

UNA BEVANDA UNIVERSALMENTE CONOSCIUTA CON UN GUSTO CARATTERISTICO RICONOSCIUTO E RICERCATO

# L'aranciata Fanta è stabile nel gradimento dei consumatori

Francesco Oldani

Secondo gli ultimi dati di mercato, il comparto delle aranciate vale circa un quarto del mercato delle bevande anal-

1. La gestione del ciclo di vita è uno dei fattori chiave
2. La segmentazione è più critica rispetto ad altre bevande del comparto
3. Comunicazione e pack impattano sui sentiment

coliche gassate, con una penetrazione di poco superiore al 70% nelle famiglie italiane. Rispetto alle cole, le aranciate hanno la caratteristica di differenziarsi maggiormente tra loro in termini di gusto e gradimento sul consumatore e per questo motivo i maggiori produttori sviluppano varianti e nuove declinazioni costantemente. Il social network, tuttavia, rispecchia solo in parte tale situazione. Tra le varie opinioni, emerge che il sapore della bevanda è determinante nella scelta, ma le nuove varianti non sembrano scalfire una posizione pigramente consolidata rispetto al prodotto classico.

Tre le aranciate, Fanta detiene il gradimento maggiore nel social network e appare minacciata solo da... Coca-Cola. Il confron-

## Una famiglia di prodotti segmentata

Sotto l'ombrello del brand Fanta sono collocati diversi prodotti in più formati (bottiglie, pet, lattine). Il prodotto base Fanta Aranciata è affiancato da Fanta Amara (aranciata amara), Fanta Arancia Rossa, Fanta Chinotto, Fanta Zero Aranciata, Fanta gusto Limone e Fanta Zero gusto Pompelmo. Nel sito di Coca-Cola Italia sono riportate le specifiche tecniche di composizione e di formato. Tutte le informazioni sono pubblicate nel sito di The Coca-Cola Company ma non è presente un'iniziativa di social network per il consumatore.



to spontaneo è infatti tra tipologie e non referenze dello stesso comparto merceologico. I forum e le discussioni si snodano spes-

so tra la disputa circa la migliore bevanda tra Fanta e Coca-Cola con il trionfo netto di quest'ultima.

## Un brand forte che soffre la concorrenza in casa della Coca-Cola

### Customer experience

*Tra le bibite gassate, la seconda in classifica nei miei gusti personali, è la Fanta. Sono consapevole che le bibite gassate non facciano bene al nostro organismo ma ogni tanto si può fare. La Fanta ha un buon sapore di arancia ed è caratterizzata dal suo colore giallo - arancione, è molto più buona se viene consumata fredda [...], infatti durante la stagione calda, consumata a temperatura ambiente perde qualcosa del suo gusto, invece il freddo del frigorifero le conferisce qualcosa in più. [...] Come tutte le bibite della stessa categoria non sono molto dissetanti, anzi il sapore dolciastro fa avvertire ancora di più la sete, e si rischia di farne un uso esagerato, ma comunque è rinfrescante e aggradante.*

*Poi c'è chi preferisce allungarla con l'acqua, ma personalmente preferisco consumarla assoluta, perché altrimenti il sapore perderebbe tutta la sua magia, quindi magari è bene limitare le occasioni ma, quelle poche volte, gustarla senza alcuna aggiunta.*

**cristina1717**

### Il prezzo da pagare

*[...] io invece non posso fare più a meno della Coca-Cola. Se a tavola mi manca la sua bottiglia è come se mancasse la classica ciliegina sulla torta. So che non fa bene, ma l'importante è, come in ogni cosa, non esagerare... no?*

*Poi la Fanta non è che sia migliore; sono entrambe bibite gassate e ormai tutti sappiamo che fanno male, ma d'altro canto ormai in questo mondo quasi tutto fa male e se volessimo mangiare e bere solo roba sana andrebbe a finire che moriremmo di fame e di sete. Ben vengano la Coca-Cola e la Fanta allora, purché moderatamente!!!*

**grazia4**

### Concorrenza in casa

*Io ho sempre preferito la Fanta, bevuta con ghiaccio e una fetta d'arancia era stupenda... Da un po' però secondo me è cambiata la percentuale di CO<sub>2</sub>, e mi sembra meno piacevole rispetto a prima. Quindi ora direi che preferisco bere la Coca-Cola, anche per l'aspetto leggermente digestivo che ha.*

**didanielerizzi**

### Consiglio poco appassionato

*Credo che come tutti i prodotti imbottigliati presentino molti svantaggi dati soprattutto dal fatto che alcuni degli ingredienti presenti sono vaghi (vedi per esempio gli aromi! Ma quali aromi?), e soprattutto perché sono in fase di studio per la miscela tra loro di alcuni ingredienti che potrebbero causare danni. Non potendo non tenere conto di questi svantaggi del prodotto io vi consiglio vivamente di farne un uso limitato, e come me proiettare i vostri figli verso succhi d'arancia spremuti in casa e cose del genere.*

