

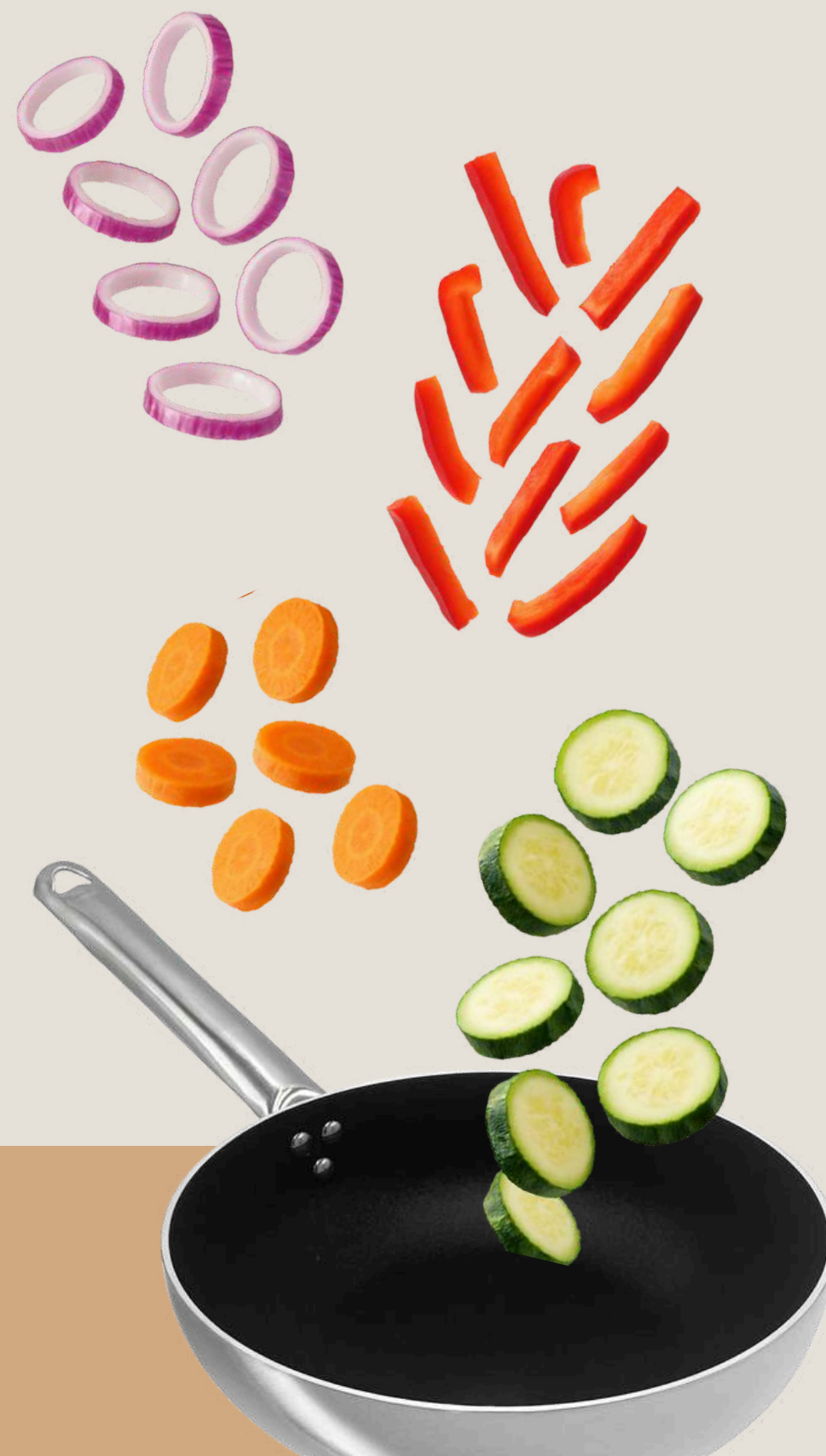
# RAFFINAMENTO E FOCUS

SPRECO ALIMENTARE





# Indice dei contenuti



→ IL NOSTRO TEAM

→ DOMINIO DI INTERESSE

→ RICERCA

→ ANALISI TEMATICA

→ BISOGNI DEGLI UTENTI

→ PERSONAS E SCENARI

→ SOLUZIONE

→ NOME & VALUE PROPOSITION



# Il nostro Team



Mariia Sarbash



Sofia Grumelli



Massimiliano Ferretti



Jacopo Ascanio Roncato



Marco Angelo Ruggieri



Anthony Gerardo Giuliano



Il nostro dominio di interesse iniziale riguardava lo spreco alimentare in ambito domestico. Tuttavia, grazie alla fase di needfinding, abbiamo avuto l'opportunità di raffinare e approfondire significativamente questa definizione. Abbiamo scoperto che **lo spreco non è un evento isolato**, ma piuttosto il **risultato di una serie di problematiche** che si manifestano nel corso delle routine quotidiane, indipendentemente dal fatto che le persone vivano da sole, in famiglia o con coinquilini.

Pertanto, il nostro dominio si è evoluto per concentrarsi non tanto sullo spreco in sé, quanto sui **complessi processi cognitivi, emotivi e relazionali che governano la gestione del cibo nelle abitazioni**.

Attraverso l'analisi tematica delle interviste condotte nella prima parte, abbiamo suddiviso il dominio in **sei aree di indagine** interconnesse, che ora costituiscono il nostro **principale oggetto di studio**.



# Dominio di interesse



## PIANIFICAZIONE

Esploriamo la **dissonanza** tra il desiderio di pianificare i pasti e gli acquisti e la realtà fatta di acquisti impulsivi, mancanza di tempo e imprevisti. Il nostro obiettivo è **comprendere come supportare la flessibilità e ridurre il carico cognitivo legato alle decisioni**.



## ECONOMIA

Analizziamo il **rapporto tra le strategie di risparmio e la loro reale efficacia**. Il nostro interesse si concentra in primis sull'illusione del risparmio: tanti acquisti sembrano inizialmente vantaggiosi, ma spesso portano all'eccedenza, che poi sfocia in uno spreco che annulla il risparmio iniziale. Esploriamo quindi i metodi di risparmio adottati, la percezione soggettiva di aver ottenuto un vantaggio economico e la disconnessione tra il vantaggio percepito al momento dell'acquisto e il costo effettivo dello spreco che ne deriva.



# Dominio di interesse



## MEMORIA

Un **aspetto cruciale emerso** dalla nostra ricerca è la **difficoltà generalizzata nel ricordare** non solo le scadenze, ma anche l'esistenza stessa degli alimenti presenti in casa. Concentriamo quindi la nostra analisi sulle cause sottostanti di questa cecità, che va oltre la mera dimenticanza.

Esploriamo le ragioni di questo fenomeno, focalizzandoci su fattori quali la scarsa visibilità dei prodotti in frigorifero e dispensa, il sovraccarico cognitivo derivante dalla gestione di un inventario mentale e le difficoltà legate alla categorizzazione degli avanzi.



## CONDIVISIONE

Esploriamo più a fondo le regole implicite, i ruoli, le negoziazioni e i conflitti latenti che emergono nella gestione quotidiana di frigoriferi e dispense condivisi.



# Dominio di interesse





## PERCEZIONE EMOTIVA

Analizziamo il **ciclo emotivo legato allo spreco** alimentare: frustrazione, ansia per le scadenze e senso di colpa. Ci interessa capire se e come queste emozioni possano essere trasformate da un peso passivo a un **motore per un cambiamento comportamentale** positivo e duraturo.



## COMUNICAZIONE

Infine, le nostre prime scoperte hanno messo in luce la comunicazione come un **punto debole centrale**: un'incertezza continua riguardo a cosa sia disponibile, cosa manchi e chi debba assumersi determinate responsabilità. Nella fase attuale, intendiamo esplorare il problema in modo più dettagliato, cercando di comprendere:

- il **costo cognitivo** associato al processo di richiesta e coordinamento
- il **canale di comunicazione ideale**, che riduca al minimo lo sforzo
- come **facilitare il passaggio dall'informazione passiva all'azione coordinata**



# Dominio di interesse



In sintesi, il nostro dominio si è evoluto verso una ricerca più approfondita. L'obiettivo ora è comprendere come intervenire in modo da integrare armoniosamente i processi di consapevolezza, comunicazione e gestione del cibo all'interno delle complesse routine domestiche, riducendo il carico cognitivo e le emozioni negative legate allo spreco.

# Dominio di interesse



# Ricerca



Abbiamo evoluto la nostra metodologia di ricerca per validare e approfondire le scoperte emerse dal primo ciclo di interviste. Abbiamo adottato un approccio misto, combinando due attività principali **per ottenere sia profondità analitica che ampiezza di prospettiva**.

In primo luogo, abbiamo organizzato un **focus group** coinvolgendo una selezione degli utenti già intervistati. L'obiettivo era duplice: **validare i sei macroargomenti** da noi identificati e **osservare le dinamiche di confronto** diretto tra i partecipanti. Questo formato ci ha permesso di far emergere nuove sfumature e di vedere come le idee e le frustrazioni venissero negoziate e condivise collettivamente, andando oltre l'esperienza individuale.

Parallelamente, abbiamo condotto una **nuova serie di interviste semi-strutturate** per ampliare il nostro campione di utenti. Ciò ci ha garantito di non limitarci a confermare le nostre ipotesi, ma di continuare attivamente la fase di scoperta.



# Struttura del focus group

Per la fase di validazione, abbiamo scelto di utilizzare il metodo del focus group, organizzando due sessioni distinte e in presenza. Questa scelta ci ha permesso di creare un ambiente più intimo e di favorire una partecipazione più attiva e bilanciata da parte di tutti.

Abbiamo suddiviso 6 utenti, già intervistati in precedenza, in due gruppi eterogenei per stimolare il confronto tra diverse esperienze di vita:

- 1) Giorgia, Matteo e Vincenzo.
- 2) Viola, Giancarlo e Sabina.

Entrambe le sessioni, della durata di circa un'ora, hanno seguito la stessa struttura in quattro fasi:

- 1) Accoglienza** - Introduzione e spiegazione dello scopo dell'incontro: discutere e validare insieme i temi emersi dalla nostra prima ricerca per capire se fossero rappresentativi della loro realtà.
- 2) Validazione tematica** - Abbiamo presentato i sei macroargomenti chiedendo ai partecipanti di ordinarli dal più al meno sentito nella loro vita quotidiana e di discutere il perché delle loro scelte. Questo ci ha permesso di misurare la rilevanza effettiva di ogni tema.
- 3) Discussione guidata** - Per approfondire i temi più critici, il moderatore ha presentato brevi scenari di vita quotidiana. L'obiettivo era stimolare il racconto di episodi concreti e di esperienze personali. In questo modo, abbiamo spostato il focus dalle opinioni generali ai comportamenti reali, facendo emergere le frustrazioni, le soluzioni improvvisate e le dinamiche autentiche vissute dai partecipanti.
- 4) Chiusura** - Riassunto dei punti chiave emersi, ringraziamenti per il contributo e condivisione dei prossimi passi del progetto.



# Utenti dei focus group

→ SABINA

ETÀ 21 anni  
SITUAZIONE ABITATIVA Appartamento condiviso con una sola coinquilina  
TIPO Utente diretto



→ GIORGIA

ETÀ 22 anni  
SITUAZIONE ABITATIVA Appartamento condiviso con 2 coinquiline  
TIPO Utente estremo - lead



→ GIANCARLO

ETÀ 22 anni  
SITUAZIONE ABITATIVA Appartamento condiviso con 2 coinquilini  
TIPO Utente estremo - lead



→ MATTEO

ETÀ 22 anni  
SITUAZIONE ABITATIVA Appartamento condiviso con 2 coinquilini  
TIPO Utente diretto



→ VINCENZO

ETÀ 21 anni  
SITUAZIONE ABITATIVA Vive da solo  
TIPO Utente diretto



→ VIOLA

ETÀ 21 anni  
SITUAZIONE ABITATIVA Vive con i propri genitori e il fratello  
TIPO Utente estremo - marginale







# Motivazione della scelta degli utenti

La scelta degli utenti da coinvolgere nei focus group è stata una decisione strategica, finalizzata a massimizzare la qualità e la profondità della discussione. Abbiamo selezionato i partecipanti sulla base di due criteri fondamentali:

**1) Qualità e profondità dei contributi** - Abbiamo scelto di riconvocare gli utenti che, durante le interviste iniziali, si sono dimostrati più articolati e capaci di riflessione critica. Si tratta degli utenti le cui testimonianze hanno fornito gli spunti più significativi e inaspettati per la nostra analisi tematica, dimostrando una forte capacità di descrivere non solo i problemi pratici, ma anche le dinamiche emotive e relazionali sottostanti. Il loro coinvolgimento era essenziale per validare con cognizione di causa i temi emersi.

**2) Rappresentatività ed eterogeneità** - Abbiamo assicurato che i partecipanti selezionati rappresentassero un mix equilibrato dei diversi profili e contesti abitativi che abbiamo identificato come rilevanti (vive da solo, vive con coinquilini, vive in famiglia). La suddivisione in due gruppi eterogenei è stata pensata proprio per stimolare il confronto tra queste diverse prospettive, facendo emergere contrasti e punti in comune che una discussione tra profili omogenei forse non avrebbe rivelato.



# Struttura delle interviste

Parallelamente ai focus group, abbiamo condotto un nuovo ciclo di interviste di approfondimento. L'obiettivo era validare i dati raccolti, ma anche capire più a fondo le cause e le dinamiche delle problematiche emerse durante il needfinding.

Questa fase ha coinvolto: **(1) 4 nuovi utenti**, selezionati strategicamente per coprire ogni nostra categoria di analisi: 1 utente diretto, 1 utente estremo - lead, 1 utente estremo - marginale e 1 nuovo esperto di dominio, **(2) 1 intervista di follow-up con Pasqualina**, uno degli esperti di dominio della prima fase, per approfondire aspetti specifici data l'impossibilità di includerla in un focus group.

A differenza della prima fase, queste interviste semi-strutturate sono state costruite a partire dai sei macroargomenti che avevamo identificato. La griglia di domande era progettata per:

- 1) Validare e approfondire i temi** - Abbiamo usato i temi come punto di partenza per stimolare la narrazione di episodi concreti, con l'obiettivo di capire l'origine dei comportamenti e delle frustrazioni descritte.
- 2) Indagare le cause scatenanti** - Per ogni problematica emersa (es. un acquisto doppio, un avanzo dimenticato), abbiamo guidato la conversazione per comprendere non solo cosa è successo, ma soprattutto perché è successo, esplorando il contesto e i processi decisionali.
- 3) Esplorare nuove prospettive** - Con i nuovi utenti, abbiamo verificato la validità dei nostri temi in contesti di vita differenti, cercando attivamente nuove sfumature e bisogni non ancora emersi.

Questo approccio ci ha permesso di usare le nostre scoperte come una lente per condurre conversazioni più mirate, trasformando le osservazioni iniziali in una comprensione più profonda dei bisogni reali degli utenti.



# Utenti delle interviste

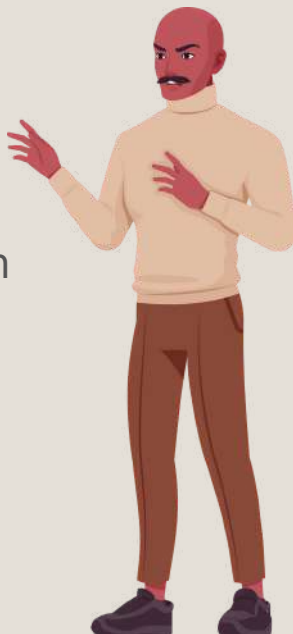
## → ANTONIO

ETÀ 20 anni

**SITUAZIONE  
ABITATIVA** Appartamento condiviso con  
3 coinquilini da 1 anno

**MOTIVAZIONE  
DELLA SCELTA** Ricevere nuove informazioni  
su dinamiche di convivenza

**TIPO** Utente diretto



## → FILIPPO

ETÀ 21 anni

**SITUAZIONE  
ABITATIVA** Appartamento condiviso con  
3 coinquilini da 3 anni

**MOTIVAZIONE  
DELLA SCELTA** Ricevere nuove informazioni  
su dinamiche di convivenza

**TIPO** Utente estremo - lead



## → DANIEL

ETÀ 21 anni

**SITUAZIONE  
ABITATIVA** Vive con la famiglia

**MOTIVAZIONE  
DELLA SCELTA** Ricevere nuove informazioni  
su dinamiche familiari

**TIPO** Utente estremo - marginale



## → LORENZO

ETÀ 53 anni

**PROFESSIONE** Specialista del settore retail  
alimentare

**MOTIVAZIONE  
DELLA SCELTA** Ricevere nuove informazioni  
da un nuovo esperto del  
campo alimentare

**TIPO** Esperto di dominio



## → PASQUALINA

ETÀ 52 anni

**PROFESSIONE** Store manager di un Conad

**MOTIVAZIONE  
DELLA SCELTA** Ricevere nuove informazioni  
da un esperto del campo  
alimentare

**TIPO** Esperto di dominio





# Analisi Tematica



In questa fase, abbiamo analizzato le trascrizioni dei focus group e delle nuove interviste adottando un **approccio mirato** e di **validazione**. A differenza della prima analisi, che era puramente induttiva, questa volta abbiamo utilizzato i **sei macroargomenti** precedentemente identificati come una **lente** per esaminare i nuovi dati.

L'obiettivo non era scoprire nuovi temi, ma **validare e approfondire** quelli esistenti. Per ogni trascrizione, abbiamo cercato e codificato insight, citazioni ed episodi specifici che potessero essere ricondotti ai nostri sei temi principali.



# Pianificazione

La pianificazione emerge come un'attività ad alto dispendio di energie cognitive, un terreno di scontro tra il desiderio di controllo e la realtà degli imprevisti quotidiani.

Per la maggior parte degli utenti, specialmente per i profili più giovani e per chi vive in contesti condivisi, la difficoltà principale non risiede nell'atto materiale della spesa, ma nella **fatica decisionale** che la precede. Il dover costantemente scegliere cosa mangiare, cercando di bilanciare esigenze nutrizionali eterogenee, gusti personali e impegni variabili, genera un carico mentale significativo.

Tutto ciò porta a due comportamenti opposti ma complementari: da un lato, l'abitudine a **cucinare sempre gli stessi piatti** per ridurre la complessità e dall'altro, la tendenza a una **spesa impulsiva e frammentata**, guidata dall'ispirazione del momento piuttosto che da un piano strategico.

La soddisfazione, quando raggiunta, non deriva tanto dal risparmio economico, quanto dalla sensazione di efficienza e dalla liberazione mentale di non dover pensare ai pasti per qualche giorno.





# Pianificazione



## Opinioni di esperti

Entrambi gli esperti confermano che una **spesa ben pianificata** e meno frequente è una strategia anti-spreco molto efficace. Questo convalida il bisogno degli utenti di avere **strumenti che facilitino** questo tipo di pianificazione.

La pianificazione è un **processo cognitivo fragile** che crolla sotto stress. Una soluzione efficace dovrebbe quindi essere semplice e richiedere il **minor sforzo mentale possibile**, specialmente nei momenti di fretta.



### MATTEO

La domenica sera, davanti al frigo aperto, arriva il momento “uffa”. Devo decidere cosa mangerò per i prossimi cinque giorni, calcolando le quantità esatte per una persona. Non è solo pianificare, è un vero e proprio **sforzo mentale che vorrei evitare**.



### GIORGIA

Io e la pianificazione siamo due mondi opposti. Odio dover scegliere in anticipo cosa mangerò, perché sono una **persona che vive di ispirazione**: decido cosa voglio mangiare quando sono lì, davanti agli scaffali del supermercato.

### SABINA

La parte più noiosa è sedermi la domenica sera, quando sono stanca e vorrei solo rilassarmi, e dover invece **pensare a cosa cucinare** per tutta la settimana. È un compito che sento come un peso.



### GIANCARLO

La vera noia è dover scegliere cosa mangiare. Finisco per cadere nella routine e **cucinare sempre le stesse cose**, semplicemente perché non ho la voglia o l'ispirazione per ingegnarmi a provare nuove ricette.







# Economia

L'analisi dell'aspetto economico rivela una chiara dissonanza cognitiva: il **valore attribuito** a un alimento è **più legato al suo costo d'acquisto che al suo potenziale nutritivo**.

Esiste una soglia psicologica di prezzo (stimata dagli utenti tra i 10 e i 30 euro mensili di spreco) al di sotto della quale il cibo buttato è percepito come un danno collaterale tollerabile.

Le **offerte promozionali**, concepite per il risparmio, si rivelano spesso **un'arma a doppio taglio**. Come confermato anche dagli esperti di dominio, innescano un "ottimismo di consumo" che porta ad acquistare quantità irrealistiche di cibo, soprattutto fresco, trasformando un potenziale risparmio in uno spreco quasi certo.

Le strategie di risparmio più efficaci, infatti, non si basano sulla caccia all'offerta, ma sulla **pianificazione rigorosa** e sull'**acquisto mirato** di ciò che serve, evitando così le tentazioni del supermercato.



# Economia



## Opinione di un esperto

### PASQUALINA

Un **prodotto costoso** viene percepito come un **investimento**, e quindi gestito con più attenzione. I clienti tendono a valorizzarlo, a conservarlo meglio e a consumarlo con priorità, riducendo di netto il rischio di spreco.

### ANTONIO

Penso di buttare circa 25-30 euro al mese e, anche se non è una cifra enorme, mi dà fastidio. È uno **spreco doppio**: per il cibo in sé e per i soldi che se ne vanno con esso.

### MATTEO

Alla fine del mese, credo finiscano nella spazzatura 10-15 euro. Sono piccole cose ogni volta - un po' di verdura, uno yogurt - ma messi insieme danno fastidio, perché sono **soldi che avrei potuto usare meglio**.

### DANIEL

Le **offerte** e le **promozioni** del supermercato a volte sono una **trappola**. Ci portano a comprare troppo, soprattutto i biscotti. Mia mamma compra formati grandi che poi, in realtà, non mangiamo così spesso e rimangono lì a invecchiare.





# Memoria

Il cibo dimenticato in fondo al frigo o nella dispensa non è quasi mai il risultato di mera negligenza, ma di precisi meccanismi cognitivi.

I prodotti a lunga conservazione, per paradosso, diventano "invisibili" proprio per la loro mancanza di un'urgenza imminente.

La **visibilità** è un fattore cruciale: ciò che è nascosto alla vista, cessa di esistere nella mappa mentale delle risorse disponibili. Inoltre, la decisione di consumare o scartare un alimento è governata molto più da fattori sensoriali - l'aspetto visivo, la consistenza, l'odore - che dalla data di scadenza stessa, spesso percepita come un'indicazione poco leggibile e secondaria.

La difficoltà nel tenere traccia delle scorte è amplificata nei contesti condivisi, dove l'assenza di "proprietà" chiara su un prodotto ne diminuisce ulteriormente la visibilità mentale.





# Memoria

## Opinioni di esperti



### LORENZO

Per il consumatore, il punto di rottura è soprattutto l'**aspetto visivo** e la **consistenza**. La data di scadenza diventa un riferimento secondario nel momento in cui un alimento appare anche solo leggermente appassito o molle.

### PASQUALINA

Per aiutare la memoria degli utenti, non servono più dati, ma **istruzioni semplici** e contestuali. Il problema non è solo "ricordarsi che esiste", ma "**ricordarsi cosa farne e come conservarlo**".



### SABINA

Mi piacerebbe che ogni alimento avesse una specie di **semaforo luminoso** che mi indichi l'urgenza. Così, con una sola occhiata al frigo, potrei capire cosa devo usare prima, senza dover controllare ogni singola etichetta.

### FILIPPO

Mi piacerebbe un'informazione chiara su ogni alimento, con la data di scadenza ben visibile, ma non solo. Sarebbe utilissimo avere anche un suggerimento su **come cucinarlo** per valorizzarlo al meglio ed evitare di sprecarlo.

### GIANCARLO

Il problema è che **vado a memoria**. Così, quando sono fuori casa per fare la spesa, **mi dimentico** cosa ho già in frigo e finisco per comprare dei doppioni. Vorrei avere un inventario delle scorte e delle scadenze sempre con me.





# Condivisione

Nei contesti di convivenza, la gestione del cibo è un **complesso balletto di ruoli impliciti e regole non scritte**. Lo spreco emerge laddove questi patti taciti falliscono.

La **gestione degli avanzi** è una terra di nessuno dove la responsabilità si diluisce nel pensiero che qualcun altro se ne occuperà.

La **spesa individuale** è quasi universalmente preferita per preservare autonomia e gusti personali, ma è anche la causa principale di acquisti duplicati e di una generale mancanza di coordinamento.

L'idea di una **spesa grossa comune** è vista quasi unanimemente come un incubo logistico. La delega della spesa a un singolo individuo (tipicamente la figura materna nei contesti familiari) crea un'asimmetria informativa che lascia gli altri membri all'oscuro di cosa sia realmente disponibile, aumentando il rischio di spreco per mancato consumo.



# Condivisione



## SABINA

Una spesa grossa insieme sarebbe più un incubo che un sogno: abbiamo gusti diversi e orari diversi, quindi **con gli strumenti che esistono ad oggi sarebbe difficile coordinarsi**.



## MATTEO

La spesa insieme sarebbe un incubo. L'ostacolo principale sono i gusti personali, gli orari diversi e la difficoltà nel dividere i soldi in modo equo. Chi mangia di più? Chi ha comprato la bottiglia di vino costosa? **È più semplice gestirsi in autonomia.**



## GIORGIA

La mia coinquilina ha mangiato per più mattine la mia marmellata preferita, chiedendomela solo una volta. Questo mi ha infastidita, anche perché era costosa e mi piaceva mangiarla ogni giorno. Quando la finì, ne comprò altra, ma scelse gusti diversi che non mi piacevano.





# Percezione emotiva

Lo spreco alimentare genera un sentimento universale di **frustrazione** e **senso di colpa**. È percepito come un fallimento personale, una macchia sulla propria efficienza. Tuttavia, questa emozione negativa raramente si traduce in un cambiamento comportamentale radicale, è piuttosto un **fastidio sordo e costante** con cui si è imparato a convivere.

È estremamente significativo, però, che di fronte alla prospettiva di trasformare la lotta allo spreco in una **sfida** o in un'attività ludica, emerga un notevole entusiasmo. La possibilità di vincere una sfida settimanale di "zero spreco", competere amichevolmente con i coinquilini o, soprattutto, vedere in tempo reale il denaro risparmiato, si rivela una **leva motivazionale** molto più potente del semplice senso di colpa, trasformando un'ansia in un'opportunità gratificante.



# Percezione emotiva



## ANTONIO

Mi piacerebbe un sistema che mi mostri in tempo reale i **soldi che sto risparmiando**. Vedere un guadagno concreto, sapere quanti euro sto salvando evitando gli sprechi, sarebbe una motivazione fortissima.



## FILIPPO

La sensazione peggiore è il **senso di colpa** quando devo buttare qualcosa. Vorrei poter eliminare quella sensazione, anche se serve come stimolo a migliorare e sprecare meno.

## GIANCARLO

Mi motiverebbe **una sfida a “zero spreco”** con i miei coinquilini. Non solo perché sono competitivo e so che vincerei io, ma perché per i miei principi mi infastidisce davvero l'idea di buttare il cibo.





Il vero epicentro del problema, che lega insieme tutti gli altri temi, è la comunicazione.

I sistemi attuali, che siano verbali, liste cartacee o gruppi WhatsApp, sono descritti come frammentati, inaffidabili e richiedenti uno sforzo cognitivo attivo per essere mantenuti. Le informazioni si perdono, i messaggi vengono ignorati, le liste non vengono aggiornate.

Da questa frammentazione emerge con prepotenza il **desiderio unanime e trasversale** di una **fonte unica di verità**: uno spazio digitale e condiviso dove lo stato delle scorte alimentari sia sempre aggiornato, accessibile e indiscutibile.

Un sistema che possa **rispondere automaticamente** alla domanda "abbiamo ancora latte?" senza bisogno di chiedere, eliminando alla radice le ambiguità, i doppioni e le dimenticanze che oggi portano inevitabilmente allo spreco.

# Comunicazione



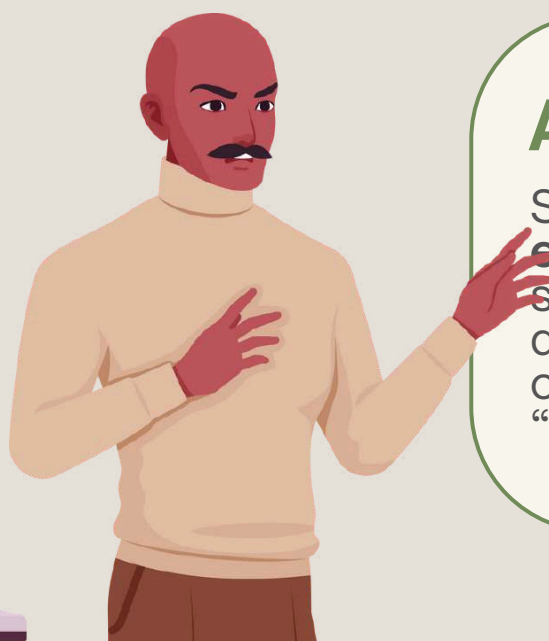


# Comunicazione



## FILIPPO

Usiamo WhatsApp, ma spesso non tutti rispondono in tempo. Così chi è al supermercato, nel dubbio, compra lo stesso e **ci ritroviamo con dei doppioni**. La mia giornata sarebbe molto meno stressante se non dovessi nemmeno chiedere.



## ANTONIO

Se esistesse un'app condivisa con un **elenco delle cose che servono in casa**, sarebbe comodissimo. Basterebbe spuntarle quando le finisci, e chi va a fare la spesa sa cosa prendere e può segnalare "questo lo compro io".

## DANIEL

Non ci mettiamo d'accordo [sui pasti], decide tutto mia madre, l'unica cosa difficile è **capire chi c'è a casa**, perché spesso nessuno avvisa.



## VIOLA

La comunicazione tra noi funziona, ma è spontanea e diretta: chiediamo di volta in volta a chi è disponibile di comprare ciò che manca, **senza un sistema unico di organizzazione** o lista comune.





# Brainstorming sui bisogni degli utenti



A seguito delle nuove attività di needfinding e della nuova analisi tematica, abbiamo condotto una sessione di brainstorming per consolidare e sintetizzare tutti gli insight emersi. L'obiettivo di questa fase è stato quello di tradurre l'analisi tematica in un **elenco completo e granulare di bisogni specifici**, rappresentativi delle difficoltà e dei desideri espressi dagli utenti.

Per visualizzare e organizzare questo processo, abbiamo utilizzato uno strumento di **brainstorming digitale** (Figma Jam). Ogni membro del team ha contribuito a popolare una matrice tematica, articolata secondo i sei macroargomenti.





# Svolgimento

Durante il meeting, abbiamo iniziato riesaminando insieme tutti gli argomenti chiave che avevamo trattato in precedenza. Ogni partecipante ha avuto il compito di estrapolare i bisogni che riteneva più rilevanti e di scriverli su dei post-it.

Dopo questa fase iniziale, ci siamo riuniti per discutere i bisogni identificati. Abbiamo **esaminato i post-it** e, confrontandoli, ci siamo resi conto che molti potevano essere **raggruppati in temi più ampi**. Così, abbiamo deciso di unificarli in dei macrobisogni, in modo da includere sotto ciascuno di essi tutti i punti emersi dai post-it.

Una volta che i macrobisogni sono stati scritti e chiariti, abbiamo fatto una **votazione individuale, dove ciascuno ha scelto i 4 bisogni** che riteneva più significativi e rilevanti per il progetto. Questo ci ha permesso di concentrarci sui temi che risultavano più cruciali per il nostro obiettivo comune.





pianificazione

economia

memoria

<div>ricevere suggerimenti e idee per i pasti</div> <div>Mariia</div>	<div>scoprire ricette basate specificamente sugli ingredienti già disponibili in casa</div> <div>Mariia</div>	<div>suddividere le “idee pasti” in base al tempo a disposizione</div> <div>Mariia</div>	<div>quantificare e visualizzare in modo chiaro il valore monetario del cibo che viene buttato</div> <div>Mariia</div>	<div>tracciare i risparmi ottenuti</div> <div>Mariia</div>	<div>monitorare le spese alimentari mensili per categoria</div> <div>Sofia Grumelli</div>	<div>avere un inventario digitale e sempre accessibile (anche fuori casa)</div> <div>Mariia</div>	<div>sistema visivo che indichi l'urgenza di consumo di un prodotto a colpo d'occhio</div> <div>Mariia</div>	<div>Segnalazione per gli ingredienti che stanno per finire</div> <div>Sofia Grumelli</div>
<div>avere a portata di mano lo storico dei pasti cucinati per non ripetersi</div> <div>Sofia Grumelli</div>	<div>Filtri alimentari(vegano,intolleranze, halal, kosher, ...)</div> <div>Anthony Gerardo Giuliano</div>	<div>avere un menu a portata di mano che dà la priorità agli ingredienti in scadenza</div> <div>Jacopo Ascanio Roncato</div>	<div>impostare un budget mensile per la spesa e monitorare l'andamento</div> <div>Sofia Grumelli</div>	<div>sistema di crediti: guadagni punti condividendo avanzi e li spendi per prenderne altri</div> <div>Anthony Gerardo Giuliano</div>	<div>Confrontare i prezzi tra supermercati vicini per la lista della spesa corrente</div> <div>Jacopo Ascanio Roncato</div>	<div>diario dei pasti: storico di quello che hai recuperato e condiviso</div> <div>Anthony Gerardo Giuliano</div>	<div>Promemoria ricorrenti per scorte “silenziose” (sale, olio, spezie)</div> <div>Jacopo Ascanio Roncato</div>	<div>Promemoria per la spesa: annotare in anticipo i pasti programmati fuori casa per evitare acquisti inutili in quei giorni.</div> <div>marcoangelo.ruggieri</div>
<div>Avere delle ricette preimpostate ed in base alle disponibilità consigliare cosa mangiare.</div> <div>marcoangelo.ruggieri</div>	<div>generare automaticamente una lista della spesa a partire da un piano pasti</div> <div>Mariia</div>		<div>valutare la reale convenienza delle offerte</div> <div>Mariia</div>	<div>Calcolatore del costo medio di un piatto e del possibile spreco che potrebbe causare. Es: uso 100 ml di latte probabilmente i restanti 400 andranno buttati</div> <div>marcoangelo.ruggieri</div>				

Ricevere un piano pasti settimanale personalizzato e dinamico, che riduca il carico mentale, ottimizzi le risorse esistenti e semplifichi la spesa.

Avere consapevolezza e controllo sull'impatto economico delle proprie abitudini alimentari, trasformando lo spreco in un costo tangibile e il risparmio in un guadagno visibile.

Delegare la gestione delle scorte a un sistema intelligente che agisca come una memoria esterna, tracciando automaticamente ciò che si possiede e fornendo promemoria proattivi per ottimizzarne il consumo e l'acquisto.



## condivisione

spazio digitale condiviso dove ogni convivente possa vedere le scorte totali della casa	distinguere chiaramente tra cibo "privato" e cibo "comune"	poter segnalare se un prodotto non si usa piu e un altro lo può prendere / se lo si vuole condividere
Mariia	Mariia	Sofia Grumelli
visualizzare in tempo reale chi ha utilizzato un certo ingrediente	"Chi prende cosa": assegnazione articoli della lista ai singoli	Bacheca scambi: offro/cerco ingredienti tra vicini/condominio
Sofia Grumelli	Jacopo Ascanio Roncato	Jacopo Ascanio Roncato

Avere uno spazio digitale condiviso che fornisca trasparenza totale sulle risorse alimentari della casa, permettendo un coordinamento semplice e riducendo le frizioni sociali legate alla spesa e al consumo.

## percezione emotiva

trasformare la gestione del cibo da un'incombenza frustrante a un'attività gratificante	visualizzare progressi sul miglioramento delle proprie abitudini alimentari	Timeline dei progressi con highlight dei "win" del mese
Mariia	Sofia Grumelli	Jacopo Ascanio Roncato
ogni volta che si riesce a risparmiare sullo spreco alimentare, ci si può concedere una piccola ricompensa. Ad esempio, se in una settimana non si spreca nulla e si risparmiano 15 €, si possono usare quei soldi per uscire a cena o concedersi un dolce speciale che normalmente non ci si permetterebbe.	essere motivati attraverso meccanismi di gioco	
marcoangelo.ruggieri	Mariia	

Trasformare la gestione del cibo in un'esperienza motivante e gratificante, attraverso un sistema di feedback visivo e meccanismi di gioco che rendano tangibili i progressi e premino i comportamenti virtuosi.

## comunicazione

lista della spesa condivisa che si aggiorni in tempo reale e che sia facile da usare per tutti	rendere visibile a tutti che qualcuno sta già provvedendo a comprare un determinato articolo	poter scrivere note vicino agli alimenti per avvisare i coinquilini che si useranno a breve
Mariia	Mariia	Sofia Grumelli
possibilità di lasciare recensioni o "grazie" agli altri utenti	Avvisi smart: "sei vicino al supermercato X, mancano 3 articoli"	eliminare la necessità di chiedere attivamente ("abbiamo ancora...?"), avendo l'informazione sempre disponibile
Anthony Gerardo Giuliano	Jacopo Ascanio Roncato	Mariia

Avere un sistema di comunicazione centralizzato e proattivo che elimini il bisogno di coordinamento verbale, rendendo le informazioni sulle scorte e sulla spesa sempre accessibili e permettendo di gestire le azioni in modo asincrono e trasparente.





# Bisogni scelti

Avere un sistema di comunicazione centralizzato e proattivo che elimini il bisogno di coordinamento verbale, rendendo le informazioni sulle scorte e sulla spesa sempre accessibili e permettendo di gestire le azioni in modo asincrono e trasparente.



Avere consapevolezza e controllo sull'impatto economico delle proprie abitudini alimentari, trasformando lo spreco in un costo tangibile e il risparmio in un guadagno visibile.



Ricevere un piano pasti settimanale personalizzato e dinamico, che riduca il carico mentale, ottimizzi le risorse esistenti e semplifichi la spesa.



Delegare la gestione delle scorte a un sistema intelligente che agisca come una memoria esterna, tracciando automaticamente ciò che si possiede e fornendo promemoria proattivi per ottimizzarne il consumo e l'acquisto.







**POLITECNICO**  
MILANO 1863

Fondamenti di Human  
Computer Interactions 2025-26

**Gruppo**  
BitBuilders

**Data**  
27 ottobre 2025

**Argomento**  
Personas e Scenari

**Numero slide**  
33

# Personas e Scenari







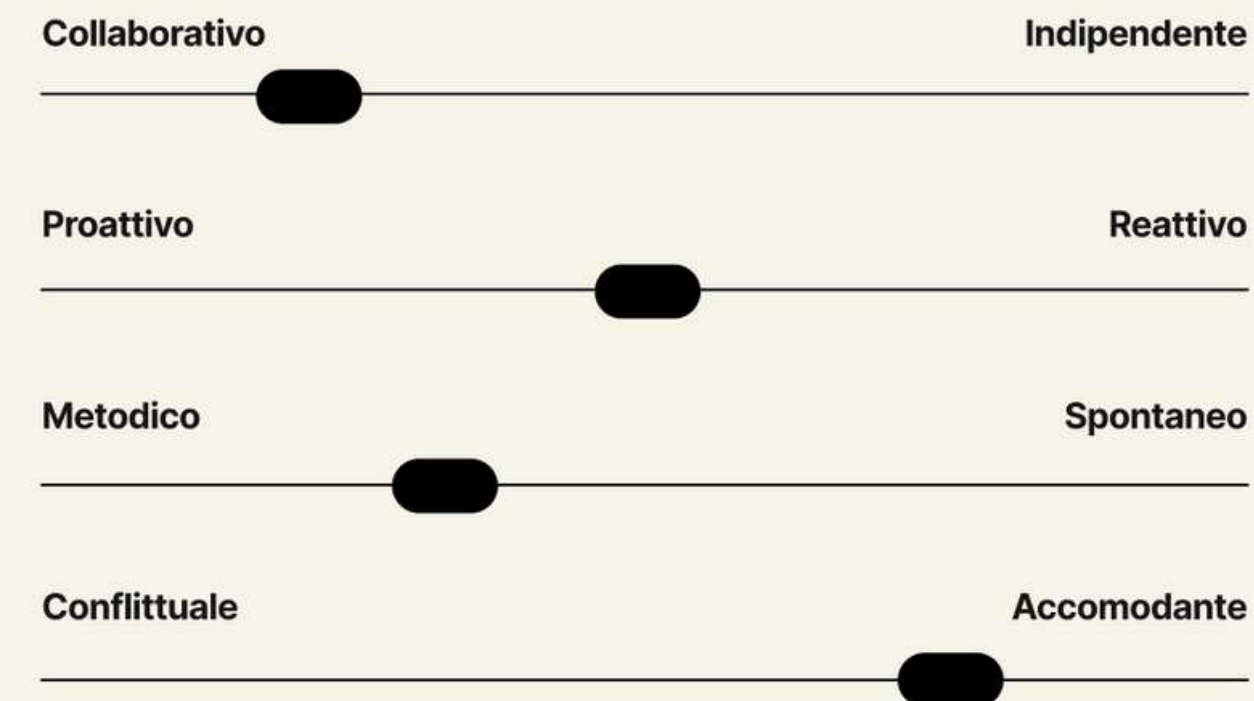
## Giovanni

- **Età:** 21 anni
- **Occupazione:** Studente al 3° anno di Economia e Management all'Università degli Studi di Milano. Tutor di matematica per studenti liceali.
- **Contesto abitativo:** Vive in un appartamento in affitto con due coinquilini conosciuti tramite annunci.

### Bio

Giovanni è uno studente fuorisede che si è trasferito a Milano per i suoi studi. Pragmatico e abituato a organizzarsi, si destreggia tra lezioni universitarie e le ripetizioni che impartisce per avere una piccola indipendenza economica. La sua vita domestica è l'unica area che non riesce a ottimizzare. Vive la cucina come una fonte di micro-conflitti e inefficienze costanti. La difficoltà nel coordinarsi con i coinquilini lo porta a un bivio quotidiano: affrontare lo stress di una spesa e di una preparazione del pasto incerte, o cedere alla soluzione più semplice e costosa del cibo d'asporto.

### Personalità





# Caratteristiche di Giovanni

## Motivazioni

È motivato dal desiderio di efficienza. L'idea di un sistema domestico che funzioni senza intoppi, come un perfetto meccanismo a orologeria, è il suo ideale.

Vuole sentirsi smart nelle sue scelte, e lo spreco di cibo o di denaro è l'antitesi di questo ideale.

## Obiettivi

Raggiungere uno stato di pace logistica in casa.

Ridurre le spese superflue per massimizzare il suo budget da studente.

Mangiare in modo più vario e sano, sfruttando appieno il potenziale di una cucina casalinga.

## Frustrazioni

Ha una comunicazione fallimentare con i suoi coinquilini.

L'ansia di dover decidere se può usare o meno un ingrediente altrui o di dover chiedere costantemente "Abbiamo ancora..?" è un carico mentale che preferirebbe evitare.

Vorrebbe creare un piano pasti, ma l'incertezza sulle risorse condivise e la difficoltà nel fare una spesa comune rendono ogni tentativo vano.

La frustrazione più grande è comprare doppioni o vedere più confezioni dello stesso prodotto aperte contemporaneamente.

## Bisogni e aspettative

Vorrebbe eliminare il bisogno di coordinamento verbale con i suoi coinquilini

Eliminare i conflitti sul cibo in frigo e in dispensa

Ricordarsi più facilmente il contenuto di frigo e dispensa



# Scenario di Giovanni

È martedì pomeriggio. Giovanni ha appena finito di dare ripetizioni in una zona della città distante da casa. È stanco, un po' affamato e sa che deve fare la spesa prima di rientrare.

Mentre è in metro, Giovanni **scorre mentalmente la lista delle cose che potrebbero servire**. Si ricorda che ieri mattina ha usato le ultime gocce di latte per il caffè. O forse era il suo coinquilino? Apre la chat di WhatsApp della casa. L'ultimo messaggio è una foto di uno scontrino di tre giorni prima. **Scrivo: "Raga, serve latte?"**. Attende un paio di fermate. Nessuna risposta.

Arrivato al supermercato vicino alla fermata della metro, si trova davanti al banco frigo. Il suo dilemma è sempre lo stesso: **"Compro il latte o no?"**. Inizia a soppesare i rischi, un calcolo che si ritrova a fare troppo spesso. Se non lo compra, c'è un'alta probabilità di **non poter fare colazione l'indomani**, costringendolo a uscire di nuovo solo per quello, a iniziare la giornata già di malumore o a fare colazione al bar. Se lo compra, rischia di trovarne un'altra confezione a casa, sprecando quei due euro che, sommati a tutte le altre volte, iniziano a pesare sul suo budget da studente.

**Prevale la paura di rimanere senza**. Sospirando, afferra una confezione di latte, sentendo già una punta di fastidio per quell'acquisto fatto un po' alla cieca. Aggiunge al carrello un pacco di pasta, anche se ha il vago sospetto di averne già due confezioni aperte a casa. Si sente inefficiente, l'opposto di come vorrebbe essere.

Una volta a casa, apre il frigo per sistemare la spesa. E, come previsto, accanto allo yogurt c'è **una confezione di latte nuova di zecca, identica a quella che ha in mano**. In quel momento, il suo coinquilino Luca esce dalla sua stanza e, vedendolo, esclama: "Oh grande, hai preso il latte! Ah no... l'avevo già preso io un'ora fa tornando dall'università".

Giovanni appoggia la seconda confezione di latte sul tavolo, sentendo il peso di quel piccolo, stupido errore. Non è per i due euro. È per la **sensazione di disorganizzazione cronica**, per l'ennesima dimostrazione che il loro sistema di comunicazione è rotto.



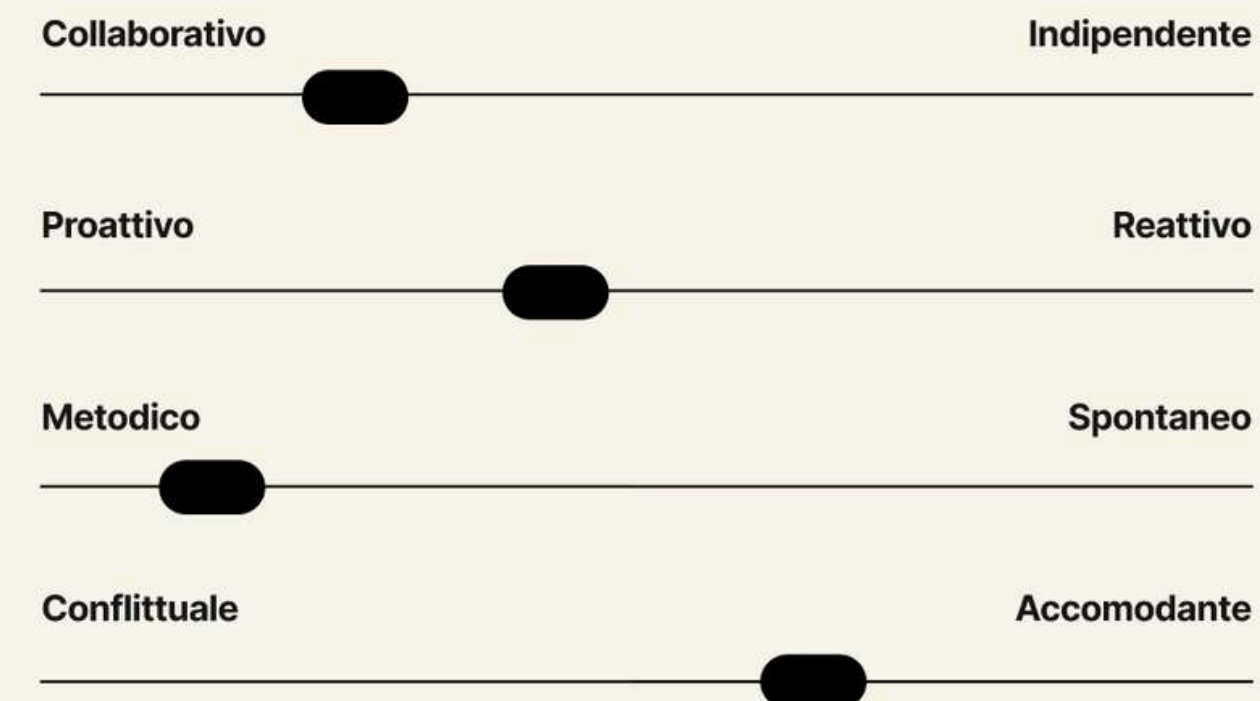
## Erica

- **Età:** 48 anni
- **Occupazione:** Impiegata amministrativa in uno studio legale
- **Contesto abitativo:** Vive in un appartamento di città con il marito e i tre figli Marco, Alessia e Giulia di 19, 14 e 8 anni.

### Bio

Erica è il centro di gravità della sua famiglia. Di giorno, nel suo lavoro, gestisce scadenze e pratiche con precisione e controllo. Di sera, questo suo talento organizzativo si scontra con la caotica realtà di una famiglia di cinque persone, ognuna con i propri gusti, orari e necessità. Ama profondamente la sua famiglia, ma la gestione della cucina si è trasformata da atto di cura a fonte di enorme pressione. Il suo desiderio di un piano perfetto è costantemente frustrato dalla complessità, lasciandola con la sensazione di essere sempre un passo indietro e con un perenne senso di stanchezza.

### Personalità





# Caratteristiche di Erica

## Motivazioni

È motivata dal desiderio di ordine e dal senso del dovere. Un piano ben riuscito è per lei fonte di profonda soddisfazione personale.

Vuole essere un buon esempio per i suoi figli, anche attraverso un consumo consapevole e responsabile.

## Obiettivi

Ridurre il carico mentale legato alla domanda "Cosa mangiamo stasera?"

Creare un piano pasti settimanale che funzioni davvero, accontentando tutti senza dover cucinare tre cene diverse.

Sentirsi di nuovo in controllo della sua cucina e delle sue finanze, eliminando lo spreco di cibo.

## Frustrazioni

Dover tenere a mente i gusti e le avversioni di 5 persone diverse trasforma la pianificazione in un puzzle estenuante.

Prova frustrazione nel dimenticare un ingrediente al supermercato nonostante i suoi sforzi per essere meticolosa.

Buttare cibo non è solo una perdita economica, ma un fallimento personale che va contro i suoi principi.

Prova frustrazione per la sensazione di essere l'unica responsabile di un sistema complesso e per la stanchezza che ne deriva.

## Bisogni e aspettative

Vorrebbe che la creazione di un menù settimanale che incroci le preferenze di tutti fosse facile

Vorrebbe non dover pensare da sola ogni volta a cosa comprare

Vorrebbe non doversi affidare solo alla sua memoria quando è al supermercato





# Scenario di Erica

È mercoledì, ore 18:45. Erica è appena rientrata a casa dopo una giornata di lavoro intensa. Ha solo un'ora prima che Marco debba scappare ad allenamento.

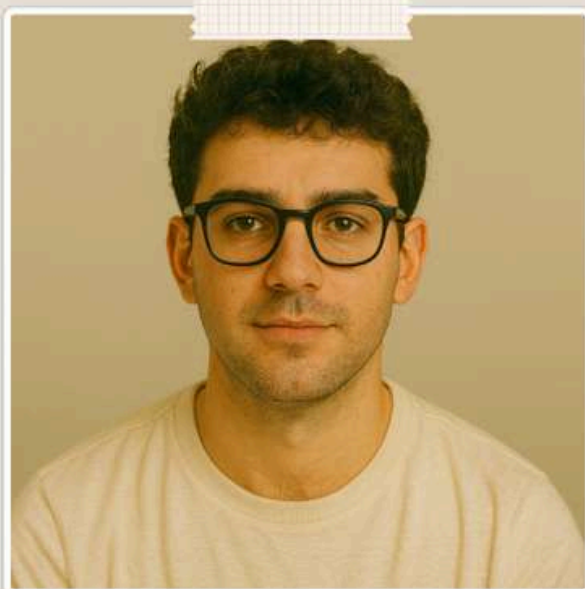
Erica apre il frigo. Lo sguardo vaga tra gli scaffali, non in cerca di cibo, ma di una risposta. La sua mente è un vortice di calcoli: "**Alessia stasera mangia fuori** con gli amici. **Giulia odia le zucchine** che però scadrebbero domani. **Marco ha bisogno di carboidrati**, ma non gli piace la pasta al pesto a cui avevo pensato...".

Il piano che aveva abbozzato mentalmente nel weekend è già a brandelli. Aveva comprato del macinato di tacchino per fare delle polpette, una delle poche cose che mettono tutti d'accordo. Ma **si accorge di aver dimenticato di comprare il pangrattato**. Un piccolo errore, una piccola dimenticanza, che però fa crollare l'intero piano per la cena.

In quel momento, Giulia entra in cucina e pronuncia la frase che Erica teme più di ogni altra: "**Mamma, cosa mangiamo stasera?**". Suona come una sentenza, il fischio d'inizio di una corsa contro il tempo.

Si sente invadere dalla **stanchezza**. La sua mente, che durante il giorno ha gestito contratti e scadenze, ora si blocca davanti a un frigo pieno di possibilità ma privo di soluzioni semplici. Pensa al petto di pollo in freezer, ma ci vorrebbe troppo tempo per scongelarlo. Potrebbe fare della pasta in bianco per uno, un uovo per l'altra... di nuovo, **tre preparazioni diverse, tre pentole sul fuoco**.

Mentre Marco la sollecita ("Mamma, devo andare!"), Erica si sente sconfitta. Guarda le zucchine che aveva comprato con buone intenzioni, sapendo che probabilmente finiranno nel cestino. Pensa: "Come è possibile che non riesca a gestire una cena?". Non desidera un miracolo. Desidera solo che qualcuno, o qualcosa, le dicesse: "Erica, hai del pollo, del riso e dei piselli. In 20 minuti puoi fare questo. Piacerà a tutti. Inizia da qui".



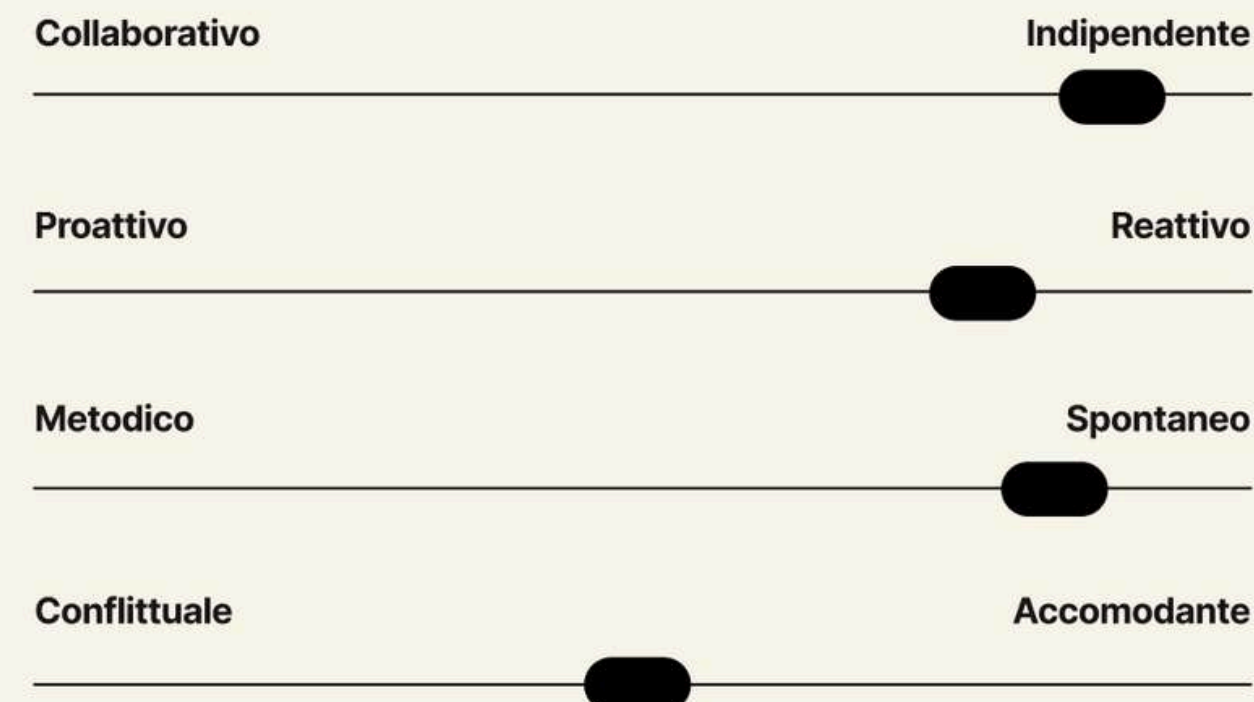
## Leonardo

- **Età:** 32 anni
- **Occupazione:** Marketing Specialist in un'agenzia di comunicazione
- **Contesto abitativo:** Vive da solo in un moderno bilocale in una zona vivace della città

### Bio

Leonardo è un uomo di successo nel suo lavoro e nella sua vita sociale. È dinamico, curioso e ama le esperienze di qualità. Vede la cucina non come una necessità, ma come un'estensione del suo stile di vita: un'opportunità per sperimentare, creare e condividere qualcosa di interessante. Il problema è che la sua cucina è l'unica area della sua vita che non riesce a "hackerare". Il suo entusiasmo lo porta a comprare ingredienti di alta qualità e attrezzi specifici, immaginando cene improvvisate con gli amici. La realtà, però, è che dopo una lunga giornata di lavoro e impegni, l'energia svanisce, e il comfort del food delivery vince quasi sempre. La sua cucina è diventata un museo di buone intenzioni, e ogni ingrediente non utilizzato è un piccolo monumento al suo "io del futuro" che non si è mai presentato.

### Personalità







# Caratteristiche di Leonardo

## Motivazioni

È motivato dal desiderio di auto-realizzazione. Vuole che la sua abilità in cucina rifletta il successo che ha nelle altre aree della sua vita.

L'estetica e l'esperienza: l'idea di preparare un piatto "instagrammabile" o di raccontare la storia di un ingrediente particolare lo affascina.

## Obiettivi

Riuscire a cucinare più spesso, trasformando l'intenzione in azione.

Sfruttare meglio gli ingredienti di qualità che compra, sentendosi meno in colpa.

Impressionare gli amici (o un appuntamento) con una cena improvvisata ma ben riuscita.

## Frustrazioni

La sua frustrazione principale è non avere la minima idea di cosa possiede quando è fuori casa, il che rende impossibile fare una spesa ispirata che funzioni.

Compra ingredienti per ricette che poi non sa (o non ha l'energia di) replicare.

Compra ingredienti "interessanti" senza sapere se a casa ha le basi per poterlo usare (olio, sale, uova).

Non si preoccupa attivamente dello spreco, ma prova un fastidio latente nel buttare prodotti costosi, vedendolo come un fallimento del suo "progetto" culinario.

## Bisogni e aspettative

Vorrebbe avere accesso al suo inventario ovunque si trovi.

Vorrebbe ispirazione contestuale - suggerimenti sul cosa può creare con quello che realmente possiede.

Ridurre l'attrito tra l'idea e l'esecuzione, rendendo il cucinare un'opzione facile tanto quanto ordinare online.





# Scenario di Leonardo

È sabato mattina. Leonardo sta passeggiando senza una meta precisa e si imbatte in un mercato agricolo di quartiere. L'atmosfera è vibrante, i prodotti sono freschi e invitanti.

Il suo sguardo viene catturato da una bancarella con dei funghi porcini freschissimi e profumati. Immediatamente, nella sua mente si forma un'immagine vivida: **un risotto ai funghi perfetto**, cremoso, da gustare quella sera con un bicchiere di vino rosso. **Si sente ispirato**. È esattamente il tipo di esperienza culinaria autentica che vorrebbe vivere più spesso.

L'impulso di acquistarli è fortissimo. Ma subito dopo, **un'ondata di incertezza frena il suo entusiasmo**. Inizia il solito dialogo interiore: "Ok, compro i funghi. Ma a casa ho il riso Carnaroli, o solo quello Basmati? E il brodo vegetale? Sicuramente non ce l'ho. E il parmigiano? Forse è finito... O era la scamorza?".

Tira fuori il telefono, ma **non sa cosa cercare**. Non ha una lista, non ha una foto del suo frigo. Potrebbe comprare tutto il necessario da zero - funghi, riso, brodo, parmigiano, vino bianco - ma l'idea di spendere 30 euro e **poi scoprire a casa di avere già metà delle cose** lo irrita. **È successo troppe volte**.

La scena si congela. Leonardo è fermo davanti alla bancarella, combattuto. L'immagine del risotto perfetto inizia a sbiadire, sostituita dalla prospettiva molto più concreta di **una serata sul divano con una pizza ordinata via app**.

Alla fine, con una punta di rassegnazione, decide di non comprare i funghi. "Sarà per un'altra volta", mormora tra sé e sé, pur sapendo che "un'altra volta" potrebbe non arrivare mai. Mentre si allontana dal mercato, pensa all'esperienza che ha perso. Il suo desiderio di spontaneità si è scontrato, ancora una volta, con il muro della sua cattiva memoria.



## Elena

- **Età:** 28 anni
- **Occupazione:** Dottoranda in Neuroscienze presso l'Università di Milano Bicocca
- **Contesto abitativo:** Vive in un piccolo appartamento con il suo partner, Michele, anche lui un giovane professionista

### Bio

Elena e il suo compagno hanno un obiettivo che definisce ogni loro scelta: comprare la loro prima casa. Da dottoranda, Elena ha una mente analitica e un reddito fisso, il che la porta ad affrontare il risparmio come un vero e proprio progetto di ricerca. Usa app per tracciare ogni spesa e ottimizzare ogni risorsa. La cucina, per lei, non è un hobby, ma il campo di battaglia principale dove vincere la guerra contro le uscite superflue. Ogni euro sprecato in cibo non è solo un fastidio, ma un mattone in meno per la casa dei loro sogni, un dato negativo in un foglio di calcolo che dovrebbe solo crescere.

### Personalità





# Caratteristiche di Elena

## Motivazioni

È motivata dal vedere numeri e grafici che confermano che i suoi sforzi stanno funzionando.

Trova una profonda soddisfazione nell'avere un sistema domestico perfettamente organizzato ed efficiente.

## Obiettivi

Comprare casa con il proprio partner.

Trasformare lo spreco alimentare da un costo invisibile a un guadagno misurabile.

Avere un controllo granulare sulle finanze domestiche.

## Frustrazioni

La sua più grande frustrazione è non poter quantificare esattamente quanto denaro perde a causa dello spreco alimentare.

Comprare doppioni con il partner a causa di una comunicazione non sincronizzata è visto come un errore grave che impatta direttamente il loro obiettivo.

Prova frustrazione quando, nonostante i suoi sforzi di pianificazione, il cibo va a male a causa di un imprevisto.

## Bisogni e aspettative

Vorrebbe quantificare l'impatto economico dello spreco e, soprattutto, del risparmio.

Vorrebbe avere un inventario sincronizzato con il partner.

Vorrebbe qualcosa che l'aiuti a pianificare l'uso delle risorse basandosi sulle scadenze per minimizzare le perdite.





# Scenario di Elena

È mercoledì sera. Elena e Michele stanno facendo la loro revisione settimanale del budget tramite un'app di finanza.

Elena scorre i dati sullo schermo del tablet. "Ottimo", dice a Michele. "Questa settimana siamo stati bravissimi con le uscite, 15 euro sotto il nostro obiettivo". C'è un palpabile senso di soddisfazione nell'aria. **Ogni euro risparmiato li avvicina al loro sogno.**

Poco dopo, Elena va in cucina per preparare un tè. Mentre apre il frigo, il suo sguardo cade sul cassetto delle verdure. Nota un sacchetto di **spinaci freschi, ormai diventati una poltiglia scura**, e una **confezione di tofu biologico, dimenticata e ormai scaduta**. Li aveva comprati sabato con l'intenzione di fare una cena salutare, un piano poi saltato a causa di un impegno imprevisto.

Prende i due prodotti e li getta nel cestino dell'umido. Ma prima, la sua mente fa un rapido calcolo, un'abitudine ormai radicata. Gli spinaci, 2.50€. Il tofu, 3.50€. Un totale di 6 euro.

Torna in salotto da Michele, ma il suo umore è cambiato. "Sai che i 15 euro che abbiamo risparmiato sono in realtà solo 9?", gli dice, con un tono che è un misto di delusione e rabbia. **"Ho appena buttato 6 euro di cibo scaduto"**.

Michele la guarda, comprensivo. "Dai, capita...". Ma per Elena non è solo un "capita". È un **buco nel loro sistema**. È un dato che la sua app di budgeting non può vedere. Si sentono come se stessero remando forte, ma la barca ha **una piccola falla che nessuno sa comeappare**.

"Il problema," continua Elena, più a se stessa che a Michele, "è che **non ho modo di vedere questo costo**. Festeggiamo per aver risparmiato sulle piccole cose, ma poi perdiamo soldi in questo buco nero."



**POLITECNICO**  
MILANO 1863

Fondamenti di Human  
Computer Interactions 2025-26

**Gruppo**  
BitBuilders

**Data**  
27 ottobre 2025

**Argomento**  
Brainstorming  
soluzione

**Numero slide**  
46

# Brainstorming sulla soluzione





# Svolgimento

Dopo un'ampia fase di brainstorming iniziale, il nostro team si è trovato di fronte a una sfida cruciale: come distillare un universo di possibilità in **una singola, potente idea**. L'obiettivo non era semplicemente scegliere la funzione migliore, ma identificare il cuore strategico del nostro sistema.

Per farlo, abbiamo avviato un secondo, più focalizzato, processo di selezione. Abbiamo analizzato le idee più promettenti emerse dal brainstorming, valutandole non solo per la loro originalità, ma anche **secondo diversi criteri strategici**.

Abbiamo cercato di **bilanciare** la razionalità tecnica (quale idea fosse la fondamenta logica per tutte le altre), l'appeal emotivo per l'utente (quale resolvesse il dolore più immediato), il potenziale di innovazione (quale ci distinguesse davvero dalla concorrenza) e la visione a lungo termine (quale creasse il maggior valore nel tempo).

Da questa analisi è emersa una consapevolezza fondamentale: le nostre idee migliori non erano in competizione, ma erano **strati interdipendenti dello stesso ecosistema**. Era chiaro che il nostro compito non fosse scegliere, ma unificare.

Abbiamo quindi deciso di sintetizzare i concetti più fondamentali in un'unica soluzione di partenza, che fosse al tempo stesso innovativa e in grado di abilitare tutte le altre in futuro. Abbiamo così definito il nucleo del nostro progetto.





## SOLUZIONI scenario di Giovanni

Fornire al gruppo di coinquilini una visione chiara, unica e sempre aggiornata delle scorte domestiche, che sia accessibile da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento.

Maria



Avere una consapevolezza comune delle attuali necessità/richieste alimentari del gruppo di coinquilini

maxi

Bacheca settimanale con micro-ruoli: Latticini, Colazione, Detergenti, Freschi. Prenoti uno slot (es. "Lunedì latticini"), e una volta acquistato lo si segnala agli altri.

J

Jacopo Ascanio Roncato

Porre sugli alimenti degli adesivi così da riconoscerne i proprietari. Aggiornarsi appena si compra qualcosa

marcoangelo.ruggieri


Creare una lista condivisa degli acquisti, dove ognuno può aggiungere o rimuovere ciò che serve o che ha già comprato, per coordinare meglio le spese comuni.

Sofia Grumelli

## SOLUZIONI scenario di Erica

Supportare l'utente nella fase di pianificazione dei pasti, generando dinamicamente opzioni di menù

Maria

Avere sempre chiaro gli alimenti presenti in dispensa e disporre di un set di ricette pronte con varie combinazioni di alimenti.

Jacopo Ascanio Roncato

Insegnare suo figlio a cucinare ed aiutarla nella preparazione dei pasti prima che torni a casa

maxi



Segnare all'inizio del mese le ricette che le piacciono così da avere una prospettiva di spesa. Scegliere casualmente tra quelle ricette

marcoangelo.ruggieri

Creare uno storico delle ricette già provate e apprezzate, da cui poter scegliere facilmente cosa rifare

Sofia Grumelli

Dare proposte di menù con tempi di preparazione diversi, così lei possa scegliere in base a ciò che ha nel frigo e al tempo disponibile.

Anthony Gerardo Giuliano

## SOLUZIONI scenario di Leonardo

Permettere all'utente di esplorare le potenzialità di un ingrediente desiderato prima dell'acquisto, mostrando cosa potrebbe creare combinandolo con le risorse che già possiede a casa.

Maria

Una modalità "dal banco alla padella": scegli l'ingrediente che ti ispira (es. funghi) e genera per l'utente solo ricette che puoi finire con ciò che hai già in casa, evidenziando gli 1-2 acquisti mancanti al massimo.

Jacopo Ascanio Roncato

Organizzare prima degli acquisti una lista degli ingredienti necessari per le nuove ricette che si vogliono sperimentare

maxi

lasciarsi ispirare da delle nuove ricette trovate online evitando di ricadere nella monotonia che può causare degli sprechi

marcoangelo.ruggieri

Suggerire ingredienti da aggiungere in base a ciò che vuole comprare e ha già in casa, per poter rifare ricette che sono piaciute o provare nuove varianti proposte.



Sofia Grumelli

Lasciarsi guidare dalla stagionalità: scegliere un prodotto del mercato e trovare subito ricette legate a quella stagione che usino ciò che si ha già.

Anthony Gerardo Giuliano

## SOLUZIONI scenario di Elena

Fornire all'utente un sistema per tracciare e quantificare il valore economico del cibo non consumato

Maria



Un planner minimal per coppia: calcola porzioni esatte e crea micro-routine "cucina una volta, mangia due volte" (es. tacchino stasera → piadina domani). Ottimizza formati e cadenzario di acquisto per evitare surplus.

Jacopo Ascanio Roncato

Un collegamento fra frigo/ dispensa e budget: traduce in perdita economica il cibo a rischio scadenza e propone azioni salva-euro (ricetta rapida, congelamento guidato, porzioni ridotte).

Jacopo Ascanio Roncato



Congratulare i piccoli risparmi fatti, calcolati confrontando le spese attese per gli acquisti alimentari con le spese effettive. Meno cibo in eccesso si compra, più si risparmia



maxi

Segnarsi ogni volta che butta del cibo così da avere una visione realistica sullo spreco

marcoangelo.ruggieri

Mostrare quanto si spende per ogni categoria di cibo ogni mese e confrontarlo con i mesi precedenti per vedere i miglioramenti ottenuti grazie a una gestione più attenta.

Sofia Grumelli



# Soluzione

La soluzione che abbiamo selezionato è la creazione di un "inventario intelligente" che agisca come unica fonte di verità per le scorte domestiche, sincronizzato in tempo reale tra più utenti. La vera innovazione, però, risiede nella sua conseguenza diretta: questo sistema genera automaticamente e dinamicamente una "lista della spesa predittiva" basata sulle abitudini di consumo e sugli ingredienti in esaurimento.

Abbiamo scelto questa soluzione perché è strategicamente vincente: è innovativa, poiché il concetto di una lista proattiva e predittiva ci differenzia nettamente dalle soluzioni esistenti, è fondamentale, perché costruisce il "cervello" del nostro sistema, la base dati su cui si fonderanno tutte le future funzionalità e infine, è un punto di partenza focalizzato ma ambizioso, che risolve un problema chiave per le nostre personas e definisce una traiettoria chiara per lo sviluppo del progetto.

# Nome e value proposition







# sorteat

*handling all the thinking, so you can focus on the eating*



# sorteat

Per il nostro progetto, abbiamo scelto il nome **sorteat**.

Questa scelta è una fusione deliberata di due parole inglesi che catturano l'essenza della nostra soluzione: "**sort**", che significa **organizzare, mettere in ordine e pianificare**, rappresenta l'intelligenza del nostro sistema e la sua capacità di portare ordine nel caos della gestione domestica.

La seconda parola, "**eat**", definisce il nostro dominio di applicazione in modo chiaro e inequivocabile: **il mondo del cibo e della cucina**.

Il risultato è un nome diretto, memorabile e moderno, che comunica immediatamente il nostro campo d'azione in modo unico e riconoscibile.

## Nome



Abbiamo distillato la nostra visione strategica in una frase che fosse chiara, diretta e profondamente legata all'identità del nostro progetto:

*handling all the thinking, so you can focus on the eating*

La prima parte della frase, “handling all the thinking...”, identifica il **vero nemico dei nostri utenti**. Il problema non è l'atto di cucinare in sé, ma il carico mentale che lo precede: lo stress della pianificazione, l'ansia della spesa, la fatica di decidere cosa preparare. Con questa affermazione, promettiamo di farci carico di questo “pensiero”, facendo agire *sorteat* come un **cervello esterno che automatizza e semplifica i processi decisionali**.

La seconda parte, “...so you can focus on the eating”, è una scelta deliberata per essere concreti e perfettamente coerenti con il nostro nome,. Questa promessa riporta l'attenzione sul **beneficio finale ed esperienziale: il piacere di mangiare**. In un mondo che ci spinge a consumare pasti di fretta e con la mente altrove, noi promettiamo di restituire valore a quel momento. Liberando l'utente dalla fatica della preparazione, gli permettiamo di godersi il cibo in modo più consapevole e sereno, trasformando un'incombenza in un'esperienza.

Insieme, le due parti creano un **ciclo perfetto e facilmente memorizzabile**: identifichiamo un problema universale (il “thinking”), offriamo una soluzione chiara (“handling it”) e consegniamo un beneficio tangibile e desiderabile (la libertà di “focus on the eating”).

Una soluzione specifica per un problema specifico, con un risultato che parla a tutti: **il ritorno al piacere del cibo, senza il peso dei pensieri**.

# Value proposition