

La qualità che fa risparmiare

## “Non c’è cucina senza Chef”

*È il nuovo slogan presentato alla Fiera di Rimini dalla Chef Pronto Service, l’azienda romagnola leader nel settore dei prodotti ittici trasformati*

*di Gabriele Chiodi*

“Non c’è cucina senza Chef”, questo è il nuovo slogan presentato alla Fiera di Rimini dalla Chef Pronto Service, l’azienda romagnola leader nel settore dei prodotti ittici per la ristorazione che ha approfittato della vetrina del Mediterranean Seafood Exhibition per comunicare ed affermare la propria identità aziendale, oramai ben solida, che le permette di poter dare indicazioni al mercato italiano dei prodotti ittici. Un mercato che necessita di idee, innovazione nei prodotti e nei servizi offerti alla clientela del settore dell’HORECA.

Il progetto di riposizionamento intrapreso quattro anni orsono ha dato i suoi frutti: con la determinazione e il coraggio di Alessandro Scarponi, amministratore delegato della società, coadiuvato da giovani e valenti collaboratori, la Chef è riuscita a realizzare una strategia marketing finalizzata all’affermazio-



*Hamburger di merluzzo dell’Adriatico panato congelato della nuova linea 100% Italia.*

ne del marchio aziendale, associato a nuove linee di prodotto che hanno conquistato la fiducia dei clienti. L’attitudine sviluppata dall’azienda nei confronti della clientela è positiva, giovane, in grado di garantire affidabilità nella qualità dei prodotti, dei servizi offerti, e sempre capace di fornire nuove idee, giuste ed economiche. Innovazioni che consentono ai clienti del settore HORECA di poter offrire prodotti sempre all’avanguardia e di riuscire anche a risparmiare.

«Con la qualità si vince perché alla lunga fa risparmiare» come afferma Alessandro Scarponi che, con la forza delle nuove idee applicate alla società, è riuscito a sviluppare

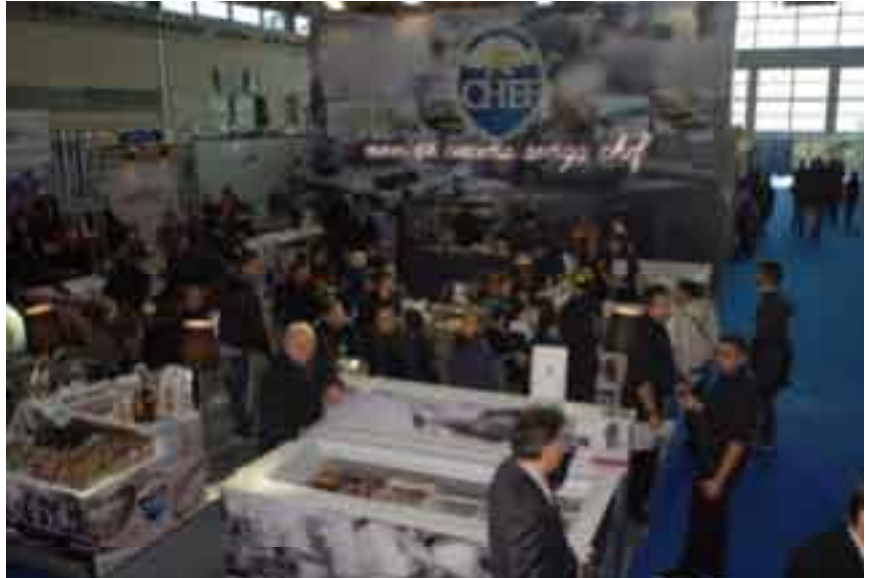
nuovi prodotti, senza dimenticare la storia aziendale e la tradizione delle ricette della cucina romagnola.

Scelte che in passato hanno generato il successo di un’azienda che da oltre trent’anni opera nel settore dei prodotti ittici trasformati e che continua a suscitare molto interesse sul mercato.

Con la linea “100% Italia”, la Chef offre prodotti, come lo spiedino di triglia o l’hamburger di merluzzo dell’Adriatico, che evidenziano come i sapori legati al pesce delle nostre belle coste siano in grado di soddisfare i gusti dei consumatori ed evocare emozioni, di motivare il consumo di prodotti sani, gustosi e nuovi nel panorama dei prodotti ittici.



*Il logo della nuova linea di prodotti “100% Italia” della Chef.*



*Anche quest'anno ricco di proposte innovative lo spazio espositivo della Chef Pronto Service al Mediterranean Seafood Exhibition. Tra le novità, i filoni di pesce spada e di tonno macerati ed affumicati o le alici salinate.*

In occasione della Fiera di Rimini, la Chef ha presentato delle nuove referenze, come i filoni di pesce spada e di tonno macerati ed affumicati o le alici salinate, tipiche della tradizionale cucina romagnola, che hanno catalizzato la presenza di numerosi clienti, qualificati e fedeli, all'interno dello stand.

