

L'INSIGHT | DMM



Quale sarà la Gift Card preferita dai consumatori?



Pronti per eleggere la Gift Card più amata

Prodotto dell'Anno per l'edizione 2020 apre le porte alle Gift Card: nasce una nuova categoria da sottoporre ai consumatori.

Prodotto dell'Anno per l'edizione 2020 apre le porte alle Gift Card: nasce una nuova categoria da sottoporre ai consumatori.

Piccole, leggere, senza alcun bisogno di magazzino: le Gift Card, con il loro espositore, sono le protagoniste assolute del metro quadro più redditivo della Grande Distribuzione. Inizialmente percepite come un articolo da regalo, negli ultimi quattordici anni si sono evolute fino a diventare un prodotto destinato all'auto acquisto e a sancire la nascita di una vera e propria categoria merceologica in grado di essere percepita come tale anche dai consumatori.

Non è quindi un caso che quest'anno per la prima volta le Gift Card entreranno a far parte di Prodotto dell'Anno, il Premio all'Innovazione basato esclusivamente sul voto dei consumatori giunto alla trentes-

sima edizione, con una categoria tutta nuova, espressamente dedicata a loro.

«Vedere le Gift Card diventare una delle categorie di Prodotto dell'Anno – ha dichiarato **Gaetano Giannetto, Amministratore delegato e fondatore di Epipoli**, la società che con MyGiftCard ha introdotto questo prodotto in Italia nel 2006, – è per me la conferma che i consumatori e il mercato sono pronti a darci ragione: le nostre carte sono un vero e proprio prodotto mass market o, per dirla a modo mio, sono esattamente come un pacchetto di patatine».

Anche **Simonetta Flores, Fondatrice e Ceo di PDA in Italia**, si è detta entusiasta di questa novità: «È sempre stimolante vedere prodotti innovativi che aprono nuove categorie partecipare al Premio, soprattutto se si tratta di prodotti servizio come le Gift Card, che per assecondare i nuovi bisogni dei

consumatori garantiscono una innovativa shopping experience. Si acquistano facendo la spesa e, grazie alla tecnologia, permettono di fare regali sempre indovinati e senza stress, lasciando libera scelta all'utente finale. Qualsiasi sarà la Gift Card eletta dai consumatori, il concetto è davvero vincente».

Un concetto che ha portato nei punti vendita la possibilità pressoché infinita di ampliare la propria offerta, e nelle case dei consumatori un oggetto tanto piccolo quanto versatile, in grado di trasformarsi in prodotti, esperienze e persino nella chiave d'accesso a più di un'insegna grazie alle Gift Card Multichoice.

Si tratta di un'innovazione che i consumatori stanno imparando a conoscere sempre più e che adesso sono pronti a votare. Non ci resta che attendere l'esito.