

Panasonic

Guardalo.

Vivilo.

**TV OLED 4K di ultima generazione.
Dettagli incredibili e audio spaziale, come allo stadio.**

Accomodati e guarda con i tuoi occhi lo spettacolo in campo: con l'incredibile resa d'immagine dei nuovi OLED Panasonic, cogli ogni dettaglio. L'audio mozzafiato crea la perfetta atmosfera nel tuo salotto: mentre segui l'azione saliente, senti l'emozione crescere, come se fossi davvero lì.
"Guardalo. Vivilo."

Scopri la nuova gamma su Panasonic.it

 **OLED**

A Better Life, A Better World

**D
E
A
L
L
E
R**

Nov/Dic 2021

all'interno...

What's Next: i prossimi 30 anni di Samsung Electronics Italia

Sabrina Zara: Haier premiata dalla strategia multibrand

Pier Giorgio Furkas: l'ecosistema è il punto di forza di Huawei

Gianluca Barresi: Nital ha la capacità di fare business

Fabrizio Longoni: smaltimento tv, una soluzione rapida per il retail

I Tv esposti nelle Catene, Gruppi d'acquisto e Ipermercati secondo QBerg

L'istituto di ricerca ha analizzato l'andamento dei prezzi medi del mercato dei TV per pollice; il numero dei modelli unici, l'obsolescenza media nel canale degli store, nel periodo YTD 2021 vs YTD 2020. Ecco cosa è emerso

di ALICE FUSARI

QBerg - Istituto di Ricerca italiano specializzato nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter) - ha voluto analizzare e porre il focus sull'andamento dei prezzi medi del mercato dei TV per pollice; il numero dei modelli unici, l'obsolescenza media nel canale degli store (Catene, Gruppi d'Acquisto, Ipermercati), nel periodo YTD 2021 vs YTD 2020. Dai dati emerge che il nuovo digitale terrestre ed il bonus TV hanno dato una forte spinta alle vendite di TV in Italia.

LESPOSIZIONE DEI TV PER TECNOLOGIA E POLLIAGGIO

I televisori rappresentano uno dei prodotti maggiormente presenti all'interno degli Store italiani (Catene, Gruppi d'Acquisto e Ipermercati). Dal grafico sottostante, si può notare come nello YTD 2021 sono presenti in commercio oltre 2.200 diversi modelli unici di televisori. Sul totale dei modelli unici in esposizione circa il 93% è rappresentato da TV LCD\Led, in particolare da televisori con un massimo di 43 pollici (che rappresentano circa il 43% del totale modelli unici in commercio), mentre minoritari, anche se molto importanti dal punto di vista del valore economico, appaiono i TV OLED.

AGGIORNAMENTO DELL'OFFERTA

Ogni quanto viene aggiornato il catalogo dei TV negli store? I modelli unici di televisori in commercio nello YTD 2021 appaiono sicuramente più "giovani" di quelli in vendita negli store italiani nello YTD 2020.

L'obsolescenza media di tutti i modelli unici di televisori in vendita si aggira, infatti, intorno ai 600 giorni dalla data di prima apparizione negli store, con una riduzione orientativa dell'obsolescenza stessa di circa il 20% per tutti i tipi (LCD/Led e OLED) e per tutti i polliciaggi.

A questi macro trend fanno eccezione i TV OLED >65", che sono gli apparecchi televisivi più costosi che trascinano l'innovazione, hanno un'obsolescenza media più bassa pari a 487 giorni e hanno rinnovato l'offerta di prodotti in questa fascia di mercato in maniera consistente nel corso dello YTD 2021 (obsolescenza YTD 2021 -33,1% rispetto a YTD 2020).

Di contro i TV LCD\Led <=33", appaiono apparecchi più obsoleti ed economici, con modelli in commercio da quasi 2 anni (729 giorni in media) e per i quali i produttori e i rivenditori non hanno rinnovato in maniera

consistente l'offerta di prodotti, presumibilmente per la minore domanda da parte dei consumatori.

