

INDEX & MONITORING

BENI DUREVOLI

osservatorio trimestrale in collaborazione con GfK a cura di **Monica Renna**

RF Per uno sguardo allargato sugli argomenti trattati in questo articolo, vi segnaliamo i seguenti Percorsi di lettura:

www.largoconsumo.info/072008/PL-0708-007.pdf (Articoli fotografici)

www.largoconsumo.info/012009/PL-0109-005.pdf (Elettrodomestici bianchi)

www.largoconsumo.info/052009/PL-0509-003.pdf (Informatica ed elettronica di consumo)

www.largoconsumo.info/102008/PL-1008-008.pdf (Piccoli elettrodomestici)

Nel quarto trimestre 2009, il valore del mercato dei technical consumer goods, monitorato da GfK Temax Italia, ammonta a 6,132 milioni di euro. L'elettronica di consumo è il settore di punta del mercato italiano che, grazie all'indotto relativo al passaggio al digitale terrestre, è interessato da un incremento pari al 16,5%.

Perdite e guadagni

Altri comparti che negli ultimi mesi del 2009 hanno registrato trend positivi rispetto all'ultimo trimestre 2008 (quasi tutti grazie al contributo di pochi prodotti "innovativi") sono: office equipment, che ha rilevato una crescita del 5,2%, e telefonia, che è cresciuta del 2,1%.

Chiudono il 2009 con un ulteriore trimestre in perdita tutti gli altri settori tra cui: grandi elettrodomestici (-1,0%), piccoli elettrodomestici (-3,4%), informatica (-5,3%) e fotografia (-10,7%).

Elettronica di consumo ancora in crescita

Dopo un inizio anno tutto sommato negativo, l'elettronica di consumo si confer-

ma nel quarto trimestre 2009 il settore di punta del mercato dei durevoli, con un volume d'affari pari a 1,921 milioni di euro (oltre il 30% del mercato) e un trend del 16,5%.

A trainare il settore sono i televisori lcd e i set top boxes, acquisto reso necessario dalla nuova modalità di trasmissione televisiva.

Tra i tv lcd è interessante evidenziare il notevole incremento delle vendite del segmento full hd, che nel 2009 rappresenta a volume circa il 30% del totale venduto e a valore il 50%. Si tratta di una crescita che sembra destinata a proseguire, considerato l'elevato numero di Regioni italiane che nel 2010 passeranno definitivamente dalla tv analogica a quella digitale.

Office equipment & consumabili

Il comparto office equipment chiude il quarto trimestre con un giro d'affari complessivo di 454 milioni di euro e un trend del 5,2%. Il prodotto protagonista di questa crescita è il mondo delle cartucce, le cui vendite si concentrano per lo più su

segmenti con prezzo medio più elevato, con una riduzione dei volumi generati dai segmenti basso di gamma. Le stampanti multifunzione, che nei mesi scorsi avevano evidenziato trend positivi a seguito del processo di sostituzione delle stampanti tradizionali, si stabilizzano su valori già osservati nell'ultimo trimestre del 2008.

Telefonia: smartphone il regalo più ambito

Il quarto trimestre 2009 per il settore telefonia segna un trend positivo pari al 2,1% e un giro d'affari complessivo di 962 milioni di euro. In particolare lo smartphone, che va sempre più a sostituire i telefoni cellulari meno evoluti, conferma la propria crescita a ritmi superiori al 100%. Questo effetto di sostituzione ha generato nell'ultimo trimestre 2009 un saldo positivo di 30 milioni di euro.

In un mercato come quello italiano, in cui il numero di cellulari in circolazione superava la popolazione residente, il giro d'affari generato dalle vendite di smartphone può ribaltare le sorti del settore. Al contrario, si sono

registrati evidenti cali per tutti gli altri prodotti del comparto.

I grandi elettrodomestici

Un giro d'affari di 1,073 milioni di euro e un calo del -1,0%. Questi i numeri del comparto grandi elettrodomestici riferiti all'ultimo trimestre 2009.

