



Il Nudging e il suo impatto sulle scelte alimentari

# Cos'è il Nudging?

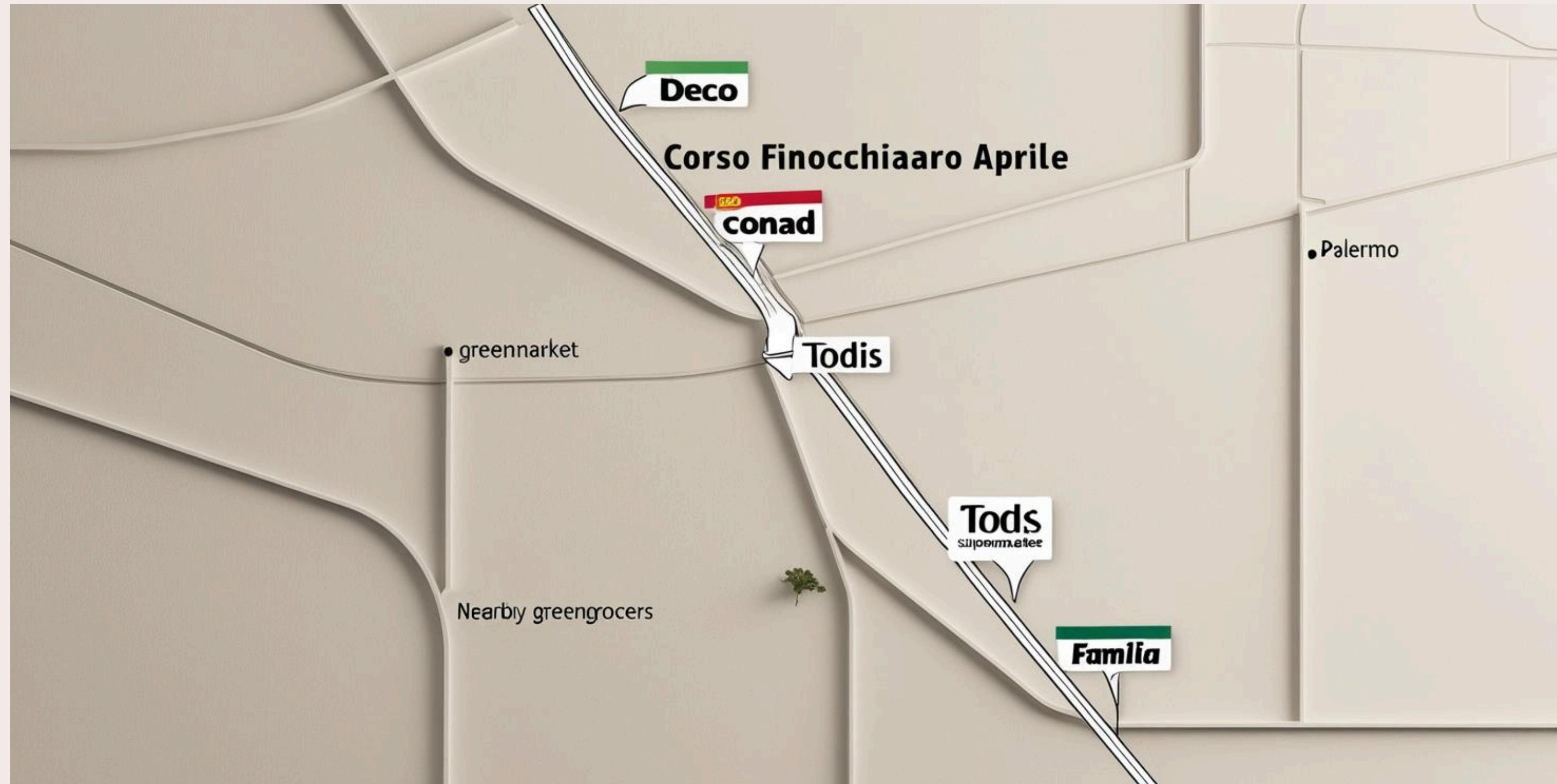
E' una "spinta gentile" che si basa sull'idea che è possibile guidare il comportamento delle persone senza imporre divieti o obblighi, ma semplicemente modificando l'ambiente decisionale

Questo principio si applica con grande efficacia nei contesti alimentari, come supermercati e ristoranti, dove l'organizzazione degli spazi, la disposizione dei prodotti e il design dei menù possono influenzare in modo significativo le scelte alimentari quotidiane.

# Il nudging nei supermercati di Corso Finocchiaro Aprile

Ho voluto analizzare il fenomeno del nudging applicato al settore alimentare, focalizzandomi sulla mia zona di residenza: Corso Finocchiaro Aprile a Palermo.

Ho scelto di osservare da vicino quattro supermercati (Decò, Conad, Famila e Todis) e i menù di alcuni ristoranti locali per rilevare esempi concreti di nudging nella vita quotidiana.



## Decò

Una volta entrati si è accolti da un ampio scaffale dedicato a merendine, biscotti e snack zuccherati. Questa scelta non è casuale: l'ingresso è un punto strategico perché intercetta i clienti prima che abbiano preso qualsiasi altra decisione. Esporre prodotti ad alto contenuto calorico e a elevata gratificazione immediata può spingere a scelte impulsive, tipiche del nudging commerciale, non necessariamente salutare.

