



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI TORINO



# ***Le pere italiane: come vengono percepite dal consumatore?***

*Stefano Massaglia - Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari,  
Università degli Studi di Torino - Grugliasco, (TO), Italy*

# Introduzione

I dati sul **consumo di pere** forniscono informazioni interessanti  
MA non è facile ottenere dati relativi ai **profili di consumo** di questo frutto.

La collaborazione tra CSO ITALY e il Dipartimento di Scienze Agrarie, forestali e alimentari dell'Università di Torino ha fra i suoi obiettivi quello di predisporre un'analisi sul consumatore finale volta a:

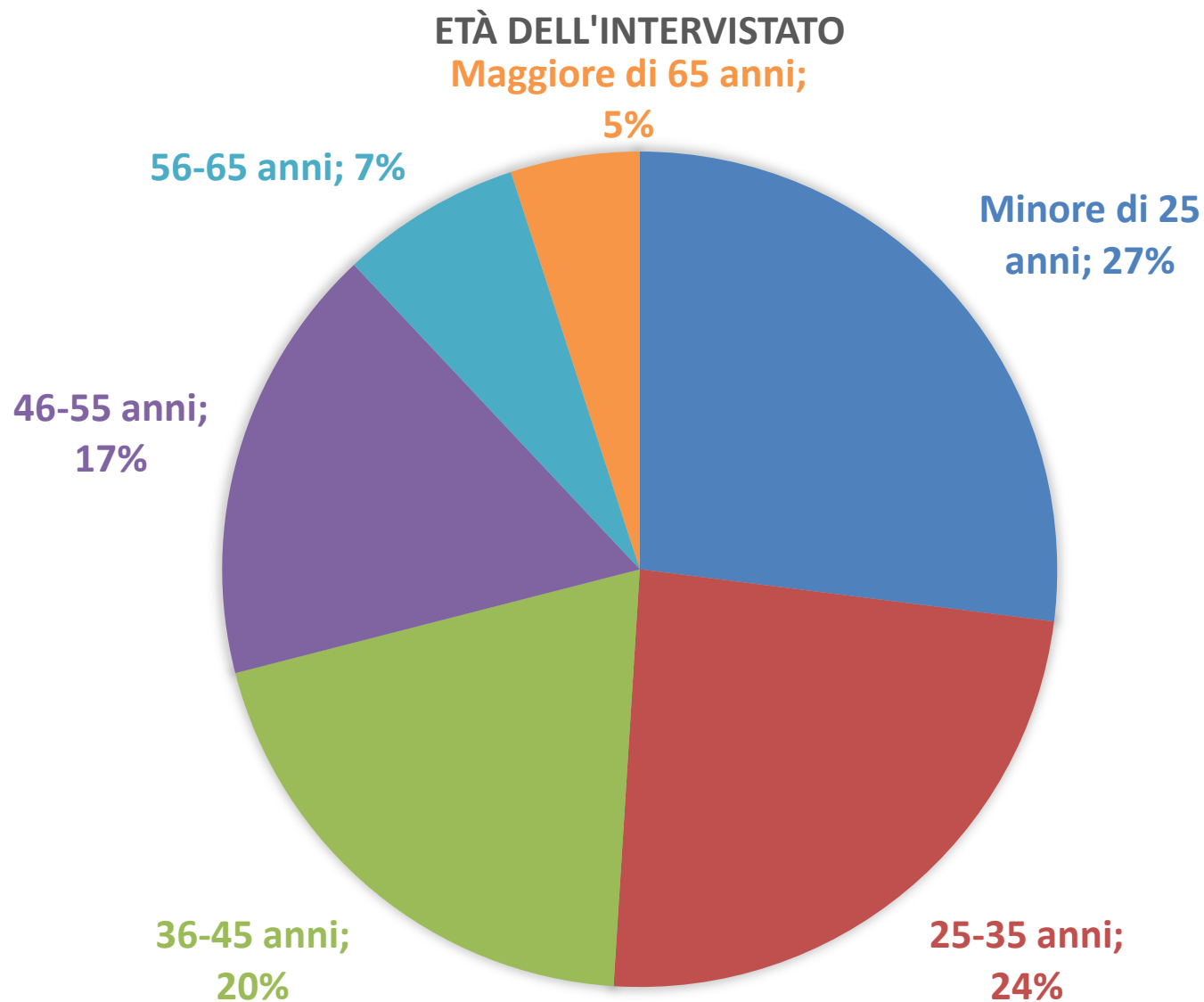
- 1) Individuare i **diversi profili di consumatore**
- 2) Investigare le **diverse occasioni di consumo**
- 3) Indagare la **consapevolezza del consumatore** sulla sua provenienza
- 4) Verificare il livello di conoscenza di varietà, IGP e marchi

# Metodologia

Somministrazione di un questionario online volto a indagare consumi e determinanti d'acquisto, livello di conoscenza del prodotto (varietà, certificazioni d'origine, marchi distintivi)

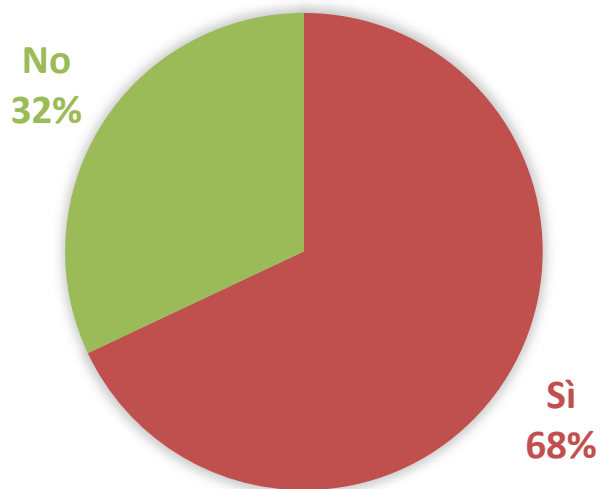
# Il campione analizzato (1/2):

