



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE

VETRINA DELLE CONOSCENZE NEL
SETTORE AGROALIMENTARE

CONSUMATORE DI ALIMENTI E BEVANDE

S. SILLANI

Dipartimento di Scienze AgroAlimentari,
Ambientali e Animali

Udine – 20/05/2016



COSA FACCIAMO

Gli alimenti, oltre al valore nutrizionale, hanno un elevato valore simbolico (benessere, sostenibilità ambientale, benessere animale, fobia/simpatia verso le innovazioni, etnocentrismo e cosmopolitismo, ...)

Ricerche su atteggiamenti e preferenze finalizzate a individuare:

- Segmenti di mercato,
- Disponibilità a pagare e prezzi attesi,
- Strategie di posizionamento,
- Stili di prodotto,
- Variabili del marketing-mix,
- Potenziali quote di mercato,
- Effetto delle innovazioni e delle informazioni.



POSSIBILI APPLICAZIONI



Esprima il suo grado di accordo/disaccordo con le seguenti affermazioni



Esempio

**Ha deciso di
acquistare del vino
su un catalogo.
Esprima le sue
preferenze di
acquisto con un
punteggio da 1 a 10**

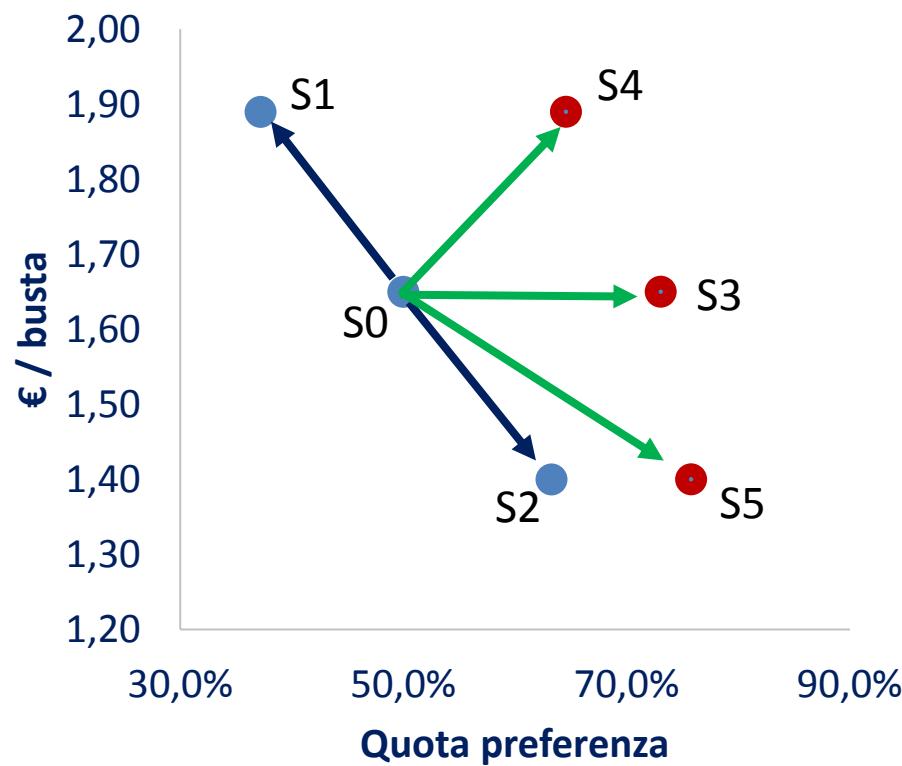
Vengono stimati gli effetti degli stimoli sperimentali sulle preferenze e sul valore percepito

Stimoli sperimentali:

- filari a onde o lineari;
- codice QR presente o assente;
- ...



