

ANALISI SWOT COMPETITOR

Introduzione

La seguente analisi SWOT è stata elaborata per la nostra azienda AmorSì, attiva nel settore dei piatti pronti. A tal fine, sono stati individuati come principali competitor Findus e Star, aziende leader nel mercato, con le quali AmorSì viene confrontata in relazione ai seguenti punti strategici.

1. STAR

Punti di forza

Uno dei punti di forza di Star è che, nel tempo, il marketing è passato da una comunicazione rassicurante e familiare (Carosello e le pubblicità degli anni '80/'90) a una comunicazione esperienziale e tribale. Mentre prima Star vendeva un "ingrediente" per cucinare, oggi vende "tempo e identità": con i piatti pronti (specialmente i noodles), il marketing non si focalizza più solo sulla bontà, ma sull'appartenenza a uno stile di vita dinamico, urbano e social.

Star dimostra una notevole capacità di penetrazione del mercato attraverso campagne pubblicitarie ad alto tasso di coinvolgimento (*engagement rate*). L'utilizzo strategico di influencer e figure di spicco del panorama musicale attuale, come dimostrato dalla collaborazione con la rapper Anna Pepe per il lancio della linea 'Saikebaddie', permette al brand di convertire la propria *brand equity* storica in un linguaggio contemporaneo, avvicinando efficacemente il prodotto al target giovanile.



In seguito ad una ricerca su diversi siti e canali di recensioni dove i consumatori possono esprimere le proprie opinioni sul prodotto, ne abbiamo selezionato alcune:



Risotto saporito e super veloce

★★★★★ opinione inserita da **Cincilla6** il 20/05/2020

Il risotto alla milanese è un primo piatto che gradisco particolarmente e che trovo molto raffinato. Spesso me lo preparo io ma altre volte per far prima acquisto la busta di risotto milanese star completa di tutti gli ingredienti e gli aromi ad eccezione del burro e del parmigiano che andranno aggiunti solo a fine cottura per un primo piatto cremoso ed ancora più saporito. La confezione contiene circa 160 grammi di prodotto sufficiente a ricavarne due belle porzioni. Il contenuto richiede di essere versato in 500 ml di acqua fredda e di essere portato ad ebollizione ; il tempo di cottura che va conteggiato a partire dal bollore dell'acqua è di 15 ulteriori minuti. È davvero saporito e molto simile ad un risotto casalingo.

[Segnala contenuto](#)



Risotto molto saporito e velocissimo da preparare



Nessuno



simapatica idea

★★★★★ opinione inserita da **Almond88** il 03/07/2020

Devo essere molto sincera, quando passava lo spot in televisione non ero molto convinta di acquistare questo prodotto, perchè non mi convinceva per niente. Ma un giorno mi sono convinta di testarlo per capire se effettivamente era solo una mia convinzione superficiale, ebbene, posso dire che sono davvero buoni. Prepararli ci vogliono davvero cinque minuti, basta versare dell'acqua bollente nella confezione, lasciare per alcuni minuti in ammollo, scolare tramite il tappo con appositi fori ed unire al composto il contenuto che esce in dotazione nel sacchetto, mescolare ed il gioco è fatto, semplicissimo.

[Segnala contenuto](#)



si



dipende

Da queste recensioni si evince che Star riesca, sia per quanto riguarda i risotti (tradizione, foto 1) sia per quanto riguarda la linea saikebon (Innovazione, foto 2), a centrare a pieno l'obbiettivo di rapidità di preparazione e di consumo mantenendo un ottimo sapore e riuscendo a conquistare palati più tradizionalisti.

Punti di Debolezza

Basandoci già sulle recensioni positive possiamo dire che troviamo alcune debolezze, come ad esempio i tempi di cottura del risotto che sono più elevati rispetto ai 15 minuti riportati in etichetta (poiché i 15 minuti partono effettivamente dal momento in cui bolle l'acqua), la necessità di prepararlo in casa (poiché si necessita di pentole, formaggio e noce di burro) quindi non rispecchia il piatto pratico e pronto in pochi minuti.

