

POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020
ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)
Corso ITS VII Ciclo “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle
Produzioni Locali di Qualità”
(Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY)

Docente: Dott. Onofrio Scoppio

AREA: VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI

UF: Marketing territoriale



**COSA POSSIAMO ANALIZZARE
DEL NOSTRO SETTORE?**

Quantità, Arrivi, Presenze

Modalità di acquisto

Ciclo di vita del prodotto e del servizio

Fattori critici di successo

Concentrazione della domanda e dell'offerta

Barriere all'entrata e all'uscita

Attrattività

Competitività

Vulnerabilità

Reddittività

Brand Positioning

Canali distributivi

Segmentazione psicografica dei
clienti

Analisi della concorrenza

Indagini territoriali

**L'ANALISI SULLA CAPACITA' COMPETITIVA DELLA NOSTRA
AZIENDA
E DEI CONCORRENTI DIRETTI E INDIRECTI**

- ✓ Economie di scala
- ✓ Economie di esperienza
- ✓ Efficacia ed efficienza produttiva
- ✓ Produttività delle risorse umane
- ✓ Grado di innovazione tecnologica
- ✓ Qualità intrinseca e percepita dei prodotti
- ✓ Competitività dei prezzi

- ✓ Competitività delle condizioni di pagamento
- ✓ Solidità finanziaria
- ✓ Reputazione del prodotto e della marca
- ✓ Capacità promozionale
- ✓ Immagine globale
- ✓ Accesso ai diversi canali distributivi
- ✓ Puntualità
- ✓ Servizio pre-durante-post vendita
- ✓ Organizzazione di vendita

Sinottica:

la Grande Mappa: il posizionamento degli Stili di Vita



Sinottica: la Grande Mappa: le due dimensioni



IL CONTESTO, GLI ALTRI

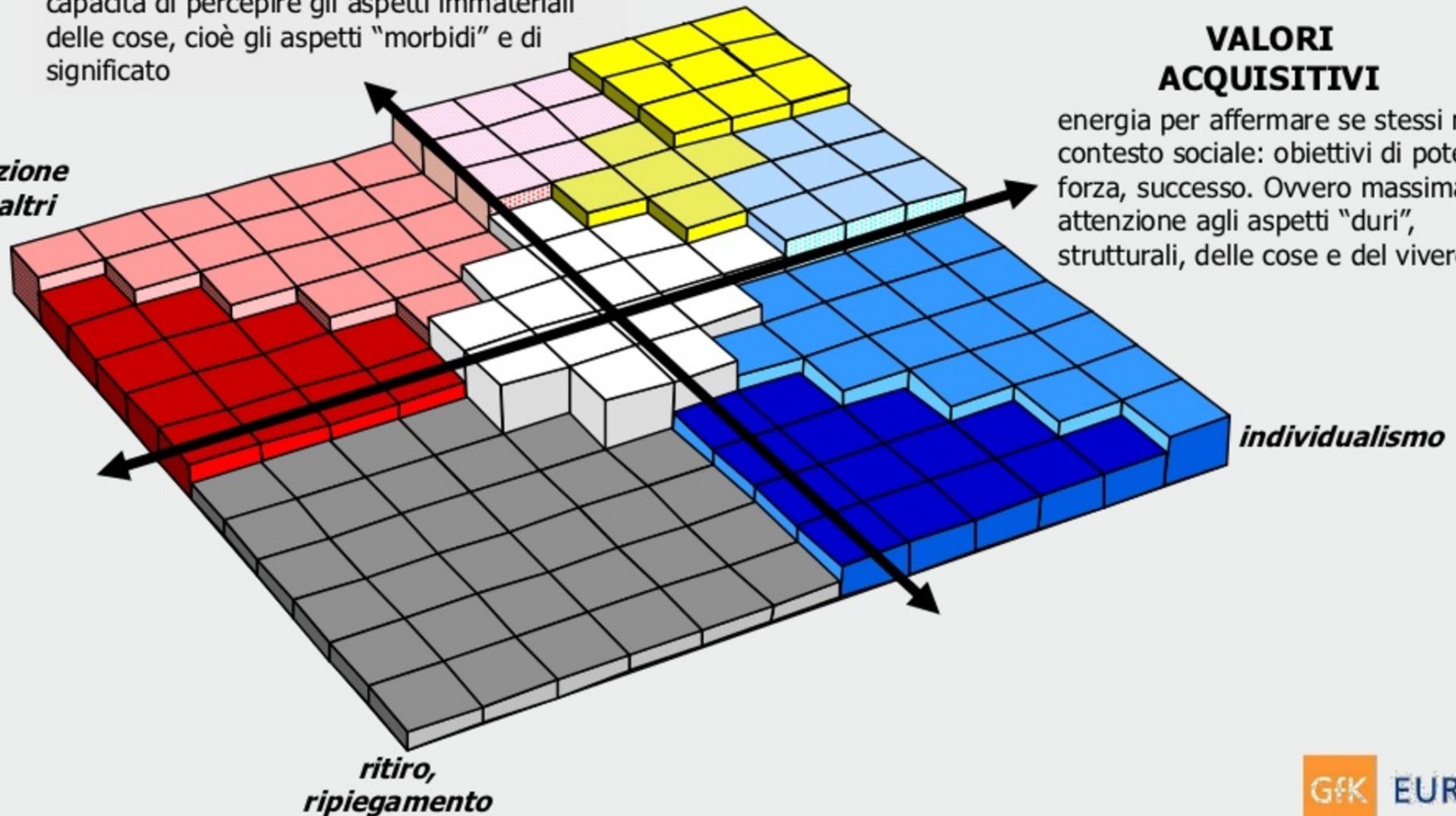
attenzione al mondo e agli altri, al contesto come ambito e risorsa con cui/in cui realizzarsi; conseguentemente, anche esploratività, progettualità, uscita dal sé, capacità di percepire gli aspetti immateriali delle cose, cioè gli aspetti "morbidi" e di significato

Protagonismo sociale

VALORI ACQUISITIVI

energia per affermare se stessi nel contesto sociale: obiettivi di potere, forza, successo. Ovvero massima attenzione agli aspetti "duri", strutturali, delle cose e del vivere

donazione agli altri



Sinottica: la Grande Mappa: i vettori e le polarità

40

PENSIERO E SENSIBILITÀ

esploratività, progettualità, uscita dal sé, attenzione al mondo e agli altri, capacità di percepire gli aspetti immateriali delle cose, cioè gli aspetti "morbidi" e di significato

PROTAGONISMO SOCIALE

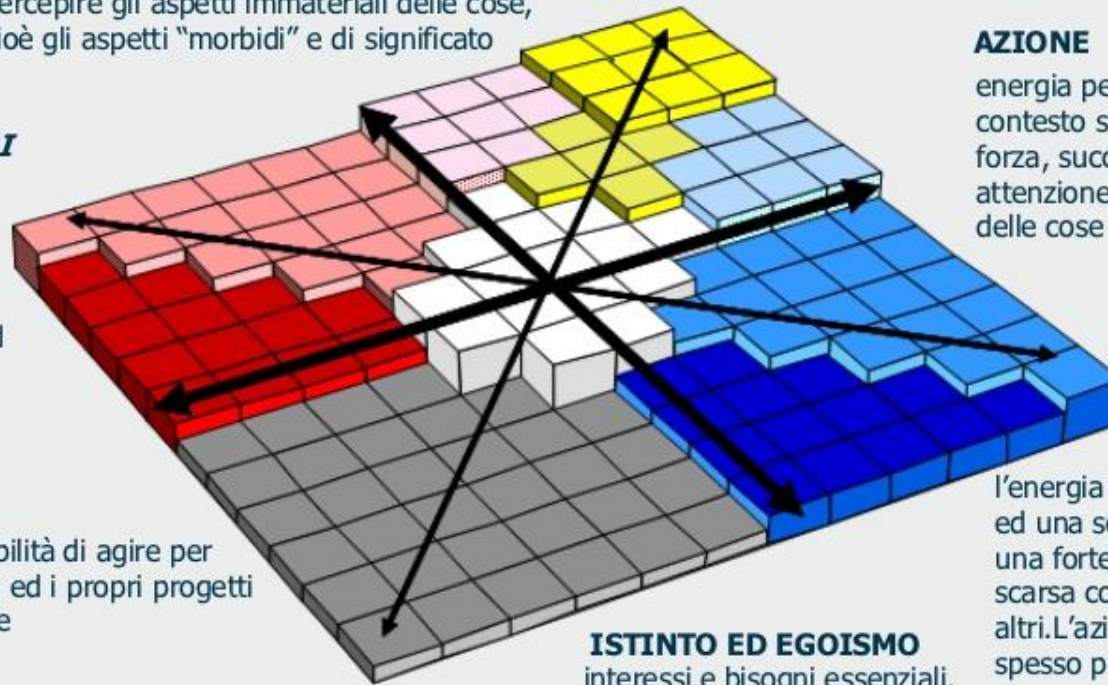
massima capacità di azione e di pensiero: innovatività, realizzazione della propria progettualità e di sé nel contesto sociale

AZIONE

energia per affermare se stessi nel contesto sociale: obiettivi di potere, forza, successo. Ovvero massima attenzione agli aspetti "duri", strutturali, delle cose e del vivere

DONAZIONE AGLI ALTRI

incapacità di agire per affermarsi (anche) individualmente: gli altri assorbono l'individuo e la sua sensibilità; i pensieri ed i progetti restano spesso in gran parte irrealizzati