TREND DEL PREZZO MEDIO: POCHE SORPRESE

Nel 2021, il prezzo medio degli apparecchi televisivi negli store italiani di Catene, Gruppi d'Acquisto e Ipermercati appare avere un trend definito soprattutto in relazione all'anno precedente. Ancora una volta è rilevabile una contrazione particolarmente marcata dei prezzi dei TV OLED, soprattutto di quelli ad elevato polliciaggio: TV OLED >65" costano in media 4.235 euro, ben il 32,4% in meno di quelle in esposizione negli store nello YTD 2020. Allo stesso tempo i prezzi delle TV LCD\Led => 55" mantengono prezzi sostanzialmente stabili rispetto a quelli praticati nello YTD 2020, mentre infine crescono dal 13% fino ad oltre il 20%, i prezzi delle TV LCD\Led =<50".

FOTOGRAFARE L'EVOLUZIONE DEI PREZZI

L'evoluzione dei prezzi potrebbe essere stata influenzata dall'immissione sul mercato nel 2021 di prodotti con un prezzo più alto o più basso nei diversi segmenti di mercato analizzati. Per verificare quest'ipotesi, QBerg ha analizzato l'evoluzione del prezzo solo dei 737 modelli di TV che sono stati introdotti nel 2020.

Nel dettaglio, l'analisi di questo campione evidenzia che ad oggi è rilevabile una diminuzione di prezzo dei TV OLED di circa il 17,5%, con un forte picco in discesa del 61,2% per i pochi TV OLED >65" immessi sul mercato nel 2020. allo stesso tempo è emersa una decrescita di circa il 9% per gli LCD\Led =>55", abbinata a una leggera contrazione per i TV LCD\Led da 44" a 50" (-4,7%), ma di contro un aumento per i modelli TV LCD\Led <=43", un +16,3% per i modelli <=33" e una crescita nell'ordine del 9,7% per i modelli da 34" a 43".



TRE DOMANDE A:

Fabrizio Pavone, fondatore e Business Development manager di QBerg

Nonostante il ricambio tecnologico imposto dallo switch off, il 4K e il boom degli OLED, nell'assortimento di Catene, Gruppi d'Acquisto e Ipermercati si vede una prevalenza di modelli sotto il 33" come si spiega questo fenomeno legandolo anche a quello dell'obsolescenza media?

I dati di mercato, dicono che i TV fino a 32" rappresentano ancora il 40% circa dei TV venduti (secondo case, 2° o 3° TV in casa ecc.) quindi, dato che il TV principale è in genere più nuovo degli altri, lo slittamento dello switch off da Set'21 a Gen'23, darà più tempo al consumatore per decidere di cambiare anche quelli più piccoli con un modello nuovo, invece di acquistare i decoder. C'è inoltre da considerare che questa tipologia di TV ha un prezzo medio ormai molto competitivo e quindi la sostituzione è meno impattante sul bilancio familiare.

Interessante come nel segmento dei TV LCD quasi tutti i polliciaggi hanno registrato un aumento del prezzo medio anno su anno, mentre i TV con tecnologia OLED (soprattutto gli over 65") hanno visto una contrazione del prezzo medio esposto. Come legge questo dato anche legandolo con il Bonus TV?

Questa tipologia di prodotti ha più che raddoppiato le vendite dall'anno scorso a quest'anno, di conseguenza si è passati da un prodotto di nicchia a un prodotto più "popolare" con conseguente discesa dei prezzi. In sintesi la vostra analisi quale tipo di offerta Tv fotografa all'interno di Catene, Gruppi d'Acquisto e Ipermercati? Quali elementi secondo lei potrebbero evidenziare l'effetto switch off nell'assortimento?

