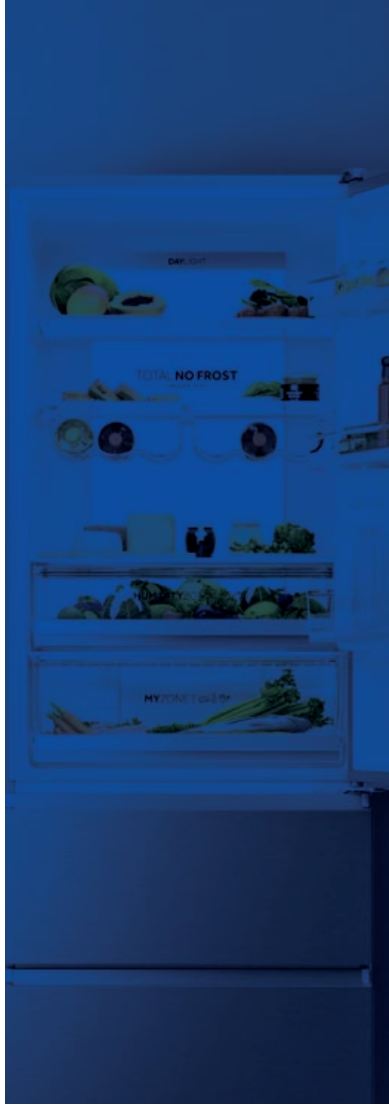


# UP TRADE

MAGGIO 2022  
WWW.E-DUESSE.IT

PEOPLE # TECHNOLOGY # DESIGN



**MISTERY**  
LA LAVASCIUGA?  
NON CONVINCERE L'ADDETTO

**L'INTERVISTA**  
MARCO VISCONTI, SBS

**MERCATO TV**  
SEMPRE PIÙ 4K E OLED



## I TOP SELLER

**BIANCO, PED, CLIMA & HI-TECH**

LE NOVITÀ PIÙ IMPORTANTI E I PRODOTTI  
CHE NON POSSONO MANCARE IN ESPOSIZIONE





vivo

RISALTARSI

V23 5G

con Dual Selfie Spotlight



vivo

OFFICIAL SMARTPHONE

vivo



Lega Pallavolo  
Serie A Femminile

TITLE SPONSOR

# OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

**IL RETAIL PUÒ  
UTILIZZARE IL  
TEMA 'CARO  
BOLLETTA' COME  
LEVA PER  
AUMENTARE LE  
VENDITE.**

# N

ella partite a scacchi, si sa, la prima mossa tocca ai pezzi bianchi. Nella partita epocale per ridurre i consumi di energia e gas il nostro settore ha davvero giocato la prima mossa, e non da oggi. Da tempo le aziende hanno imposto ai loro progettisti di rivedere ogni aspetto del funzionamento e del design dei prodotti nella direzione di un più efficiente utilizzo delle fonti di energia. Questo è avvenuto, sia nelle categorie più 'energivore' (il bianco) sia in quelle che - a causa di un utilizzo meno continuativo - incidono

meno sui consumi dell'utente finale.

Nonostante l'etichetta energetica abbia reso trasparenti e confrontabili questi aspetti, non sempre lo sforzo e gli investimenti in Ricerca e Sviluppo sono stati premiati dal mercato. Le insegne possono giocare dunque un ruolo molto importante su questo tema e utilizzare il caro bolletta, la classe energetica, il tema dell'efficienza e i nuovi prodotti come importati leve per aumentare le vendite.

Perché oggi non si tratta più solo di parlare al 'cuore', cioè alla sensibilità ecologica del cliente finale, ma al suo portafoglio, dato che in questi mesi l'aumento dei costi dell'energia (elettrica e gas) si scontra con una riduzione dei redditi disponibili.

Ed è proprio per questo che il venditore dovrebbe sensibilizzare il cliente su quello che in linguaggio business si chiama "total cost of ownership" di un prodotto, ovvero la somma del prezzo di acquisto e dei costi di gestione da affrontare nell'arco di vita del prodotto. Per il retail si è aperta quindi un'opportunità non da poco (ma che deve cavalcare velocemente se vuole sfruttarla): proporre ai clienti di rinnovare il loro parco elettrodomestici sostituendoli con modelli più nuovi e meno energivori.

Il benefit da sottolineare - e su cui far leva per spingere le vendite - è la possibilità di ammortizzare velocemente la spesa attraverso una forte e immediata riduzione della 'bolletta'. Per farlo, come sempre, avrà bisogno di tutto il supporto e il sostegno dell'industria che in più occasioni (anche nel numero che avete fra le mani) ha dichiarato di essere a fianco dei propri partner per fare cultura di settore e accompagnare il consumatore durante tutto il processo decisionale fino al miglior acquisto per le sue esigenze.

Vito Sinopoli



**SIETE GIÀ ISCRITTI ALLA NEWSLETTER  
CE E BIANCO&PED?**

COMPILA IL FORM

[HTTP://WWW.E-DUESSE.IT/USER/REGISTER](http://www.e-duesse.it/user/register)

PER RICEVERE GLI AGGIORNAMENTI SETTIMANALI  
SULLE ULTIME NOVITÀ DEL MERCATO



VI ASPETTIAMO ANCHE

**SULLA NOSTRA PAGINA FACEBOOK!**

CLICcate MI PIACE,  
COMMENTATE E CONDIVIDETE!



Marco Visconti,  
Direttore marketing di SBS

**10 NEWS**  
Cosa succede nel mercato

**16 RETAIL**  
Aperture e restyling

**20 ATTUALITÀ**  
IoT: quali opportunità  
per il retail?

**22 MISTERY SHOPPING**  
La lavasciuga?  
Non convince l'addetto

**32 INTERVISTA**  
The Next: SBS alza il velo  
sulle sue novità

**36 SCENARI**  
Mercato TV sempre  
più 4K e Oled



### SCARICA LA NOSTRA APP!

UPTRADE si può sfogliare su smartphone e tablet iOS e Android. Andate negli store dei vostri device e scaricate l'App gratuita: sarete così sempre puntualmente informati dove e quando vorrete.



# HUAWEI nova 9 SE

Be inspired, Be nova



SCARICA E AGGIORNA  
LE TUE APP PREFERITE  
DALLO STORE UFFICIALE HUAWEI



INSTALLA LE TUE  
APP PREFERITE  
IN UN TAP CON



## 78 OSSERVATORIO E-COMMERCE:

Le macchine fotografiche compatte

## 82 SI PARLA DI



### SPECIALE TOP SELLER

- 44 BIANCO
- 54 PED&CLIMA
- 66 HI-TECH

## UPTRADE

N. 5 Maggio 2022

E-mail [uptrade@e-duesse.it](mailto:uptrade@e-duesse.it)

Direttore Responsabile Vito Sinopoli

Coordinamento redazionale Arianna Sorbara

Hanno collaborato a questo numero: Marilena Del Fatti, Elena Gandini, Alberto Pattono, Mark Perna

Grafica e fotolito a cura di Emmegi Group  
Caposervizio redazione grafica Alda Pedrazzini

Coordinamento tecnico  
Paola Lorusso ([plorusso@e-duesse.it](mailto:plorusso@e-duesse.it))

Traffico  
Elisabetta Pifferi ([elisabetta.pifferi@e-duesse.it](mailto:elisabetta.pifferi@e-duesse.it))  
tel 0227796223

Pubblicazione mensile 9 numeri l'anno.  
Spedizione in abbonamento postale 45% art. 2  
Comma 20/B, legge 662/96 - Fil. Milano.  
Registrazione Tribunale di Milano n. 158 del  
10/05/2018 - Sezione stampa/Tribunale di Milano  
Iscrizione Registro Nazionale della Stampa n. 9380  
del 11/4/2001 - ROC n. 6794

Stampa Galli Thierry Stampa srl  
Prezzo di una copia € 1,55 - arretrati € 7,55  
+ spese postali. Abbonamento annuale per l'Italia  
€ 25,00 via ordinaria.

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14 Regolamento  
UE 2016 / 679 GDPR (General Data Protection Regulation)  
Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento dei dati  
personali, liberamente conferiti per fornire i servizi indicati.  
Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 /  
679 e per l'elenco di tutti gli addetti al trattamento, rivolgersi  
al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse  
Communication Srl - Viale Giulio Richard, 1/Torre A, 20143  
Milano. I dati potranno essere trattati da addetti incaricati  
preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e  
potranno essere comunicati a società esterne, per le spedizioni  
della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della  
rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata  
con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza  
l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se  
non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata  
di ottenere il copyright delle immagini pubblicate,  
nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore  
è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali  
spettanze.

DUESSE COMMUNICATION S.R.L.  
Viale Giulio Richard, 1/Torre A, 20143 Milano,  
tel. 02277961 - fax 0227796300  
([www.e-duesse.it](http://www.e-duesse.it))

Amministratore Unico  
Vito Sinopoli

Pubblicazioni Duesse Communication  
AB - ABITARE IL BAGNO, BABYWORLD,  
BEAUTY BUSINESS, BEST MOVIE, BOX OFFICE,  
BUSINESS PEOPLE, PROGETTO CUCINA, TIVÙ, TOY  
STORE, UPTRADE, VISION.BIZ, VOIÀ, YOU TECH

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIA DI SETTORE

### ABONNATI, TI CONVIENE!

SCOPRI TUTTE LE OFFERTE DI ABBONAMENTO SU:  
<http://abbonamenti.e-duesse.it>  
[servizioabbonamenti@e-duesse.it](mailto:servizioabbonamenti@e-duesse.it)  
Tel. 02/277961

# SAMSUNG

# The Frame



**Acceso è un TV. Spento è un quadro.**

Libera il tuo sguardo da artista con The Frame. La tecnologia QLED ti regala un'esperienza di visione ricca e incredibilmente realistica, grazie a miliardi di sfumature. Seleziona da Art Gallery l'opera d'arte che più ti rappresenta, scegli la cornice che si armonizza meglio con il tuo ambiente, personalizza l'esperienza di visione con un accessorio originale. Dai voce al tuo stile con The Frame.

[www.samsung.it/theframe](http://www.samsung.it/theframe)



**For better living.  
Designed in Sweden.**

Electrolux, nata in Svezia nel 1919, da oltre 100 anni semplifica ogni aspetto della tua vita quotidiana con elettrodomestici innovativi.

Guardiamo avanti, puntando sempre più in alto. Siamo un marchio orientato al futuro, adatto a persone che desiderano una vita più attiva, sana e sostenibile. Supportiamo chi ama la creatività e siamo al servizio di chi è molto esigente.

Perché sappiamo quanto sia importante l'ambiente di casa, il luogo dove trascorriamo gran parte della nostra quotidianità. In Electrolux, progettiamo soluzioni intuitive per migliorare la vita delle persone, ogni giorno.





## BSH



**LARS SCHUBERT**  
Chief Operating officer

Dal 1° aprile Lars Schubert è il Chief Operating officer di BSH Hausgeräte e membro del Board of Management. Il manager succede a Silke Maurer che ha lasciato l'azienda alla fine di marzo 2022. Schubert era stato in precedenza Chief Technology officer e membro del Consiglio di Amministrazione di BSH in Cina. Dopo aver studiato Ingegneria meccanica alla Università di Chemnitz-Zwickau, Schubert era entrato nel 1995 in BSH.



**FABIO GRAZIOLI**  
Head of Logistics and Procurement

Haier Europe ha nominato Fabio Grazioli Head of Logistics and procurement. Nel suo ruolo, il manager riporta direttamente al Ceo Yannick Fierling ed entra a far parte del Senior Leadership team di Haier Europe.

Dopo una Laurea in Management and Production engineering al Politecnico di Milano, ha ricoperto ruoli manageriali in Otis elevator e successivamente in Whirlpool. Prima del suo ingresso in Haier Europe, aveva ricoperto il ruolo di Vice president Supply chain and procurement BSH nella regione Mercati emergenti con headquarter in Turchia.

HAIER

## PHILIPS

**ANDREA CELLI**

Managing Director Italia, Israele e Grecia

Philips ha annunciato la nomina di Andrea Celli a Managing Director di Philips Italia, Israele e Grecia. Andrea Celli in Philips dal 2011, è stato Health Systems Sales e Service & Solution Delivery Leader, dopo essere stato alla guida della divisione Strategy e B2G. Si è laureato in Ingegneria elettronica all'Università La Sapienza di Roma e con un master MBA alla Sda Bocconi, Simona Comandè, dopo aver guidato l'azienda in Italia, Israele e Grecia dal 2019, ha assunto l'incarico di responsabile per Philips dell'area Southern Europe.



**VALENTINA FRACASSI**  
Marketing Manager

Sarà Valentina Fracassi quale Marketing manager a guidare la strategia di mercato Lenovo in Italia per l'intero business PC e smart devices. Laureata all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano in Comunicazione, prima di fare il suo ingresso in Lenovo nel 2019 in qualità di Consumer marketing manager, Valentina Fracassi aveva ricoperto ruoli di responsabilità nei dipartimenti marketing di Asus e Unicorn.

LENOVO



**ARMANDO DANELLI**  
Country Manager Sales

Armando Danelli è il nuovo Country manager sales di Panasonic. La sua responsabilità comprende, oltre all'Italia, ai Paesi dell'Est europeo. Lo comunica il manager sul suo profilo LinkedIn. Comasco, laureato in Economia aziendale e marketing internazionale in Bocconi, Armando Danelli ha iniziato la sua carriera in Unilever Italia quale GDO Account Manager. Entrato in Panasonic nel 2002 come direttore vendite della divisione batterie, ha poi diretto le vendite nel settore dei condizionatori e quindi della divisione 'bianchi' con la responsabilità per il trade marketing divenendo poi direttore vendite di tutta l'area Consumer.

PANASONIC ITALIA

oppo

# OPPO Find X5 Series 5G

Co-developed with *H A S S E L B L A D*

## Empower Every Moment

Video Ultra Night 4K | Processore NPU MariSilicon X



1. La serie OPPO Find X5 è composta da OPPO Find X5 Pro, OPPO Find X5, OPPO Find X5 Lite; 2. Solo OPPO Find X5 Pro and OPPO Find X5 sono co-sviluppati con la collaborazione di Hasselblad; 3. Solo OPPO Find X5 Pro e OPPO Find X5 supportano Ultra Night Video in 4K, il processore d'immagine (NPU) MariSilicon X; 4. Le immagini del prodotto sono solo a titolo illustrativo e possono subire modifiche rispetto al prodotto reale.

## NEL I TRIMESTRE CRESCE IL MERCATO DEI PERSONAL COMPUTER MA SCENDONO LE SPEDIZIONI

Il mercato dei PC ha avuto un buon inizio nel 2022 poiché i ricavi complessivi sono cresciuti di oltre il 15%, ma si rileva il primo calo trimestrale delle spedizioni anno su anno dal primo trimestre del 2020. Secondo gli ultimi dati Canalys sono diminuite del 3% annuo a 80,1 milioni di unità.

Le entrate hanno raggiunto i 70 miliardi di dollari poiché i prezzi hanno continuato a salire e l'appetito dei consumatori per PC più costosi ha continuato ad aumentare.

Le spedizioni di notebook sono diminuite del 6% anno su anno per raggiungere 63,2 milioni di unità mentre i numeri dei desktop sono cresciuti del 13% per raggiungere 16,8 milioni di unità. Lenovo è rimasto il primo fornitore nel mercato dei PC nel primo trimestre del 2022 con 18,2 milioni di unità, per un calo annuo del 10%.

HP ha mantenuto il secondo posto, ma le sue spedizioni sono scese del 18% su base annua a 15,8 milioni di unità. La terza classificata Dell ha registrato una buona crescita del 6%, con le sue spedizioni che hanno raggiunto 13,7 milioni. Apple e Asus hanno registrato una crescita, aumentando le spedizioni dell'8% e del 24%.

## HAIER EUROPE: +20% DI FATTURATO NEL 2021



Haier Smart Home ha reso noti i risultati finanziari relativi al 2021. A livello mondiale una crescita del 15,8% sul 2020, ha portato il fatturato a 227,5 miliardi di yuan. La redditività è aumentata del 47% a 13,1 miliardi di yuan.

Haier Europe, che ha sede in Italia, ha raggiunto un fatturato da record di 19,74 miliardi di yuan (circa 3,1 mld di dollari) nel 2021. Si tratta di un aumento del 20% su base annua. Haier è ora il quarto produttore di elettrodomestici nella regione con l'8,1% di quota di mercato. A livello mondiale Haier rimane il numero 1 al mondo nel settore dei grandi elettrodomestici, salendo sul podio per il tredicesimo anno consecutivo.

Con il suo portafoglio multibrand: Candy, Haier e Hoover, Haier Europe ha migliorato l'esperienza degli utenti con prodotti innovativi, e la percentuale di vendite di fascia alta in Europa è aumentata di 5 punti percentuali.

## ELECTROLUX HA RIDOTTO DEL 78% LE SUE EMISSIONI DI GAS SERRA



Jonas Samuelson, CEO di Electrolux.

Nel 2021 Electrolux ha ridotto del 78% rispetto al 2015 le emissioni di gas serra legate allo scopo 1 e 2 (dirette e indirette dalle attività industriali) in anticipo di ben 4 anni rispetto al suo piano. È prevista infatti, una riduzione dell'80% entro il 2025, target definito su base scientifica.

Il Report di Sostenibilità di Electrolux mette in evidenza che anche le emissioni del Gruppo legate allo scopo 3 (fase di uso dei prodotti) sono diminuite di circa il 20% rispetto al 2015.

*"La nostra attenzione e il nostro impegno ci hanno portato ad essere in anticipo sul piano per il raggiungimento del target di riduzione delle emissioni di*

*gas serra dalle nostre attività industriali. Continueremo a lavorare su questo fantastico risultato",* ha detto Jonas Samuelson, CEO di Electrolux.



Canni Ferrari presiederà il CDC fino al 2024,

## RAEE: NUOVO PRESIDENTE

Il Centro di Coordinamento RAEE ha eletto Presidente Alberto Canni Ferrari, procuratore speciale del Consorzio ERP Italia che rimarrà in carica per il biennio 2022-2024. Canni Ferrari sostituisce Bruno Rebolini. Rinnovato integralmente anche il Comitato di Amministrazione composto dai consiglieri Giorgio Arienti (Erion), Fabrizio D'Amico (Ecolamp), Giancarlo Dezio (Ecolight), Sara Faccioli (RLG), Marco Ferracin (Ridomus), Gabriele Muzio (Apirae). Laureato in Economia aziendale alla Bocconi, Alberto Canni Ferrari da marzo è anche Responsabile di ERP per il Sud Europa.



Daniele De Grandis

## EXECUTIVE DIRECTOR PER VIVO ITALIA

Vivo annuncia l'ingresso di Daniele De Grandis nel ruolo di Executive Director di vivo Italia con l'obiettivo di contribuire all'ulteriore crescita del brand nel Paese.

Nato a Rieti nel 1965, Daniele De Grandis ha iniziato il proprio percorso nel mondo della telefonia mobile nel 1993 nel nascente mercato degli smartphone e nella sua carriera ha lavorato in Nokia, Ericsson, Sony Ericsson e Motorola ricoprendo poi ruoli apicali in Huawei, Oppo e HTC.



Frigoriferi  
**SkyLine**

Comincia a  
**pensare in  
grande**

Hisense presenta una nuova rivoluzionaria serie di frigoriferi alti 2 metri.

Grazie alle diverse soluzioni Multi-Door, i modelli della serie Skyline si adattano perfettamente a qualsiasi cucina, massimizzando la capacità di stoccaggio in soli 70cm di larghezza.

Linea Skyline: Design. Tecnologia. Efficienza.

## BEKO LANCIA IL SUSTAINABILITY HACKATHON



HacktheNormal  
SUSTAINABILITY

'Hack the Normal 2022 Sustainability Hackathon', ospitato da Beko e organizzato dai partner TNW e FT Talent, si basa sul successo dei precedenti eventi 'Hack the Normal' in Africa e Turchia. Nella edizione 2022, un evento ibrido di tre giorni dal 13 al 15 maggio, l'azienda ospiterà centinaia di imprenditori, ingegneri e sviluppatori in Europa per creare soluzioni ad alcune delle sfide ambientali più urgenti relative al cambiamento climatico, alla gestione dell'acqua e all'economia circolare.

I team partecipanti dovranno affrontare una serie di sfide del mondo reale: dall'eliminazione dell'inquinamento idrico alla lotta ai rifiuti di plastica e alla riduzione della carbon footprint dei prodotti per la casa. Le squadre vincitrici si contenderanno il montepremi di 50.000 euro per sviluppare le proprie idee.



Lo stadio Roland Garros a Parigi, dove si tiene l'omonimo torneo di tennis.

## OPPO E ROLAND-GARROS ESTENDONO LA PARTNERSHIP

Oppo e la Federazione Francese di Tennis rinnovano la partnership per le prossime due edizioni del torneo. Oppo, che è Premium Partner dal 2019, durante il torneo dal 16 maggio al 5 giugno sarà presentata la 'RG x OPPO Photo Gallery': una mostra digitale di foto scattate esclusivamente con Find X5 Pro. Inoltre, l'azienda prenderà parte anche quest'anno allo 'Shot of the Day', un video dei momenti migliori del giorno, che sarà pubblicato sulle varie piattaforme digitali del torneo.

## SMARTPHONE: VIVO LEADER IN CINA NEL PRIMO TRIMESTRE

Nonostante la tendenza al ribasso del mercato cinese degli smartphone registrata nel Q1 2022, vivo si conferma al primo posto in Cina con una quota di mercato pari al 20%, secondo l'ultimo Monthly Market Pulse Service di Counterpoint Research. La leadership durante il trimestre è stata mantenuta principalmente grazie alla risposta positiva del mercato alla line-up di prodotti vivo, tra cui la serie S appena lanciata e la serie Y.



