

fondazione
cariplo



Città
metropolitana
di Milano



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

METROPOLI AGRICOLE

La sostenibilità dei sistemi alimentari nelle aree metropolitane

Consumatori e acquisti alimentari, atteggiamenti e comportamenti

Maurizio Canavari

Professore associato

Dipartimento di Scienze Agrarie,

Alma Mater Studiorum-Università di Bologna



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
DIPARTIMENTO DI SCIENZE VETERINARIE
PER LA SALUTE, LA PRODUZIONE ANIMALE
E LA SICUREZZA ALIMENTARE



ASSOCIAZIONE
INNOVATI METROPOLITANI



ASSOCIATI
SERVIZI
AGRICOLI



Slow Food
Lombardia

Sommario

- Principali evoluzioni dei consumi in Italia
- Tendenze in corso
- Potenziali sviluppi

Background

- L'Italia è ancora alle prese con la crisi economica globale
- La società italiana è ancora certata sulla famiglia tradizionale, ma si è avviata verso una profonda trasformazione
- Segnali di conflitto -> guida la classifica dei Paesi dove i figli restano in famiglia fino a oltre 40 anni
- La cultura alimentare è rinomata

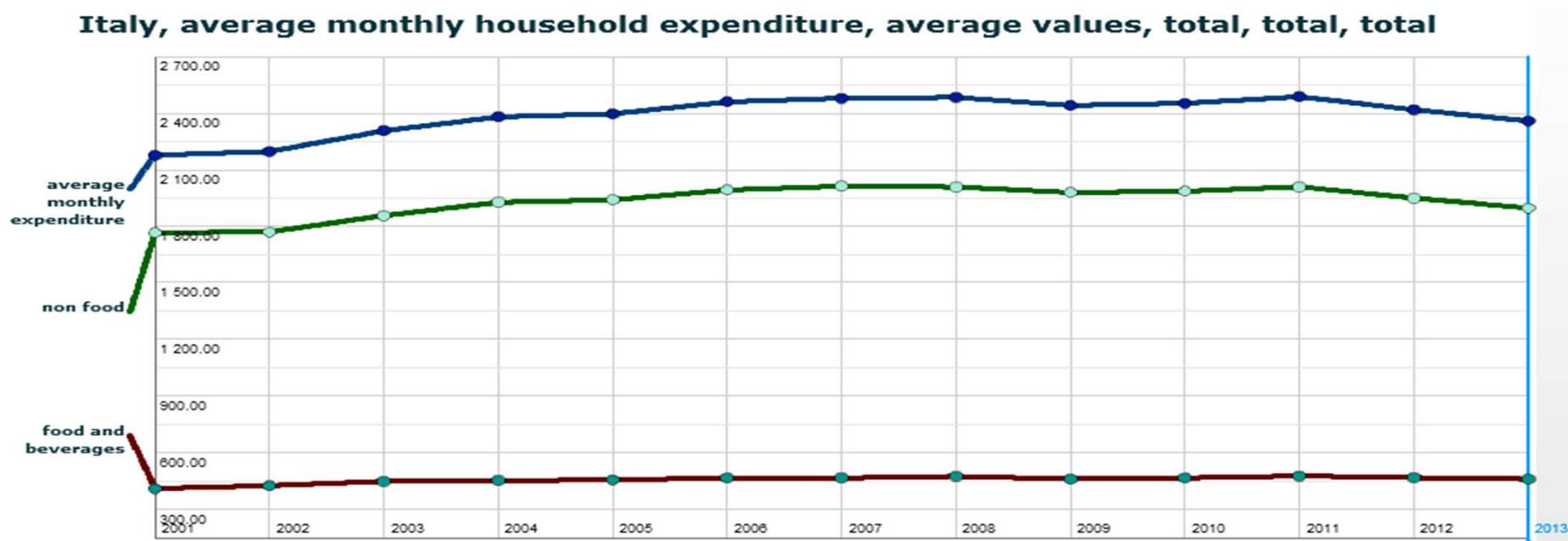
Obiettivi

- Principali trend
- Possibili sviluppi futuri
 - Driver
 - Scenari

Studio Delphi

- Indagine qualitativa con esperti
- Interviste di gruppo asincrone e “a distanza”
- Focalizzazione sugli scenari futuri

