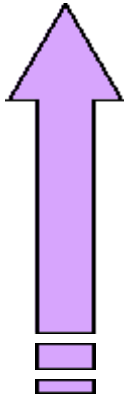


# IL TREND DEGLI ORIENTAMENTI IN CUCINA (MOLTO D'ACCORDO)

(Fonte: indagine Eurisko 1997, base: r.a. consumatori di riso)



## GLI ORIENTAMENTI IN CRESCITA

	1997	2000	
• SEGUO GLI ORIENTAMENTI DELLA CUCINA MEDITERRANEA	46%	54%	+8
• ANCHE AI PIATTI PIÙ NORMALI RIESCO A DARGLI UN TOCCO CHE LI RENDE PIÙ APPETITOSI	17%	22%	+5
• MI CONSIDERO UNA CUOCA IN GAMBA	11%	17%	+6



## GLI ORIENTAMENTI STABILI

	1997	2000	
• MI PIACE MOLTO CUCINARE	28%	28%	=
• CUCINO CON MOLTO IMPEGNO	23%	23%	=
• SEGUO ATTENTAMENTE LE RICETTE	6%	6%	=
• PREPARO SPESSO PIATTI ELABORATI	4%	4%	=



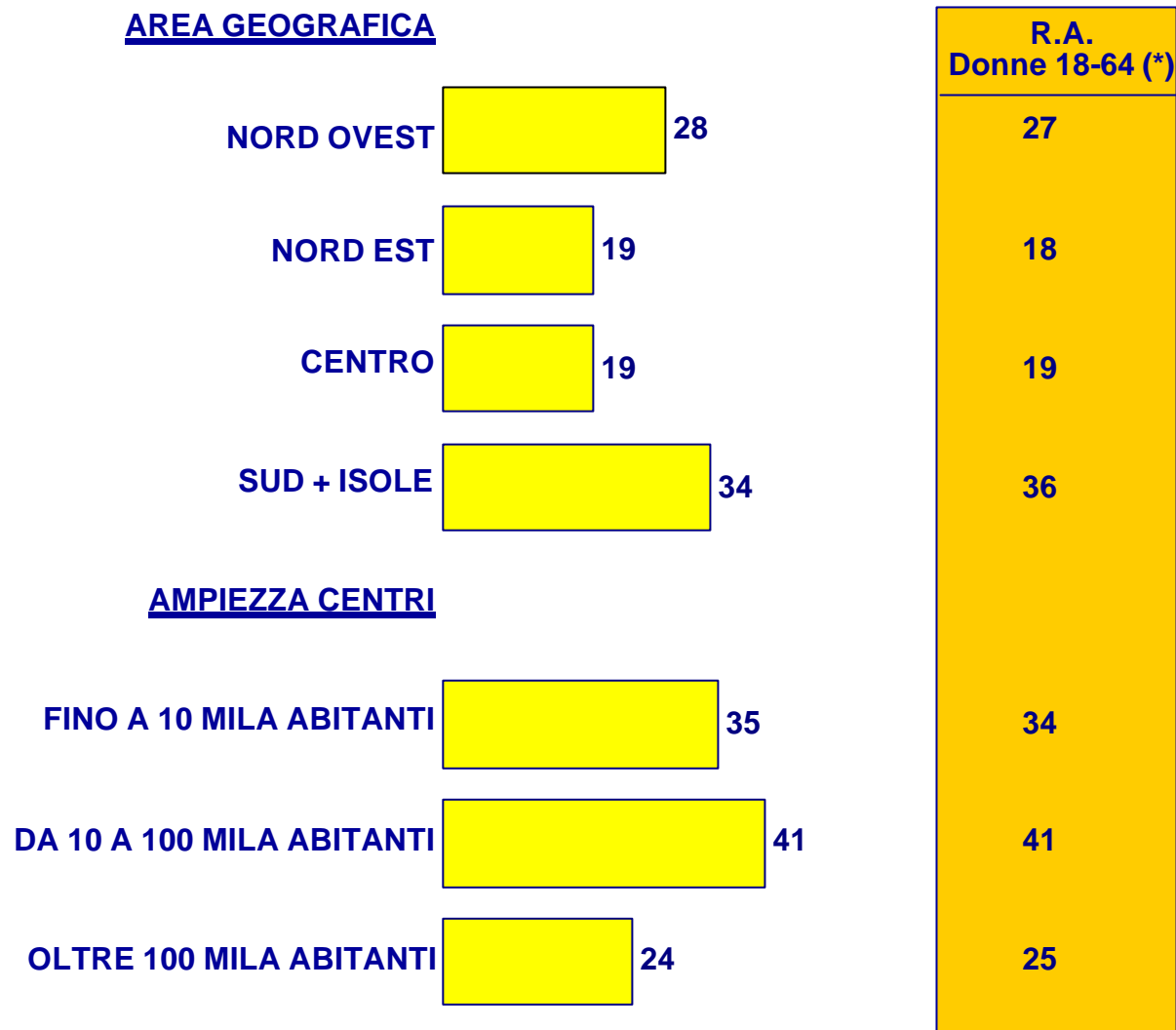
## GLI ORIENTAMENTI IN DECLINO

	1997	2000	
• BADO SOPRATTUTTO A PREPARARE CIBI NUTRIENTI E SOSTANZIOSI	26%	15%	-11



# PROFILO DEL CAMPIONE: AREA GEOGRAFICA ED AMPIEZZA CENTRI

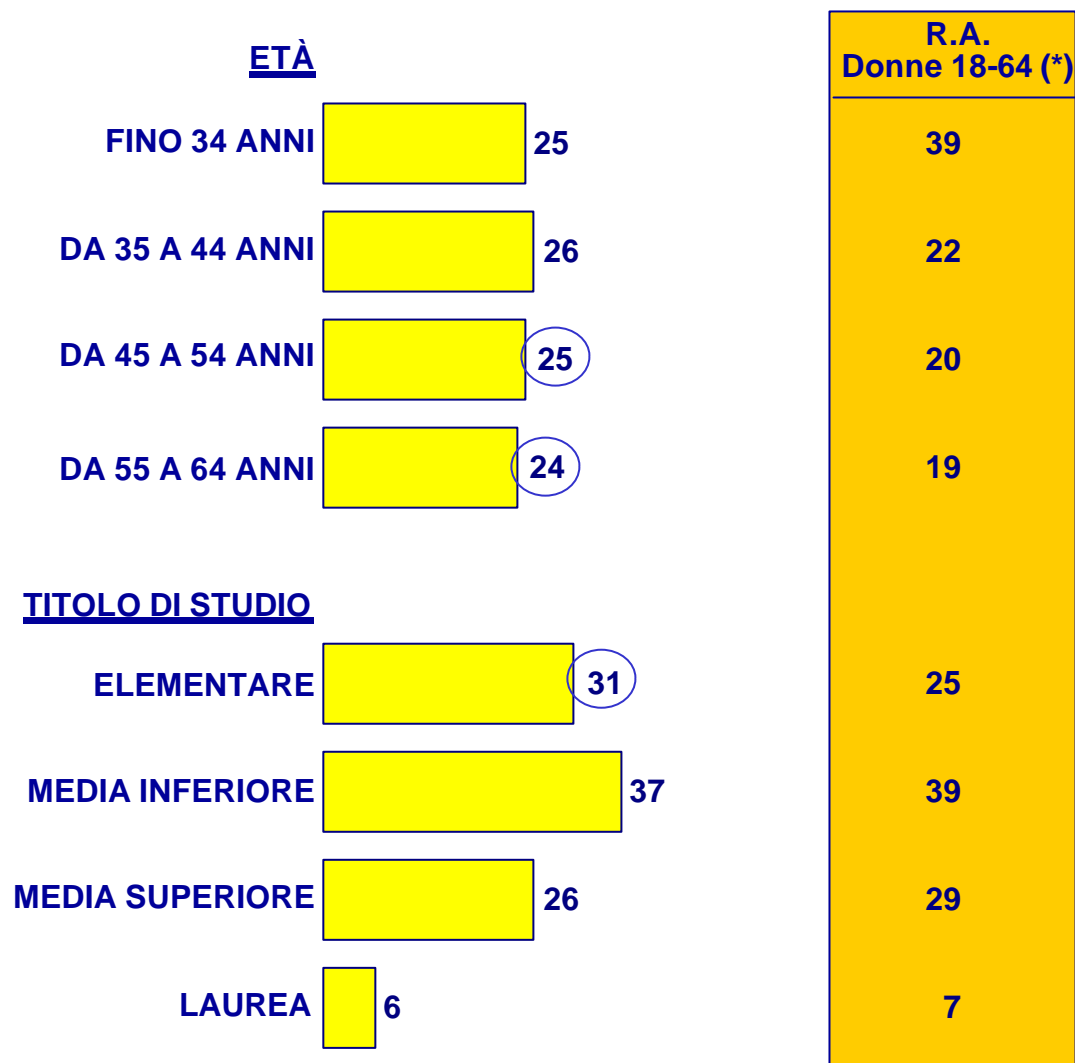
(Base: donne r.a.18-64 anni consumatrici in famiglia di riso negli ultimi 3 mesi, N=400)



(\*) Fonte Sinottica 2000/2, indagine single-source, rappresentativa della popolazione italiana (10.000 casi)

## PROFILO DEL CAMPIONE: ETA' E TITOLO DI STUDIO

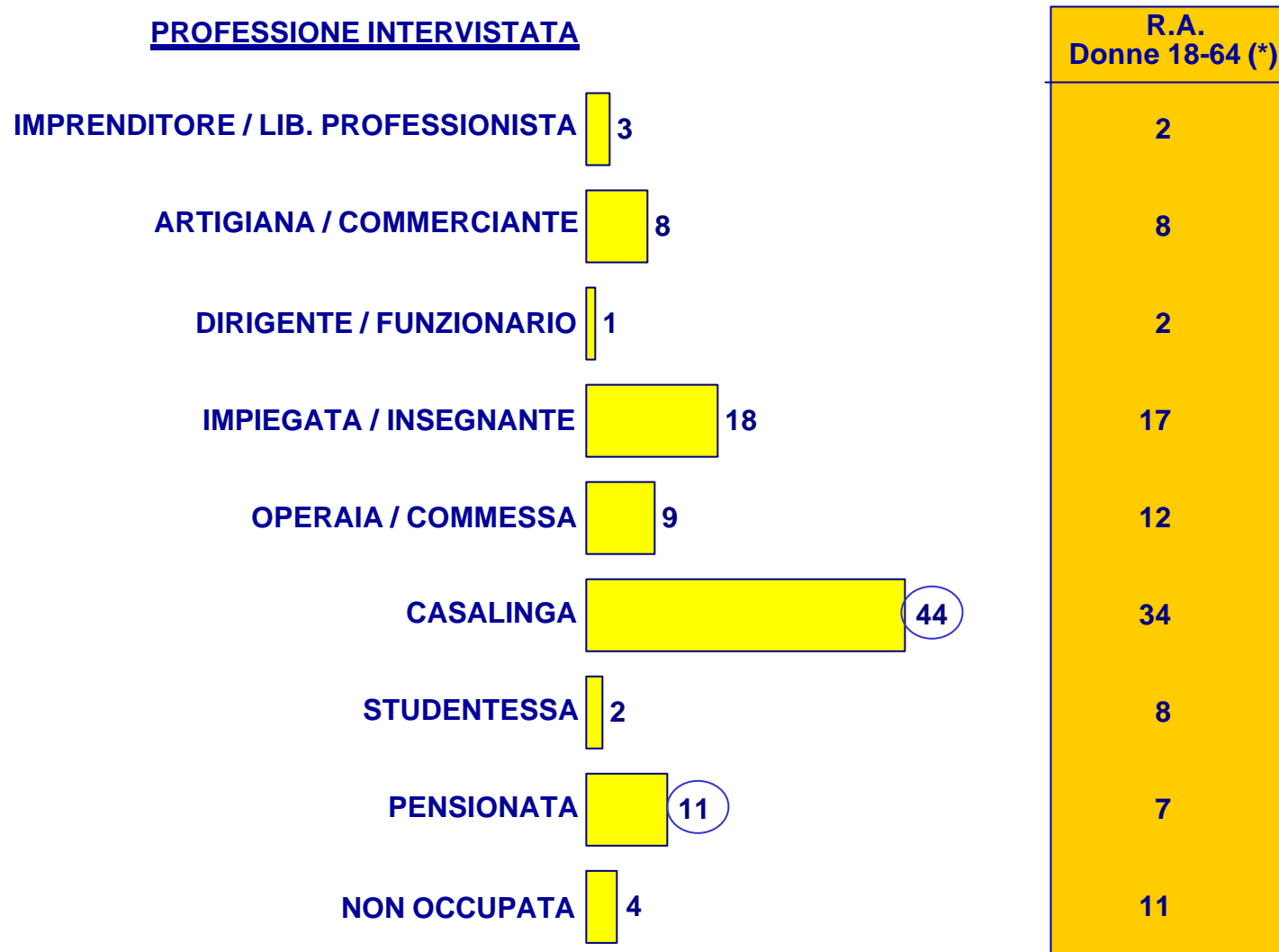
(Base: donne r.a.18-64 anni consumatrici in famiglia di riso negli ultimi 3 mesi, N=400)



(\*) Fonte Sinottica 2000/2, indagine single-source, rappresentativa della popolazione italiana (10.000 casi)

# PROFILO DEL CAMPIONE: PROFESSIONE DELL'INTERVISTATA

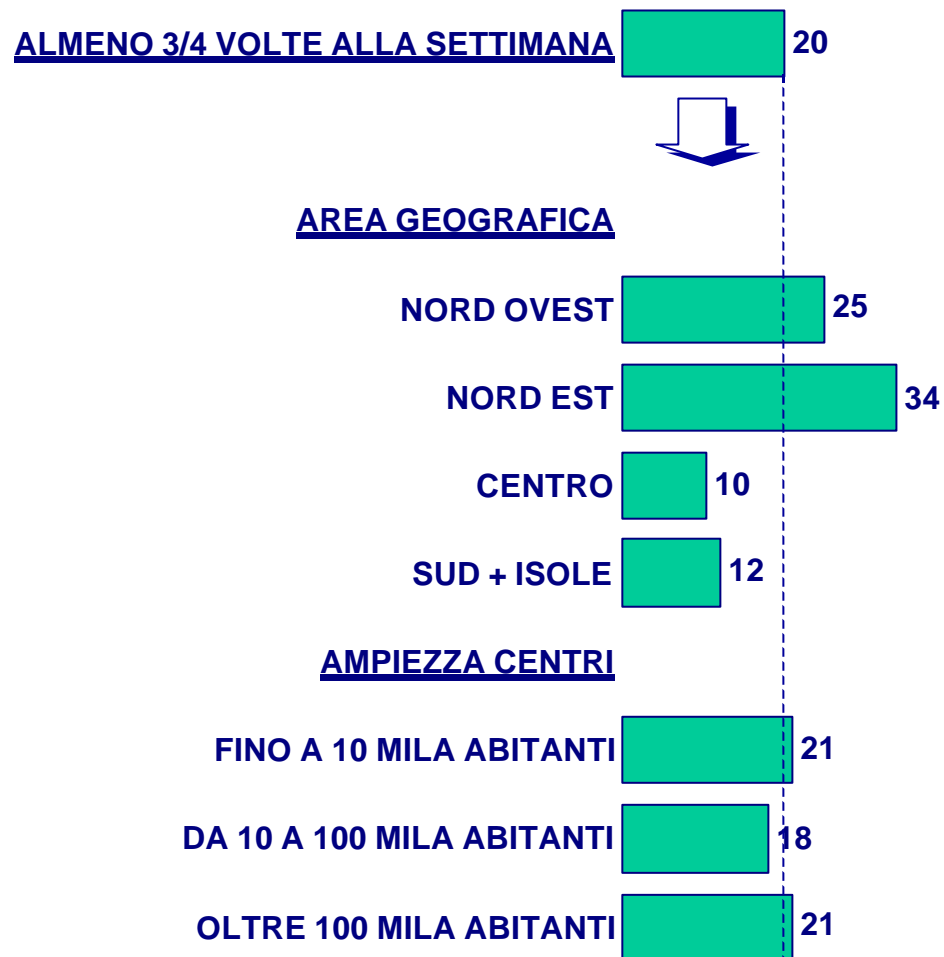
(Base: donne r.a.18-64 anni consumatrici in famiglia di riso negli ultimi 3 mesi, N=400)



(\*) Fonte Sinottica 2000/2, indagine single-source, rappresentativa della popolazione italiana (10.000 casi)

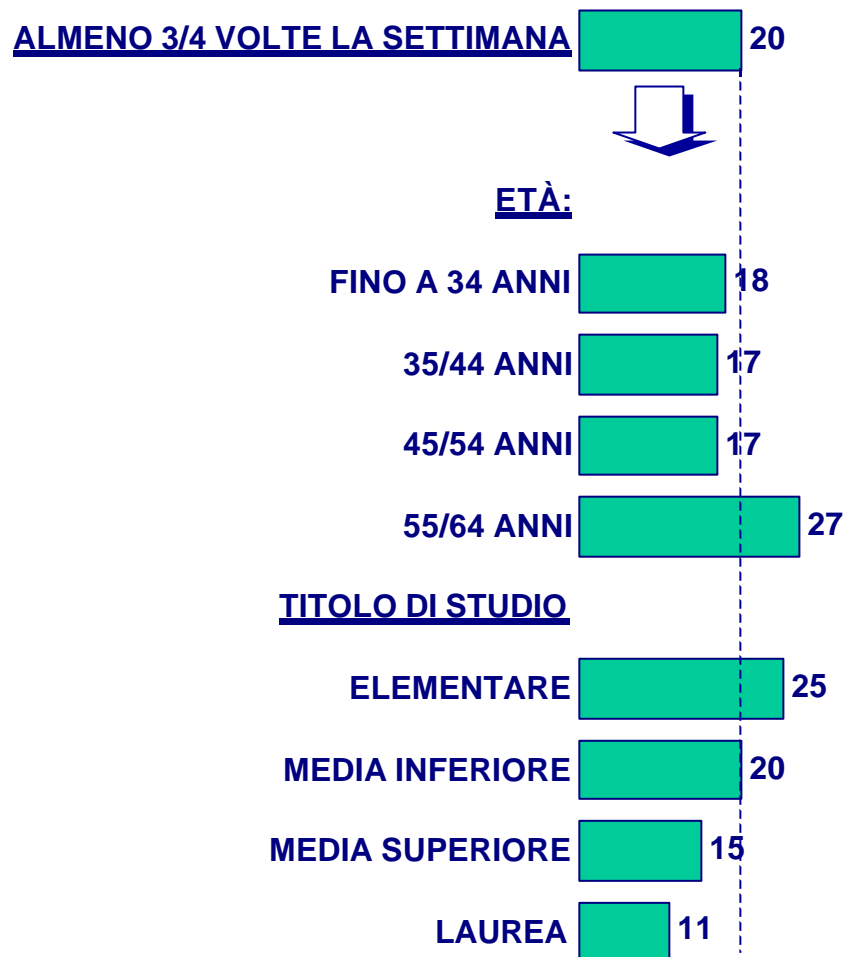
# IL CONSUMO ABITUALE DI RISO NEI SEGMENTI SOCIODEMOGRAFICI - AREA GEOGRAFICA ED AMPIEZZA CENTRI -

*"Quanto spesso in famiglia consumate...?"*  
(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



# IL CONSUMO ABITUALE DI RISO NEI SEGMENTI SOCIODEMOGRAFICI - ETÀ E TITOLO DI STUDIO -

*“Quanto spesso in famiglia consumate...?”*  
(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



## PROFILO DEL CAMPIONE: STILI ALIMENTARI

(Base: donne r.a.18-64 anni consumatrici in famiglia di riso negli ultimi 3 mesi, N=400)

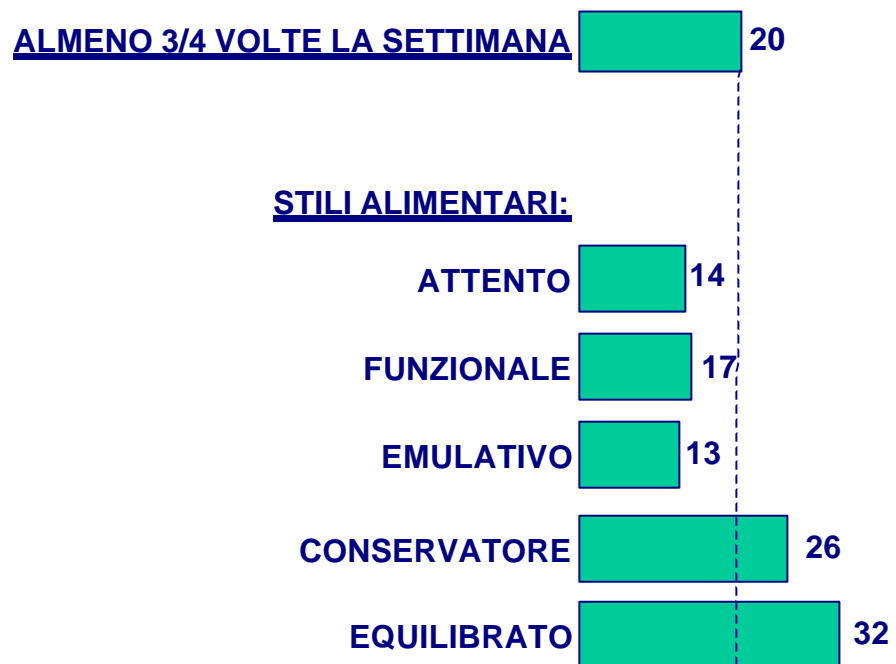
### STILI ALIMENTARI



(\*) Fonte Sinottica 2000/2, indagine single-source, rappresentativa della popolazione italiana (10.000 casi)

