

Notizie dalla *Fork* Il Bio fra vecchi atteggiamenti e nuove sensibilità

Prof. Alberto Mattiacci
Sapienza, Università di Roma | Luiss Business School

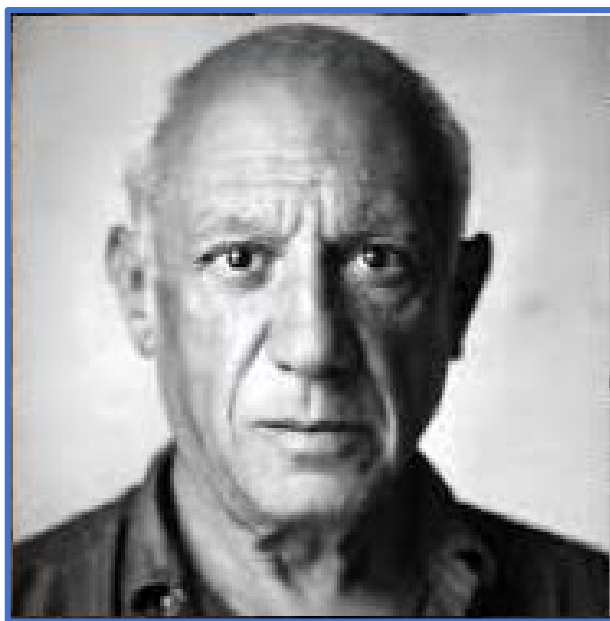
www.albertomattiacci.it