## Famila

All'ingresso si trovano merendine, biscotti e prodotti da forno dolci, spesso in promozione. Questa scelta punta a valorizzare prodotti ad alto margine e facilmente vendibili, sfruttando la predisposizione all'acquisto compulsivo nei primi minuti della spesa.

## Todis

Nella stessa zona presenta il reparto frutta e verdura proprio all'ingresso. Questo è un esempio classico di nudging salutare, poiché espone subito il cliente a scelte sane, fresche e naturali.

Studi dimostrano che posizionare frutta e verdura all'inizio del percorso d'acquisto può aumentare il consumo di questi prodotti e portare a una maggiore attenzione a ciò che si acquista dopo.

## Conad

Adotta un approccio simile al Todis: all'ingresso troviamo subito frutta, verdura e prodotti freschi. È una strategia coerente con una promozione del consumo responsabile e salutare, ed è spesso supportata da una segnaletica che evidenzia la provenienza locale o biologica degli alimenti

Perché i consumatori della zona di Corso Finocchiaro Aprile a Palermo scelgono di acquistare frutta e verdura nei supermercati, nonostante la presenza di fruttivendoli a pochi metri di distanza?

La scelta di acquistare frutta e verdura nei supermercati della zona di Corso Finocchiaro Aprile a Palermo, nonostante la presenza di fruttivendoli a pochi metri di distanza, può dipendere da diversi fattori legati sia alla praticità che ai meccanismi del comportamento del consumatore.

## **1. Comodità e centralizzazione degli acquisti**

I supermercati offrono tutto in un unico posto: alimenti confezionati, detersivi, surgelati, frutta e verdura. Risparmio di tempo per chi ha una vita frenetica.

## **2. Nudging e disposizione strategica**

Reparto ortofrutta posizionato all'ingresso (es. Todis e Conad). Spinge il cliente a iniziare con scelte salutari e influenza positivamente gli acquisti successivi.

## **3. Prezzi percepiti come più convenienti**

Promozioni, offerte 3x2, volantini e carte fedeltà. Illusione di convenienza rispetto ai fruttivendoli, anche se i prodotti non sempre sono più economici o freschi.

#### **4. Orari di apertura più ampi**

I supermercati tendono ad avere orari continuati e apertura anche la domenica, mentre molti fruttivendoli seguono ancora orari tradizionali. Questa flessibilità può essere un vantaggio determinante, specialmente per chi lavora.

#### **5. Percezione della qualità “controllata”**

Alcuni consumatori associano i supermercati a un maggiore controllo igienico o alla garanzia di provenienza dei prodotti grazie all'etichettatura, anche se ciò non è sempre indice di maggiore freschezza rispetto al fruttivendolo.

#### **6. Abitudini e fidelizzazione**

La frequentazione abituale di un supermercato può generare una sorta di fedeltà inconscia: il cliente è abituato a un certo percorso di spesa, conosce la disposizione dei prodotti e tende a non deviare da quella routine.

# Ristoranti: menù e tecniche di nudging



A Palermo, ci sono diversi ristoranti e catene che utilizzano tecniche di nudging per influenzare le scelte alimentari dei clienti.

- **Iniziative anti-spreco:** Adottano simboli (come una moneta verde/rossa) per stimolare il cliente a portare a casa gli avanzi, riducendo lo spreco alimentare.
- **Evidenziazione dei piatti vegetariani o locali:** Evidenziano con colori o riquadri i piatti sostenibili o del territorio, promuovendo un consumo più etico.
- **Simboli visivi:** Alcuni menù usano icone come cuori, foglie verdi o simboli di benessere accanto ai piatti salutari, facilitando la scelta anche a chi legge distrattamente.
- **Ordine e posizione:** I piatti che si desidera promuovere vengono posizionati in alto o al centro del menù, aree su cui si concentra maggiormente lo sguardo del cliente.
- **Descrizioni dettagliate:** I piatti vengono spesso descritti con aggettivi evocativi e suggestivi, una strategia che ne aumenta l'appeal.

## Antica Focacceria San Francesco

- **Posizionamento dei piatti:** Le focacce e gli street food più calorici sono posti in basso nel menu, mentre le insalate, le pietanze a base di pesce collocati in alto o evidenziati.
- **Suggerimenti e promozioni:** il personale suggerisce piatti più salutari che sono presentati come piatti più freschi e leggeri, spesso con abbinamenti proposti da parte del personale.



## Fud Bottega Sicula

- **Menu visivo:** I piatti come le insalate gourmet o i panini con ingredienti freschi e locali sono posizionati nella parte superiore del menu e descritti con parole evocative, come "fresco", "locale", "sostenibile".
- **Combinazioni suggerite:** promuove combinazioni di piatti salutari e gustosi, come l'insalata con hummus e verdure grigliate, che sono presentate come alternative sane al menu tradizionale siciliano.



## Caffè del Kassaro

- **Posizionamento strategico:** Le opzioni più leggere come le insalate di mare, le zuppe o le pietanze a base di pesce sono posizionate in modo prominente, mentre i piatti più calorici e grassi sono spostati nelle sezioni meno evidenti del menu.
- **Descrizioni appetitose:** Le descrizioni dei piatti sono formulate per **esaltare la freschezza e la salute degli ingredienti**.



## I Cuochini

- **Menu digitale:** utilizza anche menu digitali che evidenziano le opzioni più leggere e salutari.
- **Promozioni stagionali:** Utilizza anche promozioni stagionali per mettere in evidenza piatti preparati con ingredienti freschi e locali, facendo leva sull'appeal della cucina stagionale e biologica.

