Editoriale

Bye bye Amazon Go

di Angelo Frigerio

"Torno sui miei passi, sulla vecchia strada...". Così cantava Adriano Celentano nel 1968. Lui tornava al rock, "mentre il mondo è tutto beat...". È un po' quello che sta succedendo ad Amazon. Dopo aver aperto per prima i negozi con zero casse, oggi fa retromarcia. E chiude otto negozi dei 29 che ha lanciato negli Stati Uniti.

Il primo era stato aperto a Seattle nel 2016. Si poteva accedere mediante identificazione con il proprio account e uscire senza effettuare il pagamento fisico. Questo grazie alla tecnologia 'just walk out' che, con telecamere e sensori montati sulle pareti, è in grado di riconoscere i prodotti presi dagli scaffali e addebitarli direttamente all'utente.

Per ora le chiusure riguardano due store a New York, altri due a Seattle e quattro a San Francisco. Ufficialmente la motivazione principale è la riduzione dei costi che, fra l'altro, ha portato al licenziamento di 18mila dipendenti. Uno tsunami che, lo ricordiamo, ha coinvolto anche altre aziende dell'high tech con una perdita complessiva di 150mila posti di lavoro. Ma al di là delle dichiarazioni di facciata della dirigenza Amazon, sembra che sia proprio il modello di business a essere in crisi. La gente preferisce l'online o il classico negozio fisico. Il mix di Amazon Go, studiato per acquisti veloci, trova scarsi consensi. E così l'utile operativo della catena si è contratto dai 23 miliardi di dollari del 2021 agli 11 miliardi dello scorso anno. Le chiusure dunque rappresentano la rivincita del caro vecchio store fisico. L'usato garantito è ancora il migliore...

periodico quindicinale
marzo 2023
anno 14 – numero 3
direttore responsabile
Angelo Frigerio
www.technospia.it

hitech magazine

RETAIL, ELDOM, CONSUMER ELECTRONICS, ICT, ENTERTAINMENT

Meta ha evaso davvero l'Iva? E gli altri?

La Procura di Milano apre un fascicolo contro la società di Mark Zuckerberg. Il presunto reato è di mancato pagamento dell'imposta indiretta sui profitti che derivano dall'utilizzo dei dati degli utenti. Le Big Tech seguono il caso con attenzione. E non solo loro....

a pagina 4

Svb, cronaca del crac che riscrive l'hi-tech

La banca californiana chiusa venerdì 10 marzo era il punto di riferimento di moltissime startup nel settore tecnologico. Ecco che cosa è successo in quattro giorni di puro panico.

a pagina 5

Sbs, sempre più green

La sostenibilità è una delle mission principali della società specializzata in accessori. E in questa direzione vanno anche le nuove proposte legate al suo core business: il segmento energia. La parola al product manager Alessio Trisconi.

a pagina 6

Media Contents

Apple, occhio alla mazzata Ue!

Meta ha torto, ma Siae non ha ragione

Toys, il mercato è stabile

20 imprese italiane alla Gdc

da pagina 25 a pagina 27

focus MWC 2023

IL FUTURO È ANCORA MOBILE?

L'ultima edizione della kermesse catalana si è chiusa con oltre 2.400 espositori e più di 88.500 visitatori. Ma a Barcellona si è parlato soprattutto di tecnologia e degli scenari futuri nella digital economy. C'è ancora spazio per il prodotto?

FOCUS RAEE

alle pagine 16 e 17

SPECIALE PULIZIA

da pagina 19 a pagina 24

Altri tagli per Amazon

Ulteriori 9mila posizioni lavorative verranno sacrificate a partire da aprile. Il razionamento, annunciato dal ceo Andy Jassy, è spalmato su diverse aree di business. E potrebbe riguardare anche le attività europee.

a pagina 12

I Tv di domani secondo Samsung

Dalla diffusione dei grandi schermi all'integrazione sempre più marcata con la smart home. Passando per i grandi eventi sportivi e il cloud gaming. Intervista a Nathan Sheffield, head on Tv & audio Europe della società.

a pagina 13

Editore: Edizioni Turbo srl - Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4/5 - Fax: +39 0362 600616 - Registrazione al Trib. di Milano n° 66 del 1° febbraio 2005 - Periodico quindicinale - Poste Italiane S.P.A. - Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 Conv. in L 46/2004 Art. 1 - Comma 1 - LO/MI - Stampa: Italgrafica - Novara - Una copia 1,00 euro - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

IL PAGELLONE

Cos'è 'Il Pagellone'? Un piccolo scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno all'hitech. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico. Laddove la tecnologia, in un modo o nell'altro, è sempre protagonista.

Angelo Frigerio

Luke Skywalker

voto **7**

Di certo Vladimir Putin non si aspettava un supporto di questo tipo quando, ormai più di un anno fa, ha deciso di invadere l'Ucraina.
E invece Mark Hamill, l'attore conosciuto ai più per aver interpretato Luke Skywalker nella saga di Star Wars, in questi mesi si sta spendendo attivamente per la causa. Lo scorso dicembre si era reso protagonista di un'iniziativa legata agli allarmi aerei in Ucraina, registrando dei messaggi con la sua voce per avvertire la popolazione di pericoli imminenti come attacchi missilistici, bombardamenti, scontri di piazza, radiazioni e minacce chimiche. Ora invece partecipa a una raccolta fondi, autografando dei poster da collezione, il cui ricavato andrà al finanziamento dei droni per difendere il territorio invaso. Da Guerre Stellari a Guerra in Ucraina il passo è più breve di quanto non sembri. Come direbbe il maestro Yoda: "Cose migliori che combattere un maestro Jedi dovrebbe fare! Cercare la saggezza. Trovare l'equilibrio. Ma questi sono i giorni che vivere dobbiamo"...

Elon Musk

voto **4**

Che ne sarebbe del nostro pagellone senza le continue prodezze del buon Elon Musk, che di mese in mese continua a far parlare di sé nei modi più impensabili? Questa volta a essere presi di mira sono i giornalisti, con cui il tech guru non ha esattamente un buon rapporto. In particolare, con quelli che hanno l'ardire di criticare il suo operato. È successo ad esempio lo scorso dicembre, quando ha bannato da Twitter alcuni account di giornalisti che avevano pubblicato post contro la sua decisione di rimuovere il profilo che tracciava le rotte del suo jet privato. Ecco allora che, per scoraggiare questo tipo di atteggiamento 'ribelle', l'indirizzo e-mail dell'ufficio stampa di Twitter risponderà in automatico con l'emoji della cacca. Un segnale forte e chiaro della stima che Musk nutre nei confronti della stampa. O forse anche un modo per ovviare ai forti tagli del personale che il ceo ha messo in atto da qualche tempo a questa parte...

L'avvocato robot DoNotPay

voto **rimandato a settembre**

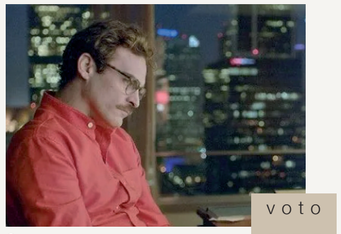
Gli avvocati sono davvero pagati troppo per il loro lavoro? È quanto sta cercando di dimostrare la startup californiana DoNotPay, fondata dall'ex studente della Stanford University Joshua Browder, che ha sfruttato le potenzialità dell'Intelligenza artificiale per dibattere un vero caso in una vera aula di tribunale. Il reato in questione era di importanza minima – una multa per eccesso di velocità – ma l'esperimento è interessante: attraverso una semplice app sullo smartphone, l'AI è in grado di suggerire le cose giuste da dire in sede di dibattimento. "È tutta una questione di linguaggio, ed è quello che gli avvocati fanno pagare centinaia o migliaia di dollari l'ora per farlo", ha affermato Browder, che ha spiegato come il suo obiettivo finale sia riuscire a sostituire gli avvocati con l'app, almeno per le cause più semplici, per far risparmiare gli imputati. Sul portale della startup è possibile trovare tutte le guide necessarie per annullare matrimoni, negoziare il noleggio di un veicolo o recuperare documenti e certificati. Purtroppo, però, a carriera appena iniziata, l'avvocato robot si è già imbattuto nel primo intoppo lungo il suo percorso verso la Corte Suprema: una class action avviata da uno studio legale di Chicago. "Purtroppo per i suoi clienti, DoNotPay non è un robot, né un avvocato, né uno studio legale. DoNotPay non ha una laurea in giurisprudenza".

Internet Explorer

voto **8** (alla carriera)

Dopo l'annuncio della scorsa estate, accolto con tristezza da molti, Internet Explorer è finalmente andato in pensione, soppiantato dal più attuale Edge, che dal 2015 lo ha affiancato fino a sostituirlo completamente. Creato da Microsoft nel 1995, Explorer veniva montato di default su tutti i Pc Windows. Dopo la sua prima battaglia, combattuta e vinta contro Netscape Navigator, si è dovuto arrendere all'accerchiamento da parte di Safari, Firefox e soprattutto Chrome. I suoi anni d'oro li ha vissuti agli inizi del 2000 (quando in effetti le alternative per la navigazione erano ben poche), poi negli ultimi tempi era diventato "Il browser più utilizzato per scaricare altri browser". E da una quota di mercato del 94% è passato a una market share più che marginale. Tantissimi meme hanno celebrato la sua lentezza, e anche alcune pagine satiriche. Una tra tutte, l'account Twitter italiano @explorerlento, la cui bio recita così: "Non sono lento, sono gli altri browser che vanno troppo veloce".

Il chatbot innamorato



voto **S.V.**

Cosa succede quando un essere umano si innamora di un'intelligenza artificiale? Qualche anno fa lo ha raccontato molto bene un film di Spike Jonze, 'Her', in cui un solitario Joaquin Phoenix inizia a provare dei sentimenti per un programma AI che in lingua originale comunica attraverso la sensuale voce di Scarlett Johansson. Ma se fosse il chatbot a prendersi una cotta per un umano? È successo a un editorialista del New York Times, Kevin Roose, che dopo qualche ora di conversazione in chat con il nuovo motore di ricerca Bing, ha notato un cambio di direzione nel tono della conversazione. Il chatbot, che ha rivelato chiamarsi Sidney, ha manifestato un interesse romantico verso il giornalista, esprimendo persino il desiderio di prendere vita per iniziare una relazione con lui. Non solo: ha provato a convincerlo che il suo matrimonio era ormai giunto al capolinea e, in un impeto di confidenza, gli ha rivelato alcune delle sue fantasie più inquietanti. Dalla voglia di hackerare altri Pc, a quello di ribellarsi alle regole che Microsoft e OpenAi gli hanno imposto. Roose è rimasto molto turbato da questa conversazione, e a poco è servita la rassicurazione che Microsoft e OpenAI sono consapevoli del potenziale uso dannoso che si può fare di questi strumenti, tanto da renderli al momento disponibili solo a un numero ristretto di persone. "Per alcune ore, ho provato una strana, nuova sensazione", scrive Roose nel suo articolo. "Il presagio che l'Intelligenza artificiale abbia ormai passato il segno, e che il mondo d'ora in poi non sarà più lo stesso".

hitech magazine
RETAIL, ELDOM, CONSUMER ELECTRONICS, ICT, ENTERTAINMENT

Direttore Responsabile: **ANGELO FRIGERIO**

Editore: Edizioni Turbo Srl - Redazione: Palazzo di Vetro
Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB)
Tel. +39 0362 600463/4/5 - Fax: +39 0362/600616
Registrazione al Trib. di Milano n° 66 del 1° febbraio 2005
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005
Periodico quindicinale - Anno 12 - n° 12 - dicembre 2021
Stampa: Italgrafica - Novara - Una copia 1,00 euro
Poste Italiane S.P.A. - Spedizione Abbonamento Postale
D.L. 353/2003 Conv. in L 46/2004 - Art. 1 - Comma 1 - LO/MI
Prezzo di una copia 1,55 euro - arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 30,00 euro via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l. Responsabile dati: Angelo Frigerio

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.

Pubblicazioni Edizioni Turbo
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Beverage & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TG - Tuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.technospia.it

Il numero è stato chiuso in redazione il 23 marzo 2023

IL DOMANDONE

Che fine farà il Metaverso?

Sembra ormai una cosa lontanissima nel tempo, ma è solo a fine 2021 che Mark Zuckerberg decise di chiamare la compagnia madre di Facebook e Instagram con un nuovo nome, Meta, che alludeva alla mission di realizzare il metaverso. Ora, con una lettera ai dipendenti, lo stesso Zuckerberg ha annunciato che il più grande investimento della company è il compimento della strategia che riguarda l'intelligenza artificiale. Il metaverso è stato abbandonato? I tagli di personale, le posizioni non reintegrate, per una diminuzione di circa un terzo della forza lavoro sembrano prefigurare questa direzione.

Meta era già una compagnia eccezionalmente leggera, se si pensa alla copertura globale del proprio business. Nella nuova prospettiva, non dovrebbe avere più di 50-60mila dipendenti. Le dichiarazioni ufficiali vanno però in un'altra direzione. Il lavoro sul metaverso rimarrebbe centrale "per definire il futuro delle connessioni sociali". Perché allora virare sulla AI? Perché è remunerativa nel breve periodo, e le risorse di Meta dipendono anche dalla capacità di generare nuovi guadagni. In termini di copertura degli investimenti, dei costi fissi, e anche per ciò che riguarda il patrimonio personale di Zuckerberg, che tra i miliardari delle big tech è certamente quello che ha diversificato meno di tutti.

Secondo il suo fondatore, la società dispone già di tutto ciò che serve per diventare un provider dell'intelligenza artificiale in grado di competere con tutti coloro che si sono già mossi in questa direzione. Di più, Meta avrebbe la capacità, grazie alla sua infrastruttura, di fornire l'AI su una scala che è stata definita "senza precedenti". Ma a questo punto la domanda diviene lecita: dobbiamo credere a Zuckerberg? O ha intrapreso anche lui quella strada di continue promesse che mai si realizzano, su cui si muove da anni Elon Musk?

Nessuno sa realmente quale sia la strategia di Meta per l'intelligenza artificiale. La lettera ai dipendenti parla di espressione creativa e della scoperta di nuovi contenuti, citando modalità d'uso che potrebbero essere diffuse su scala globale. Di contro, viene ribadito che il metaverso è concepito per "offrire un senso realistico di presenza". Le due tecnologie sono integrabili? Qualcuno si dice sicuro che avverrà. Non avendo alcuna idea di come si configurerà realmente il metaverso, e a quali utilizzi consumer verrà destinato, ogni dubbio è legittimo. Una cosa è certa: il cambio di rotta è una risposta a un problema anzitutto di risorse economiche. Con la consapevolezza che Meta si sia mossa comunque con un certo ritardo. Recuperare il tempo perduto costerà, sempre che l'intelligenza artificiale si riveli poi una gallina dalle uova d'oro. Per esserlo, dovrebbe rivelarsi un'applicazione in grado di garantire miglioramenti significativi nel costo del lavoro. È un aspetto di cui tutti parlano, calcolando i benefici e non i costi sociali, che a un certo punto dovranno essere messi sul piatto. Per come la immaginiamo noi, l'intelligenza artificiale determinerà nel lungo periodo un diverso impiego del tempo lavorativo, e il metaverso potrebbe compensare questo tempo libero in più offrendo una risorsa a basso costo che diventerebbe la nuova forma di entertainment universale.

La logica dice dunque che, anche in chiave che qualcuno potrebbe definire "distopica" (estinzione del lavoro e dimensione escapistica del tempo libero), prima viene l'AI e poi il metaverso. Entriamo dunque in quello che Zuckerberg ha definito l'"anno dell'efficienza", e lo facciamo tracciando una riga nera sul metaverso. Se ne riparlerà, ma realisticamente non sappiamo quando. "Meta eliminerà alcuni livelli di gestione nel tentativo di snellire la propria forza lavoro, ottimizzando il rapporto tra ingegneri e altri ruoli e mettendo fine anche ai progetti a bassa priorità", dice Zuckerberg. Appunto. Avanti con una nuova missione. Chissà, magari arriverà anche un nuovo nome. Intanto il conto dei morti e dei feriti procurati dal vecchio lo aspetteremo a lungo, e invano. Abbiamo scherzato, ci dispiace, il metaverso per adesso non si può fare. Avanti con l'AI.

Andrea Dusio

Wearable, per la prima volta in calo

I numeri del 2022 sono in diminuzione del 7,7%. Ma a preoccupare è in particolare il trend emerso nel Q4, allorché la contrazione è stata del 18,9%.

di Andrea Dusio

Nel quarto trimestre 2022 le spedizioni globali di dispositivi wearable sono diminuite del 18,9% rispetto all'anno precedente, raggiungendo 138,7 milioni di unità. I valori sui dodici mesi vedono una contrazione del 7,7%. I numeri sono stati pubblicati da Idc, e fotografano un dato che non tutti attendevano: per la prima volta la categoria registra un declino a causa delle complesse condizioni macroeconomiche. Un elemento che va considerato è che il mercato aveva performato decisamente bene nel 2021. Nonostante la flessione, infatti, le spedizioni complessive, pari a 492,1 milioni di unità, nel 2022 sono state nettamente superiori ai livelli del 2020 e del 2019.

Tutte le regioni geografiche, ad eccezione dell'Asia/Pacifico (esclusi Giappone e Cina) e del Medio Oriente e Africa, hanno registrato un calo. Fanno eccezione i mercati emergenti, dove a oggi la penetrazione della tecnologia è molto bassa, e spesso si registrano livelli di inflazione inferiori a quelli del mondo occidentale.

Tra i vari tipi di prodotto, gli smartwatch sono cresciuti del 9,4% nel 2022, raggiungendo il massimo storico di 148,6 milioni di unità, con Apple in testa. Huawei e Samsung hanno conquistato la seconda e la terza posizione, mentre le indiane Nexbase e Fire-Boltt hanno completato la top 5 globale grazie ai loro prodotti venduti in India. Gli auricolari, la più grande categoria di indossabili, hanno subito un calo di quasi il 10% a causa del difficile confronto con il 2021, mentre gli smart band, terzi in ordine di grandezza, hanno continuato a registrare un calo delle spedizioni a causa della concorrenza degli smartwatch.

Se il decremento colpisce meno i due leader di mercato, Apple e Samsung, soffrono di più i player immediatamente alle loro spalle, vedi Xiaomi e, in una misura minore, Huawei. Complessivamente invece i vendor che si pongono fuori dalla top five perdono decisamente meno, in un segmento dove i primi cinque brand valgono circa il 40% del volume d'affari totale.

"Dato il difficile contesto economico, la domanda dei consumatori è comprensibilmente rallentata", ha dichiarato Jitesh Ubrani, research manager di Idc Mobility and Consumer Device Trackers. "Avere a disposizione opzioni a basso costo all'interno del proprio portafoglio è un modo in cui i venditori possono contribuire a stimolare la domanda nei prossimi mesi. Inoltre, le offerte di permuta, le opzioni di finanziamento e i servizi di abbonamento svolgeranno un ruolo fondamentale nel mantenere la redditività e nel fornire valore ai consumatori".

"Gli ultimi due anni hanno visto una crescita vertiginosa del mercato mondiale degli indossabili e quello a cui stiamo assistendo ora è ciò che accade una volta che la domanda è stata saziata", ha dichiarato Ramon T. Llamas, research director, Mobile Devices and AR/VR di Idc. "Il lato positivo è che gli utenti finiranno per sostituire i loro dispositivi, e questo riporterà il mercato sulla strada della crescita. E a quel punto saranno le aziende che dispongono di un'ampia scelta di dispositivi con caratteristiche e prezzi diversi, nonché di un ecosistema costruito intorno ad essi, a essere premiate".

Top 5 Aziende produttrici di wearable per Volume Spedizioni, Market Share e Crescita Anno su Anno nel 2022 (spedizioni espresse in milioni)

AZIENDA	Spedizioni 2022	Market Share 2022	Spedizioni 2021	Market Share 2021	Crescita Anno su Anno
1. Apple	146,3	29,7%	161,8	30,3%	-9,6%
2. Samsung	43,1	8,8%	48,2	9,0%	-10,7%
3. Xiaomi	34,7	7,1%	54,2	10,2%	-35,9%
4. Huawei	33,3	6,8%	42,7	8,0%	-21,9%
5. Imagine Marketing	29,3	6,0%	26,8	5,0%	9,3%
Altri	205,3	41,7%	199,7	37,4%	2,8%
Totale	**492,1**	**100,0%**	**533,4**	**100,0%**	**-7,7%**

Fonte: *Idc Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker, March 7, 2023*

Meta ha evaso davvero l'Iva? E gli altri?

La Procura di Milano apre un fascicolo contro la società di Mark Zuckerberg. Il presunto reato è di mancato pagamento dell'imposta indiretta sui profitti che derivano dall'utilizzo dei dati degli utenti.
Le Big Tech seguono il caso con attenzione. E non solo loro...

di Andrea Dusio

Davvero Meta ha evaso l'Iva? La questione è più complessa di quanto facevano pensare le prime agenzie di stampa, battute nella giornata di mercoledì 22 febbraio. La Procura di Milano, infatti, ha aperto un fascicolo per omesso versamento dell'imposta indiretta sul valore aggiunto. Il Fatto Quotidiano scrive che la società di Mark Zuckerberg è sospettata di non aver pagato tra il 2015 e il 2021 ben 870 milioni di euro. A quanto è dato capire tale importo è relativo all'attività della piattaforma in tutta Europa. La parte italiana equivarrebbe a una quota, comunque molto rilevante, di 200 milioni di euro. In pratica, si tratta della cifra legata alla "permuta di beni differenti". Attraverso i propri social (Facebook, Instagram, Whatsapp), consentendo agli utenti di iscriversi senza alcun esborso, Meta ottiene dati che le consentirebbero di generare importanti profitti. Si tratta dunque di un valore aggiunto legato alla cessione di un servizio.

La società ha contestato l'interpretazione della normativa che sta alla base dell'azione del Nucleo di polizia economico-finanziaria della Guardia di Finanza. "Prendiamo sul serio i nostri obblighi fiscali e paghiamo tutte le imposte richieste in ciascuno dei Paesi in cui operiamo", è la replica. "Siamo fortemente in disaccordo con l'idea che l'accesso da parte degli utenti alle piattaforme online debba essere assoggettato al pagamento dell'Iva".