Rispondenti: 650 di cui Donne: 71% Uomini 29%

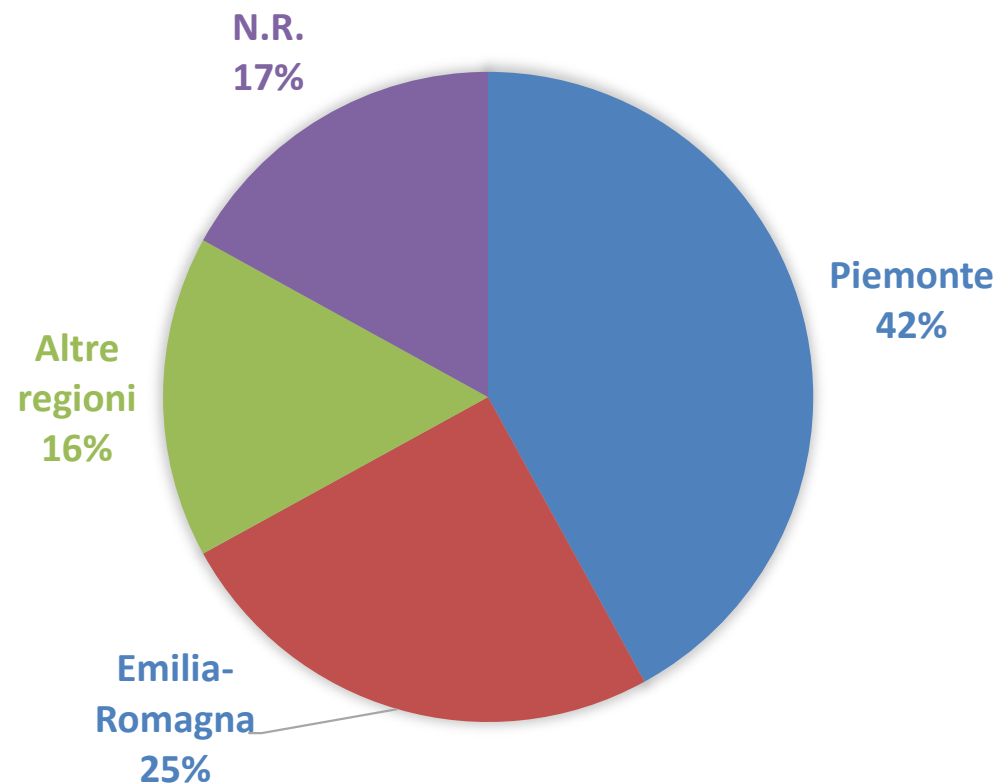


# Il campione analizzato (2/2):

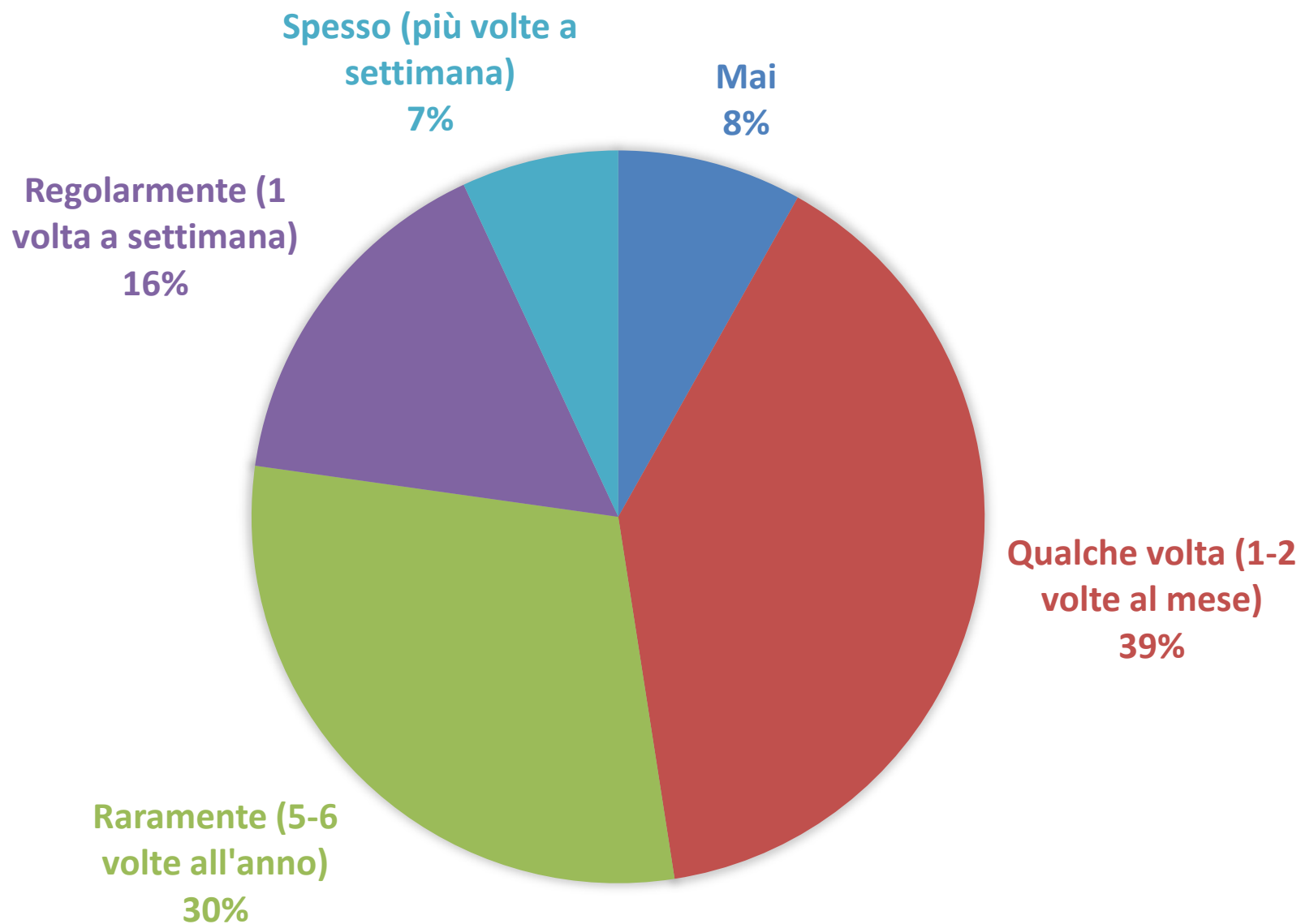
## RESPONSABILE DEGLI ACQUISTI ALIMENTARI



