

I gusti della mente

Come si delineano i nuovi stili di vita e le tendenze nei consumi? Questo il tema trattato in occasione di MSE dallo studio Chiodi Consulting di Rimini fornendo utili informazioni su nuovi contenuti e il valore aggiunto dei prodotti ittici da comunicare al consumatore

di Rossana Biagioni

Nuovi stili di vita e tendenze dei consumi dei prodotti ittici non sempre dipendono da scelte consapevoli. “I gusti della mente” si modificano costantemente ma con quali meccanismi e in base a che cosa sono alcune delle principali novità analizzate, domenica 20 febbraio, in occasione di MSE-Mediterranean Seafood Exhibition, dallo studio di consulenza creditizia e marketing Chiodi Consulting. Il *talk-show*, organizzato dallo studio riminese con il patrocinio della Regione Veneto durante Sapore 2011, ha fornito utili indicazioni di marketing strategico. Nella sezione MSE dedicata alla filiera ittica l'appuntamento proposto da Gabriele Chiodi ha illustrato, attraverso le ricerche scientifiche presentate dalla professoressa Gabriella Pravettoni dell'Università degli Studi di Milano, i processi cognitivi decisionali associati alle diverse condizioni sociali ed economiche, permettendo alle imprese del settore di affinare le strategie, le tecniche di comunicazione e di penetrazione sul mercato.

Nuovi stili di vita privilegiano i consumi di prodotti rapidi da pre-



Il tavolo dei relatori al convegno organizzato dallo studio Chiodi Consulting in occasione di MSE a Sapore 2011.

parare, gustosi e salutistici come i prodotti ittici; lo dimostrano i dati presentati dal *category manager* di *Eataly*, vera novità del sistema distributivo italiano che, dopo i successi ottenuti a Torino e all'estero, viene riproposto in altre città italiane. La formula di ristorazione e supermercato proposti in un unico contenitore raccontata da Ferdinando Fiorentini

tiene conto del bisogno di salutismo, della richiesta di diversificazione dei consumatori, mentre la Grande Distribuzione, rappresentata dal direttore marketing e dal responsabile commerciale di COOP ITALIA, rispettivamente Francesco Cecere e Marco Guerrieri, e dal *category manager* CONAD, Massimo Davoli, sta puntando sempre sulla garanzia

Flavours of mind

How can we delineate the new tendencies and life-styles of our markets? This theme was treated in a convention held in Rimini on 20 February during MSE-Mediterranean Seafood Exhibition organized by Studio Chiodi Consulting. The meeting has shown, through scientific research presented by Gabriella Pravettoni, University of Milan, cognitive decision-making processes associated with different social and economic conditions, enabling firms operating in the fishing industry to refine their strategies, communication techniques and market penetration.

di prodotti motivati dal *brand*, ma rivolgendo l'attenzione alle diverse necessità dei consumatori al fine di suscitare emozioni. «In questi momenti caratterizzati da continui cambiamenti — ha sottolineato Gabriele Chiodi — è opportuno intraprendere nuove scelte strategiche, ideare nuovi modelli di commercializzazione e di ristorazione, tenendo conto dei nuovi gusti che si sviluppano nel palato e, soprattutto, nella mente dei consumatori». Le ricerche hanno infatti messo in relazione la capacità di stimolare i sensi delle persone, che vanno aiutate ed educate al gusto, per riuscire a suscitare le emozioni dei potenziali acquirenti e permettere una scelta consapevole dei prodotti.

Ponendo l'attenzione sulle dinamiche e le motivazioni d'acquisto dei prodotti ittici nel contesto attuale del mercato, ancora una volta lo studio Chiodi Consulting di Rimini ha fornito utili informazioni ai responsabili marketing e agli imprenditori in merito a nuovi contenuti e valori

“In questi momenti caratterizzati da continui cambiamenti è opportuno intraprendere nuove scelte strategiche, ideare nuovi modelli di commercializzazione e di ristorazione, tenendo conto dei nuovi gusti che si sviluppano nel palato e, soprattutto, nella mente dei consumatori, ha sottolineato Gabriele Chiodi”

aggiunti dei prodotti ittici da comunicare ai moderni consumatori.

Partner per la realizzazione dell'evento Banca delle Marche, un istituto che ha saputo cogliere le diverse necessità degli operatori del settore, proponendosi anche in un momento di crisi con nuove filiali per essere sempre al servizio delle richieste dei clienti.

L'evento ha goduto del Patrocinio della Regione Veneto: al termine dell'incontro le aziende venete intervenute alla fiera hanno arricchito il buffet finale con piatti tipici dell'antica cucina regionale a base

di pesce. Al termine dell'evento, come di consueto, Gabriele Chiodi ha annunciato il titolo del convegno per l'edizione MSE 2012: *“Gross Market Gross Business: l'evoluzione dei mercati ittici all'ingrosso in Italia e in Europa”*. Si tratterà delle tematiche riguardanti i mercati ittici all'ingrosso in Italia e in Europa, quindi del segmento B2B, ovvero del ruolo delle aziende ittiche all'ingrosso nell'economia dei prodotti ittici e di quanto sarà importante la loro funzione per l'evoluzione della moderna distribuzione del pesce.

Rossana Biagioni