

La reativitât dai consumadôrs bilengâi a un ûs alternatîf des lenghis: il câs de Regjon Friûl Vignesie Julie

SANDRO SILLANI*, FRANCO ROSA**
& FEDERICO NASSIVERA***

Ristret. Il lavôr al à l'obietîf di verificâ se l'ûs te comunicazion di marketing di lenghis no ufiçiâls tai marcjâts di vendite al influence lis preferencis dai consumadôrs di prodots agroalimentârs. Il marcjât cjapât in considerazion al è costitût dai students di une universitât taliane. Lis lenghis metudis a confront a son chê nazonâl (il talian), la lenghe de globalizazion (l'inglês) e une lenghe minoritarie (il furlan). I efets des lenghis de comunicazion di marketing su lis preferencis dai consumadôrs a son stâts misurâts cu la tecniche de *Conjoint Analysis* (o ben model composizionâl multiatribût).

La ricercje e à individuât une misure de reativitât dai consumadôrs a lis lenghis de comunicazion di marketing e confrontât lis reazions di consumadôrs diferents par identitât e competencis linguistichis. Al è risultât che la lenghe che e fâs aumentâ di plui lis preferencis pai prodots agroalimentârs e dipent de identitât e des competencis in lenghe minoritarie dai consumadôrs e dai communication-mix adotâts des impresis. I messaçs di marketing par inglês no àn fat aumentâ lis preferencis pai prodots. I messaçs di marketing in lenghe minoritarie a àn prodot un vantaç competitîf cui consumadôrs de minorance e stimolât chei altris dal pont di viste emotîf.

Peraulis clâf. Preferencis, consumadôrs, lenghis, conjoint analysis, marketing.

1. Introduzion. A esistin impresis che pe comunicazion di marketing si valin di idiomis no ufiçiâi o no convenzionâi pai marcjâts, come par esempi l'inglês in paîs no anglofons, i dialets e lis lenghis minoritariis. I obietîfs perseguîts cun cheste tipologjie di comunicazion a son svariâts:

* Universitât dal Friûl, Udin, Italie. E-mail: sandro.sillani@uniud.it

** Universitât dal Friûl, Udin, Italie. E-mail: rosa@uniud.it

*** Universitât dal Friûl, Udin, Italie. E-mail: federico.nassivera@uniud.it

manifestâ une apartignince, mostrâ atenzion a une minorance o a une popolazion locâl, sugerî une autenticitât o une specialitât o une superioritât, stimolâ interpretazions, produsi significâts simbolics e emotîfs, e v.i. (Askegaard e Madsen 1995, Compagno 2000, Rosa e Sillani 2001, Cissilino 2004, Verganti 2009).

Chest lavôr al fronte il teme dai rapuarts tra lis lenghis dopradis te comunicazion dai prodots agroalimentârs e lis preferencis dai consumadôrs. In particolâr a son presentâts i risultâts di trê ricercjîs che a an in comun la metodologjie e une part dai obietîfs (Sillani e Bruno Bossio 2012). L'obietîf comun di chestis ricercjîs al è di verificâ se la comunicazion in lenghis no convenzionâls e à un efiet su lis preferencis dai consumadôrs di prodots agroalimentârs. La metodologjie comun e je la *Conjoint Analysis*. I consumadôrs cjapâts in considerazion des trê ricercjîs a son students universitaris di un Ateneu talian situât intune regjon dulà che e vîf une minorance linguistiche, il Friûl. Lis lenghis metudis a confront, in plui dal talian (lenghe convenzionâl tal marcjât indagât), a son la lenghe de globalizazion, l'inglês, e chê minoritarie, il fur-lan. I risultâts otignûts in chescj lavôrs a son in part contraditoris e, par chest motîf, si à ritignût di fânt une prime comparazion cul obietîf di valutâ la lôr ripetibilitât.

2. La ricercje. Te ipotesî che il ricevidôr di un messaç scrit al capissi lis lenghis e al sedi raziônâl cuant che lu decodifiche, o podin suponi che il ricevidôr al consideri nome il significât ogjetîf e al sedi indiferent a la lenghe doprade par codificâlu. In chest câs lis peraulis “Giallo” e “Yellow” a indichin chel stes colôr e a otegnin la stesse preference. Se, dut câs, la lenghe doprade par codificâ il messaç e stimole tal ricevidôr une reazion emotive, lis peraulis “Giallo” e “Yellow” a puedin otignî preferencis diferentis. In chest câs la difference tra la preference par “Giallo” e chê par “Yellow” e je diferente di zero e e je une misure de intensitât de reazion emotive dal consumadôr a lis lenghis taliane e inglese. Gjeneralizant, si aferme che la difference tra lis preferencis esprimudis pal stes messaç codificât in lenghis diferentis e furnîs une misure de reazion dal consumadôr a la variabile lenghe; misure che no e je assolude ma e dipent des lenghis a confront.

In chest lavôr lis preferencis dai consumadôrs a son stimadis cu la te-

cniche de *Conjoint Analysis* o model composizionâl multiatribût. Cheste e je une tecniche di analisi statistiche multivariade che e stime la part de preference par un prodot che e pues jessi imputade a un so atribût, par esempli, al so colôr, savôr e v.i. (Green *et al.* 2001, Gustafsson *et al.* 2001, Cicia *et al.* 2004, Molteni e Troilo 2007, Furlan e Martone 2011).

