

ANALISI

COME CAMBIA IL LINEARE
TRA NORD, CENTRO E SUD?

REDDITIVITÀ E MARGINI

COME AUMENTARLI
CON LA DATA DRIVEN STRATEGY

SOUNDBAR E SPEAKER

COME E PERCHÉ PUNTARCI

L'ELDOM CHE VERRÀ

IN UN CONTESTO PARTICOLARMENTE SFIDANTE LE INSEGNE DANNO PROVA DI GRANDE REATTIVITÀ E GIOCANO LA CARTA DEL CAMBIAMENTO. MA IL RETAIL RIUSCIRÀ A EVOLVERSI CONTINUANDO A MANTENERE INALTERATO IL SUO DNA? LE STRATEGIE DI EURONICS, MEDIAWORLD, GRE E UNIEURO IN 4 INTERVISTE ESCLUSIVE



COME CAMBIA IL LINEARE FRA NORD, CENTRO E SUD

I DATI RACCOLTI DA **QBERG** PERMETTONO DI VALUTARE L'EVOLUZIONE DELL'OFFERTA TRA IL I SEMESTRE 2022 E IL I SEMESTRE 2023 RELATIVAMENTE A QUATTRO CATEGORIE: FRIGORIFERI, LAVATRICI, PIANI COTTURA E FORNI. I RISULTATI MOSTRANO UNA DINAMICA MOLTO DIVERSA FRA REGIONE E REGIONE

a cura della Redazione, in collaborazione con QBERG

Un solo anno di distanza dal I semestre 2022 al gennaio-giugno 2023, un anno però in cui lo scenario Eldom è cambiato radicalmente. Nell'inverno scorso proseguiva l'onda lunga del boom post-pandemia. In primavera le prime preoccupazioni per la guerra contrastavano le vendite trainate dalle ristrutturazioni agevolate dai bonus e dall'allestimento di abitazioni da destinare ad affitti brevi. Poi la paura per l'impennata nei prezzi dell'energia e quindi la perdita di potere d'acquisto legata all'inflazione.

Come è cambiata, regione per regione in questi 12 mesi l'offerta in store di Catene, Ipermercati, Gruppi d'acquisto relativamente a Frigoriferi, Lavatrici, Forni e Piani cottura? UpTrade lo ha chiesto a **QBERG**, 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).

In sintesi, il numero delle referenze uniche è aumentato nel settore dei frigoriferi, diminuito nelle lavatrici, molto diminuito nei piani cottura mentre è cresciuta in modo importante l'offerta di forni.

Il dato anche aggregato è importante "perché l'aumento o la diminuzione nel numero di referenze in una categoria segnala che la categoria è in espansione, in stasi o in contrazione produttiva e commerciale",

spiega **Riccardo Chechi**, Co-founder e sales manager di QBERG, "quando aumenta il numero di referenze di una categoria significa che le aziende stanno investendo in nuove linee di produzione e in nuove campagne commerciali e di comunicazione. E se ci stanno investendo significa che ci credono. Stessa dinamica per i retailer: anche loro danno più spazio espositivo a categorie di prodotto che reputano maggiormente in crescita di interesse per il loro pubblico".

GRANDI VARIAZIONI DA REGIONE A REGIONE

In linea generale per le categorie analizzate, così come per molte altre, la profondità di gamma varia molto da regione a regione.

Ovviamente le regioni più popolate e quindi con un maggior numero di punti vendita presentano un'offerta più ampia di quelle con meno abitanti.

Ma le cose non sono così semplici. L'Emi-



Riccardo Chechi, Co-founder e sales manager di QBERG

lia Romagna ha quasi gli stessi abitanti del Piemonte (4,4 contro 4,2 milioni) e meno della metà della Lombardia (10 milioni) eppure nelle categorie considerate l'offerta degli store emiliano-romagnoli è di poco più ampia di quella riscontrabile in Lombardia e nettamente superiore a quella del Piemonte. Le variabili da tenere in considerazione quindi sono diverse.