# IL CONSUMO ABITUALE DI RISO NEI SEGMENTI SOCIODEMOGRAFICI - STILI ALIMENTARI -

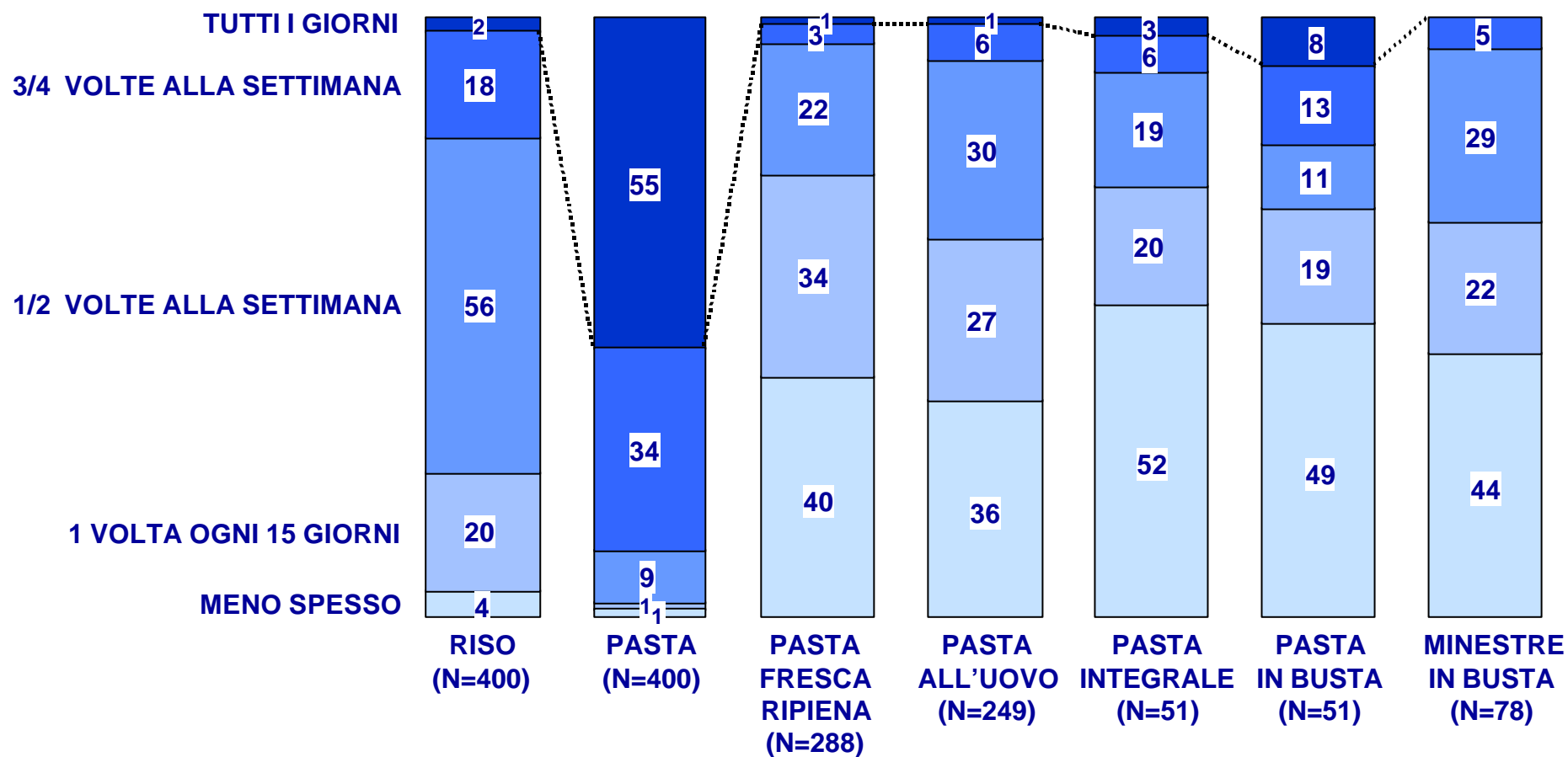
*“Quanto spesso in famiglia consumate...?”*  
(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)





# FREQUENZA DI CONSUMO DI RISO E PASTA

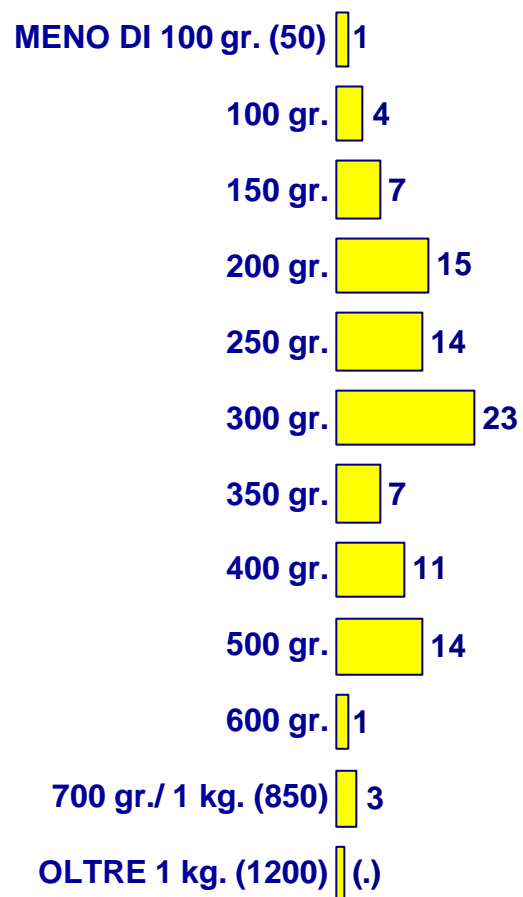
*“Quanto spesso in famiglia consumate...?”*  
 (Base: consumatori in famiglia negli ultimi 3 mesi)



# QUANTITÀ DI RISO IMPIEGATA NELLA PREPARAZIONE DEI PIATTI

"Nella sua famiglia, di solito quanto riso si consuma ogni volta che lo prepara?"

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



**MEDIA: 320 gr.**

## PENETRAZIONE E FREQUENZA DI CONSUMO DEI VARI TIPI DI RISO NEGLI ULTIMI 3 MESI

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

	RISO NORMALE BIANCO	RISO PARBOILED	RISO INTEGRALE	RISO A RAPIDA COTTURA
<b><u>CONSUMATORI ULTIMI 3 MESI</u></b>	85	64	15	23
- TUTTI I GIORNI (7)	1	-	(-)	-
- 3/4 VOLTE ALLA SETTIMANA (3.5)	17	5	(-)	(-)
- 1/2 VOLTE ALLA SETTIMANA (1.5)	39	23	3	3
- 1 VOLTA OGNI 15 GIORNI (0.7)	19	18	2	5
- MENO SPESSO (0.4)	9	18	10	15
<b><u>NON CONSUMATORI ULTIMI 3 MESI</u></b>	15	36	85	77
<b><i>MEDIA (VOLTE ALLA SETTIMANA)</i></b>	<b><i>1.44</i></b>	<b><i>0.71</i></b>	<b><i>0.14</i></b>	<b><i>0.15</i></b>

# FREQUENZA D'ACQUISTO DI RISO

*“Quanto spesso acquista riso per la sua famiglia? E di solito quando acquista il riso, compera una sola confezione per volta o più di una contemporaneamente? Quante?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

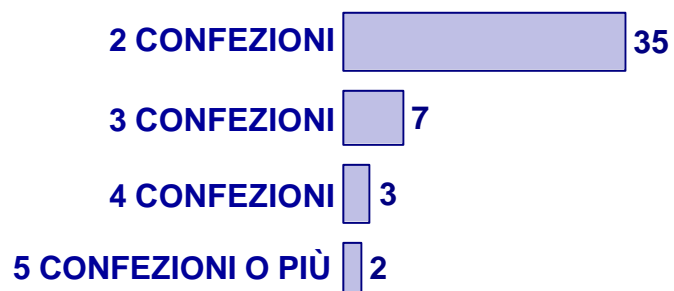
## QUANTO SPESSO ACQUISTA IL RISO:



## N° DI CONFEZIONI ACQUISTATE:



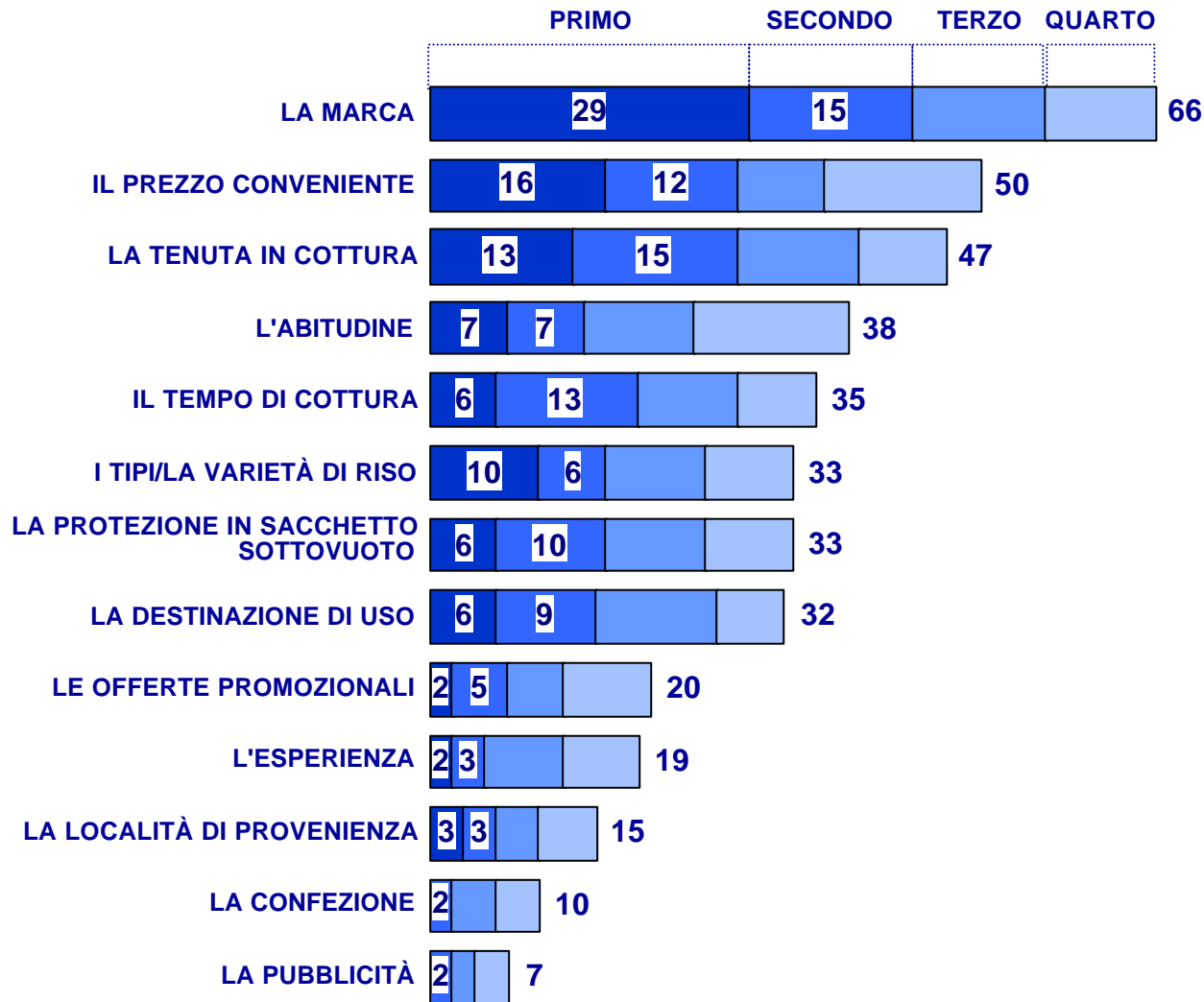
E CIOÈ:



# ASPETTI PIÙ IMPORTANTI NELLA SCELTA DEL RISO

*“Quali sono i quattro aspetti più importanti nella scelta del riso?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE)



	È FRA I PRIMI 4 ASPETTI				
	ATTENTO N=76	FUNZIONALE N=36	EMULATIVO N=54	CONSERVATORE N=137	EQUILIBRATO N=43
LA MARCA	65	56	74	67	66
IL PREZZO CONVENIENTE	40	28	49	58	42
LA TENUTA IN COTTURA	39	51	55	46	44
L'ABITUDINE	32	50	21	41	31
IL TEMPO DI COTTURA	43	32	42	28	31
I TIPI/LA VARIETÀ DI RISO	35	28	28	32	38
LA PROTEZIONE IN SACCHETTO SOTTOVUOTO	44	36	39	24	26
LA DESTINAZIONE DI USO	32	34	42	28	40
LE OFFERTE PROMOZIONALI	14	28	13	22	26
L'ESPERIENZA	16	24	11	23	14
LA LOCALITÀ DI PROVENIENZA	18	15	13	10	25
LA CONFEZIONE	11	9	6	10	10
LA PUBBLICITÀ	9	6	5	8	8

# ASPETTI PIÙ IMPORTANTI NELLA SCELTA DEL RISO

*“Quali sono i quattro aspetti più importanti nella scelta del riso?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

<u>E' FRA I PRIMI 4 ASPETTI</u>	TOTALE	<u>AREE GEOGRAFICHE</u>				<u>ETÀ</u>			
		NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD + ISOLE	FINO 34 ANNI	35/44 ANNI	45/54 ANNI	55/64 ANNI
LA MARCA	66	66	66	65	64	66	64	60	71
IL PREZZO CONVENIENTE	50	32	53	49	63	46	46	50	57
LA TENUTA IN COTTURA	47	50	37	38	54	56	40	46	45
L'ABITUDINE	38	37	46	45	30	39	36	40	35
IL TEMPO DI COTTURA	35	30	29	43	35	39	32	34	31
I TIPI/LA VARIETÀ DI RISO	33	35	47	27	24	27	39	25	38
LA PROTEZIONE IN SACCHETTO SOTTOVUOTO	33	47	27	18	30	36	38	27	27
LA DESTINAZIONE DI USO	32	29	26	37	31	32	33	34	25
LE OFFERTE PROMOZIONALI	20	13	19	27	22	19	17	21	23
L'ESPERIENZA	19	18	25	19	17	10	22	25	18
LA LOCALITÀ DI PROVENIENZA	15	22	11	12	9	8	17	15	15
LA CONFEZIONE	10	11	7	8	10	12	8	10	9
LA PUBBLICITÀ	7	6	5	11	6	7	6	8	6

# ASPETTI PIÙ IMPORTANTI NELLA SCELTA DEL RISO

*“Quali sono i quattro aspetti più importanti nella scelta del riso?”*

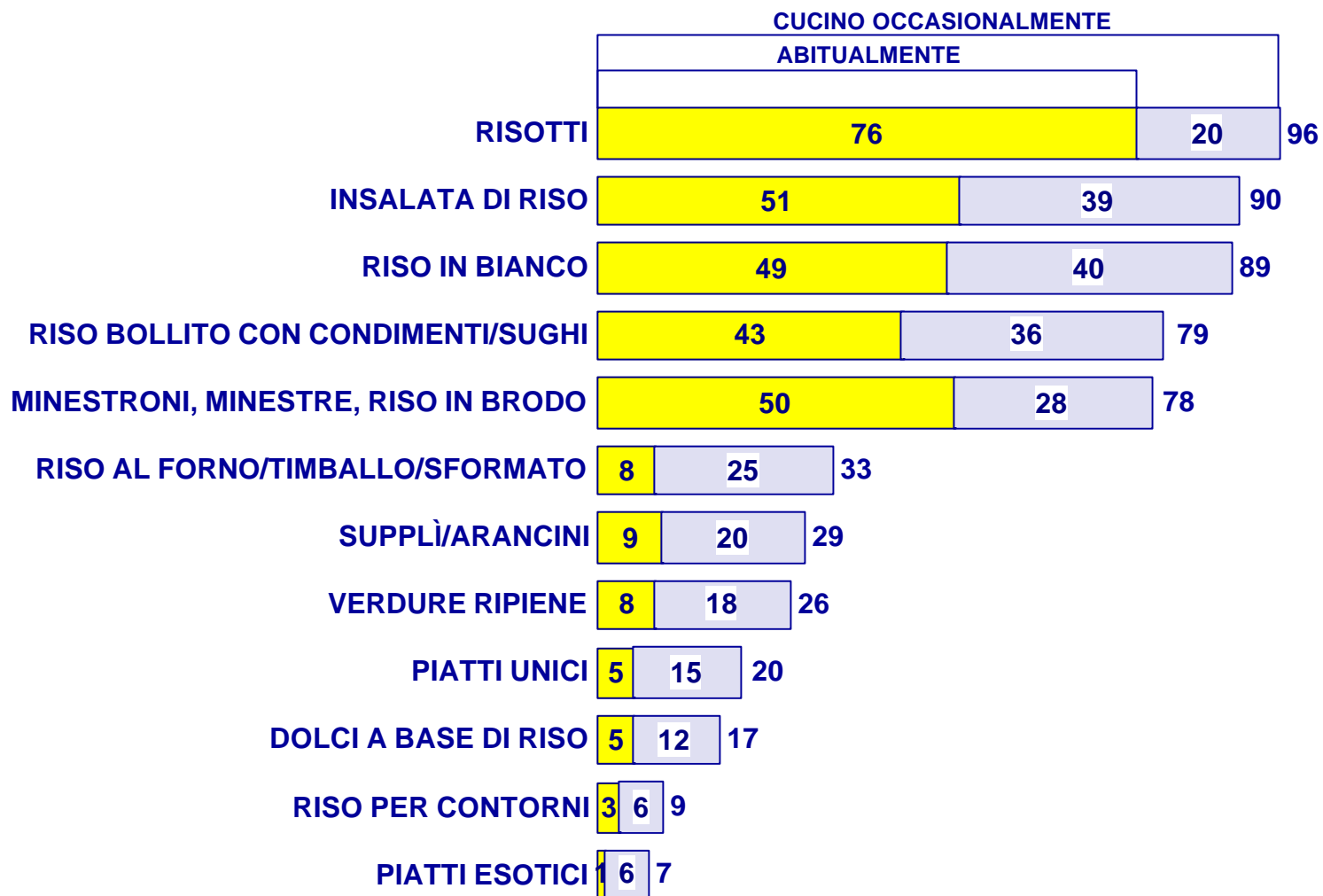
(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

<u>E' FRA I PRIMI 4 ASPETTI</u>	TOTALE	<u>TITOLO DI STUDIO</u>			
		ELEMEN- TARE	MEDIA INF.	MEDIA SUP.	LAUREA
LA MARCA	66	66	64	63	75
IL PREZZO CONVENIENTE	50	62	48	42	34
LA TENUTA IN COTTURA	47	41	50	49	46
L'ABITUDINE	38	34	38	42	40
IL TEMPO DI COTTURA	35	37	35	33	20
I TIPI/LA VARIETÀ DI RISO	33	33	34	31	21
LA PROTEZIONE IN SACCHETTO SOTTOVUOTO	33	27	30	40	31
LA DESTINAZIONE DI USO	32	21	30	41	41
LE OFFERTE PROMOZIONALI	20	27	18	11	29
L'ESPERIENZA	19	23	15	18	24
LA LOCALITÀ DI PROVENIENZA	15	14	12	14	19
LA CONFEZIONE	10	9	12	7	11
LA PUBBLICITÀ	7	6	7	7	8

# PIATTI A BASE DI RISO: PENETRAZIONE ED INTENSITÀ DI CONSUMO

*“Ogni quanto cucina questi piatti che si possono preparare con il riso?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)





# PIATTI A BASE DI RISO: DISTRIBUZIONE DEGLI ABITUALI NEI SEGMENTI SOCIODEMOGRAFICI

## - AREE GEOGRAFICHE ED ETÀ -

*“Ogni quanto cucina questi piatti che si possono preparare con il riso?”*

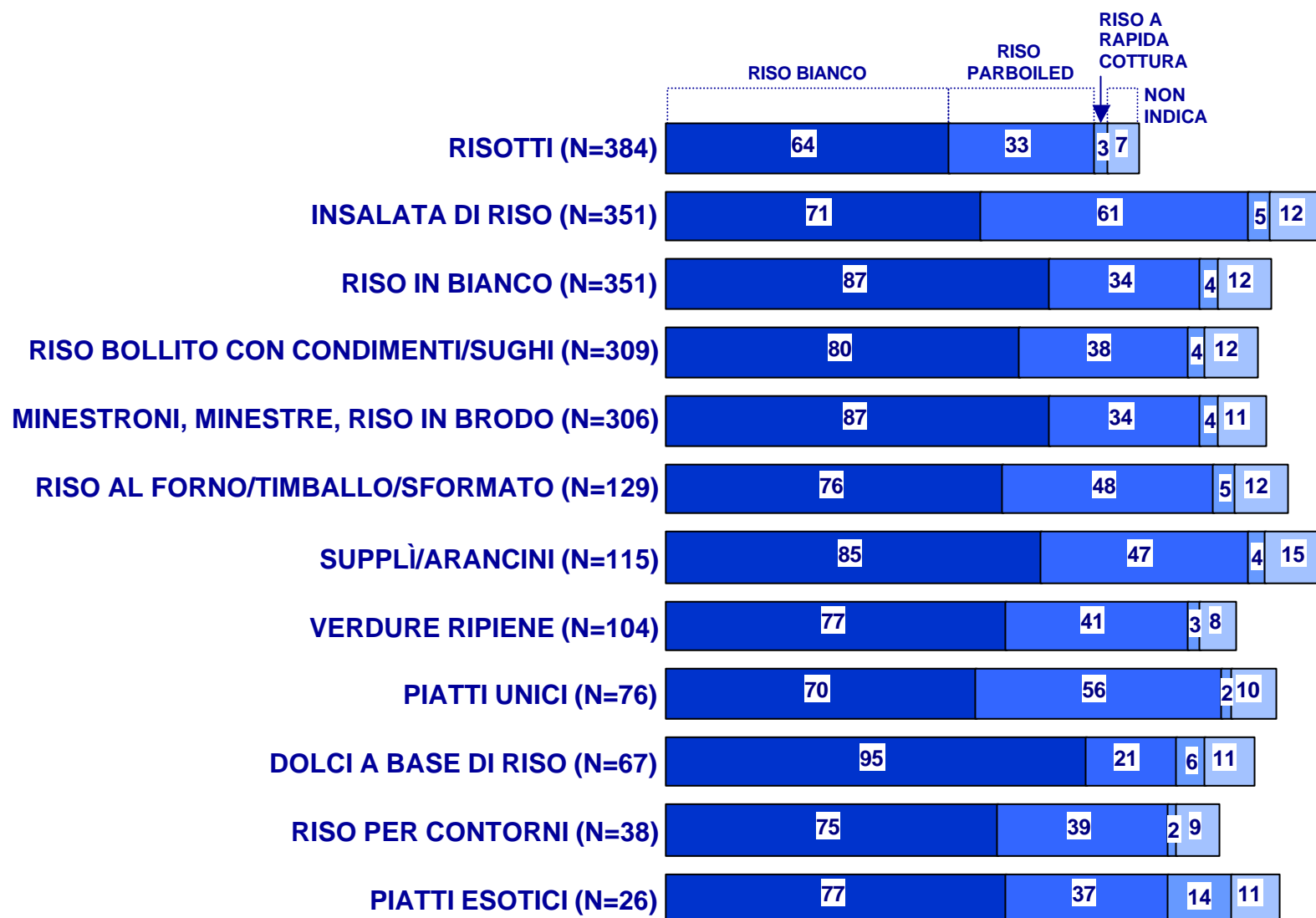
(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