INERZIA

incapacità/impossibilità di agire per affermare se stessi ed i propri progetti nel contesto sociale

INDIVIDUALISMO

l'energia di azione, senza un pensiero ed una sensibilità sviluppati, porta ad una forte centratura sul sé e ad una scarsa considerazione degli altri. L'azione di affermazione resta spesso più ambita che realizzata

RITIRO E RIPIEGAMENTO

assenza/esaurimento di pensiero progettuale; assenza/esaurimento di azione; prevalenza (o ritorno) dei bisogni primari; azioni e scelte reiterate e basiche

ISTINTO ED EGOISMO

interessi e bisogni essenziali, autocentrati, scarsa attenzione al mondo e agli altri, insensibilità verso gli aspetti immateriali della vita

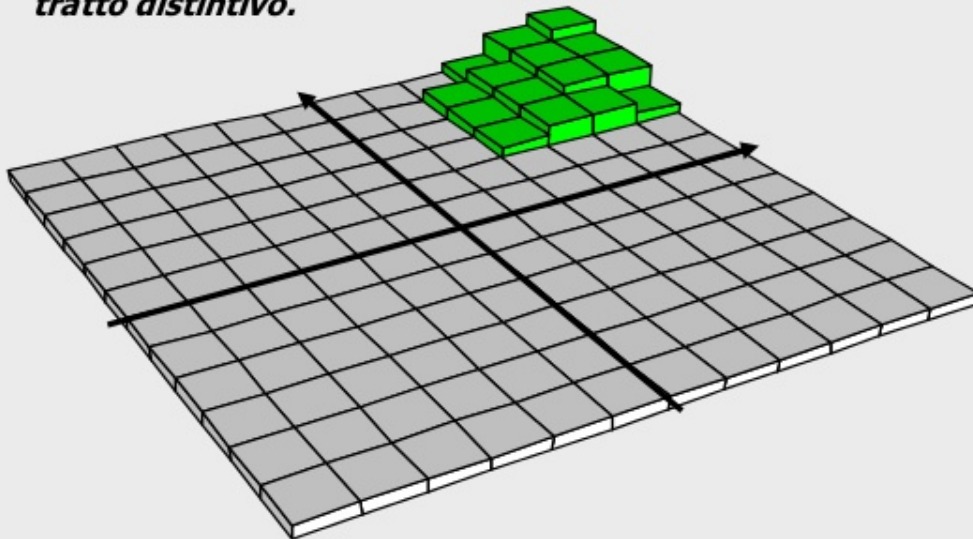
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

42

I Protagonisti

2,2% (ca. 1.000.000 individui)

E' un'élite ristretta, medio giovane e adulta. E' un segmento misto per genere, massimamente protagonista socialmente, sia dal punto di vista professionale che da quello culturale. Cultura, professione, ma anche divertimento e piacere, sono gli asset che tengono in equilibrio; e tale equilibrio, realizzato o come forte aspirazione, è proprio il loro tratto distintivo.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** sono uomini per una piccola maggioranza, abitano nei grandi centri del Nord Ovest, hanno un'età compresa in maggioranza fra i 25 e i 54 anni. Il titolo di studio, il reddito e lo status sono medio-alti, alti. Sono per lo più imprenditori, dirigenti e impiegati.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** hanno una forte predisposizione alla leadership e spiccata capacità organizzativa. Come mete di vita principali vi sono la libertà dai doveri, il piacere, il divertimento, tutto in parallelo ad una spiccatissima progettualità professionale e culturale. Inoltre, hanno un forte senso dell'iniziativa economica e seguono con interesse l'attività politica del Paese.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Leggono molto i libri, soprattutto d'arte, tecnico-scientifici e saggi di cultura. Assistono spesso a conferenze, visitano musei e mostre, vanno a teatro. I criteri di consumo sono emozionali: l'orientamento è alla distinzione, l'acquisto è d'impulso e c'è attenzione al prodotto nuovo. L'orientamento comportamentale in fatto di alimentazione è misurato e attento, ma anche innovatore.

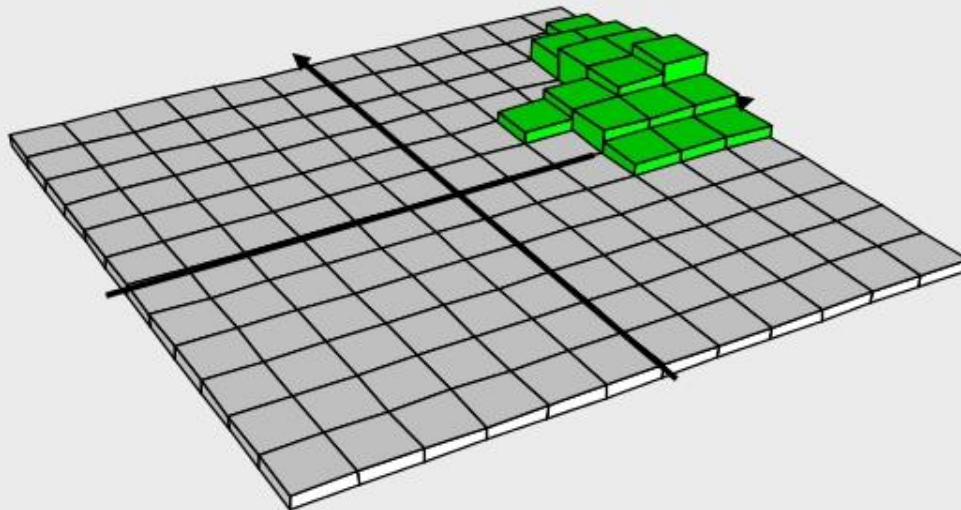
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

43

L'Elite Maschile

6,9% (ca. 3.300.000 individui)

E' un gruppo prevalentemente maschile, giovane adulto, di alto profilo. È attivo e fortemente impegnato: molto nella realizzazione professionale, ma anche (pur se meno) nella crescita culturale e della propria partecipazione sociale.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** abitano il Nord Ovest, in centri medio-grandi e hanno un'età compresa fra i 25 e i 54 anni, con anche una punta più giovane. Titolo di studio, reddito e status sono medio-alti, alti. Le professioni più rappresentate sono gli imprenditori/professionisti, i dirigenti, gli impiegati.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** il loro orientamento è attivo; cavalcano l'onda del successo, sia nella vita che nel lavoro; quest'ultimo è inteso come fonte di investimento e gratificazione. Molto forte, dunque, la progettualità professionale. Attivi anche dal punto di vista politico, si informano, collaborano con organi politici locali, talvolta sono iscritti ad un partito.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** acquistano libri che trattano molteplici generi, dalla fantascienza al saggio di cultura; sono individui ricettivi, curiosi e attratti da numerose manifestazioni culturali. Badano poco al prezzo, al prodotto fidato e all'apparenza. L'alimentazione è sregolata e l'approccio è conviviale.

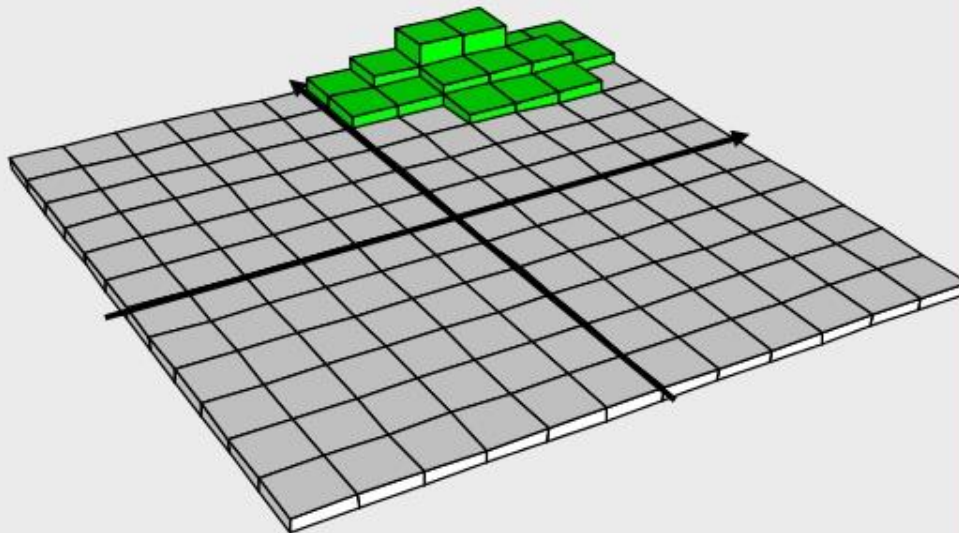
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

44

L'Elite Femminile

4,3% (ca. 2.085.000 individui)

E' un gruppo femminile, centrale, di eccellente profilo, che tende all'assunzione di un doppio ruolo (fuori casa/casa) con, però, una propensione significativamente maggiore a privilegiare la realizzazione personale.



