

UP TRADE

DICEMBRE 2022
WWW.E-DUESSE.IT

PEOPLE # TECHNOLOGY # DESIGN

SPECIALE BILANCI

L'APPUNTAMENTO PIÙ ATTESO CON GLI ECONOMICS DELLE PRINCIPALI RAGIONI SOCIALI DEL CANALE ELDOM.
UN ALLEGATO IMPORTANTE, TUTTO DA LEGGERE E DA CONSERVARE



**FLAT TV: PREZZI
IN CONTROTENDENZA.
COLPA DELLO SWITCH-OFF?**

**MERCATO HI-TECH
TUTTE LE DINAMICHE
DEI PREZZI**

**OSSERVATORIO
E-COMMERCE
GLI SMARTWATCH**



LE DINAMICHE DEI PREZZI NEL MERCATO HI-TECH

L'INDICE DEI PREZZI TECNOLOGICI SFIORA IL PUNTEGGIO MASSIMO DEGLI ULTIMI ANNI E REGISTRA IL SECONDO AUMENTO PIÙ ELEVATO ANNO SU ANNO E PREZZI CHE RESTANO SOSTANZIALMENTE STABILI RISPETTO AL MESE PRECEDENTE PER EFFETTO DELL'ELEVATA ATTIVITÀ PROMOZIONALE DOVUTA AL BLACK FRIDAY E ALLA STAGIONE NATALIZIA. QUESTO IL QUADRO A FINE OTTOBRE, SECONDO L'OSSERVATORIO STILATO DALL'ISTITUTO DI RICERCA.

di *Marilena Del Fatti*

L' Osservatorio Prezzi Tecnologici rilascia a fine ottobre da Qberg è particolarmente rappresentativo delle dinamiche che hanno caratterizzato il mercato dei prodotti tecnologici negli ultimi due anni. L'impennata dei prezzi che prosegue senza soluzione di continuità da ormai tredici mesi ha portato l'Indice dei Prezzi Tecnologici (IPT) a raggiungere quota 112,74 punti e a sfiorare il punteggio massimo degli ultimi anni, registrando il secondo aumento più elevato, anno su anno (+7,41 punti). Rispetto al mese precedente i prezzi non crescono grazie alle tante iniziative promozionali con cui i retailer del settore provano a intercettare gli acquisti nel periodo del Black Friday e, in generale, in previsione del Natale. A incentivarli a spingere l'acceleratore sull'attività promozionale contribuisce anche un calo della domanda dovuto in parte a un effetto saturazione conseguente alle vendite record registrate nel 2021 e in parte all'impatto sul consumatore del rialzo dell'inflazione e della crisi macroeconomica. Secondo una stima di recente rilasciata da GfK l'insieme di questi fattori porterà il mercato Tech globale a chiudere il 2022 con una decrescita pari al 6-7% rispetto allo scorso anno. L'andamento delle vendite e anche dell'Indice dei prezzi varia in funzione del posizionamento dei prodotti e anche delle diverse categorie.

LE CATEGORIE TECNOLOGICHE

L'Osservatorio Prezzi Tecnologici di ottobre di Qberg rileva infatti che le sei categorie di prodotti che ad ottobre raggiungono i più elevati punteggi di IPT degli ultimi 6 anni sono: Accessori AV, GED, GED Built-in, PED, Telefonia e Dispositivi Mobili e Trattamento Acqua. A influenzare maggiormente l'aumento dell'IPT tendenziale è il settore degli elettrodomestici. GED, GED Built-in e PED raggiungono il livello record, rispettivamente con 110,61 per il GED, 116,23 per il GED Built-in e 117,97 per il PED con aumenti variano, anno su anno, da 7,50 a 10,50 punti di IPT. A questo ha contribuito anche il fatto che queste sono state le categorie che più di altre hanno registrato un picco di domanda

nel periodo pandemico. Sono invece significativamente più contenuti gli aumenti su base mensile: GED +0,63, GED Built-in +2,23 e PED +0,77.

Un altro comparto in decisa crescita è quello dell'Entertainment, dove Foto, Accessori AV e Home Entertainment superano la doppia cifra di incremento di IPT rispetto a ottobre 2021. L'eccezione arriva dalla categoria Audio Video con un aumento, anno su anno, di +1,23 punti di IPT e una contrazione mese su mese di -2,00 punti.

Appare in fibrillazione anche il settore Comunicazione che registra incrementi per tutte le categorie e per tutti gli indici, ad eccezione del Networking\Smart Home con -1,21 e della Telefonia Fissa di -3,78. L'analisi delle categorie che hanno raggiunto i più elevati punteggi di IPT, vede Qberg porre l'accento sugli aumenti della Telefonia Mobile - che cresce mese su mese, con +2,96 punti e anno su anno (+7,83) - e dei Wearable con performance di +3,19 punti anno su anno e +4,42, mese su mese. L'Istituto di ricerca definisce ambivalente, il comportamento dei prezzi per Informatica e Trattamento Aria\Acqua. I dati mostrano infatti che nell'Informatica crescono a livello congiunturale i prezzi dell'Hardware (+2,03 punti) ma diminuiscono quelli delle Periferiche IT (-1,73) e il contrario avviene anno su anno (Hardware -1,24 e Periferiche IT +4,76). Il Trattamento Acqua, invece, registra aumenti considere-

voli sia mese su mese (+8,69 punti) che anno su anno (+19,95). Di segno opposto l'andamento dei prezzi nel Trattamento Aria che, al contrario, evidenzia consistenti diminuzioni sia a livello congiunturale (-70,42) che anno su anno (-5,62).

LE DINAMICHE DELLE DIVERSE FAMIGLIE TECNOLOGICHE

Qberg osserva che i prodotti che hanno spinto maggiormente in alto i prezzi mostrano alcune caratteristiche in comune:

- una forte componente di stagionalità e fortemente energivori come Riscaldamenti, Scaldabagni (aumento di 19,95 punti anno su anno), Congelatori Built-in e Condizionatori, tutti con aumenti mese su mese superiori a 8,5 punti di IPT;
 - sono legati agli acquisti natalizi come Smart Watch (+5,15 punti), Assistenti vocali (+4,01), Rasoi sia per donna (+3,96) che per uomo (+4,92), Telefoni cellulari (+2,96), PC Desktop che cresce di 4,06 punti.
- Rispetto a quest'ultima caratteristica, Qberg segnala anche che entrambi i prodotti legati al settore Comunicazione di questo gruppo siano tra i pochi a registrare contrazioni nelle variazioni dell'IPT anno su anno: rispettivamente -0,59 gli Smart Watch e -1,21 gli Assistenti vocali.
- Appaiono in discesa mese su mese, i prezzi di alcune famiglie prodotto legate all'Entertainment quali Digital Camera (-4,05 →



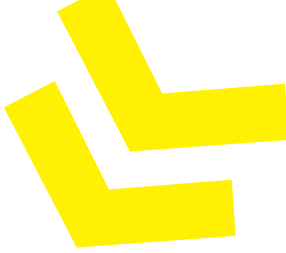
COME FUNZIONA L'OSSERVATORIO PREZZI

L'Osservatorio Prezzi Qberg è stato realizzato con QPoint, la nuova piattaforma di price intelligence per il monitoraggio multicanale di prezzi e assortimenti. Con QPoint diventa semplice e intuitivo monitorare i volantini promozionali, gli scaffali dei punti vendita fisici, i siti di e-commerce e le newsletter.

Si pone l'obiettivo di evidenziare l'andamento dei prezzi del comparto tecnologico nei negozi fisici (Store) in Italia. È basato sull'Indice dei Prezzi Tecnologici (IPT), un indicatore sintetico (base gennaio 2020=100) che misura la variazione nel tempo dei prezzi di un insieme di 16 categorie e 54 sottocategorie di prodotti tecnologici che possono essere acquistati dai consumatori italiani all'interno di punti vendita fisici di tre diversi Canali: Catene di Elettronica, Gruppi di Acquisto di Elettronica e Ipermarket.