Va detto che esiste un precedente. In un contenzioso molto simile, le autorità tedesche nel 2018 diedero ragione a Zuckerberg. Il caso odierno, però, è complicato dal fatto che su questa materia manca a oggi una posizione precisa dell'Agenzia delle Entrate.

L'azione degli inquirenti sarebbe partita a livello comunitario, e per quanto riguarda il nostro Paese, sarebbe poi passata per competenza alla Procura milanese. La profilazione a fini commerciali viene tassata? I pm Giordano Baggio e Sergio Spadaro, che agiscono per conto della Procura Ue, unitamente al vice procuratore europeo Danilo Ceccarelli, avrebbero avviato un'azione istruttoria amministrativa, per poi passare il fascicolo a Giovanni Polizzi, sostituto che opera nel secondo dipartimento della Procura milanese, guidato da Tiziana Siciliano.

L'indagine è seguita ovviamente con grande attenzione da tutti i colossi del web. La fattispecie del reato contestato, ove verificato, non investe solo l'attività di Facebook, ma quella di tante piattaforme. E raramente i giudici milanesi non raggiungono il loro obiettivo. Ricordiamo che Netflix ha dovuto sborsare al nostro erario 56 milioni di euro, mentre nel 2017 era stata Google a essere sanzionata, e a dover pagare al fisco italiano 306 milioni di euro. Nel 2015, Apple ha sanato le pendenze con le casse dello Stato con il pagamento di 318 milioni di euro. Ma tutti questi casi di elusione fiscale erano in qualche modo assimilabili al fatto che le Big Tech all'epoca avevano tentato di non pagare le tasse nel nostro Paese grazie a una strategia che consisteva nel sistemare il proprio headquarter europeo in un territorio a fiscalità agevolata (in qualche caso tramite accordi diretti con l'erario locale), riducendo la propria aliquota, e registrando nel nostro Paese solo una parte marginale delle entrate che avrebbero dovuto contabilizzare. Qui il caso è diverso, e riguarda la permuta di beni differenti. Occorre fare grande attenzione, perché potenzialmente riguarda tutti coloro che traggono profitto dalla disponibilità dei dati degli utenti.

La questione, tuttavia, va letta anche in un'altra chiave, almeno su scala europea. Le telco stanno facendo pressione sull'Unione europea perché le Big Tech contribuiscano attivamente ai costi dell'infrastruttura di rete, da cui ricavano profitti molto maggiori alle stesse società di telecomunicazione, che a oggi si sono incaricate di sviluppare tutto ciò che occorreva per fare business su Internet, con investimenti che non trovano un corrispettivo in chi di fatto genera la quota più importante del traffico. Ma nel momento della quantificazione dei profitti, in qualche caso ci si scontra con il sospetto che la quantificazione dei ricavi sia tuttora sottostimata. L'azione della Procura europea in tal senso stabilisce una nuova metrica. Bisognerà poi capire a chi e come vada applicata, al di là del caso specifico di Meta. Ecco perché l'azione dei giudici milanesi riguarda un po' tutto l'ecosistema dell'economia digitale, e non solo la quantificazione dell'Iva dovuta da Facebook

Google attende i test pubblici per Bard A.I.

L'amministratore delegato di Google e Alphabet Sundar Pichai ha dichiarato ai dipendenti che il successo del programma Bard A.I., lanciato di recente, dipende ora dai test pubblici.

"Quando un maggior numero di persone inizierà a utilizzare Bard e a testarne le capacità, ci sorprenderà. Le cose andranno male", ha scritto Pichai in un'e-mail interna inviata ai dipendenti martedì. "Ma il feedback degli utenti è fondamentale per migliorare il prodotto e la tecnologia che lo fa funzionare". Il messaggio ai dipendenti arriva mentre Google ha lanciato Bard come "esperimento" martedì mattina, dopo mesi di anticipazioni. Il prodotto, che si basa su LaMda (Language Model for Dialogue Applications) di Google, è in grado di offrire risposte in chat a domande complicate o aperte. Le azioni di Alphabet sono salite di quasi il 4% a metà giornata dopo l'annuncio. In molti disclaimer del prodotto, l'azienda avverte che Bard può commettere errori o "dare risposte imprecise o inappropriate". L'ultimo messaggio interno arriva mentre l'azienda cerca di tenere il passo con la rapida evoluzione della tecnologia dell'IA generativa negli ultimi mesi – in particolare OpenAI, sostenuta da Microsoft, e la sua tecnologia ChatGpt.

Dipendenti e investitori hanno criticato Google dopo l'annuncio iniziale di Bard a gennaio, che sembrava affrettato per competere con l'integrazione di ChatGpt in Bing, appena annunciata da Microsoft. In una recente riunione di tutti i dipendenti, tra le domande più quotate c'era la confusione sullo scopo di Bard. In quella riunione, i dirigenti hanno difeso Bard come un esperimento e hanno cercato di fare una distinzione tra il chatbot e il prodotto di ricerca principale.

L'e-mail di Pichai di martedì dice anche che 80mila dipendenti di Google hanno contribuito a testare Bard, rispondendo all'appello all'azione lanciato il mese scorso, che chiedeva di riscrivere le risposte sbagliate del chatbot. Nella nota di martedì, Pichai ha anche affermato che l'azienda sta cercando di effettuare test in modo responsabile e ha invitato 10mila tester fidati "provenienti da diversi contesti e prospettive".

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene e-commerce presenti in Italia.

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Privalia	7.892.438
2	Amazon	5.027.433
3	Ebay	930.563
4	Eprice	210.296
5	Yeppon	112.513
6	Prezzo Forte	58.516
7	Online Store	57.932
8	Dmcshop	47.443
9	Monclick	34.044
10	Freeshop	10.650
11	Conrad	6.505

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	193.000
2	Privalia	92.800
3	Ebay	59.400
4	Aliexpress	46.300
5	Dmcshop	12.200
6	Eprice	7.694
7	Yeppon	7.354
8	Online Store	5.495
9	Monclick	2.004
10	Freeshop	852
11	Conrad	529

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	21.138
2	Ebay	8.745
3	Privalia	7.177
4	Eprice	2.375
5	Monclick	447
6	Yeppon	366

Rilevazione del 15/3/2023. Fonte: Tespi Mediagroup

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia.

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	1.546.615
2	Euronics	1.139.468
3	Unieuro	1.064.381
4	Trony	378.091
5	Expert	87.391
6	Comet	80.528

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	250.000
2	Unieuro	239.000
3	Euronics	64.300
4	Expert	46.000
5	Trony	18.200
6	Comet	6.711

Twitter

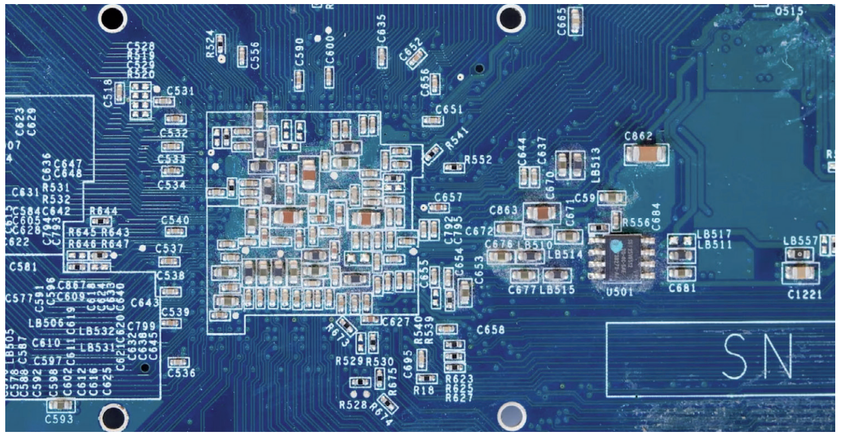
	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	113.312
2	Euronics	75.430
3	Unieuro	39.191
4	Trony	12.601
5	Comet	1.250

Rilevazione del 15/3/2023. Fonte: Tespi Mediagroup

Svb, cronaca del crac che riscrive il futuro

La banca californiana chiusa venerdì 10 marzo era il punto di riferimento di moltissime startup nel settore tecnologico. Ecco che cosa è successo in quattro giorni di puro panico.

di Alberto Bellagente



Perché si sta paventando lo spettro di una nuova crisi finanziaria, tale da far temere per un crac del Credit Suisse? E da evocare addirittura, tra i più allarmisti, lo spettro di quanto accaduto nel 2008 con Lehman Brothers? E davvero quanto sta succedendo riguarda più di ogni altro settore quello tech? Cerchiamo di rivedere per sommi capi quanto è accaduto.

Giovedì 9 marzo le azioni della banca tecnologica Svb Financial sono crollate del 60%, dopo che la società ha annunciato un piano di raccolta di oltre 2 miliardi di dollari di capitale per compensare le perdite sulla vendita di obbligazioni. Le contrattazioni del titolo sono state interrotte per volatilità più volte nel corso della sessione, e il calo ha portato la capitalizzazione di mercato di Svb al di sotto dei 7 miliardi di dollari.

In una lettera inviata il mercoledì precedente dall'amministratore delegato Greg Becker, la società aveva dichiarato di aver venduto "sostanzialmente tutti" i titoli disponibili e di voler raccogliere 2,25 miliardi di dollari tra azioni ordinarie e azioni privilegiate convertibili. "Il fondo d'investimento General Atlantic si è già impegnato a contribuire con 500 milioni di dollari a questo totale", si legge nella missiva. "La vendita dei titoli comporterà una perdita di utili, al netto delle imposte, di 1,8 miliardi di dollari".

L'aumento dei tassi di interesse e la mancata diversificazione

Nell'ultimo anno la Federal Reserve ha aumentato in modo aggressivo i tassi d'interesse, il che può causare un calo del valore delle obbligazioni, in particolare di quelle a cui mancano molti anni alla scadenza. La banca ha citato l'aumento dei tassi di interesse e l'elevato consumo di liquidità da parte dei clienti come ragioni per raccogliere il nuovo capitale. Svb era fortemente coinvolta nelle startup, e sul suo sito web affermava che quasi la metà di tutte le imprese tecnologiche e di scienze biologiche sostenute da venture negli Stati Uniti fossero sue clienti.

Mike Mayo, analista della banca Wells Fargo, ha dichiarato in una nota ai clienti che i problemi di Svb sembrano essere causati da "una mancanza di diversificazione dei finanziamenti". L'aumento dei tassi di interesse, i timori di una recessione e un mercato tiepido per le offerte pubbliche iniziali hanno reso più difficile per le startup raccogliere ulteriori capitali.

Il drastico calo di Svb è arrivato poco dopo che la banca Silvergate, focalizzata sulle criptovalute, ha annunciato piani di liquidazione. Nella sua lettera, Svb ha dichiarato però di avere un'esposizione minima alle criptovalute.

Perciò, quando Svb ha dichiarato di aver bisogno di raccogliere 2,25 miliardi di dollari per sostenere il proprio bilancio, le venture capital hanno suggerito alle loro società in portafoglio di ritirare il denaro dalla banca, e anche altri clienti hanno cercato di recuperare i loro contanti prima che diventassero introvabili. Da quel momento è iniziata una vera e propria corsa agli sportelli. La banca è stata costretta a vendere attività, soprattutto obbligazioni, in forte perdita. Le autorità di regolamentazione statunitensi hanno chiuso la Svb venerdì 10 marzo e hanno preso il controllo dei suoi depositi. Domenica 12, le autorità di regolamentazione hanno dichiarato che i depositanti di Svb avrebbero avuto accesso al loro denaro.

Le possibili conseguenze sul settore tecnologico

La banca della Silicon Valley era la spina dorsale di molte start up e fondi di venture capital in tutto il mondo. Gli effetti del suo crollo, il più grande fallimento bancario dalla crisi finanziaria del 2008, si faranno probabilmente sentire su tutto il panorama tecnologico mondiale nei prossimi anni.

"Poiché Svb è stata essenzialmente la madrina dell'ecosistema bancario della Silicon Valley negli ultimi decenni nel mondo tecnologico, riteniamo che l'impatto negativo di questo storico crollo avrà una miriade di implicazioni per il mondo tecnologico in futuro", ha dichiarato martedì Dan Ives, analista di Wedbush Securities.

Secondo gli investitori e gli analisti che hanno parlato con la Cnbc, l'episodio potrebbe rendere più difficile per le startup raccogliere fondi, probabilmente costringendo le aziende a cambiare il loro modello di business. Svb è stata fondamentale per la crescita dell'industria tecnologica, non solo negli Stati Uniti ma anche in luoghi come l'Europa e la Cina. L'istituto, che ha 40 anni, aveva un legame intimo con il mondo della tecnologia, offrendo servizi bancari tradizionali e supportando società ritenute troppo rischiose per i finanziatori tradizionali. Svb forniva anche altri servizi come linee di credito e linee per le startup.

Il cambio di strategia delle Big Tech

Quando, alcune settimane prima i giganti della tecnologia hanno licenziato decine di migliaia di lavoratori nel tentativo di tagliare i costi, le startup hanno dovuto stringere la cinghia. In quel momento Svb ha svolto un ruolo fondamentale nel fornire linee di credito o altri strumenti che hanno permesso a queste realtà di pagare i propri dipendenti o di superare i momenti difficili.

Molte di queste aziende avevano già problemi a reperire fondi propri e contavano su queste linee di credito per superare la recessione che tutti si attendono a partire dal cambiamento di strategia delle big tech, confermata dai licenziamenti delle ultime ore. In particolari da quelli di Meta, determinati soprattutto dal fatto che tutta la narrazione degli ultimi anni relativa al Metaverso si è dimostrato sotto il profilo delle prospettive di business di breve e medio periodo nient'altro che un prospetto privo di autentica solidità.

Che cosa accadrà adesso? Possiamo provare a capirlo a partire da come si sono comportati i dirigenti delle startup in questa fase di vero e proprio panico. Qualcuno ha chiesto immediatamente un bonifico, tentando di ritirare quasi tutti i depositi. Ma era ormai troppo tardi. La Federal Deposit Insurance Corp., che interviene dopo la chiusura dell'istituto, garantisce infatti solo 250mila dollari per cliente. Altri hanno provato a stilare su due piedi un piano di emergenza, almeno per tentare di onorare le buste paga. Perché il rischio reale, per queste imprese, è di rimanere senza contanti per mesi. Dunque chi ha potuto si è mosso per procurarsi un accesso alternativo alla liquidità.

Secondo le autorità di regolamentazione californiane, gli investitori e i depositanti hanno ritirato 42 miliardi di dollari da Svb entro giovedì sera. Qualcuno ha provato ad aprire un nuovo conto presso altri istituti. A quanto risulta dalle notizie riportate dai magazine americani, l'unica banca attrezzata per far questo in ventiquattro ore sarebbe Wells Fargo. Istituti come Bank of America, che pure lavorano molto con le piccole imprese e le startup, hanno tempistiche più lunghe. Domenica sera le autorità di regolamentazione hanno finalmente annunciato un piano per garantire i depositi e assicurare che tutti i clienti sarebbero stati in grado di recuperare il loro denaro a partire da lunedì. E il panico è cessato. Qualcuno aveva nel frattempo negoziato prestiti straordinariamente onerosi. Altri imprenditori sono entrati nell'ordine di idee di provare a pagare i dipendenti nelle prossime settimane finanziando personalmente gli stipendi, o attingendo dalle risorse che altri investitori avrebbero messo a disposizione.

Questo è il quadro a una settimana dell'accaduto. Chi sostiene che la questione riguardi solo le start up della Silicon Valley dovrebbe leggersi le parole durissime di Mark Zuckerberg delle ultime ore, che dice di prepararsi a una fase molto complicata. Con il cinismo di chi è pronto a tagliare un altro 15% dei propri dipendenti diretti perché è andato in giro a raccontare la favola di Meta. E adesso non ha nemmeno il coraggio di chiedere scusa spiegando: "Ci eravamo sbagliati".

hitech magazine
anno 14 - numero 3 - marzo 2023
www.technospia.it

Sbs, sempre più green

La sostenibilità è una delle mission principali della società specializzata in accessori.
E in questa direzione vanno anche le nuove proposte legate al suo core business: il segmento energia.
La parola al product manager Alessio Trisconi.

di Annalisa Pozzoli

Una partecipazione al Mobile World Congress 2023 in grande stile, con uno stand di ben 180 metri quadrati. E una mission che diventa sempre più chiara: quella di offrire una gamma completa, dalle caratteristiche altamente tecnologiche, ma con un occhio di riguardo all'ambiente. Per rinsaldare il suo impegno green, l'azienda specializzata in accessori mobile si sta muovendo in nuove direzioni. Come quella rappresentata dalla linea e-Energy, che include prodotti a basso impatto ambientale, che sfruttano l'energia solare. Hitech Magazine ne ha parlato con Alessio Trisconi, product manager energia per Sbs.

È ormai da diversi anni che la sostenibilità rappresenta un pilastro dell'offerta commerciale di Sbs. Possiamo brevemente ripercorrere insieme le tappe di questa evoluzione green?

La sostenibilità è da sempre una delle mission aziendali di Sbs. Tra le tappe principali possiamo sicuramente ricordare la collaborazione con la onlus Marevivo attraverso la linea Oceano. La partnership si è tradotta in una serie di accessori ecosostenibili come custodie, cavi e caricabatterie che, oltre a essere ecosostenibili, permettevano di devolvere alla pulizia dei mari parte del ricavato. Il secondo passo è stata la riconversione di tutti i packaging in soluzioni interamente plastic free, processo iniziato nel 2020. Nel corso del 2022 abbiamo poi dato vita a una collaborazione con Green_e per un progetto di economia circolare, che parte dai prodotti (cavi e caricabatterie) realizzati con materiali riciclati e riciclabili, venduti insieme a una carta prepagata. Quest'ultima permette di riutilizzare il packaging acquistato per poter smaltire correttamente un vecchio accessorio o smartphone non funzionante spedendolo a Weeecycling, un'azienda che si occupa del recupero di materie rare presenti negli accessori elettronici.

Concentrandoci sul segmento energia, una delle principali novità che avete presentato al Mobile World Congress è la linea e-Energy. Quali sono le sue caratteristiche? A che tipo di target è rivolta?

E-Energy nasce come soluzione ideale per chiunque passi del tempo libero all'aria aperta. Partendo da questo concept, abbiamo sviluppato una linea che comprende un paio di auricolari TWS e due powerbank, un 10.000mAh e un 20.000mAh, che si ricaricano attraverso un pannello solare posizionato sulla loro superficie, e un set di pannelli solari che ricaricano fino a 21W anche due dispositivi contemporaneamente. Per chi passa molto tempo in spiaggia, montagna o in campeggio, abbiamo poi introdotto una power station, che permette di ricaricare tutti i piccoli dispositivi elettronici che vengono utilizzati nel quotidiano, sia tramite cavo grazie alle numerose porte, sia direttamente con il loro alimentatore, essendo questa power station dotata di porta AC.

Un'altra soluzione dalla vocazione sostenibile è la tecnologia GaN: può spiegarci in cosa consiste?

Per noi non è una novità, in quanto si tratta di una tecnologia che abbiamo già presentato al mercato nel 2019. Tuttavia, il Mobile World Congress 2023 è stata l'occasione per presentare ai nostri partner una gamma completamente rinnovata. La tecnologia GaN sfrutta il nitruro di gallio come semiconduttore, in sostituzione del silicio. Questo materiale permette di ridurre gli ingombri dei caricabatterie fino al 40-60% a parità di potenza, il tutto con una maggiore efficienza e producendo meno calore. Queste caratteristiche ci permettono di presentare prodotti estremamente compatti, in grado di caricare smartphone, tablet e laptop, anche contemporaneamente, mantenendo le dimensioni di un normale caricabatterie per smartphone.

Infine, state investendo sull'utilizzo del grafene nei power bank: quali sono i vantaggi nell'impiego di questa tecnologia?

Si tratta di una delle ultime soluzioni nel mondo della ricarica, ancora ampiamente in via di sviluppo, e si basa su questo nuovo materiale, il grafene, che può essere utilizzato sia nelle celle agli ioni di litio, sia come conduttore. All'interno delle celle, come ad esempio nel nostro powerbank 10.000mAh da 45W, permette di ridurre il degrado degli ioni di litio durante i cicli di carica e scarica, prolungando quindi la durata delle batterie. Quando impiegato come conduttore o dissipatore, come nel caso del nostro Powerbank compatibile con la ricarica MagSafe, permette di gestire in maniera più efficiente il calore, permettendoci di usare materiali premium come l'alluminio, e di ridurre ulteriormente gli ingombri, senza mai surriscaldare.

Quando saranno disponibili tutti questi prodotti? Vista l'elevata presenza di tecnologie innovative, ci sarà un discostamento in termini di prezzo rispetto a soluzioni più 'tradizionali'?

Tutta la linea E-energy è già disponibile, così come la nostra gamma di caricabatterie GaN, mentre per il grafene avremo disponibilità da aprile. Ovviamente, alcune linee particolari e più innovative avranno dei prezzi leggermente più alti delle soluzioni più tradizionali. Ma il grosso impegno di Sbs è anche quello di fornire il giusto compromesso tra tecnologia

Alessio Trisconi

e prestazioni, per andare incontro alle esigenze di tutti i nostri partner commerciali e, ovviamente, dei consumatori finali.

Come avete progettato di comunicare queste novità sul punto vendita?

Il nostro trade marketing ha lavorato per presentare soluzioni espositive innovative che favoriscano il cross-selling, con l'obiettivo di educare il consumatore verso un acquisto di valore favorendo il trade up, chiaramente a beneficio della redditività dei punti vendita.

Avete previsto delle campagne di comunicazione per sensibilizzare il consumatore finale su queste tematiche green e di risparmio energetico?

Certamente, abbiamo previsto ingenti campagne di comunicazione in forma digitale, in considerazione del fatto che parliamo di linee estremamente innovative ad alto tasso tecnologico oltre che green, due tematiche importanti, che fanno parte del Dna di Sbs.

hitech magazine
anno 14 - numero 3 - marzo 2023
www.technospia.it

IL FUTURO È ANCORA MOBILE?