"In effetti l'ampiezza dell'offerta non è guidata dalla popolazione", conferma Riccardo Chechi, "spesso riscontriamo nelle regioni e nelle province con il reddito più alto una maggiore varietà di offerta rispetto ad aree con un reddito minore. Anche se negli ultimi

anni notiamo anche al Sud una maggiore attenzione alla segmentazione del mercato dei consumatori e quindi della varietà dell'offerta".

LA RISCOSSA DEL SUD

Guardando i dati accorpati per area, sembra di notare una dinamica più forte nelle regioni del Sud che riducono il distacco comunque molto marcato rispetto al Centro e al Nord.

"La minore profondità di gamma riscontrabile anche nelle regioni popolate del Meridione è un fenomeno determinato da un insieme di fattori: le minori dimensioni dei

punti vendita, la presenza inferiore di prodotti di fascia alta in esposizione e la presenza più ridotta sul territorio di megastore", nota il Co-founder e Sales Director di QBerg.

Probabilmente la 'riscossa' dell'Eldom meridionale va messa in relazione con la crescita del retail organizzato nell'area. Più aperture, graduale sostituzione dei piccoli negozi indipendenti con store più grandi appartenenti a catene, maggiore concorrenza insomma portano i retailer a distinguersi anche ampliando l'offerta a un numero maggiore di brand o incrementando la profondità di gamma.

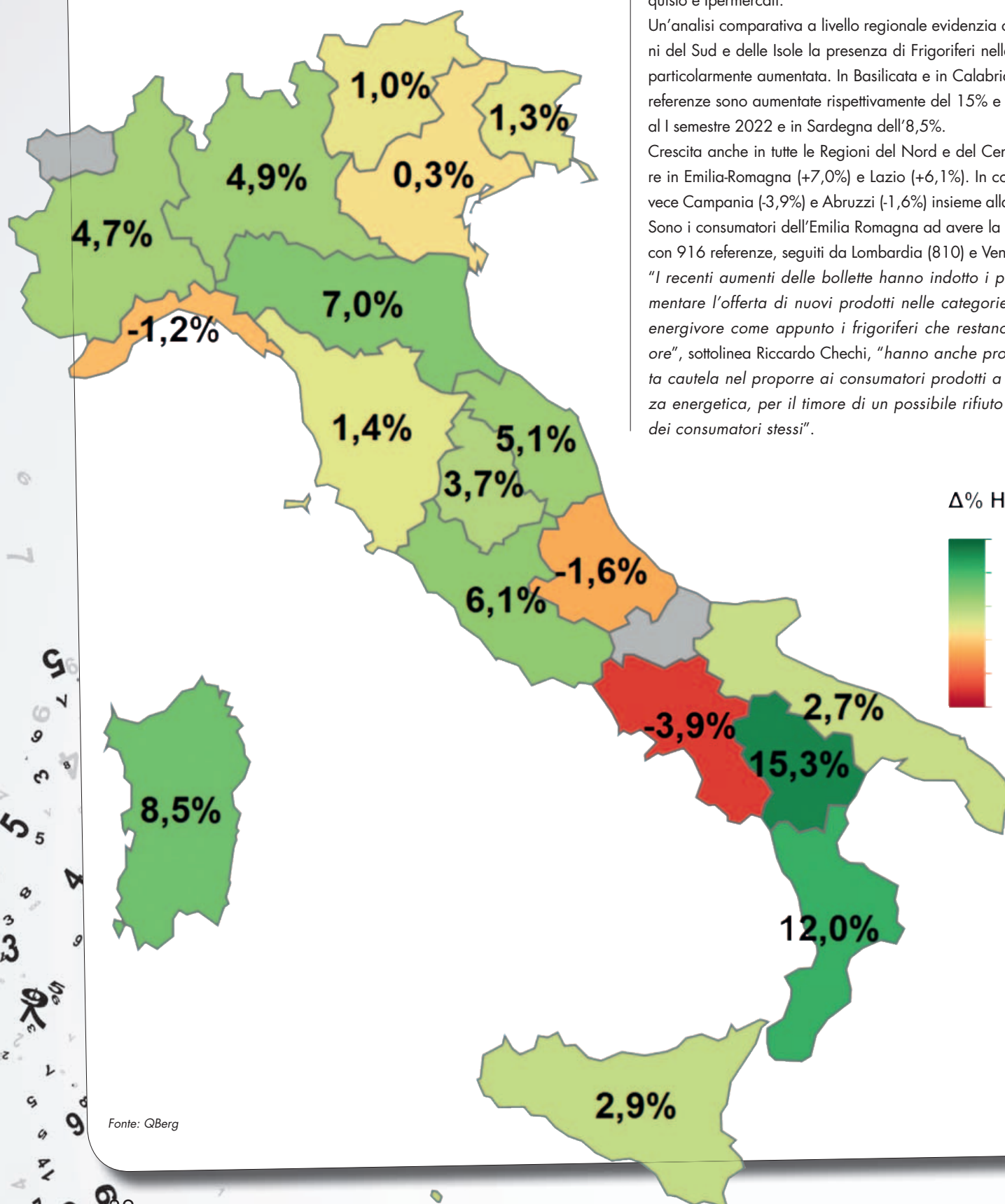
REFERENZE UNICHE IN VENDITA NEGLI STORE ELDOM
(SOMMA DEI DATI RELATIVI ALLE REGIONI NELL'AREA CONSIDERATA)