Inoltre, per quanto riguarda i saikebon attraverso ulteriori recensioni vengono evidenziati ulteriori problemi:



Assolutamente insipidi

★☆☆☆☆ opinione inserita da **Pernu** il 06/06/2024

Incuriosito dagli onnipresenti noodles istantanei, ho acquistato un bicchiere di Saikebon al curry. Sono completamente insapori, è come mangiare pasta scondita e senza sale. Forse bisognerebbe mangiarli con un cucchiaino per trattenere il brodo, ma considerata la lunghezza dei noodles la vedo dura. Nonostante il sapore insipido (inusuale per un prodotto al curry), per paradosso fanno ***** sete. Salvo solo la consistenza dei noodles. Non è nemmeno così "istantaneo" prepararli dato che occorre avere a disposizione un pentolino di acqua bollente (cosa non proprio frequente in ufficio)...quindi non è valido nemmeno come cibo "da battaglia", occorre farli a casa....a quel punto ci si fa due spaghetti aglio e olio e si fa prima. E si spende uguale, se non meno!

[Segnala contenuto](#)



Velocità di preparazione



Necessario avere acqua bollente a disposizione, sapore inesistente



Claudia


🕒 06/06/2024

Volevo segnalare che i SAIKEBON VERDURE della STAR che io ritenevo erroneamente adatti a me vegana, sono addirittura off-limits anche per i vegetariani perchè contengono il 2,6% di grasso di pollo. Inutile dire che ci sono rimasta di sasso, perchè benchè in Italia non esista una normativa circa l'indicazione o meno di Vegan/Vegetarian sulle etichette dei prodotti alimentari, ebbene la confezione verde e la dicitura VERDURE mi ha tratto in inganno. Lo segnalo per chi possa ricevere utilità da tale indicazione.

+ 5 -

Secondo alcuni consumatori il prodotto si presenta insipido e senza sale a differenza di altre recensioni dove dicono il contrario quindi troppo sapido, mentre altre accusano saikebon di fare falsa informazione chiamando il prodotto "saikebon verdure" ma all'interno è presente grasso di pollo.

La lista degli ingredienti è lunga e prevede numerosi elementi che nella nostra pasta non ci sono. I noodles rappresentano il 90-93% di Saikebon e hanno come secondo ingrediente l'olio di palma. Il condimento è fatto in primo luogo di sale e di esaltatori di sapidità, E621 e E635, ossia il glutammato monosodico e il disodio 5' – ribonucleotide. Inoltre, sono presenti anche alcuni coloranti. Questo prodotto si conserva un anno, ma non rientra propriamente nel gruppo di alimenti salutistici.

Prodotto Bicchieri da 60 g (da microonde) 19,83-20,17 €/kg pari a 1,19 € a confezione (Bennet)	Ingredienti
SAIKEBON MANZO Noodles istantanei di farina di frumento e condimento in polvere al manzo. 	Noodles istantanei (90%): farina di frumento, olio di palma, amido modificato, sale, agenti lievitanti: carbonato di sodio, carbonato di potassio. Condimento in polvere (10%): sale, esaltatori di sapidità: E621, E635; amido di patata, zucchero, lattosio, aroma (contiene glutine), estratto di lievito, carote, olio di palma, prezzemolo, coloranti: E100, E150c; aglio tostato, pepe bianco, salsa di soia in polvere [salsa di soia (semi di soia, frumento, sale), maltodestrine, sale], carne di manzo 0.5%, sedano, porro, correttore di acidità: acido citrico.

Opportunità

L'ampliamento della loro gamma di prodotti verso segmenti biologici, plant-based e a ridotto contenuto di sodio rappresenta un'opportunità strategica per intercettare la crescente domanda di prodotti salutistici. Questa evoluzione permetterebbe a Star di rispondere alle nuove esigenze dei consumatori più attenti al benessere e alla sostenibilità, consolidando la propria leadership anche nelle nicchie di mercato "healthy" e diversificando l'offerta rispetto ai piatti pronti convenzionali.