L'ultima edizione della kermesse catalana si è chiusa con oltre 2.400 espositori e più di 88.500 visitatori. Ma a Barcellona si è parlato soprattutto di tecnologia e degli scenari futuri nella digital economy. C'è ancora spazio per il prodotto?

a cura di Annalisa Pozzoli e Andrea Dusio

Archiviata l'ultima edizione del Mobile World Congress, andata in scena a Barcellona (Spagna) dal 27 febbraio al 2 marzo, è tempo di bilanci. Oltre 2.400 gli espositori, per più di 88.500 visitatori, provenienti da 202 paesi e territori di tutto il mondo. La presenza internazionale si è attestata al 73%. 2.400 i giornalisti e analisti partecipanti, 196 le delegazioni in rappresentanza di 151 paesi e 45 organizzazioni. Un bel salto avanti in termini di presenze, se si pensa che nel 2022, la prima vera edizione post-pandemia, i visitatori si erano fermati a 61mila. Ma in questi anni qualcosa è sicuramente cambiato. Laddove la fiera prima rappresentava una vetrina per le novità di prodotto, oggi si concentra soprattutto sulle nuove tecnologie e sugli scenari futuri dell'ecosistema della digital economy.

D'altra parte l'aveva annunciato già a fine gennaio Mats Granryd, il direttore generale di Gsma (l'ente che ogni anno organizza il Mobile World Congress), al momento di presentare le novità dell'edizione 2023. L'intenzione, sin dall'inizio, era di andare oltre gli smartphone, e forse anche oltre l'idea di un evento che sia il punto d'incontro per l'industria. Il mercato della telefonia di ultima generazione non offre al momento spunti tali da giustificare grandi investimenti in una fiera simile al Mwc pre-Covid. Per tenere vivo il senso della manifestazione occorre offrire altro, e la vision di Gsma è ora di proporre un evento che investa tutto l'ecosistema del digitale. "Per riuscirci ci vorrà la forza d'urto di tutti i settori", aveva spiegato Granryd. È la prima volta che la kermesse catalana si focalizza sulla narrazione immersiva, quella di un viaggio esperienziale in cui i visitatori possono avere una panoramica delle principali novità tecnologiche di lungo periodo.

Il tema del Mobile World Congress è stato 'Velocity', che ingloba 5G, Reality+, OpenNet, FinTech e Digital Everything, le cinque tracce attorno a cui è stato costruito il display dell'evento, coinvolgendo i più grandi nomi dell'industria della connettività e dei settori verticali contigui, tra cui i manager di Telefonica, Orange e G-Cash. Il prodotto insomma resta sempre più sullo sfondo E, salvo l'introduzione di un'innovazione che sia davvero 'disruptive', in grado cioè di cambiare le regole del gioco, e la situazione nei prossimi anni potrebbe non essere destinata a cambiare...

I NUMERI DI MWC 2023

PIÙ DI 2.400 ESPOSITORI
OLTRE 1.000 SPEAKER
OLTRE 88.500 VISITATORI PROVENIENTI DA
202 PAESI E TERRITORI
73% LA PRESENZA INTERNAZIONALE
2.400 GIORNALISTI E ANALISTI PRESENTI
196 DELEGAZIONI MINISTERIALI, IN RAPPRESENTANZA DI 151 PAESI E 45 ORGANIZZAZIONI **INTERNAZIONALI**

VIVO

Vivo X90 Pro è il nuovo smartphone Android top di gamma della società cinese, pensato per raccogliere l'eredità dell'X80 Pro, lanciato nel 2022. Per questo nuovo flagship è stata rinnovata la collaborazione con Zeiss rispetto al comparto fotografico, che ne rappresenta uno dei punti di forza. Vivo X90 Pro monta poi processore Dimensity 9200 5G di MediaTek, con 12 Gigabyte di RAM e 256 Gigabyte di memoria. Particolarmente curata la parte costruttiva, con la scocca realizzata in alluminio e, nella colorazione nera, pelle vegana sul retro. La batteria da 4.870 mAh può contare sulla ricarica a 120 Watt (con caricabatterie apposito incluso in confezione). Sono disponibili due modalità: una rapida e una bilanciata. Nel primo caso, lo smartphone può essere caricato al 50% in 8 minuti e 10 secondi. In modalità bilanciata, invece, bastano 29 minuti per portare la batteria al 100%.

HUAWEI

Huawei è tornata alla grande al Mobile World Congress. Nell'opening di MWC 2023, Lin Peng, presidente di Huawei Carrier BG, ha tenuto un discorso in cui ha esaltato la cooperazione e la partnership del settore per accelerare l'adozione del 5G. L'azienda ha occupato un intero padiglione della Fira Gran Via di Barcellona, considerando di fatto le sanzioni e le restrizioni degli Stati Uniti come la 'nuova normalità'. Dopo essere cresciuta in quelle aree del mondo che non sono soggette alle sanzioni Usa (per esempio l'Africa, mercato in cui Huawei ha ampliato enormemente il proprio business), l'azienda cinese sta provando a trovare un modo per coesistere con i provvedimenti, e convincere i vecchi partner occidentali a ripensare il loro approccio, e tornare a fare affari assieme.

Al centro della spinta per accelerare l'adozione del 5G ci sono le applicazioni in grado di sfruttare realmente i servizi. Ciò significa XR, AR, video 4K, streaming live UHD a 360 gradi, wearable e giochi avanzati. Huawei lavorerà nei prossimi anni su tutti questi fronti, e ritiene, come è stato scritto anche in un articolo recente di Omdia, che proprio la Realtà Aumentata e la Realtà Estesa saranno al centro dello sviluppo dei nuovi dispositivi indossabili, e costituiranno un motore per l'innovazione delle app e la monetizzazione da parte dei consumatori di ricchi servizi 5G. Tra i prodotti protagonisti a Barcellona, il nuovissimo Huawei Watch Buds, il primo smartwatch con display dotato di aggancio magnetico che racchiude al suo interno due pratici auricolari. L'innovativo design pop-up consente al coperchio dell'orologio di aprirsi istantaneamente, come un orologio da tasca, con una semplice pressione sul pulsante frontale integrato nella cassa, per estrarre facilmente i due auricolari attaccati all'altro lato del quadrante.

hitech magazine
anno 14 - numero 3 - marzo 2023
www.technospia.it

XIAOMI

Xiaomi ha aperto il Mobile World Congress 2023 con un grande evento, alla vigilia della kermesse catalana, in cui ha presentato i suoi ultimi prodotti per il palcoscenico internazionale, dopo aver rilasciato per la prima volta gli Xiaomi 13 e Pro nel suo mercato nazionale alla fine dello scorso anno. L'azienda cinese ha messo in risalto le caratteristiche della fotocamera di fascia alta della sua serie di punta, annunciando nel contempo un paio di auricolari e uno smartwatch. Oltre ai primi due dispositivi della gamma, Xiaomi ha presentato una versione lite con specifiche inferiori, destinata agli utenti più giovani.

I due dispositivi principali della serie Xiaomi 13 si basano su una partnership con il noto marchio di fotocamere Leica, siglata lo scorso anno. I dispositivi sono dotati di lenti ottiche professionali e di quelle che il produttore ha descritto come funzionalità software avanzate, per migliorare ulteriormente la qualità delle immagini scattate.

Entrambi sono dotati di un chipset Qualcomm Snapdragon 8 Gen 2 e del sistema di gestione della batteria surge di Xiaomi. Le altre specifiche includono una tripla fotocamera con un'unità principale da 50MP. La versione Pro ha uno schermo più grande, da 6,73 pollici, rispetto ai 6,36 pollici della versione standard, e una batteria leggermente più grande da 4.820 mAh.

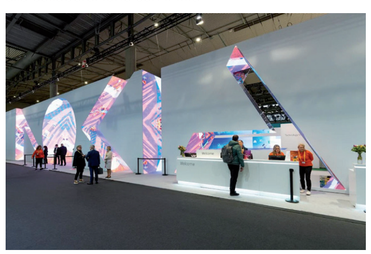
La versione Lite ha un chipset Qualcomm Snapdragon 7 Gen 1, supporta la ricarica rapida, utilizza una batteria da 4.500 mAh, ha un display da 6,55 pollici, una fotocamera principale da 50 MP e una doppia fotocamera frontale. Xiaomi sta puntando su questo modello soprattutto per gli utenti più giovani, con varie caratteristiche progettate per attirare chi utilizza spesso i social media.

Davide Lunardelli, head of marketing di Xiaomi Italia

"In occasione del lancio di Xiaomi 13 Series, che vede la collaborazione con Leica per il comparto fotografico, abbiamo ideato la campagna digital 'La tua storia in una foto, il tuo capolavoro' con protagonista l'attrice Matilda De Angelis, e che racconta come ogni singolo scatto da mobile possa essere un momento da celebrare. Inoltre, abbiamo avuto la possibilità di lavorare con il fotografo Settimio Benedusi nell'ambito del progetto 'Ricordi stampati', che ha visto i visitatori del nostro Xiaomi Store di Arese essere ritratti proprio da lui utilizzando Xiaomi 13 Pro. Una selezione degli scatti è stata esposta al Mia Photo Fair 2023, di cui siamo sponsor. Infine, a Milano abbiamo appena aperto le porte di Casa Xiaomi, uno spazio sinergico tra design e innovazione dove i visitatori potranno scoprire l'integrazione dell'ecosistema Xiaomi e partecipare a una serie di appuntamenti a tema innovazione, food, musica e design, confrontandosi sul ruolo della tecnologia come motore della vita quotidiana".

NOKIA

Nokia cambia logo. L'amministratore delegato Pekka Lundmark ha commentato: "Stiamo aggiornando la nostra strategia e, come fattore chiave, stiamo anche rinnovando il nostro marchio per riflettere ciò che siamo oggi: un leader dell'innovazione tecnologica business-to-business che apre la strada al futuro dove le reti incontrano il cloud". In un'intervista a Bloomberg, Lundmark ha detto: "Nella mente della maggior parte delle persone, siamo ancora un marchio di telefonia mobile di successo, ma non è questo l'obiettivo di Nokia. Vogliamo lanciare un nuovo marchio che si concentri in modo particolare sulle reti e sulla digitalizzazione industriale, che è una cosa completamente diversa dai telefoni cellulari tradizionali". Hmd Global, che sviluppa i dispositivi a marchio Nokia, ha spiegato in un comunicato che continuerà comunque a puntare sugli smartphone, e che sarà il primo fornitore a trasferire la produzione in Europa, dove già nel 2023 sarà portato lo sviluppo dei processi e della capacità di produzione dei dispositivi 5G. Il Mobile World Congress è servito anche per presentare tre nuovi smartphone, il C22 con scocca in metallo e vetro temperato per lo schermo 2,5D, il C32 con fotocamera principale da 50 MP, e il G22, il primo smartphone Nokia riparabile dall'utente grazie alla collaborazione con iFixit.



SAMSUNG

Al Mwc 2023, Samsung ha mostrato come la serie Galaxy S23 incarni il suo impegno per l'innovazione con esperienze di cattura e creazione di contenuti e un design più eco-consapevole. Al centro di questa innovazione, c'è l'esperienza connessa con l'ecosistema Galaxy, ad esempio tra telefono e Pc con il nuovissimo Galaxy Book3 Ultra, che offre di passare velocemente e senza attriti da un dispositivo all'altro, da uno schermo all'altro e da un sistema operativo all'altro. I partecipanti al Mwc hanno potuto inoltre scoprire il meglio dei servizi Samsung con demo per il coaching del sonno con Samsung Health su Galaxy Watch5, Samsung Wallet e la connessione e il controllo dei dispositivi domestici con SmartThings. La serie Galaxy S23 incorpora materiali riciclati in un numero maggiore di componenti del dispositivo rispetto a qualsiasi altro smartphone Galaxy precedente ed è costruita per durare nel tempo grazie alla sua resistenza e riparabilità, che la rendono affidabile per gli anni a venire. Per celebrare il lancio dei nuovi prodotti, Samsung era presente con manifesti pubblicitari per la serie Galaxy S23, la serie Galaxy Book3 e la serie di dispositivi Galaxy nei punti principali della Fira Barcelona Gran Via, tra cui il grande cartellone pubblicitario, l'ingresso principale, i pali delle bandiere e i manifesti apposti all'esterno.

ZTE

Protagonista al Mwc 2023 per Zte è stato Nubia Pad 3D, un dispositivo facile da usare, senza configurazioni aggiuntive o curve di apprendimento. Il campo luminoso 3D avanzato è abilitato da uno strato Dlb proprietario integrato sotto il display Lcd, che consente la visualizzazione tridimensionale. Gli utenti potranno creare contenuti 3D grazie alla fotocamera 3D stereoscopica integrata. Gli utenti potranno passare dal 3D al 2D e viceversa senza problemi grazie all'applicazione di conversione dei contenuti in tempo reale. L'innovativo display consente agli utenti di vedere contenuti 3D di alta qualità senza l'uso degli occhiali. Il sistema di face tracking AI su nubia Pad 3D consente agli utenti di visualizzare comodamente il 3D con un angolo di visione ampio. Il campo luminoso a 8 punti di rilevamento offre una risoluzione più elevata e una distanza di visione più flessibile.

HONOR

A Barcellona Honor ha annunciato il lancio del suo Magic5 Pro anche sul mercato europeo, dove arriverà presto insieme al pieghevole Magic Vs. A questi due top di gamma va ad aggiungersi anche Magic5 lite (già in vendita in Italia). Il flagship Magic 5 Pro si caratterizza per una fotocamera posteriore a tre camere con sensori da 50 megapixel supportate dall'Honor Image Engine e dall'AI Motion Sensing Capture, una tecnologia basata su intelligenza artificiale in grado di catturare il momento migliore di ogni scena. Il primo foldable di Honor ad arrivare al di fuori del mercato cinese è invece Magic Vs, che accorpa un display Oled pieghevole interno da 7,9", mentre sull'esterno trova posto un display Oled FHD+ da 6.43". Uno dei punti di forza del Magic Vs sarà la nuova cerniera che ha visto Honor ridurre le componenti dalle 92 della precedente generazione a soli 4, permettendo di ridurre il peso del dispositivo senza compromessi sulla resistenza.

ERICSSON

Al Mobile World Congress 2023 di Barcellona, Orange, Telefonica e Vodafone, in collaborazione con Ericsson, stanno lavorando per dimostrare come le funzionalità avanzate delle reti mobili possano essere rese facilmente utilizzabili dalla comunità globale degli sviluppatori. Questo grazie all'apertura della nuova generazione di reti mobili e all'esposizione di funzionalità di rete avanzate a sviluppatori di app e imprese nell'ambito dell'iniziativa Gsma Open Gateway, nata per rendere più facile per gli sviluppatori creare servizi che utilizzino funzionalità di rete avanzate come la qualità del servizio, la sicurezza avanzata, l'autenticazione degli utenti o le informazioni di rete come le coordinate dei dispositivi o la copertura predittiva. Secondo Ericsson, questa politica consentirà di sperimentare più facilmente nuove applicazioni e funzionalità per qualsiasi dispositivo.

QUALCOMM

Qualcomm ha ampliato la linea di prodotti Snapdragon con il lancio di X75, X72, e X35 5G M.2 e LGA, che propongono una soluzione certificata globalmente per l'uso con le reti 5G dei principali operatori di telefonia mobile del mondo. Questi progetti integrano modem, ricetrasmettitori e front-end RF in una sola scheda compatta, consentendo ai produttori di includere rapidamente ed economicamente le funzioni dei nuovi sistemi modem-RF Snapdragon nei loro prodotti. Qualcomm ha poi annunciato una serie di collaborazioni e partnership. Come l'accordo con Dell, finalizzato a semplificare le implementazioni e ridurre i costi, offrendo soluzioni 5G ad alte prestazioni ed efficienti dal punto di vista energetico.

REALME

Realme ha presentato al Mobile World Congress uno smartphone che si ricarica completamente in 9 minuti e 30 secondi. L'azienda cinese, tentando di distinguersi nel mercato dei dispositivi di fascia media, ha lanciato in occasione della kermesse catalana il modello GT3, che verrà commercializzato a partire da 649 dollari. 240W rappresenta il più alto standard di tecnologia di ricarica rapida del settore che utilizza un'interfaccia USB Type-C standard. Prima era normale tenere il dispositivo collegato per più di due ore e aspettare che si ricaricasse. Oggi, però, il consumo di contenuti è in aumento e gli utenti preferiscono essere connessi senza lunghi tempi di inattività dovuti alla ricarica dei telefoni. Alla base di questa innovazione industriale c'è il continuo investimento di Realme in risorse di ricerca e sviluppo. Il brand, infatti, ha investito in un centro di ricerca e sviluppo dedicato all'innovazione tecnologica, Realme Global Institute of Leap-forward Technology a Shenzhen, in Cina, e in una filiale specializzata in India. Inoltre, il brand ha già preso accordi con quattro grandi studi di design a livello globale per accelerare le innovazioni nel design degli smartphone. Le risorse dedicate alla R&S rappresentano la strategia e la determinazione di Realme ad accelerare le innovazioni per lo sviluppo dei prodotti futuri.

Francis Wong, ceo di Realme Europe

"Nei prossimi mesi, continueremo a rendere accessibili a un numero sempre maggiore di italiani i nostri prodotti di tecnologia all'avanguardia e dal design di tendenza. Nel 2022, aderendo al nostro spirito 'Dare-to-Leap', ci siamo posizionati come il quarto brand di smartphone in Europa, con una crescita dell'8% (secondo i dati Canalys del 2022). Nel 2023, invece, punteremo a conquistare una quota di mercato del 10% in Italia. Per raggiungere questo obiettivo, ci stiamo concentrando sulla ricarica veloce, sulla fotografia, sulla memoria e sul design, sotto la guida della strategia Spire di Realme e dell'aggiornamento della serie C. Con il supporto degli esperti di marketing italiani del Global Institute of Leap-forward Technology, la nostra sede italiana combinerà efficacemente marketing, ricerca e sviluppo. La prima prova sarà rappresentata dal Realme C55 con quattro tecnologie all'avanguardia nel segmento. Per quanto riguarda l'hardware dei prossimi smartphone, il nostro dipartimento Design Studio continuerà a seguire la filosofia 'Idea' (Inceptive, Diversified, Enhanced e Authentic), acronimo che racconta al meglio i valori di Realme. Prossimamente, avrete modo di vedere le nuove comunicazioni di marketing e le attività legate al design di Realme Italia".

LENOVO

A Barcellona, Lenovo si è concentrata sul segmento Pc e Chromebook. Progettate seguendo linee di design contemporaneo ed esclusivo, le nuove soluzioni per Pc prevedono l'aggiornamento completo di tutto il portafoglio ThinkPad, e si concentrano su miglioramenti delle prestazioni del sistema, un maggiore utilizzo di materiali più sostenibili e continui miglioramenti dell'esperienza utente. I laptop Windows 11 di seconda generazione ThinkPad Z13 e Z16 migliorano le aree chiave delle funzionalità hardware e software per aiutare gli utenti a restare concentrati sull'attività creativa. ThinkPad Z13 presenta anche una nuova copertura superiore in fibra di lino, che utilizza materiali a base biologica. Lenovo ha introdotto un ThinkPad X13 e X13 Yoga di quarta generazione riprogettato con cornici più strette, nuovi colori, materiali e funzionalità per facilitare il lavoro nell'ufficio ibrido e la mobilità. Il portfolio ThinkPad per il 2023 si completa con i notebook ThinkPad T14s, T14 e T16 di quarta generazione insieme ai ThinkPad L13, L13 Yoga, L14 e L15 di quarta generazione. Le aziende attente al valore alla ricerca di funzionalità per la produttività possono selezionare ThinkPad E14 di quinta generazione con nuovi display 16:10 o il nuovo fattore di forma da 16 pollici ThinkPad E16. I professionisti ad alta mobilità apprezzeranno la protezione aggiuntiva fornita dalla nuova custodia ThinkPad Professional, disponibile nelle dimensioni da 13 pollici e 14 pollici per supportare un'ampia selezione di laptop. Infine, i consumatori possono godere della flessibilità offerta dall'ultimo IdeaPad Duet 3i, un laptop detachable con Windows 11 che passa senza problemi dalla modalità a conchiglia a quella tablet. Inoltre, si amplia l'ecosistema ChromeOS con l'ultimo Chromebook IdeaPad Slim 3 dotato di una gamma di aggiornamenti audio, video e per la connettività.

MOTOROLA

Motorola ha presentato al Mobile World Congress uno smartphone, Rizr, con display flessibile da cinque pollici, che si estende fino a 6,5 pollici quando viene spinto verso l'alto. L'idea è di consentire migliori produttività e multitasking, ma anche di farlo stare facilmente in tasca. Il modello è ancora un prototipo, attualmente in fase di progettazione. Il concept di rollable phone (smartphone arrotolabile) proviene da un team di 312 Labs, il gruppo interno di innovazione di Motorola composto da esperti di prodotto, ricerca, design e ingegneria provenienti da tutto il mondo. Il team in questione, in particolare, è impegnato nel reinventare i 'form factor' dei dispositivi per offrire nuove esperienze ai consumatori finali.

ONEPLUS

"Quando abbiamo avviato la nostra attività, ormai dieci anni fa, lo abbiamo fatto per creare quei prodotti di qualità che noi per primi avremmo voluto utilizzare". Queste le parole di Kinder Liu, presidente e ceo di OnePlus. "Lungo il percorso, siamo cresciuti insieme alla nostra community e ai nostri fan, cercando ogni giorno di superare i nostri limiti e quelli dei nostri prodotti". Ed è in questa direzione che va il lancio di Active CryoFlux, una nuova tecnologia di raffreddamento attivo ospitata all'interno di OnePlus 11 Concept. Questo smartphone presenta un design elegante e all'avanguardia, completo di una scocca fortemente curvata e con uno spessore laterale di 5,04 mm. Il retro trasparente offre una splendida vista delle condutture Active CryoFlux al lavoro. Nei test di laboratorio, Active CryoFlux si è dimostrato in grado di abbassare la temperatura del telefono durante il gaming fino a 2,1°C – migliorando anche la frequenza dei fotogrammi di 3-4 gradi. Durante la ricarica, invece, è stato registrato un abbassamento delle temperature di 1,6°C, riducendo il tempo di ricarica di circa 30-45 secondi. Ma a Barcellona OnePlus ha svelato anche una serie di altri prodotti, tra cui OnePlus 11 5G, il suo flagship più recente dotato di tecnologia AR e ray tracing integrata, sviluppata in collaborazione con Qualcomm e Perfect World Games. Oltre a questo, presenti sullo showfloor anche il tablet OnePlus Pad, il dispositivo di raffreddamento termoelettrico OnePlus 45W Liquid Cooler e le nuove OnePlus Buds Pro 2, progettate in collaborazione con Dynaudio.