FRIGORIFERI			
	Gen-giu 2023	Gen-giu 2022	Variazione
NORD	4.109	3.979	3,3%
CENTRO	3.353	3.211	4,4%
SUD	2.332	2.232	4,5%
LAVATRICI			
	Gen-giu 2023	Gen-giu 2022	Variazione
NORD	4.650	4.732	1,7%
CENTRO	3.787	3.748	1,0%
SUD	2.862	2.839	0,8%
PIANI COTTURA			
	Gen-giu 2023	Gen-giu 2022	Variazione
NORD	2.021	2.046	-1,2%
CENTRO	1.610	1.647	-2,3%
SUD	1.131	1.070	5,7%
FORNI			
	Gen-giu 2023	Gen-giu 2022	Variazione
NORD	1.446	1.389	4,1%
CENTRO	1.196	1.081	10,7%
SUD	815	790	3,2%
TOTALE			
	Gen-giu 2023	Gen-giu 2022	Variazione
NORD	12.226	12.145	0,7%
CENTRO	9.946	9.687	2,7%
SUD	7.140	6.931	3,0%

Fonte: QBerg

Frigoriferi: quasi 1.500 modelli unici

Campania in controtendenza



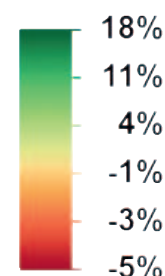
Tra il I semestre 2022 e il I semestre 2023 l'esposizione di referenze per i Frigoriferi è aumentata del 7,2% arrivando a 1.439 modelli. Si tratta del grande elettrodomestico con il maggior numero di Modelli Unici presenti in Italia all'interno degli Store di Catene, Gruppi di Acquisto e Ipermercati.

Un'analisi comparativa a livello regionale evidenzia come nelle regioni del Sud e delle Isole la presenza di Frigoriferi nelle esposizioni sia particolarmente aumentata. In Basilicata e in Calabria per esempio le referenze sono aumentate rispettivamente del 15% e del 12% rispetto al I semestre 2022 e in Sardegna dell'8,5%.

Crescita anche in tutte le Regioni del Nord e del Centro, in particolare in Emilia-Romagna (+7,0%) e Lazio (+6,1%). In controtendenza invece Campania (-3,9%) e Abruzzi (-1,6%) insieme alla Liguria (-1,2%). Sono i consumatori dell'Emilia Romagna ad avere la scelta più ampia con 916 referenze, seguiti da Lombardia (810) e Veneto (757).