La part de preference imputabile a un ciert nivel di un atribût, par esempli al nivel “Giallo” dal atribût colôr, e ven clamade utilitât. In plui che lis utilitâts dai livei, il model composizionâl multiatribût al stime ancje la impuartance relative dal atribût tal determinâ la version dal prodot preferide. La impuartance relative di un atribût e je calcolade come difference tra la utilitât massime e la utilitât minime dai siei livei esprime in percentuâl su la some di dutis lis diferencis di ducj i atribûts dal prodot. La impuartance relative, par tant, e je une misure de sensibilitât dal consumadôr al atribût e, tal câs di un atribût linguistic, une misure de reativitât dal consumadôr a lis lenghis dal atribût, in altris peraulis de sô reativitât linguistiche.

In chest lavôr la *Conjoint Analysis* e ven doprade par stimâ la utilitât di messaç di marketing identics par significât ma codificâts in lenghis diferentis e par valutâ la reativitât dai consumadôrs a chescj messaçs, ven a stâi la impuartance dal atribût lenghe tal determinâ la version dal prodot preferide e lis sieltis dai consumadôrs.

La utilitât di un messaç codificât intune lenghe e je la utilitât di chê lenghe, vâl a dî il contribût di chê lenghe a la formazion de preference pal prodot. La lenghe cu la utilitât plui grande e je chê che e fâs otignî la preference plui grande pal prodot, ven a stâi la lenghe preferide dai consumadôrs o lenghe “ideâl” pe comunicazion di chel prodot a chei consumadôrs.

Lis utilitâts e lis impuartancis misuradis cul model composizionâl multiatribût a dipendin dai atribûts e dai livei impleâts par descrivi i profiî dai prodots. Di consequence, sedî la reativitât che lis preferencis linguisticis misuradis cu la *Conjoint* a dipendin, in plui che des lenghis metudis a confront, ancje di chei altris atribûts e livei doprâts par descrivi i prodots e dai prodots stes. In definitive, cun test diferents si puedin otignî risultâts diferents.

Par valutâ la ripetibilitât dai risultâts che si puedin otignî cu lis lenghis taliane, inglese e furlane, in chest lavôr a son stâts cjàpâts in consi-

derazion trê test diferents. I trê test a jerin stâts predisponûts par ricercjîs che a vevin obietîfs diviers e independents tra di lôr; chest al vûl dî che lis diferencis tra un test e chel altri no jerin part di un unic plan sperimentâl e, tal câs di risultâts diferents, nol jere pussibil imputâ la cause a nissun aspjet dai test. Chi sot a son descritis lis carateristichis dai trê test che a àn impuartance pes finalitâts di chest scrit (Tabelis 1, 2 e 2 bis).

Test A. Caraterizazion linguistiche dal eroe di une publicitât. Il test al simule il probleme di un ipotetic pubblicitari che al vûl caraterizâ linguisticamentri l'eroe de publicitât di un formadi prodot te region di une minorance linguistiche. L'eroe al ven descrit mediant cuatri atribûts (il non, la bestie predilete, la frase tipiche e il mangjâ plui amât) codificâts alternativementri par talian, inglês o furlan. L'obietîf dal test al è di cognossi la caraterizazion linguistiche dal eroe de publicitât preferide dai consu-

Tabele 1. Atribûts e livei dai test.

	<i>Atribûts</i>	<i>Livei</i>
Test A	Non dal eroe de publicitât	Giacomo; James; Jacum
	Bestie predilete dal eroe	Topo; Mouse; Surîs
	Frase tipiche dal eroe	Formaggio per tutti; Cheese for everybody; Formadi par ducj
	Mangjâ amât dal eroe	Formaggio; Cheese; Formadi
Test B	Non dal vin	Cabernet; Chardonnay
	Provignince dal vin	Friûl; Australie
	Lenghe	Grappolo d'uva; A bunch of grapes; Rap di ue
	Valôrs	Un pozzo per l'Africa; Cuietri l'alcolisim; Dal 1897; Assent
	Presit (€/butilie)	4,10; 4,40; 4,90
Test C	Marcje	Casa del prosciutto; Cjase dal persut; Casa del prosciutto*; Cjase dal persut*
	Persut	Parma; San Daniele
	Ecolabel	Assent; Abbiamo risparmiato acqua e energia; We saved water and energy; O vin sparagnade aghe e energjie
	Shelf life**	5; 7
	Presit (€/panin)	1,20; 1,60

* Test zâl-aur su sfont colôr dal persut crût.

** La schede di rilevazion e ripuartave la frase: Numar di zornadis tra la date di confezion e la date di scjadenze.

madôrs. In particolâr ducj i atribûts dal eroe a son variabilis linguistichis e il test al met a confront profiî comunicatîfs monolenghe (talian o inglês o furlan) cun profiî plurilenghis (cumbinazions di trê lenghis). Tal test dutis lis lenghis a son paritariis tal sens che dutis a son dopradis par dâ lis stessis informazions e a àn lis stessis frecuencis. Al è un test sul plurlinguisim a fins comerciâi tal teritori di une minorance linguistiche. La scjale di espression de preference e va di 1 a 10.