Il presidente di Aires Andrea Scozzoli

## AIRES SODDISFATTA PER LA RISPOSTA DEL SETTORE ALLA PANDEMIA

Nell'Assemblea del 29 aprile gli associati Aires hanno approvato il bilancio 2021. Nonostante le difficoltà sono aumentati i punti vendita e sono stati raggiunti risultati in linea con il mercato. Tutti gli associati hanno espresso grande soddisfazione per la gestione da parte dell'Associazione del complesso periodo pandemico. Il Presidente Andrea Scozzoli ha commentato: "Questi risultati sono anche la dimostrazione di come una forte e sinergica azione congiunta sia la strategia vincente per il raggiungimento di traguardi significativi per le nostre imprese, siano esse Gruppi o Catene, così come per la ripresa del Paese".

## BSH OTTIENE UN ALTRO FATTURATO RECORD

BSH nell'anno fiscale 2021 ha generato un fatturato di 15,6 miliardi di euro, ovvero un aumento anno su anno del 12% (il 14% al netto dell'adeguamento per gli effetti del tasso di cambio). BSH ha aumentato notevolmente il proprio fatturato in tutte le regioni. In Europa il suo fatturato è cresciuto del 9%. Maggiore la crescita in Cina, (17%) Usa e Canada: 23% e in Asia-Africa: 18%. La categoria Refrigerazione ha registrato una crescita anno su anno del 20%, seguita dalla categoria di prodotti Cottura (forni +14%, piani cottura e ventilazione +13%). BSH impiegava 62.400 persone in tutto il mondo alla fine del 2021: circa il 4% in più rispetto all'anno precedente.



Un particolare dell'HQ di BSH a Monaco di Baviera

Dinamica De'Longhi.

# Perfetto, dal chicco alla tazzina.



Scopri di più



[delonghi.com](https://www.delonghi.com)





## A CAMBIANO **COPRE** PUNTA SU **MINI TRONY**

**P**rosegue lo sviluppo del programma di affiliazione Mini Trony varato nel 2016 da G.R.E. nell'intento di valorizzare ulteriormente il proprio forte radicamento sul territorio. Questa insegna identifica i punti vendita di dimensioni medio piccole facenti capo a imprenditori indipendenti che interpretano l'affiliazione al programma come un'opportunità di crescere in termini di riconoscibilità, posizionamento e fatturato andando a rafforzare la propria posizione nel panorama distributivo dell'area in cui operano. Come dimostrano le numerose location situate in centro città, si tratta di imprenditori che fanno della prossimità alla clientela un proprio elemento distintivo.

Il nuovo Mini Trony inaugurato il 9 aprile a Cambiano (TO) porta infatti a 23 i punti vendita espressi da questo programma di affiliazione.

Il punto vendita si trova presso il Centro Commerciale 'Il Tepice', è facilmente raggiungibile, trovandosi sulla S.S. 122 per Chieri e può contare su un parcheggio di

**Aperto presso il centro 'Il Tepice', conta su un bacino d'utenza di 60 mila potenziali clienti. È l'80° punto vendita del socio GRE che annuncia altre nuove aperture e un progetto di formazione**

oltre 800 posti auto. Si sviluppa su una pianta quadrata e occupa una superficie di 401 mq. Lo staff è composto da 4 addetti alla vendita coordinati dal direttore Roberto Alario. Con le sue 4.000 referenze punta ad acquisire un ruolo di primo piano nel suo bacino d'utenza stimato in circa 60.000 potenziali clienti.

Oltre a quelli della Telefonia mobile e dell'Informatica, che si trovano all'ingresso, propone tutti i reparti compresi nelle categorie del format Trony: Audio/Video, Fotografia, Videogame e Accessori, Climatizzatori, Piccoli e Grandi Elettrodomestici e Built-in.

Il punto vendita fa capo al socio Co.Pre, che

porta così a 80 i propri punti vendita a insegna Trony e Mini Trony. Il numero è però destinato ad aumentare ulteriormente, visto che il gruppo ha anticipato di avere in programma altre nuove aperture (almeno due). Insieme allo sviluppo della rete, un altro asset individuato dalla Cooperativa come fondamentale per la propria crescita è quello della formazione del personale. E proprio con l'intento di promuovere la crescita del proprio personale il gruppo ha varato il progetto 'Jump - la formazione, un salto avanti', che ha preso il via nelle scorse settimane. Il 14 aprile si è, infatti, concluso il primo appuntamento di una tre giorni che ha riunito 120 addetti vendita provenienti dai negozi del gruppo per approfondire le conoscenze e le novità dei prodotti del mondo PED. Secondo quanto annunciato, Jump continuerà nei prossimi mesi e coinvolgerà ulteriori 500 addetti alla vendita.

Co.Pre è socio Gre dal 1991, conta 38 soci e 12 affiliati e ha una rete di 117 i punti vendita che si sviluppa in Piemonte, Lombardia, Veneto, Lazio, Umbria e Campania. (m.d.f.)



# MALLARDO RIPARTE CON LA NFC

**Etichette elettroniche NFC per arricchire le informazioni a disposizione del cliente, porte aperte ai partner che desiderano organizzare dimostrazioni. Così Mallardo Expert riprende il restyling dei propri 9 punti vendita**

**L'**inaugurazione del punto vendita di Villaricca (Na) il 9 marzo ha segnato il ritorno alla normale operatività di Mallardo Expert, dopo l'incendio che nel 2017 distrusse la sua logistica. *"Dando prova di grande coraggio, Sergio Mallardo ha deciso di investire per consentire all'azienda di riorganizzarsi e oggi siamo finalmente in grado di riprendere quel piano di restyling dei nostri 9 punti vendita che avevamo dovuto sospendere"*, premette il Direttore commerciale Luca Carino. *"Dopo Villaricca abbiamo già pianificato altre tre ristrutturazioni. Sono, infatti, già partiti i lavori sul punto vendita presso il parco commerciale ex Auchan a Giugliano (Na), che dovremmo re-inaugurare entro luglio, e puntiamo a completare altri due in-*

*terventi di restyling tra fine anno e la primavera del 2023"*.

Mallardo mira a digitalizzare la propria rete di negozi per creare la massima integrazione tra tutti i punti di contatto con i consumatori e offrire una customer experience ancora più completa e gratificante con un modello che punta a rendere più efficiente l'attività della propria struttura, ampliando le sinergie offerte dal lavoro che il gruppo svolge per l'insegna Expert.

*"La possibilità di interagire con il prodotto per avere una più precisa percezione dell'esperienza d'uso è fondamentale"*, prosegue Carino, *"e per questo ora a Villaricca i prodotti esposti nei reparti Telefonia e Informatica sono tutti accesi e a toccabili"*. In modo strategico sono stati posizionati su alcune testate di gondola anche dei monitor stretch, che mettono a disposizione i contenuti proposti dalle aziende.



Luca Carino, Direttore commerciale di Mallardo Expert.

Fulcro del progetto di digitalizzazione della rete è l'etichetta elettronica, che sfrutta la tecnologia NFC per consentire al cliente di accedere tramite il proprio smartphone a tutte le informazioni sul prodotto e di effettuare delle comparazioni.

I primi a partire saranno – probabilmente entro giugno – proprio i due negozi di Villaricca e di Giugliano. *"Per usufruire dei vantaggi offerti da queste etichette a livello gestionale dovremo attendere che vengano implementate su tutta la nostra rete di negozi. Fin dal primo momento però"*, sottolinea Carino, *"i clienti di Villaricca e Giugliano avranno a disposizione una sorta di 'commesso digitalizzato' pronto a supportarli con tutte le informazioni disponibili"*.

Il punto vendita di Villaricca presenta novità sostanziali anche nel layout. *"Abbiamo trasferito al piano superiore il reparto Ged, separandolo dal Ped, in modo da raddoppiare la superficie e rafforzare l'offerta nell'incasso"*, spiega Carino. *"Tutte le gondole sono state elettrificate e siamo pronti ad organizzare in partnership con i nostri fornitori dimostrazioni su funzionalità o prodotti meno conosciuti come il piano d'induzione. Infine, in omaggio a un trend del momento è stato ampliato anche il reparto dedicato alla mobilità"*. (m.d.f.)



# SMART: UN MEDIAWORLD DI PROSSIMITÀ

**Il punto vendita aperto a Genova all'interno del progetto di riqualifica dell'ex mercato di Corso Sardegna, rientra nel potenziamento della strategia omnicanale dell'insegna per rispondere alle nuove esigenze dei consumatori e offrire molteplici opportunità ed esperienze di acquisto.**

**I**l MediaWorld Smart di corso Sardegna, aperto a fine marzo, si affianca alla grande superficie nel centro commerciale Fiumara di Genova e a quella a La Spezia. Il nuovo punto vendita, dove opera un team di 10 persone, appartiene al concept Smart così come le recenti aperture di Varese, Torino e Roma. Si sviluppa su una superficie di vendita di circa 250 mq e prevede illuminazione a Led, climatizzazione con recupero del calore e pavimenti in materiale riciclato. Utilizza energia al 100% da fonti rinnovabili, nel segno della sostenibilità. Presentandosi come negozi di prossimità, gli store Smart si trovano in location centrali, vicino a luoghi di lavoro e residenziali e, "sebbene caratterizzati da una superficie più ridotta rispetto ai classici punti vendita della catena, mantengono comunque disponibile tutta l'ampiezza di gamma dei prodotti, grazie agli strumenti digitali presenti in negozio", spiega Nicola Iurilli, Coordinatore degli Smart Stores di MediaWorld, "il negozio Smart sintetizza quindi molto bene il concetto di omnicanalità, pilastro della nostra strategia da diversi anni, dove online e fisico sono completamente integrati per offrire molteplici soluzioni".

L'apertura del MediaWorld Smart di Genova, la prima del 2022, fa parte di un piano di aperture e restyling che Mediaworld porterà avanti durante tutto il corso dell'anno e che punta a consolidare gli importanti risultati ottenuti in Italia. "A Genova, in particolare, abbiamo trovato il progetto di riqualificazione dell'area dell'ex mercato di Corso Sardegna in linea con gli elementi chiave dei negozi Smart: la prossimità al cliente e la presenza della nostra insegna in aree della città particolarmente significative. È così che, quest'area, storicamente dedicata al commercio, riprende la sua funzione originaria" continua Iurilli.

In questo contesto il negozio Smart "vuole diventare un punto di riferimento per la comunità circostante per quel che riguarda l'elettronica di consumo. Il cliente trova in negozio tutta la fornitura e la professionalità di una grande insegna insieme ad un servizio personalizzato e di qualità, dove il nostro personale di vendita può fornire una consulenza dedicata, supportando il cliente nello scoprire, scegliere e acquistare prodotti e servizi".

Tra i servizi offerti Iurilli elenca la riparazione degli smartphone; la risintonizzazione delle Tv e la 'Consegna Express', possibile grazie a una gestione logistica che

prevede il magazzino in comune con l'altro store della città per offrire il prodotto richiesto nell'arco della stessa giornata. Il magazzino di cui è dotato il punto vendita consente anche di gestire il servizio di pick-up e pick&pay degli acquisti online.

"Il negozio rimane un pilastro fondamentale in quanto luogo privilegiato per offrire consulenza immediata e diretta ma al tempo stesso lavoriamo per migliorare l'esperienza online, concentrandoci su logistica e piattaforme tecnologiche. L'apertura di Genova è il primo passo del 2022 in questa direzione", conclude il coordinatore degli Smart Stores MediaWorld, (e.g.)





**BOSCH**

Tecnologia per la vita

# Riduci gli sprechi #LikeABosch

Le **lavatrici Bosch** si prendono cura del bucato e dell'ambiente. Grazie al sistema di dosaggio automatico **i-Dos** aiutano a ridurre gli sprechi di acqua e detersivo e, con la **classe energetica A\***, riducono i consumi di energia. Per risultati di lavaggio sempre perfetti, in modo semplice ed efficiente.

[www.bosch-home.com/it](http://www.bosch-home.com/it)



\* In una scala di classi di efficienza energetica da A a G.

# IOT QUALI OPPORTUNITÀ PER IL RETAIL?

**Gli oggetti connessi in Italia sono 110 milioni: quasi 2 per ogni abitante e molti più delle schede sim abilitate. Il mercato IoT cresce del 22% all'anno raggiungendo i 7,3 miliardi senza ancora l'effetto del PNRR. E l'Eldom sarà presto impattato dagli sviluppi della interoperabilità.**

**I**n Italia sono attive 78 milioni di schede Sim intestate a persone. Intorno a esse si è sviluppato un mercato tra i più importanti per il canale Eldom. Ma ad essere connesse sono sempre più spesso le cose. Già prima del 2019 anche in Italia era avvenuto il 'sorpasso' e fine 2021 le connessioni 'fra cose' erano 110 milioni: quasi il 50% in più rispetto alle persone. Di queste 26 milioni dialogano utilizzando la rete cellulare e 74 milioni con altre tecnologie. Inoltre se il numero di connessioni 'umane' sale lentamente le connessioni Internet of Things sono aumentate del 25% nel 2021.

Intorno alla cosiddetta Internet of Things si è sviluppato un mercato che nel 2021 è cresciuto del 22% arrivando in Italia a 7,3 miliardi, 1,1 miliardi in più rispetto ai livelli pre-Covid di fine 2019. Il mercato è diviso tra hardware/software (4 miliardi) e servizi (3 miliardi).

Per l'anno in corso la crescita è assicurata dai primi sviluppi del PNRR che destina complessivamente 30 miliardi di euro a progetti abilitati dall'Internet of Things. La spinta maggiore, sul mercato viene data proprio delle applicazioni che utilizzano tecnologie di comunicazione non cellulari, 3,9 miliardi di euro, +30%. Crescita più contenuta, +6% a 3,4 miliardi di euro, invece, per le applicazioni che sfruttano la connettività cellulare. Sono questi i risultati della ricerca dell'Osservatorio Internet of Things della School of Management del Politecnico di Milano presentata durante il convegno 'Guardare oltre la ripresa: strategie e investimenti per l'Inter-

net of Things'.

Buona parte del mercato IoT si riferisce a soluzioni industriali o comunque a progetti IT e gestionali di aziende e enti pubblici.

Ma è IoT anche la Smart home, vale a dire quell'insieme di soluzioni che connettono un elettrodomestico al suo utilizzatore o a sensori o ad altri elettrodomestici, aprendo nuove prospettive di utilizzo, di risparmio energetico, di entertainment e perfino di sicurezza.

*"Aziende, Pubbliche Amministrazioni e consumatori sono sempre più interessati a gestire da remoto asset e dispositivi smart, attivandone servizi e funzionalità avanzate. Si assiste poi al lancio di nuove strategie e modelli di business basati sulla servitizzazione e a un generale incremento delle aspettative per il futuro",* afferma Giulio Salvadori, Direttore dell'Osservatorio IoT, laddove per servitizzazione si intende l'inserimento di un servizio nell'offerta di un prodotto.

*"Nei prossimi anni siamo chiamati ad una sfida che determinerà il futuro delle prossime generazioni",* nota Angela Tumino, Direttore dell'Osservatorio Internet of Things, *"la transizione ecologica potrà essere sup-*

**LA POSSIBILITÀ DI GESTIRE UNO O PIÙ ELETTRODOMESTICI BIANCHI E BRUNI DA REMOTO O DA VICINO CON UNA SOLA APP SARÀ LA LEVA DI VENDITA IN MOLTI COMPARTI DEL CANALE ELDOM. MA NON È DETTO CHE A GARANTIRLA SARANNO GLI 'ECOSISTEMI' DEI BRAND.**



*portata da processi più efficienti, strumenti smart che permettano di ridurre i consumi di energia e di prevedere quando un sistema ha bisogno di manutenzione, prima che questo si guasti. Su tutti questi fronti l'Internet of Things può svolgere un ruolo importante".*

## UNA LOTTA SUGLI STANDARD

I produttori di elettrodomestici, dopo aver creato i loro 'ecosistemi' interni, capaci di collegare i prodotti a loro marchio con app dedicate stanno ora impegnandosi nella interoperabilità. È in corso una vera e propria lotta che vede fra i protagonisti gli smart speaker come Alexa di Amazon o in generale le interfacce vocali. La guerra per ora si svolge poco sul mercato e molto nel rarefatto ambito degli standard.

Nel corso del 2021 si è consolidato lo sforzo delle aziende membri della Connectivity Standard Alliance (CSA) verso la stesura delle specifiche di Matter, il nuovo protocollo per l'interoperabilità della Smart Home, seppur in ritardo sulla timeline definita nel 2020.

Le prime dimostrazioni, presentate al CES di Las Vegas a inizio 2022 testimoniano il buon livello di avanzamento delle specifiche definite ad oggi e la crescente maturità della tecnologia a supporto degli standard presenti sul mercato.

Probabilmente l'interoperabilità, cioè la possibilità di gestire uno o più elettrodomestici bianchi e bruni da remoto o da vicino, sarà la leva di vendita dei prossimi anni in molti comparti del canale Eldom. (a.p.)



sodastream®  
PUSH FOR BETTER

# SALVA UNA TARTARUGA



PER OGNI GASATORE ACQUISTATO  
DA APRILE AD AGOSTO 2022,  
SODASTREAM FARÀ UNA DONAZIONE A SEETURTLE.ORG

[WWW.SODASTREAM.IT](http://WWW.SODASTREAM.IT)





# MISTERY SHOPPING LA LAVASCIUGA? NON CONVINCERE L'ADDETTO

"TENGA CONTO CHE È UNA SOLUZIONE DI COMPROMESSO. DA ACQUISTARE SOLTANTO QUANDO L'ESIGUITÀ DELLO SPAZIO DISPONIBILE NON CONCEDE ALTERNATIVE" COSÌ GLI ADDETTI 'PROPONGONO' LE LAVASCIUGATRICI IN DIVERSE INSEGNE ELDOM DI BOLOGNA.

di *Marilena Del Fatti*

**M**i consiglierebbe di acquistare una lavasciuga? "Solo se proprio non può fare diversamente". Questo botta e risposta è emblematico dell'approccio a un articolo come la lavasciuga che non sembra ancora essere riuscito a conquistare il pieno gradimento degli addetti alla vendita del canale Eldom. Forse neppure delle insegne per cui lavorano verrebbe da pensare guardando ad alcune soluzioni espositive.

Questa è indubbiamente la prima e forse la più significativa indicazione raccolta dal Mystery Shopper in missione a Bologna con l'obiettivo di capire come viene esposto, comuni-

cato e venduto un prodotto che, combinando le funzioni di una lavatrice e di un'asciugatrice, ambisce ad essere una soluzione ideale per molte situazioni.

Bologna, che ha un grande centro storico, dovrebbe essere uno dei mercati elettivi per questo elettrodomestico. Le visite effettuate lo scorso 14 aprile in 5 punti vendita, uno per ciascuna delle insegne Eldom operanti in città, hanno invece restituito un quadro diverso e per certi versi inaspettato. Nessuna delle soluzioni espositive era adatta a mettere in luce la categoria. Anzi.

Gli addetti alla vendita tesi a promuovere un acquisto consapevole hanno messo a disposizione la loro conoscenza del prodotto e anche dell'intera offerta nella categoria Lavaggio per richiamare l'attenzione del consu-

matore sulle limitazioni in termini sia di livelli prestazionali – soprattutto per l'asciugatura – sia di consumi energetici.

Queste riserve, soprattutto quella riguardante i consumi in un periodo dominato dalla preoccupazione per il caro bollette, sono emblematiche della sfida che si pone ai produttori. Come dimostra il coro di consensi raccolto dai modelli con posizionamento premium, il successo di vendita di questa categoria è strettamente connesso alla loro capacità di investire in innovazione per garantire un ulteriore upgrade del prodotto, con particolare riguardo alle performance in asciugatura e all'efficiamento energetico. In questo modo riusciranno forse a motivare le insegne a valorizzare meglio la categoria puntando più sui plus che sulla leva promozionale. ➔

# COMET

VIA MICHELINO 105 – BOLOGNA

La scelta di esporre separatamente i modelli con posizionamento prezzo premium non convince, perché impedisce al cliente di avere un'immediata percezione dell'offerta nel suo complesso



## VALUTAZIONE

**TOTALE MODELLI ESPOSTI:**  
15 a libera installazione.

**MARCHE:**  
AEG, Bosch Candy, Electrolux, Haier, Hotpoint Ariston Indesit, Samsung, Whirlpool.

**PREZZO:**  
Da 499 (in promozione) a 1.769 euro.

**OFFERTE/PROMOZIONI:**  
Quasi la metà dei prodotti esposti è in promozione. Su tutti gli altri si applica lo 'Sconto Grandi Elettrodomestici' (-20%). Su un modello già in promozione, viene praticato un ulteriore sconto alla cassa del 20%.

**UP**  
L'addetta dà prova di una buona conoscenza delle caratteristiche dei prodotti esposti. Questo, insieme alla disponibilità dimostrata, predispone favorevolmente il cliente.

**DOWN**  
Nella corsia dedicata alle lavasciuga manca qualsiasi indicazione per consentire a chi si sofferma di capire, immediatamente e senza dover attendere la segnalazione dell'addetto, che troverà altri modelli in un'altra corsia del reparto.

L'ingresso non è particolarmente accattivante ma, una volta entrati, il negozio risulta ordinato e di facile lettura. Individuati subito il reparto lavaggio e la corsia dedicata alle lavasciuga, sono immediatamente raggiunti da una delle due addette alla vendita presenti in reparto che si offre di accompagnarci in un'altra corsia, dove "sono esposte altre lavasciuga". Mi porta davanti a una Electrolux e a una Aeg, che, come chiarisce subito, sono le uniche ad avere la pompa di calore "come le asciugatrici" che le affiancano. Oggetto che 1.790 euro (il prezzo della AEG Ökokombi Serie 9000) sono tanti. Replica che li valgono,

perché sono molto delicate sui capi in quanto asciugano a una temperatura più bassa. Senza contare che consumano meno delle lavasciuga a condensazione.

Ottima argomentazione, ma, considerato che ho mostrato di considerare critico il costo e non le performance, sarebbe stato più efficace invitarmi ad approfittare della promozione 'Sconto Grandi Elettrodomestici' per usufruire di un prezzo ribassato del 20%. Decide invece di richiamare la mia attenzione su un'AEG Kombi Serie 7000 e su una LG ThinQ, che non hanno la pompa di calore ma sono comunque performanti (me le illustra brevemente) e in più sono in pro-

mozione (- 41,7% la LG e -22% la AEG). Nel caso in cui la spesa fosse ancora superiore al mio budget, mi riaccompagna nella corsia delle lavasciuga dove mi mostra alcuni modelli con un buon bilanciamento prezzo/prestazioni.

Attiro la sua attenzione sul cartello 'Ultimo Esposto' che campeggia su una delle lavasciuga e, dopo avermi spiegato che viene scontata perché è "un fine serie", sottolinea che è una buona opportunità perché "quelle nuove non sono molto diverse". E, forse per consentirmi di valutare meglio l'investimento, mi specifica anche i costi del servizio di consegna e installazione a domicilio. ➔





# CARE FOR YOUR HOME

Acquista una lavatrice o lavasciuga in classe A.  
**Provala per 60 giorni.**

Se non sei **SODDISFATTO** verrai **RIMBORSATO**.

REGOLAMENTO COMPLETO SU [WWW.HOOVERPROMO.IT](http://WWW.HOOVERPROMO.IT)  
Promozione valida dal 22 Aprile al 31 Maggio 2022

# EXPERT CITY - LUCA ELETTRONICA

VIA EMILIA LEVANTE 80 - BOLOGNA

La disponibilità all'ascolto del cliente e l'impegno a supportarlo mettendo a disposizione tempo e competenza sono elevati, ma non sufficienti a compensare il fatto che nessuna lavasciuga è in esposizione.

Raggiungiamo il punto vendita in un momento particolarmente caotico, perché, è in corso una consegna di materiale. Inoltre, all'interno si trovano già alcuni clienti che attendono di essere serviti. In una superficie ridotta - sul sito il socio Expert dichiara 250 mq - l'esposizione punta alla quantità più che alla qualità: i prodotti sono esposti uno sull'altro. Individuarli è difficile e spesso è impossibile avvicinarsi per visionarli autonomamente. La leva competitiva su cui il negozio punta è l'approccio al cliente, che è quello tipico del negozio di prossimità. Sono infatti subito accolta da una signora che mi rimanda al vulcanico proprietario al quale chiedo delucidazioni sulla lavasciuga Candy pub-

blicizzata dal volantino esposto all'ingresso. Confesso anche di non aver ancora definitivamente deciso se mi conviene acquistare una lavasciuga o piuttosto puntare su una colonna lavatrice + asciugatrice, anche a costo di sacrificare il poco spazio disponibile in bagno. Quella a volantino è disponibile a magazzino (anche se non in esposizione) e si caratterizza per un ottimo rapporto qualità/prezzo mi rassicura. "Se però la sua domanda è: mi consiglierebbe una lavasciuga? La mia risposta è: solo se non può fare diversamente". Visto che sono in fase di valutazione, mi invita a considerare che con una cifra pari o anche inferiore potrei acquistare una colonna

bucato, avendo il meglio in termini di prestazioni di lavaggio e di asciugatura e, ovviamente, anche di consumi. Se per ragioni di spazio non è un'opzione praticabile per me, la lavasciuga è la risposta ideale alle mie esigenze. Devo, però, tener conto che un modello a condensazione ha consumi ben superiori a quelli di uno con pompa di calore. In questo caso, il budget da destinare è più alto, circa 1.300 euro. Chiedo se ha in esposizione un modello con pompa di calore da visionare. Non ne ha, ma può fornirmi la scheda prodotto. Mi riaccompagna al banco e mi consegna tre schede relative a tre lavasciuga di altrettanti marchi ("ne abbiamo anche altri", precisa) scelti perché rappresentativi dei diversi posizionamenti in termini di prezzo e di prestazioni. Mi invita a valutarli con calma, avvertendomi che sarebbero tutti disponibili in breve tempo. ➔



## VALUTAZIONE

**TOTALE MODELLI ESPOSTI:** 0

**MARCHE** dei modelli di cui viene fornita la scheda prodotto: AEG, Candy, Bosch

**PREZZO:** da 419 euro (in promozione) ai 1.300

**OFFERTE/PROMOZIONI:**  
Lavasciuga Candy con sconto 30% presente nel volantino Expert in corso al momento della visita.

**UP**  
L'atteggiamento proattivo nel provare a intercettare le esigenze del cliente e la capacità di entrare da subito in empatia con lui.

**DOWN**  
L'impossibilità di vedere e toccare il prodotto rappresenta una limitazione alla quale le spiegazioni del proprietario o la messa a disposizione di una scheda prodotto possono ovviare solo in parte.

**RISCOPRITI AL MEGLIO,  
OGNI GIORNO  
CON...**



## ...i prodotti Beurer eletti Prodotto dell'Anno 2022

- Kit manicure/pedicure MP 84 con cofanetto di ricarica e MP 44 per mani e piedi sempre curati in poche semplici mosse.
- Cellulite Realizer Compact: innovativo massaggiatore anticellulite clinicamente testato, con risultati scientificamente provati e visibili dopo solo 12 settimane di utilizzo.

MP 44



MP 84



Cellulite Releazer Compact

# MEDIAWORLD

VIA TITO CARNACINI, 25 – BOLOGNA

L'assortimento è rappresentativo dei diversi posizionamenti ma l'addetto si dimostra troppo focalizzato su una specifica tecnologia. La comunicazione degli sconti non è sempre chiarissima.



Anche in questo punto vendita l'assortimento in marche e modelli esposti per le lavasciuga è pari a circa un terzo di quello proposto per le lavatrici e le asciugatrici. E questo, perché, come spiega l'addetto quando glielo si fa osservare: "si tratta di una soluzione di compromesso richiesta esclusivamente da chi ha problemi di spazio". Imposta subito il discorso sul confronto tra le lavasciuga con pompa di calore (mi mostra una AEG Serie 9000 e una Electrolux Perfect Care 900) e quelle a condensazione (tutte le altre). Il punto debole della lavasciuga è l'asciugatura, chiarisce. Certo, la spesa da sostenere è pari, quando non superiore, a quella per l'acquisto di lavatrice e asciugatrice separate, ma scegliendo uno dei due modelli a pompa di calore, "avrà la certezza di non ritrovar-

si ad usare la lavasciuga solo per lavare". Una variabile importante è quella del consumo di energia. Sottolinea che devo puntare a un bilanciamento tra le prestazioni in lavaggio e in asciugatura. "Vede questo modello? È in classe A in lavaggio, ma è in classe F in asciugatura e questo sulla bolletta fa la differenza", conclude con un'evidente allusione ai rincari dell'ultimo periodo.

Mi informo sulla validità della lavasciuga su cui campeggia un cartello che annuncia un ribasso di prezzo del 40% per scoprire che ho frainteso, perché è messo lì in modo casuale per richiamare l'attenzione sul fatto che su alcuni articoli (quali?) viene praticato questo sconto. "Le lavasciuga in promozione sono quelle con il cartellino rosso", mi spiega. Osservo che come co-



## VALUTAZIONE

**TOTALE MODELLI ESPOSTI:**  
16 a libera installazione.

**MARCHE:**  
AEG, Bosch, Candy, Electrolux, Hoover, LG, Haier, Samsung.

**PREZZO:** da 379 (in promozione) a 1.669 euro.

**OFFERTE/PROMOZIONI:**  
Su tutti i prodotti è offerta la possibilità di rateizzare il pagamento in 20 rate con Tan fisso 0% e Taeg 0%. Delle quattro lavasciuga in promozione fino al 20 aprile, una è la Electrolux che è scontata di soli 40 euro (da 1.599 a 1.559)

**UP**  
La scelta di concentrare tutte le lavasciuga in un'unica corsia consente al cliente di avere una visione complessiva dell'offerta e di esplorarla in autonomia anche avvalendosi del QR Code esposto sul cartellino.

**DOWN**  
La consulenza dell'addetto è apparsa eccessivamente appiattita sulla distinzione tra tecnologia con pompa di calore e a condensazione ed è stata poco attenta a intercettare – dimensioni e consumi a parte – i bisogni del cliente in modo da proporre la soluzione per lui più adatta.

municazione non è chiarissima e lui svia richiamando la mia attenzione sul fatto che le due lavasciuga con pompa di calore sono un paio di cm più alte e sono anche più pratiche, perché hanno un filtro che facilita l'eliminazione dei pelucchi (me lo fa vedere). Forse perché colto dal dubbio di aver esagerato, decide di mostrarmi anche una Haier I-Pro Series 7/10/6Kg che in asciugatura raggiunge la stessa classe (la D) di efficienza energetica dei modelli a pompa di calore e, in più, è profonda solo 46 cm. Ma poi non resiste e conclude "è un'ottima macchina, Però non ha la pompa di calore..." ➔

SAMSUNG

BESPOKE Jet™

L'unica che si svuota da sola,  
con un gesto.



**ALL-IN-ONE**  
con Clean Station™



All-in-one  
con Clean Station™

Evita il contatto  
con la polvere  
dall'inizio alla fine.



99,999%

Sistema di filtraggio  
a 5 livelli

Trattiene fino al 99,999%\*  
di polvere e allergeni,  
restituendo aria pulita.



Ergonomica  
e ultra-leggera

Design unico  
per il massimo  
comfort.



210 W

Estrema  
forza aspirante

Potente su ogni tipo  
di sporco, delicata  
su ogni superficie.

\*Test SLG basati sullo standard IEC62885-2 Cl. 5.11, con il dispositivo in modalità Max.

# TRONY

VIALE DELL'INDUSTRIA 14 – BOLOGNA

È l'unico negozio a proporre anche una lavasciuga da incasso. Per individuare la corsia delle lavasciuga è necessario però rivolgersi all'addetto.

Il punto vendita dedica molto spazio ai grandi elettrodomestici in generale e al lavaggio in particolare. Unico neo: la categoria delle lavasciuga non è minimamente evidenziata. La prima impressione è che la sola in vendita sia quella proposta nell'isola brandizzata AEG. Soltanto dopo essermi impegnata in un'attenta ricognizione del reparto, scopro di essermi sbagliata perché nell'ultima corsia sono esposti altri modelli di diversi marchi che coprono tutti i posizionamenti prezzo.

Dopo diversi minuti di attesa, l'unico addetto presente ha finalmente modo di occuparsi delle mie richieste di delucidazioni. "Se le interessa la qualità delle prestazioni deve acquistare lavatrice e asciugatrice

separatamente" esordisce, "perché essendo la lavasciuga un prodotto ibrido, non performa ai massimi livelli in nessuna delle due funzionalità".

La differenza di carico tra lavaggio e asciugatura, ad esempio, dipende dal fatto che per asciugare i panni serve più spazio. Ma posso eventualmente ripetere l'operazione fino ad asciugare tutto il bucato? La domanda è semplice, ma evidentemente spiazzante. Dopo un attimo d'incertezza, la risposta è: "no, per poter accedere alla funzione deve sempre eseguire un lavaggio prima". Obietto che mi sembra davvero poco pratico. Si riserva di verificare e farmi sapere una volta che torniamo al banco. La mia notazione sulla forbi-

ce di prezzo, che è davvero molto ampia – si va da 500 a oltre 1700 euro – gli offre il destro per illustrarmi plus e minus dei modelli a pompa di calore e di quelli a condensazione.

E per quanto riguarda la protezione dei miei indumenti? Tutti i modelli esposti offrono ampie garanzie al riguardo, ma se voglio avere il massimo delle garanzie devo puntare sui modelli top di gamma che vantano una certificazione specifica per il trattamento dei capi più delicati. Se proprio devo ripiegare su questa soluzione di compromesso, il suo consiglio è di non lesinare sul budget. Se poi sto valutando di acquistare anche un altro elettrodomestico il momento è particolarmente propizio visto che potrei approfittare della promozione che fino al 21 aprile riconosce uno sconto del 50% sul meno caro dei due!



## VALUTAZIONE

**TOTALE MODELLI ESPOSTI:**  
13 (di cui 1 da incasso).

**MARCHE:**  
AEG, Candy, Electrolux, Hoover, Hotpoint Aqualtis, Samsung, Whirlpool

**PREZZO:**  
da 499,95 a 1.699 euro.

**OFFERTE/PROMOZIONI:**  
Sconto del 50% sul secondo acquisto.

**UP**  
La professionalità con cui l'addetto si è messo a disposizione e l'impegno nel fornire tutti gli elementi su cui basare la propria scelta. La scelta di coprire – anche se solo con un modello – anche il Built-in.

**DOWN**  
La categoria non è evidenziata. Inoltre, affidare un reparto così grande a un solo addetto espone al rischio – come è capitato nonostante l'orario e il giorno infrasettimanale – di costringere il cliente ad attendere pazientemente di essere seguito.

# UNIEURO

CENTRO NAVILE - VIA CRISTOFORO COLOMBO 7/30 – BOLOGNA

L'assortimento è forse il più ricco tra quelli visionati in termini di modelli. La disponibilità dell'addetto è stata massima, come l'onestà nel riconoscere le proprie riserve.



Mentre attendo il ritorno dell'unico addetto a presidio del reparto, colgo l'opportunità per esplorare con tutta calma le due corsie dedicate alle lavasciuga. Quando mi raggiunge, gli spiego che alcuni conoscenti mi hanno consigliato di preferire la lavasciuga alla classica colonna bucato. Rispondendo l'addetto precisa che la lavasciuga è un prodotto nato per soddisfare anche le esigenze di chi ha poco spazio. "Tanto è vero", mi fa notare, "che la gamma proposta dal punto vendita ma anche dalle case produttrici è molto più ristretta anche rispetto alle asciugatrici".

Mi conferma che per quanto riguarda il lavaggio le prestazioni sono assolutamente in linea con quelle di una normale lavatrice. "Per quanto riguarda l'asciugatura, invece, le prestazioni sono inferiori in termini sia di risultato finale sia soprattutto di consu-

mi, che sono significativamente più alti, perché a differenza delle asciugatrici che, ormai usano quasi sempre una pompa di calore, nelle lavasciuga sono ancora preponderanti i modelli che utilizzano un sistema basato su una resistenza".

L'addetto riferisce che molti clienti dopo aver acquistato una lavasciuga a condensazione si sono lamentati perché dopo l'asciugatura gli indumenti risultano troppo secchi. Infine, se la mia idea è di lavare sfruttando sempre tutta la capacità di carico, devo considerare che i tempi per l'asciugatura raddoppiano, essendo necessari due cicli e di conseguenza l'usura della macchina sarà superiore.

Se la disponibilità di spazio non mi lascia alternative e non ho particolari problemi di budget il suo suggerimento è di puntare sulle lavasciuga a pompa di calore proposte

## VALUTAZIONE

**TOTALE MODELLI ESPOSTI:**  
20 a libera installazione.

**MARCHE:**  
Haier, Aeg, Electrolux, Hotpoint Ariston, Lg, Whirlpool, Hoover, Bosch, Candy, Samsung, Indesit.

**PREZZO:**  
da 449,90 (in promozione) a 1.649 euro (in promozione).

**OFFERTE/PROMOZIONI:**  
Quasi la metà degli articoli in vendita è in promozione. Colpisce lo sconto del 3% (!) sulla lavasciuga Haier Super Drum Series 9 che viene proposta a 1.649 euro invece che 1.699. Più consistente il 48% di sconto sulla Haier I-Pro Series 7. In esposizione anche le tre lavasciuga presenti sul volantino.

**UP**  
L'esposizione è ordinata e di facile navigazione. Promozioni e sconti sono ben evidenziati. L'addetto è schietto, disponibile e competente.

**DOWN**  
Il reparto è molto grande. Forse troppo per affidarlo a un solo addetto anche quando l'affluenza è contenuta.

dai marchi del Gruppo Electrolux che: "utilizzano per l'asciugatura gli stessi componenti delle loro asciugatrici", e quindi assicurano risultati assolutamente comparabili. In esposizione è presente una sola lavasciuga con pompa di calore. Mi suggerisce, se voglio prima valutare anche gli altri modelli, di andare sul sito Unieuro. "Se decide di acquistare può anche scegliere tra le diverse opzioni per quanto riguarda consegna e installazione". Quante speranze ho di trovare questi articoli premium in promozione? Non sa, ma non è escluso. Per non perdere nessuna opportunità mi consiglia di tenere d'occhio le offerte sul punto vendita, ma anche il sito "che essendo a tutti gli effetti un altro negozio" propone le proprie promozioni.





L'SBS Café di Borgomanero, sede dell'evento.

# THE NEXT: SBS ALZA IL VELO SULLE SUE NOVITÀ

Nelle categorie core l'azienda declina un concetto d'innovazione che interpreta la tecnologia come strumento per interpretare i nuovi stili di vita, mentre il servizio Serphone e la soluzione espositiva Rainbow confermano l'impegno a rispondere alle esigenze del mercato con progetti tailor made. Uptrade ne ha parlato con il Direttore marketing Marco Visconti.

di *Marilena Del Fatti*

**S**i è concluso il 5 maggio The Next, l'evento creato in periodo Covid da SBS per presentare le nuove collezioni, i servizi dedicati al format distributivo e i progetti derivanti da partnership strategiche. L'allentamento delle restrizioni anti Covid, ha consentito all'edizione 2022 di valorizzare un'altra fondamentale componente dell'evento: essere un momento d'incontro e di scambio tra

l'azienda e i suoi partner. Un'opportunità che, a giudicare dalle presenze, sono stati in tanti a voler cogliere. E proprio dall'ottimo risultato in termini di presenze prende il via l'intervista con Marco Visconti, Direttore marketing di SBS.

**Si considera soddisfatto dei riscontri ottenuti?**

È stata un'edizione che ha fatto registrare il record di presenze. I nostri clienti hanno finalmente avuto modo di riabbracciare l'ac-

cogliente realtà SBS. Nella precedente edizione, infatti, le restrizioni anti-Covid avevano penalizzato, in modo particolare, l'afflusso dei nostri partner esteri che, invece, quest'anno hanno potuto essere presenti in toto.

**Anche quest'anno, uno dei focus dell'evento è consistito nel dare visibilità alle attività nelle quali si concretizza il vostro impegno per la sostenibilità...**



Sostenibilità e soluzioni eco-friendly continuano ad essere tra i nostri focus più importanti. Abbiamo sviluppato due collezioni che testimoniano come SBS voglia esaltare l'accessorio green. R-Case e Splash sono due linee di cover, le prime realizzate con R-Pet, le seconde con materiali compostabili che vogliono testimoniare come l'accessorio per smartphone sia fruibile nella vita di tutti i giorni pur essendo a basso impatto ambientale e senza per questo rinunciare a essere prodotti trendy e accattivanti

**Qual è il valore aggiunto derivante dal confronto vis à vis con il cliente?**

The Next è stata l'occasione per presentare ai nostri clienti la realtà 'All in one' di SBS. Tra le novità presentate spiccano il progetto Serphone, che ci ha coinvolto insieme al

partner Estendo. Serphone è un insieme di servizi che soddisfa in un unico spazio tutte le esigenze del cliente, e le soluzioni espositive. Sono state progettate con un duplice obiettivo: migliorare le customer experience del cliente e ottimizzare gli spazi all'interno

**RAINBOW È UNA RIVOLUZIONE PER IL TRADE CHE SARÀ AGEVOLATO NELLA GESTIONE DEL MAGAZZINO E NELL'OTTIMIZZAZIONE DELLO STOCCAGGIO ANCHE ALL'INTERNO DEGLI SPAZI ESPOSITIVI. RAINBOW COINVOLGE VISIVAMENTE ED EMOTIVAMENTE IL CLIENTE, OFFRENDOGLI UN AMPIO VENTAGLIO DI SCELTE.**

del punto vendita, mantenendo sempre una disponibilità adeguata del prodotto. In questo modo si migliorano anche le performance di redditività all'interno del negozio.

I prodotti SBS si caratterizzano per l'innovazione e l'attenzione alle ultime tecnologie che i maggiori brand di telefonia presentano sul mercato. I nostri partner, italiani ed esteri, hanno toccato con mano la bontà e l'eccellenza dei nostri progressi, avendo sempre a disposizione personale di riferimento in grado di spiegare al meglio i plus degli accessori.

**Sono state davvero tante le novità di prodotto protagoniste a The Next. Su quali vuole richiamare l'attenzione?**

Abbiamo voluto lanciare diverse tipologie di prodotti che abbracciano molteplici esigenze. L'elemento puramente tecnologico e innovativo coinvolge i prodotti compatibili con la tecnologia MagSafe: dalle cover ai supporti per auto/da tavolo. L'innovazione SBS coinvolge anche il comparto energia. Abbiamo lanciato una nuova gamma di caricatori power delivery, in grado di ricaricare sempre più velocemente, diverse tipologie di device, garantendo la massima sicurezza durante la fase di alimentazione. Le nuove charging station sono in grado di ricaricare contemporaneamente diverse tipologie di device: non solo gli smartphone e i tablet ma anche tutte le tipologie di laptop e Mac, sposando le esigenze di diverse tipologie di target personas. Grandi novità anche nel comparto Audio, dove la segmentazione prezzo/prestazione dei tre brand ci ha permesso di approcciare diversi canali con un grande successo a livello europeo. Tra le linee a indirizzo più fashion, spicca sicuramente la nostra summer collection, smart Beads e le borsette che tracciano un nuovo corso al passo con le ultime tendenze.