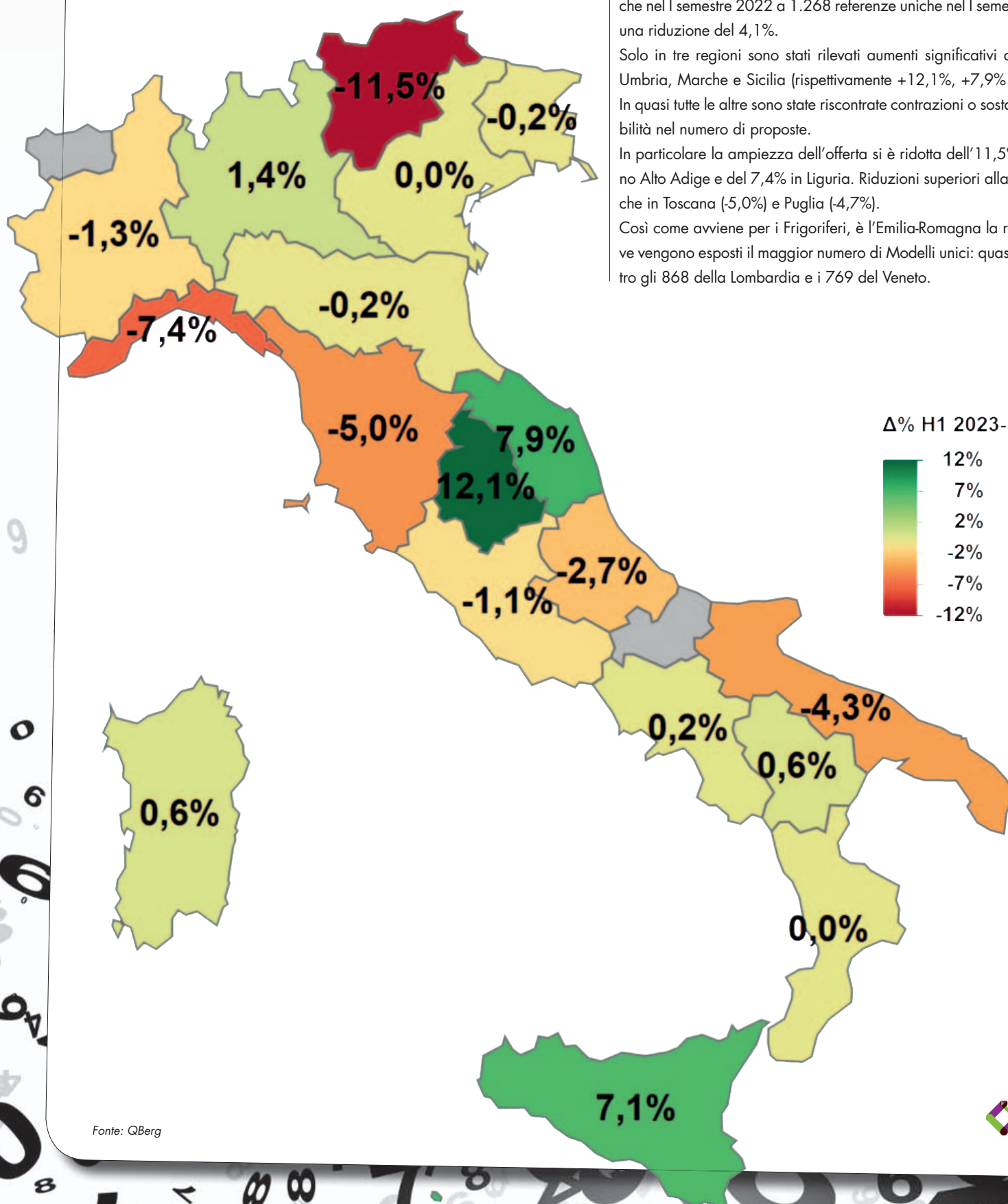
"I recenti aumenti delle bollette hanno indotto i produttori ad aumentare l'offerta di nuovi prodotti nelle categorie maggiormente energivore come appunto i frigoriferi che restano accesi per 24 ore", sottolinea Riccardo Chechi, "hanno anche provocato una certa cautela nel proporre ai consumatori prodotti a minore efficienza energetica, per il timore di un possibile rifiuto futuro da parte dei consumatori stessi".