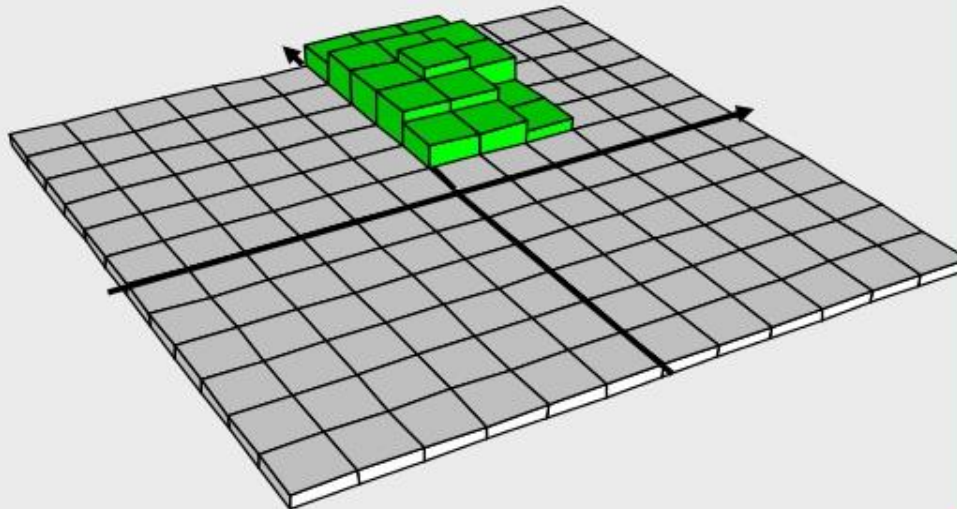
- ✓ **Caratteri socio-demografici:** di età giovane e adulta, abitano al Nord e al Centro, in centri medio-grandi, grandi. Titolo di studio e reddito sono elevati, così come lo status. La coppia è giovane, senza figli o con figli piccoli. Sono dirigenti o impiegate.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** è un target che ha un'attitudine all'intraprendenza e alla gestione delle risorse molto accentuata. Inoltre, spiccato è il senso di progettualità e di realizzazione personale, sia professionale che culturale. L'interesse per la politica è alto, sia a livello informativo che di partecipazione.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** E' in assoluto il target che ha il maggior coinvolgimento nell'acquisto e lettura di libri, che possono essere di svariato genere: dalla fantascienza, all'arte, al saggio di cultura, alla narrativa. Seguono inoltre con interesse eventi culturali anche eterogenei, come spettacoli a teatro, conferenze, concerti, ecc. L'acquisto è d'impulso. Amano cambiare marca spesso, provare il prodotto nuovo, alternativo (anche in cucina) e in genere acquistano nei negozi migliori, dove il personale è disponibile. L'alimentazione è attenta e controllata, ricca di vitamine e povera di grassi. E' il target che ha l'approccio più conviviale e sperimentale.

I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

Le Donne Doppio-Ruolo

6,7% (ca. 3.250.000 individui)

E' un gruppo femminile, medio-giovane, di buon profilo; presenta chiaramente due logiche / aspirazioni di investimento, idealmente paritetiche come importanza: famiglia e lavoro.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** è meno presente al Sud, il baricentro dell'età è intorno ai 18-34 anni, ma con una coda anche dai 35 ai 44 anni. La dotazione di risorse socio-culturali è medio-alta. Sono principalmente professioniste, impiegate o praticano le professioni autonome. In minor percentuale sono ancora studenti.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** è un gruppo attivo ed estroverso. La famiglia gioca un ruolo importante, intesa come meta per le più giovani, al centro delle attenzioni e dell'investimento per le donne più adulte. Anche l'impegno professionale e il coinvolgimento a livello culturale rivestono un'importanza notevole.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** L'acquisto dei libri è piuttosto elevato. In particolare i romanzi rosa, la narrativa, i libri pratici sono i generi più letti. A livello culturale sono donne attive, vanno a teatro, seguono conferenze, visitano musei, chiese, monumenti. Hanno un interesse piuttosto diversificato e generalizzato. I criteri d'acquisto sono emozionali, amano acquistare il prodotto innovativo, che le distingue socialmente. E' un gruppo attento alla moda e ai fenomeni di costume e vuole sempre essere/apparire moderno. L'attenzione, nell'acquisto, è rivolta più all'immagine del prodotto che alla sua qualità. Spinte a provare tutto ciò che è nuovo, tendono spesso a cambiare marca.

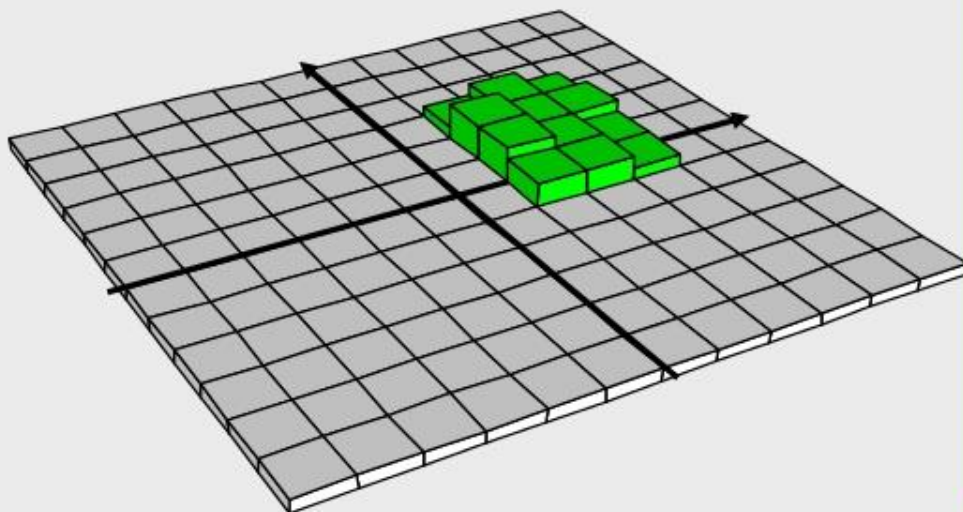
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

46

La Pre-Elite Progettuale

3,1% (ca. 1.500.000 individui)

Si può considerare una "pre-élite" o la zona periferica dell'élite. Il target è prevalentemente maschile, piuttosto giovane, o giovanile, di buon profilo. Le ambizioni, le risorse, le aspirazioni, gli stili e le scelte sono "tarate" sull'élite, pur non appartenendovi appieno (alcuni vi accederanno, di fatto, altri resteranno una "periferia").



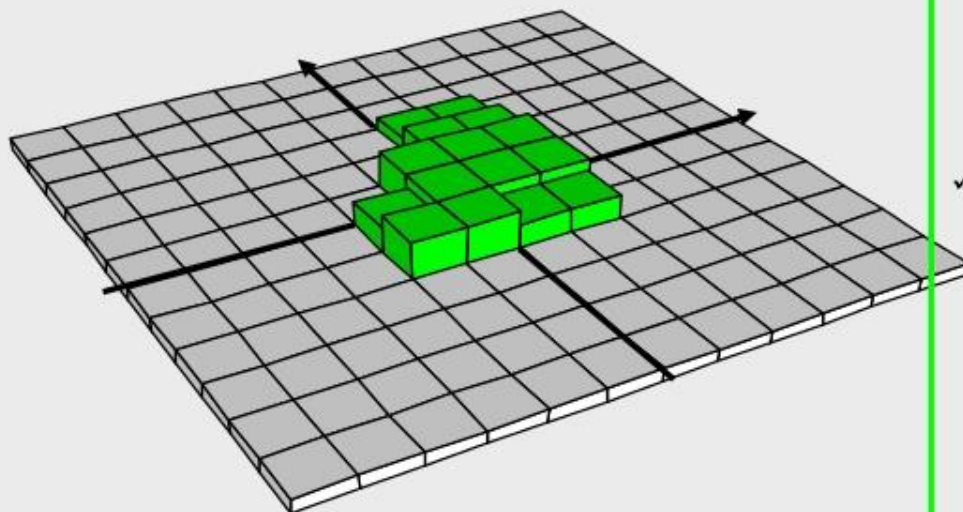
- ✓ **Caratteri socio-demografici:** sono per la maggior parte uomini, abitano il Centro-Nord, in città medio-grandi, grandi. Hanno un'età compresa in un range piuttosto ampio, in prevalenza fra i 18 e i 54 anni, e la loro dotazione di risorse socio-economiche è medio-alta, alta.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** è uno dei target dove è maggiormente presente la componente dell'innovazione e del rischio. Inoltre è progettuale, sia professionalmente che culturalmente. Appoggia l'iniziativa economica e l'interesse per la politica è deciso: ne discutono, si informano, assistono a manifestazioni.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Leggono molto i libri, soprattutto gialli, fantascienza, storia, arte o tecnico-scientifici. Vanno molto a teatro e seguono manifestazioni culturali di vario genere. Amano la musica, in particolare quella straniera, e vanno spesso a concerti pop/rock. Le culture del consumo seguono criteri emozionali: l'acquisto è d'impulso, c'è attenzione verso la forma e l'apparenza come criteri distintivi e in grado di distinguere; sono attratti dal prodotto nuovo. L'orientamento all'alimentazione è conviviale: spesso invitano amici a cena, mangiano fuori e amano sperimentare cibi stranieri.

I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

I Ragazzi Evolutivi

4,0% (ca. 1.940.000 individui)

E' un gruppo prevalentemente giovane o giovanile nei comportamenti, misto per genere. Origina nel medio livello sociale, ha un profilo ancora poco netto anche se in evoluzione. Hanno (già) alcuni valori/aspirazioni forti di impegno e partecipazione che però mantengono ancora in equilibrio con un certo disimpegno, soprattutto sul lato pratico.



