

# UP TRADE

GIUGNO/LUGLIO 2021  
WWW.E-DUESSE.IT

TECHNOLOGY # DESIGN

## MERCATO

GED  
COME CAMBIA  
IL LINEARE TRA NORD,  
CENTRO E SUD?

## MISTERY SHOPPING

LE INSEGNE ALLA PROVA  
DEL PED

## LE INTERVISTE

SABRINA ZARA,  
*HAIER EUROPE*

ALDO WINKLER,  
*NITAL*

ELEONORA MORETTINI,  
*WHIRLPOOL*



# SERVIZIO POST VENDITA UN'OPPORTUNITÀ PER INSEGNE E INDUSTRIA

# GED COME CAMBIA IL LINEARE TRA NORD, CENTRO E SUD?

NEI PUNTI VENDITA ITALIANI SI ASSISTE A UN FENOMENO INTERESSANTE: UN INNESTO SIGNIFICATIVO DI NUOVE REFERENZE NELLE CATEGORIE FRIGORIFERI, CONGELATORI, LAVATRICI, MENTRE CALANO I FORNI. IL NUMERO MEDIO DI REFERENZE ESPOSTE, PERÒ, È IN LEGGERA DIMINUZIONE: COME INTERPRETARE QUESTO FENOMENO?

di **Emanuele Villa**, in collaborazione con **QBerg**

**I**n che modo i punti vendita italiani stanno gestendo quattro categorie fondamentali del comparto GED, cioè frigoriferi, congelatori, lavatrici e forni? Quante nuove referenze sono state esposte in negozio e com'è cambiato il "peso" della singola categoria rispetto alle altre e alla stessa dell'era pre-pandemica? C'è molta differenza tra le varie zone d'Italia?

Il tema è molto complesso perché presuppone la necessità di incrociare dati diversi, ma la collaborazione di QBerg ci ha permesso di sbirciare in modo piuttosto approfondito nel mondo dei punti vendita italiani, cercando di capire come si siano comportati (e si stanno comportando) i retailer durante i mesi della pandemia. L'Istituto di Ricerca italiano leader nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale ci ha fornito due indicatori molto significativi: il numero medio di referenze esposte per pun-

to vendita relativo alle quattro categorie (dato relativo all'intera penisola, con variazione 2019/2020), e una ricerca estremamente approfondita sulla variazione delle referenze uniche, questa volta con approfondimento a livello regionale. Due tipologie di dati che, presi singolarmente, potrebbero portare a conclusioni interessanti, ma che miscelate in modo corretto possono spiegare ancor di più il comportamento dei retailer e (indirettamente) dei consumatori in relazione al mondo GED.

#### L'INTERPRETAZIONE DEI DATI

Come interpretare i dati, quindi? Quelli relativi alle referenze esposte in negozio non hanno bisogno di spiegazioni, ma sono al tempo

stesso un indicatore vitale perché identificano il "peso" della categoria all'interno del comparto GED e dell'intero punto vendita, ma soprattutto la variazione rispetto all'anno precedente (2019) e il rapporto con le altre categorie in esame.

Più complessa, invece, l'interpretazione delle mappe fornite da QBerg relative alla quantità di Referenze Uniche suddivise per Regione, con tanto di variazione percentuale tra il 2020 e il 2019. Volendo semplificare, esse ci forniscono un'indicazione di quanti nuovi in-

nesti/modelli ci siano stati a livello regionale, ovvero quanto cambi la composizione dello scaffale nel corso del tempo. Il dato è indipendente dal precedente, cioè da quello delle referenze esposte: a livello regionale (ma anche nazionale), è infatti possibile assistere a una riduzione nel numero dei GED esposti in punto vendita (cosa effettivamente accaduta in molte categorie), ma contestualmente ad un aumento anche marcato nel numero di Referenze Uniche, che significa – in estrema sintesi – che ci sono meno prodotti in punto vendita ma c'è maggiore diversificazione e un maggior numero di nuovi modelli. Considerando unicamente il dato delle Referenze Uniche, il lettore può poi effettuare ogni genere di confronto a seconda del proprio interesse: rapporto tra una Regione e l'altra, tra un anno e l'altro, oppure all'interno della stessa Regione tra le 4 categorie di prodotto in esame.