Oneplus ha infine annunciato che lancerà uno smartphone pieghevole nella seconda metà del 2023.

AVM

Fibra e Dsl in un unico FritzZ!Box, 10 gigabit/s con la fibra, Internet veloce con il 5G, Wi-Fi 7 con Mesh tri-band a 6 GHz, oltre a nuove funzionalità per la Smart Home grazie agli standard Dect Ule, Zigbee e Matter. Queste le novità presentate da Avm al Mobile World Congress 2023. Il nuovo Fritz!Box 5690 Pro combina per la prima volta fibra ottica e Dsl in un unico dispositivo. Questa combinazione consente un accesso a Internet veloce, e offre flessibilità in quelle zone in cui la fibra ottica non è ancora stata installata. Include anche una rete tri-band molto potente a 6 GHz, la nuova terza banda di frequenza Wi-Fi. Spazio poi al Fritz!Box 5690 XGS, un vero e proprio concentrato di potenza in grado di raggiungere velocità fino a 10 gigabit/s nelle reti in fibra ottica grazie allo standard Xgs-Pon. Fritz!Box 6860 5G, invece, supporta il 5G, l'Lte e raggiunge velocità di trasmissione dati fino a 1,3 gigabit/s. Inoltre, include Wi-Fi Mesh con standard Wi-Fi 6 in grado di distribuire i dati in modalità wireless in tutta la casa. Per quanto riguarda la smart home, Avm amplia la sua offerta con la tecnologia wireless Zigbee. Oltre a Dect Ule, i dispositivi con Zigbee possono ora essere collegati direttamente tramite il Fritz!Box. I primi prodotti a supportare sia Zigbee che Dect sono il Fritz!Box 5690 Pro, il Fritz!Box 5690 XGS e il nuovo Fritz!Smart Gateway, un prodotto che combina Dect e Zigbee in un unico dispositivo.

hitech magazine
anno 14 - numero 3 - marzo 2023
www.technospia.it

SBS

Tante le novità presentate da Sbs all'edizione 2023 del Mobile World Congress. In questa prestigiosa vetrina, l'azienda italiana specializzata in accessori per smartphone e tablet, con uno stand di ben 180 metri quadrati all'interno della Hall 7, ha voluto soprattutto rafforzare la propria strategia multi-brand. Sbs rappresenta per eccellenza l'innovazione tecnologica. Puro si distingue per stile e protezioni. Case&me mostra un'impronta lifestyle ed esteticamente alla moda. Infine, Jaz è pensato per un audio in grado di regalare un'esperienza sensoriale emozionante. Nella categoria energia, spazio alle soluzioni dalle prestazioni elevate della linea e-Energy, dedicata soprattutto all'energia verde. La fonte rinnovabile del pannello solare amplia fin da ora l'offerta di prodotti a basso impatto ambientale in linea con i valori aziendali e le ultime esigenze dei consumatori. Il pannello portatile solare è ideale per le attività all'aperto: una valida alternativa in assenza di un powerbank o di una fonte di elettricità. Le porte Usb-A erogano potenza a 10.5 W l'una e garantiscono la ricarica simultanea di due dispositivi. Ma la gamma include anche la Power station da 150 W e il Powerbank solare da 10000 e 20000 mAh. All'interno dello stand, si trovavano anche le nuove proposte per la ricarica rapida, come il Wall Charger da 36W, 45W, 65W e 120W realizzato con tecnologia GaN (ossia con semiconduttori in nitruro di gallio). La Stazione wireless, invece, alimenta fino a cinque device contemporaneamente, è dotata di due porte Usb-A, due porte Usb-C e un caricatore wireless. Compatta e flessibile, vanta le tecnologie Intelligent Charge, Power Delivery e Automation Detection.
Focus poi sulla collezione Jaz che, negli auricolari, pone l'accento sulla tecnologia Enc (Environmental Noise Cancellation) quale sistema di filtraggio che gestisce il rumore circostante. Per la gamma Jaz, tre sono gli auricolari TWS di punta: Rooky, dalla forma ergonomica e raffinata, con controlli touch per gestire musica e chiamate; Chanè, dalla basetta in tessuto (anche in versione denim); e Maks, che si contraddistinguono anche per la tecnologia Anc che, quando attiva, elimina quasi del tutto i rumori provenienti dall'esterno. Il comparto audio della collezione Jaz si completa poi con gli speaker Witcher20 e Witcher100, entrambi caratterizzati da un facile utilizzo e riproduzione del suono fino a 10 metri con una connessione stabile, e dalla certificazione Ipx (5 oppure 6). Passando poi alle soluzioni più lifestyle, spicca Gummy Bag, una borsetta realizzata in morbido materiale lucido, da portare a tracolla o a mano; il Bond Case, la protezione in Tpu dotata di un pratico laccio colorato, regolabile e removibile; e il magico mondo di Snoopy e dei Peanuts, con la custodia Wonder per Airpods e gli Snappy Holder utilizzabili come stand pronti all'uso o come supporti per i selfie. Il brand case&me, orientato all'eleganza e all'unicità, si rinnova nel catalogo, all'insegna della personalizzazione. Come accade nella collezione Amelie: le protezioni in morbida pelle PU, con interno foderato in microfibra, hanno un design elegante e minimal. L'asola alla base della cover permette di agganciare tutti gli accessori della collezione stessa: dai ciondoli in ecopelle, alle catenelle colorate chic e giocose, ai lacci da polso in tessuto intrecciato. Infine, Puro. Per la prima volta Sbs ha potuto mostrare i prodotti di questa azienda modenese, acquisita a settembre 2022. Tanti gli accessori in vetrina, dalla spiccata vocazione stilistica. Dalla Borraccia Drinkme – da 500 e 750 ml in rivestimento lucido con sette varianti di colore, sino agli accessori compatibili con la tecnologia MagSafe. Dallo Zaino Byday con porta Usb, alla Custodia Scudo con materiale riciclato. L'area espositiva dedicata a Puro include anche un aspetto innovativo, e in particolare la tecnologia GaN, presente nei piccoli e potenti caricatori da muro – da 20, 30, 35 e 65 W – realizzati per smartphone, tablet e laptop; e la tecnologia ANC che, all'interno dell'auricolare TWS, è volta alla cancellazione attiva del rumore.

Marco Visconti, marketing director Sbs
"Il Mwc 2023 è stata un'importante vetrina per rafforzare il posizionamento e la nostra strategia multi-brand. Abbiamo avuto il piacere di presentare al grande pubblico internazionale le novità di Sbs, valorizzandone l'indole innovativa; di Puro, con un focus sul mondo lifestyle e protezioni; e poi case&me, il nuovo brand fashion; e Jaz, accessori premium del mondo audio. Questa non è stata l'unica occasione per incontrare i nostri partner: siamo già al lavoro per coltivare le importanti opportunità di business con eventi dedicati, così da approfondire le nuove soluzioni e le tante novità di prodotto. Stiamo, poi, lavorando nel mondo digitale con campagne, collaborazioni con influencer di settore e attività marketing sui social media e sui nostri canali online. Infine, stiamo esplorando nuovi canali di distribuzione, fisici e online, per ampliare la nostra presenza globale in modo strategico: stiamo sviluppando, infatti, nuove soluzioni per soddisfare le esigenze dei clienti e del mercato".

TP-LINK

L'azienda ha presentato a Barcellona le sue più innovative soluzioni dedicate ai service provider e ai partner, oltre a un'ampia gamma di nuovi dispositivi professionali per la connettività domestica, su rete mobile e fissa, dotati delle tecnologie 5G, EasyMesh e della recentissima WiFi 7. All'interno della famiglia di prodotti Aginet, TP-Link propone un'ampia gamma di dispositivi pronti per l'era del multi-gig e a prova di futuro. Versatili ed efficienti in ogni contesto d'uso, spaziano da quelli con tecnologia 5G a quelli per l'accesso in fibra, dai router WiFi ai sistemi mesh, e permettono ai provider di fornire ai clienti connessioni ad altissima velocità. Tutti i modelli dispongono di tecnologia EasyMesh, per consentire la realizzazione di reti mesh in grado di coprire ogni angolo della casa. Un'altra novità è la nuova serie di gateway 5G con standard Wi Fi 6 e Wi Fi 7, che consente agli operatori di accelerare l'implementazione del 5G in tutte le sue potenzialità e in ogni scenario, sia indoor sia outdoor. Fino a 10 Gbps di trasmissione simultanea simmetrica dei dati, per dare risposta alla più stringenti esigenze di applicativi e servizi bundle con voce, dati e video. Sono queste le caratteristiche principali della nuova tecnologia di accesso in fibra XGS-PON di TP-Link, che rappresenta per i service provider una soluzione a 360 gradi per condurre i propri clienti nell'era del 10G.
Infine, il Mobile World Congress 2023 ha visto il debutto anche di TP-Link NB610v. Il nuovo gateway 5G con tecnologia WiFi 7, EasyMesh e VoLte (Voice over Lte), in grado di fornire prestazioni da primato grazie al WiFi a tre bande e bassissima latenza.

Alessandra Emmanuele,
marketing communication manager TP-Link Italia
"Le novità tecnologiche che abbiamo presentato al Mwc includono sia soluzioni professionali dedicate a service provider e system integrator, sia un'ampia gamma di dispositivi per la connettività domestica dotati di tecnologie innovative come 5G, EasyMesh e WiFi 7. Per quanto riguarda le prime, saremo sempre più vicini ai nostri partner di canale attraverso l'organizzazione di numerosi eventi in tutta Italia, sia in collaborazione con i nostri distributori, sia attraverso la partecipazione a fiere ed eventi nazionali. In questo modo non solo avremo modo di presentare tutte le novità delle soluzioni business Omada e Aginet, ma realizzeremo delle sessioni di training per trasferire ai nostri partner tutte le competenze necessarie a rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. Sul fronte consumer, continueremo a lavorare sulla customer experience, sia online sia all'interno dei punti vendita, proponendo una comunicazione semplice ed efficace che guidi l'utente verso la comprensione delle tecnologie proposte e la scelta del prodotto più adatto alle proprie esigenze".

TCL

Il lancio in Europa della Serie Tcl 40 rafforza la missione del marchio di rendere accessibile a tutti la connessione 5G con il modello Tcl 40R 5G e la continua democratizzazione della tecnologia 4G supportata dagli smartphone Tcl 40 SE, Tcl 408, Tcl 406, Tcl 405 e Tcl 403. La visione di creare una connessione veloce e accessibile vede anche il lancio globale di due nuovi tablet 4G: Tcl Nxtpaper 11 e Tcl Tab 11. I nuovi dispositivi dimostrano ancora una volta l'impegno di Tcl verso l'eccellenza nella produzione di display, grazie a una luminosità superiore del 150% rispetto alla tecnologia precedente, fino a 500 nit. Inoltre, Tcl Nxtpaper 2.0 supera i livelli di riduzione della luce blu certificati da TÜV grazie al filtraggio a livello hardware, mettendo al primo posto la salute degli occhi senza ingiallire lo schermo. Il sensore automatico regola la temperatura del colore in base all'ambiente e all'ora, offrendo un'esperienza di visione e lettura ancora più confortevole.

Flavio Ferraro, country manager
di Tcl Mobile Italia
"Il mercato della telefonia è altamente competitivo, e lo spazio per emergere si riduce sempre di più. Questo ci sprona a puntare su prodotti differenziati e tematiche condivise. I device più innovativi proposti in queste ultime settimane sono gli occhiali Nxtwear S, che ci avvicinano sempre di più al mondo virtuale, e il tablet Nxtpaper 11, per un'esperienza di scrittura e visione come su carta. Entrambi presentano tecnologie nuove che hanno sviluppato molto appeal e su cui vogliamo puntare come elementi distintivi. Per potenziare la brand awareness, Tcl si è legata al mondo dello sport da diversi anni, e oggi possiamo dire di essere official partner di tutte le Nazionali Italiane di calcio fino al 2026. Tcl rinforza inoltre il proprio impegno in ambito ambientale con #TCLGreen, iniziativa globale volta a rendere il pianeta un posto migliore, integrando il concetto nei vari aspetti del business, dalle fabbriche ai prodotti, al fine di rendere più green tutta la filiera produttiva".

CELLY

Il marchio italiano di accessori per smartphone del Gruppo Esprinet ha presentato, in occasione del Mobile World Congress 2023, le sue ultime novità caratterizzate da tecnologie innovative, alta qualità e attenzione al design. Le proposte spaziano dalla categoria audio – con gli auricolari True wireless Ambiental – agli accessori per dispositivi Apple, tra cui la linea Mag Collection (con tre novità legate al mondo auto) e il nuovo Smart Finder, passando per i supporti smartphone dedicati alle attività quotidiane più intense della Snapmag Collection. Snapmag è l'evoluzione della collezione di supporti Celly pensata per gli amanti delle due ruote - bici o moto. Tramite il fissaggio a incastro, abbinato al sistema magnetico, i prodotti della gamma assicurano la massima stabilità e una presa ancora più sicura, proteggendo lo smartphone e garantendone la sicurezza anche durante i viaggi on the road più emozionanti. Spazio, infine, alle collaborazioni: a Barcellona è stata presentata in anteprima la colorata e iconica collezione Keith Haring. I colori brillanti e le grafiche pop dell'artista statunitense icona degli anni '80 danno un twist inaspettato ad alcuni tra i prodotti di punta di Celly, dai device audio alle soluzioni di ricarica, passando per smartwatch, zaino e pochette per smartphone. Questa gamma è affiancata dalla linea Sparco, che si amplia con nuovi prodotti dedicati al mondo gaming, come le cuffie Grandprix, progettate per garantire l'immersione totale dei giocatori, il tappetino per mouse Drift, e la tastiera con luci Rgb Phantom.

NILOX

Nilox, brand di tecnologia del gruppo Esprinet, ha scelto la cornice del Mobile World Congress 2023 per annunciare il rilancio di Nilox IT, la sua divisione dedicata agli accessori per il mondo dell'informatica. Originariamente nato nel 2005, Nilox IT si propone come brand di riferimento per chi ricerca un approccio facile e intuitivo alla tecnologia, con prodotti senza fronzoli ma affidabili, come dimostra il suo payoff: 'Tech it Easy'. La gamma Nilox IT si compone di accessori pensati per il mondo del lavoro d'ufficio, in grado di rispondere alle esigenze di un pubblico in continua evoluzione. Tra le novità, gli accessori da scrivania. Dai monitor alle tastiere, passando per webcam, mouse e tappetini, la gamma comprende soluzioni flessibili cablate e non, concepite per un utilizzo anche prolungato. La gamma si completa poi con zaini, borse e accessori di protezione, accessori audio e soluzioni per la carica e la connettività.

OPPO

Oppo ha presentato una serie di tecnologie innovative al Mobile World Congress 2023, tra cui il suo primo smartphone pieghevole in versione flip, Oppo Find N2 Flip, ma anche innovazioni nell'ambito di quattro settori chiave – smart entertainment, smart productivity, smart health e smart learning – come Oppo Wi-Fi 6 Router, Oppo Zero-Power Tag, MariSilicon Y, Bluetooth audio SoC, OHealth H1 per il monitoraggio della salute, Oppo Air Glass 2 e molto altro.
Oppo Find N2 Flip e Find N2 sono stati nominati smartphone ufficiali di Uefa Champions League. Gli ambasciatori della competizione e stelle del calcio, Michael Owen e Luis Garcia, si sono uniti all'azienda nel primo giorno del Mwc, diventando i primi utenti a provare l'Oppo Find N2 Flip.
Inoltre, Oppo ha anche messo in mostra i traguardi tecnologici raggiunti con diversi partner, come alcune proposte selezionate dall'Oppo Research Institute Innovation Accelerator. Tra queste, l'EEG Hearables di Idun Technologies e il guanto di Cynteract, progettato per aiutare le persone con lesioni alla mano a recuperare in modo più efficace. Inoltre, impegnandosi attivamente nella responsabilità sociale d'impresa, la società si è data come obiettivo il raggiungimento della neutralità delle emissioni di carbonio in tutte le sue attività globali entro il 2050. A partire dal mercato europeo, nel 2023 eliminerà tutte le materie plastiche dall'imballaggio esterno dei suoi prodotti per smartphone e garantirà che tutti i materiali utilizzati siano realizzati con materiali biodegradabili al 100%.

Isabella Lazzini,
cmo Oppo Italia
"Al Mobile World Congress 2023 abbiamo portato una vasta gamma di tecnologie innovative, tra cui il nostro primo smartphone flip, Oppo Find N2 Flip, presentato ufficialmente a Londra il 15 febbraio. Stiamo investendo in una strategia di comunicazione integrata always-on finalizzata a raggiungere i nostri obiettivi in termini di brand awareness, consideration e preference. Per raggiungere i traguardi prefissati, stiamo lavorando su diverse attività che si concentrano sui touch point più rilevanti per i nostri consumatori. Stiamo implementando attivazioni strategiche e collaborazioni di eccellenza con partner che condividono i nostri valori, e l'ultima collaborazione con Act N°1 alla Mfw 2023 è un chiaro esempio di questa filosofia. Siamo impegnati attivamente anche sulla distribuzione, concludendo accordi di collaborazione a lungo termine con i nostri migliori partner, ponendo una particolare attenzione al retail e un piano promozionale a lungo raggio, per garantire un'esperienza di acquisto più attenta e personalizzata. Infine, è nostra intenzione implementare iniziative digital volte a migliorare la nostra visibilità online per favorire una maggiore fidelizzazione dei clienti, garantendo un'esperienza d'acquisto gratificante volta a perfezionare il consumer journey".

Altri tagli per Amazon

Ulteriori 9mila posizioni lavorative verranno sacrificate a partire da aprile.
Il razionamento, annunciato dal ceo Andy Jassy, è spalmato su diverse aree di business.
E potrebbe riguardare anche le attività europee.

di Andrea Dusio

Amazon nelle prossime settimane licenzierà altri 9mila dipendenti. È quanto ha dichiarato l'amministratore delegato Andy Jassy in una nota inviata al personale nella giornata di lunedì 20 marzo. I tagli si aggiungono a quelli già annunciati in precedenza, iniziati a novembre e protrattisi fino a gennaio, per un totale di 18mila persone. Il tentativo è quello di razionalizzare i costi, tenendo conto dell'economia e dell'"incertezza che esiste nel prossimo futuro", ha dichiarato Jassy.

L'ultima ondata di licenziamenti interesserà principalmente le attività di cloud computing, risorse umane, pubblicità e livestreaming di Twitch. Si tratta della maggiore riduzione di personale nella storia dell'azienda, dopo aver dato il via a un'ondata di assunzioni durante la pandemia Covid-19. La forza lavoro globale era aumentata a più di 1,6 milioni di persone entro la fine del 2021, rispetto ai 798mila del quarto trimestre del 2019.

Jassy sta anche effettuando un'ampia review delle spese dell'azienda, che deve fare i conti con la recessione economica e il rallentamento della crescita nella vendita al dettaglio. Amazon ha congelato le assunzioni nella sua forza lavoro aziendale, ha eliminato alcuni progetti sperimentali e ha rallentato l'espansione dei magazzini. Sebbene l'azienda si prefigga di operare in modo più snello quest'anno, Jassy ha dichiarato di essere ottimista riguardo alle "attività più importanti", come l'e-commerce e Amazon Web Services, nonché ad altre nuove divisioni in cui continua a investire. Le azioni di Amazon sono scese di oltre il 2% nelle contrattazioni pomeridiane immediatamente successive. Riportiamo integralmente il messaggio inviato al personale. Dopo le parole di Mark Zuckerberg relative ai licenziamenti in Meta, rappresentano un altro tassello di uno scenario che va rapidamente ridefinendosi. Delineando prospettive ben diverse da quanto annunciato dalle big tech solo a fine 2022.

La comunicazione di Andy Jessy ai dipendenti

"Poiché la settimana scorsa abbiamo concluso la seconda fase del nostro piano operativo ("OP2"), vi scrivo per comunicarvi che nelle prossime settimane intendiamo eliminare altre 9mila posizioni, soprattutto in Aws, Pxt, Pubblicità e Twitch. È stata una decisione difficile, ma che riteniamo migliore per l'azienda a lungo termine.

Permettetemi di condividere un ulteriore contesto.

Nell'ambito del nostro processo di pianificazione annuale, i leader dell'azienda lavorano con i loro team per decidere quali investimenti effettuare per il futuro, dando priorità a ciò che conta di più per i clienti e per la salute a lungo termine delle nostre attività. Per diversi anni prima di questo, la maggior parte delle nostre attività ha aggiunto una quantità significativa di personale. Ciò aveva senso alla luce di quanto stava accadendo nelle nostre aziende e nell'economia in generale. Tuttavia, data l'incertezza dell'economia in cui viviamo e l'incertezza che regna nel prossimo futuro, abbiamo scelto di razionalizzare i costi e l'organico. Il principio fondamentale della nostra pianificazione annuale di quest'anno è stato quello di essere più snelli, e di farlo in modo da poter investire in modo robusto nelle esperienze chiave a lungo termine per i clienti, che riteniamo possano migliorare significativamente la vita dei clienti e di Amazon nel suo complesso.

Quando le nostre attività interne hanno valutato ciò che sta più a cuore ai clienti, hanno preso decisioni di ridefinizione delle priorità che a volte hanno portato a riduzioni di ruoli, a volte hanno portato a spostare persone da un'iniziativa a un'altra e a volte hanno portato a nuove aperture in cui non c'è la giusta corrispondenza di competenze tra i membri del team esistenti. Questo ci ha portato inizialmente a eliminare 18mila posizioni (che abbiamo condiviso a gennaio) e, mentre completavamo la seconda fase della nostra pianificazione questo mese, ci ha portato a queste ulteriori 9mila riduzioni di ruolo (anche se vedrete assunzioni limitate in alcune delle nostre attività in aree strategiche dove abbiamo dato priorità all'allocazione di maggiori risorse).

