

Caso MF PRODOTTI PER L'INFANZIA

MF è un'azienda alimentare americana specializzata nei prodotti per l'infanzia, dotata di buona immagine di marca presso il pubblico.

L'azienda sta lanciando un nuovo omogeneizzato dal forte potere nutrizionale e dal sapore gradevole, in grado di sostituire il pasto completo per bambini dai sei ai dodici mesi. Il prodotto, che sarà confezionato in vasetti da 150 gr., è frutto di una ricerca di mercato secondo la quale il 5% degli americani in fase di prima infanzia è affetto da problemi di inappetenza e l'1% di tali casi si presenta in forma grave. Tutto ciò costituisce fonte di grande preoccupazione per le mamme.

I principali concorrenti di MF sono due:

Happychildren: azienda alimentare specializzata nei prodotti per l'infanzia, che propone un omogeneizzato arricchito, integratore del pasto. Happychildren si caratterizza per elevati volumi di vendita, sostenuti, oltre che dalle vendite sul mercato nazionale USA, anche da esportazioni di piccole quote all'estero (Canada e Gran Bretagna) a prezzo maggiorato. Happychildren segue il doppio canale di vendite: farmacia e GDO. Il prezzo degli omogeneizzati Happychildren è pari a \$ 2,00 per vasetto da 150 gr.

Pharmakos: azienda farmaceutica che gode di ottima reputazione e di un rinomanza internazionale. Pharmakos ha proposto, da due anni, una piccola gamma di prodotti specializzati per la nutrizione di bambini affetti da gravi alterazioni nei processi della crescita. Pharmakos vende esclusivamente in farmacia. Il prezzo del prodotto Pharmakos è di \$ 4,00 per vasetto da 150 gr.

La realizzazione di numerose ricerche di mercato ha evidenziato che il prodotto MF si presenta sufficientemente differenziato da quello dei concorrenti, non essendo questi veri sostitutivi completi del pasto. In particolare, la percezione di valore da parte della clientela target si presenta articolata come segue:

	Importanza per la mamma che acquista	Valutazione dei tre prodotti (punteggio da 1 a 5)		
		MF	HAPPY	PHAR
Marchio	20,00%	4,00	3,50	4,50
Rispetto degli standard nutrizionali di base	25,00%	3,50	3,00	4,00
Gradevolezza del sapore	20,00%	4,00	3,50	3,00
Design del vasetto	5,00%	3,50	3,00	4,50
Capacità di sostituire un pasto completo	30,00%	4,50	2,50	3,00

Dalle analisi di mercato, inoltre, emerge che:

- con un prezzo di \$ 4,00 a vasetto (pari a quello di Pharmakos) MF riuscirebbe a vendere 5.000 vasetti l'anno;
- un prezzo pari a \$ 3,00 attesterebbe le vendite sulle 10.000 unità annue;
- a un prezzo di \$ 2,00 (pari a quello di Happychildren) la domanda per il prodotto MF arriverebbe a quota 30.000 vasetti annui;
- fissando il prezzo di vendita in \$ 1,25 si porterebbero le vendite a 50.000 vasetti annui.

Le analisi degli esperti di costing, infine, avevano consentito di calcolare i seguenti valori:

- Stipendio annuo del Product Manager del prodotto in oggetto: \$ 10.000
- Costo unitario di acquisto del vasetto: \$ 0,25
- Costi generali industriali annui dell'azienda MF: \$ 4.000
- Provvigione da pagare agli agenti di vendita del prodotto: 8,00% sul prezzo di vendita
- Costi amministrativi generali annui dell'azienda MF: \$ 3.000
- Ammortamento annuo degli impianti di produzione del prodotto in oggetto: \$ 3.000
- Costi logistici generali annui dell'azienda MF: \$ 5.000
- Costi annui di R&S del prodotto in oggetto: \$ 5.000
- Costo di materia prima per 1 gr. di prodotto: \$ 0,002
- Costi industriali di produzione annui del prodotto in oggetto: \$ 5.000
- Costi di pubblicità annui del prodotto in oggetto: \$ 10.000

Domande

- A) Quale tra i quattro livelli di prezzo indicati è quello più conveniente sotto il profilo esclusivamente economico ? Perché ?
- B) Qual è il volume annuo di pareggio economico dell'omogeneizzato MF nell'ipotesi di venderlo a un prezzo unitario di \$ 1,25 ?
- C) Qual è il grado di elasticità della domanda al prezzo, per i livelli di prezzo indicati, avendo come riferimento base il prezzo di \$ 4,00 a vasetto ?
- D) Applicando l'analisi Fishbein: quale sarebbe il prezzo di MF rispetto a Happychildren ?
Quale sarebbe il prezzo di MF rispetto a Pharmakos ?
- E) Come valutate l'idea di vendere il prodotto di MF ad un prezzo di \$ 2,50 con un'elasticità della domanda al prezzo (rispetto a \$ 4,00) pari a -8,00 ? Motivate la vostra risposta considerando congiuntamente gli aspetti economici, la percezione di valore da parte del cliente e le caratteristiche della concorrenza.