

GIORNATA

Il Giornale
dell'Arredamento

ISSN : 0393-4500
Anno 30
numero 10
Ottobre 2011
€ 5,00

Spedizione in a.p. - 45% art. 2
comma 20/b legge 662/96
filiale di Milano

Periodico di attualità
e informazione
per la commercializzazione
del mobile di design

Rima Editrice
20126 Milano
Viale Sarca 243
Tel. +39 02 66103539 r.a.
Fax +39 02 66103558
www.rimaedit.it
e-mail: rima@rimaedit.it
redazione@rimaedit.it

**TAVOLA ROTONDA
MATERASSI E SISTEMA LETTO,
UNA POSSIBILITÀ DI VENDITA
E DI FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE**

**SISTEMI PER DORMIRE:
LETTI, MATERASSI E RETI**

**MAI ARRENDERSI ALLE DIFFICOLTÀ.
IDEE, CORAGGIO E PROFESSIONALITÀ**

**DRACULA IL CREATIVO
GLI ORRORI DELLA COMUNICAZIONE**



Assarredo Gruppo Sistemi per Dormire

Pubblichiamo in anteprima i risultati di tre ricerche svolte per conto di Assarredo e presentate dal Presidente del Gruppo Sistemi per Dormire di Assarredo Federlegno dott. Fabio Formenti, titolare del Gruppo Industriale Formenti che produce e distribuisce i prodotti con i brand Pirelli bedding e Simmons.

Lo scorso anno, nell'ambito di un processo di confronto e approfondimento all'interno del Gruppo che presiedo in Assarredo abbiamo promosso un importante progetto per l'acquisizione di dati sullo stato del mercato del dormire in

Italia. L'indagine denominata "Come dormono gli italiani?" si è svolta con l'utilizzo di tre tecniche, in tre momenti distinti fra loro.

L'elaborazione della grande massa di dati, avvenuta attraverso una lettura sovrapposta ed intrecciata ci ha reso il quadro complessivo di come vivono "il mondo del dormire" rivenditori e consumatori.

Questa è solo una piccola anticipazione dei risultati che offrono molti spunti di riflessione ed utili indicazioni per il futuro sia in termini associativi che di distribuzione. La ricerca si è articolata in tre fasi.

■ **Ricerca qualitativa.** Si è svolta attraverso la costituzione di 4 focus group che hanno coinvolto uomini, donne e coppie di età compresa tra 25-65 anni acquirenti di un materasso negli ultimi 12 mesi o in fase di acquisto entro i prossimi 6 mesi; 25% acquisti di primo impianto con esclusione di sistemi per dormire per seconde case e camerette. Le discussioni sono state condotte da un esperto psicologo di marketing, registrate e rielaborate

■ **Ricerca quantitativa.** Complessivamente sono state realizzate 1600 interviste utili, stratificate sulla popolazione

per area geografica e ripartite fra acquirenti (acquisto negli ultimi sei mesi o in fase di acquisto) e potenziali (non acquisto negli ultimi sei mesi e non in fase di acquisto).

■ **Ricerca sui punti vendita.** Il campione di intervistati è costituito per un terzo da punti vendita specializzati nella vendita di sistemi per dormire; gli altri sono in prevalenza rivenditori di mobili che trattano anche sistemi per dormire.

Il punto di vista
del CONSUMATORE

• L'importanza attribuita al sonno è decisamente elevata, e la maggior parte degli intervisti

Consorzio Produttori Italiani Materassi di Qualità



Promuovere la cultura del buon riposo è uno degli obiettivi del Consorzio Produttori Italiani Materassi di Qualità.

Le aziende che fanno parte del Consorzio sviluppano ogni giorno tecnologie che contribuiscono a migliorare le performance di materassi e accessori per perfezionare comfort e benessere.

Ricerche e collaborazioni con medici specialisti e tecnici ingegneri hanno permesso al Consorzio di stabilire parametri e alcune indicazioni per

aiutarci a beneficiare di un riposo notturno ristoratore.

Grazie al loro impegno è ora possibile unire tecnologia e natura in un unico tessuto: è ciò che alcune aziende del Consorzio Produttori Italiani Materassi di Qualità hanno deciso di sperimentare per i tessuti di rivestimento di materassi e cuscini.