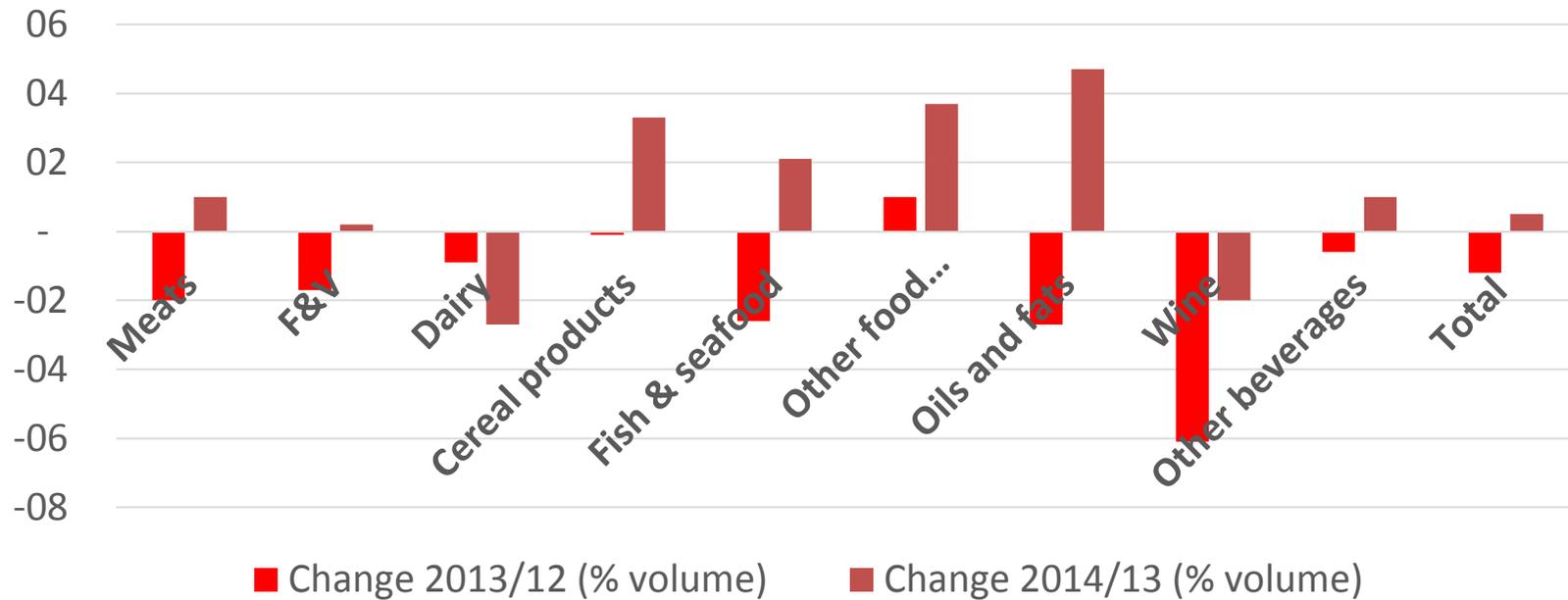
Trend di consumo



Source: Istat

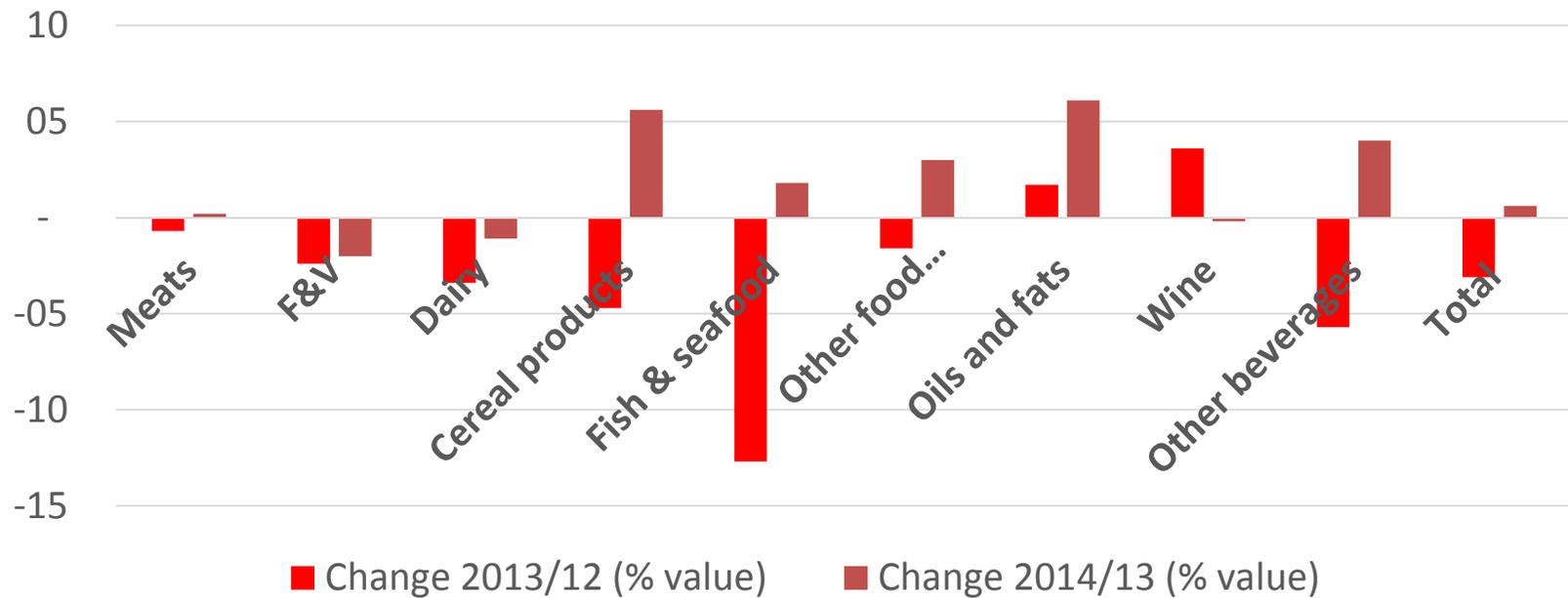
Trend di consumo

Variazione per categoria (consumo domestico)



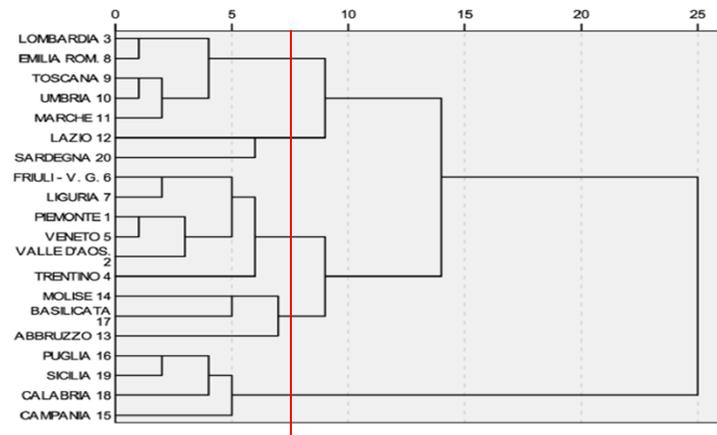
Trend di consumo

Variazione per categoria (consumo domestico)