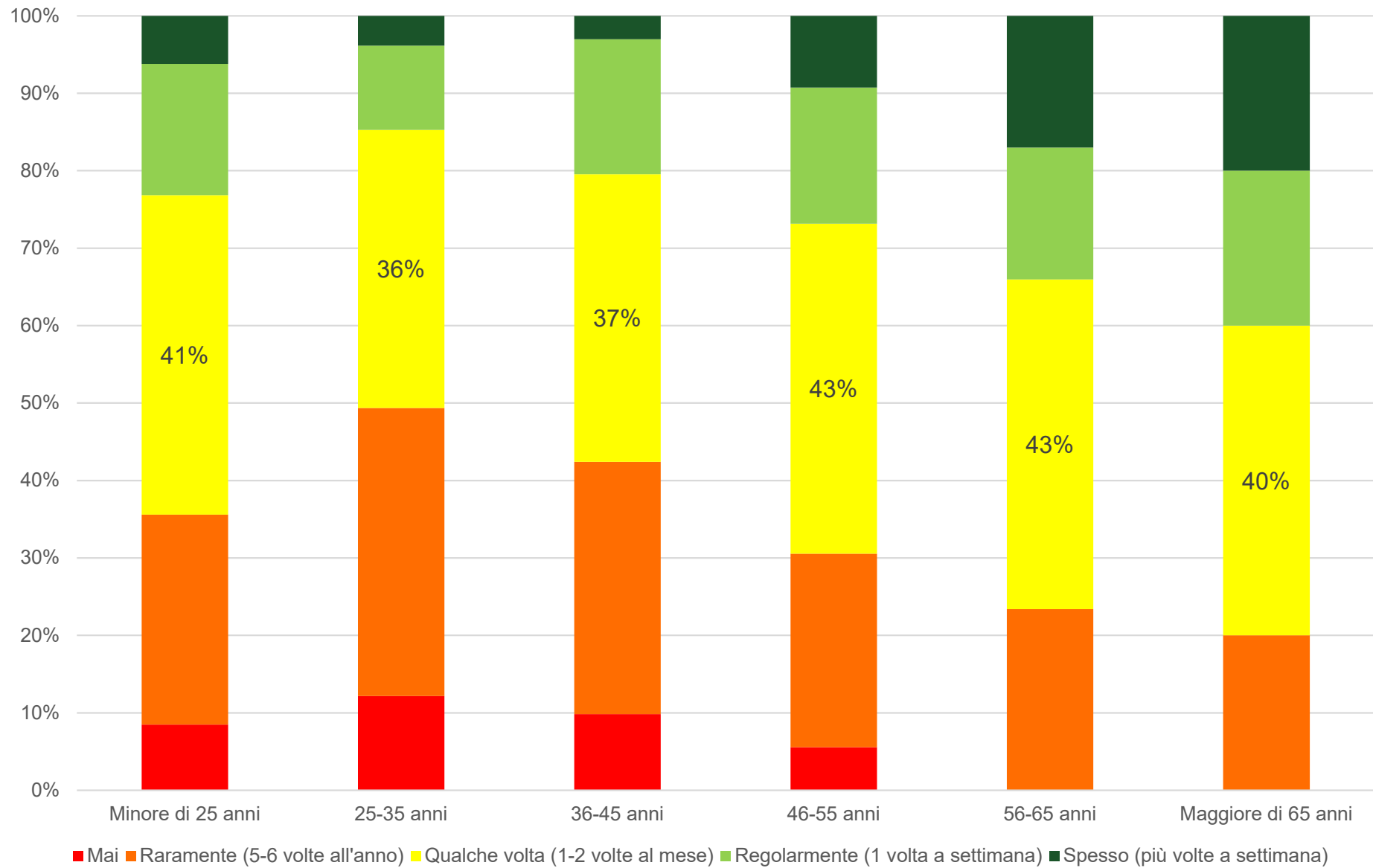
## PROVENIENZA DEGLI INTERVISTATI



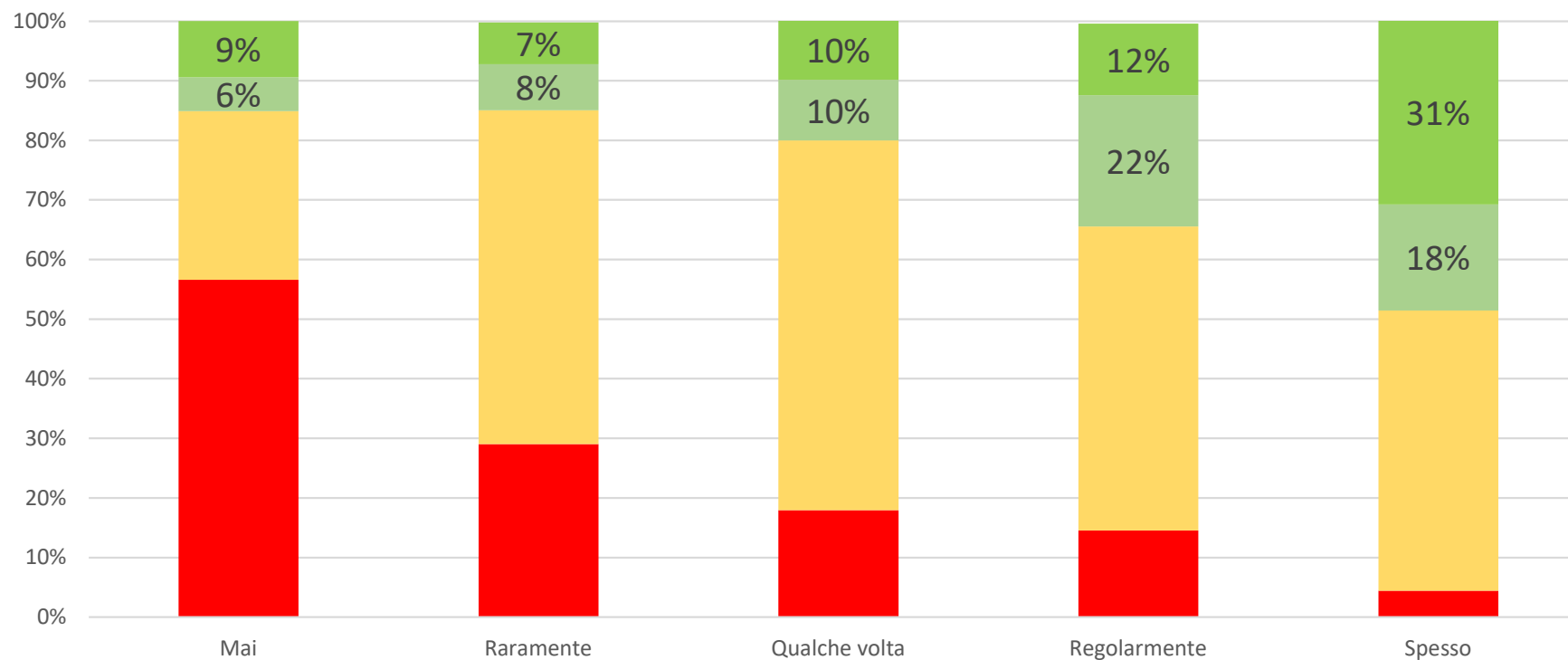
# La frequenza di consumo



# Frequenza di consumo per classe di età



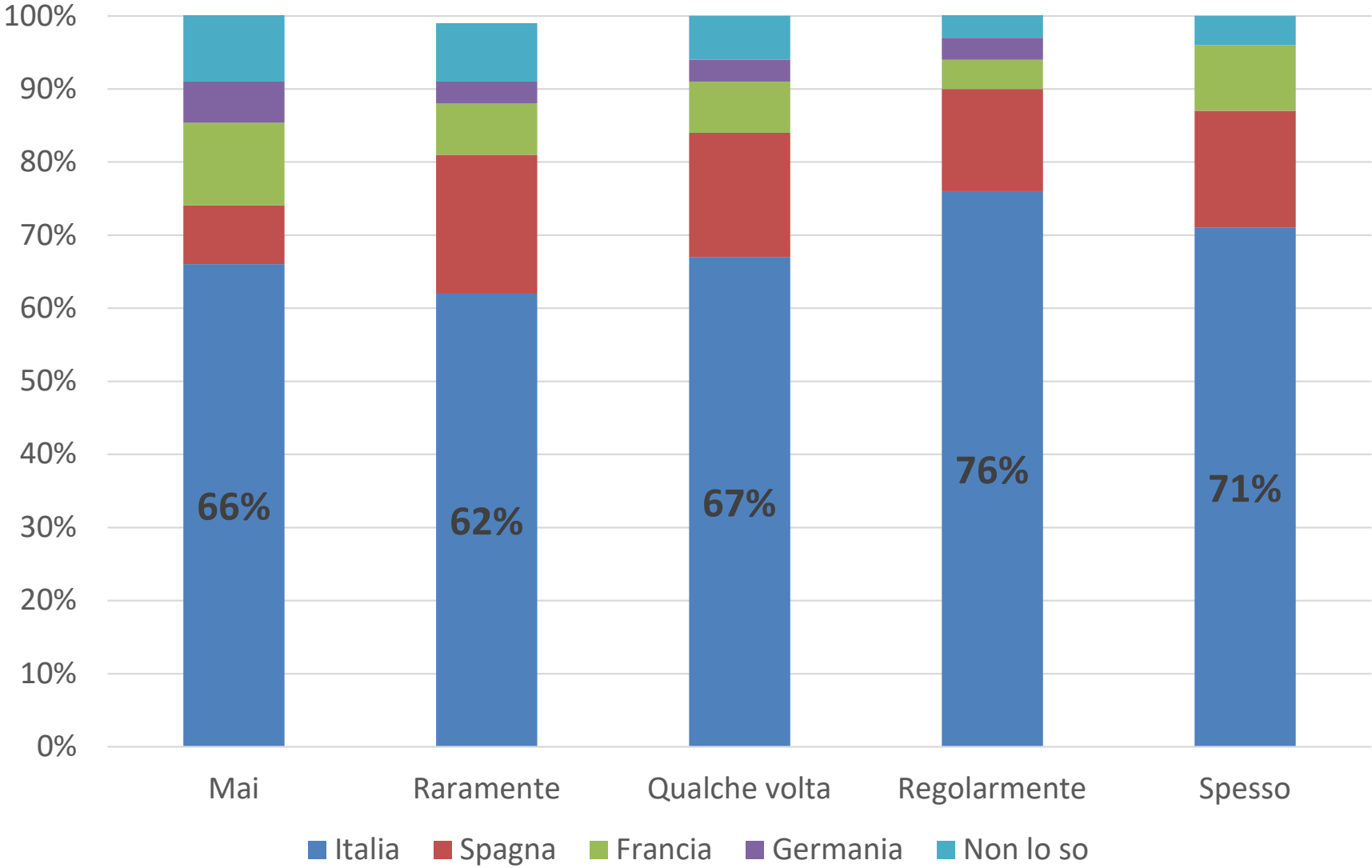
## Frequenza di consumo e livello di conoscenza



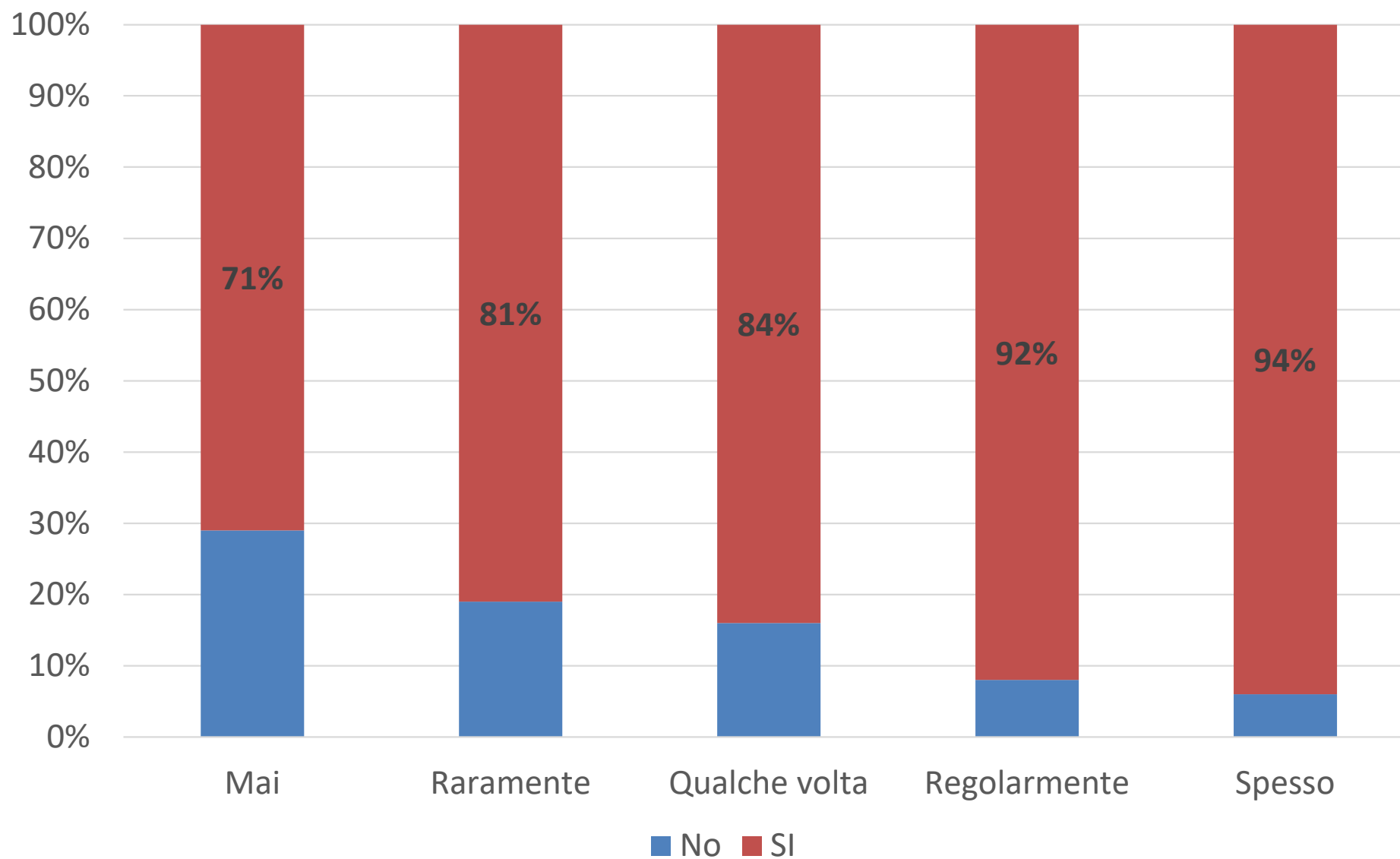
- Sì, le so distinguere e ne conosco le caratteristiche
- Sì, le so riconoscere visivamente
- Sì, conosco alcune varietà di pere
- No, per niente