	AREE GEOGRAFICHE					ETÀ			
	TOTALE	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD + ISOLE	FINO 34 ANNI	35/44 ANNI	45/54 ANNI	55/64 ANNI
RISOTTI	76	88	85	72	64	66	80	84	73
INSALATA DI RISO	51	56	45	47	52	53	56	45	50
RISO IN BIANCO	49	63	42	46	47	48	48	49	56
RISO BOLLITO CON CONDIMENTI/SUGHİ	49	55	63	49	37	52	44	50	49
MINISTRONI, MINESTRE, RISO IN BRODO	50	38	36	43	52	43	38	42	51
RISO AL FORNO/TIMBALLO/SFORMATO	8	4	5	13	13	7	7	12	9
SUPPLÌ/ARANCINI	9	7	2	2	16	4	10	6	13
VERDURE RIPIENE	8	11	6	4	8	5	10	7	9
PIATTI UNICI	5	5	9	4	2	2	8	6	2
DOLCI A BASE DI RISO	5	10	9	3	1	4	7	4	7
RISO PER CONTORNI	3	4	2	3	2	3	5	3	1
PIATTI ESOTICI	1	1	1	1	-	1	1	1	-

# TIPI DI RISO USATI NELLA PREPARAZIONE DEI PRINCIPALI PIATTI

*“Quale/i tipo/i di riso di solito usa per prepararlo? (ammesse più risposte)”*

(Base: chi cucina questi piatti abitualmente o occasionalmente)



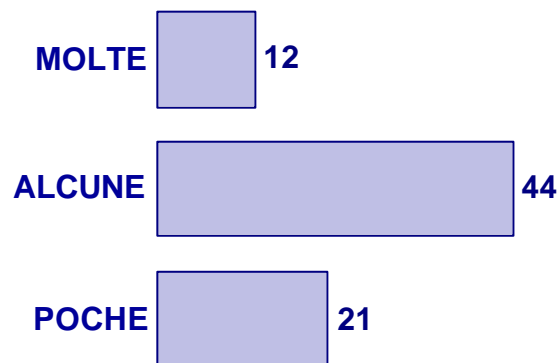
# CONOSCENZA DI RICETTE E MODI DI PREPARARE IL RISO

*“Ed in generale lei conosce altre ricette e modi di cucinare il riso, oltre quelle/i a cui è abituata?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



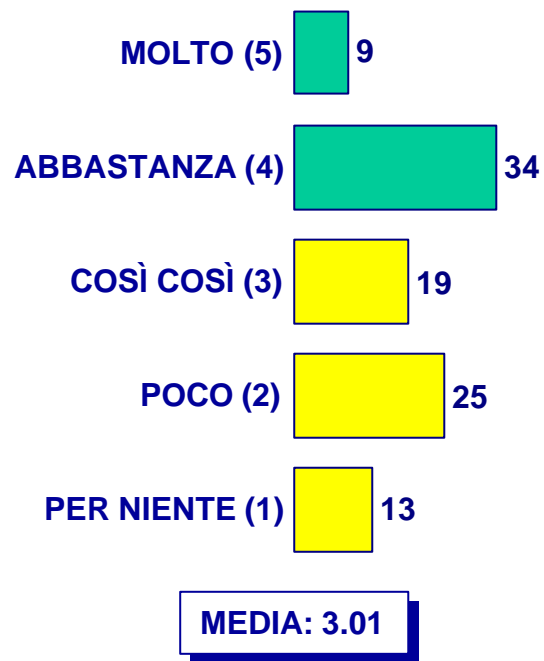
E CIOÈ: 



## INTERESSE VERSO ALTRE RICETTE A BASE DI RISO

*“In generale, lei è interessata ad altre ricette a base di riso e ad altri modi di cucinare il riso? Quanto?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



INTERESSE				
ATTENTO N=76	FUNZIONALE N=36	EMULATIVO N=54	CONSERVATORE N=137	EQUILIBRATO N=43
16	3	19	3	17
27	39	43	39	25
27	28	10	21	5
22	20	14	29	25
8	10	14	8	28
3.21	3.04	3.39	3.01	2.77

## INTERESSE VERSO ALTRE RICETTE A BASE DI RISO NEI SEGMENTI SOCIODEMOGRAFICI - AREE GEOGRAFICHE ED ETÀ -

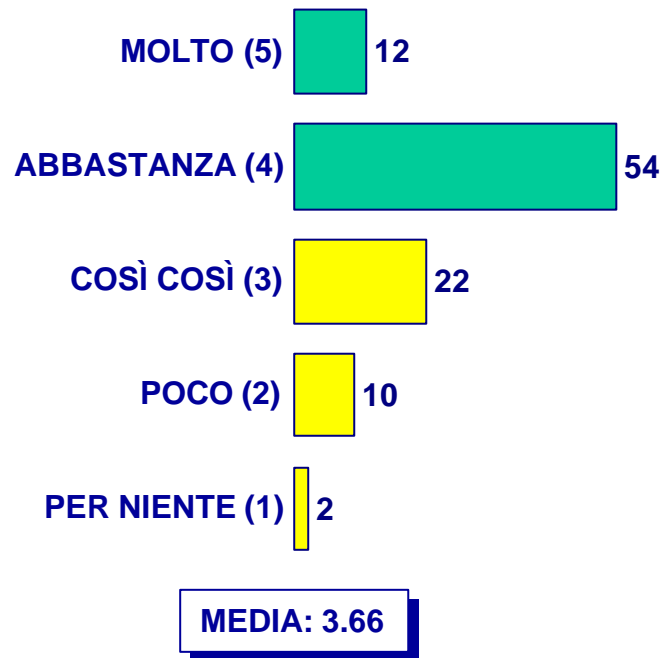
*“In generale, lei è interessata ad altre ricette a base di riso e ad altri modi di cucinare il riso? Quanto?”*  
(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

	TOTALE	AREE GEOGRAFICHE				ETÀ			
		NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD + ISOLE	FINO 34 ANNI	35/44 ANNI	45/54 ANNI	55/64 ANNI
MOLTO (5)	9	8	6	13	9	11	10	7	6
ABBASTANZA (4)	34	40	37	20	35	38	36	41	22
COSÌ COSÌ (3)	19	19	14	28	18	15	27	19	16
POCO (2)	25	22	28	23	28	22	19	24	37
PER NIENTE (1)	13	11	16	16	10	14	8	9	20
<b>MEDIA</b>	<b>3.01</b>	<b>3.12</b>	<b>2.88</b>	<b>2.90</b>	<b>3.06</b>	<b>3.11</b>	<b>3.22</b>	<b>3.14</b>	<b>2.56</b>

# PROPENSIONE A CAMBIARE VARIETÀ DI RISO CONOSCENDO ALTRI PIATTI/MODI DI CUCINARLO

*“E sapendo cucinare altre ricette o conoscendo altri modi di preparare il riso,  
lei sarebbe propensa a cambiare varietà di riso in base al piatto che cucina? Quanto?”*

(Base: consumatrici molto/abbastanza/così così interessate a cucinare altre ricette a base di riso, n=249)

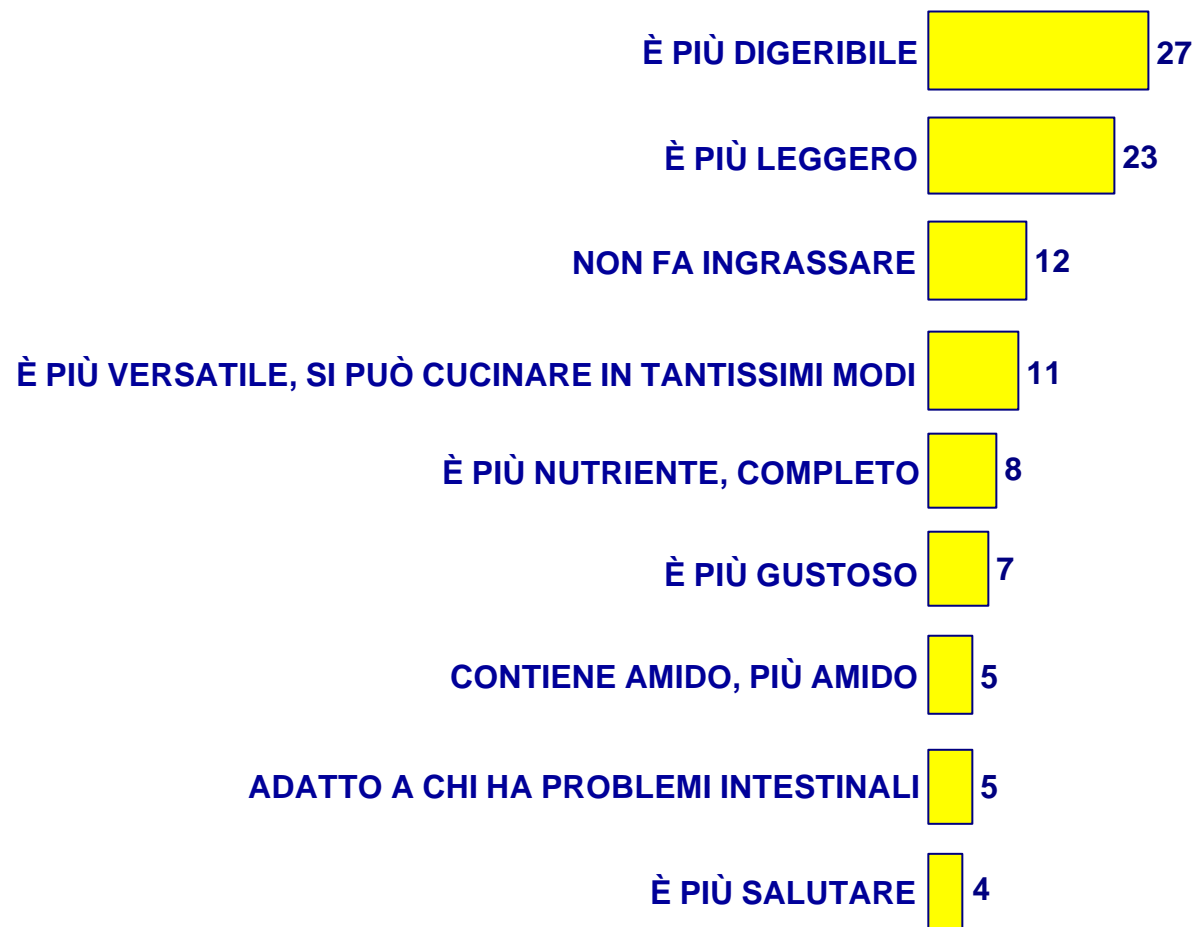


PROPENSIONE A CAMBIARE VARIETÀ DI RISO				
ATTENTO N=76	FUNZIONALE N=36	EMULATIVO N=54	CONSERVATORE N=137	EQUILIBRATO N=43
18	7	17	11	16
50	50	59	54	67
19	35	10	23	8
9	5	14	9	10
5	2	-	1	-
3.67	3.55	3.78	3.66	3.88

# PRINCIPALI ASPETTI POSITIVI DEL RISO RISPETTO ALLA PASTA - RISPOSTE SPONTANEE -

*“Ed in generale quali sono gli aspetti positivi o i vantaggi rispetto alla pasta?”*

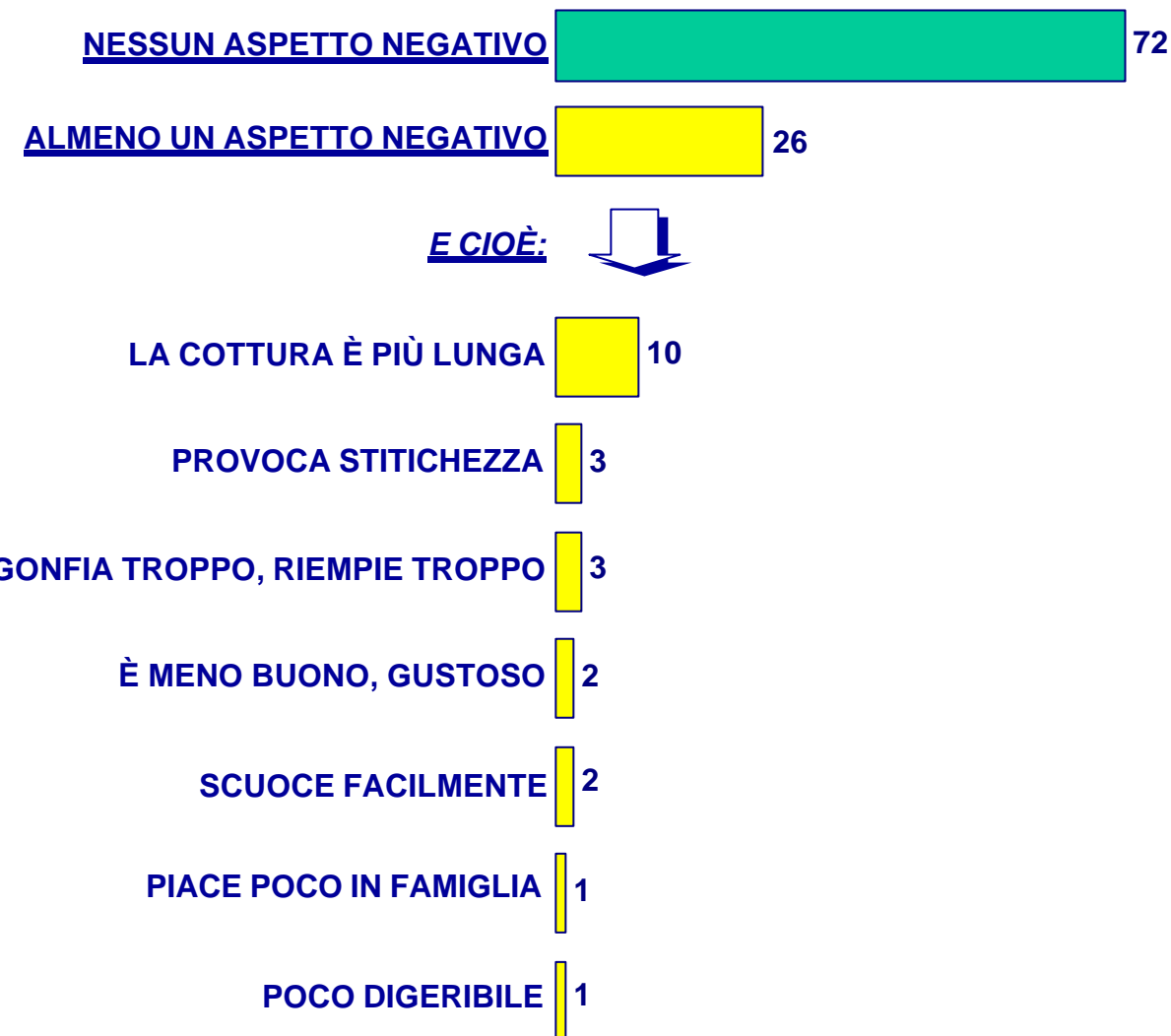
(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



# PRINCIPALI ASPETTI NEGATIVI DEL RISO RISPETTO ALLA PASTA - RISPOSTE SPONTANEE -

*“E quali sono, invece, gli aspetti negativi del riso rispetto alla pasta?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)





# GIUDIZI SUL RISO E SULLA PASTA

(BASE: TOTALE CAMPIONE)

- MOLTO D'ACCORDO -



VALORI MEDI (Scala 1:5; 5=molto)	
RISO	PASTA
4.5	3.9
4.5	4.2
4.4	4.5
4.4	3.8
4.2	4.6
4.2	4.5
4.3	4.2
4.3	4.5
4.0	4.5
4.1	4.6
3.9	2.9
3.9	4.2
3.5	2.9
3.2	3.1
3.6	4.5
3.5	4.1
2.7	2.2
2.2	2.0
2.8	2.5
2.3	2.0

# GIUDIZI SUL RISO

## - ANALISI NELLE AREE GEOGRAFICHE -

(BASE: TOTALE CAMPIONE)

- MOLTO D'ACCORDO -

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

È LEGGERA/O, DIGERIBILE

È SANA/O, NATURALE

SI POSSONO FARE TANTISSIMI PIATTI DIVERSI

È ADATTA/O A CHI SEGUE UN'ALIMENTAZIONE EQUILIBRATA, CONTROLLATA

PIACE A TUTTI IN FAMIGLIA

ESISTONO MOLTI TIPI, QUALITÀ

È COMPLETA/O, NUTRIENTE

È ADATTA/O PER RICETTE GUSTOSE, RICCHE DI SAPORE

È ADATTA/O DA FARE QUANDO CI SONO OSPITI

È FACILE DA PREPARARE

NON FA INGRASSARE

SONO ESPERTA NELLA SUA PREPARAZIONE

È IMPEGNATIVA/O PERCHÈ BISOGNA CURARE LA COTTURA

È IMPORTANTE TROVARE SULLE CONFEZIONI SUGGERIMENTI SUL MODO DI CUCINARLA/O

È VELOCE DA PREPARARE

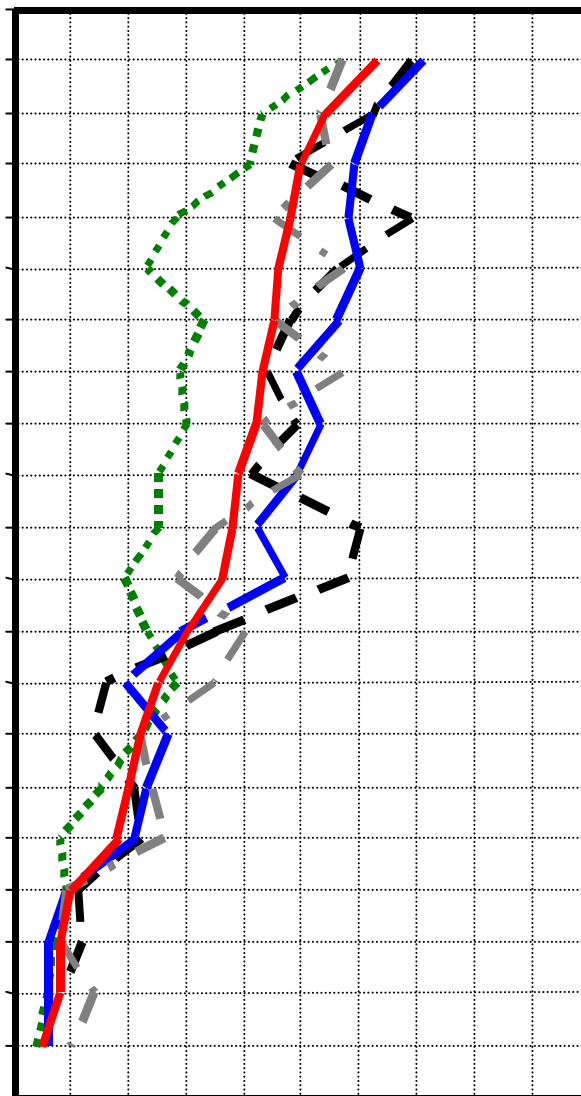
È UN ALIMENTO MOLTO ECONOMICO

NON SI È MAI SICURI SUL TIPO GIUSTO DA COMPRARE PER LE VARIE PREPARAZIONI

MI PIACE SPERIMENTARE RICETTE STRANIERE A BASE DI QUESTO PRODOTTO

È DIFFICILE OTTENERE LA GIUSTA COTTURA

NON SI È SICURI DEL RISULTATO FINALE



— TOTALE RISO

— NORD OVEST

- - NORD EST

- - CENTRO

... SUD + ISOLE

# GIUDIZI SUL RISO

## - ANALISI NELLE FASCE DI ETA' -

(BASE: TOTALE CAMPIONE)

