

Indagine della società di marketing su dati di mercato di metà 2023: l'inflazione spinge l'utilizzo dei coupon (+ 11%)

## Il caro-vita innesca un boom di buoni sconto salva-spesa

DI ANGELA ZOPPO

**C**ontinua a crescere in Italia il mercato dei coupon, i buoni sconto per la spesa percepiti sempre più come una difesa dal rialzo dei prezzi al carrello. Ai dati di fine 2022, con un giro d'affari di 350 milioni di euro (+16% sul 2021) e 250 milioni di coupon distribuiti, si aggiungono ora quelli del primo semestre 2023, che mostrano un ulteriore incremento dell'11% rispetto su base tendenziale, con 100 milioni di buoni, per un valore medio di 1,45 euro e un giro d'affari di 145 milioni di euro. I dati emergono dalla ricerca «Il mercato del couponing in Italia», appena aggiornata da Savi, la società di marketing technology che gestisce ogni anno 50 milioni di promozioni ed è collegata a 40 marchi della grande distribuzione. La ricerca ha raccolto i numeri di oltre 38mila rivenditori, dai supermercati alle farmacie, con la sola esclusione dei discount.

«È la conferma che i coupon sono ormai una consuetudine per gli italiani quando fanno la spesa, e che l'aumento dei prezzi ha avuto un forte impatto sulle abitudini di acquisto», spiega a *MF-Milano Finanza* Angelo Tosoni, managing director di Savi Italia. «Oltre il 40% delle famiglie è alla ricerca di sconti e promozioni; si sale al 60% se si considera la percentuale di consumatori che valu-

ta attentamente prezzi e quantità dei prodotti della spesa».

La ricerca fotografa anche le preferenze degli italiani nell'utilizzo dei coupon: domina il settore alimentare (43,4%), trainato da bevande (30,2%) e prodotti confezionati (22,8%). Seguono latte e derivati (16,9%) e dolciumi (15,6%). Un altro 26,1% dei buoni sconto utilizzati ha riguardato l'acquisto di articoli per la cura e l'igiene personale, e il 20,5% i prodotti dedicati alla pulizia.

Infine, un 7% dei coupon rientra nella categoria degli acquisti per gli animali domestici.

Savi, che opera in Italia e fa parte di un network internazionale che comprende Regno Unito, Germania, Spagna e Polonia, sta registrando anche un aumento dell'utilizzo dei buoni digitali, che hanno messo a segno un incremento del 25%. «Oggi oltre il 10,5% del totale delle transazioni in cassa è legato a buoni non cartacei. Il processo di digitalizzazione in questo settore è ancora ai primi passi, ma i consumatori si stanno avvicinando ai coupon dematerializzati. Noi pensiamo che il mercato evolverà sempre più verso i buoni digitali, e per questo in Savi abbiamo investito oltre un milione di euro negli ultimi tre anni per realizzare una piattaforma che consente agli operatori di controllare in tempo reale tutti i dati relativi alle transazioni degli utenti che utilizzano i buoni sconto». (riproduzione riservata)



Angelo Tosoni  
Savi Italia

