Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti
Die Stimme der VerbraucherInnen
La voce dei consumatori

Centro Tutela Consumatori Utenti

Via Dodiciville 2
39100 Bolzano
Tel. 0471 975597
info@verbraucherzentrale.it

I prezzi online subiscono variazioni notevoli

Gio 23/08/2018 - 09:23

Secondo i risultati di uno studio, i prezzi possono anche raddoppiare

“Internet non pratica più prezzi unici”: questa la conclusione che gli esperti dell'Osservatorio Mercato del Centro Consumatori di Brandenburgo (Martktwächter der Verbraucherzentrale Brandenburg) traggono, dopo aver osservato i prezzi di 1.133 prodotti in 16 online-shop per oltre un mese.

Il prezzo viene influenzato “dal momento dell'acquisto, dalle modalità di navigazione dell'utente, dal tipo di dispositivo usato per l'acquisto oppure dal luogo di abitazione”. In questo modo, i prezzi mostrati per uno stesso prodotto possono essere diversi fra loro. 15 dei 16 webshop analizzati hanno modificato regolarmente i prezzi per il 37% dei prodotti osservati. A seconda della data e dell'ora dell'acquisto sono possibili anche differenze sostanziali.

Ad esempio:

- nel webshop di Mediamarkt il prezzo di uno smartphone Samsung ha subito variazioni anche di 220 euro;
- il venditore online Tirendo ha variato il prezzo di un set di pneumatici, nel periodo di osservazione di 34 giorni, per ben 16 volte, in un intervallo che va dai 110 ai 220 euro;
- le farmacie online DocMorris e Sanicare hanno ridotto i prezzi di singoli prodotti in determinati giorni; al contempo, però, altri prodotti sono diventati più cari.

Grandi discrepanze anche nella misura in cui i prezzi sono stati variati: in un terzo dei casi, i prezzi sono in parte più che raddoppiati.

Questo fenomeno, che di norma viene definito con il nome di “dynamic pricing”, non porta comunque solo a dei vantaggi per i negozi online. Le continue modifiche dei prezzi, infatti, non fanno che disorientare i clienti, facendo loro perdere la fiducia. Del resto ciò è ampiamente comprensibile, visto

che non è più possibile stabilire quale sia il prezzo “giusto” di un prodotto. Il trend per il dynamic pricing è purtroppo in continua ascesa.

Ecco alcuni consigli che possono aiutarci nei nostri comportamenti di consumatori:

- no agli acquisti spontanei;
- comparate le offerte di più negozi;
- osservate l'andamento dei prezzi per un periodo di qualche giorno;
- visualizzate le offerte anche con un secondo browser (importante: in questo browser ausiliario non permettete il salvataggio dei cd. cookie, che potrebbero poi determinare offerta di prezzi diversi);
- non visitate i negozi con il vostro login attivo, poiché in tal caso il commerciante potrebbe analizzare le vostre preferenze ed adeguare i prezzi di conseguenza;
- se comprate da smartphone o tablet, verificate il prezzo anche da postazione PC fissa o laptop: anche i dispositivi utilizzati per l'acquisto possono influire sul prezzo;
- il proprio indirizzo IP è indicatore della propria provenienza, e con ciò da indicazioni anche sul potenziale potere d'acquisto. Compratori da regioni benestanti potrebbero quindi forse pagare più dei vicini in regioni meno fortunate. Con una VPN (virtual private network), che “cela” l'origine del collegamento internet, è possibile ovviare a tale aspetto del dynamic pricing.

Lo studio originale è disponibile, in lingua tedesca, su marktwaechter.de.