Ogni anno l'azienda di S. Clemente propone prodotti, nuovi servizi e soluzioni per la propria clientela

estremamente personalizzabili, che permettono di poter offrire piatti e nuove ricette con il minimo dispendio di risorse: è proprio vero, come non c'è cucina senza Chef, oggi non c'è ristorante o albergo sulla riviera romagnola che non conosca ed apprezzi i prodotti della Chef Pronto Service, un'azienda innovativa, specializzata e impegnata ad esportare una formula vincente in tutto il territorio nazionale ed europeo.

La diversificazione delle linee e dei segmenti di mercato è l'arma vincente delle aziende come la Chef che intendono guardare avanti con ottimismo e determinazione. L'ampio assortimento di prodotti ittici presente costantemente nelle imponenti celle frigorifere dell'azienda permette di poter offrire in maniera costante e continuativa oltre 500 referenze, in grado di soddisfare qualsiasi esigenza della clientela.

Senza dimenticare che la Chef trasforma i prodotti direttamente in azienda, con sapienza antica e mano d'opera locale qualificata, così da renderli pronti per la cottura o personalizzazione degli chef. Durante lo svolgimento della MSE

*“La diversificazione delle linee e dei segmenti di mercato è l'arma vincente delle aziende come la Chef che intendono guardare avanti con ottimismo e determinazione”*



Alessandro Scarponi, amministratore delegato della Chef Pronto Service.

abbiamo posto qualche domanda proprio ad Alessandro Scarponi, AD della Chef.

*Signor Scarponi, come giudica la situazione attuale del mercato dei prodotti ittici e quali sono le motivazioni che l'hanno spinto ad intraprendere le scelte di marketing all'interno della sua azienda?*

«Ci siamo resi conto che ci potevano essere dei campi ancora inesplorati dalle aziende operanti nel settore ittico: la scelta di rinnovare il marchio, sintetizzarlo nello scudo tipico Chef, intendeva far percepire al mercato il fermento creativo presente all'interno di un'azienda giovane, con un gruppo di collaboratori molto affiatato, uniti per raggiungere un obiettivo condiviso, che ci ha portato, con entusiasmo,

ad innovare e creare nuovi prodotti, nuove idee, premiate dalla fidelizzazione dei clienti.

Certo non è stato facile, ma i risultati ottenuti e il crescente consenso confermano il successo delle nostre azioni. Il settore dei prodotti ittici ha bisogno di crescere e maturare: dobbiamo creare valore e interesse intorno ai prodotti che trasformiamo e commercializziamo, non lottare in maniera dissennata sui prezzi ma competere sulla qualità e serietà dei prodotti, oltre ad offrire nuovi servizi e idee per i clienti.

Solo così potremo garantire continuità e sviluppo per le aziende che operano nel settore dei prodotti ittici».

*Parafrasando il titolo del convegno "Le ragioni del pesce", al quale lei ha*

*partecipato in occasione della MSE di Rimini e durante il quale ha presentato il progetto marketing della sua azienda, quali sono le ragioni che la inducono a continuare ad infondere le sue energie, ad innovare, in un settore impegnativo, difficile ma molto affascinante come quello dei prodotti ittici?*

«È la passione e il coraggio di cambiare le cose che ci guida, con la certezza di poter dare il nostro contributo alla crescita del settore. La crisi si combatte con idee nuove, con la costante ricerca di nuove soluzioni e nuovi prodotti.

Il *seafood made in Italy* ha un grande futuro e, specialmente in Romagna, siamo riusciti a creare un modello produttivo e distributivo innovativo, frutto di una storia e tradizioni uniche che potrà essere esportato in tutto il mondo. Oltre che sul mercato nazionale anche in Europa potremo approfittare di questo momento propizio e far crescere le nostre aziende.

Con le giuste azioni di marketing che abbiamo intrapreso riusciremo a creare valore aggiunto nuovo ai prodotti e farlo percepire ai nostri clienti: tutto ciò renderà merito ai nostri sforzi e garantirà la crescita e lo sviluppo delle nostre imprese.

Ogni cosa ha il suo tempo, dopo anni di grosso impegno è arrivato il tempo di raccogliere il frutto dei nostri sforzi: il successo del nostro stand, la fiducia dei clienti e il continuo sviluppo della nostra azienda ci gratifica e ci motiva a proseguire nelle nostre filosofie».

**Gabriele Chioldi**

## No kitchen is without a... Chef

*No kitchen is without... a Chef: this is the new slogan which the company Chef Pronto Service, from S. Clemente (RN), has proposed during the last edition of Mediterranean Seafood Exhibition. Chef Pronto Service is a company which process and trade quality fresh or frozen seafood, from over 30 years. The offer is dedicated to catering sector and it consists in skewer, basis for grills, sauces' preparation, basis for hors d'oeuvre ready to cook or to season. Chef is constantly researching new products and modern trade strategies, always aiming to the offer's quality, to service's punctuality and to the completeness of the products' ranges offered: this is mainly due to the chief executive Alessandro Scarponi, who has, also, valid young collaborators. With the new line of products, "100% Italia", Chef Pronto Service offers, as example, "red mullet on a spit" or "hamburger of Adriatic cod-fish". The new offers of long loaf of soaked and smoked sword-and-tuna fish, or salted anchovies, they have conquered the palates of those who choose them for their typical and traditional Romagna cuisine.*