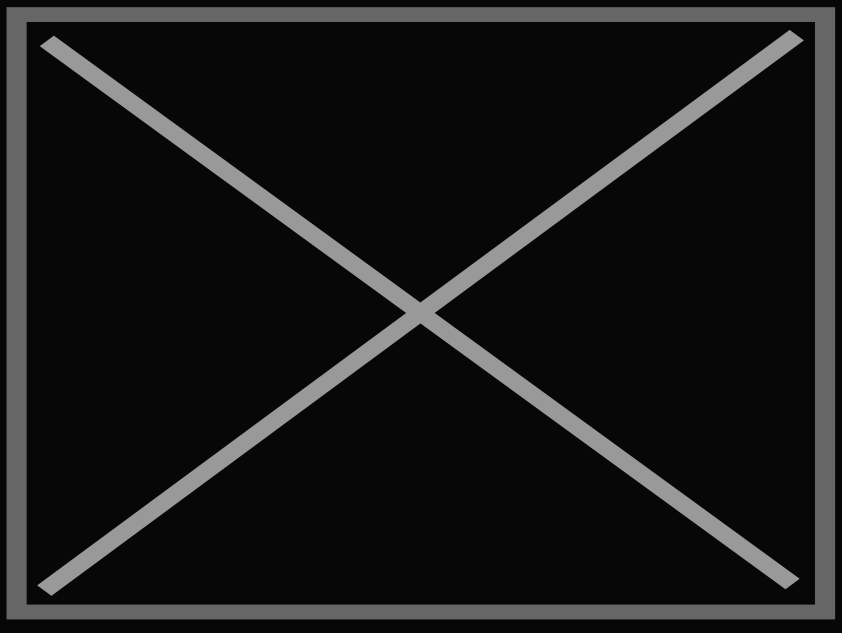
Snack: gli internauti non si fidano e li rinviano a giudizio

snack-e1a4d9b4

A proposito di snack, sorprende il linciaggio (il termine è un po’ forte, ma pienamente giustificato dai dati emersi) cui il popolo del web sottopone biscotti, merendine, torte, muesli e cereali confezionati, utilizzati a colazione o come breakfast. Per spiegare questa esuberanza “negativa” è innanzitutto utile tenere presente che il consumatore tende ad enfatizzare più la propria insoddisfazione che palesare il proprio appagamento. Inoltre è bene ricordare pure che il web è una grande cassa armonica e moltiplica, a volte anche esponenzialmente, i pareri negativi se i contenuti sono particolarmente emozionali e/o hanno connotati allarmistici/scandalistici. E sicuramente un prodotto come le merendine, consumato in gran parte dai nostri figli, è un argomento che “scalda” gli animi dei genitori.

Non va trascurato infine che il 62% dei pareri negativi non contiene, indipendentemente dal fatto che sia corretta o meno, una motivazione della propria affermazione.



Gli attacchi più diffusi

Abbiamo separato i pareri negativi maggiormente riscontrati nel web in base al fatto che all'affermazione segua una motivazione o meno. Gli attacchi non spiegati sono il 62% del totale dei pareri negativi. Eccoli citati in ordine di frequenza:

1. Sono causa di obesità

2. Contengono ingredienti che possono favorire l'insorgere di tumori

3. Sono deleterie per fegato e reni

4. Contengono ingredienti che possono causare malattie cardiocircolatorie e vascolari,

5. Sono dannose per stomaco e intestino (apparato digerente)

6. Non è vero che sono Bio

Usiamo perifrasi come "possono favorire l'insorgere" ma spesso nel web si legge : "fanno venire", "sono la causa di" e l'impatto è sicuramente differente.

Alcuni tra i pareri positivi

Abbiamo già visto che l'8% dei pareri intercettati nel web, lasciati dai naviganti domestici, è positivo.

Vediamo ora le argomentazioni più ricorrenti (in questo caso non abbiamo ritenuto necessario separare i pareri tra motivati e non motivati dallo stesso internauta).

Citate in ordine di frequenza :