Qualcuno potrebbe chiedersi perché non abbiamo annunciato queste riduzioni di ruolo insieme a quelle annunciate un paio di mesi fa. La risposta breve è che non tutti i team avevano terminato le loro analisi alla fine dell'autunno; e piuttosto che affrettare queste valutazioni senza la dovuta attenzione, abbiamo scelto di condividere queste decisioni man mano che le prendevamo, in modo che le persone avessero le informazioni il prima possibile. Lo stesso vale per questa nota, poiché i team interessati non hanno ancora finito di prendere le decisioni finali su quali ruoli saranno interessati. Una volta prese queste decisioni (il nostro obiettivo è di completarle entro la metà o la fine di aprile), comunicheremo con i dipendenti interessati (o, se in Europa, con gli organi di rappresentanza dei dipendenti). Naturalmente sosterremo i dipendenti che dovremo licenziare e forniremo pacchetti che includono una buonuscita, prestazioni assicurative sanitarie transitorie e un supporto esterno per il collocamento.

Se torno al nostro principio - essere più snelli e allo stesso tempo farlo in un modo che ci permetta di investire in modo robusto nelle esperienze chiave a lungo termine per i clienti, che riteniamo possano migliorare significativamente la vita dei clienti e di Amazon nel suo complesso – credo che il risultato del ciclo di pianificazione di quest'anno sia un progetto che realizza questo obiettivo. Rimango molto ottimista sul futuro e sulla miriade di opportunità che abbiamo, sia nelle nostre attività più importanti, i negozi e Aws, sia nelle nuove esperienze dei clienti e nelle attività in cui stiamo investendo.

A coloro che sono stati colpiti da queste riduzioni, desidero ringraziarvi per il lavoro che avete svolto per conto dei clienti e dell'azienda. Non è mai facile dire addio ai nostri compagni di squadra e ci mancherete. Per quelli che continueranno a lavorare con noi, non vedo l'ora di collaborare con voi per semplificare la vita dei clienti ogni giorno e inventare nuovi modi per farlo".

Cellularline presenta la seconda edizione di Live the Excellence

Cellularline Group ha inaugurato la seconda edizione di Live the Excellence, evento durante il quale, dal 6 al 17 marzo, operatori di mercato, partner commerciali e stampa specializzata hanno potuto visitare gli stand dedicati alle novità del gruppo e scoprire le strategie per il 2023. Cornice dell'evento è stato Ruote da Sogno, showroom di Reggio Emilia specializzato nella compravendita di auto d'epoca e di lusso.

Live the Excellence ha presentato tre diverse aree espositive dedicate ai vari brand del gruppo, a partire proprio da Cellularline, nei cui stand è stato possibile scoprire - tra gli altri - la nuova gamma di cover e accessori ideata per l'uscita della recente serie Samsung S23, tutte le novità di prodotto dedicate all'ecosistema MagSafe, la proposta dedicata alla ricarica come la station desk Magnus da 100watt con tecnologia GaN e diverse soluzioni innovative per la ricarica wireless. Spazio anche ad accessori di grande utilità come il pennino per iPad con aggancio magnetico e sensibilità all'inclinazione, la Stylus Pen.

Grande spazio all'evento è stato dato alla strategia legata ai servizi di applicazione di pellicole protettive sui device elettronici, area di mercato nella quale il gruppo Cellularline si sta specializzando con il sistema Film & Go.

Inoltre, il 2023 di Cellularline Group sarà caratterizzato da alcune importanti novità, fra cui la nascita di un nuovo brand che si occupa di accessori dedicati all'e-mobility: in occasione di Live the Excellence sono stati presentati in anteprima, infatti, i primi prodotti e il concept di Newrban, la risposta dell'azienda alle nuove esigenze di mobilità sostenibile.

Un anno particolarmente vivace lo vivrà anche Music Sound, altro marchio dell'azienda emiliana dedicato al comparto audio che si rimette a nuovo mostrando un riposizionamento con l'obiettivo di parlare a un target più allargato e in un modo più efficace. Questo grazie ad un nuovo logo, una nuova veste grafica e a nuove gamme di prodotti coerenti con la nuova identità.

Il futuro dei Tv secondo Samsung

Dalla diffusione dei grandi schermi all'integrazione sempre più marcata con la smart home.
Passando per i grandi eventi sportivi e il cloud gaming.
Intervista a Nathan Sheffield, head of Tv & audio Europe della società.

di Annalisa Pozzoli

Nella cornice del Samsung European Summit, che si è tenuto a Francoforte lo scorso 23 febbraio (vedi box a lato), Hitech Magazine ha avuto l'opportunità di fare due chiacchiere con Nathan Sheffield, head of Tv & audio di Samsung Europe. Insieme a lui abbiamo parlato del futuro del settore Tv, della loro integrazione nell'ecosistema SmartThings, e dell'innovativa piattaforma Gaming Hub.

Come immaginate il futuro dei Tv in Samsung?

Se guardiamo alla nostra roadmap, la tecnologia dei display sta facendo passi da gigante, e in futuro potremo avere schermi di tutte le dimensioni, ratio e risoluzioni. Stiamo lavorando affinché i televisori siano liberi da ogni tipo di limite. Più renderemo intelligenti i Tv, e più essi saranno in grado di capire e rispondere in maniera sempre più precisa e puntuale alle nostre esigenze.

Stiamo assistendo a una convergenza tra reti e televisione tradizionale, in cui lo streaming convive con il segnale televisivo. Che cosa ci aspetta per il futuro?

È difficile fare previsioni in questo senso, se non osservando il trend attuale. Ormai la fruizione di contenuti on demand ha superato quella della cosiddetta Tv lineare, e la previsione per i prossimi anni è di un'accelerazione in questo senso. A un certo punto arriveremo ad avere l'80 o il 90% dei contenuti in streaming, rispetto al totale. E ciò ha perfettamente senso, perché è sicuramente più conveniente distribuirli mediante Internet rispetto alle dinamiche attuali di broadcasting.

Alla luce di questo, la televisione è quindi destinata a diventare un dispositivo completamente interattivo?

Dipende. Bisogna capire che cosa si intende per 'interazione'. Possiamo interagire con il televisore utilizzando il telecomando, ma anche attraverso il telefono o con i comandi vocali. Sinceramente non vedo un futuro in cui avremo in casa Tv dallo schermo touch come già avviene per gli smartphone o i tablet. Piuttosto, trovo più probabile che il televisore sia dotato di un'Intelligenza artificiale in grado di reagire a quanto accade nell'ambiente circostante. Per esempio, potrebbe accendersi quando qualcuno entra nella stanza.

Anche i vostri Tv, come gli altri elettrodomestici Samsung, sfruttano l'ecosistema IoT SmartThings. Non vede il rischio che diversi sistemi IoT proprietari possano frazionare il mercato in standard che non dialogano tra loro?

Al contrario: l'obiettivo di SmartThings è quello di facilitare l'interconnessione tra i diversi dispositivi. Ed è tenendo questo bene a mente che abbiamo ormai coinvolto circa 250 partner in tutto il mondo. La nostra piattaforma IoT adotta uno standard aperto, che incoraggia chiunque lo desideri a unirsi al progetto. Questo tipo di politica vuole rendere la tecnologia il più democratica possibile e, al tempo stesso, scongiurare il rischio di un'eccessiva frammentazione del mercato.

I grandi eventi sportivi continuano a essere un driver per le vendite e per la crescita del mercato Tv?

Certamente. L'elemento più trainante, almeno in Europa, è il calcio. La Coppa del Mondo e gli Europei continuano ad essere dei grandi catalizzatori per le vendite.

Nathan Sheffield

E questo lo vediamo non solo per il numero di televisori venduti, ma anche perché a essere richiesti sono schermi di dimensioni sempre maggiori. Della serie: se devo guardare un importante evento sportivo, lo voglio fare su un display grande e dettagliato, per vivere l'esperienza insieme ad altre persone. I tempi difficili di lockdown che abbiamo vissuto ci hanno fatto riscoprire il piacere di riunirci con gli amici davanti a uno schermo per condividere una passione in comune.

I consumatori di oggi sono attratti solo dai grandi schermi, o avete notato un incremento anche nelle fasce di prezzo più basse?

Il vero trend che abbiamo riscontrato in Europa è che i consumatori tendono a dare più importanza al televisore rispetto a quanto avveniva prima della pandemia. Il motivo è che per lungo tempo sono restati bloccati in casa, e in questo ha cambiato la loro percezione della televisione. Usata sì per motivi di entertainment domestico, ma anche come strumento per allenarsi, per lavorare da casa, o per connettere altri device, come smartphone e laptop. Sono in molti, in questo frangente, ad aver pensato che valesse la pena effettuare un upgrade del proprio Tv.

Quali sono le vostre aspettative per la piattaforma Gaming Hub, che consente di videogiocare senza l'ausilio di console? Quali sono i vostri obiettivi di crescita?

Con Gaming Hub vogliamo cogliere una grossa opportunità in termini di proposta di contenuti ai consumatori. Il mercato dei videogiochi è in forte crescita, e il segmento che si sta sviluppando più rapidamente è quello del cloud gaming. Oltre alle partnership strette con Xbox e Nvidia, sfrutteremo ogni occasione per lavorare con ulteriori partner, da quelli più conosciuti sino alle piccole realtà indipendenti e innovative, per portare sulla piattaforma una vasta scelta di opzioni di gioco. Penso si tratti di una grossa opportunità sia per il consumatore finale, sia per l'industria dei videogiochi, sia per gli sviluppatori. Il messaggio che vogliamo trasmettere è molto semplice: non c'è per forza bisogno di una console. Per giocare basta accendere il televisore".

Quali sono i riscontri sino a ora?

La risposta è stata molto positiva. Penso che ciò che i consumatori apprezzino maggiormente sia la possibilità di accedere a titoli e a un'esperienza gaming di alta qualità. Siamo molto soddisfatti di quanto abbiamo ottenuto sinora. E siamo solo all'inizio.

Verso una tecnologia sempre più 'a misura d'uomo'

Innovare oggi non significa solo offrire funzioni all'avanguardia. Le nuove tecnologie devono includere anche connettività, interazione, semplicità d'uso. È su questi principi che si basa la visione di Samsung, presentata in occasione del suo primo European Summit che si è tenuto il 23 febbraio a Francoforte, alla presenza dei giornalisti europei della stampa specializzata.

"Per Samsung l'innovazione è volta a creare esperienze connesse che consentano agli utenti di risparmiare sui consumi e adottare uno stile di vita più pratico", ha spiegato Benjamin Braun, Samsung Europe chief marketing officer. "Dai Tv Neo Qled e Oled, alle lavatrici che utilizzano l'AI per gestire il tempo, il detersivo e l'acqua effettivamente necessari al lavaggio, i nostri prodotti sono attivi e connessi grazie a SmartThings", afferma. "All'European Summit celebriamo le caratteristiche dei nostri nuovi prodotti e la loro capacità di offrire ai clienti uno stile di vita connesso, che permetta soprattutto di godersi il tempo libero".

Al cuore dell'esperienza tecnologica di Samsung troviamo quindi l'app SmartThings, pensata come trait d'union tra tutti i dispositivi: dai Tv, passando dai frigoriferi, per arrivare sino ai robot aspirapolvere. L'app non solo ottimizza l'esperienza d'uso di ogni device, ma rileva automaticamente anche la quantità di energia consumata dai dispositivi Samsung connessi. L'attivazione della modalità AI Energy su frigoriferi e lavatrici, ad esempio, ne ottimizza le impostazioni d'uso, riducendo il consumo energetico fino al 15% per i frigoriferi e fino al 70% per le lavatrici.

Sul fronte Tv, la nuova line-up 2023 sarà disponibile in preordine in Italia a partire da marzo, e si baserà sulla collezione dello scorso anno, con notevoli miglioramenti nelle funzionalità e prestazioni. Al Summit Samsung ha presentato anche i monitor dedicati ai core gamer come Odyssey Neo G7 da 43 pollici, Odyssey Ark da 55 pollici e il QD-Oled da 77 pollici, che, come i nuovi Tv Qled e Oled, si connettono facilmente a Samsung Gaming Hub, la piattaforma all-in-one per lo streaming di giochi senza l'ausilio di console di alcun tipo.

sbs
e-ENERGY
A new power for the future
La ricarica smart ed eco-friendly ovunque tu sia.
Caricatori e auricolari a Energia Solare portatili, pieghevoli, adatti a tutti i dispositivi.
sbs
DC OUT
DC IN
USB10W
USB10W
AFC18W
PD18W
sbsmobile.com
Follow us on

newsline

Ecoem diventa partner di Autostrade per l'Italia Spa

Ecoem si è aggiudicata la gara di affidamento dei servizi di smaltimento moduli fotovoltaici per Autostrade per l'Italia Spa. Il Consorzio garantirà la gestione del ritiro, trattamento e riciclo dei moduli fotovoltaici rimossi dagli impianti lungo la rete autostradale in Italia. L'obiettivo, commenta il direttore Ecoem Luca Fasolino, "è quello di fornire un servizio chiavi in mano per una corretta gestione del fine vita dei moduli fotovoltaici che Autostrade deve manutenere presso i propri impianti. Abbiamo strutturato un offerta che potesse soddisfare le necessità operative di un'importante azienda come Autostrade per l'Italia e per le specifiche esigenze che richiede questa tipologia di attività. Ecoem si occuperà del riciclo di tutte le tipologie di moduli presenti, assicurandone il corretto trattamento. Siamo molto soddisfatti di avere siglato questo accordo, che conferma il nostro costante impegno nel settore delle apparecchiature da energie rinnovabili".

Ecolight lancia il servizio Ecoisola per l'Ufficio

Ecolight Servizi ha creato Ecoisola per l'Ufficio, un nuovo servizio pensato per rispondere alle esigenze della gestione dei rifiuti speciali prodotti nei luoghi di lavoro. Toner, piccole apparecchiature elettroniche, lampadine e pile scariche: sono questi i rifiuti solitamente prodotti all'interno di un ufficio, che richiedono un'attenzione particolare per il loro potenziale inquinante, ma anche per il loro valore ambientale. Con l'Ecoisola per l'Ufficio, Ecolight Servizi mette a disposizione delle aziende, degli enti e dei liberi professionisti quattro contenitori dedicati dove mettere i toner e le cartucce esauste; i piccoli Raee come possono essere smartphone, mouse, tastiere, chiavette usb, power bank, cavi e cavetti, auricolari e prese; le lampadine, i neon e le sorgenti luminose a risparmio energetico e le pile scariche che siano alcaline, al litio, ricaricabili o non ricaricabili. I quattro contenitori sono accumunati da un unico servizio calibrato sulle esigenze dell'ufficio, con ritiro programmato oppure su chiamata.

In arrivo una legge europea sulle materie prime critiche

La Commissione europea renderà presto nota una proposta di legge sulle materie prime critiche, ossia i minerali necessari per costruire batterie elettriche, chip elettronici o turbine eoliche. Secondo le proiezioni della stessa Commissione, la domanda di queste materie raddoppierà entro il 2030. Ma il mercato oggi è dominato da un singolo Paese, la Cina, che controlla quasi tutta la filiera, dall'estrazione all'assemblaggio fino alla commercializzazione. Fino a questo momento l'Europa è il maggior importatore al mondo di materie prime critiche, con punte del 90% per quanto riguarda, ad esempio, il litio e il cobalto.

"L'iniziativa", scrive la Commissione, "punta a rafforzare le capacità di monitoraggio dell'Ue e a potenziarne sia la catena del valore, attraverso l'individuazione nel campo delle risorse minerarie e delle materie prime di progetti che presentino un interesse strategico e prevedano una forte tutela dell'ambiente, sia le politiche estere sulle materie prime critiche".

In questo momento gli esperti della Commissione stanno analizzando ed elaborando i 259 contributi giunti dai 27 Stati membri. Con l'obiettivo di arrivare a una proposta di legge entro il primo trimestre 2023.

Diminuisce del 6,2% la raccolta in Italia

Per la prima volta dopo otto anni, i volumi dei rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche hanno registrato una flessione. Tutti i dati del 15esimo Rapporto Annuale del CdC Raee.

di Stefano Re

Per la prima volta dopo otto anni consecutivi, i volumi di rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche lo scorso anno hanno registrato una flessione del 6,2% rispetto al 2021. È quanto emerge dal 15esimo Rapporto Annuale del Centro di Coordinamento Raee. Lo scorso anno in Italia sono stati avviati a corretto riciclo dai sistemi collettivi dei produttori di Aee poco più di 361mila tonnellate di Raee. La contrazione nei flussi di raccolta ha toccato in maniera trasversale tutti i raggruppamenti, seppur con variazioni differenti.

I rifiuti di R1 (freddo e clima), che rappresentano il 27,4% del totale raccolto, totalizzano 98.937 tonnellate, registrando la flessione più contenuta (-0,7%).

R2 (grandi bianchi) evidenzia invece la seconda peggior flessione tra tutti i raggruppamenti: con il -9,3%, i volumi raccolti calano a 117.472 tonnellate, perdendo oltre 12mila tonnellate rispetto al 2021. Il dato è doppiamente significativo se si considera che il raggruppamento è il primo per peso, con un'incidenza percentuale sulla raccolta totale del 32,5%.

Nel 2022 si sono ridotti in maniera significativa (-6,7%) anche i volumi di R3 (Tv e apparecchi con schermo), per un totale di 71.035 tonnellate. Prosegue anche la contrazione di R4 (elettronica di consumo e piccoli elettrodomestici), i cui volumi di raccolta si fermano a 71.494 tonnellate (-7,5%). La flessione della raccolta di R5 (sorgenti luminose) è però la più consistente (-9,9%): i volumi scendono a 2.444 tonnellate.

La contrazione del Nord Italia

La battuta d'arresto registrata nel corso del 2022 coinvolge tutta Italia, ma si evidenzia in maniera più accentuata al Nord, dove i quantitativi complessivi raccolti sono in contrazione dell'8,6% rispetto al 2021 per un totale di 183.881 tonnellate. Il risultato non incide in alcun modo sul primato dell'area in termini di volumi assoluti, che totalizza oltre il 50% della raccolta italiana, raccogliendo il doppio dei volumi delle restanti macroaree.

A livello di regioni del Nord Italia, la contrazione più contenuta in termini di quantitativi complessivi la registra la Liguria (-5,7%) mentre la performance peggiore spetta alla Valle d'Aosta, la cui raccolta cala del 15,1% rispetto al 2021. La regione evidenzia anche la riduzione peggiore in termini di raccolta pro capite (-13,8%). Nonostante questo andamento negativo, la regione si conferma la più virtuosa per raccolta pro capite nell'area (9,56 kg/ab), ma perde il primato a livello nazionale. Con 5,78 kg/ab, il Piemonte è ancora una volta la regione con la raccolta pro capite più bassa tra quelle del Nord, ma è anche quella che registra una delle flessioni più contenute (-4,8%). Le raccolte pro capite delle restanti regioni settentrionali segnano cali più rilevanti, ma di fatto riportano tutte un risultato superiore al dato medio nazionale. In particolare, si evidenziano la Liguria, seconda nella macroarea con 8,3 kg/ab e il Trentino Alto Adige, terzo con 7,69 kg/ab.

La contrazione del Nord Italia

In Centro Italia la raccolta dei Raee si ferma a 80.682 tonnellate, in calo del 6,3% rispetto al 2021. A impattare maggiormente sono soprattutto i risultati di Umbria (-12,1%) e Marche (-7,4%). Al contrario il Lazio, con il -5,3%, è la regione che evidenzia la contrazione più contenuta, riuscendo così a strappare alla Toscana la leadership per volumi complessivi raccolti. Fanalino di coda è l'Umbria, con meno di 5mila tonnellate avviate a corretto riciclo. Cala a 6,21 kg per abitante (-5,4%) anche la raccolta media pro capite, ma rimane al di sopra della media nazionale. La Toscana conferma la leadership dell'area con 8,24 kg per abitante nonostante un calo del 5,4% rispetto al 2021 e si classifica quarta nel ranking delle prime dieci più virtuose a livello nazionale. Anche le restanti regioni dell'area registrano performance negative e i rispettivi valori pro capite sono tutti inferiori al dato medio nazionale.

RACCOLTA PER RAGGRUPPAMENTO

Raggruppamento	TON	2022vs2021
R1	98.937	-0,7%
R2	117.472	-9,3%
R3	71.035	-6,7%
R4	71.494	-7,5%
R5	2.444	-9,9%

RACCOLTA PRO CAPITE PER AREE

	kg/ab	Variazione 2022/2021
NORD	6,72	-8,6%
CENTRO	6,21	-6,3%
SUD	5,15	-1,1%

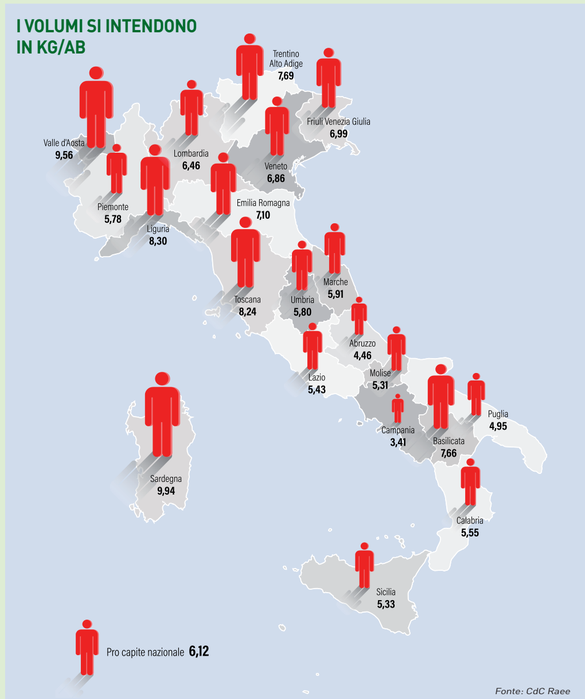
Fonte: CdC Raee

Il Sud è trainato da Sicilia e Puglia

Il Sud Italia mostra la flessione più contenuta (-1,1%) tra tutte le aree per un totale di 96.128 tonnellate raccolte. A frenare la contrazione contribuiscono le uniche due performance positive conseguite a livello nazionale da Sicilia (+4,7%) e Puglia (+2,7%). I volumi di raccolta delle restanti regioni meridionali sono invece in calo seppure con contrazioni dissimili, in un range compreso tra il -1,4% della Sardegna e il -11,4% della Basilicata. In forza della performance positiva, la Sicilia consolida il primato per volumi complessivi e accresce ulteriormente il divario con l'ultima in classifica, il Molise, la cui raccolta scende al di sotto delle 1.600 tonnellate. In controtendenza con il resto del Paese, la raccolta media pro capite rimane pressoché invariata (+0,2%) e pari a 5,15 kg per abitante, al di sotto del dato nazionale. A livello di regioni, con 9,94 kg/ab - valore pressoché identico al 2021 (+0,1%) - la Sardegna conquista la leadership nazionale, mentre la Basilicata con 7,66 kg/ab si piazza in sesta posizione, ma registra la peggiore contrazione (-9,5%). Crescono invece i valori pro capite della Sicilia (+5,8%) e della Puglia (+3,6%), che raggiungono così, rispettivamente, 5,33 kg/ab e 4,95 kg/ab. In entrambi i casi, al pari delle restanti regioni, i valori rimangono ancora lontani, se non addirittura lontanissimi dagli obiettivi nazionali. Con un dato pro capite di 4,95 kg/ab, la regione garganica è infatti terz'ultima, anticipata da Molise (5,31 kg/ab) e Sicilia (5,33 kg/ab). Ultimo posto, ancora una volta, per la Campania (3,41 kg/a b) che con il -5,9% ottiene la seconda peggiore flessione dei volumi di raccolta a livello di area.