- MOLTO D'ACCORDO -

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

È LEGGERA/O, DIGERIBILE

È SANA/O, NATURALE

SI POSSONO FARE TANTISSIMI PIATTI DIVERSI

È ADATTA/O A CHI SEGUE UN'ALIMENTAZIONE EQUILIBRATA, CONTROLLATA

PIACE A TUTTI IN FAMIGLIA

ESISTONO MOLTI TIPI, QUALITÀ

È COMPLETA/O, NUTRIENTE

È ADATTA/O PER RICETTE GUSTOSE, RICCHE DI SAPORE

È ADATTA/O DA FARE QUANDO CI SONO OSPITI

È FACILE DA PREPARARE

NON FA INGRASSARE

SONO ESPERTA NELLA SUA PREPARAZIONE

È IMPEGNATIVA/O PERCHÈ BISOGNA CURARE LA COTTURA

È IMPORTANTE TROVARE SULLE CONFEZIONI SUGGERIMENTI SUL MODO DI CUCINARLA/O

È VELOCE DA PREPARARE

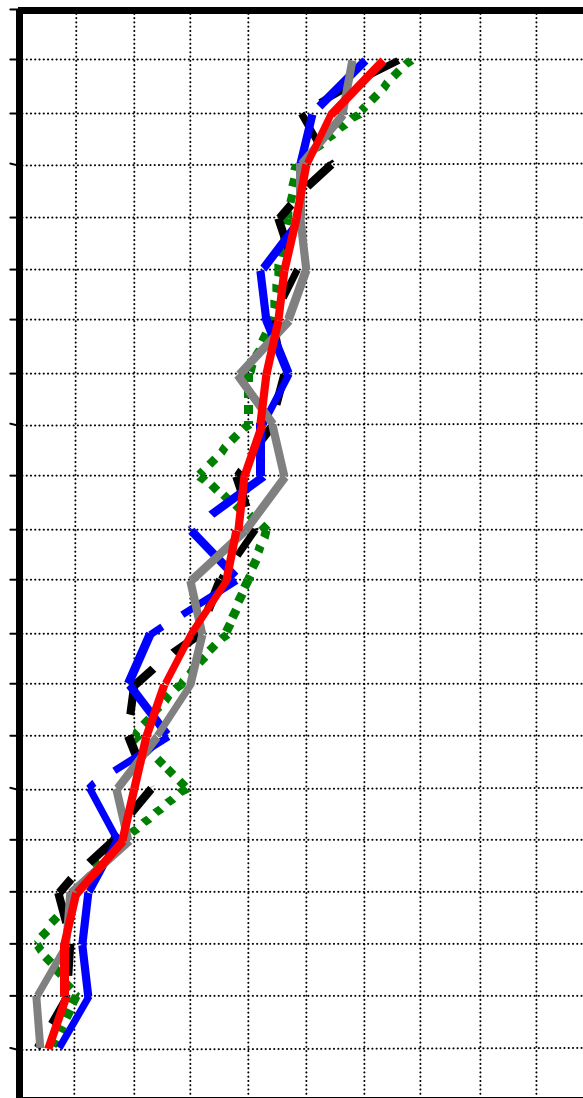
È UN ALIMENTO MOLTO ECONOMICO

NON SI È MAI SICURI SUL TIPO GIUSTO DA COMPRARE PER LE VARIE PREPARAZIONI

MI PIACE SPERIMENTARE RICETTE STRANIERE A BASE DI QUESTO PRODOTTO

È DIFFICILE OTTENERE LA GIUSTA COTTURA

NON SI È SICURI DEL RISULTATO FINALE



— TOTALE RISO

— FINO 34 ANNI

- - 35/44 ANNI

- - 45/54 ANNI

... 55/64 ANNI

# GIUDIZI SUL RISO

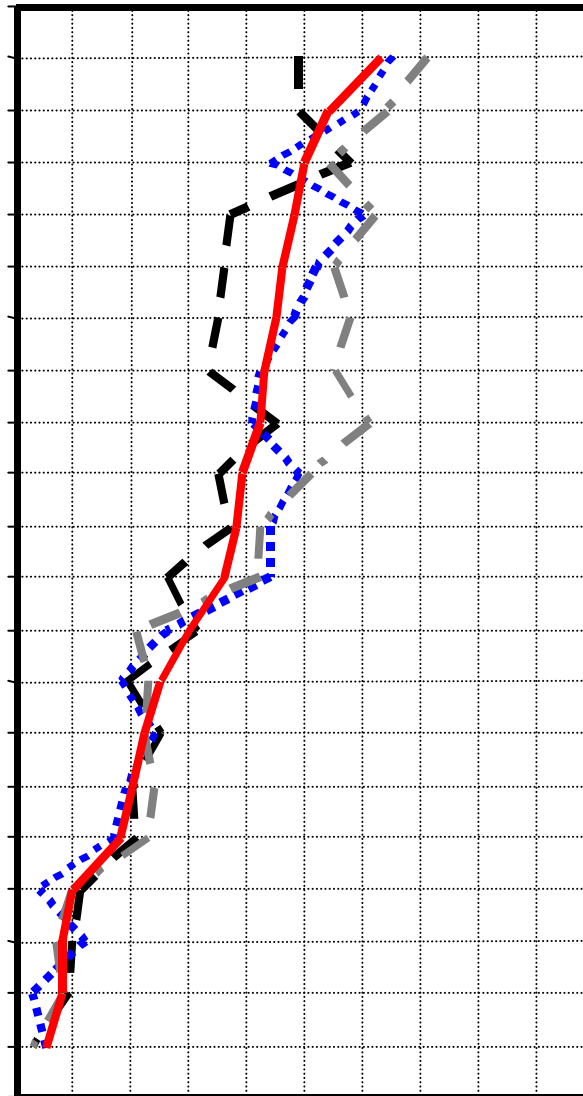
## - ANALISI NEGLI STILI ALIMENTARI ATTENTO, FUNZIONALE ED EMULATIVO -

(BASE: TOTALE CAMPIONE)

- MOLTO D'ACCORDO -

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

È LEGGERA/O, DIGERIBILE  
 È SANA/O, NATURALE  
 SI POSSONO FARE TANTISSIMI PIATTI DIVERSI  
 È ADATTA/O A CHI SEGUE UN'ALIMENTAZIONE  
 EQUILIBRATA, CONTROLLATA  
 PIACE A TUTTI IN FAMIGLIA  
 ESISTONO MOLTI TIPI, QUALITÀ  
 È COMPLETA/O, NUTRIENTE  
 È ADATTA/O PER RICETTE GUSTOSE, RICCHE DI SAPORE  
 È ADATTA/O DA FARE QUANDO CI SONO OSPITI  
 È FACILE DA PREPARARE  
 NON FA INGRASSARE  
 SONO ESPERTA NELLA SUA PREPARAZIONE  
 È IMPEGNATIVA/O PERCHÈ BISOGNA CURARE LA COTTURA  
 È IMPORTANTE TROVARE SULLE CONFEZIONI  
 SUGGERIMENTI SUL MODO DI CUCINARLA/O  
 È VELOCE DA PREPARARE  
 È UN ALIMENTO MOLTO ECONOMICO  
 NON SI È MAI SICURI SUL TIPO GIUSTO DA  
 COMPRARE PER LE VARIE PREPARAZIONI  
 MI PIACE SPERIMENTARE RICETTE STRANIERE  
 A BASE DI QUESTO PRODOTTO  
 È DIFFICILE OTTENERE LA GIUSTA COTTURA  
 NON SI È SICURI DEL RISULTATO FINALE



— TOTALE RISO  
 ..... ATTENTO  
 - · - FUNZIONALE  
 - - - EMULATIVO

(SEGUE)

# GIUDIZI SUL RISO

## - ANALISI NEGLI STILI ALIMENTARI CONSERVATORE ED EQUILIBRATO -

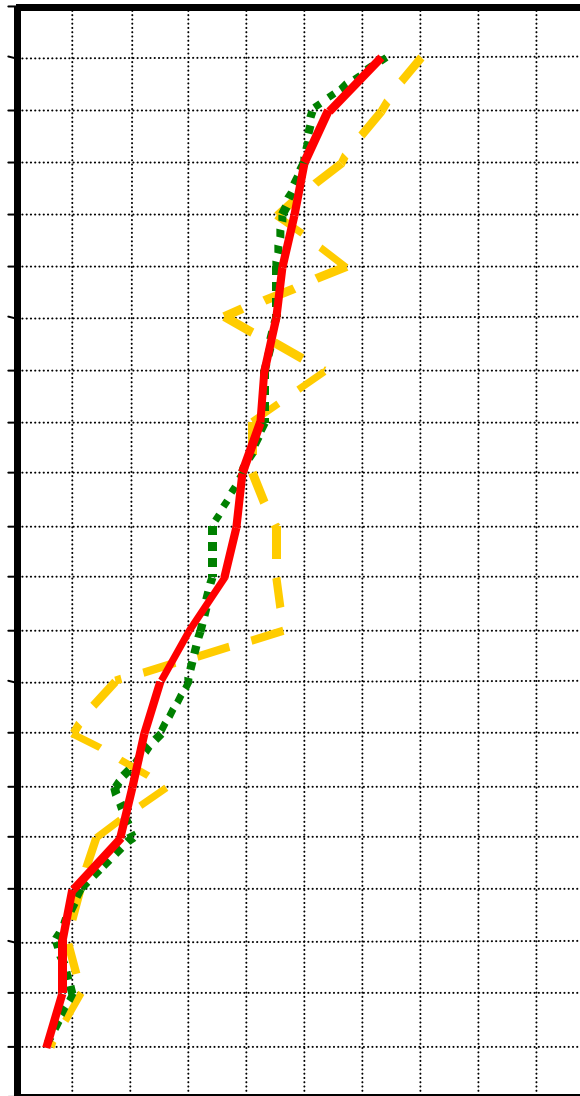
(BASE: TOTALE CAMPIONE)

- MOLTO D'ACCORDO -

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

È LEGGERA/O, DIGERIBILE  
È SANA/O, NATURALE  
SI POSSONO FARE TANTISSIMI PIATTI DIVERSI  
È ADATTA/O A CHI SEGUE UN'ALIMENTAZIONE  
EQUILIBRATA, CONTROLLATA  
PIACE A TUTTI IN FAMIGLIA  
ESISTONO MOLTI TIPI, QUALITÀ  
È COMPLETA/O, NUTRIENTE  
È ADATTA/O PER RICETTE GUSTOSE, RICCHE DI SAPORE  
È ADATTA/O DA FARE QUANDO CI SONO OSPITI  
È FACILE DA PREPARARE  
NON FA INGRASSARE  
SONO ESPERTA NELLA SUA PREPARAZIONE  
È IMPEGNATIVA/O PERCHÈ BISOGNA CURARE LA COTTURA  
È IMPORTANTE TROVARE SULLE CONFEZIONI  
SUGGERIMENTI SUL MODO DI CUCINARLA/O  
È VELOCE DA PREPARARE  
È UN ALIMENTO MOLTO ECONOMICO  
NON SI È MAI SICURI SUL TIPO GIUSTO DA  
COMPRARE PER LE VARIE PREPARAZIONI  
MI PIACE SPERIMENTARE RICETTE STRANIERE  
A BASE DI QUESTO PRODOTTO  
È DIFFICILE OTTENERE LA GIUSTA COTTURA  
NON SI È SICURI DEL RISULTATO FINALE

— TOTALE  
- - - CONSERVATORE  
- - - EQUILIBRATO



# GIUDIZI SUL RISO

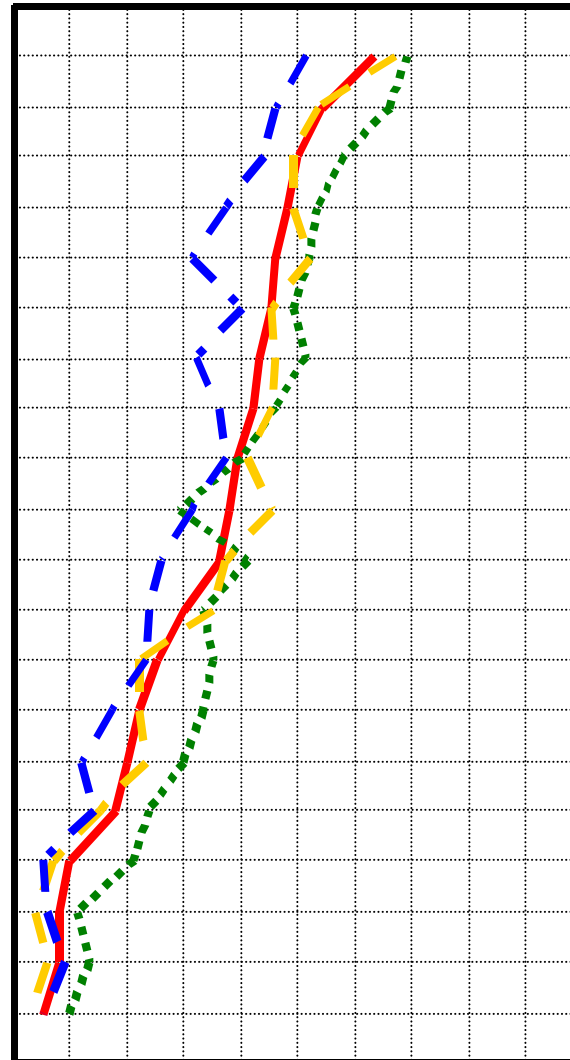
## - ANALISI PRESSO I FORTI, MEDI E DEBOLI CONSUMATORI -

(BASE: TOTALE CAMPIONE)

- MOLTO D'ACCORDO -

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

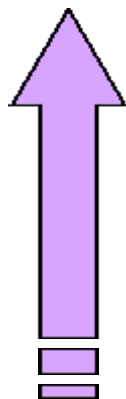
È LEGGERA/O, DIGERIBILE  
È SANA/O, NATURALE  
SI POSSONO FARE TANTISSIMI PIATTI DIVERSI  
È ADATTA/O A CHI SEGUE UN'ALIMENTAZIONE  
EQUILIBRATA, CONTROLLATA  
PIACE A TUTTI IN FAMIGLIA  
ESISTONO MOLTI TIPI, QUALITÀ  
È COMPLETA/O, NUTRIENTE  
È ADATTA/O PER RICETTE GUSTOSE, RICCHE DI SAPORE  
È ADATTA/O DA FARE QUANDO CI SONO OSPITI  
È FACILE DA PREPARARE  
NON FA INGRASSARE  
SONO ESPERTA NELLA SUA PREPARAZIONE  
È IMPEGNATIVA/O PERCHÈ BISOGNA CURARE LA COTTURA  
È IMPORTANTE TROVARE SULLE CONFEZIONI  
SUGGERIMENTI SUL MODO DI CUCINARLA/O  
È VELOCE DA PREPARARE  
È UN ALIMENTO MOLTO ECONOMICO  
NON SI È MAI SICURI SUL TIPO GIUSTO DA  
COMPRARE PER LE VARIE PREPARAZIONI  
MI PIACE SPERIMENTARE RICETTE STRANIERE  
A BASE DI QUESTO PRODOTTO  
È DIFFICILE OTTENERE LA GIUSTA COTTURA  
NON SI È SICURI DEL RISULTATO FINALE



— TOTALE  
- - - CONSUMO RISO 3 V. SETT.  
- - - 1/2 VOLTE SETTIMANA  
- . - MENO SPESSO

## IL TREND NELL'IMMAGINE DEL RISO (MOLTO D'ACCORDO)

(Fonte: indagine Eurisko 1997, base: r.a. consumatori di riso)



### GLI ORIENTAMENTI IN CRESCITA

	1997	2000	
• È LEGGERO, DIGERIBILE	57%	63%	+6
• È COMPLETO, NUTRIENTE	39%	43%	+4
• È ADATTO A RICETTE RICCHE DI SAPORE	35%	42%	+7
• È UN ALIMENTO MOLTO ECONOMICO	14%	18%	+4



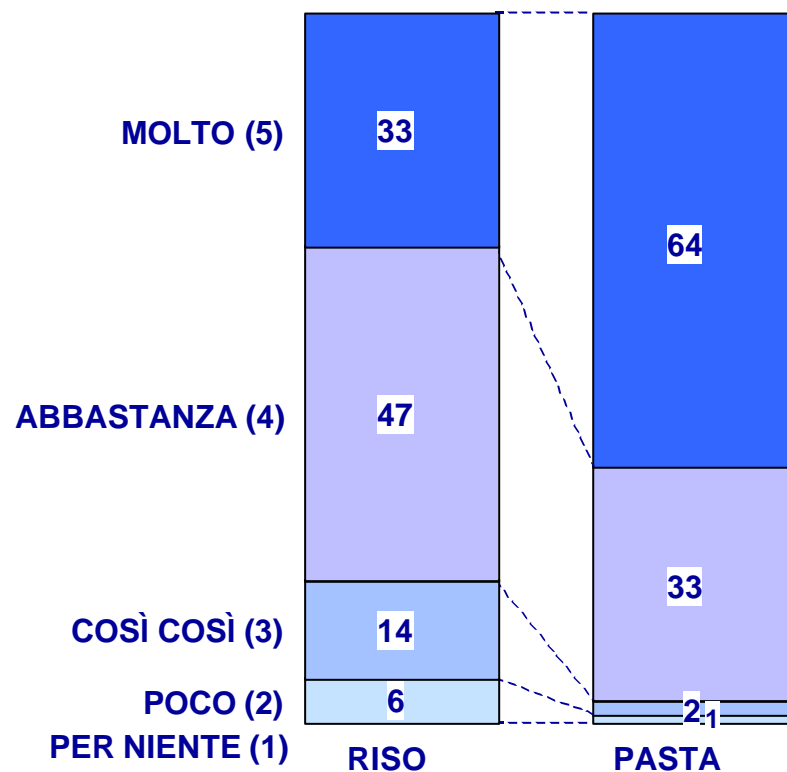
### GLI ORIENTAMENTI STABILI ED IN DECLINO

	1997	2000	
• È SANO, NATURALE	55%	53%	-2
• PIACE A TUTTI IN FAMIGLIA	50%	46%	-4
• SI POSSONO FARE TANTI PIATTI DIVERSI	49%	50%	+1

# PROPENSIONE D'ACQUISTO DEL RISO RISPETTO ALLA PASTA - RISPOSTE SPONTANEE -

*"Parlando di pasta e riso mi può dire quanto è propensa a comprare...?"*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



**MEDIA (1:5): 4.0      4.6**

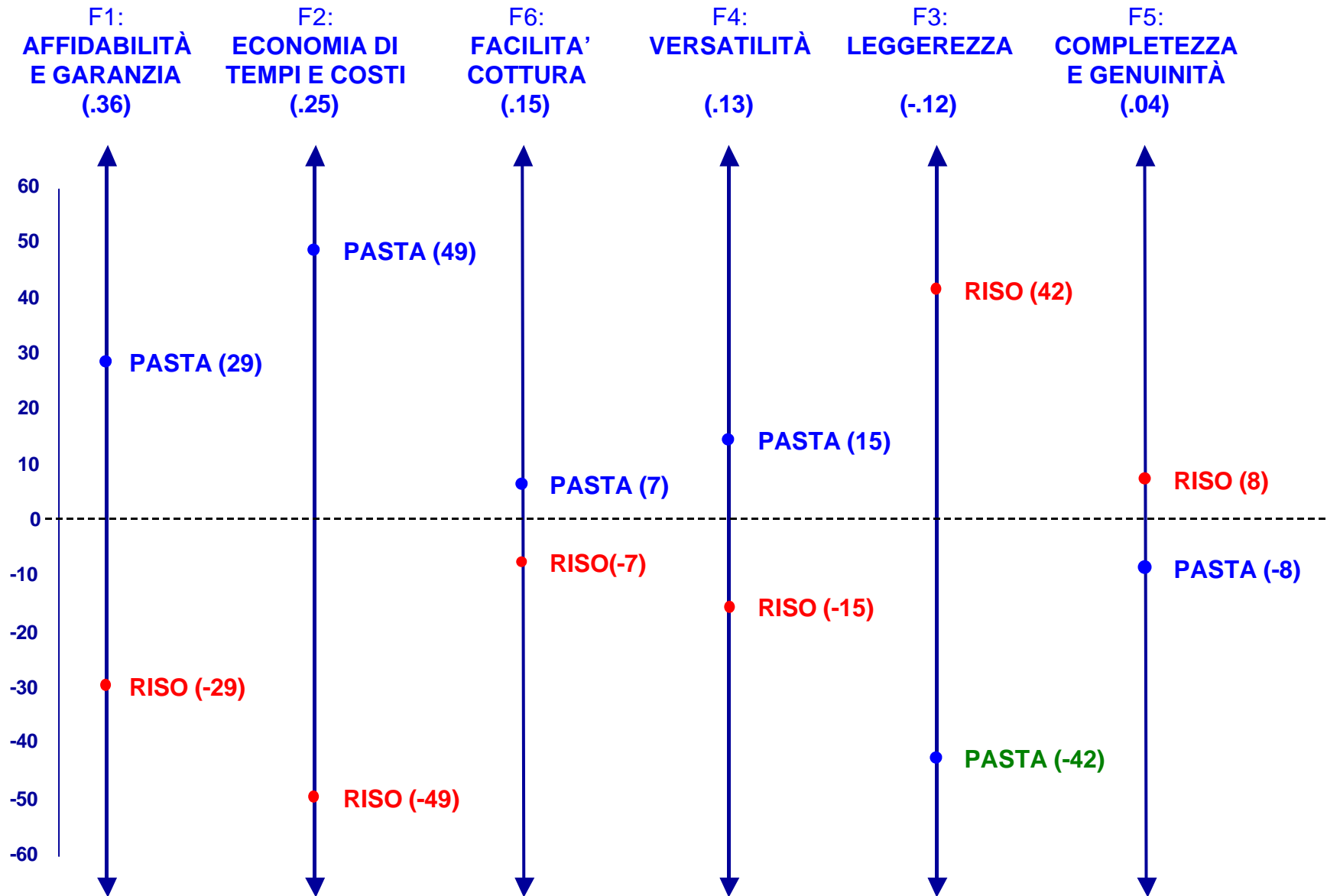
PROPENSIONE VS RISO				
ATTENTO N=76	FUNZIONALE N=36	EMULATIVO N=54	CONSERVATORE N=137	EQUILIBRATO N=43
31	23	34	33	45
50	49	38	51	37
13	21	12	11	13
7	4	15	4	3