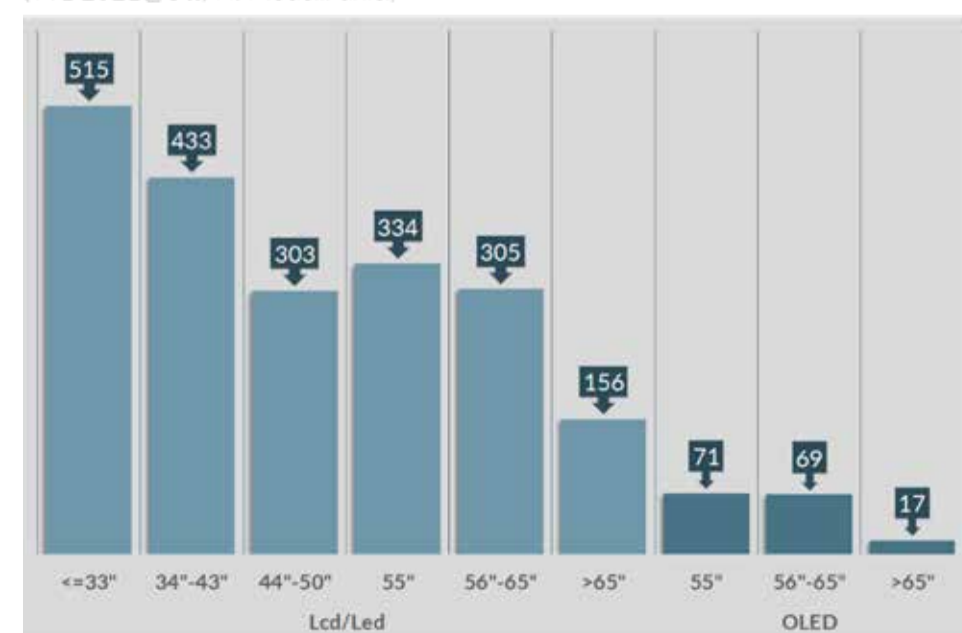
Come detto prima, lo slittamento del switch off ha fatto sì che non ci fosse più l'urgenza di sostituire il TV. Piuttosto che acquistare frettolosamente un decoder, i consumatori stanno programmando con più calma la sostituzione delle TV e, di conseguenza, i retailer continuano ad offrire un'ampia gamma di prodotti per soddisfare tutte le esigenze, sia in termini di assortimento che di prezzo.

Chi è QBerg

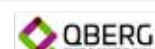
QBerg è un Istituto di Ricerca italiano leader nei servizi di Price Intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale. Nato nel 2005 con una mission: dotare i propri clienti degli strumenti giusti per conoscere e governare il mercato dei beni di consumo. QPoint è la nostra risposta alla sfida della multicanalità: una piattaforma, che utilizza le tecnologie più all'avanguardia, in grado di offrire strumenti di monitoraggio e comparazione di prezzi e assortimenti di Flyer, Store, E-commerce e Newsletter. Le ricerche tattiche e le analisi strategiche, unitamente alla presenza di reportistiche automatizzate, costituiscono un valido supporto per l'utente che opera nelle divisioni Sales, Marketing, Trade marketing, nonché per Buyer e Category del trade. Supporto ad hoc "in store", con le attività dei nostri merchandiser e promoter che convergono anch'esse dentro QPoint, e progetti di Data Science e consulenza alla lettura strategica dei dati completano il panorama dei servizi che QBerg è in grado di offrire. Il tutto,

e da sempre, per mezzo di piattaforme online che abilitano il Cliente all'utilizzo ubiquitario dei dati a qualsiasi livello. Sistemi all'avanguardia e piattaforme online sono la base, ma è il team di QBerg il nostro valore aggiunto, la differenza sostanziale tra un istituto di Ricerche di Mercato ed un semplice fornitore di tool, che non può garantire gli standard di qualità e di confrontabilità dei prodotti e dei prezzi non potendo contare su un team di Product Specialist. Non sistemi automatici, quindi, ma individui. Da 15 anni, i settori in cui operiamo sono: Beni Durevoli, Largo Consumo, Pharma, Pet, Bazaar, Baby e Do it yourself in modo capillare, sia in Europa che nel mercato dell'America Latina. Garantiamo risultati performanti anche grazie ad autorevoli partner, come IRI e Technoconsumer In Italia e De la Riva Group e Tracking Retail all'estero.

