



smeg

STEAMONE

L'ingrediente
segreto è il vapore

IN QUESTO NUMERO

■ **FIERE DIGITALI**
SERVONO COMPETENZE
DEL TUTTO NUOVE

■ **LE FACCE DELLA COTTURA**
FORNI, CONOSCIAMOLI
PIÙ DA VICINO

■ **MYSTERY SHOPPER A TERAMO**
CLIMA POLARE IN NEGOZIO
E NON PER LA TEMPERATURA

■ **FARE SQUADRA IN AZIENDA**
LO STIPENDIO È ANCHE
QUELLO EMOTIVO

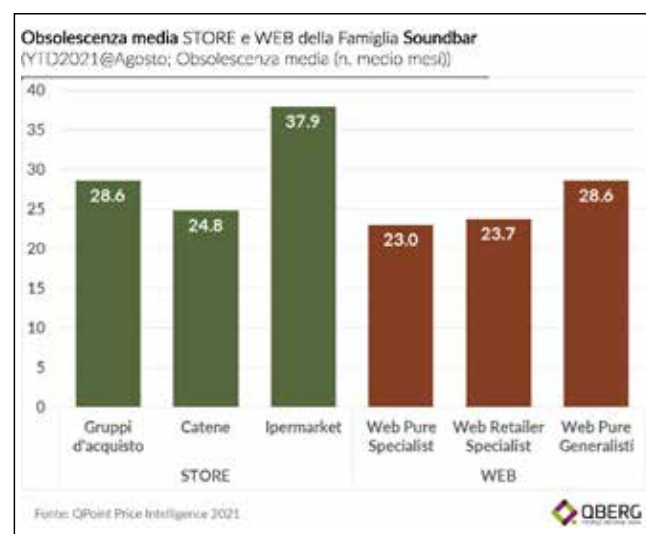
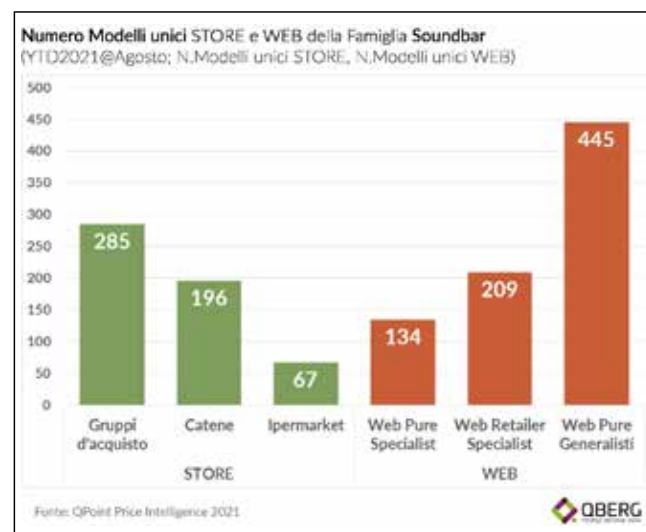
■ **ACADEMY DI BIANCO&BRUNO**
"PONTI D'ORO"
TRA INDUSTRIA E RETAIL

■ **SPECIALE CAFFÈ**
A CIASCUNO IL SUO AROMA:
ESPRESSO, PIACERE E STILE DI VITA

SOUNDBAR: l'analisi dell'offerta nei canali store e web

QBERG LO HA FATTO TENENDO CONTO DI ALCUNI PARAMETRI: NUMERO DI MARCHE E MODELLI, PREZZO MEDIO E OBSOLESCENZA MEDIA. ECCO I RISULTATI.

Qberg, che si occupa di analisi di mercato e price intelligence multicanale, e che da tempo collabora con Bianco & Bruno, questa volta ha posto sotto i riflettori l'offerta complessiva della famiglia delle soundbar nei principali due canali distributivi: store (catene, gruppi d'acquisto, ipermarket), e web (pure generalisti, pure specialist, retailer specialist) nel 2021. Per lo studio, i parametri



usati sono: numero marche e modelli, prezzo medio e obsolescenza media. Il numero di marche esposte oscilla tra 20 e 27 ed è pressoché sovrapponibile per quanto riguarda alcuni canali, come catene, gruppi d'acquisto, siti web pure specialist e retailer specialist. Situazione diversa per gli ipermarket, che propongono solo 15 marche di soundbar a scaffale, e i siti web pure generalisti, che vantano invece un'offerta quasi tripla rispetto agli altri canali, con ben 80 marchi. Ma analizziamo il trend delle marche per ciò che concerne il numero di modelli. È forte il divario tra iper-



Vivere la televisione in prima classe

NOVITÀ 2021

OLED TOPAS 48"

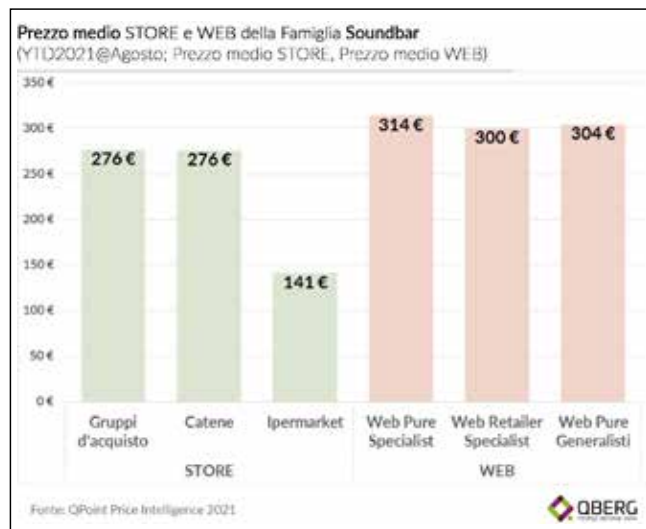
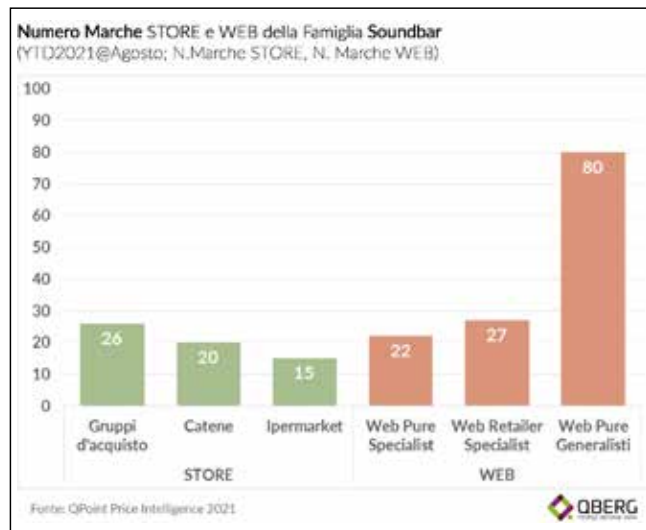
Disponibile anche in 55" e 65"



cea
TRENTO

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA

CEA Soc. Coop. Via Innsbruk 22,24,26
36121 - TRENTO Tel. 0461 1730261
Fax 0461 1730267-mail: infonokia@eurocea.it



▷ market, con solo 67 modelli esposti, e siti web pure generalisti, che arrivano addirittura a proporre 450 modelli unici. Gli altri canali come i gruppi d'acquisto, le catene e i siti web retailer specialist propongono un numero di modelli all'interno di una forbice che va dai 196 modelli unici delle catene ai 285 modelli dei gruppi d'acquisto. A parte gli ipermarket, il picco più basso si registra nei web pure specialist, che espongono sui loro siti un totale di 134

referenze uniche. Dallo studio di QBerg emerge inoltre che la strategia di prezzo adottata per le soundbar risulta differenziata tra i diversi canali presi in considerazione:

- **i siti web pure specialist** si rivolgono alla fascia alta del mercato con un prezzo medio pari a 314 euro. Gli altri canali web (i siti web pure generalisti e i siti web retailer specialist) appaiono, invece, interessati a presidiare la fascia medio-alta del mercato con un prezzo medio intorno ai 300 euro.
- più conservative, a livello di prezzo, sono **le scelte dei canali store**. Infatti le catene e i gruppi d'acquisto si posizionano nella fascia centrale del mercato (276 euro il prezzo medio), rivolgendosi a clienti con esigenze di buon livello, senza eccessive sofisticazioni e caratteristiche tecniche. Gli ipermarket si confermano come un canale che punta a offrire prodotti entry-level e prezzi medi bassi (141 euro) per un pubblico poco sofisticato a livello audio.

Un altro aspetto di forte interesse riguarda la valutazione dell'obsolescenza media, calcolata come il numero medio di mesi intercorsi tra la data di prima apparizione del prodotto e la data di osservazione. Da questo punto di vista vediamo che:

- **gli ipermarket** propongono non solo soundbar a prezzo più basso rispetto agli altri canali, ma anche più obsolete. Mediamente, infatti, le soundbar esposte negli ipermarket sono sul mercato da più di 3 anni (37,9 mesi) contro i 24-28 mesi rispetto a quelle dei gruppi d'acquisto, i 24,8 mesi delle catene e i 28,6 mesi dei siti web pure generalisti.
- le soundbar di più recente immissione sul mercato sono proposte dai siti **web retailer specialist** (23,7 mesi di obsolescenza media) e dai **web pure specialist** (solo 23 mesi di obsolescenza media).

QBerg realizza le sue analisi attraverso le sue due piattaforme: QPoint STORE e QPoint WEB. La prima fornisce in tempo reale il panorama completo della presenza delle gamme di prodotto in-store, nella sua accezione più ampia di monitoraggio di attributi qualitativi e quantitativi. Controlla la visibilità dei prodotti sui siti di e-commerce e monitora i prezzi. QPoint WEB mostra, sempre in tempo reale, prezzi e assortimenti dei siti web di e-commerce. (red.)



IERI E OGGI, LA TRADIZIONE IN TAVOLA DI CASA GIRMI



IM91 Macchina per la pasta

5
formati
di pasta

Lasagne, tagliatelle, spaghetti,
reginette e fettuccine

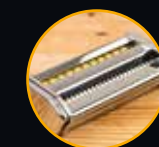


2
velocità

PULSE

Corpo
INOX

Rulli
da 15cm



Con IM91, la nuova macchina per la pasta di casa GIRMI, puoi portare in tavola ben 5 formati di pasta fresca in pochi minuti. Puoi scegliere di usare IM91 con funzione manuale o automatica: nel primo caso monta la pratica manovella e regola lo spessore dei rulli per tirare la sfoglia proprio come facevano le nonne. Per improvvisare una ricetta dell'ultimo minuto e lavorare senza sforzo utilizza il motore, che grazie a due velocità di funzionamento ed alla funzione PULSE, dimezza i tempi di preparazione, lasciando i tuoi ospiti a bocca aperta.



Girmi

tu si che sai stupirmi