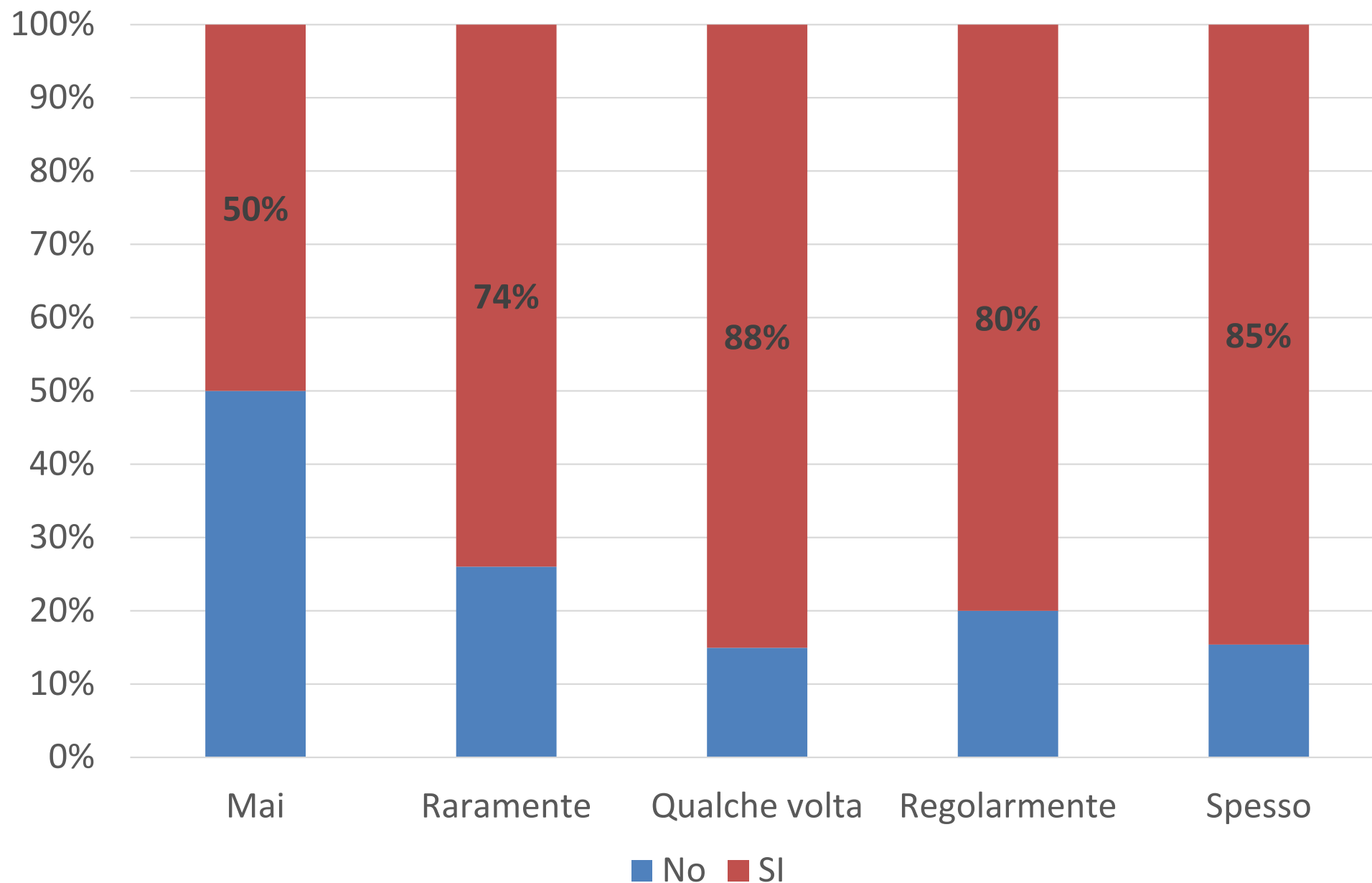
# ITALIA: principale produttore di pere



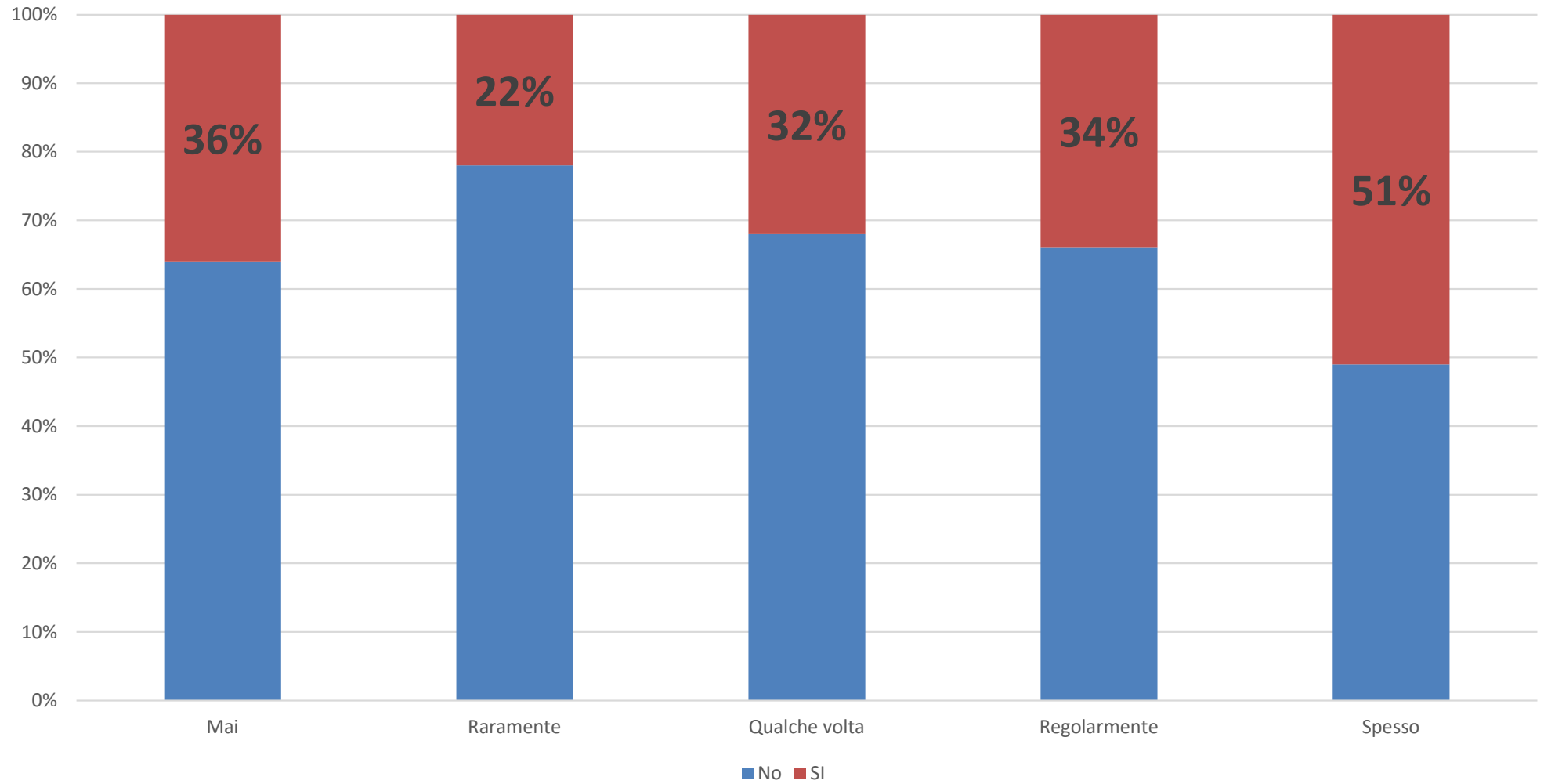
# Provenienza italiana valore aggiunto?



