

PROMOFIRENZE

verso BUY FOOD TOSCANA 2019

**CHANGE !**

**Se il mondo cambia gli andiamo incontro**

ALBERTO MATTIACCI

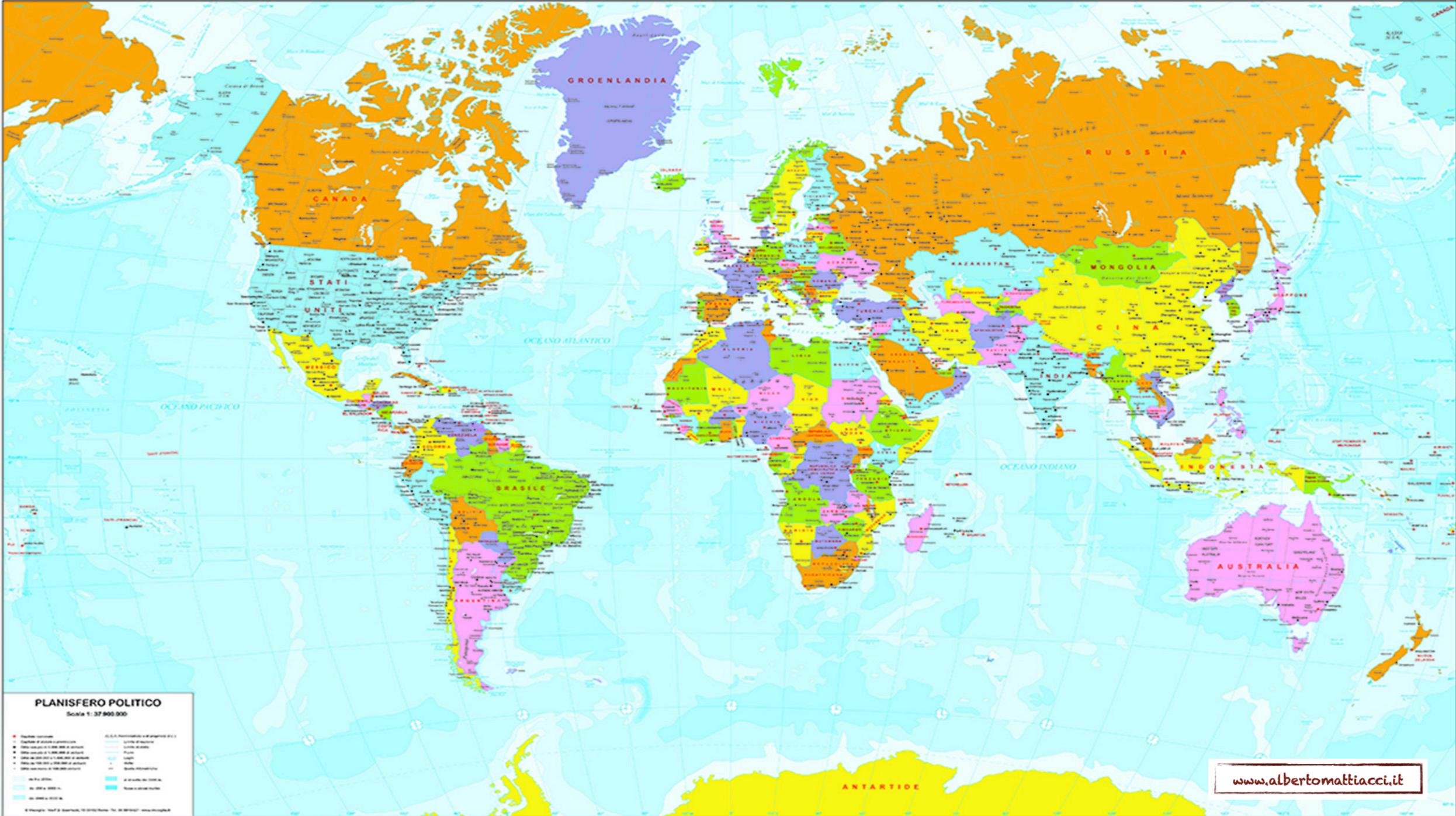
Ordinario di *Economia e Gestione delle Imprese*  
Direttore Scientifico, *Eurispes*



