I**l "Pilota Automatico" del Cliente**

1. **Immagini due clienti: uno che fa una spesa grossa e metodica il sabato, l'altro che passa quasi ogni giorno a comprare poche cose per la cena. Secondo lei, quale dei due profili è più incline a generare spreco a casa e perché?**

Secondo me è più a rischio spreco chi fa tante piccole spese quotidiane perché si crea l'illusione di avere sempre tutto sotto controllo mentre in realtà si perde facilmente il conto di quello che già si ha in casa e si compra più per abitudine che per reale necessità finendo per accumulare cose che si sovrappongono e che deperiscono.

**Qual è la differenza psicologica tra un cliente che acquista un'offerta 3x2 su un prodotto a lunga conservazione (es. tonno) e uno che lo fa su un prodotto freschissimo (es. insalata in busta)? Cosa scatta** nella **loro testa?**

Nel prodotto a lunga scadenza come il tonno scatta il ragionamento del "tanto non scade lo tengo li per quando mi servirà" è un acquisto basato sulla logica e sul risparmio futuro senza pressioni mentre sull'insalata fresca scatta l'ottimismo irrealistico "sicuro che la finisco in tre giorni" che spesso si scontra con la realtà e la fretta dei pasti quotidiani portando a buttarne almeno una confezione.

1. **Quando un cliente è di fretta o stressato, il suo modo di fare la spesa cambia? Ha notato un pattern?**

Sì quando sono di fretta o stressato il mio carrello cambia completamente diventa pieno di cose pronte o facili da cucinare ma spesso sono prodotti che compro in modo impulsivo senza un piano e che quindi hanno molte più probabilità di finire dimenticati in fondo alla dispensa o in frigo perché in realtà non mi appassionano o non rientrano nelle mie abitudini reali.

**Il Valore Percepito del Cibo**

1. **Qual è il punto di rottura nella mente del consumatore in cui un prodotto passa da 'buono' a 'da evitare'? È la data, l'aspetto visivo, o la semplice etichetta di sconto?**

Per me il punto di rottura è soprattutto l'aspetto visivo e la consistenza al tatto la data di scadenza è un riferimento secondario se un alimento appare visivamente appassito molle o cambia colore perde immediatamente il suo appeal e il mio desiderio di mangiarlo anche se tecnicamente sarebbe ancora commestibile.

1. **Se non poteste più scontare i prodotti in scadenza, quale altra strategia potrebbe essere altrettanto efficace per evitarne lo spreco in negozio?**

Una strategia efficace sarebbe offrire in modo chiaro e visibile idee per l'utilizzo immediato per esempio un cartellino o un qr code sullo scaffale stesso con una ricetta facile e veloce che utilizzi proprio quel prodotto così si sposta l'attenzione dallo sconto all'ispirazione dando al cliente un piano concreto per consumarlo subito.

1. **Basandosi sulle vendite, le persone percepiscono più il 'costo' di un prodotto (es. un pezzo di carne) o il suo 'valore' (es. un pasto per quattro)? E come questo influenza la propensione a sprecarlo?**

Purtroppo penso che la maggior parte delle persone percepisca più il costo immediato del prodotto che il suo valore come pasto questo porta allo spreco paradossale per cui un prodotto costoso come la carne viene forzatamente consumato anche se avanzato mentre un vegetale poco costoso viene buttato con più facilità perché il suo "costo" di acquisto è percepito come basso.

**Dialogo tra Prodotto e Cliente**

1. **Se potesse aggiungere un'etichetta personalizzata su ogni prodotto fresco, cosa scriverebbe per aiutare le persone a non sprecarlo a casa?**

Scriverei qualcosa di molto diretto e pratico come "Consumami entro 3 giorni dalla apertura" oppure "Per farmi durare di più chiudimi bene e mettimi nel cassetto in basso del frigo" sono le informazioni semplici che a me da principiante servirebbero di più.

1. **Qual è la domanda più frequente che le fanno i clienti su un prodotto? E qual è, invece, l'informazione che secondo lei sarebbe più utile che conoscessero, ma che non chiedono mai?**

La domanda più frequente è quasi sempre sul prezzo o sulla posizione di un prodotto l'informazione più utile che non viene mai chiesta è invece come conservare al meglio l'alimento per massimizzarne la freschezza e la durata a casa una volta aperta la confezione.

1. **Oltre al prezzo, qual è l'informazione più potente che potete dare a scaffale per convincere un cliente a scegliere un prodotto? Crede che questa possa influenzare anche la sua gestione a casa?**

L'informazione più potente oltre al prezzo è una chiara indicazione di utilizzo veloce per esempio il tempo di cottura o il numero di ingredienti necessari per una ricetta questo non solo convince all'acquisto ma fornisce anche un piano che aumenta le probabilità che il prodotto venga effettivamente usato e non sprecato.

**Il Supermercato come "Hub" Sociale**

1. **Negli ultimi anni, ha notato un cambiamento nei tipi di carrelli (es. più prodotti per single, più cibi etnici, più preparati 'salva-tempo')? Come pensa che queste nuove abitudini stiano influenzando lo spreco domestico?**

Sì noto sempre più prodotti per single e preparati il problema è che le confezioni per single a volte non esistono o costano troppo quindi si è costretti a comprare confezioni standard che portano a sprecare metà prodotto oppure si comprano molti preparati che hanno una scadenza molto corta e se si cambiano i piani si rischia di buttarli.

1. **Come cambia il comportamento d'acquisto dei genitori quando fanno la spesa con i figli? Questo, secondo lei, porta a un maggior rischio di spreco?**

Quando i genitori fanno la spesa con i figli noto che il carrello si riempie di più di prodotti impulsivi come merendine e yogurt per bambini che vengono comprati per quieto vivere ma che spesso non sono graditi fino in fondo o non vengono finiti portando a uno spreco di quei prodotti specifici che forse non sarebbero stati acquistati senza i bambini.

1. **Se il suo Conad potesse diventare un 'consulente alimentare' per il quartiere, quali servizi o informazioni, che oggi mancano, potrebbe offrire per aiutare concretamente le famiglie a mangiare meglio e sprecare meno?**

Servirebbero servizi di pianificazione pratica per esempio una consulenza che ti aiuta a creare un menù settimanale in base al tuo budget e al tempo che hai e che genera automaticamente la lista della spesa giusta senza eccessi un servizio del genere aiuterebbe concretamente a comprare solo il necessario e a usarlo tutto.