1. Permettono la scelta Bio

2. Ce ne sono di Integrali

3. Permettono la scelta Vegetariana/vegana

4. Ce ne sono per Celiaci

5. Sono veloci da consumare

6. Si conservano a lungo e facilmente

7. Non richiedono tempi preparazione/consentono un risparmio di tempo

8. Sono bilanciate come ingredienti/alimentazione

9. Premettono il controllo delle calorie

10. Sono nutrienti

11. Contengono vitamine

12. Contengono latte

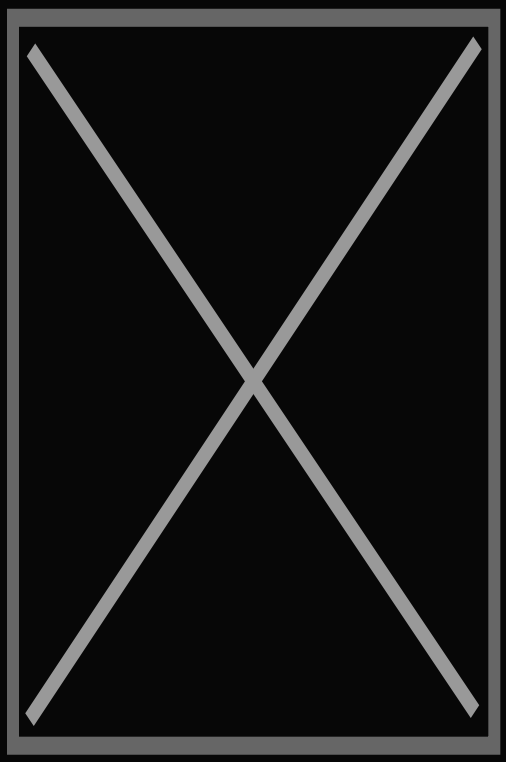
13. Contengono Ferro

14. Contengono cacao/cioccolata

15. Sono dietetiche

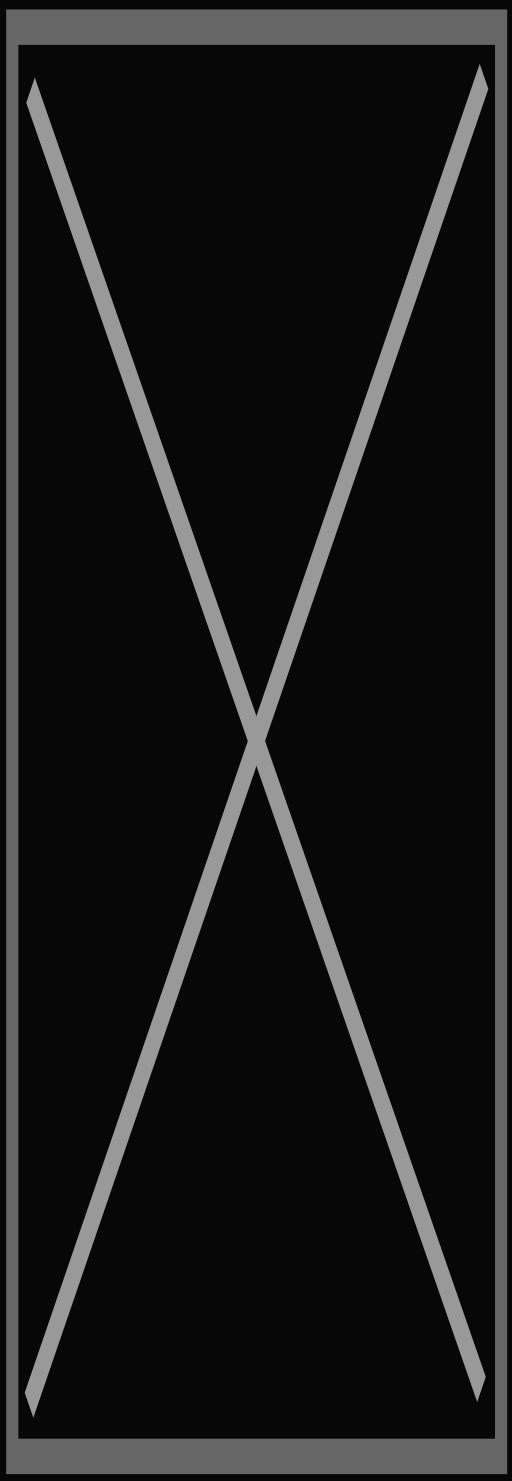
16. Costano poco

17. Sono abbinate alla sorpresina



Segnaliamo come, pur trattandosi solo dell’8% dei pareri intercettati, molte argomentazioni siano antitetiche rispetto a quelle riscontrate nel 92% dei pareri negativi.

Ribadiamo inoltre : se un internauta è terrorizzato dal fatto che le merendine che ha sempre comperato per suo figlio siano altamente nocive ha molte più motivazioni per scrivere il proprio parere nel web rispetto ad un navigante che ritiene gli snack pratici ed economici.



Quelle condannate e quelle salvate

Vediamo ora le tipologie di merendine maggiormente sotto processo e quelle meno accusate.

- LIEVITATE GRASSE (di pasta sfoglia, ma anche i tipi farciti e ricoperti con creme e cioccolato che, in ogni caso, sarebbe meglio evitare): 98 % di pareri negativi e 2 % di pareri positivi.

