

RETAIL & INDUSTRIA

Verso un'innovazione attenta alle persone e al pianeta

Donne Millennials e Forever young tra le più sensibili all'innovazione, a patto che includa una reale novità, sia sostenibile, made in Italy e prometta qualità al giusto prezzo. Il punto con i dati della ricerca Iri per Eletto Prodotto dell'Anno 2022

Mariella Cortés
@MariellaCortes



42 15 aprile 2022

Che cosa significa innovare? Le aziende devono ripartire da questa domanda, definendo nuove logiche di innovazione ispirate alla visione dei clienti. Se, infatti, come emerge dalla ricerca Iri 2022 per Elettto Prodotto dell'Anno, la pandemia non ha intaccato l'attitudine a sperimentare, soprattutto per il pubblico femminile, questo non si traduce in un naturale entusiasmo per quel 48% di consumatori che non vede una reale differenza nelle novità presenti sul mercato.

Ecco perché il next normal richiede una rinnovata declinazione del concetto di innovazione che passa da stili di vita sani, dalla salvaguardia della salute, del territorio e della società: **il 91% dei consumatori non ha dubbi nell'affermare che i nuovi prodotti devono essere ideali e prodotti in maniera socialmente responsabile.** La generazione di clienti che si sta delineando, dove a guidare sono soprattutto le donne tra i 25 e 49 anni, cerca sì convenienza e proposte che semplifichino la vita ma al contempo orientate alla costruzione di un mondo migliore. La rotta è segnata e non consente sostenibilità di facciata in un contesto dove la rilevanza del passaparola e l'opinione di altri si confermano decisivi nella scelta di prodotti innovativi, con ricerche effettuate sia online che tra amici e parenti. Consumatori come influencer di altri consumato-

ri, insomma, dimostrato anche dalla crescente awareness del logo Elettto Prodotto dell'Anno che per l'87% degli italiani è sinonimo di fiducia. "Parlare di innovazione nel 2022 significa rivolgersi a clienti sempre più attenti, informati ed esigenti che mettono al primo posto la qualità per una maggiore tutela della propria salute", afferma **Simonetta Flores, amministratore unico di Marketing e Innovazione** organizzatrice del premio Elettto Prodotto dell'Anno in Italia. Tendenze, queste, che a fronte di qualità al giusto prezzo, aumentano la disponibilità a pagare per prodotti e servizi sostenibili e che fanno bene alle persone, al pianeta e al proprio territorio. Facciamo parlare i dati: il 36% dei consumatori si aspetta che un cibo o una bevanda di qualità preveda materie prime selezionate, il 30% che sia naturale e senza coloranti e conservanti e il 26% che sia prodotto in Italia. Tutte le attese per il settore richiamano i medesimi concetti: pochi ingredienti, poche calorie, processi produttivi certificati, attenzione alle tematiche etiche, ambientali e sociali anche nel packaging. La nuova visione dell'innovazione di qualità deve considerare come elementi di successo lo human touch e l'attenzione alla persona. Una conferma? Per i servizi, qualità fa rima con sicurezza e garanzia di assistenza disponibile e competente.

**DALL'INNOVAZIONE
I CONSUMATORI
SI ASPETTANO UN
PRODOTTO CHE ...**



Propensione a sperimentare nuovi prodotti e servizi

82% dei consumatori italiani sono propensi a sperimentare nuovi prodotti/servizi

78% uomini propensi a sperimentare nuovi prodotti

86% donne propense a sperimentare nuovi prodotti

91% dei consumatori italiani ritiene che i nuovi prodotti/servizi debbano essere ideati e prodotti in maniera socialmente responsabile

RETAIL & INDUSTRIA

48% dei consumatori ritiene che i nuovi prodotti/servizi siano poco differenti rispetto a quelli esistenti

34% dei consumatori ritiene che non ci siano abbastanza nuovi prodotti sul mercato italiano

80% dei consumatori si fida del giudizio di altri consumatori

85% dei consumatori italiani si fida del logo Eletto Prodotto dell'Anno

83%
15-24 anni

87%
25-34 anni

90%
35-49 anni

87%
50-65 anni



**LE ATTITUDINI
DEI CONSUMATORI
A SPERIMENTARE NUOVI
PRODOTTI, PER ETÀ**

DONNE



**TOP SIX DELLE ATTESE NEI
CONFRONTI DELL'INNOVAZIONE
PER TARGET DI GENERE**

UOMINI



Fonte: IRI per Eletto Prodotto dell'Anno 2022