

# THE BEAUTY & WELLNESS COMMUNITY

Nuovi tool per ascoltare



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# I 5 livelli di collaborazione Adacta International - INTEGRA

	Livello	n° campioni	n° casi	Città in test	cosa ci serve per partire	che risposte ottengo:
1	Entry level my product/my concept price test	1	150	MI+BO+RM	concept o immagine del tuo prodotto e prezzo di vendita	<i>Gradimento e propensione all'acquisto attesa (noto il prezzo) del mio prodotto</i>
2	My competitor product	2	150+150	MI+BO+RM	concept o immagine del prodotto tuo e del tuo concorrente e prezzi di vendita	<i>Gradimento atteso del mio prodotto vs il competitor. Propensione all'acquisto attesa (noto il prezzo) del mio prodotto vs competitor. Confronto del mio prodotto con il competitor</i>
3	Il gradimento reale (my product)	1	150	MI+BO+RM	160 campioni del tuo prodotto in confezione reale di vendita	<i>Gradimento atteso e reale del mio prodotto . Propensione all'acquisto attesa e reale (noto il prezzo) del mio prodotto Profilo percepito del mio prodotto Warning point del mio prodotto Profilo di immagine del mio prodotto</i>
4	Il gradimento reale (my product vs. il competitor)	2	150+150	MI+BO+RM	160 campioni del tuo prodotto + 160 campioni del prodotto del tuo concorrente in confezioni reali di vendita	<i>Gradimento atteso e reale del mio prodotto e del competitor Propensione all'acquisto attesa e reale (noto il prezzo) del mio prodotto e competitor Distanza del mio prodotto dal competitor Profilo percepito del mio prodotto vs il competitor Warning point del mio prodotto e del competitor Profilo di immagine del mio prodotto vs il competitor</i>
5	Product test ad hoc	1 o 2	min 100	da definire	da definire	<i>Gradimento blind del mio prodotto e del competitor Gradimento per le principali macroaree sensoriali del prodotto Distanza del mio prodotto dal competitor Profilo di adeguatezza e le aree di ottimizzazione del mio prodotto e del competitor</i>



# Livello 1: Entry level my product



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



INTEGRA  
International  
consumer & sensory  
science

•La rilevazione è stata condotta a Milano, Bologna e Roma

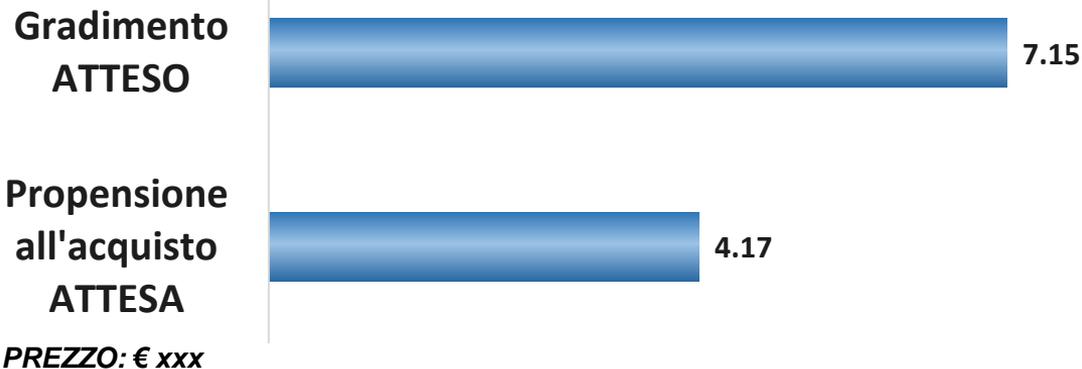
•BASE CAMPIONE: 150 CASI

Norme di riferimento per il gradimento:

Più che gradevole: > 7.0

Abbastanza gradevole: 6.0 - 7.0

Poco gradevole : < 6.0



**Scala**

**GRADIMENTO**

1 = estremamente sgradevole

9 = estremamente gradevole

**PROPENSIONE ALL'ACQUISTO**

1=Certamente non lo acquisterei

5 = Certamente lo acquisterei



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# Livello 2: my competitor product



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



•La rilevazione è stata condotta a Milano, Bologna e Roma

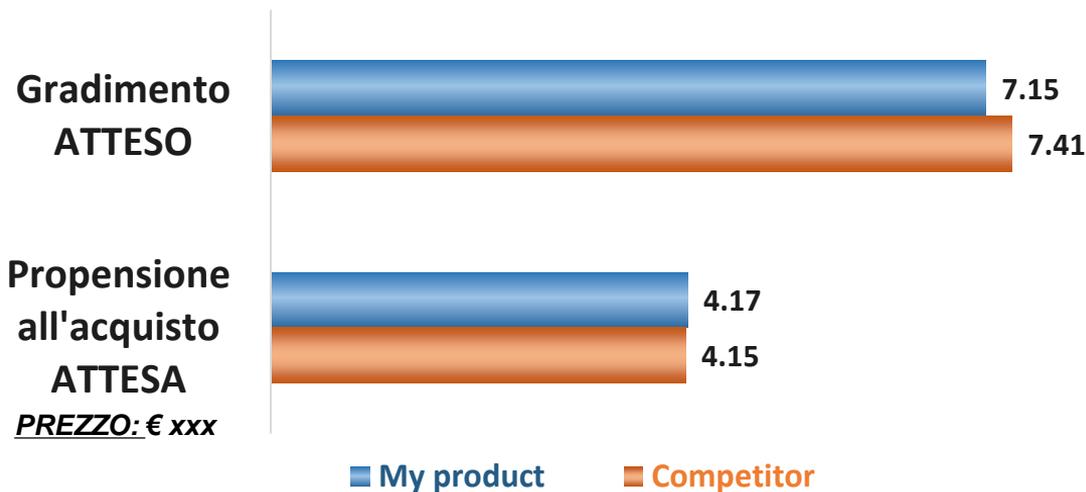
•BASE CAMPIONE: 150 CASI

Norme di riferimento per il gradimento:

