

LA IV/V GAMMA E IL SURGELATO SI EVOLVONO NELLA DIREZIONE DELLA SODDISFAZIONE GUSTATIVA

# That's Amore di Findus centra gli obiettivi della modernità



Francesco Oldani

1. Un'offerta consolidata di cibi pronti e surgelati
2. Il prezzo è discriminante sull'acquisto
3. La profondità di assortimento è apprezzata dai consumatori

La linea That's Amore rappresenta la risposta di Findus ai consumi del terzo millennio ed è caratterizzata da un'offerta che copre primi e secondi piatti con una buona profondità (molte le varianti delle zuppe). Osservando i riscontri della rete (che non sono rappresentativi di tutti i consumatori) si osserva come That's Amore centri gli obiettivi che un cibo pronto contemporaneo deve assicurare: praticità, velocità e semplicità della preparazione ma anche un buon gusto. In particolare è quest'ultima caratteristica a sorprendere, superando nel gradimento tutte le altre voci e trovando avversione di giudizio solo nei consumatori amanti della cucina espressa e intendi-

## Minestre e pesce in salsa Web 2.0

That's Amore vive in rete con un website 2.0. Subito dopo il lancio è stato approntato *Positivelife.it*, piattaforma interattiva costruita come un punto di approdo per vari contenuti dalla rete e personali. La filosofia di progetto prevede la totale personalizzazione dell'ambiente e la possibilità di interloquire in una community di iscritti. Secondo le intenzioni di Findus il target è la donna giovane contemporanea che dovrebbe attivamente contribuire alla vita del sito attraverso la community Answers. Il progetto risulta curato e efficace ma... vulnerabile al tempo accelerato del web. Dopo un buon successo iniziale l'interesse è un po' calato. Da visitare.



tori delle preparazioni. In particolare il benchmark con il cibo fresco è ricorrente e, anche

se determina una situazione di ovvio svantaggio, sottolinea come il confronto sia almeno pro-

## In rete molteplici casi di pregiudizio abbattuti dalla prova dei fatti

### Infatuazione per un minestrone

*[...] quando raggiunte la densità giusta la misi nel piatto; mi accorsi subito che non sarebbe bastata per più di due persone (mentre sulla busta c'è scritto che è per 4), aggiunsi un filo d'olio, una spolverata di parmigiano e... è buonissima, così densa, delicata, vellutata e poi solo verdure e orzo perlato (farro), sì lo so mi rendo conto che se non fosse stata surgelata sarebbe stata ancora più buona e genuina, ma per non essere fresca è fin troppo buona.*

**fadyzo**

### Soddisfazione senza meno

*Qualche giorno fa ho scoperto nel reparto surgelati un'altra fantastica idea Findus della linea That's Amore: i filetti di merluzzo croccanti. Li ho provati proprio ieri sera e ne sono rimasta molto soddisfatta. Il pesce utilizzato è molto buono per essere un prodotto surgelato, ma soprattutto sono croccanti veramente. Il prodotto è studiato per la cottura al forno e molto spesso i surgelati cucinati in questo modo difficilmente mantengono la croccantezza. Invece questi sono davvero ottimi, una doratura croccante intorno e morbido pesce all'interno.*

**Lunita**

### Una piacevole sorpresa

*La Cremosa Bianca That's Amore Findus l'ho comprata un paio di settimane fa come scorta da freezer per le emergenze, quando nel frigo c'è l'eco e non ho voglia di andare a fare la spesa. E visto che minestrone, zuppe e creme mi*

*piacciono molto anche quando li preparo io ne tengo sempre qualche porzione di scorta surgelata. [...] La sorpresa consiste anche nel fatto che mi è piaciuta molto, e non me lo aspettavo! È davvero buona...*

*La consistenza è veramente cremosa, liscia liscia e senza grumi, molto piacevole al palato, e anche i dentini hanno la loro piccola soddisfazione, trovando ogni tanto dei pezzettini di broccoli da sgranocchiare.*

**Clau nel garage**

### Tutto è migliorabile

*[...] acquisto soprattutto le zuppe e tra queste ha riscosso particolare successo la Zuppa Ortolana. Mi piace perché è a base di orzo, farro e avena integrale. Ci sono i piselli, i fagiolini, le carote e ovviamente non potevano mancare la verza e gli spinaci. Si tratta di un piatto pronto che non contiene aromi artificiali o conservanti pertanto lo considero sano e abbastanza equilibrato. L'unica cosa che mi lascia un po' perplessa è la scarsa informazione sulla provenienza degli ingredienti.*

*Per esempio sulla confezione sono riportati i valori nutrizionali, l'elenco dettagliato degli ingredienti, il modo migliore per conservare il prodotto e anche come cuocerlo ma non è specificata la provenienza delle materie, il tipo di coltura, se vengono impiegati fertilizzanti, pesticidi o quant'altro. Queste sono tutte informazioni che mi piacerebbe avere ma che ho notato vengono quasi sempre omesse!*

