

# 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

**A**nalizzando 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'online ➔

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.

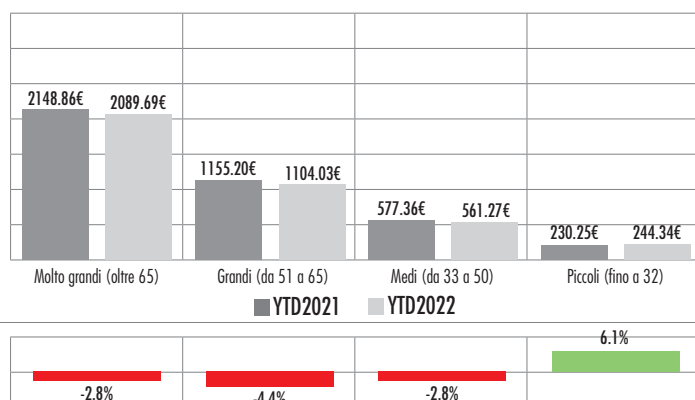
**OLED CONTRO LCD: NON C'È DIFFERENZA, ANZI.**

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

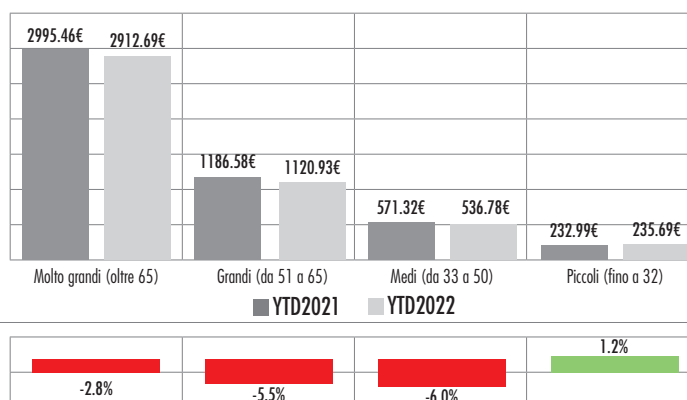
# PREZZO MEDIO DEI TV FLAT PER SEGMENTO DI POLLICIAGGIO

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

PREZZI MEDI STORE PER SEGMENTO



PREZZI MEDI E-COMMERCE PER SEGMENTO



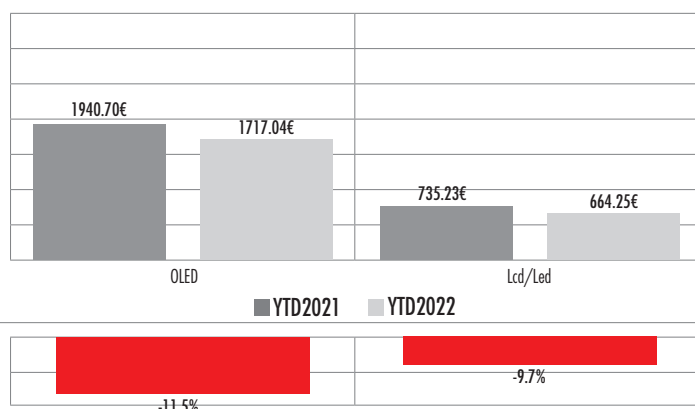
Fonte: QPoint Price Intelligence 2022



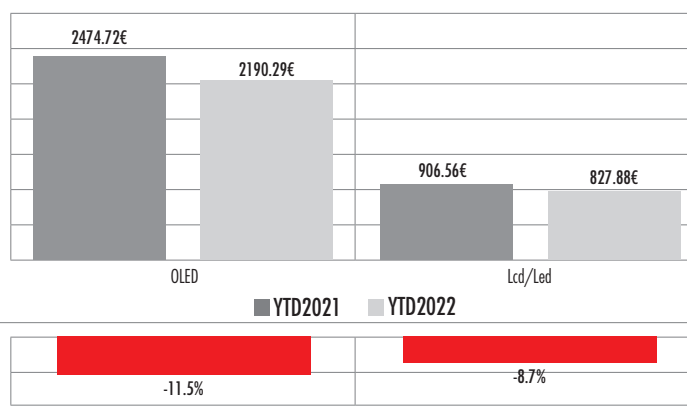
# PREZZO MEDIO DEI TV FLAT PER TIPO

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

PREZZI MEDI STORE PER TIPO

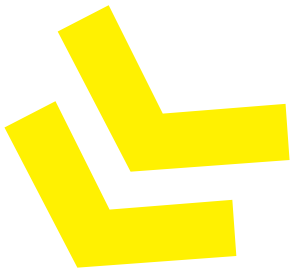


PREZZI MEDI E-COMMERCE PER TIPO



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. 