$\Delta\%$ H1 2023-H1 2022



Lavatrici: l'offerta si riduce

Umbria e Sicilia a pieni giri



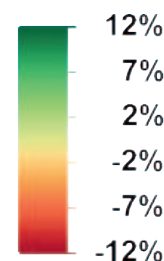
Le Lavatrici, che nel I semestre 2022 contendevano ai Frigoriferi il maggior numero di modelli unici in esposizione negli Store italiani, hanno invece registrato una contrazione passando dalle 1.322 referenze uniche nel I semestre 2022 a 1.268 referenze uniche nel I semestre 2023: una riduzione del 4,1%.

Solo in tre regioni sono stati rilevati aumenti significativi dell'offerta: Umbria, Marche e Sicilia (rispettivamente +12,1%, +7,9% e +7,1%). In quasi tutte le altre sono state riscontrate contrazioni o sostanziale stabilità nel numero di proposte.

In particolare la ampiezza dell'offerta si è ridotta dell'11,5% in Trentino Alto Adige e del 7,4% in Liguria. Riduzioni superiori alla media anche in Toscana (-5,0%) e Puglia (-4,7%).

Così come avviene per i Frigoriferi, è l'Emilia-Romagna la regione dove vengono esposti il maggior numero di Modelli unici: quasi mille contro gli 868 della Lombardia e i 769 del Veneto.