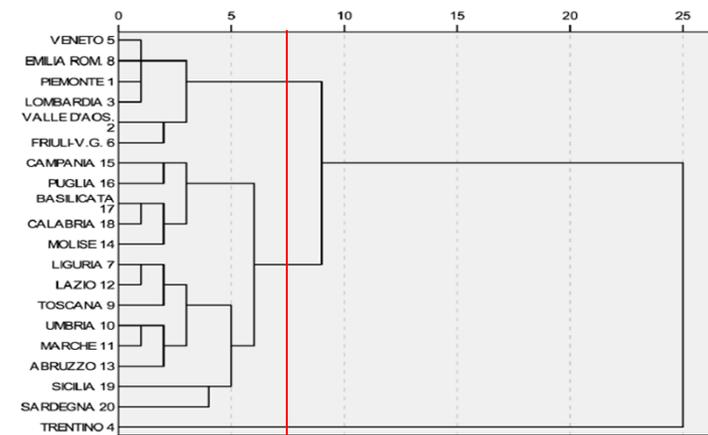


Convergenza dei modelli di consumo

1973-75



2007-09



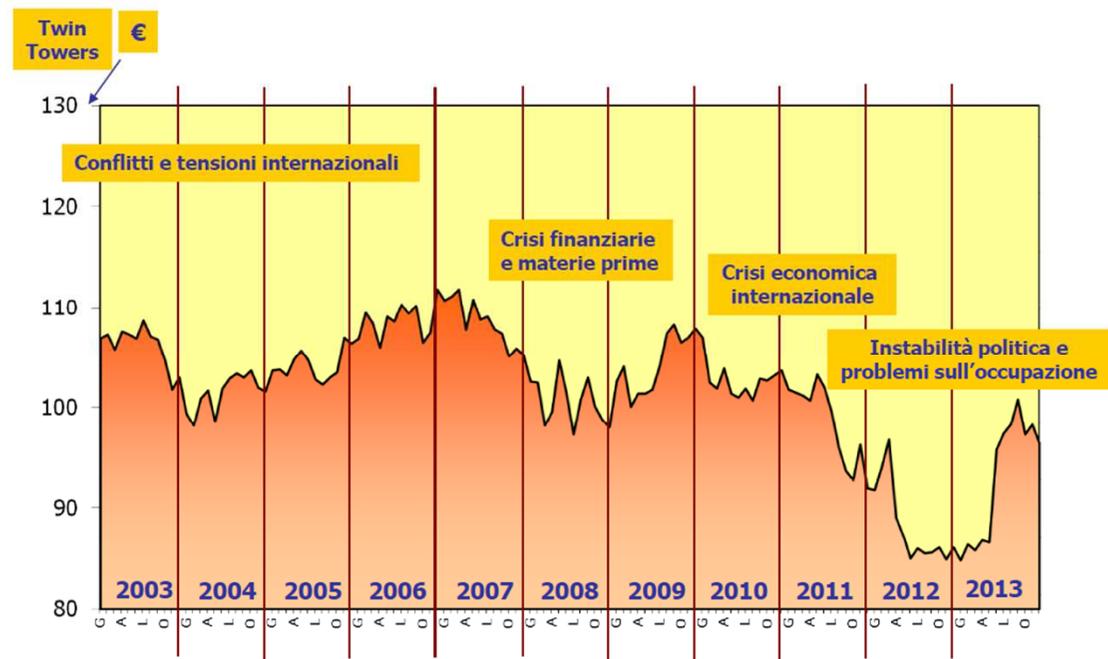
Source: Lombardi & Verneau, 2013 (Istat data)

Principali driver

- **Economia**
 - Crisis finanziaria e redditi
- **Demografia**
 - Invecchiamento, calo delle nascite, famiglie mono o bi-componenti
 - Immigrazione
- **Fattori Sociali e culturali**
 - Lavoro femminile
 - Mobilità e allentamento legami familiari
 - Attenzione al benessere e alla salute
 - Aumento intolleranze e malattie non trasmissibili legate all'alimentazione
 - Religione e alimentazione (legato all'immigrazione) -> fattore identitario

Consumatori e fiducia

- Indice di fiducia 2003-2013



Source: FederDistribuzione, 2013

Fonte: ISTAT

Risultati preliminari: Fenomeni rilevanti attuali

- Riduzione della middle class -> polarizzazione dei redditi -> Riduzione generale di quantità e qualità, ma emergenza di nicchie importanti
- Processi di acquisto più attenti, «value for money» vs prezzo come segnale di qualità
- Italiani meno scettici verso i (soft) discount, successo di soluzioni distributive di alto livello. GD che offre sia primo prezzo, sia prodotti premium per molti prodotti
- Cambiamento del rapporto prodotti trasformati/freschi
- Cresce la neofobia, ma si cercano nuove fonti di proteine
- Informazione -> ruolo sempre più cruciale
- Fiducia nelle istituzioni e nei produttori in declino -> certificazioni vs branding
- Qualità declinata in modi diversi (senza vs più): GMO, lattosio, glutine, carne, vitamine, antiossidanti, ecc.
- Aumento della malnutrizione dovuta ad eccesso di cibo o al cibo «spazzatura»