Test B. Ûs di lenghis no convenzionâls tal packaging di un prodot alimentâr pe codifiche di messaçs “accessoris”. Il test al simule l’acuist di un vin di sielzi tra un assortiment di butiliis descritis cun 3 atribûts (non dal vin, origjin gjeografiche, presit) e un messaç. Il messaç al è constituît di doi atribûts ulteriôrs. Il prin (la variabile linguistiche) al proclame la frase “rap di ue” alternativementri par talian, inglês o furlan; il secont al esprim o no il supuart a un valôr. Lis origjins gjeografichis consideradis a son il teritori de lenghe minoritarie e un paîs di lenghe inglese. Dutis lis lenghis dal test a son cumbinadis cun dutis lis provignincis. Il test al valute l’ûs de lenghe de globalizazion e de lenghe minoritarie te comunicazion di un prodot locâl e di un prodot impuartât di un paîs che al “fevele” la lenghe globâl. Il test al proviôt une sole variabile linguistiche e al valute la impuartance di cheste tal determinâ lis preferencis rispîet a atribûts dal prodot rilevants tal determinâ lis sieltis dal consumadôr e rispîet a messaçs insolits te comunicazion dal prodot in cuestion. Tal test lis lenghis no son paritariis: la lenghe nazionâl e je doprade par codificâ dutis lis informazions impuartantis pal consumadôr, la lenghe minoritarie e chê globâl a son impleadis nome par codificâ une informazion che il rispuindint al podarès ancje trascurâ ai fins de espression de preference. Al è un test sul ûs di une lenghe minoritarie o de lenghe globâl in alternative ae lenghe nazionâl par codificâ un messaç accessori a chei za trasmetûts te lenghe nazionâl tal teritori di une minorance linguistiche. La scjale di espression des preferencis e va di 1 a 10.

Test C. Ûs di lenghis no convenzionâls sul packaging di un prodot alimentâr pe codifiche di cualchidun dai messaçs principâi de comunicazion. Il test al simule l’acuist di un panin confezionât, di sielzi dentri di un assortiment di panins cul persut descrits cun cinc atribûts (marcje, persut,

Tabele 2. Lis schedes di rilevazion des preferencis, test A e B.

Test A	Un noto fumettista deve creare un personaggio per la pubblicità di un formaggio friulano. Esprimi le tue preferenze per i seguenti eroi assegnando ad ognuno un punteggio di 1 a 10 (un punteggio maggiore indica maggiore preferenza).				
	<i>Non dal eroe</i>	<i>Bestie predilete</i>	<i>Frase tipiche</i>	<i>Mangjâ amât</i>	<i>Ponts di preference</i>
	Giacomo	Mouse	Cheese for everybody	Formaggio	
	James	Topo	Formadi par ducj	Cheese	
	James	Mouse	Formaggio per tutti	Formadi	
	Jacum	Surîs	Formadi par ducj	Cheese	
	...	...	...	...	
	Giacomo	Surîs	Formadi par ducj	Formadi	
Test B	Vai ad una festa con degli amici e hai deciso di comprare una bottiglia di vino. Esprimi le tue preferenze per le seguenti bottiglie assegnando ad ognuna un punteggio di 1 a 10 (un punteggio maggiore indica maggiore preferenza).				
	<i>Non dal vin</i>	<i>Provignince</i>	<i>Messaç</i>	<i>Presit (€/butilie)</i>	<i>Ponts di preference</i>
	Chardonnay	Australie	Grappolo d'uva - contro l'alcolismo	4,1	
	Cabernet	Friûl	A bunch of grapes - dal 1897	4,4	
	Chardonnay	Australie	Rap di ue	4,1	
	Cabernet	Friûl	Rap di ue - contro l'alcolismo	4,9	
	...	...	...	...	
	Chardonnay	Friûl	Grappolo d'uva - un pozzo per l'Africa	4,4	

ecolabel, shelf life, presit). Il non de marcje al è scrit alternativementri par talian o par furlan e cun scrite e sfont normâi o cun scrite e sfont colorâts. L'atribût persut al proviôt doi nons teritoriâi, un dal teritori de minorance linguistiche e un di un altri teritori de stesse nazion. L'atribût ecolabel al proviôt il livel assent o la scrite "O vin sparagnade aghe e energjie" ripuartade alternativementri par talian, inglès o furlan. I doi atribûts linguistics no son pûrs: l'atribût marcje al cumbine la variabile lenghe cu la variabile colôr; l'atribût ecolabel al cumbine la variabile assent/presint cu la variabile lenghe. Il test C al valute la impuartance di variabilis linguisticis no puris tal determinâ lis preferencis rispjet ai atribûts convenzionâi dal prodot. Tal test C lis lenghis no son paritariis

Tabele 2 bis. Lis schedis di rilevazion des preferencis, Test C.

Hai fame e hai deciso di comprare un panino confezionato. Esprimi le tue preferenze per i seguenti prodotti assegnando un punteggio da 1 a 100.

<i>Marcje</i>	<i>Produt</i>	<i>Ecolabel</i>	<i>Shelf life*</i>	<i>Presit</i>	<i>Ponts di preference</i>
Cjase dal persut	Parma	Abbiamo risparmiato acqua e energia	7	1,6	
Casa del prosciutto (1)	Parma	O vin sparagnade aghe e energjie	7	1,2	
Casa del prosciutto	San Daniele		5	1,2	
Cjase dal persut (1)	San Daniele	We saved water and energy	5	1,6	
...	...	...	...	...	
Casa del prosciutto	Parma	O vin sparagnade aghe e energjie	5	1,2	

* Numar di zornadis tra la date di confezion e la date di scjadenze.

(1) Test zâl-aur su sfont colôr persut crût.

parcè che a son dopradis par dâ informazions diferentis e a son presintis cun frecuencis diferentis. Al è un test sul ûs di une lenghe minoritarie o de lenghe globâl in alternative ae lenghe nazionâl par codificâ cualchidun dai messaçs principâi trasmetûts tal teritori di une minorance linguistiche. La scjale di espression des preferencis e va di 1 a 100.