**Tra i protagonisti c'era il progetto Rainbow lanciato ad aprile. Quali sono stati i riscontri raccolti a The Next?**

Il progetto Rainbow ha saputo conquistare i nostri clienti: la struttura espositiva ha fatto leva sulle intriganti colorazioni proposte per i vari modelli di telefono. La vera rivoluzione è, però, rivolta al Trade che sarà agevolato nella gestione del magazzino e nell'ottimizzazione dello stoccaggio anche all'interno degli spazi espositivi. Ulteriore inten- ➡



Marco Visconti,  
Direttore marketing di SBS

to dell'expo è quello di coinvolgere visivamente ed emotivamente il cliente, offrendogli un ampio ventaglio di scelte. Le soluzioni cromatiche sono state pensate per essere accattivanti: la cover non solo protegge lo smartphone, ma riflette la personalità e lo stato d'animo del suo possessore. Il cliente, in quest'ottica, può scegliere quale mood gli sia più congeniale.

### The Next ha previsto anche un focus sui servizi. Quanto sono strategici nella strategia di approccio al mercato di SBS?

La novità più significativa nell'ambito dei servizi all'utente è sicuramente Serphone. Questo progetto nasce in partnership con Estendo che ha acquisito iReplace nel 2020: si tratta di un'offerta completa di servizi dedicati allo smartphone che soddisfa a 360° i bisogni dei clienti. Il consumatore, infatti, troverà nel punto vendita molteplici soluzioni per le proprie esigenze. Oltre alla possibilità di customizzazione dello smartphone e applicazione delle pellicole protettive, la grande novità consiste nel fatto che l'utente finale potrà avvalersi di riparazioni real-time, acquistare dispositivi rigenerati, richiedere il ritiro dell'usato e sottoscrivere l'estensione di garanzia sul prodotto stesso.

Un'altra importante novità è rappresentata da Fast skin plus: il servizio va ad implementare Fast Skin, garantendo un taglio on demand della pellicola protettiva che aderisce così perfettamente su tutta la superficie dei



## RAINBOW: L'OBIETTIVO È UNA CUSTOMER EXPERIENCE PERFETTA

L'approccio di SBS alla Grande distribuzione si distingue per una filosofia consumer-oriented volta a far vivere all'utente finale un'esperienza emozionale, innovativa e di supporto all'interno del punto vendita. Uno scopo che l'azienda persegue mettendo a punto progetti tailor-made capaci di rispondere alle esigenze dei mercati in cui opera. L'ultimo in ordine di tempo è Rainbow, focalizzato su un concetto di Category management moderno e rappresenta una strategia di vendita capace di trovare risposte uniche e particolari nel processo di interazione con la clientela. Mostrare una gamma così vasta di colorazioni, divisa per tutti i modelli di smartphone, facilita la scelta dell'acquirente che si trova di fronte ad un ventaglio allargato di prodotti.

Il progetto offre però importanti vantaggi anche al Trade, che viene agevolato nella gestione del magazzino e nell'ottimizzazione dello stoccaggio anche all'interno degli spazi espositivi. Il nuovo espositore attiva, infatti, le leve del lay-out, del display e della comunicazione nel punto vendita allo scopo di informare, colpire l'attenzione e facilitare l'acquisto 'easy to shop' in una logica di complementarità di bisogni. È, infatti, diviso in due parti: la superiore mostra tutti i colori esistenti di cover; l'inferiore contiene le custodie divise per compatibilità con i diversi device, è adibita allo stock management che garantisce una facile e corretta gestione dei flussi operativi.

Il layout bianco favorisce il posizionamento dell'espositore all'interno di qualsiasi negozio e fa risaltare le colorazioni delle cover. Le custodie sono ancorate al pannello frontale tramite un discreto gancio, ma il cliente ha comunque la possibilità di toccarle con mano per rendersi conto della consistenza e della qualità del materiale. Il posizionamento ideale del bancone individuato da SBS è di fronte al settore telefonia. I tre cluster disponibili, dalla taglia 'L', la più importante, alla 'S' di formato più piccolo, si adattano perfettamente agli spazi disponibili. Il bancone resta sempre accattivante e funzionale e, in più adattabile e modulare ad ogni realtà perché può essere composto da più elementi omogenei tra loro.



dispositivi fino a 8 pollici. Tramite la tecnologia UV Vacuum la pellicola viene fissata e sterilizzata. Il fissaggio con i raggi UV, oltre a sterilizzare il materiale, lo rende più rigido e molto simile a un vetro protettivo. Il consumatore avrà, così una protezione che dura

per tutta la vita del proprio telefono. Il nuovo kit Fast Skin Plus assicura, quindi, una combinazione perfetta tra il vetro protettivo creato on demand e macchine all'avanguardia per un'applicazione professionale affidabile e su misura.



Rainbow porta in ogni punto vendita una logica di category management.

### Infine, anche alla luce dei confronti avuti durante l'evento, quali sono le vostre aspettative per quanto riguarda il mercato degli accessori in Italia?

Cresce in modo preponderante la sensibilità verso l'accessorio green sostenibile. È importante sottolineare come i servizi offerti nel punto vendita stiano dando un input importante: il consumatore trova risposta alle proprie esigenze in un unico esercizio commerciale e senza perdite di tempo. Il mercato si sta orientando verso soluzioni sostenibili, versatili e innovative, l'accessorio per smartphone si deve plasmare sempre più sulle novità introdotte dalle grandi case produttrici così come sulle necessità quotidiane delle persone. In questo senso, SBS realizza prodotti qualitativamente eccellenti che riescono a coesistere con le novità tecnologiche che si susseguono repentinamente.





## Roomba j7+: pulizia da top di gamma

**Dotato di tecnologia Precision Vision e di piattaforma Genius 3.0, è uno dei prodotti di punta di Nital. Il tracciamento e riconoscimento dell'ambiente lo rende indispensabile per le pulizie di casa.**

I Roomba della Serie j fanno dell'intelligenza e della capacità di analizzare gli ambienti i loro punti di forza. Sono infatti gli unici robot aspirapolvere sul mercato a riconoscere determinati oggetti posti sul pavimento e a evitarli. Cavi di ricarica, fili elettrici ed eventuali 'pasticci' dei tuoi animali domestici non sono più un problema. La navigazione PrecisionVision è uno dei plus di Roomba j7 che consente al robot di avere il massimo controllo sull'ambiente, sia per quanto riguarda i percorsi da seguire per pulire meglio e più in fretta, sia per ciò che concerne gli ostacoli.

Di fronte a un oggetto non identificato, il Roomba j7 attiva la sua fotocamera per fotografarlo, inviando l'immagine allo smartphone dell'utente direttamente tramite l'APP iRobot Home. Sarà poi lo stesso utente, sempre attraverso l'App scaricata sul proprio device, a informare il robot sul

futuro comportamento da adottare di fronte agli ostacoli rilevati. Oltre alla capacità di pulire determinati punti della casa, il robot mostra comportamenti saggi e sempre più raffinati nel tempo, imparando dalle sue stesse esperienze di pulizia.

Un bambolotto dimenticato sul tappeto, ad esempio, verrà catalogato come ostacolo temporaneo e, dunque, il robot saprà che, durante il successivo ciclo, non sarà più presente sul pavimento, a vantaggio di un più rapido ed efficace ciclo di pulizia. Dotato di un sistema di pulizia a 3 fasi, di esclusive doppie spazzole in gomma multisuperficie, di una spazzola puliscibordi e di una potenza di aspirazione 10 volte superiore.

Roomba j7 elimina il proprio contenuto in maniera autonoma grazie allo svuotamento automatico Clean Base dotato di sacchetti AllergenLock che raccolgono polvere e sporco per un massimo di 60 giorni di fi-

la. È in grado di creare e memorizzare una mappa digitale dell'abitazione. Assegnando dei nomi alle varie stanze, sarà possibile ordinargli, anche con Alexa o Google Assistant, di pulire l'intero appartamento, alcune camere o sotto il tavolo della cucina o, ancora, intorno al divano.

Quando avrà terminato di aspirare, sempre su scelta dell'utente, attiverà in totale autonomia il robot lavapavimenti Braava jet m6 affinché questo lavi il pavimento appena aspirato, garantendo il massimo del pulito.

iRobot Genius è la piattaforma intelligente su cui basano il loro comportamento i Roomba più avanzati, compreso il modello j7+. La sua intelligenza artificiale avvisa, per esempio, quando è il momento di fare pulizie extra, nel pieno della stagione delle allergie dovute ai pollini o della muta del cane.

# MERCATO TV, SEMPRE PIÙ 4K E OLED

**I primi mesi del 2022 confermano il buon momento del settore con aumenti sia a volume (28,4%) che a valore (37,2%). Ottima la prestazione dei prodotti più innovativi**

di **Mark Perna**

**I**l televisore è tornato a prendersi lo spazio che merita nei salotti degli italiani; un ruolo centrale. Dopo la proliferazione degli schermi individuali, il TV ha infatti riconquistato una posizione di dominio per la fruizione e la condivisione dei contenuti in-

sieme a tutti i membri della famiglia. La forte accelerazione nella disponibilità dei servizi on-demand ha certamente contribuito a questo 'ritorno alle origini'.

Non sorprende che in questi ultimi anni sia cresciuto il polliciaggio di riferimento, passando dai canonici 32" agli schermi da 42 e ora 50/55 pollici. «Il mercato TV ha chiuso l'anno 2021 con una crescita im-

portante in trend a volume: +12,3% grazie allo switch-off sostenuto dal Bonus TV e grazie alle crescite nel periodo estivo delle vendite di smart TV con le quali usufruire in modo più comodo di contenuti streaming e del campionato di calcio di Serie A», dice Fabrizio Marazzi, Regional Lead Market intelligence West & South Europe di GfK. Una crescita certamente spinta da



fattori eccezionali come il passaggio alla nuova generazione di televisori e la pandemia ma che continua a mantenersi robusta anche con l'esaurirsi di questo impulso. «Nei primi due mesi del 2022, le vendite sono cresciute del 28,4% in misura ancora maggiore rispetto al 2021. Se osserviamo i trend a valore la crescita è ancora più significativa: +37,2%. La differenza è dovuta all'aumento del prezzo medio (+22,6% nel 2021) a causa dell'aumento del costo delle materie prime e dei semiconduttori sempre più difficili da reperire, la crescita dei costi di spedizione e

## LE NICCHIE CHE CRESCONO NEL 2022

	Importanza a unità			Importanza a valore		
	Gennaio - Febbraio 2021	Gennaio - Febbraio 2022	trend	Gennaio e Febbraio 2021	Gennaio - Febbraio 2022	trend
Totale	100,0	100,0	28,4	100,0	100,0	37,2
HD Ready	34,2	38,5	44,4	14,9	19,7	82,0
Full HD	16,5	14,3	11,2	9,8	9,5	33,2
Ultra HD/4k	49,0	47,0	23,1	73,8	69,4	29,0
Ultra HD/8k	0,3	0,3	32,1	1,5	1,4	22,4
LCD	97,0	95,2	26,1	87,6	85,5	33,9
OLED	3,0	4,8	102,6	12,4	14,5	60,2

## I PREZZI MEDI DEI TELEVISORI (IN EURO)

	Gennaio - Febbraio 2021	Gennaio - Febbraio 2022	Differenza
Totale	403	430	6,8%
HD Ready	175	220	26,0%
Full HD	239	286	19,8%
Ultra HD/4k	606	636	4,8%
Ultra HD/8k	2.408	2.229	-7%
LCD	364	386	6,2%
OLED	1.651	1.305	-21,0%

Fonte GfK

Secondo i dati rilevati da GfK, il mercato italiano dei televisori mette in evidenza due tendenze: la prima riguarda il crescente interesse dei consumatori per i dispositivi OLED, con una forte spinta soprattutto a valore, l'altra è il definitivo decollo degli schermi Ultra HD che rappresentano quasi il 50% dei prodotti venduti.

una domanda crescente rispetto all'offerta a causa dello *shortage* di prodotto», continua Marazzi, «gli italiani continuano a privilegiare i prodotti ad alta definizione veicolati anche da un'offerta sempre crescente. L'Ultra HD rappresenta ormai oltre il 70% del fatturato generato e quasi il 50% dei volumi. Anche la tecnologia OLED incontra l'apprezzamento degli utenti italiani e rappresenta a valore circa il 15% del mercato nonostante un prezzo che supera di oltre tre volte il valore medio». Insomma è un momento magico per il mercato dei televisori che fa bene all'intero comparto dell'elettronica di consumo perché si porta dietro un'interessante spinta per tutta una serie di altri prodotti, specialmente quelli audio come speaker e sound bar. Upgrade ha chiesto ai principali protagonisti

**GLI ITALIANI CONTINUANO A PRIVILEGIARE I PRODOTTI AD ALTA DEFINIZIONE VEICOLATI ANCHE DA UN'OFFERTA SEMPRE CRESCENTE. L'ULTRA HD RAPPRESENTA ORMAI OLTRE IL 70% DEL FATTURATO GENERATO E QUASI IL 50% DEI VOLUMI. ANCHE LA TECNOLOGIA OLED INCONTRA L'APPREZZAMENTO DEGLI UTENTI ITALIANI E RAPPRESENTA A VALORE CIRCA IL 15% DEL MERCATO NONOSTANTE IL PREZZO SUPERI DI OLTRE TRE VOLTE IL VALORE MEDIO.**

sti di questo settore come stanno vivendo questa fase e su cosa stanno puntando per mantenere dinamica e robusta la crescita. Ecco cosa hanno detto. ➡

## SAMSUNG ELECTRONICS

Bruno Marnati,  
Vice president Audio video

**Da anni siete il primo produttore al mondo nel mercato TV, un settore però sempre più competitivo. Come siete riusciti a mantenere questa leadership e come vedete il mercato di quest'anno?**

La continua voglia di miglioramento e innovazione sono nel Dna di Samsung e permettono di offrire ai nostri utenti le migliori esperienze di utilizzo grazie alle più evolute tecnologie sul mercato. La crescita di Samsung nel settore Audio-video riflette l'impegno dell'azienda nel fornire esperienze visive di livello premium grazie a un portfolio Qled in rapida crescita e all'introduzione ed espansione della gamma di Lifestyle TV.

Per il 2022 stiamo lavorando per raggiungere tassi di crescita sostenuti, soprattutto grazie all'avvio della prima fase dello switch off che spingerà le vendite nel mercato e che stiamo supportando con una serie di iniziative promozionali volte a promuovere il passaggio alle nuove tecnologie e a preparare i consumatori al passaggio al DVB-T2. Inoltre, l'obiettivo è conserva-



Bruno Marnati

re la nostra posizione di leader di mercato con l'introduzione e l'ampliamento della line-up di prodotti, integrando tecnologie e funzionalità proprietarie in tutte le gamme TV, oltre che con l'investimento in R&D e nello sviluppo di prodotti in aree commerciali strategiche.

**Complice lo switch off e importanti eventi sportivi, il mercato del TV è cresciuto parecchio negli ultimi due anni. Come si può sostenere ancora questa crescita?**

L'aumento del tempo trascorso in casa negli ultimi anni ha contribuito a sensibilizzare sempre di più le persone sui benefici legati alla Smart TV, anche in virtù del fatto che il ruolo del televisore è diventa-

to centrale all'interno della vita quotidiana, diventando un vero e proprio hub di attività che vanno dal fitness all'intrattenimento fino al lavoro o allo studio. Il TV diventa quindi il centro dell'ecosistema dei prodotti Samsung per la casa, offrendo ai nostri utenti un'esperienza tecnologica di livello e senza confini. I servizi di streaming di contenuti, eventi e spettacoli sono ormai diventati la nuova normalità e oggi i consumatori chiedono di avere sempre più entertainment a portata di mano. Continuiamo a migliorare il nostro sistema operativo e le nostre interfacce utente per rendere ancora più smart i nostri prodotti, offrendo avanzati strumenti di produttività, intrattenimento e connettività come se il TV fosse uno smartphone o un tablet. Inoltre, grazie alla nostra piattaforma proprietaria Samsung TV Plus, siamo in grado di offrire un accesso immediato a canali gratuiti dedicati a notizie, sport, intrattenimento e molto altro ancora.

**La vostra strategia sui pannelli 8K continua anche se questo mercato sembra ancora piuttosto di nicchia. Ha senso insistere su questa tecnologia?**

Crediamo molto nell'innovazione e quando parliamo di 8K, parliamo dell'ultimo traguardo in termini di qualità dell'immagine. Siamo convinti che l'8K sarà l'orizzonte verso cui tutti i provider di contenuti si spingeranno in futuro, allargando la richiesta di prodotti per la loro visione. Basti pensare alle Olimpiadi di Tokio che sono state riprese interamente in 8K o alle nuove console gaming lanciate e già predisposte per giocare in questa risoluzione. Si tratta di una tecnologia all'avanguardia, in grado di offrire un'esperienza visiva senza precedenti e su cui abbiamo voluto puntare con la gamma Neo Qled proprio perché crediamo fortemente che a parità di contenuti, l'8K sia già più performante di qualsiasi altro processore sul mercato.

Il nostro nuovo top di gamma Neo Qled 8K QN900B, grazie all'innovativo processore Neural Quantum 8K, vanta 20 reti neurali indipendenti con Intelligenza artificiale, ciascuna delle quali analizza le caratteristiche e la qualità d'immagine dei contenuti per una visione ottimale, indipendentemente dal tipo di sorgente. Chi acquista



Il display MicroLed di Samsung assicura la massima esperienza visiva per i TV di grande formato.

un TV Neo Qled 8K potrà vedere qualsiasi contenuto nella migliore risoluzione possibile, facendo un salto in avanti nell'esperienza di visione anche se il contenuto non è nativo in 8K.

**Siete stati tra i primi a ripensare in modo innovativo al televisore lanciando sul mercato dei prodotti 'lifestyle'. Che tipo di risposta avete avuto dai consumatori e che prospettiva avranno ancora questi modelli?**

L'offerta di TV della gamma Lifestyle rientra appieno nella vision di Samsung 'Screens Everywhere, Screens for All', che si pone l'obiettivo di offrire pannelli che restituiscano immagini realistiche, effetti sonori immersivi ed esperienze iper-personalizzate. Inoltre, visto il ripensamento del ruolo del TV negli ultimi anni e la sua centralità nell'ambiente domestico, abbiamo voluto dare ai nostri consumatori la possibilità di personalizzare in maniera innovativa l'acquisto del TV. I modelli della linea Lifestyle di Samsung, The Sero, The Frame e The Serif integrano design e tecnologia senza soluzione di continuità per un'esperienza di visione unica e personalizzata e si adattano come nessun altro prodotto allo stile e alla personalità degli utenti. In questo modo anche l'esperienza di visione si evolve, a partire dal formato, orizzontale o verticale per accogliere i nuovi contenuti social-sourced, fino alla forma e ai contenuti, personalizzabili con una cornice o con opere d'arte.

**Dopo anni di pannelli Qled che siete riusciti a rendere qualitativamente molto competitivi, avete deciso di introdurre una gamma Oled: come mai e cosa significa in prospettiva?**

Stiamo continuamente evolvendo il nostro portfolio di TV per fornire ai nostri clienti innovazioni ed esperienze nuove ed emozionanti. Samsung si concentra principalmente su Neo Qled e Qled, mentre promuove i televisori Micro Led e Lifestyle. Abbiamo aggiunto Oled al nostro portfolio per fornire una più ampia gamma di opzioni. La strategia a due binari di Samsung rimane concentrata su Micro Led e Qled, con Micro Led come la linea di fascia più alta che guida il mercato super-premium. Con l'introduzione dei TV Oled, stiamo ampliando e diversificando la nostra offerta.



OLED evo è l'evoluzione della tecnologia a pixel autoilluminanti di LG, ancora più luminosità e brillantezza dei colori.

## LG ELECTRONICS

Alessandro Zearo, Head of Product e Brand marketing

**Per nove anni siete riusciti a mantenere la leadership nei televisori premium a livello globale, Ora la competizione è più serrata. Come pensate di tenere a distanza i rivali?**

Come pionieri della tecnologia Oled noi di LG abbiamo di fatto rivitalizzato il mercato TV e trainato la crescita del segmento premium. In questi nove anni abbiamo portato nuovo valore al mercato ma soprattutto ai tantissimi consumatori che continuano a scegliere LG Oled TV. Il 2022 ci vede nuovamente protagonisti con una rivoluzione nel mondo dei TV, LG Oled evo, il frutto della perfetta sinergia tra pannello Oled di nuova concezione, nuovissimo processore



Alessandro Zearo

Alpha 9 Gen5 e tecnologia Brightness booster per immagini fino al 30% più luminose. LG Oled evo è il riferimento in termini di qualità dell'immagine.

**C'è un crescente interesse da parte dei consumatori verso prodotti da una parte sempre più grandi, dall'altra di modelli con schermi più piccoli, come rispondere a questa richiesta?**

Non si tratta di due tendenze in contrapposizione: è vero che, da diverso tempo, è cresciuta la domanda di grandi schermi, soprattutto oltre i 75 pollici, ma è anche cresciuta la richiesta di tecnologie avanzate anche su formati più piccoli. Per questo motivo abbiamo arricchito la nostra collezione TV di tecnologie e formati che potessero rispondere a diverse esigenze.

Da un lato abbiamo un fiore all'occhiello: la collezione di TV Oled, che ora estende la tecnologia Oled evo sia sulla serie G2 che sulla serie C2 e amplia l'offerta di formati introducendo due modelli inediti sulla serie C2, da 42 pollici e da 97 pollici; dall'altro lato, abbiamo la collezione Qned Mini Led che si allarga per soddisfare ogni esigenza in termini di prestazioni e dimensione con un'offerta di TV 8K e 4K con modelli da 50 fino a 86 pollici.

**L'esperienza di guardare la TV è cambiata molto negli ultimi anni, si accede infatti sempre più spesso a contenuti on demand. Come avete evoluto il vostro sistema operativo WebOS per rendere questa esperienza più semplice e gratificante?**

Semplicità e intuitività sono le parole chiave su cui abbiamo sempre lavorato per rendere WebOS una piattaforma davvero ➡

accessibile a tutti. L'intuitività parte dal nostro telecomando puntatore che rende la navigazione dei menù estremamente facile poiché può essere usato quasi come un mouse, puntandolo sullo schermo e facendo scorrere il cursore.

Sulla piattaforma WebOS, quest'anno abbiamo introdotto nuove funzionalità tra cui le impostazioni per la famiglia che, oltre a permettere di creare un profilo utente per ciascun membro della famiglia per un rapido accesso ai propri servizi preferiti, consente di gestire le impostazioni per i più piccoli, come per esempio il limite massimo di ore di visione e la regolazione del comfort visivo. Abbiamo inoltre introdotto la funzione Always ready, che trasforma il TV in un assistente vocale sempre disponibile anche quando lo schermo è spento, e l'opzione MultiView che consente di usare due app o di guardare due contenuti simultaneamente in finestre affiancate.

**Alcuni prodotti della linea Signature sono entrate a far parte della gamma più mainstream, per quali ragioni avete preso questa decisione?**

La vocazione di LG Signature è rappresentare l'inarrestabile ricerca dell'eccellenza unendo forme e funzioni e una tecnologia avanzata. I prodotti di questa collezione rappresentano la nostra proposta top di gamma in termini di prestazioni, stile e design. Man mano che alziamo l'asticella dell'eccellenza su questi fronti occorre rinnovare l'offerta perché possa essere sempre rappresentativa della vocazione del brand.

L'introduzione di LG Signature Oled R, il primo televisore Oled arrotolabile al mondo, ha spinto LG Signature verso una nuova vetta, determinando quindi un aggiornamento della sua gamma. Oltre questo schermo rivoluzionario, attualmente l'offerta del brand sul fronte dei televisori include anche il maestoso Oled TV Z2, il primo TV Oled 8K al mondo che, col suo Sculpture design, sofisticato e minimalista, arreda con eleganza qualunque ambiente domestico.

**Gli utenti utilizzano i prodotti in modo sempre più verticale, ad esempio per il gaming, un utilizzo dove tra l'altro avete anche un'ot-**



La tecnologia Laser Tv permette a Hisense di proporre grandi formati a prezzi accessibili.

**tima gamma di monitor dedicati. A questo punto come si dovrebbe orientare il consumatore? Meglio acquistare un ottimo TV o puntare su un monitor da affiancare a un buon televisore?**

Non esiste una risposta univoca a questa domanda, in quanto l'elemento determinante è rappresentato dalla esclusività di utilizzo del prodotto e dalle abitudini di gioco del consumatore.

Può succedere per esempio che chi gioca utilizzi un prodotto collocato in un ambiente condiviso dove il televisore assolve a più funzioni: in questo caso certamente un TV LG Oled evo è la scelta perfetta perché soddisfa le esigenze di chi vuole giocare ma anche di chi desidera guardare contenuti di intrattenimento o sport.

Oppure può succedere che il giocatore utilizzi un prodotto collocato in un ambiente personale ma abbia comunque la necessità di usarlo anche per guardare contenuti in streaming o su applicazioni. Anche in questo caso un TV LG Oled evo, magari nel nuovo formato da 42 pollici della serie C2, può soddisfare questa esigenza.

In entrambi questi casi i TV LG Oled evo possono soddisfare anche i giocatori più esigenti grazie alle funzioni che rendono il gameplay fluido e veloce: 0.1ms tempo di risposta, VRR, FreeSync e Nvidia G-sync, al supporto a tutte le ultime tecnologie: HDMI 2.1, 120fps, Dolby Vision e all'ottimizzazione per i videogame: game optimizer, certificazioni flicker-free display e eye comfort.

Infine, ci sono giocatori che amano giochi oltre i 120 fps o che utilizzano il prodotto in un ambiente personale non solo per giocare ma anche per lavorare e fare attività di editing per i quali l'utilizzo di un monitor può essere più funzionale a questa esigenza.

## HISENSE

Francesco Fasiello,  
Product Manager Audio/Video

**Dopo un periodo non facile, nel 2021 e 2022 il mercato dei televisori si è brillantemente ripreso. Come sta andando per Hisense?**

In generale, in tutti i settori si vedono periodi di crescita e sviluppo alternarsi a periodi in cui il mercato rallenta. Negli ultimi anni il comparto delle TV ha visto una crescita continua, nonostante il periodo di difficoltà attraversato nel 2020 e 2021 a causa del Covid-19. Probabilmente le chiusure che ci sono state e l'impossibilità di uscire hanno influenzato gli acquisti dei consumatori che hanno scelto di investire nell'acquisto di un TV. Giusto per dare dei dati: il mercato ha visto, per l'anno appena chiuso, una crescita a valore di circa il 37,7% e del 12,3% a unità. Anche Hisense è cresciuta nel 2021 e la chiusura del primo



Francesco Fasiello



trimestre 2022 fa registrare una crescita superiore al 35%. Il 2022 è un anno importante per il settore sia per lo switch off che per i Mondiali in Qatar a fine anno di cui Hisense è sponsor ufficiale. L'intenzione dell'azienda è continuare con questo trend, prestando sempre attenzione al mercato e a come si evolve.

**I consumatori sono sempre attenti al prezzo ma non vogliono rinunciare neppure alla qualità. Come riuscite a coniugare questi due elementi spesso antitetici?**

Il tema del prezzo è sicuramente molto importante per le famiglie italiane che possono trovare un'ampia scelta di prodotti Audio-video grazie ai numerosi brand presenti. Oggi i prezzi presentano una struttura leggermente più complessa rispetto a qualche anno fa. Questa complessità deriva da un andamento non costante dei vari costi di filiera, a partire dalle materie prime fino ad arrivare ai costi di logistica e di stoccaggio. Per coniugare prezzo e qualità, Hisense è tra le poche aziende che si propone sul mercato con un'ampiezza di gamma e di tecnologie capaci di andare incontro alle differenti esigenze dei consumatori: non solo diversi pannelli, come Oled, Qled, Mini-Led o Laser TV, ma anche tecnologie innovative riguardanti la qualità di visione, dell'audio e dell'esperienza di utilizzo. Ad esempio, Hisense ha già sviluppato il proprio sistema operativo Vidaa che permette di essere reattivi sul mercato relativamente a nuove app e contenuti; la serie A9G è dotata di una soundbar integrata con un sistema a tre canali con potenza da 120W; la gamma Mini-Led e Oled supportano HLG, HDR, HDR10+ e Dolby Vision IQ, quest'ultimi due sfruttano i metadati trasmessi per migliorare la qualità del contenuto.

**Nonostante il mercato sia ancora piuttosto limitato, continuate a spingere sull'8K, tra l'altro anche con due interessanti novità presentate all'ultimo CES di Las Vegas; Uled 8K Mini-Led e Laser TV). È una strategia che continuerete a supportare?**

La tecnologia 8K è ormai presente da diverso tempo nel nostro settore e rappresenta sicuramente la tecnologia del futuro. Attualmente non esistono tanti contenuti quanti sono quelli in 4K, ma ciò non significa che l'industria non debba produrre o vendere TV 8K. Non bisogna dimenticare, infatti, che oggi il mercato è in grado di fornire delle tecnologie e

dei processori capaci di creare un contenuto 8K tramite l'upscaling di un video in 4K. Hisense ha scelto di presentare al Ces 2022 il formato 8K sulle due tecnologie più importanti e qualitative attualmente disponibili sul mercato: il Laser TV e il Mini-Led. In particolare modo, il modello 8K 85U9H ha ottenuto il riconoscimento CES 2022 Innovation Award Honoree, ulteriore testimonianza di quanto importante e centrale sia l'innovazione tecnologica per Hisense.

**A proposito di laser TV, uno dei vostri prodotti più interessanti: a chi si rivolgono e che tipo di mercato hanno? Sono concorrenti ai TV tradizionali?**

Oggi il Laser TV è una delle principali novità del settore Audio-video. I suoi punti di forza sono sicuramente una qualità di visione assimilabile a quella cinematografica; caratteristiche pari o superiore a quelle di una SmartTV e la capacità di coprire i grandi formati (100" e 120") a prezzi accessibili. Proprio quest'ultima caratteristica rende il Laser TV unico e non paragonabile ai TV tradizionali. Inoltre, si tratta di un prodotto molto versatile che si rivolge indistintamente al mercato residenziale come a quello business: per un utilizzo residenziale, offre la possibilità di ricreare e far vivere un'esperienza Home Cinema nel proprio salotto; mentre in ambito business rappresenta un'ottima soluzione per bar, ristoranti, meeting room e hotel.



Nicola Micali

## TCL

Nicola Micali, Senior Go To Market Manager

**Avete da poco annunciato la gamma dei nuovi prodotti TV per il 2022, su cosa state puntando?**

In casa TCL le attenzioni sul 2022 saranno concentrate sul segmento Qled con due serie pensate per l'intrattenimento grazie alla piattaforma integrata Google TV ricca di contenuti con tutti i principali provider locali e internazionali e alle tecnologie gaming di ultima generazione con pannello 144Hz (Serie C73) e compatibilità Freesync. ➔



Il TV Mini Led X925 di TCL ha vinto il premio CES 2022 Innovation Award per il prodotto più innovativo.



Il Led MTC6000 di Metz è uno smart TV con dimensioni da 24, 32 e 42 pollici.

Per entrambe il punto distintivo sarà la rinnovata collaborazione con Onkyo e Dolby Atmos per un audio sempre più ricco e coinvolgente. Sono TV che risultano non solo funzionali in ambiente domestico ma anche in quello aziendale viste le varie possibilità di condivisione dello schermo con più dispositivi senza bisogno di alcun collegamento fisico, utile per presentazioni e video chiamate.

**A livello globale siete un player molto importante, forse un po' meno conosciuti in Italia. Come vi state muovendo per aumentare awareness e visibilità?**

In realtà dallo scorso ottobre TCL stando ai dati Gfk di febbraio rappresenta in volume la terza scelta del cliente di Tv in Italia. Nel corso di quest'anno le principali attività di comunicazione saranno indirizzate sul trade con operazioni di co-marketing che toccheranno i principali canali media televisivi, radio e digital.

**Il TV X925 Pro è il primo con retroilluminazione Mini Led di terza generazione e dotato di tecnologia di visualizzazione OD Zero, un fiore all'occhiello del vostro marchio. Arriverà anche in Italia? Cosa ha di speciale?**

Il TV X925 Pro, vincitore del Ces 2022 Innovation Award, ha un'eccezionale risoluzione del display 8K, con oltre 33 milioni di pixel per chiari brillanti e nel formato

da 85 pollici Mini Led offre una prestazione rivoluzionaria delle immagini, un design ultrasottile e un audio coinvolgente. Al momento sarà destinato al mercato europeo e rappresenta la capacità innovativa e l'attenzione di TCL verso le tecnologie TV più d'avanguardia. In Italia abbiamo pianificato l'inserimento di 2 serie Mini Led 4K dal 55" al 75" per iniziare a presidiare le fasce di valore in linea con la crescita attuale e graduale del brand a cui stiamo lavorando negli ultimi anni, l'8K è ancora prematuro. Non è esclusa però una sorpresa in termini di dimensioni con uno schermo in grado di soddisfare le esigenze di chi ama il cinema a casa.

## METZ

Matteo Ricci,  
Country Manager Italia

**Metz è un brand storico, con oltre 80 anni di attività alle spalle. Ora la nuova proprietà, la cinese Skyworth, ha deciso di rilanciarlo anche in Italia. In che modo e con quali obiettivi?**

Il primo modo con cui ci siamo approcciati al mercato italiano è stato premiare i canali e i consumatori che ci hanno dato fiducia. Pur avendo una qualità simile a quella dei brand già affermati sul mercato, abbiamo

deciso di lasciare maggior valore al consumatore per ringraziarlo della fiducia accordata a un brand nuovo sul mercato. Scegliere di sponsorizzare una squadra di calcio come la Juventus ci permette di evidenziare il nostro serio impegno verso il mercato italiano.

Un secondo passo, che stiamo compiendo proprio in questi giorni, è l'apertura di una sede milanese che avrà responsabilità principalmente sull'Europa mediterranea: questo ci permetterà di reclutare più facilmente personale italiano ed essere più vicini ai nostri clienti.

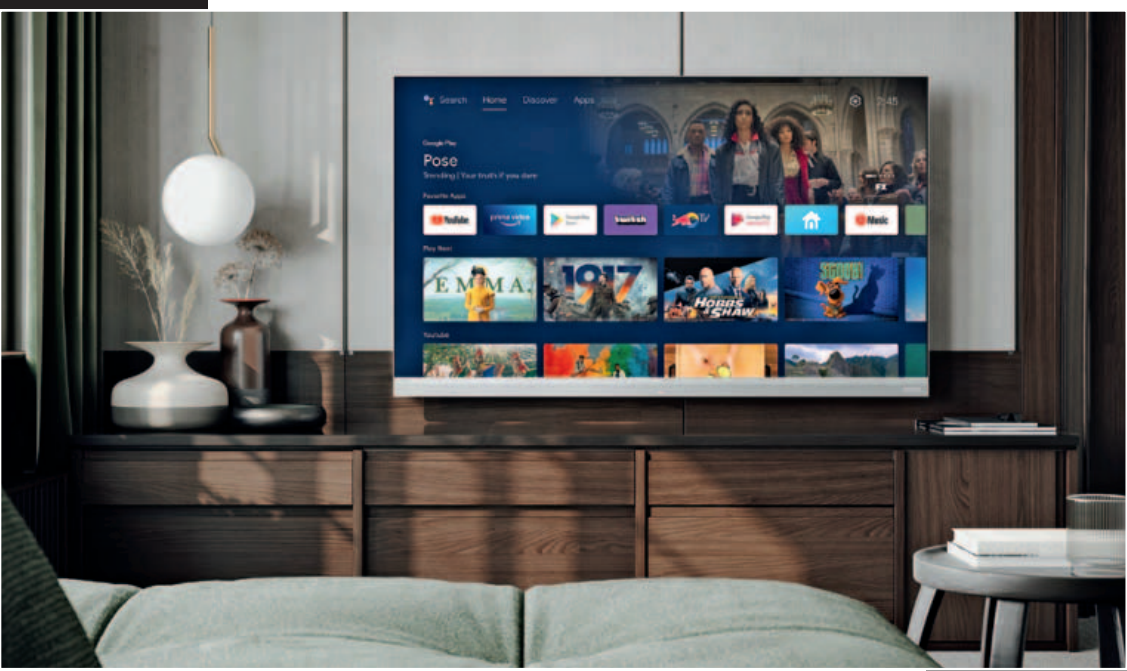
Il nostro obiettivo è migliorare la vita domestica degli italiani ed europei in generale: un'aumentata qualità delle TV è solo il primo passo: altri prodotti arriveranno in futuro. Metz e Skyworth sono due aziende di primissimo piano e molto famose nei loro mercati di origine. Siamo certi che a breve anche gli italiani potranno apprezzare a pieno la qualità dei nostri prodotti.

**Come si compone la gamma dei prodotti Metz e quali prodotti state spingendo maggiormente?**

Al momento sul mercato italiano ci stiamo concentrando sulle televisioni: sia Metz che Skyworth hanno una lunga storia di produzione di apparecchiature per la riproduzione di suono e immagini di alta qualità e siamo sicuri che attraverso questi apparecchi riusciremo a creare un'im-



Matteo Ricci



Sharp 50EQ4EA: smart TV 4K Uhd con sistema audio Harman Kardon.

magine positiva del nostro marchio. La nostra gamma di prodotti spazia da dei semplici 24 pollici per chi ha bisogno di un piccolo schermo secondario, al nostro top di gamma 65 pollici Oled a 120hz dalle prestazioni estremamente elevate. A chi necessita di schermi molto grandi invece possiamo proporre schermi Led a 70", con chipset dedicati al mantenimento della perfetta qualità dell'immagine. I nostri prodotti di media fascia sono sempre più riconosciuti dai nostri clienti, e uno dei nostri prodotti di cui siamo più fieri è il MOC9010, che permette a chiunque di regalarsi una fantastica esperienza Oled. Entro quest'anno la nostra linea si arricchirà di schermi Mini Led e Qled e con un nuovo sistema operativo Google TV, per rispondere ancora più da vicino alle necessità dei consumatori italiani.

## SHARP CONSUMER ELECTRONICS

Giovanni Lo Presti,  
Managing Director

**Da sempre Sharp è riconosciuta come un brand di prodotti di alta qualità e siete stati tra i primi a lasciare sul mercato pannelli**



Giovanni Lo Presti

**8K. Quali sono i vostri principali elementi distintivi e come intendete comunicarli ai consumatori?**

A fare la differenza in Sharp sono senza dubbio i nostri valori. Da oltre cento anni la sincerità e la creatività sono due pilastri che contraddistinguono la nostra filosofia aziendale.

La sincerità è la base delle nostre relazioni, all'interno e all'esterno dell'azienda. Promuoviamo infatti la crescita sinergica sia con i nostri dipendenti, sia con i clienti e gli azionisti ponendo le basi per un futuro

all'insegna della prosperità e dello sviluppo sostenibile.

La creatività è essenziale: essa ci permette di distinguerci dalla concorrenza e di innovare perseguendo costantemente il miglioramento attraverso l'implementazione delle tecnologie più recenti e rivoluzionarie.

Questi due valori vengono comunicati ai nostri clienti proponendo loro i migliori prezzi sul mercato. Ciò che ci differenzia è anche la volontà di essere al passo con le tendenze in corso, creando prodotti sempre più innovativi in grado di cambiare il mondo in meglio.

Per quanto riguarda l'8K, ad esempio, la migliore risoluzione offerta da questa tecnologia apre a nuove possibilità non solo per quanto riguarda il business end-user, ma anche in altri settori come sicurezza, medicina e industria in generale.


**Quali sono i principali TV su cui punterete nel 2022 e quale il prodotto più rappresentativo?**

Nel 2022 in Sharp celebriamo il 20° anniversario dei prodotti Aquos, migliorando la qualità della proposta, aggiornando l'attuale gamma di TV Led e introducendo una nuova serie di fascia premium.

L'obiettivo principale di Sharp per l'anno in corso è il lancio della prima linea di TV Android Quantum Dot, che sarà disponibile indicativamente a partire dal secondo trimestre, che rinsalderà il ruolo del brand come leader mondiale nel mercato TV di fascia premium.

Questa nuova gamma di televisori si distingue per il suo design sottile e senza cornice realizzato interamente in alluminio premium: un HDR di qualità ispirato al cinema ed un suono d'eccellenza realizzato in collaborazione con il suo partner consolidato Harman Kardon.

Si tratta di una proposta in due design e nei colori argento e nero, disponibile nelle varianti da 50, 55, 65 e 75 pollici. La nuova serie TV Quantum Dot offre ai nostri clienti una doppia gamma di prodotti in grado di soddisfare le loro esigenze non solo dal punto di vista dimensionale e qualitativo ma anche estetico.

Quest'anno introdurremo anche la nuova linea di TV Led che presenta processori più veloci e pannelli più definiti insieme a estetiche riviste per le serie DI, DL ed EN. 

# I TOP SELLER DEL BIANCO

---

NEI FRIGORIFERI, LAVATRICI  
E LAVASTOVIGLIE L'ATTENZIONE  
AL RISPARMIO ENERGETICO  
SI AGGIUNGE  
ALLE OPPORTUNITÀ APERTE  
DAL TREND DELLA SMART HOME  
E ALLA TRADIZIONALE ECCELLENZA  
NEL DESIGN.



46

48

50

52

**AEG**

**BEKO**

**HAIER**

**HISENSE**

# AEG PIANO A INDUZIONE TOTALFLEX

**L**ineare, versatile e tecnologico: il nuovo piano a induzione si trasforma, adattandosi sempre più alle esigenze dell'utente. TotalFlex è dotato di una superficie in vetro reattiva che rileva in maniera automatica la zona cottura, adattandosi a pentole e padelle di ogni forma e dimensione: dalla plancha grill alla pentola per l'arrosto, dal set Wok al padellino per cuocere l'uovo fritto. Ogni tegame può essere spostato

per gestire con la massima agilità la preparazione dei menu, anche i più complessi, con la certezza che ciascuna pietanza verrà cotta a regola d'arte. La possibilità di non interrompere il processo di cottura e di non limitarsi a utilizzare zone predefinite assicura infatti libertà e flessibilità. L'incessante ricerca tecnologica permette al marchio tedesco di sviluppare prodotti impeccabili nel design, precisi ma al contempo versatili, in grado di rivoluzionare il modo di vivere la cucina.



*“La cucina, cuore pulsante di ogni abitazione, è oggi uno spazio da vivere assecondando ritmi di vita dinamici, senza però farsi mancare menù articolati e gustosi da realizzare in modo semplice e veloce. Gli elettrodomestici AEG sposano al design una tecnologia pensata per consentire a tutti di espandere le proprie abilità culinarie, con risultati sorprendenti”.*

Matteo Frattino,  
direttore marketing Electrolux  
Appliances Italia

## More info

- ◆ **COMANDI ACTIVE TOUCH:** SI ILLUMINANO AUTOMATICAMENTE, MOSTRANDO LE IMPOSTAZIONI A DISPOSIZIONE DELL'UTENTE.
- ◆ **FUNZIONE HOB2HOOD:** UN AMBIENTE FRESCO E PRIVO DI ODORI GRAZIE ALLA CONNESSIONE WIRELESS INTEGRATA FRA PIANO COTTURA E CAPPA.
- ◆ **FUNZIONE BRIDGE:** PERMETTE AD ESEMPIO DI COLLEGARE DUE AREE DI COTTURA ATTIGUE E CONTROLLARLE COME SE FOSSE UN'UNICA ZONA PIÙ GRANDE.
- ◆ **MASSIMA AGILITÀ** NELLA PREPARAZIONE DEI MENÙ.