I prezzi dei prodotti tecnologici sono rilevati mensilmente dalla rete field di Qberg in 270 punti vendita in 19 regioni del territorio nazionale. Il calcolo dell'IPT generale avviene aggregando tutti i prezzi di tutti i brand di tutte le 16 categorie e 54 sottocategorie di prodotto esposte all'interno dei punti vendita sottoposti a rilevazione mensile, e calcolando successivamente una media di tutti i prezzi stessi.

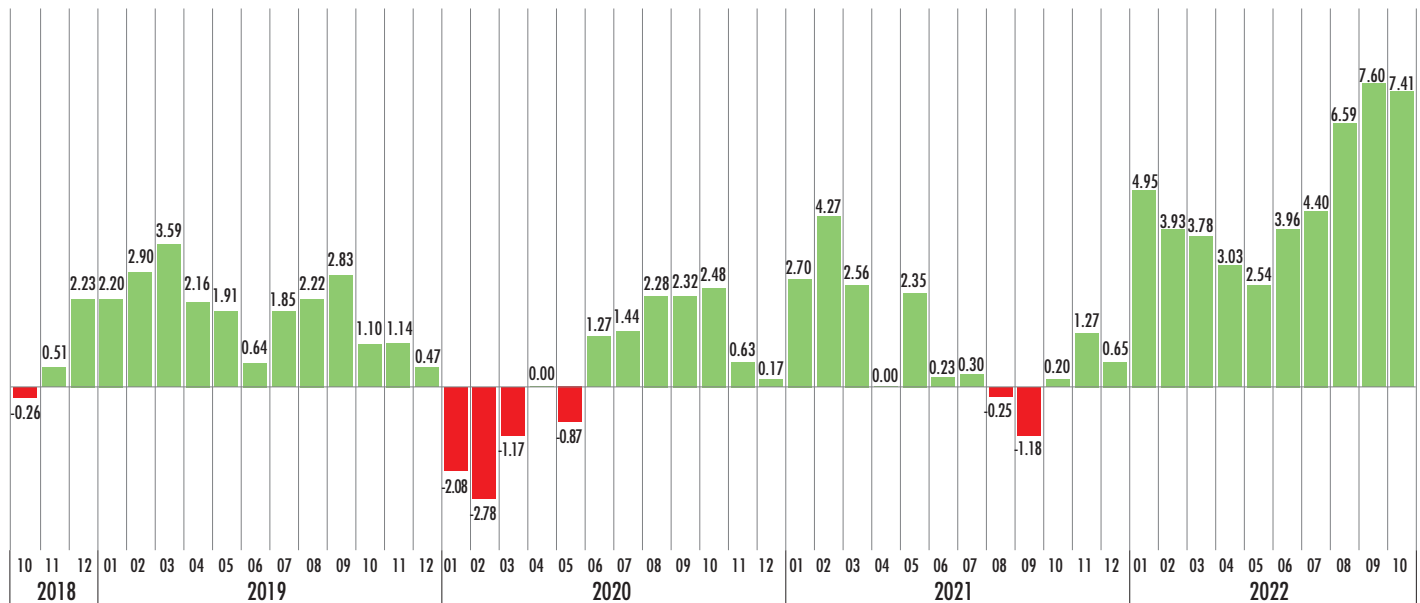
L'aggregazione così effettuata consente di analizzare i dati per: - Indicatore sintetico assoluto (IPT) - Variazione congiunturale dell'IPT (variazione dell'indice IPT rispetto al mese precedente) - Variazione tendenziale dell'IPT (variazione dell'indice IPT rispetto al corrispondente mese dell'anno precedente) - Variazioni congiunturali e tendenziali per categorie e sottocategorie di prodotto. La diffusione dell'IPT avviene nell'ultima settimana di ogni mese. L'emergenza sanitaria dovuta alla diffusione del Covid-19 e i relativi DPCM hanno impedito la rilevazione dei prezzi nel mese di Aprile 2020.