STRATEGIE DI MARKETING



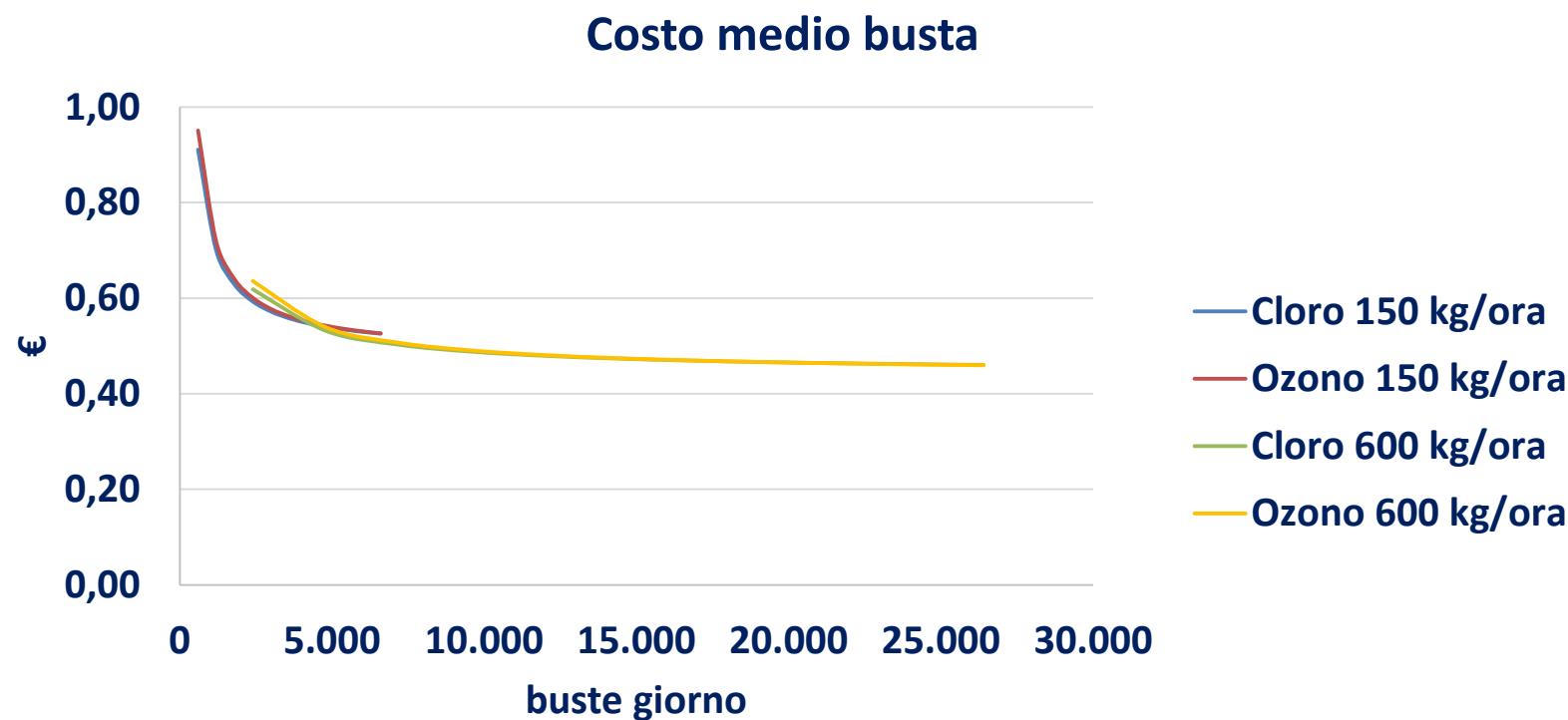
Differenziazione

- Assente
- Senza residui di ...

Effetti delle strategie di prezzo e di differenziazione



MA ANCHE IMPIANTI ED ECONOMIE



Costi di produzione, economie di scala, economie di saturazione, flessibilità



SUGGERIMENTI PER PROGETTUALITA' POR FESR

Stima degli Effetti delle vostre innovazioni su:

- Segmentazione,
- Disponibilità a pagare e prezzi attesi,
- Posizionamento,
- Quote di mercato,
- ...

Settori:

Industrie alimentari,
Ristorazione,
Ecc.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

CHI SIAMO

Sandro Sillani, Ivana Bassi, ... (Dipartimento di Scienze AgroAlimentari, Ambientali e Animali)

Francesco Marangon, Stefania Troiano (Dipartimento di Scienze economiche e statistiche)

Contatti

e-mail: sandro.sillani@uniud.it,
telefono: 0432558324