Minacce

Nonostante l'accortezza al gusto molti consumatori non trovano il prodotto soddisfacente a livello nutrizionale ed inoltre viene difficile paragonarlo ad un reale pasto saziante quindi l'ingresso nel mercato di nuovi competitor che possano soddisfare questo bisogno ad un prezzo simile potrebbe essere una potenziale minaccia.

2. Findus

Punti di forza

Dopo un'analisi del sito web Findus abbiamo notato due linee di piatti pronti ovvero i 4 salti in padella e le zuppe del casale, dove le prime si concentrano su prodotti a base di pesce e carne mentre le seconde puntano ad un approccio più green, verso la sostenibilità e il consumo di prodotti vegetali come, ad esempio, le zuppe di pasta e ceci e pasta e fagioli; con un'ottima comunicazione verso il consumatore sulla sostenibilità utilizzando il motto "Green for love":



PER LA TERRA Le nostre verdure sono coltivate con amore e rispettando uno dei più autorevoli standard internazionali in tema di sostenibilità, verificato da un ente terzo.

PER L'AMBIENTE Ci impegniamo a ridurre le emissioni di CO2 e tutte le nostre confezioni di vegetali sono riciclabili.

PER TE Diamo vita a progetti sulla sostenibilità per aiutare i consumatori a compiere scelte alimentari consapevoli.



Ha introdotto anche una collaborazione per una nuova zuppa con Garofalo dove la pasta è prodotta da essa; quindi, si è legata ad un'azienda leader nel mercato della pasta attirando ancora più consumatori

Findus gode anche di due ottime mascotte ormai iconiche tra i consumatori italiani, “Carletto” ed “il capitano Findus”, attirando anche la curiosità dei bambini che inducono i genitori ad acquistare i loro prodotti.



Anche per questo competitor abbiamo effettuato una ricerca su diversi siti e canali di recensioni ed abbiamo analizzato le varie opinioni al riguardo:



Per pranzi veloci e gustosi

★★★★★ opinione inserita da **Manub79** il 31/01/2020

Se avete poco tempo per cucinare (come la sottoscritta), vi consiglio di provare la linea 4 salti in padella Findus che propone una serie di piatti già pronti, da preparare in pochi minuti scaldandoli al microonde oppure saltandoli in padella. Le tagliatelle ai funghi porcini sono la versione che preferisco: i funghi sono buoni come freschi e anche la qualità delle tagliatelle è molto alta. Il sapore è deciso e se ci spolverate sopra un pò di grana padano o parmigiano reggiano grattugiati, sentirete che il gusto del sugo sarà ancora più esaltato. Ottimo rapporto qualità-prezzo; disponibile nelle principali catene di supermercati.

[Segnala contenuto](#)



Preparazione rapida



Nessuno



Abbastanza buone e saporite

★★★★☆ opinione inserita da **Valentina92** il 01/10/2021

Ho provato per la prima volta le pappardelle al cinghiale della 4 salti in padella. Avevo già provato altri piatti pronti della stessa marca e mi ero trovata bene. Le pappardelle sono abbastanza buone, ben condite e gustose. In dieci minuti sono pronte, ottime se si vuole qualcosa di veloce. Unica pecca la quantità. Sono bastate a malapena per me e il mio compagno, ma solo perché io avevo già mangiato altro prima. Trovate a poco più di 3 euro in sconto, ma normalmente costano più di 4 euro. Se mangiate molto ci vogliono due confezioni. È ideale se siete in due, ma se dovete sfamare una famiglia costa troppo.

[Segnala contenuto](#)



Gustose e ben condite



Porzione piccola


Sicuramente il punto forte di Findus è il fatto di avere piatti pronti surgelati, di rapida preparazione e consumo ed essere anche buoni dal punto di vista del cliente come riportato nelle due recensioni sopra indicate.


Punti di debolezza

Come riportato nelle recensioni positive precedentemente viste, i consumatori anche se soddisfatti dalla qualità del prodotto, si lamentano delle porzioni piccole rispetto al numero di persone indicato e del prezzo, considerato elevato.



