

IL GUSTO NON INCIDE IN MODO DETERMINANTE NELLA SCELTA DEI PRODOTTI DA AGRICOLTURA PROTETTA

Il consumatore bio fa prevenzione: è la salute l'unico magnete di scelta

Renato Pieri*

Aspetti legati alla salute e alla sicurezza alimentare, prima ancora che al rispetto ambientale (rimandato a un prossimo articolo), sono i fattori che più hanno rilevanza nella scelta di consumare i prodotti biologici. Ma non sono gli unici. Si devono considerare dinamiche per le quali i consumatori sono disposti ad acquistare un prodotto biologico pur in presenza di un prezzo maggio-

fortemente personali. Minor peso hanno fattori collettivi quali il rispetto del benessere animale e la preoccupazione per l'ambiente. In mezzo, con rilevanza comunque non determinante, motivazioni quali gusto e sapore, che invece rivestono ben maggior ruolo nelle scelte alimentari tradizionali.

NON PER SENIOR

Sono stati messi a fuoco tre elementi determinanti nell'influenzare il comportamento del consumatore: età anagrafica degli acquirenti, loro livello di istruzione, differenziale di prezzo tra i prodotti biologici e gli omologhi convenzionali. Da subito emerge una relazione negativa tra l'età del consumatore e la propensione a scegliere prodotti biologici. Partendo dalle produzioni ortofrutticole, la spesa biologica perde importanza per gli acquirenti di età superiore ai 45 anni, mentre assume rilevanza nella fascia di età tra i 18 e i 34 anni. Per quanto riguarda il livello di istruzione del consumatore viene mostrata una relazione positiva. A titolo di studio elevato corrisponde una propensione all'acquisto di prodotti bio in percentuale elevata rispetto alla spe-

sa totale alimentare; mentre già a livelli di diploma di scuola media superiore o inferiore, i consumatori mostrano minor inclinazione all'acquisto. Il che si traduce in una gran parte di essi disposta a destinare ai prodotti biologici solo quote basse della spesa complessiva alimentare.

L'IMPORTANZA DEL PREZZO

Nel mercato del biologico il prezzo è un elemento importante non solo in valore assoluto, ma soprattutto considerando il differenziale che ogni prodotto segna rispetto all'analogo convenzionale. Questo divario consente infatti di valutare il beneficio che il consumatore percepisce acquistando il prodotto biologico: tanto più l'acquirente è disposto a pagare un prezzo più elevato e tanto più lo considererà superiore in confronto ai prodotti comuni. Lo studio rivela elementi psicologici significativi. Perché se da un lato si verifica che, mediamente, la gran parte degli intervistati è disposta a pagare di più per avere un prodotto biologico, dall'altro lato si riscontra che questo gap è decisamente contenuto: oltre la metà del campione



• Il differenziale di prezzo accettato evidenzia il valore aggiunto riconosciuto alla filiera



• La richiesta di valore aggiunto è limitata ad ambiti caratterizzati da valutazioni solo emotive

1. Il movente resta personale e individuale
2. Non sfondano le motivazioni collettive
3. E il posizionamento di prezzo resta strategico

re del corrispettivo prodotto convenzionale, all'interno di limiti ben precisi e con situazioni fortemente differenziate comparto per comparto. Uno studio specifico su questo tema è stato realizzato in Emilia Romagna, nell'ambito di un lavoro più ampio compiuto sotto l'egida dell'Ocse che ha coinvolto famiglie di dieci paesi del mondo (oltre all'Italia, Australia, Canada, Cechia, Francia, Corea del Sud, Messico, Paesi Bassi, Norvegia, Svezia).

LE MOTIVAZIONI

Da alcuni anni, il prodotto biologico viene avvertito come più naturale, genuino e maggiormente controllato, dunque più sicuro. Si tratta di moventi d'acquisto

Un divario riconosciuto di soli 5 punti

(distribuzione percentuale degli intervistati per classe di disponibilità a pagare in più per gli alimenti biologici rispetto a quelli convenzionali)

	DISPONIBILITÀ A PAGARE (%)						Totale
	0	1-5	6-15	16-30	>30	Non so	
Ortofrutticoli freschi	30,5	36,7	15,0	3,8	1,2	12,9	100,0
Latte e latticini	32,0	34,6	14,8	4,4	1,2	13,0	100,0
Uova	32,1	36,4	10,9	4,5	2,4	13,6	100,0
Carni	32,2	31,4	15,7	4,4	3,0	13,3	100,0
Prodotti a base di cereali	33,6	32,4	14,6	3,5	2,4	13,5	100,0

Fonte: elaborazione Smea su dati Ocse

di consumatori è disposta a sborsare cifre non superiori all'1% o al massimo al 5% in più dei convenzionali. E in questo caso le differenze tra le diverse categorie di alimenti sono poco significative: salvo che per le carni, dove nel campione si registra una maggior frequenza ad accettare una maggiorazione di prezzo superiore al 15%. Per gli ortofrutticoli freschi metà del campione non è disposta a oltrepassare la soglia del 15% quale maggiorazione di prezzo rispetto ai prodotti non biologici. Degno di attenzione è, poi, il dato relativo ai prodotti derivati dai cereali. In questa categoria, si riscontra una maggioranza di intervistati indisponibile a pagare di più per avere il prodotto biologico. L'acquirente fatica a percepire un differenziale di beneficio rispetto al prodotto derivato da cereali coltivati con metodi tradizionali. E, dunque, prezzi di mercato più elevati rappresentano un freno ai consumi: un fatto che deve far riflettere l'intera filiera sino al livello agricolo.

*Smea - Alta Scuola in Economia Agro-alimentare Univ. Cattolica del Sacro Cuore