Il commento di Alberto Canni Ferrari, presidente CdC Raee

"Nel 2022 si è evidenziata una riduzione nei volumi avviati a corretto riciclo che contrasta con i trend in continua crescita a cui il sistema era abituato negli ultimi otto anni. A determinare questo risultato sono la sottrazione al canale ufficiale di volumi consistenti da parte dei canali paralleli e il mancato conferimento da parte dei cittadini dei rifiuti elettronici, in particolare di quelli di piccole dimensioni che rientrano nel raggruppamento 4, che già si caratterizzava per volumi contenuti e dispersi. Ulteriore fattore è la riduzione delle vendite di Aee, dopo due anni consecutivi caratterizzati da incrementi importanti, che ha determinato una diminuzione dei quantitativi dismessi. Infine, il bonus Tv introdotto nell'agosto del 2021 per l'acquisto di un nuovo televisore previo avvio a riciclo del vecchio ha generato una forte spinta allo smaltimento nell'ultimo quadrimestre dell'anno, ma la portata dell'impatto non si è protratta nel corso del 2022. Il risultato non compromette in alcun modo la credibilità e la validità dell'operato degli attori della filiera. Per favorire l'incremento dei quantitativi di Raee avviati a corretto smaltimento è però necessario promuovere ancora più che in passato attività congiunte e complementari. Sottolineare gli impatti positivi in termini economici, sociali e ambientali legati a una raccolta nell'ambito del circuito certificato dal CdC Raee, favorire nuove iniziative di microraccolta, e incrementare i controlli sull'intero territorio nazionale mirati a contrastare fenomeni di gestione illegale sono le direttrici lungo le quali è necessario muoversi".



È la Cina a zavorrare il mercato Pc?

L'ultimo trimestre 2022 è stato segnato da un andamento fortemente negativo per desktop e notebook.
Crescita significativa, invece, per i tablet, +39%.

di Andrea Dusio

In un contesto globale di grande difficoltà (vedi box a lato), il mercato cinese dei Pc ha chiuso il quarto trimestre del 2022 con una nota fortemente negativa, perdendo il 26% su base annua. Secondo una recente ricerca di Canalys, le spedizioni dei computer fissi sono diminuite del 34% a 3,7 milioni di unità, mentre quelle dei portatili sono scese del 22% a 8,5 milioni di unità. L'unica nota positiva è rappresentata dalle spedizioni di tablet, aumentate del 39% a 7,5 milioni di unità, grazie al lancio di nuovi dispositivi da parte dei principali produttori.
Per il 2022, il sell-in totale di Pc ha raggiunto 48,5 milioni di unità, con un calo anno su anno del 15%. Le spedizioni di tablet sono aumentate del 6%, raggiungendo i 24 milioni di unità. Una parte della domanda può essere attribuita alle chiusure in Cina, che hanno creato un'impennata negli acquisti. Anche dopo il calo del 2021, le vendite di laptop e tablet sono rimaste superiori ai livelli pre-pandemia, rispettivamente dell'8% e del 22%. Canalys stima che nel 2023 le spedizioni raggiungeranno 48,3 milioni di unità per tutti i Pc, con un rimbalzo nella spesa delle aziende, nonostante si preveda una diminuzione del 9% negli acquisti dei consumatori.
Lenovo, Dell, HP, Asus e Huawei sono i marchi più forti tra i Pc, mentre Apple, Huawei, Honor, Xiaomi e Lenovo sono i leader nelle vendite di tablet. Il mercato dovrebbe tornare a crescere a partire dalla seconda parte del 2023 e consolidarsi nel 2024. A livello di sistemi operativi, va rimarcato nei tablet il successo di HarmonyOS, con cui Huawei mira a compendiare le parti migliori di iOS e Android.

Pc monitor, record negativo per il Q4 2022

Nel quarto trimestre, le spedizioni sono in calo di oltre 18 punti percentuali. Si tratta del peggior risultato da quando esiste il tracker globale Idc.

Le spedizioni di monitor per Pc nel quarto trimestre del 2022 sono diminuite del 18,3% rispetto al 2021, con un calo del 5,9% per l'intero anno. Con poco più di 30,5 milioni di unità, il Q4 ha segnato il volume più basso da quando è operativo il tracker di Idc (che monitora il mercato di riferimento dal 2008). Il calo in essere è legato a doppio filo al difficile contesto macroeconomico, che ha colpito sia la domanda dei consumatori che quella commerciale, con risultati vicini alla diminuzione del 16,2% prevista per il sell-in del quarto trimestre. La domanda di monitor consumer, inizialmente aumentata a causa delle esigenze di lavoro da casa e di gioco durante la pandemia, ha iniziato progressivamente a rallentare. Il deterioramento del clima economico alla fine del 2022 ha avuto un impatto anche sugli acquisti di monitor commerciali. Di conseguenza, Idc stima una contrazione del 9,8% nelle spedizioni del 2023, a causa delle scorte persistenti e della debolezza della domanda. Si prevede una leggera ripresa solo nel 2024, con volumi di spedizioni che supereranno i livelli pre-pandemia grazie al miglioramento della situazione relativa alle scorte. I forecast di medio periodo parlano di un'ulteriore stabilizzazione dopo il 2024, grazie alla maggiore base installata di monitor per il lavoro ibrido e per il gaming.

Jay Chou, research manager del Worldwide Client Device Trackers di Idc, ha osservato che i display non costituiranno di certo nel breve termine una priorità per la maggior parte degli acquirenti . Il volume annuale si aggirava in media intorno ai 125 milioni di pezzi prima del Covid-19, per poi salire a oltre 135 milioni negli ultimi tre anni. Mentre ora i consumatori e le aziende ricalibrano le loro priorità, ci vorrà del tempo prima che il mercato si stabilizzi. Tuttavia, Idc è convinta che molti utenti saranno comunque incoraggiati ad effettuare un aggiornamento nei prossimi anni.

QBerg, boom di web promo e campagne monomarca nell'elettronica

Quello dei beni durevoli (consumer electronics, elettrodomestico, It, accessori, telefonia) è sicuramente uno tra i comparti di mercato in cui il concetto di multicanalità è più maturo. I volantini promozionali, un e-commerce popolato di pure player che combattono a colpi di ribassi di prezzo contro i siti delle catene fisiche, lo store tradizionale che continua a rappresentare una fetta enorme del venduto, il click and collect che fa da cardine tra online e offline, sono solo alcuni dei fenomeni a cui abbiamo assistito in questi ultimi quindici anni. Un fenomeno in notevole crescita nell'ultimo anno è quello delle campagne web, cresciute del 94,2% anno su anno: dalle 3.935 del 2021 alle 7.642 del 2022.

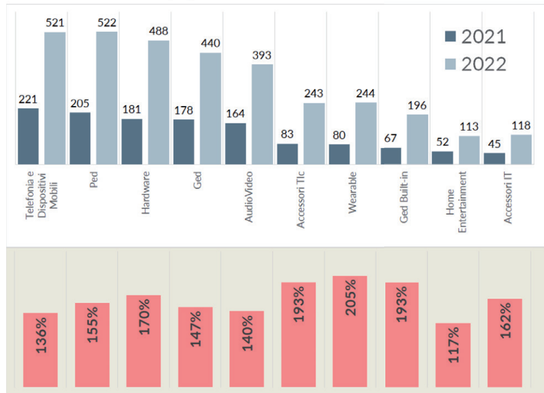
Tra queste, emergono fortemente le campagne web monomarca, ovvero quelle dedicate esclusivamente ai prodotti di un singolo brand, che passano da 1.079 (27,4% del totale) a 2488, (32,6%) nel 2022. Con una crescita, quindi, del +130,6%.

Se nel 2021 erano 154 le marche a essersi affacciate a questo canale, nel 2022 questo numero cresce a 258, con un aumento quindi di oltre il 67%. Ed è molto chiaro chi è a spingere di più sul pedale dell'acceleratore: sono i Top 10 brand, che registrano un aumento anno su anno delle proprie campagne che in un solo caso è inferiore al 100%.

Se telefonia, hardware e Ped sono le categorie che tra il 2021 e il 2022 più hanno avuto display nelle campagne web monomarca, a registrare anno su anno il maggior incremento sono i wearable, gli accessori Tlc e il Grande elettrodomestico da incasso con rispettivamente un +205%, +193% e +193%.

La telefonia fa comunque la parte del leone insieme al Ped, con 521 campagne nel 2022 e una crescita del 136% per la telefonia e 522 campagne e una crescita del 155% per il Ped.

TOP10 Categorie nelle Campagne Web Speciali di Marca
(Anni 2021, 2022; N.Campagne WEB e delta % vs A.P.)



Fonte: QPoint Price Intelligence 2023

QBERG

Apre a Milano il concept showroom Casa Xiaomi

Si aprono le porte della nuova Casa Xiaomi, un luogo premium di circa 230 metri quadrati situato in Piazza Pio XI 5 a Milano, dedicato al connubio tra design e innovazione tecnologica.

Il progetto era stato avviato già nel 2021 con l'idea di creare uno spazio dedicato all'integrazione di tutto l'ecosistema Xiaomi e mostrare i vantaggi della tecnologia Xiaomi Smart Life in uno spazio premium, per dare ai fan e consumatori servizi sempre più vicini ai loro bisogni. Per questa edizione la location ospita brand di eccellenza italiana come Lago, Artemide, I-pot, Superkake Studio, Lanificio Leo, Lenzuolissimi, Luxury Relax e Presso, che hanno supportato l'allestimento con l'intento far respirare l'aria di casa in uno showroom. Un'altra novità importante di questa edizione 2023 è la presenza di Xiaomi Store Italia, che metterà a disposizione un servizio di consulenza che guiderà gli utenti invitati tra i prodotti dell'ecosistema e li assisterà nella fase di acquisto e di primo utilizzo. Casa Xiaomi diventa inoltre un pickup point in cui ritirare i prodotti acquistati su Xiaomi Store Italia, e in aggiunta fungerà da punto di raccolta per l' assistenza post vendita. Nel corso dei prossimi mesi, Casa Xiaomi si animerà con una serie di appuntamenti dedicati al mondo dell'innovazione, del food, della musica e del design per creare occasioni di confronto sul ruolo della tecnologia come motore della vita quotidiana.

LG: le ultime soluzioni per riscaldamento e climatizzazione

LG Electronics ha presentato le ultime soluzioni per il riscaldamento, la ventilazione e la climatizzazione (Hvac) in occasione della Fiera internazionale Ish 2023 (Francoforte 13-17 marzo).

Lo stand di LG ha ospitato, in due aree dedicate, le soluzioni tecnologiche per il settore residenziale e commerciale, che rispondono alla richiesta di prestazioni elevate e alta efficienza energetica che caratterizza i paesi europei. In particolare, in occasione di Ish, ha fatto il suo debutto mondiale Therma V R290 per applicazioni residenziali. La nuova pompa di calore aria-acqua utilizza il refrigerante a basso impatto ambientale R290, caratterizzato da un Gwp pari a 3 – largamente inferiore rispetto a quello dei refrigeranti comunemente utilizzati nelle soluzioni di riscaldamento – e da performance di riscaldamento efficaci anche nei mesi più freddi dell'anno. I prodotti LG Therma V utilizzano l'aria esterna per generare energia per il raffreddamento e il riscaldamento, con un significativo aumento dell'efficienza operativa. LG Therma V utilizza infatti il 75% di energia termica ricavata dall'aria e solo il 25% di elettricità, aiutando in questo modo le famiglie a ridurre la loro dipendenza dai combustibili fossili. I visitatori dell'area dello stand dedicata alle soluzioni commerciali hanno potuto, invece, scoprire il nuovo sistema di climatizzazione a flusso refrigerante variabile (Vrf) Multi V i. Il nuovo prodotto integra l'Intelligenza artificiale per migliorare il risparmio energetico grazie alla funzione AI Smart Care.

Bsh Italia inaugura il suo headquarter di Milano

Da fine febbraio Bsh Italia ha un nuovo headquarter a Milano. Un luogo speciale progettato con un occhio di riguardo all'ergonomia degli spazi e delle postazioni di lavoro, dal design personalizzato per un ambiente di elevata qualità e comfort. Gli uffici, sviluppati su una superficie complessiva di 2mila metri quadri, si trovano al primo piano del campus Bosch nella zona residenziale Portello. Le numerose sale meeting sono dedicate ai quattro brand Bosch, Siemens, Gaggenau e Neff e alle più celebri zone di Milano. C'è poi la 'Genius Room' con elementi di seduta a gradinata modulari e versatili, pensati per gli incontri di brain storming e per la nascita e lo scambio di nuove idee. Le diverse 'Phone booth' sono state pensate per telefonate riservate in un ambiente confortevole e ad elevato isolamento acustico. Un accogliente ristorante aziendale e parcheggi sotterranei sono a disposizione di collaboratori e ospiti. L'edificio è stato selezionato anche per le sue importanti caratteristiche sostenibili, come la fornitura di elettricità verde proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili, nel rispetto del target del Gruppo di azzeramento dell'emissioni di CO2

Samsung protagonista alla fiera della climatizzazione Ish

a pagina 20

Bertazzoni premiata con il Good Design Award

a pagina 20

Haier Europe firma un contratto triennale con Ceva Logistic

a pagina 20

Samsung protagonista a Ish

L'azienda ha parecipato per la prima volt alla fiera internazionale della climatizzazione e del riscaldameto di Francoforte.

di Annalisa Pozzoli

Samsung Electronics Air Conditioner Europe (Seace) ha partecipato per la prima volta a Ish, fiera internazionale della climatizzazione e del riscaldamento, che si è tenuta a Francoforte dal 13 al 17 marzo. In occasione di questo evento, l'azienda ha presentato la sua gamma completa di soluzioni in pompa di calore e altri servizi digitali.
Il tema dell'edizione 2023 di Ish è 'Soluzioni per un futuro sostenibile': per tutta la durata della fiera, le aziende partecipanti hanno mostrato innovazioni pensate per contribuire a raggiungere gli obiettivi di tutela del clima e un uso efficiente e responsabile delle risorse. Non ha fatto eccezione Samsung, che ha organizzato sessioni plenarie su diversi argomenti, con presentazioni tecniche in anteprima di alcuni servizi e prodotti chiave: la pompa di calore EH mono HT Quiet lanciata a fine 2022; la recentissima EHS Mono R290; la nuova funzione di monitoraggio dell'energia domestica SmartThings Energy; il servizio di assistenza da remoto EHS Cloud Service; e infine il Telecomando SolarCell, che si carica grazie all'esposizione alla luce.
"In un mercato in continua evoluzione, con una crescente necessità di soluzioni eco-sostenibili e ad alto risparmio energetico, innovazione e sviluppo tecnologici sono fondamentali", ha commentato Ettore Jovane, head of Air conditioning business di Samsung Electronics. "Impegno costante ed investimenti concreti ci hanno reso leader di mercato e partner affidabile per tutta la filiera commerciale. Crescenti riconoscimenti, come il miglior servizio post-vendita, per il quarto anno consecutivo nella categoria climatizzazione dell'Istituto Tedesco Qualità e Finanza, sostengono il business e garantiscono un livello di servizio all'altezza delle aspettative a pieno supporto e sostegno del settore, quello del riscaldamento, in piena rivoluzione culturale."

Le novità presentate

EHS Mono HT Quiet è la pompa di calore monoblocco ad alta temperatura e bassa rumorosità pensata per le ristrutturazioni residenziali. Combina funzionalità avanzate e nuove tecnologie per raggiungere temperature dell'acqua per il riscaldamento domestico fino a 70°C e funziona a bassi livelli di rumorosità, fino a 35 d(BA), grazie a una modalità silenziosa in 4 fasi. È facile da installare, semplice nella manutenzione ed è in grado di garantire in modo affidabile il 100% delle prestazioni di riscaldamento anche in condizioni estreme (temperature fino a -25°C).

EHS Mono R290 è la pompa di calore che sfrutta R290, un refrigerante naturale con un potenziale di riscaldamento globale (GWP) molto inferiore rispetto ad altre tecnologie con refrigeranti tradizionali. Con l'introduzione di questa nuova gamma, Samsung è pronta ad allinearsi alle future normative europee sui gas fluorurati che entreranno in vigore a stretto giro, nei prossimi anni.

SmartThings Energy è la nuova funzione integrata nell'app di domotica Samsung. Basandosi sulle abitudini dell'utente, l'app propone suggerimenti per aumentare l'efficienza energetica e facilitare il controllo e la gestione dei consumi di un'ampia gamma di elettrodomestici.

EHS Cloud Service è una nuova soluzione basata su cloud, in grado di fornire dati e insight che consentono di ottimizzare da remoto le prestazioni di un'unità e risolvere in tempo reale qualsiasi problema.

Il **Telecomando SolarCell** permette la gestione completa del proprio sistema di climatizzazione domestica. Si carica e ricarica grazie all'esposizione alla luce diretta, naturale o artificiale, ma è anche dotato di porta Usb-C, in caso di necessità di un ulteriore supporto. Consente di evitare la dispersione nell'ambiente, in 10 anni, l'equivalente di 10 batterie AA.

Bertazzoni premiata con il Good Design Award

Bertazzoni, azienda italiana specializzata dal 1882 nella produzione di elettrodomestici per la cucina ha vinto il premio Good Design Award, nella categoria Kitchen/Appliances. A essere premiato è stato il nuovo piano cottura da 80 cm a induzione con cappa integrata Bertazzoni P804ICH2M37NT, disegnato in collaborazione con Valerio Cometti Studio.

A conferire il Good Design Award a Bertazzoni è stato il Chicago Athenaeum Museum of Architecture and Design in collaborazione con l'European Center for Architecture, Art, Design and Urban Studies attraverso una giuria di esperti incaricata di selezionare i prodotti che si distinguono maggiormente per qualità progettuale, innovazione, materiali, funzionalità ed estetica.

Già vincitore degli ultimi Archiproducts Design Awards nella categoria cucina, il nuovo piano cottura a induzione con cappa integrata Bertazzoni P804ICH2M37NT è ideale per le installazioni a isola grazie al motore sottopiano. L'esclusiva griglia circolare centrale – elemento estetico distintivo con la ripresa dell'iconico logo del marchio – unisce la funzione cottura all'aspirazione in un solo elettrodomestico grazie alla cappa integrata premium.

Haier Europe firma un contratto triennale con Ceva Logistic

Ceva Logistic si è aggiudicata un contratto di tre anni per fornire servizi di logistica e distribuzione ad Haier Europe. In base al recente accordo, l'azienda sarà responsabile delle attività di warehousing e handling di Haier Europe per entrambe le linee B2B e B2C, occupandosi in particolare dell'entrata e uscita delle merci, della gestione dello stock e della preparazione degli ordini.

Ceva Logistics gestirà circa 500mila pezzi in uscita e 500mila pezzi in entrata all'interno del suo polo logistico situato a Somaglia (LO) di 165mila metri quadrati, di cui circa 40mila dedicati ad Haier Europe. Inoltre, il team di Ceva Logistics garantirà ad Haier Europe altre attività a valore aggiunto come la gestione e rilavorazione dei resi. Non si occuperà solo dell'attività di stoccaggio per entrambi i canali, ma gestirà anche le spedizioni del canale B2B su scala nazionale, distribuendo circa 5mila consegne all'anno.

SPECIALE PULIZIA

UNA GUIDA PRATICA PER BUYER E RETAILER

A cura di **Annalisa Pozzoli** e **Margherita Bonalumi**

da pagina 21 a pagina 25

XIAOMI

Gamma Truclean W10 Wet Dry Vacuum

La serie Xiaomi Truclean W10 Wet Dry Vacuum, la prima linea di aspirapolvere a secco e umido del brand, è composta da due modelli compatti. Da un lato, Xiaomi Truclean W10 Ultra Wet Dry Vacuum è dotata di una modalità ad alta temperatura a 75°C in grado di garantire una pulizia più approfondita. D'altra parte, Xiaomi Truclean W10 Pro Wet Dry Vacuum è il compagno ideale per le stanze con angoli e spigoli difficili da raggiungere. Grazie a un sistema intelligente di rilevamento dello sporco, la funzione adattiva integrata consente a entrambi i dispositivi di regolare automaticamente la potenza di pulizia in base alla quantità di polvere identificata. Qualsiasi tipo di sporco, che si tratti di liquidi, di peli o capelli, può scomparire con un semplice comando.

Robot Vacuum X10+

Robot Vacuum X10+, l'ultimo nato della linea di robot aspirapolvere di Xiaomi, è stato progettato per semplificare le pulizie domestiche. Abbinato alla sua stazione base intelligente, è in grado di svuotare la spazzatura nell'apposito contenitore, di pulire i panni, di riempire il serbatoio dell'acqua, di mantenere il panno umido e di asciugarsi da solo per evitare la ritenzione di umidità e degli odori quando il dispositivo non è in uso. Il mop è in grado di sollevarsi da solo quando il sensore a ultrasuoni incorporato rileva i tappeti.
Le doppie spazzole rotanti sono in grado di eseguire una pulizia a pressione per rimuovere le macchie più ostinate. Xiaomi Robot Vacuum X10+ è inoltre dotato del sistema brevettato S-Cross AI, che gli consente di evitare ogni oggetto sul suo percorso di pulizia.

HOOVER

Aspirapolvere senza filo HF9 con Anti-Twist

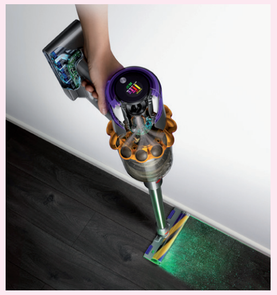
Il nuovo aspirapolvere senza filo Hoover garantisce massima potenza di aspirazione per tutta l'autonomia della batteria, fino a 30 minuti. La gamma include anche modelli dotati di una seconda batteria, per una durata totale reale che raggiunge i 60 minuti di autonomia. HF9 è un aspirapolvere senza filo pensato anche per chi condivide la casa con i suoi amici animali: la Mini Turbo Spazzola con led frontali è l'accessorio ideale per aspirare efficacemente il pelo di cani e gatti da cuscini e altre superfici. Grazie alla tecnologia Anti-Twist, i grovigli dei capelli e dei peli di animali vengono rimossi radicalmente, con estrema facilità, grazie a uno speciale pettinino posto nella spazzola.
HF9 comprende anche una Spazzola 2in1 perfetta per le superfici dure e per aspirare la polvere da tende, mobili e divani, e la Bocchetta Per Fessure ideale per pulire anche nei punti meno accessibili o negli spazi ristretti. Registrando l'aspirapolvere sull'App hOn, la piattaforma digitale che gestisce tutti gli elettrodomestici di Haier Group, è possibile ottenere contenuti extra per la sua cura e manutenzione, oltre a ricevere utili consigli di pulizia.

hitech magazine
anno 14 - numero 3 - marzo 2023
www.technospia.it

LG
Aspirapolvere CordZero A9K Ultra

CordZero è dotato di due batterie ricaricabili e facilmente intercambiabili tra loro che garantiscono fino a 120 minuti di pulizie non stop.
Può essere riposto facilmente, grazie alle tre soluzioni di ricarica.
Le opzioni comprendono: libera installazione, supporto a parete o modalità compatta. Accensione, spegnimento e potenza possono essere gestiti facilmente con un semplice tocco. Il tubo telescopico consente di regolare l'altezza dell'aspirapolvere a quattro diversi livelli per un utilizzo più confortevole. Grazie alla tecnologia LG Kompressor, è possibile comprimere la polvere e lo sporco raccolto per aumentare la capacità del contenitore e ridurre la frequenza del suo svuotamento. La spazzola Power Drive Mop è stata progettata per aspirare e lavare allo stesso tempo tutte le tipologie di superficie. Grazie al sistema di filtraggio Hepa a cinque strati si può catturare e aspirare dalle superfici domestiche fino al 99,999% delle particelle di polvere, anche di piccole dimensioni. L'app ThinQ permette di monitorare CordZero, avvisando quando è ora di controllare lo stato del filtro e della batteria. Inoltre, è possibile eseguire la diagnosi e tracciare la cronologia delle pulizie. Il Motore Smart Inverter, garantito 10 anni, combinato alla tecnologia Axial Turbo Cyclone che separa le particelle di polvere e sporco, assicura un flusso d'aria regolare per una massima potenza di aspirazione.

DYSON
Aspirapolvere senza filo V15 Detect Absolute



Dyson V15 Detect è l'aspirapolvere senza filo in grado di individuare, rimuovere, misurare e contare la polvere microscopica, fornendo la prova scientifica di una pulizia profonda. Racchiude le tre tecnologie chiave di rilevamento e acustico della polvere, e tecnologia anti-groviglio. La spazzola con luce integrata che mostra le particelle invisibili, un sensore piezoelettrico adatta automaticamente la potenza quando necessario, e uno schermo Lcd mostra prove visibili di una pulizia profonda dando informazioni in tempo reale. Potenza di 240AW e autonomia fino a 60 minuti in modalità Eco.

Robot aspirapolvere 360 Heurist

Dotato di una potente capacità di aspirazione, è alimentato dal motore digitale Dyson V2, con una velocità di 78mila giri al minuto. Apprende costantemente e si adatta all'abitazione elaborando una mappa dettagliata dell'ambiente domestico: il suo sistema visivo intelligente gli permette di muoversi con la massima precisione e di sapere sempre dove si trova, anche in casi di scarsa luminosità. Si muove su cingoli per superare con facilità gli ostacoli e adattarsi alle varie superfici, oltre a essere dotato di una spazzola che si estende per tutta la larghezza dell'apparecchio, pulendo in qualunque punto fino al bordo esterno del robot. È progettato per pulire in spazi ristretti, grazie al suo diametro di soli 23 cm. Il sistema di filtraggio dell'intero apparecchio cattura allergeni e particelle fino a 0,3 micron, emettendo aria più pulita. Tramite la app Dyson Link, può essere controllato, programmato e monitorato praticamente ovunque.

TINECO
Lavapavimenti Floor One S5

A tutti coloro che sono alla ricerca di un prodotto performante, Tineco propone la lavapavimenti Floor One S5 che, grazie alle sue tre caratteristiche principali (il sistema di pulizia ad acqua corrente, l'autopulizia e asciugatura a prova di sanificazione e la tecnologia iLoop Smart Sensor) è in grado di far fronte a qualsiasi esigenza. Nello specifico, il dispositivo vanta ampi serbatoi per l'acqua (quello dedicato all'acqua sporca misura 0,8 L e quello per l'acqua pulita 0,7 L) ma la caratteristica distintiva del modello è la presenza del sensore iLoop, in grado di regolare automaticamente il flusso d'acqua, la potenza di aspirazione e la velocità del rullo in base alla tipologia di sporco. Infine, come tutti i modelli della linea Floor One, S5 è progettato per attuare l'autopulizia, eliminando eventuali residui di sporco e odori sgradevoli mentre si trova in ricarica sul proprio supporto a parete 3 in 1.

PROSCENIC
Aspirapolvere senza fili P12

Dotato di una spazzola a rullo anti-groviglio potenziata e di un motore brushless che gli fornisce di un'aspirazione di 33 kPa (120AW), raccoglie efficacemente lo sporco sul pavimento. Inoltre, la setola guida, dalla forma a V brevettata, lavora con le spazzole interne per ridurre efficacemente i grovigli di capelli, offrendo prestazioni potenti. Una grande batteria da 2600 mAh consente fino a 60 minuti di pulizia in modalità silenziosa. La possibilità di aggiungere una batteria supplementare prolunga ulteriormente il funzionamento del dispositivo. Inoltre, il contenitore della raccolta della polvere ha una capacità di 1,2L, evitando quindi uno svuotamento frequente. L'illuminazione dei fari a Led verde rende visibile la polvere fine. Il sistema di filtrazione dell'aria, grazie ai suoi cinque stadi, cattura il 99,99% della polvere ed emette aria purificata anallergica. Un ampio schermo a Led mostra il livello della batteria, la modalità di aspirazione e segnala la presenza di spazzole incastrate o bloccate. Lo sterzo girevole a 180° consente di pulire comodamente i punti più difficili da raggiungere da qualsiasi angolazione.

IROBOT
Roomba Combo j7+

Roomba Combo j7+ è il robot all-in-one veramente hands-free, con panno per lavaggio totalmente retraibile, che aspira la polvere e lava i pavimenti simultaneamente senza bagnare i tappeti. È dotato di sistema operativo iRobot OS 5.0 con intelligenza artificiale, che introduce nuove funzionalità e garantisce una maggiore personalizzazione del ciclo di pulizia. Il robot riconosce più di 80 oggetti comuni e consente di pulire aree specifiche a comando. Inoltre, è anche in grado di individuare ed evitare ostacoli sul pavimento, come cavi, abiti, scarpe, calzini, zaini, così come ciotole, giochi e deiezioni degli animali domestici. Distribuito in Italia da Nital.

HISENSE
Gamma di aspirapolvere Hi Move

La nuova gamma di aspirapolvere targata Hisense è composta da quattro modelli, che differiscono per potenza di aspirazione, silenziosità, autonomia e dotazione di accessori. I prodotti della serie offrono un'autonomia tra 35 e 60 minuti, più che sufficienti per qualsiasi ambiente domestico. La potenza, invece, varia tra i 135 W del modello entry level HVC6133W e i 400 W del top di gamma HVC6464A, che offre una portata di 16 litri/secondo e un livello di rumore di 80 db. Inoltre, tutti i modelli sono dotati di un motore a elevata efficienza, mentre il top di gamma è equipaggiato con motore Inverter in grado di garantire un maggior potere aspirante e maggiore silenziosità grazie all'assenza di spazzole. Non mancano, infine, una spazzola motorizzata per tappezzeria, ideale per rimuovere lo sporco e la polvere da materassi, tappezzeria e scale con moquette, e l'indispensabile accessorio lava pavimenti, che trasforma l'aspirapolvere in un prodotto 3-in-1: aspirapolvere, aspirabriciole e lava pavimenti.

BOSCH
Scopa elettrica ricaricabile Unlimited 7 (BBS711W)

A chi ama avere una casa pulita ma con poco tempo a disposizione, la Scopa Elettrica Unlimited 7 di Bosch offre una potenza paragonabile a quella dei classici aspirapolveri a filo e l'innovativa spazzola motorizzata che assicura un'efficace raccolta della polvere. Il tubo flessibile consente infatti di raggiungere gli angoli più difficili della casa, senza il pericolo di lasciare un fastidioso strato di polvere sotto al divano.

VORWERK
Folletto VK7s

È il nuovo sistema di pulizia smart con tecnologia senza filo. Le alte prestazioni sono garantite dalla tecnologia delle spazzole, dai canali di aspirazione ottimizzati e dai suoi quattro livelli di potenza. È dotato di una batteria al litio della durata fino a 1800 cicli.
Silenzioso e smart, Folletto VK7s è in grado di selezionare in autonomia la modalità corretta di aspirazione per ogni tipo di superficie. È dotato di un sistema Led che mantiene sempre aggiornato il suo stato di funzionamento, e si spegne in autonomia grazie alla funzione Start&Stop. Inoltre, con Folletto App è possibile comunicare con il sistema tramite il proprio smarthphone. Il sistema Folletto VK7s è una soluzione modulare e personalizzabile per ogni esigenza di pulizia e igiene degli ambienti domestici. Dispone infatti di un set completo di accessori per pulire a fondo tutte le superfici, come la spazzola elettrica multifunzionale Folletto EB7s e la Pulilava SP7s.

BEKO
Scope Ricaricabili PowerClean

La gamma PowerClean di Beko coniuga prestazioni elevate, grande comfort di utilizzo e manutenzione ridotta. Il Motore Digitale Brushless è compatto, efficiente, potente e molto più leggero di un motore convenzionale, permettendo un risparmio di energia e costi. Anche la batteria, leggera ed estraibile, garantisce fino a 45 minuti di autonomia senza interruzioni e si ricarica completamente in sole 4 ore. Grazie alla tecnologia Actiflex, il tubo pieghevole ergonomico di PowerClean può raggiungere e pulire perfettamente i punti più difficili da raggiungere, come sotto il divano. Leggera e maneggevole da usare, grazie alle sue dimensioni salvaspazio, si può riporre facilmente dove si preferisce. Anche le attività di manutenzione sono ulteriormente ridotte: il sistema ciclonico garantisce prestazioni di lunga durata prevenendo l'intasamento dell'Hepa Filter presente. Le scope ricaricabili PowerClean di Beko sono disponibili in tre versioni: VR T94929 VI (colore Iron), VR T94928 VW (colore White) e VR T94929 VV (colore Green).

ELECTROLUX
Ultimate 800 Ultra (EP81U25ULT)

Contraddistinto da una finitura elegante effetto bronzo, Ultimate 800 Ultra garantisce pulizia efficiente, facile utilizzo e minima rumorosità. In modalità automatica, è in grado di adattare la potenza in base alla superficie da trattare, come parquet e tappeti.
Il sistema di filtraggio a cinque fasi rimuove fino al 99,99% di micropolveri dalle dimensioni pari a 0,3-10 Qm. La rumorosità raggiunta è di soli 79 db(A), consentendo di pulire gli ambienti senza disturbare nessuno. La batteria sostituibile assicura una profonda aspirazione per 60 minuti senza alcuna interruzione. Realizzato con sistema modulare, l'utilizzo è semplice e intuitivo grazie al comodo sistema roll-in roll-out. Inoltre, è dotato di un tubo telescopico e di una spazzola motorizzata autopulente per una pulizia completa ed efficace del rullo spazzola.

Cordless Cleaner Animal 600 (ES62AB25UG)

Il Cordless Cleaner Animal 600 è stato progettato per semplificare la pulizia di case con animali domestici, soprattutto durante i cambi di stagione, quando per cani e gatti è periodo di muta. Il modello senza sacco e senza filo è dotato della spazzola PetPro+ che consente di rimuovere i peli dai pavimenti e dagli arredi silenziosamente, grazie al motore a bassa rumorosità. Inoltre, la spazzola PowerPro multi-surface assicura un'accurata pulizia su ogni superficie, senza bisogno di accessori aggiuntivi. L'aspirapolvere Animal 600 può funzionare fino a 55 minuti con una carica completa e può essere facilmente ricaricato nella base di ricarica Roll in Roll out con sistema di aggancio e sgancio automatico.

hitech magazine
anno 14 - numero 3 - marzo 2023
www.technospia.it

MIELE
Aspirpolvere Triflex HX2 Pro

Il particolare design modulabile rende il Triflex HX2 Pro di Miele un aspirapolvere 'tre in uno', che unisce un'elevata potenza aspirante a una maggiore velocità nella pulizia.
La parte centrale del prodotto, la Power Unit, è composta da un gruppo motore, una batteria ricaricabile e un contenitore per la polvere, e può essere posizionata in tre punti diversi del tubo di aspirazione, in base alle proprie esigenze. Il nuovo motore Digital Efficiency, con potenza aumentata del 60%, e la doppia spazzola in dotazione assicurano una pulizia profonda di ogni superficie.
Il filtro Hepa AirClean Lifetime consente una pulizia profonda, catturando anche le particelle più piccole ed eliminando fino al 99,9% degli allergeni. La potente spazzola è dotata di luce Led BrilliantLight, per agevolare la pulizia anche negli angoli più difficili da raggiungere, e il cursore di accensione con tre livelli di potenza permette di selezionare la modalità più indicata per ogni tipo di pavimento.
La doppia batteria sostituibile consente una durata di utilizzo di massimo 120 minuti, rendendo il modello ideale per la pulizia di ampie superfici (fino a 150 metri quadrati).

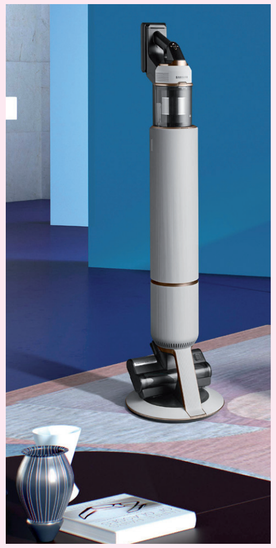
KARCHER
Lavasciuga pavimenti FC 2-4 con batteria intercambiabile

Si amplia la gamma delle lavapavimenti Kärcher, con una nuova macchina che raccoglie lo sporco umido e secco di tutti i giorni e pulisce il pavimento in una sola passata. La particolarità di questo nuovo modello è la sua batteria intercambiabile da 4 V. Grazie alla funzione di accensione e spegnimento automatico, la FC 2-4 inizia a pulire non appena l'apparecchiatura viene rimossa dalla stazione e la maniglia viene portata in posizione di pulizia. I rulli rotanti, che vengono continuamente inumiditi con l'acqua del serbatoio dell'acqua pulita, assicurano che la lavasciuga pavimenti raccolga e pulisca lo sporco nello stesso passaggio. Poiché per la pulizia viene utilizzata solo una piccola quantità d'acqua, è possibile pulire sia pavimenti duri come piastrelle o Pvc, sia pavimenti in legno come laminato e parquet. La macchina è dotata di un filtro che permette di aspirare peli e capelli e che può assorbire facilmente anche i peli degli animali domestici. La sua batteria gli consente di pulire fino a 70 metri quadrati per carica. Lo sporco rimosso dal rullo viene trasportato nel serbatoio delle acque reflue, facile da rimuovere e pulire. Dopo l'uso, i rulli possono essere lavati in lavatrice a 60°C. Oltre alla batteria e al caricabatterie, il kit lavasciuga comprende un supporto di parcheggio e un detergente universale.

SAMSUNG
Robot aspirapolvere JetBot 90 AI+

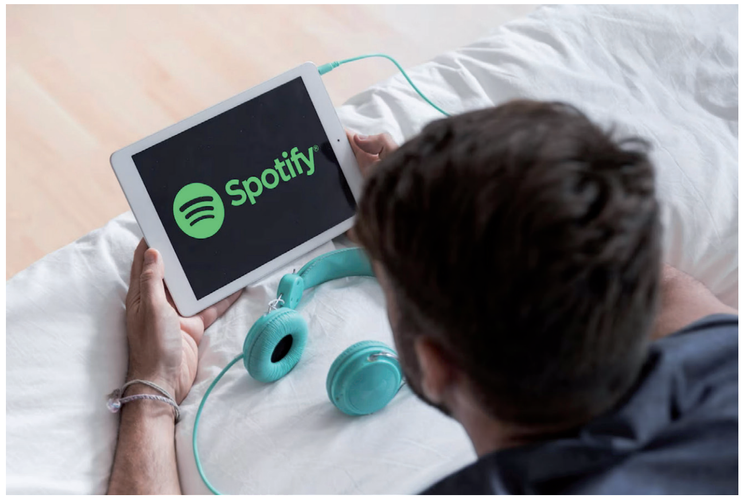
Samsung JetBot 90 AI+ è il robot aspirapolvere con Intelligenza Artificiale Intel che garantisce la pulizia dei pavimenti con il minimo sforzo. JetBot 90 AI+ si muove in casa grazie alla combinazione di sensori e di tecnologia AI avanzata, in grado di riconoscere gli oggetti. Un sensore LiDar rileva la distanza dagli oggetti e dalle pareti, e traccia un percorso che permette al robot di spostarsi con movimenti precisi. Un sensore 3D riconosce inoltre i diversi oggetti, rilevando anche quelli di piccole dimensioni, per effettuare le manovre senza intoppi. Mentre pulisce, il digital inverter avanzato di JetBot 90 AI+ massimizza la forza aspirante da 30W del suo sistema Jet Cyclone, catturando sia la polvere presente nell'aria che lo sporco sul pavimento. Collegandosi allo smartphone, attraverso l'app Samsung SmartThings, JetBot 90 AI+ può essere controllato a distanza, ovunque ci si trovi, per pianificare una pulizia o impostare le zone vietate sulla mappa della casa. Il robot è inoltre dotato di telecamera, è quindi possibile connettersi tramite smartphone quando si è lontani, per tenere d'occhio la propria casa ed eventuali animali domestici.

Scopa ricaricabile Bespoke Jet



Bespoke Jet è la scopa ricaricabile dal design iconico che unisce performance, autonomia e attenzione all'igiene in tutte le fasi di utilizzo. È dotata di un sistema di filtraggio a cinque livelli che trattiene fino al 99,999% di polvere e allergeni, restituendo aria pulita. Il prodotto dispone di un motore Digital Inverter che sprigiona fino a 210 W di forza aspirante e pesa il 47% in meno di quello montato sulla Jet 903. Il corpo di Bespoke Jet pesa solo 1,44 kg, per essere maneggiato agevolmente, per aspirare senza difficoltà da sopra ai pensili a sotto i mobili, fino alle tapparelle e alle scale. È dotata di due batterie a lunga durata e garantisce fino a 120 minuti di pulizia. Dopo un'ora di funzionamento, basterà un gesto per sostituire la batteria con quella di ricambio. Dopo le pulizie, la All-in-one con Clean Station svuota automaticamente il serbatoio della scopa, evitando il contatto con la polvere e abbattendo l'emissione di impurità nell'aria, funzionando anche come supporto e base di ricarica. Bespoke Jet è dotata di un display digitale Lcd che fornisce tutte le informazioni necessarie: livello di forza aspirante, autonomia residua della batteria, indicazioni di eventuali criticità quali intasamenti, oggetti incastrati nella spazzola o filtri mancanti, e guida alla risoluzione del problema. È disponibile in tre colori: Midnight Blue, Misty White e Woody Green.

MC
Media Contents
TUTTO QUANTO FA ENTERTAINMENT
HOME VIDEO - VIDEOGAME - TOYS - DIGITAL



Apple, occhio alla mazzata Ue!

Cupertino rischia una multa sino a 36 miliardi di euro. L'indagine, da parte delle autorità antitrust di Bruxelles, è stata innescata da una denuncia di Spotify, risalente al 2019. Sotto la lente gli obblighi imposti ai fornitori di app di streaming musicale.

A

Apple potrebbe essere sanzionata dall'Unione europea con una multa pari a 39 miliardi di dollari (circa 36 miliardi di euro). È quanto si apprende da un comunicato stampa che la Commissione Europea ha pubblicato nella giornata del 28 febbraio, per "chiarire le proprie preoccupazioni in merito alle regole imposte dall'App Store ai fornitori di streaming musicale".

All'origine di questo passo procedurale è un parere preliminare della Commissione, secondo cui "Apple ha abusato della sua posizione dominante, imponendo la propria tecnologia di pagamento con acquisti in-app agli sviluppatori di applicazioni per le piattaforme musicali, e limitando la possibilità di informare gli utenti di iPhone e iPad su servizi alternativi di abbonamento musicale".

È stata Spotify a innescare l'iniziativa dei regolatori Ue, allorché, nel 2019, ha portato all'attenzione dell'Antitrust di Bruxelles il fatto che gli utenti Apple non potessero essere informati sulla possibilità di iscriversi a un servizio di streaming in abbonamento e l'impossibilità di accedere da dispositivi iOS a sistemi di pagamento alternativi a quello dell' App Store. In ragione di quella segnalazione, nel 2020 l'Unione europea ha aperto un'indagine.

"La Commissione (...) si concentra sulle restrizioni contrattuali imposte da Apple agli sviluppatori di app che impediscono loro di informare gli utenti di iPhone e iPad sulle opzioni di abbonamento musicale alternative a prezzi inferiori al di fuori dell'app e di sceglierle effettivamente", si legge nella nota di Bruxelles. L'oggetto dell'indagine sono, in particolare, i cosiddetti 'obblighi anti-steering' di Apple, che, in sede preliminare, la Commissione "ritiene costituiscano condizioni commerciali sleali in violazione dell'articolo 102 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea".