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

# THE BIG PICTURE

*Non è una crisi economica*



**PLANISFERO POLITICO**

Scala 1:37.900.000

- |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Stato sovrano</li> <li>● Stato di diritto di autonomia</li> <li>● Stato con pop. &lt; 1.000.000 di abitanti</li> <li>● Stato con pop. &gt; 1.000.000 di abitanti</li> <li>● Stato con pop. &gt; 10.000.000 di abitanti</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● A.S.A. (Autorità di amministrazione)</li> <li>● Stato di diritto</li> <li>● Stato</li> <li>● Stato</li> <li>● Stato</li> <li>● Stato</li> <li>● Stato</li> <li>● Stato</li> </ul> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

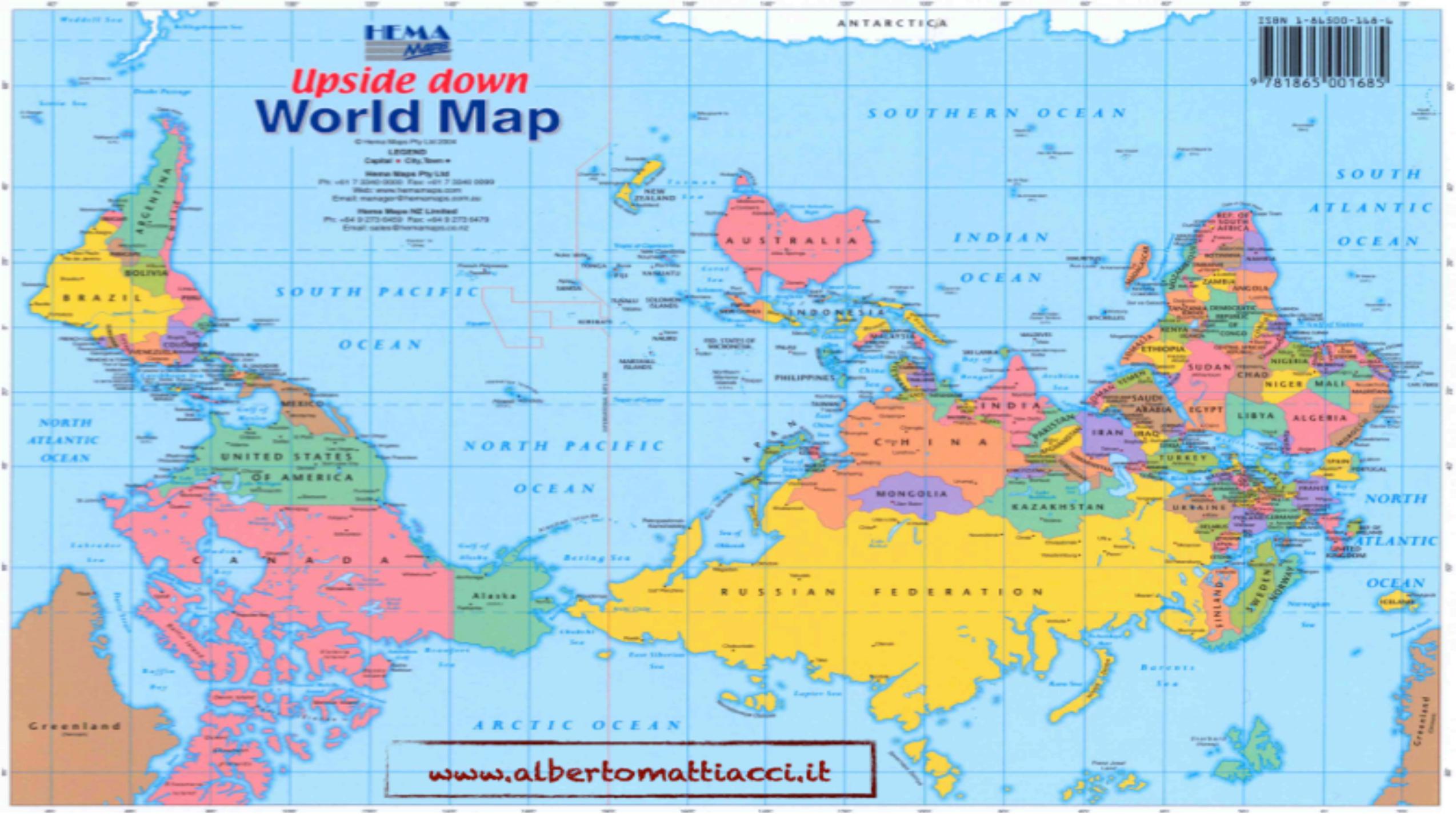
[www.albertomattiacci.it](http://www.albertomattiacci.it)