VARIAZIONE INDICE PREZZI TECNOLOGICI (IPT) RISPETTO AL PARI MESE DELL'ANNO PRECEDENTE

ULTIMI 48 MESI

Variazione indice risp. Anno precedente



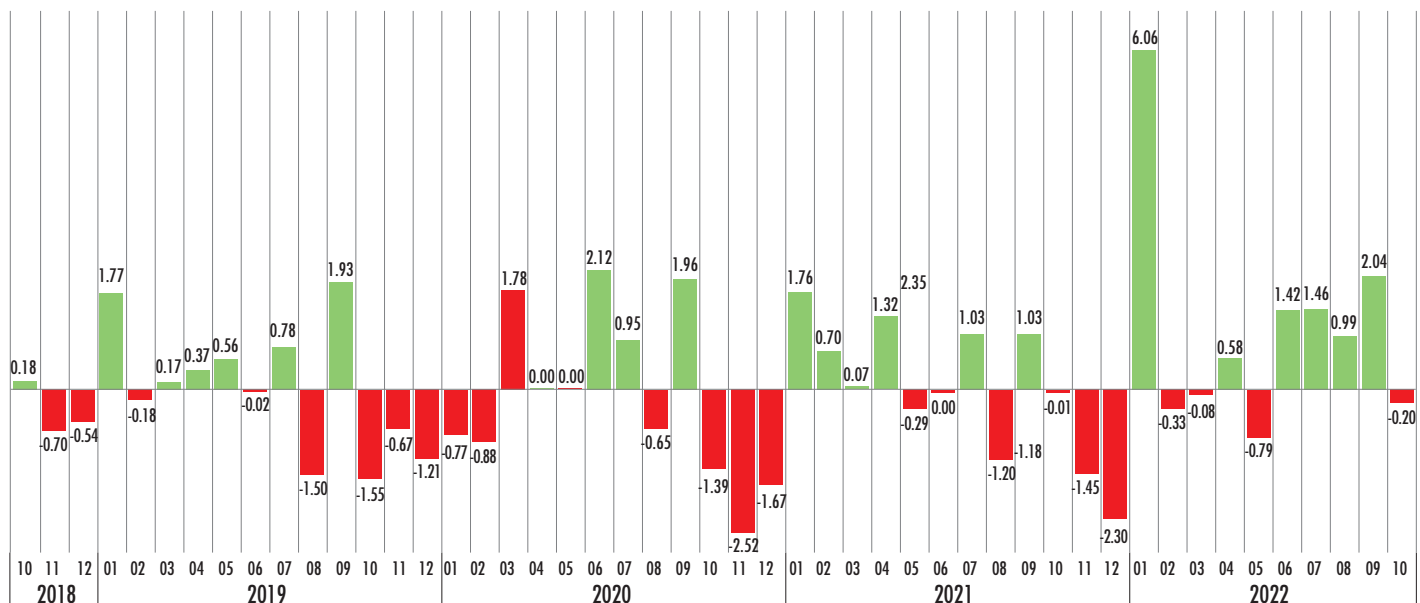
Fonte: QPoint Price Intelligence 2022



VARIAZIONE INDICE PREZZI TECNOLOGICI (IPT) RISPETTO AL MESE PRECEDENTE

ULTIMI 48 MESI

Variazione indice risp. Mese precedente



Fonte: QPoint Price Intelligence 2022



VARIAZIONE INDICE PREZZI TECNOLOGICI (IPT) PER CATEGORIA

(ULTIMI 2 MESI; ULTIMO MESE VS. ANNO PRECEDENTE)

	Variatione Indice 10/2022 vs. 09/2022	Variatione Indice 10/2022 vs. 09/2022
AudioVideo	▼ -2.00	▲ 1.25
Ged	▲ 0.63	▲ 7.73
Hardware	▲ 2.03	▼ -1.24
Ged Built-in	▲ 2.03	▼ -1.24
Foto	▼ -4.05	▲ 16.16
Trattamento Aria	▼ -70.42	▼ -5.62
Telefonia e Dispositivi Mobili	▲ 2.96	▲ 7.83
Home Entertainment	▼ -0.57	▲ 11.25
Trattamento Acqua	▲ 8.69	▲ 19.95
Ped	▲ 0.77	▲ 10.57
Periferiche IT	▼ -1.73	▲ 4.76
Accessori AV	▲ 1.23	▲ 15.44
Networking/Smart Home	▲ 4.01	▼ -1.21
Telefonia Fissa	▼ -3.78	▲ 28.82

