

Al Presidente del CUIA – Rettorato
Università degli Studi, Piazza Cavour 19/f
62032 Camerino (MC) - cuia.presidenza@unicam.it
E p.c. coordinatore Consiglio Scientifico
Prof.ssa Lucia Strappini – Università Stranieri Siena - strappini@unistrasi.it

ConSenso - Aspetti sensoriali e ambientali nelle preferenze del consumatore

1. Descrizione sommaria del progetto

La letteratura sulle scelte alimentari dei consumatori generalmente rileva che il principale determinante per le scelte e le preferenze del consumatore è spesso il gusto dei cibi. Tuttavia, anche altri aspetti giocano un ruolo importante, come le informazioni sulla sicurezza igienico-sanitaria (assenza di contaminanti, tracciabilità), il rispetto di requisiti etici (sociali, religiosi e ambientali), ecc.. Le caratteristiche sensoriali ed etiche possono essere comunicate al consumatore con i sistemi di etichettatura, che possono aiutare i consumatori a compiere scelte coerenti con la loro percezione della qualità del prodotto. Mentre i mercati locali ed internazionali di prodotti agro-alimentari contano numerosi esempi di etichette contenenti informazioni sensoriali e sulla sicurezza, l'introduzione di claims inerenti all'impronta ambientale dei prodotti alimentari è un fenomeno relativamente recente. La comprensione degli effetti congiunti di tali informazioni sulla propensione all'acquisto ed al consumo è l'oggetto di questa proposta di ricerca. Il progetto prevede la raccolta di dati primari presso i consumatori italiani ed argentini, tramite questionari contenenti esperimenti di scelta e consumer test sensoriali, e l'analisi congiunta delle informazioni ottenute.

OBIETTIVI

Si vuole comprendere il comportamento del consumatore rispetto a segnali congiunti di qualità di un prodotto alimentare, riguardanti: (i) caratteristiche sensoriali e (ii) impronta ecologica. La ricerca è articolata nei seguenti obiettivi specifici: a) determinazione delle preferenze e della disponibilità a pagare del consumatore per gli attributi di prodotto considerati e per il prodotto nel suo complesso; b) valutazione del benessere sociale del consumatore in relazione all'adozione di diversi scenari di etichettatura sensoriale ed ambientale; c) definizione di strategie per la valorizzazione del prodotto

mettendo in evidenza le conseguenze sul benessere sociale di una etichettatura ambientale e le possibili implicazioni per i produttori, distributori, decisori pubblici e consumatori.

3. Carattere originale ed innovativo rispetto alla macroarea di riferimento

La valutazione congiunta di aspetti sensoriali, emotivi e cognitivi utilizzati nell'etichettatura dei prodotti alimentari nella valutazione della scelta di acquisto e consumo è un'area poco esplorata.

4. Eventuali collegamenti con i temi della ricerca UE

La sicurezza alimentare e la sostenibilità delle produzioni alimentari rappresentano temi centrali per l'Unione Europea. Numerosi i progetti nazionali ed internazionali finanziati dalla medesima con lo scopo di offrire ai diversi agenti economici della filiera agroalimentare (es. consumatori, produttori, etc) informazioni e strumenti utili allo sviluppo di nuove strategie volte ad interpretare le nuove esigenze, i cambiamenti e le evoluzioni nel settore. Sulla sostenibilità ambientale, si ricorda l'approvazione da parte del Parlamento Europeo della risoluzione dal titolo "the introduction of WTO compatible common standards and labeling schemes regarding the greenhouse emission implications of different products, including at the production and transport stages" (European Parliament, 2007), riguardante il sistema di etichettatura basato sul "carbon footprint".

5. Ragioni per cui si ritiene che possa raccogliere l'attenzione dei 2 paesi e del CUIA

La proposta riguarda un innovativo ed interessante filone di ricerca, volto a cogliere le nuove tendenze di acquisto del consumatore moderno in generale. L'approccio adottato è utile nei contesti geografici di appartenenza dei due paesi del CUIA, sia per le affinità culturali, sia per la possibilità di effettuare un confronto tra due paesi in diverse fasi del loro sviluppo economico.

6. Indicare eventuali partner italiani ed argentini interessati

1) Alma Mater Studiorum-Università di Bologna, 2) Università degli Studi di Macerata, 3) Università degli Studi di Ferrara, 4) Universidad Nacional de Mar del Plata, 5) Universidad Nacional de Cuyo.