



# IL VERDE DI IKEA E COOP STIMOLA I SOCIAL NETWORK

In collaborazione  
con

Osserva. Comprendi. Analizza.

**Blogmeter**

DIAMO VALORE ALLE CONVERSAZIONI ONLINE

Blogmeter è un innovativo servizio di analisi e monitoraggio dei social media e del passaparola online fondato su una piattaforma tecnologica proprietaria che consente di conoscere e analizzare ciò che viene detto online su un tema, un'azienda, un marchio, un prodotto o un personaggio pubblico. Inizia da questo numero la collaborazione con **Gdoweeek**.

*Tra gli utenti del web aumenta l'attenzione verso un consumo più responsabile. Secondo un'analisi di Blogmeter sono Ikea e Coop i retailer più discussi su blog, forum e network sociali come Facebook*

Il web è un luogo di confronto importante fra aziende e utenti sul tema ambientale e i numeri che emergono dall'analisi eseguita attraverso la piattaforma **Blogmeter** sui social media italiani parlano chiaro: dal 1 ottobre 2010 al 31 gennaio 2011, sono stati rilevati circa 9.150 mila post che trattano il tema della sostenibilità ambientale in relazione alle principali catene distributive. I social media sono, infatti, lo strumento ideale attraverso il quale i retailer possono promuovere le loro eco-iniziativa costruendo una vera e propria "green image". E allo stesso tempo, grazie alle opinioni e preferenze espresse dagli utenti emerge un quadro interessante.

## LE INIZIATIVE DELLE CATENE

Quando si parla di sostenibilità ambientale **Ikea** e **Coop** sono i retailer più discussi, con oltre il 40% delle citazioni. Le citazioni degli utenti in materia ambientale sono stimolate sia dalle numerose iniziative di sensibilizza-

zione delle catene che dalle linee di prodotti sostenibili, sempre più numerose sugli scaffali. Delle iniziative si parla soprattutto nella blogosfera e in particolare nei blog dedicati a tematiche ambientali: per esempio, molta attenzione è scaturita dall'iniziativa **Sportello Ambiente**, una collaborazione fra Ikea e **Legambiente** per offrire consigli ai consumatori sull'efficienza energetica domestica e dalla campagna Coop a favore del consumo dell'acqua di rubinetto in sostituzione dell'acqua minerale in bottiglia "**Complimenti alla Coop. Faccio già la spesa da loro, ma la farò in futuro con più piacere. Evidentemente quello che dicono in materia ambientale non è solo propaganda**".

**Lidl**, invece, è particolarmente discussa per la linea di detersivi ecologici **W5** (42 messaggi sui 199 che citano la catena), considerati di buona qualità e consigliati fra gli utenti "**Uno ha il marchio ICEA e l'altro l'Ecolabel. Quindi entrambi vanno bene nel senso che sono prodotti certificati!!**".

## La cloud dei concetti più ricorrenti

acqua calda (85), acqua del rubinetto (117), acqua in bottiglia (59), acqua minerale (103), agricoltura biologica (148), albero di natale (90), amministratore delegato (97), amministrazione comunale (124), anche in italia (59), anche solo (65), anidride carbonica (101), attività commerciali (74), babbo natale (67), basso consumo (118), basso impatto ambientale (79), buste di plastica (140), carta di credito (62), casa mia (122), centri commerciali (515), commercio equo e solidale (60), comunicati stampa (75), conferenza stampa (61), crisi economica (120), direttiva europea (65), direttore generale (78), eco friendly (59), efficienza energetica (99), emilia romagna (120), energia elettrica (128), energia solare (59), euro l'anno (63), filiera corta (69), fine settimana (74), fonti rinnovabili (99), frutta e verdura (99), gestione dei rifiuti (60), grande distribuzione (491), impatto ambientale (316), impatto zero (59), impianto fotovoltaico (128), km zero (162), made in italy (67), materie prime (131), messa al bando (73), metri quadrati (136), metri quadri (68), mezzi pubblici (76), mezzo di trasporto (79), miliardi di euro (149), milioni di tonnellate (75), ministero dell'ambiente (116), ministero dell'ambiente (116), nostro paese (215), paesi europei (70), pannelli solari (68), più possibile (75), poco tempo (63), posti di lavoro (92), primo gennaio (104), primo piano (96), prodotti alimentari (113), prodotti biologici (267), prodotti tipici (62), punti vendita (584), punto di riferimento (65), punto vendita (266), qualità della vita (73), raccolta differenziata (243), riduzione dei rifiuti (86), risparmio energetico (380), rispetto dell'ambiente (111), sacchetti di plastica (272), sostenibilità ambientale (141), stati uniti (202), stato pubblicato (69), stile di vita (88), stili di vita (66), sviluppo economico (67), sviluppo sostenibile (94), tempo libero (63), territorio nazionale (87), trasporto pubblico (133), tre giorni (69), tutto il territorio (96), ufficio stampa (73), unione europea (96), usa e getta (185), vale la pena (77), week end (71)

**RISPARMIO ENERGETICO E BIO**

Come mostra la cloud dei concetti più ricorrenti (l'immagine di pagina accanto), si discute molto di risparmio energetico, sia in relazione ai mass retailer che alle abitudini di consumo: sulla blogosfera si parla soprattutto dei nuovi punti di vendita realizzati con materiali eco-friendly e dell'utilizzo di energie rinnovabili per gli impianti di illuminazione e refrigerazione.