I plans sperimentâi pe rilevazion des preferencis dai singui test a proviodin: 13 profîi dal eroe pal test A (di chescj 4 pai controî); 20 profîi di butiliis pal test B (di chescj 4 pai controî); 18 profîi di panins pal test C (di chescj 2 pai controî). I atribûts e i livei rispjetîfs dai trê test a son elencâts te Tabele 1. I cuesîts e cualchi profil di eroe, di butiliis e di panins a son ripuartâts tes tabelis 2 e 2 bis. I plans sperimentâi dai trê test a son ortogonâi, chescj e lis preferencis rilevadis a son elaborâts cul “pachet” statistic SPSS ConjointTM 15.0.

I test A e B a son stâts somministrâts tal mêis di Mai dal 2011 a un campion no probabilistic di 194 students de Universitât di Udin. Par evitâ che l’ordin di somministrazion al influençàs il risultât, a mieç campion al è stât somministrât par prin il test A e a chês altre metât il test B. Il test C al è stât somministrât tal mêis di Avrîl dal 2012 a un campion no probabilistic di 311 students de Universitât di Udin. I participants a vignivin

informâts dal ogjet de indagjin nome dopo che a vevin acetât di partecipâ, in mût che lis competencis linguistichis dai participants e lis emotivitâts associadis a lis lenghis no influençassin la selezion dal campion. Dutis lis ativitâts leadis ae somministrazion dai test si son davueltis par talian, i participants a àn doprât l'inglês e il furlan nome te misure e tal mût proviodût dai test. In chest articul a son presentâts in forme sintetiche nome i risultâts relatîfs a lis variabilis linguistichis in funzion des identitâts e des competencis linguistichis dai participants.

3. Carateristichis dai consumadôrs. Dopo des preferencis a son stadiis rilevadis lis identitâts e lis competencis linguistichis dai rispuindints cun variabilis dicotomichis a rispueste sì, no. Pe identitât i cuesîts a jerin “Lui isal furlan?” e “Lui isal talian?”. Pe lenghe inglese e furlane i cuesîts a jerin “Lui capissial il...?” e “Lui fevelial il...?”. Incrosant lis rispuestis a son stadiis individuadis trê identitâts: furlans, altris talians e forescj; e trê livei di competence linguistiche: fevele, capîs e nol capîs. Considerât che ducj i interpelâts a jerin students iscrits a une universitât taliane si è dât par scontât che ducj a fossin in stât di capî e fevelâ il talian.

Pai test A e B il campion di rispuindints al è risultât costituît pal 44% di masclis e pal 56% di feminis di etât comprendude tra i 18 e i 28 agns. Il 26,6% dai interpelâts a frecuentavin une facoltât umanistiche, il 44,1% une facoltât sientifiche e il 29,3% une facoltât economiche o juridiche. La maiorance dai students a àn declarât di jessi sedi talians che furlans (71,8%); il 23,4% dai rispuindints a àn declarât di jessi talians ma no furlans e il 4,8% di jessi forescj. In merit a lis competencis linguistichis la maiorance e à declarât di capî e fevelâ l'inglês (87,5%), il 47,4% di jessi in stât di capî e fevelâ il furlan. Cun di plui, une minorance vonde numerose (34,9%) e jere in stât di capî il furlan ma no di fevelâlu. Il 10,5% dal campion al à declarât di no apartignî a la minorance ma di capî la lenghe minoritarie. Par chel che al rivuarde la decodifiche e la atribuzion di significât ai messaçs dai test, al è risultât che l'inglês nol jere capît dal 6,7% dai interpelâts e il furlan dal 17,7% e che, in dut, il 23,4% dai sogjets nol jere bon di capî almancul une des trê lenghis dai test.

I rispuindints al test C a jerin pal 51,4% masclis e pal 48,6% feminis di etât comprendude tra i 19 e i 27 agns. Ducj i interpelâts a frecuentavin une facoltât sientifiche. Il 60,3% dai students a àn declarât di jessi sei

talians che furlans, il 37,1% di jessi talians ma no furlans e il 2,6% di jessi forescj. In merit a lis competencis linguistichis l'80,4% al à declarât di capî e fevelâ l'inglês, il 40,8% al à declarât di jessi bon di capî e fevelâ il furlan. Cun di plui, une minorance vonde numerose (27,3%) e jere in stât di capî il furlan ma no di fevelâlu. Il 31,7% dal campion al à declarât di no apartignî a la minorance ma di capî la lenghe minoritarie. Dal pont di viste de decodifiche e de atribuzion di significât ai messaçs, al è risultât che l'inglês nol jere capît dal 3,5% dai interpelâts e il furlan dal 31,8% e che, in dut, il 32,7% dai sogjets nol jere in stât di capî almancul une des trê lenghis dai test.

In ducj i campion al è risultât che pai furlans lis identitâts furlane e taliane a son complementârs e no alternativis. Cun di plui, in ducj i test, un ciert numar di rispuindints nol jere in stât di capî dutis lis lenghis a confront e, di consequence, il significât di ducj i messaçs che al veve di valutâ. Chest aspîet nol invalide i risultâts de ricerche ma, par cuintri, al riprodûs lis situazions reâls des campagnis di comunicazion che si valin di lenghis no cognossudis di une part dai consumadôrs potenziâi.

3. Risultâts e discussion. La Tabele 3 e ripuarte lis misuris de sensibilitât ai atribûts linguistics (intensitât des reazions emotivis) in funzion des identitâts e des competencis linguistichis in inglês e in furlan declaradis dai interpelâts. I forescj, considerât il lôr piçul numar, a son stâts escludûts. Come misuris de sensibilitât linguistiche dai rispuindints a son stadiis dopradis: 1) pal test A la medie des diferencis tra lis utilitâts massimis e chês minimis dai cuatri atribûts; 2) pal test B la impuartance relative dal atribût "lenghe" tal determinâ il profil preferît; 3) pal test C la sume des impuartancis relativis dai atribûts linguistics "marcje" e "ecolabel". I confronts tra i valôrs ripuartâts te Tabele 3 e seguitivis si puedin fâ nome dentri dal stes test e a son basâts sui test t dal program SPSS Tables 15.0.

