

Il risparmio sulla spesa settimanale comincia dalle offerte sul detersivo per lavatrici

*Gennaio-luglio 2013: le query più digitate su PromoQui, il motore di ricerca delle promozioni.
Due le caratteristiche dello Zeitgeist italiano negli acquisti di largo consumo.*

Bologna, XX agosto 2013 – Si può individuare uno **Zeitgeist italiano del risparmio sulla spesa**, uno "spirito del tempo" che contraddistingua in modo evidente il punto di partenza delle scelte abituali di acquisto?

La risposta è sì: nello Stivale, per evitare un eccessivo alleggerimento del proprio portafogli si comincia da **detersivo per lavatrici, pannolini, tablet e cellulari**.

Il dato emerge dalla lettura delle query di PromoQui, il primo servizio italiano on line che consente non solo di sfogliare tutti i volantini e i coupon presenti sul territorio nazionale (dall'inizio del 2013 a luglio le **pagine-volantino viste on line e su mobile sono poco meno di 227 milioni**) ma anche di trovare, grazie al suo motore di ricerca, le promozioni e degli sconti offerti su un particolare prodotto o categoria di prodotti.

Tra gennaio e tutto luglio 2013, le ricerche mirate con "parola chiave" sono state più di 1,3 milioni (esattamente 1.307.226); in questo periodo la voce di prodotto più digitata è stata "detersivi-lavatrice"; la seconda "tablet", seguita da "pannolini" e, a poca distanza, "cellulari".

Una curiosità: negli ultimi mesi il termine "iphone" ha subito un'impennata significativa, attestandosi al quarto posto delle query di ricerca di maggio e guadagnando il terzo posto sia a giugno che a luglio.

Commenta **Constantin Wiethaus, amministratore delegato PromoQui**: *"In generale, l'attività sul motore di ricerca per individuare singoli prodotti è significativamente bassa, residuale, rispetto allo sfoglio dei volantini; nel settore "largo consumo" (che riguarda la spesa più importante delle famiglie) emerge la ricerca di offerte su due prodotti che tipicamente hanno un costo medio-alto e un consumo elevato all'interno della quotidiana vita familiare: i detersivi per le lavatrici e i pannolini per i bambini piccoli.*

Questi dati di fruizione del nostro servizio evidenziano due aspetti caratteristici dello Zeitgeist italiano in tema di attenzione agli acquisti: sono le offerte con un "peso specifico di risparmio più alto" su articoli particolari che contribuiscono spesso ad "orientare" il consumatore nella scelta del supermercato in cui fare la spesa.

In tutti gli altri casi, cioè quando non ci sono "bisogni speciali", i consumatori 2.0 – attenti e più consapevoli rispetto al passato - sanno che si riesce ad avere una panoramica del risparmio complessivo che si può ottenere sul proprio carrello, bilanciando vantaggiosamente il rapporto qualità/prezzo" solamente con lo sfoglio dei volantini, controllando le promozioni e gli sconti dei vari supermercati".

PromoQui.it (<http://www.promoqui.it>)

On line dalla fine ottobre 2011, sotto la guida di Constantin Wiethaus ha registrato una straordinaria e rapida crescita sul circuito digitale. A settembre 2012 ha sottoscritto un importante accordo di partnership societaria e commerciale con il Gruppo Monrif. I numeri, ad oggi: oltre 1.500.000 di utenti unici e circa 32,5 milioni di pagine viste al mese; più di 700 nuovi volantini processati ogni giorno e inseriti nel motore di ricerca, riferiti a circa 200 insegne della GDO; copertura di 113 province italiane, per un totale di oltre 30mila punti vendita tra supermercati, centri commerciali, negozi e oltre 200 mila offerte giornaliere. Nel 2012 le pagine-volantino lette sono state oltre 160 milioni.

Il motore di ricerca PromoQui consente di individuare i coupon e i volantini disponibili in una determinata zona, in un preciso momento; la ricerca può essere avviata sui volantini, per parola chiave o in base al marchio. La gamma delle categorie merceologiche che PromoQui è in grado di monitorare è molto ampia, ed è destinata ad allargarsi: dai prodotti alimentari a quelli per la persona, da quelli per la casa allo sport, dal bricolage all'elettronica. PromoQui è uno strumento di comunicazione al servizio della distribuzione, sia della GDO sia dei retailer, e al tempo stesso dei consumatori, perché raccoglie le proposte commerciali dei punti vendita, le indicizza e le rende accessibili a tutti gli italiani che hanno accesso al web, da casa, dall'ufficio o in viaggio.

Con un reach di oltre 15 milioni di potenziali utenti unici/mese in tutta Italia, il motore di ricerca di PromoQui consente visibilità e immediata raggiungibilità dei propri messaggi on line e su mobile. Ma non solo: basta una ricerca localizzata su Google, per trovare tra i primi risultati, i link ai prodotti disponibili nei volantini presenti su PromoQui. In altri termini: la presenza su PromoQui riduce il numero di click necessari al consumatore per arrivare sul proprio volantino/iniziativa.

PromoQui è anche **PQ SMART** (<http://smart.promoqui.it>), il servizio rivolto ai piccoli e medi esercenti per promuovere in modo geolocalizzato, sul web e tramite dedicata app mobile, i loro servizi, volantini, coupon. Il servizio è disponibile tramite abbonamento, con un piccolo e predefinito costo mensile.

Per scaricare l'app di PromoQui:

App iTunes: <http://itunes.apple.com/it/app/promoqui/id466421194?mt=8>

App Android: <https://play.google.com/store/apps/developer?id=Promoqui+Dev>

SPE (Società Pubblicità Editoriale) del Gruppo Monrif è la concessionaria di pubblicità del progetto PromoQui. L'iniziativa è promossa anche grazie al contributo commerciale di Poligrafici Printing, società di stampa del gruppo Monrif da tempo presente nel mondo della grande distribuzione.

Ufficio Stampa PromoQui

Anna Maria Cebrelli – 338.74.17.943

ufficiostampa@promoqui.it