**LA STRUTTURA ED IL PESO DEI FATTORI D'IMMAGINE  
NEL MERCATO DEI PRIMI PIATTI**

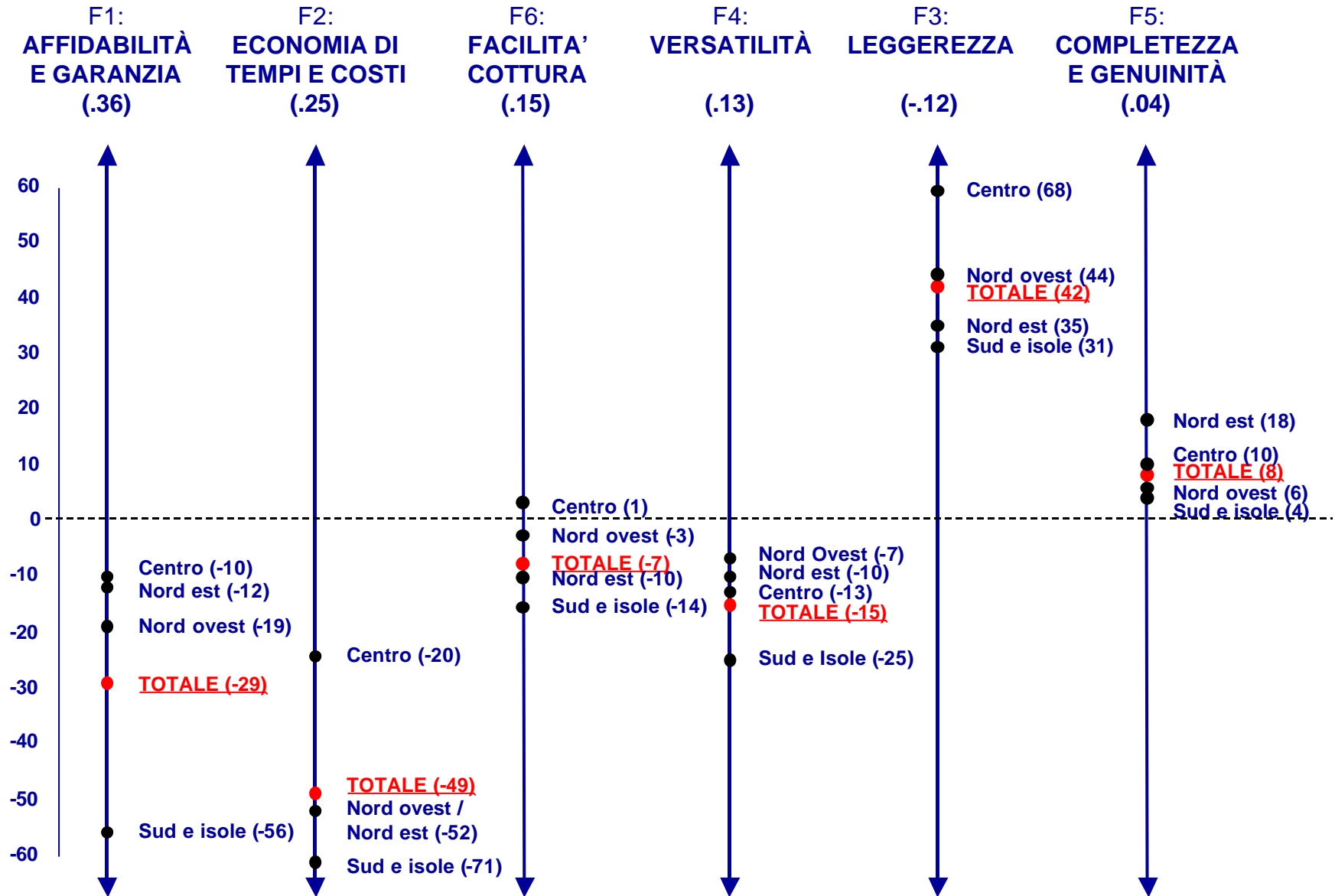
	r
<b>F1: AFFIDABILITÀ E GARANZIA NEL RISULTATO</b>	<b>.36</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• SONO ESPERTA NELLA PREPARAZIONE</li> <li>• PIACE A TUTTI IN FAMIGLIA</li> <li>• È ADATTO/A DA FARE QUANDO CI SONO OSPITI</li> <li>• È ADATTO/A PER RICETTE GUSTOSE</li> <li>• SI È SICURI DEL RISULTATO FINALE</li> <li>• SI È SICURI DEL TIPO DA COMPRARE</li> </ul>	
<b>F2: ECONOMIA DI TEMPI E DI COSTI</b>	<b>.25</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• È VELOCE DA PREPARARE</li> <li>• È UN ALIMENTO MOLTO ECONOMICO</li> <li>• È FACILE DA PREPARARE</li> <li>• NON È IMPEGNATIVO/A PERCHÉ BISOGNA SORVEGLIARE LA COTTURA</li> </ul>	
<b>F6: FACILITA' COTTURA</b>	<b>.15</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• È FACILE OTTENERE LA GIUSTA COTTURA</li> </ul>	
<b>F4: VERSATILITÀ</b>	<b>.13</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESISTONO MOLTI TIPI / QUALITÀ</li> <li>• SI POSSONO FARE PIATTI DIVERSI</li> </ul>	
<b>F3: LEGGEREZZA, DIETETICITÀ</b>	<b>-.12</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• NON FA INGRASSARE</li> <li>• È ADATTO/A AD UN' ALIMENTAZIONE EQUILIBRATA</li> <li>• È LEGGERO/A, DIGERIBILE</li> </ul>	
<b>F5: COMPLETEZZA E GENUINITÀ</b>	<b>.04</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• È COMPLETO/A, NUTRIENTE</li> <li>• È SANO/A, NATURALE</li> </ul>	

# L'IMMAGINE DEL RISO E DELLA PASTA SUI FATTORI D'IMMAGINE



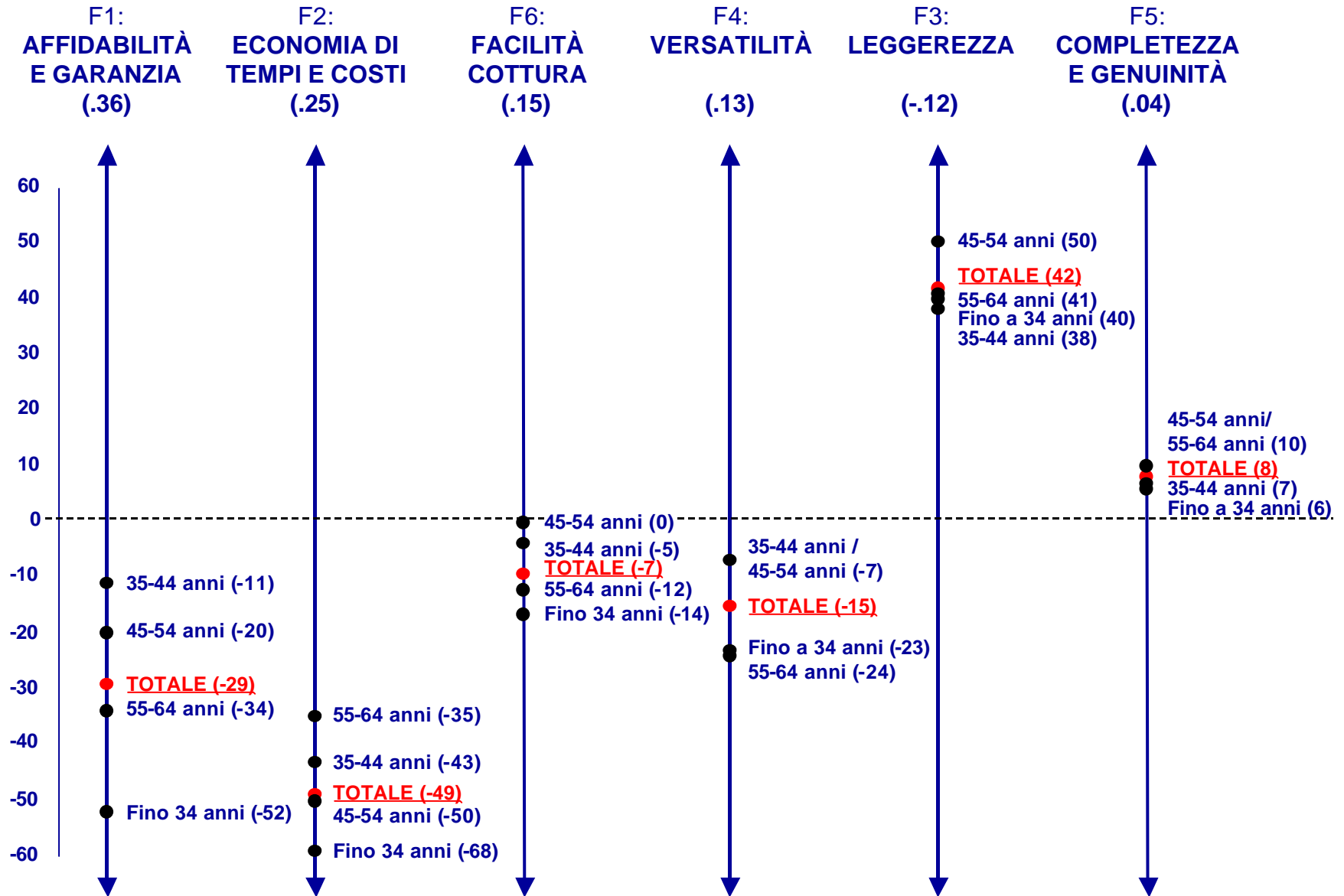
# L'IMMAGINE DEL RISO

## - ANALISI PER AREE GEOGRAFICHE -



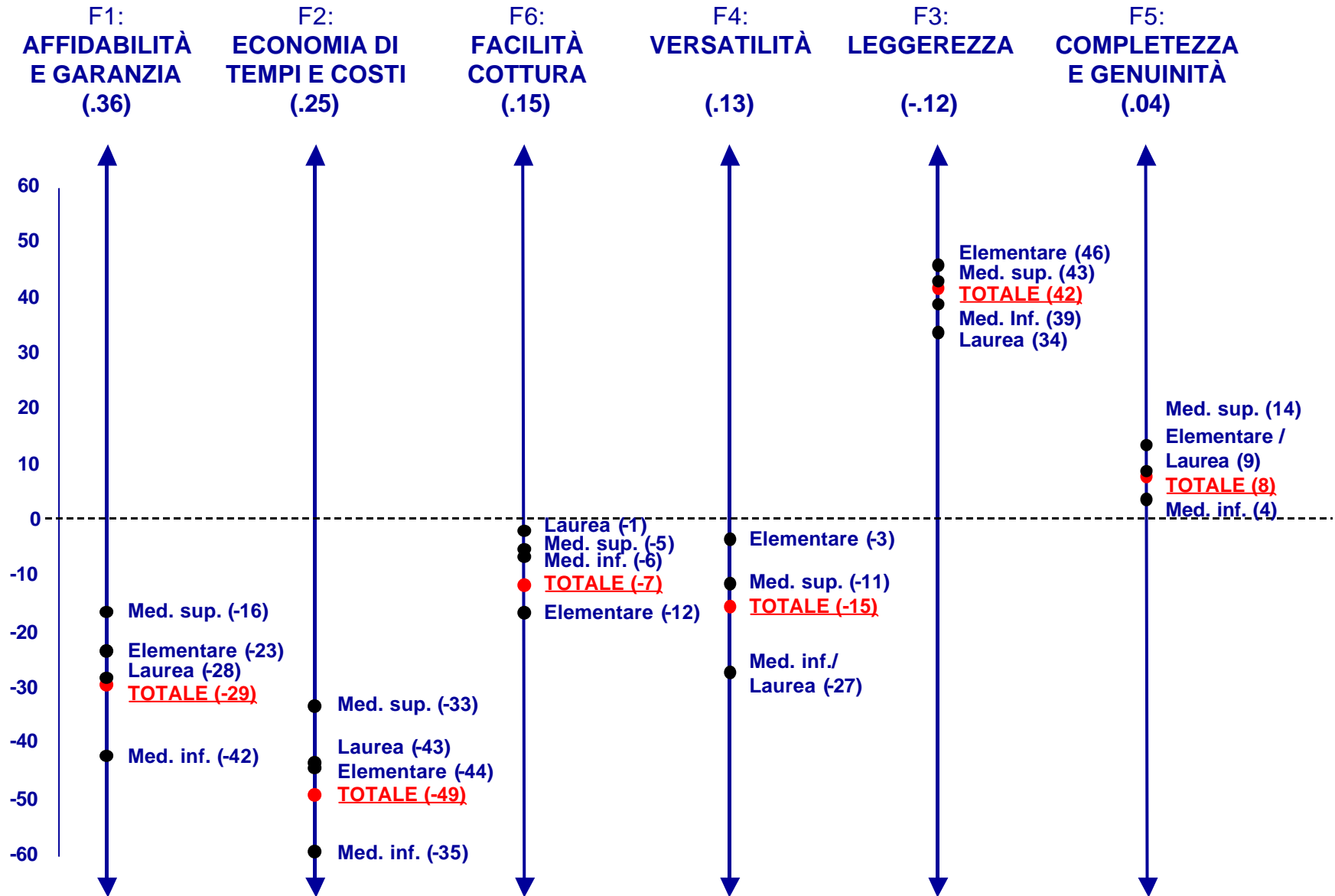
# L'IMMAGINE DEL RISO

## - ANALISI PER ETÀ -



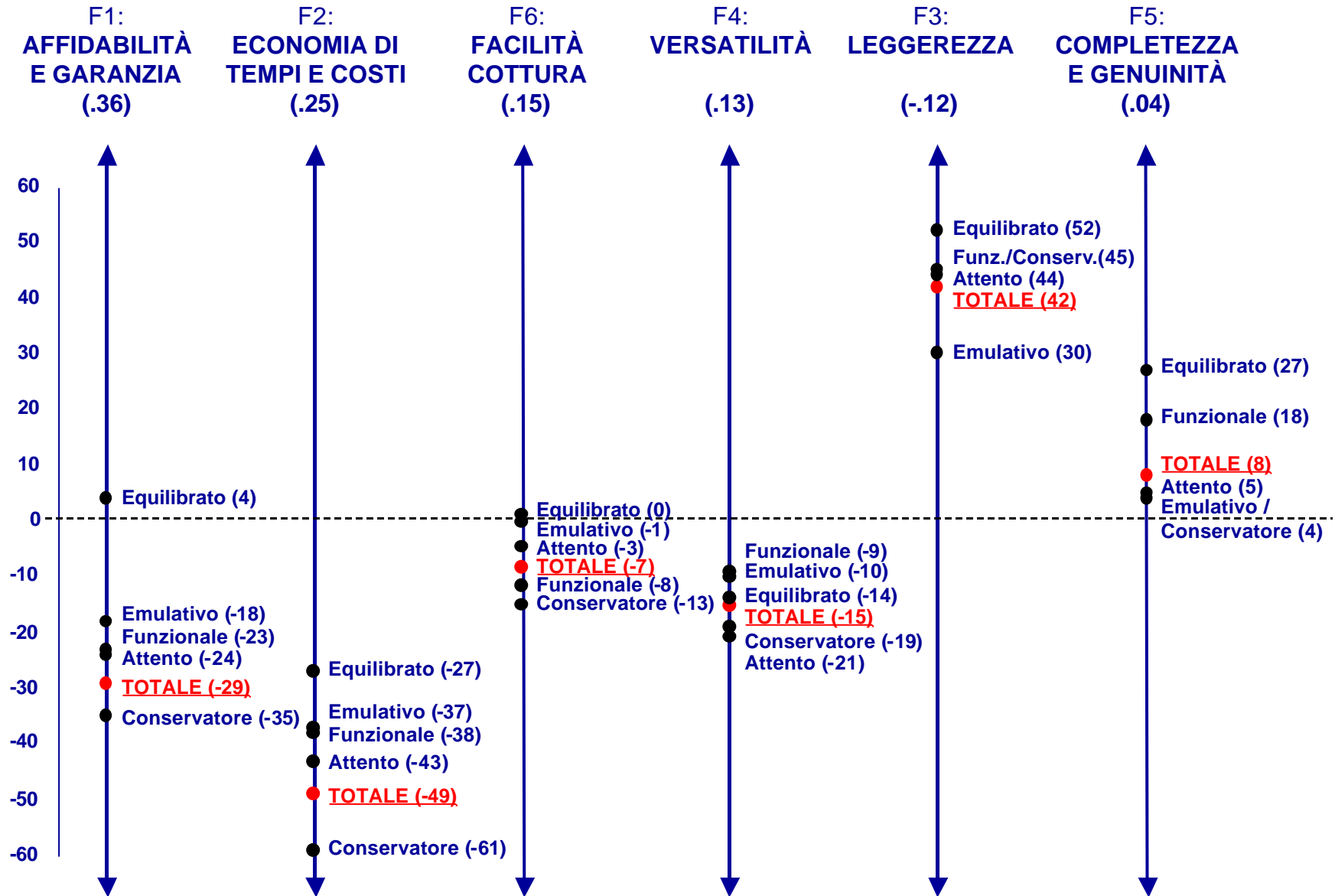
# L'IMMAGINE DEL RISO

## - ANALISI PER TITOLO DI STUDIO -



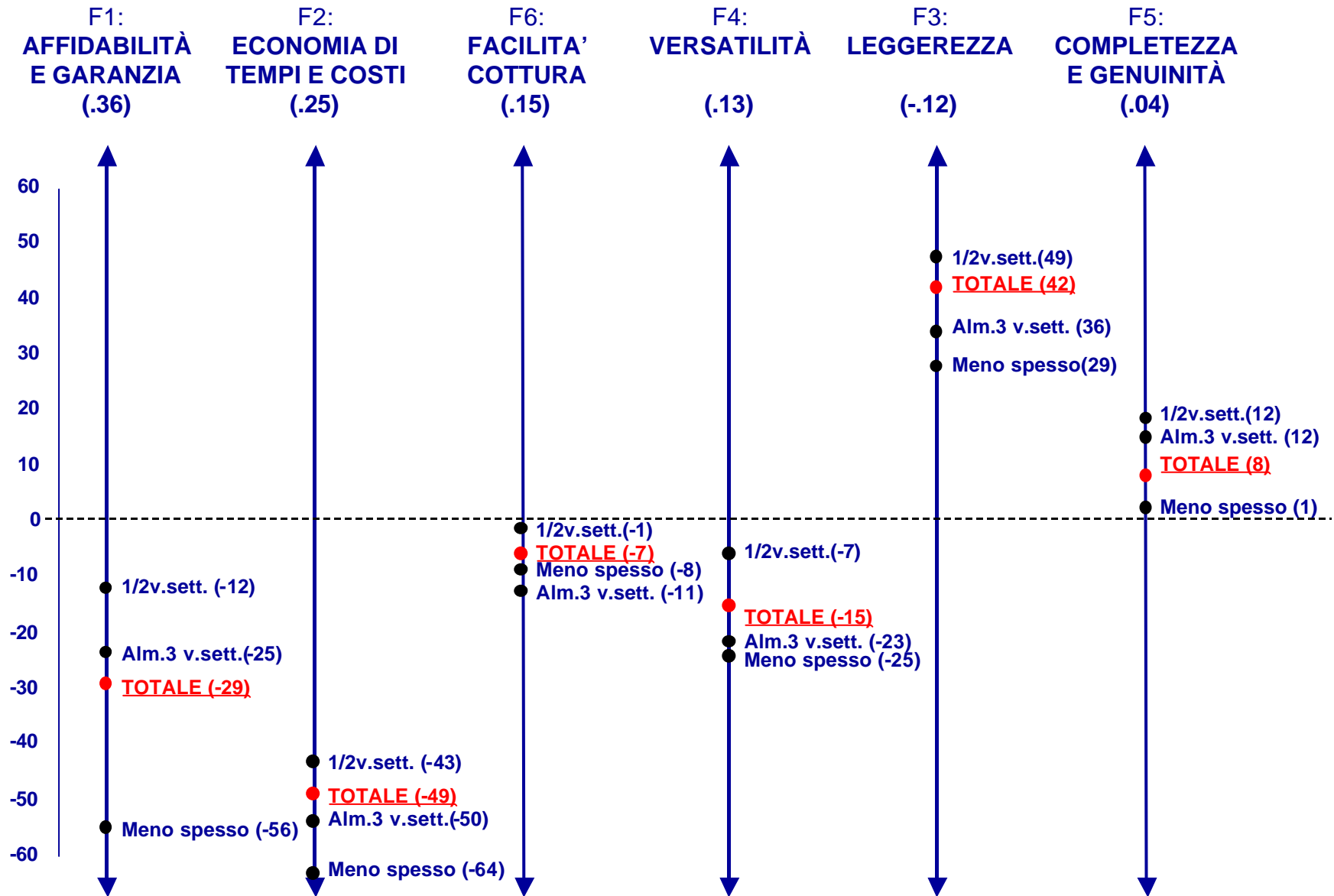
# L'IMMAGINE DEL RISO

## - ANALISI PER STILI ALIMENTARI -



# L'IMMAGINE DEL RISO

## - ANALISI PER FORTE, MEDIO E DEBOLE CONSUMATORE -



# GIUDIZI SUL RISO BIANCO E SUL RISO PARBOILED

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

- MOLTO D'ACCORDO -



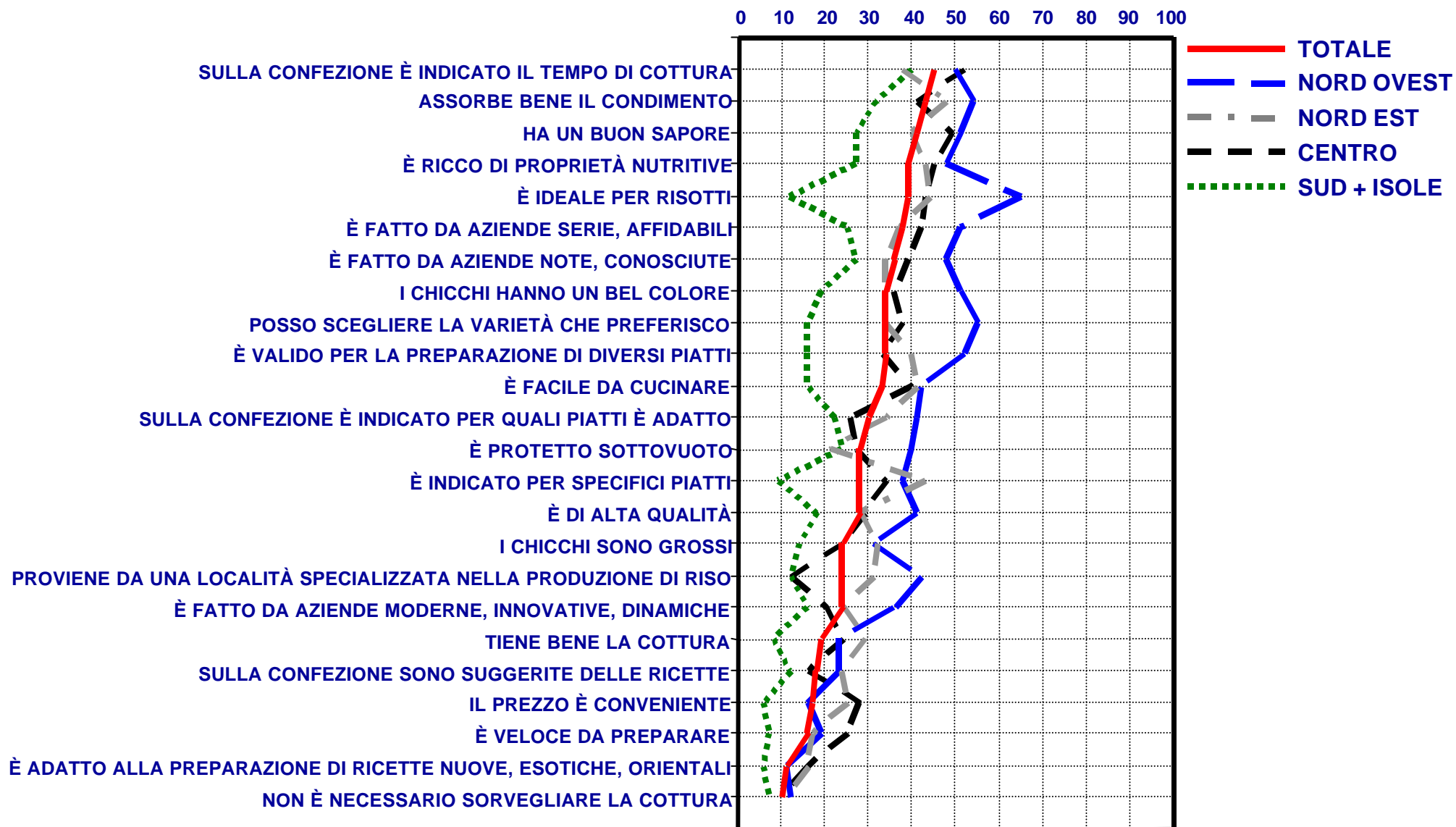
VALORI MEDI (Scala 1:5; 5=molto)	
RISO BIANCO	RISO PARBOILED
4.2	4.3
4.3	3.5
4.2	3.9
4.3	3.9
3.9	3.8
4.2	4.2
4.2	4.2
4.1	3.7
4.1	3.5
4.0	3.8
4.1	4.1
4.0	4.0
3.8	3.9
3.7	4.2
4.0	4.0
3.8	3.6
3.8	3.7
3.9	4.0
3.6	4.5
3.3	3.5
3.5	3.2
3.5	3.6
2.9	3.4
2.8	3.4