Più che gradevole: > 7.0

Abbastanza gradevole: 6.0 - 7.0

Poco gradevole : < 6.0



PREZZO: € xxx

Scala

**GRADIMENTO**

1 = estremamente sgradevole

9 = estremamente gradevole

**PROPENSIONE ALL'ACQUISTO**

1=Certamente non lo acquisterei

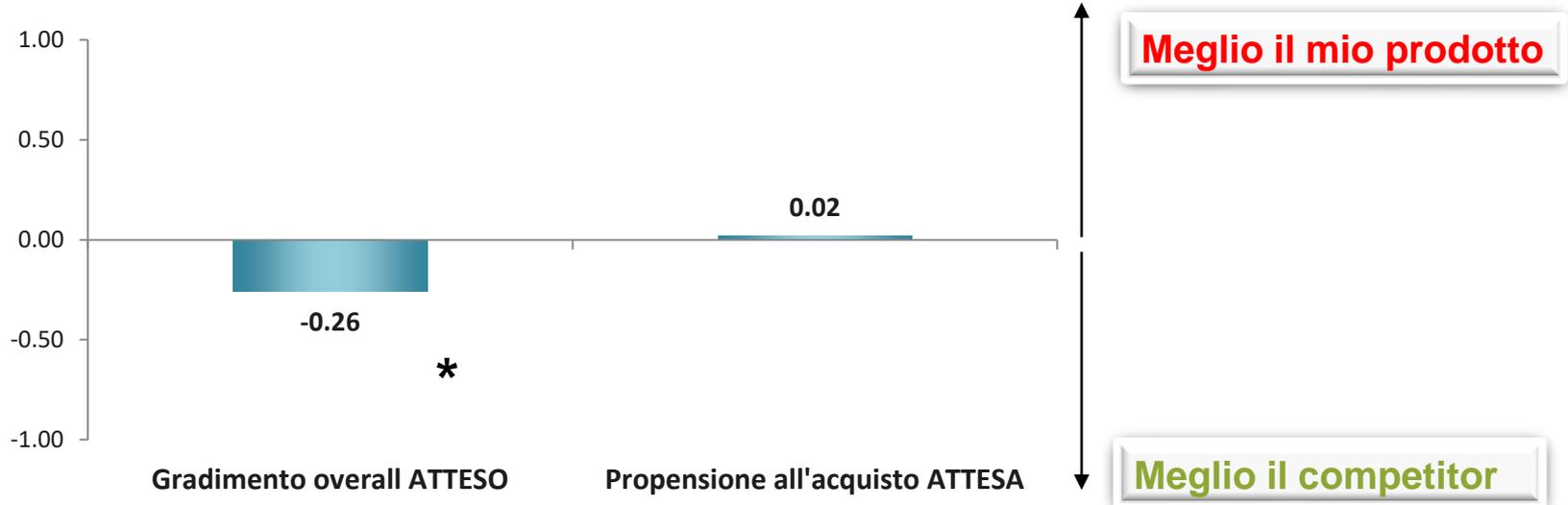
5 = Certamente lo acquisterei



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



Confronto ATTESO del mio prodotto vs il competitor



(\*) la distanza tra i due prodotti supera la soglia di significatività statistica

I valori del grafico indicano la differenza DI UN PRODOTTO RISPETTO ALL'ALTRO in termini di gradimento e intenzione d'acquisto

Base campione = 150



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# Livello 3: il gradimento reale per il mio prodotto



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



•La rilevazione è stata condotta a Milano, Bologna e Roma

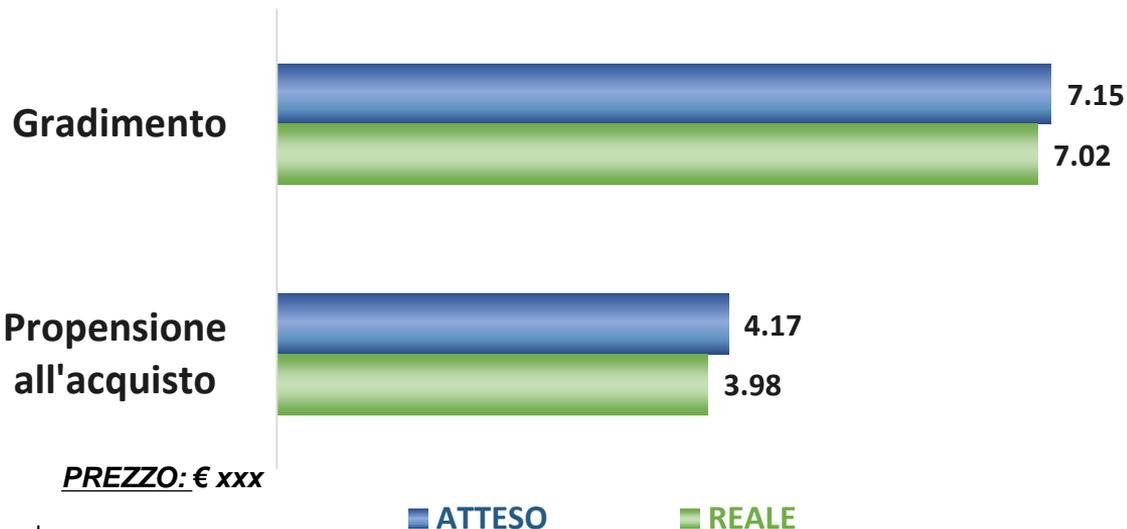
•BASE CAMPIONE: 150 CASI

Norme di riferimento per il gradimento:

Più che gradevole: > 7.0

Abbastanza gradevole: 6.0 - 7.0

Poco gradevole : < 6.0



= Il gradimento reale è in linea con le aspettative

⊗ La propensione reale è inferiore alle aspettative

Scala

**GRADIMENTO**

1 = estremamente sgradevole

9 = estremamente gradevole

**PROPENSIONE ALL'ACQUISTO**

1=Certamente non lo acquisterei

5 = Certamente lo acquisterei

PREZZO: € xxx



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# "CONSENSORY®" profile

## LA PERCEZIONE SENSORIALE DEL PRODOTTO: gli attributi che meglio lo descrivono



I valori del grafico indicano la % di consumatori che ritengono ogni termine adatto a descrivere il profilo sensoriale percepito

Base campione = 150

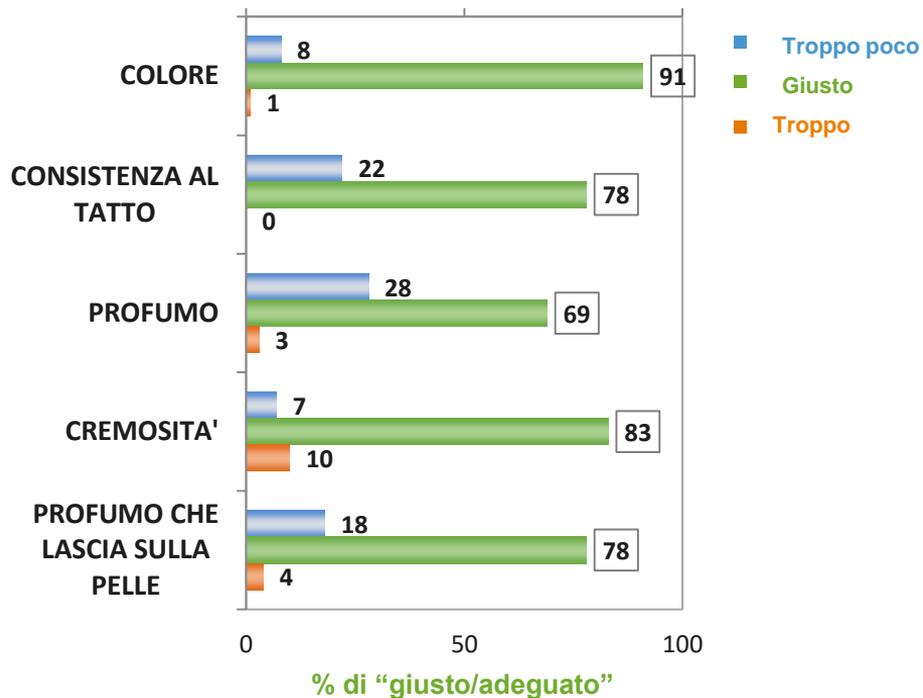
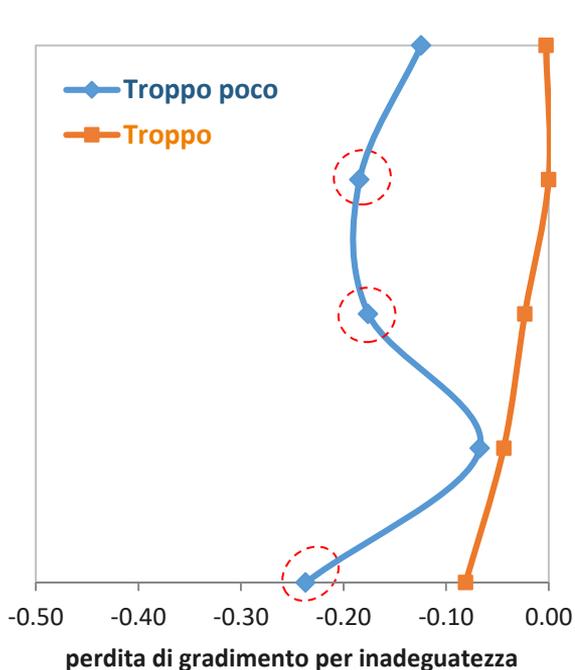


Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# “WARNING” points

## L'INTENSITA' DEGLI ATTRIBUTI E' GIUSTA/ADEGUATA?



Base campione = 150

Il grafico a destra indica le % di risposta: **giusta intensità**, **troppo intenso**, **troppo poco intenso**.  
Il grafico a sinistra indica quanto tali “inadeguatezze” riducono il gradimento overall del prodotto



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# "IDEA" product profile

My product

QUESTO PRODOTTO E'.....