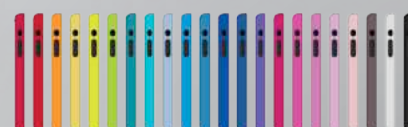


# sbs



**Scopri Rainbow:  
22 colori. Per tutti i marchi.  
Senza problemi di stock.**

Offri ai tuoi clienti la migliore Customer Experience



f @ in ▶

# BEKO LAVASTOVIGLIE DEN38530XAD

**I**n Europa è la prima lavastoviglie dotata di sistema AutoDose che regola automaticamente il detersivo in gel e il brillantante, permettendo fino a 23 lavaggi con una sola carica. La grande capacità di carico: 15 coperti, è espressa anche dalla presenza di tre cestelli, di cui il superiore dedicato alle posate e quello intermedio dotato di

sistema Acrobat che consente di regolare il carico in tre posizioni ed è ideato per sorreggere delicatamente i cristalli. Il ciclo a caldo da 10 minuti SteamGloss® fa brillare i bicchieri come nuovi. Con il Display Direct access, un unico tasto dedicato consente la selezione tra 8 programmi, come Intensive 70, Eco 50° e Quick&Shine®.



*“Proponiamo una vasta gamma di lavastoviglie altamente efficienti e capienti, tra cui anche quelle dotate di motore ProSmart™ Inverter, che è due volte più silenzioso, è disponibile sui modelli fino alla classe energetica D e fa risparmiare acqua e corrente. Attualmente la nostra lavastoviglie più green è sicuramente l'AutoDose DEN38530XAD che dispone del sistema di autosaggio di gel e di brillantante, evitando così sprechi di prodotto e permettendo di salvaguardare meglio l'ambiente. Oltre a questo importante plus, questa lavastoviglie dispone del motore ProSmart™ Inverter ed è di classe energetica D: il consumo d'acqua medio è di 9,5 litri e la rumorosità è di 43 dBA”.*

*Michela Lucchesini  
Direttrice Marketing e comunicazione  
Beko Italia*

## More info

- ◆ **AQUAINTENSE®:** CREA UNA POTENTE ZONA DI LAVAGGIO CON ACQUA AD ALTA PRESSIONE CHE PULISCE ANCHE LO SPORCO PIÙ OSTINATO.
- ◆ **MOTORE PROSMART™ INVERTER:** RIDUCE LA FRIZIONE, È DUE VOLTE PIÙ SILENZIOSO ED È COPERTO DA 10 ANNI DI GARANZIA.
- ◆ **RIPIANI SOFTTOUCH™:** SISTEMA DI RASTRELLIERE PER CESTELLO SUPERIORE CHE SORREGGE DELICATAMENTE I CALICI EVITANDO CHE SI DANNEGGINO.
- ◆ **SUPPORTO PER PIATTI EASY FOLD:** CONSENTE DI USARE LO SPAZIO DEDICATO AI PIATTI PER PENTOLE E PADELLE PIÙ GRANDI.





**BOLVA**  
SMART TV

## La nuova frontiera dell'innovazione.

Interfaccia grafica di ultima generazione,  
sistema operativo dinamico e design elegante.



Scopri di più sul sito [www.bolva.it](http://www.bolva.it)

# HAIER FRIGORIFERO 3D 70 SERIES 7

**L**a prima gamma di frigoriferi connessi lanciata da Haier in Europa presenta una vasta gamma di innovazioni e tecnologie, che attraverso la connettività, realizzano pienamente il potenziale di Haier, portando al massimo livello il concetto di elettrodomestici 'costruiti su misura' per ogni tipo di esigenza.

Oltre a offrire le migliori tecnologie per la conservazione e per la refrigerazione, questo frigorifero a 3 porte è totalmente personalizzabile, grazie alle possibilità offerte dall'Intelligenza artificiale e dall'App hOn, che suggeriscono le migliori funzionalità e realizzano il potenziale delle sue dotazioni e permettono di controllarlo e utilizzarlo da remoto.



*"Il nuovo frigorifero connesso HTW7720ENMP è il prodotto ideale per il consumatore moderno. Per la prima volta sul mercato Haier estende il concetto di connettività all'utilizzo quotidiano dell'elettrodomestico: grazie all'Intelligenza artificiale e all'app hOn, il frigorifero è in grado di rilevare la presenza del consumatore in un supermercato e modificare la temperatura proattivamente, migliorando la conservazione degli alimenti acquistati e portandoli a temperatura più velocemente. Grazie alla struttura a tre porte e al pratico congelatore a cassette, è possibile accedere in maniera semplice e veloce al vano freezer, risparmiando tempo ed energia elettrica".*

Vittorio Navarrini,  
Product manager Cooling  
Haier Europe

## More info

- ◆ **TECNOLOGIA AIR SURROUND:** GRAZIE A SPECIALI USCITE LATERALI POSTE SULLA COLONNA ALL'INTERNO DEL FRIGORIFERO PERMETTE UNA DISTRIBUZIONE OMOGENEA DEL FLUSSO DI ARIA FREDDA.
- ◆ **CASSETTO HUMIDITY ZONE:** MANTIENE LA FRUTTA E LA VERDURA FRESCHE DUE VOLTE PIÙ A LUNGO (COME CERTIFICATO DA VDE N° ID.40046454) E CONSERVA AL MEGLIO IL CONTENUTO NUTRIZIONALE DEGLI ALIMENTI, GRAZIE ALL'ESCLUSIVA TECNOLOGIA HCS COSTITUITA DA UNA MEMBRANA IN FIBRA VEGETALE CHE MANTIENE AL 90% I LIVELLI DI UMIDITÀ NEL COMPARTO.
- ◆ **CASSETTO MYZONE:** PERMETTE DI REGOLARE LA TEMPERATURA INTERNA CON UN SEMPLICE TOCCO IN BASE ALLE PROPRIE ESIGENZE DI CONSERVAZIONE DEGLI ALIMENTI.





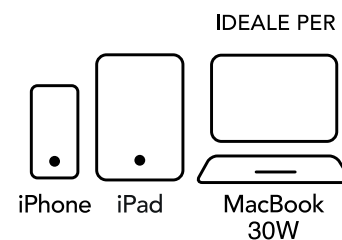
cellularline



## The One, un solo caricabatteria per i device Apple.

A casa, in ufficio o in mobilità, l'alimentatore **USB-C 30W Cellularline** permette di **ricaricare in maniera comoda e veloce** qualsiasi dispositivo Apple, a partire da **iPhone ed iPad** fino ad alcuni modelli di **MacBook**.

Il nuovo **"THE ONE"** nasce per offrire la **massima performance** ed il **massimo servizio**: un unico caricatore, potente, pratico e leggero, da portare sempre con sé.



**Cellularline**, more of you.

[cellularline.com](http://cellularline.com)

# HISENSE LA LINEA DI FRIGORIFERI SKYLINE

**U**na linea ideata e progettata per non scendere a patti sotto il profilo estetico, tecnologico e della capienza mantenendo però al minimo gli ingombri. Tratto caratteristico della gamma Skyline è infatti l'altezza di 2 metri, che consente di raggiungere i 500 litri di capienza con appena 70 cm di larghezza. Tutti i frigoriferi Skyline hanno un look iconico e offrono una perfetta ripartizione degli spazi interni.

Caratteristiche comuni sono la profondità contenuta, il dispenser integrato, i 37dB di rumorosità e la parete posteriore in metallo. Spazio al Total No Frost e Metal-Tech Cooling, che garantisce un'ottimale circolazione d'aria all'interno di tutte le aree del frigo. La tecnologia Micro Vents assicura inoltre omogeneità di temperatura in ogni scomparto, e le funzionalità Super Cool e Super Freeze abbattano rapidamente la temperatura interna per conservare più a lungo gli altrimenti appena acquistati.



*“Attraverso il costante lavoro di ricerca, in Hisense siamo in grado di proporre al mercato prodotti dalla qualità elevata e con una particolare attenzione all'estetica. Questo approccio si riflette perfettamente nella gamma di frigoriferi Skyline. Caratterizzata da un look premium e da un'altezza di 2 metri, questa linea offre una ripartizione degli spazi interni ottimale e una percezione dell'ingombro davvero ridotta. Inoltre, dal punto di vista tecnologico supporta funzioni avanzate per la conservazione dei cibi, senza dimenticare l'efficienza energetica.”*

*Gaetano La Spina  
Sales Director White Goods Free  
Standing di Hisense Italia*

## More info

- ◆ **DESIGN PREMIUM E FLAT DELLA PORTA:** SI ADATTA A OGNI CUCINA INTEGRANDOSI IN QUALSIASI STILE.
- ◆ **GRANDE CAPACITÀ:** MOLTO SPAZIO E 4 PORTE CHE SI APRONO AMPIAMENTE.
- ◆ **METAL COOLING:** MULTIPLE PRESE D'ARIA CHE PERMETTONO DI DISTRIBUIRE L'ARIA FREDDA IN OGNI ANGOLO E PARETE POSTERIORE IN METALLO.
- ◆ **DISPENSER DI ACQUA:** BASTA VERSARE ACQUA FRESCA NELL'APPOSITO SERBATOIO PER AVERE ACQUA REFRIGERATA, IN QUALSIASI MOMENTO.





## DOLCECLIMA

**Classe superiore, efficienza garantita.**

DOLCECLIMA è la gamma di climatizzatori portatili che coniuga efficienza e prestazioni al massimo livello. Consumi ridotti fino al 29%\*, design italiano e controllo da remoto con tecnologia WiFi. Scopri di più su [olimpiasplendid.it](http://olimpiasplendid.it)


\* Risparmio raggiungibile con il climatizzatore portatile Olimpia Splendid in classe A++ rispetto ad un altro modello in classe A di pari potenza refrigerante

INTEGRATED

Wi-Fi



UP TO  
A++

 Azienda italiana dal 1956

 **OLIMPIA  
SPLENDID**  
HOME OF COMFORT

[olimpiasplendid.it](http://olimpiasplendid.it)

# I TOP SELLER DEL PED E DEL CLIMA

---

TECNOLOGIA E DESIGN  
CONTRIBUISCONO A MIGLIORARE  
LA VITA QUOTIDIANA.  
I BRAND RIDEFINISCONO I CONCETTI  
DI BENESSERE E COMFORT ALLA LUCE  
DELLA CRESCENTE SENSIBILITÀ AI TEMI  
DELL'IGIENE E DELLA SALUBRITÀ  
DEGLI AMBIENTI INTERNI.



56

**ARGOCLIMA**

57

**BEURER**

58

**BOSCH**

60

**KENWOOD**

61

**NITAL**

62

**OLIMPIA SPLENDID**

63

**REMINGTON**

64

**SAMSUNG**

65

**SODASTREAM**

# ARGOCLIMA CLIMATIZZATORI MONOBLOCCO ARGO APOLLO

**N**ati in risposta alle esigenze di chi non può ricorrere a installazioni con unità moto-condensante posizionata esternamente, i climatizzatori monoblocco Argo Apollo vengono proposti in due release: la 12HP multifunzione, per la climatizzazione, la deumidificazione, la ventilazione e il riscaldamento

(pompa di calore integrata), e la 10SC solo freddo, dove la climatizzazione, la deumidificazione e la ventilazione degli ambienti sono garantite. La tecnologia Full DC Inverter modula la capacità del compressore e la velocità dei ventilatori in funzione delle reali esigenze. Insieme all'utilizzo di un refrigerante ecologico come l'R32, assicura elevata efficienza energetica e, quindi, bassi consumi energetici.



*“Avevamo un obiettivo: creare un prodotto ecotecnologico capace di fornire alto comfort. Ci siamo superati realizzando un climatizzatore senza unità esterna in R32, anche in versione a pompa di calore, tecnologia Full DC Inverter e Wi-Fi integrato. In un mercato altamente competitivo, garantire standard qualitativi così elevati a prezzi interessanti è stata una vera missione. Oggi nel nostro portfolio prodotti possiamo vantare una proposta completa anche per i monoblocco: contiamo infatti le due release 12HP (a pompa di calore) e 10SC (solo freddo). Grazie al design essenziale e raffinato e alle giuste dimensioni, Argo Apollo può essere facilmente posizionato nell'ambiente casa, ufficio e/o spazio pubblico.”*

Alessandra Jemmi  
Direttore commerciale Italia,  
canale Eldom

## More info

- ◆ **INSTALLAZIONE SEMPLIFICATA E NESSUN INGOMBRO ALL'ESTERNO:** L'UNITÀ CONTIENE TUTTI I COMPONENTI AL SUO INTERNO E SONO SUFFICIENTI DUE FORI NEL MURO PERIMETRALE PER POSIZIONARE I TUBI DI COLLEGAMENTO CON L'ESTERNO E LE GRIGLIE DEDICATE ALL'ENTRATA E ALL'USCITA DELL'ARIA.
- ◆ **UNA SPECIALE FUNZIONE** GARANTISCE CHE DURANTE IL FUNZIONAMENTO IN CALDO L'ARIA VENGA IMMESSA IN AMBIENTE SOLO DOPO ESSERE STATA SUFFICIENTEMENTE RISCALDATA.
- ◆ **WI-FI INTEGRATO** DISPONIBILE IN ENTRAMBE LE RELEASE DI ARGO APOLLO 12HP.
- ◆ **L'APP DEDICATA** PERMETTE LA GESTIONE DEL COMFORT ANCHE DA FUORI CASA.





# BEURER SET PER MANICURE E PEDICURE MP 84

**E**lto 'Prodotto dell'Anno '2022, è l'ideale per avere mani e piedi sempre perfetti. Le sue 10 testine rotanti di altissima qualità in zaffiro per limare e accorciare le unghie, in feltro per lucidarle e in cristallo per eliminare anche i calli più spessi, unite alla velocità regolabile, garantiscono risultati professionali e personalizzati in

poche semplici mosse. Questo innovativo modello dispone di un elegante cofanetto color ottanio di ultima generazione che funge da custodia e da caricatore del dispositivo. La potente batteria agli ioni di litio permette a MP 84 un funzionamento senza fili per 2 ore, la pratica luce Led e il doppio senso di rotazione garantiscono la massima precisione.



*“La domanda di prodotti Beauty innovativi, di qualità e dal design ricercato è in continua crescita anche nelle nicchie più inaspettate. Ecco perché noi di Beurer, per primi nella categoria manicure e pedicure, abbiamo scelto di andare nella direzione della qualità e dell'innovazione: abbiamo spogliato questi prodotti della loro aura sanitaria, per elevarli a veri e propri gioielli da esporre in casa. Puntiamo a intercettare la fascia alto spendente di consumatori con prodotti, come i nostri Set per manicure e pedicure, dalle caratteristiche vicine al mondo professionale in termini di affidabilità, efficacia, design e prezzo”.*

Fabrizio Cassata  
Amministratore Delegato  
Beurer Italia

## More info

- ◆ ELEGANTE COFANETTO DI RICARICA COLOR OTTANIO.
- ◆ FINO A 4.400 GIRI AL MINUTO PER UN USO FACILE E VELOCE.
- ◆ 10 TESTINE ROTANTI DI ALTISSIMA QUALITÀ IN ZAFFIRO, CRISTALLO E FELTRO.



# BOSCH UNLIMITED 7 BCS711A

**G**arantisce la massima flessibilità ed è studiata per la pulizia di ogni tipo di superficie, questa scopa elettrica ricaricabile. Grazie alle batterie intercambiabili agli ioni di litio protette da surriscaldamento e sovraccarico, offre un'autonomia infinita senza rinunciare alla potenza, garantita

dal motore digitale brushless TurboSpin di Bosch a 3 velocità. Utilizza la tecnologia brevettata Bosch di rilevamento intelligente della batteria per riconoscere il tipo di batteria in uso e ottimizzare automaticamente le prestazioni o l'autonomia. Grazie alla funzione RotationClean è sufficiente ruotare il filtro per eliminare la polvere accumulata e svuotare poi il contenitore assicurando la massima igiene.



*“La scopa elettrica è ormai diventata il nuovo alleato per le pulizie, sostituendo progressivamente i classici aspirapolvere a traino fino a superarne nel 2021 l'offerta, sia negli store di tecnologia sia online. Potente ma con la comodità del cordless, leggera e poco ingombrante, è indispensabile per chi vuole pulire tutta la casa rapidamente e senza sforzo, evitando il fastidio di cambiare il sacchetto. Unlimited 7 sposa a pieno questa esigenza: estremamente versatile, con luci sulla spazzola e tubo pieghevole per pulire anche sotto i mobili senza fatica, una clip per posarla ovunque durante le pause dalle pulizie e una vasta gamma di accessori, ideali per ogni esigenza”.*

Federica Caldini  
Product manager Piccolo  
Elettrodomestico  
BSH Italia

## More info

- ◆ **MAGGIORE AUTONOMIA:** BATTERIA INTERCAMBIABILE DA 3.0 AH (POWER FOR ALL ALLIANCE) CHE GARANTISCE IL 33% DI DURATA IN PIÙ.
- ◆ **MOTORE TURBOSPIN POTENTE, LEGGERO ED EFFICIENTE PER PRESTAZIONI SEMPRE ECCELLENTI.**
- ◆ **ECO, TURBO E AUTO:** GRAZIE ALLE TRE VELOCITÀ DI CUI È DOTATA PUÒ PASSARE DAL PAVIMENTO AL TAPPETO GARANTENDO SEMPRE RISULTATI OTTIMALI.
- ◆ **SPAZZOLA ALLFLOOR DYNAMIC POWER** CON LUCI LED INTEGRATE PER RACCOGLIERE FINO AL 99,9% DELLA POLVERE (RACCOLTA DELLA POLVERE MISURATA IN MODALITÀ TURBO SU PAVIMENTI DURI CON ACCESSORI. TESTATO SECONDO EN 60312-1:2017).





improve your life

# ARGO MAYA



**Climatizzatore portatile**

Minimal nel design e nelle finiture, semplice nell'utilizzo. Ideale per raffrescare ambienti di metrature modeste, si integra perfettamente in qualsiasi spazio abitativo. Capacità massima in freddo 8000 BTU/h (35 °C-80% U.R.) - Classe A.



[argoclima.com](http://argoclima.com)

# KENWOOD TITANIUM CHEF BAKER XL

**U**nisce stile e praticità in cucina questa impastatrice planetaria che non solo impasta, ma pesa direttamente nella ciotola o all'interno degli accessori, grazie alla bilancia integrata EasyWeigh™ Scales e allo schermo Lcd con timer integrato. È perfetta per ogni tipo di impasto grazie a una

potenza motore da 1200W, che include 4 diversi ganci per la miscelazione e un set di ciotole Nesting DuoBowl™ da 7 e 5 litri con cui sarà possibile preparare le ricette senza interruzioni. Il modello KVL85.124SI ha in dotazione anche un frullatore in vetro Thermoresist da 1,6 l per frullare composti caldi o freddi. Premiata con l'iF Design Award nella categoria Kitchen e il Red Dot Award 2021.



*“Negli ultimi due anni il mercato delle impastatrici ha registrato una crescita importante, soprattutto a volume. Le planetarie sono diventate una presenza frequente nelle abitazioni degli italiani, grazie alla riscoperta del ‘fatto in casa’.*

*Da una nostra ricerca è emerso che una parte delle persone che hanno effettuato l'acquisto d'impulso in questi due anni, magari spinti da prezzi vantaggiosi, non usa l'impastatrice o lo fa saltuariamente, ma è interessata a sostituire il suo prodotto con uno che garantisca risultati eccellenti.*

*Per questi consumatori abbiamo pensato all'iniziativa 'Rottama l'ordinario, ama l'eccellenza', la campagna di cashback fino a 200 euro rivolta a chi acquista un nuovo modello entro il 31 maggio.*

*Daniela Degano  
Brand Manager*

## More info

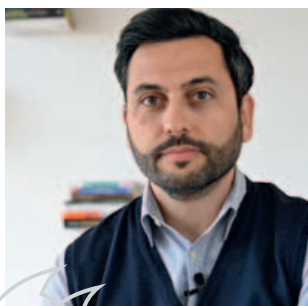
- ◆ BILANCIA INTEGRATA.
- ◆ UTENSILI PER LA MISCELAZIONE IN ACCIAIO INOX INCLUSI: FRUSTA K, FRUSTA A FILO, GANCIO IMPASTATORE, FRUSTA GOMMATA CON 2 GUAINA.
- ◆ NUMERO DI VELOCITÀ: 8 + PULSE.
- ◆ SELETTORE VELOCITÀ ELETTRONICA.
- ◆ FRULLATORE E DOPPIA CIOTOLA IN DOTAZIONE.



# NITAL ROBOT ROMBA J7+

**I**l robot Roomba j7 sfrutta la navigazione PrecisionVision per identificare ed evitare ostacoli, come i cavi per la ricarica dei dispositivi ma anche gli ostacoli più antipatici, come le eventuali deiezioni lasciate dagli animali domestici e portare a termine il lavoro senza intoppi. Dotato di un sistema di pulizia a 3 fasi, utilizza le esclusive doppie spazzole in gomma multisuperficie e una spazzola puliscibordi con una potenza

di aspirazione 10 volte superiore. Elimina il proprio contenuto in maniera autonoma grazie allo svuotamento automatico Clean Base dotato di sacchetti AllergenLock che raccolgono polvere e sporco per un massimo di 60 giorni di fila. Si adatta in maniera perfetta ai tuoi programmi sempre diversi, così da pulire quando non si è presenti e quando si è fuori casa, è possibile usare la iRobot Home App per chiedergli di pulire la zona che si preferisce.