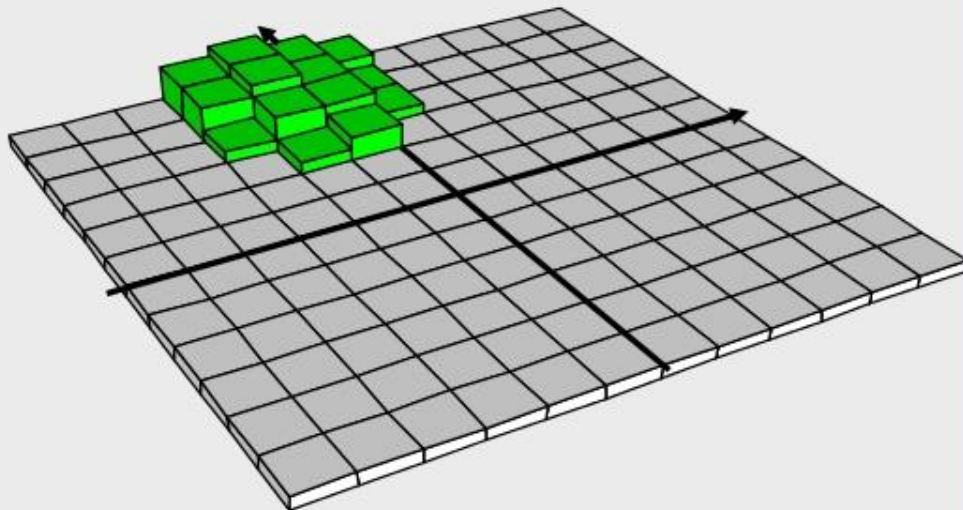
- ✓ **Caratteri socio-demografici:** è un gruppo distribuito trasversalmente sul territorio nazionale, in centri medi, in lieve maggioranza femminile e sono in maggioranza di età compresa fra i 14 e i 24 anni. La dotazione di risorse socio-culturali è medio-bassa. Sono in prevalenza studenti che vivono con i genitori, dunque l'istruzione è medio-bassa ma il reddito è di livello un po' superiore.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** fra i progetti di vita, il piacere e il divertimento hanno una certa rilevanza, senza però scordare la progettualità professionale, che li caratterizza, vivendo ancora in una fase di definizione della loro vita. Hanno sensibilità ecologica, credono nel volontariato e nella lotta al crimine, anche se poi, a livello pratico, non mostrano un eccessivo coinvolgimento. Nei confronti della politica mostrano il più totale disinteresse, sia a livello di partecipazione che a livello semplicemente informativo.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Acquistano libri abbastanza spesso e i generi più letti sono i gialli, i libri di fantascienza e i romanzi/narrativa. Sono molto attivi e ricettivi dal punto di vista culturale, vanno spesso a teatro, a vedere mostre, musei, concerti. I criteri di consumo sono emozionali: acquistano d'impulso e sono attenti al nuovo. Se esce un prodotto innovativo, in vari ambiti, ne sono attratti. L'alimentazione non riveste un ruolo importante, il consumo è distratto e poco organizzato. Ma anche in cucina, se si presenta l'occasione, amano provare il prodotto nuovo o la ricetta straniera.

I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

Le Frizzanti

2,9% (ca. 1.400.000 individui)

E' un gruppo femminile moderno, giovanile, esplorativo e dall'orientamento decisamente outdoor. Tende ad un livello di vita evoluto, in cui il piacere ed il divertimento si fonde spesso con un buon livello di consumi culturali. Il livello socio-economico e di istruzione è buono.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono donne che troviamo un po' su tutto il territorio italiano. L'età non identifica in modo preciso il gruppo: infatti, troviamo un range assai esteso, con una componente giovane, fino a 24 anni, sovraccennata ed età in media fino 64 anni! Il titolo di studio e il reddito sono medio/alti, alti e lo status è elevato. Ben il 73% non lavora, ma le casalinghe sono solo la metà (37%): il resto studia o aspira ad occuparsi.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** Sono donne estroverse, amano il rischio e la novità a 360° e si concedono un approccio emotivo. Fra le mete nella vita vi è una certa progettualità culturale (soprattutto) e professionale, l'intraprendere un'attività in proprio ma anche il piacere e il divertimento, la libertà dai doveri e la cura del corpo. Hanno sensibilità nei confronti delle questioni sociali e pongono issues sociali moderne, come l'iniziativa economica, il volontariato o questioni legate all'ecologia; buono è anche il loro livello di partecipazione alla politica.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Parecchio elevato il grado di soddisfazione che traggono dai diversi ambiti della loro vita. Sono ottimiste sulla situazione attuale e futura, personale, della propria famiglia e del Paese. Dichiarano di avere molto tempo libero, dedicato soprattutto alle relazioni e al divertimento oltre che allo shopping e ai consumi culturali. Le loro attività culturali sono, infatti, svariate: hanno forti consumi in questo campo e progetti di miglioramento del proprio livello. Negli acquisti i criteri di scelta sono emozionali, open-minded ed orientati al meglio: impulsività, attenzione al nuovo, alla forma, alla distintività. Si nota un desiderio di fondo di esploratività, ed esibitività, spesso l'attenzione all'immagine e alla forma prevale sulla sostanza.

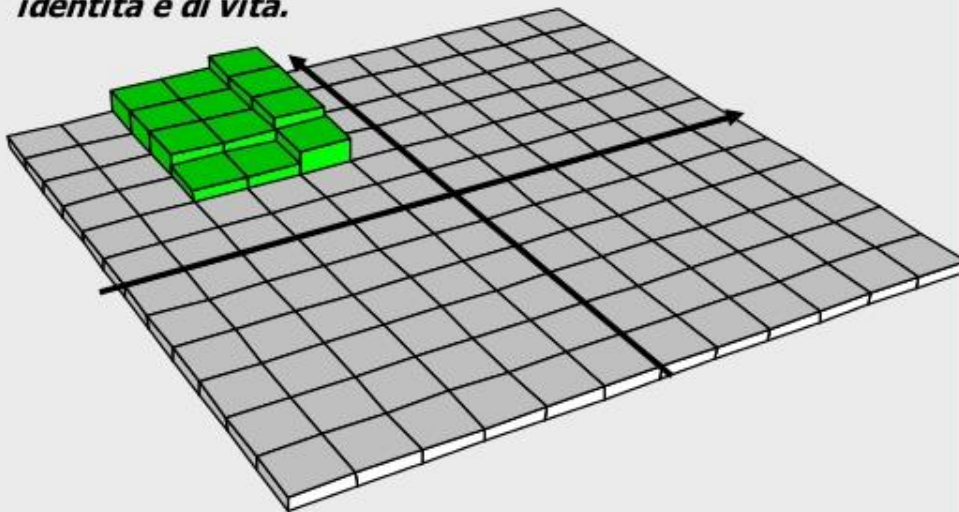
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

49

Le Solide

4,8% (ca. 2.300.000 individui)

Gruppo femminile che rappresenta appieno una sana e forte medietà sociale. È un gruppo molto attivo e indaffarato; tiene in particolar modo alla famiglia, che è la principale ragione di vita e di cui si cura da tutti i punti di vista. Ciò anche se spesso le Solide lavorano; in questo rappresentano, in un certo senso, anche l'evoluzione moderna delle casalinghe: l'impegno lavorativo c'è ma è strumentale all'obiettivo famiglia e meno a quello dell'elaborazione di una via personale ed autonoma di identità e di vita.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono donne distribuite trasversalmente dal punto di vista territoriale, soprattutto nei centri medi, di range di età ampio: dai 25 ai 54 anni (core fra 35-44). Il titolo di studio è medio alto, il reddito e lo status sono medi. Quasi l'80% vive in famiglie con figli conviventi, molte a doppio reddito. Sono casalinghe al 37%, le altre lavorano (o cercano lavoro): sono impiegate, praticano le professioni autonome e in alcuni casi sono operaie.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** sono tendenzialmente aperte e curiose ma anche ordinate e regolari. Guardano al futuro con una certa serenità e con forza. Le caratterizza un forte pragmatismo nelle loro mete: la famiglia è sicuramente al primo posto, insieme alle sicurezze di base. Anche la salute trova un suo spazio, ma non in modo evoluto e progettuale: piuttosto come strumento per fare tutto il resto. Anche nelle issues sociali traspare pragmatismo ed emerge una propensione a non contare sull'aiuto della collettività, ma su sé stesse: auspicano l'efficienza dei servizi sociali, sono sensibili alle questioni morali e apprezzano il volontariato come forma di compensazione delle carenze della collettività.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** il grado percepito di qualità della propria vita è medio-alto, soprattutto fa perno sulla famiglia, il matrimonio e le relazioni sentimentali. Non manca una certa soddisfazione per il proprio stile di vita in generale. Sulla condizione delle finanze familiari sono abbastanza ottimiste per il futuro. Nel tempo libero, che è poco, preferiscono stare con la loro famiglia piuttosto che con amici o fuori casa. Hanno in progetto di migliorare la propria cultura e vanno spesso in libreria. Negli acquisti i criteri di scelta sono prevalentemente emozionali: impulsività, attenzione al nuovo, alla forma, alla distintività. Presente anche la razionalità, sebbene in tono minore.

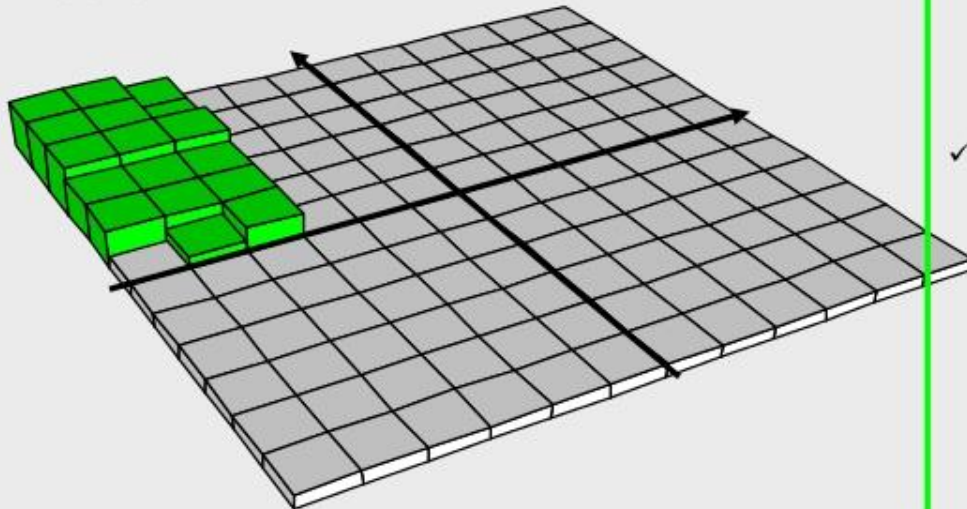
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

50

Le Resistenti

6,6% (ca. 3.200.000 individui)

E' un gruppo femminile adulto centrale, con scarse risorse complessive e ruoli sociali più tradizionali. Qui si sperimenta una certa difficoltà nella gestione quotidiana della vita e della famiglia. Quest'ultima, abbastanza grande ed impegnativa, è però il centro del loro interesse, cui si dedicano, spesso, al 100% e da cui traggono forza e motivazione per andare avanti.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono donne per il 54% presenti al Sud e isole, il resto è un po' ovunque, fortemente sottomediana solo il Nord Ovest. Fortissima la presenza di 35-54enni (77%). Il titolo di studio e il reddito sono medio/bassi, e lo status è basso. Sono in grande maggioranza casalinghe (66%) od operaie (13%), con famiglie "in ruolo": l'86% ha figli (in maggioranza grandi) conviventi.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** Sono ordinate, hanno forte ansia e preoccupazione, anche per il futuro, si scoraggiano ma hanno anche risorse di reazione, con nervosismo e con il desiderio di farcela e di superare le difficoltà. Le mete nella loro vita sono estremamente pragmatiche: la famiglia, soprattutto, ed il raggiungimento di un buon livello di sicurezze di base. Non manca la voglia di condurre una vita più tranquilla. Alla società chiedono aiuto e sostegno alla loro condizione: soprattutto difesa dei diritti e del reddito.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Piuttosto ridotto il grado di soddisfazione che traggono dai diversi aspetti della loro vita: l'unico ambito che le soddisfa è il matrimonio e la famiglia, fonte di preoccupazioni e sforzi ma anche di senso. Il resto è deludente: relazioni, denaro e stile di vita soprattutto. Sono piuttosto pessimiste se interrogate sulla loro situazione finanziaria, sia attuale che futura. Nel tempo libero (poco) preferiscono stare a casa, riposarsi e dedicarsi a ciò che della famiglia è rimasto indietro. Non hanno generalmente interessi culturali. Negli acquisti, fatta salva una certa aspirazionalità, prevalgono i criteri razionali del risparmio e della qualità.

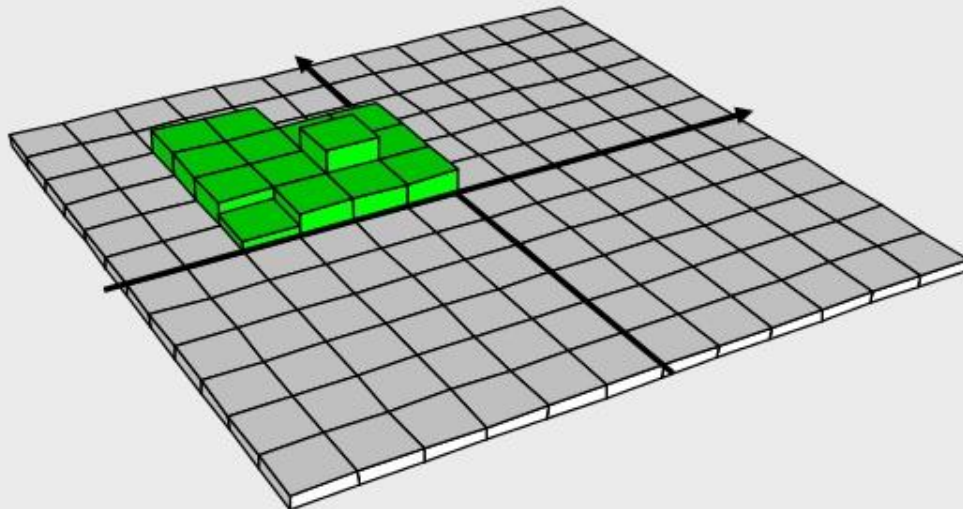
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

51

Le Sognanti

3,0% (ca. 1.440.000 individui)

E' un gruppo giovane, femminile, di basso, medio/basso profilo. Piuttosto disimpegnate, sognano ed aspirano a cose semplici o "classiche": il romanticismo, il "divo", il divertimento, la bellezza ...ma poi vogliono una famiglia e una sicurezza di base.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** sono più presenti al Sud e Isole, in centri medio piccoli; l'età è fra i 14 e i 34 anni. Il loro livello di istruzione e reddito è medio basso. Sono per lo più giovani casalinghe, studentesse o non occupate.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** aspirano ad una sicurezza di base, manifestano la richiesta di un controllo sociale forte e deciso, che ponga fra le questioni di prim'ordine la lotta al crimine. Provano un senso di incertezza e timore verso il futuro. Desiderano avere una famiglia e, vista la giovane età, vogliono divertirsi. La partecipazione politica è praticamente nulla, non hanno una loro opinione definita su questioni che riguardano la condizione politica del paese.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** i loro interessi culturali sono limitati, vanno poco a teatro, a mostre o musei, partecipano poco a concerti ma amano la musica, e di conseguenza l'acquisto di dischi è decisamente sopramedia. L'attenzione è al risparmio, alla forma e al prodotto nuovo. Investono parecchio nella cura della persona e nell'abbigliamento; amano godersi i soldi piuttosto che risparmiarli.

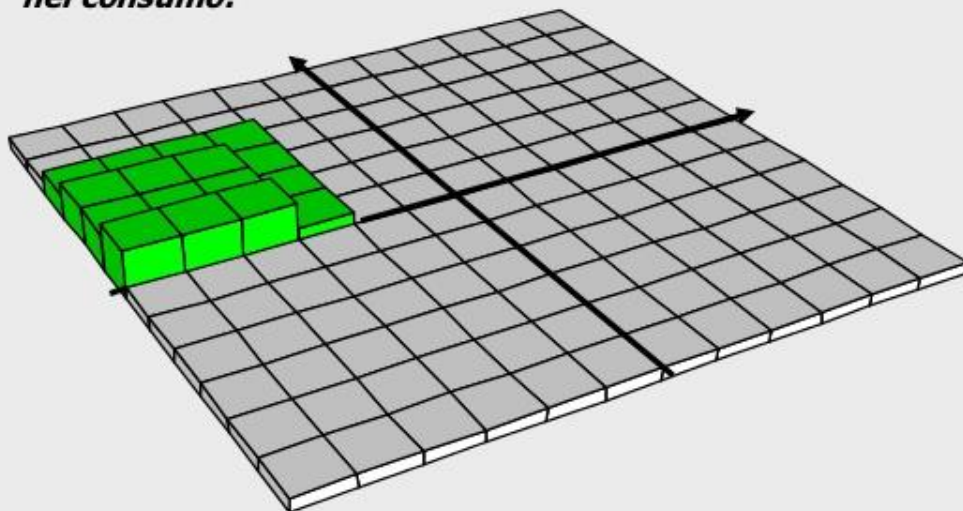
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

52

Le Signore Aperte

6,5% (ca. 3.100.000 individui)

E' un gruppo femminile di età matura, con una buona dotazione reddituale (più che culturale). Questa condizione, unitamente al fatto che la maggior parte vive da sola o in coppie senza figli conviventi (62%) le aiuta a manifestare, o a recuperare, i loro tratti di curiosità, di apertura alle opportunità e addirittura di progetto, almeno sul piano culturale. Il tutto, però, con una certa sobrietà ed equilibrio, sia nella vita che nel consumo.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono donne più presenti al Nord, con una forte componente urbana. Hanno un'età oltre i 55 anni. Il titolo di studio è elementare, mentre il reddito è medio/alto, alto. Lo status è medio. Sono per lo più casalinghe (53%) ma c'è una buona parte anche di pensionate (38%).
- ✓ **Valori individuali e sociali:** Sono piuttosto estroverse ma anche ordinate ed auto-regolate; hanno nel complesso un atteggiamento piuttosto sereno e poco nervoso. Le loro mete nella vita sono piuttosto evolute e per certi versi sovrastrutturali. Ad esempio, la cura del sé, che è ampia ed ha accezioni un poco filosofiche più che meramente riparatorie e tocca la salute, in generale, tanto quanto la cura del corpo e dell'efficienza. La stima degli altri e una certa progettualità culturale. Sono sensibili alle questioni sociali, hanno un occhio di riguardo verso l'ecologia ed appoggiano lo stato sociale.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Medio-buono il giudizio sulla qualità della loro vita in genere, che fa perno sull'abitazione, sulla città in cui vivono e sulla loro situazione finanziaria (reddito e sicurezze del risparmio). Dicono di avere abbastanza tempo libero, che va a beneficio della famiglia ma anche di attività come il teatro, le visite ai musei, qualche visita fuori porta alle altre città, le vacanze. Fra le altre cose, amano anche leggere e leggere di cultura sui quotidiani. Negli acquisti i criteri di scelta sono razionali e valutativi, però sempre più ispirati dalla sostanza che dal risparmio: la qualità dei prodotti e l'affidamento alla marca nota sono fattori determinanti.

