Editoriale

Cina, Stati Uniti e Cuba

di Angelo Frigerio

Sono il cuore di ogni moderno sistema elettronico. Il loro utilizzo spazia dall'automotive fino alla meccatronica passando per il consumer electronics. Sono i chip, gioia e dolori del mercato mondiale, legato a tutte le sue applicazioni. Lo abbiamo visto durante la pandemia. Il blocco della fornitura di chip per l'automotive ha provocato successivamente, quando il mercato si è improvvisamente svegliato, ritardi nella produzione e nelle consegne. Ma oggi la questione è ben più problematica e coinvolge le due superpotenze: Cina e Stati Uniti. Detenere una quota più o meno significativa di questo mercato significa tenere per le palle intere economie. Per questo entrambi gli Stati si stanno muovendo in maniera asimmetrica. Da una parte la Cina continua a soffiare sul fuoco di Taiwan. Ed è qui che si trova la Tmc, azienda che produce i microchip più avanzati ala mondo. E che, fra l'altro, ha annunciato di recente profitti record per il terzo trimestre dell'anno con un incremento del 76% rispetto all'anno precedente.

Un'eventuale invasione dell'isola da parte cinese vorrebbe dire mettere le mani su un immenso tesoro tecnologico. Dall'altra ci sono gli Stati Uniti che hanno di recente presentato un disegno di legge che prevede un'erogazione di sussidi per 52 miliardi di dollari finalizzati ad aumentare la produzione interna di chip. Una guerra strisciante. Dagli esiti imprevedibili. In mezzo ci siamo noi. Con i nostri Pc, Tv color e lavatrici. Finirà come a Cuba dove, in mancanza di prodotti nuovi e componentistica, si ricicla tutto e il contrario di tutto?

periodico quindicinale
ottobre 2022
anno 13 - numero 10
direttore responsabile
Angelo Frigerio
www.technospia.it

hitech magazine

RETAIL, ELDOM, CONSUMER ELECTRONICS, ICT, ENTERTAINMENT

GLI SPECIALI
GUIDE PRATICHE PER BUYER E RETAILER

da pagina 10 a pagina 25

Rete unica, Giorgia Meloni incassa il primo successo

Il Progetto Minerva di Fratelli d'Italia sembra destinato a fare piazza pulita dell'ipotesi Cassa Depositi Prestiti/ Open Fiber. Anche alla luce dei numeri disastrosi appena pubblicati dal Mise in merito allo stato di avanzamento della banda ultralarga.

a pagina 6

all'interno
RAEE
da pagina 26 a pagina 28

all'interno
ELDOM
da pagina 29 a pagina 34

Unione europea: giorni contati per l'8K?

8K ULTRA HD

A marzo 2023 la nuova normativa sull'efficienza energetica dei dispositivi elettronici potrebbe mettere fuori gioco i display a massima performance basati sui microLed. La denuncia dell'associazione di categoria.

a pagina 4

Media Contents

Terremoto nell'Apulia Film Commission

Si dimette la presidente del cda Simonetta Dellomonaco. La decisione giunge a nove mesi dalla denuncia penale che aveva sporto nei confronti del direttore generale Antonio Parente, accusato di aggressione fisica nei locali della Fondazione.

a pagina 36

Dopo il cinema di Stato… c'è ancora il cinema di Stato

Il bilancio della legislatura passata e la visione per il futuro stilata dalla direzione generale Cinema lasciano poche alternative. Tax Credit, finestre di distribuzione, vincoli alla programmazione, aggregazioni di aziende. Dov'è finito il libero mercato?

a pagina 38

Siae, la trasparenza non può attendere

Optime si appella al Tar. Lo scopo è ottenere l'accesso all'elenco delle imprese e degli importi versati anno per anno in relazione ai prodotti soggetti alla copia privata.

a pagina 7

E-commerce, è finita l'euforia?

I dati dell'Osservatorio curato dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm vedono un rallentamento della crescita avvenuta durante la pandemia. Costi di energia e materie prime costringono alla revisione dei previsionali 2022.

a pagina 3

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.

Martin Mobarak

voto **0**

Il collezionista d'arte messicano Martin Mobarak è passato alle cronache, negli ultimi giorni, per il discusso evento di lancio del suo progetto "Frida.Nft". "Il dipinto è stato trasportato direttamente nel #metaverso", ha dichiarato Mobarak. E il riferimento è al fatto di aver letteralmente dato fuoco a un disegno originale (del 1944) dell'artista messicana Frida Kahlo, dal valore di 10 milioni di dollari, facendolo bruciare dentro a un calice da cocktail, con della musica mariachi a fare da colonna sonora della 'performance'. Il dipinto, 'Fantasmones Siniestros', esisterà quindi d'ora in avanti nella sola versione virtuale, sotto la forma di 10mila Nft unici. Tuttavia, la comunità di appassionati, studiosi e intellettuali nel campo dell'arte non ha preso la notizia di buon grado. E l'azione è stata registrata come crimine federale, a seguito delle prime indagini della polizia messicana.

hitech magazine
RETAIL, FOOD, 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 13 - n° 10 - ottobre 2022
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 ottobre 2022

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

La copertina di The Economist

voto **4**

La copertina dell'ultimo numero dell'Economist, settimanale inglese d'approfondimento in materia economica, ha voluto presentare una caricatura del primo ministro Liz Truss, con in mano una forchetta gigante con spaghetti, e una pizza a mo' di scudo. La discutibile frase a corredo dell'immagine, 'Welcome to Britaly"', vuole essere un gioco di parole basato su stereotipi tutti italiani, incluso un approccio all'economia poco responsabile. Il fatto che la copertina voglia svilire i valori italiani, e in che misura, sarebbe da lasciare a commentatori più permalosi. Molto grave, però, è il fatto che sulla pizza ci siano dei cetrioli.

La North Atlantic Fellas Organization

voto **7**

La guerra in ucraina non si combatte solo nei territori occupati. Un campo di battaglia fondamentale è infatti anche quello digitale, specie se relativo ai social. E una delle realtà protagoniste è la Nafo (North Atlantic Fellas Organization), ovvero un 'esercito' di troll intenti a difendere la causa ucraina contro la propaganda del Cremlino. Con le armi della comunicazione web, ovvero contenuti ironici e meme. La Nafo, raggiunta un'influenza a livello globale, è stata così ringraziata anche dallo stesso ministero della Difesa ucraino, su Twitter, con un meme della stessa fattura, ovvero uno Shiba Inu (uno dei topos di questa narrativa) commosso mentre guarda dei razzi prendere la via per il cielo.

Meta e il metaverso

voto **5**

Horizon Worlds, il 'metaverso' di punta dell'ecosistema Meta per i consumatori, secondo dei documenti interni analizzati dal Wall Street Journal, non riuscirebbe a soddisfare le aspettative. Inizialmente, Meta puntava a raggiungere 500mila utenti attivi mensili in Horizon Worlds entro la fine dell'anno, ma la cifra attuale sembra essere inferiore ai 200mila. Solo il 9% dei 'mondi' è visitato da almeno 50 persone, e la maggior parte non viene proprio mai raggiunta. Il report sulla frequentazione della piattaforma, tra l'altro, arriva proprio mentre il valore delle azioni della società diminuisce, e gli inserzionisti iniziano a tagliare la spesa. Le azioni di Meta, giusto per avere una misura di quello che sta accadendo, sono scese del 62% solo per quanto riguarda il 2022. Un brutto periodo, insomma, per il buon Mark Zuckerberg.

Il profumo di Elon Musk

voto **S.V.**

Il ceo di Tesla e SpaceX, Elon Musk, si è lanciato in una nuova e remunerativa impresa finanziaria: il suo nuovo profumo 'Burnt Hair'. L'operazione è stata descritta come "inevitabile", e funzionale a finanziare l'annessione di Twitter. A inizio anno, infatti, l'imprenditore miliardario aveva accettato di acquistare Twitter per 44 miliardi di dollari, salvo poi presentare una lettera di risoluzione dell'accordo, provocando azioni legali tra le due parti. Ora, Musk sembrerebbe nuovamente interessato a procedere con l'acquisizione. Il profumo, venduto a 100 dollari a bottiglia, in sole 24 ore dal lancio sul mercato ha incassato 2 milioni di dollari, con 20mila pezzi venduti. Nello specifico, questa fragranza ha un odore caratteristico, che Musk definisce di "desiderio ripugnante". E, per il lancio, il manager ha modificato il suo job title su Twitter in 'venditore di profumi'.

Chi vuole spegnere le vecchie Tv sotto Natale?

I broadcaster televisivi hanno deciso di dismettere la codifica Mpeg-2 il 20 dicembre. Una scelta che rischia di generare non pochi disagi per i retailer...

I broadcaster associati in Confindustria Radio Televisioni hanno convenuto di avviare le operazioni per la completa dismissione della codifica Mpeg-2 il 20 dicembre. Dal giorno successivo, le trasmissioni sulla Tv digitale terrestre saranno solo in Mpeg-4. La notizia giunge dopo che nelle ultime settimane il Mise aveva alimentato una certa confusione, pubblicando sul proprio sito l'indicazione dello switch-off al Dvb-T2 entro il mese di gennaio.
La notizia rilasciata dal ministero, destituita di qualsiasi fondamento, rischia ugualmente di disorientare i consumatori. I retailer temono che la parte meno informata della platea televisiva, quella che sino a oggi non si è ancora mossa per adeguare i propri sistemi Tv, si possa decidere a farlo allorché i canali del cosiddetto 'arco 500' verranno dismessi. Il momento che i broadcaster hanno scelto è infatti il peggiore dell'anno per i punti vendita, che rischiano di ingolfarsi ulteriormente nei giorni di Natale, generando disservizi e frustrazione nella clientela. Il rischio è ancora più alto se la comunicazione spingerà il target interessato a cambiare il televisore senza spiegare che occorre verificare se la sostituzione è davvero necessaria.
A oggi nessuno si sorprenderebbe più di tanto, date le premesse, se si decidesse di comunicare che quello del 20 dicembre è un vero e proprio switch-off (cosa non vera). In quel caso il numero di utenti spinti a cambiare Tv (senza che ciò sia al momento necessario) sarebbe almeno di dieci volte più alto, e sfiorerebbe i 15/20 milioni. La filiera non è attrezzata a rispondere a un tale incremento della domanda. Di fatto, siamo vicini a scatenare la 'tempesta perfetta' più volte paventata, e che, calendario alla mano, sembrava sinora evitata.
Ma la filiera non sarebbe pronta nemmeno se la campagna fosse avviata domattina. I tempi di risposta sono stimati a oggi in non meno di quattro mesi. Allo stato delle cose i negozianti, con una comunicazione corretta e ancor più con broadcaster meno intempestivi, si sarebbero trovati al limite a doversi rifornire di qualche decoder in più. Ma le emittenti, per ragioni pubblicitarie, hanno convenienza a fare l'ultimo spezzone della migrazione a Mpeg-4 dopo la finale dei Campionati del Mondo di Calcio in Qatar, anche se l'Italia non partecipa (peraltro con probabili ricadute negative sulle vendite di Tv nel Q4).
Qualche distributore che aveva fondato le proprie previsioni proprio sull'evento sportivo dell'anno potrebbe a sua volta essere indotto a sposare una campagna di comunicazione aggressiva, o comunque a prepararsi a un incremento artificioso della domanda. Le associazioni dei consumatori sono allertate. I rivenditori invece dovranno comunque far buon viso a cattivo gioco, perché di fronte a tutte le incognite che porta con sé questa stagione, nessuno è nella condizione di protestare di fronte a un maggior afflusso in negozio. Certo, molto meglio sarebbe stato vendere i televisori non dietro una spinta emotiva immotivata, ma al momento giusto, e cioè durante il primo semestre del prossimo anno. Ma c'è davvero qualcuno disposto ad aspettare? Il domandone questa volta chiama in causa tutto il comparto: al di là dei broadcaster, che sono del tutto indifferenti alle problematiche del retail, e della politica, che è in tutt'altre faccende affaccendata, perché non ci si è mobilitati per evitare questo passaggio delicatissimo nei giorni del Natale? È solo una questione di mancata presa su di una scelta caduta dall'alto, o il problema è stato sottovalutato? C'è qualcuno a cui conviene lo spegnimento dell' Mpeg-2 sotto l'albero? Qualcuno che spera di vendere qualche televisore in più, generando un casino infinito nei punti vendita? E, nella personale classifica del vicequestore Rocco Schiavone, quest'idea di lasciare al buio una fetta tuttora rilevante della platea televisiva alla vigilia delle feste, a che livello di rottura dei cosiddetti corrisponde per i retailer?

Andrea Dusio

E-commerce, è finita l'euforia?

I dati dell'Osservatorio curato dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm vedono un rallentamento della crescita avvenuta durante la pandemia. Costi di energia e materie prime costringono alla revisione dei previsionali 2022.

Tommaso Stigliani

Come esce l'e-commerce dall'esaurirsi della pandemia? Secondo l'Osservatorio eCommerce B2C, giunto alla ventiduesima edizione, e presentato in un convegno promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm, la crescita continua, ma a un ritmo oggettivamente più lento. Non siamo all'inversione del trend, ma occorre prendere atto della forte frenata del 2021 sul 2020. Lo scorso anno l'incremento è stato infatti dell'8%, contro il +18% dell'annata precedente. Molto sensibile si è rivelata la ripresa dei servizi, che fanno segnare +59%, per un valore di 14,9 miliardi di euro. Nel corso del 2022 i player di questo comparto hanno rivisto le stime di inizio anno al ribasso relativamente al fatturato, e hanno registrato un forte incremento dei costi dell'energia e delle materie prime, con un'evidente diminuzione dell'export, specie verso i Paesi coinvolti nelle tensioni socio-politiche.

"Quello del digital retail è un comparto che occupa ormai più di 300mila lavoratori nel nostro Paese, ed è diventato determinante per l'economia italiana. I numeri presentati oggi dimostrano che si tratta di un settore in fase di consolidamento. Ma, in questo scenario, le imprese non devono dimenticare che i consumatori digitali italiani sono più di un terzo della popolazione italiana e sono destinati a crescere", ha ricordato Roberto Liscia, presidente di Netcomm.

"L'instabilità geopolitica, la crisi della supply chain, così come il ritorno alla piena attività dei negozi fisici, stanno influenzando la dinamica dei consumi in Italia, totali e online" aggiunge Valentina Pontiggia, direttrice dell'Osservatorio eCommerce B2C. "L'e-commerce di prodotto, dopo due anni di crescita straordinaria, si trova in una fase di evoluzione più strutturata e controllata. Nel 2022 rimane stabile (11%) la sua penetrazione sul totale retail nei prodotti, mentre aumenta (dal 12% al 14%) quella nei servizi".

La trasformazione in atto riguarda soprattutto la concezione del retail. Gli spazi fisici vengono ripensati con l'inserimento di chioschi digitali in store, per abilitare l'acquisto online di articoli non disponibili a scaffale. Nascono punti vendita che sono sostanzialmente magazzini per l'evasione degli ordinativi fatti con il commercio elettronico, e gli e-tailer danno vita a pop-up store presenti all'interno di negozi o in nodi strategici delle città, oppure fondano propri flagship store. "Oltre all'ottimizzazione delle attività della catena del valore, i merchant stanno mettendo in atto diverse azioni per superare questo momento difficile. C'è chi prova la carta della collaborazione per ottenere economie di scala, mediante l'aggregazione di flussi, c'è chi ridefinisce il proprio business model, per operare ad esempio come marketplace, c'è chi invece rivede le proprie politiche di pricing per preservare sostenibilità economica e continuità di business. Anche in questo frangente l'e-commerce si sta dimostrando flessibile, trasformista, desideroso di adeguarsi in tempi rapidi alle nuove logiche di mercato", conclude Valentina Pontiggia.

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

Unione europea: giorni contati per l'8K?

A marzo 2023 la nuova normativa sull'efficienza energetica dei dispositivi elettronici potrebbe mettere fuori gioco i display a massima performance basati sui microLed. La denuncia dell'associazione di categoria.

Andrea Dusio

Campanello d'allarme per i televisori 8K. Da marzo del prossimo anno, se non cambierà qualcosa, i nuovi limiti massimi di potenza assorbita metteranno fuori gioco grandissima parte dei display di massima performance basati sui microLed, così come gli schermi che utilizzano lo standard più elevato oggi disponibile sul mercato. La causa sono le norme per l'ecodesign degli elettrodomestici che l'Unione europea ha rilasciato insieme alle nuove etichettature energetiche nel 2021. In un post pubblicato sul proprio sito, la 8K Association, che riunisce i maggiori player del comparto, denuncia come nella scrittura della normativa siano state ignorate le specifiche tecniche degli schermi.

In particolare, il valore che determina il rischio di esclusione dal mercato dei televisori 8K è l'indice di efficienza energetica (Eei), che viene calcolato in base all'area dello schermo e al consumo energetico. Nel marzo 2019 è stato definito l'Eei per i display con risoluzione 8K (superiore agli UHD) e basati su microLed, fissando la data del 1° marzo 2023 per la conformità. Questi dispositivi dovranno consumare la stessa energia dei dispositivi con risoluzione UHD (4K). "Abbiamo avuto conferma che nessun televisore 8K attuale è in grado di soddisfare questo livello di efficienza energetica, e pertanto non potrà essere venduto nel mercato dell'Ue", scrive l'associazione. "Secondo le nostre fonti, durante lo sviluppo dei metodi per la determinazione dell'Eei dei display, sono stati valutati i dati di molti schermi immessi sul mercato tra il 2012 e il 2017. I limiti per i display HD e UHD sono stati stabiliti utilizzando statistiche verificabili e metodi scientifici solidi. I limiti Eei sono ragionevoli e distinguono tra le prestazioni di diverse famiglie di display. Tuttavia, non è stato possibile adottare lo stesso approccio per i display superiori all'UHD e per i display microLed, poiché questi ultimi sono apparsi sul mercato solo dopo l'elaborazione della normativa. Di conseguenza, il limite per i display over UHD (8K) e per i microLed è stato fissato in modo apparentemente arbitrario, sulla base delle prestazioni dei display UHD".

Il comitato di regolamentazione ha tuttora la possibilità di affrontare nuovamente la questione prima che la legge entri in vigore il prossimo marzo. Secondo le indiscrezioni in possesso dell'associazione, non vi sarebbe tuttavia l'intenzione di procedere a tale revisione. Perché?

"Riteniamo che tale revisione debba essere effettuata, consentendo la presentazione di dati basati sui prodotti effettivamente presenti sul mercato e di dati a sostegno di come la tecnologia possa in futuro affrontare una riduzione di potenza. Il risultato di tale revisione potrebbe essere una rideterminazione dell'Eei sulla base di dati reali, un rinvio del requisito Eei per i display 8K e microLed o la conferma dell'attuale Eei di 0,9 per questi dispositivi (con le relative conseguenze negative)", si legge nella nota.

A oggi il percorso per ridurre il consumo energetico degli schermi 8K è destinato a dare risultati solo nel periodo medio-lungo. Nel frattempo, senza la revisione, si rischia la sparizione dagli spazi di vendita, con conseguenze rilevanti per produttori di Tv e loro fornitori, anche in termini di sviluppo ulteriore del prodotto, così come dei contenuti generati con questa risoluzione. L'ecosistema 8K si estende ben oltre i mercati consumer. I contenuti e i display stanno facendo la loro comparsa in settori verticali come l'imaging medico, la segnaletica digitale, la visualizzazione/simulazione scientifica (Big Data), i musei, i planetari, i parchi a tema, la realtà virtuale e altro ancora. La riduzione del mercato dei televisori 8K ha conseguenze anche su tutto questo. Alla luce di queste considerazioni, la 8K Association invita tutti gli stakeholder a riportare il proprio punto di vista in merito alla normativa direttamente alle autorità di regolamentazione dell'UE, prima che i Tv 8K e i display microLed siano costretti a uscire definitivamente di scena.

Applia Italia e Aires: presto una campagna informativa sui reali consumi degli elettrodomestici

A fronte dei vertiginosi aumenti delle bollette, Applia Italia, l'associazione che all'interno di Confindustria rappresenta i produttori di elettrodomestici, e Aires, l'associazione Italiana che riunisce le principali aziende e gruppi distributivi specializzati di elettrodomestici ed elettronica di consumo, hanno dato vita a un think tank, finalizzato ad una corretta informazione sui consumi delle principali apparecchiature elettrodomestiche presenti nelle case degli italiani.

"Nelle ultime settimane giornali, radio e Tv a fronte delle notizie allarmanti sulle imminenti bollette che gli italiani si vedranno recapitare, hanno posto un accento particolare sui consumi degli elettrodomestici, generando nel pubblico una vera e propria 'elettrodomestico-fobia'", si legge nel comunicato ufficiale. "Se è giusto sottolineare che gli elettrodomestici rappresentano il 58% dei consumi domestici (fonte: Enea – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile) ed è quindi necessario adottare comportamenti virtuosi e consapevoli sul loro utilizzo, è altrettanto vero che la parte rilevante di consumi è prodotta da apparecchi che hanno un'età media fra i 10 e 20 anni".

Per fornire informazioni sempre più corrette e creare una maggiore consapevolezza nel consumatore di quella che è l'effettiva situazione dei propri consumi, Applia Italia e Aires divulgheranno a breve con una campagna d'informazione sui punti vendita e sui principali canali on e off line, che prenderà vita anche attraverso un elenco di consigli di corretto utilizzo degli elettrodomestici basati su dati reali. Le due associazioni metteranno a disposizione di tutti analisi aggiornate sui consumi, utili in tutte le sedi laddove si voglia trattare realisticamente l'argomento.

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Privalia	7.901.451
2	Amazon	5.011.287
3	Ebay	927.888
4	Eprice	210.883
5	Yeppon	112.327
6	Prezzo Forte	57.932
7	Online Store	55.788
8	Dmcshop	47.569
9	Monclick	33.400
10	Freeshop	10.535
11	Conrad	6.544

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	153.000
2	Privalia	93.500
3	Wish	61.700
4	Ebay	56.600
5	Aliexpress	47.300
6	Dmcshop	12.300
7	Yeppon	7.365
8	Eprice	7.352
9	Online Store	5.219
10	Monclick	1.793
11	Freeshop	839
12	Conrad	528

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	20.791
2	Ebay	8.721
3	Privalia	7.232
4	Eprice	2.400
5	Monclick	446
6	Yeppon	369

Rilevazione del 21/10/2021. Fonte: Tespi Mediagroup

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	1.526.906
2	Euronics	1.135.157
3	Unieuro	1.047.505
4	Trony	372.474
5	Expert	84.704
6	Comet	78.123

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	239.000
2	Unieuro	230.000
3	Euronics	59.200
4	Expert	41.500
5	Trony	13.800
6	Comet	5.760

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	114.313
2	Euronics	76.141
3	Unieuro	39.525
4	Trony	12.735
5	Comet	1.269

Rilevazione del 21/10/2021. Fonte: Tespi Mediagroup

FUJIFILM
Value from Innovation

don't just take, give.

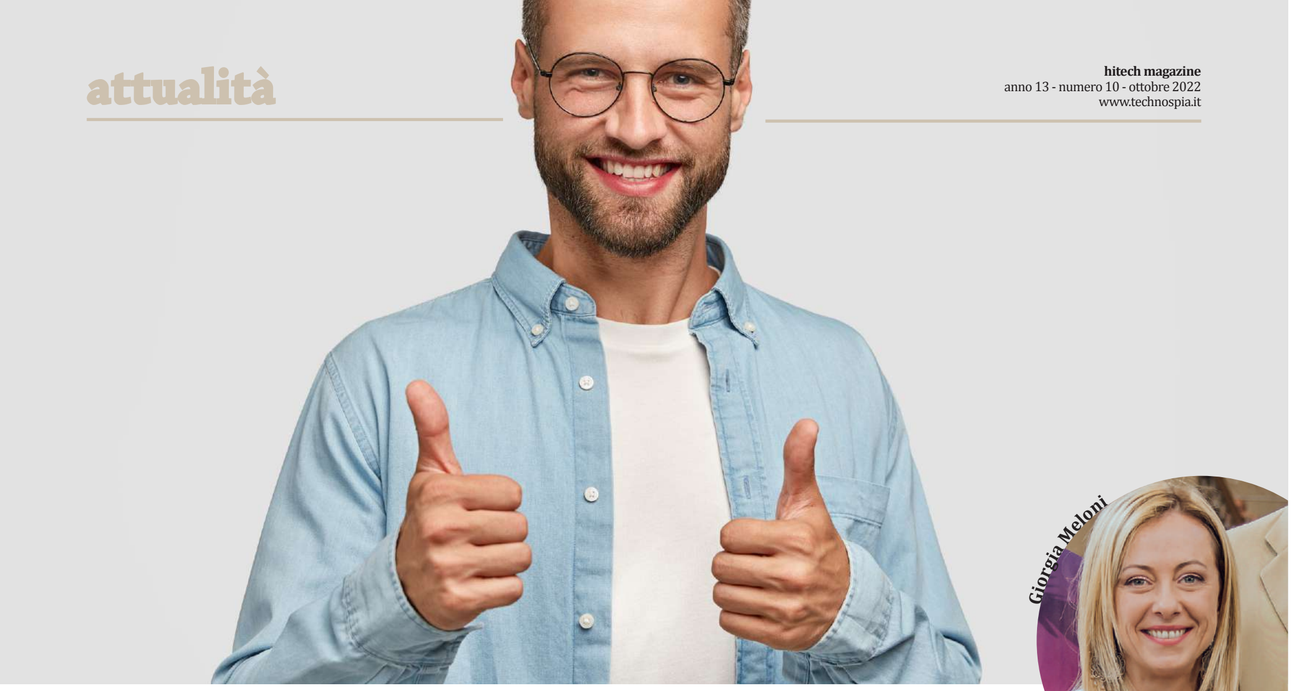
Design analogico, anima digitale.
Mix perfetto per catturare ogni dettaglio che conta.

instax mini Evo

© 2021 FUJIFILM Corporation. Immagine simulata. Tempo di sviluppo circa 90 sec.

instax.it Fujifilminstaxitalia instaxitalia

instax



newsline

Amazon: annullata la maxi-multa dell'Antitrust

È arrivato, a sorpresa, l'annullamento, da parte del Tar del Lazio, della maxi-multa inflitta dall'Antitrust ad Apple e Amazon per intesa anticoncorrenziale. La multa era arrivata a novembre 2021, a seguito di un accordo tra Apple e Amazon risalente al 2018. Questo prevedeva che, sulla piattaforma di Amazon, i prodotti Apple e Beats potessero essere distribuiti solo da Amazon stessa e da alcuni rivenditori selezionati. Escludendo così altri rivenditori ufficiali e non ufficiali, in violazione delle regole sulla concorrenza. L'Antitrust, quindi, aveva proceduto a multare i due colossi per la maxi cifra di 115 milioni di euro. "Dall'esame dello svolgimento dei fatti si evince che l'Agcm (Antitrust, ndr) avrebbe potuto acquisire tutte le informazioni necessarie per tratteggiare gli elementi-base dell'illecito e, quindi, decidere se avviare o meno la successiva fase istruttoria in un lasso di tempo molto più limitato di quello effettivamente decorso, durante il quale non risultano essere state compiute attività", si legge, nella sentenza. "Tale circostanza si pone in contrasto con il rispetto dei principi di buon andamento ed efficienza dell'azione amministrativa, alla luce degli orientamenti giurisprudenziali sopra richiamati". Nel frattempo, l'annullamento della multa è stata accolta con favore da Amazon.

Due nuovi ingressi ai vertici di Euronics Italia

Euronics annuncia l'ingresso di Laura Ferrario con l'incarico di chief financial officer e di Umberto Tesoro con il ruolo di digital director. Laura Ferrario avrà la responsabilità del coordinamento di tutte le funzioni relative all'area amministrativa e finance – incluso il controllo di gestione di Euronics Italia – e dello sviluppo dei nuovi progetti che interesseranno le funzioni di sua competenza. Euronics ha inoltre chiamato Umberto Tesoro a guidare la neonata divisione Digital, che avrà l'obiettivo primario di contribuire all'implementazione di nuovi processi legati all'ecosistema digitale del Gruppo e allo sviluppo del sito e-commerce, della conversione in vendite dirette e del servizio 'Prenota&Ritira'. Entrambi i manager riporteranno all'amministratore delegato, Massimo Dell'Acqua, e coordineranno i rispettivi team.

Rete unica, Giorgia Meloni incassa il primo successo

Il Progetto Minerva di Fratelli d'Italia sembra destinato a fare piazza pulita dell'ipotesi Cassa Depositi Prestiti/Open Fiber. Anche alla luce dei numeri disastrosi appena pubblicati dal Mise in merito allo stato di avanzamento della banda ultralarga.

Andrea Dusio

Il Governo non è ancora nato, ma Fratelli d'Italia (Fdi) ha vinto la sua prima battaglia. È notizia di inizio settimana che il cosiddetto MoU, il Memorandum of Understanding relativo al progetto di integrazione tra le reti di Tim e Open Fiber, sottoscritto nello scorso mese di maggio, è in un momento di impasse. Tim ha rilasciato un comunicato, in cui si dice che è stato richiesto un aggiornamento sullo stato di attuazione del piano. La valutazione in corso richiederà molto tempo, secondo quanto affermato anche dai partner coinvolti (Open Fiber, Macquarie e Cdp Equity). La notizia di un'offerta informale di Cassa Depositi e Prestiti (Cdp), dell'entità di 15 miliardi di euro, è stata accolta negativamente dal mercato, anche in sede internazionale, determinando una brusca diminuzione del titolo Tim. Le parti in causa hanno così deciso di attendere l'insediamento del nuovo governo.

Giorgia Meloni ha da tempo reso noto quello che passa sotto il nome di Progetto Minerva, che prevederebbe la permanenza della rete Tim nel perimetro dell'azienda di telecomunicazioni, la cui maggioranza andrebbe però in capo a Cdp, a fronte dello scorporo di tutti i servizi. E, con la leader di Fdi a Palazzo Chigi, è sempre più probabile che l'idea di una rete unica targata Cdp-Open Fiber venga definitivamente accantonata. Pesano in tal senso le differenti valutazioni fatte sul valore della rete Tim. Vivendi ha fatto una stima pari a 31/34 miliardi di euro. Ma Cassa Depositi e Prestiti non è in alcun modo disposta ad andare oltre i 20 miliardi.

Intanto il Mise si è trovato a dover attestare i risultati estremamente negativi conseguiti da Open Fiber negli ultimissimi mesi. Dalla 'Relazione sullo stato di avanzamento del progetto nazionale banda ultralarga', pubblicata il 30 settembre, si evince come il numero complessivo di unità immobiliari dove il servizio di Open Fiber è ora attivabile ammonta a 2.037.636. Alla fine di agosto 2022 era di 1.983.471. Il che vuol dire che nell'ultimo mese sono state attivate solo 54.165 unità. Ma la concessione prevede che entro giugno 2023 si attivino 6.411.150 unità immobiliari. Un numero che Open Fiber, a questo ritmo, raggiungerebbe non in nove mesi, come previsto, ma in più di sette anni. Per stare nei tempi previsti il numero di attivazioni mensili dovrebbe essere circa nove volte quello attuale. Il dato di fatto è che Cdp, di cui Open Fiber è una controllata, non ha preso pubblicamente atto di questi numeri. Che sono ancora più allarmanti se si guarda quello che sta accadendo nelle cosiddette 'aree bianche' dove, a fronte di 156.441 ordini, alcune regioni sono al palo: in Sardegna risultano attivate zero linee, cinque in Calabria, 28 in Puglia, 114 in Liguria. Ovunque ci sono richieste 'in lavorazione' da diversi mesi, persino dove la domanda si riduce a pochissime unità. Infratel ha già multato Open Fiber per i ritardi cumulati in diverse attività, con una sanzione che complessivamente oggi è di 45.313.000 euro. Ma altri provvedimenti sarebbero in arrivo.

Secondo l'analisi che ha fatto la banca internazionale Barclays, "Telecom Italia vuole dismettere interamente Netco, idealmente attraverso una fusione con Open Fiber. Tuttavia, la coalizione guidata da Fratelli d'Italia che ha vinto le elezioni preferirebbe che Tim vendesse ServCo e Tim Brasil, mantenendo Netco nel suo perimetro e fondendolo con Open Fiber". In quest'ottica, "Cdp farebbe un'offerta su Telecom Italia e poi venderebbe circa 30 milioni di abbonati fra telefonia mobile e fissa ai concorrenti, per un compenso di circa 13 miliardi di euro (13,4 miliardi di dollari)".

Giorgia Meloni si appresta insomma a veder prevalere la propria linea, per evidenti demeriti di chi ha puntato su Open Fiber. Intanto il Paese ha accumulato ulteriore ritardo nell'infrastruttura tecnologica. Con danno di tutti: cittadini, imprese, operatori dell'economia digitale in primis. Ma in Cassa Depositi e Prestiti a oggi la politica si è sempre e solo occupata della ridistribuzione delle poltrone. E i risultati sono evidenti.

Siae, la trasparenza non può attendere

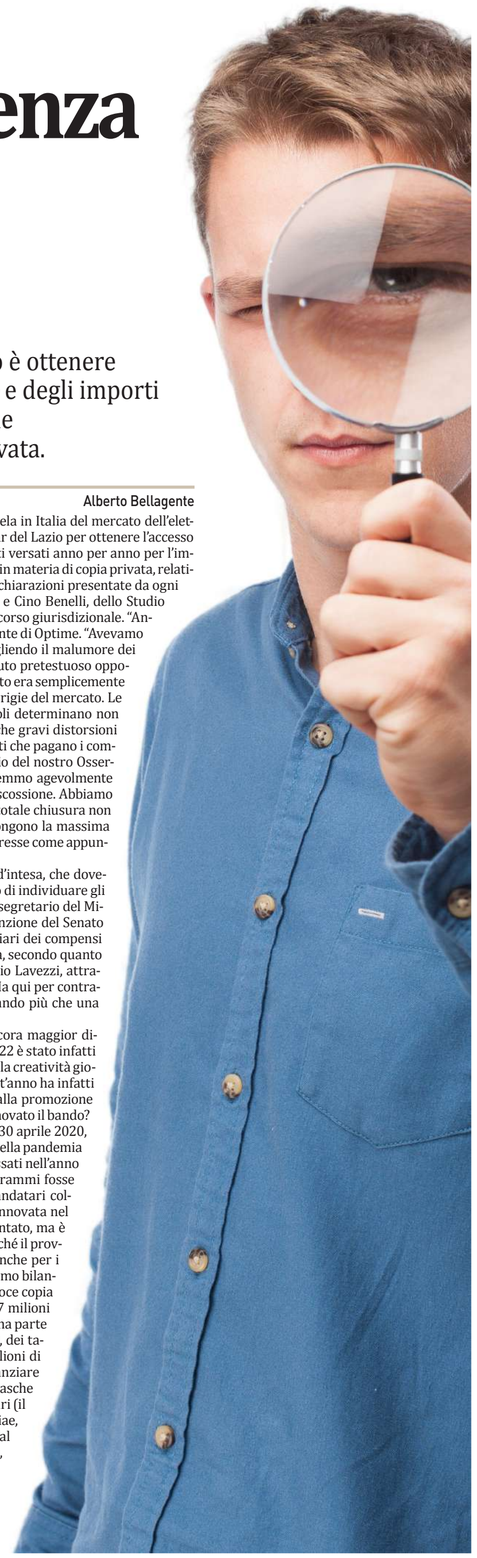
Optime si appella al Tar. Lo scopo è ottenere l'accesso all'elenco delle imprese e degli importi versati anno per anno in relazione ai prodotti soggetti alla copia privata.

Alberto Bellagente

Optime, l'Osservatorio permanente per la tutela in Italia del mercato dell'elettronica, ha notificato alla Siae il ricorso al Tar del Lazio per ottenere l'accesso all'elenco delle imprese e dei relativi importi versati anno per anno per l'immissione di prodotti soggetti alla normativa in materia di copia privata, relativamente al periodo 2019-2021, nonché le dichiarazioni presentate da ogni impresa. Optime è assistita dagli avvocati Sandro Guerra e Cino Benelli, dello Studio Legale BGLV & Partners, che hanno curato la stesura del ricorso giurisdizionale. "Andremo fino in fondo", ha commentato Davide Rossi, presidente di Optime. "Avevamo chiesto di poter accedere a quella documentazione, raccogliendo il malumore dei nostri associati, a tutela del mercato dell'elettronica. Il rifiuto pretestuoso opposto da Siae ci ha francamente sorpresi. Il nostro intendimento era semplicemente quello di collaborare nell'individuazione delle molte aree grigie del mercato. Le decine di milioni di euro evase da operatori senza scrupoli determinano non solo un danno ai legittimi percettori dei compensi, ma anche gravi distorsioni della concorrenza, che mettono a rischio gli operatori onesti che pagano i compensi sino all'ultimo centesimo". E ancora: "Nessuno meglio del nostro Osservatorio conosce il mercato dei prodotti elettronici e potremmo agevolmente capire dove sia necessario concentrare l'impegno per la riscossione. Abbiamo teso la mano alla Siae, ma a fronte di un atteggiamento di totale chiusura non ci resta che il ricorso al Tar, invocando le norme che impongono la massima trasparenza a enti che agiscono per finalità di pubblico interesse come appunto la Siae".

Nel 2017 Optime e Siae avevano firmato un protocollo d'intesa, che doveva nelle intenzioni avviare una collaborazione, con lo scopo di individuare gli evasori. Nel 2020 un'interrogazione parlamentare al sottosegretario del Mibact (ora Mic) Lorenza Bonaccorsi aveva richiamato l'attenzione del Senato sulla questione della rendicontazione da parte dei beneficiari dei compensi e sull'evasione. "Ho saputo che Siae si ripromette di gestirla, secondo quanto dichiarato da uno dei suoi autori più rappresentativi, Mario Lavezzi, attraverso una fondazione. Va bene gli statuti e i regolamenti. Ma qui per contrastare l'evasione della copia privata ci vorrebbe un commando più che una fondazione", commenta infine Davide Rossi.

Vale la pena di ricordare che oggi Siae gestisce con ancora maggior discrezionalità le risorse derivanti dalla copia privata. Nel 2022 è stato infatti ritirato il bando che, a partire dal 2016, andava a finanziare la creatività giovanile, con una quota del 10%. La Legge di Bilancio di quest'anno ha infatti stabilito che la percentuale corrispondente sia destinata alla promozione culturale nazionale e internazionale. Come mai non si è rinnovato il bando? Perché il decreto "Cura Italia", divenuto legge dello Stato il 30 aprile 2020, stabiliva che "eccezionalmente", per contrastare gli effetti della pandemia sul settore spettacolo, la quota del 10 % dei compensi incassati nell'anno 2019 per la riproduzione privata di fonogrammi e videogrammi fosse destinata al sostegno di autori, interpreti, esecutori e mandatari colpiti dalla crisi determinata dal Covid. La misura è stata rinnovata nel 2021. Per il 2022, il bando della Creatività era stato presentato, ma è stato immediatamente ritirato, a inizio giugno, proprio perché il provvedimento emergenziale non è decaduto, e dunque vale anche per i proventi raccolti nel 2021. Ricordiamo in tal senso che l'ultimo bilancio consuntivo della Siae, che è dell'anno scorso, vede alla voce copia privata una raccolta di 147,7 milioni di euro, contro i 126,7 milioni del 2020, con un incremento di circa il 16,6%, legato in buona parte all'aumento della cifra derivata dagli smartphone (+8,3%), dei tablet (+33,9%), dei computer (+18,2%). Dunque circa 14 milioni di euro, per il terzo anno consecutivo, invece di andare a finanziare la produzione artistica dei giovani, prendono la via delle tasche di autori (45% della cifra), interpreti (altro 45%) e mandatari (il rimanente 10%). E mentre il presidente neo eletto della Siae, Salvatore Nastasi, viene ricordato da tutti come colui che dal ministero spinse per l'aumento delle tariffe di copia privata, il ricorso di Optime domanda finalmente chiarezza. Una collecting sempre più compenetrata dal Palazzo, e che ancora una volta conferma la propria vocazione monopolista, confondendosi con lo Stato, è chiamata per lo meno a essere pienamente trasparente. E a prendere in mano seriamente il tema dell'evasione del compenso.



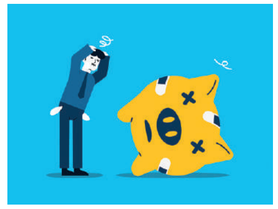
newsline

Iliad e Fastweb: accordo per la fornitura di connettività in fibra

Fastweb e Iliad hanno siglato un accordo in base al quale Fastweb fornirà a Iliad in modalità wholesale connettività a banda ultralarga basata sulla rete in fibra ottica Fiber-to-the-Home (Ftth). Con questa iniziativa Iliad arricchisce il portafoglio di accordi wholesale per la copertura in fibra e consolida ulteriormente la propria presenza nel mercato della connettività Ftth in Italia, raggiungendo così una copertura totale, entro inizio 2023, di oltre 10 milioni di unità abitative.

Fastweb a sua volta aggiunge un cliente importante al proprio portafoglio wholesale, confermando il segmento dell'accesso all'ingrosso come uno dei mercati in cui risulta in maggior crescita. Ad oggi, il numero di clienti della divisione ha superato 400mila unità, segnando un aumento superiore al 100% rispetto all'anno precedente a conferma della centralità della strategia di Fastweb che punta ad accelerare la digitalizzazione del Paese fornendo infrastrutture di nuova generazione non solo ai propri clienti ma anche a quelli di altri operatori nazionali che si affidano per questo alle sue reti. La rete ultrabroadband in fibra ottica Ftth che Fastweb mette a disposizione degli altri operatori in modalità wholesale coprirà oltre 14,5 milioni di abitazioni entro il 2025 su tutto il territorio nazionale.

Confesercenti: il potere d'acquisto delle famiglie calerà di 470 euro



L'aumento dei costi dell'energia e l'inflazione, di cui ormai si parla da mesi, avranno effetti negativi sulle spese e sui risparmi dei consumatori. Le stime dell'ufficio economico Confesercenti parlano chiaro: nella seconda metà dell'anno il potere d'acquisto sarà calato di 12,1 miliardi di euro, e le famiglie avranno 470 euro in meno da spendere. Le cause sono molteplici. L'inflazione media arriverà al 9,1% nei prossimi tre mesi. A ciò si deve aggiungere un calo occupazionale di 110mila unità ad agosto rispetto alla primavera, e per far fronte alle difficoltà le famiglie hanno già iniziato a dare fondo ai propri risparmi. Inoltre, l'aumento dei tassi di interesse impedisce di avere credito. Tutto questo rende impossibile un qualsiasi aumento nei redditi disponibili, che si traduce direttamente in una crescente limitazione nella possibilità di fare acquisti. Anche se gli italiani continuassero, come stanno facendo, a ricorrere ai risparmi accumulati, le cifre di questi (8,9 miliardi di euro al massimo) non basterebbero comunque a coprire il calo, e da ciò deriverà una perdita dei consumi stimabile come superiore ai 3 miliardi di euro per il solo periodo ottobre-dicembre 2022. Il suggerimento di Confesercenti: aumentare i sostegni a imprese e famiglie, approfittando delle entrate dovute all'Iva, per preservare il potere d'acquisto e contenere l'aumento dei costi fissi.

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

Intel, quella partita che Draghi non ha voluto chiudere

Era attesa a inizio settembre la firma dell'accordo per un investimento di almeno 5 miliardi di euro nel nostro Paese. La partecipazione pubblica doveva ammontare al 40%. Adesso, però, il dossier passa al governo entrante.

Margherita Bonalumi

Mentre il Paese si prepara alla tornata elettorale che prelude all'autunno più complesso in assoluto per l'economia italiana da diversi decenni a oggi, il termine della legislatura ha lasciato sul piatto numerosi dossier, non di semplice interpretazione e risoluzione per chi arriverà. Di fatto si sono succeduti tre diversi orientamenti politici, tre visioni, e il punto di sintesi molto semplicemente non c'è.

Un prospetto in particolare, che sembrava sul punto di concretizzarsi nelle prime settimane di settembre, sembra di urgenza per il nuovo ministro dello Sviluppo economico, che secondo le indiscrezioni potrebbe essere ancora Giancarlo Giorgetti, gradito a Giorgia Meloni, caldeggiato da Matteo Salvini ma soprattutto supportato da Mario Draghi e da Bruxelles. Si tratta del piano di Intel, annunciato a inizio agosto da Reuters, secondo cui l'azienda statunitense dovrebbe investire cinque miliardi di euro nella produzione di chip nel nostro Paese.

All'interno di una strategia che prevede lo stanziamento di 80 miliardi da allocare nei territori Ue nei prossimi dieci anni, a partire da risorse che contemplano capitali propri e fondi europei, Intel sembrava intenzionata a siglare già prima del 25 settembre l'accordo per la creazione di impianti coperti al 40% da finanziamento statale. La partecipazione pubblica, sempre secondo le indiscrezioni di un mese e mezzo fa, avrebbe garantito nel tempo di poter implementare ulteriori stanziamenti. Si era parlato insistentemente di due siti, in Veneto e in Piemonte. A quel punto le parti sociali erano intervenute, perorando come da copione la causa del Sud. La richiesta dei sindacati era di spostare una parte delle risorse nel Mezzogiorno, in modo da creare una fabbrica di chip anche lì. Negli impianti dovevano essere collocate le attività di assemblaggio e di packaging.

Ricordiamo che il nostro governo ha previsto di investire in totale 4,15 miliardi di euro da qui al 2030 nell'attrazione di produttori di chip e semiconduttori, e ha in tal senso intavolato trattative anche con l'azienda israeliana Tower Semiconductor, acquisita recentemente da Intel, e con i due player taiwanesi che dominano questo mercato, Electronic Materials e Tsmc. È noto che la crisi che si è generata tra Cina e Taipei è in massima parte legata alla volontà di assicurarsi la leadership mondiale di questa produzione, fondamentale non solo per It ed elettronica di consumo, ma anche per molti altri comparti, non ultimi l'automotive e l'industria bellica.

Sin dal marzo scorso Pat Gelsinger, ceo di Intel, aveva annunciato che la società era intenzionata a investire in Unione europea 33 miliardi di euro (cifra poi aumentata), di cui 17 destinati esclusivamente alla creazione di un grande impianto in Germania, e 12 al potenziamento della fabbrica irlandese. È probabile, anche se non del tutto definito, che la struttura italiana sia destinata a concentrarsi quasi esclusivamente sul packaging, a partire dal know-how esistente in tal senso nel nostro Paese. La valutazione dell'impatto in termini di impiego di risorse umane non riguarderebbe solo le assunzioni dirette, ma anche l'indotto, con una suddivisione che prevederebbe circa 1.500 nuovi dipendenti Intel, e altri 3.500 tra i fornitori.

Come mai allora si registra questa impasse? Una delle ragioni possibili è che le regioni escluse abbiano fatto pressioni sul governo per essere parte della partita. Nello specifico, si dice che Lombardia, Sicilia e Puglia si siano fatte avanti. E che a quel punto Draghi, particolarmente irritato da queste ingerenze, abbia deciso di rimettere il tema a chi verrà dopo di lui, e sarà probabilmente influenzato a sua volta da questioni di ritorni di consenso a livello territoriale e locale. Lega e Fdi hanno bacini di elettori differenti, radicati diversamente nelle regioni che abbiamo citato, e questo avrebbe portato a rinviare la partita dopo il voto. Con il grande rischio che Intel per qualche ragione si sfili, in ragione del quadro di crescente incertezza, che si aggiunge agli esorbitanti costi fissi produttivi del nostro Paese, a partire dall'energia. Era insomma una partita da chiudere subito, e nel giudizio sull'operato del governo Draghi per quanto riguarda l'hi-tech questa mancata firma non può non pesare. Avanti il prossimo. Vediamo se sarà in grado di portare Intel in Italia.

approvalo
Lo cerchi. Lo provi. Lo scrivi.

E se tutti parlassero dei tuoi prodotti?

Tra poco, su approvalo.

Scopri di più.

www.approvalo.it

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

NATALE ICT

TUTTE LE NOVITÀ DA METTERE A SCAFFALE

A cura di Annalisa Pozzoli e Margherita Bonalumi

da pagina 10 a pagina 25

AMAZON
Kindle Scribe

È arrivato il nuovo Kindle Scribe, il primo al mondo dotato di display da 10,2 pollici ad alta risoluzione a 300 ppi, che presenta tutte le funzioni più amate, ora anche per la scrittura. Si possono prendere note e appunti su milioni di libri e creare diari e liste di cose da fare, limitando il consumo di carta e inchiostro, oltre ad accedere a documenti importati da smartphone o computer in tutta comodità. Oltre a essere progettato con il 100% di alluminio riciclato e il 48% di plastica riciclata post-consumo, il suo imballaggio è costituito per il 99% da materiali a base di fibre di legno, all'insegna della sostenibilità. Il nuovo Kindle combina caratteristiche premium con un prezzo accessibile, tra cui un display da 6''ad alta risoluzione da 300 ppi, ricarica Usb-C, maggiore durata della batteria fino a 6 settimane e il doppio dello spazio di archiviazione per supportare migliaia di libri.

Fire HD 8

Il nuovo tablet della famiglia Fire, Fire HD 8, è più sottile e leggero dei suoi predecessori e con prestazioni migliorate del 30%. Grazie al lettore VoiceView, si possono utilizzare i gesti per navigare sul tablet e interagire con i contenuti attraverso l'output vocale mentre con l'ingrandimento dello schermo si può cogliere ogni dettaglio delle immagini. Inoltre, con le impostazioni per la dimensione dei caratteri si possono approfondire tutte le informazioni senza affaticare la vista per poi acquistare direttamente dal tablet in totale comodità.

tablet

HUAWEI
MatePad Paper

Per gli amanti della lettura e che preferiscono scrivere a mano rispetto alle tastiere dei Pc, Huawei propone MatePad Paper, che offre un'esperienza di lettura e scrittura simile a quella della carta, consentendo agli utenti di leggere e scrivere con grande comodità. La sensazione di scrivere su carta si avverte nel momento in cui la punta di Huawei M-Pencil incontra lo schermo della tavoletta e si sente un piacevole fruscio mentre si scrive. Questa sensazione familiare, simile a quella della carta, consente agli utenti di immergersi rapidamente nella scrittura. Infine, quando gli utenti si affaticano a leggere su un Pc o uno smartphone, possono trasferire i contenuti su MatePad Paper grazie alla funzione Super Device.

CROSSCALL
Core-T5

Il tablet Core-T5 è perfetto per i professionisti che lavorano in ambienti difficili. Certificato IP68, è conforme anche con lo standard militare MIL-STD-810H: resistente, impermeabile, può essere utilizzato con i guanti o con le dita bagnate grazie alle funzioni Glove Touch e Wet Touch. È inoltre dotato di Corning Gorilla Glass 3, che lo rende resistente a graffi e urti. È dotato di un altoparlante da 100dB e di due pulsanti programmabili che possono essere configurati su qualsiasi applicazione Pmr, consentendo agli utenti di comunicare anche in caso di saturazione della rete grazie a meccanismi di prelazione delle risorse e di prioritizzazione dei flussi.

XIAOMI
Redmi Pad

Il segreto dell'esperienza audiovisiva immersiva di Redmi Pad risiede nei quadrupli altoparlanti dotati di Dolby Atmos e nella frequenza di aggiornamento a 90Hz. Dotato di un display da 10,61" e caratterizzato da una minore latenza, il dispositivo è stato progettato per elevare il livello di esperienza visiva. Redmi Pad è il primo tablet al mondo a ricevere la certificazione Sgs per la riduzione dell'affaticamento della vista. Grazie alla fotocamera frontale ultra-grandangolare da 8MP e 105° e alla tecnologia FocusFrame6, il dispositivo è perfettamente calibrato per le videochiamate di gruppo. Alimentato da una batteria di lunga durata da 8.000 mAh e dotato di un caricabatterie integrato da 22,5W che supporta la ricarica rapida da 18W, Redmi Pad assicura un divertimento illimitato per le maratone di gioco, per la visione di film o anche per scattare foto.

TCL
Nxtpaper

Grazie a una protezione per gli occhi di massimo livello e un'esperienza paper-like, il device offre tutti gli strumenti necessari per dar vita alle proprie creazioni, scrivendo e disegnando in tempo reale con il pennino T-pen, che offre una bassissima latenza e una sensazione di scrittura fluida e naturale come su carta. Sia durante un'attività multitasking che una sessione di studio intensa, il processore octa-core garantisce prestazioni fluide, veloci e senza rallentamenti. Le app preinstallate funzionano senza intoppi grazie ai 4GB di memoria Rom e al sistema operativo Android 11. La batteria da 8000 mAh della durata di 24 ore permette di usare il dispositivo tutto il giorno, senza preoccuparsi di doverlo ricaricare.

SAMSUNG
Galaxy Tab S8 Ultra

Galaxy Tab S8 Ultra è il tablet con il display più ampio ed evoluto e le prestazioni più avanzate che Samsung abbia mai offerto. L'hardware sofisticato, le funzioni di produttività premium e l'ecosistema senza soluzione di continuità su cui possono contare gli utenti Galaxy sono combinati in un unico dispositivo, progettato per essere un compagno perfetto per un mondo always on. L'ampio display di Galaxy Tab S8 Ultra consente anche di dividere facilmente lo schermo in più finestre ridimensionabili, in modo tale da poter lavorare in multitasking senza dover passare da un'app all'altra, mentre la batteria intelligente che dura tutto il giorno e assicura ore di riproduzione video o di videoconferenza offre la libertà e la flessibilità per lavorare ovunque.

router

AVM
Fritz!Box 7590 AX

Grazie al nuovo Wi-Fi 6 (wireless AX), il Fritz!Box 7590 AX di Avm abilita una rete Wi-Fi ultraveloce nella rete locale. Il nuovo standard Wi-Fi 6 (wireless AX) è ancora più veloce ed efficiente: il Fritz!Box 7590 AX gestisce facilmente più applicazioni parallele come stream 4K, videoconferenze e applicazioni cloud. Dotato della la più moderna implementazione del Vdsl che permette velocità fino a 300 Mbit/s. Gigabit Lan, Usb 3.0 e la base Dect per telefonia cordless e applicazioni Smart Home completano l'ampia gamma di opzioni di comunicazione nella rete locale.

TP-LINK
Router Mobile M7010

Il router mobile 4G Lte, dal design compatto e user-friendly, è ideato per permettere di godere di una rete wi-fi veloce in ogni momento e in qualsiasi luogo ci si trovi. In meno di un minuto, con poche e semplici mosse si può attivare un hotspot 4G ultraveloce: basta inserire la Sim e premere il pulsante di accensione per iniziare a sfruttare al massimo le otto ore di autonomia della potente batteria 2000 mAh. L'App tpMiFi permette, inoltre, di ottimizzare la gestione della rete in real time, tenendo sotto controllo il trasferimento dei dati e i dispositivi connessi al network.

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

accessori

BELKIN
Tappetino di ricarica wireless con sanificatore Uv

Un prodotto che unisce i benefici della sanificazione a raggi Uv alla comodità della ricarica rapida senza fili. Il dispositivo permette di fare due cose insieme: sterilizzare, all'interno dell'apposito vano, oggetti con superfici non porose (come chiavi o anelli) e ricaricare smartphone compatibili con la tecnologia wireless Qi. Le due modalità di sterilizzazione (da 3 o 10 minuti) rimuovono fino al 99,99% dei batteri grazie alla doppia luce Led Uv-C germicida.

DJI
DJI OM6

Osmo Mobile 6 è uno stabilizzatore per smartphone intelligente ricco di funzionalità creative. È compatto, pieghevole per stare comodamente nel palmo della mano e si avvia automaticamente una volta aperto per permettere subito di iniziare a riprendere. Garantisce angolazioni più dinamiche e selfie perfetti grazie al manico telescopico integrato. Inoltre, sono a disposizione dell'utente tutta una serie di funzioni intelligenti e guide intuitive. L'app Dji Mimo facilita l'efficienza di riprese, modifiche e condivisioni, consentendoti di catturare ogni singolo momento. Distribuito in Italia da Nital.

GOAL ZERO
Power bank Sherpa 100 AC

Goal Zero, nuovo brand acquisito dall'azienda vicentina Athena specializzata nella distribuzione di marchi leader nei settori delle due ruote, tech e sport, propone un prodotto innovativo, in grado di combinare tecnologia e sostenibilità: il power bank Sherpa 100 AC. Elegante e potente, Sherpa 100AC è una fonte di energia versatile su cui fare affidamento quando si viaggia. Approvata dalle compagnie aeree e perfetta da portare in viaggio, il power bank Sherpa 100AC da 94.72 Wh è dotato di funzionalità come la ricarica wireless, l'erogazione di energia ad alta velocità, e di diverse porte per ricaricare telefoni, tablet, fotocamere reflex Dslr e laptop. Sono inclusi e integrati quattro resistenti cavi di alimentazione: Lightning, Micro Usb, Usb-C, e Usb-C a Usb-C.

CELLY
MagKit

Per fare il pieno di energia, Celly propone MagKit, un set composto dalla cover GelSkinMag e dal caricabatterie MagCharge, entrambi studiati per assicurare una ricarica wireless impeccabile, senza rinunciare allo stile. Il caricabatterie presenta un design elegante e un modulo magnetico circolare, compatibile con lo standard MagSafe, che aderisce perfettamente al dispositivo ed elimina il rischio che la ricarica possa interrompersi quando il telefono vibra o viene spostato. Per ottenere il massimo delle performance, nel kit è presente anche GelSkinMag: una cover con ring magnetico che abbraccia con precisione lo smartphone e diventa una magica superficie per una ricarica senza fili ancora più pratica e potente.

MagStandCharge

Un'idea pratica per non restare mai senza batteria, da regalare anche agli appassionati di design, è il MagStandCharge di Celly. Questo elegante supporto per smartphone è la soluzione ideale per ottenere il massimo dai propri dispositivi in qualsiasi occasione. Progettato con magneti che permettono un ancoraggio sicuro del device e una ricarica wireless in ogni situazione, si scompone facilmente in tre diversi formati: uno stand da scrivania dalle linee moderne, un pratico supporto auto che si fissa alle ventole dell'areazione, e un comodo magnete per posizionare e ricaricare il cellulare su ogni superficie metallica.

ZENS
MagSafe 4-in-1

Una soluzione di ricarica wireless 4-in-1 progettata per i dispositivi che integrano la tecnologia MagSafe, ideale per gli utenti Apple. Con un elegante design realizzato in alluminio di alta qualità, il caricabatterie si integra perfettamente ovunque e permette di caricare due dispositivi contemporaneamente (per esempio, iPhone e AirPods). Inoltre, è dotato del modulo per Apple Watch integrato che lo ricarica in modalità sleep. Infine, grazie alla porta Usb-A, è possibile caricare il quarto dispositivo, con ad esempio un iPad. Distribuito in Italia da Attiva.

Sistema di ricarica wireless modulare

La piattaforma di ricarica senza fili per smartphone e smartwatch personalizzata e scalabile è un sistema che può essere modellato ed esteso in funzione del tipo e della quantità di dispositivi elettronici a propria disposizione. I componenti base del sistema sono tre: Dual Charger, Single Charger e Stand Charger con un design a stand che lo rende estremamente comodo per la ricarica degli smartphone. Il dispositivo è basato su tecnologia Qi. Ognuno dei componenti di base può essere esteso con l'aggiunta di moduli extra, fino a un totale di quattro. Distribuito in Italia da Attiva.

LOGITECH
Mouse Lift

Logitech Lift è il nuovo mouse wireless caratterizzato da un design 'zen', sagomato per adattarsi naturalmente a mani di piccole e medie dimensioni. Disponibile in tre varianti di colore – rosa, bianco sporco e grafite – è accessibile e inclusivo, e propone anche una versione per mancini. L'impugnatura in morbida gomma di Lift e l'accogliente appoggio per il pollice garantiscono comfort per le mani più piccole anche dopo ore di utilizzo. Infatti, il suo design verticale a 57 gradi offre agli utenti destrorsi e mancini una presa naturale e rilassata, alleggerendo la pressione del polso e incentivando una postura più naturale dell'avambraccio.

Tastiere Pop Studio Series

Estetica divertente e design colorato per la gamma Pop Studio Series, alleata perfetta per chi vuole dare libero sfogo alla propria personalità. Sono tre le colorazioni disponibili, per incontrare i gusti di tutti: Blast, pensato per i più irriverenti e caratterizzato da una combinazione di giallo arcade, nero e grigio; Daydream per i sognatori dai toni del lilla, menta, bianco e giallo sole; e infine Heartbreaker, perfetta per i più romantici, dai colori fluorescenti del corallo e del lampone. Ma la tastiera Pop offre anche una vera esperienza old style, grazie ai tasti meccanici che ricordano una macchina da scrivere, unita a tasti emoji intercambiabili per esprimere al meglio il mood degli utenti.

LEXAR
Ssd portatile SL660 Blaze

Lexar ha annunciato il nuovo Ssd portatile SL660 Blaze. Questa nuova unità di archiviazione offre la più recente tecnologia Usb 3.2 Gen2x2 e velocissime prestazioni Nvme con velocità di lettura fino a 2000 MB/s e di scrittura fino a 1900 MB/s. È perfetto per spingere le prestazioni delle console o postazioni da gioco di alta gamma. Il nuovo SSD portatile da gioco presenta inoltre un design futuristico con Led Rgb che creano un'atmosfera vivace. È costruito con un'elegante custodia in alluminio con finitura sabbiata, per una maggiore protezione contro gli urti e le vibrazioni. È dotato, inoltre, di un software di sicurezza avanzata con criptazione AES a 256 bit per proteggere i file più importanti da corruzione, perdita, ed eliminazione. L'Ssd portatile da gioco Lexar Blaze SL660 è altamente versatile ed è fornito di porta Usb di tipo C, con cavi Usb tipo C-Tipo C e tipo C-Tipo A standard per una maggiore semplicità d'uso.

SBS
Power Bank 20.000 mAh

Questo power bank da 20.000 mAh è dotato di due porte per ricaricare contemporaneamente un tablet ed un cellulare, oppure uno smartwatch e un paio di auricolari Tws. Collegando uno smartphone Samsung, Apple, Huawei, Xiaomi, Oppo e di altri marchi alla porta Usb-C rossa, si beneficerà di una ricarica ultrarapida a 20W che porterà al 100% la batteria del telefono in 45 minuti. La porta Usb-A verde, invece, offre una ricarica ultraveloce e sicura a 18W grazie alla tecnologia Adaptive Fast Charge: riconosce le esigenze di alimentazione del dispositivo, evitando cortocircuiti e surriscaldamenti.

Puro – Slim Power Mag

La Slim Power Mag di Puro è la soluzione ideale per ricaricare iPhone magneticamente. Realizzata in silicone con un fine trattamento soft touch ad impreziosire, è disponibile in una palette colori matte, delicata e raffinata. Oltre al bianco e al nero, infatti, si aggiungono anche le varianti colori rose e light blue. Dal design premium e ultra compatto, di solo 1 cm di spessore, la battery pack di Puro è potente, leggera e unica. Funziona con tutte le cover compatibili MagSafe o senza cover per iPhone 12 e serie successive. Grazie all'indicatore led presente sul bordo inferiore è sempre possibile monitorare lo stato della carica.

Puro – Cover iCon Mag

Le cover iCon Mag sono realizzate in morbido silicone liquido ultra flessibile, con effetto soft touch, sagomato sulle forme di iPhone 14 per garantire la massima protezione. Dotate di morbida microfibra interna per avvolgere lo smartphone, sono compatibili con MagSafe, grazie ai magneti integrati. Disponibili nelle varianti colore: nero, light blue e rose. Compatibili con tutta la serie iPhone 14.

LIFEPROOF
Custodie Wake

Le custodie della linea Wake sono realizzate utilizzando per l'85% materiale plastico riciclato dagli scarti recuperati nell'oceano con un design che ricorda le onde del mare. I prodotti sono anche particolarmente sottili e offrono un ottimo grip. Il materiale ecologico viene fornito da un'azienda scandinava specializzata proprio nella realizzazione di Green Plastics, che utilizza le corde e le reti abbandonate dai pescatori. Le custodie, inoltre, garantiscono la protezione degli smartphone, da sempre elemento distintivo dell'azienda americana, assicurando una resistenza agli urti fino a 2 metri d'altezza. Le cover sono compatibili anche con iPhone 13, 13 Pro, e 13 Pro Max. Distribuito in Italia da Attiva.

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

audio

XIAOMI
Redmi Buds 4 Pro e Redmi Buds 4

Redmi Buds 4 Pro e Redmi Buds 4 sono caratterizzate da un design elegante e da una sorprendente durata della batteria, abbinata a un breve tempo di ricarica. Il loro chip a bassa potenza permette di avere rispettivamente 30 ore e 36 ore di autonomia grazie alla custodia di ricarica. Su un singolo auricolare e con una sola ricarica, Redmi Buds 4 possono durare sei ore e consentire un'ora di riproduzione musicale con soli cinque minuti di ricarica. Redmi Buds 4 Pro, invece, hanno una durata di nove ore con una singola carica e possono riprodurre fino a due ore di musica con una ricarica di cinque minuti. Grazie alla modalità a doppia trasparenza, è possibile essere sempre al corrente di ciò che accade nell'ambiente circostante senza dover rimuovere gli auricolari dalle orecchie.

BEATS
Beats x Kim

Beats e l'eclettica imprenditrice Kim Kardashian hanno recentemente annunciato la prima collaborazione in assoluto per i Beats Fit Pro, gli ultimi auricolari true wireless del brand. I 'Beats x Kim' rappresentano un incontro fra moda e funzionalità, in cui la tecnologia di alto livello si veste nello stile minimalista esclusivo di Kim Kardashian. I Beats Fit Pro così ripensati sono disponibili in tre colori neutri: Luna (chiaro), Dune (medio) e Terra (scuro). Queste tonalità versatili e il design innovativo delle alette offrono una vestibilità sicura per svolgere senza interruzioni le attività quotidiane.

HUAWEI
FreeBuds Pro 2

Le Huawei FreeBuds Pro 2 sono state co-sviluppate con Devialet. I due marchi hanno unito il loro comune impegno nella ricerca di un suono di qualità professionale, lavorando insieme per regolare con precisione l'esperienza acustica del dispositivo per far sì che anche gli audiofili più esigenti siano soddisfatti della sua eccellente qualità sonora. Sono in grado di eliminare anche il rumore del vento e sono dotate della certificazione IP54 che le rende impermeabili all'acqua, perfette per l'imprevedibile tempo invernale. Huawei FreeBuds Pro 2 sono disponibili in tre colorazioni: Silver Frost, Ceramic White e la new entry Silver Blue, ispirata alle stelle della galassia.

GOOGLE
Pixel Buds Pro

Per il partner sempre in call, che adora ascoltare la musica o che non riesce ad allenarsi senza la propria playlist preferita, i nuovi Google Pixel Buds Pro sono il regalo perfetto. La cancellazione del rumore Silent Seal e la batteria a lunga durata le rendono il gadget tech essenziale per lunghe call in smart working o per spezzare la noia durante un viaggio. Con le nuove cuffie Google si potrà anche esprimere e dar sfogo al proprio stile grazie ai quattro nuovi colori, perfetti da abbinare con il proprio look.

SAMSUNG
Galaxy Buds2 Pro

Galaxy Buds2 Pro sono i nuovi auricolari top di gamma di Samsung che offrono l'esperienza audio wireless più immersiva, con un nuovo design compatto e connettività fluida, perfetta per ogni momento della giornata. Se occorre rispondere urgentemente a una chiamata mentre si lavora sul tablet, grazie agli auricolari Galaxy Buds2 Pro basterà il tocco di un dito per effettuare la connessione al proprio telefono. I Galaxy Buds2 Pro sono dotati della nuova funzione Auto Switch per fornire una transizione rapida e senza sforzo, per passare dall'ascolto dello preferito a una chiamata importante.

NOKIA
Portable Wireless Speaker 2

Cassa audio ecosostenibile con potenza a 5W e grande autonomia. Il nuovo Nokia Portable Wireless Speaker 2 è dotato di un design esterno riciclato al 100% e di una batteria con un'autonomia di ben 22 ore. Un suono da 5W di potenza e la certificazione IPX71 per il massimo della resistenza all'acqua arricchiscono le caratteristiche di questo device Nokia.

AMAZON
Echo Buds

Sono arrivati i nuovi auricolari Echo Buds con tecnologia wireless e cancellazione attiva del rumore, per un'esperienza di suono davvero coinvolgente. Si possono riprodurre playlist e podcast o ascoltare le canzoni natalizie preferite con una qualità audio premium per suoni nitidi ed equilibrati. Oppure si possono effettuare chiamate in tutta comodità grazie ai microfoni avanzati e il controllo vocale con Alexa. Leggeri e comodi, sono inoltre perfetti per essere indossati a lungo, a casa o fuori.

SBS
Speaker wireless TWS 5W IPX5

Questa cassa audio può essere utilizzata senza fili o collegandovi un cavo jack, e resiste agli schizzi d'acqua per essere usata a bordo piscina. Grazie ai tasti multifunzione è possibile accendere o spegnere lo speaker, regolare il volume, mettere in pausa o avviare i brani e cambiare traccia. Inoltre, grazie al tasto M, è possibile scegliere se utilizzare la cassa in modalità wireless oppure con il cavo Aux. La cassa audio è Tws, ovvero True wireless stereo: questa tecnologia consente di associare tra loro due speaker band per migliorare l'esperienza sonora e poter godere di un sound ancora più coinvolgente.

imaging

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

CANON
Stampante Zoemini 2

Con soli 177 grammi, la nuova Canon Zoemini 2 pesa meno di un comune smartphone ed è disponibile in un comodo formato tascabile. Grazie alla funzione di ricarica veloce tramite connettore Usb-C, questo dispositivo raggiunge la piena carica in 50 minuti: 40 minuti in meno del modello precedente. Una novità della stampante Canon Zoemini 2 è il suo indicatore Led colorato, che comunica quando il dispositivo è acceso, è in fase di stampa, elaborazione o raffreddamento, oppure ha esaurito la carta. Questo nuovo modello è inoltre caratterizzato da un hardware più robusto e da un design metallico elegante, disponibile in blu navy, bianco perla o oro rosa. Grazie all'app compatibile gratuita – Canon Mini Print - consente agli utenti di aggiungere testo, bordi, spiritose sovrapposizioni o di raccogliere i momenti più importanti in un divertente collage.

DJI
Osmo Action 3

Osmo Action 3 è la nuova action cam di Dji dotata di un design a sgancio rapido per garantire un pratico montaggio orizzontale e verticale, oltre a una maggiore resistenza agli urti grazie alla combinazione di una potente forza magnetica e di una clip di posizionamento aggiuntiva. Il doppio touchscreen anteriore e posteriore a colori consente un controllo migliore dei parametri e della riproduzione. È ultra-resistente e registra ininterrottamente fino a 150 minuti con temperature fino a -20°C. Action 3 è un'action cam che supporta nativamente la tecnologia di ricarica rapida: in soli 18 minuti può essere caricata fino all'80%. Dal punto di vista software ha un sistema di stabilizzazione completo, con diverse funzioni quali Rocksteady 3.0 e HorizonSteady, per eliminare il rumore di video e immagini.

FUJIFILM
Instax mini Evo Hybrid

Con un look sofisticato e classico, instax mini Evo combina l'emozione e il divertimento delle funzionalità delle fotocamere istantanee analogiche alla tecnologia fotografica digitale, per memorizzare, condividere e stampare le immagini. L'unicità della mini Evo è costituita dalle dieci modalità poste sull'obiettivo integrato e dalle dieci opzioni di filtri per effetti cinematografici che offrono 100 diverse combinazioni per esprimere se stessi e creare scatti unici e irripetibili. Inoltre, stampando su pellicola istantanea instax mini, la mini Evo crea la più alta qualità di stampa istantanea instax mai raggiunta finora, con 600 dpi se stampata direttamente dalla fotocamera. Mini Evo dispone di uno schermo Lcd da 3" sul retro, in modo che si possano selezionare le immagini, aggiungere cornici, modificare, stampare e regolare le impostazioni delle stesse. Il tutto è supportato da una batteria integrata agli ioni di litio, per scattare fino a 100 foto. Uno slot per schede Micro SD assicura che ci sia spazio adeguato per memorizzare le immagini per una successiva fruizione, mentre lo specchio selfie aiuta a ottenere un autoritratto perfetto ogni volta.

Instax mini 40

Concepita per essere portata sempre con sé, la fotocamera istantanea analogica instax mini 40 è rifinita con una texture di alta qualità che sta comodamente in una mano. Il corpo è di un nero brillante, profilato da dei particolari d'argento, che danno vita a un look sofisticato. La funzione di esposizione automatica rileva automaticamente il livello di luce ambientale quando si preme il pulsante di scatto, così da ottimizzare la velocità dell'otturatore e la potenza del flash in base all'ambiente circostante. Consente di scattare foto di alta qualità, anche a chi si approccia per la prima volta alla fotografia istantanea. Grazie all'obiettivo selfie incorporato, basterà mettersi in posa davanti allo specchietto e catturare un selfie unico e originale.

GOPRO
Hero11 Black

Hero11 Black è la nuova action cam prodotta da GoPro, dotata di un nuovo sensore più grande, che offre la massima risoluzione e il campo visivo più ampio mai visto su una fotocamera Hero, insieme alla stabilizzazione HyperSmooth 5.0 e una nuova profondità di colore a 10 bit. Inoltre, permette di ricevere straordinari video highlight, creati in automatico, direttamente sul proprio smartphone. Infine, la fotocamera presenta tre nuove preimpostazioni notturne, per catturare immagini e video con nuovi suggestivi effetti anche in condizioni di scarsa luminosità.

NILOX
Action cam Dual-S

Dual-S è la prima action cam di Nilox, con doppio schermo a colori, studiata per immortalare le più diverse avventure quotidiane in qualsiasi contesto. Versatile e funzionale, è dotata di uno schermo posteriore touch screen che consente di regolare le impostazioni foto e video con la massima comodità anche quando si praticano sport estremi. Il display anteriore, invece, permette l'utilizzo in modalità selfie. La nuova Action Cam di Nilox consente di effettuare riprese fluide in 4K fino a 60 fps per assicurare il massimo dettaglio in ogni particolare. Prevede una capacità di memoria di 128 GB per salvare foto fino a 24 M. Lo stabilizzatore elettrico integrato permette di effettuare riprese stabili e suggestive in situazioni dinamiche complesse, anche riprendendo senza l'ausilio di supporti. Grazie alla funzionalità grandangolo a 170° è possibile scattare splendide prospettive panoramiche. Dual-S è corredata da un ampio ventaglio di accessori che la rendono la compagna ideale per qualsiasi attività outdoor - dagli sport invernali, alla mountain bike, alle immersioni. Progettata per registrare fino a 30 metri di profondità grazie alla custodia waterproof in dotazione, consente di catturare anche il minimo dettaglio sott'acqua.

INSTA360
Insta360 X3

Insta360 X3 è pensata per i content creator, grazie alle sue funzionalità ad-hoc per condividere ogni istante direttamente sui social più usati. Con il nuovo sensore da 1/2" e il monitor touchscreen da 2,29", Insta360 X3 è una videocamera tascabile estremamente potente. Gira video a 360° in 5,7K con Active Hdr e l'effetto Selfie Stick Invisibile, oppure fotografie da 72 MP con dettagli sorprendenti. Può essere anche usata come action cam standard con la modalità a obiettivo singolo ultra-wide in 4K. Per l'editing, si può utilizzare l'app Insta360, un concentrato di intelligenza artificiale con strumenti di reframing intuitivi per rendere magica ogni azione. È impermeabile fino a 10 metri.

NIKON
Z 30

Piccola, potente ed estremamente semplice da usare, questa nuova fotocamera mirrorless è la scelta ideale per tutti coloro che desiderano andare oltre le prestazioni offerte da uno smartphone e creare vlog e contenuti video di qualità, mantenendo al contempo i feed fotografici coinvolgenti con immagini appassionanti e ricche di dettagli. Il sensore di immagine in formato DX della fotocamera (molto più grande del sensore di immagine di uno smartphone) consente di ottenere filmati nitidi e ricchi di dettagli, non ottenibili con altri strumenti. I vlogger possono registrare sequenze video lunghe fino a 125 minuti ininterrottamente ed è anche disponibile l'autofocus permanente durante la registrazione. La Z 30 utilizza l'intera larghezza del sensore per offrire il 100% (circa) del campo visivo e la qualità audio è eccellente, grazie al microfono stereo incorporato della fotocamera, ulteriormente potenziabile da un microfono esterno compatibile.

imaging

POLAROID
Go

È tra le macchine fotografiche istantanee analogiche più piccole del mondo: misura solo 10 cm di lunghezza, 8 cm di larghezza e 6 cm di altezza. È facile da usare e incorpora uno specchio per i selfie, un sistema di autoscatto, una batteria a lunga durata, un flash integrato e una modalità di doppia esposizione. Polaroid ha anche creato la pellicola Go, una versione speciale del famoso formato quadrato. Colore: bianco e black. Distribuita in Italia da Nital.

SONY
ZV-1F

La nuova vlog camera ZV-1F è un concentrato di potere creativo, funzioni facili da utilizzare, opzioni di connettività avanzate ed eco-sostenibilità. Pensata per i vlogger e i creatori che si accontentano solo di foto e video di qualità, possiede un obiettivo ultra-grandangolare a focale fissa F.20 da 20 mm per i selfie. Crea l'effetto bokeh e Autoesposizione con priorità viso per far risaltare i soggetti. Tra le altre caratteristiche: ottimizzazione dei toni dell'incarnato con l'opzione Soft Skin, messa a fuoco di precisione e Eye AF per occhi di persone e animali, sistema di stabilizzazione delle immagini elettronico con Active Mode per i video, registrazione vocale nitida con microfono a tre capsule e protezione antivento. La funzione Creative Look, al debutto su questa vlog camera, mette a disposizione diverse opzioni pre-impostate per creare l'atmosfera desiderata, sia nelle foto che nei video, intervenendo su toni, luminosità, profondità cromatica e altri parametri. In totale sono 10 le modalità disponibili per dare libero sfogo all'estro e pubblicare i contenuti all'istante, senza editing. Il modello ZV-1F prevede anche una modalità S&Q per girare in slow motion fino a 5x e in quick motion/hyperlapse fino a 60x, ottenendo esattamente l'effetto desiderato. La vlog camera ZV-1F è già predisposta per interagire con gli smartphone. La nuova app Imaging Edge Mobile Plus di Sony consente di collegare il telefono alla videocamera tramite Bluetooth o Wi-Fi per trasferire immagini e video in un attimo e caricarli online. A questo si aggiunge la possibilità di contrassegnare le scene destinate ai post sui social con la funzione 'Shot Mark', sia in fase di lavorazione che dopo, dalla fotocamera.

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

laptop|monitor

SAMSUNG
Serie Galaxy Book2 Pro

La serie Galaxy Book2 Pro è la nuova line up di notebook che include Galaxy Book2 Pro 360, con le funzionalità di S Pen, e Galaxy Book2 Pro, con 5G. Entrambi i prodotti combinano la flessibilità e la versatilità necessarie per le modalità di lavoro e apprendimento attuali, in continua evoluzione e offrono prestazioni avanzate, design ultra-portatile e tutte le funzionalità Galaxy, creando un'esperienza agile, potenziata e connessa per l'utente. La mobilità è assicurata grazie al miglior design sottile e leggero, in nuovi, sofisticati colori, combinati con la libertà della connessione 5G e Wi-Fi 6E.

LG
Gamma laptop Gram 2022

Lanciati nel 2022, i nuovi LG Gram sono caratterizzati da grande versatilità e performance, oltre che da un design ricercato. La nuova serie Z90Q è disponibile in due formati, 16" e 17". I nuovi laptop garantiscono prestazioni potenti grazie ai processori Intel Core di dodicesima generazione, oltre ad assicurare eccellenti livelli di autonomia grazie alla batteria da 80Wh. Grazie al peso estremamente ridotto (solo 1,199 grammi per il 16" e 1,350 grammi per il 17"), possono essere trasportati in qualsiasi luogo. I nuovi LG Gram sono caratterizzati da display Ips con risoluzione 2.5K. LG ha inoltre dotato nuova linea di laptop di un software di Intelligenza artificiale che ottimizza sicurezza e praticità: LG Glance by Mirametrix. Grazie alla cornice super slim, tutti i modelli offrono inoltre un eccellente rapporto schermo-dispositivo. Per garantire un livello di sicurezza adeguato, lo schermo si blocca se il volto dell'utente non è rilevato davanti al laptop.

HP
Notebook Elite Dragonfly G3

Elite Dragonfly G3, Pc dal design ultraleggero, presenta uno schermo con proporzioni 3:2 e 13,5" di diagonale che consente di visualizzare più informazioni riducendo lo scrolling in verticale. Monta un processore Intel Core i7 di dodicesima generazione e una scheda grafica Intel Iris X. Possiede 16 GB di memoria Ram e 1 TB di Ssd. Elite Dragonfly G3 contribuisce ad aumentare la produttività giornaliera grazie al sistema operativo Windows 10 Pro e alle potenti funzionalità di sicurezza di HP Wolf Security for Business.

ASUS
Zenbook 14X Oled Space Edition

Lo Zenbook 14X Oled Space Edition di Asus consente a chi lo utilizza delle prestazioni memorabili grazie ad un processore Intel Core i7 di 12esima generazione, che unito a un display ZenVision da 3,5 pollici e a due porte Thunderbolt 4 Usb-C, lo rendono unico nel suo genere. Processore Intel Core i7-12700H 2.3 GHz (24M Cache, fino a 4.7 GHz, 6P+8E cores). Archiviazione dati veloce su Ssd 512GB M.2 NVMe PCIe 4.0. Memoria Ram 16GB LPDDR5 on board, non espandibile.

Monitor UltraGear 48GQ900

LG UltraGear 48GQ900 è un monitor gaming da 48" con pixel auto-illuminanti, risoluzione 4K e Speaker Stereo da 40W. Non è presente alcuna retroilluminazione: i pixel si accendono e si spengono autonomamente e ciò garantisce una resa perfetta delle aree più scure oltre a una maggiore brillantezza dei colori chiari. Con il display antiriflesso, LG 48GQ900 garantisce un contrasto elevato per un'esperienza di gioco migliore, più confortevole e immersiva. La velocità ultrarapida di 138Hz consente di visualizzare più velocemente il frame successivo, per un'esperienza di gioco davvero fluida. LG UltraGear 48GQ900 è in grado di elaborare video in 4K e frequenze di aggiornamento variabili fino a 120Hz. Con il telecomando UltraGear™, si potrà impostare e controllare il monitor accendendolo o spegnendolo, regolando l'audio e cambiando modalità. Sono presenti due speaker stereo integrati da 40W (20W + 20W). La massima resa cromatica è garantita dalla calibrazione hardware e il software LG Calibration Studio, che sfruttano al meglio l'ampio spettro cromatico e l'uniformità del display Oled 4K di LG.

sbsmobile.com

Case & me è un marchio distribuito da sbs

winter collection

case & me

Accessori lifestyle unici nello stile e nelle funzionalità, dal design innovativo e ispirato alle ultime tendenze moda.

Case & me ti accompagna nel viaggio alla ricerca del tuo stile personale, **anche d'inverno!**

Scopri il mondo case & me!

Join our community

Instagram @caseandme_

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

weareable

FITBIT
Sense 2

Il più avanzato smartwatch di Fitbit, in grado di supportare nella gestione dello stress e nel monitoraggio della salute del cuore, grazie a sensori che rilevano segnali di fibrillazione atriale attraverso l'app Ecg e l'algoritmo Ppg (entrambi con approvazione sia Fda che certificazione CE), la variabilità del battito cardiaco, la temperatura della pelle e altro ancora. Include inoltre il nuovo sensore Fitbit che monitora i parametri cEda per il monitoraggio costante dello stress.

Versa 4

Lo smartwatch top di gamma incentrato sul fitness: offre più di 40 modalità di allenamento, statistiche in real time, Gps integrato e minuti in Zona Attiva, oltre a funzionalità Premium tra cui il Livello di Recupero Giornaliero per raggiungere i propri obiettivi di attività fisica. Tutto con una durata della batteria di sei giorni e un design più sottile e leggero.

SAMSUNG
Galaxy Watch5

Galaxy Watch5 è lo smartwatch pensato per migliorare le abitudini di salute e benessere dell'utente grazie a insight intuitivi, funzionalità avanzate e potenzialità sempre più ampie. È dotato dell'esclusivo sensore Samsung BioActive che segna l'alba di una nuova era nel monitoraggio digitale della salute, in quanto utilizza un unico chip che gestisce tre potenti sensori di salute: Frequenza cardiaca, Segnale cardiaco elettrico e Analisi dell'impedenza bioelettrica. Effettuando anche rilevazioni complete di parametri, tra cui la frequenza cardiaca, i livelli di ossigeno nel sangue e i livelli di stress. Inoltre, Attraverso gli Sleep Scores, che monitorano le fasi del sonno e forniscono dati dettagliati su tempi di sonno profondo, sonno Rem e sui livelli di ossigeno nel sangue, gli utenti possono imparare a conoscere meglio i propri ritmi del sonno e la propria salute generale.

FOSSIL
Gen 6 Wellness Edition

Lo smartwatch Gen 6 Wellness Edition è il nuovo dispositivo indossabile di Fossil, dotato di parametri per il monitoraggio di salute e benessere più avanzati, nonché il primo ad essere dotato dell'ultima versione di Wear OS by Google. Nato come espansione della linea Gen 6, il Wellness Edition vanta velocità e prestazioni superiori grazie alla piattaforma Snapdragon Wear 4100+, ricarica rapida e connettività Bluetooth 5.0 LE. A questo si uniscono un'interfaccia utente aggiornata, un nuovo sistema di navigazione e un aumento di qualità e prestazioni dei parametri relativi al benessere. Le funzionalità a disposizione includono: misurazione SpO2 per controllare i livelli di ossigeno nel sangue, stima del livello di salute cardio, rilevamento automatico degli allenamenti, monitoraggio della qualità e della cronologia del sonno.

XPLORA
X5 Play

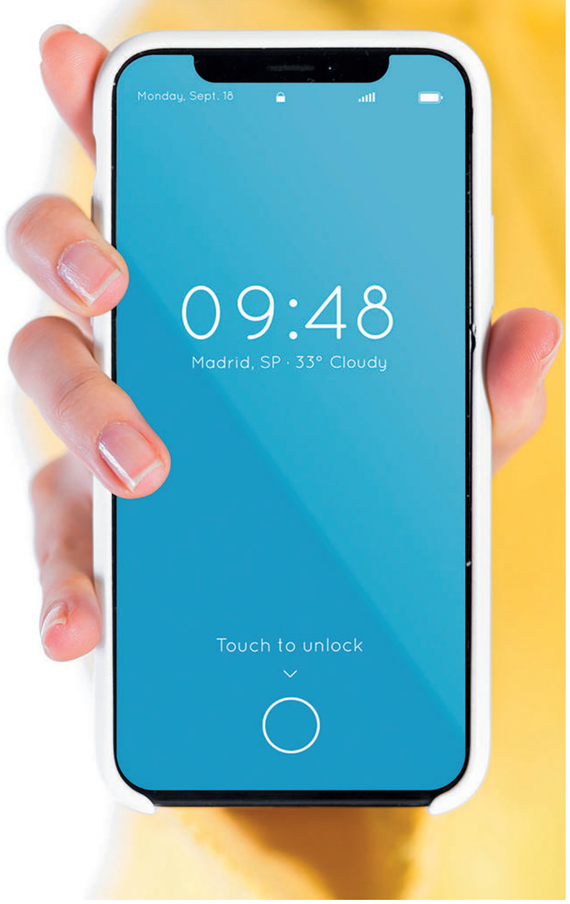
Lo smartwatch Xplora X5 Play, destinato ai bambini dai 5 ai 12 anni, ha un chip Gps integrato che consente ai genitori di sapere sempre dove si trovano i propri figli: è perfetto quindi da utilizzare quando i piccoli iniziano a desiderare un po' più di autonomia. Ha funzioni di cellulare e 4G: è in grado di ricevere e inviare messaggi vocali, messaggi di testo, fotografie ed emoji, per condividere ogni momento. È resistente all'acqua, alla polvere e alla sabbia. Con la modalità scuola, lo smartwatch passa allo stato 'silenzioso' e le funzioni del telefono - a parte quella di SOS – sono disattivate. Xplora X5 Play è disponibile nei colori nero, rosa e blu.

WITHINGS
ScanWatch

È il primo smartwatch ibrido al mondo in grado di notificare all'utente eventuali rischi correlati a condizioni altamente prevalenti ma sottodiagnosticate, tra cui disturbi respiratori e fibrillazione atriale. Il dispositivo combina due tecnologie mediche: un elettrocardiogramma e un ossimetro per fornire su richiesta parametri vitali essenziali. Con ScanWatch è possibile registrare un Ecg di grado medico, rilevare la fibrillazione atriale o il ritmo cardiaco normale, ma anche monitorare il sonno e l'attività fisica.

XIAOMI
Smart Band 7 Pro

Dotato di un display Amoled rettangolare da 1,64" ad alta risoluzione, Xiaomi Smart Band 7 Pro migliora l'esperienza visiva di qualsiasi utente, anche il più esigente, in modo molto più confortevole, grazie all'area di visualizzazione più ampia e alla funzione di auto-luminosità, senza sacrificare i dettagli estetici. Dal monitoraggio del sonno a quello delle attività sportive, Xiaomi Smart Band 7 Pro offre oltre 110 modalità dedicate allo sport, in grado di soddisfare specifiche esigenze di monitoraggio. La novità della popolare serie di smart band è il sistema Gnss integrato, che consente un rilevamento più rapido del posizionamento e più accurato del percorso, rendendolo il dispositivo ideale per tutti gli appassionati di sport. Questo modello è resistente all'acqua fino a 5 ATM e ha una durata della batteria fino a 12 giorni; consente di ricevere chiamate e messaggi in qualsiasi momento e luogo. Xiaomi Smart Band 7 Pro dispone di oltre 150 quadranti in-app, cinturino in doppia colorazione con otto diverse varianti in un formato estremamente gradevole al tatto.



smartphone

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

CROSSCALL
Core-X5

Lo smartphone rugged Core-X5 è stato progettato per i professionisti che lavorano in un ambiente ostile in cui la comunicazione dal vivo è fondamentale. È ottimizzato per la Pmr (Professional mobile radio) con una copertura completa: reti 4G pubbliche e private, comprese le bande 28, 38 e 40. Grazie al suo potente altoparlante da 100dB, è possibile comunicare in ambienti rumorosi. Inoltre, i team Crosscall hanno incorporato quattro pulsanti programmabili, di dimensioni superiori alla media per facilitare l'utilizzo anche quando si indossano i guanti.
La batteria da 4.940 mAh assicura un'autonomia di lunga durata: 14 ore in PTT e 15 ore in navigazione GPS. Il suo processore Qualcomm SnapdragonTM 665 è ottimizzato per un basso consumo di risorse e supporta tutti i protocolli mission-critical. Questo permette ai vari operatori del mondo dell'emergenza (ambulanze, vigili del fuoco, ospedali) di comunicare tra loro in tempo reale per coordinare gli interventi. È dotato di un triplo cassetto (2 Nano SIM + 1 MicroSD) per unire uso professionale e personale. Core-X5 è completamente impermeabile. Certificato IP68, rimane ermetico a contatto con la maggior parte dei liquidi e delle microparticelle. Il display è inoltre dotato di Corning Gorilla Glass 3 (IK05) resistente ai graffi e agli urti.

ASUS
Zenfone 9

Un dispositivo molto versatile e compatto: con i suoi 5,9 pollici sta perfettamente in una mano. Zenfone 9 può essere utilizzato comodamente con una mano ma offre una potenza incredibile grazie al più recente Snapdragon 8+ Gen 1 Mobile Platform e alla batteria a lunga durata da 4300 mAh. Inoltre, il pulsante di accensione laterale presenta un sensore di impronte digitali per uno sblocco senza problemi. Tra i suoi punti di forza non si può dimenticare la fotocamera principale IMX 766 da 50 MP. Il nuovo stabilizzatore Gimbal ibrido a 6 assi evita sfocature e vibrazioni, anche in movimento. In combinazione con la tecnologia di messa a fuoco automatica e nuovi algoritmi, si può fare affidamento su Zenfone 9 per scatti d'azione super fluidi e dall'aspetto professionale, qualunque sia il soggetto. Il nuovo telefono Asus è presente in quattro colorazioni accattivanti: Moonlight White, Sunset Red, Starry Blue e Midnight Black.

SAMSUNG
Galaxy Z Flip4

Galaxy Z Flip4 è lo smartphone ideale per esprimersi, grazie alle nuove modalità di personalizzazione del dispositivo: nuovi colori, un programma Bespoke Edition ampliato, funzionalità avanzate dedicate al Cover Screen e una fotocamera perfetta per i social. Inoltre, il design compatto a conchiglia offre nuove modalità di utilizzo che nessun altro smartphone può vantare: Galaxy Z Flip4 offre una migliore esperienza personalizzata grazie alla FlexCam versatile. Per girare video o scattare selfie di gruppo da diverse angolazioni senza usare le mani, è sufficiente piegare parzialmente Z Flip4 per attivare FlexCam. Queste funzioni possono essere sfruttate anche con le app preferite degli utenti.

MOTOROLA
Moto g72

Motorola presenta Moto g72, un concentrato di potenza che offre foto incredibilmente dettagliate con 108 milioni di pixel e un display cinematografico con oltre un miliardo di colori. Il nuovo nato della famiglia moto g dispone, inoltre, di due grandi altoparlanti stereo con tecnologia Dolby Atmos, un potente processore e una batteria con ricarica rapida. Moto g72 mette a disposizione un sensore principale da 108 MP ad altissima risoluzione, che cattura nove volte più luce, combinando nove pixel in un unico enorme ultra-pixel, per immagini più luminose, anche in condizioni di scarsa luminosità. Il display Oled da 6,6" con Hdr10+ soddisfa gli standard cinematografici relativi ad accuratezza del colore, luminosità e livello di contrasto, in modo che tutto ciò che viene riprodotto sullo schermo sia ultra-realistico. Per un'esperienza ancora più immersiva, questo display ultrasottile è praticamente privo di bordi e, grazie a un refresh rate fino a 120Hz, assicura una sensibilità al tocco ancora più elevata. Moto g72 è dotato di una batteria da 5.000mAh che permette di non avere preoccupazioni fino al giorno seguente. E quando è necessario ricaricare, la tecnologia TurboPower 30W assicura ore di autonomia con pochi minuti di ricarica.

VIVO
V23 5G

Il vivo V23 5G è il nuovo smartphone della serie V che si distingue per un sistema avanzato di fotocamere frontali e un design ricercato. Il comparto fotografico anteriore di V23 5G, unico nel suo genere, è composto da una fotocamera frontale da 50 MP con autofocus e da una fotocamera super grandangolare a 105° da 8MP supportate da un Dual Tone Spotlight che garantisce scatti e video nitidi con la giusta illuminazione sia che si tratti di un selfie di gruppo, di un ritratto o di una videochiamata, in qualsiasi condizione di luce, di giorno come di notte. A livello estetico, la versione Sunshine Gold di vivo V23 5G è stata realizzata con una scocca posteriore in vetro fotocromatico: una volta esposto alla luce UV, vivo V23 5G cambia colore passando da una calda sfumatura sunshine gold alla tonalità più fredda coast green. Il comparto fotografico posteriore è invece composto da una fotocamera principale da 64 MP, una super grandangolare da 8 MP e dalla Super Macro da 2 MP.

ONEPLUS
Nord 2T 5G

Pensato per offrire agli utenti ottime prestazioni di gioco e un migliore controllo della temperatura, il dispositivo è dotato della ricarica rapida Supervooc da 80 W e di un chipset MediaTek Dimensity 1300 con Cpu octa-core e velocità fino a 3 GHz. A tutto questo, si aggiungono la fotocamera frontale da 32 MP, la tecnologia Wi-Fi/Bluetooth Hybrid 2.0 per una velocità di trasmissione dei dati costante e una ridotta latenza audio, e la OxygenOS 12.1, pensata per offrire un multitasking più efficiente, un miglior consumo energetico e un'esperienza visiva più fluida. Disponibile nelle colorazioni Gray Shadow & Jade Fog.

REALME
GT Neo 3

Ispirato alle corse automobilistiche e alla storia del leggendario pilota Carroll Shelby, che nel 1965 dipinse le iconiche strisce su un'auto sportiva di fascia alta per esprimere la sua passione per la velocità, realme GT Neo 3 sfoggia un Legend Racing Design con strisce sul retro dello smartphone ed è disponibile in tre colorazioni: Nitro Blue, Sprint White, e Asphalt Black. Lo spirito di velocità si estende dal design alle prestazioni grazie alla tecnologia di ricarica UltraDart da 150W che consente di raggiungere il 50% in 5 minuti. GT Neo 3 è il primo smartphone alimentato dal processore Dimensity 8100 in Europa. Per quanto riguarda i dettagli dello schermo, il dispositivo è dotato di uno schermo Amoled da 6,7 pollici con risoluzione Full HD+ e un'elevata frequenza di aggiornamento a 120Hz, con certificazione HDR 10+. realme GT Neo 3 è dotato di tripla fotocamera, in cui la principale utilizza il sensore Sony IMX 766 con risoluzione a 50MP. Le altre due fotocamere sono un obiettivo ultra-wide con una risoluzione di 8 MP e un obiettivo macro con una risoluzione di 2 MP.

NOKIA
X30 5G

È lo smartphone più ecologico di Nokia: X30 5G è realizzato con un telaio in alluminio e un retro in plastica riciclati rispettivamente al 100% e al 65%. Sostenibilità supportata anche dall'assenza del caricabatteria e dall'utilizzo di una confezione in carta certificata al 100% Fsc e riciclata al 94%. La fotocamera PureView da 50MP utilizza la stabilizzazione ottica dell'immagine (OIS) e l'intelligenza artificiale per catturare splendidi scatti ultra-grandangolari e notturni.

G60 5G

Anche il modello G60 5G è realizzato in modo sostenibile, con il 100% di plastica riciclata sul retro e il 60% sul frame. È ideato per consentire alle persone di tenere il proprio telefono più a lungo, grazie al modello '3-3-3': tre anni di aggiornamenti del sistema operativo Android e di patch mensili di sicurezza, oltre a una garanzia estesa di trentasei mesi senza costi aggiuntivi. Completano il tutto, un display da 6,58" FHD+ da 120Hz per uno scorrimento super fluido e una tripla fotocamera con AI da 50 MP.

XIAOMI
12T e 12T Pro

Xiaomi 12T è dotato di un comparto fotografico composto da una tripla fotocamera di livello professionale, la principale da 108MP, un'ultra-wide da 8MP e una macro da 2MP per essere sempre in grado, anche in condizioni di scarsa illuminazione, di offrire immagini nitide e luminose. Con Xiaomi 12T Pro le immagini diventano ancora più sorprendenti grazie alla fotocamera provvista di in-sensor zoom 2x, che può sfruttare le capacità dell'ampio sensore da 1/1,22" per scattare ritratti molto precisi. L'elevata nitidezza, la capacità fotografica notturna e la messa a fuoco rapida sono garantite da un sistema di imaging da 200MP di alto livello, supportato da un hardware innovativo e da algoritmi avanzati di Intelligenza artificiale di Xiaomi.
La serie Xiaomi 12T offre poi un'incredibile capacità di durata della batteria, oltre a una ricarica eccezionalmente veloce: entrambi i dispositivi vantano una capacità da 5.000 mAh e un HyperCharge da 120W, per un'autonomia fino a 13,5 ore e una carica al 100% in soli 19 minuti, supportata dal sistema Xiaomi AdaptiveCharge, che memorizza le abitudini di ricarica quotidiane degli utenti per ottimizzare la salute della batteria a lungo termine. Xiaomi 12T è alimentato dal chipset MediaTek Dimensity 8100-Ultra, costruito con il processo produttivo a 5 nm. Il chip è interamente aggiornato con una struttura Gpu del tutto nuova, che aumenta le prestazioni e l'efficienza energetica fino al 30% rispetto al suo predecessore. Xiaomi 12T Pro, invece, è dotato del miglior processore Snapdragon con Tsmc a 4 nm per migliorare significativamente le prestazioni della Cpu e della Gpu, rispettivamente del 16,7% e dell'11% rispetto a Snapdragon 8 Gen 1, riducendo al tempo stesso il consumo energetico di ciascuno di essi del 33% e del 30%.

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

Un nuovo corso per i Raee

Sottoscritto l'Accordo di programma per il triennio 2022-2024. Regolamenterà le condizioni di servizio presso i centri di raccolta comunali. Definendo premi per l'operatività e relativi beneficiari.

Stefano Re

È stato sottoscritto il nuovo Accordo di programma per la definizione delle condizioni generali di raccolta e gestione dei rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche provenienti da nuclei domestici tra l'Associazione nazionale comuni italiani (Anci), il Centro di Coordinamento Raee, i produttori di apparecchiature elettriche ed elettroniche (Aee) e le associazioni delle aziende di raccolta dei rifiuti.

L'accordo, previsto dall'articolo 15 del decreto legislativo 49/2014, in attuazione della Direttiva 2012/19/CE, è stato siglato tra le parti a fine settembre e ha una validità triennale che abbraccia il triennio 2022-2024. L'Accordo di programma regola quindi la modalità e le condizioni relative al ritiro dei Raee dai centri di raccolta comunali, l'organizzazione della raccolta in modo omogeneo sull'intero territorio nazionale e gli oneri per lo svolgimento delle relative attività. Definisce, inoltre, gli importi unitari dei premi di efficienza riconosciuti dai produttori di Aee attraverso i sistemi collettivi ai centri di raccolta comunali, al verificarsi di condizioni di buona operatività. Le novità più rilevanti del nuovo documento riguardano proprio le premialità riconosciute ai centri di raccolta comunali e i nuovi prerequisiti necessari per accedervi: a partire già dall'ultimo trimestre del 2022 i Comuni più virtuosi ed efficienti potranno raddoppiare nell'arco di tre anni le quote attuali.

I contributi economici consistono in un corrispettivo definito per i cinque raggruppamenti per ogni tonnellata di Raee correttamente gestita. A questi si affianca un riconoscimento economico pari a 20 euro a tonnellata, che segue i medesimi prerequisiti e meccanismi stabiliti per i premi di efficienza, per i ritiri che raggiungono un peso minimo. Per la prima volta viene inoltre previsto anche un premio per i ritiri sottosoglia fissato in 30 euro a tonnellata per quei Comuni che consentono l'accesso al proprio centro di raccolta a utenti di altri Comuni al di sotto dei 20mila abitanti quale unico punto di conferimento dei Raee.

Inoltre, in base al verificarsi di specifici prerequisiti, vengono introdotte due categorie di beneficiari. I primi sono i soggetti che si impegnano a rispettare le condizioni operative già previste nei precedenti accordi, alle quali si aggiunge la disponibilità alla sottoscrizione della documentazione che disciplina l'accettazione presso i centri di raccolta dei cosiddetti Raee 'dual use' (ossia, di utilizzo sia domestico che professionale). Nella seconda categoria, introdotta ex novo rispetto all'accordo precedente, rientrano i beneficiari che decidono di effettuare sul loro territorio attività di microraccolta, con progetti di gestione territoriale di raccolta di Raee al di fuori dei centri di raccolta.

Completano il quadro delle risorse per incrementare la qualità del sistema di raccolta dei Raee il 'Fondo infrastrutturazione centri di raccolta', destinato alla realizzazione di nuovi centri di raccolta e all'ammodernamento di quelli esistenti, il 'Fondo comunicazione sui Raee', per favorire la realizzazione di progetti di comunicazione locale, e il 'Fondo microraccolta sui Raee'.

"Siamo molto soddisfatti per la sottoscrizione del nuovo Accordo di programma" ha dichiarato Alberto Canni Ferrari, presidente del Centro di Coordinamento Raee. "Il lavoro delle parti ha portato alla definizione di un documento i cui contenuti innovativi hanno l'obiettivo di spingere a un miglioramento continuo nella raccolta, per raggiungere traguardi all'altezza delle aspettative più sfidanti".

newsline

Il Parlamento europeo approva il caricabatterie universale

Il Parlamento europeo ha approvato il 4 ottobre in via definitiva il caricabatterie universale. Questo significa che entro la fine del 2024, tutti i telefoni cellulari, i tablet e le fotocamere nell'Unione europea dovranno infatti essere dotati di una porta di ricarica Usb-C, indipendentemente dal loro produttore. Dalla primavera 2026, l'obbligo si estenderà ai computer portatili. La nuova legge fa parte di un più ampio sforzo da parte dell'Unione europea volto a ridurre i rifiuti elettronici e a consentire ai consumatori di compiere scelte più sostenibili. L'idea alla base del provvedimento è limitare le 11mila tonnellate di caricabatterie che ogni anno vengono smaltite. Il Consiglio dovrà approvare ora formalmente la direttiva, che entrerà in vigore 20 giorni dopo la pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea. I paesi Ue disporranno poi di 12 mesi di tempo per recepire le norme e di 12 mesi dalla scadenza del periodo di recepimento per la loro applicazione. Le nuove norme riguarderanno esclusivamente i prodotti immessi sul mercato dopo la data di applicazione.

International E-Waste Day 2022: focus sui Raee di piccole dimensioni

Il 14 ottobre scorso si è tenuta la giornata internazionale dei rifiuti elettronici, l'International E-Waste Day, che ha avuto come focus quei piccoli dispositivi elettrici che non vengono più utilizzati, ma che vengono nella migliore delle ipotesi conservati nei cassetti di casa, o, purtroppo, anche gettati insieme ai rifiuti generici. Le Nazioni Unite hanno stimato che nel 2019 sono state prodotte oltre 24,5 milioni di tonnellate di piccoli rifiuti elettronici in tutto il mondo. Si tratta del 40% dei 57 milioni di tonnellate di tutti i rifiuti elettronici generati a livello globale. Se la quantità di questi piccoli articoli continuerà ad aumentare alla stessa velocità del totale dei rifiuti elettronici (circa il 3% annuo), raggiungerà i 29 milioni di tonnellate entro il 2030. A causa delle loro dimensioni ridotte, questi oggetti costituiscono una parte significativa dell'8% di tutti i rifiuti elettronici che vengono gettati nella raccolta indifferenziata, impedendo così il recupero di preziose materie prime. In Europa, a fare questa fine è fino a 1,4 kg di rifiuti elettronici pro capite; in una famiglia media vengono accumulati fino a 5 kg di dispositivi a persona.

Erion Energy presenta a Ecomondo uno studio sulle batterie

In occasione della 25° edizione di Ecomondo, il Consorzio Erion Energy sarà presente con la conferenza: 'Batterie, il Regolamento Europeo e le sfide per l'intera filiera' prevista per mercoledì 9 novembre 2022, dalle 14 alle ore 15.30, presso l'Innovation Arena – Hall sud del Quartiere Fieristico. Un appuntamento che affronterà un tema sempre più decisivo per l'Europa e per l'Italia. La raccolta delle batterie, e il loro riciclo, rappresentano infatti una sfida importante per l'economia nazionale sotto il profilo del recupero delle materie prime strategiche per la nostra industria. Nel corso dell'evento verrà poi illustrato il progetto 'Energia al Cubo', l'iniziativa promossa da Erion Energy e dai suoi partner, attivi in varie città italiane, che ha come obiettivo quello di sensibilizzare e incrementare la raccolta di pile portatili esauste. Il Consorzio del Sistema Erion dedicato alla gestione dei Rifiuti di Pile e Accumulatori presiederà l'intera manifestazione con lo stand di 'Energia al Cubo', da dove gli esperti di Erion racconteranno i dettagli del programma di sensibilizzazione e distribuiranno le box gialle per il conferimento delle pile esauste.

Rifiuti in plastica: uno su tre è in polietilene

Prosegue il progetto sperimentale volto alla sensibilizzazione dei cittadini su questo materiale, riciclabile al 100%. L'obiettivo è migliorare la qualità dei carichi che vengono inviati agli impianti di recupero.

Annalisa Pozzoli

Tra i rifiuti in plastica si nasconde un piccolo tesoro: sono i beni in polietilene. Il 30% della plastica rigida che viene conferita alle isole ecologiche rientra infatti in questa particolare tipologia di rifiuto che ha l'importante caratteristica di essere riciclabile al 100%. È questo il risultato del progetto sperimentale che Ecopolietilene, consorzio nazionale per la gestione dei rifiuti da beni in polietilene, in collaborazione con Contarina, Eco-Ricicli Veritas ed Ecolight Servizi, ha realizzato nella prima parte del 2022 nella provincia di Treviso.

Nello specifico, il progetto si è concentrato nel territorio servito da Contarina, società pubblica per la gestione dei rifiuti nei 49 Comuni della provincia di Treviso aderenti al Bacino Priula, e ha preso in considerazione i conferimenti relativi alla frazione di rifiuti con Eer 20 01 39 (plastica) effettuati presso 11 isole ecologiche (EcoCentri). Dalle quasi 8 tonnellate raccolte è stato prelevato un campione di 3 tonnellate che è diventato oggetto di analisi. Da questa attività di campionamento sono stati rinvenuti serramenti in pvc, taniche, cassette, secchi, ma anche del materiale non di plastica (legno, carta e metalli). Come rifiuti di beni in polietilene sono stati individuati bins, reti ombreggianti, cassette per l'edilizia - frutto di lavori di ristrutturazione e sistemazione di aree esterne – oltre a casalinghi marchiati PE, arredamento da esterno e giocattoli non elettronici, che testimoniano sostanzialmente l'origine domestica del rifiuto.

"Diversamente dalle sperimentazioni precedenti, l'analisi del rifiuto non è stata fatta a mano, ma attraverso un processo di selezione per polimero con tecnologia ottica e meccanica", spiega Giancarlo Dezio, direttore generale di Ecopolietilene. "Questo ha permesso di avere una miglior capacità di individuazione dei beni in polietilene: sottoposti a trattamento, sono stati inviati alle aziende che trasformano le materie plastiche e che usano la tecnologia di estrusione e stampaggio a iniezione". Il progetto si inserisce nell'azione di studio e sensibilizzazione sui rifiuti di beni in polietilene che il consorzio Ecopolietilene sta attuando nell'ottica di migliorare anche la qualità dei rifiuti che vengono inviati agli impianti di recupero. "Con questo progetto abbiamo seguito l'intero ciclo di vita del rifiuto: generazione, raccolta, selezione, trattamento e reimmissione sul mercato come materia prima seconda", conclude il direttore generale. "I beni in polietilene sono estremamente diffusi nelle nostre case: scopo del consorzio è anche stimolare una maggior conoscenza, sensibilizzando la popolazione sulle potenzialità ambientali di questi rifiuti".

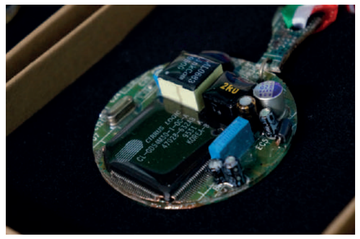
Ecolamp: le iniziative per le scuole nell'a.s. 2022/23

Si rinnovano le iniziative del Consorzio rivolte a tutti i gradi scolastici, dalle elementari al diploma, per orientare e sensibilizzare gli studenti. Ecolamp presenta le nuove edizioni di 'Facciamo Luce' e 'Raccogliamo Valore', percorsi didattici rivolti agli studenti delle scuole primarie e secondarie. L'obiettivo principale resta quello di sensibilizzare gli insegnanti, gli studenti e le loro famiglie sull'importanza di una corretta raccolta differenziata dei Raee e sul contributo che ciascuno può dare per la tutela dell'ambiente e la realizzazione di un'economia di tipo circolare.

'Facciamo Luce' offre ai ragazzi e alle ragazze delle scuole secondarie di secondo grado un approfondimento sulla gestione dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche e sulle professionalità collegate a questo settore. Per partecipare, studenti e studentesse dovranno essere iscritti dai propri docenti al modulo formativo, che certificherà venti ore di PCTO a coloro che avranno completato l'intero percorso. Sulla piattaforma Educazione Digitale sono disponibili otto unità di approfondimento in e-learning e i relativi quiz di verifica. Terminata la fase di apprendimento è richiesto un project work finale che consiste nella realizzazione di una campagna informativa che sensibilizzi i coetanei sull'impatto della raccolta differenziata, del recupero e del riciclo dei Raee. La campagna dovrà essere diffusa dagli studenti sulle proprie pagine social, taggando il consorzio Ecolamp. Il progetto 'Raccogliamo Valore', anch'esso disponibile sulla piattaforma educazionedigitale.it, giunge quest'anno alla sua quarta edizione. Anche quest'anno l'iniziativa prevede la possibilità di partecipare ad un concorso a premi. Le classi avranno tempo fino al 17 aprile 2023 per produrre i propri elaborati e caricarli in piattaforma. Per le scuole primarie, il concorso prevede la produzione di un disegno, che eventualmente includa al suo interno parole chiave, slogan, testi o fumetti, che affronti in modo creativo e personale quanto appreso su raccolta differenziata e riciclo dei Raee. Per le scuole secondarie, ragazze e ragazzi sono chiamati a lasciarsi ispirare da ciò che hanno appreso grazie al percorso didattico svolto e realizzare uno scatto fotografico, corredato da una breve didascalia, che sia emblematico dell'impatto che il corretto smaltimento dei Raee può significare per raggiungere la sostenibilità. In palio premi in materiale scolastico per ogni primo e secondo posto dei tre livelli scolastici. "I progetti rivolti alle scuole sono una parte integrante della nostra sensibilizzazione sul tema dei Raee", ha commentato Fabrizio D'Amico, direttore generale di Ecolamp. "Condividere con le nuove generazioni i concetti fondamentali del corretto smaltimento e riciclo dei prodotti elettrici ed elettronici può contribuire a rendere questi giovani cittadini sempre più consapevoli e attenti alla salvaguardia del Pianeta".

newsline

I campioni mondiali di Plogging premiati con le medaglie del CdC Raee



Anche quest'anno i sei atleti vincitori del Campionato Mondiale di Plogging, ossia la corsa raccogliendo rifiuti, sono stati premiati con medaglie realizzate dal Centro di Coordinamento Raee, che ha partecipato alla cerimonia di premiazione. Le medaglie, create con parti di schede madre di Pc usati, sono un esempio dell'attività di riciclo e recupero e mostrano come la corretta raccolta differenziata di tutti i rifiuti, non solo quelli elettrici ed elettronici, costituisca il primo passo per la salvaguardia dell'ambiente. L'edizione 2022 della manifestazione, promossa da Erica – Educazione Ricerca Informazione Comunicazione Ambientale, ha avuto luogo a Villar Perosa (TO) e nei territori dell'Unione Montana delle Valli Chisone e Germanasca dal 30 settembre al 2 ottobre, con l'obiettivo di promuovere l'attività sportiva e la sostenibilità ambientale. Hanno partecipato oltre 70 atleti che in media hanno raccolto 16 kg di rifiuti ciascuno.

Ecomondo, la 25esima edizione a Rimini dal 9 all'11 novembre

Si terrà come da tradizione presso il polo fieristico di Rimini l'edizione 2022 di Ecomondo, uno degli eventi di riferimento a livello europeo per quanto riguarda l'economia circolare. Nata 25 anni fa per accompagnare la crescita delle aziende della green economy, oggi Ecomondo rappresenta un vero e proprio punto di riferimento per il mondo istituzionale, associativo, imprenditoriale, della ricerca e dell'innovazione nel campo della bioeconomia circolare e della sostenibilità sociale, economica e ambientale con una forte valenza innovativa, internazionale e di business. Obiettivo di Ecomondo per i prossimi anni è di continuare a fare sistema tra associazioni di categoria, policy maker, imprese virtuose e mondo accademico, ricerca industriale e scienza al fine di spingere la crescita del Paese secondo i criteri del Green New Deal, favorendo l'adozione del Pnrr in modo rigoroso, affinché rappresenti un grande volano anche per colmare il gap tra Nord e Sud.

l'intervista

"Un settore sempre più dinamico"

Dalla crescita a due cifre della prima parte dell'anno, al lancio della nuova pompa di calore EHS Mono HT Quiet. La parola a Ettore Jovane, Head of Air Conditioning Business di Samsung Electronics Italia.

a pagina 30

Oral-B rivoluziona il personal care con l'Intelligenza artificiale

Oral-B, il brand di Procter & Gamble specializzato in igiene orale, ha annunciato la disponibilità in Italia della sua ultima innovazione tecnologica Oral-B iO10 con iOsense, il device destinato a rivoluzionare la routine di oral care quotidiana.

a pagina 34

newsline

Torna on air lo spot De'Longhi con Brad Pitt

A partire dal 25 settembre, fino ai primi di dicembre, De'Longhi e Brad Pitt tornano on air con uno spot che sarà trasmesso sui canali Rai, Mediaset, Cairo, Sky e Discovery, in posizioni di prestigio, durante i più seguiti programmi di informazione, intrattenimento e sport del palinsesto autunnale, con la metà dei passaggi previsti in prima serata. Lo spot, diffuso con un'importante campagna di lancio nel 2021, è firmato dal regista Premio Oscar Damien Chazelle (La La Land) e realizzato dall'agenzia M&C Saatchi. La nuova campagna punta a raggiungere oltre 25 milioni di contatti, con una copertura che si aggirerà intorno all'86% delle persone in target e un'esposizione media di diciotto volte per ciascun telespettatore.

In occasione della Giornata internazionale del caffè, sabato 1° ottobre, De'Longhi trasmetterà lo spot sulle reti Rai, durante i programmi di informazione, con una creatività dedicata alla celebrazione dell'iconica bevanda. Proprio in concomitanza con questa speciale ricorrenza, la strategia di comunicazione vedrà anche la messa in onda del primo di due appuntamenti previsti all'interno del magazine di approfondimento 'Like – Tutto ciò che piace' di La7, pensati da De'Longhi per promuovere la cultura del caffè. Parallelamente alle attività previste sui media tradizionali, De'Longhi implementerà la strategia crossmediale con lo sviluppo di due nuovi progetti online e sui canali social, con il contest 'Gli Specialisti del gusto: la Sfida', una challenge per testare con prove pratiche le abilità di tre baristi professionisti.

Come cambia la spesa degli italiani

L'Osservatorio Non Food 2022 di GS1 Italy evidenza una ripresa del consumo di beni non alimentari nel nostro Paese. La crescita è pari al 12%, per un giro d'affari di oltre 104 miliardi di euro. E i giocattoli riescono a raggiungere i valori del 2019.

LE 10 TENDENZE PER IL 2022 E OLTRE

alle pagine 32 e 33

La rivoluzione a colori di Nespresso: arriva in Italia la nuova Vertuo Pop

Nespresso lancia in Italia Vertuo Pop, l'ultima arrivata nella gamma di macchine Nespresso per il sistema Vertuo. La nuova Vertuo Pop si fa portavoce di un nuovo concetto di design, dedicato a chi vuole dare al proprio momento del caffè un tocco di personalità e colore. Vertuo Pop, infatti, è disponibile in sei colorazioni diverse - Liquorice Black, Coconut White, Spicy Red, Mango Yellow, Aqua Mint e Pacific Blue – per permettere a ciascuno di scegliere il proprio colore preferito, ognuno adatto al proprio gusto e stile.

La macchina offre quattro lunghezze di caffè – espresso 40 ml, double espresso 80 ml, gran lungo 150 ml e mug 230 ml – nella vasta gamma di capsule disponibili per il sistema Vertuo. Grazie all'utilizzo della tecnologia Centrifusion Vertuo Pop è in grado di leggere il codice a barre presente sulla capsula ed erogare il caffè in autonomia, secondo specifici parametri di estrazione. In questo modo, ogni tazza è erogata su misura per la miscela specifica, rivelando le caratteristiche di ciascun caffè.

Inoltre, attraverso la connettività integrata, il software di Vertuo Pop viene aggiornato automaticamente per garantire la migliore esperienza di caffè, con i migliori risultati in tazza. L'app Nespresso diventerà un'ottima interfaccia dalla quale è possibile controllare lo stato della macchina, accedere a video tutorial e alle procedure Step-by-Step per la manutenzione. Attivando le notifiche push, sarà anche possibile ricevere i consigli degli Specialisti di Nespresso e gli avvisi per prendersi cura della macchina.

Tutte le capsule di caffè Nespresso sono prodotte utilizzando l'80% di alluminio proveniente da alluminio riciclato e possono essere riciclate grazie al progetto 'Da Chicco a Chicco'. I clienti, infatti, hanno la possibilità di riconsegnare le loro capsule esauste nell'apposita area recycling presente all'interno delle Boutique Nespresso o in alcune isole ecologiche distribuite sul territorio nazionale: l'alluminio viene destinato alle fonderie e trasformato in nuovi oggetti, mentre il caffè diventa il compost utilizzato in una risaia italiana per la coltivazione del riso, che Nespresso dona a Banco Alimentare della Lombardia, a Banco Alimentare del Lazio e, da quest'anno, a Banco Alimentare del Piemonte.

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

"Un settore sempre più dinamico"

Dalla crescita a due cifre della prima parte dell'anno, al lancio della nuova pompa di calore EHS Mono HT Quiet. La parola a Ettore Jovane, Head of Air Conditioning Business di Samsung Electronics Italia.

Annalisa Pozzoli

Quello che fino a poco tempo fa era un settore piuttosto statico, sta ora godendo di una certa effervescenza. Negi ultimi anni la climatizzazione sta conquistando un ruolo di primo piano nell'elettronica di consumo in Italia. Grazie agli incentivi statali per l'efficientamento energetico, certo, ma anche in virtù di una spinta data dalle nuove soluzioni tecnologiche volte a garantire un maggior livello di comfort negli ambienti domestici (e non solo). Per parlare di queste e altre tematiche, Hitech Magazine ha incontrato Ettore Jovane, Head of Air Conditioning Business di Samsung Electronics Italia.

Cominciamo col fare il punto della situazione. Qual è lo scenario della climatizzazione in Italia?

Il 2022 è stato un anno movimentato. Eravamo abituati a parlare della climatizzazione come di un mercato piuttosto statico. Negli ultimi 10 anni il settore è stato influenzato da tanti elementi che gli hanno regalato un certo dinamismo. Uno slancio è stato sicuramente dato dagli incentivi statali per la riqualificazione energetica degli edifici. Positivo, certo, ma questi interventi hanno portato con sé anche confusione e speculazioni, innescando una certa irrazionalità da parte dei player. Il mercato è in pieno fermento, e si è sviluppata una sensibilità completamente diversa nei confronti degli elementi di innovazione. L'esigenza di soddisfare nuovi bisogni sta dando vita a tecnologie che saranno a mio parere in grado di cambiare le regole del gioco.

Come si traduce tutto questo in termini economici?

I numeri, ovviamente, riflettono questa dinamicità. Il mercato ha guadagnato qualcosa nei primi otto mesi dell'anno. Nel complesso l'aria condizionata è cresciuta a due cifre, sicuramente trainata dalle pompe di calore, che l'hanno fatta da padrona. Ma in generale tutto il comparto del clima è stato influenzato dall'esigenza di novità in termini di risparmio energetico e di efficienza. Tanto che il residenziale ha registrato segni positivi, a due digit per i monosplit e a single digit per i multisplit.

E Samsung Italia? Quali sono i segmenti più performanti?

Se fino a non molto tempo fa il mercato era statico, è anche perché si trattava di una partita giocata più o meno sempre dalle stesse squadre. Oggi possiamo dire, a distanza di qualche anno, che abbiamo acquisito un ruolo di grande importanza, sfidando fortemente la leadership. Di trimestre in trimestre, continuiamo a superare il mercato stesso in termini di performance. Quello che ci auguriamo è di riuscire progressivamente a diventare un punto di riferimento. Quest'anno stiamo registrando una crescita che è di circa tre volte quella del mercato, con quasi +40% nell'ambito residenziale e circa +100% nel mondo delle pompe di calore. Siamo molto soddisfatti: continuiamo ad aumentare la nostra market share. E cerchiamo di farlo mantenendo un approccio 'cliente-centrico', molto vicino al mercato.

Quanto la tecnologia WindFree ha contribuito a questa crescita?

Direi davvero tanto. Abbiamo rivoluzionato il comparto attraverso un prodotto che viene incontro a un bisogno espresso dal cliente finale – quello di non avere getti d'aria diretti – e che non era mai stato soddisfatto. Nel 2017, quando abbiamo lanciato la prima versione di WindFree, abbiamo tradotto nella pratica quelli che erano dei semplici trend, dando forte ascolto a quelli che sono i veri influencer di questo mercato: gli installatori. Questa innovazione, che ha veramente fatto la differenza nel residenziale, da prodotto da conoscere è diventato un prodotto da consigliare. Tanto che oggi viviamo di domanda spontanea. Nel contempo, dopo il 2017 abbiamo esteso la gamma anche in ambito commerciale. Abbiamo fortemente cavalcato il concetto di comfort, abbinando performance energetica, tecnologia e design.

Si tratta ancora del vostro prodotto di punta?

Ettore Jovane

Certamente. Avere prodotti unici e performanti rappresenta per noi quell'innovazione distintiva che porta vantaggi reali sia all'industria, sia ai professionisti dell'installazione, sia ai clienti finali. Da nostre indagini interne, nove installatori su dieci raccomandano WindFree, e lo fanno non solo perché si trovano bene dal punto di vista operativo, ma anche perché si sentono garantiti da un prodotto affidabile e da un centro di assistenza tecnica che fa la differenza. Tanto che, per tre anni consecutivi, siamo stati nominati numeri uno dei service nel comparto della climatizzazione dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (ITQF).

Tutto questo è anche frutto del vostro rapporto privilegiato con gli installatori: con la vostra Academy riuscite a dare una formazione concreta per approfondire i vostri prodotti. Quali sono le novità in questo senso?

Abbiamo fortemente voluto la formazione come base cardine della nostra strategia, perché questo resta un mercato fortemente consulenziale, in cui la preparazione tecnica fa davvero la differenza, a tutti i livelli. E se andiamo a guardare gli indicatori di soddisfazione di coloro che partecipano ai nostri corsi dell'AirCon Academy, i risultati sono ottimi. Novità fondamentale, lanciata recentissimamente, è la possibilità di acquisire il patentino FGas presso il nostro centro di formazione, e il patentino Competenze specifico per i climatizzatori e pompe di calore, per aziende e operatori autorizzati a operare su apparecchiature e tecnologie contenenti gas fluorurati, che richiede rinnovo decennale per i professionisti e quinquennale per le aziende. Credo sia stato un investimento doveroso, perché in questo modo riusciamo a essere ancora più vicini al professionista, creando nuove opportunità di business.

Quali sono le novità di prodotto per la fine dell'anno e oltre?

Abbiamo appena lanciato la nostra nuova pompa di calore, la EHS Mono HT Quiet. Un nome esplicativo dei suoi contenuti tecnologici: consumi contenuti, performance molto elevate, sicuramente ideale per le nuove costruzioni, e adatta alle ristrutturazioni in chiave di efficientamento energetico. Il nostro dipartimento R&D ha svolto un lavoro eccezionale: un compressore scroll di ultimissima generazione, che combinato a una tecnologia che chiamiamo Flash Injection, garantisce una resa massima del riscaldamento anche in condizioni estreme, fino a -25° esterni. È in classe A+++, e ha accesso a tutti gli incentivi fiscali in vigore, dal conto termico fino al 110%. Siamo riusciti a costruire un prodotto efficiente, bello da vedere e destinato a durare, curato in ogni dettaglio. Il suo profilo è poi stato completamente rivisto, in modo da minimizzare il rumore delle pale in movimento. Il compressore presenta una doppia schermatura fonoassorbente, per ridurre la rumorosità al minimo. Siamo innamorati di questo prodotto, e speriamo che anche il mercato se ne innamori presto.

Il tema della sostenibilità è sempre più sentito da parte del consumatore finale, soprattutto in tempi come questi, di forte rincaro dei prezzi dell'energia. Quali sono le vostre altre iniziative in questo senso?

La nostra sensibilità su questi temi è massima. Samsung ha deciso di continuare a dare il suo contributo concreto allo scopo di azzerare le emissioni, dirette e indirette, di CO2. C'è un impegno fortissimo nel produrre elettrodomestici e dispositivi a bassissimo consumo energetico, e nel continuare gli investimenti necessari per lo sviluppo di tecnologie innovative. L'azienda, dal punto di vista industriale, è fortemente orientata a dare un contributo serio e concreto alla situazione che stiamo tutti quanti vivendo. Da un punto di vista più pratico, i nostri prodotti – specie quelli premium – iniziano ad entrare in una logica di domotica, che favorisce un'attenzione ai consumi.

Si riferisce al sistema SmartThings?

Sì, è un'applicazione intuitiva che fa in modo che il consumatore possa ripensare gli spazi della propria casa in chiave domotica, ma in maniera molto semplice. Questo favorisce la gestione dei prodotti, ma anche il comfort e il risparmio. Non parliamo solo di accensione e spegnimento a distanza, ma anche di controllo della temperatura, automazione della manutenzione, monitoraggio dei consumi, gestione dei carichi, controllo della qualità dell'aria. Stiamo andando verso un'associazione tra prodotti che renderanno il consumatore finale sempre più attore primario della transazione ecologica e nella gestione dei propri impianti.

Informazione pubblicitaria

Roomba Combo j7+: il migliore alleato per la pulizia della casa

Avanzato, efficace, intelligente. **Roomba Combo j7+** è il nuovo robot aspirapolvere e lavapavimenti di iRobot dotato di sistema operativo smart iRobot OS versione 5.0.

Roomba Combo j7+ si distingue dagli altri robot 2-in-1 perché capace di aspirare la polvere e lavare in una sola passata, funzione che permette di risparmiare tempo e di mantenere allo stesso tempo i pavimenti perfettamente puliti. Questo grazie a un panno per lavaggio totalmente retraibile, che si solleva verso la parte superiore del robot quando entra in contatto con tappeti, evitando di bagnarli. Usare **Roomba Combo j7+** è incredibilmente semplice. Se il robot rileva che un panno per il lavaggio è stato installato e che il serbatoio dell'acqua è pieno, è pronto a entrare automaticamente in modalità lavapavimenti. Per facilitare ulteriormente la pulizia, è possibile collegare il robot a un assistente vocale e dirgli di pulire delle stanze nello specifico o vicino a particolari oggetti, e il robot eseguirà il comando immediatamente.

Roomba Combo j7+ è in grado di comprendere circa 600 comandi vocali. Il sistema iRobot OS 5.0, inoltre, introduce nuove funzionalità in grado di migliorare il livello di intelligenza e di personalizzazione di tutta la gamma di prodotti iRobot dotati di connettività, offrendo aggiornamenti mirati per coloro che hanno animali domestici, per famiglie con bambini e per chi desidera un maggiore controllo sulle operazioni di pulizia.

Evita un numero ancora maggiore di ostacoli indesiderati.
I robot aspirapolvere Roomba serie j sono in grado di individuare ancora più ostacoli rispetto a prima, così chi non ha tempo per riordinare, oppure ha in casa animali domestici, può stare tranquillo sul fatto che le pulizie vengano completate senza intoppi. Ora i robot Roomba serie j sono in grado di riconoscere ed evitare i giochi e le ciotole degli animali, le lettiere e gli zaini, in aggiunta agli oggetti che già riuscivano a indentificare prima, come scarpe, pantofole, calzini, cavi, auricolari, vestiti, asciugamani e deiezioni di animali domestici.

Pulisce zone più specifiche a comando.
In aggiunta a oggetti già inclusi come divani, tavoli, piani di lavoro e alberi di Natale, ora i robot aspirapolvere Roomba dotati di Imprint Smart Mapping e i robot lavapavimenti Braava jet m6 sono in grado di identificare automaticamente e di raccomandare proattivamente la pulizia delle aree intorno a lavastoviglie, water, forni, piani cottura, lettiere e ciotole per animali attraverso la funzione Clean Zone3. Gli utenti sono anche in grado di personalizzare la loro Smart Map definendo in modo preciso le loro specifiche Clean Zone.

Cambia il programma di pulizia 'last minute'.
Ora è possibile saltare una stanza durante la sessione corrente di pulizia: basta selezionare il pulsante Skip della app iRobot Home o usare i comandi vocali con Alexa, e il robot abbandonerà la stanza o zona su cui sta lavorando per spostarsi a quella successiva.

Usa più scorciatoie Siri.
Ora gli utenti iOS possono creare scorciatoie Siri: con un comando vocale è possibile chiedere la pulizia di aree come il salotto o la sala da pranzo. Oppure è possibile avviare a voce una sessione selezionando uno dei programmi 'preferiti' dalla app iRobot Home.

Un occhio alla privacy.
Nel trattamento dei dati iRobot applica i più elevati standard di protezione della privacy, e per questo motivo ha ottenuto la certificazione TURSTe. I clienti possono aggiornare le loro impostazioni nella app in qualsiasi momento e possono decidere a quali informazioni iRobot può avere accesso.

www.irobot.it

hitech magazine
anno 13 - numero 10 - ottobre 2022
www.technospia.it

Come cambia la spesa degli italiani

L'Osservatorio Non Food 2022 di GS1 Italy evidenza una ripresa del consumo di beni non alimentari nel nostro Paese. La crescita è pari al 12%, per un giro d'affari di oltre 104 miliardi di euro. E i giocattoli riescono a raggiungere i valori del 2019.

Annalisa Pozzoli

Grande ripresa nel 2022 per i prodotti non alimentari. È questa la fotografia scattata dall'edizione 2022, recentemente pubblicata, dell'Osservatorio Non Food di GS1 Italy. Uno studio che ogni anno, da venti anni, offre uno sguardo d'insieme, ragionato e trasversale del mondo non alimentare, analizzandone i consumi, i canali di vendita, le tendenze, il consumatore tipo, tra innovazioni tecnologiche e trasformazioni del mercato.

La crescita annua è pari al +12% per i 13 comparti Non Food monitorati, che comprendono: abbigliamento e calzature, elettronica di consumo, mobili e arredamento, bricolage, articoli per lo sport, prodotti di profumeria, casalinghi, prodotti di automedicazione, edutainment, prodotti di ottica, tessile casa, cancelleria, giocattoli. Il giro d'affari complessivo si attesta così a quota 104,7 miliardi di euro: un rialzo che porta a recuperare le perdite subite nel 2020 e a consolidare la tendenza positiva, pari al +2,2%, del medio periodo (dal 2017 al 2021).

Dopo la pesante flessione registrata lo scorso anno a causa della pandemia, i consumi delle famiglie (dato Istat a valori correnti) hanno ripreso la loro dinamica positiva, con una crescita complessiva di +7,1%. Nel 2021, secondo Istat, la spesa media mensile delle famiglie residenti in Italia è in marcata ripresa (+4,7%), anche se, considerando il peso dell'inflazione, la crescita in termini reali è un po' meno ampia.

L'analisi dei singoli segmenti

Nell'analisi del valore dei mercati stimati nell'Osservatorio Non Food 2022 di GS1 Italy, tutti i singoli comparti mostrano trend in crescita rispetto al 2020, molti anche a doppia cifra. A partire da quello di abbigliamento e calzature, che chiude il 2021 con un incremento del giro d'affari pari a +18,7% (che però non basta a recuperare i livelli di vendite pre-Covid), seguito da mobili e arredamento (+17,0%) e dall'elettronica di consumo (+10,2%) che mantiene lo status di primo mercato a valore nel Non Food. Crescite significative anche per ottica, profumeria e articoli per lo sport, più contenute quelle dei prodotti di automedicazione e dei casalinghi, che però registrano fatturati superiori a quelli pre-Covid. E mentre giocattoli e cancelleria si avvicinano ai livelli del 2019, il bricolage incrementa le vendite, ma riduce leggermente la sua quota di mercato.

I nuovi comportamenti d'acquisto

Durante la pandemia gli italiani hanno imparato a utilizzare sempre più le nuove tecnologie digitali anche per fare shopping, tendenza che si è confermata ed evoluta nel 2021: rispetto al pre-Covid, il 30% dei consumatori dichiara di aver adottato nuovi comportamenti d'acquisto, in particolare ricorrendo all'online. Le forme di distribuzione alternativa (a domicilio, per corrispondenza, distributori automatici, Internet) sono state interessate da una crescita importante (+13,8%) trainata dai siti dell'e-commerce: nel 2021 le vendite online sono aumentate soprattutto per i farmaci da banco, per i prodotti di profumeria e per l'edutainment (con il web diventato il primo canale coprendo oltre la metà del mercato). Ma è nell'elettronica di consumo che l'e-commerce ha registrato il maggior fatturato aggiuntivo, grazie all'espansione di +10,9% delle vendite. Circa un terzo dei consumatori, inoltre, dichiara di avere sfruttato modalità di acquisto e di delivery più flessibili, come ordini in remoto (attraverso Pc o telefono) con ritiro in punto vendita, oppure ordini in store con consegna a domicilio. E i canali digitali sono sempre più presenti in tutte le fasi del percorso di acquisto del consumatore.

L'integrazione tra fisico e digitale

Ad assumere una crescente centralità nel processo di acquisto e già in diversi comparti del Non Food è l'integrazione tra fisico e digitale: molti retailer fisici hanno dimostrato di saper sfruttare le nuove tecnologie per valorizzare e differenziare l'esperienza proposta ai clienti. All'interno di questo scenario, però, resta importante continuare a curare l'esperienza in store. Per i consumatori i punti di vendita fisici restano un riferimento, soprattutto per categorie complesse o che necessitano di un supporto 'tecnico' (come bricolage e grandi elettrodomestici). Tuttavia, le modalità di visita cambiano, diventando meno frequenti, meno durature e negli orari meno affollati. Inoltre, dal 20 al 45% degli intervistati si informa sia nei negozi fisici sia sul digitale e valuta dai tre ai quattro canali d'acquisto, a seconda delle esigenze specifiche e delle opportunità di risparmio del momento. E se i centri commerciali perdono terreno, crescono gli acquisti di seconda mano, spinti dalla ricerca di convenienza e dall'attenzione alla sostenibilità.

Le difficoltà della rete distributiva

Ma nonostante i servizi offerti, che sempre più spesso guardano alle reali necessità del consumatore finale, anche nel 2021 si confermano le difficoltà della rete distributiva nazionale non alimentare, già presenti da alcuni anni. Il commercio al dettaglio fisso specializzato nel Non Food chiude l'anno con poco più di 457,3 mila punti vendita (-1,2%). Nelle grandi superfici specializzate, dove elettrodomestici bruni, articoli per lo sport e abbigliamento e calzature fanno la parte del leone, tutti i comparti, ad eccezione di alcuni nell'elettronica di consumo, hanno recuperato spazi di mercato, e sarà sempre più importante per questo canale consolidare il legame con i propri clienti, anche attraverso strumenti legati alla tecnologia e al digitale. La rete delle grandi superfici alimentari cresce leggermente, ma risulta sempre poco rilevante nel mondo Non Food, con solo cancelleria, giocattoli e tessile a superare il 10% di quota di mercato in questo canale. A completare il quadro della distribuzione moderna, le grandi superfici non specializzate: nel 2021 la rete dei cash & carry è rimasta sostanzialmente invariata, mentre i grandi magazzini hanno continuato a crescere confermando la profumeria primo comparto per quota di mercato (34,3%).

Le sfide del prossimo futuro

Superata l'emergenza sanitaria, oggi le sfide per gli operatori del Non Food sono altre: inflazione, rincari e nuove dinamiche legate sia al contesto internazionale, sia al nuovo atteggiamento di spesa dei consumatori italiani. Dal sondaggio sul sentiment dei consumatori condotto da Metrica Ricerche per l'Osservatorio Non Food, è emerso che una percentuale compresa tra il 50% e il 70% degli intervistati – a seconda del comparto merceologico – dichiara che nei prossimi mesi acquisterà meno prodotti non alimentari oppure tenderà a rinviarne gli acquisti, escludendo di farli nel 2022. Una decisione dettata dalla previsione di fronteggiare maggiori costi per i beni di prima necessità (come i prodotti alimentari) e di quelli obbligati (come carburanti e bollette energetiche). "Sarà fondamentale analizzare l'impatto della discontinuità del biennio 2020-2022 sulle abitudini dei consumatori, sempre più spesso alla ricerca di esperienze phygital e integrate, per poter definire al meglio le strategie di sviluppo dei prossimi anni", commenta Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy. "Il contesto sarà molto diverso da quello precedente e bisognerà tenere conto anche delle tendenze inflazionistiche e dell'esplosione del digitale, a cui i vari contenitori commerciali dovranno reagire con scelte esperienziali sempre più efficaci".

Consumi delle famiglie (valori correnti) e variazioni %

VARIAZIONI % (ANNO SU ANNO)	2021
Totale consumi delle famiglie	7,1
Servizi*	8,3
Consumi grocery	1,8
Alimentari e bevande	1,1
Articoli per l'igiene della casa e della persona	7,3
Consumi non alimentari ISTAT	9,3

(*) Incluso carburante, mezzi di trasporto e tabacchi

Fonte: elaborazioni TradeLab su dati Istat per Osservatorio Non Food 2022 di GS1 Italy

Mercati non alimentari Osservatorio Non Food di GS1 Italy (variazione % valori correnti)

VARIAZIONI % (ANNO SU ANNO)	2021
Elettronica di consumo	10.2
Abbigliamento e calzature	18.7
Mobili e arredamento	17.0
Bricolage	6.8
Prodotti di automedicazione	4.3
Prodotti di profumeria	15.0
Articoli per lo sport	13.7
Edutainment	6.2
Casalinghi	4.9
Prodotti di ottica	16.1
Tessile	9.1
Cancelleria	8.3
Giocattoli	10.5
Totale non food	12.0

Fonte: elaborazioni TradeLab per Osservatorio Non Food 2022 di GS1 Italy

LE 10 TENDENZE PER IL 2022 E OLTRE

L'indagine sul sentiment dei consumatori condotta da Metrica Ricerche per l'Osservatorio Non Food 2022 di GS1 Italy ha voluto approfondire l'eredità di questi ultimi due anni di discontinuità sugli italiani, sul loro atteggiamento nei confronti degli acquisti non alimentari e sulla loro percezione dei cambiamenti avvenuti in termini di merceologie acquistate, canali di acquisto adottati e contenitori commerciali preferiti. E da questa analisi, sono emerse 10 grandi tendenze del consumatore di domani. Vediamole insieme.

1. Inevitabile Phygital

A partire dal 2021, l'integrazione tra fisico-digitale ha assunto una crescente centralità nel processo d'acquisto dei prodotti non alimentari, con i consumatori che si aspettano sempre più un'esperienza adeguata alle loro aspettative ed esigenze, e i retailer (in particolare le catene e le grandi superfici specializzate) impegnati a gestire la sfida dell'omnicanalità.

2. E-commerce reloaded

L'e-commerce esce da un 2021 molto sfaccettato, con mercati in cui ha continuato a crescere in modo importante e altri in cui ha ridimensionato il suo peso. Ma per tutti vale la considerazione che debba rappresentare il punto di partenza per sviluppare nuove modalità di interazione e di vendita, com'è accaduto per i pagamenti digitali e biometrici, per il marketing one-to-one, o per la personalizzazione del prodotto.

3. Seamless customer experience

Uno degli obiettivi, per i retailer, sarà quello di riuscire a offrire un servizio che consideri tutti i punti di contatto con il consumatore, rendendo fluido ed efficace il percorso informativo e di acquisto. Questo indipendentemente dal fatto che il customer journey inizi online e si concluda nel negozio fisico, o viceversa.

4. La new wave dei social

Nel 2021 il 69% degli utenti Internet ha dichiarato di essere venuto a conoscenza di nuovi brand navigando online, il 76% ha usato la rete per confrontare marche di prodotti o servizi che voleva acquistare, e il 37% è convinto che trovare un brand online sia garanzia di qualità. Dunque, la comunicazione attraverso i social network deve rappresentare oggi un elemento imprescindibile nelle strategie marketing delle aziende.

5. Sweet smart home

Nel 2021 la casa ha consolidato il suo ruolo di fulcro della vita degli italiani, che le hanno dedicato molte attenzioni, aumentando la spesa per renderla più confortevole, accessoriata e tecnologica. Questo ha spinto le vendite in elettronica di consumo, cartoleria e tessili, ma anche di libri non scolastici, console di gioco, attrezzi per il bricolage e per il fitness domestico.

6. Sharing Healthycation

Nel corso del 2021 il prendersi cura di sé ha assunto un significato diverso, spostandosi da una dimensione estetica e di wellness a una più incentrata su igiene, pulizia e benessere, che è stata definita healthycation. Di conseguenza, la spesa degli italiani per prodotti destinati alla cura personale ha continuato ad aumentare.

7. Così è se mi pare

Circa un terzo dei consumatori dichiara di avere sfruttato nel 2021 le modalità di acquisto e di delivery più flessibili. E dopo la pandemia è aumentato il livello di attenzione nella frequentazione dei luoghi affollati, si è ridotta la frequenza di visita ai negozi e si sono abbreviati i tempi di permanenza, oltre a essere aumentata la sensibilità per il livello di pulizia.

8. Green Revolution

Il 73% della popolazione sopra i 14 anni valuta positivamente i marchi che prendono posizione su questi temi e il 57% li premia nelle proprie scelte di acquisto. Al tempo stesso cresce il business del second hand: 45 italiani su 100 comprano beni di seconda mano, rivolgendosi soprattutto alle piattaforme online.

9. Centro o non c'entro?

C'è il centro storico e ci sono i centri commerciali. Ma, con la pandemia, sono tornati alla ribalta anche le periferie urbane e i punti vendita fuori città, in particolare quelli a cielo aperto. Il 2021 ha confermato la ripresa del commercio situato nelle aree periferiche, sostenute dallo smartworking e dalla didattica a distanza: sono aumentati dello 0,7% gli esercizi commerciali nelle periferie urbane e del 3,4% i parchi commerciali extra-urbani.

10. Decrescita (in)felice

La ricerca di opportunità di risparmio da parte degli italiani nel 2021 è diventata ancora più evidente. È sempre la convenienza a rendere interessanti i punti vendita despecializzati (come ipermercati, supermercati e discount): normalmente marginali nel Non Food, diventano attrattivi per alcune categorie di prodotti in occasione delle operazioni promozionali condotte in alcuni periodi dell'anno.

Segue dalla prima pagina

Oral-B rivoluziona il personal care con l'Intelligenza artificiale

Oral-B, il brand di Procter & Gamble specializzato in igiene orale, ha annunciato la disponibilità in Italia della sua ultima innovazione tecnologica Oral-B iO10 con iOsense. Questo rivoluzionario spazzolino è dotato di iOsense, un dispositivo che, grazie all'Intelligenza artificiale, è in grado di guidare la spazzolatura in tempo reale trasformando ogni sessione di igiene orale in un'esperienza iper-personalizzata. Con modalità intuitive e immediate, fornisce consigli mirati per svolgere in modo efficace il processo di pulizia orale per gengive e denti più sani. Il timer e l'orologio Wi-Fi integrati segnalano il tempo ottimale da dedicare allo spazzolamento dei denti, le luci intuitive riconoscono tutte le aree all'interno della bocca evitando di lasciare zone scoperte e l'App Oral-B, grazie alla mappatura 3D dei denti, monitora l'efficacia della propria tecnica di spazzolamento con feedback personalizzati dopo ogni sessione di pulizia, aiutando l'utente a raggiungere gli obiettivi che si è preposto e rendendo allo stesso tempo il lavarsi i denti un'esperienza piacevole e appagante. Per celebrare il lancio locale di iO10, Art.Ificial Collective, gruppo di artisti nato per sperimentare nuove frontiere dell'audiovisivo attraverso l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, ha creato una serie di colonne sonore, ciascuna a partire da uno dei sette programmi di spazzolatura consentiti da Oral-B iO10.

Samsung lancia il progetto Welliving, per il benessere fisico e mentale

Nel corso di un evento che si è tenuto il 18 ottobre a Milano, Samsung ha presentato Welliving, la nuova iniziativa pensata per sensibilizzare le persone sull'importanza del benessere fisico e mentale, con particolare attenzione alle generazioni più giovani.

Con questo progetto Samsung vuole continuare a creare e a diffondere una cultura condivisa del benessere, che si basa su un approccio aperto all'innovazione, dove la tecnologia diventa catalizzatore e abilitatore di esperienze di benessere. Il progetto, che partirà sul canale TikTok di Samsung Italia, apre un dibattito sul tema del wellbeing, affrontandolo insieme a esperti e creatori di contenuti, offrendo risorse e spunti di riflessione sulle problematiche comuni ai più giovani. I protagonisti dell'iniziativa sono Francesca Picozzi, psicologa clinica, consulente sessuale e psicoterapeuta in formazione, e i creator Andrea Bondelli, Giorgia Colella e Ludovica Olgiati che si confronteranno su diversi argomenti connessi all'esperienza dei ragazzi e che toccheranno il tema della gestione dell'ansia e dello stress. Contestualmente al progetto Welliving, Samsung ha presentato i dati del nuovo Trend Radar, secondo cui, oggi, l'80% degli italiani ritiene importante occuparsi della propria salute fisica – percentuale che sale all'83% quando si prende in considerazione la salute mentale. La Generazione Z, in particolare, è quella che si

occupa maggiormente sia di salute fisica (91%) che mentale (88%), differenziandosi dai Millennials (rispettivamente 76% e 82%). Parlando di benessere mentale, le iniziative che sono ritenute più importanti da parte di tutto il campione sono la possibilità di ritagliarsi del tempo libero (58%), l'ascolto della musica (56%) e la scelta di dedicare il giusto tempo agli amici (42%) e fare sport (38%).

Dyson, al via la campagna 'La Scienza dell'Aria' nelle scuole lombarde

Dyson ha dato il via alla campagna educational 'La Scienza dell'Aria: educazione sulla qualità dell'aria', un progetto didattico che si rivolge alle scuole primarie e secondarie di I grado della Lombardia, per l'anno scolastico 2022/23. 350 le classi coinvolte, per un totale di 8.500 studenti dai 9 ai 14 anni. L'obiettivo è di sensibilizzare i più giovani su temi di attualità, fornendo un percorso formativo di integrazione alle materie scientifiche affrontate a scuola. I materiali didattici - realizzati dalla James Dyson Foundation, ente di beneficenza istituito nel 2002 – approfondiscono con approccio scientifico le componenti e le fonti dell'inquinamento atmosferico e offrono ai ragazzi soluzioni ingegneristiche per fronteggiarlo. Nel corso di cinque lezioni, gli studenti comprenderanno perché l'inquinamento dell'aria è un problema globale e come gli ingegneri di tutto il mondo stanno lavorando per contribuire a risolverlo. Con l'aiuto dei docenti, gli alunni scopriranno il processo di progettazione, disegnando e realizzando un prototipo della propria soluzione al problema dell'inquinamento atmosferico durante il tragitto verso la scuola.

Il progetto si rivolge alle scuole della Lombardia, regione con caratteristiche fisiche che la rendono una delle aree europee più soggette all'inquinamento atmosferico. Nello specifico, ogni classe aderente riceve gratuitamente a scuola un kit cartaceo e digitale che, oltre alla lettera di presentazione del progetto, prevede: un libretto didattico realizzato dalla James Dyson Foundation, diviso in tre macrosezioni e contenente laboratori e attività didattiche da svolgere in classe, cinque poster da affiggere in classe per approfondire e integrare le tematiche affrontate durante le lezioni e attestati di partecipazione per gli studenti - contenenti un gioco didattico e uno schema di quanto appreso in classe, per condividerlo con le famiglie.

La prima fase della campagna – che prevede la ricezione dei kit didattici da parte delle scuole aderenti e l'integrazione del progetto all'interno del programma didattico – è attualmente in corso. La Campagna prevederà una seconda fase nel 2023, con incontri formativi nelle scuole e altre attività per permettere agli studenti di guardare ancora più da vicino il problema dell'inquinamento atmosferico.

Tognana entra nel mercato dei piccoli elettrodomestici

Con oltre 75 anni di attività alle spalle, Tognana è un marchio italiano storico: dalle linee cottura al tableware, dalle decorazioni al tessile per la casa, il variegato catalogo Tognana si rinnova ad ogni stagione con proposte che conservano intatta l'identità del brand, sempre fortemente riconoscibile. Oggi ha deciso di misurarsi con una nuova sfida: il lancio di una nuova categoria merceologica, quella dei piccoli elettrodomestici. A partire dall'omonima linea di pentole, lanciata a inizio 2022, nasce così la nuova gamma di elettrodomestici Avantspace, che ne riprende e sviluppa il concept, quello di ottimizzare al massimo lo spazio in cucina. Quattro gli apripista: frullatore, sbattitore, tritatutto e macchina sottovuoto, tutti accomunati dall'estrema praticità di movimento e comodità di utilizzo. Leggeri e senza fili, possono essere usati lontano dalle prese di corrente grazie alle batterie al litio che garantiscono efficienza e lunga durata, e ricaricati con il cavo Usb-C e l'adattatore inclusi. Il loro design ricercato e moderno è impreziosito dall'elegante veste nera in cui si presentano per la prima volta al pubblico.

"Dopo una lunga e attenta ricerca, siamo finalmente pronti per entrare nel settore degli elettrodomestici con quattro prodotti pensati per le esigenze dei nuovi consumatori, sempre più attenti alla praticità e alle prestazioni degli strumenti che utilizzano," afferma Giusto Morosi, ad di Tognana Porcellane. "Abbiamo sviluppato i nuovi piccoli elettrodomestici Tognana con il proposito di rendere più semplice la gestione degli spazi – proseguendo sulla stessa linea inaugurata da Avantspace Cookware – e di favorire la condivisione, la creatività e la dinamicità in cucina".

newsline

Whirlpool apre un centro di ricondizionamento a Carinaro (CE)

Whirlpool ha aperto un centro per il ricondizionamento dei propri elettrodomestici e, dopo un attento processo di riparazione e controllo qualità, li reimmette sul mercato per la vendita. Il centro di ricondizionamento dei prodotti Whirlpool ha sede a Carinaro (CE), all'interno del polo logistico di ricambi e accessori Whirlpool Emea.

"La sostenibilità è al centro della nostra cultura e, in Whirlpool, ci impegniamo quotidianamente a guidare il settore verso pratiche sempre più sostenibili", ha dichiarato Paolo Lioy, amministratore delegato Whirlpool Italia e Iberia. "Quest'anno ci siamo dati obiettivi ancora più sfidanti, con l'impegno di diffondere una cultura che supporti la sostenibilità, offrendo un innovativo servizio a scopo green. I prodotti ricondizionati vengono sottoposti a una serie di test per garantire al 100% la qualità del prodotto".

Hisense Italia celebra i suoi primi 10 anni di attività

Hisense Thebigten, questo è il nome che la sede italiana di Hisense, multinazionale specializzata nel settore degli elettrodomestici e dell'elettronica di consumo, ha scelto per celebrare i suoi primi 10 anni in Italia. Per festeggiare questa occasione, l'azienda ha inaugurato il suo primo showroom italiano, ubicato presso la sede di Milano. Risultato di un meticoloso progetto dalle linee pulite con precise scelte di design, la superficie occupa oltre 700 metri quadrati di esposizione. Ogni categoria di prodotto ha una specifica area dedicata nella quale verranno presentate le ultime novità in tema di Tv & audio, Grandi elettrodomestici free standing e soluzioni a incasso per la cucina, Piccoli elettrodomestici, Sistemi di climatizzazione residenziale e professionale, e i prodotti video dedicati al mercato B2B.

In più, per supportare più da vicino i propri partner e il mondo degli installatori nell'ambito della climatizzazione, Hisense ha deciso di dare vita al suo nuovo AC Training Center. Sono state allestite più di 50 postazioni, all'interno delle quali è prevista la pianificazione di un intenso programma di formazione teorica e pratica, dedicato a tutti gli addetti del settore per consentire una maggiore interazione con il team tecnico dell'azienda. "Abbiamo voluto celebrare questo importante compleanno sotto la spinta del rinnovamento", ha commentato Gianluca Di Pietro, ad di Hisense Italia. "Il nuovo showroom e il training center non sono stati pensati per essere il primo una semplice area di esposizione e il secondo come esclusivamente funzionale a una migliore formazione. Entrambe le iniziative sono state progettate per diventare dei veri e propri luoghi di aggregazione, partecipazione e confronto per tutte le aziende che vorranno vivere più da vicino l'esperienza che Hisense sa offrire".

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

PRIMO PIANO

Dopo il cinema di Stato… c'è ancora il cinema di Stato

Il bilancio della legislatura passata e la visione per il futuro stilata dalla direzione generale Cinema lasciano poche alternative. Tax Credit, finestre di distribuzione, vincoli alla programmazione, aggregazioni di aziende. Dov'è finito il libero mercato?

a pagina 38

FOCUS ON

Cinema in Festa, buona la prima

Presenze in forte crescita in tutta Italia, con punte di oltre il +600% al Sud. Ha premiato la scelta dei giorni, da domenica 18 a giovedì 22 settembre. Ma anche la continuità con la Mostra del Cinema e il prezzo a 3,50 euro, che non penalizza gli incassi come accadeva in passato.

a pagina 39

ATTUALITÀ

Terremoto nell'Apulia Film Commission

Si dimette la presidente del cda Simonetta Dellomonaco. La decisione giunge a nove mesi dalla denuncia penale che aveva sporto nei confronti del direttore generale Antonio Parente, accusato di aggressione fisica nei locali della Fondazione.

a pagina 36

IL CASO

Addio Google Stadia

La piattaforma verrà totalmente dismessa entro metà gennaio 2023. Ai clienti verrà rimborsato l'hardware e i giochi acquistati sugli store proprietari. Sconcerto tra dipendenti e partner, che non erano stati avvisati della decisione.

a pagina 37

MERCATO

Esports, Twitch cresce più di YouTube

a pagina 37

SCENARI

Il futuro del giocattolo è 3D?

Hasbro, Toybox e MakerBot sono solo alcune delle aziende che hanno puntato sulla stampa tridimensionale per la creazione di prodotti di consumo. Lego la usa per i suoi prototipi, ma non esclude una sua integrazione nella produzione…

a pagina 38

Terremoto nell'Apulia Film Commission

Si dimette la presidente del cda Simonetta Dellomonaco. La decisione giunge a nove mesi dalla denuncia penale che aveva sporto nei confronti del direttore generale Antonio Parente, accusato di aggressione fisica nei locali della Fondazione.

Terremoto nella Apulia Film Commission. Alla vigilia della decisione in merito al commissariamento della fondazione, proposto dalla Regione Puglia, sono arrivate le dimissioni della presidente del cda, Simonetta Dellomonaco. Dimissioni che rappresentano l'epilogo di una vicenda dai contorni mai chiariti cominciata nove mesi fa, allorché la stessa Dellomonaco aveva denunciato il direttore generale Antonio Parente per un'aggressione fisica che sarebbe avvenuta dopo una riunione di lavoro a novembre 2021. Parente venne sospeso per dieci giorni, e l'episodio portò alla luce il clima di lavoro estremamente problematico all'interno della fondazione, determinando l'orientamento del governatore Michele Emiliano, deciso ad aprire una fase commissariale.

Secondo la denuncia penale della presidente, dopo che il 29 novembre la stessa aveva contestato al direttore generale una procedura relativa a un'iniziativa da finanziare con soldi pubblici, comunicandolo via mail ai consiglieri e al collegio dei revisori. Parente avrebbe allora aggredito la denunciante negli uffici della fondazione, entrando nelle sue stanze, spintonandola e strattonandola, e procurandone una caduta a terra, con conseguenti lividi ed escoriazioni, medicati dal personale sanitario e giudicati guaribili in dieci giorni. Dopo la formalizzazione della denuncia penale, sarebbe partita la sospensione del direttore. In sede di consiglio di amministrazione non si è però provveduto ad applicare altre sanzioni, e con l'approssimarsi della data del 26 gennaio, in cui, a cda riunito, si sarebbero dovute prendere le decisioni in merito al comportamento di Parente, tre consiglieri su cinque hanno deciso di dimettersi.

Sulla vicenda era allora intervenuto con una nota il consigliere regionale di Fratelli d'Italia, Francesco Ventola: "Non pensi il presidente Emiliano di archiviare tutto con la nomina di un commissario per la Fondazione Apulia Film Commission. Quello che è avvenuto negli ultimi due mesi all'interno del cda e fra il presidente Simonetta Dello Monaco e il direttore Antonio Parente (i dissidi, il litigio, l'aggressione, le denunce penali, il presunto mobbing, le ultime dimissioni del vice presidente, Marta Proietti, e dei consiglieri Luca Bandirali e Giovanni Dello Iacovo) non sono fatti ascrivibili a vicende o problemi personali: è fin troppo evidente che il tutto attiene alla gestione della Fondazione. Oggi il cda su richiesta della presidente Dellomonaco avrebbe dovuto discutere del licenziamento del direttore Parente, ma le dimissioni dei consiglieri più 'emiliani' hanno bloccato tutto". Prosegue Ventola: "Il Consiglio regionale non può rimanere all'oscuro di tutto questo, per questo stamattina ho depositato al presidente della sesta Commissione, Metallo, la richiesta urgente di audizione di tutti i protagonisti di questa vicenda – il cda e il direttore – che è bene ricordare è avvenuta in concomitanza delle dimissioni dell'assessore alla Cultura, Bray. Quindi, appena tornato da Roma, sarà indispensabile ascoltare anche Emiliano che a novembre scorso partecipò a un cda chiedendo alla presidente di ritirare la denuncia penale".

Ora la Dellomonaco scrive una lettera aperta, a spiegare la propria scelta: "Oggi per quello spirito di servizio rimetto il mio mandato, rassegnando le mie dimissioni perché ritengo che un'azione nobile debba trovare un luogo nobile dove esprimersi. Con grande dolore prendo atto che questo luogo non lo è più. Non è un posto nobile quello che permette ad un direttore di aggredire una donna, suo presidente, e poi lo lascia continuare impunito", esordisce la presidente dimissionaria. Dellomonaco ha anche consegnato un relazione che la commissione consiliare regionale ha inviato in Procura e alla Corte dei Conti. Lo scontro ha prodotto intanto la paralisi di fatto delle attività di Afc. Ricordiamo che Simonetta Dellomonaco è stata presidente per quasi quattro anni, e nei quattro precedenti era consigliera di amministrazione. Nella lettera rivendica i risultati raggiunti: "Ho portato Apulia Film Commission ad essere la migliore d'Italia, raddoppiando i vostri consensi e le vostre adesioni come numero dei soci della Fondazione, aprendo l'Apulia Film House di Bari, il Cinelab di Lecce, il progetto di Mediaporto di Brindisi, sostenendo le sale cinematografiche, inventando nuovi progetti per l'innovazione sociale come il Social Film Fund, producendo centinaia di film che hanno portato il nome della Puglia in tutto il mondo e realizzando centinaia di eventi e festival che hanno fatto conoscere il cinema d'autore a ogni cittadino pugliese".

Addio Google Stadia

La piattaforma verrà totalmente dismessa entro metà gennaio 2023. Ai clienti verrà rimborsato l'hardware e i giochi acquistati sugli store proprietari. Sconcerto tra dipendenti e partner, che non erano stati avvisati della decisione.

Google ha deciso di abbandonare il progetto Stadia, come ha annunciato venerdì scorso il vicepresidente e direttore generale di Stadia Phil Harrison in un post sul blog del colosso dell'economia digitale. "Sebbene l'approccio di Stadia allo streaming sia stato costruito su una solida base tecnologica, non ha ottenuto la spinta che ci aspettavamo da parte degli utenti. Abbiamo preso dunque la difficile decisione di iniziare a chiudere il nostro servizio di streaming legato al gaming", ha dichiarato Harrison.

La società rimborserà tutti gli acquisti hardware effettuati tramite il Google Store, nonché le vendite di giochi e contenuti aggiuntivi realizzate sulla piattaforma. La maggior parte di questi rimborsi dovrebbe essere completata entro la metà di gennaio 2023. Gli utenti potranno accedere alle loro librerie fino al 18 gennaio 2023. Dopo quella data sarà di fatto impossibile continuare a giocare. A quanto è dato di sapere al momento, non verranno invece rimborsati gli abbonamenti a Stadia Pro, ossia all'offerta Premium che consentiva di accedere a una library costante aggiornamento, con la possibilità di giocare in 4K HDR.

"La piattaforma tecnologica che supporta Stadia è stata collaudata su larga scala e trascende il gaming", si legge nella nota di Mountain View. "Vediamo chiare opportunità di applicare questa tecnologia ad altri ambiti di Google, come YouTube, Google Play e le nostre attività di Realtà Aumentata (AR), oltre a metterla a disposizione dei nostri partner. Rimaniamo dunque profondamente focalizzati sul gioco e continueremo a investire in nuovi strumenti, tecnologie e piattaforme che favoriscano il successo di sviluppatori, partner, clienti cloud e creatori".

Ricordiamo che Stadia era stata presentata nel marzo del 2019. Inizialmente Google si era occupata anche di sviluppare il software, ma a inizio 2021 aveva deciso di concentrarsi sulla tecnologia, che ha messo a disposizione dei publisher. Già da alcuni mesi, infatti, la tecnologia di Stadia è veicolata ad altre aziende che operano nel comparto delle telecomunicazioni, e che sono interessate a proporre un loro servizio di cloud gaming. Un classico esempio di 'white labeling', in cui Google fornisce l'infrastruttura senza brand a una terza parte, e quest'ultima ne fa qualcosa di proprio. Tra gli aspetti più sconcertanti dell'intera vicenda vi sono i particolari trapelati attraverso il blog 9to5Google, secondo cui i dipendenti sarebbero stati avvisati 45 minuti prima che la notizia venisse comunicata al mercato. Allo stesso modo, gli sviluppatori che avevano titoli in pubblicazione sulla piattaforma si sono detti totalmente spiazzati, perché nessuno li aveva avvertiti. Dal proprio profilo Twitter, Tom Vian di Sfb Games ha spiegato che il titolo Tangle Tower doveva essere pubblicato su Stadia due giorni dopo la data dell'annuncio della chiusura, ma nessuno si è preoccupato di avvertirlo...

Annalisa Pozzoli

Esports, Twitch cresce più di YouTube

L'Esports Digital Overview 2022, analisi realizzata da IIdea in collaborazione con Nielsen, fa emergere una differenza marcata nei trend relativi alle due principali piattaforme per la fruizione di contenuti, Twitch e YouTube, così come un'ulteriore crescita dell'interesse verso questo segmento del gaming.

La panoramica si basa sui dati di performance dei primi 10mila canali in lingua italiana individuati per ore guardate dagli utenti nel 2019, 2020 e 2021 su Twitch e YouTube. Per realizzare il confronto con i dati globali è stato replicato lo stesso approccio, tracciando i primi 10mila canali a livello globale. Dal confronto tra le due piattaforme si nota come il trend di crescita registrato per Twitch nel 2020 si è riconfermato anche nel 2021, mentre per YouTube si osserva un calo rispetto ai risultati ottenuti durante la pandemia. La ricerca svela che la fruizione a livello digitale degli eventi trasmessi in italiano ha continuato a crescere anche nel 2021, realizzando un incremento del 92% per gli eventi nazionali e del 52% per quelli internazionali. Lo scenario in termini di titoli più popolari risulta però sempre più frammentato: nessuno dei giochi presenti nella top 3 di Twitch compare anche in quella di YouTube e, su entrambe le piattaforme, il primo gioco (Call of Duty Warzone per Twitch e Rocket League per YouTube) non raggiunge l'11% in termini di share.

flash

Arriva anche in Italia la Netflix low cost (con pubblicità)

A partire dal 3 novembre, Netflix introdurrà anche in Italia il piano 'Base con pubblicità', che prevede le interruzioni pubblicitarie durante la visione. Il prezzo mensile dell'abbonamento ammonta a 5,49 euro al mese (contro i 7,99 del piano Base tradizionale).
Disponibile in 12 Paesi(Australia, Brasile, Canada, Corea, Francia, Germania, Giappone, Italia, Messico, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti), introdurrà una media di 4-5 minuti di interruzioni pubblicitarie ogni ora. Al momento del lancio, gli spot avranno una durata di 15 o 30 secondi e saranno inseriti sia prima, sia durante le serie e i film trasmessi in streaming. Altre limitazioni riguarderanno l'impossibilità di scaricare i titoli da guardare off line, mentre un certo numero di contenuti che non sarà disponibile a causa di restrizioni legate alle licenze.

Nuovo Imaie entra a far parte di Fapav

Dopo anni di intensa e proficua collaborazione, Fapav e Nuovo Imaie hanno annunciato, in occasione dell'inizio della Festa del Cinema di Roma, l'ingresso del Nuovo istituto mutualistico artisti interpreti esecutori nella Federazione per la tutela delle industrie dei contenuti audiovisivi e multimediali. "Con grande piacere diamo il benvenuto in Fapav a Nuovo Imaie, e ringrazio il presidente Andrea Miccichè e la direttrice generale Maila Sansaini per la fiducia dimostrata nei nostri confronti e la decisione di entrare a far parte della Federazione", ha dichiarato il presidente Fapav, Federico Bagnoli Rossi. "Fapav prosegue la sua crescita confermandosi un punto di riferimento per la tutela dei contenuti audiovisivi sul web. Un consolidamento importante che, grazie al costante rafforzamento della compagine associativa, ci consente di proseguire le nostre attività con sempre maggiore determinazione, affrontando il problema della pirateria a 360° e in sinergia con i player del settore". Fapav e Nuovo Imaie sono tra i promotori, assieme ad Afi, Mpa, Siae e Univideo, della decennale campagna educativa 'Rispettiamo la creatività', che ha coinvolto oltre 160mila studenti in più di 1.500 scuole secondarie di primo grado in tutta Italia, e un totale di 2.106 insegnanti. L'iniziativa mira ad aiutare i giovani a fare scelte consapevoli su come acquisire e consumare legalmente musica, contenuti audiovisivi e opere dell'ingegno, favorendo la crescita di una cultura del rispetto della creatività in tutte le sue forme.

Nintendo acquisisce Dynamo Pictures

Nintendo ha completato l'acquisizione della società nipponica di produzione in CG Dynamo Pictures, che è stata rinominata Nintendo Pictures. L'obiettivo dell'operazione finanziaria è riuscire a "far conoscere ai consumatori di tutto il mondo i personaggi Nintendo attraverso dei video che rimarranno nella loro memoria per sempre", si legge sul sito di Nintendo Pictures. Attualmente quest'ultima occupa 105 persone, tra cui il produttore di Super Mario Odyssey, Yoshiaki Koizuma.
In precedenza, Dynamo Pictures si era occupata dell'animazione per titoli come Persona 5, Final Fantasy 13-2 e Metroid: Other M. In futuro, invece, si specializzerà soprattutto sulla produzione di video, sfruttando le property Nintendo, e sulla motion capture.

Dopo il cinema di Stato… c'è ancora il cinema di Stato

Il bilancio della legislatura passata e la visione per il futuro stilata dalla direzione generale Cinema lasciano poche alternative. Tax Credit, finestre di distribuzione, vincoli alla programmazione, aggregazioni di aziende. Dov'è finito il libero mercato?

È possibile tracciare un bilancio della legislatura che si è appena chiusa, per quanto riguarda l'intervento nel settore cinema e nell'audiovisivo? E nel contempo tentare un prospetto di quanto la politica intende fare dopo il voto di domenica? Il paradosso è che ci avviamo probabilmente a una marcata discontinuità a Palazzo Chigi, e quasi sicuramente nella persona del ministro della Cultura. Al tempo stesso, gli indirizzi che riguardano il sostegno del settore resteranno quelli della Legge n. 220/2016. Una conferma di questa convergenza di visione è stata offerta a Venezia nell'ambito di un incontro promosso all'Italian Pavillion della Mostra del Cinema, dove il sottosegretario Lucia Borgonzoni e il direttore generale Cinema Nicola Borrelli hanno tracciato un quadro di quanto realizzato negli ultimi anni e delineato gli obiettivi per il futuro. "Non ci piace l'idea di chiudere il computer e portarci via il lavoro fatto", ha dichiarato la Borgonzoni. Che era nel primo governo Conte, è tornata nel governo Draghi, e se la Lega farà parte del nuovo esecutivo verrà probabilmente confermata nelle proprie deleghe, perché è apprezzata sia in ambito associativo, sia al ministero. Il primo punto da rimarcare è la dotazione di risorse che Franceschini, Borgonzoni e Borrelli hanno fatto piovere sul cinema: nel 2022 si parla di 750 milioni di euro. Con un notevolissimo incremento dai 250 milioni iniziali. Sono state infatti erogate, solo per affrontare la pandemia, delle

linee d'intervento ad hoc, pari a 269 milioni nel 2020, 224 milioni nel 2021 e 50 milioni finora nel 2022. Una compensazione delle scelte estremamente prudenti del ministro, che ha inteso prolungare la chiusura degli esercizi cinematografici, e, più in generale, di molti luoghi della cultura e dello spettacolo, determinando un gravissimo squilibrio di ecosistema, compensato da misure di sostegno che in molti casi hanno demotivato le sale a riaprire.

Occorre allora dare qualche cifra in più in merito all'esposizione dello Stato a favore del cinema. La dotazione finale annua del Fondo per il cinema e l'audiovisivo è caratterizzata da un costante aumento nel quinquennio 2017-2022. La cifra complessiva di risorse straordinarie e di quelle trasferite dagli anni precedenti cresce da 423 a 885 milioni nel 2021, e si attesta a 849 milioni nel 2022. Borgonzoni e Borrelli intendono potenziare il Tax Credit, garantendo il credito d'imposta anche ai videogiochi, all'animazione, alle nuove imprese e ai nuovi talenti. Vogliono fissare la window a 90 giorni (la proposta d'altronde ha raccolto consenso unanime in parlamento). Aspirano a favorire l'aggregazione tra le imprese italiane, in modo anche da poter essere più competitivi nella sfida all'internazionalizzazione. Prescrivono il consolidamento degli obblighi di programmazione. Mirano a rafforzare il ruolo di Cinecittà come player a tutto campo, interlocutore degli operatori, dalle società di produzione alle Film Commission. È insomma un grande disegno statalista e centralista, bipartisan, che sfrutta una risorsa come il Credito d'Imposta che a detta di molti operatori funziona male e non è in grado di aiutare realmente la produzione, perché prevede tempi di riconoscimento e di erogazione molto lunghi. Le azioni di intervento prefigurate sono in sostanza un consolidamento della visione di Dario Franceschini. Come spesso accade, la politica produce il problema e per provare a risolverlo riduce gli spazi di libero mercato. Noi di Odeon continuiamo a sperare che nel cinema, e più in generale nella cultura, la presenza dello Stato sia meno soffocante. Viviamo in un'epoca di omologazione delle tematiche, dei linguaggi, in cui il peso dell'ideologia è diventato soffocante. I soggetti e le sceneggiature sono realizzati stando sempre attenti a inserire alcuni elementi fissi, e se per caso li nominassimo partirebbe la caccia alle streghe, perché oggi non ci si può permettere di parlare di saturazione in merito ai temi di sostenibilità e parità di genere. Persino il prodotto televisivo segue la stessa logica martellante. In tutta questa materia non viene mai posta la questione del pubblico e della sua libertà. Oggi questa è la condizione. Ti facciamo fare un film. Questi sono gli oneri, che devi pagare a tutta la filiera. Questo è ciò di cui dovrai parlare. Questo è il cast. E questi sono i soldi. Ci stai? Se non ci stai il film te lo bocciamo, non c'è problema. La graduatoria è lunga e finirai in fondo. Ma la cosa più sorprendente è che sono tutti d'accordo, destra e sinistra, tutti la vedono allo stesso modo. Quello dello Stato.

Andrea Dusio

Cinema in Festa, buona la prima

Presenze in forte crescita in tutta Italia, con punte di oltre il +600% al Sud. Ha premiato la scelta dei giorni, da domenica 18 a giovedì 22 settembre. Ma anche la continuità con la Mostra del Cinema e il prezzo a 3,50 euro, che non penalizza gli incassi come accadeva in passato.

Risultato indubbiamente positivo per la prima edizione di 'Cinema in Festa', l'iniziativa organizzata da cinema e distributori italiani, con il sostegno del Mic, con cinque giornate di proiezioni al prezzo speciale di 3,50 euro, che hanno visto 1,2 milioni di spettatori paganti accedere alle sale.

"È stato un grande successo di tutta l'industria, esercizio, distribuzione e produzione, ed è solo il primo piccolo tassello di un progetto ben più grande, che vedrà il cinema in sala tornare protagonista della nostra vita", ha commentato Luigi Lonigro, presidente dell'Unione editori e distributori di Anica.

Per Mario Lorini, presidente Anec, "sono stati cinque giorni di grande successo con risultati sopra le aspettative, grande adesione delle sale, un'offerta per tutti i tipi di pubblico, spettatori 'nuovi' e affezionati felici di tornare a vivere l'esperienza esclusiva di un film visto su grande schermo. Una imponente campagna di comunicazione che ha saputo centrare l'obiettivo e che ci ricorda come il 'cinema al cinema' deve essere promosso e lanciato capillarmente. Numeri che parlano e che ci danno molte indicazioni per continuare a lavorare insieme con le Istituzioni e con gli operatori dell'industria. Un ringraziamento ai numerosi esercenti che si sono impegnati per la riuscita dell'iniziativa e a tutti coloro che nella filiera hanno lavorato per il successo di questa prima edizione".

La promozione è stata posizionata da domenica 18 a giovedì 22 settembre. L'incasso ha superato i 4 milioni di euro, e l'iniziativa ha centrato quello che era l'obiettivo minimo mancato in molte altre promozioni analoghe lanciate in passato, quando crescevano le presenze ma, a causa del prezzo ridotto, diminuivano gli incassi, con il doppio effetto di creare uno squilibrio nella percezione del valore del biglietto e di generare frustrazione negli esercenti. Perché stavolta non è successo. A nostro parere, sono entrati in gioco tre fattori. In primis, le giornate di lunedì e martedì in molte sale sono già scontate a 5 euro. Un euro e mezzo di perdita sul biglietto unitario è più facile da compensare di tre o quattro. In secondo luogo, la scelta di partire dal weekend e arrivare al giovedì ha consentito all'iniziativa di crescere giorno dopo giorno: nella domenica l'incremento settimana su settimana è stato del 48% (il sabato si era registrato un calo sulla settimana corrispondente dell'annata precedente pari al 25%), ma al giovedì il box office ha fatto segnare +256%). In alcune aree del Paese la promozione ha avuto risultati impressionanti, come in Sicilia, dove ha fatto segnare +630%. Il terzo fattore è indubbiamente costituito dal clima: dopo quattro mesi di temperature altissime e di weekend fuori città, il pubblico era 'caldo', spinto anche dal lancio indiretto costituito dalla Mostra del Cinema di Venezia. Si era parlato molto di alcuni dei film in programmazione. E poi c'è stata la scommessa della riedizione di Avatar, che è andata molto bene. Ancor meglio è andato Don't worry babe, il cui risultato, come segnalato da Robert Bernocchi di Cineguru, è stato migliore di quello di Francia, Spagna e Germania.

Restano però alcune domande. Se per l'esercente il delta price non è troppo punitivo, davvero un euro e mezzo in meno sono una leva per il pubblico? Chi scrive ha verificato di persona il consistente afflusso, certamente e visibilmente maggiore rispetto agli ultimi due anni, anche nei pomeriggi dei giorni feriali. È probabilmente una questione psicologica, ma quando la crisi economica si fa sentire, anche uno sconto apparentemente non così importante è un forte incentivo al consumo. In alcune aree del Paese la promozione ha più efficacia perché la disponibilità economica è minore, ed esiste forse una differente sensibilità dei consumatori verso le offerte. A Palermo, Napoli e Bari il risultato è stato straordinario. Molto bene anche a Firenze e Torino, meno significativo l'incremento a Roma, Bologna e Milano. A fronte di queste evidenze, il risultato della promozione va misurato comunque anche nel medio periodo, per come saprà consolidare i numeri delle presenze in sala, a partire da release che già da questa settimana sono innegabilmente più interessanti per il grande pubblico. Solo allora sapremo se il lancio della stagione ha funzionato davvero.

Tommaso Stigliani

flash

Press Start, boom di presenze per la prima edizione

Grande successo per la prima edizione di Press Start – Video Game Student Conference, l'evento organizzato dall'associazione di categoria IIdea che si è tenuto venerdì 7 e sabato 8 ottobre presso il Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano, cultural partner dell'iniziativa. L'appuntamento, che già nei giorni scorsi aveva fatto registrare il sold out per i posti disponibili in presenza, ha visto alternarsi sul palco 45 professionisti, che hanno portato la loro esperienza in qualità di relatori e moderatori nei 10 panel articolati su cinque aree tematiche: design, art, technology, support e management. Sono state oltre 400 le persone che hanno popolato l'Auditorium nelle due giornate di conferenza, a cui si aggiungono quanti hanno seguito i lavori in diretta streaming, una media di 1000 persone collegate, con picchi di 1200 spettatori in contemporanea. Non sono mancati i momenti dedicati all'orientamento e al recruiting con oltre 350 incontri 1:1 – fissati attraverso la piattaforma MeetToMatch, matchmaking partner di Press Start – tra gli aspiranti nuovi professionisti del settore e le otto aziende e le cinque scuole che hanno partecipato all'area meeting.

Gdf, sequestro di contenuti pirata su Telegram

I Finanzieri del Nucleo speciale tutela privacy e frodi tecnologiche della Guardia di Finanza di Roma hanno dato esecuzione a un decreto di sequestro di 545 risorse della nota piattaforma di messaggistica Telegram, utilizzate per la diffusione abusiva di opere dell'ingegno. La Gdf ha anche effettuato perquisizioni personali, informatiche e locali nei confronti di otto persone, residenti in Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Campania, gravemente indiziate di essere gli amministratori dei canali social che hanno posto in essere reati di diffusione, attraverso reti telematiche, di prodotti editoriali protetti dal diritto d'autore, in concorso tra di loro. Le investigazioni, coordinate dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Milano, sono scaturite da una denuncia inizialmente presentata dall'Ordine dei giornalisti della Lombardia, con la quale era stata segnalata l'illegale diffusione online di copie di quotidiani e riviste di rilievo nazionale. Gli approfondimenti svolti dagli specialisti delle Fiamme Gialle hanno condotto all'individuazione di una rete illegale molto più ampia rispetto a quella prefigurata in denuncia, consentendo di smascherare un consolidato sistema di condivisione e diffusione non autorizzata anche di palinsesti televisivi, serie Tv ed altri contenuti d'intrattenimento a pagamento distribuiti via internet dalle maggiori piattaforme di streaming. Il sistema illecito scoperto ha consentito ad oltre 430mila utenti iscritti ai canali Telegram il completo accesso – senza alcuna forma di abbonamento o pagamento — a contenuti editoriali tutelati dal diritto d'autore, assicurando agli indagati una contropartita economica illecita.

Il futuro del giocattolo è 3D?

Hasbro, Toybox e MakerBot sono solo alcune delle aziende che hanno puntato sulla stampa tridimensionale per la creazione di prodotti di consumo. Lego la usa per i suoi prototipi, ma non esclude una sua integrazione nella produzione…

La scorsa estate è stata annunciata Hasbro Selfie, una novità che potrebbe rivelarsi rivoluzionaria per il mercato del giocattolo: la stampa 3D per produrre action figure personalizzate su larga scala. In pratica, chiunque potrà scansionare il proprio volto con uno smartphone o un tablet, e poi ricevere a casa un personaggio con le proprie sembianze.

"Trascorriamo molto tempo con i nostri clienti, cercando di comprendere quali siano le loro esigenze, che cosa stanno cercando", spiega Patrick Marr, senior director of Model development presso Hasbro. "È da lì che partiamo per sviluppare i nostri nuovi prodotti. Negli ultimi anni abbiamo registrato un aumento nella domanda di customizzazione dei nostri giocattoli. Ma offrire una personalizzazione su larga scala, bilanciando qualità e velocità di commercializzazione, il tutto a un prezzo ragionevole, non è mai stato possibile. Fino ad ora".

La società ha introdotto la stampa 3D nel lontano 1995. "All'inizio la utilizzavamo per lo sviluppo di prodotti (prototipazione) attraverso alcune grandi macchine industriali, ma non sempre i risultati soddisfacevano le nostre esigenze", prosegue Marr. Solo di recente sono emerse due tecnologie che hanno reso possibile una produzione davvero 'su misura': un sistema di scansione facciale semplice da usare e la stampa 3D stereolitografica (Sla) di Formlabs a un costo accessibile. Per il momento Hasbro ha optato per un approccio ibrido di produzione, che le permette di tenere sotto controllo i costi: per le sue action figure Selfie continua a utilizzare il corpo stampato a iniezione, prodotto in serie, combinando testa e capelli stampati in 3D su indicazioni del consumatore finale. Dopo anni di investimenti, il lancio dei soggetti della Selfie Series rappresenta quindi la realizzazione di un obiettivo a lungo termine per l'azienda, e più in generale inaugura una nuova era di personalizzazione di massa nell'ambito del consumer entertainment.

Questa è l'esperienza di Hasbro, ma la strada del 3D per i prodotti di consumo è stata percorsa da diverse altre realtà, spesso specializzate proprio nella produzione di stampanti. È questo il caso di MakerBot, che già nel 2014 aveva stretto un accordo di licenza con Sesame Street. Ma anche Toybox è recentemente diventata licenziataria di Paramount per lo sfruttamento delle Ip di Nickelodeon (come Spongebob), accordo che va a sommarsi a quelli già stretti con Mattel, Cartoon Network e Warner Bros. Discovery. L'offerta di Toybox si compone di pacchetti che includono stampante 3D, un'app dedicata e il filamento necessario alla stampa a un prezzo che va approssimativamente dai 300 ai 400 dollari.

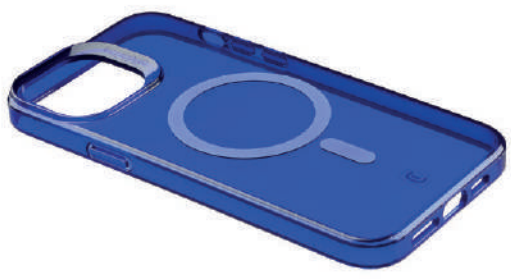
Secondo Fortune Business Insights, il mercato della stampa 3D, che sino ad ora si è concentrato principalmente su settori come la salute, l'automotive e l'industria aerospaziale, ha tutto il potenziale di espandersi del 24,3% su base annua, fino a generare 83,9 miliardi di dollari in entrate nel 2029, contro i 18,3 miliardi di dollari attuali. Persino l'alta moda e il lusso sembrano aver colto, almeno in parte, le potenzialità di una produzione davvero ad hoc. Balenciaga sta proponendo scarpe stampate in 3D, vendute a oltre 3mila dollari al paio. Kenzo, Louis Vuitton, Alexander McQueen stanno lavorando per integrare la stessa tecnologia nelle loro collezioni. Dior utilizza la stampa 3D per i prototipi e le repliche da esporre nei propri negozi. E Cartier e Tiffany l'hanno aggiunta in varie fasi della loro produzione.

I tempi sembrano quindi essere maturi per un ingresso più deciso della stampa 3D anche nel settore del giocattolo. Restano però da sciogliere alcuni nodi di importanza non secondaria. Come avverrà la gestione delle licenze, in questo caso? E come si potranno bloccare sul nascere eventuali abusi? Ha fatto storia il caso di Lego, che nel 2019 ha emesso una serie di avvisi per la rimozione delle repliche non autorizzate dei suoi mattoncini, caricati pubblicamente su alcuni siti web di condivisione dei file. La stessa Lego ricorre al 3D per la prototipazione di nuovi elementi costruttivi, e sta continuando a esplorare nuovi modi per implementarla. Tanto che, alcuni giorni fa, durante un evento, l'azienda danese ha distribuito ai suoi ospiti una riproduzione in miniatura della sua storica anatra da collezione Wooden Duck, stampata in 3D. "Il team ha lavorato duramente per sviluppare, approvare e realizzare questo fantastico articolo in collaborazione con i nostri talentuosi designer", ha sottolineato Ronen Hadar, senior director Additive design and manufacturing di Lego. "Questo è un traguardo importante, non vediamo l'ora di condividere altre notizie con voi nel prossimo futuro". Un futuro in cui probabilmente anche questa tecnologia potrebbe entrare a far parte del processo produttivo…

cellularline

Le nuove cover per la serie iPhone 14 sono arrivate!

GLOSS MAG



Colorata con il magnete
per l'ecosistema MagSafe.

SENSATION DOTS

Materiale soft touch semi
trasparente con inserti in silicone.

STRONG GUARD MAG

Ultra-protettiva con angoli
rinforzati progettata per interagire
con l'ecosistema MagSafe.

Cellularline, more of you.

cellularline.com