Fonte: QPoint Price Intelligence 2022



punti), DVD Player (-2,18) e TV Flat (-1,87), Queste stesse famiglie hanno un comportamento diversificato per quanto riguarda il rapporto anno su anno. Digital camera e DVD Player crescono in maniera marcata (rispettivamente +16,16 e +18,34 punti) le TV Flat, così come i Notebook, continuano la loro discesa tendenziale che chissà se si arresterà per il periodo natalizio (rispettivamente anno su anno Tv Flat -8,53 e Notebook -8,78).

Tra i prodotti in contrazione mese su mese anche i Telefoni Cordless (-3,86 punti) che il mese scorso avevano raggiunto i massimi, ma che continuano ad avere il maggior incremento anno su anno (+28,67). Da segnalare, infine fra le famiglie prodotto coi maggiori aumenti anno su anno: i Monitor

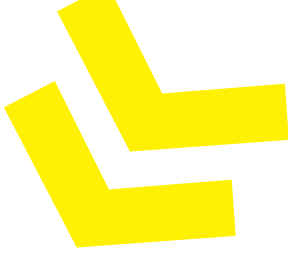
(+24,84 punti), Capelli (+17,82) e Diffusori Audio (+15,44).

LE PREVISIONI: UN NATALE CHE ORMAI DURA TRE MESI

Tra eventi commerciali come il Cyber Monday, il Black Friday anticipato da un Pre-Black Friday, per i consumatori italiani di tecnologia il Natale ormai dura tre mesi con le offerte natalizie che probabilmente continueranno fino al 6 gennaio e, quest'anno, forse anche oltre la Befana. Per prevenire una possibile contrazione dei volumi di vendita nel periodo più importante dell'anno e, soprattutto, per salvaguardare i margini di profitto, gli store hanno predisposto già a ottobre le loro strategie di vendita natalizie. La strategia adottata prevede l'incremento selettivo

dei prezzi dei prodotti soprattutto di potenziali regali di Natale.

Secondo Qberg molto dipenderà da se e come gli store italiani sapranno approfittare del prevedibile aumento di traffico nei loro punti vendita e da come realizzeranno la call to action. A fare la differenza, osserva l'Istituto di ricerca sarà quanto riusciranno a distinguersi, almeno a livello comunicazionale, visto che, causa inflazione, a novembre e dicembre i consumatori saranno sicuramente molto più riluttanti spendere e necessiteranno di essere invogliati. Tutto porta a ritenere che molto probabilmente acquisteranno meno regali e per un minor numero di persone, e modificheranno i loro acquisti scegliendo prodotti tecnologici meno costosi e andando ad effettuare i loro acquisti in negozi\catene più economici.



FLAT TV: LISTINI IN CONTROTENDENZA. COLPA DELLO SWITCH-OFF?

UNA DOMANDA INASPETTATAMENTE INFERIORE ALLE PREVISIONI STA SPINGENDO I RETAILER AD ACCENTUARE LA SPINTA PROMOZIONALE PER ALLEGGERIRE I PROPRI MAGAZZINI. PER QUESTO MOTIVO, NONOSTANTE L'APPROSSIMARSI DELL'ULTIMA SCADENZA PREVISTA PER IL DEFINITIVO PASSAGGIO AL DIGITALE, L'ANDAMENTO DEI PREZZI DI QUESTA CATEGORIA DI PRODOTTO È SORPRENDENTEMENTE IN CONTROTENDENZA

