

STUDI E RICERCHE

a cura del Servizio Iniziative Redazionali Speciali

E-coupon nuova frontiera del risparmio (www.kiwari.com)

Da una ricerca condotta da **Kiwari**, società specializzata nello sviluppo e fornitura di piattaforme per il digital direct marketing, emergono le nuove frontiere del risparmio nei modelli di comportamento dei consumatori italiani, alla ricerca di strategie per fronteggiare il protrarsi della crisi. L'indagine di un campione rappresentativo di

2.500 utenti connessi a Internet indica che anche le famiglie italiane, sull'onda di un trend che si va affermando nei mercati europei e statunitensi, scoprono nuove possibilità di risparmio che rendono la stessa spesa al supermercato un percorso di scelte oculate che inizia ancora prima dell'ingresso nel punto di vendita. Parallela-

mente alla progressiva perdita di forza della fedeltà alla marca, si affianca il sempre più frequente ricorso alle promozioni basate su buoni sconto reperibili via Internet accanto a quelle classiche proposte dalla gdo. Da un lato dunque la formula più apprezzata è sempre il taglio dei prezzi a scaffale come opportunità da cogliere, spe-

cie per la spesa alimentare, sul momento, mentre, tra le occasioni di risparmio che comportano una decisione a "monte", prima ancora di recarsi presso il punto di vendita, prevalgono i coupon digitali stampabili. Tra gli utilizzatori di e-coupon si nota come questo strumento sia addirittura preferito alle confezioni risparmio.