Δ% H1 2023-H1 2022

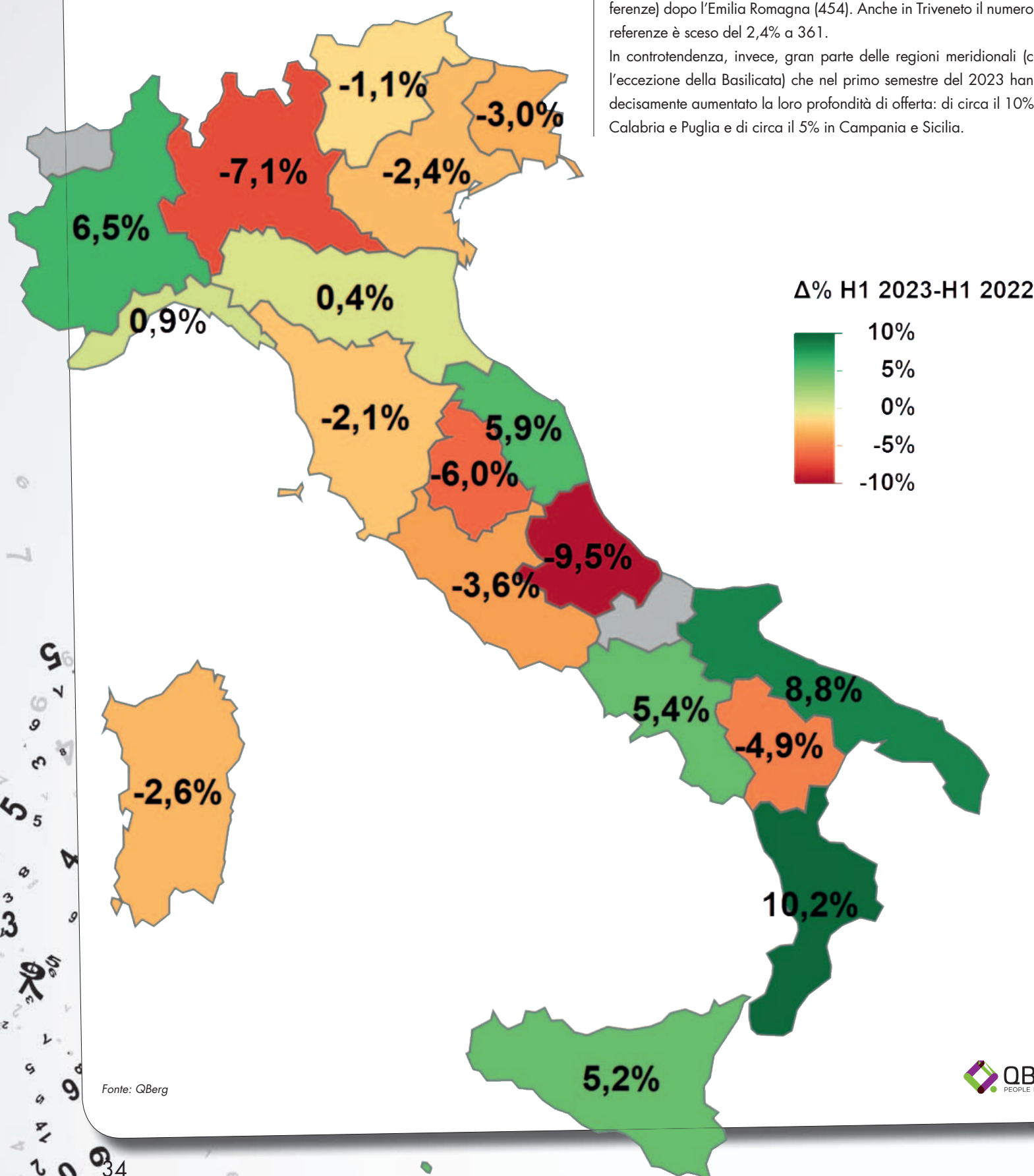


Piani cottura: gamme meno profonde

Il calo si concentra in Lombardia

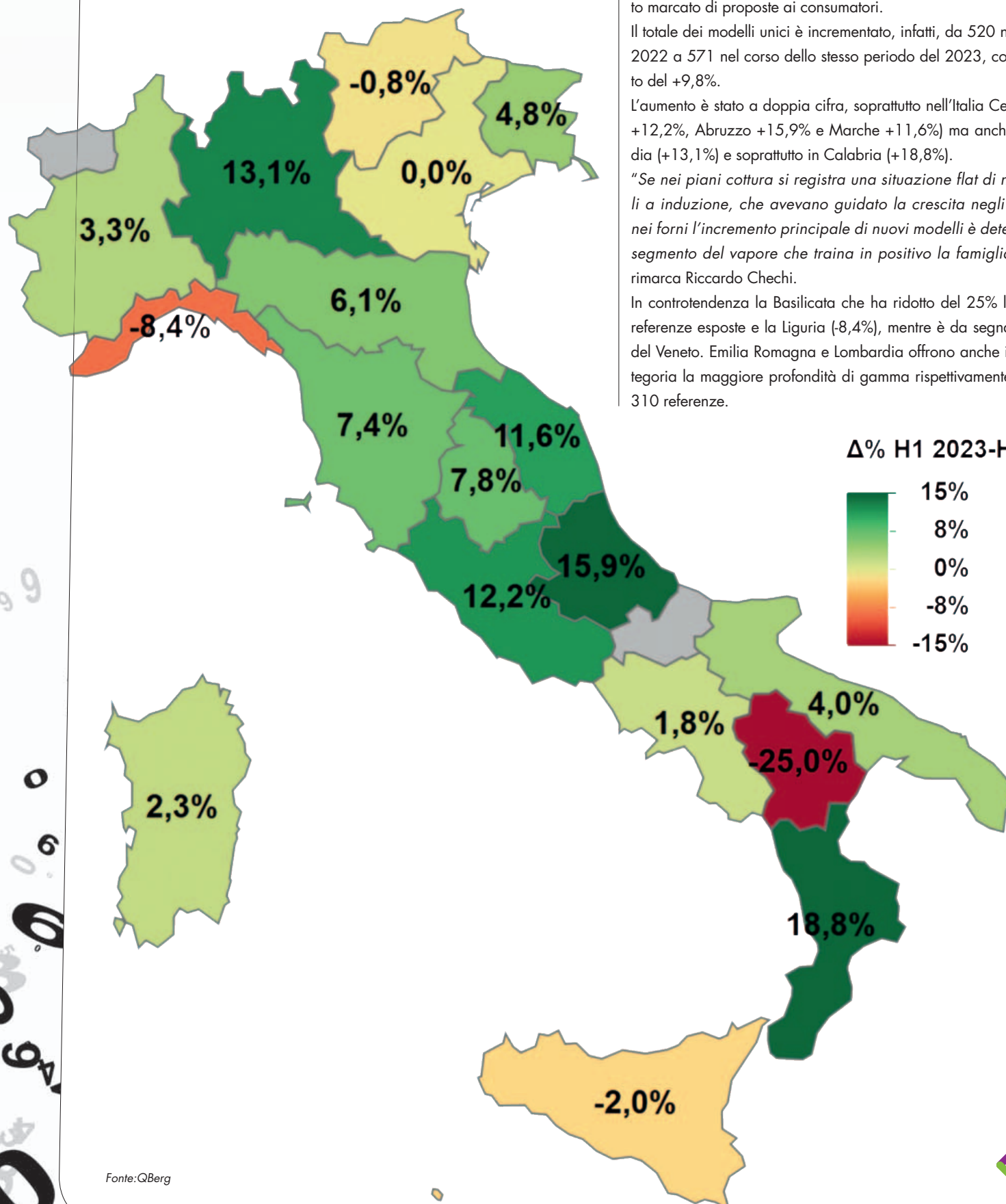
Anche i Piani Cottura registrano contrazioni nel numero di Modelli unici che sono scesi del 5,5% a 751 rispetto allo stesso periodo del 2022. La flessione appare dovuta soprattutto al minor numero di modelli esposti in Lombardia (-7,1%), la regione con la gamma più ampia (394 referenze) dopo l'Emilia Romagna (454). Anche in Triveneto il numero di referenze è sceso del 2,4% a 361.