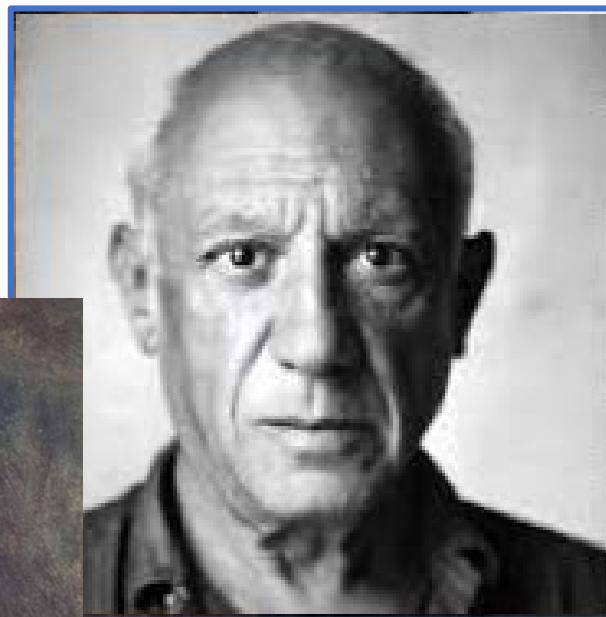
Notizie dalla *Fork*: #1

il consumatore sta diventando un *giovane adulto*

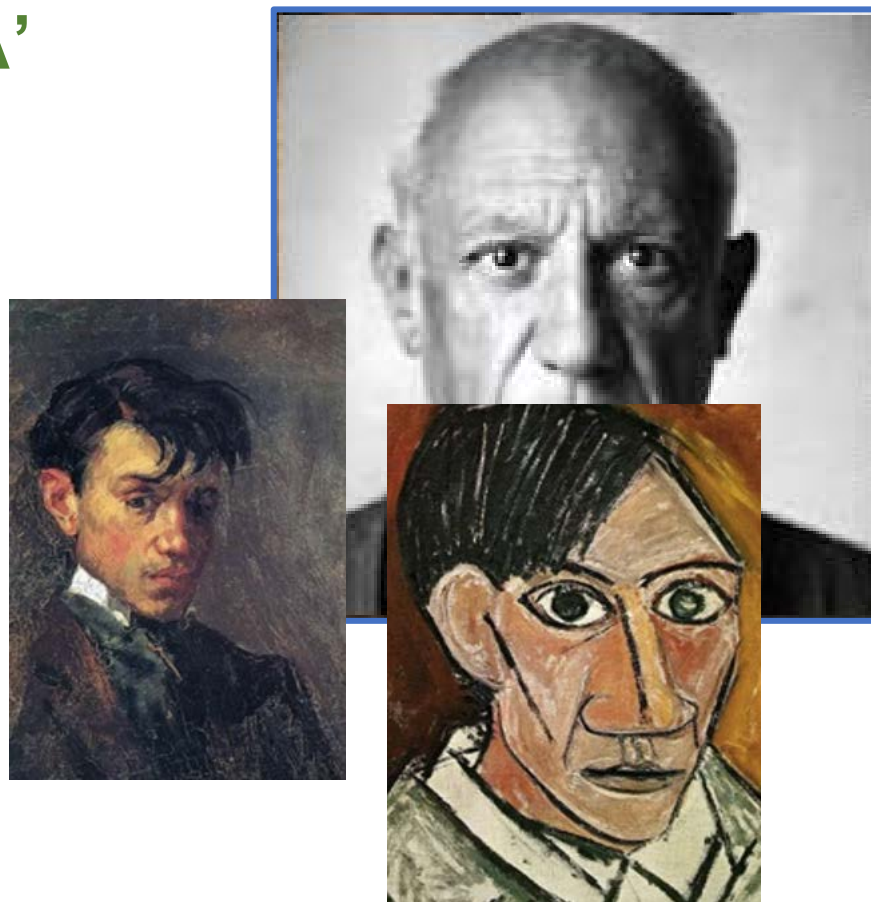




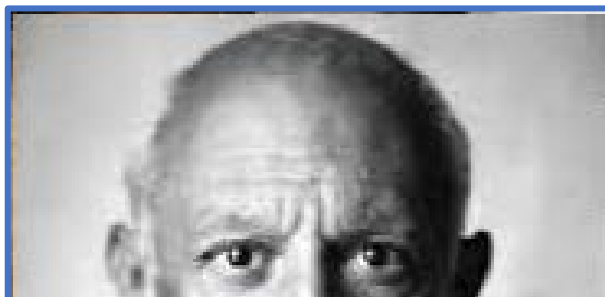
INDIVIDUO



COLLETTIVITA'