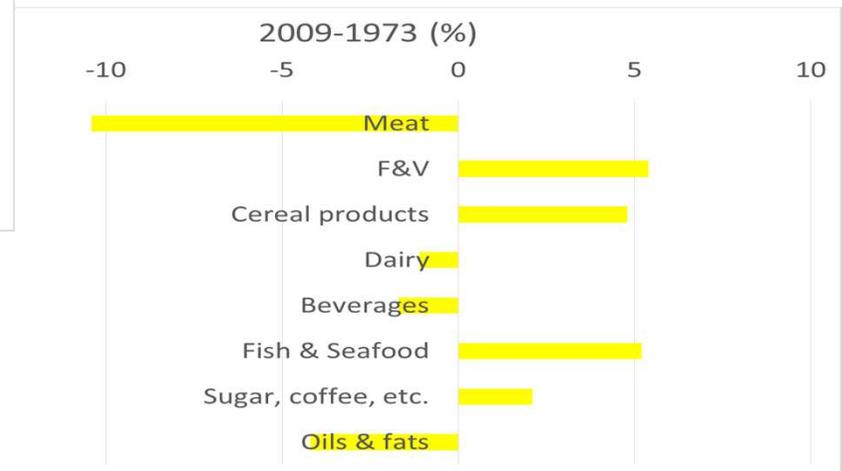
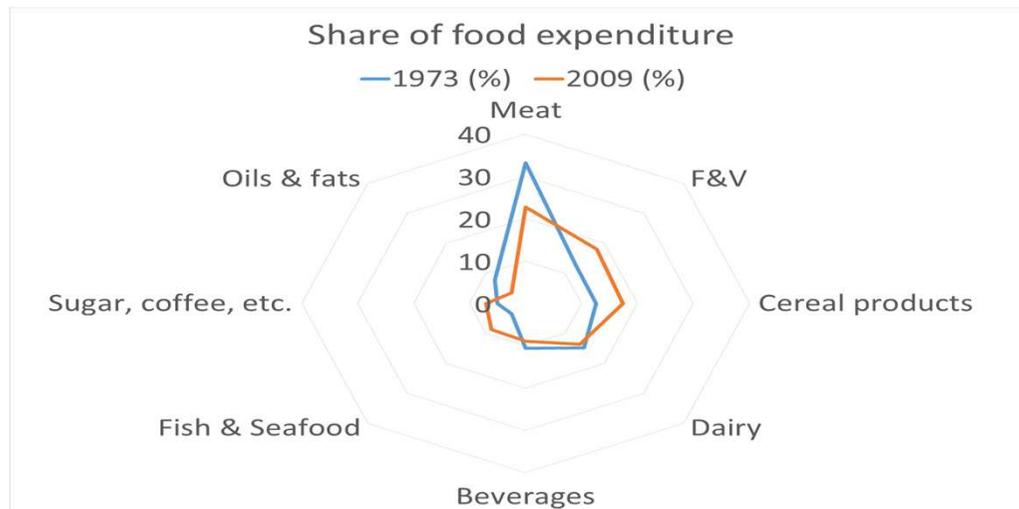
Risultati preliminari: Fenomeni rilevanti attuali

- Perdita di diversità nei modelli di consumo alimentare -> omologazione
- Il tempo è tiranno: Ready-to-eat, convenience food -> “fast” ma possibilmente anche “healthy”
- Segmento emergente negli stili di vita: salute e sostenibilità
- Consapevolezza dello spreco alimentare
- Schizofrenia negli stili di vita alimentari: giorni lavorativi vs weekend -> snacks vs pasti veri
- Negozi alimentari tradizionali che stanno perdendo la loro battaglia, ma forme di distribuzione alternative che emergono
- Nuove norme (promosse dalla UE) -> più informazione, più sicurezza, ma maggiore impatto delle crisi e difficoltà per i produttori tradizionali
- Polarizzazione anche nei servizi: nel quotidiano meno ristoranti e più opzioni di ristorazione veloce e «street food»

Cambiamenti nel consumo alimentare

- Composizione del paniere -> più differenziazione
- Trend degli acquisti -> stagnante o in declino
- De-strutturazione dei pasti tradizionale
- Minore durata dei pasti
- Più prodotti Convenience & Ready-to-eat
- Più pasti fuori casa (ma più economici)

