



ACCADEMIA ITALIANA DELLA VITE E DEL VINO

*“L’informazione fattore strategico  
nel consumo di vino e prodotti  
alimentari”*

Prof. Davide Gaeta

*Università degli Studi di Verona, Dipartimento di Economia Aziendale*

*Consigliere Delegato Accademia Italiana della Vite e del Vino*

*Vicenza, 5 Dicembre 2015*

# INFORMAZIONE ..oggi

1. Lo sviluppo delle nuove tecnologie e la loro diffusione hanno contribuito a cambiare il modo con cui i consumatori si informano sui prodotti, si influenzano e giungono a una decisione di acquisto.
2. OGNI VOLTA CHE LA DENOMINAZIONE DI UN PRODOTTO ALIMENTARE INCLUDE IL RIFERIMENTO AL TERRITORIO D'ORIGINE SCATTA NEL CONSUMATORE LA PERCEZIONE DI UNA MIGLIORE QUALITÀ.

**DOMANDA** del prodotto

**OFFERTA** del prodotto

**INFORMAZIONE**

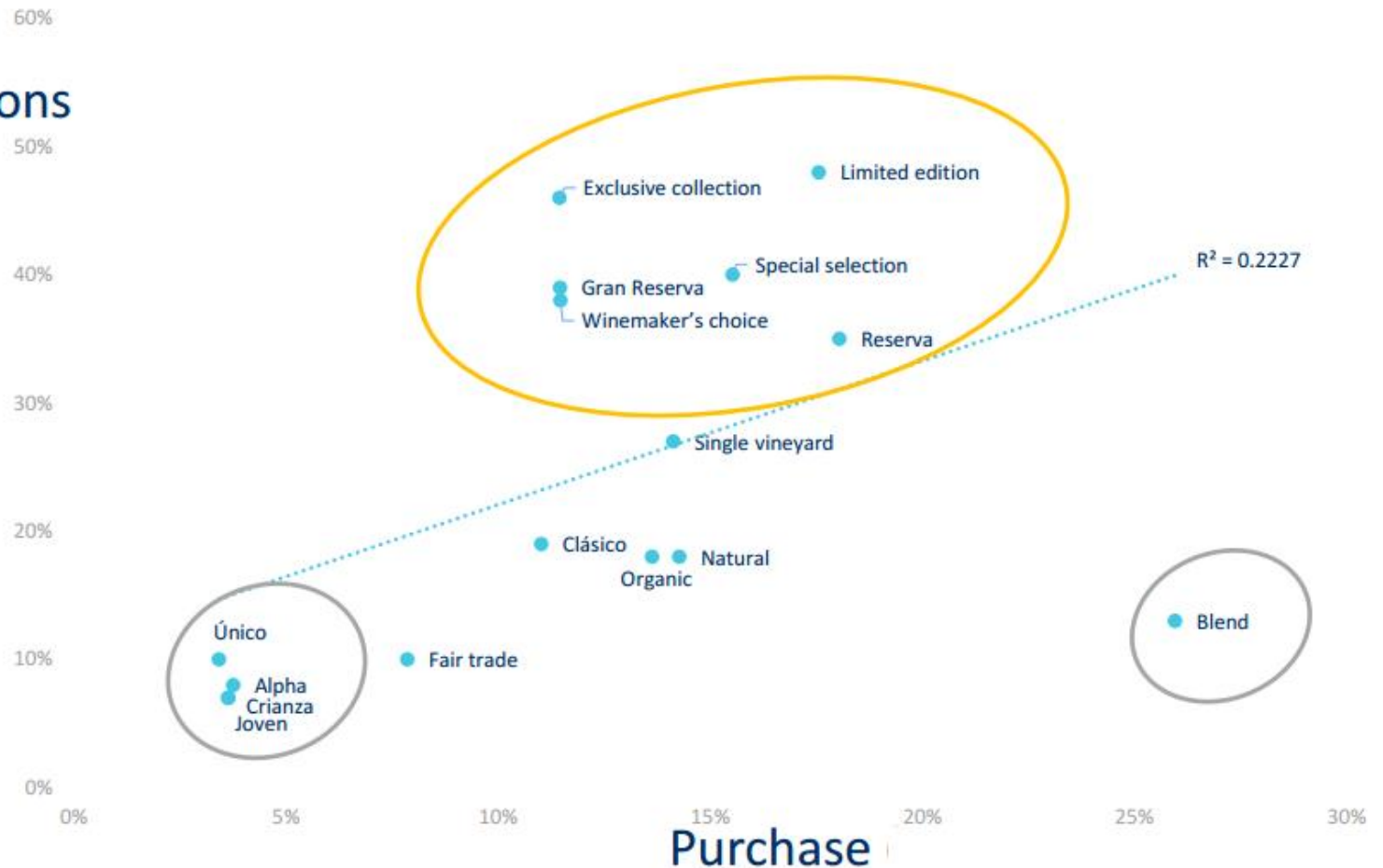
- imperfetta all'atto dell'acquisto
- Asimmetrica: asimmetria informativa