Analizzando il periodo gennaio-ottobre 2022 e comparandolo con il pari periodo dell'anno precedente si vede che alcuni segmenti della categoria TV appaiono in significativa controtendenza rispetto al generale au-

mento dei listini. Qberg ha analizzato l'andamento dei prezzi sia nel mondo dei negozi fisici (appartenenti a Catene, Gruppi d'Acquisto e Ipermarket) sia nel mondo dei principali siti di e-commerce (Web retailer specialisti, Web pure specialisti e Web pure generalisti). Dall'analisi delle variazioni di prezzo per segmenti di dimensione,

emerge che la diminuzione è generalizzata. Unica eccezione il segmento dei piccoli, che però è minoritario come importanza, che vede aumenti pari rispettivamente al 6.1% e all'1,2% nel fisico e nell'online. A registrare il calo più consistente nello store fisico è il segmento dei grandi TV, che perde un 4.4%, mentre nell'onli- ➔

ne a mostrare il calo più forte è quello dei medi formati, con un -6%. Da notare anche il divario di prezzo medio, a parità di segmento, tra fisico e online, segno di un'offerta che nell'online privilegia l'alto di gamma. Va in questa direzione il fatto che per tutti i modelli di Tv in sovrapposizione

tra negozi fisici ed e-commerce l'indice di prezzo risulta sempre più conveniente nello store rispetto all'e-commerce. L'analisi mostra infatti che nel periodo preso in esame l'indice è costantemente sotto il 100 eccezion fatta per i mesi di marzo-aprile e luglio-agosto, in cui si assiste a un'impenna-

ta del prezzo store rispetto all'equivalente web.

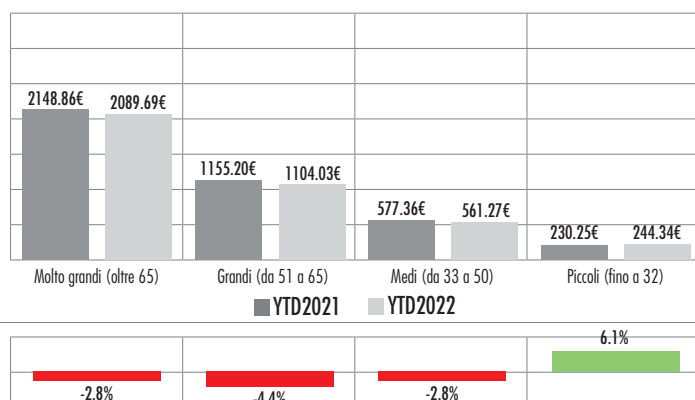
OLED CONTRO LCD: NON C'È DIFFERENZA, ANZI.

Anche analizzando il dato per Tipo di Flat Tv, le affermazioni derivanti dall'analisi

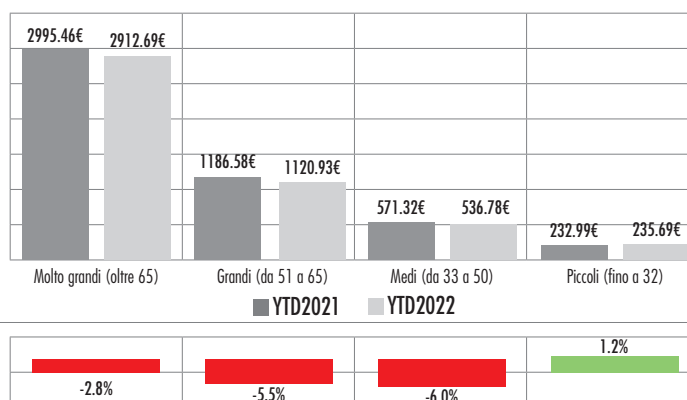
PREZZO MEDIO DEI TV FLAT PER SEGMENTO DI POLLICIAGGIO

(YTD2022@OTT VS YTD2021@OTT; PREZZO MEDIO E DELTA % ANNO SU ANNO)

