

I CONSUMI DOMESTICI IN ITALIA

Ottobre 2005

Pubblicazione
Gratuita

PRESENTAZIONE

L'Ismea ha realizzato, con il supporto tecnico e metodologico di ACNielsen, un'analisi speciale sul consumatore di prodotti ittici, finalizzata a delineare il comportamento di acquisto delle famiglie italiane.

Per il monitoraggio periodico degli acquisti domestici di prodotti ittici, l'Ismea si avvale da molti anni di un *Panel Famiglie* gestito in collaborazione con ACNielsen. Partendo da questa indagine, si è potuto *clusterizzare* le famiglie in alto, medio e basso acquirenti, allo scopo di descriverne le abitudini di acquisto e di tracciarne il profilo socio-demografico. L'analisi, condotta per il 2000 e il 2004, è preceduta da un esame della dinamica dei consumi domestici di prodotti ittici nei cinque anni ed è completata da uno studio sul profilo alimentare degli individui delle famiglie alto acquirenti di prodotti ittici e dei loro responsabili degli acquisti. Tale studio, realizzato utilizzando i risultati provenienti da *Enquiry 17000*, un'indagine continuativa di ACNielsen sulla cultura di consumo degli italiani, ha permesso di descrivere gli individui appartenenti alle famiglie alto acquirenti di prodotti ittici, e i loro responsabili degli acquisti, in termini di:

- approccio all'alimentazione,
- atteggiamenti e preferenze verso alcuni prodotti alimentari e verso il pesce,

rispetto alla popolazione italiana con almeno 14 anni di età e, nell'ambito di questa, dei responsabili degli acquisti.

Il rapporto si articola in tre capitoli. Nel primo capitolo sono indicati gli obiettivi dello studio e la metodologia utilizzata. Nel secondo capitolo sono descritte inizialmente le principali tendenze che hanno caratterizzato i consumi domestici di prodotti ittici negli ultimi cinque anni, per poi entrare nell'analisi del comportamento di acquisto delle famiglie alto, medio e basso acquirenti e del loro profilo socio-demografico negli anni 2000 e 2004. Il terzo capitolo, infine, contiene l'analisi dell'approccio all'alimentazione degli individui con almeno 14 anni di età appartenenti alle famiglie alto acquirenti di prodotti ittici e dei responsabili degli acquisti sempre delle famiglie alto acquirenti di prodotti ittici.

INDICE

Premessa

1. Obiettivi e metodologia

1.1 Obiettivi

1.2 La metodologia

1.2.1 Il panel ACNielsen

1.2.2 Analisi speciale

1.2.3 Analisi alimentare degli individui alto acquirenti di prodotti ittici

2. Comportamento di acquisto delle famiglie italiane

2.1 Il trend nazionale dei consumi domestici (2000-2004)

2.2 La segmentazione degli acquisti domestici di prodotti ittici

2.2.1 La curva della concentrazione

2.2.2 Il profilo socio-demografico delle famiglie acquirenti

2.2.3 Il comportamento di acquisto delle famiglie

3. Il profilo alimentare degli individui alto acquirenti di prodotti ittici

3.1 Le famiglie alto acquirenti di prodotti ittici e loro responsabili degli acquisti

3.2 Il profilo alimentare degli individui alto acquirenti di prodotti ittici

3.2.1 Approccio all'alimentazione

3.2.2 Atteggiamento alimentare nei confronti di alcuni prodotti e del pesce