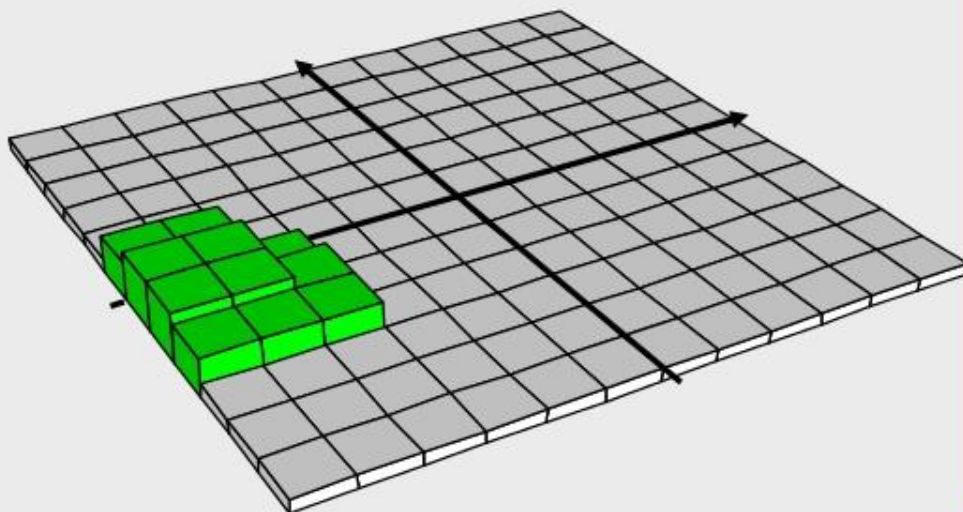
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

53

Le Pacate

6,0% (ca. 2.900.000 individui)

E' un gruppo femminile, anziano, di medio/basso livello. L'orientamento generale è ispirato da grande moderazione, pacatezza e regolarità di vita. I suoi riferimenti sono gli ambiti della realtà domestica e della spiritualità, dove riescono ad ottenere le loro soddisfazioni ed il loro senso.



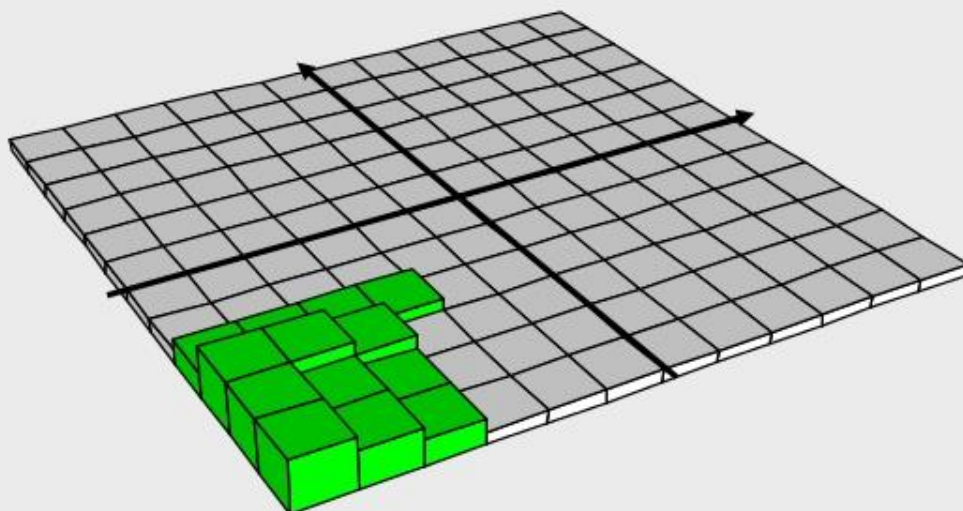
- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono donne tendenzialmente distribuite trasversalmente per aree geografiche, nei centri medio-piccoli e piccoli. Rappresentano la fascia femminile anziana della popolazione; il loro livello di istruzione è basso, lo status è medio/basso. Il reddito, però, è di medio livello, anche perché il 70% vive sola o con il coniuge, senza figli conviventi. Sono per lo più pensionate ma in parte anche casalinghe.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** L'approccio alla vita tende ad essere ragionato e valutativo. A volte provano un senso di preoccupazione ed ansia nei confronti del futuro e degli anni a venire ma, tutto sommato, meno di altri Stili in simili condizioni generali. A tutto ciò, però, non reagiscono col nervosismo e con la chiusura totale ma con una spiccata pacatezza di fondo, una tendenza ad una vita regolare, ordinata, controllata. Fra le mete più sentite: la spiritualità, soprattutto, ma anche la tranquillità, la stima sociale e la salute. Confidano nell'aiuto e nel sostegno dello stato sociale.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Il grado di soddisfazione per i vari aspetti della loro vita è medio, medio-basso. Le uniche fonti di una certa sicurezza e di compiacimento sono rappresentate dai loro risparmi e dalla città in cui vivono. Dichiarano molto tempo libero che occupano prevalentemente in tutte le più tradizionali attività di gestione domestica e familiare. Sono ridotte al minimo tutte le forme di svago all'esterno della casa e le attività ricreative o culturali. Negli acquisti i criteri di scelta sono razionali: l'attenzione va al risparmio, ma anche alla marca nota, e alla qualità dei prodotti.

I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

Le Insoddisfatte

5,9% (ca. 2.850.000 individui)

E' un gruppo femminile caratterizzato da una situazione di disagio e di difficoltà, tratti legati a chiare caratteristiche oggettive: si tratta di donne tardo-adulte o anziane, di medio/basso livello. A ciò si aggiunge che ben il 48% ha ancora famiglie con 3 o più componenti, mentre ben l'81% non lavora.



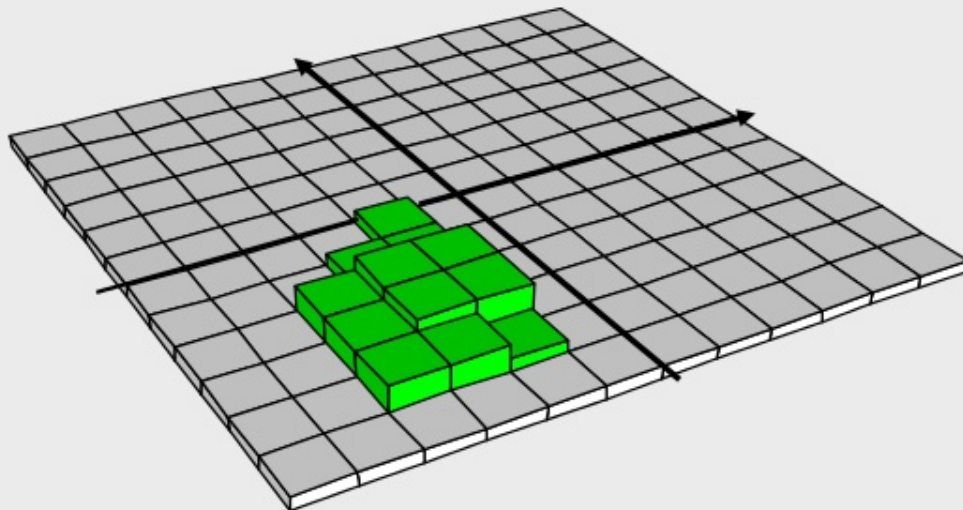
- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono donne con una forte componente del Sud e Isole (48%); il resto è un po' in tutte le aree geografiche. L'80% ha più di 54 anni (ben il 58% ha più di 64 anni). Il titolo di studio e lo status sono di basso livello, mentre il reddito è medio-basso/basso. Sono in buona parte casalinghe, ma anche pensionate (81% non lavora). Il 48% ha famiglie con 3 o più membri, il resto vive in coppia (31%) o da sola (21%)
- ✓ **Valori individuali e sociali:** Provano forte ansia e preoccupazione, sia per la situazione attuale che per il futuro. Si scoraggiano più di ogni altro Stile. Fra le mete nella vita spiccano sicuramente la tranquillità, la spiritualità e la salute. Mirano al massimo di aiuto dalla collettività (lo stato sociale).
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Non vi sono aree della loro vita di particolare soddisfazione. Ritengono che la qualità della loro vita in generale sia decisamente bassa. Nel tempo libero amano stare con la famiglia e non hanno interessi al di là delle mura domestiche. Negli acquisti il criterio che più di tutti li guida nella scelta di un prodotto è il risparmio.

I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

Il Signore Equilibrato

4,7% (ca. 2.250.000 individui)

E' un gruppo maschile, tardo adulto o anziano, di medio/buon profilo. E', a suo modo, moderno, mentalmente vivace, aperto alle novità e generalmente soddisfatto della vita che conduce. Il tutto con grande dignità ed equilibrio, dosando curiosità, relax e un sano godere della casa e del tempo libero.