**fallimento del mercato**

le informazioni sulle caratteristiche dei prodotti non solo sono **INCOMPLETE** ma sono anche **VARIAMENTE DISTRIBUITE** tra **PRODUTTORI** e **CONSUMATORI**

# Una prospettiva QUALI/QUANTITATIVA

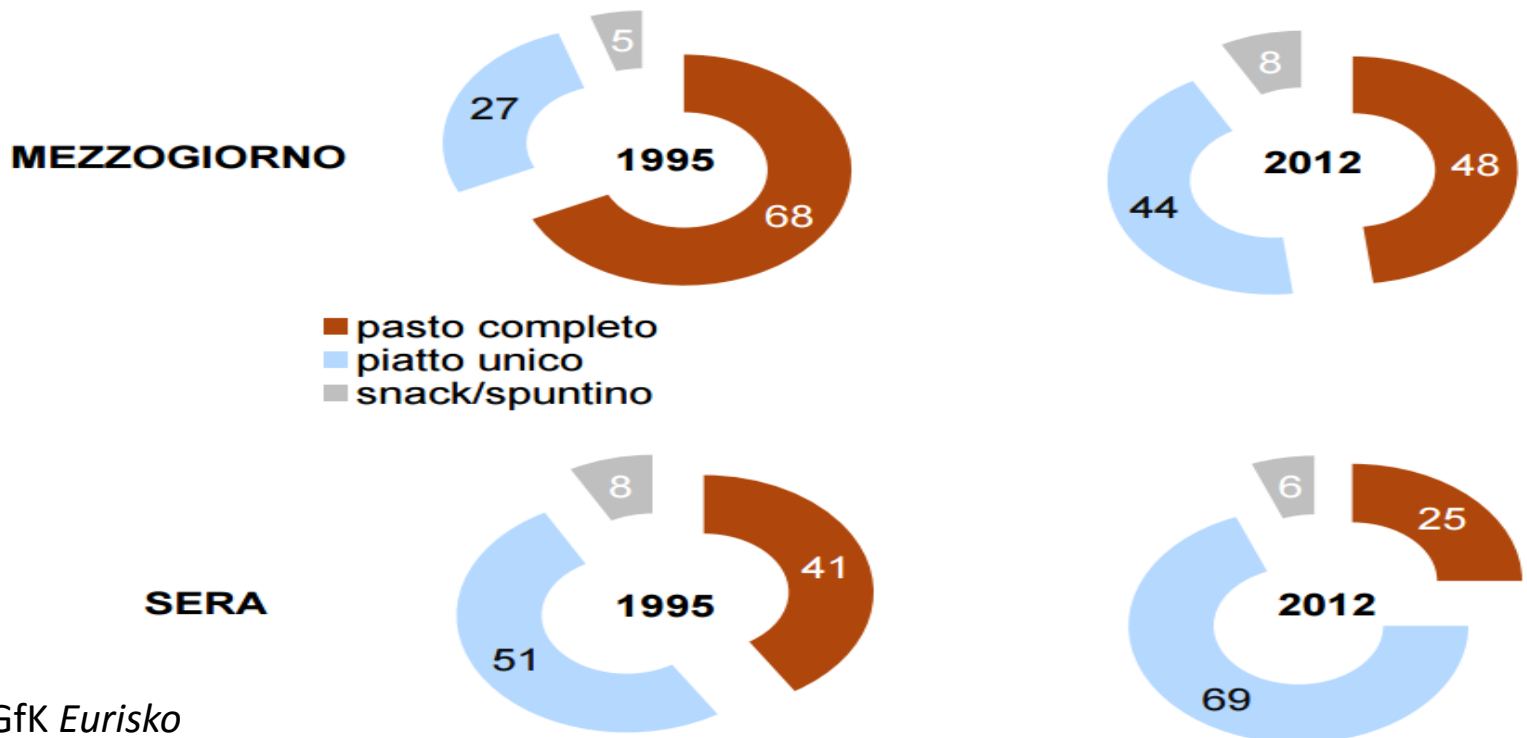
Quality  
perceptions



# METRICHE ALIMENTARI

Il modo di mangiare e bere, negli ultimi decenni è cambiato negli **APPROCCI**, nei **CONTENUTI**, negli **SPAZI**, nei **TEMPI**, nelle **MODALITA'**.

