

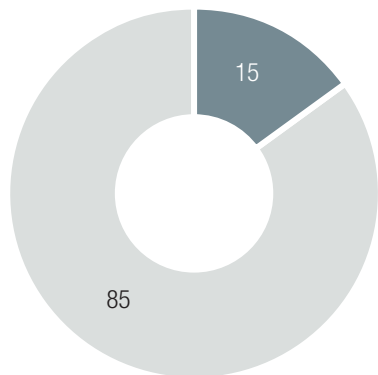
<b>tipologia d'indagine</b>	indagine continuativa ad hoc
<b>modalità di rilevazione</b>	interviste telefoniche (sistema C.A.T.I.) su questionario strutturato della durata di circa 15 minuti
<b>universo di riferimento</b>	popolazione italiana maggiore di età
<b>campione</b>	8.000 contatti per ogni singola rilevazione
<b>rilevazioni</b>	giugno e gennaio (ultime rilevazioni: maggio e giugno 2008)

# LA CONOSCENZA DI MARCA

L'indagine di SWG evidenzia l'elevato livello di brandizzazione delle cucine nelle famiglie italiane, legato alla forza della comunicazione. In pole position ancora Scavolini, e Rex Electrolux per gli elettrodomestici. Ma al sesto posto entra Ikea

## NOTORIETÀ SPONTANEA IL LIVELLO DI "BRANDIZZAZIONE"

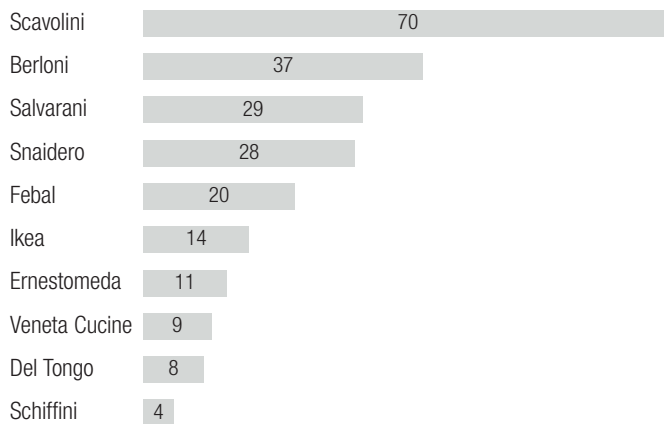
Il livello di brandizzazione, cioè di conoscenza della marca, delle cucine nelle famiglie italiane è elevato, paragonabile a quello di altri settori di beni di consumo, anche se un 15% degli intervistati non è in grado di indicare alcuna marca. Quindi a livello generale si può dire che i produttori di cucine sono riusciti, nel loro complesso, a fare una politica di marca, grazie all'attività di comunicazione e di advertising?



■ indica almeno una marca  
■ non sa indicare una marca      valori in percentuale

## LE 10 MARCHE PIÙ NOTE

valori in percentuale



La risposta è abbastanza evidente dal grafico. La notorietà spontanea di marca si associa sempre di più con la diffusione del brand grazie all'attività di comunicazione. Ai primi cinque posti, infatti, troviamo aziende che sono tra i big spender in comunicazione (Scavolini, Berloni e Snaidero), ma anche quelle che lo sono state in passato come Febal o che, avendo optato per un posizionamento più d'élite, godono ancora di un ricordo spontaneo elevato, come Salvarani. La sorpresa di questa rilevazione non è tanto il fatto che tra le prime cinque aziende e le altre vi sia un gap importante, quanto che al sesto posto venga citata Ikea. Il colosso svedese della distribuzione aveva annunciato più di un anno fa il suo interesse a puntare in maniera più decisa sulla cucina. Il risultato è questo. Chapeau!

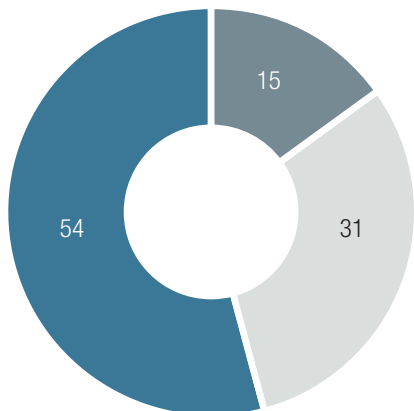
## Altre marche nominate dagli intervistati

- Abc
- Aiko
- Akeo
- Antares
- Aran
- Arclinea
- Armony
- Arrex
- Arrital
- Astra
- Binova
- Boccalini
- Boffi
- Bontempi
- Braglia
- Bulthaup
- Cesar
- Composit
- Comprex
- Copat
- Dada
- Dibiesse
- Diemme
- Effeti
- Elmar
- Euromobil
- Europlak
- Gatto
- G&D
- Gemar
- Giomo
- G5
- Laca
- Latini
- Linea 4
- Lyon's
- Lube
- Mafo
- Maistri
- Mega Cucine
- Meson's
- Mia
- Miele
- Minacciolo
- Mobilegno
- Moretuzzo
- Nova Cucina 2
- Polaris
- Poliform
- Prodomo
- R.G.
- RB Rossana
- Record Cucine
- Ri.Ba
- Riva 1920
- Sabato
- Sarila
- Si.Ra
- Spagnol
- Stosa
- Tomassi
- Toncelli
- Torchetti
- Valcucine
- Varenna
- Zaccarotto

Da sinistra, Reflex di Scavolini e Wave di Berloni.



# swgmonitor



## IL NUMERO DI MARCHE CITATE

È interessante notare che la metà degli intervistati è in grado di indicare una sola marca, mentre il 31% ha maggiore dimestichezza con il settore delle cucine e indica più di una marca.

■ hanno indicato più di 1 marca  
■ hanno indicato 1 marca  
■ non hanno indicato nessuna marca  
 valori in percentuale



Da sinistra, Slim, Salvarani e Kube, Snaidero.

## NOTORIETÀ TOTALE (SPONTANEA + SOLLECITATA)

valori in percentuale

Scavolini	96
Berloni	86
Salvarani	83
Snaidero	80
Febal	69
Ikea	53
Del Tongo	50
Ernestomeda	38
Veneta Cucine	25
Schiffini	22

## NOTORIETÀ SPONTANEA (MARCHE ELDOM)

valori in percentuale

Rex Electrolux	44
Hotpoint Ariston	41
Whirlpool	30
Candy	27
Indesit	26
Ignis	17
Zoppas	16
Bosch	14
SanGiorgio	13
Miele	11
Smeg	10
AEG	6
Ocean	5
Samsung	5
Siemens	4
LG	3
Daewoo	2
Tecnogas	2
Liebherr	1

Se si prendono in esame le risposte spontanee e quelle sollecitate, la graduatoria delle marche più conosciute non si discosta rispetto alle sole risposte spontanee. Almeno nella parte alta della classifica, anche se le distanze tra i singoli brand tendono a compattarsi. Cambia invece la graduatoria dal settimo in poi. Si registra infatti un miglioramento in classifica di Del Tongo che precede Ernestomeda e Veneta Cucine.

Per quanto riguarda la notorietà spontanea delle marche negli elettrodomestici (built-in e free standing), Rex Electrolux si conferma al primo posto, insidiato a poche lunghezze da Ariston, marchio che continua a rimanere nella testa degli italiani anche dopo la sua trasformazione in Hotpoint-Ariston (ricordato da un quarto degli intervistati). Whirlpool e Candy sono gli altri due marchi presenti tra i primi cinque, che registrano delle distanze rilevanti con gli altri marchi.