

# LAURA FERRARI

Ferrari  
Giovanni  
industria  
casearia Spa

## 1

Gli scenari presentati dai principali enti di ricerca non evidenziano modifiche significative dell'attuale trend dei consumi tradizionali, come anche dei canali distributivi. Le uniche variazioni positive si evidenziano nei segmenti cosiddetti "salutistici" ("senza lattosio", "senza glutine", ecc.). Anche per noi valgono queste previsioni. Inoltre, evidenziamo che il consumatore, incerto sugli scenari futuri, continua a prestare attenzione ai prezzi e a rivolgersi ai prodotti in offerta.

## 2

Anche per noi i prodotti più performanti rimangono quelli dei formaggi Dop e i nostri mercati di riferimento principali sono quelli dell'Unione europea. Tra questi, quelli più promettenti sono le piazze del Vecchio continente che nel corso degli anni hanno già maturato una conoscenza, anche se parziale, del prodotto e che quindi sono maggiormente in grado di apprezzare un'offerta di qualità. La nostra attenzione per lo sviluppo all'estero non trascura comunque i Paesi d'Oltreoceano.

## 3

Anche se viviamo in un mondo multimediale, ricco di informazioni e notizie veicolate dagli strumenti elettronici a nostra disposizione, le fiere sono ancora un momento di conoscenza e confronto imprescindibile per instaurare nuovi rapporti e collaborazioni.



## 4

L'Italia rispetto ad altri Paesi è sicuramente indietro sul versante del commercio on line, per motivi sia culturali sia strutturali. A mio avviso, per quanto riguarda il segmento food, i maggiori ostacoli allo sviluppo sono legati principalmente ai costi (specie per i prodotti che necessitano della catena del freddo) e ai tempi di consegna della spesa.

## 5

Molte sono le sorprese che riserveremo a coloro che visiteranno il nostro stand durante questa edizione di Cibus: tra le più significative, il Parmigiano Reggiano Prodotto di Montagna certificato secondo il "Progetto Qualità" promosso dal Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano.