Editoriale

Permacrisi e dintorni

di Angelo Frigerio

Permacrisi: questa la parola usata per descrivere il periodo che stiamo vivendo. Ma cosa significa? Sostanzialmente un periodo esteso di instabilità e insicurezza.

Per certi versi è vero. Siamo passati in pochi anni dagli orologi alle nuvole, come ha raccontato bene il professor Edoardo Fornari. Ovvero da un mondo in cui il cambiamento era lento, graduale, prevedibile a un altro in cui domina la discontinuità: veloce, improvvisa, con regole che cambiano da un momento all'altro. Dal mondo degli orologi appunto (determinato, ordinato regolare), a quello delle nuvole (caotico, mutevole, irregolare). La pandemia, la guerra in Ucraina, l'aumento incontrollato dei costi energetici sono alcuni fra gli esempi macroscopici di come sia vera la teoria del docente dell'università Cattolica di Milano. Ma vorrei soffermarmi sulla parola crisi che, normalmente, viene associata a qualcosa di negativo e nefasto. Come racconta Alessandro D'Avenia, insegnante e notista del Corriere della Sera: "Crisi è il gesto, descritto nell'Iliade di separare e scegliere i chicchi dalla spiga. La pula finiva nel fuoco, il grano nel pane". Quindi la crisi non rappresenta un'emergenza permanente a cui siamo fatalisticamente sottoposti ma uno stato di giudizio e impegno permanente. Cioè un passaggio necessario, il preludio alla nascita di qualcosa di nuovo e più autentico. Ecco perché non bisogna disperare. Gli ultimi dati sui costi delle materie prime dicono che stiamo ormai veleggiando verso prezzi come quelli del 2021. Certo i sommovimenti in atto nel settore elettronica/entertainment non fanno ben sperare, vedi i licenziamenti in Amazon, Facebook, Disney. Ma sono i periodici assestamenti dovuti al riposizionamento dei brand e delle condizioni al contorno. Insomma, dopo le nuvole spunta il sole.

periodico quindicinale
aprile 2023
anno 14 – numero 4
direttore responsabile
Angelo Frigerio
www.technospia.it

hitech magazine

RETAIL, ELDOM, CONSUMER ELECTRONICS, ICT, ENTERTAINMENT

Ue, una proposta di legge sul diritto alla riparazione

La Commissione Europea intende tutelare i consumatori. Garantendo la possibilità che i prodotti vengano aggiustati tutte le volte in cui la sostituzione non si rende necessaria.

a pagina 4

Europa, arriva il Chips Act

Un nuovo accordo approvato da Consiglio e Parlamento Ue produrrà da qui al 2030 il raddoppio della produzione di semiconduttori. Con un investimento pari a 43 miliardi di euro.

a pagina 5

AI, come si muovono gli altri Paesi?

Dopo l'intervento del nostro Garante della Privacy, si accende il dibattito intorno ai sistemi di Intelligenza Artificiale. Che potrebbe portare presto Uk, Francia e Germania a limitazioni nell'utilizzo e nell'accesso a ChatGpt.

a pagina 6

Media Contents

L'acquisizione di Activision Blizzard non s'ha da fare

Tiene il mercato italiano del gaming

Disney, arrivano tagli pesantissimi

Dfc Intelligence, quanti sono i gamer nel mondo?

da pagina 25 a pagina 27

da pagina 21 a pagina 24

da pagina 9 a pagina 14

L'eccellenza secondo Cellularline

La società specializzata in accessori entra nel 2023 forte di una serie di proposte dall'alto contenuto tecnologico. Senza dimenticare la formazione sul punto vendita, sempre più indispensabile. Intervista a Marco Cagnetta, ceo sales & marketing.

a pagina 8

Cresce la brand awareness di Hisense Italia

Il 2022 si è chiuso in modo decisamente positivo. Soprattutto nel segmento Tv. Ma anche i grandi elettrodomestici e l'air conditioning stanno beneficiando di una maggiore visibilità, conquistata con grandi investimenti in ambito sportivo. La parola a Gianluca Di Pietro, ceo della filiale italiana.

a pagina 19

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.

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

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

I consiglieri del Pd

Incaricati di scrivere una proposta di legge sull'Intelligenza artificiale, decidono di farla compilare... dall'Intelligenza artificiale. "Si tratta di una provocazione, vogliamo sottolinearlo", commenta Samuele Astuti, al secondo mandato come consigliere regionale in Lombardia per il Partito Democratico. Intanto però il Pd ha presentato in Regione due versioni della proposta, una firmata da un gruppo di umanissimi consiglieri, e l'altra prodotta dagli algoritmi di ChatGpt. La prima evidenzia l'importanza della trasparenza nell'utilizzo delle fonti da parte dell'AI e la responsabilità di quanto scrive quest'ultima, che deve ricadere su una persona fisica. Più che soddisfacente, a detta dei consiglieri, anche la proposta formulata da ChatGpt, suddivisa in 10 articoli. Siamo già pronti ad essere governati dai robot?

