

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Non Food GS1 Italy | Indicod-Ecr - X Edizione

Le Grandi Superfici Specializzate Non Food e i Social network: informare o comunicare?

Sono 260 le insegne della distribuzione specializzata che operano in ambito Non Food in Italia, oggi presenti sui Social network. Facebook sempre più diffuso: + 21% di aziende presenti rispetto al 2011. Ma “esserci” non basta: occorre “esserci in modo attivo”. Perché viene premiato chi sa usarli bene come strumenti di comunicazione “a due vie”, quindi non solo per la diffusione, ma anche per la raccolta di informazioni

Milano, 12 luglio 2012 – Rilasciati oggi i risultati della decima edizione dell’**Osservatorio Non Food di GS1 Italy | Indicod-Ecr**, l’associazione italiana non profit che raggruppa 35mila aziende industriali e distributive del settore dei beni di consumo. La ricerca, che dal 2002 monitora in modo sistematico il settore dei **beni non alimentari**, grazie alla collaborazione con **TradeLab**, si arricchisce quest’anno di un’indagine sull’utilizzo dei Social network, in particolare **Facebook** e **Twitter**, da parte delle insegne della distribuzione in ambito Non Food.

Le insegne Non Food e i Social network

In questa decima edizione dell’Osservatorio Non Food di GS1 Italy | Indicod-Ecr è stata censita la presenza su entrambi i media di 260 insegne della Distribuzione non alimentare (Grandi Superfici Specializzate, Catene e Grandi Magazzini), che rappresentano circa 30.000 punti vendita localizzati sul territorio nazionale.

Facebook

Il fenomeno ‘Facebook’ è in crescita rispetto al 2011: il 60% circa delle insegne è presente con una propria pagina ufficiale (+21% rispetto al 2011), a cui si aggiunge un ulteriore 25% che è presente solo con pagine create da altri utenti. Il numero medio dei “fan” risulta addirittura quadruplicato nel corso di un anno, mentre la frequenza di aggiornamento dei contenuti aumenta (+12% le insegne che aggiornano 3-4 volte al giorno) così come il livello di interazione e coinvolgimento.

Twitter

Su Twitter – che viene analizzato per la prima volta - le insegne presenti sono circa il 30% del totale. E sono diversi i fenomeni di particolare interesse: nell’arco degli ultimi due anni le insegne hanno pubblicato mediamente circa 850 contenuti, il 22% delle insegne aggiorna il proprio profilo più di due volte al giorno e il livello di interazione, ossia le risposte alle domande dei propri follower, è molto rapido ed elevato.

Le insegne più “social”

Osservando i risultati dell’analisi si evidenziano a priori due aspetti:

- Le insegne Non Food più performanti su un Social network (Facebook) lo sono anche sull’altro (Twitter);
- Le insegne Non Food più performanti sono le stesse del censimento dell’anno scorso, nell’ordine: **Ikea, Feltrinelli, Game Stop e Benetton** a pari merito.

E il futuro?

A breve i Social network potrebbero diventare anche un nuovo canale di vendita, rafforzando ulteriormente la logica di multicanalità che già caratterizza il settore Non Food.



Gli italiani e i Social network

Dei 48 milioni di italiani tra gli 11 e i 74 anni, il 77% accede alla rete, anche in maniera occasionale, (+7% rispetto al 2010) e circa 27 milioni lo fanno almeno una volta alla settimana (+8% in un anno), per lavoro e per motivi più ludici. Un crescendo che riguarda in particolare l'utilizzo dei Social network: negli ultimi anni il tempo dedicato ad Internet in generale non è cresciuto di molto, mentre è addirittura raddoppiato quello dedicato ai Social network. Tra tutti, Facebook presenta il maggior tasso di penetrazione (lo utilizza ben il 29% dei "naviganti"), mentre Twitter è quello che presenta la più rapida ascesa, seppur utilizzato solo dal 5% degli utenti del web.

GS1 Italy | Indicod-Ecr è l'associazione italiana che raggruppa 35mila aziende industriali e distributive operanti nel settore dei beni di largo consumo. Il suo obiettivo è di facilitare le relazioni tra le imprese e rendere più efficiente tutta la filiera produttore/distributore/consumatore. E lo realizza attraverso la diffusione di standard e modelli adottati a livello mondiale: dal ben conosciuto codice a barre, alla comunicazione elettronica B2B fino alle nuove etichette in radiofrequenza. È presente in Italia con GS1 Italy ed ECR Italia, che rappresentano i due organismi internazionali GS1 ed ECR Europe. www.indicod-ecr.it - www.tendenzeonline.info

Per informazioni:

Samanta Correale
Research Manager GS1 Italy | Indicod-Ecr
Tel. 02.777212372
Cell. 3462890302
E-mail: samanta.correale@indicod-ecr.it

Ufficio Stampa GS1 Italy | Indicod-Ecr
Eidos
Eugenia Montanaro
Tel 028900870 - Cell. 3939113155
E-mail: emontanaro@eidos.net