Un tema poi particolarmente discusso nel mese di gennaio 2011 è stato quello delle nuove regolamentazioni sui sacchetti di plastica, citati in 606 messaggi *"Credo dipenda dalla composizione con cui sono prodotti i sacchetti. Quelli della Coop, ad esempio, sono fatti di fibra di mais e ti accorgi al tatto e all'olfatto che sono diversi?"*. In generale, gli utenti in rete mostrano sempre maggiore sensibilità verso prodotti biologici e a basso impatto ambientale: soprattutto nelle comunità online dedicate alle donne, le utenti segnalano positivamente la presenza di distributori di detersivi alla spina all'interno dei supermercati *"Gli Ipercoop hanno tutti, da almeno tre anni, i distributori di detersivi- normale, per delicati, per i piatti, ammorbidente- c'è convenienza di almeno il 20-30% sui detersivi di marca, sono buoni, si fa meno spazzatura e vedo che in molti -specie giovani e single- ce ne serviamo abitualmente"*, o confrontano fra loro i vari prodotti ecologici. Alcune delle linee di prodotti più menzionate sono quelle proprie dei retailer, più spesso citate e commentate dalle utenti perché facilmente reperibili, ad esempio *Esselunga Bio, Bio di Auchan, Viviverde Coop*, ecc: *"Io uso le pastiglie ecolabel per lavastoviglie o marca viviverde Coop oppure W5 eco del*

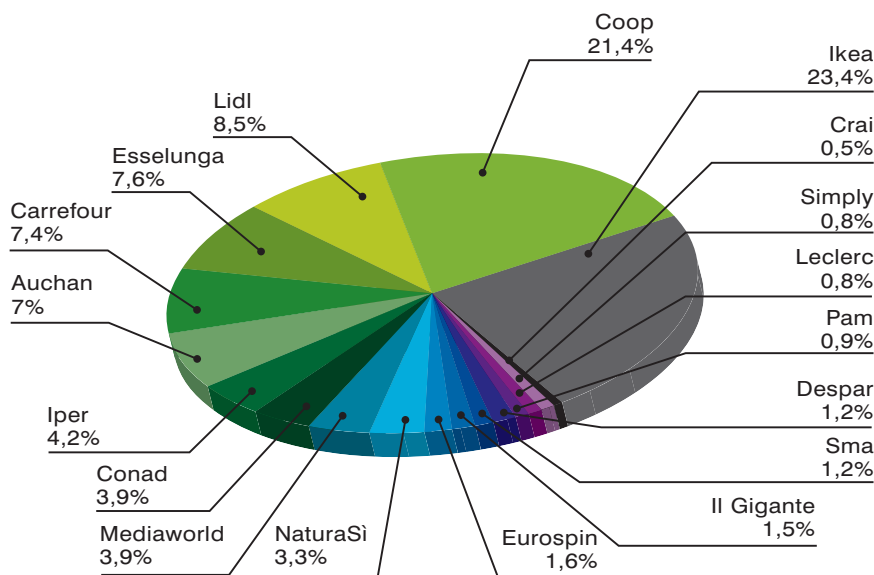
*Lidl"*. La rete ci dice che l'attenzione verso un consumo più responsabile è in costante aumento e influenza il processo di acquisto in diversi modi: gli utenti sono più attenti alle etichette e la presenza della certificazione Eco-label è considerata sempre più importante per chi cerca prodotti a basso impatto ambientale *"Se hai dubbi puoi provare i detersivi ecolabel, hanno in etichetta questo marchio in vendita alla Coop, ma anche all'Esselunga e in tanti altri super. Non costano molto di più di un analogo detersivo 'normale', sono molto più rispettosi dell'ambiente e puoi provarne l'efficacia"*.

**FILIERA CORTA E GDO**

Inoltre, l'interesse è indirizzato alla provenienza delle merci e viene apprezzata la presenza di prodotti a filiera corta all'interno della gdo *"Sto prendendo campo la politica del km zero: vendita di prodotti provenienti dal territorio limitrofo al negozio/punto di vendita e che dunque hanno una filiera corta. Di conseguenza costi minori e, si spera, maggiore verificabilità della genuinità del prodotto. Su quest'ultimo punto, coerentemente a quanto ho scritto sotto, mi scappa un: mah ..."*. Emerge anche che un equilibrato rapporto fra qualità e prezzo dei prodotti biologici e/o ecologici è una discriminante fondamentale nel processo d'acquisto: spesso persino gli utenti più interessati ai prodotti green desistono per i prezzi di vendita ancora troppo alti *"Purtroppo è difficile mangiare bio perché certi prodotti non sono spesso disponibili, perché i negozi sono pochi e i prezzi molto alti"*.

Il team Blogmeter

**In Rete si parla di retail eco-sostenibile**



L'analisi eseguita attraverso la piattaforma Blogmeter sui social media italiani ha rilevato, dal 1 ottobre 2010 al 31 gennaio 2011 circa 9.150 mila post trattanti il tema della sostenibilità ambientale in relazione alle principali catene distributive.