Dall'unione di fibre allo zinco e di fibre in cellulosa nasce un tessuto particolare dall'azione antibatterica e che non crea irritazioni: un importante

passo in avanti per chi soffre di irritazioni o malattie cutanee, o semplicemente per chi ha una pelle molto delicata come quella dei neonati.

Per realizzare questo rivestimento grazie alla nanotecnologia vengono intergrate delle fibre di zinco nel tessuto e applicate fibre di cellulosa sulla sua superficie: i rivestimenti così ottenuti sono soffici al tatto in modo naturale, non contengono sostanze chimiche e la loro capacità antibatterica e antiodore è perma-

stati (circa l'80%) ritiene di dormire la giusta quantità di tempo.

- A livello generale si descrive un sonno di sei-otto ore, sostanzialmente regolare (leggermente più disturbato d'estate), sia a letto che in altri luoghi di riposo. Tuttavia va evidenziato che circa un intervistato su due ammette di avere, almeno ogni tanto, qualche problema a dormire.
- Dall'analisi dei comportamenti e degli atteggiamenti nei riguardi del dormire si isolano tre gruppi di popolazione: "Gli Insonni", "Gli Equilibrati" e "I Dormiglioni".
- Il materasso è l'elemento più importante per il buon dormire, ma la base di appoggio ed il cuscino hanno comunque un ruolo primario.
- Il materasso ideale deve avere caratteristiche di comfort tali da permettere il buon riposo; queste caratteristi-

che so-no spesso decodificate spontaneamente nella consistenza e nello spessore del materasso.

- Lattice (o poliuretano, esiste probabilmente confusione nella testa dei consumatori sull'esatta definizione del materiale), molle e lana sono i tipi di materasso più conosciuti.

Il punto di vista del RIVENDITORE

- Il cliente tipo cerca nel materasso comfort, ergonomia e caratteristiche antiallergiche.
- Razionalizzando il profilo del materasso ideale si parla di confortevole, che lascia riposare bene, fatto con materiali di qualità che rispettano la salute ed adatto alla schiena. Poco rilevanti paiono essere la consistenza (morbido-duro), il concetto di ortopedico e gli elementi estetici.



Fabio Formenti

- Per metà circa degli intervistati il consumatore tipo cambia il materasso non prima di dieci anni dall'acquisto e quasi esclusivamente per usura-rottura.
- Meno rilevante è ritenuto il luogo di acquisto del materasso.
- Un buon punto vendita deve

avere una esposizione curata e ben allestita e offrire la prova del prodotto.

- L'analisi degli aspetti commerciali, nel processo di acquisto di un materasso, pone l'accento, secondo questi operatori, sulla produzione italiana, la prescrizione del venditore, la qualità dei prodotti e la possibilità di far provare il prodotto.
- Solo in un quarto dei casi il materasso viene acquistato da solo; tuttavia base e guanciale sembrano avere un'importanza secondaria nella scelta finale.
- Solo il 10% degli intervistati ritiene che, per il consumatore finale, sia molto facile l'acquisto di un materasso, e lo paragona all'acquisto di un divano o di una cucina.
- Il prezzo di vendita è una variabile importante, ma assolutamente non determinante. ■



nente ed eco-compatibile. La molecola di zinco interagisce sul metabolismo batterico, provocando un'alterazione della membrana cellulare e bloccando così lo scambio di sostanze importanti per la riproduzione cellulare. In questo modo gli odori e i batteri sono sotto controllo. Le fibre derivate dalla cellulosa degli alberi, materiale naturale proveniente da coltivazioni sostenibili e rinnovabili, donano al tessuto morbidezza e una grande traspirabilità. Entrambe le fibre sono ipoallergeniche e sicure al contatto con la pelle.

Altra novità che riguarda il Consorzio: l'UAMI, l'Organismo ufficiale dell'Unione Europea competente per la registrazione di marchi, disegni e modelli, ha rilasciato il certificato che riconosce la validità nei 27 Paesi membri dell'Ue del marchio a tutela del consumatore istituito dal Consorzio. Circa 500 milioni di consumatori potranno quindi contare sull'affidabilità di un marchio che già in Italia è sinonimo di qualità su tutta la filiera produttiva del materasso, dalla scelta nelle materie prime alle finiture. ■