

FILIPPO SCARPONI

i 10  
comandamenti  
per l'impresa alimentare

Come diventare  
Padreterni  
nel mondo del cibo



CHIRIOTTI EDITORI

# Indice

LA VOCE DELL'EDITORE .....	4
<b>GRAZIE</b>	
Perché un'altra opera? .....	10
Chi sono .....	14
La grande promessa .....	17
A chi si rivolge .....	22
Il valore de i 10 comandamenti per l'impresa alimentare .....	24
<b>IL CORAGGIO DI UNA SCELTA</b> <i>Francesca Fiori</i> .....	25
<b>PRESUPPOSTO, IO SONO IL CLIENTE, L'ONNIPOTENTE</b>	
Il marketing: croce e delizia dell'impresa .....	30
L'importanza del cliente .....	37
La scala della fidelizzazione .....	41
L'evoluzione del marketing: il funnel .....	48
<b>IL WEBMARKETING NON È UN OPTIONAL</b> <i>Ruggero Lecce</i> .....	54
<b>I. NON AVRAI ALTRO FOCUS AL DI FUORI DI ME</b>	
Dal sogno all'obiettivo .....	60
<b>FOCUS E A.I.C.® la grande ricetta</b> <i>Max Formisano</i> .....	67
Il focus e i motivi di distrazione .....	80
Uno alla volta per carità .....	84
<b>LA COSA BBBONA</b> <i>Conversazione con Stefano Callegari</i> .....	88
<b>II. NON NOMINARE IL NOME DELL'UTILE INVANO</b>	
Ricavi – costi = utile... non sempre! .....	98
La gestione a casaccio non paga .....	99
Perchè cambiare? .....	102
L'utile produce il vero valore: felicità e ricchezza .....	105
<b>RICERCA, SVILUPPO E UTILI</b> <i>Edoardo Corti</i> .....	111
<b>III. CELEBRA, CONDIVIDI E COMUNICA OGNI FESTA</b>	
Quante occasioni hai per dire a tutti che sei felice? .....	118
La festa, la ricorrenza, l'evento: il piacere della condivisione .....	119
Le occasioni (laiche e religiose) per celebrare e fare festa. ....	121
Le celebrazioni impreviste per ottenere i risultati migliori .....	123
<b>ORGANIZZARE EVENTI PRESTIGIOSI:</b>	
<b>COPPA DEL MONDO DELLA GELATERIA</b> <i>Giancarlo Timballo</i> .....	128

#### **IV. RISPETTA LA FAMIGLIA, I COLLABORATORI, L'AZIENDA**

##### **E SOPRATTUTTO LA TUA PERSONA**

Accozzaglia, gruppo o squadra? E la famiglia? . . . . .	136
Il team che fa la differenza . . . . .	143
Elementi essenziali della squadra . . . . .	151
Fasi di sviluppo della squadra . . . . .	156
Leader per sé e per gli altri . . . . .	172

#### **V. NON UCCIDERE**

Non te lo puoi permettere. . . . .	176
Più rispetto, più rispetti. . . . .	179
Non disperdere la fiducia della tua clientela . . . . .	182
I tuoi sogni meritano di essere vissuti intensamente . . . . .	184

##### **LE MAGIE SI FANNO DI NOTTE**

<i>Adriano, Aldo, Nicholas e Sergio Tecchioli</i> . . . . .	185
---	-----

#### **VI. NON COMMITTERE ATTI CONTRARI ALLA TUA ARTE**

La differenza tra te e la bestia . . . . .	196
<b>LA REGOLA DEL CREARE</b> <i>Cristina Bowerman</i> . . . . .	200
Le scelte sono sempre partigiane . . . . .	203
Sii orgoglioso di essere unico . . . . .	205
<b>AMO FARE IL GELATO</b> <i>Alberto Marchetti</i> . . . . .	207

#### **VII. NON RUBARE**

Sono proprio fatti tuoi... e non solo tuoi . . . . .	212
L'egoismo non paga . . . . .	215
Che cosa faresti al posto loro? . . . . .	217

##### **L'ITALIA DI SYMBOLA: SOSTENIBILE, COESIVA E CREATIVA**

<i>Fabio Renzi</i> . . . . .	226
------------------------------	-----

#### **VIII. DICHIARA SEMPRE LA VERITÀ**

Le bugie hanno le gambe corte . . . . .	238
Il cibo non ha bisogno di frodi . . . . .	240
Lo faresti mangiare ai tuoi figli? . . . . .	242
L'etichetta comunica ciò che pensi dei tuoi clienti . . . . .	245

##### **LE 5 DIETE MACROBIOTICHE MA-PI**

##### **E L'ETICHETTA TRASPARENTE PIANESIANA**

A cura del Centro Internazionale <b>UPM</b> . . . . .	248
Intervista al Prof. <i>Francesco Fallucca</i> . . . . .	252