



**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.



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI UDINE

## POSSIBILI APPLICAZIONI



**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;
- ...

Ricerca finanziata da Amastuola Soc. agr. (TA). Catalogo realizzato da VM CONCEPT&DESIGN (UD).

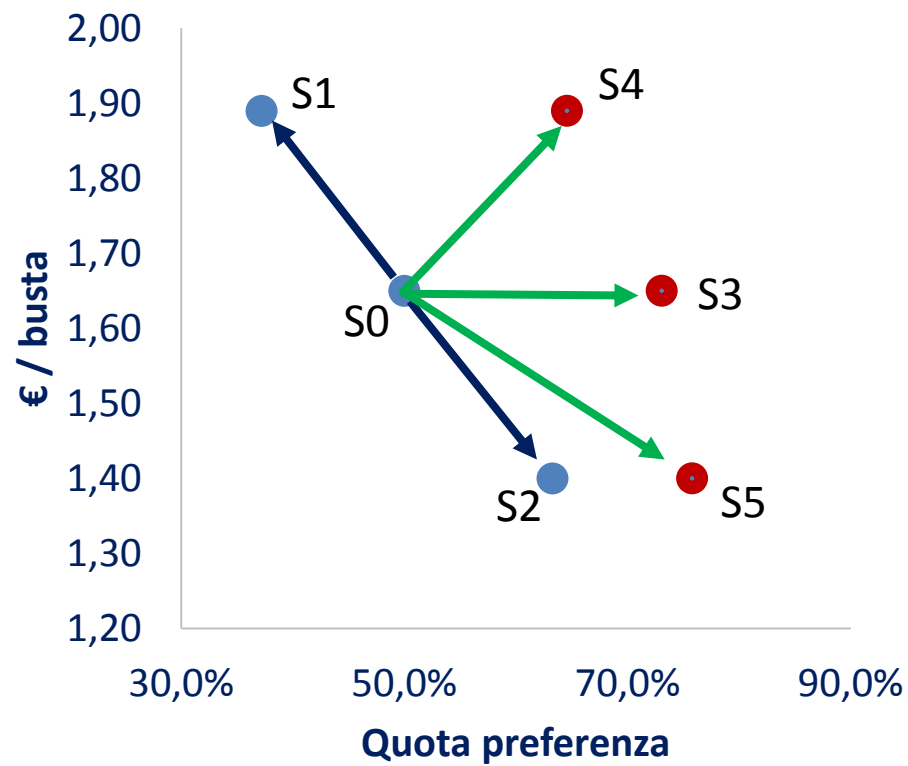
Esprima il suo grado di accordo/disaccordo con le seguenti affermazioni

		Completo disaccordo					Completo accordo				
		1	2	3	4	5	6	7			
v001	Rispetto alla maggior parte delle persone, sono più propenso ad acquistare marche che sono s	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
v002	Ho le mie marche preferite, m	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
v003	Faccio uno sforzo per cercare ulteriori informazioni sui prodotti alimentari pubblicizzati.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

QUESTIONARI



## STRATEGIE DI MARKETING



### Differenziazione

● Assente

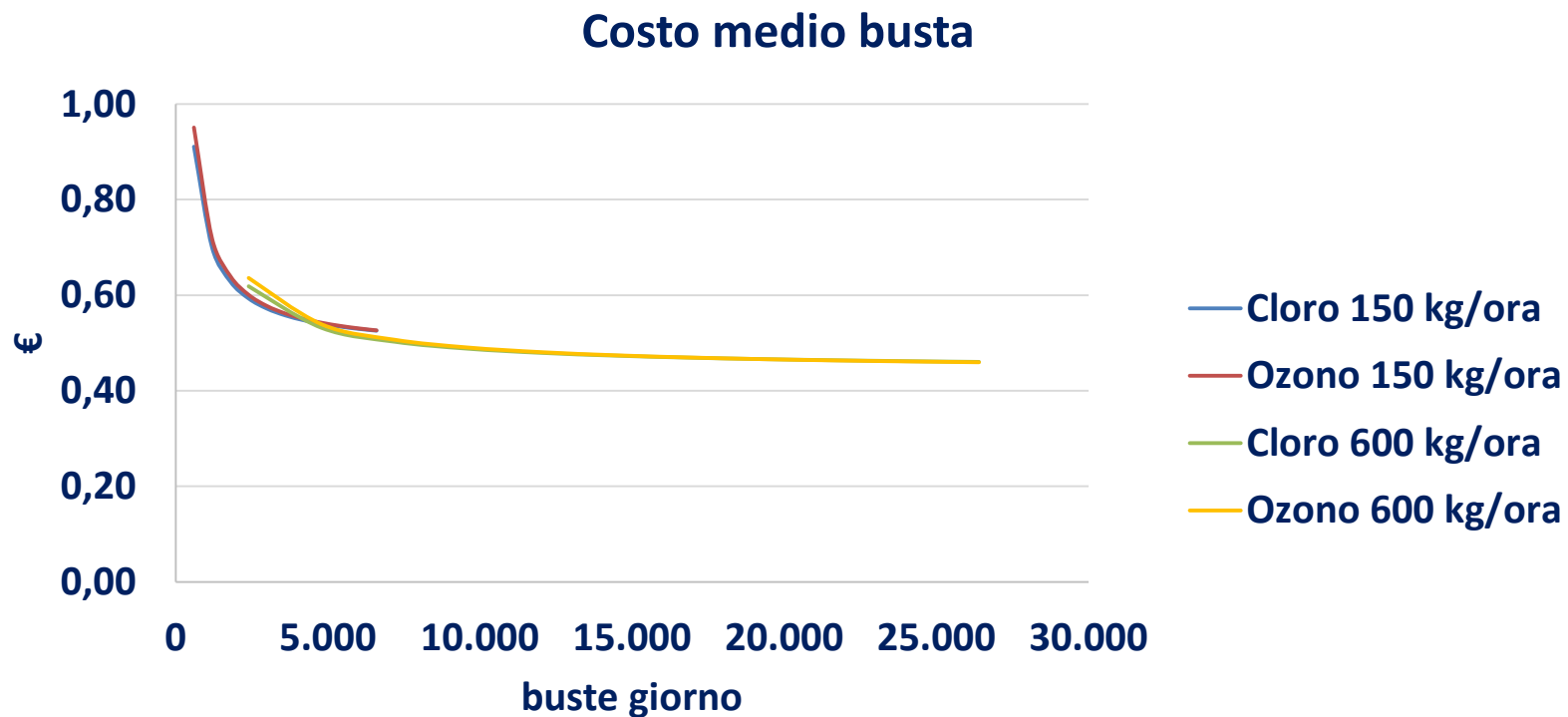
● Senza residui di ...

Effetti delle strategie di  
prezzo e di  
differenziazione



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI UDINE**

## MA ANCHE IMPIANTI ED ECONOMIE



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



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI UDINE**

## **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](mailto:sandro.sillani@uniud.it),**

**telefono: 0432558324**