Il consumatore 4.0? E' informato e cerca cibi che sazino la mente

cibo-e-caffetteria-host-28-0b716065

Sempre più **informato e consapevole**, cerca l'innovazione e il piacere così come la salute, acquista prodotti certificati ma non si fida più solo di un bollino. È il **consumatore 4.0**, che non ha più fame, ma appetito, e questo **è saziato nella sua mente più che nella sua pancia**.

A delineare il ritratto è l'**Osservatorio Cibi, Produzioni, Territorio (Cpt) di Eurispes, Uci e Univesitas Mercatorum**, che ha raccolto dati, approfondito fenomeni legati al mercato del mondo alimentare, e osservato come cambiano le abitudini dei consumatori nel Position Paper "I consumi alimentari: conoscere per agire".

I consumi delle famiglie rappresentano la quota più importante del Prodotto interno lordo italiano e, in quest'ambito, quelli alimentari pesano l'11% (secondo dati Istat del 2018). Ma conoscere il consumo, si legge nello studio, significa capire le persone, i loro valori e la sfera dei loro desideri. E il consumatore di oggi, ovvero il consumatore 4.0, "è un misto di antico e contemporaneo, è un consumatore post-moderno che sta ribaltando il proprio rapporto con il consumo: dopo una lunga fase post bellica, nella quale il consumo ha sostanzialmente dominato sulla persona, è maturato un cambiamento di stato che mostra un altro soggetto, che ribalta i termini del proprio esistenziale socio-economico **da consumatore-persona a persona-consumatore**, attraverso alcuni atteggiamenti nuovi".

Il consumatore diviene, insomma, un "produttore di significati". Perché, nota ancora l'Osservatorio, "il possesso, la proprietà e l'utilizzo di simboli è un tratto essenziale del consumo: ieri l'automobile era probabilmente il simbolo-guida, poi è divenuta la griffe della moda, **oggi il focus è sui comportamenti alimentari**".