UNICITA'/  
NOTORIETA'

di fiducia/ ispira fiducia

noto,  
conosciuto

unico,  
inimitabile

etico,  
sostenibile

innovativo, moderno,  
di moda

adatto a tutti

5.0

4.0

3.0

2.0

1.0

essenziale,  
indispensabile

versatile,  
multiuso

gratificante

di qualità elevata

invitante, bello,  
attraente

Formato adatto/giusto

ADATTABILITA'

ATTRATTIVITA'

TRADIZIONE/  
INNOVAZIONE'

Scala

1 = Per niente d'accordo

5 = Molto d'accordo

Base campione = 150

Il grafico mostra il profilo d'immagine del prodotto,  
cioè l'IDEA che ne ha maturato il consumatore



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# Livello 4: il gradimento reale per il mio prodotto e per il competitor



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



## My product

Gradimento



Propensione all'acquisto



Norme di riferimento per il gradimento:

Più che gradevole: > 7.0  
 Abbastanza gradevole: 6.0 - 7.0  
 Poco gradevole : < 6.0

= Il gradimento reale è in linea con le aspettative

⊗ La propensione reale è inferiore alle aspettative

Scala

**GRADIMENTO**

1 = estremamente sgradevole

9 = estremamente gradevole

**PROPENSIONE ALL'ACQUISTO**

1=Certamente non lo acquisterei

5 = Certamente lo acquisterei

PREZZO: € xxx

■ ATTESO

■ REALE

•La rilevazione è stata condotta a Milano, Bologna e Roma

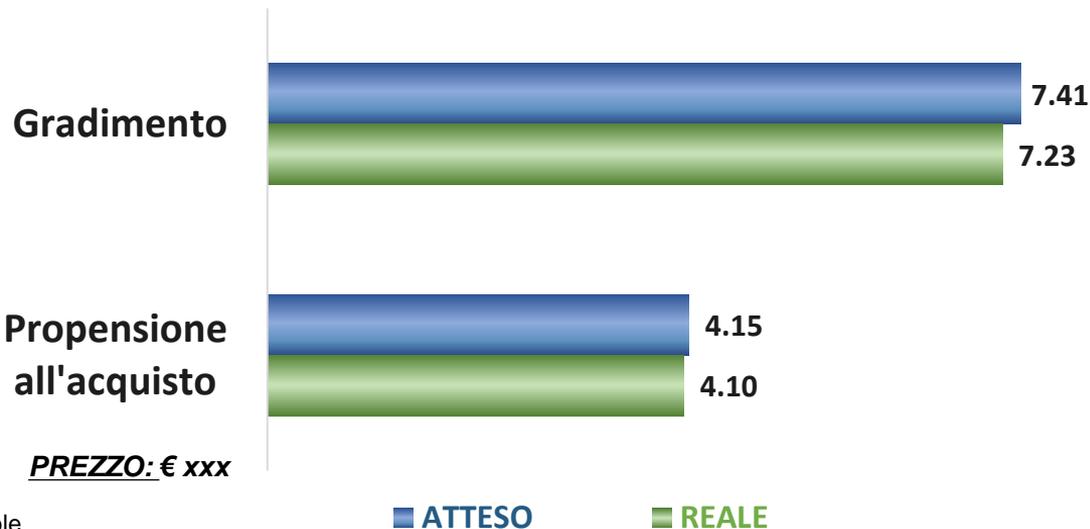
•BASE CAMPIONE: 150 CASI



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



## Competitor



Norme di riferimento per il gradimento:

Più che gradevole: > 7.0

Abbastanza gradevole: 6.0 - 7.0

Poco gradevole : < 6.0

= Il gradimento reale è in linea con le aspettative

= La propensione reale è in linea con le aspettative

Scala

**GRADIMENTO**

1 = estremamente sgradevole

9 = estremamente gradevole

**PROPENSIONE ALL'ACQUISTO**

1=Certamente non lo acquisterei

5 = Certamente lo acquisterei

PREZZO: € xxx

•La rilevazione è stata condotta a Milano, Bologna e Roma

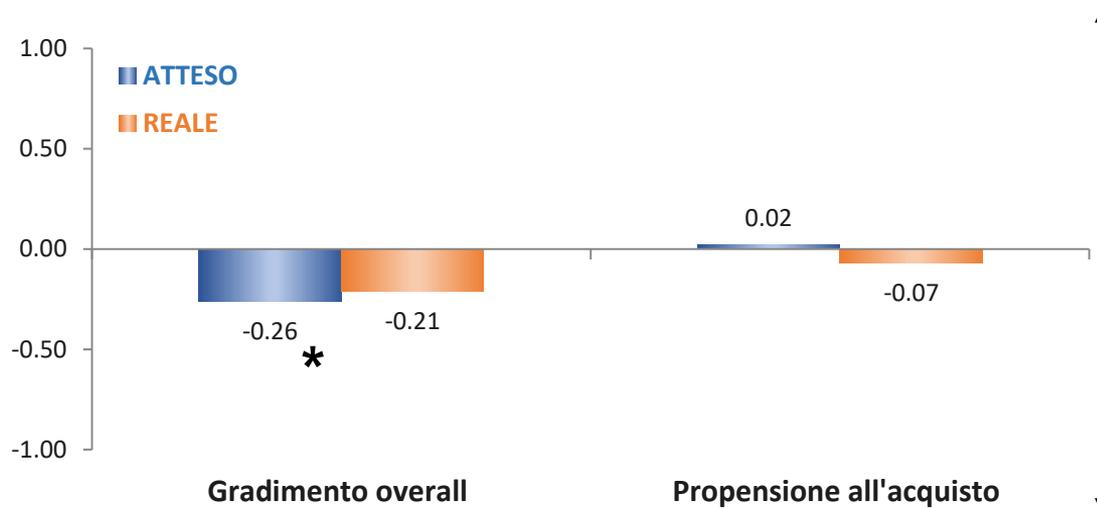
•BASE CAMPIONE: 150 CASI



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



## Confronto del mio prodotto vs il competitor



Meglio il mio prodotto

Meglio il competitor

(\*) la distanza tra i due prodotti supera la soglia di significatività statistica