# GIUDIZI SUL RISO BIANCO NELLE AREE GEOGRAFICHE

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

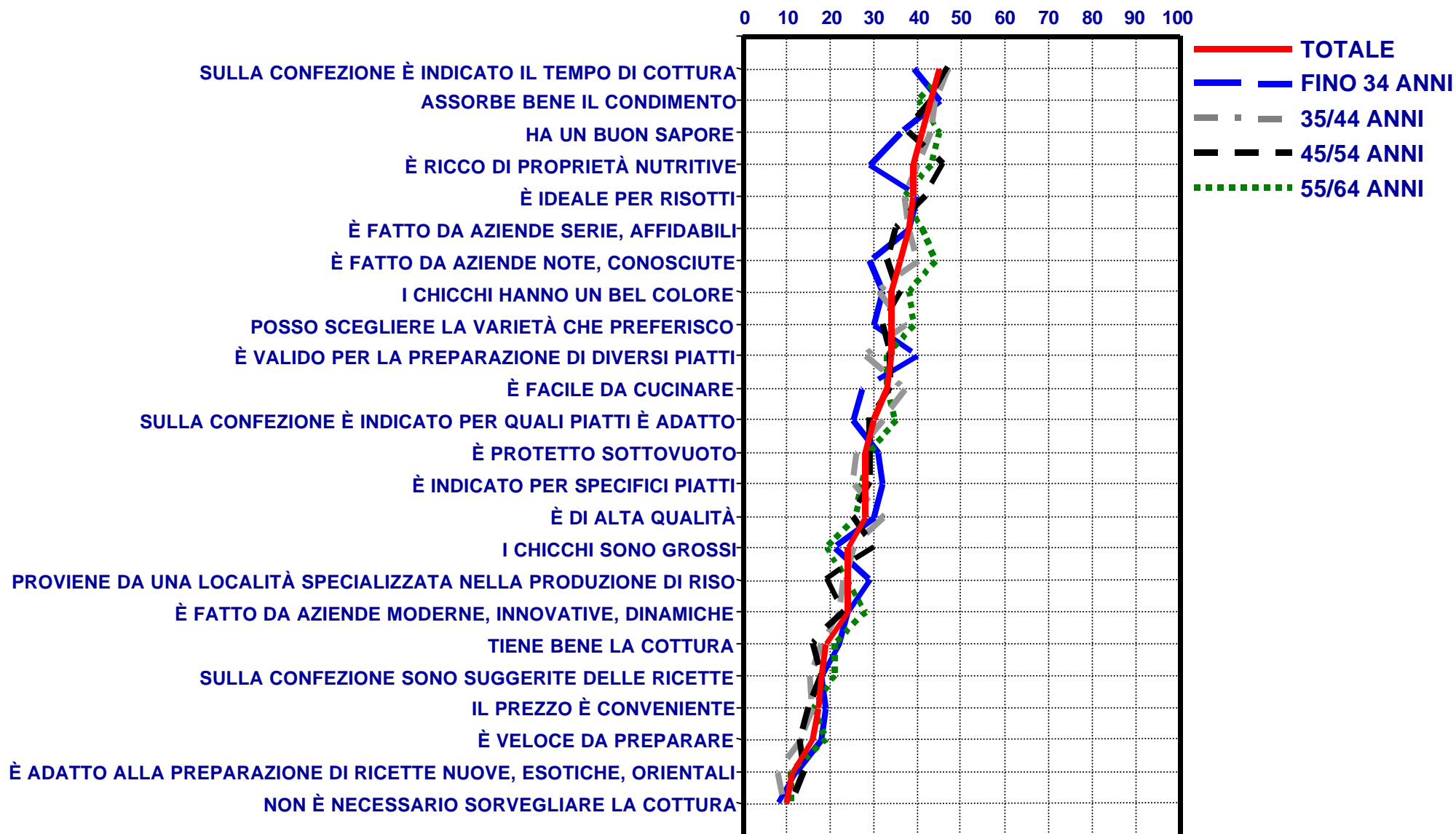
- MOLTO D'ACCORDO -



# GIUDIZI SUL RISO BIANCO NELLE FASCE DI ETÀ

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

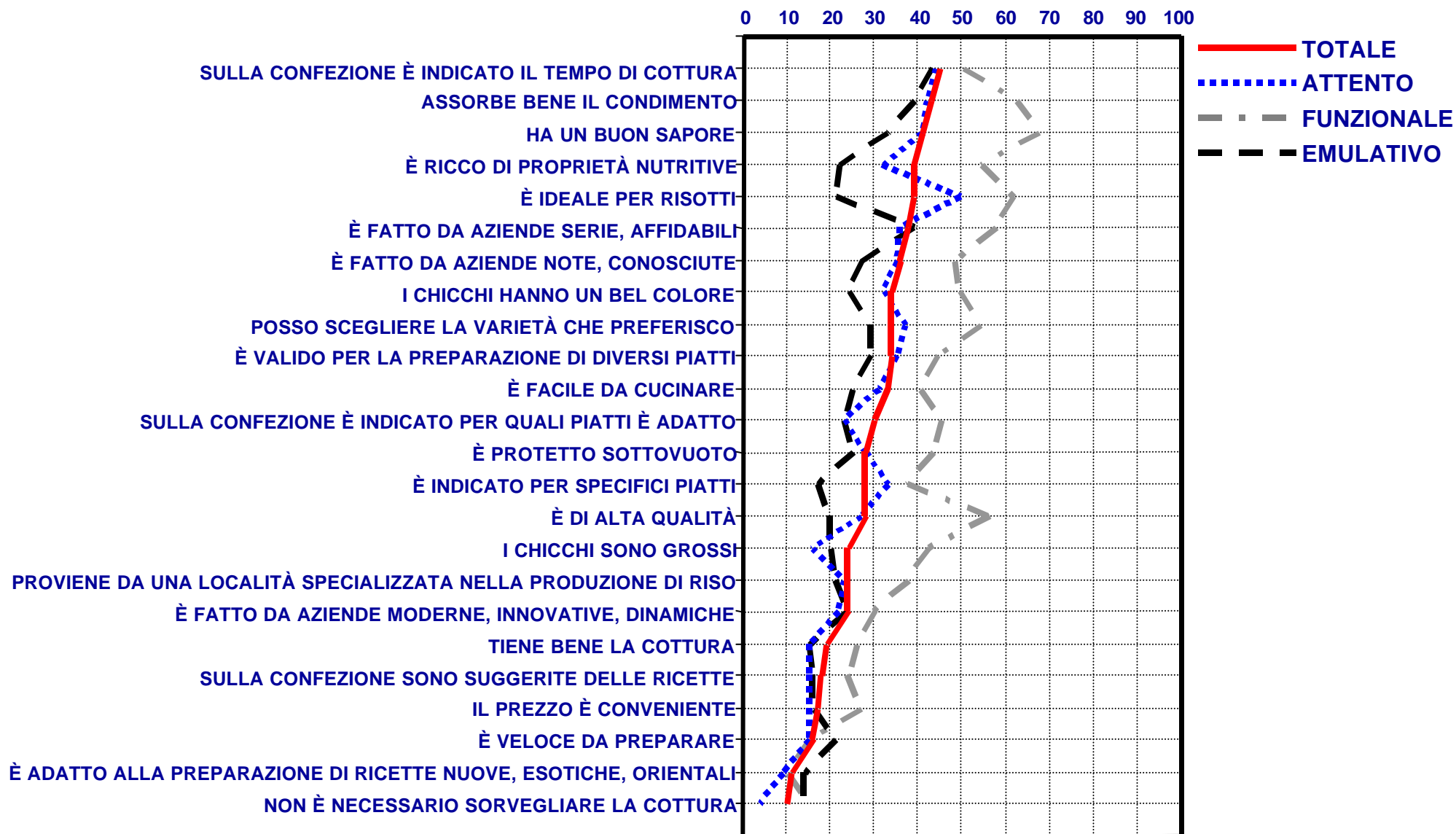
- MOLTO D'ACCORDO -



# GIUDIZI SUL RISO BIANCO NEGLI STILI ALIMENTARI

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

- MOLTO D'ACCORDO -

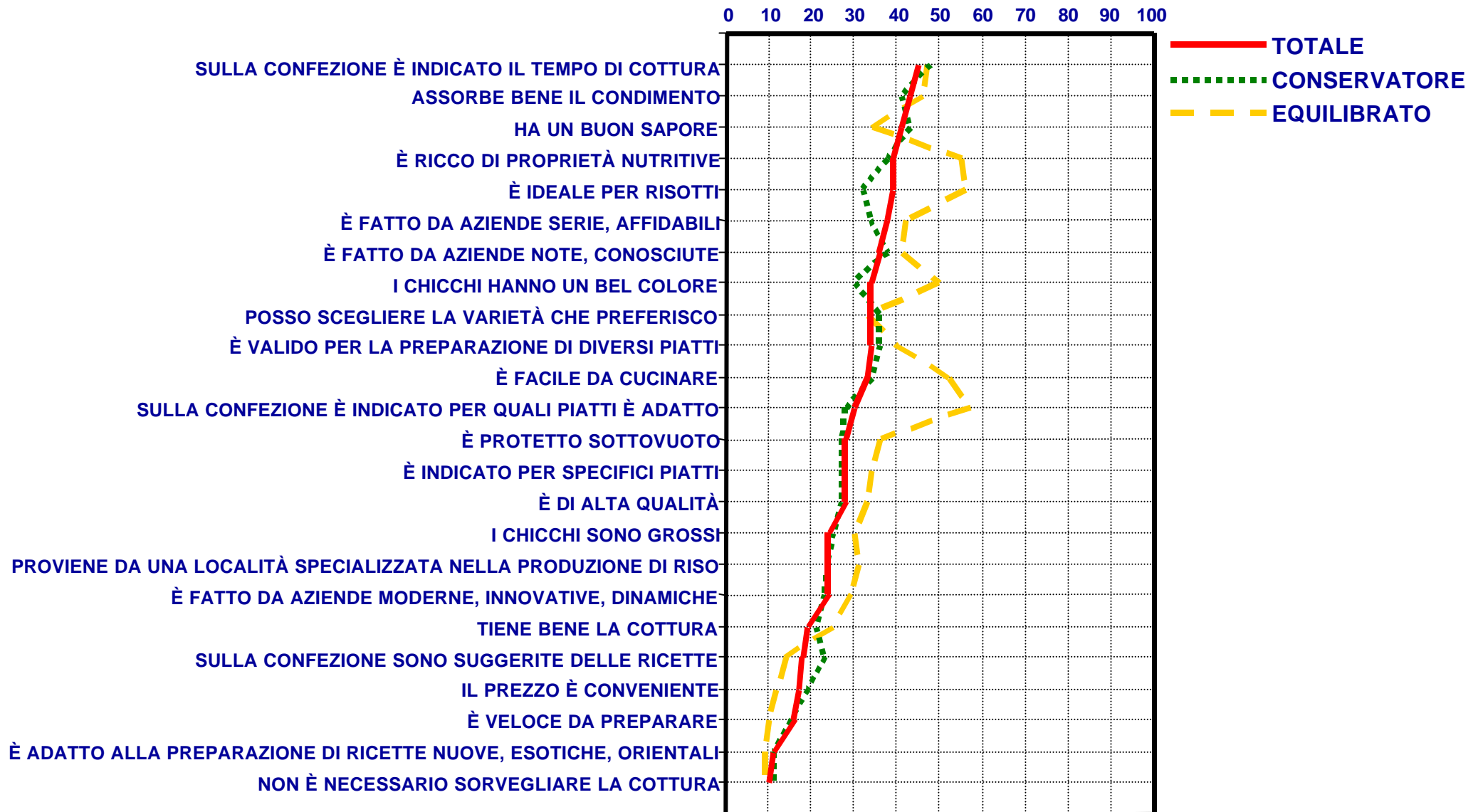


(SEGUE)

# GIUDIZI SUL RISO BIANCO NEGLI STILI ALIMENTARI

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

- MOLTO D'ACCORDO -

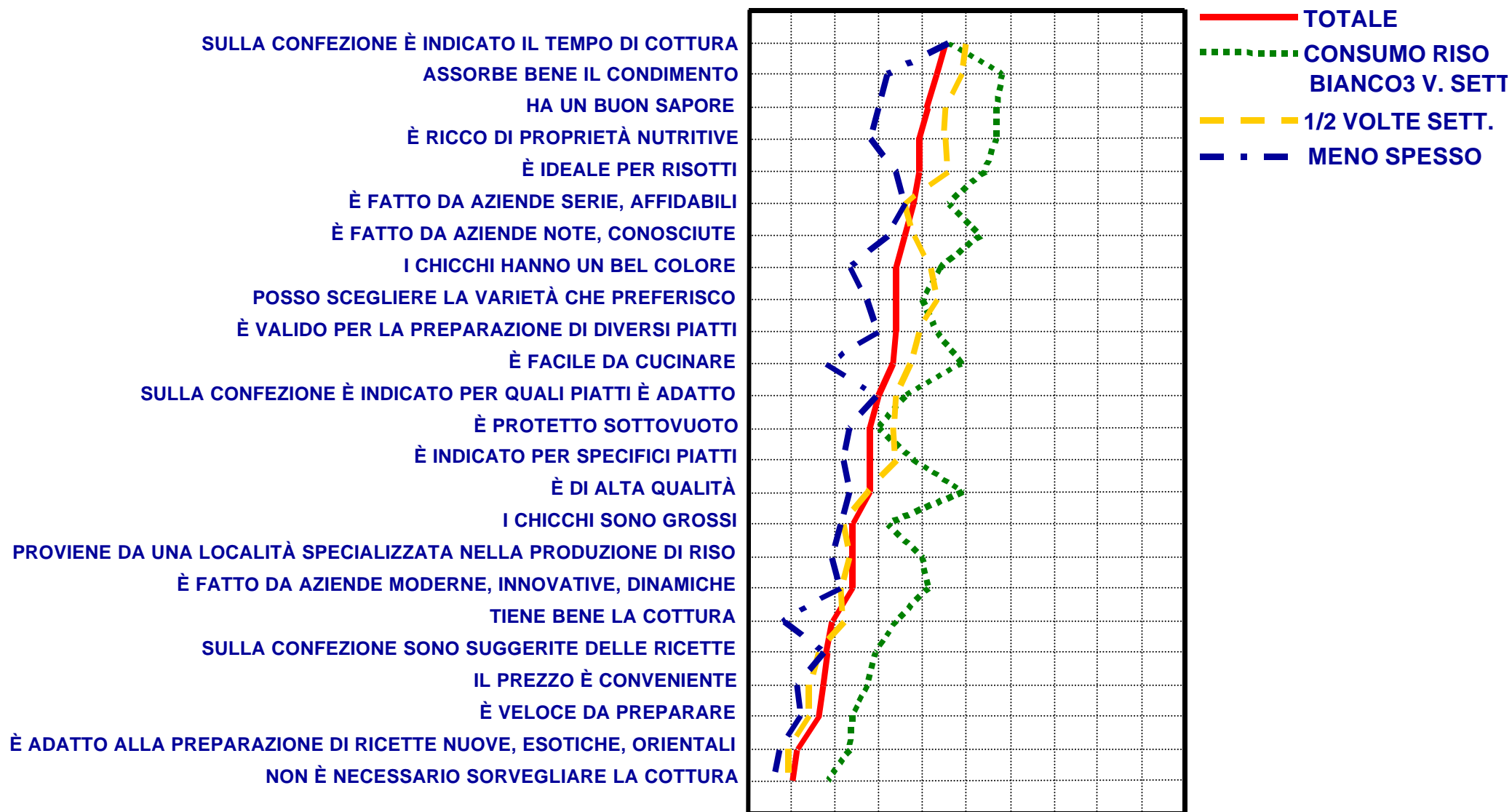


# GIUDIZI SUL RISO BIANCO PRESSO I FORTI, MEDI E DEBOLI CONSUMATORI

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

- MOLTO D'ACCORDO -

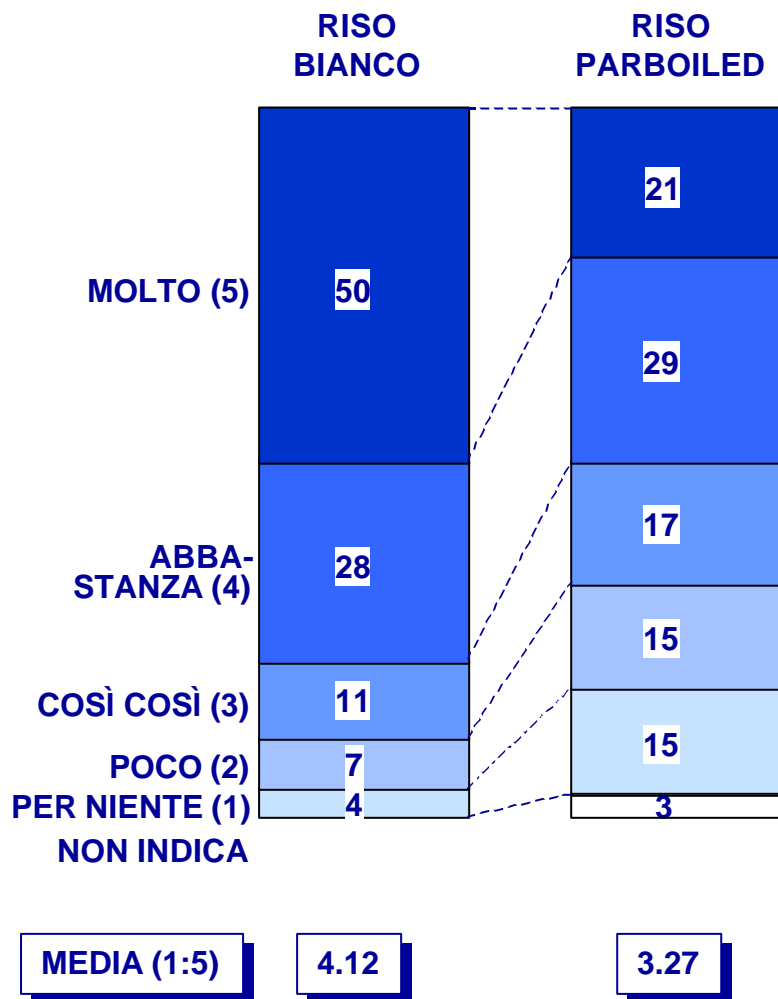
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100



# PROPENSIONE ALL'ACQUISTO DI RISO BIANCO/PARBOILED

*"Potendo scegliere tra riso normale e riso parboiled quanto è disposta a comprare...?"*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



	PROPENSIONE VS RISO									
	ATTENTO N=76		FUNZIONALE N=36		EMULATIVO N=54		CONSERVATORE N=137		EQUILIBRATO N=43	
	BIANCO	PARB.	BIANCO	PARB.	BIANCO	PARB.	BIANCO	PARB.	BIANCO	PARB.
MOLTO	44	22	49	19	31	43	51	15	74	19
ABBASTANZA	27	25	34	28	30	32	25	35	15	18
COSÌ COSÌ	10	14	8	13	25	13	11	24	6	15
POCO	11	15	1	9	9	10	9	14	1	14
PER NIENTE	7	16	8	20	5	2	4	12	4	26
NON INDICA	-	8	-	8	-	-	-	-	-	8
	<b>3.91</b>	<b>3.24</b>	<b>4.14</b>	<b>3.19</b>	<b>3.73</b>	<b>4.02</b>	<b>4.13</b>	<b>3.28</b>	<b>4.54</b>	<b>2.88</b>