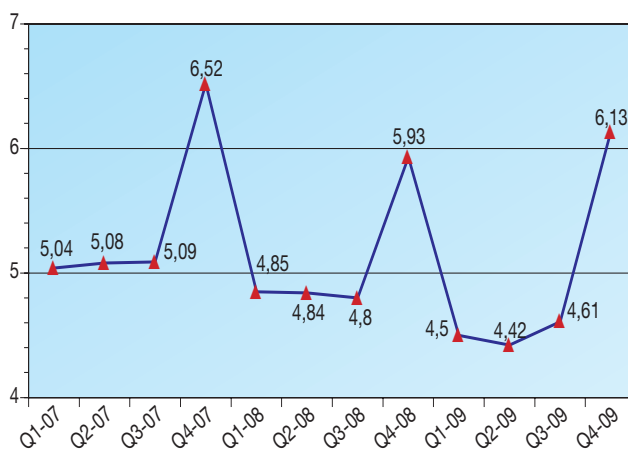
Tra gli articoli che hanno contribuito a trascinare l'intero mercato su trend negativi, i "prodotti legati al lavaggio" presentano il calo minore, moderando, seppure in modo relativo, l'andamento generale. In particolare, le lavatrici nell'ultimo trimestre 2009 mostrano un lieve tasso di crescita, grazie all'aumento di prodotti alto di gamma con elevata capacità di carico e classe di efficienza energetica superiore.

Il fenomeno dell'erosione dei prezzi (parallelamente si rileva un'innovazione di prodotto in termini di capacità di carico e di consumo energetico e una graduale diminuzione del prezzo dei prodotti dotati di queste caratteristiche), che ha avuto inizio alcuni mesi fa, continua a crescere con un tasso accelerato in quest'ultimo trimestre.

I piccoli elettrodomestici

Il comparto relativo ai piccoli elettrodomestici ha registrato negli ultimi tre mesi del 2009 vendite a valore per 429 milioni di euro e una variazione negativa del 3,4% rispetto allo stesso periodo del 2008. Dopo qualche mese caratterizzato da un calo delle vendite, gli aspirapolvere tornano a crescere: sebbene il segmento dominante resti il carrello, si registra una tendenza positiva per il mondo delle

LE VENDITE A VALORE IN ITALIA DEI TECHNICAL CONSUMER GOODS



Fonte: GfK

Largo Consumo

INDEX & MONITORING

BENI DUREVOLI

scope elettriche. Soddisfacente la performance delle macchine per il caffè; crescono inoltre i prodotti legati al riscaldamento, i fornelli elettrici e i prodotti per l'igiene orale, anche se in misura decisamente inferiore.

Informatica in difficoltà

Il settore dell'informatica chiude il quarto trimestre 2009 a 1,072 milioni di euro e presenta una variazione negativa che si attesta al 5,3%.

Nel 2009 l'evoluzione del mercato mondiale dei personal computer è stata fortemente influenzata dalla crisi economica: la crescita a volume non è bastata a bilanciare la flessione a valore. Il trend generale del mercato è spiegato da una serie di dinamiche diverse. Mentre il segmento pc desktop ha invertito la tendenza positiva, il contributo alla crescita nel 2009 è arrivato dal segmento presidiato dai laptop. Questo risultato positivo si deve soprattutto alla buona performance di vendita dei netbook, la cui crescita è stata favorita da un prezzo medio più basso.

Soffre maggiormente e incide sul trend la vendita di prodotti informatici alle aziende. Una delle poche note positive di questo settore è associabile a una dimensione ludica: rispetto all'ultimo trimestre 2008 raddoppiano in modo deciso le vendite di accessori per i videogiochi.

Fotografia: male anche le reflex

Soffre più degli altri il comparto fotografico, che

IL QUADRO DI RIEPILOGO RELATIVO AI TECHNICAL CONSUMER GOODS: 2008-2009 (in milioni di euro)

	Q1 '08	Q2 '09	Q3 '09	Q4 '09	Q4 '09 Q4 '08	Q1-Q4 '09	Q1-Q4 '09 Q1-Q4 '08
					var. %	var. %	
Consumer Electronics (CE)	1.149	1.053	1.200	1.921	16,5%	5.324	1,7%
Foto (PH)	154	165	175	221	-10,7%	714	-9,9%
Grandi elettrodomestici (MDA)	873	986	981	1073	-1,0%	3914	-5,0%
Piccoli elettrodomestici (SDA)	299	336	354	429	-3,4%	1418	-4,1%
Information Technology (IT)	965	822	781	1072	-5,3%	3640	-5,8%
Telecomunicazioni (TC)	659	654	781	962	2,1%	3057	-3,6%
Office Equipment & Consumabili (OE)	403	398	338	454	5,2%	1592	-9,0%
GfK TEMAX@Italia	4502	4415	4610	6132	3,4%	19659	-3,7%