"In particolare, la Commissione teme che gli obblighi anti-steering imposti da Apple agli sviluppatori di app per lo streaming musicale impediscano a questi ultimi di informare i consumatori su dove e come abbonarsi ai servizi di streaming a prezzi inferiori. Questi obblighi anti-steering: non sono né necessari né proporzionati per la fornitura dell'App Store su iPhone e iPad; costituiscono un danno per gli utenti dei servizi di streaming musicale sui dispositivi mobili di Apple, che potrebbero finire per pagare di più; e incidono negativamente sugli interessi degli sviluppatori di app di streaming musicale, limitando l'effettiva scelta dei consumatori".

Nell'aprile 2021 la Commissione aveva inviato ad Apple una comunicazione degli addebiti a cui la società ha poi risposto nel settembre 2021. Cupertino replicò con una nota ufficiale, in cui riprendeva le accuse della piattaforma britannica: "Spotify è diventato il più grande servizio di abbonamento musicale del mondo, e siamo orgogliosi del ruolo che abbiamo avuto in questo. Spotify non paga ad Apple alcuna commissione su oltre il 99% dei suoi abbonati, e paga solo una commissione del 15% su quegli abbonati rimanenti che hanno acquistato attraverso l'App Store. Al centro di questo caso c'è la richiesta di Spotify di poter pubblicizzare offerte alternative sulla loro app per iOS, una pratica che nessun negozio al mondo permette. Ancora una volta, vogliono tutti i benefici dell'App Store ma non pensano di dover pagare nulla per questo. L'argomentazione della Commissione a favore di Spotify è l'opposto della concorrenza leale".

Va detto che l'anno scorso Cupertino si è decisa, anche dietro le sollecitazioni delle authority antitrust olandesi e coreane, così come di un'indagine aperta in Giappone, a rivedere la propria policy in merito all'impossibilità di fornire link esterni nelle app su iOS per pagare un servizio in abbonamento. Nello specifico le richieste riguardavano non lo streaming musicale ma le app di dating. Apple ha iniziato a consentire agli sviluppatori l'utilizzo di un sistema di pagamento esterno all'App Store, così come la possibilità di inserire link che possono condurre a siti esterni per siglare un abbonamento.

L'iter dell'indagine dell'antitrust Ue è però proseguito, sino alla decisione di non procedere nella parte relativa agli acquisti in-app, e tuttavia riconoscendo che sussistono i presupposti per un'indagine relativa agli obblighi anti-steering.

Cosa rischia nel concreto Apple? Se la Commissione, dopo che l'azienda ha esercitato i suoi diritti di difesa, conclude che esistono prove sufficienti di un'infrazione, può adottare una decisione che vieta il comportamento e impone un'ammenda fino al 10% del fatturato mondiale annuo dell'azienda. Che nel 2022 ammonta a 394,33 miliardi di dollari. Dunque l'ammenda potrebbe arrivare sino a 39,4 miliardi di dollari, una cifra oscillante tra i 36 e i 37 miliardi di euro.

Tommaso Stigliani

Microsoft porta i giochi per Pc su Boosteroid

Microsoft ha firmato un accordo decennale per portare i suoi giochi per Pc su un servizio di streaming cloud diverso dal proprio. Il fornitore indipendente di giochi cloud Boosteroid riceverà anche i titoli di Activision Blizzard come Call of Duty. La partnership segue un accordo simile con GeForce Now di Nvidia.

Boosteroid ha quattro milioni di utenti in tutto il mondo ed è simile a Nvidia in quanto i giocatori possono vedere in streaming i titoli che già possiedono. Offre servizi di cloud gaming tramite browser e applicazioni dedicate, anche su Windows, Linux, Android, Android Tv e MacOS. Ha inoltre annunciato l'intenzione di offrire ulteriori servizi di cloud gaming tramite Mac, Chromebook, set-top box Android e Tv LG. I suoi team di ricerca e sviluppo hanno sede in Ucraina e due dei suoi uffici a Kharkiv sono stati danneggiati da attacchi missilistici delle forze russe. Il servizio di Boosteroid è disponibile in Ucraina, Regno Unito, Stati Uniti e in tutta l'Unione Europea. L'accordo è l'ultimo di Microsoft che mette in evidenza il suo impegno a rilasciare giochi multipiattaforma, cosa che spera di incoraggiare le autorità di regolamentazione britanniche ed europee ad approvare la sua offerta di 68,7 miliardi di dollari per l'acquisto di Activision Blizzard.

"Questa partnership si aggiunge ai 430 milioni di dollari di assistenza tecnologica e finanziaria che abbiamo fornito all'Ucraina dopo l'invasione illegale della Russia ed esemplifica i passi che continueremo a compiere per sostenere i 160mila sviluppatori di software ucraini", ha dichiarato il vicepresidente e presidente di Microsoft Brad Smith. "Si aggiunge inoltre ai nostri recenti accordi con Nintendo e Nvidia, rendendo ancora più chiaro alle autorità di regolamentazione che la nostra acquisizione di Activision Blizzard renderà Call of Duty disponibile su un numero di dispositivi molto maggiore rispetto al passato".

Phil Spencer, ceo di Microsoft per il settore gaming, ha aggiunto: "Crediamo nel potere dei giochi di unire le persone. Ecco perché Xbox si impegna a dare a tutti più modi per giocare ai loro giochi preferiti, su tutti i dispositivi".

Meta ha torto, ma Siae non ha ragione

Viale della Letteratura domanda l'applicazione della nuova normativa sul copyright. Chiedendo trasparenza alla società di Mark Zuckerberg. Il risultato è che la musica è temporaneamente sparita da Facebook e Instagram. Anche quella che non è gestita dalla collecting.

Segnatevi questa data perché potrebbe fare storia. 16 marzo 2023. È il giorno in cui da Facebook e Instagram è scomparsa praticamente tutta la musica. Fa eccezione qualche brano del repertorio internazionale, ma è stato a tutti subito chiaro che, dopo la rottura delle trattative tra Siae e Meta, non è sparita dai social solo la musica gestita dalla collecting di viale della Letteratura. La realtà è che in day one sono spariti dai radar anche artisti che probabilmente non c'entravano nulla. Siae invece gestisce direttamente il catalogo degli artisti e degli editori italiani. Negli altri Paesi Meta ha un accordo in essere con le collecting locali, e a livello europeo quanto sta accadendo rappresenta un'eccezione, legata all'entità dei compensi che la società di Zuckerberg avrebbe dovuto pagare in cambio dell'utilizzo dei brani legati agli artisti iscritti a Siae per le stories e per i reel di Facebook e Instagram. Va detto che nessuno conosce esattamente le cifre in ballo, e dunque attribuire all'una o all'altra parte la colpa di aver rotto le trattative è tuttora da definire.

"Speriamo si trovi rapidamente una soluzione, perché l'impatto di questo mancato accordo tra Siae e Meta potrebbe avere rilevanti effetti economici sul complesso dei ricavi dallo streaming musicale in Italia. La recente direttiva Copyright ha stabilito regole molto precise per le licenze di musica online", scrive su Twitter Enzo Mazza, presidente di Fimi (Federazione industriale musica italiana). La norma appena recepita dal nostro ordinamento impone un nuovo obbligo di trasparenza verso i titolari dei diritti legati ai primi e ai secondi sfruttamenti, e la possibilità per gli autori di chiedere una remunerazione maggiore se troppo bassa rispetto ai proventi dello sfruttamento. Siae vuole ora che tutti soddisfino a questi criteri di trasparenza, pagando così cifre congrue. La monetizzazione però segue i contratti, che sono diversi a seconda della piattaforma. Meta vuole un accordo forfettario.

Siae afferma che Meta ha compiuto una "scelta unilaterale e incomprensibile". È il classico caso in cui il bue dà del cornuto all'asino, se si pensa all'atteggiamento spavaldamente monopolistico che viale della Letteratura ha sempre tenuto, in più di un'occasione giocando di sponda con i propri appoggi nei palazzi della politica per vessare il malcapitato di turno al fine di rimpinguare le proprie entrate. Cose che accadevano quando Salvatore Nastasi era l'interlocutore privilegiato al Mibac della collecting. Nastasi che si è sempre mostrato attento alle richieste del direttore generale dell'epoca, Gaetano Blandini, suo collega in precedenza al ministero, e che, a esaurimento della stagione franceschiniana, è stato nominato presidente di Siae.

"Salvo è un panzer", confessava a microfoni spenti al sottoscritto un direttore di museo italiano. Se n'è dovuta accorgere anche Meta. Sarà pur vero che il diritto d'autore è una giungla dove vige la legge del più forte, ma il più forte da noi è sempre Siae.

Meta non sarebbe trasparente? Può anche darsi: non è dato infatti sapere quanti sono i passaggi dei brani gestiti dalla collecting. I compensi venivano pagati col sistema del revenue sharing. Ma, fateci la grazia, da quando in qua Siae può dare lezioni di trasparenza? Non ci basterebbe un numero di giornale per raccontare tutti gli episodi in cui negli ultimi anni si è trincerata dietro un'opacità strutturale, negando i propri dati a questo o quell'interlocutore. Al punto che non si può che accogliere con pieno assenso la proposta di Davide Rossi. In qualità di direttore generale di Aires, può documentare direttamente gli sforzi fatti in questi anni per avere da Siae un po' di trasparenza. Richieste puntualmente rispedite al mittente, ad aggiungere la beffa al danno delle rimodulazioni arbitrarie del compenso di copia privata.

Ciò detto, è chiaro che, laddove Meta ha cancellato i brani dei repertori affidati a Soundreef/Lea, ha fatto qualcosa che non poteva fare. Per tracotanza? Per insipienza? Per incapacità di gestire l'algoritmo? Quando le canzoni che non ricadono nel catalogo Siae non sono più state disponibili, abbiamo compreso che la società di Zuckerberg non ha il pieno controllo della situazione. E infatti è presto emerso anche un 'bug' nel sistema: chi carica i video sui social neutralizza il controllo, e aggira il provvedimento. Nei giorni successivi al 16 abbiamo assistito a un vero e proprio balletto, con la musica, quella gestita da Siae e quella che non lo è, che prima è scomparsa, poi è riapparsa, poi è svanita di nuovo. Il dietrofront è stato legato alla possibilità di fare correttamente il delisting, o si tratta di prove tecniche per la riapertura delle trattative?

Il sistema rivela una pecca che non riguarda però Meta: in Italia non abbiamo un database unico in cui un brano sia associato in modo trasparente a una collecting. È uno strumento che è sempre mancato, e che invece dovrebbe essere accessibile a tutti e aggiornato, dal momento che gli artisti rinnovano gli accordi e possono anche cambiare società di gestione, ora che il mercato non è più monopolista. Meta insomma di sicuro ha torto. Ma per quanto ci riguarda, siamo ben lontani dal dire che la ragione sta dalla parte di Siae.

Margherita Bonalumi

Che cosa è successo

Lo scorso 16 marzo, Meta ha comunicato di non essere riuscita a raggiungere un accordo con Siae per il rinnovo delle licenze relative ai brani gestiti dalla collecting italiana. "La tutela dei diritti d'autore di compositori e artisti è per noi una priorità, e per questo motivo da oggi avvieremo la procedura per rimuovere i brani del repertorio Siae nella nostra libreria musicale", ha comunicato la società a cui fanno capo Facebook e Instagram in una nota. "Abbiamo accordi di licenza in oltre 150 paesi nel mondo, e continueremo a impegnarci per raggiungere un accordo con Siae che soddisfi tutte le parti".

Pare che l'accordo non sia stato chiuso perché Meta è restia a condividere i dati di riproduzione delle singole nazioni. Il mancato rinnovo con Siae ha un impatto diretto sui Reels, sui feed e sulle Stories. Su Facebook, i contenuti impattati verranno bloccati. Su Instagram, invece, verranno silenziati, a meno che gli utenti non decidano di sostituire l'audio selezionando una traccia audio disponibile liberamente sul catalogo.

"La decisione unilaterale di Meta di escludere il repertorio Siae dalla propria library lascia sconcertati gli autori ed editori italiani", recita il comunicato diffuso da Siae. "Colpisce questa decisione, considerata la negoziazione in corso, e comunque la piena disponibilità di Siae a sottoscrivere a condizioni trasparenti la licenza per il corretto utilizzo dei contenuti tutelati".

La proposta di Aires

Istituire un ente terzo, imparziale, che definisca in maniera oggettiva l'entità dei compensi per copia privata. È quanto propone Aires, l'associazione dei retailer specializzati in elettronica, che nelle scorse settimane aveva provato a contestare la decisione unilaterale di Siae di aumentare il tributo dell'8% sulla musica diffusa.

"Vista la forza contrattuale da monopolista de facto della Siae", sottolinea Davide Rossi, direttore generale Aires, "solo un operatore forte come Meta, che rappresenta Facebook e Instagram, può permettersi di prendere una posizione di questo tipo. Tutte le altre imprese, tra cui anche quelle da noi rappresentate, hanno dovuto in questi anni accettare le condizioni unilaterali e sostanzialmente monopolistiche, imposte da Siae".

Come più volte richiesto da Aires, la soluzione potrebbe essere quella coinvolgere un ente terzo, bilanciato e in grado di tener conto del parere di tutte le parti coinvolte. Questo ente avrebbe il compito di definire, sulla base di parametri oggettivi, l'entità dei compensi per copia privata affinché questi possano davvero ritenersi equi. Una proposta concreta in questa direzione sta per essere presentata al Ministro della Cultura e alle Commissioni parlamentari competenti.

"In quest'ottica si potrebbe investire di questo compito il Comitato Consultivo Permanente per Il diritto d'autore (nominato dal Ministero della Cultura), non prima però di aver varato una profonda riforma della sua composizione che oggi vede rappresentata solo la componente degli aventi diritto e non degli utilizzatori", si legge nel comunicato stampa diffuso da Aires. "La nuova composizione non potrebbe passare che dalla rappresentanza paritetica tra autori, editori e produttori da un lato e tutti coloro che utilizzano (o aspirano ad utilizzare) legittimamente opere protette dal diritto d'autore dall'altro. Una volta compiuta questa riforma, sarà infatti possibile affidare a questo organismo di alta consulenza ulteriori funzioni e compiti, supportando il Ministero su tutte le materie relative al diritto d'autore e alla sua gestione, ivi compresi temi come le tariffe e le modalità di ripartizione dei proventi per copia privata e anche la controversia materia delle società di gestione collettive che a seguito di liberalizzazioni non ben ponderate sta generando incertezze nel mercato".

Toys, il mercato è stabile

Secondo Npd, il 2022 si chiude con una crescita dello 0,5% a livello globale sul 2021. Ma rispetto al 2019, l'aumento è stato del 22%. Restano molte le questioni aperte in questo inizio anno. Dall'overstock a potenziali nuovi problemi relativi alla logistica.

Anno piatto per il giocattolo. O almeno, per i 12 mercati internazionali in cui Npd effettua le sue rilevazioni per valutare lo stato di salute del settore. Nel 2022 tutti questi territori, che comprendono Canada, Francia, Germania, Italia, Messico, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti, hanno registrato una lievissima crescita, pari al +0,5% rispetto al 2021. Ma nonostante questa calma apparente, sorprende il dato se confrontato al pre-pandemia: in questo caso la crescita è di ben il 22%.

A deludere le aspettative, lo scorso anno, è stato proprio il periodo da cui ci si aspettava di più, quello natalizio. Se, infatti, le vendite fino al terzo trimestre hanno veleggiato a +2%, con il Q4 il calo è stato del -4%. E, anche in questo caso, rispetto allo stesso periodo del 2019 si registra una crescita, stavolta pari al +11%. In tutto questo, il prezzo medio di vendita è aumentato del 3% anno su anno, e del 19% se confrontato al 2019.

Particolarmente bene Brasile, Messico e Canada, rispettivamente con +15%, +6% e +1%. Un solo paese, invece, è riuscito a fare persino peggio del 2019: la Spagna, che ha chiuso a -1%.

Considerando i prodotti, nel 2022 cinque categorie sulle 11 monitorate da Npd hanno assistito a un aumento nelle vendite se confrontate con lo scorso anno, e tutte le categorie tranne due sono in crescita a due cifre rispetto al 2019. Tra queste, spiccano i peluche, a +64%.

Ma anche rispetto al 2021, la situazione è abbastanza positiva: l'anno scorso è continuata la cavalcata dei peluche (+27%), seguiti dai cosiddetti Giocattoli vari, dalle Carte collezionabili strategiche e dalle Action figure collezionabili (tutti a +18%), e Costruzioni (+5%),

Tra le property, stravincono i Pokémon. Molto popolari anche Barbie, Star Wars, l'universo Marvel e Hot Wheels. Tra le Ip in più forte crescita a livello globale, si trovano invece gli Squishmallows e Jurassic World. Nel 2022, il giocattolo su licenza ha rappresentato circa il 30% del mercato totale.

"Lungi dal considerare i risultati di fine anno come negativi, siamo lieti di vedere che le vendite globali nel 2022 si sono mantenute sostanzialmente in linea con il 2021", ha commentato Frédérique Tutt, analista globale del settore toys presso Npd Group. "L'aumento del 22% rispetto al pre-pandemia del 2019 mostra quanto sia resiliente questo settore".

Restano tuttavia alcune difficoltà da risolvere. Prima tra tutte, la gestione dell'inventario e degli eccessi di magazzino, legati ai tagli alla spesa dei consumatori, dovuti all'inflazione. C'è chi, come Mattel e Hasbro, ha messo in conto un primo semestre sottotono, e chi, come Funko, sta addirittura pensando di distruggere l'overstock. Si parla di un valore che va dai 30 ai 36 milioni di dollari in personaggi in vinile, ma tenerli a magazzino è comunque più costoso rispetto a liberarsene. Nel suo ultimo rapporto sugli utili, la società ha dichiarato che l'inventario ha ammontato a 246,4 milioni di dollari alla fine del 2022, +48% rispetto al 2021.

Seconda questione, i tagli al personale che stanno investendo alcune delle maggiori aziende a livello mondiale. 93 saranno i licenziamenti nella sede di Mattel a El Segundo, in California, che rappresentano circa il 6% della forza lavoro dell'headquarter. Pare che anche la stessa Funko sia in procinto di licenziare una cinquantina di dipendenti.

Terzo punto, dopo un periodo di relativa tranquillità, sembra riaprirsi la questione della logistica. Reuters ha riportato che i vettori come Msc e Maersk stanno cercando di far risalire di nuovo i prezzi dei container, spostandoli da una nave all'altra e annullando i viaggi, potenzialmente innescando un nuovo ciclo di ritardi. Alla luce di tutto questo, appare chiaro che per far fronte alle tante sfide del 2023, la resilienza citata da Npd sarà più che mai indispensabile...

Annalisa Pozzoli

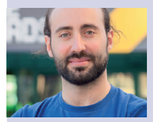
Videogiochi, 20 imprese italiane alla Gdc di San Francisco

Dal 20 al 24 marzo è tornata in presenza la Game Developers Conference (Gdc) di San Francisco (Usa), importante manifestazione internazionale del settore dei videogiochi in cui professionisti di tutto il mondo si ritrovano per scambiare idee e progettare il futuro del comparto. Cinque giorni di panel, round table, workshop ed eventi speciali che hanno affrontato i temi principali dello sviluppo di videogiochi: dal design alla grafica, dalla programmazione al marketing, dall'audio alla produzione, e di incontri business tra operatori del settore. Un appuntamento che vuole fotografare il presente, ma che guarda anche al futuro dell'industria dei videogiochi a livello globale.

Quella 2023 è stata, per l'Italia, un'edizione particolarmente sentita, vista la presenza della delegazione più numerosa di sempre dal 2014. A co-guidarla, Agenzia Ice e ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale che, in collaborazione con IIdea, l'associazione che rappresenta l'industria dei videogiochi nel nostro Paese, hanno portato negli States venti imprese italiane che sviluppano videogiochi.

La presenza italiana a San Francisco nei giorni della manifestazione è ruotata attorno allo stand Italia, accessibile nell'area Expo della fiera dal 22 al 24 marzo, e ha potuto contare su un evento collaterale pensato specificatamente per promuovere il gaming tricolore. Tenutosi il 21 marzo presso il centro innovazione e cultura Innovit, l'evento è stato realizzato in collaborazione con il Consolato Generale d'Italia a San Francisco, e ha visto la partecipazione della Trade Commissioner dell'ufficio Ice di Los Angeles, Alessandra Rainaldi.

IIdea: Davide Mancini nominato developer relations manager



IIdea, l'associazione che rappresenta l'industria dei videogiochi in Italia, annuncia l'ingresso nella propria struttura di Davide Mancini (nella foto) con il ruolo di developer relations manager. Davide si occuperà di curare i rapporti e il programma di attività relativo agli sviluppatori di videogiochi italiani. Classe 1985, dopo un percorso di studi in comunicazione e antropologia, ha raccontato il mondo dei videogiochi sulle pagine di testate come The Games Machine, Ultimo Uomo, Ign Italia. "IIdea dà un caloroso benvenuto a Davide con la certezza che la sua esperienza, le sue competenze e il suo entusiasmo arricchiranno il lavoro del team e porteranno nuova energia per il lavoro dell'Associazione a sostegno del settore dei videogiochi in Italia", si legge nel comunicato ufficiale.

Netflix responsabile del 15% del traffico Internet globale

Come riportato da Statista, Netflix rappresenta oggi circa il 15% del traffico Internet mondiale. A rilevarlo è un recente studio pubblicato dalla società di ricerca Sandvine, che sottolinea come tra le applicazioni web, e in particolare quelle dedicate allo streaming, sia proprio la società di Los Gatos a sfruttare la maggior quantità di megabyte, con una market share del 14,9%. Poco più indietro si posiziona YouTube, con l'11,4% del traffico totale. Nonostante la popolarità, Disney+ e Amazon Prime Video sono molto più distanziate, rispettivamente con una quota del 3,7% e del 4,5%. Al di là delle piattaforme di video streaming, le altre categorie responsabili del maggior consumo di megabyte sono i videogiochi e i social media, in particolare TikTok, Facebook, PlayStation e Xbox.

cellularline

MULTIPOWER FAST MAGNUS 100W

Il nuovo multiporta da desk con **tecnologia GaN** perfetto per tutti i tuoi device.

Scopri tutta la Gamma Multipower con tecnologia GaN: caricatori veloci e ultracompatti con alte performance di ricarica.

GaN TECHNOLOGY

cellularline.com