#### **IN SOSTANZA: MENO PRODOTTI IN PUNTO VENDITA, MA TANTI NUOVI MODELLI**

Il primo dato che salta all'occhio è la riduzio-

ne (tra 2020 e 2019) nel numero medio di pezzi esposti in punto vendita in tutte le categorie considerate ad eccezione dei forni, che si mantengono stabili. Per esempio (i dati esatti sono riportati nei singoli box) i frigoriferi passano da 66 a 62 e le lavatrici da 89 a 83. Per quanto concerne invece la variazione di Referenze Uniche, considerando come un insieme le quattro categorie di elettrodomestici analizzati (frigoriferi, congelatori, lavatrici e forni), è evidente che Categorie, Gruppi d'acquisto e Ipermercati abbiano incrementato in tempo di pandemia le Referenze Uniche in tutte le regioni italiane (con l'eccezione della Sardegna, -2,0%). Si con-

traddistingue il Trentino-Alto Adige che è stata l'unica regione italiana a far registrare un aumento di Referenze uniche in tutte le famiglie prese in considerazione nel 2020 rispetto al 2019. Tuttavia, dato tutt'altro che secondario, la crescita del numero di Referenze uniche non è stata uniforme: per lavatrici e congelatori in decisa crescita, i frigoriferi sostanzialmente stabili e i forni in contrazione. ➔

## intervista

### **QBERG, CHECHI: "Molte nuove referenze, ma anche razionalizzazione degli assortimenti"**

*Per comprendere meglio i risultati della ricerca e arricchirli con qualche interessante insight circa il mercato italiano di forni, congelatori, frigoriferi e lavatrici, abbiamo interpellato Riccardo Chechi, Owner e Sales Director di QBERG.*



**Quali sono, secondo Lei, le evidenze più interessanti della ricerca, dal punto di vista di un retailer?**

"Direi che il dato più evidente, è che nel 2020 c'è stato un sensibile innesto di nuovi modelli sugli scaffali, in tutti i comparti del bianco tranne che nei forni. Tutto questo nonostante il numero medio di prodotti esposti nei punti vendita sia in leggera contrazione tranne, anche qui, nei forni, che restano pressoché stabili. Entrano quindi molte nuove referenze nel freddo e nel lavaggio nel 2020, ma contestualmente si assiste ad una razionalizzazione degli assortimenti".

**Vede qualche indicazione di cambiamento dei comportamenti d'acquisto? Nel caso, quali?**

"Sembra evidente una maggiore attenzione al mix assortimentale, sempre più determinata dalla convivenza tra online e offline. Se una volta c'era la necessità di utilizzare il punto vendita come unica vetrina dei prodotti e quindi si puntava a maxistore e maxiassortimenti, oggi l'online aiuta a mostrare l'intero catalogo dei prodotti, lasciando la possibilità ai punti vendita di razionalizzare le scelte espositive, puntando maggiormente sull'esposizione dei nuovi modelli più che sul catalogo allargato".

**Colpisce molto il segmento delle lavatrici: nel 2020 in quasi tutte le regioni le referenze uniche esposte in punto vendita sono aumentate. Che spiegazione è possibile dare?**

"Se leggiamo il fenomeno di crescita del numero di referenze uniche delle lavatrici (+6,1%) insieme a quello delle altre famiglie prodotto analizzate (Frigo +1%; Congelatori +4%; Forni -6%), probabilmente possiamo legare tale fenomeno a ciò che è successo ad ottobre 2020, ovvero il cambio dell'etichetta energetica, che ha coinvolto proprio il freddo e il lavaggio. La necessità di adattarsi alla nuova classificazione può aver spinto alcune aziende ad anticipare il lancio di nuovi modelli sul mercato, anticipando la concorrenza. Nell'analisi non si vede ma, scendendo a livello di marche, il fenomeno è molto evidente".

**I forni rappresentano un po' l'eccezione che conferma la regola. Presenza invariata in punto vendita, decisa riduzione delle referenze uniche. Perché?**

"Anche qui il discorso dell'etichetta energetica sembra poter spiegare il fenomeno. Come dicevo all'inizio, l'ampiezza dello scaffale dei forni non diminuisce. Non c'è nei forni la necessità di ricambio urgente dei modelli obsoleti con le nuove gamme, così come il cambio della classificazione energetica ha determinato in altre famiglie prodotto analizzate. In conclusione, non ritengo che i fenomeni evidenziati dall'analisi siano legati alla pandemia, quanto alla necessità di un ricambio dei prodotti legato alle nuove normative".

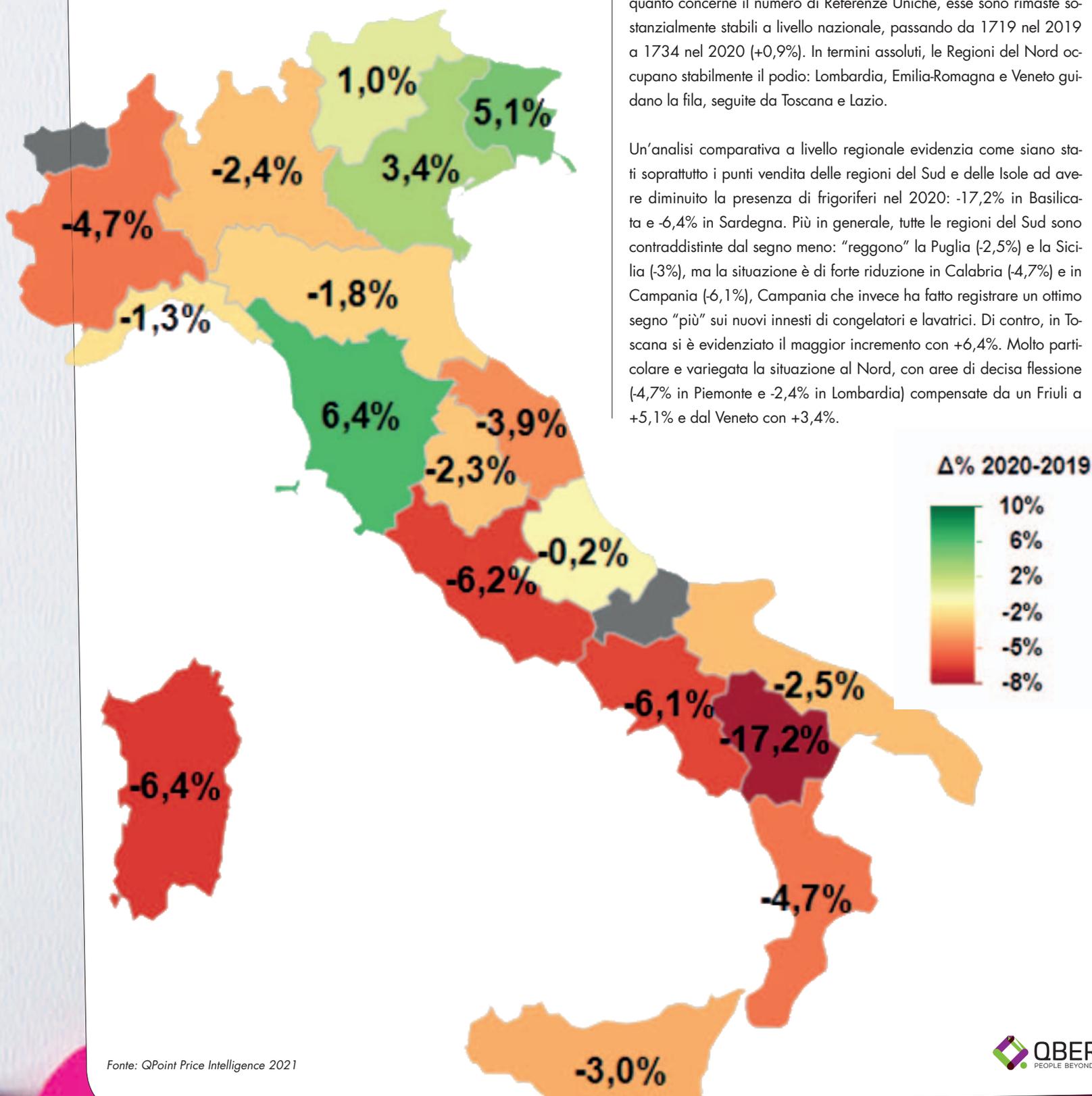
# Frigoriferi

Minor presenza in negozio, ma Referenze Uniche stabili

## Δ% REFERENZE UNICHE 2020-2019

La presenza di frigoriferi nei punti vendita italiani cala leggermente, passando da una media di 65,81 del 2019 a 61,82 del 2020. Per quanto concerne il numero di Referenze Uniche, esse sono rimaste sostanzialmente stabili a livello nazionale, passando da 1719 nel 2019 a 1734 nel 2020 (+0,9%). In termini assoluti, le Regioni del Nord occupano stabilmente il podio: Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto guidano la fila, seguite da Toscana e Lazio.

Un'analisi comparativa a livello regionale evidenzia come siano stati soprattutto i punti vendita delle regioni del Sud e delle Isole ad avere diminuito la presenza di frigoriferi nel 2020: -17,2% in Basilicata e -6,4% in Sardegna. Più in generale, tutte le regioni del Sud sono contraddistinte dal segno meno: "reggono" la Puglia (-2,5%) e la Sicilia (-3%), ma la situazione è di forte riduzione in Calabria (-4,7%) e in Campania (-6,1%), Campania che invece ha fatto registrare un ottimo segno "più" sui nuovi innesti di congelatori e lavatrici. Di contro, in Toscana si è evidenziato il maggior incremento con +6,4%. Molto particolare e variegata la situazione al Nord, con aree di decisa flessione (-4,7% in Piemonte e -2,4% in Lombardia) compensate da un Friuli a +5,1% e dal Veneto con +3,4%.