*“iRobot ha sviluppato Roomba j7+, un robot aspirapolvere intelligente e reattivo che mette le esigenze delle persone al primo posto. Potenziato dalla tecnologia iRobot Genius, Roomba j7+ incorpora molte delle tecnologie che sappiamo che i nostri clienti cercano in un robot premium: rileva ed evita gli ostacoli, si adatta alle esigenze dell’utente, pulisce in base alle preferenze individuali e agli orari, e diventa più intelligente nel tempo”.*

Luca Conforti  
Key account iRobot

## More info

- ◆ **SISTEMA DI NAVIGAZIONE PRECISIONVISION CON TECNOLOGIA IROBOT GENIUS E UNA POTENZA DI ASPIRAZIONE 10 VOLTE SUPERIORE.**
- ◆ **MAPPATURA AVANZATA E RICONOSCIMENTO VOCALE, COMPATIBILE CON AMAZON ALEXA E GOOGLE ASSISTANT.**
- ◆ **SISTEMA DI PULIZIA A 3 FASI CON DOPPIE SPAZZOLE IN GOMMA MULTISUPERFICIE.**
- ◆ **APP IROBOT HOME E CONNETTIVITÀ WI-FI PER GESTIRE IL ROBOT DA REMOTO IN QUALSIASI MOMENTO.**



# OLIMPIA SPLENDID

CLIMATIZZATORI  
PORTATILI  
DOLCECLIMA  
BREZZA

**A**rriveranno sul mercato la prossima estate i nuovi portatili Dolceclima Brezza del marchio italiano dell'home comfort con uno stile total-white, contemporaneo e minimalista, e una tecnologia innovativa per il massimo comfort acustico. Con le tre referenze in arrivo (1 in solo freddo e 2 in pompa di calore,

con potenze nominali da 2,5 a 3,5 kW) salgono così a 17 i modelli della linea Dolceclima che già si distingue per lo stile italiano e le prestazioni energetiche. Offre infatti soluzioni in classe energetica A+ in tutte le famiglie della line up di gamma, inclusa la entry level, e un prodotto eroe in A++ capace di ridurre fino al 29% i consumi energetici rispetto ad un climatizzatore di pari potenza in classe A.

## More info

- ◆ **IL DESIGN TOTAL-WHITE**, FIRMATO DALLO STUDIO SKYRUNNER.
- ◆ **LA TECNOLOGIA IN POMPA DI CALORE** TRASFORMA IL CLIMATIZZATORE PORTATILE IN UN ALLEATO DEL COMFORT ANCHE NELLE MEZZE STAGIONI.
- ◆ **IL WI-FI INTEGRATO E LA COMPATIBILITÀ** CON I PIÙ COMUNI ASSISTENTI VOCALI RENDONO POSSIBILE IL CONTROLLO ANCHE ATTRAVERSO L'APP MOBILE OS HOME (IOS E ANDROID) O LA VOCE (PER SPECIFICHE FUNZIONI/MODALITÀ D'USO).



*“Le novità Dolceclima 2022 sono la testimonianza che Olimpia Splendid è un brand innovativo, che investe in ricerca e sviluppo per offrire un comfort domestico all'avanguardia. La sostenibilità del prodotto, il design e la tecnologia sono i principali driver di sviluppo, che approcciamo sotto diversi punti di vista. Dopo l'importante lavoro sull'efficienza e sullo stile italiano, il focus è ora sulla destagionalizzazione del prodotto: grazie alla tecnologia in pompa di calore, già uno standard su altre categorie, anche il climatizzatore portatile può diventare un alleato del benessere indoor 365 giorni l'anno, da portare con sé in ogni stagione”.*

Roberta Vanni  
Responsabile marketing  
Olimpia Splendid



# REMININGTON TAGLIACAPELLI EASY FADE

**A**gevola le tecniche utilizzate dai professionisti del settore questo hair clipper: appositi pettini sfumano il capello tra due lunghezze, eliminando qualsiasi difficoltà e senza richiedere particolare abilità. Ogni dente del pettine fornisce infatti lunghezze intermedie per creare sfumature tra due lunghezze

di taglio. L'hair clipper taglia orizzontalmente lungo la linea di transizione dove finisce una lunghezza e comincia la successiva. E per chi è alla ricerca di un prodotto ancora più performante, ecco Easy Fade PRO. Dotato di pettini per sfumare e di forbici e pettine per lo styling, offre prestazioni di taglio sei volte più veloci (vs clipper standard Remington) e un'autonomia fino a 120 minuti.

## More info

- ◆ LAME DI ACCIAIO AUTO-AFFILANTI DI QUALITÀ GIAPPONESE.
- ◆ 10 PETTINI PER SFUMARE CON TAGLIO DIAGONALE FINO A 16MM.
- ◆ LEVA PER LA REGOLAZIONE DEL TAGLIO PER UN TAGLIO PRECISO E A FILO PELLE.
- ◆ 9 PETTINI FISSI PER DIFFERENTI LUNGHEZZE DI TAGLIO (1.5-25MM).



*“Se l'obiettivo di ogni giorno è esprimere la propria personalità con differenti look e replicare le tecniche del barbiere comodamente a casa, noi di Remington abbiamo la risposta: il nuovo hair clipper Easy Fade rende semplice e intuitivo ricreare il proprio stile in modo professionale. E, perché no, cambiarlo anche ogni volta che si vuole. Il tutto utilizzando un device dallo stile unico e inconfondibile”.*

Vieri Pecori Giraldi  
Direttore marketing RRH Italia



# SAMSUNG BESPOKE JET

**È** l'unica scopa ricaricabile All-in-one con Clean Station™, l'esclusivo dispositivo Samsung che svuota automaticamente il serbatoio della scopa, evitando il contatto con la polvere e abbattendo l'emissione di impurità nell'aria. Clean Station™ funziona anche come supporto e base di ricarica.

Bespoke Jet rappresenta un concentrato di innovazione e design ed è stata premiata per questo anche con il CES Innovation Awards 2021. Si inserisce nella gamma Bespoke caratterizzata da colorazioni innovative e finiture di pregio, capaci di dare un tocco di stile a ogni spazio domestico. È disponibile in tre colori di tendenza: Midnight blue, Misty white e Woody green.



*“Bespoke Jet™ è la novità che racconta un nuovo capitolo della nostra filosofia Bespoke. A partire dal frigorifero personalizzabile e modulare, stiamo infatti progressivamente portando il concetto di personalizzazione nell'ecosistema domestico allargato. In questo senso la nostra nuova scopa ricaricabile è un connubio di tecnologia e design che risponde a diverse esigenze espresse dai clienti: performance, leggerezza del dispositivo e durata della batteria. Inoltre, le tre colorazioni danno al prodotto uno stile capace di integrarsi in tutti gli ambienti, dai più classici ai più moderni, con un cuore high tech.”*

Daniele Grassi  
Vice President Home Appliances  
Samsung Electronics Italia

## More info

- ◆ **CLEAN STATION™ INTEGRATA:** RIMETTENDO LA SCOPEA NELL'ALLOGGIAMENTO, SI SVUOTA IL SERBATOIO GRAZIE ALLA TECNOLOGIA PROPRIETARIA AIR PULSE.
- ◆ **MOTORE DIGITAL INVERTER:** SPRIGIONA FINO A 210 W DI FORZA ASPIRANTE MENTRE LA DOPPIA BATTERIA GARANTISCE FINO A 120 MINUTI DI PULIZIA SENZA INTERRUZIONI.
- ◆ **SISTEMA DI FILTRAGGIO A 5 LIVELLI** CHE TRATTIENE FINO AL 99,999% DI POLVERE E ALLERGENI RESTITUENDO ARIA PULITA. TUTTI I COMPONENTI E I FILTRI SONO LAVABILI E POSSONO QUINDI ESSERE PULITI E IGIENIZZATI.
- ◆ **LEGGERA E MANEGGEVOLE:** BESPOKE JET PESA SOLO 2,5 KG E QUESTO PERMETTE DI ASPIRARE SENZA FATICA SOPRA I PENSILI E SOTTO I MOBILI, FINO ALLE TAPPARELLE E ALLE SCALE.





# SODASTREAM DUO

**D**uo è il primo gasatore di nuova generazione SodaStream che permette di gasare l'acqua del rubinetto sia con bottiglie Pet riutilizzabili, sia con bottiglie di vetro. Dallo stile elegante e realizzato con componenti in acciaio inossidabile, vanta sia premi di Design (Good Design Award e Red Dot Design

Award) sia l'importante certificazione Global Carbon Footprint che viene assegnata ai beni la cui produzione ha un ridotto impatto ambientale. Duo è dotato del nuovo sistema Quick Connect a incastro rapido del cilindro per un'esperienza di consumo ancora più user friendly ed è disponibile nella versione bianca e nera per coordinarsi ad ogni cucina.



*“DUO è il nostro gasatore di ultima generazione che ci permette di offrire ai consumatori una soluzione personalizzata sulle loro esigenze quotidiane.*

*Con il nuovo DUO garantiamo acqua fresca e frizzante, dentro e fuori casa, combattendo al tempo stesso lo spreco di plastica monouso. SodaStream è orgogliosa di poterlo presentare come il prodotto più evoluto dell'intera gamma, grazie alle due tipologie di bottiglie vendute con ogni gasatore (una in Pet riutilizzabile e una in vetro), insieme al design elegante e alla tecnologia Quick Connect per un aggancio rapido del cilindro”.*

Petra Schrott  
Marketing director  
SodaStream Italy

## More info

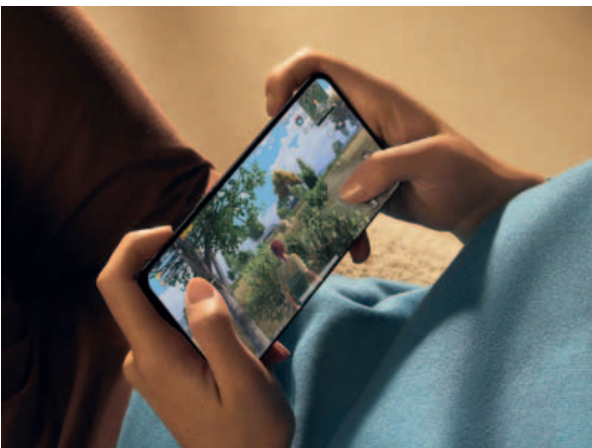
- ◆ **DOPPIA BOTTIGLIA:** UNA IN PET RIUTILIZZABILE, PERFETTA PER GLI SPAZI OUTDOOR; UNA IN VETRO PER L'USO DOMESTICO.
- ◆ **VINCITORE DEL PREMIO GOOD DESIGN AWARD, COSÌ COME DEL RED DOT AWARD, HA OTTENUTO LA CERTIFICAZIONE CARBON FOOTPRINT.**
- ◆ **FUNZIONA SENZA BISOGNO DI ALIMENTAZIONE ELETTRICA.**
- ◆ **NUOVO SISTEMA QUICK CONNECT A INCASTRO RAPIDO DEL CILINDRO PER REALIZZARE FINO A 60 LITRI DI ACQUA FRIZZANTE O BEVANDE GASSATE.**



# I TOP SELLER DELL'HI-TECH

---

IN CASA TV E SMARTPHONE  
SI CONTENDONO IL RUOLO DI HUB  
DELL'ENTERTAINMENT, SPINTI  
DAL PROGREGSO DEGLI STANDARD  
DI TRASMISSIONE: DVB T2 E 5G.  
UNA RICCA ACCESSORISTICA  
NON PUÒ NON COMPLETARE  
L'OFFERTA DEI PUNTI VENDITA.

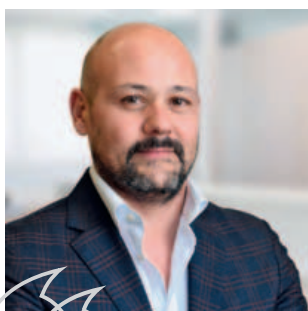


- 68 **BOLVA**
- 69 **CELLULARLINE**
- 70 **HUAWEI**
- 72 **OPPO**
- 74 **SAMSUNG**
- 75 **SBS**
- 76 **VIVO**

# BOLVA LA GAMMA CON SISTEMA WEBOS

**U**n'alternativa ai televisori con sistema Android è il sistema WebOs: un'interfaccia ricca di app che si presenta più leggera durante l'utilizzo ma allo stesso tempo piena di contenuti. Un ulteriore aspetto vantaggioso di questo sistema è che non riscontra particolari bug o difetti. La nuova gamma di Bolva Italia è

variegata sia nel taglio/size dei vari modelli, partendo da un 28" passando da un 43" fino ad arrivare ad un 50"; sia per il design con un frame sottile ed elegante in grado di offrire un'esperienza di visione sempre più ampia e gradevole. A completare questa gamma, la possibilità di scegliere tra i modelli con il piedistallo centrale o i modelli con i due piedini di supporto.



*“Orientarsi al meglio nel mondo dei televisori non è semplice anche se è oramai consolidata la preferenza per i modelli Smart.*

*Gli utenti sono sempre più alla ricerca di un prodotto che sia innovativo ma dal facile utilizzo, in grado di dare accesso a una varietà di contenuti tramite la navigazione in Internet.*

*Il sistema presente in questi nuovi modelli è un sistema operativo dinamico e moderno, con un layout pulito e con in aggiunta anche un utilizzo rapido ed intuitivo”.*

*Davide Marsella  
CEO, Bolva Italia*

## More info

- ◆ SISTEMA OPERATIVO: WEBOS 5.3.0-19
- ◆ USB 2.0, DC 5V MAX. 500MA – N.2
- ◆ WI-FI / ETHERNET RJ45
- ◆ CLASSE DI EFFICIENZA ENERGETICA: F
- ◆ HDMI – N.1 ARC/CEC, N.2 CEC



# CELLULARLINE **THE ONE**, IL CARICATORE PER I DISPOSITIVI APPLE

**I**l nuovo caricabatterie Cellularline da rete da 30W: The One, è in grado di caricare rapidamente tutti i dispositivi Apple. Grazie alle dimensioni compatte, ideali per la mobilità, si rivolge a tutti i possessori di più device Apple come iPhone, iPad, Apple Watch e alcuni modelli di MacBook.

Il caricabatterie dell'azienda reggiana ha una potenza massima di 30W e una presa USB-C in grado di attivare la tecnologia Power Delivery

30W, per una carica veloce e sicura di tutti gli ultimi modelli di iPhone e iPad.

Il caricabatterie da rete è infine dotato di una funzione di ottimizzazione per salvaguardare la batteria durante tutto il processo di ricarica. Compatibile con tutti i modelli di Apple Watch, iPhone e iPad, alimenta anche MacBook Air M1, MacBook Retina 12" e MacBook Air Retina 13".



*“Abbiamo lanciato il nuovo ‘The One’ per offrire la massima performance e il massimo servizio: un unico caricatore, pratico tuttofare da portare sempre con sé. A casa, in ufficio o in mobilità, l'alimentatore USB-C 30W Cellularline permette di ricaricare in modo comodo e veloce qualsiasi dispositivo Apple dotato di porta Usb-c, a partire da iPhone ed iPad Pro fino ad alcuni modelli di MacBook”.*

Francesca Cucchi  
Group Product Manager  
Charge&Utility

## More info

- ◆ **ADATTATORE AUTOMATICO** PER PRESE DI CORRENTE DA 110/240V.
- ◆ **PORTA USB C**
- ◆ **OTTIMIZZAZIONE DELLA RICARICA** PER SALVAGUARDIA BATTERIA.
- ◆ **DIMENSIONI CONTENUTE E PESO LEGGERO** RENDONO THE ONE COMODO DA TRASPORTARE NELLO ZAINO O NELLA BORSA.
- ◆ **CIRCUITO DI PROTEZIONE** DA SOVRACCARICHI E CORTOCIRCUITI.



# HUAWEI NOVA 9 SE

**I**l nuovo flagship leggerissimo pensato per le giovani generazioni si contraddistingue per le sue caratteristiche innovative e il design alla moda. HUAWEI nova 9 SE darà vita a creative idee di content-creation grazie al potente comparto fotocamere e alle funzioni video integrate, offrendo ulteriori possibilità di registrare i momenti più divertenti. Monta infatti una potente fotocamera ad alta risoluzione da 108MP che garantisce

una qualità dell'immagine eccellente in modalità High-Pixel. L'efficiente tecnologia di raffreddamento, l'eccellente durata della batteria, la tecnologia multitouch e l'incredibile velocità di ricarica con HUAWEI SuperCharge 1 da 66W, garantiscono un'esperienza d'uso fluida. Le nuove ottimizzazioni EMUI 12 garantiscono prestazioni ottimali e l'immane sinergia tra il dispositivo e gli altri prodotti Huawei.



*“Con il lancio di HUAWEI nova 9 SE abbiamo pensato ai giovani e al loro desiderio di esprimersi. Il potente comparto fotografico e le funzioni video integrate permettono di dare vita a ogni tipo di contenuto valorizzando al massimo la propria creatività. Inoltre include una serie di aggiornamenti dei Huawei Mobile Services e di AppGallery, il nostro ecosistema di servizi e app in continua crescita”.*

*Pier Giorgio Fucas  
Deputy General Manager Huawei  
Consumer Business Group Italia*

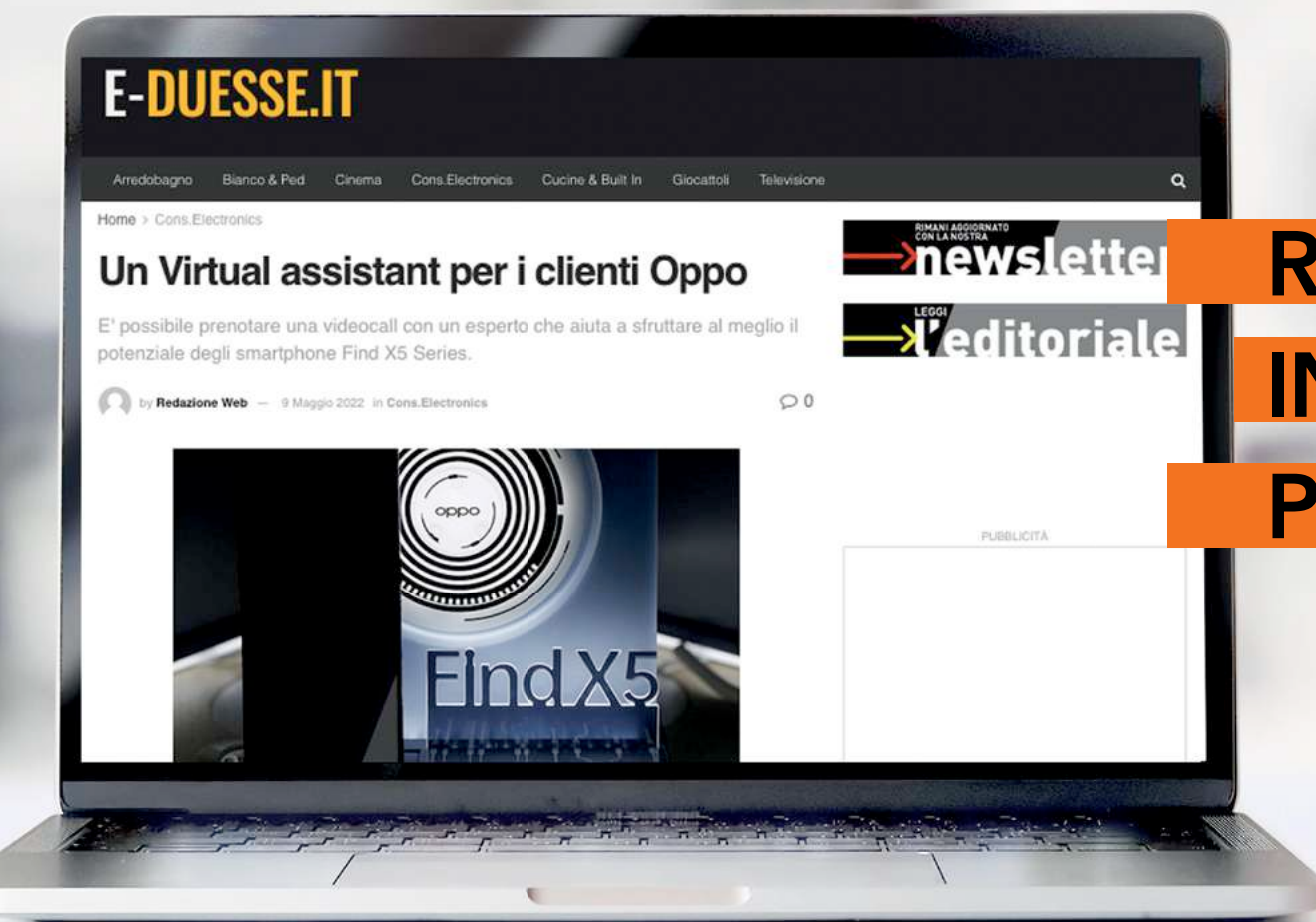
## More info

- ◆ **AI QUAD CAMERA DA 108MP:** COMPRENDE UNA FOTOCAMERA PRINCIPALE DA 108MP, UN OBIETTIVO ULTRA-GRANDANGOLARE DA 8MP, UN OBIETTIVO BOKEH DA 2MP E UN OBIETTIVO MACRO DA 2MP.
- ◆ **FOTOCAMERA FRONTALE GRANDANGOLARE** CON AI BEAUTY PER UN TOCCO IN PIÙ IN TUTTI I SELFIE.
- ◆ **CONTINUOUS FRONT/REAR RECORDING:** PASSAGGIO DA VIDEOCAMERA FRONTALE A QUELLA POSTERIORE.
- ◆ **MODALITÀ HIGH-RES:** IMMAGINI SENZA PERDITA DI DETTAGLI ANCHE QUANDO VENGONO INGRANDITE DI TRE VOLTE.



# E-DUESSE.IT SI RINNOVA

L'ATTUALITÀ DEI MERCATI  
DI RIFERIMENTO IN UN'UNICA NUOVA  
PIATTAFORMA CON NOTIZIE IN TEMPO  
REALE E APPROFONDIMENTI.



