

Decathlon si aggiudica il titolo di 'Retailer of the Year Italy' 2011

Assortimento, aspetto sempre più importante per il consumatore

I vincitori del premio "Retailer of the Year Italy" 2011 sono stati resi noti. Oltre 165.000 giudizi sono stati espressi da quasi 25.000 consumatori su 145 catene di negozi appartenenti a 22 categorie. Anche quest'anno i Retailer sono stati valutati in base agli aspetti più importanti per il consumatore che ha attribuito al retail italiano un giudizio lievemente migliore rispetto al 2010, con un voto medio che passa dal 6,89 della passata edizione al 6,93 di questa edizione. Anche quest'anno l'attenzione del consumatore si concentra sul rapporto qualità/prezzo benché l'aspetto dell'assortimento sia cresciuto notevolmente d'importanza. Questo è quanto risulta dal sondaggio rivolto al pubblico dei consumatori condotto dalla Q&A Research & Consultancy.



Per il quarto anno consecutivo, i consumatori italiani hanno valutato le performance delle grandi catene di negozi su aspetti quali, rapporto qualità/prezzo, livello dei prezzi, offerte e promozioni, assortimento, rinnovamento, servizio, preparazione del personale, cortesia del personale e atmosfera di negozio. In un sondaggio integrativo indipendente è stato determinato il peso attribuito ai diversi aspetti analizzati; un procedimento che garantisce maggiormente l'attendibilità dei risultati alla base dell'assegnazione del titolo ai vincitori delle diverse categorie.

Il 'Retailer of the Year Italy' 2011

Vincitore del premio del pubblico di quest'anno è Decathlon. Le precedenti due edizioni avevano visto i negozi Esselunga aggiudicarsi il titolo, mentre la prima edizione del premio era stata vinta da IKEA. Quest'anno la differenza tra la prima e la seconda classificata è stata minima. Nell'edizione passata, Decathlon si era posizionata al terzo posto, ma, nell'edizione 2011, grazie a una migliore performance negli aspetti che riguardano il prezzo, ha saputo aggiudicarsi il premio superando i negozi Esselunga.

I Vincitori nelle diverse categorie

Quest'anno sono stati proclamati 22 vincitori. I vincitori del premio "Retailer of the Year Italy" 2011 nelle diverse categorie sono:

Arredamenti	IKEA	Informatica	Media World
Articoli Sportivi	Decathlon	Intimo e Lingerie	Tezenis
Borse e Accessori	Carpisa	Libri e Riviste	La Feltrinelli
Calzature	Pittarello Calzature	Moda Bimbo & Prima Infanzia	Oviesse
CD, DVD & Videogiochi	Media World	Moda Donna	H&M
Elettronica	Media World	Mode Uomo	Oviesse
Erboristeria	Bottega Verde	Ottica	Salmoiraghi & Viganò
Fai-da-Te	Leroy Merlin	Profumeria	Yves Rocher
Giocattoli	Toys Center	Ristorazione/Fast Food	McDonald's
Gioielli e Bigiotteria	Stroili Oro	Supermercati	Esselunga
Grandi Magazzini	Kasanova	Telefonia	Unieuro

Prezzi e Promozioni sempre in primo piano ma l'Assortimento cresce d'importanza

Dal sondaggio condotto dalla Q&A Research & Consultancy è chiaro il ruolo determinante che continuano ad avere gli aspetti relativi al prezzo (Rapporto qualità/prezzo, Livello dei prezzi, Offerte e

Promozioni) i quali, pur registrando un lieve calo rispetto al 2010, incidono sulle performance dei retailer per il 48%. E' interessante rilevare come l'assortimento sia diventato sempre più importante per il consumatore; la differenza con l'aspetto più importante, il rapporto qualità/prezzo, è quasi nulla.

Se l'aspetto dell'assortimento acquisisce maggiore importanza, il consumatore dimostra anche di essere soddisfatto dell'assortimento proposto. All'assortimento segue la cortesia del personale, altro aspetto che il consumatore giudica positivamente. In generale si registra quest'anno una valutazione migliore su quasi tutti gli aspetti ad eccezione del livello dei prezzi dell'aspetto del rinnovamento, unici punti deboli del retail 2010.

Il sondaggio

Il sondaggio è stato condotto online sul sito www.retaileroftheyear.it. Durante il sondaggio, le catene di negozi hanno partecipato attivamente alla diffusione del sondaggio fra il pubblico dei consumatori tramite l'inserimento di banner sui siti aziendali e altre iniziative nei punti vendita. Nel sondaggio, il consumatore, dopo aver valutato la sua catena di negozi preferita, poteva scegliere di valutare la performance di altre catene di negozi appartenenti alla stessa categoria e ad altre categorie, esprimendo il suo giudizio sui nove aspetti analizzati. L'importanza degli aspetti presi in considerazione è stata determinata a priori in base a un campione casuale; ciò ha permesso di attribuire ai vari aspetti un diverso peso a seconda della categoria in cui sono analizzati.

Nota per la redazione, non per pubblicazione

Retailer of the Year Italy è condotto su iniziativa della Q&A Research & Consultancy. Il sondaggio è alla sua quarta edizione.

Per ulteriori informazioni:

Q&A Research & Consultancy +(39) 33 11 02 04 39
Monica Baldelli & Erwin de Haan
E: mbaldelli@q-and-a.nl