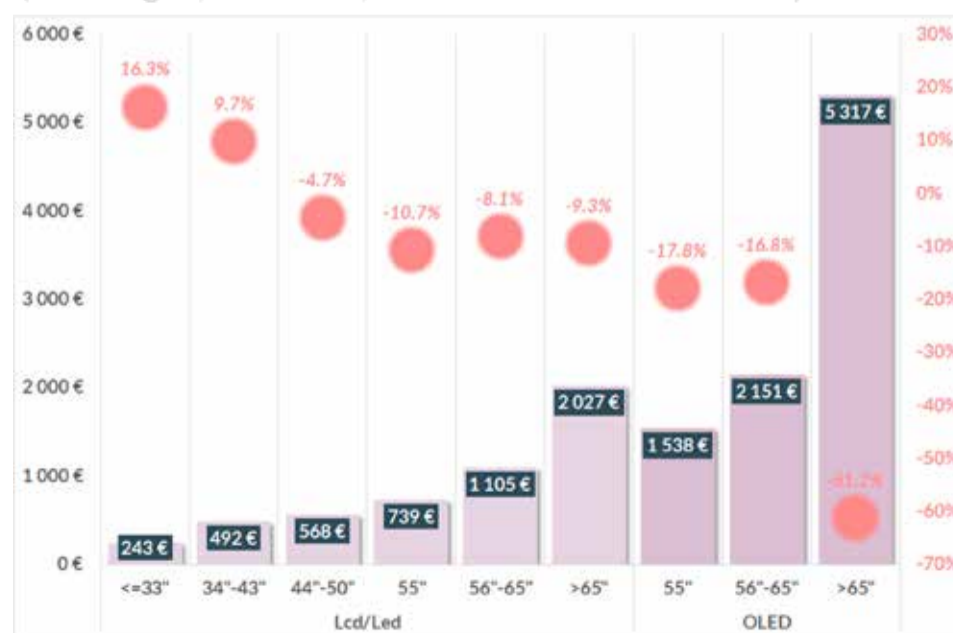
Numero Modelli unici di TV Flat nei negozi di Catene, Gruppi e Ipermercati (YTD2021@Ott; N. Modelli unici)



Fonte: QPoint Price Intelligence 2021



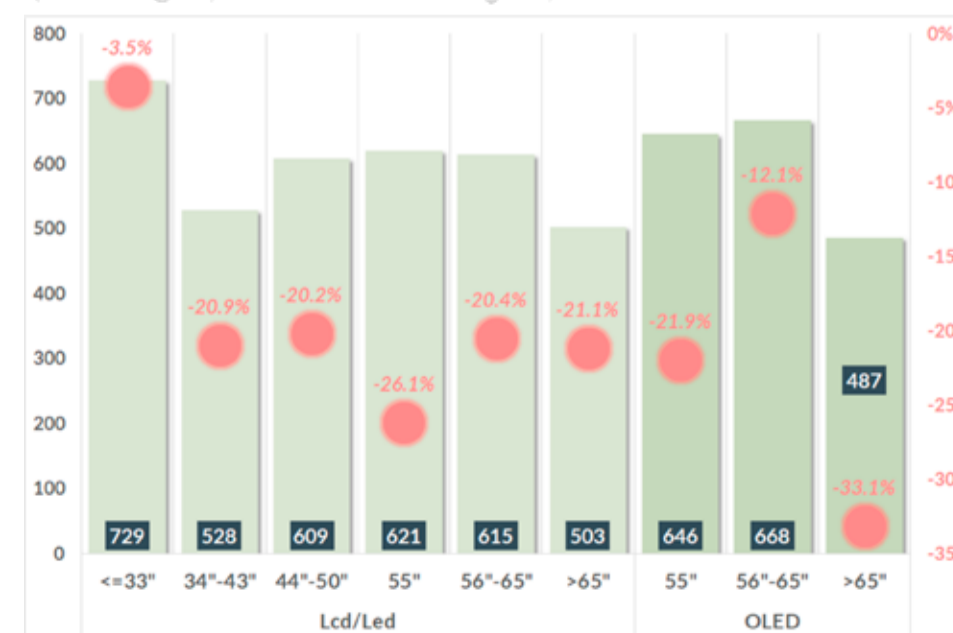
Prezzo medio YTD2021 di TV Flat lanciati nello YTD2020 (YTD2020@Ott; Prezzo medio; Delta Prezzo medio YTD21 vs YTD20)



Fonte: QPoint Price Intelligence 2021



Obsolescenza media di TV Flat nei negozi di Catene, Gruppi e Ipermercati (YTD2021@Ott; Obsolescenza media in giorni; Delta Obsolescenza YTD21 vs YTD20)



Fonte: QPoint Price Intelligence 2021



Prezzo medio di TV Flat nei negozi di Catene, Gruppi e Ipermercati (YTD2021@Ott; Prezzo medio; Delta Prezzo medio YTD21 vs YTD20)



Fonte: QPoint Price Intelligence 2021

