

UPTRADE

MARZO 2023
WWW.E-DUESSE.IT

PEOPLE # TECHNOLOGY # DESIGN

CHAT GPT

COS'È, COME FUNZIONA
E CHE IMPATTO AVRÀ SULLA CE

SPECIALE

UNA NUOVA IDEA
DI HOME COMFORT



IN ALLEGATO

LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE
23° EDIZIONE

LA GEOGRAFIA DEL RETAIL 2022

UNA FOTOGRAFIA AGGIORNATA DELL'EVOLUZIONE DELLE INSEGNE DEL CANALE ELDOM IN ITALIA

VOLANTINI PIÙ RICCHI NEL 2022

L'annuale analisi di QBerg riflette l'evoluzione del mercato in un anno particolarmente difficile. I brand hanno aumentato il ricorso allo strumento in modo più o meno omogeneo

Con Qpoint®Flyer, QBerg analizza in tempo reale i 'volantini' promozionali nel settore dei beni durevoli pubblicati da catene e gruppi di acquisto, iper e supermercati, cash & carry, home store e catene specializzate in IT e games. Ogni anno l'istituto di ricerca 'tira le somme' di tutti gli interventi promozionali dei brand avvenuti nel corso dell'anno precedente, producendo una classifica dei primi 100 brand per presenze chiamata QBerg®100 Flyer.

La presenza di una referenza su un volantino, prima ancora della promozionalità ad esso associata, è il punto di arrivo di una serie di scelte di marketing anche tattiche se non occasionali, che discendono dalle valutazioni del brand sulla singola referenza promozionata o comunque resa presente sul volantino. La somma di tutte queste presenze però riflette orientamenti strategici dei brand stesso, tanto è vero che - al contrario dei prezzi, delle promozioni e degli assortimenti proposti, che variano quasi di giorno in giorno - la classifica QBerg100 Flyer si muove in modo relativamente lento: le variazioni più frequenti nel ranking sono più spesso nell'ordine di 1 o 2 posizioni, specialmente nella fascia alta. Anche se QBerg non distingue (nella documentazione resa pubblica) le diverse categorie di prodotto, analizzando la classifica è possibile intuire le tendenze della promozionalità di aree diverse del mercato.

La presenza su un volantino rappresenta in-

fatti il punto di incontro fra la disponibilità dei produttori a promuovere una o più tra le loro referenze e l'interesse che il retailer ritiene di poter riscuotere presso il pubblico utilizzando brand di forte richiamo.

QBerg misura anche l'intensità della promozione cioè il numero di prodotti presenti su ogni volantino e il numero di punti vendita associati alla promozione. Ebbene l'intensità è aumentata di quasi il 20%. Insomma volantini sempre più 'pesanti' epotenzialmente più impattanti sulle scelte del consumatore finale.

LA CONCENTRAZIONE: IL 27% AI PRIMI 5...

Il primo dato che emerge è la forte concentrazione dell'offerta promozionale. I 5 brand più presenti nei volantini relativi alle iniziative promozionali svolte nel 2022 (Samsung, Apple, LG, Xiaomi e Philips) hanno raccolto il 26,6% del totale delle presenze. Nel 2021 i top 4 erano gli stessi del 2022 mentre al quinto posto Philips ha sostituito Acer. Insieme sommarono il 26,63%. Esattamente la stessa percentuale.

Come nel 2021, anche quest'anno troviamo al primo posto il colosso dell'elettronica Samsung (11,28%), mentre Apple guadagna una posizione rispetto al 2021 (4,44%), a discapito della sudcoreana LG che si aggiudica la medaglia di bronzo (4,34%). A seguire Xiaomi (3,64%) e Philips (2,94%).

...E IL 38% AI PRIMI 10

Se estendiamo l'analisi ai primi 10 brand si arriva al 38% del carico promozionale. Il livello di concentrazione è identico rispetto al 2020 e al 2021. Questa invarianza indica

che, nonostante le differenti situazioni della domanda, il volantino rimane un elemento di continuità nel mix di strumenti adottati da marchi molto differenti. Tra il 5° e il 10° posto la variazione più importante è la discesa di Sony che perde tre posizioni e la crescita di Lenovo che passa dal 12° all'8° posto. Nella fascia tra l'11° e il 20° posto le differenze si assottigliano e basta qualche decimo di punto percentuale per scalare posizioni. Acer si è dimostrata particolarmente aggressiva nel 2022 ed è passata dal 27° posto al 14°. Ancora di più Electroline che sale 27 posizioni arrivando alla 20°, mentre Whirlpool nel 2022 ha staccato leggermente il piede dall'acceleratore delle promozioni scendendo di 6 posizioni come Mediacom.