PREZZI MEDI STORE PER SEGMENTO



PREZZI MEDI E-COMMERCE PER SEGMENTO



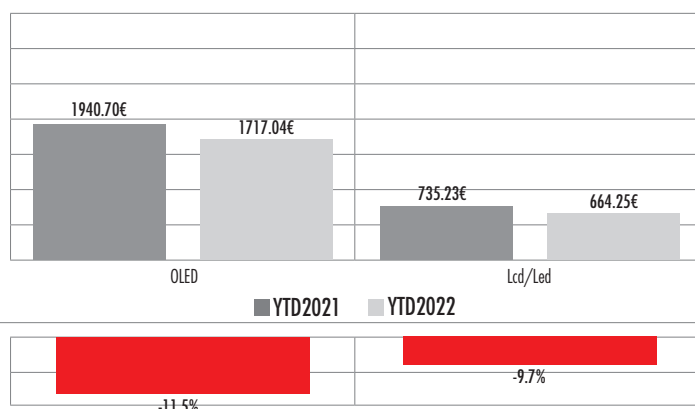
Fonte: QPoint Price Intelligence 2022



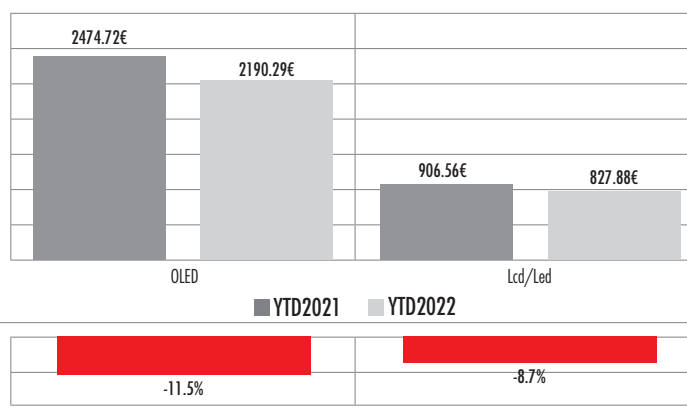
PREZZO MEDIO DEI TV FLAT PER TIPO

(YTD2022@OTT VS YTD2021@OTT; PREZZO MEDIO E DELTA % ANNO SU ANNO)

PREZZI MEDI STORE PER TIPO

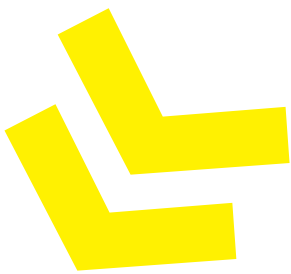


PREZZI MEDI E-COMMERCE PER TIPO



Fonte: QPoint Price Intelligence 2022





per segmento. trovano conferma. Contrariamente a quanto si potrebbe pensare vista la popolarità in ascesa degli Oled, l'analisi Qberg mostra che questo tipo di Tv è addirittura maggiormente interessato dalla caduta di prezzo, con un -11.5% sia nel fisico che nell'online. Sono invece del -9.7% e -8.7% le diminuzioni degli Lcd/Led rispettivamente nelle due vetrine del fisico e dell'e-commerce. Qberg ritiene che la ragione di questo andamento sia da ricercare nella gestione diluita, e soprattutto mutevole nel tempo al di là del previsto, dello switch-off verso il DVBT-2 e l'MPEG4.

I MAGAZZINI PIENI, DERIVANTI DALLE VENDITE BEN SOTTO LE ATTESE E L'ENTRATA IN FASE DI RECESSIONE, HANNO PORTATO GLI OPERATORI ASPINGERE LE VENDITE, CALMIERANDO I PREZZI IN CONTROTENDENZA RISPETTO AL RESTO DEL MERCATO.

All'iniziale annuncio dello switch-off (o almeno di un suo inizio) per il 15 ottobre 2021, in realtà solo 'volontario', è infatti seguita la proroga dello stesso al novembre-dicembre (anche se soltanto per la Sardegna) e, in seguito, a gennaio 2022, a marzo 2022 e, infine, a giugno 2022 per essere completato a gennaio 2023. Sotto il termine "refarming" della banda 700 si è avuta, rileva l'Istituto di ricerca una gestione piuttosto confusionaria. Al picco di vendite registrato nelle settimane subito precedenti la data del 15 ottobre (+120% di vendite secondo un dato Gfk), è seguita un'attività di acquisto e immagazzinamento da parte del retail per far fronte a quella che nelle aspettative avrebbe dovuto essere una richiesta ingente e, appunto, di picco.

