|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 510152025 | spesa millennials risparmio**COME FANNO LA SPESA I MILLENNIALS?** **ECCO COSA CERCANO**L’indagine di mercato ha svelato qualcosa che, applicato al settore alimentare, pone una serie di quesiti importanti all’intera filiera della produzione e della distribuzione: per i Millennials la spesa non è una routine. Dunque, per i 20-30enni di oggi niente più carrello strapieno da spingere tra le corsie di un grande supermercato, la fedeltà ai brand solo a certe condizioni è e meno rosea rispetto a quella di nonni, genitori e fratelli maggiori e nessuna religione dello sconto a tutti i costi. Un cambiamento di paradigma unito a una pur lenta acquisizione rispetto ad altri gruppi di consumatori. Nel report *Millennial: DAI!,* sempre a cura di Nielsen, si traccia il ritratto di una generazione che, anche per quanto riguarda il modo di fare la spesa, dà la priorità a valori alternativi al consumo. Infatti, dalla scelta di come alimentarsi derivano una serie di messaggi identitari molto importanti per i nati tra gli anni Ottanta e Novanta, un gruppo sociale che sta abbandonando il concetto di consumo di massa. Vediamo più nel dettaglio quali sono i valori e le caratteristiche principali che i Millennials dichiarano di ricercare quando selezionano i prodotti con cui riempire la dispensa. L’80% di loro dichiara infatti di dare molta importanza al valore della trasparenza e quindi di voler conoscere a fondo tutti i retroscena che riguardano un alimento: la sua produzione, la provenienza, l’etica aziendale di chi lo produce o distribuisce. Cacciatori di informazioni, in particolare in rete, i Millennials confermano anche al momento di fare la spesa la volontà di incidere con le proprie scelte. parole: 298Vocabolario:il carrello – Einkaufswagen; la corsia – Gang im Supermarkt; derivare – hier: sich zeigen; la dispensa – Speisekammer: il retroscena – Hintergrund; incidere – sich auf etwas auswirkenAdatto da: https://www.ilgiornaledelcibo.it/come-fanno-la-spesa-i-millennials-italiani/ |  |