



Trend,
plus
e criticità



Marilena Colussi,
Senior Consultant
Responsabile
Food & Retail
GPF

Gli smoothies? Un frullato omogeneo di Salute, Servizio, Sapore, Sincretismo

La Salute è sempre più un referente obbligato nelle nostre scelte alimentari e questo fenomeno appare in tutta evidenza nei nostri più recenti studi sul consumatore, sia a livello qualitativo che quantitativo. La domanda di prodotti alimentari più salubri, genuini, biologici, sicuri e nutrizionalmente efficaci è in costante crescita. Servizio e Sapore restano allo stesso tempo importanti driver nella scelta degli alimenti e delle bevande e partendo da tali premesse, analizziamo il positivo posizionamento degli smoothies: quali sono le aspettative, il vissuto e il valore percepito in un momento di particolare attenzione ai prezzi e alla qualità?

Buone potenzialità

Un primo dato che abbiamo colto è che il segmento è ancora poco percepito dai consumatori finali, anche se ha sicuramente delle valenze potenziali interessanti in rapporto prima di tutto all'importanza che la frutta dovrebbe avere in una sana abitudine alimentare. Sul piano della sicurezza nutrizionale, gli smoothies sono percepiti come più naturali e semplici di molte altre bevande ed anche di molti snack ricchi di grassi, zuccheri, sali. Dell'importanza del ruolo della frutta ne sono convinti la stragrande maggioranza degli italiani, specie le mamme e i salutisti. Il rapporto con la frutta non è però facile (va ben conservata, lavata, tagliata ...)

e proprio per questo gli smoothies possono facilitarne il consumo in qualsiasi momento del giorno, dando la possibilità di saturare la porzione giornaliera di frutta raccomandata dai nutrizionisti per tutte le età.

Un ostacolo etimologico

Il termine "smoothies" è un primo ostacolo nella comprensione del prodotto. Il segmento degli smoothies è, nella definizione internazionale, riferito a bevande analcoliche a base di latte e/o gelati e/o yogurt più frutta, ben miscelati e frullati in modo da ottenere un prodotto finale bene equilibrato e omogeneo, con una consistenza morbida e vellutata. Più spesso vengono presentati con arricchimenti di vitamine e/o fibre vegetali. Da qui deriva il nome "smoothies", parola che etimologicamente evoca la gentilezza, la purezza, la genuinità. Nel mercato italiano il riferimento è a bevande/frullati/centrifughe/succhi a base 100% di frutta fresca senza aggiunte di zuccheri, aromi e conservanti, ma non tutto appare così chiaro ai consumatori. C'è da aggiungere che la confusione ancora esistente sui processi produttivi dei succhi di frutta in generale non aiuta la distintiva percezione degli smoothies. Il consumatore si chiede, ad esempio, se gli smoothies siano fatti realmente con frutta fresca e di qualità e che cosa comporti dal punto di vista nutrizionale il processo industriale.

Emerge il sospetto che siano dei surrogati impoveriti dal punto di vista delle vitamine, delle fibre e degli antiossidanti che sono naturalmente contenuti nella frutta fresca. Inoltre, il consumatore chiede più informazioni e garanzie sulla provenienza della frutta (qualità, freschezza, maturazione ad esempio). La nostra ricerca individua altri tre fattori critici da gestire in senso propositivo: la modesta visibilità nel pdv, il prezzo, giudicato mediamente abbastanza caro e, infine, la comunicazione, che potrebbe essere favorita anche da una maggiore presenza nell'ho.re.ca.

Informare e assicurare

In sintesi, le motivazioni su cui fanno perno gli smoothies "all'italiana" (intesi come frullati di frutta fresca, ma che potrebbero inglobare anche centrifughe di verdure) sono in linea con gli attuali trend: la **Salute**, perché 100% frutta e senza zuccheri aggiunti, il **Servizio** in quanto è frutta pronta da assimilare (anche se non per tutti dissetante), il **Sapore** (gusto naturale fresco di frutta, anche se la texture liquido-polposa crea in molti qualche disagio a livello di gusto e distonia percettiva) in una prospettiva in linea anche con il trend del **Sincretismo**, in quanto mix di frutta locale ed esotica. Si richiedono, però, ancora spiegazioni e rassicurazioni sul piano razionale ed anche emotivo. Gli smoothies scontano un handicap su cui c'è da riflettere e lavorare in chiave di comunicazione e di posizionamento di scaffale per trovare soluzioni efficaci.



In linea
con i trend
più attuali



Bisogno
di rassicurazione
e spiegazioni
ulteriori