Editoriale

Hitech Magazine: game over

di Angelo Frigerio

Quello che state leggendo è l'ultimo numero di Hitech Magazine. Decisione sofferta, quella di chiudere una rivista. Sono sempre un po' dei figli. Li hai concepiti, cullati, fatti crescere. Vederli morire fa male al cuore. Ma così è. Non ci sono più le condizioni per andare avanti. Il mercato dell'elettronica di consumo è notevolmente cambiato nel corso degli anni. Chi, come me, è in pista dal 1980 lo può testimoniare. Il numero dei punti vendita tradizionali si è negli anni assottigliato. Oggi dominano le catene. Sono dunque pochi i decision maker, quelli che fanno la differenza negli acquisti. Che senso ha pubblicare una rivista per 300 buyer? Anche perché la carta, in questo settore, è ormai uno strumento obsoleto. L'online la fa da padrone. Avevo deciso, in un primo tempo, di mantenere una testata solo in digitale, ma poi non ci sono i numeri. Ovvero il fatturato. Il B2B non è più considerato negli investimenti strategici. Meglio allora suonare la campanella della fine. Ringrazio tutti quelli che hanno contribuito, in questi anni, alla realizzazione del giornale: giornalisti, grafici, commerciali, segreteria. Non si butta niente del lavoro fatto. Come pure dei rapporti intessuti negli anni. Saranno utili più avanti. Per le nuove sfide che affronteremo. Scriveva Lavoiser: "Nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma".

periodico quindicinale
novembre/dicembre 2023
anno 14 – numero 11/12
direttore responsabile
Angelo Frigerio
www.technospia.it

hitech magazine

RETAIL, ELDOM, CONSUMER ELECTRONICS, ICT, ENTERTAINMENT

OpenAI, indietro tutta

Sam Altman, licenziato venerdì 17 novembre e assunto lunedì 20 da Microsoft, viene reintegrato nella sua azienda originaria a furor di popolo. Mettendo così fine a un vorticoso giro di poltrone innescato nel fine settimana precedente.

a pagina 4

Walmart raddoppia il Black Friday

La catena leader della Gd Usa ha annunciato un doppio appuntamento, l'8 e il 24 novembre. Con un Cyber Monday finale il 27 novembre.

a pagina 6

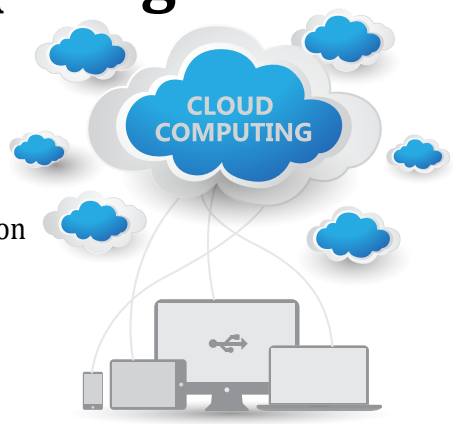
da pagina 10 a pagina 15

Aires contro i pagamenti entro i 30 giorni

Secondo il presidente dell'associazione, Andrea Scozzoli, la proposta in discussione alla Commissione europea va respinta.

a pagina 3

Alibaba non scorpora il cloud-computing



All'origine della decisione ci sono le restrizioni imposte alle aziende cinesi, che complicano la possibilità di competere con Amazon Web Services, Microsoft Azure e Google Cloud Platform.

a pagina 8

da pagina 21 a pagina 24

Media Contents

I ceo di Netflix, Warner e Paramount sono tra i più pagati al mondo

Disney ponte tra Usa e Cina

I nuovi pirati della Gen Z

da pagina 25 a pagina 27

Sarà la Germania la Silicon Valley d'Europa?

Un nuovo pacchetto di norme, in vigore già dall'inizio del nuovo anno, favorirà l'adozione di politiche rivolte alle start up. Favorendo i piani di azionariato rivolti ai dipendenti. E rendendo così le imprese più attrattive per i talenti professionali.

a pagina 9

eldom

LG, operazione built-in

Fa il suo debutto in Italia la prima collezione da incasso del brand sudcoreano. Elettrodomestici semplici da usare, dalle prestazioni elevate e dal design minimal, che ben si inseriscono in qualsiasi ambiente cucina.

pagina 20

a pagina 16

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

Beppe Grillo e l'AI

Un incontro di partito, tra Beppe Grillo e Giuseppe Conte. Solo che il primo indossa un visore per la realtà aumentata, mentre il secondo è un semplice avatar, una figura di pixel pronta a interagire con chiunque entri nella sua stanza virtuale. Il meeting si è tenuto in occasione della prima convention organizzata dal Movimento 5 Stelle sull'Intelligenza artificiale, per parlare dell'impatto di questa nuova tecnologia sulla vita di tutti i giorni. Com'è stato faccia a faccia con il Conte virtuale? "Ha lo sguardo più incattivito di quello cha ha lui generalmente", ha commentato Grillo. Giuseppe Conte (quello vero) è poi intervenuto nel corso della giornata, affermando che l'Intelligenza artificiale è ormai diventata imprescindibile: "Secondo gli esperti potremmo aumentare il Pil del 15%. Le ricadute occupazionali però saranno terribili: la politica deve governare questi processi". E cosa sta facendo la politica? Il governo guidato da Giorgia Meloni ha scelto di fare a meno di un ministero dell'Innovazione, assegnando la delega ad Angelo Butti, sottosegretario alla presidenza del Consiglio. E per quanto riguarda l'AI, ha fatto sorridere la scelta, come presidente della commissione creata dal governo per studiare l'impatto dell'Intelligenza artificiale, dell'85enne Giuliano Amato. Già diventato suo malgrado protagonista di innumerevoli meme...

voto **6**

Mark Zuckerberg

voto **7** (di incoraggiamento)

Che Mark Zuckerberg fosse un appassionato di arti marziali, lo si sapeva da tempo. Il suo possibile scontro con Elon Musk sul 'ring' ha tenuto banco per gran parte della scorsa estate. "Se Elon dovesse mai prendere sul serio un appuntamento vero e un evento ufficiale, saprebbe come contattarmi", aveva dichiarato quando Musk si era tirato indietro. "Altrimenti, è ora di andare avanti. Mi concentrerò sul competere con persone che prendono sul serio questo sport". Detto, fatto. Il boss di Meta, dopo aver partecipato ad alcuni incontri competitivi di ju-jitsu brasiliano, vincendo tra l'altro alcune medaglie, si è infortunato, rompendosi il crociato durante un allenamento. Così, in un post su Facebook ha pubblicato una sua foto in un lettino di ospedale, con bende, tutori e pigiamino d'ordinanza. Un vero duro. Elon Musk, comincia a tremare.

I moderatori dei social network

Uno dei meriti del Digital Service Act (Dsa), la normativa europea approvata a ottobre 2022, è stato quello di fare maggior luce sui meccanismi di funzionamento dei social network. E così, anche in Italia, queste piattaforme di comunicazione hanno pubblicato documenti che sino ad ora erano rimasti sconosciuti, tra cui la quantità di moderatori addetti al controllo dei contenuti. È ovvio che il loro numero, oltre che dal numero di utenti, dipenda dal tipo di social e di post che vengono pubblicati: i testi sono relativamente più semplici e automatizzati da sorvegliare, più complesso è analizzare immagini, musica o video. Un giornalista di Repubblica, Emanuele Capone, si è preso la briga di andare a cercare il numero di moderatori di lingua italiana per ogni piattaforma. I risultati sono sconcertanti. Meta (inteso come Facebook e Instagram) ha 36 milioni di utenti in Italia, a fronte di 179 moderatori. Per YouTube ce ne sono 91 e per LinkedIn 13. È messa meglio Tik Tok, 20 milioni di utenti mensili, che conta ben 430 moderatori. Invece, per il controllo di tutti i contenuti in Italiano, ha solo due dipendenti.

voto **0**

Scientology

Negli Stati Uniti è di fatto proibito riparare un device elettronico, se nel farlo si ottiene un accesso non autorizzato alle opere protette da copyright. Esistono però delle deroghe, e sono proprio queste ultime che proprio non vanno giù alla Church of Spiritual Technology, chiesa interna a Scientology. Per questo motivo, l'organizzazione 'religiosa' ha presentato un'istanza al governo federale, chiedendo di rendere illegale aggirare i blocchi imposti via software per la riparazione dei dispositivi. Anche se il documento non indica nessun device in particolare, ma l'oggetto del contendere sembra essere l'E-Meter, altresì detto 'elettro-psicometro', uno strumento che sarebbe in grado di misurare lo stato spirituale di una persona. Quelli che tra i seguaci di Scientology sono chiamati 'auditor' sono obbligati a comprarlo, e costa migliaia di dollari. Manomettere il prezioso strumento, anche solo per ripararlo, potrebbe comprometterne irrimediabilmente il funzionamento. O, forse, smascherare una colossale fregatura...

voto **4**

La GigaBier di Elon Musk

Tra social network che cambiano nome, razzi che si disintegrano prima di raggiungere l'orbita ("Ma tutto bene", assicurano dai vertici di Space X), e automobili Tesla che si incendiano, è difficile immaginare come Elon Musk possa aver tempo per pensare ad altro. E invece questo succede, in continuazione, che sia per praticare arti marziali e sfidare altri famosissimi miliardari, oppure vendere lanciafiamme per finanziare le proprie società, o anche commercializzare un profumo 'omnigender' con invitante fragranza a base di capelli bruciati. Questa volta è il turno del lancio di una birra. Banale, verrebbe da pensare. E invece no, perché la GigaBier viene venduta in una speciale confezione da due bottiglie da 33 cl e due bicchieri che ricordano le linee squadrate del pick up elettrico di Tesla, il CyberTruck. Il tutto al modico prezzo di 150 dollari. Sembra, però, che la birra abbia deluso i suoi acquirenti. "Sa di spazzatura", hanno commentato alcuni. Forse, alla fine, il profumo ai capelli bruciati non era così male...

voto **2**

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 14 - n°11/12 novembre/dicembre 2023
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.

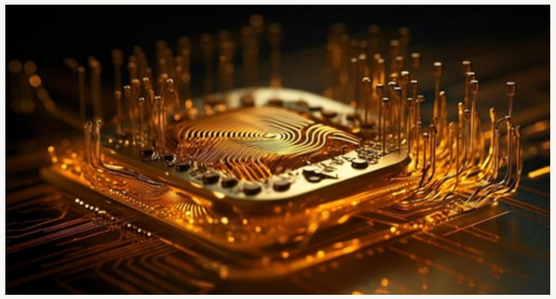
L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento 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 27 novembre 2023

Che ne sarà dell'hi-tech senza prodotto?



Quanto accaduto in un solo fine settimana nel mondo del business legato all'AI è probabilmente un qualcosa che non ha precedenti nell'hi-tech. Il ceo di OpenAI ha avuto infatti il benservito da parte dell'azienda che ha portato alla notorietà globale. Al suo posto è stata nominata una sostituta che è rimasta in carica dal venerdì sera al lunedì mattina, allorché si è appreso che al suo posto sarebbe stato assunto l'ex ceo di Twitch. E non è tutto, perché mancava ancora la vera notizia, arrivata il lunedì mattina: l'ex ceo di OpenAI assunto a tempo record da Microsoft. E prima che fosse mezzogiorno abbiamo appreso che le due società con i nuovi manager continueranno a collaborare in futuro. Infine, sempre mercoledì, l'annuncio del reintegro dell'ex ceo in OpenAI, dopo la rivolta dei dipendenti.

Di contro Arm, una società che fa architetture di chip di cui in pochi hanno seguito in passato le vicende (nonostante fosse già la fornitrice globale di tutti gli smartphone di fascia alta), è ora al centro di valutazioni attentissime da parte dei mercati. Dopo la quotazione sembrava volare, e invece la prima trimestrale post-Ipo è andata bene, ma non quanto qualcuno si aspettava. Perché? Sullo sfondo ci sono la possibile concorrenza di una start-up cinese e di una applicazione open-source. È sufficiente questo a minarne le prospettive di crescita? Con tutta probabilità no. Ma basta un refolo di vento per portare lo scompiglio. Intanto Intel, che pure sta effettuando investimenti faraonici, viene guardata con minore attenzione di un anno fa. E persino Nvidia, che nella prima parte del 2023 ha fatto versare fiumi d'inchiostro, sembra far parte già del passato prossimo.

Il mercato dell'hi-tech è insomma diventato un eterno prospetto. Tagli del personale, disinvestimenti improvvisi, sboom, hanno segnato l'inizio dell'anno. Qualcuno se ne ricorda? La grande bolla del Metaverso andava sgonfiandosi. Poi è arrivata l'AI, e con essa il bisogno di nuovi potentissimi chip, e la speculazione prossima ventura è partita. Sullo sfondo restano sì i conflitti tra Usa e Cina, il 5G, il fabbisogno di semiconduttori, la riallocazione della produzione dove c'è la disponibilità a produrre tecnologia di altissima qualità. E di prodotto, quello che stringiamo tra le mani, che acquistiamo nei negozi, o magari online, quand'è che si tornerà a parlare? Perché bisogna essere franchi. Mai come oggi sembra essere diventato marginale. Gli stessi gruppi retail rimasti sul territorio, con i loro punti vendita, pongono sempre più l'enfasi sul servizio. Eppure il bello della tecnologia è proprio il prodotto. Invece tutto il mondo che ruota attorno alle tecnologie di consumo sembra ormai interessato solo a parlare degli investimenti enormi che alimentano la corsa verso l'intangibile: la potenza di calcolo è il centro di tutto, e dato che al consumatore in definitiva ne serve una quantità limitata, oggi parliamo sempre di più di un'economia in cui si fa fatica a vedere il mercato consumer, l'atto d'acquisto su cui tutto si regge. Congedandosi dunque da questa rubrica, che voleva porre questioni pragmatiche, e invece si è trovata spesso negli ultimi mesi a parlare dell'intangibile, ci resta il domandone finale. Senza prodotto che ne sarà dell'hi-tech?

Andrea Dusio

Aires contro i pagamenti entro i 30 giorni

Secondo il presidente dell'associazione, Andrea Scozzoli, la proposta in discussione alla Commissione europea va respinta. Ciò che serve è "un approccio più equilibrato e proporzionato, che rispetti la diversità e le specificità dei diversi settori e modelli di business".

di Tommaso Stigliani

Aires, l'associazione italiana dei retailer di elettronica, ha espresso forte preoccupazione in merito alla proposta, attualmente in discussione in Commissione europea, che prevede l'introduzione di un unico termine massimo di pagamento a 30 giorni per tutte le transazioni commerciali. Scadenza che, nei piani dell'esecutivo Ue, sarà la stessa in tutti i 27 Paesi dell'Unione.

In particolare, per quanto concerne il mercato dell'elettronica di consumo, la normativa creerebbe un gravissimo danno, in quanto, invece di tutelare le piccole e medie imprese, come nelle intenzioni dei Legislatori, di fatto andrebbe a favorire i grandi produttori globali a scapito di tutti i rivenditori italiani e anche europei.

Per circoscrivere e contestualizzate la criticità espressa da Aires, basti pensare alle dimensioni del retail dell'elettronica di consumo, molto inferiori rispetto a quelle dei fornitori di questo comparto. I quali non necessitano assolutamente di questa forma di tutela e che, anzi, ne trarrebbero un vantaggio ingiustificato, indebolendo di fatto il potere contrattuale dei rivenditori europei. Inoltre, dovendo le imprese del retail ricorrere a finanziamenti per far fronte a costi ancora non coperti dalle relative vendite (la rotazione dei prodotti è infatti ben superiore a 30 giorni) sarebbe inevitabile un aumento dei prezzi finali di vendita. Andrea Scozzoli, presidente di Aires, ha pertanto rivolto un appello al governo: "Mi rivolgo al ministro delle Imprese e del made in Italy, Adolfo Urso, e al ministro per gli Affari europei, Raffaele Fitto, ponendo alla loro attenzione la particolare e complessa situazione del nostro comparto. Questa proposta va respinta e riteniamo necessario un approccio più equilibrato e proporzionato, che rispetti la diversità e le specificità dei diversi settori e modelli di business. Aires, oltre a sostenere convintamente le azioni che Confcommercio sta ponendo in essere a nome di tutti i settori, si sta battendo in tal senso anche a livello europeo: unitamente a Eurocommerce, attraverso EuCer Council, di cui facciamo parte, Aires ha sottoposto alla Commissione europea il proprio position paper, all'interno del quale sono dettagliatamente spiegati i motivi di tale opposizione. Auspichiamo che venga rivolta la dovuta attenzione a quanto esposto, perché l'impatto negativo sull'economia, sulla resilienza delle catene di approvvigionamento e sul ruolo che il settore svolge nella nostra società rischia di essere drammatico".

hitech magazine
anno 14 - numero 11/12 -novembre/dicembre 2023
www.technospia.it

OpenAI, indietro tutta

Sam Altman, licenziato venerdì 17 novembre e assunto lunedì 20 da Microsoft, viene reintegrato nella sua azienda originaria a furor di popolo. Mettendo così fine a un vorticoso giro di poltrone innescato nel fine settimana precedente.

di Andrea Dusio

La notizia ha del clamoroso. Sam Altman ritorna in OpenAI, a poco più di cento ore dal licenziamento, al termine di un balletto che ha visto le redazioni di tutto il pianeta riscrivere per ben quattro volte la storia cominciata venerdì 17 novembre, allorché il manager era stato licenziato, con una nota in cui si leggeva come non riscuotesse più la fiducia della società.

In realtà, nel fine settimana sono seguite frenetiche trattative per tentare di ricucire lo strappo, e riportare Altman nella società che ha contribuito a fondare. Sino a quando, a porre una pietra tombale sulle illazioni, è arrivato lunedì mattina l'annuncio di Satya Nadella, ceo di Microsoft, nel quale veniva dichiarato che sia Sam Altman che Greg Brockman si sarebbero uniti alla guida del nuovo team di ricerca della società di Redmond.

"Siamo estremamente entusiasti di condividere la notizia che Sam Altman e Greg Brockman, insieme ai loro colleghi, si uniranno a Microsoft per dirigere un nuovo team di ricerca sull'IA avanzata", ha spiegato Nadella. "Non vediamo l'ora di muoverci rapidamente per fornire loro le risorse necessarie per il loro successo".

In un post su X (ex Twitter), Altman ha confermato la nomina, ripostando Nadella con il commento "la missione continua". Nadella ha risposto fornendo alcuni spunti in merito al possibile ruolo di Altman in Microsoft. "Nel corso degli anni abbiamo imparato molto su come dare ai fondatori e agli innovatori lo spazio per costruire identità e culture indipendenti all'interno di Microsoft, tra cui GitHub, Mojang Studios e LinkedIn, e non vedo l'ora che tu faccia lo stesso".

Al posto di Altman era stato nominato ceo ad interim di OpenAI l'ex ceo e co-fondatore di Twitch, Emmett Shear, che avrebbe preso il posto di Mira Murati, componente del board che di fatto ha guidato OpenAI dal venerdì sera al lunedì mattina. Altman era in trattativa per tornare, ma il consiglio di amministrazione di OpenAI, composto da quattro persone, ha rifiutato di dimettersi e di lasciarlo rientrare. Secondo quanto riportato dal New York Times, di recente Altman avrebbe presentato agli investitori una startup separata per la costruzione di chip Tensor Processing Unit (Tpu) personalizzati e in grado di competere con l'intelligenza artificiale di Nvidia. Il progetto Tpu, il cui nome in codice è 'Tigris', ha attirato una serie di importanti società di venture e anche l'interesse di Microsoft.

Microsoft avrebbe quindi formato su due piedi un nuovo team di ricerca sull'intelligenza artificiale avanzata, guidato da Altman e Brockman. L'indiscrezione è arrivata solo una settimana dopo che il colosso di Redmond ha annunciato di aver costruito un proprio chip AI personalizzato che può essere utilizzato per addestrare modelli linguistici di grandi dimensioni e potenzialmente evitare un costoso affidamento a Nvidia. Microsoft ha anche costruito una propria Cpu basata su Arm per i carichi di lavoro cloud. Entrambi i chip di silicio personalizzati sono progettati per alimentare i data center Azure.

Microsoft mantiene ancora un investimento in OpenAI che si dice valga circa 10 miliardi di dollari, ed è a oggi partner cloud esclusivo: i servizi cloud di Microsoft alimentano tutti i carichi di lavoro di OpenAI attraverso prodotti, servizi Api e ricerca.

"Rimaniamo impegnati nella nostra partnership con OpenAI e siamo fiduciosi nella nostra roadmap di prodotti, nella nostra capacità di continuare a innovare con tutto ciò che abbiamo annunciato al Microsoft Ignite e nel continuare a supportare i nostri clienti e partner", aveva affermato Nadella nella sua dichiarazione di lunedì. "Non vediamo l'ora di conoscere Emmett Shear e il nuovo gruppo dirigente di OAI e di lavorare con loro".

A quel punto i dipendenti di OpenAI, che avevano creduto nel reintegro del ceo, hanno mostrato i muscoli. Metà di loro si è detta pronta ad andarsene su due piedi. E mentre nell'headquarter di Redmond si scervellavano per capire come integrare i due team di lavoro, ecco l'annuncio che chiude il cerchio. Altman torna ceo di OpenAI, mettendo (forse) fine al fotoromanzo che ha oscurato persino l'attesa del Black Friday. L'accordo che riporta il manager nella società prevede che sia affiancato da un nuovo board, composto da Bret Taylor, Larry Summers e Adam D'Angelo. Stiamo a vedere cosa succede ora. Con un nota bene: persino Microsoft si è dovuta piegare. Potere dell'AI...

Unieuro votata come 'Migliore Insegna 2024' nell'elettronica

Unieuro è stata votata dai consumatori come 'Migliore Insegna 2024' nella categoria Elettrodomestici ed Elettronica. Giunta alla sua quarta edizione, Migliore Insegna è un'indagine indipendente promossa da Largo Consumo e realizzata da Ipsos che si pone come scopo la misurazione della connessione emotiva tra i consumatori e le insegne, permettendo a queste ultime di conoscere al meglio se stesse attraverso gli occhi dei consumatori. Per questo studio Ipsos ha selezionato 124 insegne, le più rilevanti a livello nazionale e realizzato 6mila interviste sui consumatori, analizzando oltre 90 parametri di valutazione dell'esperienza raccolti in cinque macrocategorie: offerta, punto vendita, servizio, personale di vendita e customer experience, con una lettura trasversale dei diversi mercati, che passa dal negozio fisico all'e-commerce e alle insegne 100% digitali. Unieuro si è aggiudicata il riconoscimento, eccellendo in particolare nei parametri 'Offerta' e 'Punto vendita', a conferma del gradimento dei clienti nei confronti dell'Insegna e dell'impegno quotidiano dei dipendenti Unieuro per garantire la migliore esperienza d'acquisto su tutti i canali.

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	APrivalia	7.700.000
2	Amazon	5.000.000
3	Ebay	931.935
4	Eprice	209.703
5	Yeppon	112.701
6	Prezzo Forte	59.122
7	Online Store	57.939
8	Dmcshop	47.315
9	Monclick	34.341
10	Freeshop	10.650

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	234.000
2	Privalia	92.300
3	Ebay	65.800
4	Aliexpress	45.400
5	Dmcshop	12.000
6	Eprice	7.697
7	Yeppon	7.678
8	Online Store	5.462
9	Monclick	2.102
10	Freeshop	850
11	Conrad	544

Rilevazione 20/11/2023. Fonte: Tespi Mediagroup

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	259.000
2	Euronics	250.000
3	Unieuro	76.800
4	Trony	49.800
5	Expert	20.500
6	Comet	9.233

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	240.000
2	Privalia	92.300
3	Ebay	66.400
4	Aliexpress	45.300
5	Dmcshop	12.000
6	Yeppon	7.953
7	Eprice	7.686
8	Online Store	5.436
9	Monclick	2.109
10	Freeshop	849
11	Conrad	548

Rilevazione 20/11/2023. Fonte: Tespi Mediagroup

Life's Good.

Lo spettacolo è in cucina.
InstaView: bussa due volte per scoprirlo.

È il momento di sperimentare, scoprire nuovi confini di cottura, sapori e colori.
Subito davanti ai tuoi occhi con InstaView. È il momento di thinQ, la connessione che cercavi per avere tutto sotto controllo. È il momento della nuova linea da incasso LG, la tecnologia che cercavi, funzionale, senza compromessi.

LG

Walmart raddoppia il Black Friday

La catena leader della Gd Usa ha annunciato un doppio appuntamento, l'8 e il 24 novembre. Con un Cyber Monday finale il 27 novembre.

di Tommaso Stigliani

Walmart ha annunciato a sorpresa di aver pianificato per quest'anno due Black Friday, l'8 e il 22 novembre. Il gruppo di Bentonville (Arkansas), tra i leader della Grande distribuzione Usa, ha rilasciato nella giornata del 1° novembre un comunicato stampa, anticipando che gli eventi delle prossime settimane sarebbero stati tre, e che avrebbero incluso un Cyber Monday finale, il 27 novembre. I possessori di Walmart+ (la carta legata al programma di fidelizzazione dell'insegna) hanno avuto la possibilità di fruire di un vantaggio sulle offerte più calde, con tre ore di anticipo rispetto agli orari di inizio previsti per ciascuno dei tre appuntamenti.

Tra i deal anticipati nella nota stampa figurano come di consueto diversi prodotti hi-tech e di elettronica di consumo, così come idee regalo legate al mondo entertainment e toys.

"I nostri clienti saranno entusiasti degli incredibili risparmi sui regali più popolari, molti dei quali si possono trovare solo da Walmart. Abbiamo in programma eventi molto interessanti per il Black Friday, con il valore straordinario, l'incredibile assortimento e l'esperienza di acquisto facile e conveniente che solo Walmart può offrire", ha dichiarato Latriece Watkins, vicepresidente esecutivo e chief merchandising officer di Walmart Usa. Dal primo all'8 novembre, i clienti hanno potuto inoltre ottenere un anno di consegne gratuite illimitate, risparmi sul carburante, spedizione gratuita, un abbonamento a Paramount+ e molto altro ancora iscrivendosi a Walmart+, al prezzo di 49 dollari. "L'esclusivo primo accesso alle offerte più ambite per le festività natalizie, unito alla spedizione gratuita, offre ai membri di Walmart+ un super potere di acquisto per l'evento più atteso dell'anno", ha dichiarato Vanessa Yates, vicepresidente senior e direttore generale di Walmart+. "Il fatto che i clienti possano ora sbloccare questo vantaggio – per non parlare di tutto il resto che viene fornito con l'iscrizione – per soli 49 dollari in questo momento, rende Walmart+ il regalo per cui sarete grati ben oltre la stagione delle feste".

L'insegna ha presentato inoltre tre novità pensate espressamente per la stagione degli acquisti. La prima iniziativa è stata denominata 'Cuore delle Vacanze'. I clienti che acquistano su Walmart.com o sull'app Walmart possono salvare le loro offerte preferite mettendo il cuore agli articoli per creare automaticamente un elenco personalizzato chiamato 'Le mie offerte salvate'. I clienti possono quindi utilizzare la funzionalità 'cuore' per tenere traccia delle offerte ed essere avvisati quando sono disponibili. E, con un semplice click, possono aggiungere l'intero elenco al carrello ed effettuare il check-out in pochi secondi. Gli elenchi di 'Le mie offerte salvate' possono essere condivisi con amici e parenti, per evitare di dover fare e ricevere regali a caso.

La seconda iniziativa è una pagina denominata 'Lista dei desideri per le vacanze e registro dei giocattoli', dove i clienti potranno salvare senza problemi tutte le loro esigenze in un unico posto, dalle idee regalo alle decorazioni, che possono essere facilmente condivise con i propri cari dalla pagina del registro. Walmart andrà a introdurre anche un 'Toy Registry', che consente ai clienti di creare la propria lista dei desideri di giocattoli direttamente dalla Top Toy List di Walmart.com.

Infine, 'Convenienza al top': questa è la prima stagione di shopping natalizio in cui i clienti potranno fruire dei vantaggi derivanti dalla catena di approvvigionamento di nuova generazione. Avranno cioè a disposizione una maggiore quantità di prodotti alimentari, giocattoli e regali, opzioni di consegna più convenienti e una maggiore disponibilità di spedizioni entro due giorni dall'ordine. Migliorate anche altre opzioni di ritiro e consegna per le offerte del Black Friday, tra cui il ritiro a bordo strada, la spedizione il giorno successivo e quella in due giorni.

Euronics-Bruno apre a Milano nel Lifestyle Center di Merlata Bloom

Euronics-Bruno ha inaugurato a Milano il suo 37esimo negozio, il terzo in Lombardia, all'interno del Lifestyle Center Merlata Bloom in via Daimler. Un'apertura dalla grande rilevanza perché Euronics è l'unico retailer dell'elettronica di consumo presente nella nuova destinazione per lo shopping, il food, l'intrattenimento e gli eventi di città e provincia. Chi sceglie Euronics potrà contare sulla competenza di 35 addetti, tra personale dell'indotto e nuovi assunti, formati da un articolato percorso formativo. L'attenzione per i clienti, da sempre fiore all'occhiello della società, beneficia dell'integrazione omnicanale: strumenti digitali come sito e app si coniugano con il 'pick and pay', che consente il ritiro in negozio degli acquisti online, e il sistema di instant message via WhatsApp e telefonico. Nel punto vendita sarà disponibile un personal shopper per un'assistenza dedicata e un'Area Servizi per riparazioni e interventi veloci o per il set up di prodotto, mentre Digital Store consentirà ai clienti l'accesso a un catalogo virtuale pressoché illimitato. In linea con il progetto del centro commerciale, il layout dello store – che si sviluppa su 1.400 metri quadrati circa – si distingue per il forte orientamento green, a partire dal sistema d'illuminazione, che adatta la luminosità sfruttando la luce esterna per contenere i consumi. Un grande spazio verrà inoltre dedicato ai pannelli fotovoltaici plug&play pronti all'uso, selezionati per soddisfare la crescente richiesta di prodotti ad alta efficienza. L'inaugurazione del nuovo store è supportata da una grande campagna promozionale sottocosto su tutte le categorie merceologiche. In negozio sarà possibile trovare anche offerte ideate per il Black Friday.

Ecco tutte le mosse proibite di Amazon

Una nuova denuncia, appena depositata, precisa le accuse della Federal Trade Commission. Il colosso dell'e-commerce avrebbe usato pubblicità irrilevante per aumentare il proprio volume d'affari. E un algoritmo per indurre i concorrenti ad alzare i prezzi di alcune referenze.

di Andrea Dusio

Assumono contorni più precisi le accuse formulate qualche mese fa dalla Federal Trade Commission (Ftc) e da 17 Stati ad Amazon in merito al cosiddetto 'Progetto Nessie', un algoritmo di determinazione dei prezzi sospettato di violare le norme Antitrust. La denuncia rivelava l'esistenza di questo strumento, ma non entrava nei dettagli del suo funzionamento.

Ora, però, le carte relative alla causa mostrano ciò che i funzionari federali e statali sanno del presunto algoritmo anticoncorrenziale di Amazon, che viene descritto come un tool utilizzato per aumentare i prezzi dei prodotti e costringere i rivali di Amazon a fare lo stesso. Secondo i documenti appena rivelati, Amazon avrebbe guadagnato più di 1 miliardo di dollari grazie a una strategia voluta personalmente dal founder Jeff Bezos. Secondo la denuncia, Amazon ha iniziato a utilizzare il Progetto Nessie nel 2014 e lo ha attivato e disattivato a seconda della possibilità che venisse scoperto. "Si stima che il Progetto Nessie abbia aumentato i profitti annuali di Amazon di 334 milioni di dollari, tra cui quasi 57 milioni di profitti aggiuntivi derivanti dalla vendita di libri a prezzi più alti e almeno 10 milioni in ciascuna delle altre dodici categorie di prodotti", si legge nella denuncia. "L'unico scopo del Progetto Nessie era quello di aumentare ulteriormente i prezzi al consumo manipolando altri negozi online".

Le nuove parti della denuncia, depositate presso il tribunale federale di Seattle, rivelano un'ampia gamma di accuse precedentemente non pubbliche. Forniscono un contesto inedito sulla vasta attività di Amazon, includendo cifre specifiche che illustrano il suo rapporto con i venditori terzi sulla sua piattaforma.

Ad esempio, il documento mostra che Amazon elenca più di un miliardo di prodotti unici sul suo sito web, con venditori terzi che nel 2020 rappresentano l'80% del catalogo totale. Oltre il 70% degli acquirenti di Amazon non clicca oltre la prima pagina dei risultati di ricerca, secondo quanto riportato nella denuncia. Quasi il 98% di tutti gli acquisti su Amazon verrebbe effettuato utilizzando la cosiddetta 'Buy Box', la parte altamente visibile delle inserzioni Amazon contenente i pulsanti 'aggiungi al carrello' e 'acquista ora'. Questo dato evidenzia l'enorme potere dell'interfaccia utente di Amazon, e rivela contestualmente come un buon rapporto con l'e-tailer possa influenzare in modo consistente le probabilità di successo di un venditore.

Oltre a rivelare questi dettagli, la denuncia sostiene anche che, per almeno due anni, i dirigenti di Amazon abbiano nascosto le loro comunicazioni interne alle autorità di regolamentazione, utilizzando la funzione di scomparsa dei messaggi dell'app di messaggistica criptata Signal per le conversazioni sensibili.

Amazon ha replicato a stretto giro alla pubblicazione delle nuove accuse. Nella nota della company di Seattle è contenuta una dichiarazione del portavoce Tim Doyle, che afferma: "Ci impegniamo al massimo ogni giorno per guadagnarci la fiducia dei clienti, e il feedback sulla nostra esperienza di acquisto è sempre positivo. Lavoriamo duramente per rendere veloce e facile per i clienti trovare gli articoli che desiderano e scoprire opzioni simili, fornendo un mix di risultati di ricerca organici e sponsorizzati, basati su fattori quali la rilevanza, le recensioni, la disponibilità, il prezzo e la velocità di consegna, insieme a filtri di ricerca utili per affinare i risultati". Doyle cita Kantar, società di analisi indipendente che si occupa di dati e approfondimenti, sottolineando che l'azienda ha riscontrato che la pubblicità di Amazon "è la più utile e rilevante per i clienti di tutto il mondo".

Trony: un nuovo punto vendita a Santa Maria di Sala (VE)

Il 9 novembre D.M.L. Spa ha inaugurato un nuovo punto vendita a Santa Maria di Sala, in provincia di Venezia: presso il nuovo negozio a gestione diretta, tra i più grandi Trony all'attivo, lavoreranno 25 addetti alla vendita coordinati dal direttore Marco Degli Esposti, a sua volta coadiuvato da Andrea Poncina in qualità di area manager. Situato in Via Caltana 169, presso il Centro Commerciale Nico, sarà facilmente raggiungibile non soltanto da Padova, ma anche da Mestre, Vicenza e Treviso, grazie alla vicinanza con le principali arterie autostradali della regione e l'immediata prossimità con le fermate dei mezzi pubblici. Con 1.500 metri quadrati di superficie, tre casse e un parcheggio da oltre 500 posti auto, il nuovo Trony di Santa Maria di Sala conterà su 10mila referenze e un bacino d'utenza stimato di oltre 100mila potenziali clienti. Prosegue così il progetto di sviluppo del socio D.M.L. Spa, che con questa nuova apertura raggiunge un numero complessivo di 33 punti vendita. In Italia, sono 156 gli store Trony, cui si aggiungono 26 MiniTrony, per un totale di 182 negozi.

Euronics-Dimo inaugura a Vigevano l'ottavo store in Lombardia

Dimo Spa, socio di Euronics ha inaugurato un nuovo store a Vigevano, di fronte allo stabilimento di calzature Moreschi, in un nuovo insediamento commerciale. Lo staff è composto da 20 addetti alla vendita, con percorso formativo sia in aula sia presso altri punti vendita della società, con l'obiettivo di offrire alla clientela un'elevata assistenza e un servizio professionale 'su misura'. L'attenzione al cliente è ulteriormente confermata dalla presenza di un'innovativa Area Casse e Servizi presso la quale si possono ricevere informazioni e assistenza per tutte le esigenze: finanziamenti personalizzati, configurazione di prodotti o riparazione di device, supporto tecnico per Pc e per componenti hardware e software, sostituzione di schermo e batteria di smartphone, attivazioni di schede e servizi telefonici e molto altro. Il punto vendita, di circa 1.400 metri quadrati, permette ai clienti di provare e testare i prodotti esposti mediante la consulenza di personale qualificato per offrire una shopping experience in linea con le tante novità tecnologiche in esposizione. Nello store, di impronta omnicanale, si può effettuare la scelta tra una vasta gamma di prodotti in un grande negozio 'virtuale' grazie alla presenza di Digital Store. Con il servizio 'Prenota e Ritira'. invece, è possibile ordinare il prodotto sul sito online e ritirarlo nel punto vendita."Siamo felici di inaugurare il nostro ottavo punto vendita in Lombardia", ha commentato Elena Vipiana, titolare di Dimo. "La nuova apertura rappresenta, infatti, la volontà di sviluppare la presenza dell'insegna Euronics nelle aree non ancora coperte e conferma il nostro impegno nella creazione di nuove opportunità lavorative". Con questa inaugurazione Euronics Dimo conta 42 punti vendita diretti in sei regioni a cui si aggiungono 50 negozi affiliati.

Temu, ecco lo spauracchio dell'e-commerce

Prezzi super aggressivi. Marketing asfissiante. Promozioni che somigliano a un Black Friday permanente. Il sito cinese è l'argomento del giorno. Ma le domande intorno al suo business restano per ora senza risposta.

di Annalisa Pozzoli

Fa molto discutere lo sbarco in Europa di Temu, il sito di e-commerce cinese, la cui app è ora disponibile negli store digitali. Gadget tecnologici, abbigliamento e altri articoli vengono infatti commercializzati a prezzi bassissimi. Il sito appartiene al gruppo Pinduoduo, che gestiva una piattaforma online lanciata nel 2015. Temu esiste dal 2022, anno in cui è stato introdotto in America e in Australia. È disponibile solo da aprile in Europa, ma la sua app è tra le più scaricate (è gratuita). La strategia di marketing è molto aggressiva, e utilizza soprattutto i social media. Vengono proposte delle vendite lampo, per un tempo limitatissimo, e a prezzi stracciati. Gli utenti che visualizzano un prodotto leggono che altre persone nello stesso momento stanno guardando quell'inserzione, e sono spinte a pensare che le scorte siano in rapido esaurimento.

Non sappiamo a oggi quanti siano gli utilizzatori italiani del sito. In Francia, a giugno aveva totalizzato 9,5 milioni di utenti in 90 giorni (dato Médiamétrie).

I prezzi molto bassi, simili a quelli che si applicano durante il Black Friday per i deal più vantaggiosi, sono combinati con giochi online, in modo da determinare ulteriori sconti che incrementano il consumo. Temu offre articoli gratuiti a coloro che promuovono l'applicazione sui loro social network. "In questo modo incoraggiano anche i loro amici e familiari a diventare clienti", si legge in un report della società di ricerche di mercato Foxintelligence, citato dal magazine Lsa. Come Shein, il gigante cinese dell'e-commerce di abbigliamento, Temu si affiderebbe all'intelligenza artificiale e all'analisi dei dati, secondo quanto ha spiegato Shaun Rein, direttore di China Marketing Research Group. "Temu è in grado di avere una logistica ottimale e di utilizzare l'AI per guidare i consumatori verso i prodotti più adatti alle loro esigenze", spiega Rein.

Temu dispone infine di un gigantesco budget di marketing, come dimostrano i 7 milioni di dollari spesi per uno spot pubblicitario di 30 secondi durante il Superbowl, il più grande evento sportivo degli Stati Uniti. Una strategia redditizia, visto che i download sono esplosi dopo la trasmissione, secondo Sensor Tower, una società di analisi dei dati. E per il momento l'azienda persegue un solo obiettivo, quello di raggiungere il maggior numero di persone possibile, prima ancora di essere redditizia. Così, secondo la rivista americana Wired, Temu perderebbe l'equivalente di 30 dollari per ogni ordine.

Ma i punti più controversi riguardano la soddisfazione del cliente e la sicurezza. I tempi di consegna sono generalmente lunghi, perché la merce proviene per lo più dalla Cina. Gli standard qualitativi non sono necessariamente quelli a cui sono abituati i consumatori europei. Ancora in Francia, Temu ha destato l'attenzione degli organismi di controllo, a partire dalla Direzione generale della concorrenza, dei consumatori e del contrasto alle frodi (Dgccrf). "Dato il modello di business di Temu, lo stiamo monitorando da vicino", ha dichiarato al Figaro Olivia Grégoire, ministro delegato al Commercio.

Secondo i rumors che circolano in Rete, la app sarebbe sospettata di contenere uno spyware. Il condizionale è naturalmente d'obbligo, anche perché lo stesso dubbio ha investito di volta in volta le varie TikTok, Instagram e Twitter, oggi usatissime, e con standard di sicurezza che si ritengono pienamente accettabili. Ma i dubbi relativi a Temu permangono.

Lo scorso aprile, la Cnn ha pubblicato un'inchiesta che ha rivelato che Pinduoduo, la società madre dell'applicazione, era riuscita a interferire negli smartphone Android per "accedere ai contatti, ai calendari, alle notifiche e agli album fotografici degli utenti senza il loro consenso" o a "modificare le impostazioni di sistema e accedere agli account dei social network e alle discussioni degli utenti", come scrive il magazine on line del canale Tv americano.

Alibaba non scorpora il cloud-computing

All'origine della decisione ci sono le restrizioni imposte alle aziende cinesi, che complicano la possibilità di competere con Amazon Web Services, Microsoft Azure e Google Cloud Platform.

di Margherita Bonalumi

Il gigante cinese dell'e-commerce Alibaba ha visto azzerare più di 20 miliardi di dollari dalla sua capitalizzazione di mercato dopo aver annunciato che non avrebbe più scorporato e quotato la sua attività di cloud computing. L'azienda, che compete con il gigante tecnologico statunitense Amazon, ha dichiarato che non avrebbe proceduto allo scorporo del suo Cloud Intelligence Group a causa delle restrizioni statunitensi sulle esportazioni di chip avanzati. Alibaba ha anche ammesso che le restrizioni hanno creato incertezze per le prospettive del Cloud Intelligence Group, che compete con Amazon Web Services, Microsoft Azure e Google Cloud Platform.

"Ci concentreremo invece sullo sviluppo di un modello di crescita sostenibile basato sulla domanda emergente di servizi di cloud computing in rete e ad alta scalabilità, guidata dall'Intelligenza artificiale", ha dichiarato Joe Tsai, ceo di Alibaba, durante una call con gli investitori. Le azioni di Alibaba, quotate negli Stati Uniti, sono scese del 2% circa il venerdì successivo, ampliando le perdite dopo una sessione che aveva visto il titolo crollare del 9%. Gli investitori speravano in un'entità scorporata per l'attività cloud di Alibaba, che avrebbe raggiunto una valutazione più elevata.

Secondo Reuters, a marzo gli analisti avevano stimato che Cloud Intelligence Group potesse valere tra i 41 e i 60 miliardi di dollari. Diversi commentatori del mercato avevano però avvertito che la quotazione poteva attirare l'attenzione delle autorità di regolamentazione sia in Cina che all'estero, dato il livello di dati che l'unità ospita e gestisce. Di fatto Alibaba ha finito per diventare l'ultima azienda a essere coinvolta nelle tensioni geopolitiche tra Stati Uniti e Cina.

L'azienda ha da tempo integrato l'intelligenza artificiale nei suoi prodotti e servizi per adattare i prodotti consigliati agli utenti, analizzare i dati in ambito industriale e sviluppare azioni di marketing sui suoi siti di e-commerce Tmall, Taobao e 1688. Chiamato Tongyi Qianwen 2.0, è un modello linguistico di grandi dimensioni (Llm). Un Llm viene addestrato su grandi quantità di dati e costituisce la base per applicazioni di IA generativa come ChatGPT di OpenAI. Alibaba afferma che Tongyi Qianwen 2.0 rappresenta un "sostanziale aggiornamento rispetto al suo predecessore", presentato ad aprile. A ottobre, Alibaba ne ha presentato una nuova versione, pensata per stare al passo con i progressi tecnologici di aziende statunitensi come Microsoft, Google, Meta, Amazon, Apple e OpenAI, società sostenuta da Microsoft.

Sarà la Germania la Silicon Valley d'Europa?

Un nuovo pacchetto di norme, in vigore già dall'inizio del nuovo anno, favorirà l'adozione di politiche rivolte alle start up. Favorendo i piani di azionariato rivolti ai dipendenti. E rendendo così le imprese più attrattive per i talenti professionali.

di Stefano Re

La Germania ha approvato un pacchetto di riforme chiave dei suoi mercati dei capitali per aiutare la sua industria tecnologica a competere con la Silicon Valley. Il nuovo insieme di leggi dovrebbe entrare in vigore il 1° gennaio 2024, introducendo una serie di modifiche al quadro normativo tedesco in materia di compensi basati su azioni delle start up, quotazione delle società e tassazione.

Alcuni dei principali cambiamenti riguardano i piani di azionariato, che consentono alle aziende di cedere una fetta dell'attività ai propri dipendenti. Martin Mignot, partner di Index Ventures, che ha spinto per una riforma delle politiche di stock option in Europa per migliorare la fidelizzazione dei dipendenti del settore tecnologico, ha spiegato che in Germania sotto il profilo formale esisteva un piano di azionariato per i dipendenti, ma era così macchinoso dal punto di vista amministrativo che ogni azionista di minoranza aveva poco più di un voto e un diritto di veto, oltre ad pochissimi vantaggi fiscali. In base alla nuova norma, le imposte sulle stock option dei dipendenti saranno differite fino al momento della vendita, in modo che il personale non debba affrontare la prospettiva di essere tassato sulle proprie azioni non appena le riceve. Nel frattempo, il campo di applicazione del piano sarà ampliato in modo che un maggior numero di aziende in crescita possa beneficiarne. La soglia delle aziende che possono usufruire dei piani tedeschi sarà innalzata in modo che le imprese con un massimo di 1.000 dipendenti e un fatturato annuo massimo di 100 milioni di euro possano distribuire azioni al personale.

Saranno inoltre modificate le norme sull'imposta sulle plusvalenze, in modo che i dipendenti delle start up siano tassati sui profitti realizzati quando vendono le loro azioni. Questa imposta è considerata un riflesso del rischio che i dipendenti si assumono con una start up giovane e non collaudata. La nuova legislazione consentirà inoltre alle società quotate in Germania di emettere azioni a doppia classe. Queste azioni sono un punto di attrazione fondamentale per le startup sostenute da venture, in quanto consentono ai fondatori di mantenere il controllo dell'azienda. L'obiettivo di questa riforma è aiutare le imprese a sfidare la Silicon Valley. La Germania possiede un sistema industriale in cui il capitale di rischio fornisce alle start up l'accesso ad ampie quantità di denaro, con miliardi di euro di fondi raccolti da aziende in tutto il continente. Ma oggi rimanevano diverse strozzature nelle procedure volte ad attrarre i talenti, che rendevano più difficile competere con i giganti californiani quando si trattava di trovare le figure professionali migliori. Le startup tecnologiche europee non sono in grado di eguagliare alcune offerte dei giganti statunitensi come Google, Amazon, Meta e altri, ma le stock option in futuro potranno offrire loro un modo alternativo per competere almeno sul piano dei compensi. I sostenitori della riforma in Germania affermano di voler affrontare così in maniera radicale il problema della 'fuga dei cervelli' (che evidentemente non tocca solo il nostro Paese), che vede i talent locali dei mercati tecnologici partire alla volta degli Stati Uniti. La vera sfida è pensare alle start up non come a piccole aziende con capacità d'investimento ridotto, ma come ai nuovi leader del settore di domani. Il primo passo è appunto basato sulla capacità di rendere competitivi i pacchetti retributivi. In caso contrario queste imprese continueranno a essere concepite per arrivare a essere vendute alle big californiane, invece che continuare a crescere sino ad affermarsi su scala globale. La Germania aveva introdotto regole per rendere più attraenti i piani di azionariato dei dipendenti già nel 2020. Tuttavia, le startup e gli investitori, tra cui la società di venture capital Index Ventures, hanno affermato che le regole non erano sufficienti a rispondere alle loro preoccupazioni. Resta da vedere ora se, a fronte della normativa favorevole, le aziende sapranno svincolarsi dalle strutture di gruppo che spesso impediscono internamente di applicare serie politiche di stock-option volte a incentivare i propri dipendenti a legarsi stabilmente all'azienda.

Airbnb acquisisce Gammeplanner.AI

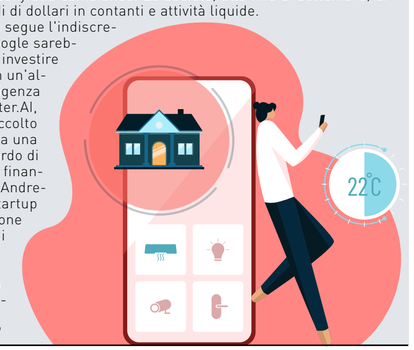
Si tratta della prima operazione effettuata dal 2019. L'intenzione è creare una specie di concierge di viaggio, che utilizza l'Intelligenza artificiale per migliorare le esperienze degli utenti, trovando loro gli alloggi più adatti.

Airbnb ha effettuato la sua prima acquisizione come società pubblica. La startup si chiama Gameplanner.AI, che è rimasta in modalità stealth dalla sua fondazione nel 2020. Le startup in modalità stealth operano al di fuori degli occhi del pubblico per vari motivi, come ad esempio per proteggere la proprietà intellettuale o evitare distrazioni.

Gameplanner.AI è stata creata da Adam Cheyer, uno dei fondatori di Siri, che ha anche lavorato al fianco di Steve Jobs. In seguito Cheyer ha co-fondato Viv Labs, che sarebbe diventata la base dell'assistente vocale di Samsung. Brian Chesky, ceo di Airbnb, ha dichiarato che l'AI generativa cambierà radicalmente la piattaforma, e che vuole utilizzarla come un 'concierge di viaggio' che impara a conoscere gli utenti nel tempo e migliora le loro esperienze, ad esempio abbinando i clienti e le stanze o le case giuste. Questa operazione è la prima acquisizione di Airbnb dal 2019 e potrebbe suscitare un certo interesse a Wall Street per capire se la strategia di Chesky stia cambiando. La società, alla fine di settembre, disponeva di 11 miliardi di dollari in contanti e attività liquide.

La notizia di Airbnb segue l'indiscrezione secondo cui Google sarebbe in trattativa per investire centinaia di milioni in un'altra startup di intelligenza artificiale, Character.AI, che a marzo ha raccolto 150 milioni di dollari a una valutazione di 1 miliardo di dollari in un round di finanziamento guidato da Andreessen Horowitz. La startup consente alle persone di creare personaggi virtuali o di chattare con versioni AI di celebrità come Elon Musk o Albert Einstein.

Giorgio Martino



UNA GUIDA PRATICA PER BUYER E RETAILER

A cura di Annalisa Pozzoli e Margherita Bonalumi

da pagina 10 a pagina 15

Hisense

TV U6KQ

La gamma di Tv Hisense UKKQ, disponibile in versione 55 e 65 pollici, offre un'esperienza visiva eccezionale con ampio schermo 4k Uhd e tecnologia Hdr che garantisce immagini vivide e dettagliate in qualsiasi condizione di illuminazione. L'audio è coinvolgente grazie a Dolby Audio e agli altoparlanti stereo integrati. La connettività è versatile con numerose porte Hdmi e Usb per collegare dispositivi esterni, e la connessione Wi-Fi offre accesso a una vasta gamma di app e servizi di streaming. Il design sottile con finitura nera si adatta a qualsiasi ambiente, offrendo opzioni di montaggio a parete o su supporto Tv.

Proiettore laser PL1SE

Hisense PL1SE è un proiettore avanzato dal design compatto con tecnologia X-Fusion Laser, che offre immagini nitide, colori naturali e oltre 25mila ore di durata. Grazie alla tecnologia Ultra Short Throw, posizionato a soli 42 cm dalla parete, crea uno schermo da 120 pollici, massimizzando lo spazio. Una luminosità di 2100 Ansi Lumen, High Dynamic Range e risoluzione 4K garantiscono immagini vibranti e realistiche. Dolby Vision Atmos offre un audio cinematografico. La Modalità di Gioco assicura reattività, mentre Vidaa U6 semplifica l'accesso ai contenuti.

segue

Xiaomi

Tv Serie Q2 50”

È dotato di tecnologia Quantum Dot Display e con risoluzione 4K Ultra-HD. Insieme a Dolby Vision IQ, Dolby Atmos e ai sensori di luce ambientale presenti sui Tv, Xiaomi Tv Serie Q2 è in grado di rilevare in modo intelligente la luminosità dell'ambiente e di apportare le regolazioni corrispondenti all'immagine, offrendo allo stesso tempo prestazioni audio straordinarie e senza soluzione di continuità. Il sistema Google Tv integrato, una novità assoluta per i Tv Xiaomi, offrirà agli spettatori contenuti personalizzati e infinite fonti di intrattenimento. La nuova gamma di Tv funge anche da hub di controllo della casa intelligente con Google Assistant, consentendo a qualsiasi persona di controllare parti della propria casa con la sola voce. È inoltre dotata dell'app Xiaomi Tv+ preinstallata, che offre agli spettatori un maggior numero di opzioni di contenuti, dalla Tv in diretta ai film di punta.

Mi Smart Projector 2 Pro

Questo proiettore offre due modalità di messa a fuoco. Si può usare la voce per cercare programmi, controllare il proiettore e i dispositivi smart home, ottenere risposte e altro ancora. Mi Smart Projector 2 Pro è dotato di una sorgente luminosa Luminus Led a quattro canali fino a 1300 Ansi Lumen, per un'esperienza di visione nitida anche durante il giorno. Il rapporto di proiezione 1.1:1 consente una maggiore flessibilità in termini di distanza di visione: anche in uno spazio ridotto, infatti, è possibile proiettare un grande schermo da 60-120". È dotato di doppi altoparlanti full-frequency ad alta fedeltà da 10W e 1,75" con diffusore passivo di grandi dimensioni e basse frequenze fino a 60Hz per un'esperienza sonora avvolgente.

Tcl

Tv 98P74

È un modello dotato di pannello 4K a 144 Hz, ingressi Hdmi 2.1 con Vrr e Amd FreeSync, basato su piattaforma Google Tv con integrati Chromecast e Apple AirPlay 2, audio Dolby Atmos e Onkyo 2.1 60W, e supporto per i formati Hdr Dolby Vision IQ e Hdr10+. Questo Tv entra nel mercato italiano con l’obiettivo di rendere accessibile un prodotto unico nel suo genere, abbassando per la prima volta la soglia di prezzo di un 98 pollici sotto ai 3mila euro. La Serie P74 presenta un display Wide Color Gamut, che riproduce colori del 30% più puri e ricchi rispetto agli schermi Led tradizionali.

Tv 98C80

Il 98C80 è il primo 98 pollici con retroilluminazione MiniLed, con ben 1344 zone di local dimming. 1600 nit di luminosità di picco, Google Tv, supporto trasversale per tutti i formati Hdr (Dolby Vision IQ, Hlg, Hdr10+), Hdmi 2.1, pannello a 144 Hz con Vrr da 48 a 144 Hz, sistema audio Onkyo 2.1 60W con supporto per Dolby Atmos sono valori che vanno a integrare questo Tv in una fascia medio-alta. 98C80 utilizza un pannello Quantum Dot, ad ampliare la copertura dello spazio colore. Dotati della tecnologia Dolby Vision, che combina l'Hdr a colori vibranti per offrire una qualità delle immagini ultra-vivida con una maggiore luminosità, un contrasto più elevato e una gamma di colori più ampia, i nuovi TV 98 pollici supportano anche la tecnologia Dolby Atmos, che riproduce con precisione i suoni in uno spazio multidimensionale e mette l'utente al centro dell'azione.

Samsung

The Frame 4K

Il Tv The Frame 4K è disponibile in sei formati, da 43” fino a 85”: quando è acceso è un Tv, da spento è un quadro. Diverso dai tradizionali Tv grazie al suo design unico e sottile che richiama fortemente il concept di un quadro nel momento in cui è spento, il Tv The Frame attraverso la funzione preinstallata Art Mode, si trasforma in un pezzo da galleria delle più incredibili collezioni d’arte del mondo. Grazie al Matte display e alla tecnologia Qled di Samsung, i colori originali delle opere d’arte sono valorizzati e i dettagli espressi in alta definizione. Dotato di vere e proprie cornici intercambiabili che conferiscono un design elegante e moderno, valorizza al meglio gli interni della stanza in perfetta armonia con qualsiasi arredo.

Amazon

Fire Tv Stick 4K Max (2nd gen)

Lettore multimediale per lo streaming dotato della modalità ambiente e di un processore quad-core da 2.0 GHz aggiornato, che lo rende il dispositivo per lo streaming più intelligente e potente di Amazon. Fire Tv Stick 4K Max è il primo a includere il supporto per il Wi-Fi 6E, consentendo ai clienti con un router compatibile di godere di un’esperienza più fluida con una latenza più bassa e di velocità più elevate con meno interferenze da altri dispositivi abilitati al Wi-Fi di casa. Grazie alla qualità 4K Ultra HD, al supporto per il formato Dolby Vision, HDR, HDR10+ e all’avvolgente audio Dolby Atmos, il nuovo dispositivo Fire TV Stick 4K Max offre la migliore esperienza visiva e audio della gamma.

Sharp

Altoparlanti da scaffale CP-SS30

Gli altoparlanti da scaffale CP-SS3 combinano un design elegante a un’esperienza audio eccezionale. Questi altoparlanti attivi a due vie, con struttura in legno, creano un'esperienza audio superiore. La griglia a rete dell’altoparlante può essere rimossa rivelando gli speaker in metallo, per dar vita a uno stile contemporaneo. Gli altoparlanti offrono anche un’esperienza personalizzabile grazie a cinque pre-set dell’equalizzatore audio (EQ) con regolazione indipendente dei bassi e degli alti. Le versatili opzioni di connettività includono lo streaming audio wireless, grazie al Bluetooth 5.0, la riproduzione di Mp3 via Usb, e gli ingressi ottico, Aux e Rca. Questo significa che offrono varie opzioni per connettersi a diversi dispositivi all’interno dell’abitazione come Tv, giradischi, Pc o altoparlanti smart. Inoltre, è incluso un telecomando completo di tutte le funzioni.

Altoparlante XParty Street Beat

XParty Street Beat (PS-949) è un altoparlante potente e portatile. Grazie a 12 ore di riproduzione fornite dalla batteria agli ioni di litio ricaricabile integrata, al Led lampeggiante e alle luci stroboscopiche che si sincronizzano con la musica, è in grado di dare vita a qualsiasi festa. L’effetto Super Bass offre un suono in stile discoteca ed è la scelta adatta per tutti gli appassionati di musica che sono sempre in movimento. È dotato di ruote integrate e di una maniglia per il trasporto, ed è possibile posizionare il telefono o il tablet sulla parte superiore del dispositivo così da accedere facilmente alle playlist e ricaricarlo tramite la porta per la ricarica Usb. XParty Street Beat dispone anche di sei effetti DJ (tra cui airhorn, laser e molto altro), di un equalizzatore con sei preimpostazioni che consente un audio personalizzato, e di un Super Bass boost che aumenta l’energia nella stanza. Inoltre, XParty Street Beat è dotato di streaming wireless Bluetooth, due ingressi microfono/chitarra, riproduzione Aux e Usb, e offre così una vasta gamma di opzioni di connettività. La modalità Duo, invece, consente di accoppiare due altoparlanti per il suono True Wireless Stereo (Tws) per ampliare il suono.

Xgimi

Halo+

Un nuovo modello del proiettore portatile con risoluzione Fhd 1080P e 900 Ansi lumen per immagini più luminose. Il dispositivo pesa solo 1,6 kg ed è dotato della batteria integrata da 59 W. Si distingue, inoltre, per il sistema Android Tv 10.0, che offre l’accesso a oltre 5mila app di streaming come Disney +, Hbo Max e Prime Video. Con Chromecasti integrato, è possibile trasmettere in modalità wireless video, giochi e altro direttamente a Halo+ dai propri dispositivi Android o Apple. La tecnologia integrata di compensazione del movimento a 60 Hz (Memc) utilizza un algoritmo specializzato per offrire sfocature e tassi di latenza delle immagini estremamente bassi. Anche nel pieno di qualsiasi azione sportiva, l’immagine rimane nitida e chiara. Inoltre, il prodotto è compatibile con Google Assistant. Distribuito in Italia da Attiva Spa.

Horizon Ultra

Xgimi Horizon Ultra è un proiettore 4K a lungo raggio con Dolby Vision. Integra l’innovativa tecnologia Laser-Led Dual Light, che gli permette di sfruttare il meglio di entrambe le tecnologie per creare uno spettro naturale continuo con una gamma di colori ultra ampia, una luminosità elevatissima e una colorimetria estremamente precisa. Questo nuovo sistema vanta 2300 Iso Lumens, offrendo il display più luminoso di Xgimi fino ad oggi, con un aumento del 77% rispetto al modello Horizon Pro. Distribuito in Italia da Attiva Spa.

Victrola

Giradischi Revolution Go

Victrola Revolution Go è un giradischi Bluetooth portatile e ricaricabile, dotato di maniglia pieghevole e di una tracolla simile a quella di una chitarra, con in più una copertura antipolvere rimovibile, che può fungere anche da raccoglitore per i dischi. Revolution Go ha un sistema Bluetooth bidirezionale: questo significa che si possono far risuonare file digitali trasmessi dal proprio dispositivo mobile o trasmettere il proprio vinile su un altoparlante Bluetooth portatile esterno (non incluso). La batteria ricaricabile integrata dura fino a 12 ore e consente di utilizzare il giradischi per una giornata intera all’aria aperta. Distribuito in Italia da Nital.

segue

hitech magazine
anno 14 - numero 11/12 -novembre/dicembre 2023
www.technospia.it

Arcam

Amplificatore Radia A25

L'amplificatore di Arcam Radia A25 offre una potenza di 100W per canale su 8 ohm. L'A25, il modello di punta, dispone anche di illuminazione a Led lungo i bordi e sul pannello frontale. Tutti gli amplificatori sono dotati di connettività Bluetooth aptX HD, sia in modalità ricezione che trasmissione, che permette di collegare comodamente le cuffie Bluetooth. È disponibile anche un'uscita analogica. Inoltre, sono dotati di ingresso per giradischi, Dac integrato e connettività ottica/coassiale. L'A25, include anche una porta Usb-B. La gamma Radia include anche un lettore di CD, il CD5, in grado di riprodurre CD, CD-R e CD-RW ed è dotato di un sofisticato convertitore DA interno per prestazioni audio eccellenti. Distribuito in Italia da Audiogamma.

Cabasse

Speaker The Swell

Il cuore di The Swell è costituito da componenti audio di alta qualità, tra cui diffusori a cono in Kevlar, per una risposta in frequenza accurata, e un tweeter in coassiale per una riproduzione dettagliata delle alte frequenze. La potenza di uscita offre un suono avvolgente e ricco di dettagli in ogni angolo della stanza. Con la connettività Bluetooth è possibile riprodurre musica da dispositivi mobili in modo wireless, mentre il controllo da remoto permette di regolare il volume, cambiare tracce e personalizzare le impostazioni audio con facilità. Distribuito in Italia da Audiogamma.

Polaroid

Speaker P1, P2, P3, P4

Quattro vivaci diffusori Bluetooth che segnano l'ingresso dell'azienda nel mondo audio. Esteticamente abbracciano il design retro-futuristico del brand, con un pulsante rosso che ricorda quello della leggendaria macchina fotografica e forme arrotondate che ricordano l'obiettivo. Sono giocosi, colorati, belli da vedere e divertenti: si va dal più piccolo e portatile Polaroid P1, all'indossabile Polaroid P2, a Polaroid P3 simile a una radio anni '80, fino al più potente Polaroid P4, l'unico che può essere utilizzato anche in verticale, con una piantana di supporto. Ciascun dispositivo è legato all'app dedicata Polaroid Music, tramite la quale si possono scegliere le piattaforme streaming musicali preferite, oltre ad accedere a Polaroid Radio, l'altra grande novità del brand: un servizio per accedere a cinque stazioni FM gratuite in continua evoluzione, senza pubblicità. Distribuiti in Italia da Nital.

Final Audio

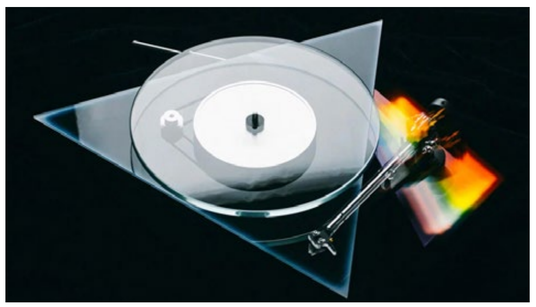
Cuffie Bluetooth UX3000

Le UX3000 sono le prime cuffie over-ear wireless con cancellazione del rumore di Final Audio, che grazie a particolari driver promettono prestazioni audiofile a costi contenuti. Le UX3000 si affidano alla connettività Bluetooth 5.0, con supporto per i codec Sbc, Aac, aptX e aptX Low Latency. Il Bluetooth Multipoint consente di utilizzare le cuffie con più di un dispositivo contemporaneamente. Questo modello è caratterizzato dal rivestimento 'premium' Shibo, caratterizzato da una consistenza morbida e da una spiccata resistenza allo sporco e alle impronte digitali. L'autonomia è di circa 35 ore per una singola carica. Distribuito in Italia da Audiogamma.

Pro-Ject

Giradischi The Dark Side of the Moon

Il giradischi Pro-ject The Dark Side of the Moon è l'esatta replica della copertina di uno dei dischi più iconici della storia della musica moderna. L'interruttore di accensione, sulla sinistra, è un lungo rimando in plexiglas trasparente che si raccorda con la base di forma triangolare di colore nero con bordi chiari, da 28 mm di altezza. La base braccio arcobaleno è retroilluminata a Led con intensità variabile e che si attiva quando il piatto gira. Completano la dotazione la trazione a cinghia, il controllo elettronico della velocità 33 e 45 giri, il contro-piatto in alluminio con cuscinetto in acciaio e bronzo, la testina Pick It Pro MM pre-tarata in fabbrica, e l'alimentatore separato per ridurre il rumore. Distribuito in Italia da Audiogamma.



Sony

Bravia XR QD-Oled 4K Hdr A95L

Il televisore Bravia XR QD-Oled 4K Hdr A95L è uno dei primi Android Tv a offrire la funzione PS Remote Play e quindi ad aprire le porte a esperienze di gaming entusiasmanti su un ampio e luminosissimo schermo QD-Oled, per immergersi in grafiche mozzafiato, dinamiche di gioco coinvolgenti e suoni vibranti. Il Tv A95L può contare sul Cognitive Processor XR aggiornato con la nuovissima tecnologia XR Clear Image, che ottimizza la riduzione del rumore e la nitidezza dei movimenti per riprodurre scene d'azione adrenaliniche, a prova di effetto mosso. Lato audio, il modello si avvale del sistema Acoustic Center Sync, che permette di sincronizzare il sistema audio del televisore con il canale centrale di una Soundbar compatibile di Sony, trasformandolo nell'altoparlante centrale per un'esperienza cinematografica davvero coinvolgente. I più esigenti in fatto di acustica non rimarranno delusi da 360 Spatial Sound Mapping, la tecnologia integrata nelle soundbar di Sony che genera molteplici diffusori virtuali e ottimizza il campo sonoro. E nemmeno da Acoustic Surface Audio+, il sistema che, grazie alla vibrazione degli attuatori, emette i suoni da ogni punto dello schermo per adattarli perfettamente alle immagini.

LG

StandbyME

LG StanbyME è il nuovo smart display touch LG che offre un'esperienza d'uso unica grazie alle sue caratteristiche chiave: versatilità e trasportabilità. L'elegante design a stelo con base a rotelle e la batteria integrata, che offre fino a tre ore di autonomia, permettono di spostarlo comodamente da un ambiente all'altro della casa in base alle proprie necessità: godere dei propri film preferiti, guardare un tutorial di cucina o di musica, allenarsi o scoprire una nuova serie Tv durante un bagno rilassante, anche dove non c'è una presa di corrente, diventa possibile e straordinariamente comodo. Lo schermo può essere regolato in altezza, inclinazione e orientamento in modo da adattarsi all'utilizzo e al tipo di contenuto fruito rendendo la visione estremamente confortevole in qualsiasi posizione: da sdraiati, seduti, in piedi e così via. Lo schermo full touch da 27 pollici combinato con l'interfaccia semplice e intuitiva garantita dal sistema operativo webOS 22, già apprezzato sugli smart Tv LG, permette di accedere con semplicità alle proprie app di intrattenimento preferite e di navigare su Internet. E quando si è lontani dallo schermo non occorre alzarsi: basta utilizzare il telecomando in dotazione.

fine

focus on

Black Friday e console gaming: l'analisi di QBerg

Diminuisce la presenza delle piattaforme di gioco nei canali di vendita online, ma aumenta la visibilità sulle promozioni, insieme al prezzo medio.

di Stefano Re

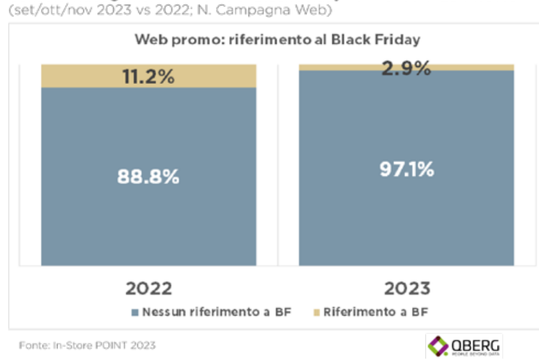
Consolidatosi negli anni anche nel nostro Paese, il Black Friday è ormai diventato un appuntamento fisso per chi desidera riuscire a concludere 'l'affare del giorno', in qualsiasi ambito: moda, accessori casa, elettronica, toys. Non fanno eccezione i videogiochi, per cui sono molti, moltissimi, gli appassionati che aspettano ogni anno la fine di novembre per effettuare i propri acquisti, specie di una nuova console, che solitamente rappresenta una spesa piuttosto onerosa. Ma è una scelta ragionevole? Parrebbe di no: in questo periodo ci sono sì più campagne web, ma presentano prezzi più alti. E soprattutto pochissime fanno leva sulle parole chiave del Black Friday.

Questo è quanto ha rilevato QBerg, Istituto di ricerca italiano specializzato nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter), che ha messo a fuoco il mercato delle console videogame nei mesi che precedono il tanto atteso Black Friday. In particolare, ad essere analizzata è l'offerta online dei principali siti di e-commerce e le campagne promozionali web di settembre, ottobre e novembre 2023 contro lo stesso periodo del 2022. Sebbene la presenza complessiva delle console nei normali canali di vendita online sia leggermente diminuita, si nota una notevole spinta e aumento della visibilità nelle promozioni online. Per quanto riguarda il prezzo medio, nel web continuativo è aumentato di un modesto 0,5%, mentre nelle web promo è salito addirittura del 13,3%.

Il Black Friday è una 'buzzword' che fa leva in modo molto marcato sull'attenzione che i consumatori hanno nei confronti della convenienza. Prova ne è che, ad esempio sui volantini promozionali, la parola 'Black' comincia a fare capolino già a luglio. Categorie merceologiche che non ricorrono a questa leva, o lo fanno in modo molto minoritario, sono da considerarsi beni di prima necessità, o comunque merceologie caratterizzate da domanda anelastica.

Colpisce molto quindi vedere quanto bassa sia l'incidenza delle campagne web che includono console e che, in generale, facciano riferimento al Black Friday. E quanto tale percentuale, già bassa nel 2022 (11,2%), diventi addirittura irrisoria (2,9%) nel 2023.

Nintendo perde, nel periodo di analisi, 6,82 punti percentuali, insieme a Microsoft (-3,18%) a favore di Sony (+4.49%) e ArcadeUp (+4,21%). Un punto percentuale lo prendono anche la somma Retro games e la ristretta galassia degli Altri. Nel panorama delle web promo invece la situazione è completamente diversa: assistiamo a una spinta decisa di Nintendo (+4.67%), a sfavore di tutti gli altri, in particolare di Microsoft, che perde il 2,77%.



Un altro anno di successi per Ecoem

www.ecoem.it

Nel 2023 il sistema collettivo nazionale ha superato gli 800 associati, con un incremento del 25% rispetto al 2022. 10mila le tonnellate di Raee trattati, tra filiera domestica e professionale.

di Annalisa Pozzoli

Il 2023 è stato un anno molto positivo per Ecoem. Il sistema collettivo nazionale per la raccolta, ritiro, trattamento, riciclo dei Raee ha registrato una crescita sia per quanto riguarda il numero di associati, sia in termini di operatività, come ci spiega il direttore Luca Fasolino in questa intervista esclusiva con Hitech.

Visto che siamo quasi in conclusione dell'anno, qual è il bilancio dell'attività di Ecoem per il 2023?

Il sistema collettivo prevede di raggiungere il 2024 con una base associativa che supera le 800 unità. L'incremento è del 25% rispetto al 2022: sono state infatti oltre 200 le nuove richieste di adesione al Consorzio tra produttori, importatori e distributori di apparecchiature elettriche ed elettroniche immesse a consumo. Nonostante il quadro sia ancora in evoluzione, ci aspettiamo di chiudere il 2023 con un totale di 10mila tonnellate raccolte tra la filiera domestica e quella professionale. Nel campo domestico, nel quale Ecoem gestisce oltre 900 punti di raccolta nazionali, contiamo di raggiungere circa 6mila tonnellate di Raee raccolti e destinati a riciclo e trattamento, e un totale di circa 4mila richieste di ritiro evase presso i centri di raccolta. Questi numeri ci proiettano verso una crescita dei volumi di circa il +35% rispetto all'ultimo anno.

E per quanto riguarda l'ambito professionale?

Anche la filiera professionale concluderà un periodo positivo: abbiamo una previsione di crescita del 40% dei volumi raccolti rispetto al 2022, con circa 3.500 tonnellate di rifiuti professionali e industriali intermediati in Italia. Pertanto, il bilancio è assolutamente positivo e siamo già al lavoro per un nuovo anno che possa calcare la scia di questo 2023.

Quali sono i trend che avete riscontrato negli ultimi anni?

Se da un lato il nostro Paese sta vivendo per la prima volta una fase di flessione dei tassi di raccolta nazionali nella filiera domestica, è anche vero che nel canale professionale la domanda di riciclo e trattamento ha superato spesso l'offerta disponibile, almeno in alcune aree di Italia. Questo ha causato delle criticità nella gestione dei conferimenti in situazioni straordinarie come, ad esempio, il boom di qualche anno fa rispetto al riciclo di Tv e monitor dovuta agli incentivi governativi, oppure i pannelli fotovoltaici giunti a fine vita, che in questi ultimi anni hanno palesato una notevole quantità di materie prime da gestire in modo corretto. Pertanto, se da una parte ci ritroviamo in un Paese costantemente al lavoro per garantirsi il raggiungimento degli obiettivi comunitari sui tassi di raccolta, dall'altro lato possiamo constatare che l'intera filiera italiana del riciclo è più che mai viva, efficiente e sostenitrice di un indotto che produce lavoro e redditività per tutta Italia.

Quali sono le attività e le iniziative che vi hanno visti protagonisti nel 2023?

Sin dalla sua fondazione, il Consorzio si è impegnato in attività di comunicazione e divulgazione di informazioni volte alla sensibilizzazione dei cittadini e degli operatori della filiera. Siamo infatti fermamente convinti che la condivisione di informazioni come il corretto riciclo, l'impatto sulla filiera del trattamento e la tutela dell'ambiente siano temi fortemente sentiti e che possano considerarsi strategici per aumentare i tassi di raccolta ed evitare la dispersione di flussi di Raee verso canali non legali. Per questo motivo lavoriamo costantemente su campagne e iniziative di comunicazione – ad esempio tramite la cooperazione con il Centro di Coordinamento Raee – che possano sensibilizzare i giovani sulle tematiche come l'abbandono dei rifiuti ed il loro prezioso valore. Ma lavoriamo anche supportando le aziende che hanno una maggiore sensibilità rispetto all'ambiente attraverso l'organizzazione di giornate di formazione sull'economia circolare – ne sono un esempio le attività coordinate con Legambiente. Siamo poi attivi nell'assistere chi fabbrica apparecchiature elettriche ed elettroniche, fornendo loro un punto di vista differente, in sintonia con i principi di eco-design della direttiva vigente.

Quali sono i vostri obiettivi per il 2024?

Di sicuro ci auguriamo che la crescita associativa prosegua con questo andamento. Questo, più di ogni altra cosa, rappresenta per noi la dimostrazione del buon lavoro che abbiamo svolto e del proseguimento di un percorso che abbiamo iniziato oltre quindici anni fa, e che vogliamo portare avanti nell'interesse dei nostri associati e degli obiettivi di raccolta con cui dobbiamo confrontarci e misurarci. Parallelamente, il gruppo Ecoem si pone l'obiettivo di incrementare i servizi di ritiro, trasporto, trattamento e riciclo nella filiera domestica e professionale in cui opera, dove ci aspettiamo di raggiungere le 15mila tonnellate di rifiuti tecnologici destinati a riciclo e trattamento. Gli obiettivi, però, non sono esclusivamente numerici, ma anche qualitativi, rispetto soprattutto a uno scenario in continua evoluzione. Siamo infatti attenti al recepimento del nuovo regolamento batterie che comporterà novità nel settore del riciclo e della tracciabilità dei prodotti, ma anche rispetto a filiere di rifiuti che iniziano ad assumere un'importanza maggiore, come quella dei pannelli fotovoltaici.

Da sinistra: Fabio e Luca Fasolino, rispettivamente presidente e direttore di Ecoem

Quali sono i tratti distintivi di Ecoem, i punti di forza su cui gli associati possono contare aderendo al Consorzio?

La nostra è una struttura giovane ma con esperienza. I soci di Ecoem possono contare su un team di esperti con competenze che spaziano dalla gestione dei rifiuti tecnologici agli obblighi e adempimenti sulle apparecchiature commercializzate, dalle disposizioni per la corretta etichettatura dei prodotti fino alla gestione delle responsabilità sui mercati esteri. Da sempre puntiamo a configurarci come un partner che sostiene le aziende negli adempimenti previsti per le Aee e le batterie immesse a consumo nel nostro territorio, e per tutte le osservanze necessarie al rispetto dei principi della Responsabilità estesa del produttore che l'Italia ha recepito ormai da diversi anni. Ecoem rappresenta la scelta strategica di oltre 800 aziende tra società italiane ed estere che vogliono poter contare su un'offerta totale, completa per qualsiasi categoria di prodotto tecnologico commercializzato. Un'offerta che segua il processo in tutto il suo percorso, dalla fase di fabbricazione o importazione a quella di vendita e fornitura, per poi concludersi nella gestione del fine vita. Credo pertanto che il nostro punto di forza resti la nostra capacità di rendere semplice e disponibile un servizio che si basa su dinamiche complesse e dove sono richieste molte competenze.

newsline

Ecomondo 23, crescono espositori e visitatori

La transizione ecologica è pronta. Ecomondo, il salone internazionale dell´economia circolare di Italian Exhibition Group,ncora più significativo se si considera che nel 2022 la fiera si era svolta insieme a Key Energy Transition Expo, che ha poi conquistato un calendario autonomo.

150mila i metri quadrati dedicati a oltre 1.500 brand espositori, in crescita del 10% sullo scorso anno, per quattro intense giornate di business e networking. In crescita anche la partecipazione digitale, attraverso la piattaforma b2b GreentechInsights, che registra 600 mila visualizzazioni dei profili espositori. Eccellente anche la copertura mediatica: +10% sugli oltre 500 milioni di contatti del 2022 per uno degli impatti più alti di sempre sull'opinione pubblica italiana e internazionale.

Cresce il numero dei Paesi di provenienza dei visitatori di Ecomondo, prevalentemente dall'area euromediterranea con in testa Spagna, Germania, Grecia, Serbia, Egitto e Tunisia, e poi dall´Africa subsahariana. Oltre 630 gli operatori esteri internazionali ospitati grazie alla collaborazione di Agenzia Ice e ministero degli Affari esteri, e della cooperazione internazionale con la rete globale di regional advisor di Ieg e anche della Regione Emilia-Romagna, in particolare per il settore della Blue Economy, provenienti da Nord Africa e Africa subsahariana, Area balcanica, America Latina, Nord America, India e Medio Oriente, che complessivamente hanno generato 2.700 business matching.

Dalla bioeconomia rigenerativa alla blue economy, dalla valorizzazione dei rifiuti come risorsa al ripristino dei suoli, passando per le bioenergie al monitoraggio ambientale. Il segnale è chiaro: le tecnologie per la circolarità sono pronte per rigenerare gli ecosistemi e profittevoli, quando abbinate a policy orientate alla decarbonizzazione. Una green economy decarbonizzata, circolare e rigenerativa, come presentata in apertura degli Stati Generali della Green Economy 2023, potrebbe portare a un beneficio per 689 miliardi di euro in un arco di tempo di dieci anni, a fronte di costi cumulati per 136,7 miliardi, dal solo pacchetto normativo europeo per la decarbonizzazione ´Fit for 55´. Ecomondo tornerà a Rimini dal 5 all´8 novembre 2024.

Pubblicati i vincitori del bando Raee 2023

Sono state pubblicate sul sito del Centro di Coordinamento Raee (cdcraee.it) le graduatorie dei progetti vincitori del bando 2023 finalizzato all'erogazione di contributi economici destinati all'infrastrutturazione, allo sviluppo e all'adeguamento dei centri di raccolta, alla realizzazione di progetti di microraccolta e contestuale comunicazione locale.

Pubblicato lo scorso 6 marzo, l'avviso era rivolto a Comuni e società di gestione rifiuti verso i quali sono state messe a disposizione risorse economiche da parte dei produttori di apparecchiature elettriche ed elettroniche (Aee) mediante i sistemi collettivi. L'attribuzione economica è prevista dall'Accordo di programma ex art. 15 del d.lgs. 49/2014 sottoscritto da Associazione Nazionale Comuni Italiani (Anci), Centro di Coordinamento Raee, produttori di Aee e associazioni delle aziende della raccolta rifiuti.

Complessivamente sono stati premiati 100 progetti presentati da Comuni e società di gestione rifiuti e valutati da una Commissione paritetica composta da membri di tutte le parti firmatarie dell'accordo. Rispetto al 2022, la dotazione economica complessiva del bando 2023 sfiora i 4,3 milioni di euro ripartiti in tre distinte linee progettuali: implementazione dei centri di raccolta esistenti, realizzazione di nuovi centri, e progetti di microraccolta e relativa comunicazione.

I 100 progetti premiati, su un totale di 195 candidature inviate, rappresentano già di per sé un numero superiore rispetto alle adesioni complessive ricevute nel 2022.

"Nel rispetto del principio di responsabilità estesa del produttore, anche quest'anno le aziende di apparecchiature elettriche ed elettroniche sono accanto a Comuni e aziende della raccolta rifiuti mettendo loro a disposizione risorse economiche per migliorare in maniera continuativa e sistematica il sistema di gestione Raee", ha dichiarato Carlo Samori, rappresentante dei produttori di apparecchiature elettriche ed elettroniche presso Confindustria. "Quest'anno, in particolare, gli investimenti sono stati incrementati in maniera significativa, a dimostrazione della volontà di favorire il miglioramento e l'implementazione costante dell'infrastrutturazione della raccolta".

Arm, la sfida a Nvidia è appena cominciata

La prima trimestrale dopo la quotazione fa registrare una crescita pari al 28%. Gli investitori sembrano però aver accolto con una certa freddezza i risultati. Molte le incognite, tra cui la concorrenza di un'architettura di chip open-source e una start-up cinese...

di Andrea Dusio

Fari puntati su Arm. L'azienda britannica, dopo l'Ipo di settembre che l'ha portata alla valutazione stellare di oltre 54 miliardi, è diventata il fulcro delle prospettive di mercato relative ai chip di altissima qualità per molte aziende. Ricordiamo infatti che appartiene ad Arm l'architettura x86 diretta competitor di Intel. Negli ultimi decenni la capacità di diventare leader in questo tipo di architettura ha portato Arm ad alimentare praticamente tutti gli smartphone di alta gamma. Ma adesso la prospettiva di un'ulteriore crescita riguarda soprattutto i chip per Pc. Apple ha già puntato su Arm per il MacBook, e anche Nvidia e Amd ora starebbero producendo chip di alta gamma basati su Arm.

Nella prima relazione alla comunità finanziaria dopo la quotazione, a metà novembre, Arm ha sì battuto le aspettative di Wall Street, con un aumento dei ricavi pari al 28% su base annua, ma le azioni nelle contrattazioni prolungate sono scese del 7%, perché la guidance sull'esercizio invece non ha pienamente convinto gli investitori.

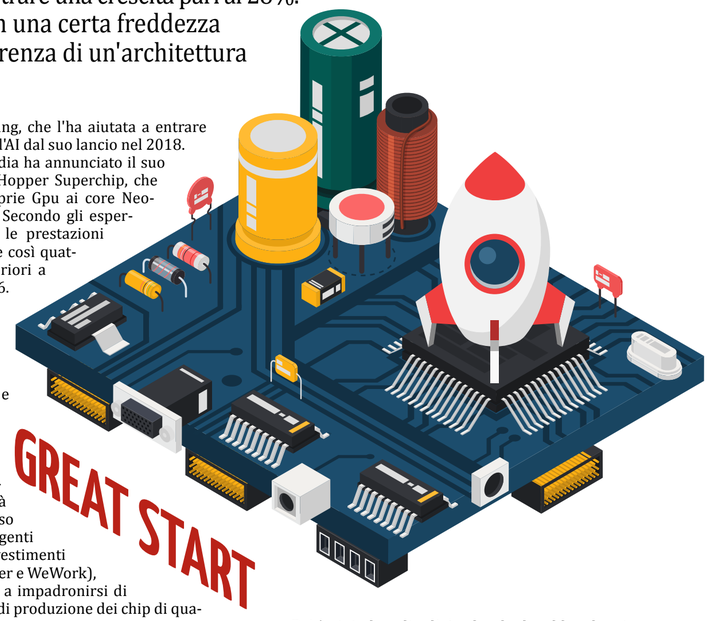
L'azienda britannica vende licenze per la sua architettura di chip alle aziende che producono unità di elaborazione centrale, o Cpu. Raccoglie inoltre royalty su ogni chip spedito che presenti la sua tecnologia (l'anno scorso ha superato i 30 miliardi di dollari proprio in questo modo). I suoi clienti sono i più grandi nomi della tecnologia, tra cui Apple, Nvidia, Google, Microsoft, Amazon, Samsung, Intel e Taiwan Semiconductor Manufacturing Company.

Arm consente ai chip di consumare meno energia rispetto a quelli realizzati con x86. È questa la ragione principale per cui Apple oggi la preferisce a Intel e Amazon Web Services vi basa i propri server personalizzati. I chip Snapdragon, che sono il fiore all'occhiello di Qualcomm, sono al momento tra i più richiesti in assoluto, e anch'essi si basano su architettura Arm.

Quali sono allora le incognite che oggi gravano sulle prospettive future? Una in particolare è a forte rischio: la saturazione del mercato della telefonia di ultima generazione. Circa il 20% delle entrate di Arm proviene tuttora dalla Cina. E gli smartphone, che contengono quasi tutti processori Arm, stanno subendo un forte calo delle vendite. L'altra è costituita dalla capacità di "correre da sola".

Oggi Arm conta circa 6.500 dipendenti in tutto il mondo. La maggior parte si trova nel Regno Unito e circa un sesto negli Stati Uniti, dove Arm ha uffici in Arizona, California, North Carolina e Texas. Ha anche sedi in Norvegia, Svezia, Francia e India. Nel 2016 Arm è stata acquistata dalla giapponese SoftBank per 32 miliardi di dollari. Nel 2020, SoftBank ha concluso un accordo con Nvidia. Era pronta a cedere Arm per 40 miliardi di dollari. Diciotto mesi dopo, l'accordo è saltato, bloccato dalle autorità di regolamentazione. Non tutti ne sono stati soddisfatti.

Arm è titolare, oggi, di non meno di 6.800 brevetti in tutto il mondo, con altre 2.700 richieste in corso di approvazione. Alcuni di questi riguardano la linea Neoverse per l'elaborazione ad alte prestazioni e il cloud computing, che l'ha aiutata a entrare nel settore dell'AI dal suo lancio nel 2018. Ad agosto Nvidia ha annunciato il suo ultimo Grace Hopper Superchip, che abbina le proprie Gpu ai core Neoverse di Arm. Secondo gli esperti del settore le prestazioni sono diventate così quattro volte superiori a un sistema x86. Ma l'interesse di Nvidia per Arm andava oltre la mera integrazione tecnologica. Se infatti Softbank aveva bisogno immediato di liquidità (avendo perso cifre molto ingenti a causa di investimenti sbagliati in Uber e WeWork), Nvidia mirava a impadronirsi di tutta la filiera di produzione dei chip di qualità.



Quel che resta difficilmente comprensibile è il 'raffreddamento' registrato dopo l'euforia iniziale al momento della quotazione (allorché il titolo guadagnò il 25%). Una possibile spiegazione è legata alla crescita dell'interesse per un'architettura rivale gratuita, perché open-source, di nome Risc-V, che vanterebbe già tra i propri sostenitori alcuni clienti ormai storici di Arm, come Google, Samsung e Qualcomm.

È interessante osservare la dinamica in atto: se Nvidia non fosse stata sul punto di acquisire il gruppo inglese, le big company difficilmente si sarebbero mosse per cercare un potenziale sostituto. E Risc-V sarebbe rimasta una piccola realtà. Qualcuno continua a definirla una concorrente a 'basso rischio' di erodere il business di Arm, perché indietro di qualche anno nello sviluppo della tecnologia. Però, in prospettiva, potrebbe diventare realmente competitiva per quanto riguarda le architetture di chip applicate ad alcuni settori a basso consumo e nell'Internet of Things.

Ad oggi la concorrenza più agguerrita continua ad essere rappresentata da x86, sviluppata da Intel nei lontani Anni Settanta, e a lungo dominante nei processori dei Pc, dove generazioni intere di software sono state sviluppate nello stesso modo. È questo l'elemento determinante per il successo di un'architettura, su cui si basano poi anche i server. Oggi però il software che viene usato nel mercato dei server è stato suddiviso in tante componenti, ed è dunque più facilmente eseguibile su altre architetture. Non a caso abbiamo società come la già citata Amazon Web Services che produce chip per server basati su Arm.

Poi è stata la volta di Apple, che ha abbandonato Intel xb6 dopo averla utilizzata per 15 anni nei Mac. I processori dal 2020 utilizzano Arm, e la nuova generazione M3 garantisce al MacBook sino a ventidue ore di autonomia. Si è trattato a tutti gli effetti di una svolta epocale, dopo la quale tutti hanno iniziato a guardare oltre Intel. A settembre Cupertino ha esteso l'accordo con Arm sino al 2040.

Qualche problema ha invece inficiato il rapporto con Qualcomm. Le due società sono in causa per il diritto di produrre alcuni chip. Nel 2021 Qualcomm ha acquisito una società di Cpu chiamata Nuvia, e con essa la licenza Arm che deteneva. Nuvia inizialmente avrebbe dovuto progettare un chip per server. Qualcomm pensava dunque di poterlo fare a sua volta, e Arm si è opposta. Il processo relativo a questo caso si dovrebbe celebrare nel 2024.

Diversi elementi concorrono insomma a fare della società britannica la scelta delle aziende che non producono chip. Anche perché la crisi di microcomponentistica ha evidenziato durante il Covid la fragilità strutturale di un'offerta allocata al 90% in Asia. Ora la Cina e gli Stati Uniti stanno imponendo maggiori controlli sulle esportazioni delle tecnologie dei chip. Per il momento, Arm afferma che questa stretta di vite non le ha sottratto business.

La Cina continua a rappresentare il 20% del suo business. Esiste però un'azienda locale, fondata da ex dipendenti di Arm China, che potrebbe nel lungo periodo costituire una minaccia, se riuscirà ad affermare una nuova architettura proprietaria. È questo forse l'unico rischio concreto. A oggi Arm sembra avere davanti a sé intere praterie di new business da conquistare. La sfida a Nvidia è appena cominciata.

hitech magazine
anno 14 - numero 11/12 -novembre/dicembre 2023
www.technospia.it

Haier: grande esperienza, piccolo elettrodomestico

L'azienda cinese fa il suo debutto nel segmento Ped con la linea Ksda Serie 5. Una gamma di soluzioni dalle performance professionali che include friggitrice ad aria, tostapane, multi beverage, frullatore, frullatore a immersione, bollitore e tritatutto.

di Annalisa Pozzoli

Specializzata nel segmento dei grandi elettrodomestici, nel quale è ormai da anni uno dei principali player del mercato, Haier porta oggi tutta la sua esperienza negli accessori per la cucina, con una gamma pensata per semplificare la vita di piccoli e grandi chef.

Nasce quindi la linea Ksda Serie 5: sette prodotti che uniscono design, tecnologia e risparmio energetico, creati con materiali e finiture eleganti. La gamma si compone di soluzioni che garantiscono performance professionali, e comprende: friggitrice ad aria, tostapane, multi beverage, frullatore, frullatore a immersione, bollitore e tritatutto.

La Friggitrice ad aria, grazie ai suoi nove programmi, permette di esprimere al massimo la creatività in cucina. Oltre alla funzione per friggere ad aria, sono disponibili quelle per cuocere, riscaldare, disidratare, arrostire, grigliare, scongelare, la funzione per la cottura lenta a varie temperature e la preparazione dello yogurt. Il vetro trasparente consente di monitorare facilmente la preparazione delle ricette, senza dover aprire il cestello perdendo calore.

Il Tostapane I-Master Serie 5 nasce per rivoluzionare i momenti di pausa: le fessure per il pane sono più ampie del 25% rispetto alla media del mercato, permettendo di inserirne di varie tipologie, mentre le 21 combinazioni di tostatura possono soddisfare ogni preferenza.

Il Multi Beverage I-Master Serie 5 è al tempo stesso bollitore, monta latte, caffettiera e offre la possibilità di ottenere anche la cioccolata calda, il tutto in un solo elettrodomestico. Ogni bevanda si può realizzare senza bisogno di capsule, nel pieno rispetto dell'ambiente.

Munito di sei lame in acciaio inox e cinque velocità variabili, il Frullatore I-Master Serie 5 frulla qualsiasi alimento. Il frullatore è dotato di due diverse caraffe in vetro di alta qualità, e garantisce il perfetto passaggio dalla caraffa al bicchiere senza residui di sapore. Il processo inizierà solo se la caraffa e il coperchio sono correttamente posizionati, ma è possibile aggiungere la quantità precisa di ingredienti extra senza interrompere la miscelazione, rimuovendo il dosatore dal coperchio e facendosi guidare dall'indicatore interno.

Il Frullatore a immersione I-Master Series 5, nella sua versione accessoriata, oltre alle tre lame in acciaio inox e al pulsante di attivazione per regolare la velocità di frullata, presenta doppie fruste, l'accessorio tritatutto in vetro con quattro lame e lo schiacciapatate.

Il Bollitore I-Master Serie 5 presenta un controllo touch che permette di regolare sette livelli di temperatura per personalizzare le bevande secondo ogni gusto, mentre l'ampia apertura di 13 cm e il coperchio removibile favoriscono e semplificano le operazioni di pulizia.

Qualunque sia il tipo o la consistenza del cibo, il Tritatutto I-Master Serie 5 assicura un taglio efficace grazie alle sue lame multistrato - che lavorano sugli ingredienti dal basso verso l'alto, dall'opzione doppia velocità e dall'effetto pulsato.

Samsung premiata per l'assistenza post-vendita dei climatizzatori

Samsung Electronics Italia si conferma per il quinto anno consecutivo numero uno nel servizio post-vendita Climatizzazione. È quanto emerge dall'indagine 'Migliori in Italia – Campioni del Servizio 2024' dell'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (Itqf), che premia le aziende che si sono distinte per risultati e per recensioni dei clienti relativamente all'assistenza post-vendita. L'analisi di Itqf ha preso in esame 358mila giudizi di clienti su un panel di 2.164 aziende di 203 diversi settori dell'economia italiana con le quote di mercato più ampie del Paese. Per ogni mercato è stato calcolato un punteggio Ses (Service experience score) sul servizio medio, che indica la quota media degli italiani che giudicano come 'Molto Buono' il servizio clienti delle aziende appartenenti a quel settore. Le aziende che ottengono un punteggio superiore a quello medio ricevono il sigillo di qualità 'Top Servizio'. L'azienda che, invece, ottiene il punteggio più alto di tutto il mercato di appartenenza riceve il sigillo 'Migliori in Italia-N.1 Servizio', ed è ciò che ha ottenuto Samsung."Siamo veramente orgogliosi di essere giunti alla quinta conferma consecutiva per il nostro servizio post-vendita", ha commentato Ettore Jovane, head of Samsung Air Conditioning Italy. "La climatizzazione per noi in Samsung è sinonimo di comfort che non si ferma allo sviluppo di prodotti sempre più innovativi e performanti per soddisfare e anticipare le esigenze dei clienti, ma è un'attenzione che poniamo lungo il ciclo di vita del prodotto supportando da vicino quanti affidando la gestione della climatizzazione in casa all'offerta Samsung".

Whirlpool, al via la campagna 'Tutto in un unico carico, senza pensieri'

Whirlpool si è ispirata all'importanza della cura di sé e del proprio tempo per la sua nuova campagna dedicata alla lavastoviglie MaxiSpace, partita in Italia il 20 novembre. Attraverso una combinazione di formati digital e social, la nuova campagna 'Tutto in un unico carico, senza pensieri' intende mostrare la capacità dell'innovativa lavastoviglie MaxiSpace di eliminare lo stress quotidiano del caricamento delle stoviglie, grazie alla grandezza del suo cestello. La campagna racconta al contempo l'impatto della tecnologia 6° Senso degli elettrodomestici intuitivi di Whirlpool, in grado di garantire un'esperienza quotidiana più rilassante. Le attività online coinvolgeranno Meta, Youtube e Netflix, oltre ad attivazioni di creator digitali. Il cuore della campagna è un nuovo film di 30 secondi - declinato in diversi formati per i canali digital, sviluppato dal regista Martin Werner. Lo spot racconta lo stress vissuto nel corso della giornata dalla protagonista, alle prese i problemi della quotidianità. Almeno a casa, però, può contare sulla nuova lavastoviglie MaxiSpace di Whirlpool che offre tutto lo spazio necessario per affrontare le faccende domestiche senza sforzo.

Le asciugatrici Bosch protagoniste dell'iniziativa 'Keep Calm and Cashback'

Si chiama 'Keep Calm and Cashback' la nuova promozione che Bosch ha dedicato alle sue asciugatrici. Fino al 31 gennaio 2024, i consumatori che acquistano un'asciugatrice Bosch tra i modelli selezionati per l'iniziativa e si registrano sul sito ufficiale del marchio www.bosch-home.com/it, potranno ricevere fino a 150 euro di rimborso grazie alla meccanica cashback. Protagonisti dell'attività sono i nuovi modelli di asciugatrici a pompa di calore in classe A+++ -10% Serie 8 e in classe A+++ Serie 6, che si contraddistinguono per tecnologie volte ad offrire risultati di asciugatura perfetti con attenzione ai consumi. La tecnologia a pompa di calore riduce, infatti, notevolmente l'impatto ambientale grazie anche all'utilizzo del gas propano R290. Grazie al condensatore autopulente, le asciugatrici Bosch utilizzano l'acqua di condensa prodotta durante l'asciugatura per rimuovere la lanugine che ad ogni ciclo si deposita sul condensatore e che, con il passare del tempo, tende a ridurne l'efficienza. Ciò significa che l'elettrodomestico resta efficiente per tutta la sua durata, mantenendo sempre bassi i consumi. Le nuove asciugatrici Bosch si avvalgono dell'app Home Connect, che offre programmi aggiuntivi e costanti aggiornamenti software.

LG, operazione built-in

Fa il suo debutto in Italia la prima collezione da incasso del brand sudcoreano. Elettrodomestici semplici da usare, dalle prestazioni elevate e dal design minimal, che ben si inseriscono in qualsiasi ambiente cucina.

di Annalisa Pozzoli

Lo spettacolo è in cucina. InstaView: bussa due volte per scoprirlo. È con questo claim che LG fa il suo debutto ufficiale nel segmento degli elettrodomestici da incasso. Una linea di prodotti caratterizzati da semplicità d'uso, prestazioni elevate e design minimal, per una cucina funzionale ed elegante. La nuova collezione, che vanta prestazioni energetiche elevate, in linea con i migliori standard di settore, è composta da quattro forni elettrici, due piani cottura a induzione, due piani cottura a gas, tre lavastoviglie e a breve saranno introdotti anche i frigoriferi da incasso.

FORNI INSTAVIEW: FUNZIONI E CONNETTIVITÀ

Minimal ed eleganti, i nuovi forni LG sono dotati della tecnologia InstaView, già presente sui frigoriferi LG, che permette di guardare all'interno del forno con un semplice toc toc sul vetro, senza timore di scottarsi. I quattro vetri della porta del forno, infatti, isolano perfettamente dal calore e rendono i forni InstaView estremamente sicuri. La qualità dei materiali garantisce inoltre resistenza, durabilità e facile manutenzione anche grazie alle funzioni dedicate, come la EasyClean e la pirolisi, che permettono di avere un forno sempre pulito anche dopo gli esperimenti culinari più arditi. In particolare, EasyClean permette di pulire il forno in soli 10 minuti, senza l'ausilio di detergenti, sfruttando unicamente il potere del vapore; la pirolisi, invece, sfrutta le alte temperature per carbonizzare i residui ostinati presenti sulle pareti del forno.

Funzionali e semplici da usare, i forni InstaView della collezione da incasso LG sono degli elettrodomestici completi grazie alle numerose opzioni: dalla cottura tradizionale, con ventola o statica, a quella a vapore, dalla cottura sottovuoto alla frittura ad aria, i forni LG racchiudono nello stesso prodotto numerose funzioni che permettono di risparmiare spazio e di sperimentare nuovi sapori. I forni InstaView sono dedicati anche agli chef alle prime armi o a chi ama curiosare tra ricette nuove: grazie all'app gratuita ThinQ, infatti, è possibile scaricare tante ricette gustose e originali per testare le diverse tipologie di cottura. Il design essenziale e compatto, pur garantendo un'ampia capacità di 76 litri, combinato con l'assenza di manopole e il display touch, permette ai forni InstaView di integrarsi senza soluzione di continuità con lo stile di qualunque cucina. Tutto questo unito a un'alta efficienza energetica (classi A+ e A++).

PIANI COTTURA: FLESSIBILITÀ E STILE

I piani cottura a induzione, entrambi da 60 cm, offrono quattro piastre con zona flex doppia o singola. I controlli slide touch indipendenti garantiscono comodità e controllo della temperatura anche durante le preparazioni più complesse, mentre la rilevazione automatica della pentola e il sistema Stop & Go rendono questi piatti cottura sicuri e a prova di scottatura. Infine, le finiture in vetro nero Schott, smussate sui quattro lati, garantiscono uno stile elegante e raffinato.

I piani cottura a gas sono disponibili nella versione da 60 e da 75 cm, rispettivamente con quattro e cinque bruciatori. Con la loro colorazione in acciaio, anche i piani cottura a gas assicurano un tocco di stile per ogni cucina.

LAVASTOVIGLIE: EFFICACIA ED EFFICIENZA

La gamma di lavastoviglie LG, introdotta nel 2021, si arricchisce di nuovi modelli da incasso con funzioni e caratteristiche speciali, tra cui un'elevata efficienza energetica che arriva fino alla classe A. In particolare, le lavastoviglie LG sono caratterizzate dalla tecnologia QuadWash che, grazie alla rotazione multidirezionale dei suoi quattro bracci irroratori, garantisce performance di lavaggio elevate. Rispetto al tradizionale sistema a due bracci, infatti, i quattro bracci Multi-Motion riescono a raggiungere ogni angolo della vasca di lavaggio offrendo una pulizia completa di tutte le stoviglie da più angolazioni durante l'intero ciclo. L'igienizzazione è inoltre garantita dalla tecnologia TrueSteam, che, grazie a un getto di vapore caldo, è in grado di rimuovere fino al 99,99% di germi e batteri dalle stoviglie. Il sistema di carico EasyRack, dotato di rastrelliera personalizzabile, rende il sistema di cestelli regolabili adatto a tutte le tipologie di carico. Infine, le lavastoviglie LG preservano anche il design della cucina: grazie alle cerniere sliding, infatti, è possibile far scorrere l'anta durante l'apertura della porta, evitando di dover fresare lo zoccolo nel caso di cucine moderne molto alte.

"Il nostro ingresso nel mercato degli elettrodomestici da incasso rappresenta la naturale prosecuzione di un percorso di crescita che abbiamo intrapreso da anni", ha commentato Francesco Salza, consumer electronics director di LG Electronics Italia. "Abbiamo guadagnato la fiducia dei consumatori nei segmenti premium del mercato di frigoriferi e lavatrici prima, e di asciugatrici e aspirapolvere dopo grazie a prodotti caratterizzati da prestazioni elevate ed efficienza. Ora proponiamo questo stesso approccio vincente anche sull'incasso, certi che i nostri partner commerciali e i nostri clienti possano confermarci la stessa fiducia che ci hanno accordato su altre categorie di prodotto. La nostra offerta da incasso firmata LG si affianca all'offerta da incasso firmata Signature Kitchen Suite, posizionandosi su un segmento diverso e complementare, rendendoci uno dei marchi con l'offerta più diversificata del mercato".

hitech magazine
anno 14 - numero 11/12 -novembre/dicembre 2023
www.technospia.it

SPECIALE

SMART HOME

UNA GUIDA PRATICA PER BUYER E RETAILER

A cura di Annalisa Pozzoli e Margherita Bonalumi

da pagina 21 a pagina 24

NETATMO

Misuratore intelligente della qualità dell'aria

Il Misuratore intelligente della qualità dell'aria misura la qualità dell'aria, l'umidità e la temperatura all'interno della vostra abitazione. I dati rilevati guidano le regolazioni e offrono raccomandazioni per creare un ambiente ottimale, a sostegno di tutte le attività quotidiane, supportando anche le sessioni di fitness domestico.

Telecamera intelligente da interni

La Telecamera intelligente migliora la sicurezza e la tranquillità della casa. Incorpora la tecnologia di riconoscimento facciale e invia notifiche allo smartphone, avvisando se viene rilevato un volto sconosciuto, il tutto senza costi di abbonamento.

Stazione meteo

La Stazione meteo osserva i modelli meteorologici ultra-locali e migliora il legame con l'ambiente. È in grado di acquisire dati precisi come temperatura, umidità e pressione atmosferica: grazie a tutte queste informazioni, anticipa i cambiamenti meteo, promuovendo l'armonia con la natura e arricchendo le esperienze all'aperto.

segue

AIR CONTROL
Termostato radio Koolnova

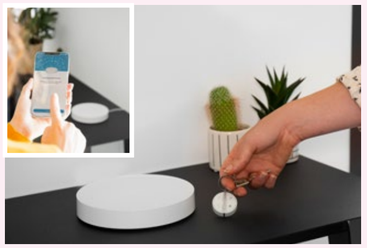
I termostati radio Koolnova, disponibili in due colorazioni, non necessitano di cablaggi, gestiscono il pavimento radiante e, associati alla centralina domotica, sono in grado di controllare allarmi, finestre e luci. Il loro utilizzo consente un controllo indipendente e intelligente della temperatura in tutte le zone della casa: spegnendo il condizionamento nei locali non occupati non si spreca energia inutilmente. La configurazione è semplice e il controllo avviene tramite app. I termostati sono compatibili con i principali sistemi di domotica.

AVM
Presa intelligente Fritz!Dect 210

Fritz!Dect 210 è la presa intelligente da interno ed esterno che attiva l'alimentazione dei dispositivi collegati all'impianto elettrico, misurando, registrando e valutando il consumo. L'integrazione nella rete Internet di casa si effettua con codifica integrata tramite Dect. Inoltre, l'apposita protezione dagli spruzzi d'acqua consente l'utilizzo di questa presa anche in bagno, oppure outdoor, per gestire l'illuminazione, l'impianto di irrigazione, o agli attrezzi da giardino. La commutazione automatica dei dispositivi collegati avviene anche da remoto.

SOMFY
Unità di controllo Link Essential

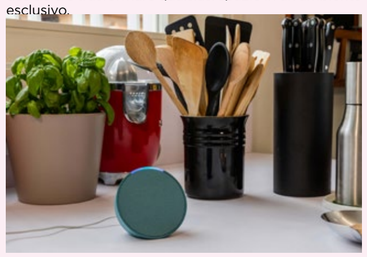
La nuova unità di controllo Link Essential va ad ampliare l'offerta Home Alarm di Somfy in ambito sicurezza ed è compatibile con tutti gli attuali accessori della gamma (telecamera per interni, telecamera per esterni, Somfy One+, sirene). Per continuare a fornire soluzioni che rispondano alle esigenze di una casa intelligente anche per gli aspetti che riguardano la sicurezza, la nuova soluzione Home Alarm Essential include una nuova e più efficiente unità di controllo che garantisce un'autonomia di 24 ore, oltre a migliori prestazioni radio e un'installazione semplificata e più veloce. Studiata per la deterrenza pre-intrusione, la nuova offerta include il sensore brevettato IntelliTag, in grado di rilevare le vibrazioni su porte e finestre, distinguendo tra un evento normale, come il vento o una palla che colpisce la porta, e un vero e proprio tentativo di effrazione, per esempio con un piede di porco o un trapano. Se viene rilevato un evento simile, il sensore attiva le sirene e invia un avviso in tempo reale sullo smartphone. Home Alarm Essential è compatibile con Tahoma, che rende possibile creare scenari di sicurezza per chiudere le tapparelle se viene rilevato un intruso oppure per simulare la presenza di qualcuno nell'abitazione in caso di assenza.



AMAZON

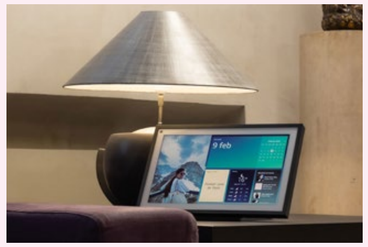
Echo Pop

Echo Pop è il nuovo altoparlante intelligente Bluetooth con Alexa, dal design emisferico e dalle dimensioni compatte, offre un suono ricco ed è l'ideale per stanze da letto e spazi ridotti. È abbastanza piccolo da stare bene ovunque, ma così potente da non passare inosservato, anche grazie ai nuovi colori lavanda e verde petrolio, e le cover colorate disponibili che lo rendono adatto ad ogni ambiente. Grazie alle skill di Alexa si possono fare tante cose, come gestire la musica e controllare facilmente i dispositivi intelligenti compatibili, come prese e luci. Basterà dire "Alexa, riproduci la mia canzone preferita", oppure "Alexa, accendi i Led colorati" per ricreare l'atmosfera che si desidera e trasformare qualsiasi spazio in un ambiente esclusivo.



Echo Show 15

Echo Show 15 è il cuore digitale della casa. Lo schermo da 15,6", 1080p Full HD, si può montare a parete o posizionare su un ripiano per gestire e controllare a vista gli impegni quotidiani. Si possono chiedere ad Alexa suggerimenti su cosa cucinare, seguire ricette passo per passo a mani libere e aggiungere ingredienti alla lista della spesa. Con la funzione Cornice fotografica, poi, si possono visualizzare le foto da Amazon Photos per ricordare insieme i più bei momenti dell'anno trascorsi in famiglia. Inoltre, con Echo Show 15, si può rimanere sempre connessi con amici e parenti e accedere a un'ampia offerta di contenuti di intrattenimento.



NUKI
Smart Lock e Smart Lock Pro

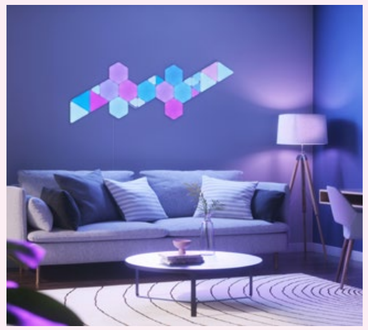
È disponibile anche in Italia la quarta generazione delle serrature elettroniche Nuki, Smart Lock e Smart Lock Pro. A livello visivo la quarta generazione di Nuki rimane invariata con il suo design iconico e la disponibilità in bianco e nero. Tuttavia, l'elettronica e il software sono completamente nuovi grazie a Matter che rende più facile l'integrazione con i principali sistemi di smart home. Una novità è anche la maggiore durata della batteria: con una sola carica le due nuove serrature intelligenti possono essere utilizzate fino a sei mesi, il che rappresenta un miglioramento dell'autonomia di circa il 30%.

KEYPAD 2 PRO

Il Keypad 2 Pro si distingue per il suo frontale in acciaio inossidabile e per la possibilità di essere installato senza problemi nella parete o sulla porta. Come per il Keypad 2, è possibile assegnare fino a 20 impronte digitali e 200 codici di accesso individuali. Entrambe le serrature intelligenti Matter sono compatibili con la nuova tastiera.

NANOLEAF
Hexagon and Triangles Shape

Pannelli luminosi di forma esagonale o triangolare a led modulari, che permettono di creare un'esperienza di illuminazione creativa, personalizzabile e immersiva, giocando con forme e colori grazie alla combinazione di tecnologia e design. Tramite l'app Nanoleaf è possibile scegliere tra una tavolozza di oltre 16 milioni di colori per ricreare un'atmosfera diversa in base alle proprie esigenze. L'esclusiva tecnologia Layout Detect di Nanoleaf consente alle animazioni a colori di fluire in modo intelligente tra i pannelli in base al layout. A questa si aggiunge la funzione Rhythm, che trasforma le proprie canzoni preferite in sinfonie danzanti di luci e colori. Con la sincronizzazione della musica ritmica integrata, i pannelli reagiscono alla musica di tutti i generi in tempo reale. Sono compatibili con Alexa, Google Assistant, Ifttt, Razer Chroma, Samsung SmartThings, per una gestione diretta dal comando vocale. Per l'installazione non servono chiodi né buchi nel muro, è sufficiente usare il nastro biadesivo incluso nella confezione. Lo Starter Kit contiene nove pannelli, ma è possibile aggiungere ulteriori elementi per creare forme ancora più originali. Sono distribuiti in Italia da Hinnovation by Nital.



segue

TP-LINK

Kit per videosorveglianza Tapo C420S2

Si tratta di un pratico kit per la videosorveglianza domestica, con gestione tramite app Tapo, composto da due telecamere Smart Wi-Fi e uno smart Hub H200 a batteria a lunga durata (fino a 180 giorni) rimovibile e ricaricabile per la massima flessibilità di installazione. L'hub si connette alla rete locale tramite cavo Lan e si interfaccia con le telecamere tramite Wi-Fi 2.4Ghz e protocolli low power, permettendo di accedere allo storage locale su micro SD. Le telecamere hanno una risoluzione 2K QHD e un sistema Full-Color NightVision per riprese notturne, e sono dotate di tecnologia Smart AI che identifica persone, animali domestici e automobili, avvisando l'utente solo quando necessario, tramite allarme acustico. Con il sistema Two-Way Audio si può comunicare con chi si trova nell'area controllata. Per installarle non servono cavo di alimentazione né di rete, per questo si possono posizionare ovunque, sia in ambienti interni, sia in spazi esterni.

Mini presa Smart wi-fi certificata Matter Tapo P125M

Questa presa Smart wi-fi permette di rendere intelligenti tutti gli oggetti alimentati a elettricità presenti in casa. Il design è compatto e lineare, pensato per ottimizzare gli spazi e integrarsi in modo discreto ed elegante in ogni ambiente. È molto facile da usare: basta l'app Tapo, tramite la quale si possono tracciare i consumi di energia dei dispositivi connessi e stimare il costo della bolletta in base alla tariffa elettrica. Si può impostare lo spegnimento automatico della presa dopo un dato periodo di tempo, oppure creare programmi personalizzati. Infine, la modalità assenza consente di accendere e spegnere i dispositivi simulando la presenza in casa. La presa è compatibile con Amazon Alexa, Apple Siri o Google Assistant e ha la certificazione con il nuovo standard Matter.

EZVIZ

Videocamera H8C

Videocamera wi-fi pensata per gli ambienti outdoor, con risoluzione 1080p e tecnologia video per un alto grado di dettaglio. Robusta, impermeabile e compatta, può essere utilizzata in presenza di qualsiasi condizione atmosferica, per monitorare giardini e spazi aperti sia di giorno che di notte. Dispone di una sistema per riprese sia a colori sia in bianco e nero, e integra una modalità smart grazie a cui la telecamera illumina automaticamente l'ambiente quando rileva un movimento. La funzione di difesa si attiva in caso venga rilevata la presenza di estranei, tramite una sirena a volume elevato e due faretti abbaglianti con luce intermittente per spaventare e mettere in fuga gli intrusi. A questi si aggiunge l'audio bidirezionale per parlare da remoto con chi si trova nei pressi della videocamera. Supporta schede micro SD fino a 512 GB di capacità, per archiviare registrazioni video da visualizzare all'occorrenza. Può sfruttare inoltre il servizio di storage del servizio CloudPlay di Ezviz. Compatibile con Google Assistant e Amazon Alexa. Distribuita in Italia da Hinnovation by Nital.

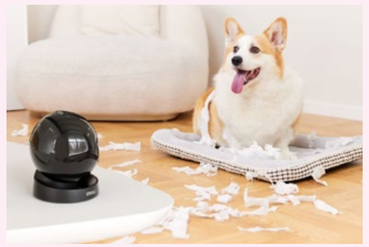
IMOU

Telecamera di sicurezza da esterni Cruiser 2

Questa telecamera di sicurezza con Wi-Fi 6 è dotata della funzione di riconoscimento di veicoli, persone e animali. Perfetta per gli esterni, Cruiser 2 è disponibile in due risoluzioni video – da 3K (5MP) e da 2K (3MP) – e assicura che ogni angolo dell'abitazione/cortile sia interamente coperto. I 5 megapixel forniscono immagini 3K dettagliate, le quattro modalità di visione notturna garantiscono una nitidezza chiara come se fosse giorno, e il pan&tilt panoramico offre una protezione a 360 gradi. Anche Cruiser 2 è dotata della tecnologia all'avanguardia Imou Sense. Interamente sviluppata da Imou, si basa su algoritmi video, audio, navigazione e percezione potenziati, in grado di amplificare le caratteristiche dei device in cui è installata, garantendo un miglioramento delle prestazioni fino al 50% rispetto a prodotti della stessa categoria presenti sul mercato. In questo modo vengono ridotti efficacemente anche i falsi allarmi causati da insetti, uccelli e foglie. Certificata IP66, Cruiser 2 offre il massimo grado di protezione anche contro le intemperie ed è perfetta per l'esterno.

Telecamera di sicurezza da interni Rex 3D

Telecamera di sicurezza da interni disponibile in due risoluzioni video – da 3K (5MP) e da 2K (3MP) – motorizzata, con sirena integrata e pan&tilt in grado di ruotare di 360 gradi, per garantire la ripresa di più aree. Dotata della tecnologia Imou Sense, Rex 3D, insieme all'aspetto della sfera di cristallo che emula un cielo stellato, offre agli utenti un'elegante esperienza di sicurezza, con una precisione di riconoscimento del 99% per figure umane e animali domestici. Oltre alle funzioni di rilevamento suoni anomali, smart tracking, Human e Pet Detection, funzione privacy, visione notturna, comunicazione bidirezionale, riconosce oggetti ed elabora i dati in 0,02 secondi, inviando immediatamente una notifica all'app, consentendo di monitorare solo ciò che conta, senza ricevere fastidiosi falsi allarmi. La funzione Pet Detection, in particolare, è in grado di riconoscere il movimento animale e tracciarlo, con possibilità di pre-registrare messaggi che si attivano quando viene oltrepassata una determinata zona precedentemente definita tramite app. Se, ad esempio, il cane dovesse salire sul divano, la telecamera ne rileverà il movimento e attiverà il messaggio specifico registrato dall'utente.



IOTTY

Interruttore Intelligente per luci e cancelli Iotty Plus

È l'interruttore wi-fi smart di ultima generazione per l'automazione dell'illuminazione di casa. Grazie al suo design moderno in vetro temperato e con retroilluminazione, rende unico ogni ambiente. La placca presenta tre tasti attivabili e configurabili singolarmente come interruttore on/off, pulsante, oppure deviatore/invertitore via wi-fi. Si collega direttamente al wi-fi di casa e non ha bisogno di centraline aggiuntive (ma funziona manualmente anche senza rete wi-fi). Compatibile con Amazon Alexa, Google Home, comandi rapidi di Siri e SmartThings di Samsung. Disponibile nei colori bianco, nero, grigio, sabbia e azzurro.

Interruttore Intelligente per Tende e Tapparelle Iotty Plus

Elegante e funzionale, è l'ideale per comandare tende e tapparelle da un'unica app o con la voce, grazie all'integrazione con i più comuni assistenti vocali. Questo dispositivo, con sistema touch e connessione diretta al wi-fi, è caratterizzato da due tasti per salita/discesa e tasto centrale configurabile come interruttore on/off, pulsante, oppure deviatore/invertitore via wi-fi. Compatibile con Amazon Alexa, Google Home, comandi rapidi di Siri e SmartThings di Samsung. Disponibile in bianco, nero, grigio, sabbia e azzurro.

fine

hitech magazine
anno 14 - numero 11/12 -novembre/dicembre 2023
www.technospia.it

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

I ceo di Netflix, Warner e Paramount sono tra i più pagati al mondo

Dalla decima edizione della classifica curata dall'organizzazione no-profit As You Sow emergono fortissime disparità salariali tra dirigenti e impiegati. Ma negli Usa è allo studio una proposta di legge per tassare questo fenomeno. Ritenuto, tra l'altro, un forte freno per l'economia.

A

A chiusura di un anno non semplice, vessato dalla protesta dei lavoratori dello spettacolo in quello che passerà alla storia come il primo sciopero nella storia di Hollywood, le aziende del settore entertainment continuano a vedere i propri amministratori delegati ben piazzati nella classifica dei 25 executive più pagati, stilata dall'organizzazione no-profit As You Sow. Michael Rapino di Live Nation (139 milioni di dollari di stipendio) è in cima alla lista, che comprende anche realtà come Netflix, Paramount Global e Warner Bros. Discovery, oltre a Charter, Apple e Alphabet.

La classifica calcola quello che definisce un 'eccesso di retribuzione', misurando i compensi rispetto a tre parametri: il rendimento totale degli azionisti, il numero di azioni votate contro il pacchetto retributivo di un amministratore delegato durante l'assemblea annuale e il rapporto tra la retribuzione dell'ad e la retribuzione media dei lavoratori, un divario che è in costante aumento e che è oggetto di esame da parte di sindacati e politici. As You Sow pondera i primi due dati al 40% ciascuno e il rapporto retributivo al 20% per elaborare la sua classifica. I numeri si riferiscono alle retribuzioni del 2022, le ultime disponibili. Nel caso degli amministratori delegati, i dati comprendono stipendio e bonus, nonché stock option e sovvenzioni che maturano nel tempo e possono essere sommerse, ma che tendono a essere assegnate anno dopo anno. Vengono considerati anche i voti degli azionisti sulle retribuzioni sono solo consultivi, cioè non vincolanti, ma un numero elevato di 'no' non è un segnale positivo.

Utilizzando questi parametri, la società ha valutato l'importo della retribuzione di Rapino a 123 milioni di dollari, evidenziando che circa l'81% delle azioni istituzionali e il 54% delle azioni dichiarate hanno votato contro il suo pacchetto del 2022. Il rapporto di retribuzione – il compenso dell'amministratore delegato rispetto alla retribuzione media dei lavoratori – era di 5.414 a 1.

Live Nation ha fatto notare nel suo proxy (un documento Sec con i dettagli sulle retribuzioni dei cinque dirigenti più pagati di un'azienda) che una parte significativa dei suoi dipendenti sono part-time, stagionali e temporanei con "compensi totali relativamente bassi". Inoltre, circa 109 milioni di dollari del pacchetto di Rapino erano legati al rinnovo quinquennale del contratto di lavoro. Se si esclude questo aspetto e si confronta il suo compenso solo con quello dei dipendenti statunitensi a tempo pieno, il rapporto di retribuzione sarebbe stato di 353 a 1, ha dichiarato l'azienda. "In un anno segnato da scioperi sindacali che utilizzano ampie disparità retributive per misurare la sottovalutazione dei lavoratori, sia gli investitori che le aziende possono utilizzare questo strumento per imporre ai dirigenti standard più elevati di performance individuale e aziendale", ha dichiarato As You Sow nel suo rapporto.

Netflix si è piazzata al settimo posto, con gli allora co-ceo Reed Hastings e Ted Sarandos che hanno incassato complessivamente 101 milioni di dollari, più o meno 50 milioni a testa, e circa 86 milioni di dollari di retribuzione eccessiva, secondo As You Sow. Oltre il 70% degli azionisti ha votato contro i compensi dei dirigenti e Netflix ha promesso di apportare alcune modifiche alle sue politiche retributive quest'anno. Dopo il passo indietro di Hastings, da gennaio i co-ceo sono Greg Peters e Sarandos. L'amministratore delegato di Paramount Global, Bob Bakish, si è piazzato al 16esimo posto con 32 milioni di dollari e un rapporto di 291 a 1. Il ceo di Warner Bros. Discovery, David Zaslav, è sceso al 25esimo posto con un pacchetto di 39 milioni di dollari e un rapporto di retribuzione di 291 a 1.

Le elevate retribuzioni degli amministratori delegati e le disparità salariali hanno costituito un tema ricorrente nelle recenti vertenze sindacali delle corporazioni di Hollywood, dell'Uaw e di altri soggetti. All'inizio del mese, il senatore Sheldon Whitehouse e i deputati Barbara Lee e Alexandria Ocasio-Cortez hanno presentato il Curtailing Executive Overcompensation (Ceo) Act, che prevede l'applicazione di un'imposta di consumo alle aziende che presentano una disparità retributiva tra ceo e lavoratori media di almeno 50 punti. Secondo le stime dei politici, nel 2022 il Ceo Act avrebbe potuto raccogliere oltre 10 miliardi di dollari solo dalle prime 100 aziende statunitensi. "Non è giustificato che un amministratore delegato guadagni centinaia di volte quello che guadagna il lavoratore medio della sua azienda. È un segno di malattia della società e un freno alla nostra economia. Il Congresso deve intervenire e correggere il miserabile eccesso di auto-assunzione degli amministratori delegati", ha dichiarato Whitehouse, annunciando la proposta di legge.

La tassa, che potrebbe avere un percorso difficile a Washington, si applicherebbe alle aziende con oltre 100 milioni di dollari di ricavi e 10 milioni di dollari di salari. L'aliquota imposta sarebbe proporzionale all'entità dei compensi dei dirigenti (compresi stipendio, bonus, premi e opzioni su azioni) e al grado di rapporto retributivo superiore a 50 a 1. L'imposta sarebbe limitata all'1% dei ricavi lordi di una società.

Secondo As You Sow, moderare la retribuzione degli amministratori delegati potrebbe essere una buona proposta commerciale. In generale, è stato rilevato che le società con gli amministratori delegati più strapagati hanno avuto rendimenti inferiori per gli azionisti rispetto alla media.

Andrea Dusio

Disney ponte tra Usa e Cina

La major sarebbe tra le società che più beneficerebbero dalla distensione dei rapporti diplomatici. Ma in generale l'entertainment potrebbe rappresentare un primo passo per un dialogo tra i due Paesi.

Disney sarebbe tra i primi beneficiari del miglioramento recente dei rapporti tra Stati Uniti e Cina. È quanto sostiene un analista veterano di Wall Street come Tim Nollen di Macquarie, che, in occasione dei colloqui in California tra il presidente cinese Xi Jinping e il presidente Joe Biden, ha indicato la major, l'azienda di tecnologia pubblicitaria The Trade Desk e il produttore di software per videogiochi Unity come le società che avrebbero più da guadagnare dai progressi effettuati dalla diplomazia. Negli ultimi tempi, infatti, la Cina è diventata più isolazionista e meno democratica secondo la maggior parte dei parametri, e l'amministrazione Biden ha fatto della ricucitura delle relazioni una priorità, dopo che il predecessore Donald Trump aveva scatenato una guerra commerciale contro la Cina e si è impegnato in altre azioni di sabotaggio.

La "lunga storia" di Disney nel fare affari con la Cina la renderebbe "un marchio veramente globale rispetto ad altre società media statunitensi", ha scritto Nollen in una nota. In effetti, Disney aveva iniziato a concedere in licenza i propri prodotti e personaggi per l'uso in Cina all'inizio degli anni Ottanta. L'azienda ha poi costruito due parchi a tema in collaborazione con il governo cinese e ha riscosso successo al botteghino Gon suoi principali film. Recentemente, tuttavia, le uscite cinematografiche sono diventate "tese", ha osservato Nollen, anche se è da notare che altre media company, come Netflix, non sono presenti in Cina e non hanno al momento in programma di entrare nel mercato.

Oltre alla possibilità che i colloqui diplomatici restituiscano un po' di vitalità ai botteghini e al settore della vendita al dettaglio nella Cina continentale, Nollen ha esposto la necessità di una reciprocità piuttosto che di una relazione a senso unico. L'analista ha ricordato che il momento cruciale nelle relazioni tra le due potenze globali è avvenuto più di mezzo secolo fa, quando nel 1971 si disputò un torneo internazionale di tennis da tavolo tra giocatori statunitensi e cinesi. La "diplomazia del ping-pong" che ne derivò si svolse durante la presidenza di Richard Nixon e allentò notevolmente le tensioni tra i due Paesi. I progressi compiuti in quel periodo "sottolineano l'importanza di un abbraccio culturale come primo passo dell'impegno diplomatico", ha scritto Nollen, secondo cui oggi l'industria dell'intrattenimento potrebbe essere in grado di facilitare di nuovo i buoni rapporti culturali tra i due giganti lontani. Prodotti come 3 Body Problem di Netflix, un'attesissima serie di fantascienza in uscita l'anno prossimo, ispirata a una trilogia cinese di fama internazionale e finanziata con 200 milioni di dollari di budget, sono solo un esempio del potere dell'entertainment nel creare un ponte tra due mondi, riportando un clima di dialogo più produttivo. Nollen ha dichiarato di vedere una notevole opportunità negli Stati Uniti per le app di intrattenimento cinesi, che sarebbero in grado di "prestare la loro relativa accessibilità economica ai salotti dei consumatori statunitensi, il cui reddito sta attualmente soffrendo sotto il peso di livelli di inflazione superiori alla media".

Tommago Stigliani

Anica in allarme per il taglio del canone Rai

A margine dell'incontro avuto con la Rai, Anica ha rilasciato una nota in cui si fa portavoce delle preoccupazioni rispetto agli investimenti in questo settore, in cui sono coinvolti circa 120mila lavoratori. "Un eventuale taglio delle risorse alla Rai avrebbe ricadute molto pesanti sullo sviluppo delle produzioni dell'intero comparto. Da qui la necessità di un tavolo che investa del problema il Governo e i ministeri preposti", si legge nel comunicato. Benedetto Habib, presidente dell'Unione Produttori Anica, a conclusione di una riunione interna di confronto, ha commentato: "La funzione di salvaguardia garantita dalla Rai è drammaticamente a rischio perché il taglio strutturale previsto sul canone ricadrà direttamente sugli investimenti in nuove opere e sulle iniziative innovative che hanno definito storicamente il ruolo propulsivo della Rai come hub industriale e culturale, necessario e complementare a quello dei privati. Questo tema non emerge sufficientemente nel dibattito pubblico e la nostra categoria si mette a disposizione per condividere dati e analisi che non riescono ad avere visibilità sufficiente agli occhi dei decisori. Il contesto economico – reso sempre più fragile dall'instabilità delle regole e dall'incertezza che perdura da inizio 2023 – mette a rischio la sostenibilità del fare impresa audiovisiva in Italia, la possibilità di mantenere la capacità produttiva degli anni scorsi, con le conseguenti ricadute sull'occupazione e la capacità competitiva sui mercati internazionali".

Nintendo, trimestrale oltre le previsioni

Nintendo ha riportato vendite e profitti migliori del previsto per il suo secondo trimestre fiscale. I ricavi sono di 334,9 miliardi di yen giapponesi (2,2 miliardi di dollari) contro i 317,3 miliardi di yen previsti. L'utile netto è di 90,3 miliardi di yen contro i 75,7 miliardi di yen previsti. Il fatturato è sceso del 4% su base annua e l'utile è calato del 19%. Nel trimestre precedente, la società ha beneficiato del successo del film Super Mario Bros. The Movie e dell'attesissima uscita a maggio del gioco The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom, che ha spinto la gente ad acquistare la console Nintendo Switch. Questa tendenza sembra essere proseguita anche nel trimestre successivo. Per il semestre aprile-settembre, Nintendo ha registrato un aumento del 21,2% del fatturato rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 796,2 miliardi di yen, mentre l'utile netto è salito del 17,7% a 271,2 miliardi di yen.

Netflix: 15 milioni gli utenti mensili per il piano con adv

A un anno dall'arrivo dell'abbonamento con pubblicità, Netflix ha reso noti i dati relativi a questo tipo di sottoscrizione. Sono 15 milioni gli utenti attivi mensilmente, a livello globale, in aumento rispetto ai 5 milioni di maggio e ai 10 di agosto. A rivelarlo è un blog post di Amy Reinhard, nominata recentemente president of advertising della piattaforma di streaming, che ha annunciato diverse novità in ambito pubblicitario, come nuovi formati, nuove categorie disponibili e nuove funzionalità. Agli annunci da 15 e 30 secondi ora si aggiungeranno anche le inserzioni di 10, 20 e 60 secondi, mentre le categorie di annunci includeranno anche dating, servizi finanziari avanzati e il settore farmaceutico. Nel corso del primo trimestre 2024, poi, verrà implementato un nuovo formato dal nome provvisorio di Binge: dopo aver visto tre episodi consecutivi, gli abbonati avranno l'opportunità di guardare il quarto senza pubblicità. Sempre nello stesso periodo, negli Stati Uniti verranno lanciati i formati con QR code, da cui si potrà procedere direttamente all'acquisto. Entro la fine di questa settimana, inoltre, arriverà per gli utenti abbonati al piano con pubblicità la possibilità di effettuare download di serie e film preferiti.

I nuovi pirati della Gen Z

La ricerca "I giovani e l'audiovisivo, una relazione inedita ed eclettica", curata da Ipsos per Univideo, evidenzia la consistenza di un fenomeno che riguarda ancora due ragazzi su tre.

Qual è il rapporto tra l'offerta dell'home entertainment nel nostro Paese e la fruizione degli stessi da parte delle nuove generazioni? Per rispondere a questa domanda sia dal punto di vista economico-industriale sia sotto il profilo socio-culturale, Ipsos ha elaborato per conto di Univideo, l'associazione italiana che rappresenta gli editori audiovisivi, uno studio dal titolo: 'I giovani e l'audiovisivo, una relazione inedita ed eclettica'.

L'analisi ha preso in esame il segmento della popolazione italiana compresa tra i 16 e i 25 anni: dai dati raccolti emerge uno scenario inedito sul consumo di prodotti audiovisivi da parte dei più giovani. Anzitutto è forte l'interesse verso i contenuti culturali e di intrattenimento, spesso incoraggiato anche dal passaparola, tra un consiglio dato di persona e una raccomandazione letta sui social. Si tende a fruire dei contenuti individualmente, con modalità e device molto diversi tra loro. Risulta centrale per questa fascia di età la ricerca qualitativa del prodotto, a scapito della tipologia di fruizione, usufruendo a volte di servizi illegali. La ricerca infatti evidenzia come due ragazzi su tre utilizzino copie/piattaforme pirata per guardare film e serie Tv. Dal punto di vista sociologico le nuove generazioni appaiono dunque molto dinamiche e flessibili, si muovono con facilità e intelligenza cognitiva all'interno dell'ecosistema mediale, avendo chiari i propri interessi e consumi culturali, cercando informazioni dentro e fuori i media digitali. Il passaparola, on e offline, è un canale di informazione primario anche da parte di chi utilizza piattaforme illegali.

La pirateria rimane una spina nel fianco dell'industria culturale e dell'home entertainment: a primeggiare nell'ecosistema illecito è lo streaming video, sia attraverso Iptv pirata, sia mediante siti Internet che permettono il collegamento a cyberlocker. Seguono il download di copie non ufficiali e l'acquisto di Dvd, Blu-ray o 4K Ultra HD non originali. Parenti e amici (63%), social network (42%) e app di messaggistica (22%) sono le fonti di informazione e di influenza privilegiate da parte di chi compie atti di pirateria. In generale tra i giovani prevale una valutazione poco critica rispetto al fenomeno illegale: chi pirata pur essendo consapevole di quello che fa, non sembra essere altrettanto consapevole dei danni economici e sociali causati dal proprio comportamento. In generale, per gli intervistati l'esigenza principale è quella di riuscire a non essere limitati nell'accesso a contenuti di interesse, se poi si rimane nella legalità o si sconfina nell'illecito è una questione secondaria. Il contenuto è quindi ciò che conta di più per gli utenti più giovani: film e serie Tv, selezionati prevalentemente per tipologia di genere, sono al primo posto delle preferenze, fruiti principalmente tramite smart Tv, Pc e smartphone.

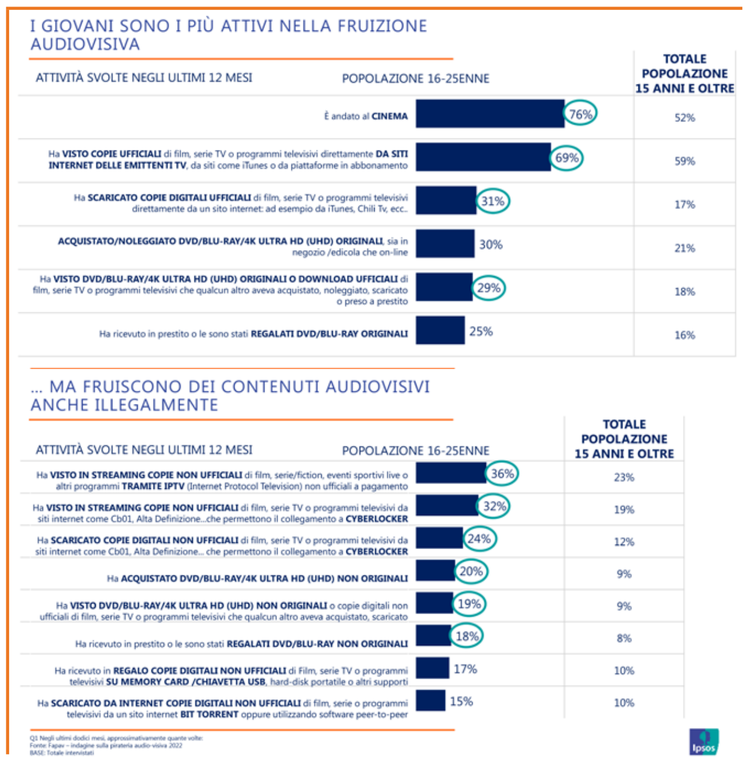
Il 95% dei ragazzi ha dichiarato di non aver problemi ad accedere a contenuti audiovisivi a pagamento, ma il 73% (7 giovani su 10) lo fa utilizzando le credenziali di amici, parenti o colleghi. La tv generalista non affascina il mondo giovanile; invece, il giudizio sull'offerta per i giovani della Tv a pagamento è tendenzialmente positivo, il che si ripercuote positivamente anche sull'offerta delle sale, spesso poco frequentate per problemi più di carattere logistico che non per disaffezione reale. Ovviamente, se si parla di pirati, l'area di comfort per la fruizione di contenuti rimane un luogo decisamente più personale e intimo. Interessante notare come l'utente spesso associa la fruizione dei contenuti a qualche altra attività, come ad esempio comunicare o commentare attraverso i social o i servizi di messaggistica. Questo comportamento, peraltro, riguarda sia i pirati, sia chi sceglie piattaforme legali. Il consumo audiovisivo delle nuove generazioni ha spostato quindi il proprio baricentro verso una modalità sempre più in solitaria e in mobilità, non necessariamente cadenzata ritualmente in precisi momenti della giornata. Ecco quindi che si può parlare di un atteggiamento inedito ed eclettico, non facilmente prevedibile.

Per arginare il fenomeno della pirateria tra i giovani, il 51% dei non-pirati ha dichiarato che dovrebbe esserci una maggiore disponibilità di contenuti legali a prezzi accessibili. Chi pirata è consapevole che sta compiendo un reato, ma spesso è incosciente del danno che arreca all'industria. Rispetto al ritornare nelle sale cinematografiche, i giovani hanno le idee chiare: servirebbe per gli under 26 ridurre il costo del biglietto.

"Quest'indagine focalizzata sui giovani mette in evidenza alcuni importanti elementi di riflessione rispetto al consumo dei prodotti audiovisivi da parte dei giovani italiani", ha dichiarato Pierluigi Bernasconi, presidente di Univideo. "I dati mostrano come i 16-25enni abbiano un forte interesse rispetto all'home entertainment, il contenuto è al centro per loro, meno la modalità di fruizione, sempre più spesso vissuta individualmente. Il problema vero riguarda l'accesso ai contenuti in maniera illecita: se due giovani su tre guardano film e serie Tv attraverso steaming o Iptv pirata, si determina uno scenario davvero poco sostenibile per l'industria audiovisiva. Per contro, va notata anche la difficoltà per i giovani nel raggiungere le sale cinematografiche, a causa della loro distribuzione sul territorio e, non ultimo, del costo di accesso, ritenuto alto".

"Di questa indagine colpisce la sottovalutazione del fenomeno della pirateria da parte dei ragazzi", commenta Nando Pagnoncelli, presidente di Ipsos. "È cruciale quindi intervenire tempestivamente, con una decisa campagna di sensibilizzazione che presidi i molteplici canali di comunicazione usati dai ragazzi e soprattutto veicoli dei messaggi chiari e rilevanti per loro. Uno di questi è enfatizzare come la pirateria, causando un danno economico al settore audiovisivo, rischi di inficiare la qualità dei contenuti che i ragazzi stessi ci dicono di cercare e apprezzare, e quindi in ultima analisi finisca con l'impoverire la loro stessa esperienza di fruizione. La campagna dovrebbe poi ricordare il rischio di sanzioni per i maggiorenni, dato che si tratta di un reato perseguibile per legge".

Andrea Dusio



sbs

Prestazioni superiori, dimensioni compatte!

Le nuove GaN Power Station assicurano efficienza, ricarica simultanea di più dispositivi e una maggiore protezione dal surriscaldamento.

sbsmobile.com

Follow us on