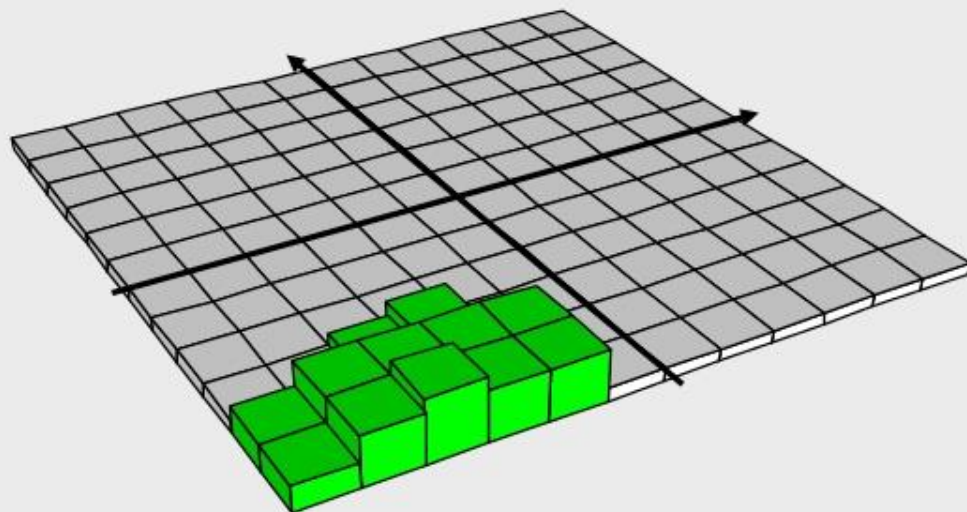
- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono uomini più presenti al Nord, in centri medio-grandi. Il 91% ha più di 54 anni (66% oltre 64 anni). Il loro livello di istruzione è basso mentre la loro dotazione reddituale è buona; sono in grande maggioranza pensionati.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** L'approccio è (o vuole essere) sostanzialmente razionale: hanno fiducia in sé stessi, sentono di "farcela" e di poter avere ancora successo nelle cose che fanno. Fra le mete nella vita c'è una cura di sé, e della propria immagine, evoluta, che coinvolge la salute e il corpo, la stima sociale, la spiritualità. Troviamo anche un buon investimento culturale, se paragonato ad altre componenti maschili anziane. A ciò si uniscono il piacere della famiglia e, qualche volta, perché no, il divertimento.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Sono svariate le aree della vita con elevata soddisfazione: la famiglia e il matrimonio, i risparmi di una vita, il loro reddito e la città in cui vivono. La scala della qualità della vita è, quindi, generalmente piuttosto elevata. Dichiarano molto tempo libero, che dedicano alla famiglia, agli hobbies, agli amici. Ben penetrata anche la lettura (libri ma anche stampa) e la TV: di fatto, tutto ciò rappresenta la loro più importante attività di consumo culturale, essendo, per il resto, poco orientati all'outdoor in questo campo. Negli acquisti i criteri di scelta sono razionali, con un forte accento sulla qualità ed il confronto fra le alternative.

I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

L'Anziano da Osteria

6,5% (ca. 3.130.000 individui)

E' un gruppo maschile, tardo adulto o anziano, di basso profilo. Gli interessi e le attività sociali o culturali sono quasi nulle, l'interesse per il mondo che si muove ed evolve è scarso e l'orientamento è decisamente ritirato e ripiegato sui propri, pochi interessi: amici, famiglia, bar...



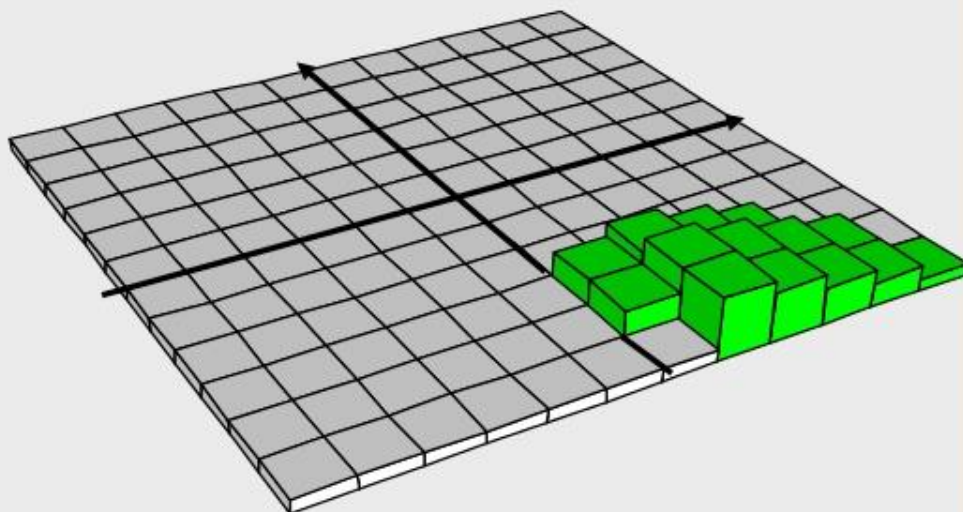
- ✓ **Caratteri socio-demografici:** Sono uomini più presenti al Sud e Isole (48%) e al centro (20%) ed centri medio-piccoli/piccoli. L'82% ha un'età oltre i 55 anni (62% oltre 64 anni). Il livello di istruzione è basso, così come il reddito e lo status; sono in grande maggioranza pensionati (76%) e in parte non occupati (10%).
- ✓ **Valori individuali e sociali:** L'approccio è piuttosto chiuso, sono molto introversi, non hanno interesse verso l'innovazione o il rischio. Sono decisamente ripiegati su di sé; fra le mete nella vita al primo posto si trova la tranquillità insieme alla stima sociale e al raggiungimento/mantenimento delle sicurezze di base. Confidano nello stato sociale.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** La soddisfazione per la qualità della loro vita è piuttosto bassa, la sola eccezione è rappresentata dalla vita matrimoniale, per la quale la soddisfazione è almeno in media. Sono alquanto pessimisti se vengono interrogati sul loro futuro economico e sul futuro del Paese. Il tempo libero lo dedicano sostanzialmente agli amici e al bar o alla casa (da intendersi più come riparazione e cura, però). Sono tendenzialmente assenti attività culturali od investimenti più evoluti.

I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

Il Maschio Pre-Culturale

11,4% (ca. 5.460.000 individui)

E' un gruppo maschile, di medio-basso, basso profilo socio-culturale. E' l'archetipo maschile classico, per cultura, ruoli e comportamenti, senza slanci evoluti ma con pochi, semplici "asset": qui conta il posto fisso, la sicurezza di base...e lo sport.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** sono individui che abitano principalmente nel Sud Italia, in centri medio-piccoli. Sono totalmente uomini, dai 45 ai 64 anni, ma esiste anche un'anima più giovane, intorno ai 14-24 anni. I livelli di istruzione, reddito e status sono medio-bassi. Sono in gran parte operai, o esercitano professioni autonome, ma troviamo anche un'ala di studenti.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** la prima meta è il "posto fisso", il lavoro inteso come sicurezza di base e non come ambito di realizzazione. Quando i temi sociali li riguardano (es. iniziative sulle tasse o sul lavoro) non fanno mancare il loro apporto concreto. Assistono a manifestazioni politiche, partecipano ad attività organizzative di partito e talvolta ne sono iscritti. L'orientamento politico è piuttosto trasversale.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Gli eventi sportivi sono il primo o quasi unico passatempo. Leggono poco, vanno poco al cinema, a teatro, ai concerti. Dal punto di vista degli orientamenti al consumo, i criteri sono razionali: il risparmio e la notorietà della marca sono aspetti rilevanti nella scelta di un prodotto. L'alimentazione è sostanziosa e, dal punto di vista nutrizionale, molto ricca. In fatto di salute, non vi è una particolare attenzione e cura della propria persona. Ad esempio, si usa il medico solo se strettamente necessario. In generale, non esiste progettualità nella loro vita.

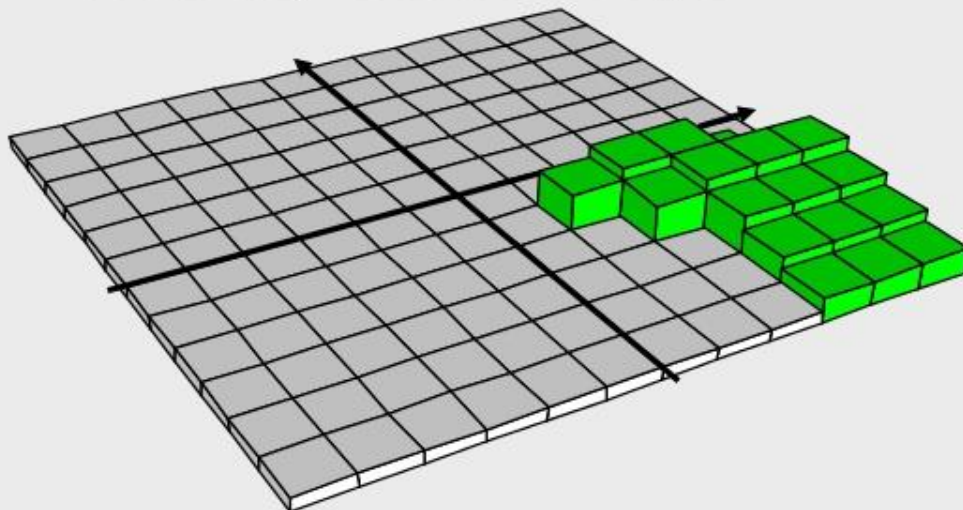
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

58

Il Lavoro e Svago

9,9% (ca. 4.750.000 individui)

E' un gruppo prevalentemente maschile, di medio-basso, basso profilo sociale. Qui è fortemente (e pressoché esclusivamente) presente la cultura del fare ma non quella del pensare in modo evoluto. Il gruppo non presenta ambizioni forti e cultura, per cui non ha grande successo sul piano dell'avere; agisce nella vita in modo piuttosto "basico", con un "onesto" livello di partecipazione e obiettivi semplici.