## Ora che ne è a conoscenza, presterà più attenzione?

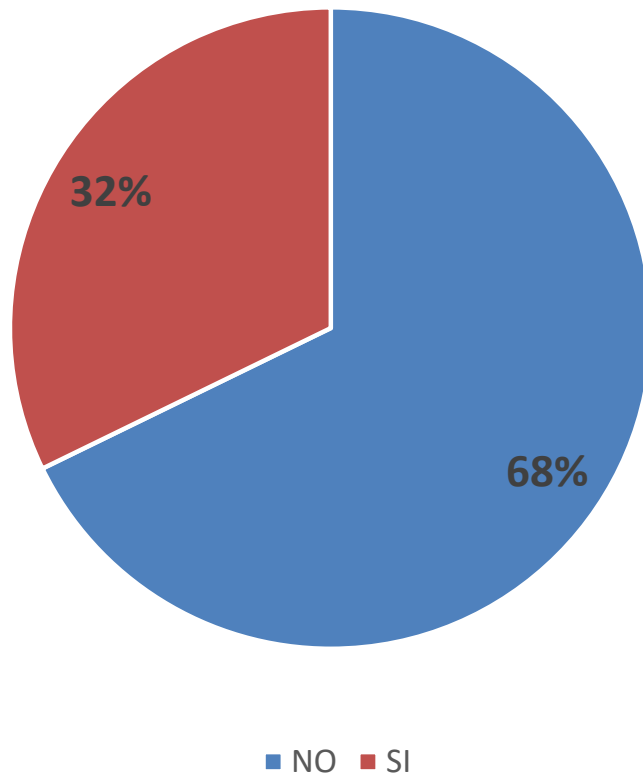


# Conosci Pera dell'Emilia-Romagna IGP?



# La conoscenza dei Marchi

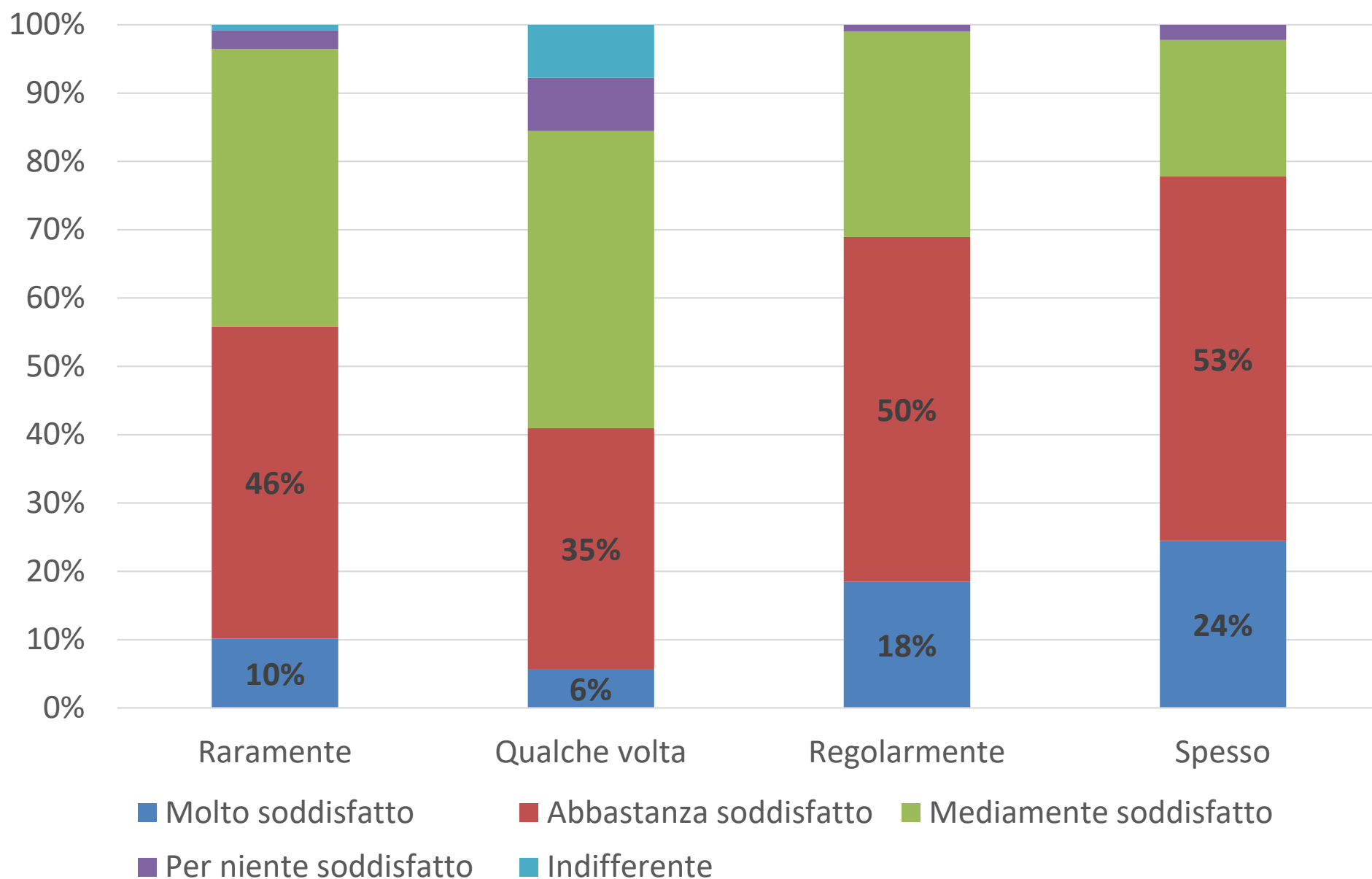
Conosci marchi di pere?



Circa 1/3 dei consumatori  
intervistati dichiara di essere a  
conoscenza di Marchi specifici