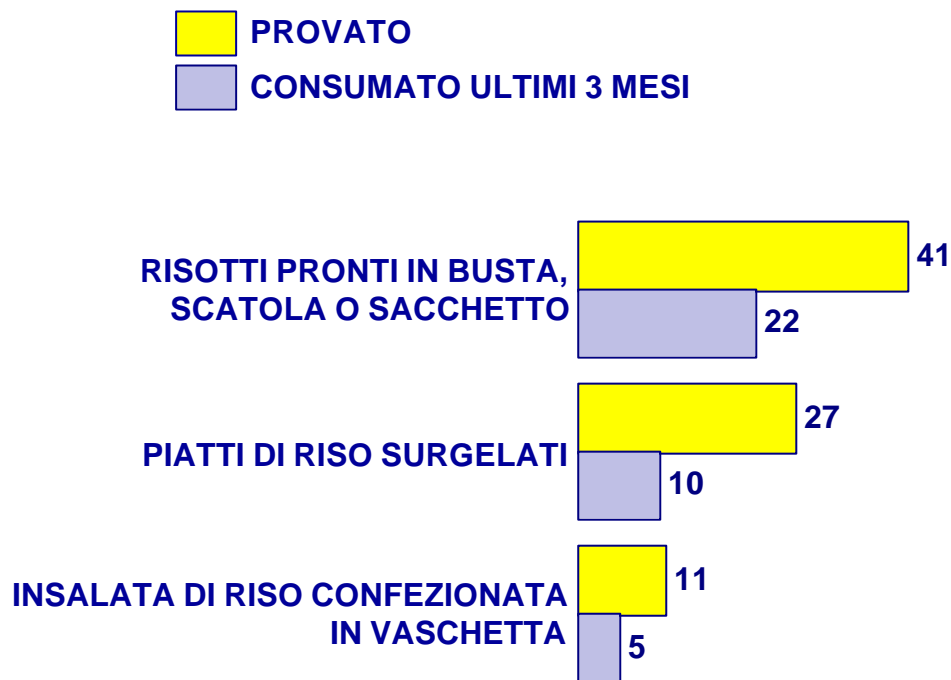
# LE LEVE DELL'IMMAGINE DEL RISO BIANCO:LE AREE DA PRESIDARE

<p><b>IMPORTANZA</b></p> <p><b>Molto importante</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- È DI ALTA QUALITÀ</li> <li>- HA UN BUON SAPORE</li> <li>- POSSO SCEGLIERE LA VARIETÀ PREFERITA</li> <li>- È VALIDO PER LA PREPARAZIONE DI MOLTI PIATTI</li> <li>- È IDEALE PER RISOTTI</li> </ul>	<p>RICCO DI PROPRIETÀ NUTRITIVE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- I CHICCHI HANNO UN BEL COLORE</li> <li>- ASSORBE BENE IL CONDIMENTO</li> </ul>	
<p><b>Media importanza</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TIENE BENE LA COTTURA</li> <li>- È VELOCE DA PREPARARE</li> <li>- HA UN PREZZO CONVENIENTE</li> </ul>	<p>I CHICCHI SON GROSSI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- È INDICATO PER QUALI PIATTI E' ADATTO</li> <li>- È FACILE DA CUCINARE</li> <li>- È FATTO DA AZIENDE NOTE</li> <li>- È FATTO DA AZIENDE MODERNE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- È FATTO DA AZIENDE SERIE</li> </ul>	
<p><b>Importanza marginale</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SONO SUGGERITE DELLE RICETTE</li> <li>- È ADATTO A RICETTE NUOVE, ESOTICHE</li> <li>- NON È NECESSARIO SORVEGLIARE LA COTTURA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PROVIENE DA LOCALITÀ SPECIALIZZATE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- È INDICATO IL TEMPO DI COTTURA</li> <li>- È PROTETTO SOTTOVUOTO</li> </ul>	
	<p><b>Sotto media</b></p>	<p><b>In media</b></p>	<p><b>Sopra media</b></p>	<p><b><u>VALUTAZIONE</u></b></p>

## PROVA E TRIAL DI PIATTI PRONTI A BASE DI RISO

*“La sua famiglia ha provato almeno una volta questi prodotti a base di riso? E li ha consumati negli ultimi 3 mesi?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



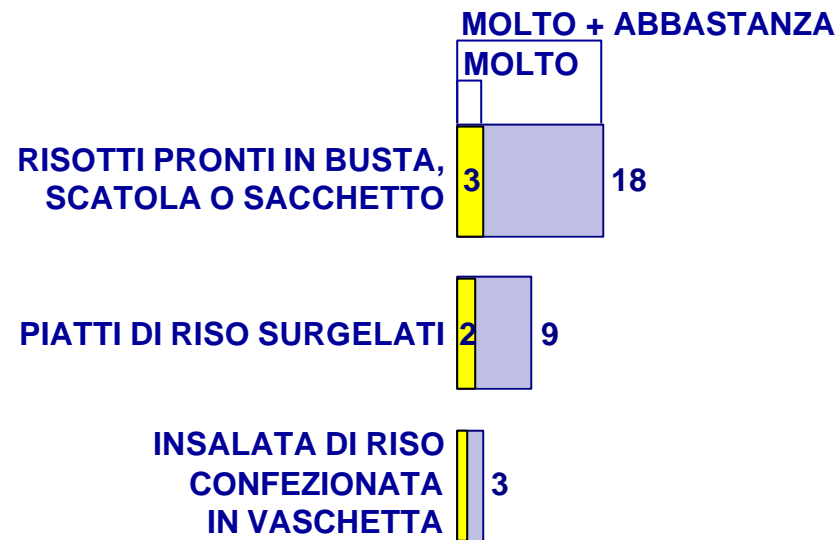
NOTORIETÀ E TRIAL				
ATTENTO N=76	FUNZIONALE N=36	EMULATIVO N=54	CONSERVATORE N=137	EQUILIBRATO N=43
60	39	30	45	28
31	21	17	25	20
42	36	12	26	28
19	16	4	10	10
15	10	6	8	12
9	3	3	4	9



# PROPENSIONE ALL'ACQUISTO DI PIATTI PRONTI A BASE DI RISO

*“Ed in generale quanto è propensa ad usare in futuro prodotti pronti a base di riso?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)

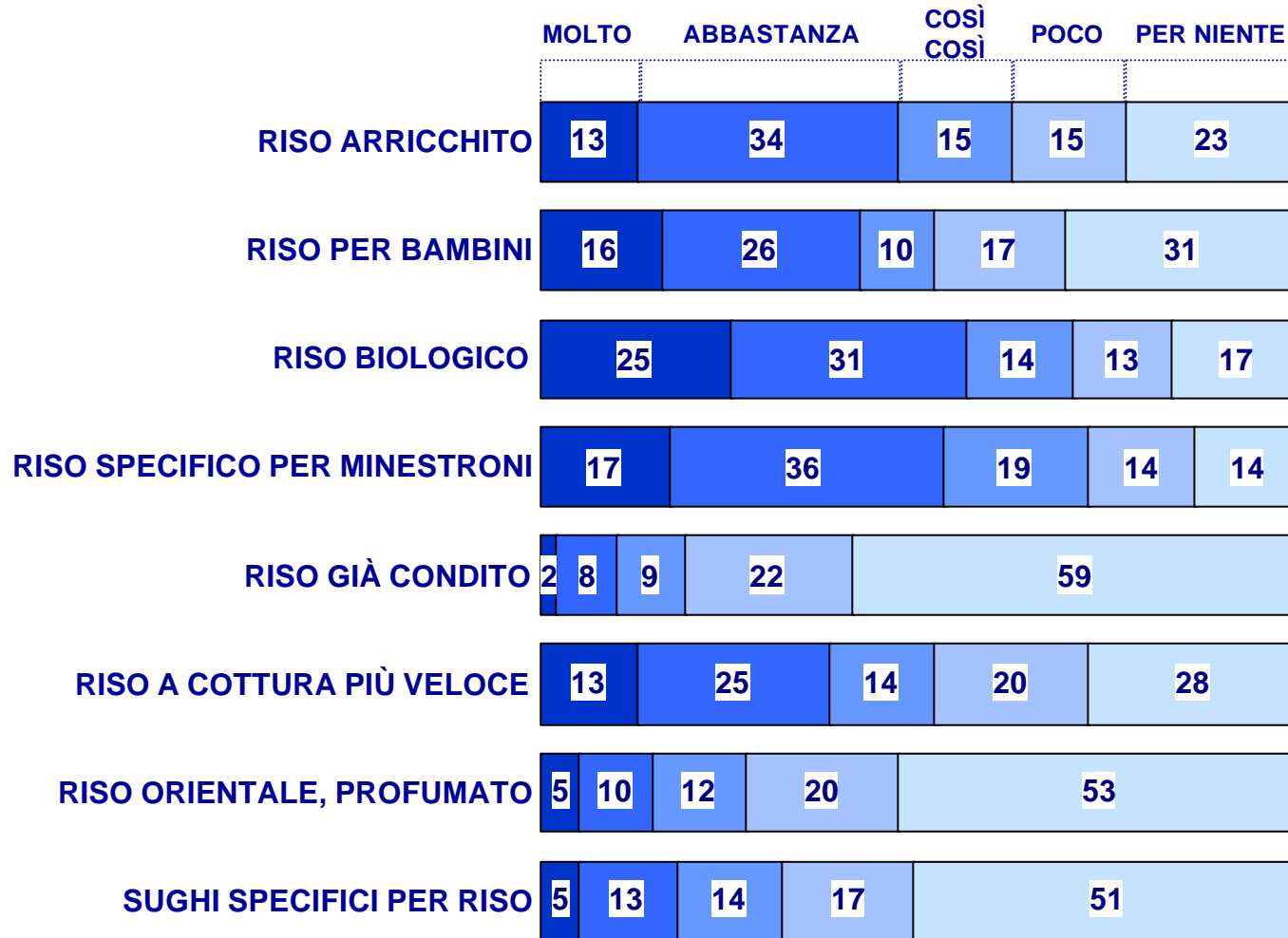


MOLTO + ABBASTANZA				
ATTENTO N=76	FUNZIONALE N=36	EMULATIVO N=54	CONSERVATORE N=137	EQUILIBRATO N=43
21	14	22	20	9
17	13	11	4	11
4	2	3	2	5

# INTERESSE VERSO PRODOTTI PARTICOLARI

*“Quanto giudica interessanti questi prodotti che un’azienda potrebbe produrre?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=400)



**VALORI MEDI**  
(Scala 1:5;  
5=molto)

3.0

2.8

3.3

3.3

1.7

2.8

1.9

2.0

# STILE ATTENTO

## Profilo sintetico

E' uno stile femminile colto e attivo, che esprime un approccio attento e controllato nei confronti dell'alimentazione, basato su un rigoroso "progetto" complessivo di benessere e forma fisica.

E' questa una scelta spesso difficile: non sempre si riesce a conciliare razionalità (e quindi controllo, prevenzione, "sacrificio") ed emozioni (curiosità, impulso, piacere).

## Profilo socio-demografico

Questo stile è composto in prevalenza da giovani donne, residenti nei grandi centri urbani del Nord e del Centro Italia. Sono donne molto colte, impegnate professionalmente, con livelli di reddito decisamente elevati. Sono sposate, senza figli o con figli ancora piccoli; il marito è un professionista, un imprenditore, o un dipendente di alto livello.

## Comportamenti tipici

Le donne che appartengono a questo stile hanno una vita extradomestica spesso impegnativa e gratificante; di conseguenza, il loro "investimento" in ambito domestico è contenuto, e si trovano a dover fare i conti con una complessa organizzazione del tempo.

Spesso mangiano fuori casa, in modo irregolare; in genere, hanno poco tempo da dedicare alla spesa alimentare ed alla cucina. Un po' in ragione della vita un po' affannosa che conducono, un po' a causa di tante piccole "trasgressioni" (il ristorante, le cene con gli amici...), le persone appartenenti a questo stile hanno qualche problema di peso.

Il timore di essere sovrappeso agisce, quindi, da molla che fa scattare l'esigenza di pensare alla cura del proprio corpo ed al benessere: queste giovani donne, culturalmente ben evolute, desiderose di apparire curate e in forma, corrono allora ai ripari, affrontando il problema in modo completo e coerente, senza "estremismi": ginnastica e sport, selezione accurata dei cibi, uso "calibrato" di prodotti dietetici.

In quest'ottica, privilegiano una cucina leggera ma piacevole, ispirata alla "dieta mediterranea", dove gli alimenti tipici italiani (la verdura, la frutta, l'olio extravergine...) fanno la parte del leone; ma dove non mancano incursioni esplorative nelle cucine di altri paesi.

Naturalmente, questo stile è attento non solo in relazione al modello alimentare, ma anche per quanto riguarda la scelta dei prodotti e delle marche: è un target colto, informato, esigente che - pur mostrando una grande curiosità e disponibilità per il nuovo - valuta attentamente ogni proposta e non si lascia sedurre facilmente.

# STILE FUNZIONALE

## Profilo sintetico

E' lo stile dei giovani adulti maschi di status elevato, con interessi culturali e professionali molto vivi ai quali fa riscontro, invece, una sostanziale indifferenza per l'alimentazione - che è discontinua: ora ricca e curiosa, ora essenziale - e il rifiuto della preparazione dei cibi.

## Profilo socio-demografico

Gli individui di questo stile alimentare sono soprattutto uomini, diffusi prevalentemente al Nord e nel Centro Italia, residenti nei grandi centri. Hanno prevalentemente un'età compresa tra i 25 e i 44 anni, ed istruzione, reddito e status alti. Molti sono sposati senza figli o con figli ancora piccoli.

## Comportamenti tipici

All'interno di questo stile alimentare lo spazio che occupano l'alimentazione e la cucina è decisamente piccolo, sia in termini culturali sia di investimento di tempo e di interesse. Il cibo viene concepito o come un carburante per l'organismo, necessario, ma a cui non va dedicato più tempo del dovuto; o come "intermezzo" piacevole, rilassante, che favorisce la socialità.

Coerentemente con questo atteggiamento, alla scelta e alla preparazione dei cibi viene dedicato un tempo ridotto, anche perchè gli impegni extradomestici non consentono larghi margini.

I migliori alimenti sono - per gli appartenenti a questo stile - quelli pratici, funzionali, facili da preparare, ma non per questo qualitativamente scadenti. I consumi sono quantitativamente contenuti ed emergono preferenze per alcuni prodotti nuovi ed esotici.

# STILE EMULATIVO

## Profilo sintetico

Questo stile si basa su un atteggiamento fortemente emulativo, tipico dei segmenti medio-bassi che aspirano a modelli di vita superiori. In ambito alimentare, questa componente aspirazionale si innesta principalmente sui segmenti femminili, residenti al Sud, di status medio-basso, per i quali il controllo alimentare rappresenta un modello di riferimento ideale, una "possibilità" di emancipazione culturale, un simbolo di status e di modernità.

## Profilo socio-demografico

Questo stile è composto prevalentemente di donne giovani, residenti al Sud; hanno un buon livello di istruzione, ma il reddito è medio-basso. Molte sono casalinghe, oppure impiegate o insegnanti. Le più giovani vivono in famiglia, con i genitori; le altre sono sposate, spesso con due o tre figli.

## Comportamenti tipici

Le persone classificate in questo stile hanno adottato un modello alimentare sicuramente controllato, anche se spesso non coerente.

Vivono, infatti, molte contraddizioni: la cultura alimentare tradizionale, tipica del Sud, da cui si vogliono affrancare; le tentazioni "golose" a cui devono porre rimedio; un bilancio familiare in "equilibrio instabile", che crea aspettative di miglioramento spesso frustrate; desiderio di evadere - anche solo con la mente - da una condizione nel complesso poco gratificante.

Tutto ciò produce - in campo alimentare - comportamenti in apparenza molto simili a quelli dello stile Attento: cibi leggeri, controllo dei grassi, grande uso di dolcificanti e prodotti integrali e dietetici.

Tuttavia, in questo stile il "conflitto" è più accentuato: le trasgressioni sono più numerose, come anche gli interventi riparativi successivi (salto dei pasti, diete punitive).

Non c'è, in sostanza, un progetto alimentare definito, ma piuttosto una reattività contingente; in questo senso, l'approccio è fondamentalmente emotivo, particolarmente esposto all'influenza di modelli "esterni" ed esteriori.

Anche nella scelta dei prodotti e delle marche questo stile tende a privilegiare l'impulso, la curiosità acritica, la "promessa" miracolosa, l'immagine vincente; il limite sta nella non elevata possibilità di spesa.

# STILE CONSERVATORE

## Profilo sintetico

E' uno stile femminile, molto tradizionale e "conservatore". L'approccio all'alimentazione è "diretto" e semplice, privo di preoccupazioni salutistiche o di particolari curiosità; il cibo è nutrimento, la preparazione dei pasti fa parte dei propri doveri, e si percorrono le strade sicure della tradizione, senza deviazioni (che, d'altronde, sarebbero poco gradite dai familiari).

## Profilo socio-demografico

E' uno stile femminile, composto da donne mature, residenti nei piccoli centri, in tutto il territorio nazionale. Sono donne con livelli di istruzione bassi, dedite alla casa ed alla famiglia (abbastanza numerosa); il reddito familiare è piuttosto basso.

## Comportamenti tipici

Le donne classificate in questo stile sono delle "madri di famiglia" che anche attraverso il cibo esprimono il loro amore e impegno nei confronti del marito e dei figli.

Si preoccupano, quindi, di fare trovare ai familiari un pasto completo e abbondante sia a mezzogiorno che alla sera, a ricompensa e integrazione delle fatiche quotidiane degli "uomini di casa"; di conseguenza, la spesa alimentare e la preparazione dei pasti sono momenti importanti, che richiedono tempo e attenzione, ma che danno molte soddisfazioni.

Interpretano l'alimentazione come nutrimento, in una logica un po' arcaica, per cui i cibi "ricchi" (la carne, le pastasciutte) rappresentano il modo migliore per rispondere alle esigenze familiari.

Nel fare la spesa, le appartenenti a questo stile adottano soprattutto criteri di "quantità" e di economia (anche se - alla fine - la spesa per l'alimentazione è una voce importante del bilancio familiare) preoccupandosi meno della qualità dei prodotti.

Un po' conservatrici, guardano con una certa diffidenza le novità, i suggerimenti insoliti, le proposte "di servizio", rifugiandosi nei binari sicuri della tradizione.

# STILE EQUILIBRATO

## Profilo sintetico

Questo stile esprime un modello alimentare equilibrato, dove attenzione alla salute, affidamento a prodotti di qualità e piacere per il cibo rappresentano le linee guida delle scelte di consumo.

E' uno stile in massima parte femminile, composto da signore benestanti, che investono molto nel loro ruolo di "padrone di casa" e che amano esprimere la loro creatività in cucina, reinterprestando in chiave più "moderna" le ricette tradizionali.

## Profilo socio-demografico

Appartengono a questo stile soprattutto le donne, residenti nelle regioni del Nord Italia, in centri medi e grandi. Sono signore mature (40-60 anni), il cui livello di istruzione non è elevato, ma che hanno un alto reddito familiare: il capofamiglia è imprenditore, commerciante, dirigente (a volte in pensione). Il nucleo familiare è in genere composto dal marito, dalla moglie e da figli ormai adulti, oppure solo da marito e moglie.

## Comportamenti tipici

Nelle persone classificate in questo stile è molto viva l'attenzione per la qualità del cibo. Gli alimenti che entrano in casa devono essere buoni e pregiati, ma anche sani, leggeri, nutrizionalmente corretti; sono elevati i consumi di verdura, latte, yogurt, formaggi freschi.

Le persone classificate in questo stile amano la buona cucina, e traggono soddisfazione dalla loro abilità culinaria, che si gioca soprattutto nella capacità di "rileggere" la cucina tradizionale in una chiave più attenta ed equilibrata dal punto di vista alimentare.

L'attenzione e la cura della salute, le buone disponibilità economiche associate ad un medio livello culturale determinano un forte bisogno di affidamento e inducono alla scelta di prodotti fidati, di marca nota, venduti nei negozi migliori.

# STILE GIOVANILE

## **Profilo sintetico**

E' lo stile dei giovanissimi, per i quali l'alimentazione è un ambito largamente dominato dalla pulsionalità e in cui si generano comportamenti disordinati, occasionali, esplorativi sulla base delle suggestioni pubblicitarie e del gruppo dei coetanei.

## **Profilo socio-demografico**

Giovani - in senso anagrafico - uomini e donne, con leggera prevalenza dei primi; risiedono prevalentemente nel Sud; sono studenti delle scuole medie inferiori e superiori o ancora non occupati. Vivono prevalentemente con i genitori, e spesso hanno altri fratelli.

## **Comportamenti tipici**

Sperimentalismo, amore per i gusti nuovi, insoliti e forti, disordine, fretta e spensieratezza economica sono le caratteristiche salienti dell'alimentazione giovanile, che spesso non segue gli orari canonici dei pasti.

I consumi sono molto influenzati dalla pubblicità, e si concentrano nei momenti e nei luoghi di socializzazione del gruppo.

Altissima è la preferenza per i prodotti fuori pasto e i soft drinks.



# STILE SOSTANZIOSO

## Profilo sintetico

E' anche questo uno stile molto tradizionalista, che interpreta l'alimentazione come "nutrimento", reintegrazione di energie, di mezzo sostentamento del fisico. E' un modello tipicamente maschile, privo di mire dietetiche e legato ad un'idea di "abbondanza": la quantità è meglio della qualità.

## Profilo socio-demografico

E' uno stile maschile diffuso uniformemente in tutta Italia, nei piccoli centri. L'età è matura (tra i 45 e i 64 anni); generalmente l'istruzione è bassa. Gli appartenenti a questo stile svolgono professioni autonome, sono operai o pensionati. Il loro reddito è generalmente basso. In genere hanno famiglia con figli abbastanza grandi.

## Comportamenti tipici

Gli appartenenti a questo stile rappresentano il "coté" maschile dello stile Conservatore.

La loro alimentazione - che delegano totalmente alle loro mogli senza interessarsene personalmente - è soprattutto abbondante, deve garantire loro un consistente apporto calorico, che appaghi il palato e procuri piacere.

La pasta, il pane, la carne e il formaggio fanno parte dei consumi quotidiani, mentre la frutta e la verdura svolgono un ruolo secondario.

Altissimi sono i consumi di alcolici di tutti i tipi, e i pasti vengono normalmente accompagnati con il vino.

# STILE POVERO

## **Profilo sintetico**

E' lo stile alimentare che più si approssima alla tradizione contadina, fatta di semplicità e di molti limiti, e che oggi sopravvive anche per obiettiva ristrettezza economica nelle fasce anziane e più marginali della popolazione.

## **Profilo socio-demografico**

Appartengono a questo stile uomini e donne (quest'ultime in proporzione leggermente maggiore) anziani, che vivono soprattutto al Sud, nei piccoli centri. La loro istruzione è bassa, come pure lo status e il reddito. Sono in prevalenza casalinghe o pensionati, che vivono in coppia.

## **Comportamenti tipici**

Lo stile alimentare risente della bassa disponibilità di spesa, dell'età avanzata e del livello culturale non particolarmente alto. Di conseguenza, i criteri di scelta dei prodotti alimentari sono ampiamente condizionati dalla convenienza.

