



BACK TO SCHOOL: I MILLENNIALS PREFERISCONO GLI IPERMERCATI

Secondo i dati dell'Osservatorio di ShopFully Group, in generale il canale fisico vince su quello online nell'ambito degli acquisti per il Back to School (82% vs 18%), con una preferenza particolare per il formato Iper da parte dei giovani genitori under 40

Milano, 9 settembre 2019 – I **risultati dell'Osservatorio di ShopFully - DoveConviene**, multinazionale italiana leader nel drive-to-store, sulle abitudini d'acquisto degli italiani in occasione del rientro a scuola segnano **un punto a favore degli Ipermercati, formato retail spesso al centro del dibattito sulla GDO**.

Oltre il 48% degli intervistati*, infatti, risulta preferirli per acquistare il necessario per affrontare l'anno scolastico dei propri figli. Ben distanti, si attestano in seconda posizione le cartolerie, ferme al 26%.

La maggioranza di chi ha selezionato gli Iper come scelta ideale per effettuare tali acquisti sono genitori fra i 30 e i 40 anni, con figli alle scuole elementari. A orientare i consumatori nella scelta dei prodotti per il Back to School sono principalmente due fattori, ovvero il gusto dei figli (45%) soprattutto al Sud e Isole, mentre il prezzo (36%), per i genitori del Nord-Ovest. Considerando che oltre il 51% di loro ha in **previsione di spendere al massimo 150€** per tali acquisti, **gli Iper presentano le caratteristiche ideali per bilanciare le esigenze di questo target, affiancando ad un'ampia scelta per venire incontro ai gusti vari dei figli, i prezzi contenuti che i genitori cercano**. La crescente importanza del Back to School come momento di consumo è confermata anche dalle rilevazioni di ShopFully che, attraverso la propria tecnologia di misurazione delle visite in negozio, l'unica in Italia validata da Nielsen con un'accuratezza del 98.8%, nelle scorse settimane ha registrato un significativo aumento di ingressi negli ipermercati rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Interessante anche il dato circa la **natura del canale scelto**: nell'ambito degli acquisti per il Back to School, gli italiani continuano a preferire i canali del retail tradizionale rispetto all'online (82% vs 18% degli intervistati). In particolare, per i canali tradizionali emerge dai dati come gli ipermercati, primi della lista, abbiano un peso maggiore al Nord-Ovest, mentre il canale cartoleria, secondo classificato, sia più rilevante per le famiglie residenti al Sud e nelle Isole.

Molto diversa è la situazione per i genitori under 30, che invece preferiscono per la maggior parte **effettuare questo genere di acquisti all'interno di un Supermercato**, opzione che solo il 16,5% dei consumatori sembra preferire.

Ufficio stampa ShopFully – Community Group

ShopFully@communitygroup.it

Pasquo Cicchini – +39 345 1462429

Giulia Gabriele - +39 344 0770070

Dove effettuerai gli acquisti per il **Back to School**?



Campione rispondenti: 1800 utenti DoveConviene



ShopFully Group

ShopFully Group è una multinazionale italiana leader nel Drive-to-Store, ovvero lo sviluppo di soluzioni digitali volte a generare traffico nei negozi fisici.

Fondata da Stefano Portu (CEO dell'azienda) e Alessandro Palmieri, imprenditori con background ventennale nel mondo digitale, l'azienda ha la missione di migliorare lo shopping nei negozi fisici grazie al mobile. Con un dna internazionale, ha uffici in Italia, Brasile, Messico ed Australia ed è partner di più di 650 retailer e brand a livello globale.

ShopFully, guidata da un forte spirito imprenditoriale, sviluppa le proprie soluzioni di business su due asset fondamentali: da un lato, in qualità di shopping expert, può contare sulla conoscenza del comportamento di acquisto dei consumatori - raggiungendo fino a 50 milioni di shopper nel mondo. L'anima di azienda tech, dall'altro, ha permesso di sviluppare una piattaforma all'avanguardia per l'ottimizzazione della conversione dal digitale al negozio fisico e la misurazione delle visite, l'unica in Italia con un'accuratezza validata da Nielsen. Nata come partner dei retailer fisici per la digitalizzazione di strumenti di trade marketing, tra cui il volantino cartaceo, oggi ShopFully risponde al bisogno di soluzioni efficaci per il Mobile-to-Store, anche per il mondo digital advertising.

In Italia è conosciuta principalmente per l'app DoveConviene, l'app leader per lo shopping in negozio, su cui oltre 12 milioni di italiani consultano miliardi di prodotti e offerte ogni mese per prepararsi allo shopping.

*L'intervista è stata condotta da ShopFully Group su un campione di 1800 utenti DoveConviene.

Ufficio stampa ShopFully – Community Group

ShopFully@communitygroup.it

Pasquo Cicchini – +39 345 1462429

Giulia Gabriele - +39 344 0770070