- ✓ **Caratteri socio-demografici:** è un gruppo costituito per la quasi totalità da uomini, di età giovane/tardo-giovane, distribuiti trasversalmente sul territorio nazionale, in centri medio-piccoli. Sono medi, sia per livello di istruzione che di reddito e status. In parte praticano le professioni autonome e in gran parte sono operai.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** conducono una vita semplice, senza troppe pretese, se non quella di un posto di lavoro sicuro. Fra le mete primarie, dunque, vi è il denaro e una certa sicurezza di base. Sono abbastanza attivi anche politicamente: ne discutono spesso, assistono a manifestazioni, talvolta sono iscritti ad un partito.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** In pochi acquistano e leggono libri, e sempre in pochi assistono a manifestazioni culturali. Gli eventi sportivi sembrano essere il primo e quasi unico passatempo. Non esiste un'idea strutturata legata alla scelta del tipo di prodotto in genere. Acquistano d'impulso e spesso cambiano marca.

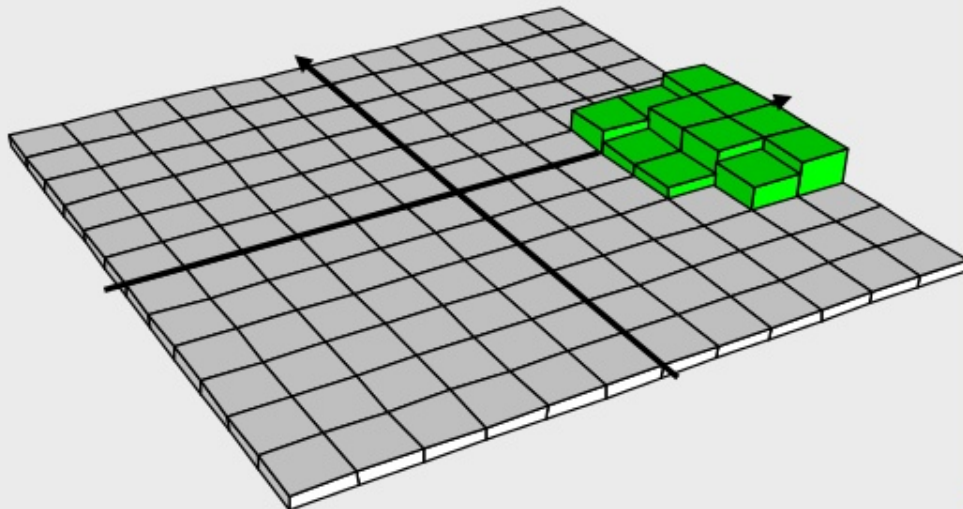
I Nuovi Stili di Vita di Sinottica

59

Il Lavoratore d'Assalto

3,8% (ca. 1.800.000 individui)

E' un target maschile di buon profilo, più sul piano del reddito e dello status che su quello culturale. La frase "tutto per il successo" (misurato soprattutto col denaro) li descrive bene, a sintetizzare una persona più centrata sull'energia primaria che su tratti "soft" e sovrastrutturali, anche se ancora presenti nel gruppo.

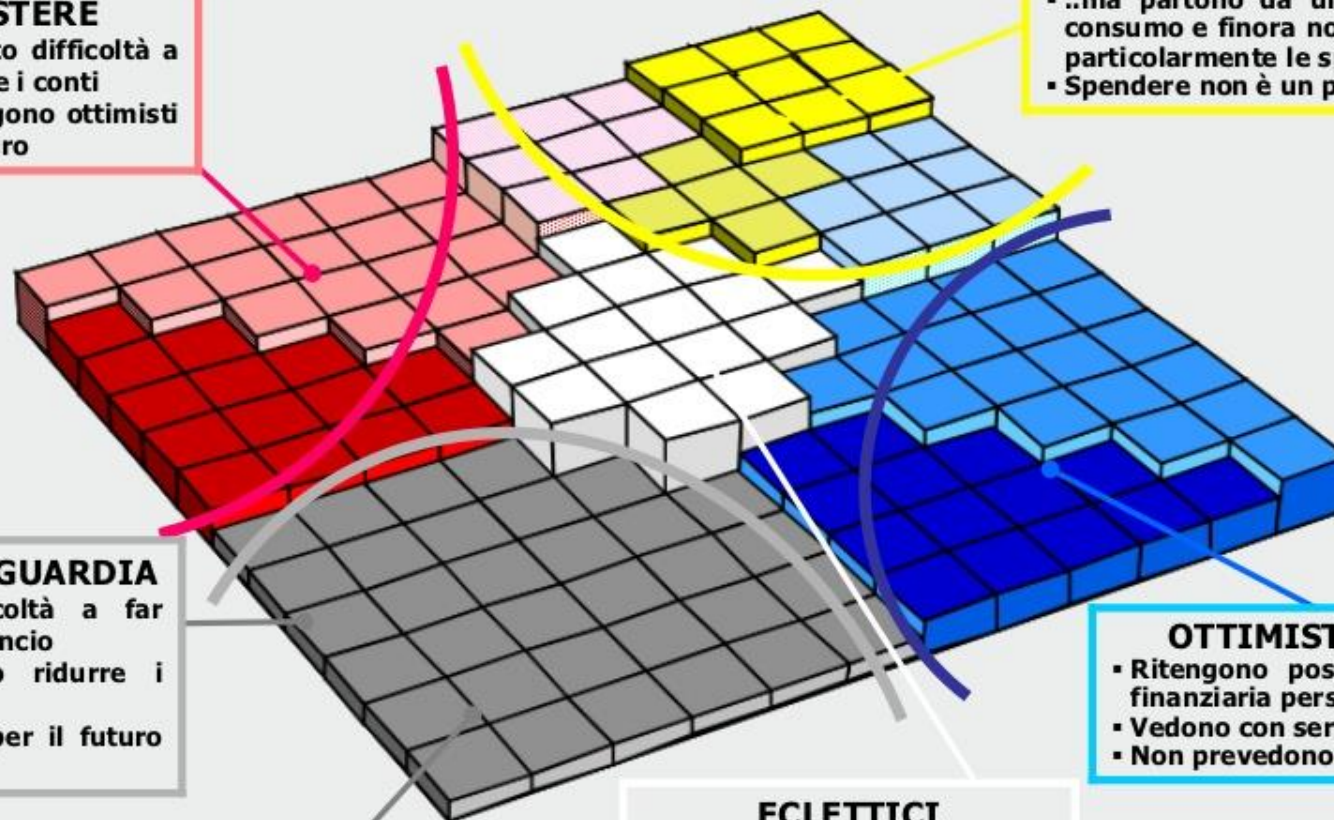


- ✓ **Caratteri socio-demografici:** è distribuito trasversalmente sul territorio nazionale (un po' sottomedio il Sud e Isole) ed equilibrato anche per ampiezza centri. Sono individui piuttosto giovani o giovanili, il baricentro è principalmente fra i 25 e i 44 anni. Il titolo di studio è medio-alto, così come il reddito, mentre il livello dello status in generale è alto. Le professioni più rappresentate sono quelle tipiche di un mondo centrale: imprenditori e dirigenti.
- ✓ **Valori individuali e sociali:** innovazione, rischio, successo sono gli elementi base dell'approccio alla vita. La progettualità a livello professionale e l'iniziativa economica fanno da sfondo a tutto il resto. Meno presente la progettualità culturale. Piuttosto alta la scala di partecipazione all'attività politica, sia locale che nazionale.
- ✓ **Orientamenti e comportamenti:** Lievemente sopramedia l'acquisto e lettura dei libri, così come le visite a mostre, conferenze e spettacoli teatrali. Interessante notare la frequente partecipazione a eventi sportivi. Per quanto riguarda le culture del consumo non ci sono rilevanti annotazioni che potrebbero differenziare questo target dalla media del totale popolazione. Non c'è una particolare cura nella scelta alimentare, la dieta è improvvisata o poco studiata.

Sinottica:

La Grande Mappa: la risposta alla situazione di consumo

60



RESISTERE

- Hanno avuto difficoltà a far quadrare i conti
- ..ma rimangono ottimisti verso il futuro

ADATTATI SENZA SACRIFICI

- Prevedono rinunce
- ..ma partono da un alto livello di consumo e finora non hanno ridotto particolarmente le spese
- Spendere non è un problema

LIVELLO DI GUARDIA

- In sera difficoltà a far quadrare il bilancio
- Hanno dovuto ridurre i consumi
- Le previsioni per il futuro sono critiche

OTTIMISTI ACRITICI

- Ritengono positiva la situazione finanziaria personale
- Vedono con serenità il futuro
- Non prevedono particolari rinunce

ACQUA ALLA GOLA

- In serie difficoltà finanziarie
- Molto pessimisti verso il futuro dei consumi familiari

ECLETTICI

- Adottano modalità varie e articolate di risposta
- Indipendenza dal nucleo familiare di appartenenza