



NOTA DE PREMSA

Barcelona, 16 de juny de 2011

Kid's Cluster celebra una jornada per analitzar l'impacte de l'entorn digital entre els infants i el lloc que poden ocupar les marques

Els infants passen més del 50% del seu temps interactuant amb aplicacions d'oci a internet i tenen una gran capacitat prescriptora amb les marques

- Els nens reben 25.000 impactes comercials cada any
- La televisió, la consola i l'ordinador amb internet són els aparells que més utilitzen els infants entre 0 i 12 anys
- Els més petits decideixen i influeixen en un 70% de les compres familiars

Experts en consum infantil i marques de referència en el sector com Famosa han participat a la jornada amb el títol "Mètode i èxit a les xarxes socials" organitzada **KID'S CLUSTER** (agrupació d'empreses de productes infantils a Catalunya).

L'objectiu de la sessió ha estat analitzar l'impacte de l'entorn digital entre els infants i quin lloc poden ocupar les marques a l'espai de l'informació, sociabilització i lleure a la xarxa pels més petits.

Els més petits tenen molta intuïció a l'hora de moure's per la xarxa i són capaços d'absorbir qualsevol tipus d'informació. Tanmateix, els experts asseguren que tenen la necessitat de relacionar-se en grup en aquest entorn digital. Aquest cercle relacional que es produeix a través de les xarxes socials es converteix en un gran àmbit de prescripció per a les marques i per això, segons Sergi Miquel, Director de la consultora Arista a Barcelona ***“les marques ha de saber interactuar amb ells de forma col.lectiva i fomentant la participació activa”***. Segons dades estadístiques, els infants decideixen i influeixen en un 70% de les compres familiars i passen més del 50 per cent del seu temps d'oci a internet amb un promig de 2 hores al dia. En aquest context Sergi Miquel assegura que ***“qualsevol acció de comunicació o publicitat mitjançant internet ha de passar per l'entreteniment si es vol aconseguir efectivitat en les accions de compra”***.

Els infants són un col.lectiu molt atractiu des d'un punt de vista de consum ja que 15% de la població espanyola té menys de 16 anys i a nivell mundial aquest percentatge se situa en el 33%. Segons Miguel González Duran Director d'Arista Kids and Teens ***“es tracta d'un consumidor que té capacitat de comprar directament gràcies a la paga que reben dels pares i exerceixen una tasca molt rellevant de prescripció envers la família”***. Com a perfil de consumidor també destaca que a Espanya el 80% dels nens tenen un compte corrent, una xifra que la situa per sobre de la mitjana mundial. En relació a l'entorn digital, González Duran assenyala que els nens volen formar part d'una comunitat i això els permet opinar sobre les marques i sobre la forma en que es comuniquen ja que reben un promig de 25.000 impactes anuals. Per aquest motiu, segons el responsable de la consultora especialitzada en comunicació infantil és recomenable promoure publicitat participativa i la vessant informativa ha de proporcionar experiències per compartir.



A més dels experts en tendències de consum dels infants, la jornada també ha comptat amb la participació de Teresa Rivera, Brand Manager de Nancy (Famosa), el primer fabricant de juguines al nostre país i la companyia que més va créixer durant l'any passat a Espanya. En l'exposició del cas pràctic, Rivera ha explicat el reposicionament d'aquesta nina que va aparèixer al mercat l'any 1968 i l'han adaptat als cànons actuals mitjançant una estratègia de màrqueting que contempla la xarxa complementant els impactes tradicionals a través de la televisió. L'objectiu de la companyia a través d'internet ha estat promoure la participació activa del públic objectiu infantil mitjançant continguts d'oci i transmetre valors corporatius.

La segona part de la jornada s'ha desenvolupat amb un debat en el que ha participat el públic assistent conjuntament amb els ponents i ha estat moderat per David Soler Freixas, professor d'EADA i membre de Kid's Cluster.

PER A MÉS INFORMACIÓ

Humberto Salerno

Premsa Kid's Cluster

Salerno_h@hotmail.com / 677258503