

Per i cataloghi premi si dovrebbe guardare alla nuova demografia

Tempo fa fu Ikea a cogliere al volo le critiche verso i giovani che non lasciavano il paterno ostello, proponendo un arredo basic alla portata del guadagno di un co.co.pro.. Per i bamboccioni che sono finalmente riusciti a lasciare il nido per una vita indipendente, sebbene precaria e ancora bisognosa di sussidi parentali per pagare affitti, bollette e tasse, il matrimonio potrebbe essere il grande passo successivo. Un'occasione che la gdo non si dovrebbe lasciar sfuggire, creando le premesse per aiutare la costituzione di un nuovo nucleo familiare, almeno per quel che riguarda la cerimonia nuziale, a cui ben difficilmente si vuole rinunciare.

I cataloghi premi della gdo, coalition o no, sono strutturati per venire incontro ai desideri della famiglia già costituita (adulti e bambini) e alle necessità di sostituzione di beni correnti o al completamento o all'aggiunta di oggetti per il décor dell'ambiente domestico. Così punti dopo punti arrivano a casa il nuovo servizio di piatti, il giocattolo, la tv. Da qualche anno sono inclusi anche i servizi alla persona e i viaggi. Tuttavia nessun catalogo ha focalizzato l'attenzione sul matrimonio e sulla lista nozze. La gamma di prodotti potrebbe essere davvero vasta. Si va da ciò che serve per l'annuncio del matrimonio (per esempio bomboniere e partecipazioni da personalizzare) agli addobbi per far splendere la tavola del pranzo di nozze, a ninnoli in argento che non hanno alcuna funzione se non quella di ancorare l'ambiente domestico a un'immagine di benessere già raggiunto, confortando la giovane coppia nel percorso futuro.

La lista nozze può diventare anche più seria e utile, pensando ai molti elettrodomestici necessari, o più frivola, proponendo l'abbigliamento per i paggetti. Ormai molte carte fedeltà sono sdoppiate o moltiplicate per dotarne ogni componente della famiglia: un buon punto di partenza per coinvolgere la solidarietà operosa di parenti e amici e fare in modo che concorrano a far conquistare ai nubendi quanti più oggetti possibili della lista nozze.

Nel caso l'ex bamboccione voglia rimanere single o preferisca una convivenza non troppo impegnativa, il catalogo della gdo potrebbe fornirgli quei benefit che mamma non gli passa più: dal buono per la lavanderia o per una domestica a ore al biglietto per il cinema, al pranzo in trattoria. D'altra parte le famiglie monocomponenti, nelle grandi città, superano già le famiglie composte da due o più persone e, a ben guardare le statistiche, l'età dei single è ormai da badante. Una ragione in più per rivedere i cataloghi della gdo e aggiornarli alla demografia attuale, bilanciando prodotti e servizi.

Luca Finetto è opinionista di Promotion Magazine.

luca.finetto@upsellpromotion.it

Mobile +39 3345716702

it.linkedin.com/in/luca-finetto-08447546