I magazzini pieni, derivanti dalle vendite ben sotto le attese e l'entrata in questa fase di recessione, hanno fatto sì che si sia cercato da parte degli operatori di spingere le vendite calmierando i prezzi in controtendenza rispetto al resto del mercato.

LA CRESCITA DEI PREZZI ANNO SU ANNO CONTINUERÀ

La stasi dei prezzi mese su mese continuerà anche in novembre e dicembre, anche se non sarà comunque tale da portare a un'inversione di tendenza nell'andamento anno su anno. Per quanto riguarda i Flat Tv, saranno determinanti mesi del 2023. Ne è convinto **Angelo Pascarella**, Data Scientist di **Qberg**

Quali sono le cause dell'impennata dei prezzi tecnologici negli ultimi 13 mesi?

Sono essenzialmente due i fattori che hanno contribuito a questo andamento. Cause esogene, tra le quali inserisco certamente l'aumento dei prezzi dell'energia (luce e benzina in primis) che incrementa i costi diretti e di rifornimento dei punti vendite, e cause endogene, tra cui soprattutto l'aumento dei prezzi dei microchip e delle terre rare presenti all'interno dei prodotti tecnologici. Per capire quanto questo trend sia importante basti considerare che, ad esempio, nei telefoni cellulari sono presenti più di 70 diversi tipi di metalli.

L'Osservatorio rileva che a ottobre i prezzi non sono cresciuti rispetto al mese precedente. Come lo spiega? Ritiene che sia l'inizio di un'inversione di tendenza destinato ad accentuarsi da qui a fine anno, nonostante l'incremento selettivo dei prezzi dei prodotti di potenziali regali di Natale ipotizzato a dicembre?

I prezzi di ottobre rispetto a settembre non sono aumentati perché generalmente gli store tendono a frenare i prezzi nell'ultimo trimestre dell'anno per incentivare gli acquisti natalizi. A contribuire allo stop complessivo, ci sono sicuramente anche le tante iniziative promozionali anticipatorie del Black Friday. È presumibile che vi sarà una sorta di stasi o una leggera contrazione dei prezzi, mese su mese, dei prodotti tecnologici fino a Natale. I prezzi anno su anno, invece, continueranno a crescere. Molto importante sarà verificare nel prossimo gennaio 2023 l'evoluzione della situazione, poiché

a gennaio 2022, dopo le classiche diminuzioni storiche nell'ultimo trimestre del 2021, è stato registrato un aumento record su base annuale, che ha dato l'avvio a un generalizzato incremento dei prezzi dei prodotti tecnologici.

Nell'andamento dei prezzi anno su anno e mese su mese esistono significative differenze tra canali fisici e i principali siti e-commerce rilevati?

Anche online i prezzi crescono in maniera sostenuta, e in qualche caso, anche più del canale fisico. Questo è vero soprattutto per GED, Telefonia Fissa e Home Entertainment. Questi forti incrementi sono dovuti soprattutto alla presenza nell'offerta online di prodotti di fascia prezzo alta e altissima, difficili da trovare esposti nei punti vendita fisici, che influenza in maniera marcata l'intero indice dei prezzi.

Venendo ai Flat Tv, l'avvicinarsi del gennaio 2023, potrebbe portare a un'inversione di tendenza nell'andamento dei prezzi, oppure la spinta ad alleggerire il magazzino potrebbe spingere gli operatori ad utilizzare ancora di più la leva promozionale?

Gli store, anche sulla base dei nostri dati provvisori di novembre, continueranno a diminuire, seppur in maniera contenuta, i prezzi dei TV Flat almeno fino a Natale e, presumibilmente, anche fino a gennaio. Le riduzioni di prezzo più consistenti per i TV Flat avvengono in genere nel periodo febbraio-marzo-aprile, prima del lancio sul mercato dei nuovi modelli. 