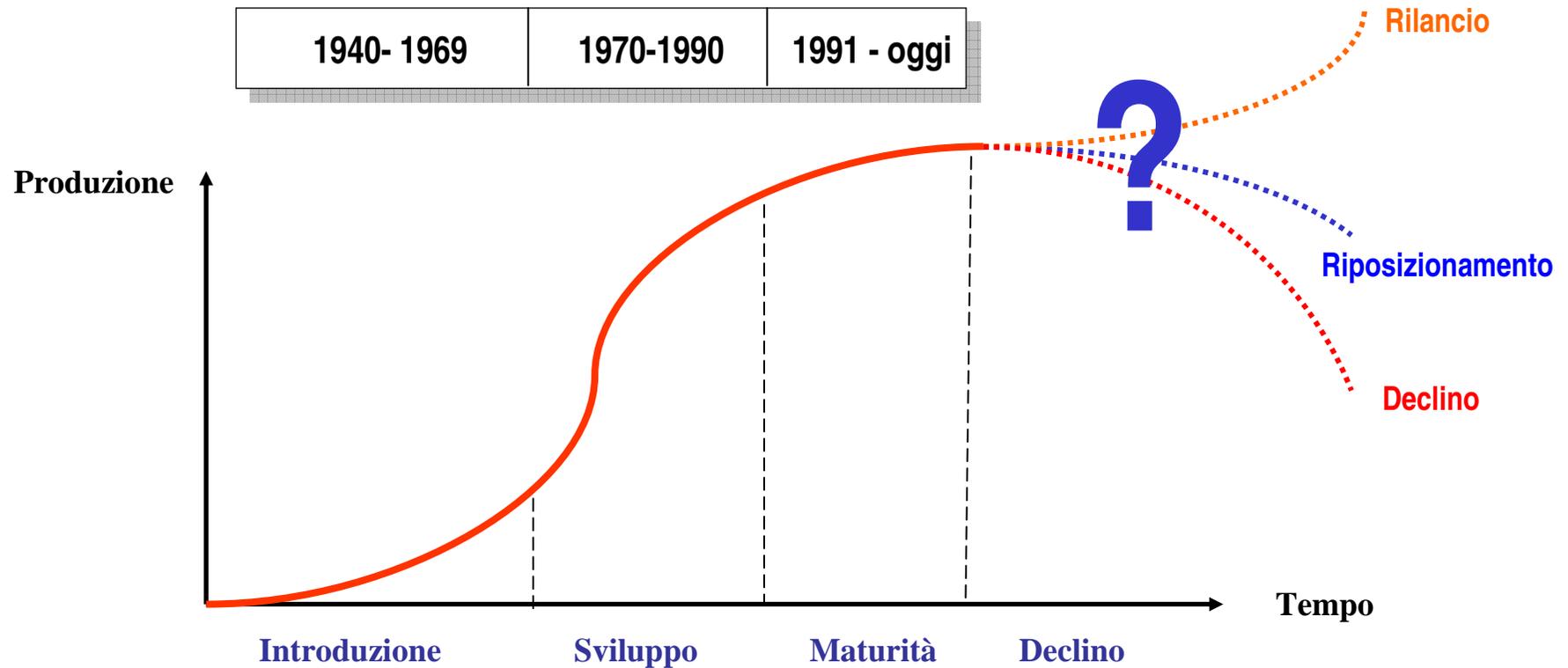
- Valutando le risposte date dai liutai cremonesi intervistati nel maggio-giugno 2008, si possono fare le seguenti considerazioni in merito al marchio “Cremona Liuteria”:
- Attualmente esiste una certa ambiguità nel posizionamento strategico del marchio, frutto della storia del consorzio e delle politiche commerciali fino qui attuate.
- I liutai cremonesi intervistati chiedono in modo unanime una revisione della funzione e dell'estensione del marchio, auspicando contemporaneamente:
 - Estensione d'uso a tutti i liutai cremonesi (68,6% dei 102 rispondenti)
 - Conferma della funzione di controllo di qualità (89,5% dei 105 rispondenti)
- Alcuni però chiedono maggiore severità nei controlli, pur sapendo che si tratta di una richiesta velleitaria sul piano oggettivo.
- Tuttavia molti ritengono comunque il marchio ancora poco utile, perché poco richiesto dai clienti finali.

Sommario



1. Presentazione della ricerca: obiettivi e attività svolte	4
2. Una panoramica sulla liuteria di qualità mondiale, italiana e cremonese	9
3. Le opinioni degli operatori intervistati a MondoMusica (5/7 ottobre 2007)	17
4. La presenza attuale e le attività svolte dai liutai cremonesi	34
5. Le caratteristiche del sistema produttivo locale	48
6. La questione dei prezzi dei violini cremonesi	55
7. Il Consorzio Stradivari e il marchio “Cremona Liuteria”	68
8. Riflessioni conclusive sul futuro della liuteria cremonese	79

Il ciclo di vita della liuteria cremonese



Per il futuro...

- Occorre lavorare insieme su due livelli:
 - a livello di sistema locale
 - a livello di singole imprese della liuteria
- Verso l'elaborazione di un documento sulle “Prospettive strategiche per lo sviluppo della liuteria cremonese”