



Esportare e quindi vendere di più? frutta e verdura in cartone ondulato attirano di più lo sguardo del consumatore

Bestack porta in Italia i dati di uno studio tedesco che, rilevando il movimento degli occhi di un campione di consumatori, dimostra che l'ortofrutta contenuta nelle confezioni in cartone ondulato è più attrattiva e viene considerata più fresca e appetitosa. E le vendite aumentano del 14%

Forlì, 14 ottobre 2015 - Si chiama **Eye tracking** tecnicamente è un processo che consente di rilevare i meccanismi della visione umana, individuando che cosa si sta guardando in ogni momento e con quale livello di attenzione, attraverso la registrazione della dilatazione e contrazione delle pupille. Questa tecnica, largamente diffusa nell'ambito del marketing e della pubblicità, è stata utilizzata recentemente da uno studio tedesco per **misurare i comportamenti di acquisto dei consumatori in ambito ortofrutticolo**.

Bestack, il consorzio nazionale dei produttori di imballaggi in cartone ondulato per ortofrutta, promuove i dati di questo studio, commissionato a sua volta dall'Associazione Tedesca che raggruppa i produttori di imballaggi in cartone ondulato, e sviluppato dalla società di marketing berlinese GMHB.

I risultati sostanzialmente dimostrano che le confezioni in cartone ondulato non solo favoriscono le vendite dei prodotti ortofrutticoli, ma fanno percepire ai consumatori una maggiore qualità dei prodotti stessi, rispetto a quelli confezionati in imballaggi in plastica riutilizzabile (RPC),.

Scendendo nei dettagli dello studio, la società tedesca GMHB ha analizzato il comportamento di un campione di consumatori, ai quali è stata consegnata una lista della spesa che comprendeva, fra l'altro, caffè, dolci e prodotti ortofrutticoli.

Il test è stato svolto in un supermercato, dove sono state simulate diverse esposizioni, nelle quali i prodotti sono stati esposti in quantità uguale per ogni tipologia di imballaggio. I consumatori sono stati quindi dotati di occhiali speciali, grazie ai quali è stato possibile rilevare il movimento e la direzione dei loro occhi: questo ha permesso ai ricercatori di determinare quali prodotti sono risultati più attrattivi alla vista.

L'analisi del movimento degli occhi ha dato risultati chiari. **I prodotti ortofrutticoli contenuti in imballaggi in cartone ondulato personalizzati sono stati notati 3 volte più spesso** rispetto a quelli contenuti in imballaggi standardizzati, bianchi o neri, o in imballaggi RPC, e sono stati **osservati 10 volte più a lungo**.

Al termine del test di eye tracking, i consumatori sono stati anche intervistati ed è risultato che **il 65% di essi ha percepito i frutti contenuti nelle confezioni in cartone ondulato come più freschi, più sani e più appetitosi**, mentre solo il 32% degli intervistati ha preferito prodotti contenuti in RPC.

Oltre a questo, i prodotti confezionati in cartone ondulato sono stati acquistati più spesso: in particolare, dallo studio risulta che le **esposizioni ortofrutticole realizzate con imballaggi in cartone ondulato portano a un aumento delle vendite del 14%** rispetto a quelle realizzate con RPC.

*“Questi risultati provengono da due fattori distintivi - afferma **Katja Wirthwein**, Senior Research Consultant di Eye-Square e responsabile dello studio - *Le caratteristiche di sostenibilità ambientale del cartone ondulato, valori positivi che si riflettono anche sul prodotto stesso, e la personalizzazione che questo packaging consente di creare, che dà vita a esposizioni colorate in grado di attirare l'attenzione e invogliare all'acquisto*”.*

*“E' stato delineato un quadro chiaro: - continua - *la personalizzazione degli imballaggi garantisce un'attenzione maggiore da parte dei consumatori rispetto ad imballaggi monocromatici e RPC. **I prodotti confezionati in imballaggi in cartone ondulato sono stati notati 3 volte più spesso, osservati 10 volte più a lungo e soprattutto acquistati il 14% in più.***”*

*“I risultati di questo studio - conclude **Claudio dall'Agata**, direttore di Bestack - sono l'ennesima conferma della necessità di una crescente cura espositiva nel punto vendita, che riesca a comunicare un numero crescente di valori al consumatore, partendo dalle confezioni e da ciò che esse comunicano oggi, per capire cosa in più possano comunicare domani. E' una tesi che sosteniamo da sempre, e che avvaloriamo ogni giorno attraverso la nostra attività di ricerca: le confezioni in cartone ondulato sono più igieniche e sicure, sono più economiche ed eco-sostenibili, agiscono positivamente sulla shelf life e la salubrità di frutta e verdura contenuta e non, da ultimo, consentono il massimo grado di personalizzazione del brand e del prodotto, arricchendolo di valori emozionali e di attrattività”.*