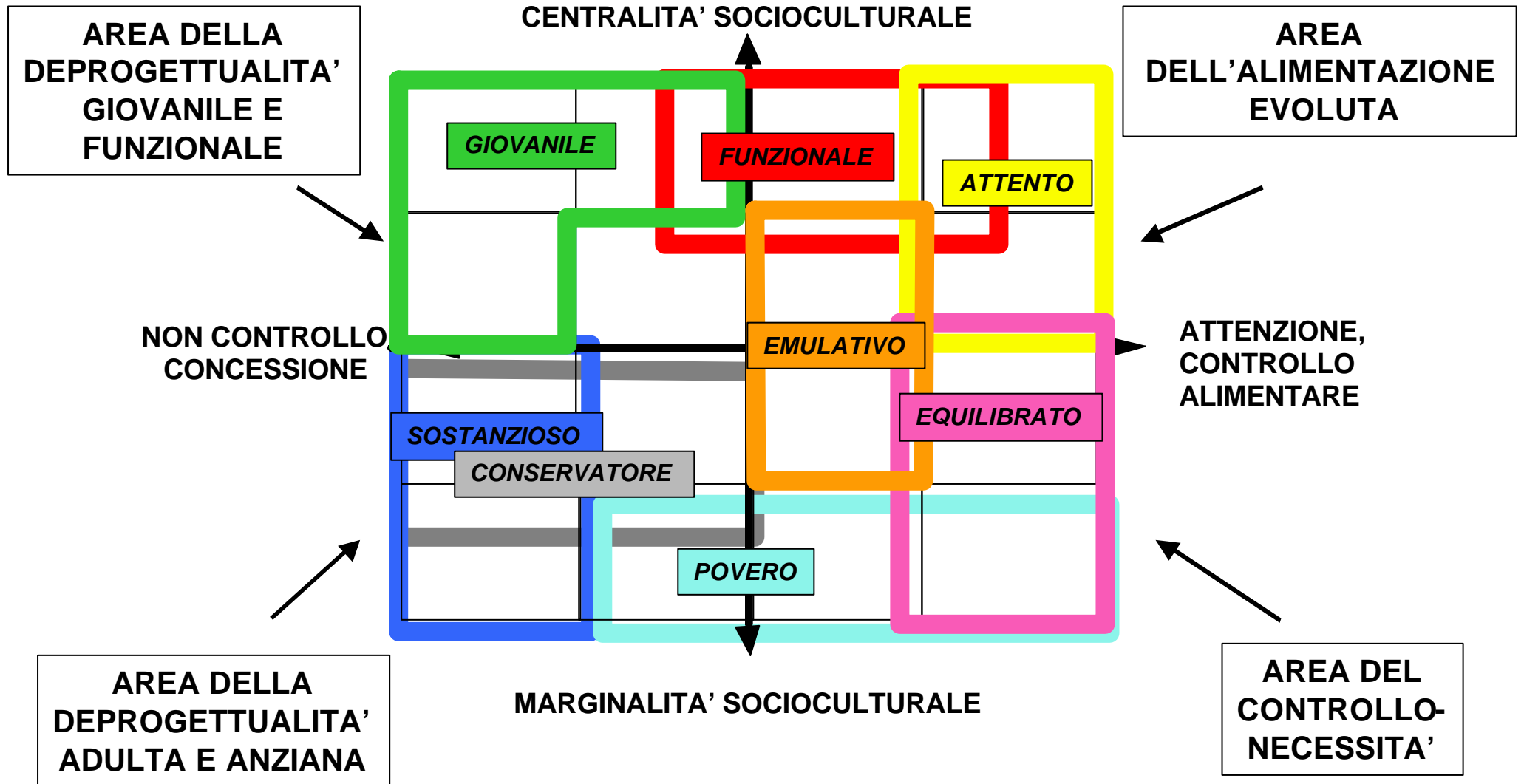
L'alimentazione è semplice e tradizionale; gli ingredienti spesso provengono dal proprio orto. Il consumo di prodotti industriali è generalmente inferiore ai valori medi.

Ciò non toglie che la cucina abbia una sua importanza: le si dedica non poca attenzione e si investe parecchio in termini di tempo, soprattutto per problemi di salute.

# MAPPA DEL SETTORE ALIMENTARE

## GLI STILI E I QUADRANTI DEL SETTORE ALIMENTARE

(Fonte: Ricerca Sinottica Eurisko 2000/2)



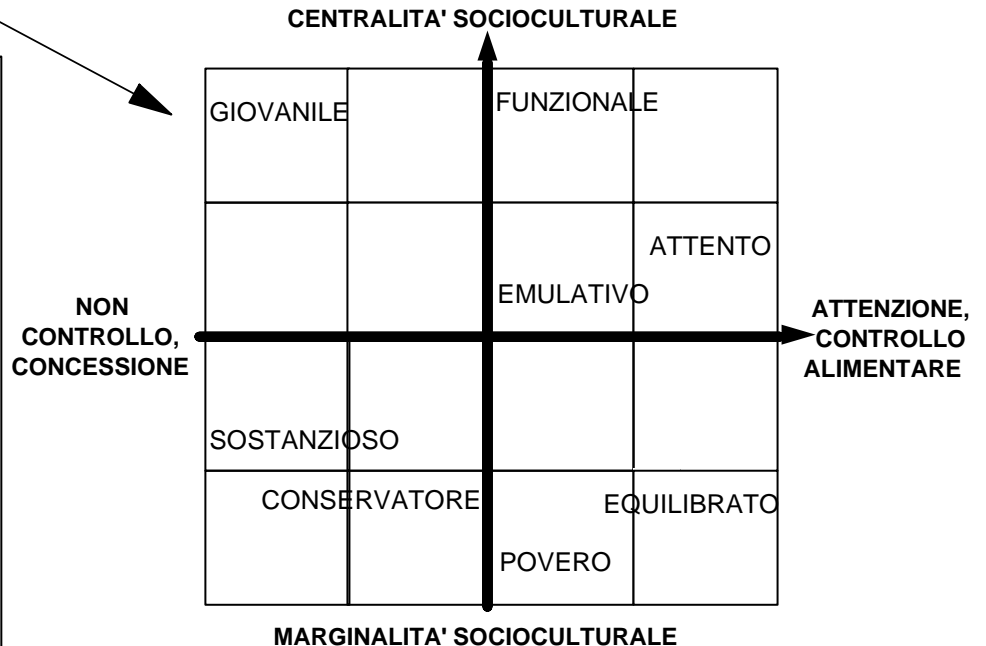
# MAPPA DEL SETTORE ALIMENTARE IL QUADRANTE DELLA DEPROGETTUALITA'

(Fonte: Ricerca Sinottica Eurisko 2000/2)

## QUADRANTE 1: AREA DELLA DEPROGETTUALITA' GIOVANILE E FUNZIONALE

L'alimentazione non è "problematizzata", non è un oggetto di pensiero e di teorizzazione in quanto tale; tende invece ad essere un puro strumento:

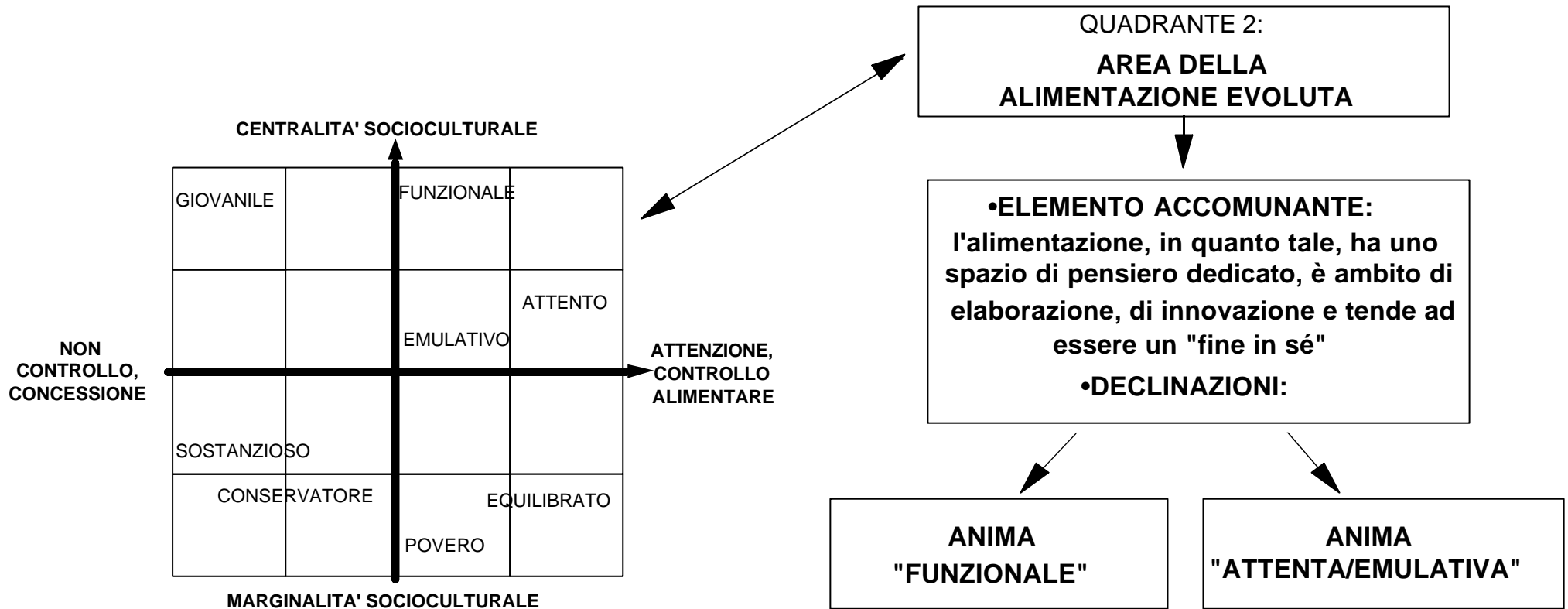
- di autogrificazione (il gusto, la "palatabilità")
- di relazionalità (consumo in contesti sociali, interpersonali)
- questi sono i veri obiettivi che deve contribuire a raggiungere: si "piega", quindi, a queste finalità, e perciò è soggetta ad occasionalità e ad "opportunità", assumendo connotati di destrutturazione;
- i "modi" ed i "contesti" di consumo tendono a prevalere, per importanza, sui contenuti: si aderisce agli aspetti simbolici del consumo;
- la comunicazione, quindi, deve alludere ai significati sociali del consumo, deve creare tendenza o iscriversi nelle mode attuali, cui si è sensibili;
- per questa via, il target è molto "mobile": sviluppa innovatività continua (sia nei contenuti che nei modi del comportamento), impulsività ed esploratività.



# MAPPA DEL SETTORE ALIMENTARE

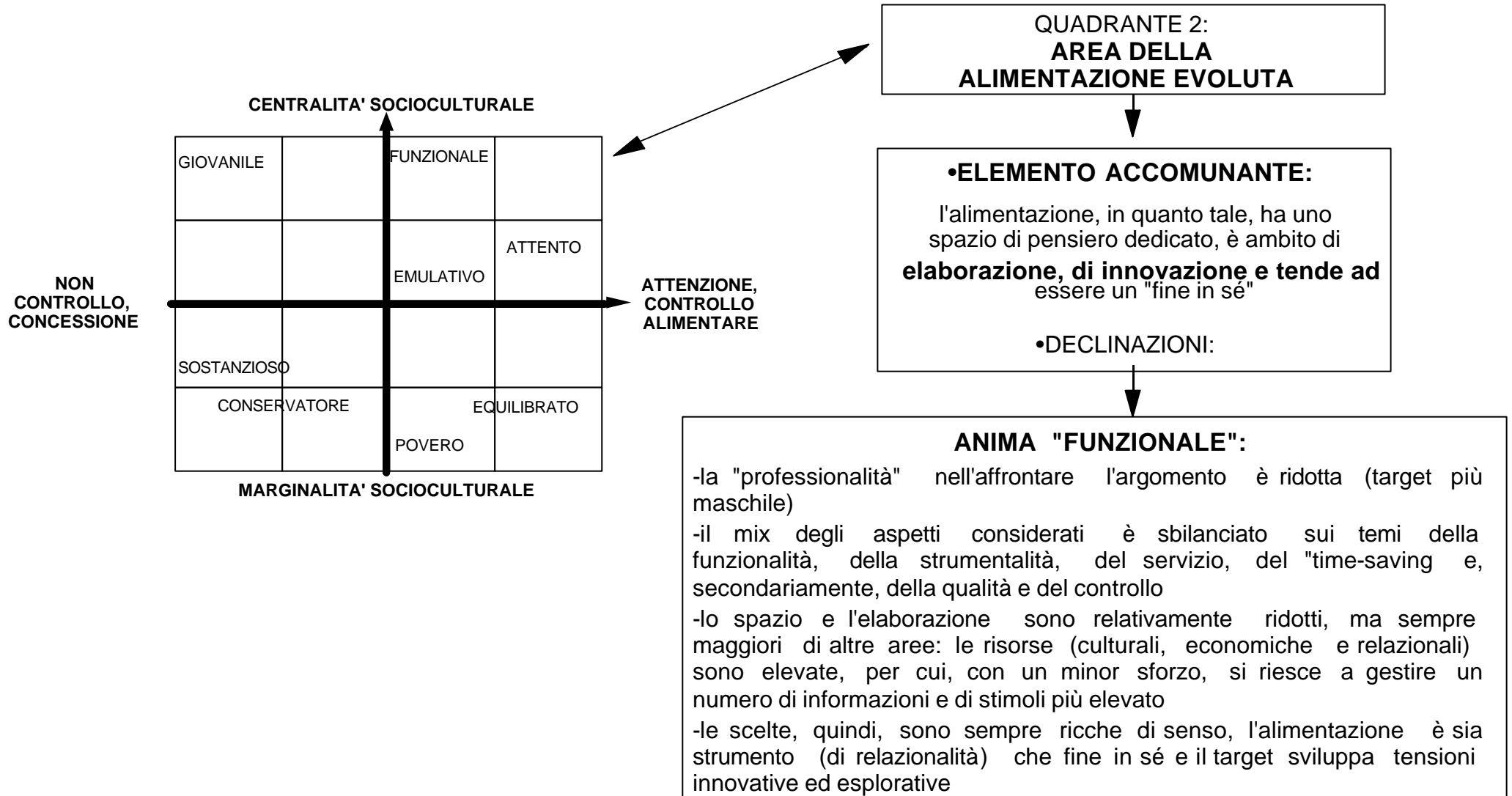
## IL QUADRANTE DELLA ALIMENTAZIONE EVOLUTA: LE DUE ANIME

(Fonte: Ricerca Sinottica Eurisko 2000/2)



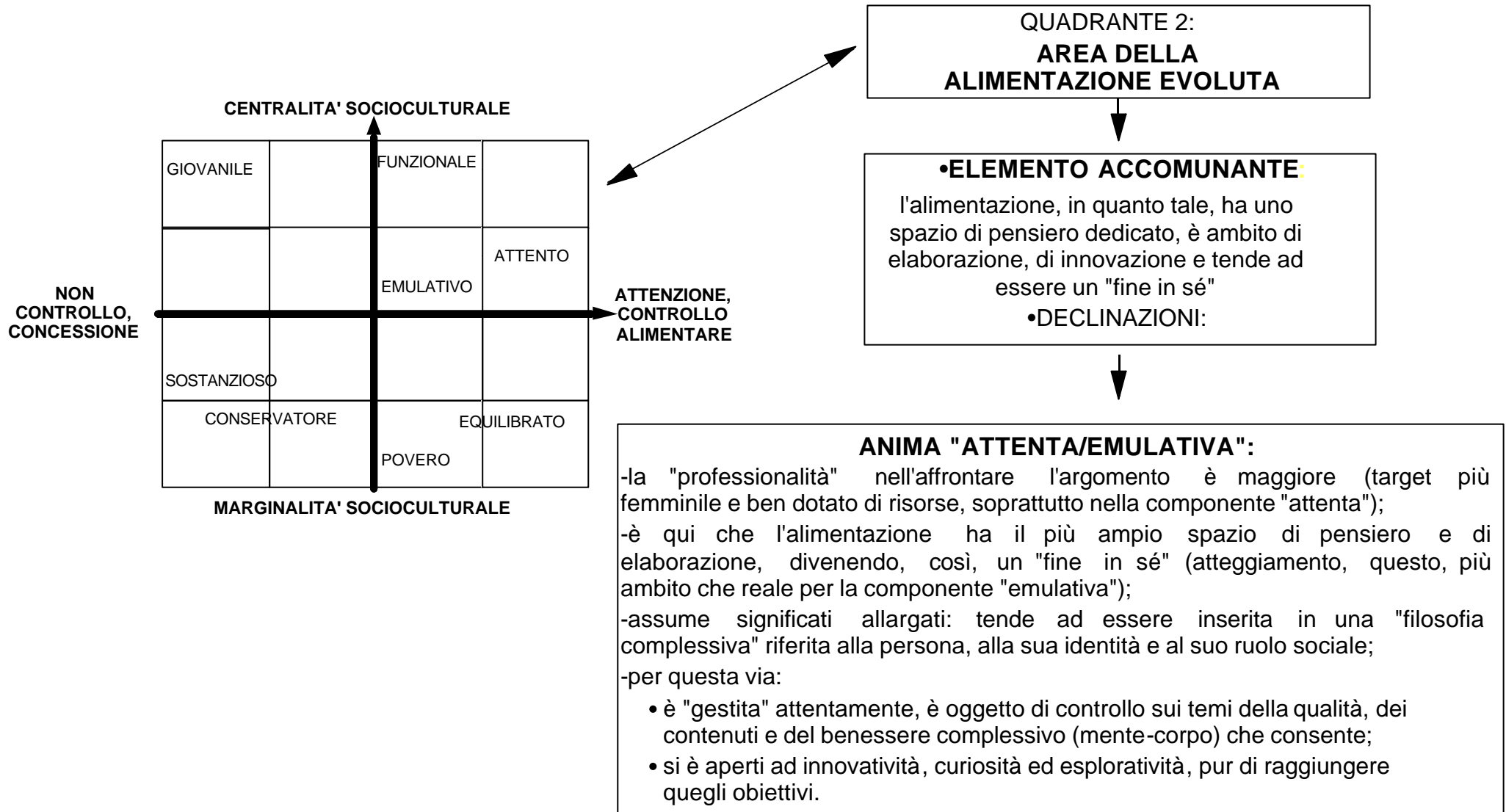
# MAPPA DEL SETTORE ALIMENTARE L'ANIMA FUNZIONALE

(Fonte: Ricerca Sinottica Eurisko 2000/2)



# MAPPA DEL SETTORE ALIMENTARE L'ANIMA ATTENTA/EMULATIVA

(Fonte: Ricerca Sinottica Eurisko 2000/2)



# MAPPA DEL SETTORE ALIMENTARE IL QUADRANTE DELLA DEPROGETTUALITA' ANZIANA

(Fonte: Ricerca Sinottica Eurisko 2000/2)

-Anche qui, l'alimentazione non è "problematizzata", non è un oggetto di pensiero e di teorizzazione in quanto tale; tuttavia gli obiettivi sono semplificati rispetto al quadrante 1:

- tende a scomparire la componente relazionale (perché il target ha minori risorse complessive, è meno attivo);
- e si centra sul puro bisogno di autogratificazione;

-Da ciò discendono implicazioni importanti:

- la destrutturazione nasce semplicemente da incultura, da assenza di approfondimento, non è cioè veicolata da prevalenti esigenze di relazionalità;
- i modelli comportamentali sono semplificati: "quantitativi", centrati sul "gusto";
- l'innovatività, l'esplorazione e la rielaborazione dei comportamenti sono atteggiamenti scarsamente presenti: si tende a reiterare i comportamenti, ad aderire acriticamente alle proposte;
- la comunicazione deve fornire riferimenti semplificati, noti e rassicuranti, centrati sui contenuti di gusto.

QUADRANTE 3:  
**AREA DELLA DEPROGETTUALITA'  
ADULTA E ANZIANA**

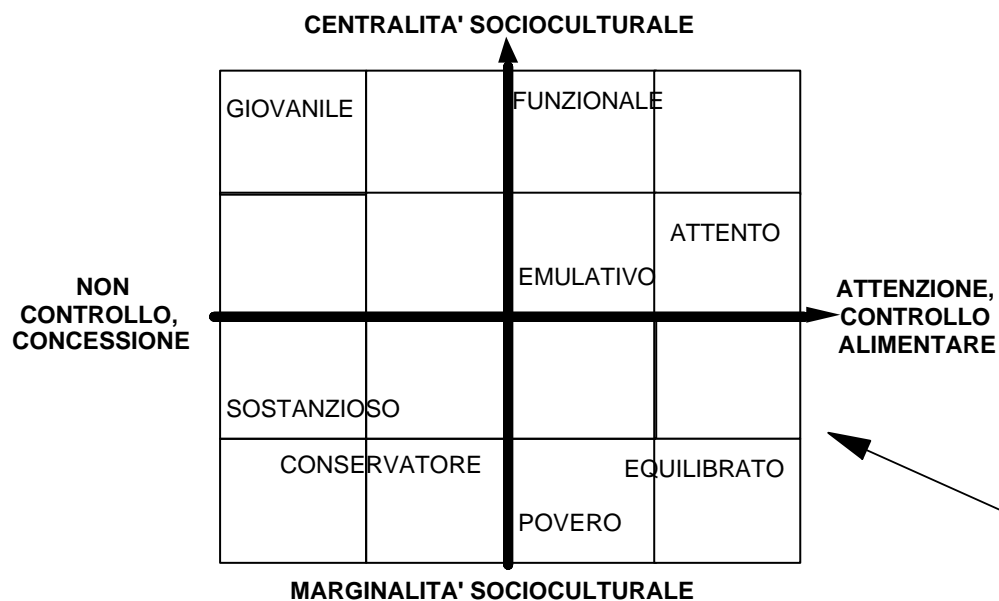




# MAPPA DEL SETTORE ALIMENTARE

## IL QUADRANTE DEL CONTROLLO-NECESSITA'

(Fonte: Ricerca Sinottica Eurisko 2000/2)



-E' un'area in cui la dimensione del controllo, dell'attenzione è presente ma ha connotazioni differenti e riposa su un insieme di esigenze semplificate rispetto al quadrante 2:

- è un tema complessivamente meno elaborato;
- si basa sulla necessità di far fronte o di prevenire i problemi di salute, tipica di componenti tardo-adulte o anziane che hanno risorse culturali ed economiche per raggiungere una certa consapevolezza di questi temi (Stile equilibrato);
- oppure si basa sulla semplice scarsità di risorse complessive che induce alla cautela (Stile povero, minoritario nel quadrante);

-la componente più dotata non rinuncia ai temi della qualità e della garanzia: non li concettualizza però in modo evoluto e complesso (equilibrio mente-corpo, stile di vita complessivo, ecc.): li misura semplicemente in relazione a bisogni fisici oggettivi;

-le spinte all'innovatività e all'esploratività sono quindi ridotte; ciò, unitamente ad un'età più avanzata e a minori dotazioni rispetto al quadrante 2, rende questo target particolarmente sensibile ad una comunicazione essenziale e referenziale, connotata da elementi di rassicurazione sui contenuti e/o sulla convenienza.

**QUADRANTE 4:  
AREA DEL CONTROLLO-NECESSITA'**