



**CIAS INNOVATION**  
CENTRO ITALIANO DI ANALISI SENSORIALE

# NEUROPACK EVALUATION WEEK

---

Studi di laboratorio agevolati  
dal 4 al 14 Dicembre  
2017

---

# PREMESSA

Consci della grande importanza che il packaging ha per le aziende alimentari (e non) e intenzionati a sostenere il progresso di conoscenza su questo ambito, partecipando attivamente ad un importante evento sul tema nel 2018 come partner di ricerca, il CIAS Innovation lancia il “Neuropack evaluation Lab”.

Il progetto permetterà ad aziende alimentari (e non) affini al mondo della ricerca e dell’innovazione, di venire a conoscenza della performance dei packaging del proprio settore - compresi i propri e quelli di una concorrenza selezionata – attraverso l’utilizzo degli strumenti del Neuromarketing.



**CIAS INNOVATION**

CENTRO ITALIANO DI ANALISI SENSORIALE

Lo studio verrà effettuato con **eye tracking statico** ed **emotion recognition software**, strumenti che permettono di monitorare in tempo reale ciò che i consumatori osservano, cosa attrae maggiormente la loro **attenzione** durante visione di un prodotto e l'**emozione** derivata. Attraverso la misurazione del movimento oculare possiamo ad esempio vedere qual è la performance “a scaffale” dei vari prodotti, dove i consumatori si fermano più a lungo e come si “muovono” nel packaging. Possiamo comprendere nel packaging:

- gli elementi più importanti per ogni categoria di prodotto perché focalizza maggiormente l'attenzione del campione;
- la difficoltà nel ritrovare determinate informazioni;
- come sono percepite tutte le aree in cui può essere suddiviso un pack e le relative importanze.

Eye Tracking ed analizzatore delle microespressioni facciali, in generale, possono essere usati per analizzare il **coinvolgimento**, il **piacere** e i **punti d'interesse** di svariati stimoli (punto vendita, prodotto, messaggio pubblicitario, etc.).

In questa situazione, i dati raccolti ci permetteranno di avere una misura scientifica del peso e gradevolezza degli elementi (logo, payoff, caratteristiche tecniche, etc.) che compongono il packaging e della loro giusta posizione che devono occupare.

Strumenti  
scientifici di  
raccolta dati

individuare i drivers di scelta oggettivi  
per l'acquisto del prodotto

sondare l'appeal delle proposte di packaging presenti sul  
mercato e come viene percepito il loro valore di mercato

determinare l'importanza del brand  
nell'acquisto

Principali  
obiettivi  
dello studio

Al Neuropack evaluation week parteciperanno **30 consumatori rappresentativi dell'utenza della GDO**, suddivisi in maniera appropriata per età e genere (1/3 uomini e 2/3 donne).  
In particolare, il campione sarà formato da:

- 3 soggetti tra i 21 e i 30 anni;
- 5 soggetti tra i 31 e i 40 anni;
- 7 soggetti tra i 41 e i 50 anni;
- 7 soggetti tra i 51 e i 60 anni;
- 5 soggetti tra i 61 e i 70 anni;
- 3 soggetti tra i 70 e gli 80 anni.

La caratteristica di eleggibilità per far parte del campione è data dall'andare autonomamente al supermercato almeno una volta a settimana per effettuare la spesa.

Il numero di 30 soggetti è **statisticamente significativo nella rilevazione di stimoli inconsci**.

**Il campione  
dello studio**

In laboratorio, attraverso l'utilizzo di eye tracking statico e software di riconoscimento delle emozioni, il campione visualizzerà per un tempo di esposizione di 2/5 o 5/7 secondi (a seconda dello stimoli) i packaging dell'azienda e dei concorrenti, in due fasi:

- **scaffale riprodotto digitalmente** con i prodotti dell'azienda e quelli di un max di 5 competitors selezionati dalla stessa. I prodotti saranno posizionati in maniera randomizzata per ognuno dei soggetti che effettueranno il test, in modo da limitare l'effetto "posizione" e far emergere gli aspetti più importanti a livello competitivo e di settore;
- **singolarmente**, con l'analisi "micro" del packaging dell'azienda e di quella dei principali competitors

Come sarà  
effettuato il  
test

# In quale periodo?

I test verranno effettuati dal **4 al 14 Dicembre**.

A partire dalla seconda metà di **Gennaio 2018** verranno consegnati e presentati i risultati ad ogni realtà aziendale facente parte dello studio.



**CIAS INNOVATION**  
CENTRO ITALIANO DI ANALISI SENSORIALE

## Modalità e costi di partecipazione

Allo studio potrà prendere parte, in esclusiva, **solamente un'azienda per categoria merceologica**. La partecipazione sarà formalizzata tramite apposito modulo compilato entro il 30 Novembre.

Le possibili soluzioni di partecipazione per ogni realtà aziendale sono:

A

**BASE:**  
1.570 euro

- Utilizzo del campione standard,
- selezione del/i proprio/i prodotto/i e dei competitors;
- sviluppo dell'indagine
- Analisi
- consegna in digitale del report

B

**STANDARD**  
1.890 euro

- Tutto ciò che comprende la soluzione «base»;
- consegna cartacea del report in duplice copia;
- presentazione dei risultati in sede.

C

**STANDARD & STAMPA**  
2.100 euro

- Tutto ciò che comprende la soluzione «standard»
- presenza nel comunicato e nella divulgazione stampa che verrà effettuata a Gennaio/Febbraio prossimo

D

**AVANZATA**  
2.930 euro

- Tutto ciò che comprende la soluzione «standard & stampa»
- Sostituzione di 10 soggetti del campione standard con 10 in target;

E

**PREMIUM**  
7.500 euro

- Tutto ciò che comprende la soluzione «avanzata»
- Sostituzione dei 30 soggetti del campione standard con 30 in target,
- Sponsor unico dell'iniziativa nel momento della divulgazione stampa e video che verrà effettuata a Gennaio/Febbraio