Dividint i interpelâts in funzion de identitât (Tabele 3) al è risultât che la intensitât des reazions emotivis dai furlans e di chei altris talians a la lenghe no son diferentis tal test A e diferentis tai test B e C. In particolâr, chei altris talians a son risultâts plui sensibii dai furlans ai stimuli linguistics tai test B e C. Dividint i rispuindints in funzion des competencis linguistichis in inglês a son risultadis diferencis significativis nome tal test B

Tabele 3. Sensibilitât dai consumadôrs a la lenghe de comunicazion comerciâl.

			<i>Test A (1)</i>	<i>Test B (2)</i>	<i>Test C (3)</i>
Identitâts	Furlans	(a)	1,9	19,1	48,5
	Atris talians	(b)	2,1	25,4 a***	56,1 a***
Competencis in inglês	Fevele	(a)	2,0	21,4 c***	51,4
	Capis	(b)	1,7	19,5	52,9
	Nol capis	(c)	2,1	9,4	52,0
Competencis in furlan	Fevele	(a)	2,1	19,1	48,3
	Capis	(b)	1,9	20,2	48,0
	Nol capis	(c)	1,8	24,6 a*	59,2 a***, b***

(1) Medie des diferencis tra utilitât massime e minime dai 4 atribûts linguistics (utilitât).

(2) Impuartance relative dal atribût “lenghe” (%).

(3) Sume des impuartancis relativis dai atribûts “marcje” e “ecolabel” (%).

Cuant che lis mediis de stesse colone de stesse sot tabele a son diferentis tra di lôr, par ogni cubie significative la clâf de categorie plui piçule si cjate in flank de categorie cu la medie plui grande. I risultâts a son basâts su test a dôs codis che a ipotizin variancis compagnis cun livei di significativitât: 0,10 (*), 0,05 (**) e 0,01 (***). I test a son corets par ducj i confronts a cubiis dentri di une colone di ogni sot tabele interne traviere de corezion di Bonferroni.

dulà che la sensibilitât ai stimuli dal atribût lenghe di chei che a fevelin inglês e je risultade plui grande di chei che no lu capissin. Ripartint i interpelâts in funzion des competencis linguistichis in furlan al è risultât che lis sensibilitâts ai stimuli linguistics des trê categorie di rispuindints no son diferentis tal test A e diferentis tai test B e C. In particolar, tal test B i students che no capissin il furlan a son risultâts plui sensibii di chei che lu fevelin cuntun nivel di significativitât modest (0,10) e no son vignudis fûr altris diferencis significativis. Tal test C i rispuindints che no capissin la lenghe minoritarie a son risultâts plui sensibii cuntun nivel di significativitât alt (0,01) sedi dai rispuindints che a fevelin cheste lenghe sedi di chei che no le fevelin ma a son bogns di capîle. Tai test A, B e C no son risultadis diferencis tra chei che a fevelin e chei che nome a capissin la lenghe minoritarie.

In definitive, tai test dulà che lis lenghis no son paritariis (test B e C) i consumadôrs che no fasin part de minorance e chei che no capissin la lenghe minoritarie a àn vude une reazion emotive plui intense dai consumadôrs che a fasin part de minorance linguistiche e dai consumadôrs che a fevelin la lenghe minoritarie. Par cuintri, tal test dulà che lis lenghis a son paritariis (test A), no son risultadis reazioni di intensitât diferente.

I test B e C a àn dât il stes esit tai confronts tra identitâts e esits diferents tai confronts tra competencis linguisticis. Lis competencis linguisticis in inglês son risultadis relevantis nome tal test B dulà che a son proponûts profi di prodots che a rivin di un paîs di lenghe inglese. Cun di plui, in chest test, la competence linguistiche in inglês e à vude une relation cu la sensibilitât linguistiche contrarie rispjet ae competence in lenghe minoritarie: chei che a fevelin inglês a àn dade a lis lenghis plui impuartance di chei che no lu capissin; par cuintri, chei che a fevelin furlan a àn dade a lis lenghis mancun impuartance di chei che no lu capissin.

Tes Tabelis 4, 5 e 6 a son ripuartadis lis utilitâts des lenghis in funzion des identitâts e des competencis linguisticis dai rispuidints. I forescj, anje in chest câs, a son stâts lassâts fûr. Pai test cun plui di un atribût linguistic a son ripuartadis lis mediis des utilitâts otignudis tai rispjetîfs atribûts.

Te Tabele 4 i confronts par colone a evidenziin, par ogni test, la lenghe cu la utilitât plui grande, ven a stâi la lenghe “preferide” dai furlans e di chei altris talians. I furlans a àn esprimût lis preferencis plui grandis in presince de lenghe furlane tal test A, de lenghe taliane e furlane tal test B, e lis preferencis plui piçulis pal inglês tai test A e B. Cun chescj intervistâts no son risultadis diferencis significativis tal test C. Si evidenzie cussì che la sensibilitât a lis lenghis dai furlans e je stade stimolade soredut dal confront furlan/inglês tal test A e dal confront tra talian e furlan di une bande e l’inglês di chê altre tal test B. Chei altris talians a àn esprimudis lis preferencis plui grandis in presince dal talian e preferencis no diferentis pal inglês e pal furlan in ducj i test. La sensibilitât a lis lenghis di chei altris talians e je stade stimolade soredut dal confront tra talian di une bande e inglês e furlan di chê altre in ducj i test.