→ DISSACRAZIONE e DESTRUTTURAZIONE del pasto



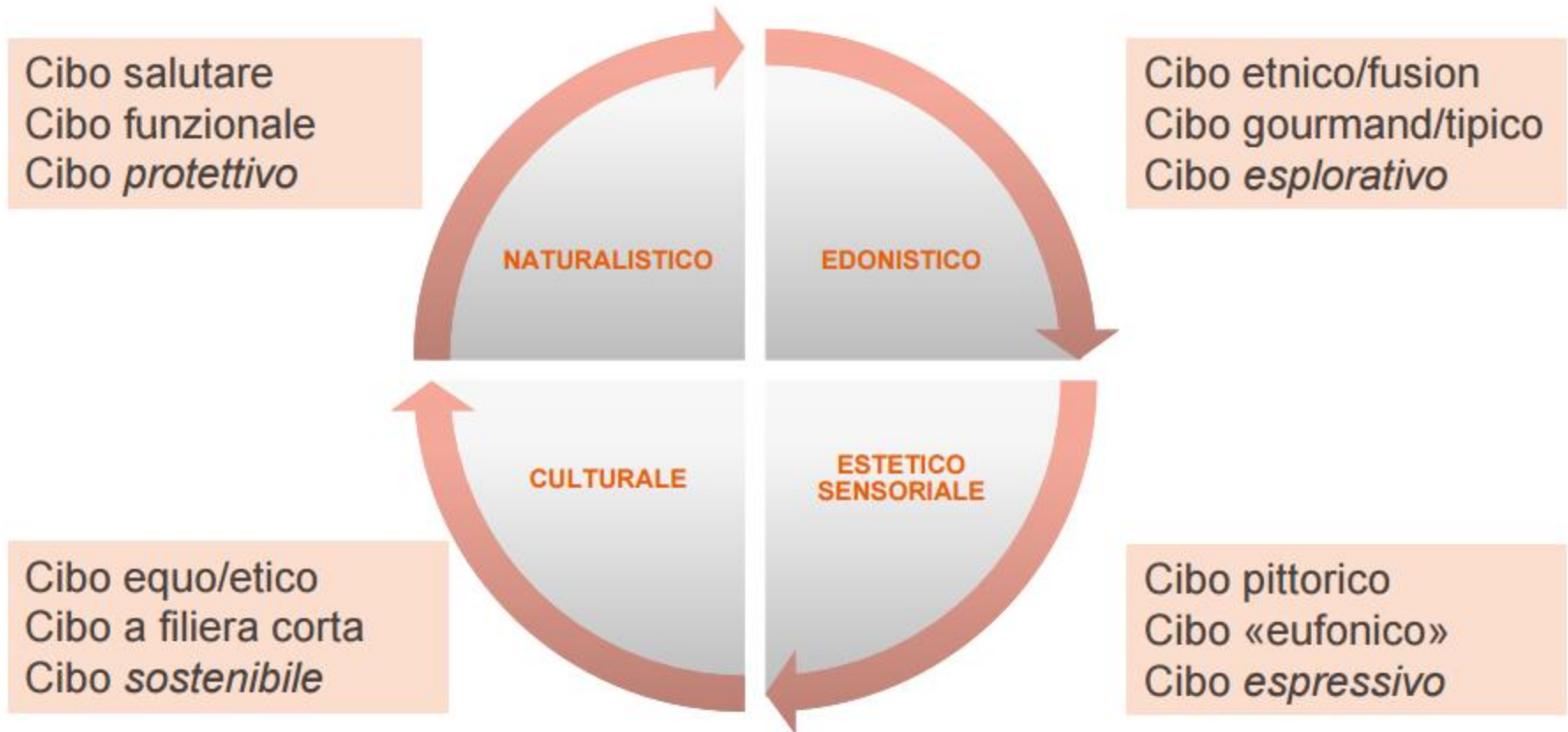
# LA FILIERA DEL FOOD

IDEAZIONE del PRODOTTO – PRODUZIONE -  
DISTRIBUZIONE – PROMOZIONE - CONSUMAZIONE  
– POST CONSUMAZIONE (RIFIUTO) –  
SMALTIMENTO – RICICLO – NUOVO PRODOTTO

**C**: CIBO, CIRCOLARE, CORRESPONSABILITA',  
COMPORTAMENTI , CONSUMO

# DRIVERS DI SCELTA

FOOD & WINE: BUONO da “PENSARE E DEGUSTARE”

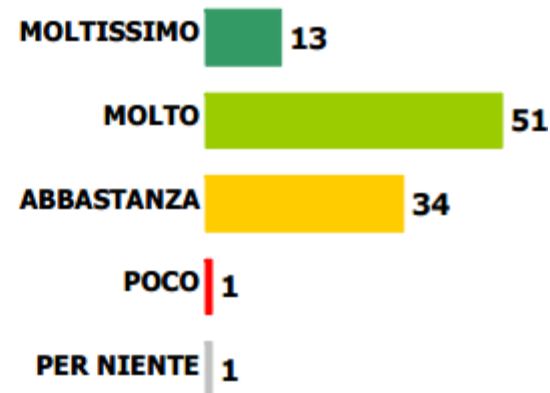


# L'attenzione verso ASPETTI SOCIALI ed AMBIENTALI

## GLI ASPETTI SOCIALI

CAPACITA' DI  
GARANTIRE e ASSICURARE  
CONDIZIONI DI BENESSERE

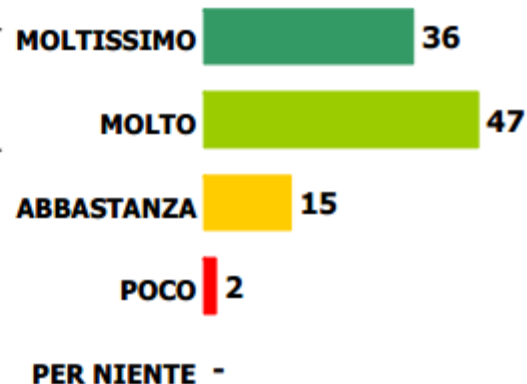
64%



## GLI ASPETTI AMBIENTALI

Preservare nel tempo le tre funzioni dell'ambiente: la 1) **funzione di fornitore di risorse**, 2) **funzione di ricettore di rifiuti** e la 3) **funzione di fonte di utilità**

83%





# CONCLUSIONI

- IL CIBO SANO, ATTENTO all'AMBIENTE, RISPETTOSO delle CULTURE e alle TRADIZIONI, sinonimo di ESPERIENZA ma anche di NOVITA'
- CIBO come PRODOTTO (food & wine), PRATICA, CURA, CULTURA, PROGETTO, COMUNICAZIONE, PIANIFICAZIONE TERRITORIALE, STRATEGIA DI MARKETING, COMPETITIVITA'
- L'INFORMAZIONE e la FORMAZIONE: OBESITA' / FABBISOGNO ALIMENTARE



ACCADEMIA ITALIANA DELLA VITE E DEL VINO

# Grazie per l'attenzione

Prof. Davide Gaeta

*Università degli Studi di Verona, Dipartimento di Economia Aziendale*

*Consigliere Delegato Accademia Italiana della Vite e del Vino*

*Vicenza, 5 Dicembre 2015*