I valori del grafico indicano la differenza DI UN PRODOTTO RISPETTO ALL'ALTRO in termini di gradimento e intenzione d'acquisto

Base campione = 150

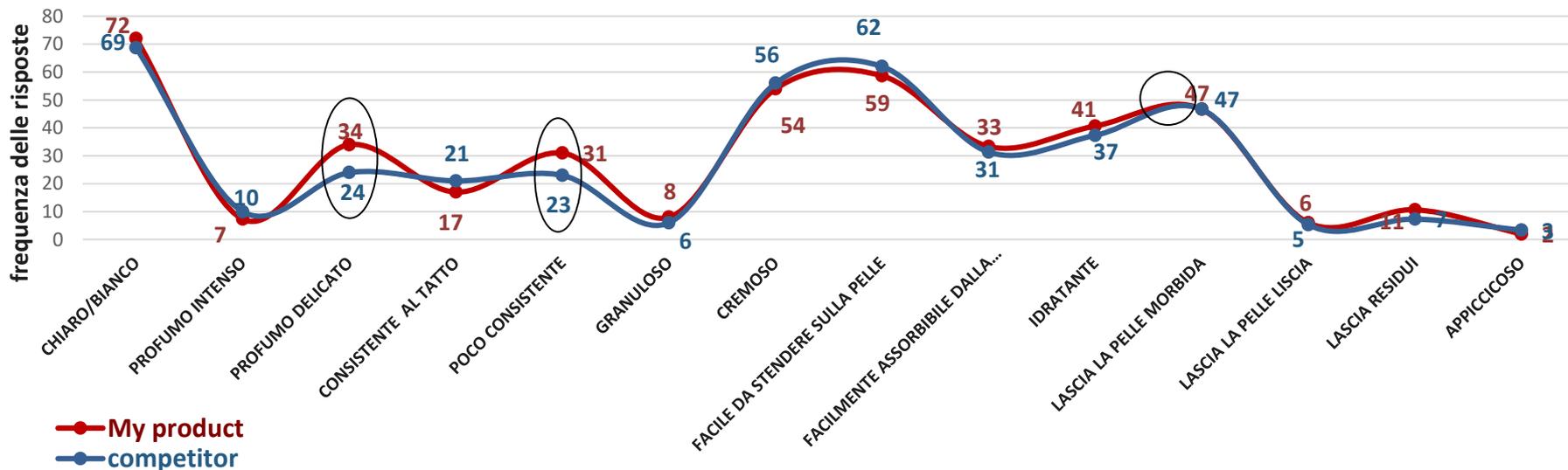


Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# "CONSENSORY®" profile

## LA PERCEZIONE SENSORIALE DEL PRODOTTO: gli attributi che meglio lo descrivono



I valori del grafico indicano la % di consumatori che ritengono ogni termine adatto a descrivere il profilo sensoriale percepito

Base campione = 150



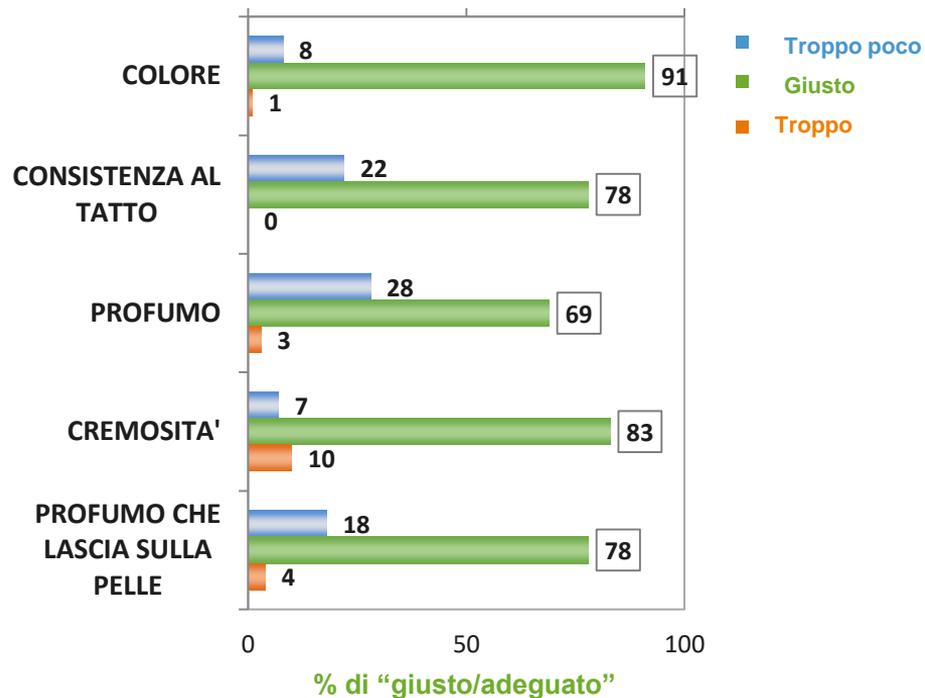
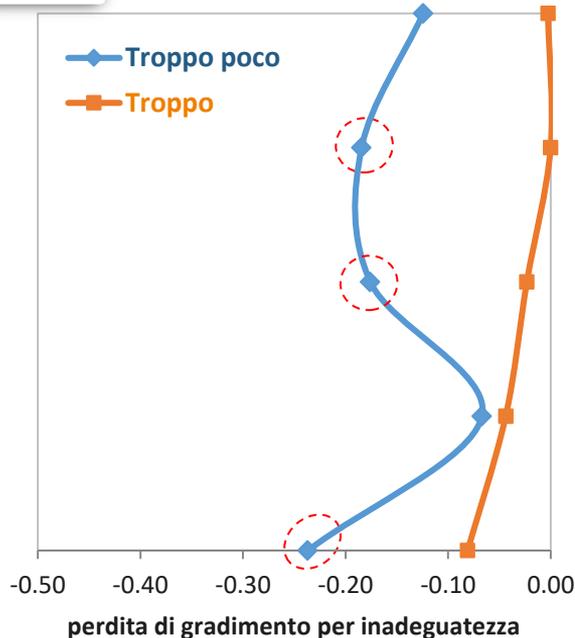
Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# “WARNING” points