In controtendenza, invece, gran parte delle regioni meridionali (con l'eccezione della Basilicata) che nel primo semestre del 2023 hanno decisamente aumentato la loro profondità di offerta: di circa il 10% in Calabria e Puglia e di circa il 5% in Campania e Sicilia.



Forni: aumento del 10% grazie al vapore

Abruzzo a tutto gas



Delle quattro categorie analizzate, quella dei Forni è l'unica che tra il primo semestre del 2022 e quello del 2023 ha evidenziato un aumento marcato di proposte ai consumatori.

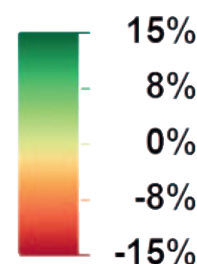
Il totale dei modelli unici è incrementato, infatti, da 520 nel I semestre 2022 a 571 nel corso dello stesso periodo del 2023, con un aumento del +9,8%.

L'aumento è stato a doppia cifra, soprattutto nell'Italia Centrale (Lazio +12,2%, Abruzzo +15,9% e Marche +11,6%) ma anche in Lombardia (+13,1%) e soprattutto in Calabria (+18,8%).

"Se nei piani cottura si registra una situazione flat di nuovi modelli a induzione, che avevano guidato la crescita negli ultimi anni, nei forni l'incremento principale di nuovi modelli è determinato dal segmento del vapore che traina in positivo la famiglia prodotto", rimarca Riccardo Chechi.

In controtendenza la Basilicata che ha ridotto del 25% le già poche referenze esposte e la Liguria (-8,4%), mentre è da segnalare la stasi del Veneto. Emilia Romagna e Lombardia offrono anche in questa categoria la maggiore profondità di gamma rispettivamente con 314 e 310 referenze.

Δ% H1 2023-H1 2022



Fonte: QBERG

QBERG
PEOPLE BEYOND DATA

UpTrade