COMPORTAMENTI









tempo



Società Pre-Industriale

Società Industriale

Società Post-Industriale

Società Digitale

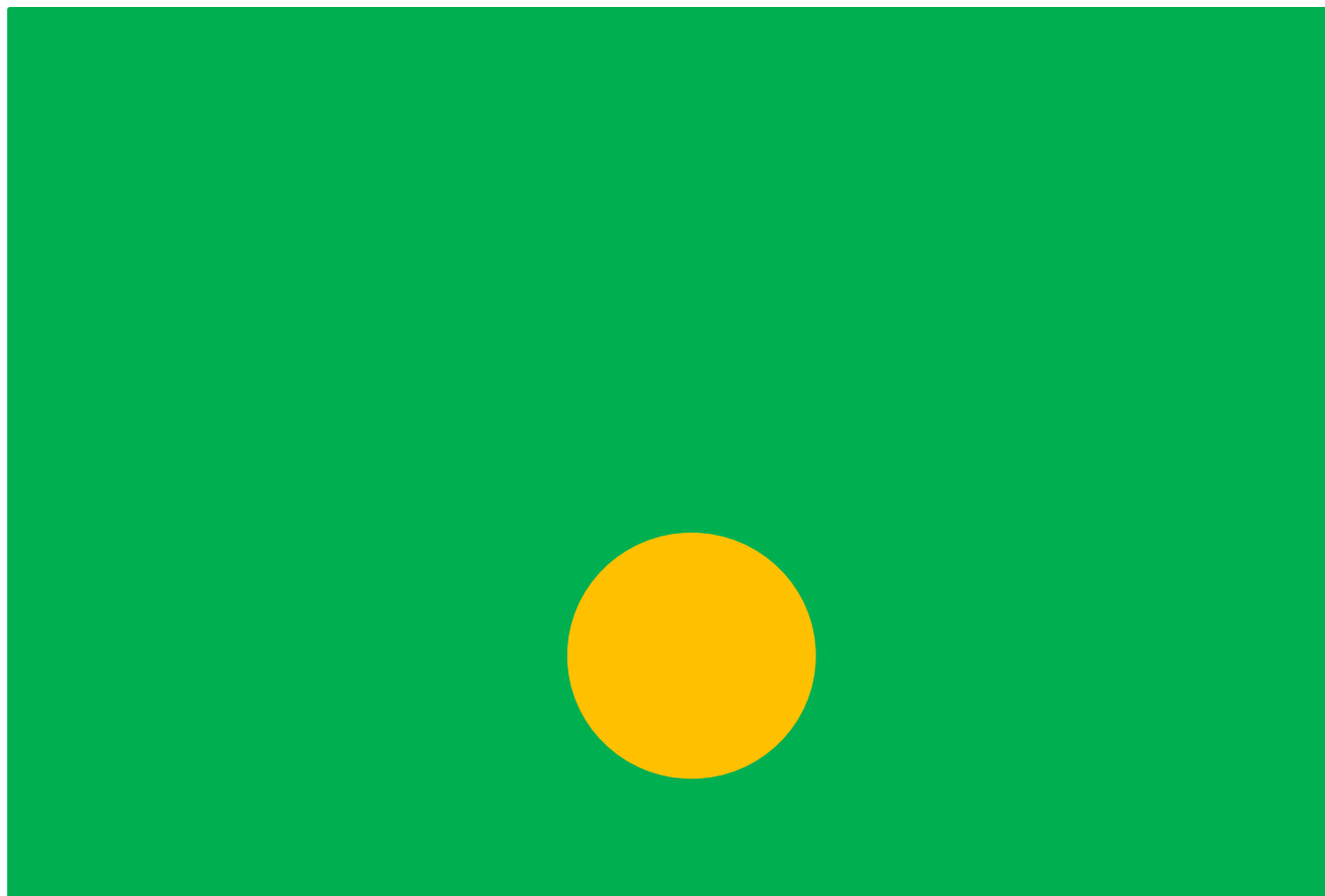
CONSUMATORE-persona

PERSONA-consumatore

Notizie dalla *Fork*: #2

il bio è una *nicchia contesa*





Canali GDO [totale categorie LCC]	[A] Quota % vendite Biologico su totale LCC in valore	[B] Quota % referenze Biologico su totale LCC	[A / B] Equilibrio assortimentale Biologico in GDO
Ipermercati	3,8%	7,6%	0,50
Supermercati	3,3%	5,6%	0,60
Prossimità/LS	2,3%	3,3%	0,71
Discount	1,7%	3,3%	0,50