Un altro punto di debolezza è che una buona fetta dei consumatori predilige prodotti freschi rispetto ai prodotti surgelati che caratterizzano la gamma dei prodotti Findus, dato che i prodotti congelati sono più sensibili alla catena del freddo se devono essere consumati fuori casa.

Inoltre, di seguito riportiamo un'opinione che al contrario di quelle precedenti è negativa:

 **Uno sfizio...ma ce di meglio!**
opinione inserita da **Silvia Bollini** il 09/01/2020

 Mio marito aveva voglia di mangiare le linguine o gli spaghetti con frutti di mare allo scoglio, per comodità ha acquistato una busta congelata al supermercato di 4 SALTI IN PADELLA, la busta contiene 550 grammi di linguine già con il condimento, basta metterle nella padella e seguire le istruzioni di preparazione, in teoria dovrebbe essere per due commensali ma una volta cotto ho notato che non era certo abbondante divisa per due, così se le mangiata tutta il mio carissimo marito che dopo averla tracannata con avidità ha constatato che non era un gran che, la linguina è meglio cotta in casa e non congelata e di frutti di mare ci voleva una lente di ingrandimento tanto erano piccoli, le vongole come piccoli sassi, le cozze come un ago nel pagliaio e i polipetti sembravano quelli dei puffi, tirando le somme per il prezzo non conviene+poca qualità+prodotto insipido, meglio optare per qualcos'altro

[Segnala contenuto](#)

 non saprei sono incerta  qualità+prezzo da valutare

Questa recensione seppur ironica, evidenzia varie problematiche riscontrate dal consumatore tra cui porzioni piccole, contenuto diverso da quello mostrato sul packaging, piatti poco saporiti e con un costo elevato; quindi, un prodotto sconsigliato.

Opportunità

Creare una linea di prodotti gluten-Free, visto che la linea senza glutine si limita a zuppe e vellutate.

Potrebbero espandere la loro linea di prodotti anche al di fuori dei prodotti surgelati, essendo limitati a quello.

Dovrebbero provare a migliorare il rapporto qualità-prezzo, migliorando le tecnologie di produzione e la materia prima unito ad un abbassamento dei prezzi.

Minacce

Nonostante Findus stia innovando con la linea *Green Cuisine*, esiste una minaccia legata alla percezione dei piatti pronti come prodotti "ultra-processati" (UPF - Ultra-Processed Foods), spesso associati a eccesso di sale o additivi, quindi una normativa più stringente (come l'introduzione della Nutri-Score in tutta Europa) potrebbe penalizzare alcuni prodotti della gamma, influenzando le scelte d'acquisto dei consumatori più attenti alla salute.

Inoltre, la minaccia principale potrebbe essere rappresentata da catene come Esselunga, Carrefour, Coop o i discount (Lidl, Eurospin) che offrono piatti pronti a marchio proprio con una qualità sempre crescente e un prezzo significativamente inferiore rispetto a Findus.

Conclusioni

In Conclusione, l'analisi mostra che il successo di Star e Findus si basa sulla capacità di offrire piatti veloci e gustosi. Tuttavia, per entrambi i marchi emergono sfide simili: i consumatori sono sempre più attenti alla qualità degli ingredienti e alla trasparenza nutrizionale.

Mentre Star punta tutto sul marketing moderno e sul coinvolgimento dei giovani, Findus punta sulla sostenibilità e sulla forza dei suoi personaggi iconici. Per il futuro, la sfida principale per entrambi sarà migliorare il rapporto qualità-prezzo e offrire porzioni più soddisfacenti per competere con i prodotti dei supermercati, spesso più economici.

La nostra azienda vuole ispirarsi agli aspetti positivi di Findus e Star, per quanto riguarda marketing e fiducia del consumatore e si prefigge di fare dei loro punti deboli, i nostri punti di forza focalizzandoci su una sostenibilità autentica ed ingredienti freschi e meno lavorati.