Confrontant i risultâts de Tabele 4 par rie si evidenzie che, in ducj i test, pe lenghe nazionâl chei altris talians a àn esprimudis preferencis plui grandis dai furlans, pe lenghe de globalizazion i furlans e chei altris talians a àn esprimudis preferencis no diferentis, pe lenghe minoritarie i furlans a àn esprimudis preferencis plui grandis di chei altris talians. In conclusion, si pues dî che lis preferencis linguisticis pe lenghe nazionâl e pe lenghe minoritarie a son stadis influençadis des identitâts e lis preferencis pe lenghe globâl no.

Tabele 4. Identitâts e lenghis “preferidis” (utilitât).

			<i>Identitât</i>					
			<i>Furlans (a)</i>			<i>Altris talians (b)</i>		
			<i>Medie</i>	<i>confronts par colone rie</i>		<i>Medie</i>	<i>confronts par colone rie</i>	
Test A (1)	Talian (a)		-0,080	b**		1,246	b***; c***	a***
	Inglês (b)		-0,764			-0,523		
	Furlan (c)		1,349	a***, b***	b***	-0,568		
Test B (2)	Talian (a)		0,143	b***		0,482	c***, b*	a***
	Inglês (b)		-0,206			-0,024		
	Furlan (c)		0,063	b***	b***	-0,457		
Test C (3)	Talian (a)		1,700			3,553	b**; c**	a***
	Inglês (b)		-0,591			-0,826		
	Furlan (c)		0,159		b***	-2,198		

(1) Medie des utilitâts des lenghis in 4 atribûts linguistics.

(2) Utilitât de lenghe tal atribût linguistic.

(3) Medie des utilitâts des lenghis in 2 atribûts linguistics (3 livei pal talian e pal furlan, 1 livei pal inglês).

Cuant che lis mediis a son diferentis tra lôr, par ogni cubie significative la clâf de categorie plui pîcule si cjate in flanc de categorie cu la medie plui grande. I risultâts son basâts su test t a dôs codis che a ipotizin variancis compâgnis cun livei di significativitât: 0,10 (*), 0,05 (***) e 0,01 (***). I test a son corets par ducj i confronts a cubiis dentri di une colone di ogni sot tabele interne traviere de corezion di Bonferroni.

Te Tabele 5, confrontant i dâts par colone, al risulthe che i intervistâts che a àn declarât di fevelâ inglês a àn esprimudis preferencis plui grandis pal talian e pal furlan tal test A e pal talian, ancje se cun livei di significativitât diferents, tai test B e C. L’inglês, cun chescj rispuindints, al à otignût lis preferencis plui pîculis in ducj i test. Pai students che a àn declarât di capî ma di no fevelâ l’inglês no son vignudis fûr diferencis significativis tra lis utilitâts des trê lenghis. Pai interpelâts che a àn declarât di no capî l’inglês a son vignudis fûr diferencis significativis nome tal test A dulà che il talian e il furlan a son stâts preferîts al inglês. Confrontant i dâts par rie no son vignudis fûr diferencis significativis par nissune lenghe in nissun test. In definitive, lis preferencis pe singule lenghe (confronts par rie) a son risultadis indipendentis des competencis linguisticis in inglês. Tai confronts jenfri lenghis, invezeit, aumentant lis competencis in inglês a diventin significativis lis preferencis pal talian e, tal test A, ancje pal furlan.

Te Tabele 6 a son ripuartadis lis utilitâts des lenghis in funzion des competencis linguisticis in furlan dai rispuindints.

Tabele 5. Competencis linguistichis tal inglês e lenghis “preferidis” (utilitât).

		<i>Fevele</i> (a) <i>Medie confronts par</i> <i>colone rie</i>		<i>Capîs</i> (b) <i>Medie confronts par</i> <i>colone rie</i>		<i>Nol capîs</i> (c) <i>Medie confronts par</i> <i>colone rie</i>	
Test A (1)	Talian (a)	0,225	b***	0,657		0,880	b*
	Inglês (b)	-0,645		-1,101		-0,991	
	Furlan (c)	0,788	b***	0,689		0,932	b*
Test B (2)	Talian (a)	0,226	b***; c***	0,296		-0,006	
	Inglês (b)	-0,179		0,046		0,022	
	Furlan (c)	-0,047		-0,341		-0,016	
Test C (3)	Talian (a)	2,579	b*; c*	1,745		0,905	
	Inglês (b)	-0,357		-2,195		-2,034	
	Furlan (c)	-0,980		0,390		0,390	

(1) Medie des utilitâts des lenghis in 4 atribûts linguistics.

(2) Utilitât de lenghe tal atribût linguistic.

(3) Medie des utilitâts des lenghis in 2 atribûts linguistics (3 livei pal talian e pal furlan, 1 livei pal inglês).

Cuant che lis mediis a son diferentis tra lôr, par ogni cubie significative la clâf de categorie plui piçule si cjate in flanc de categorie cu la medie plui grande. I risultâts son basâts su test t a dôs codis che a ipotizin varianciscompagnis cun livei di significativitât: 0,10 (*), 0,05 (**) e 0,01 (***). I test a son corets par ducj i confronts a cubiis dentri di une colone di ogni sot tabele interne traviers de corezion di Bonferroni.