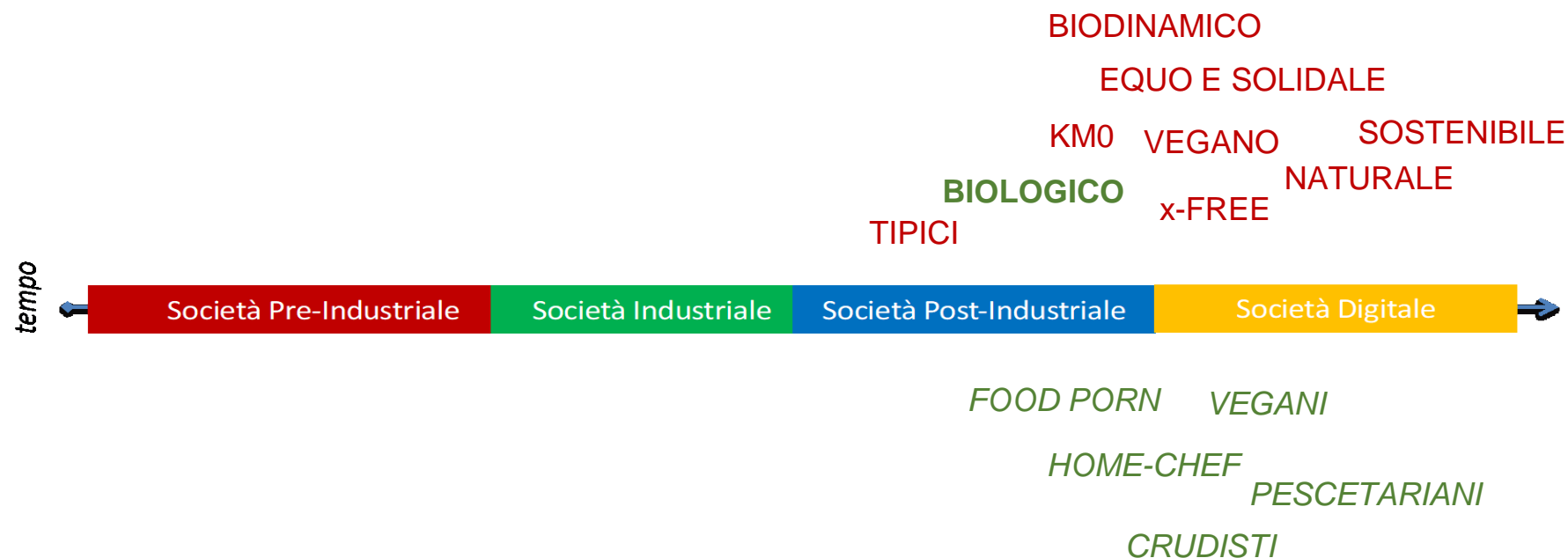
**IDENTITA'
CHIARA**

**UNICITA'
PROMESSA
DI VALORE**

**PREZZO
PREMIUM**





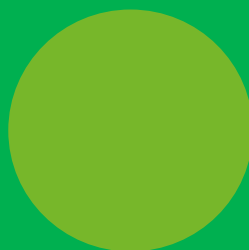


**UNICITA'
PROMESSA
DI VALORE**





**IDENTITA'
CHIARA**



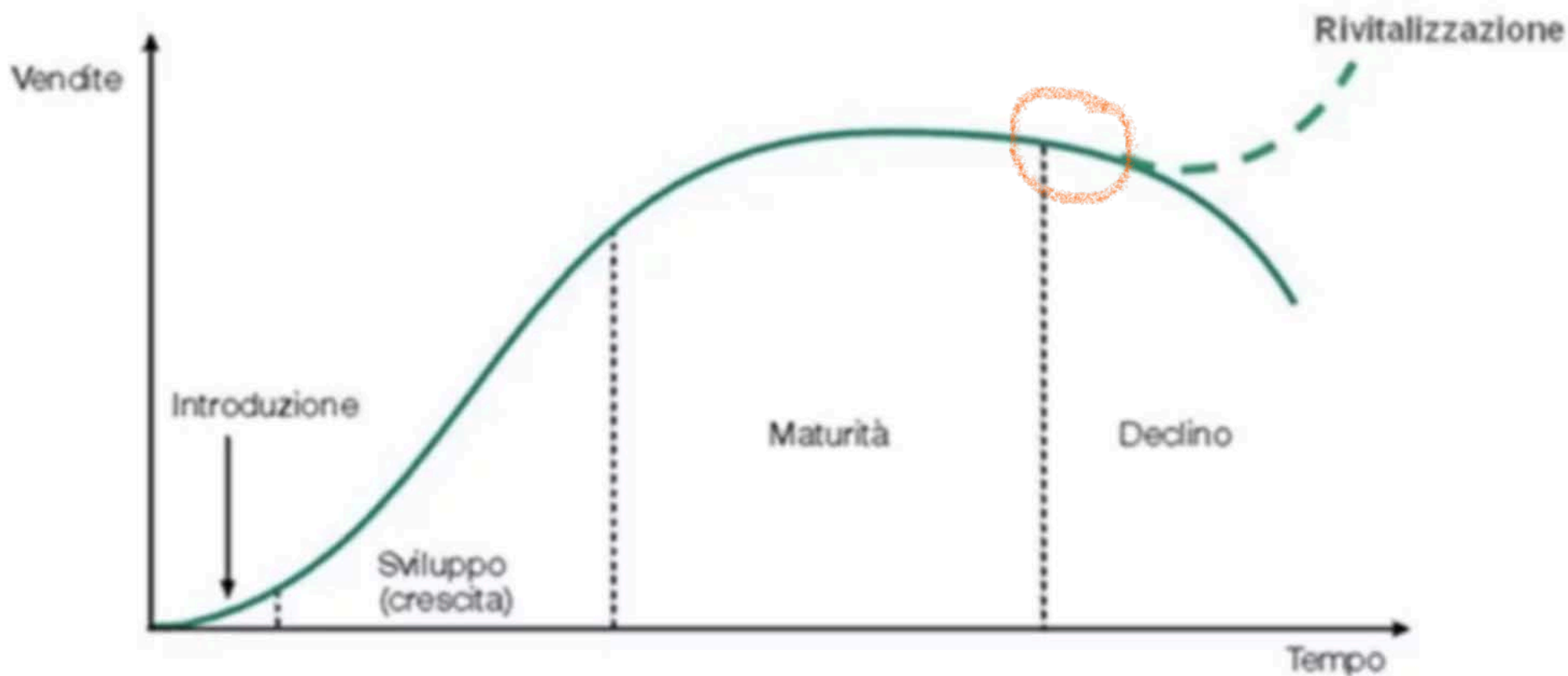


**PREZZO
PREMIUM**