My product

L'INTENSITA' DEGLI ATTRIBUTI E' GIUSTA/ADEGUATA?



Base campione = 150

Il grafico a destra indica le % di risposta: giusta intensità, troppo intenso, troppo poco intenso .  
Il grafico a sinistra indica quanto tali “inadeguatezze” riducono il gradimento overall del prodotto



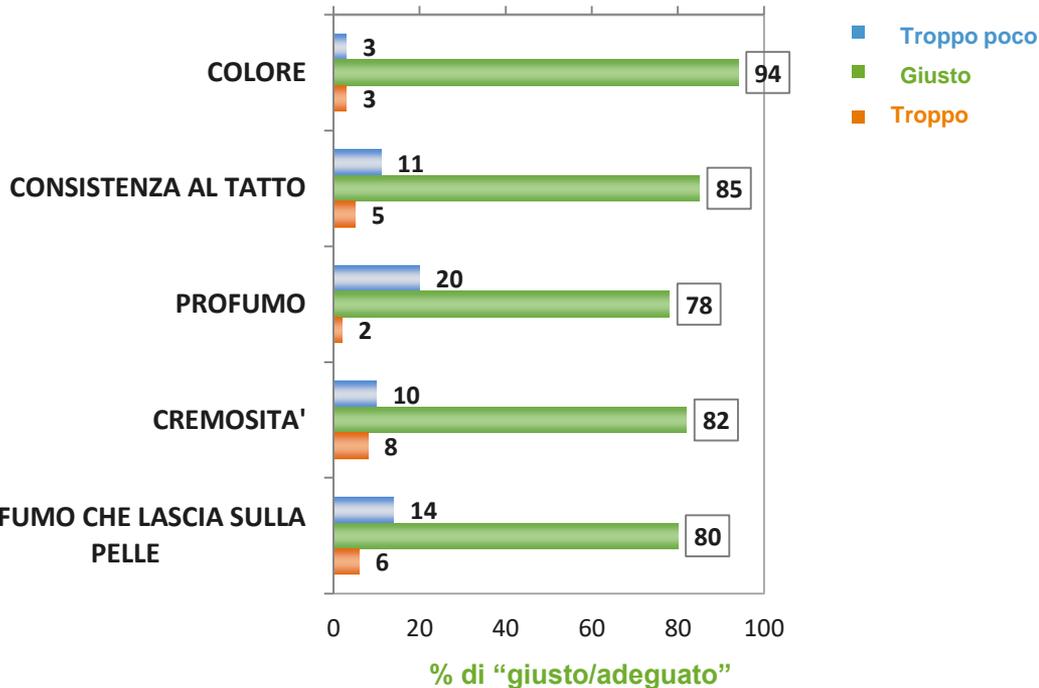
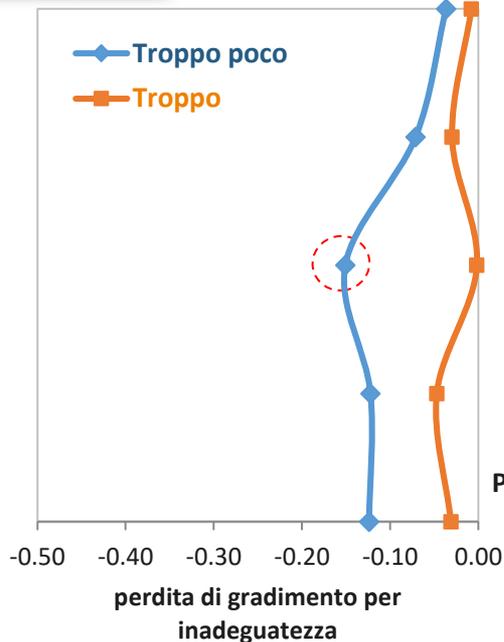
Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



# “WARNING” points

## Competitor

### L'INTENSITA' DEGLI ATTRIBUTI E' GIUSTA/ADEGUATA?



Base campione = 150

Il grafico a destra indica le % di risposta: giusta intensità, troppo intenso, troppo poco intenso .  
Il grafico a sinistra indica quanto tali “inadeguatezze” riducono il gradimento overall del prodotto



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



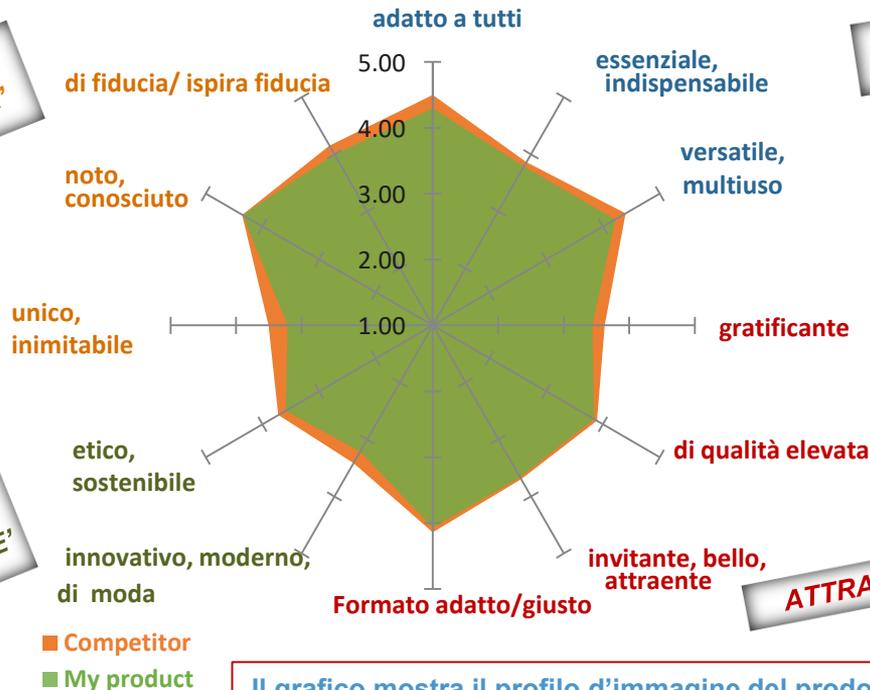
# "IDEA" product profile

My product vs competitor

QUESTO PRODOTTO E'.....

UNICITA'/  
NOTORIETA'

ADATTABILITA'



TRADIZIONE/  
INNOVAZIONE'

ATTRATTIVITA'

Scala

1 = Per niente d'accordo

5 = Molto d'accordo

Base campione = 150

■ Competitor  
■ My product

Il grafico mostra il profilo d'immagine del prodotto, cioè l'IDEA che ne ha maturato il consumatore

I due prodotti sono significativamente differenti per gli attributi che riportano l'asterisco \*



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



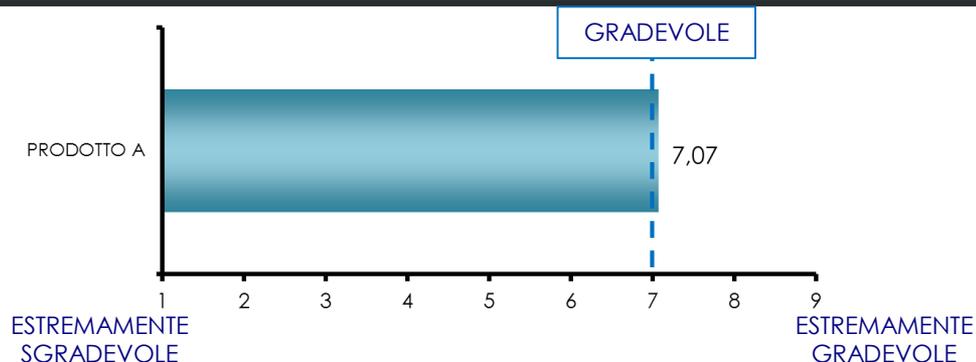
# Livello 5: product test ad hoc



Adacta  
International  
consumer & sensory  
science



- Il test si è svolto a Milano e Bologna.
- Il prodotto è stato valutato a domicilio, secondo le proprie abitudini di consumo.
- BASE CAMPIONE: 100 CASI



Norme di riferimento per il gradimento:

Più che gradevole: > 7.0  
 Abbastanza gradevole: 6.0 - 7.0  
 Poco gradevole : < 6.0

Scala di gradimento/ soddisfazione sull'attributo, ove  
 1- ESTREMAMENTE SGRADEVOLE, 9- ESTREMAMENTE GRADEVOLE

		PRODOTTO A
PRIMA DELLA PROVA SUL VISO	PROFUMO	7,0
	CONSISTENZA AL TATTO	6,6
DOPO LA PROVA SUL VISO	FACILITA' CON CUI SI STENDE SUL VISO	6,9
	FACILITA' CON CUI E' ASSORBITA DALLA PELLE	6,6
	PROFUMO CHE LASCIA SULLA PELLE	6,8
	SENSAZIONE DI MORBIDEZZA DELLA PELLE	6,8
	SENSAZIONE DI IDRATAZIONE DELLA PELLE	6,8
DOPO 15 GG DI UTILIZZO	SENSAZIONE DI MORBIDEZZA DELLA PELLE	6,9
	SENSAZIONE DI IDRATAZIONE DELLA PELLE	6,9



## I GIUDIZI DI ADEGUATEZZA

	PRODOTTO A		
	Troppo poco	Giusto	Troppo
PROFUMO	24	72	4
CONSISTENZA AL TATTO	52	40	8
PROFUMO CHE LASCIA SULLA PELLE	32	60	8

## Norme di riferimento:

Forte inadeguatezza :  $\geq 35\%$   
 Inadeguatezza moderata: 25-35%  
 Inadeguatezza bassa:  $\leq 25\%$

## I GIUDIZI DI INTENSITA'

	PRODOTTO A
APPICCIICOSITÀ	2,3
PRESENZA DI RESIDUI	3,8
SENSAZIONE DI IDRATAZIONE DOPO 15GG	3,3

Scala di intensità  
1- PER NIENTE, 5- MOLTO

• VALORI PERCENTUALI

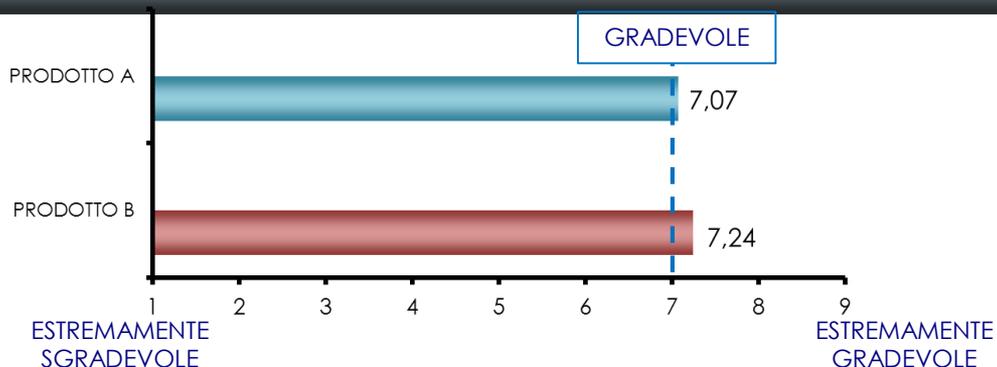
• VALORI MEDI

Il prodotto registra un buon punteggio di overall liking (GRADEVOLE su scala 1-9).

L'item su cui si osserva un'inadeguatezza forte, e dunque rappresenta una possibile area di ottimizzazione sensoriale, è la consistenza al tatto, giudicata troppo liquida dal 52% degli intervistati.



- Il test si è svolto a Milano e Bologna.
- Il prodotto è stato valutato a domicilio, secondo le proprie abitudini di consumo.
- BASE CAMPIONE: 100 CASI



Norme di riferimento per il gradimento:

Più che gradevole: > 7.0

Abbastanza gradevole: 6.0 - 7.0

Poco gradevole: < 6.0

\* Differenza statisticamente significativa al 95% di confidenza

Scala di gradimento/ soddisfazione sull'attributo, ove  
1- ESTREMAMENTE SGRADEVOLE, 9- ESTREMAMENTE GRADEVOLE

		PRODOTTO A	PRODOTTO B
PRIMA DELLA PROVA SUL VISO	PROFUMO	7,0	7,2
	CONSISTENZA AL TATTO	6,6	6,9*
DOPO LA PROVA SUL VISO	FACILITA' CON CUI SI STENDE SUL VISO	6,9	7,0
	FACILITA' CON CUI E' ASSORBITA DALLA PELLE	6,6	6,9*
	PROFUMO CHE LASCIA SULLA PELLE	6,8	7,1*
	SENSAZIONE DI MORBIDEZZA DELLA PELLE	6,8	7,1*
	SENSAZIONE DI IDRATAZIONE DELLA PELLE	6,8	7,0
DOPO 15 GG DI UTILIZZO	SENSAZIONE DI MORBIDEZZA DELLA PELLE	6,9	7,1
	SENSAZIONE DI IDRATAZIONE DELLA PELLE	6,9	7,1

\* Differenza statisticamente significativa al 95% di confidenza



Sintesi Risultati: I GIUDIZI DI ADEGUATEZZA E DI INTENSITA'

I GIUDIZI DI ADEGUATEZZA

	PRODOTTO A			PRODOTTO B		
	Troppo poco	Giusto	Troppo	Troppo poco	Giusto	Troppo
<b>PROFUMO</b>	24	72	4	18	76	6
<b>CONSISTENZA AL TATTO</b>	52	40	8	28	65	7
<b>PROFUMO CHE LASCIA SULLA PELLE</b>	32	60	8	24	68	8

**Norme di riferimento:**  
 Forte inadeguatezza : ≥ 35%  
 Inadeguatezza moderata: 25-35%  
 Inadeguatezza bassa: ≤ 25%

VALORI PERCENTUALI

I GIUDIZI DI INTENSITA'

	PRODOTTO A	PRODOTTO B
APPICCIICOSITÀ	2,3	2,0
PRESENZA DI RESIDUI	3,8*	3,1
SENSAZIONE DI IDRATAZIONE DOPO 15GG	3,3	3,6

VALORI MEDI

\* Differenza statisticamente significativa al 95% di confidenza

**Scala di intensità**  
 1- PER NIENTE, 5- MOLTO

Il prodotto A registra un buon punteggio di overall liking (GRADEVOLE su scala 1-9).  
 L'item su cui si osserva un'inadeguatezza forte, e dunque rappresenta una possibile area di ottimizzazione sensoriale, è la consistenza al tatto, giudicata troppo liquida dal 52% degli intervistati.  
 Il prodotto B è giudicato «più che gradevole» e non registra aree di particolare inadeguatezza sensoriale.





ISO 9001 : 2015

## THE BEAUTY & WELLNESS CONSUMERS' GARDEN

Nuovi tool per ascoltare

Multi-market qualitative &  
quantitative beauty studies and  
project management via our  
affiliates through our platform

Adacta  
International  
consumer & sensory  
science