Confrontant lis utilitâts par colone al risulthe che i rispuindints che a àn declarât di fevelâ furlan a àn preferide cheste lenghe tal test A, il talian e il furlan (risultâts no diferents tra di lôr) tal test B e il talian tal test C. Cun chescj sogjets, cun di plui, la lenghe inglese e à fat otignî lis preferencis plui piçulis in ducj i test. Duncje, la sensibilitât a lis lenghis dai rispuindints che a fevelin furlan e je stade stimolade soredut dal confront tra furlan di une bande e talian e inglês di chêtalre tal test A, tra furlan e talian di une bande e inglês di chêtalre tal test B e dal confront talian/inglês tal test C.

I intervistâts che no fevelin ma che a capissin il furlan a àn preferît il talian e il furlan tal test A, il talian tal test B e no àn esprimudis preferencis linguistichis significativementri diferentis tal test C. Par chescj rispuindints la sensibilitât a lis lenghis e je stade stimolade soredut dal confront tra il talian e il furlan di une bande e l'inglês di chêtalre tal test A e dal confront talian di une bande e inglês e furlan di chêtalre tal test B.

I intervistâts che no capissin il furlan a àn preferît il talian al furlan in

Tabele 6. Competencis linguistichis in furlan e lenghis “preferidis” (utilitât).

			<i>Fevele (a) Medie confronts par colone rie</i>			<i>Capîs (b) Medie confronts par colone rie</i>			<i>Nol capîs (c) Medie confronts par colone rie</i>		
Test A (1)	Talian	(a)	-0,268			0,721	b***	a**	0,928	c**	a**
	Inglês	(b)	-0,939			-0,536			-0,368		
	Furlan	(c)	1,655	a***	b***	0,365	b*		-0,639		
				b***	c***						
Test B (2)	Talian	(a)	0,093	b***		0,289	b***		0,390	c***	a*
	Inglês	(b)	-0,196			-0,154	c***		-0,029		
	Furlan	(c)	0,104	b***	c**	-0,135			-0,360		
Test C (3)	Talian	(a)	1,478	b*		2,067			3,824	c**	b*
	Inglês	(b)	-1,028			-0,172			-0,770		
	Furlan	(c)	0,495		c***	-0,054		c***	-2,823		

(1) Medie des utilitâts des lenghis in 4 atribûts linguistics.

(2) Utilitât de lenghe tal atribût linguistic.

(3) Medie des utilitâts des lenghis in 2 atribûts linguistics (3 livei pal talian e pal furlan, 1 livei pal inglês).

Cuant che lis mediis a son diferentis tra lôr, par ogni cubie significative la clâf de categorie plui piçule si cjate in flank de categorie cu la medie plui grande. I risultâts son basâts su test t a dôs codis che a ipotizin variancis compaignis cun livei di significativitât: 0,10 (*), 0,05 (**), 0,01 (***). I test a son corets par ducj i confronts a cubiis dentri di une colone di ogni sot tabele interne traviars de corezion di Bonferroni.

ducj i test, e esprimudis utilitâts pal inglês e pal furlan no diferentis in ducj i test. La sensibilitât aes lenghis di chescj rispuindints e je stade stimolade soredut dal confront talian/furlan in ducj i test.

Confrontant lis utilitâts de Tabele 6 par rie si evidenzie che: 1) pe lenghe nazionâl i rispuindints che a àn declarât di no capî il furlan a àn esprimudis preferencis plui grandis di chei che a fevelin furlan tai test A e B e no diferentis tal test C; 2) pe lenghe de globalizazion no son vignudis fûr diferencis significativis tra i sogjets cun competencis linguistichis diferentis in furlan; 3) pe lenghe minoritarie i rispuindints che a àn declarât di fevelâ furlan a àn esprimudis preferencis plui grandis di chei che no lu capissin in ducj i test. Considerant che lis diferencis che a riuviardin la lenghe minoritarie a son risultadis plui significativis di chês che a riuviardin la lenghe nazionâl si conclût che lis competencis linguistichis in furlan a àn influençât lis preferencis pes singulis lenghis in mût diferenziât: di plui chês pe lenghe minoritarie, mancun chês pe lenghe nazionâl e par nuie chês pe lenghe de globalizazion.

In fin, considerât che i test A e B a son stâts somministrâts tal stes moment ai stes sogjets e che chescj sogjets, come evidenziât tes Tabelis par-sore, in presince di test diferents a àn manifestadis preferencis linguistichis diferents o livei di significativitât diferents, si conclût che la lenghe preferide e dipent ancje dal test, ven a stâi dal contest comunicatîf e dal contignût de comunicazion.

Te Tabele 7 a son ripuartadis lis *preference shares* che si puedin otignî cu la comunicazion par talian, inglês o furlan. Lis cuotis di preference par solit a son interpretadis tant che cuotis di marcjât (Furlan e Martone 2011) ven a stâi tant che percentuâls di consumadôrs che a comprin un ciert ben in alternative di altris similârs. In chest lavôr lis cuotis di preference a son stadis stimadis cul model Logit a partî des utilitâts individuâls dai rispuindints e simulant marcjâts contindûts di trê prodots alternativs. Cul test A a son stadis fatis dôs simulazions, une par meti a confront trê profii monolenghe e une par confrontâ un profil monolenghe cun doi profii bilenghe come cui test B e C. Tal compless a son stadis fatis cuatri simulazions di marcjât (Tabele 7): SA0) incentrade sul test A, e simule un marcjât contindût di trê publicitâts cun erois “monolenghe” o talian o inglês o furlan e identichis par ducj chei altris aspiets; SA1) incentrade sul test A, e simule un marcjât contindût di trê publicitâts, une monolenghe cun ducj i atribûts dal eroe par talian e doi bilenghe cun trê atribûts par talian e un o par inglês o par furlan e identichis par ducj chei altris aspiets; SB1) incentrade sul test B, e simule un marcjât contindût di trê butiliis di vin che in etichete a ripuartin o il test talian “Grappolo d’uva” o il test inglês “A bunch of grapes” o il test furlan “Rap di ue” e identichis par dutis chês altris carateristichis; SC1) incentrade sul test C, e simule un marcjât contindût di trê panins confezionâts che a ripuartin il test de ecolabel o par talian o par inglês o par furlan e identics par dut il rest.