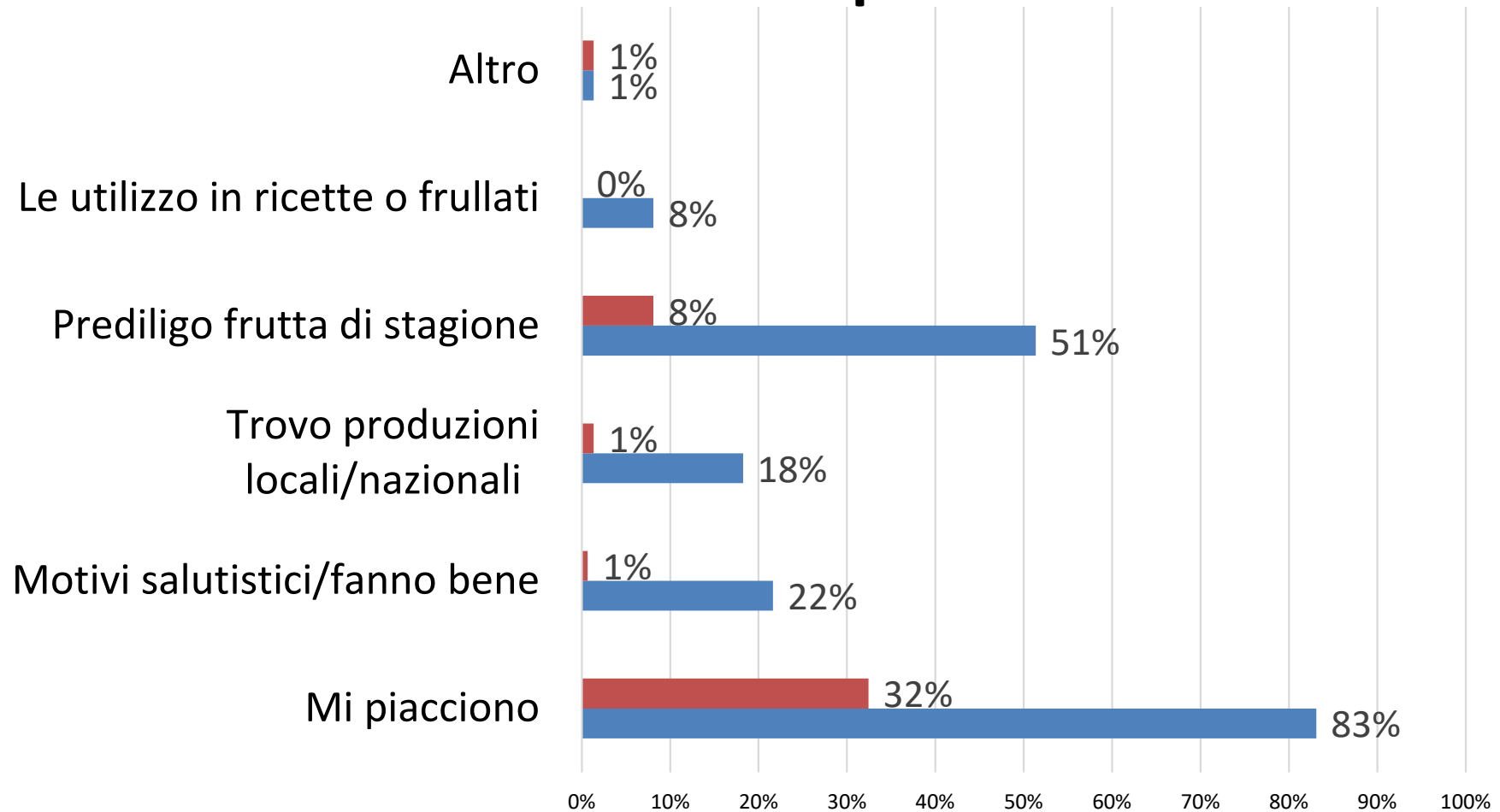
MA solo il 27% di questi li individua  
correttamente

