

INDICE

PRESENTAZIONE	V
INTRODUZIONE	IX
PARTE I: TEORIA DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE	1
CAPITOLO I: EVOLUZIONE ED APPROCCI TEORICI	3
1.1 - INTRODUZIONE.....	3
1.2 – IL CONTRIBUTO DELL'ECONOMIA ALLA TEORIA DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE: ALCUNI RICHAMI.....	7
1.2.1 - <i>L'utilità</i>	7
1.2.2 - <i>La domanda</i>	8
1.2.3 - <i>Limiti della teoria neoclassica</i>	14
1.3 - IL CONTRIBUTO DELLA PSICOLOGIA ALLA TEORIA DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE	16
1.4 - IL CONTRIBUTO DELLA SOCIOLOGIA ALLA TEORIA DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE	18
1.5 - APPROCCI TEORICI ALLO STUDIO DEL CONSUMATORE	21
CAPITOLO II: LA DECISIONE D'ACQUISTO	29
2.1 - IL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE DI FRONTE ALLA DECISIONE D'ACQUISTO	29
2.2 – ANALISI DEI FATTORI INTERNI.....	30
2.2.1 - <i>Personalità e concetto di sé</i>	30
2.2.2 - <i>Motivazione e coinvolgimento</i>	37
2.2.3 - <i>Processo informativo</i>	45
2.2.4 - <i>Apprendimento e memoria</i>	51
2.2.5 - <i>Atteggiamento</i>	58
2.3 – ANALISI DEI FATTORI ESTERNI.....	62
2.3.1 - <i>Situazione</i>	63
2.3.2 - <i>Cultura</i>	64
2.3.3 - <i>Classe sociale</i>	66
2.3.4 - <i>Gruppo di riferimento</i>	67
2.3.5 - <i>Famiglia</i>	69
2.4 – PROCESSO DECISIONALE E SUA FUNZIONE	70
2.4.1 - <i>Ricognizione del problema</i>	71
2.4.2 - <i>Ricerca delle informazioni</i>	73
2.4.3 - <i>Valutazione e scelta delle alternative</i>	75
2.4.4 - <i>Esperienza di consumo e comportamento post-acquisto</i>	78
PARTE II: IL CONSUMO DEI PRODOTTI ALIMENTARI ED I PRODOTTI DI QUARTA GAMMA IN ITALIA	83
CAPITOLO I: IL CONSUMO ALIMENTARE	85
1.1 - IL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE ED IL CONSUMO ALIMENTARE	85
1.2 - LE PRATIQUES ALIMENTAIRES.....	96
1.3 – IL CONSUMO DEI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI IN ITALIA	101

CAPITOLO II: I PRODOTTI DI QUARTA GAMMA	109
2.1 – PRESENTAZIONE E CARATTERISTICHE	109
2.2 – ORIGINE E SVILUPPO.....	111
2.3 – PRINCIPALI PROBLEMATICHE.....	115
2.4 – PROFILO DEL CONSUMATORE DELLA QUARTA GAMMA	118
2.5 - I PRODOTTI DI QUARTA GAMMA IN RELAZIONE AI PROCESSI DISTINTIVI ED ALLE TIPOLOGIE DI CONSUMO	124
CAPITOLO III: INDAGINE SUL CONSUMO DEI PRODOTTI DI QUARTA GAMMA NELLA CITTA' DI PALERMO	135
3.1 – MOTIVAZIONE DELLA SCELTA DELLA CITTÀ	135
3.2 – METODOLOGIA APPLICATA.....	136
3.3 – CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE INTERVISTATO	137
3.4 – RISULTATI DELLA RICERCA	139
3.5 – CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE.....	146
CONCLUSIONI	149
BIBLIOGRAFIA	153
APPENDICE	161
QUESTIONARIO.....	161
RISULTATI DELL'INDAGINE.....	165
INDICE DELLE FIGURE	179
INDICE DELLE TABELLE	180