**Patata83**

## LA FORZA DEL BRAND

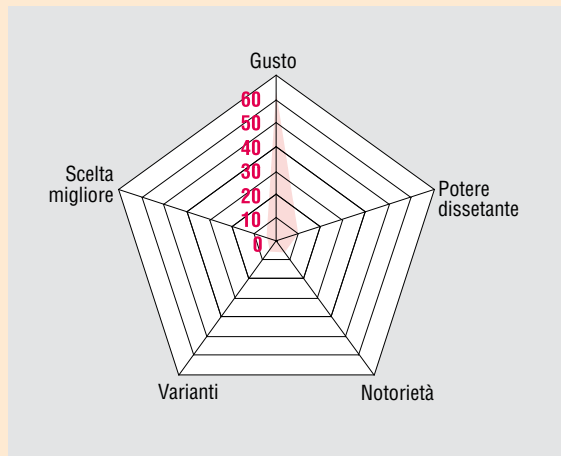
Come avviene per molti prodotti di largo consumo, il consumatore che ne sposa la proposta è comunque critico rispetto ai minus oggettivi o percepiti ma alla fine fa suo il prodotto. Forse è questo l'aspetto più interessante: il consumatore moderno (o almeno quello attivo che condivide le proprie esperienze) è soprattutto consapevole e disincantato e sceglie a ragione veduta. Non mancano quindi le critiche all'aranciata Fanta a causa del basso contenuto di succo di arancia (12%) nella composizione, oppure alla presenza di aromi che non consentono di sapere cosa si beve.

Soppesati plus e minus il consumatore decide in base al gusto e si fa supportare nella scelta dalla forza del brand e dalla diffusione dello stesso. Ma un altro elemento emerge nel social network: alcuni partecipanti che hanno consumato la bevanda fuori dai confini nazionali lamentano un sapore diverso e peggiore della Fanta italiana. Tuttavia, entro certi limiti, si tratta di un dato positivo che dimostra come la localizzazione di prodotti di largo consumo, anche se banalizzati, sia comunque necessaria e efficace nel soddisfare un preciso target group.

### METODOLOGIA E LIMITI DELLA RICERCA

L'analisi di marketing esposta in queste pagine è qualitativa. Sono considerati i contenuti presenti nelle varie forme di social network. L'universo studiato è limitato in termini quantitativi e qualitativi e non è rappresentativo del bacino di utenza complessivo: coglie esclusivamente l'orientamento del popolo di alcuni social network. Gli indici di gradimento e disapprovazione sono calcolati sul campione totale. Ogni persona generalmente esprime più pareri positivi e negativi che sono computati per la realizzazione delle trend map.

## Mappa di approvazione: il gusto Fanta ha i suoi fans



### Indice di gradimento: 80%

I giudizi sono prevalentemente espressi sulla variante classica che identifica il prodotto. L'aranciata Fanta è un prodotto fortemente connotato che il consumatore non confonde con i competitor.

L'occasione di consumo è spesso un fattore chiave nella descrizione dell'experience, così come la componente legata alla stagionalità.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

### Gusto

Gusto di arancia particolare, bollicine ben avvertibili al palato, consumo a bassa temperatura sono le caratteristiche riconosciute e apprezzate.

### Potere dissetante

Un parametro legato alla stagionalità, spesso retaggio di tradizioni di consumo antiche che resiste e spicca su altri.

### Notorietà

La forza del brand conta insieme alla reperibilità in ogni angolo di Italia e anche oltre confine. Conforta e da certezza nella scelta.

### Varianti

Un'offerta ampia e sufficientemente profonda nei formati che rende Fanta un prodotto adatto alle famiglie come testimoniato nel social network.

### Scelta migliore

Emerge anche la comparazione con i competitor che ne decreta il primato. Influisce anche la componente di comunicazione.

## Mappa di disapprovazione: salutismo e gusto sul piatto della bilancia

### Gusto

Non si può piacere a tutti. E soprattutto a chi non gradisce le bevande gassate e dolci come tipicamente è Fanta.

### Salutismo

Nella composizione giocano a sfavore bassa concentrazione di succo di arancia, gli aromi e i conservanti. Ma è uno standard del comparto.

### Calorie

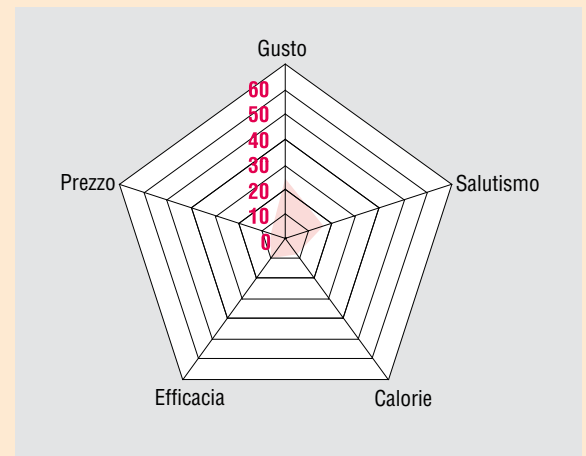
Gli attenti al peso corporeo non si distraggono al gusto e individuano nel dolce un'insidia per la linea. Alcune varianti di prodotto compensano.

### Efficacia

Diversi consumatori accusano Fanta di provocare la sete piuttosto di toglierla. Vive giustamente il regno della soggettività.

### Prezzo

Alcuni giudizi negativi sul prezzo che si distribuiscono anche in epoche lontane dall'attuale crisi.



### Indice di disapprovazione: 20%

La connotazione del gusto è l'altra faccia della bilancia. Se fa staccare giudizi netti di apprezzamento, allo stesso modo spacca il target. Vi è poi una crescente sensibilità circa gli aspetti salutistici; si tratta tuttavia di un trend trasversale a tutti i consumer goods.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP