

UP TRADE

MARZO 2022
WWW.E-DUESSE.IT

DIGITAL EDITION

TECNOLOGIA # DESIGN

INCHIESTA
DOVE VA IL RETAIL?

SPECIALE
HOME COMFORT

SMARTPHONE
UN MERCATO
IN RIPRESA (MA STANCO)

IN ALLEGATO

LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE
IN ITALIA - 22° EDIZIONE

VELOCI COME L'INNOVAZIONE

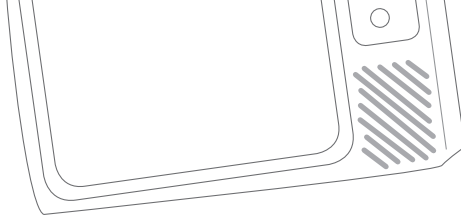
INTERVISTA A **GIANLUCA BARRESI**, COMMERCIAL DIRECTOR DI **NITAL**

BUONA VISIONE

MIGLIAIA DI MODELLI, ENORME VENTAGLIO DI PREZZI, OBSOLESCENZA IN RIDUZIONE. L'EFFETTO COMBINATO DI BONUS TV E AUMENTO DEI COSTI HA IMPATTATO SUL PRODOTTO PRINCIPE DEL 2021: LA FLAT TV, CHE RIMARRÀ PROBABILMENTE TALE ANCHE NELL'ANNO IN CORSO.

CLICCA QUI PER SCOPRIRE I CONTENUTI EXTRA





Il Bonus tv, insieme alla prospettiva di uno switch-off che renderebbe inutilizzabile buona parte del parco tv, ha reso il televisore il prodotto top selling nel 2021. Il prolungamento e il rifinanziamento della misura dovrebbe garantire il proseguimento del 'boom' almeno per la prima parte dell'anno in corso.

La domanda quindi c'è, solida e duratura, così come l'interesse verso prodotti di maggiore dimensione, tanto più che le smart tv si prestano a sostituire il monitor del portatile o il tablet come strumento per fruire dei contenuti scaricati dalla rete (streaming di video e musicali ad esempio o fotografie scattate con lo smartphone).

E l'offerta? Nonostante le difficoltà di procurement e logistiche e la tensione sui prezzi degli input, l'offerta si è adeguata, aprendo un ventaglio di prezzi che ha pochi eguali nel settore (il rapporto fra i modelli di fascia bassa e quelli di fascia alta è di 1:20!). Qberg, l'istituto di ricerca italiano leader nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter) ha operato una analisi a tre livelli:

- prezzi medi per pollice;
- modelli unici;
- obsolescenza media.

Nel 2021 erano disponibili alla vendita oltre 2.200 diversi modelli unici di televisori. Una gamma che ricorda per estensione il mercato degli smartphone. Nel 93% si tratta di modelli con display Lcd/Led. Sono una minoranza (in volume ma meno in termini di fatturato visto l'alto valore unitario) i modelli che utilizzano la più moderna tecnologia Oled. Più di metà dei modelli (1.251 per la precisione) hanno una dimensione pari o inferiore a 50 pollici. Un quarto (515) pari o inferiore a 33 pollici.

La dinamica dei prezzi nel corso del 2021 non è stata univoca. Rispetto al 2020 i prezzi dei modelli di fascia bassa (con dimensione inferiore a 50 pollici) è aumentato in media del 13%. Probabilmente le cause sono sia l'aumento dei costi degli input e logistici, che pesano proporzionalmente di più su modelli a minor valore aggiunto, sia la minore attenzione al prezzo creata dall'esistenza del bonus tv.

Viceversa nei modelli di fascia più alta per dimensione e tecnologia come gli Oled oltre i 65 pollici, si è visto all'opera il classico trend di riduzione di prezzo che accompagna i primi anni di inserimento delle tecnologie più avanzate. I prezzi in questa categoria nel 2021 sono scesi in media di quasi un terzo (32,4%) rispetto al 2020.