Fonte: GfK

Largo Consumo

ha chiuso il quarto trimestre 2009 con un trend negativo a due cifre, pari al 10,7%, per un controvalore di 221 milioni di euro. In questo settore si nota una forte contrazione dei volumi di vendita delle fotocamere compatte che, con prezzi medi tutto sommato stabili, si traduce in un'altrettanto marcata diminuzione del valore.

Il segmento reflex non riesce più a bilanciare le dinamiche delle compatte, poiché anche questo settore è in calo sia a volume sia nel prezzo medio.

Le cornici digitali continuano a crescere, ma rappresentano ancora un prodotto troppo marginale per poter

rivoltare il trend negativo dell'intero settore.

L'approfondimento dei trend

Come era immaginabile, il mercato dei technical consumer goods chiude l'anno in negativo, con una flessione pari al 3,7%. Anche l'Italia è tra i Paesi che risentono degli effetti della crisi economica.

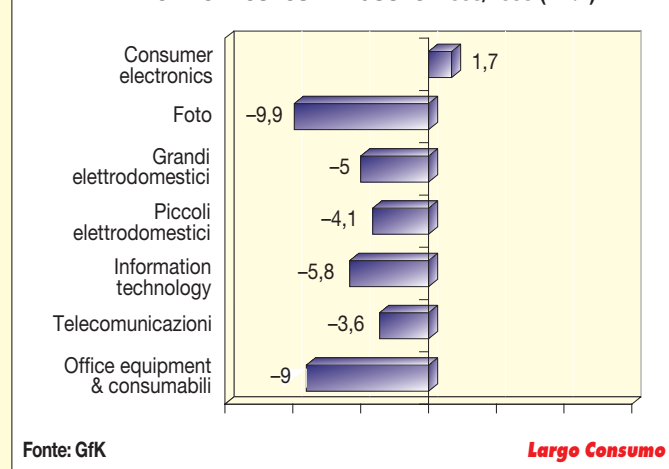
«Ancora una volta le tendenze (poche) positive nelle vendite rilevate negli ultimi mesi sono caratterizzate da chiari fenomeni di mercato che ne hanno sostenuto le vendite. Il più importante è certamente quello indotto

dallo switch-over e dallo switch-off da tv analogica a tv digitale, che ha spinto le vendite di set top boxes e flat tv. A questo si aggiungono i cambiamenti nello "stile di consumo" della tecnologia: da business a consumer, da fisso a mobile, da off line a on line. Gli effetti si registrano nell'inizio del fenomeno della sostituzione tra telefoni cellulari e smartphone, e in quella tra pc desktop e pc laptop, a sua volta fortemente sostenuta dai netbook. Rilevante è anche il successo di altri prodotti legati alla connettività, quali le connection card (le "chiavette" usb per connettersi a Internet). Un fattore importante permane, l'innovazione: in particolare nel periodo natalizio si è registrata una crescita per prodotti quali gli apparecchi blu ray (un mercato ancora tutto da sviluppare), il segmento full hd nei televisori, e le image frame (cornici digitali). Sorprende inoltre l'evoluzione positiva dei tv mount (staffe di montaggio tv), a rimorchio del successo dei flat tv.

Fenomeni indotti

Uel mondo dei grandi elettrodomestici si registrano segnali positivi per le sole lavabiancheria, tradizionalmente il mercato più grande del settore, che vive di trend di sostituzione. È invece negativo il settore relativo ai piccoli elettrodomestici, con poche eccezioni (aspirapolvere, macchine da caffè). In coda segnaliamo alcuni fenomeni indotti: crescono i mouse al traino dei netbook, e le periferiche di gioco al traino delle game console».

LE VARIAZIONI IN VALORE IN ITALIA DEI TECHNICAL CONSUMER GOODS: 2009/2008 (in %)



Fonte: GfK

Largo Consumo