RETAIL

INDUSTRY

PEOPLE

# OPPO FIND X5 SERIES

**L**a nuova serie flagship dispone di tutte le funzioni più innovative del settore e vanta un'estetica futuristica che dona allo smartphone un design raffinato dalle linee moderne e pulite. OPPO Find X5 Series garantisce un'esperienza di imaging unica al mondo, anche grazie a MariSilicon X, il primo NPU (Neural Processing Unit) per l'imaging all'avanguardia proprietario, che consente il superamento della più grande sfida

per il comparto video degli smartphone: la registrazione notturna. Il risultato è un miglioramento 4 volte superiore nella risoluzione, con frame più nitidi e una riproduzione dei colori eccezionale, rendendo possibile per la prima volta su uno smartphone Android la registrazione in 4K, in cui ogni fotogramma appare definito come in una foto. Infine, un sistema di doppia fotocamera IMX766, connettività 5G ultraveloce e la tecnologia Supervooc™ per la ricarica rapida.



*"Find X5 Pro è un device che incarna lo spirito pionieristico di OPPO e la sua attitudine all'innovazione, innalzando gli standard tecnologici presenti sul mercato. Questo smartphone rappresenta infatti un ulteriore consolidamento del nostro ruolo di innovatori nel settore, grazie a un lungo lavoro di ricerca e di implementazione di tecnologie all'avanguardia, in primis nel campo dell'imaging".*

Isabella Lazzini  
Chief Marketing Officer OPPO Italia

## More info

- ◆ **MODALITÀ 4K ULTRA NIGHT VIDEO:** COMPARTO FOTOGRAFICO ALL'AVANGUARDIA, CONSENTE LA REGISTRAZIONE NOTTURNA.
- ◆ **IL PIÙ POTENTE FLAGSHIP OPPO:** ALIMENTATO DAL PROCESSORE SNAPDRAGON 8 GEN 1 MULTICORE DI ULTIMA GENERAZIONE.
- ◆ **ESTETICA FUTURISTICA E DESIGN PREMIUM.**
- ◆ **INTERFACCIA COLOROS 12.1**





**GEORGE FOREMAN®**

**THE WORLD'S  
FAVOURITE\***



**SMOKELESS BBQ GRILL**

Ami il barbecue, ma non ti piace il fumo che ne deriva?

Il grill Smokless BBQ è ciò che fa per te!

Ottieni una cottura perfetta, senza fumo e odori persistenti in casa.

E le griglie le lava la lavastoviglie!

Trova il tuo modello di barbecue su <https://it.georgeforemangrills.com>

# SAMSUNG LA SERIE NEO QLED 8K

**R**appresenta l'ultima frontiera in termini di colori e contrasto. Gli utenti possono immergersi nei dettagli in 8K, indipendentemente dalla qualità della sorgente dei contenuti, grazie al processore Neural Quantum 8K con Intelligenza artificiale. Un contrasto e una luminosità elevati con mini Led più piccoli rispetto agli standard offrono una maggiore densità e un contrasto visivamente migliorato

quando abbinato al processore. Il nuovo pannello da 14-bit potenzia ulteriormente la performance, insieme al rivestimento antiriflesso per ridurre le fonti di distrazione.

L'esclusivo Infinity One Design presenta un pannello ultra sottile e una profondità che varia da 15,2 a 18,1 mm, rifinito in acciaio inossidabile. Esperienza audio per un effetto immersivo da 90W con 6.2.4 canali: QN900B permette di percepire il suono a un livello superiore.



*“Il modello QN900B rappresenta la punta di diamante della nuova gamma Neo QLED 8K 2022 e raccoglie in sé il meglio della tecnologia Samsung, per portare l'esperienza del grande schermo a un livello superiore. Al fine di garantire la massima esperienza senza soluzione di continuità, la gamma 2022 è dotata di funzionalità e di interfaccia utente nuove e più smart, che permettono ai TV Samsung di trasformarsi in un hub centralizzato dove guardare contenuti, controllare dispositivi, giocare, allenarsi e altro ancora.”*

Alessio Cazzaniga  
Head of Marketing Audio Video  
Samsung Electronics Italia

## More info

- ◆ **TECNOLOGIA QUANTUM MATRIX PRO:** MINI LED PER BIANCHI PIÙ BRILLANTI E NERI PIÙ PROFONDI SENZA ALONI.
- ◆ **INFINITY SCREEN:** IL BORDO DEL TELEVISORE È QUASI INVISIBILE E LA CORNICE ULTRASOTTILE.
- ◆ **PROCESSORE NEURAL QUANTUM 8K:** IMMAGINI OTTIMIZZATE NELLA ULTRADEFINIZIONE 8K GRAZIE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE.
- ◆ **DOLBY ATMOS E OTS PRO:** IL SUONO AL PASSO CON L'AZIONE, PER NON PERDERSI NESSUNA SFUMATURA DI MUSICA, DIALOGHI ED EFFETTI SPECIALI.



# SBS RAINBOW: IL NUOVO PROGETTO TOTAL COLOR

**A** traverso un'ampia scelta di modelli e colori di cover, SBS mette a disposizione del negozio svariati servizi volti a soddisfare i consumatori. Rainbow è una strategia di vendita capace di trovare risposte uniche e particolari nel processo di interazione con la clientela.

Mostrare una gamma così vasta di colorazioni, divisa per tutti i modelli di smartphone, facilita la scelta dell'acquirente che

si trova di fronte ad un ventaglio allargato di prodotti. La vera rivoluzione è, però, rivolta al Trade che sarà agevolato nella gestione del magazzino e ottimizzazione dello stoccaggio anche all'interno degli spazi espositivi. Un nuovo espositore dal design innovativo e funzionale che attiva le leve del lay-out, del display e della comunicazione. Ogni cover è custodita in una bag trasparente che permette al negoziante di collocare comodamente il prodotto nella parte inferiore dell'espositore.



*"Rainbow è il nuovo progetto SBS focalizzato sull'idea di Category management. Attraverso un'ampia scelta di modelli e colori di cover, mettiamo a disposizione del negozio un servizio nuovo, volto a soddisfare le esigenze di un più ampio numero di consumatori, creando attrattività ed emozione. Una strategia di vendita capace di trovare risposte uniche e particolari nel processo di interazione con la clientela, rivoluzionando il sistema di vendita e dando la possibilità ai nostri rivenditori di avere una gestione più agevole del magazzino".*

Mattia Marchesa Grandi  
Commercial Director SBS

## More info

- ◆ **MATERIALE BIODEGRADABILE:** SBS, GIÀ DA QUALCHE ANNO, SI IMPEGNA NEL PERSEGUIRE SCELTE RESPONSABILI.
- ◆ **GAMMA DI COLORAZIONI MOLTO VASTA,** DIVISA PER TUTTI I MODELLI DI SMARTPHONE.
- ◆ **CATEGORY MANAGEMENT MODERNO:** ATTRAVERSO UN'AMPIA SCELTA DI MODELLI E COLORI DI COVER, SONO MESSI A DISPOSIZIONE DEL NEGOZIO SVARIATI SERVIZI VOLTI A SODDISFARE I CONSUMATORI.
- ◆ **NUOVO ESPOSITORE DAL DESIGN INNOVATIVO E FUNZIONALE.**



# VIVO V23 5G

**I**l nuovo smartphone della serie V si distingue per un sistema avanzato di fotocamere frontali e un design ricercato. Il comparto fotografico anteriore, unico nel suo genere, è composto da una fotocamera frontale da 50 MP con autofocus e da una fotocamera super grandangolare a 105° da 8MP, supportate da un Dual Tone Spotlight che garantisce scatti e video nitidi con la giusta illuminazione sia che si tratti di un selfie di gruppo, di un ritratto o di una videochiamata, in

qualsiasi condizione di luce, di giorno come di notte.

La versione Sunshine Gold di vivo V23 5G è stata realizzata con una scocca posteriore in vetro fotocromatico: una volta esposto alla luce UV, cambia colore passando da una calda sfumatura sunshine gold alla tonalità più fredda coast green. Il comparto fotografico posteriore è invece composto da una fotocamera principale da 64 MP, una super grandangolare da 8 MP e dalla Super Macro da 2 MP.



*“vivo V23 5G è frutto della nostra capacità di implementare tecnologie all'avanguardia in funzionalità chiave per le modalità quotidiane di utilizzo dello smartphone. Incontra le esigenze crescenti degli utenti in termini di qualità e prestazioni della fotocamera frontale non solo per selfie ma anche per videochiamate personali o di lavoro. Questo nuovo modello della serie V ha caratteristiche uniche di innovazione, tecnologie all'avanguardia e design elegante. Proprio quello che ricercano gli utenti nella scelta dello smartphone”.*

Vincent Xi  
Presidente vivo Italia

## More info

- ◆ **DUAL TONE SPOTLIGHT:** NELLA PARTE ANTERIORE DELLO SMARTPHONE È PRESENTE UN SISTEMA COMPOSTO DA QUATTRO LUCI LED DI SUPPORTO CHE PERMETTONO DI PERSONALIZZARE LA LUMINOSITÀ DELLE FOTO.
- ◆ **FUNZIONE EXTENDED RAM 2.0:** CONSENTE AI DISPOSITIVI DI ATTINGERE FINO A 4GB DI MEMORIA VIRTUALE.
- ◆ **AI FACE BEAUTY,** PARTE DELLA MODALITÀ VIDEO SELFIE 4K: PERMETTE UNA MAGGIORE FLESSIBILITÀ NEL POST-EDITING.
- ◆ **SENSORE PERSONALIZZATO JNV DA 50 MP CON ISOCELL 3.0:** UNA TECNOLOGIA CHE PERMETTE DI ISOLARE I PIXEL.



for reference only. Actual product shall prevail.



Foto: Marco Ligabue e Matteo Girola, 2017 © FAI

Abbazia di San Fruttuoso,  
Camogli (GE), restaurata dal FAI  
e aperta al pubblico nel 1988



**FAI**  
CORPORATE  
GOLDEN  
DONOR

## IL PATRIMONIO ITALIANO D'ARTE E NATURA UN CAPITALE DA DIFENDERE INSIEME

Entra nel mondo Corporate Golden Donor del FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano, una grande rete di imprese con una visione sociale responsabile e lungimirante. Avrai la possibilità di tutelare insieme al FAI il patrimonio culturale e paesaggistico italiano e la tua azienda godrà di opportunità esclusive e vantaggi riservati.

**DIVENTA CORPORATE GOLDEN DONOR FAI.  
AGGIUNGERAI VALORE ALLA TUA AZIENDA. E SALVERAI L'ITALIA PIÙ BELLA.**



**FAI** FONDO  
PER L'AMBIENTE  
ITALIANO

**PER INFORMAZIONI** FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano  
Ufficio Corporate Golden Donor - tel. 02 467615 210  
corporate@fondoambiente.it - [www.ilfaiperleaziende.it](http://www.ilfaiperleaziende.it)

# E-COMMERCE: MACCHINE FOTOGRAFICHE COMPATTE

UNA ANALISI MENSILE DELLE POLITICHE DI PREZZO E ASSORTIMENTO MESSE IN ATTO DAGLI E-RETAILER SU UNA SPECIFICA CATEGORIA.

di Elena Gandini



UN BOX SEMPLICE E DI FACILE LETTURA: A SINISTRA, IN VERTICALE, I BRAND E L'ARTICOLO. I PREZZI POSSONO ESSERE SCONTATI IN BASE ALLE SCELTE DELLE INSEGNE, CHE SI TROVANO IN ORIZZONTALE

BRAND	MODELLO	eprice	Euronics	Expert	Mediaworld	Monclick	Trony	Unieuro
		PREZZO						
Canon	PowerShot SX540 HS	427,29	359,00	/	339,00	339,99	/	339,90
		361,91	329,00		329,00			329,00
Fujifilm	Instax Mini 11 Viola	62,42	/	/	79,99	/	/	79,99
					68,99			68,99
Kodak	PixPro Friendly 200M FZ102	127,09	119,00	/	119,99	118,98	/	/
Panasonic	Lumix DMC LX15	599,98	/	/	499,00	599,98	/	199,99
		518,80						
Polaroid	Go	162,81	/	/	119,99	119,99	/	119,99
		128,65			100,99	103,99		109,00

Gli assortimenti relativamente sottili degli e-retailer rendono difficile una analisi. Tutto sommato il mercato pare disciplinato sotto il profilo dei prezzi, con differenze che non superano il 25% fra il listino minore e maggiore per lo stesso modello. Eprice non sempre è la più aggressiva mentre le insegne sembrano allinearsi proponendo spesso gli stessi identici prezzi. La sensazione è che non si ritenga questo comparto appropriato per politiche di promozione basate sulla scontistica.



I prezzi si intendono in Euro

**P**er questo mese, UpTrade punta la lente di ingrandimento verso le macchine fotografiche compatte, con diverse misure per rispondere anche alle esigenze più difficili. Sono state prese in considerazione piattaforme dedicate come ePrice,

Euronics, Expert, MediaWorld, Monclick, Trony, Unieuro e i seguenti brand: Canon, Fujifilm, Kodak, Panasonic, Polaroid. Una considerazione: i brand, seppur tanti e molto diversi tra loro, non compaiono in tutte le insegne. Expert e Trony, ad esempio, si sono focalizzati solo su pochissimi nomi (2 o tre) e un numero ancora più limitato di prodotti. Ecco perché

non troveremo raffronti. Anche per quel che riguarda le reflex, macchine più complete e diffuse, il numero di prodotti è così esiguo sulle insegne, che non è stato possibile costruire un rapporto completo.

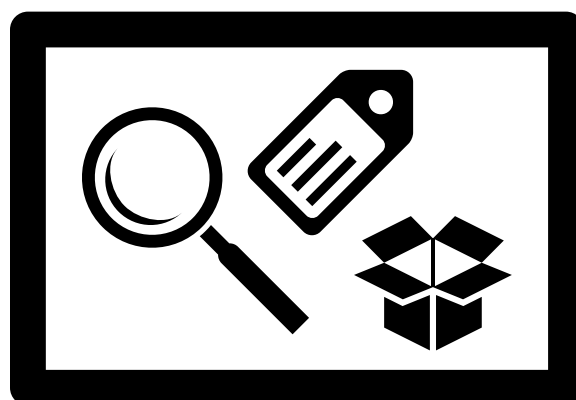
Ecco i risultati dei prezzi e dove sono disponibili, aggiornati al 15/04/2022 alle ore 10.00.

## ePRICE

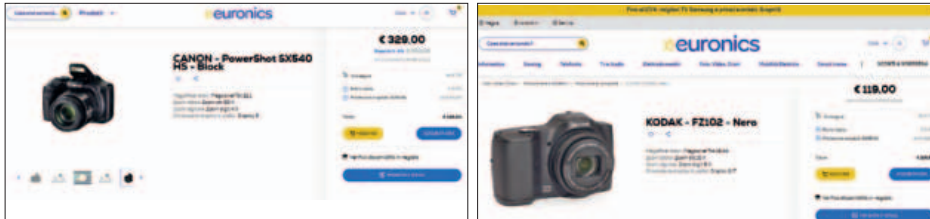


BRAND	MODELLO	PREZZO
Canon	PowerShot SX540 HS	427,29 361,91
Fujifilm	Instax Mini 11 Viola	62,42
Kodak	PixPro Friendly 200M FZ102	127,09
Panasonic	Lumix DMC LX15	599,98 518,80
Polaroid	Go	162,81 128,65

[WWW.EPRICE.IT](http://WWW.EPRICE.IT)



# EURONICS



BRAND	MODELLO	PREZZO
Canon	PowerShot SX540 HS	359,00 329,00
Fujifilm	Instax Mini 11 Viola	/
Kodak	PixPro Friendly 200M FZ102	119,00
Panasonic	Lumix DMC LX15	/
Polaroid	Go	/

[WWW.EURONICS.IT](http://WWW.EURONICS.IT)

# MEDIAWORLD



BRAND	MODELLO	PREZZO
Canon	PowerShot SX540 HS	339,00 329,00
Fujifilm	Instax Mini 11 Viola	79,99 68,99
Kodak	PixPro Friendly 200M FZ102	119,99
Panasonic	Lumix DMC LX15	499,00
Polaroid	Go	119,99 100,99

[WWW.MEDIAWORLD.IT](http://WWW.MEDIAWORLD.IT)





I prezzi si intendono in Euro

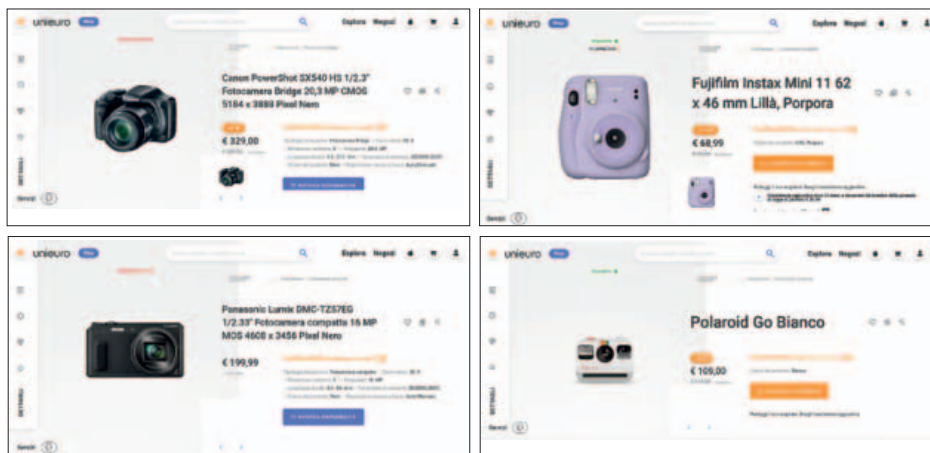
# MONCLICK



BRAND	MODELLO	PREZZO
Canon	PowerShot SX540 HS	339,99
Fujifilm	Instax Mini 11 Viola	/
Kodak	PixPro Friendly 200M FZ102	118,98
Panasonic	Lumix DMC LX15	599,98
Polaroid	Go	119,99 103,99

[WWW.MONCLICK.IT](http://WWW.MONCLICK.IT)

# UNIEURO



BRAND	MODELLO	PREZZO
Canon	PowerShot SX540 HS	339,90 329,00
Fujifilm	Instax Mini 11 Viola	79,99 68,99
Kodak	PixPro Friendly 200M FZ102	/
Panasonic	Lumix DMC LX15	199,99
Polaroid	Go	119,99 109,00

[WWW.UNIEURO.IT](http://WWW.UNIEURO.IT)



AEG	www.aeg.it	46
AIRES	www.airesitalia.it	14
APPLE	www.apple.com/it	12, 14
ARGOCLIMA	argoclima.com	56
ASUS	www.asus.com/it	12
BEKO	www.beko.com/it-it	14, 48
BEURER	www.beurer.com/web/it	57
BOLVA	bolva.it	66
BOSCH	www.bosch-home.com/it	58
BSH	www.bsh-group.com	10, 14
CANALYS	www.canalys.com	12
CANON	www.canon.it	78*
CDC RAEE	www.cdcaee.it	12
CELLULARLINE	www.cellularline.com/it-it	69
COMET	www.comet.it	24
COPRE	www.copre.it	18
COUNTERPOINT RESEARCH	www.counterpointresearch.com	14
DELL	www.dell.com/it-it	12
ELECTROLUX	www.electrolux.it	12, 46
EPRICE	www.eprice.it	78*
EURONICS	www.euronics.it	78*
EXPERT	www.expertonline.it	17, 26, 78
FUJIFILM	www.fujifilm.com/it/it	78*
GFK	www.gfk.com/it/	38
GRE	www.trony.it	16
HAIER	www.haier-europe.com/it_IT	10, 12, 50
HISENSE	hisense.it	42, 43, 52
HONOR	www.hihonor.com/it	14
HUAWEI	www.huawei.com/it	14
HP	www.hp.com/it-it/home.html	12
HUAWEI	www.huawei.com/it/	70
KENWOOD	www.kenwoodworld.com/it-it	60
KODAK	www.polyphoto.it/categorie/kodak	78*
LENOVO	www.lenovo.com/it/it	10, 12
LG	www.lg.com/it	41, 42
MALLARDO	www.mallardoexpert.it	19
MEDIAWORLD	www.mediaworld.it	18, 28, 78*
METZ	metzblue.com/it-IT	42, 43
MONCLICK	www.monclick.it	78*
NITAL	www.nital.it	61
OLIMPIA SPLENDID	www.olimpiasplendid.it	62
OPPO	www.oppo.com/it	14, 72
PANASONIC ITALIA	www.panasonic.com/it	10, 78*
PHILIPS	www.philips.it	10
POLAROID	www.nital.it/polaroid	78*
REALME	www.realme.com/it	14
REMINGTON	it.remington-europe.com	63
SAMSUNG	www.samsung.com/it	40, 41, 64, 74
SBS	www.sbsmobile.com/ita/it	32*, 75
SHARP	www.sharp.it/it	43
SODASTREAM	www.sodastream.it	65
TCL	www.tcl.com/it/it.html	43, 44
TRONY	www.trony.it/	16, 30, 78*
UNIEURO	www.unieuro.it	31, 78*
VIVO	www.vivo.com/it	12, 14, 76
XIAOMI	www.mi.com/it	14

*I segno \* indica che l'azienda è citata anche in altre pagine all'interno dello stesso articolo.*



thewashingmachine.it

## UNO SPETTACOLO DI TARGET.

**La pubblicità al cinema: semplicemente il meglio per il tuo brand.**  
Qualunque sia il tuo settore commerciale, le sale DCA (UCI e The Space Cinema) hanno il pubblico giusto: segmentato, profilato e informato, pronto a emozionarsi e disposto a recepire il tuo messaggio con un livello di attenzione del 55% in più rispetto al mercato\*.  
Lo dice la ricerca GfK: investire in pubblicità sul grande schermo conviene.



Il tuo spot al cinema.  
Tratto da un'emozione vera.



QUI  
DENTRO  
**IL SOLE**  
SPLLENDE  
OGNI  
GIORNO.

Grazie all'alternanza di 3 luci colorate, il cassetto **HarvestFresh** riproduce il **naturale ciclo solare** e **conserva al meglio** vitamine e proprietà nutritive di frutta e verdura.  
Disponibile per modelli da **incasso** e a **libera installazione**.

  
**HARVESTfresh™**



**beko**

Live like a Pro