- FREDDE (nel reparto frigorifero, l’ingrediente principale è il latte e i suoi derivati, mentre la farina è in piccole percentuali, componente di fettine di pan di Spagna. Spesso sono ricche di grassi): 94 % di pareri negativi e 6 % di pareri positivi.

- AL CIOCCOLATO (sempre più diffuse, anche in combinazioni di cioccolato con i cereali soffiati oppure sotto forma di biscotto secco. Hanno una composizione di sostanze nutrienti più vicina a una barretta di cioccolato che a una merenda a base di farina): 92 % di pareri negativi e 8 % di pareri positivi.

- DIETETICHE (senza zucchero, con pochi grassi, senza latte e uova. Non necessariamente con un basso livello di calorie): 82 % di pareri negativi e 18 % di pareri positivi.

- LIEVITATE SEMPLICI (merendine “da forno”, preparate con pasta sfoglia,come i croissant, pan di Spagna o pasta lievitata naturalmente -tipo pandorini - con la farina come ingrediente principale, e pochi additivi): 80 % di pareri negativi e 20 % di pareri postivi.

Profilo degli speakers

• Le donne chattano about snacks oltre il doppio degli uomini, 68% a 32%.

• Le fasce di età che più parlano di merendine nel web sono quelle 25-35 anni e 36-35 con il 32 % e 44% rispettivamente, quelle che ne chattano meno sono la fascia 18-24 anni con il 5% e la fascia 56-65 con il 3%.

• Riguardo la composizione del nucleo familiare parlano più le madri, col 61 %, poi i padri col 26 %; chi ne parla meno è il figlio single che vive ancora in famiglia col 3 %.

• Sul web sono maggiori i pareri lasciati da persone di cultura media (47%), seguiti da quelli lasciati da persone di cultura superiore (37%), infine le opinioni scritte da persone di cultura inferiore sono il 16%.

• La maggior parte delle opinioni sulle merendine è lasciata dagli impiegati col 30%, seguita dalle casalinghe col 26 %, quindi seguono i quadri col 10% e gli statali col 9 %.

• A lasciare meno opinioni in internet about snacks, rispetto alla professione, sono gli imprenditori ed i liberi professionisti con l’1%.

• I moods intercettati provengono dal nord est nel 32% dei casi, dal nord ovest nel 29% dei casi, quindi seguono il centro col 23 % e sud e isole col 16 %.

• Riguardo l’urbanizzazione i sentiments sulle merendine sono lasciati nel web da naviganti residenti in aree urbane nel 34% dei casi, suburbane nel 30 % dei casi, seguono le aree metropolitane col 25 % e rurali, montane e marittime con l’ 11 %.

Likes e dislikes

• Gli uomini rispetto gli snacks sono meno negativi delle donne : 88% contro il 97 %.

• Le madri sono le più avverse alle merendine, i figli che vivono in famiglia i meno contrari.

• Per quanto riguarda le fasce di età la maggiore avversione si concentra tra i 36 ed i 55 anni.

• I naviganti di cultura media sono i più contrari agli snacks, seguiti da quelli di cultura superiore.

• Le casalinghe sono le chatters e blogger più accanite nei confronti delle merendine. Gli studenti i meno contrari.

• Le maggiori critiche rivolte alle merendine provengono dal nord est, seguite da nord ovest, centro e sud/isole nell’ordine.

• Più critici nei confronti degli snacks i residente in aree urbane e metropolitane, seguiti dagli abitanti di aree suburbane e rurali/montane/marittime.

Conclusioni

Anche se molte affermazioni negative lasciate nel web domestico da speakers about biscotti, merendine, torte, muesli e cereali venduti confezionati, sono completamente false, è innegabile che quanto sopra è l’immagine che il mercato di riferimento ha degli snacks. Abbiamo già menzionato gli aspetti emozionali riguardanti quanto viene messo in cartella per la merendina scolastica dal genitore al proprio figlio, come un post allarmistico o scandalistico generi un effetto “virale” nel web, ma questo non toglie che il mood dei naviganti acquirenti o potenziali acquirenti degli snacks sia quello riportato. Pur sapendo che l’ignoranza in materia di chi scrive su internet è alla base di certi pareri sugli snacks, non possiamo non prenderne atto e non pensare ad attuare contromisure. Poiché la legge in proposito è molto severa e le descrizioni di componenti ed ingredienti sono dettagliatissime l’errore va cercato ancora una volta nel tipo di comunicazione effettuato dal produttore.

Evidentemente se 30 anni fa fare vedere una famiglia felice, sana e bella vivere in un mulino creava addirittura maintreams, oggi non è più sufficiente ed i produttori devono trovare nuovi modelli per trasmettere i concetti di sano e salutare.