

MANUEL PORTA

1

Il settore agroalimentare è uno dei comparti di primaria importanza per il mercato interno italiano. Nei prossimi mesi, grazie a consumatori sempre più accorti e informati, ci sarà una crescita costante che riguarderà in particolar modo i prodotti 100% italiani, fondamentali per la crescita generale dell'economia e di tutta la filiera nazionale.

2

Biraghi ha seguito il trend di crescita dell'export italiano, avendo visto crescere i volumi nelle esportazioni dei propri prodotti "core", che comprendono Gran Biraghi, Gorgonzola Dop, ricotta e burro. In particolar modo si sono registrati ottimi risultati nel settore "hard cheese" e, quindi, con il nostro Gran Biraghi. Il mercato chiave su cui si

sta investendo molto è sicuramente quello del grattugiato, dove speriamo a breve di raggiungere buoni risultati soprattutto nei mercati tedesco, spagnolo e francese.

3

Prendere in considerazione le fiere di settore è molto importante per poter raggiungere tutti i potenziali clienti target. Nonostante l'incremento di tutti gli strumenti di condivisione attraverso l'utilizzo del web e dei suoi canali, le fiere sono un'ottima vetrina per le eccellenze italiane; dopo aver predisposto piani di marketing operativo curati nel dettaglio, infatti, è bene approdare alle fiere per una comunicazione più diretta e personale, trasmettendo i veri valori dell'azienda.



Nonostante il futuro sia completamente online, la presenza negli stand è fondamentale, non a caso la fiera rappresenta uno degli strumenti principali della comunicazione integrata.

4

Il commercio elettronico è stato una rivoluzione che ha modificato progressivamente il comportamento dei consumatori: infatti, nel giro di pochi anni la frequenza d'acquisto è aumentata in maniera esponenziale.

I settori più coinvolti sono stati quelli legati alla tecnologia e all'abbigliamento. Inoltre, alcune società, Amazon in primis, svolgono il ruolo di intermediari offrendo un servizio di alta qualità a un costo concorrenziale. Nel settore food questa evoluzione è sicuramente più lenta. Un primo ostacolo è la spedizione, che deve garantire il trasporto adeguato per il cibo con il rispetto della catena del freddo.

Molte catene della gdo si stanno muovendo in questa direzione; sicuramente un ruolo fondamentale è giocato dai prodotti di marca che sono conosciuti e consumati quotidianamente.

Quando questa tendenza si svilupperà ulteriormente cambieranno le esigenze di comunicazione da parte delle aziende per quanto concerne il marketing operativo.

5

A Cibus presenteremo la nostra grande novità del 2016: il Gorgonzola Dop selezione gastronomia. Dopo l'innovativo vassoio realizzato per il Gorgonzola Dop a peso imposto, una nuova veste grafica accompagnerà il nostro Gorgonzola Dop selezione gastronomia all'interno dei banchi dei punti vendita.