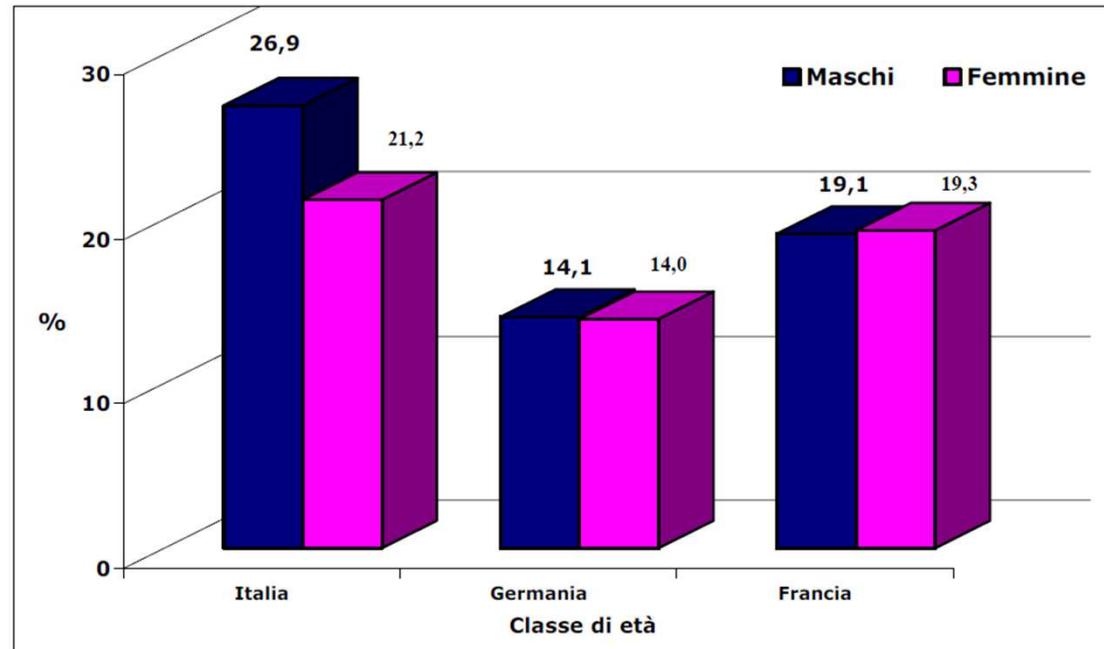
Cambiamento del paniere



Source: Lombardi & Verneau, 2013 (Istat data)

Problematiche emergenti

- Bambini in sovrappeso: non è un'emergenza ma una tendenza



Fonte: Elaborazioni FAO su dati Istat

Innovazioni di prodotto

- Packaging
- Pasti veloci
- Monoporzioni
- Green labeling

Nuovo consumatore?

- Il consumatore diviene sempre più infedele e selettivo
- I cambiamenti nel suo comportamento d'acquisto sono strutturali
- Il low cost è considerato come acquisto intelligente, sia nella scelta dei contenitori (factory outlet) e dei canali di vendita (catene non food low cost, discount) sia nella scelta dei prodotti (private label)

Source: FederDistribuzione, 2013

Nuove parole chiave?

- Razionale ?
- Esigente ?
- Critico ?
- Nomade ?
- Consapevole ?

Source: FederDistribuzione, 2013

Nuovi atteggiamenti di consumo

- Etica e responsabilità sociale
- Ambiente, sostenibilità
- Veganesimo e vegetarianismo, benessere animale
- Edonismo e focus sull'esperienza

Risultati preliminari:

Fenomeni di breve durata?

- Show di cucina?
- Parchi tematici sul cibo?
- Approvvigionamento locale? Km-0?
- Opposizione agli OGM?
- Certificazione di parte terza?
- Veganismo?
- Il ritorno alla preparazione domestica?

Risultati preliminari:

Principali driver dello sviluppo futuro?

- Invecchiamento ulteriore
- Polarizzazione ulteriore
- Maggiori vincoli di tempo
- Maggiori vincoli ecologici
- Migrazioni e mescolanza culturale
- Reazioni avverse ai processi di globalizzazione
- Tecnologie di trasformazione nuove/migliorate
- Metodi di acquisto/consegna innovativi
- Consumo alimentare come part di esperienze ricreative
- Aumento delle informazioni disponibili (credibilità?)
- Malattie della nutrizione

Risultati preliminari: Possibili shock

- Cambiamento climatico globale e approvvigionamenti (e.g., nuovi parassiti e patogeni)
- Nuove crisi alimentari (biotiche vs abiotiche)
- Crisi geopolitiche e conseguenze su commercio / migrazioni / identità culturali
- Shock Finanziari in Paesi emergenti / Recupero dell'economia in Paesi sviluppati
- Nuovi competitor nella distribuzione (dall'estero)
- Nuove leggi/regolamenti (UE) o accordi commerciali (es. TTIP)
- Nuove tecnologie/scoperte scientifiche
- Cambiamento dell'atteggiamento verso gli OGM o cibi progettati
- Nuovi (o rivisitati) modelli sociali di consumo

Conclusione

- Il consumo alimentare si modifica strutturalmente, ma
 - quadro ancora un po' confuso
 - fenomeni contrastanti
 - forte differenziazione -> risposta specifica