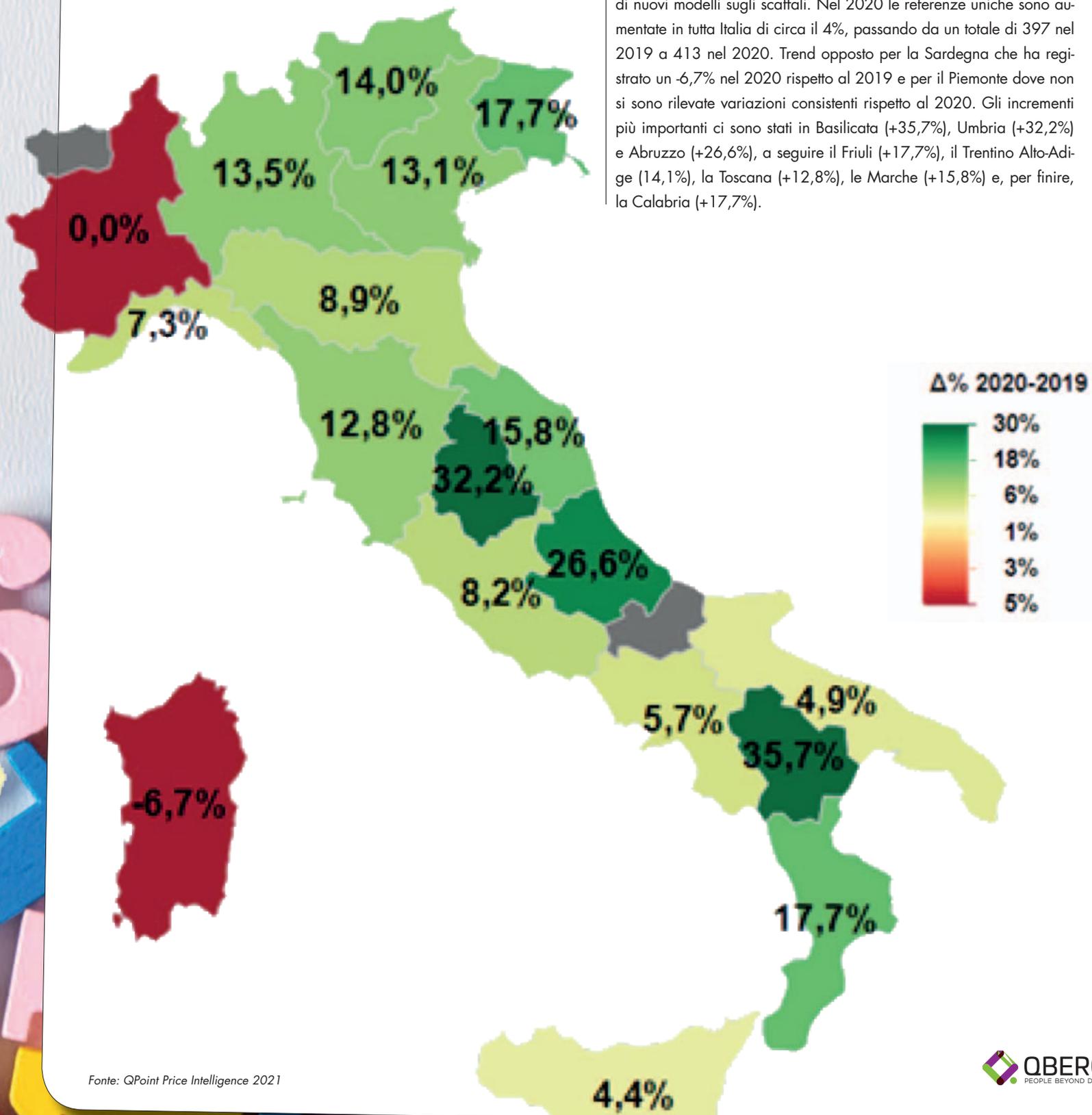
Fonte: QPoint Price Intelligence 2021

# Congelatori

Referenze Uniche in crescita in tutta l'Italia

## Δ% REFERENZE UNICHE 2020-2019

Il numero medio di congelatori esposti in punto vendita passa da 13,98 (2019) a 11,57 (2020), mentre si rileva un sensibile innesto di nuovi modelli sugli scaffali. Nel 2020 le referenze uniche sono aumentate in tutta Italia di circa il 4%, passando da un totale di 397 nel 2019 a 413 nel 2020. Trend opposto per la Sardegna che ha registrato un -6,7% nel 2020 rispetto al 2019 e per il Piemonte dove non si sono rilevate variazioni consistenti rispetto al 2020. Gli incrementi più importanti ci sono stati in Basilicata (+35,7%), Umbria (+32,2%) e Abruzzo (+26,6%), a seguire il Friuli (+17,7%), il Trentino Alto-Adige (14,1%), la Toscana (+12,8%), le Marche (+15,8%) e, per finire, la Calabria (+17,7%).



Fonte: QPoint Price Intelligence 2021

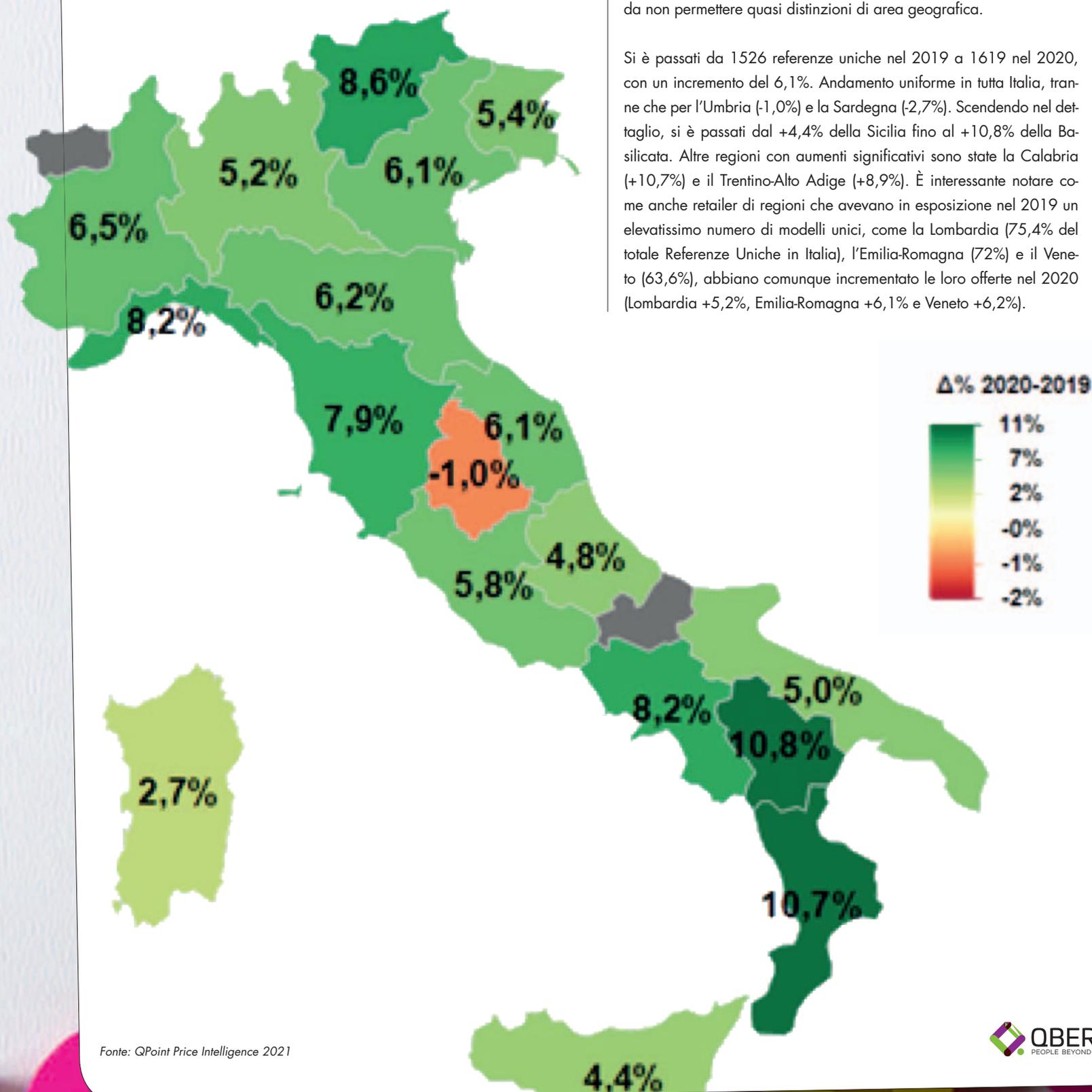
# Lavatrici

Cala la presenza in negozio, boom di Referenze Uniche

## Δ% REFERENZE UNICHE 2020-2019

Decisamente interessante la situazione delle lavatrici: rispetto a una riduzione dell'esposizione in punto vendita (83,39 pezzi di media nel 2020 contro 88,65 del 2019), l'incremento di Referenze Uniche è tale da non permettere quasi distinzioni di area geografica.

Si è passati da 1526 referenze uniche nel 2019 a 1619 nel 2020, con un incremento del 6,1%. Andamento uniforme in tutta Italia, tranne che per l'Umbria (-1,0%) e la Sardegna (-2,7%). Scendendo nel dettaglio, si è passati dal +4,4% della Sicilia fino al +10,8% della Basilicata. Altre regioni con aumenti significativi sono state la Calabria (+10,7%) e il Trentino-Alto Adige (+8,9%). È interessante notare come anche retailer di regioni che avevano in esposizione nel 2019 un elevatissimo numero di modelli unici, come la Lombardia (75,4% del totale Referenze Uniche in Italia), l'Emilia-Romagna (72%) e il Veneto (63,6%), abbiano comunque incrementato le loro offerte nel 2020 (Lombardia +5,2%, Emilia-Romagna +6,1% e Veneto +6,2%).



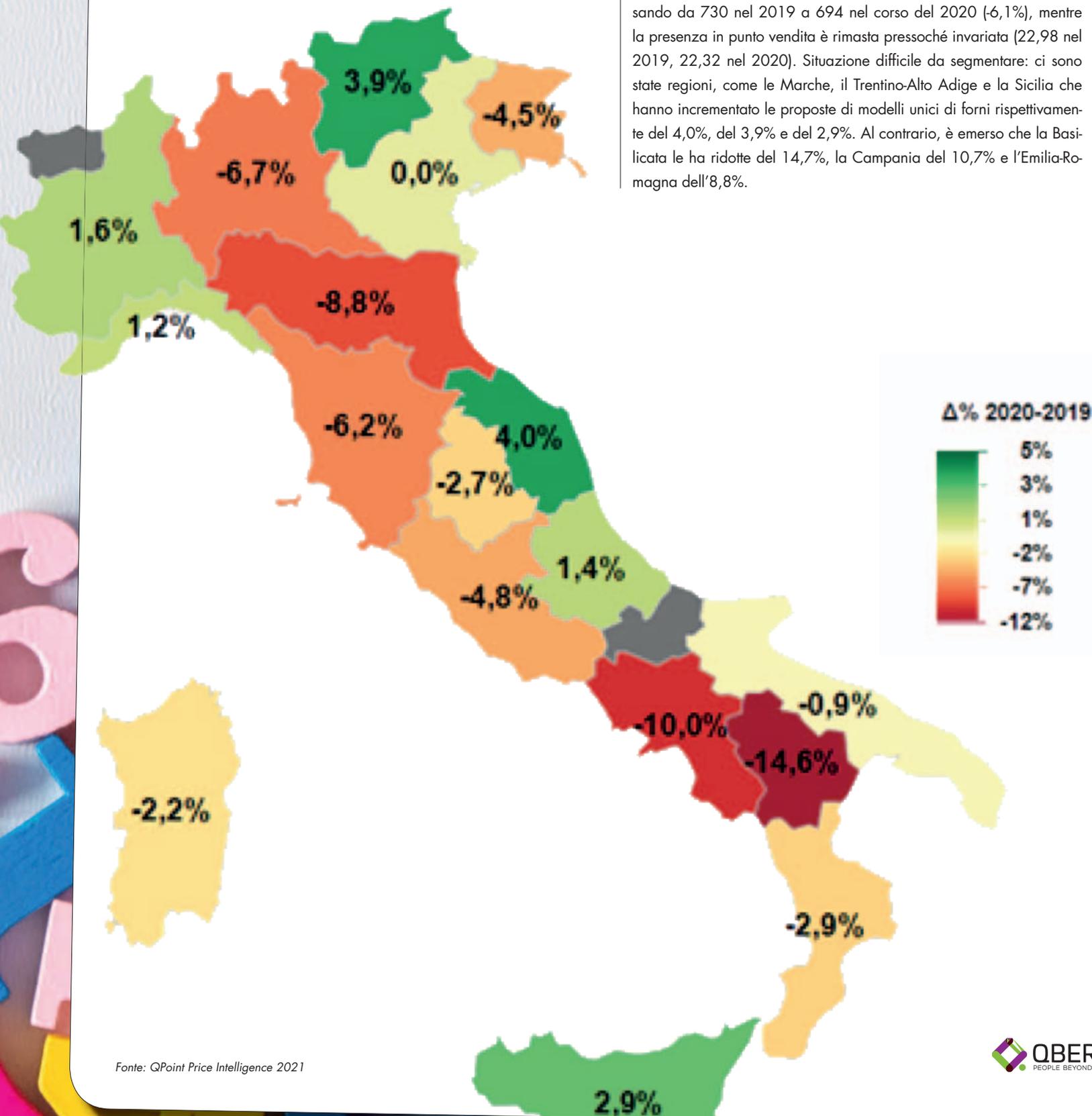
Fonte: QPoint Price Intelligence 2021

# Forni

Owvero, l'eccezione che conferma la regola

## Δ% REFERENZE UNICHE 2020-2019

Lo studio QBERG si chiude con la famiglia dei forni, l'unica che nel 2020 ha subito una contrazione nel numero di referenze uniche, passando da 730 nel 2019 a 694 nel corso del 2020 (-6,1%), mentre la presenza in punto vendita è rimasta pressoché invariata (22,98 nel 2019, 22,32 nel 2020). Situazione difficile da segmentare: ci sono state regioni, come le Marche, il Trentino-Alto Adige e la Sicilia che hanno incrementato le proposte di modelli unici di forni rispettivamente del 4,0%, del 3,9% e del 2,9%. Al contrario, è emerso che la Basilicata le ha ridotte del 14,7%, la Campania del 10,7% e l'Emilia-Romagna dell'8,8%.



Fonte: QPoint Price Intelligence 2021