# Livello di soddisfazione per Pere acquistate



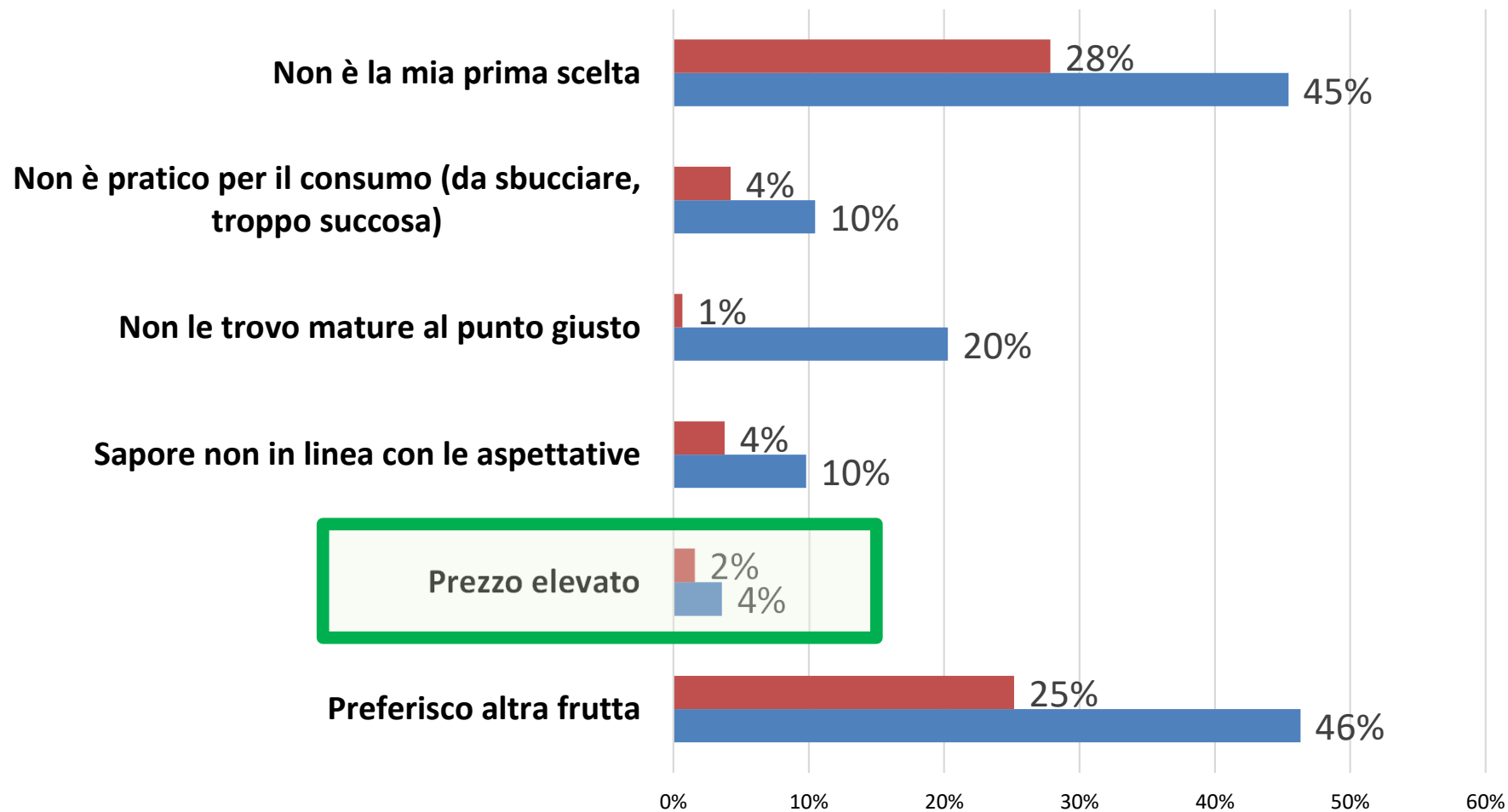
# Consumatori abituali

## Perché le acquista?



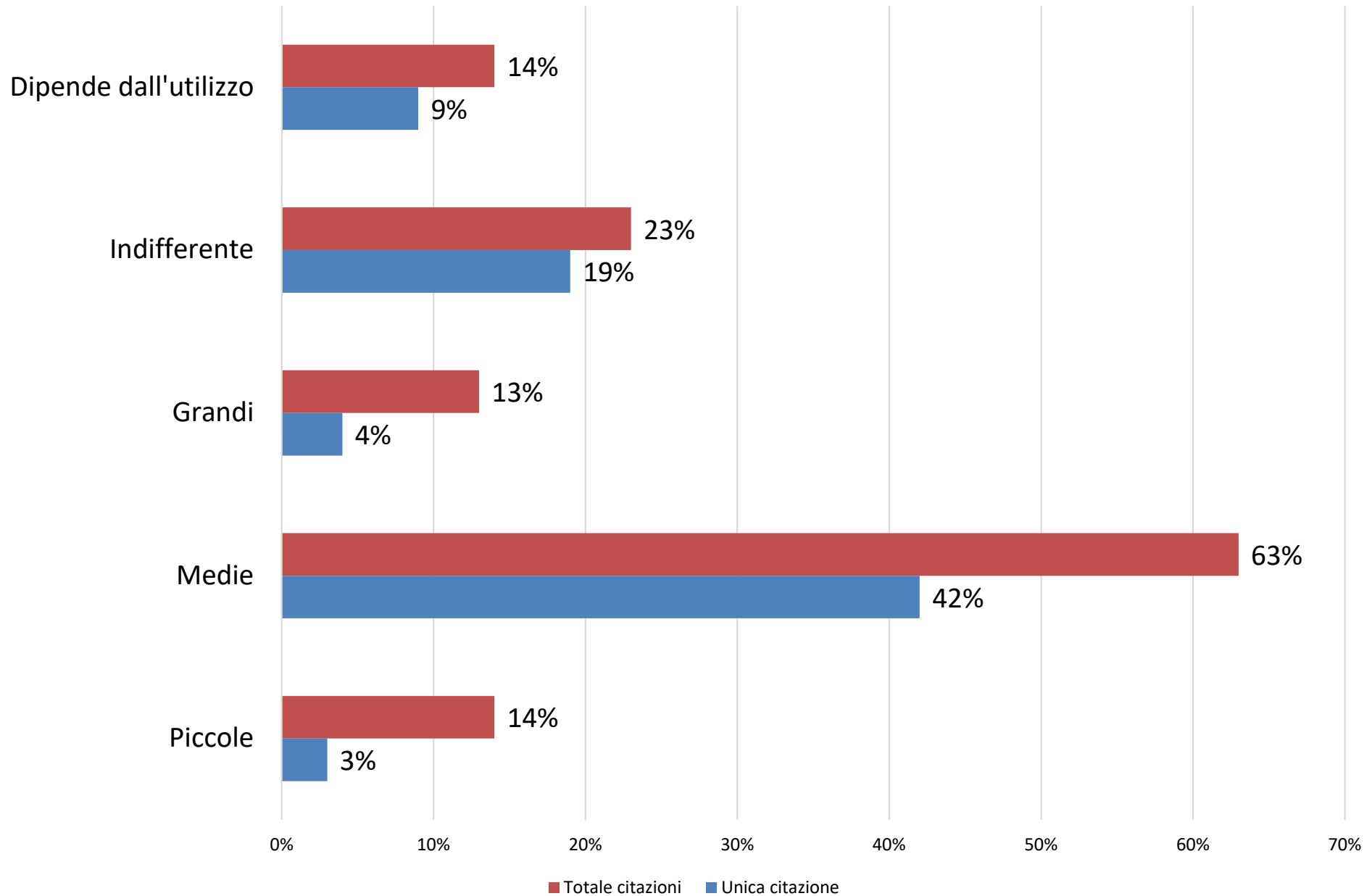
# Consumatori occasionali

## Perché le acquista raramente/qualche volta?

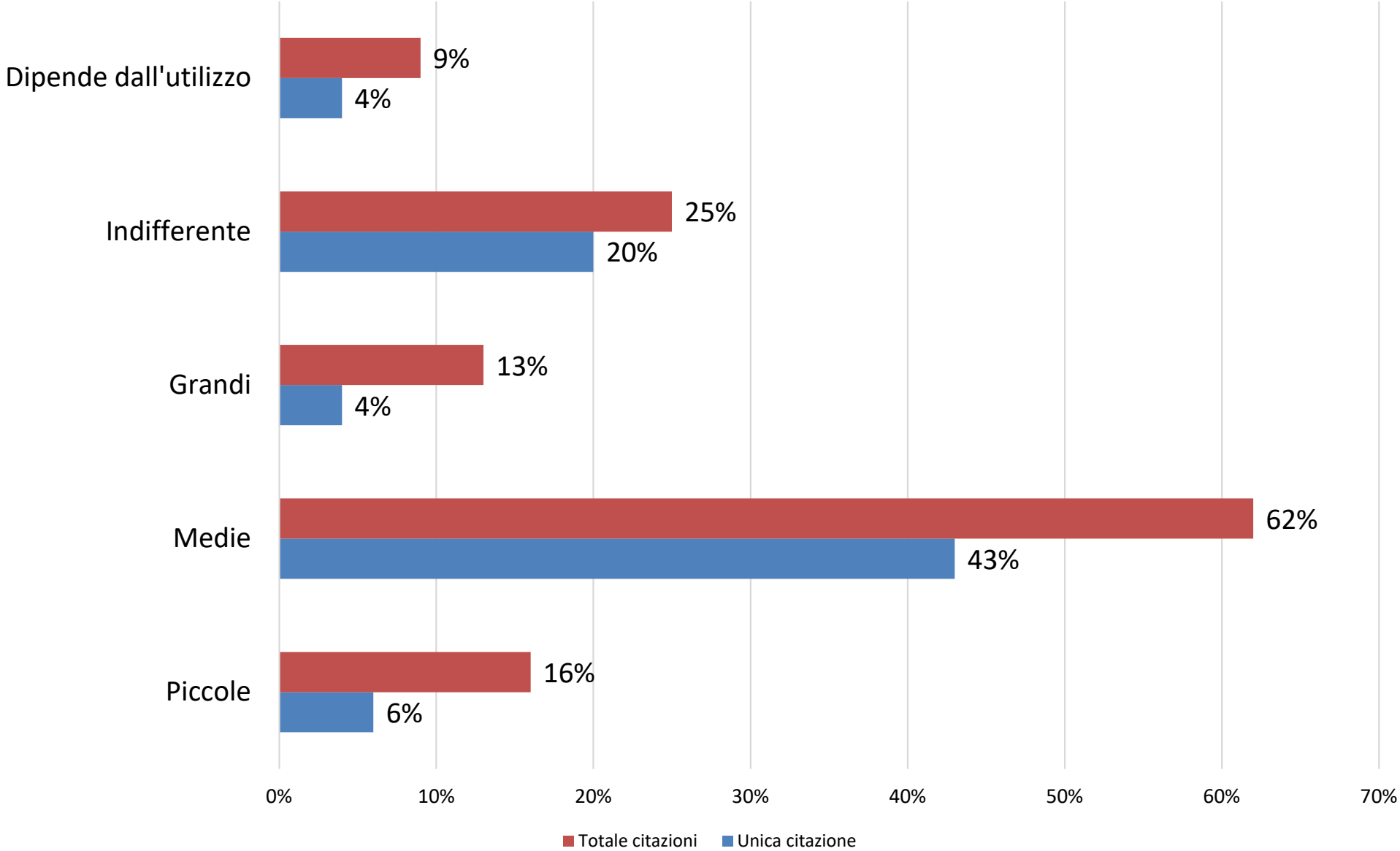




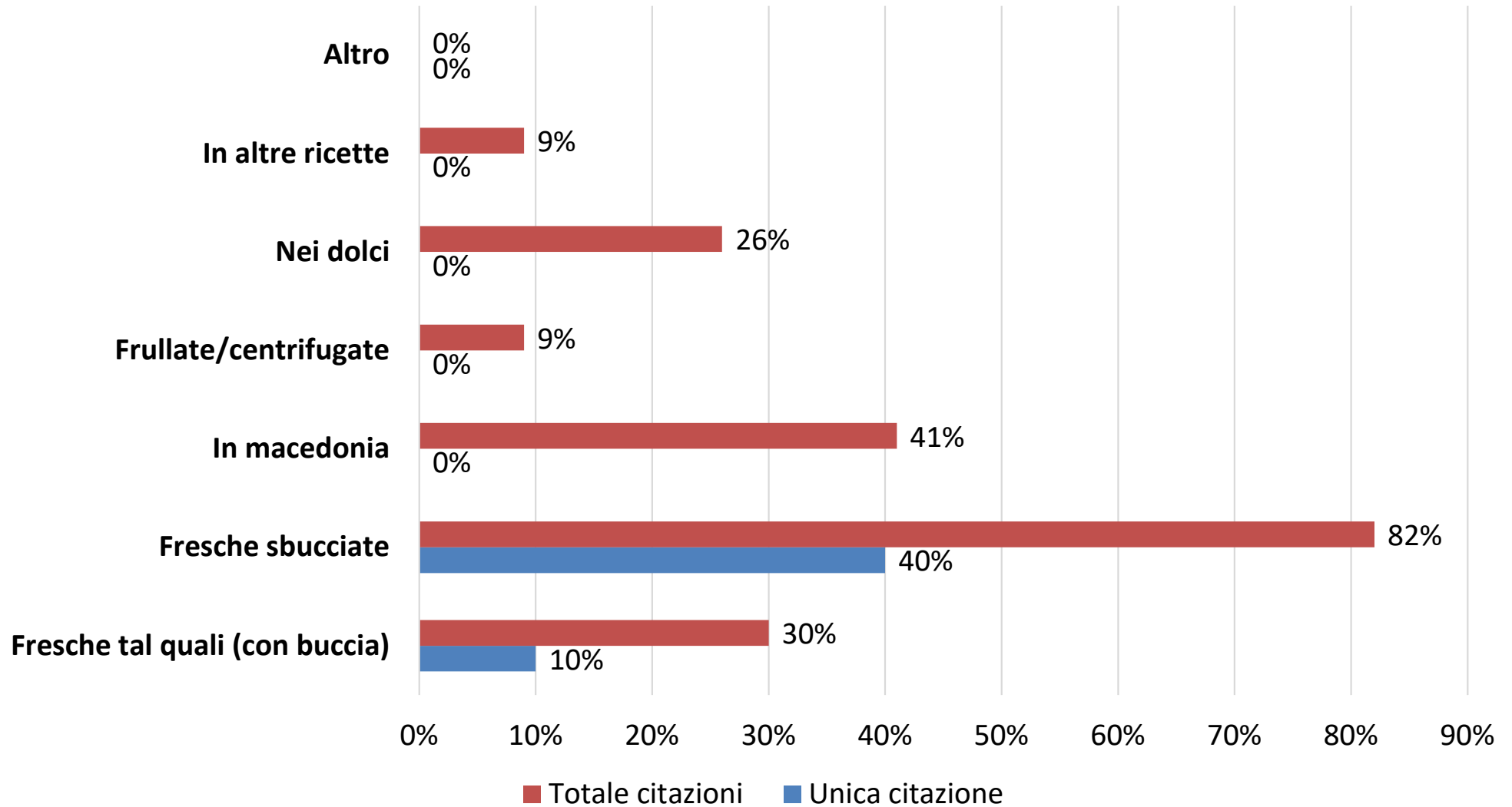
# Consumatori abituali: pezzature acquistate