La 'ripresa' più significativa in termini di ranking è quella di SBS che sale di 37 posizioni, seguita dalla già citata Electroline, da Garmin (+19 posizioni), Logitech (+16) e Acer (+13).

PROMOZIONI: CONFRONTO FRA IL 2021 E IL 2022

Nel complesso i Top100 rappresentano ben l'88,41% dei brand presenti sui flyer. Scendono ancora i prodotti unbranded (0,71%) raggiungendo la 37° posizione.

Nel 2021 erano state avviate 9.690 iniziative promozionali che hanno riguardato 292 mila prodotti. Nel 2022 i volantini sono stati 9527, pochi di meno. Nonostante il 2022 e il 2021 abbiano mostrato condizioni di mercato completamente differenti, sia per quel che riguarda le tipologie più richieste, sia

per quel che riguarda la dinamica del mercato (molto performante il 2021, in forte frenata il 2022 soprattutto a partire da aprile), le differenze nel ranking dei marchi da un anno all'altro risultano abbastanza limitate, soprattutto nella parte alta della classifica.

UN PRODOTTO PROMOZIONATO SU 9 È A MARCHIO SAMSUNG

Samsung mantiene la stessa assoluta leadership nell'uso del volantino come strumento promozionale; più di un prodotto su 9 presentato nei volantini appartiene al colosso coreano, mentre Apple aumenta di un paio di decimi di punto la sua presenza, I primi brand italiani nella classifica sono De'Longhi e Hotpoint Ariston, a pari merito con l'1,27% delle presenze.

CATEGORIE: PIÙ BRUNO, MENO GED

In linea generale sembra di intuire una presenza molto maggiore nel 2022 dell'elettronica vera e propria (smartphone e hardware e una relativa debolezza degli elettrodomestici. Gli smartphone rimangono però il prodotto principe 'sempreverde' del volantino per la loro capacità di attrazione soprattutto rispetto a certe fasce di consumatori (tutti potremmo aver voglia di cambiare il cellulare in qualsiasi momento mentre lo stesso non vale per un frigorifero o una lavastoviglie) e per l'alternarsi di aggressive politiche commerciali da parte dei produttori.

Va anche detto che nel 2022, soprattutto nella prima parte dell'anno, i brand non sempre sono riusciti a produrre quanto desideravano a causa della mancanza di componenti o di ritardi nelle catene logistiche. E questo ha fermato iniziative promozionali che altrimenti sarebbero state messe in atto.

Nel 2023 il mercato cambia volto: i prezzi sono aumentati di molto e ora, in via di diminuzione la pressione sui costi degli input (i chip sono crollati, i noli marittimi anche e presto anche l'energia inciderà meno) si apre la possibilità di proporre al mercato sconti importanti. O sarà meglio invece attuare una riduzione 'orizzontale' di tutti i prezzi a livello di brand o di insegna commerciale? Scelte difficili ma una cosa è sicura: per condividerle con la clientela potenziale non si rinuncerà al vecchio caro 'volantino'. (a.p.)



I 20 BRAND PIÙ SPESSO PRESENTI NEI VOLANTINI 2022

Posizione	Brand	Quota	differenza su ranking 2021	
1	Samsung	11.28%	→	=
2	Apple	4.44%	↑	+ 1
3	LG	4,34%	↓	- 1
4	Xiaomi	3.64%	↑	+ 1
5	Philips	2.94%	↑	+ 2
6	HP	2.93%	→	=
7	Sony	2.79%	↓	- 3
8	Lenovo	2.25%	↑	+ 4
9	Nintendo	2.11%	↓	- 1
10	Rowenta	1.90%	↑	+ 1
11	Oppo	1.74%	↑	+ 6
12	Microsoft	1.73%	↑	+ 6
13	Bosch	1.61%	→	=
14	Acer	1.50%	↑	+ 13
15	Mediacom	1.50%	↓	- 6
16	Whirlpool	1.43%	↓	- 6
17	De'Longhi	1.27%	↑	+ 3
18	Hotpoint Ariston	1.27%	↓	- 2
19	Electrolux	1.21%	↓	- 5
20	Electroline	1.19%	↑	+ 27

Dati 2022 Fonte: Qberg Flyer 100.