# Upside down World Map

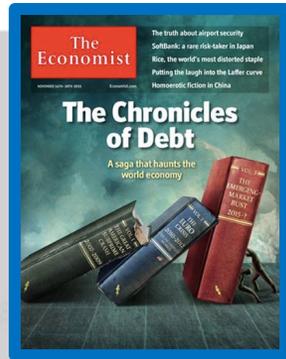
© Hema Maps Pty Ltd 2004  
**LEGEND**  
 Capital • City Town •  
 Hema Maps Pty Ltd  
 Ph: +61 7 2540 0800 Fax: +61 7 2540 0899  
 Web: www.hemamaps.com  
 Email: manager@hemamaps.com.au  
 Hema Maps NZ Limited  
 Ph: +64 9 273 0400 Fax: +64 9 273 0479  
 Email: sales@hemamaps.co.nz

ISBN 1-86500-168-6  
  
 9 781865 001685



[www.albertomattiacci.it](http://www.albertomattiacci.it)





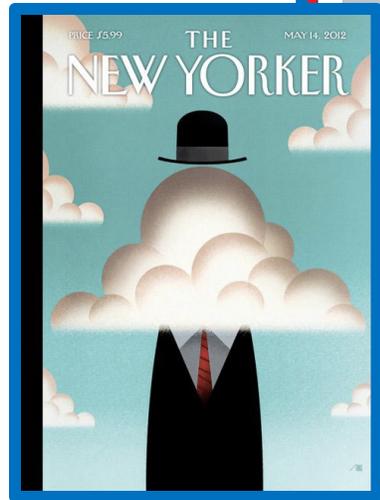
L'ECONOMIA  
*Tramontana*

CONSUMI  
*Centrale*

LA SCIENZA  
*Grecale*

LA GEO POLITICA MONDIALE  
*Levante*

LA SCIENZA E LA TECNICA  
*Ponente*



LA GEOGRAFIA  
*Libeccio*

LA MEDIA  
*Tramontana*

CAMBIO CLIMA  
*Mezzogiorno*

# FOCUS

*Italian Food & Wines*

1st Country in the world for food and wine:

**299** PDO, PGI and STG products (2017)

**4.816** traditional regional specialties (2017)

**48,8** hectoliters of wine produced (mn, 2015)

2nd Country in the world by number of Michelin *starred*  
*restaurants*:

**343** (2017)

The most imitated food industry in the world

**6,3bn** estimated revenues by the *Italian Sounding* (2017)

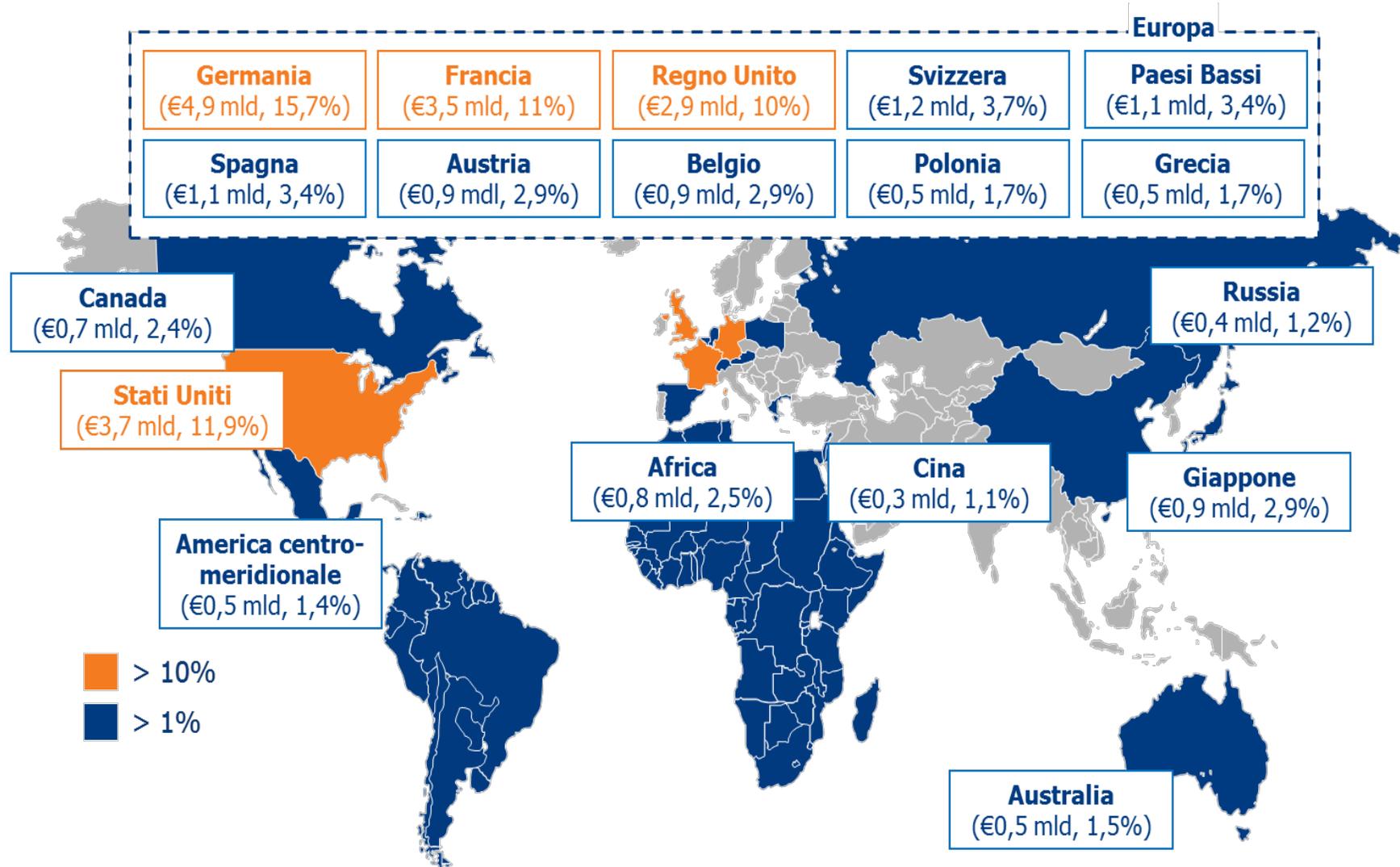
1st Country in the world for *farmhouse* and *rural tourism*:

**18.771** facilities (2017)



SOURCE: ISMEA. FOND.QUALIVITA, EURISPES, 2018

# IL NOSTRO EXPORT FOOD & WINE NEL MONDO



SOURCE: AMBROSETTI on ISTAT, 2017

**SICUREZZA**

**ORIGINE**

**PIACEVOLEZZA**

**SALUBRITA'**

**NATURALITA'**

SOURCE: UNICATTOLICA PIACENZA, SAPIENZA, 2017

# FARE MERCATO

*Una partita sofisticata*

**DESIRE**

**APPETITE**

**EXPERIENCE**



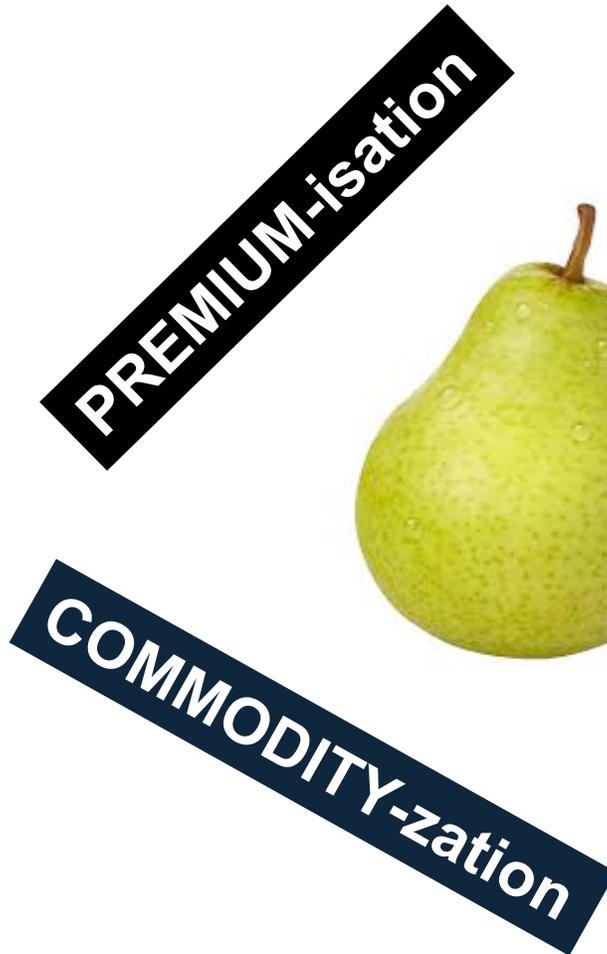
**FUNCTION**

**HUNGER**

**NEED**

## IL CASO DEL CAFFE'





40%

60%

# FARE MERCATO

*Le regole di base*

1 2 3 4 5

Non mangiamo per fame  
ma per appetito

La fame è relativa ai *bisogno*  
L'appetito è relativo al *desiderio*

# 1 2

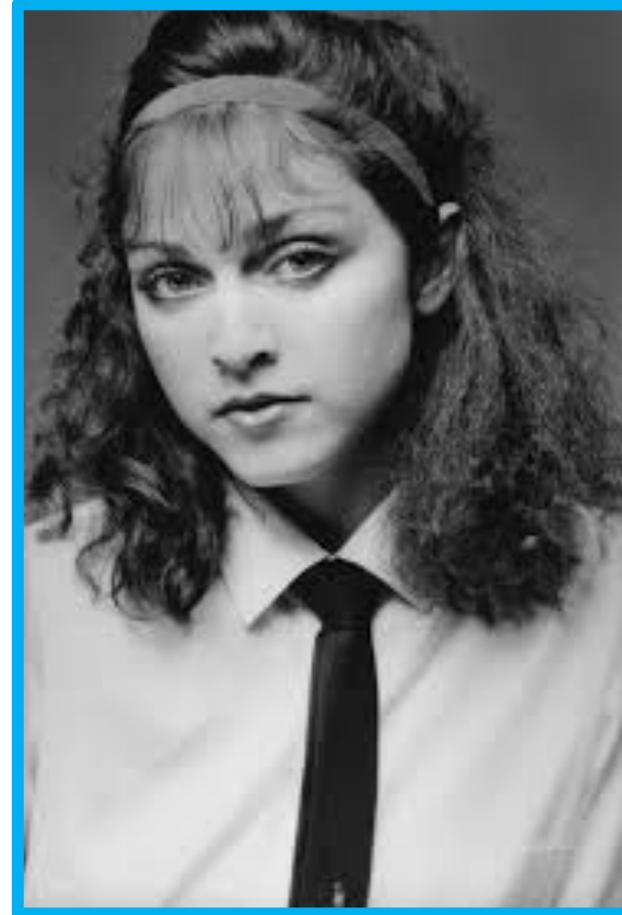
Il mercato è un fuoco  
Và acceso e alimentato

Il mercato si fa con un'offerta di valore (legna), la conoscenza della sua esistenza (innesco) e la distribuzione (ossigeno)

Per alimentarlo, si innova (aggiungere legna) e consolidano fiducia e autorevolezza

SO WHAT?

*La storiella insegna che ...*



# GRAZIE

[alberto.mattiacci@uniroma1.it](mailto:alberto.mattiacci@uniroma1.it)

[www.albertomattiacci.it](http://www.albertomattiacci.it)

T. @albertomtx  
L. alberto mattiacci