I dâts de Tabele 7 a mostrin che, daûr di ce che a evidenziin i test, i prodots che te comunicazion comerciâl a àn doprade la lenghe nazionâl a àn otignudis cuotis di marcjât comprendudis tra il 30 e il 48%; chei che a àn doprade la lenghe inglese a àn otignudis cuotis di marcjât tra il 20 e il 28%; i prodots che a àn doprade la lenghe minoritarie a àn otignudis cuotis di marcjât tra il 28 e il 50%. Cun di plui, tal test A il furlan monolenghe (SA0) al à vût un risultât miôr dal furlan bilenghe talian-furlan

Tabele 7. Intervistâts che a àn preferîl il prodot comunicât in lenghe taliane o inglese o furlane (%).

<i>Confronts tra communication-mix</i>				
	<i>Monolenghe (1)</i>	<i>Plurilenghe (2)</i>		
	<i>SA0</i>	<i>SA1</i>	<i>SB1</i>	<i>SC1 (3)</i>
Taliane	30	31	38	48
Inglese	20	24	28	24
Furlane	50	45	34	28
Totâl	100	100	100	100

(1) Ducj i atribûts dal stes profil a son codificâts te stesse lenghe.

(2) Ducj i atribûts di un profil a son codificâts par talian. Ducj i atribûts dai competitôrs a son codificâts par talian mancûl un codificât o par inglès o par furlan.

(3) L'atribût "Marcje" al è codificât simpri par talian, l'atribût "Ecolabel" al è simpri presint e codificât o par talian o par inglès o par furlan.

(SA1). In definitive la comunicazion in lenghe minoritarie e je chê cu la variabilitât de cuote di marcjât plui grande ma ancje che cul miôr risultât (50% di un marcjât contindût di trê prodots).

Si conclût che i risultâts de comunicazion in lenghe minoritarie a dipendin plui di chei altris dal test, ven a stâi dal communication-mix. La comunicazion in lenghe minoritarie, duncje, e je plui complesse di gjestî e e domande verifichis plui atentis ma e je ancje chê che e pues dâ i risultâts miôr. In particolâr, la comunicazion in lenghe minoritarie e à dât il risultât miôr tal test A, ven a stâi il test dulà che lis trê lenghis a jerin "paritariis" e i rispuindints a jerin "obleâts"¹ a "pensâ" al confront tra lis lenghis; forsît propite par chest, il test A nol à stimolât tai sogjets che no fasin part de minorance e che no capissin la lenghe minoritarie une reazion emotive di intensitât plui grande di chê dai furlans e dai furlanofons.

4. Conclusions. Chest lavôr al à confermât che la *Conjoint Analysis* e je un strument util par valutâ la eficacie dai communication-mix che a doprin lenghis no convenzionâls e, in particolâr, lenghis minoritariis. La casistiche analizade e je limitade e no permet di trai conclusions definitivis. Cundut achel, si pues fâ cualchi considerazion di caratar gjenerâl.

Tai communication-mix dai prodots agroalimentârs lis lenghis minoritariis a influencin lis preferencis dai consumadôrs. La lenghe de comu-

nicazion che e fâs otignî la massime preference par un prodot e dipent de identitât dai consumadôrs, des lôr competencis linguisticis, dal contest comunicatîf e dal communication-mix formulât, ven a stâi des sieltis dai sogjets atîfs te comunicazion (dai mitents). Tai contescj comunicatîfs dulà che a son dopradis sedi la lenghe nazionâl che chê globâl e chê minoritarie, cheste ultime e permet di otignî preferencis plui grandis, o almancul no plui piçulis, de lenghe de globalizazion. La lenghe minoritarie tai communication-mix dai prodots agroalimentârs e fâs aumentâ lis preferencis dai consumadôrs de minorance linguistiche e di chei che a àn lis competencis plui grandis te lenghe in cuestion. La lenghe minoritarie e stimule la emotivitât ancje di chei consumadôrs che no fasin part de minorance. Lis competencis linguisticis in inglês no influencin lis preferencis pai prodots comunicâts cun cheste lenghe ma a puedin aumentâ chês pai prodots comunicâts in lenghe nazionâl e in lenghe minoritarie.

In conclusion i communication-mix che si valin di une lenghe minoritarie a fasin otignî un vantaç competitîf cui consumadôrs che a apartegnin a la minorance e a stimulin emotivementri ancje chei altris consumadôrs predisponintju a marketing-mix specifics. Tal câs de lenghe furlane in Friûl lis reazions emotivis dai furlans, a favôr de marilenghe, a puedin sei mancul intensis di chês di chei altris talians a favôr de lenghe nazionâl. Chest fenomen al somee dipendi des carateristicis dal communication-mix. Cuant che si verifiche, intune popolazion miste di furlans e no furlans, lis preferencis mediis no son significativis e a puedin fâ someâ che la lenghe preferide e sedi il talian ancje se la maiorance dai consumadôrs e preferìs il furlan.

¹ Tal test A ducj i atribûts a jerin linguisticis e, par no esprimi preferencis identichis par ducj i profîi, i rispuindints a vevin di confrontâ lis lenghis.