**Tinetta**

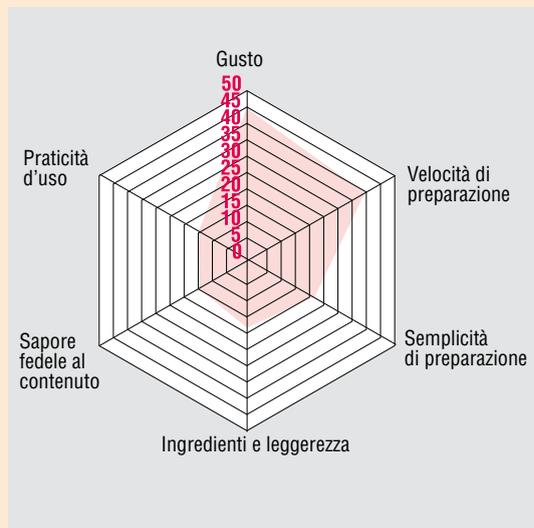
ponibile. La linea primi piatti (minestre e zuppe) riscuote un gradimento più ampio rispetto ai surgelati ma ciò che appare importante è l'attenzione del consumatore per i dettagli. Alcuni suggeriscono modalità varie per migliorare il risultato finale con l'aggiunta di ingredienti o la sostituzione di quelli in confezione. Un'indicazione importante emerge dall'attenzione (recente) circa la provenienza degli ingredienti e la trasparenza della comunicazione. Un'attenzione che riesce in alcuni casi a mettere in evidenza l'eterogeneità qualitativa di alcuni ingredienti rispetto a varianti di prodotto (soprattutto gli oli).

Per quanto riguarda i surgelati a base di pesce è interessante notare che le espressioni di disapprovazione circa il gusto convergono su un paio di definizioni "colorite" ricorrenti. Questa comunanza di sensazioni palatali esprime la distanza tra il prodotto pronto/surgelato e quello fresco che l'industria è chiamata a ridurre. Nel caso dei prodotti a base di pesce That's Amore, la percezione qualitativa in tal senso raggiunge un buon livello. Abbastanza diffusa la disapprovazione per la quantità di prodotto in confezione, ritenuta insufficiente. ■

#### 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: vince la prova del palato



### Indice di gradimento: > 85%

La linea That's Amore in tutte le sue varianti di prodotto riscuote un buon successo sui molteplici fattori di valutazione. Facile e veloce nella preparazione è apprezzata anche a livello di gusto sia a livello sensitivo, sia percettivo, tanto da farne anche una scelta primaria.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

#### Gusto

Emerge l'effetto sorpresa soprattutto per le zuppe e minestre. Positive, ma con meno entusiasmi, i riscontri per il pesce.

#### Velocità di preparazione

Una linea di prodotti di tipo "problem solving" rispetto agli stili di vita attuali e alle esigenze dei single. E i consumatori apprezzano.

#### Semplicità nella preparazione

Se con la velocità di preparazione si risolvono i problemi di chi ha poco tempo, con la semplicità della preparazione si risolve per chi non sa cucinare.

#### Ingredienti e leggerezza

Il consumatore è colpito dalla leggerezza delle preparazioni, non tanto per le dichiarazioni in etichetta, ma per l'esito del post pasto. E il surgelato ha un riscontro superiore alla minestre.

#### Sapore fedele al contenuto

Pesce che ha sapore di pesce e zuppe che sanno di verdure meritano un applauso. Ma non per tutti è così e vale molto il confronto con i prodotti dei competitor più economici.

#### Praticità d'uso

L'esperienza di consumo nel suo complesso merita, per il social network, un rilievo di plauso.

## Mappa di disapprovazione: prezzo e dosaggio le debolezze

#### Prezzo alto

Il passaggio stretto della prova prezzo di acquisto non si può eludere. Prevale la critica sul valore assoluto e non sul rapporto con la qualità/prezzo.

#### Scarsa qualità

Gli italiani generalmente amano la buona cucina. Il confronto con il prodotto fresco, anche se improprio, emerge e il risultato è scontato.

#### Scarsa quantità

È un parametro che diversi consumatori rilevano con fastidio e avrebbe avuto un riscontro maggiore se non godesse dell'omertà di chi è sempre a dieta.

#### Sensazione gustativa

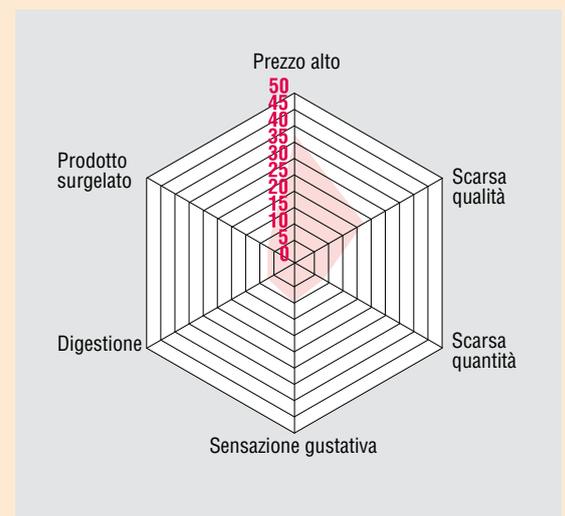
È una questione di experience: prima (i profumi), durante (il consumo), dopo (il retrogusto). Poche ma vibranti le reazioni sfavorevoli.

#### Digestione

Un parametro che si scontra con la leggerezza dichiarata del preparato. La soggettività è (ovviamente) imperante in questo ambito.

#### Prodotto surgelato

Valutazione inerente alla linea pesce oggettiva e scontata. Ma presente.



### Indice di disapprovazione: < 15%

Il valore riscontrato è fisiologico anche per un prodotto di successo. Il contenuto a valore è riconosciuto nel gradimento ma impatta, di converso, anche sull'accessibilità del prodotto e conseguentemente sulla valutazione del prezzo di acquisto.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP