

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Non Food 2021 di GS1 Italy

Social network: cresce l'uso nelle insegne Non Food. Ikea, Bottega Verde e Sephora i best performer.

Quanto e come le insegne del commercio non alimentare utilizzano i social network in Italia? E quali sono quelle che ottengono i risultati migliori? La **classifica dei top 10 stilata dall'Osservatorio Non Food 2021.**

Milano, 14 dicembre 2021 – Per il terzo anno consecutivo, l'**Osservatorio Non Food 2021 di GS1 Italy** ha realizzato un **focus sull'utilizzo dei principali social network da parte delle insegne della distribuzione moderna non alimentare** (specializzata e non).

«L'obiettivo è verificare quanto e come le insegne utilizzano questi strumenti per interagire e comunicare con i propri clienti, attuali e potenziali» spiega **Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy**. «I risultati dicono che anche nel 2021 le aziende del Non Food mantengono una forte presenza sui social network e che questo consente loro sia di sviluppare la propria attività (aumentando la visibilità e stimolando visite al proprio e-commerce), sia di mantenere un contatto costante e quasi in tempo reale con i clienti per fidelizzarli e creare engagement. Inoltre, attraverso i social, i retailer del Non Food riescono anche a fornire un servizio clienti molto tempestivo e di facile utilizzo».

Dall'analisi condotta dall'Osservatorio nel mese di maggio 2021 emerge che, rispetto al 2020, è aumentato il numero dei retailer presenti su almeno uno dei **principali social network analizzati** (Facebook, Twitter e Instagram): l'incidenza è arrivata all'83,9% contro l'83,5% del 2020.

Facebook resta il social preferito e più diffuso: l'83,7% delle insegne Non Food analizzate ha una pagina ufficiale italiana, contro il 16,3% con pagine solo in lingua straniera. Nel 2021 la pagina italiana con il maggior numero di like è stata quella di **H&M**, seguita da **Adidas** e **Ikea**.

Il secondo social network più utilizzato dai retailer Non Food è **Instagram**, adottato dal 64,1% delle insegne non alimentari con un profilo in italiano (63,5% lo scorso anno). Ai primi due posti per numero dei follower si confermano i profili **Ikea** e **Sephora**, mentre al terzo posto sale **Maison du Monde**.

Terzo social per diffusione è **Twitter**, rimasto pressoché stabile in termini di presenza delle insegne (49,5%), tra pagine in lingua italiana e straniera. Al primo posto per numero dei follower resta **Feltrinelli**, quindi **Ikea** e **MediaWorld**.

A **livello qualitativo**, il focus dell'Osservatorio Non Food 2021 conferma come le aziende più "presenti" sui social puntino sulla **costanza di pubblicazione**, sull'**innovazione** e sulla **qualità delle interazioni** avute con i propri clienti o quelli potenziali. Le pagine con il maggior numero di follower, infatti, vengono aggiornate una-due volte al giorno e un buon numero di insegne mantiene il proprio profilo aggiornato tra due e tre volte a settimana.

L'analisi sulla **viralità potenziale generata** mostra come la quantità di contenuti pubblicati e la capacità di coinvolgere gli utenti identifichino la notorietà di ogni brand sul web. In quest'ultimo anno **molte insegne hanno anche trasformato la propria pagina in un vero e proprio shop** (riportando i clienti al proprio sito) o presentato offerte, facendo percepire al cliente cosa troverà nel negozio in caso di visita.

L'Osservatorio Non Food 2021 ha anche stilato la **classifica delle insegne del Non Food più performanti nell'uso dei social network in lingua italiana** (Tavola 1).

Tavola 1 – Top 10 insegne per utilizzo dei social network

POSIZIONE INSEGNA	TOP PERFORMER 2020	TOP PERFORMER 2021
1	Ikea	Ikea
2	MediaWorld	La Bottega Verde
3	Decathlon	Sephora
4	Gamestop	MediaWorld
5	Primadonna	Decathlon
6	Mondo Convenienza	Mondadori
7	La Rinascente	La Feltrinelli
8	La Bottega Verde	Gamestop
9	Sephora	Primadonna
10	Motivi	Motivi

Fonte: elaborazioni TradeLab per Osservatorio Non Food 2021 di GS1 Italy

Basandosi su parametri sia quantitativi (presenza di pagina ufficiale, numerosità dei fan, capacità di ascolto, presenza di contenuti distintivi rispetto al sito Internet, viralità e frequenza di aggiornamento della pagina) sia qualitativi (livello di interazione con gli utenti e livello di coinvolgimento dei fan), **al primo posto per performance** si posiziona **Ikea, poi Bottega Verde e Sephora**.

Allargando l'analisi alle insegne che rientrano **nella top 10** di questo ranking, si nota che provengono da ben **sei comparti merceologici differenti**: profumeria (Sephora e Bottega Verde), edutainment (La Feltrinelli e Mondadori), elettronica (Gamestop e MediaWorld), abbigliamento (Primadonna e Motivi), mobili e arredamento (Ikea) e articoli sportivi (Decathlon).

Per saperne di più, visiti il sito nonfood.gs1it.org e [scarichi gratuitamente l'estratto dell'Osservatorio Non Food 2021](#) .



The Global Language of Business

Per informazioni:

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione
Alessandra Perrucchini - Tel. 3404212323
Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334
email: nuagecomunicazione@libero.it

Pressroom e approfondimenti: <https://gs1it.org/chi-siamo/pressroom/>

GS1 Italy. *A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 35 mila imprese dei settori largo consumo, sanitario, bancario, della pubblica amministrazione e della logistica. I sistemi standard GS1, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione semplificano e accelerano il processo della trasformazione digitale delle imprese e della supply chain, perché permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili.*

web: gs1it.org - tendenzeonline.info

twitter: [@GS1Italy](https://twitter.com/GS1Italy) - [@tendenzeonline](https://twitter.com/tendenzeonline)

facebook: [@GS1Italy](https://www.facebook.com/GS1Italy)

instagram: [@GS1Italy](https://www.instagram.com/GS1Italy)

linkedin: [@GS1Italy](https://www.linkedin.com/company/GS1Italy)