I TELEVISORI DI FASCIA ALTA PER DIMENSIONE E TECNOLOGIA E QUELLI SOTTO I 33 POLLIICI LCD/LED SONO DUE MERCATI DIVERGENTI CHE FANNO CAPO A SEGMENTI DI CLIENTELA DIVERSI PER CAPACITÀ DI SPESA, E AD ESIGENZE DIFFERENTI. MOLTE FAMIGLIE HANNO DUE TELEVISORI: UNA 'AMMIRAGLIA' SULLA QUALE SI È DISPOSTI A INVESTIRE E UN 'MULETTO' SUL QUALE SI È MENO PORTATI A SPENDERE.

Sono invece rimasti stabili i prezzi degli apparecchi Lcd/Led superiori ai 55 pollici. Un andamento simile (netta biforcazione fra gli apparecchi di fascia alta e quelli di fascia bassa) si nota anche a livello di obsolescenza.

Scarso rinnovo dell'offerta per i 'televisorini' di dimensione pari o inferiore a 33 pollici, tutti a tecnologia Lcd o Led che mediamente sono disponibili in catalogo da 729 giorni (oltre 2 anni).

Innovazione per i Tv Oled superiori ai 65 pollici che hanno una obsolescenza media di 487 giorni (poco più di 16 mesi) in netta riduzione rispetto al 2020.

Invece i TV Lcd\Led di dimensione pari o inferiore a 33 pollici risultano in commercio da quasi 2 anni (729 giorni in media). I produttori e i rivenditori non hanno rinnovato in maniera consistente l'offerta di prodotti, presumibilmente per la minore domanda da parte dei consumatori.

I televisori di fascia alta per dimensione e tecnologia e quelli sotto i 33 pollici Lcd/Led sono due mercati ormai divergenti che fanno capo a segmenti di clientela diversi per capacità di spesa, e ad esigenze differenti all'interno della stessa famiglia acquirente. Molte famiglie possiedono nella stessa casa di due televisori: una 'ammiraglia' sulla quale si è disposti a investire e un 'muletto' per il rinnovo del quale si è meno portati a spendere. (a.p.) 

RETAILER 'PRECETTATI' DAL RAEE

La struttura del Bonus Tv ha trasferito già nei primi mesi, 1 milione di televisori dalle abitazioni alla filiera del recupero e del riciclo controllato "A partire da ottobre 2021 le quantità portate nei centri RAEE è raddoppiata", ha affermato Giorgio Arienti, direttore generale di Erion Wee e già direttore del RAEE.

Nella categoria R3, quella che comprende i televisori, nel 2021 la raccolta dei RAEE è stata pari a 76.099 tonnellate: +22,21% rispetto al 2020. La raccolta nell'ultimo quadrimestre è aumentata del 52,9% rispetto allo stesso periodo del 2020. In media sono state ritirate poco più di 171 tonnellate di R3 al giorno nei primi mesi dell'anno, che diventate quasi 278 nell'ultimo quadrimestre.

In questo periodo si assiste quindi ad un incremento del 62,45% del carico ritirato quotidianamente, che porta la raccolta dell'ultimo quadrimestre a pesare per quasi il 50% della raccolta annuale di questo raggruppamento.

I Centri non erano stati potenziati e non sempre sono in grado di accogliere questa tipologia di rifiuti, si tratta in misura importante di pesanti e voluminosi apparecchi a tubo catodico. L'onere logistico ricade quindi sui retailer che sono tenuti a creare dei 'Luoghi di raggruppamento' nei quali stoccare i modelli ritirati in attesa di consegnarli ai Centri RAEE con tutti i costi del caso. Il proseguimento del Bonus Tv fa temere che questi 'luoghi' siano destinati a gestire per molti mesi quei milioni di televisori che le piattaforme RAEE non saranno in grado di lavorare. L'associazione di categoria Aires ha già inviato al Centro di coordinamento RAEE una lettera di protesta nella quale sottolinea i costi, i danni e i rischi amministrativi e penali legati a questa funzione impropriamente scaricata sui retailer.

Quello dei televisori è solo uno dei problemi che stanno sorgendo nel riciclo di materiali. La raccolta dei RAEE in Italia ha chiuso il 2021 con numeri in crescita: si parla di 381.000 tonnellate per l'anno: un aumento poco superiore al 4% sul 2020 che risulta inferiore alle aspettative. Molti temono che la debole crescita nasconda il rafforzamento del canale parallelo: operatori che acquisiscono l' 'usato' attirati dall'aumento dei prezzi delle materie prime e lo riciclano non necessariamente seguendo le migliori pratiche ambientali.