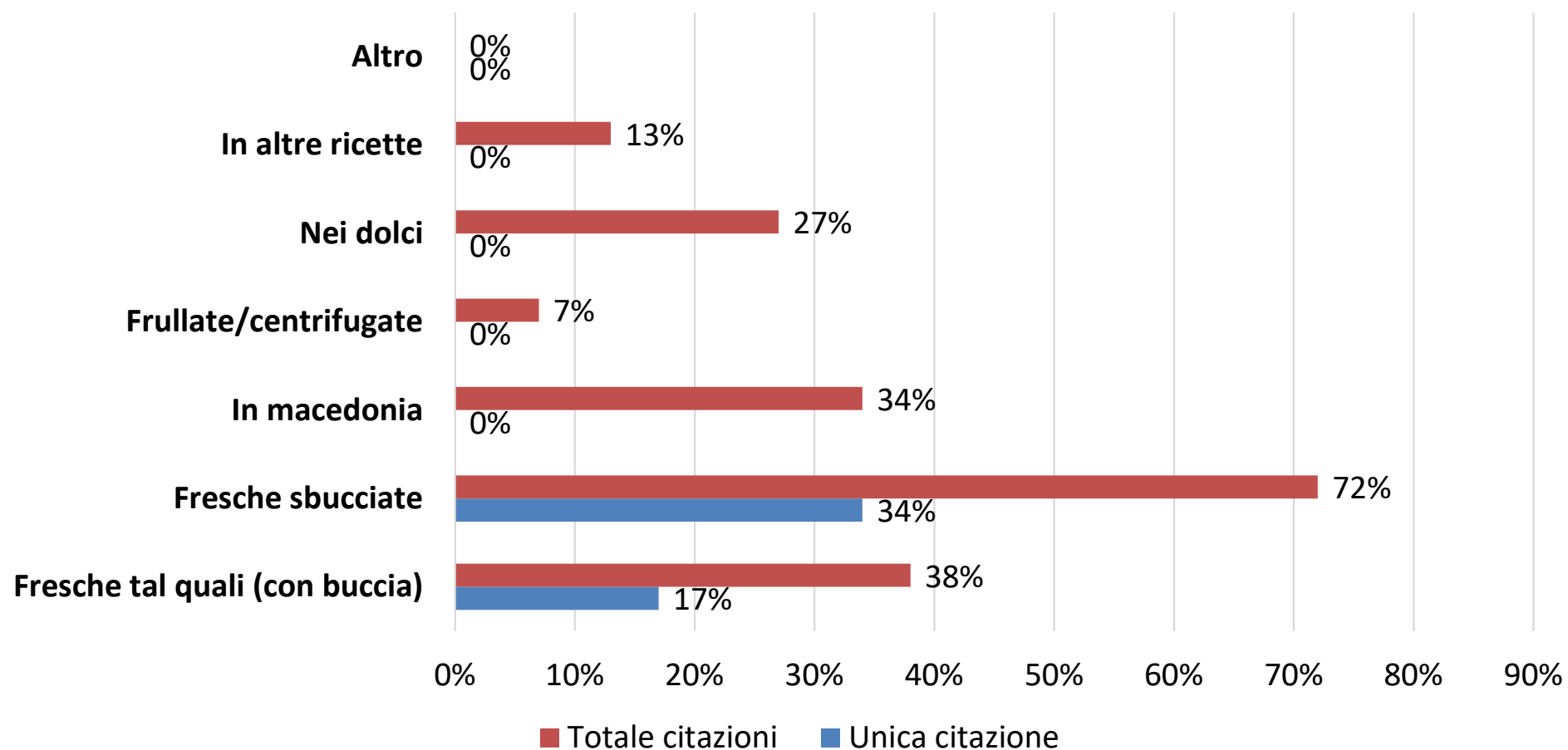
# Consumatori occasionali: pezzatura acquistate



# Consumatori abituali: come le consumano?

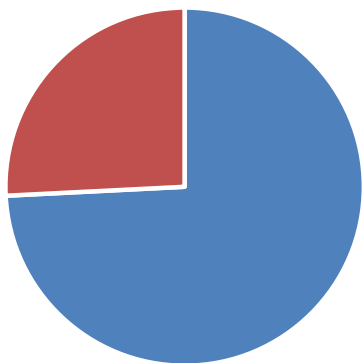


## Consumatori occasionali: come le consumano?



# I consumi «fuori casa»

Consumi pere fuori casa?

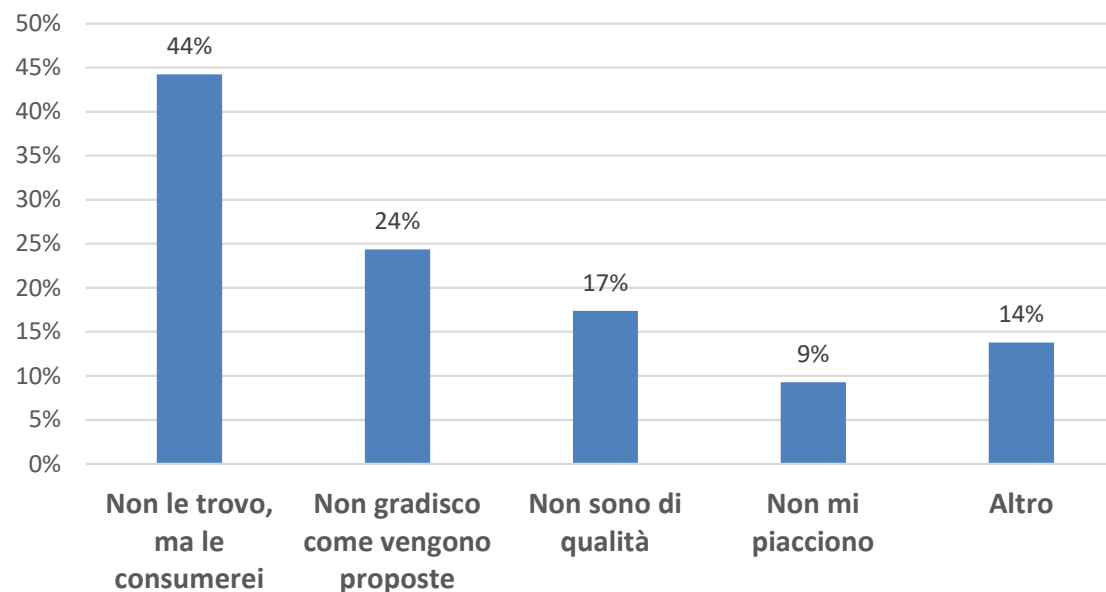


■ Non consumo pere fuori casa ■ Consumo pere fuori casa

Si possono recuperare quote di consumo sul «FUORI CASA»?

Come interagire con l'Ho.Re.C.a?

Perchè non consumi pesche fuori casa?



Prossimi passi...

Un'analisi delle determinanti di scelta  
sui responsabili d'acquisto

## Alcune riflessioni ...

- Il consumatore abituale ha un buon livello di consapevolezza della pera italiana MA ci sono ancora margini di crescita (IGP e marchio)
- Il consumatore occasionale ha un basso livello di conoscenza del frutto (su tutti gli aspetti indagati) ... una comunicazione mirata potrebbe spingerlo a ad aumentare la frequenza di consumo?
- Il «non consumo fuori casa» è «recuperabile»?
- ¼ dei consumatori complessivi ignora il primato del comparto produttivo italiano

# Grazie dell'attenzione

I miei riferimenti:

[stefano.massaglia@unito.it](mailto:stefano.massaglia@unito.it)

Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali  
e Alimentari (DISAFA) – Università degli Studi di  
Torino - Settore di Economia