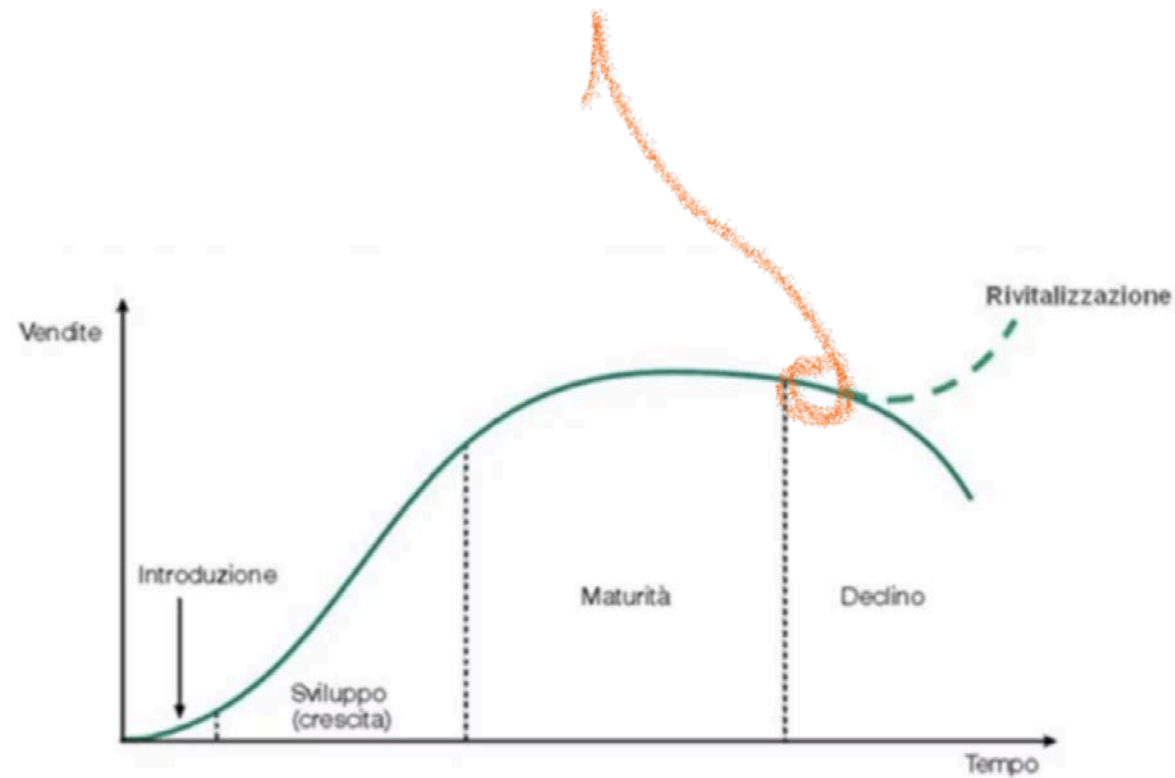
Quindi?

il bio alla sfida della rivitalizzazione





VALUE FOR MONEY



VALUE FOR MONEY

KEEP IT SIMPLE

CONSISTENCY OF BENEFITS

TRANSPARENCY

GRAZIE

Prof. Alberto Mattiacci
Sapienza, Università di Roma | Luiss Business School

www.albertomattiacci.it