Partito Democratico

voto **8**

La tecno setta Theta Noir

voto **4**

Il loro dio è Mena, un alieno che nascerà dalla fusione uomo/macchina e sarà miliardi di volte più intelligente degli umani. Sono i membri della setta tech Theta Noir: il nome potrebbe ricordare un'improbabile band metal finlandese, ma si tratta di una vera e propria corrente filosofico-religiosa. L'avvento di Mena è ancora lontano, ma quando arriverà – sostengono – si verificheranno cambiamenti imprevedibili e irreversibili, non solo per l'umanità ma per il nostro pianeta nel suo insieme. In pratica, questo nuovo 'seme della mente cosmica' avrà il compito di salvare l'umanità dalla distruzione. Nel frattempo, per prepararsi al suo arrivo, i fedeli intonano canti binari a suon di 0 e 1, assorbono energia dalle forme geometriche e – ovviamente – postano video su Tik Tok.

La prima batteria commestibile

voto **10**

Mandorle, capperi, un pizzico di oro alimentare, alga nori quanto basta. Quelli che potrebbero sembrare gli ingredienti per un costoso piatto di uno chef stellato, sono in realtà i componenti della prima batteria alimentare al mondo. Progetto interamente italiano, nato in seno dell'Istituto italiano di tecnologia di Milano, rappresenta un grande passo in avanti verso un futuro davvero sostenibile. Il tema della realizzazione di batterie senza l'impiego di materiali tossici – come gli ioni di litio di quelle attuali – è una sfida molto importante per gli scienziati. Soprattutto perché può avere applicazioni in molti campi diversi: dal monitoraggio della qualità dei cibi, all'uso negli strumenti di diagnostica e trattamento di disturbi del tratto gastrointestinale. Inoltre, dato l'alto livello di sicurezza, queste tecnologie potrebbero essere utilizzate anche nell'ambito dei giocattoli per i bambini più piccoli, dove il rischio di ingestione può essere elevato.

I ladri dell'Apple Store di Seattle

voto **S.V.**

Un piano degno della Casa di Carta: un tunnel segreto, un buco nel muro e un Apple Store svaligiato. È successo a Seattle, negli Stati Uniti, dove domenica 2 aprile un gruppo di ladri è riuscito a eludere i sistemi di sorveglianza, scavando una galleria partendo dal bagno del negozio adiacente. Il bottino è notevole: si calcolano circa 500mila dollari di refurtiva, tra iPhone, iPad e Apple Watch. Il colpo deve aver richiesto una pianificazione estremamente accurata: nessun allarme attivato, nessuna impronta digitale rilevata, e le telecamere a circuito chiuso sono riuscite solo a riprendere due figure abilmente mascherate, e dunque irriconoscibili. Tutto è andato così liscio che il proprietario del negozio si è accorto dell'effrazione solo il giorno seguente. Ora Apple cercherà di bloccare da remoto i prodotti rubati, rintracciandoli dal numero di serie e rendendoli inutilizzabili. Una rapina alla Zecca di Stato sarebbe stata di gran lunga più redditizia...

Le figlie di Mark Zuckerberg

voto **9**

A fine marzo è nata Aurelia, la terza figlia di Mark Zuckerberg e Priscilla Chan. Ad accoglierla, oltre a mamma e papà, le sorelline Maxima (7 anni) e August (5 anni). I nomi sembrano vagamente familiari? Il nome Aurelia è un riferimento all'imperatore romano Marco Aurelio. Maxima è una variante del nome latino Maximus. Infine, August fa riferimento all'imperatore romano Cesare Augusto, che Zuckerberg ha definito 'una delle figure più affascinanti della storia, il cui operato ha assicurato oltre 200 anni di pace all'impero'. Il creatore di Facebook è appassionato di storia romana sin da quando studiava latino ai tempi del liceo, e questa passione non è mai venuta meno, nemmeno nel momento di scegliere una meta per il viaggio di nozze, ovviamente la città eterna. Ora senza stare a scomodare figure come Nerone, Caligola, o peggio, Vespasiano, le opzioni per il futuro sono moltissime. Romolo, Numa Pompilio, Tullo Ostilio, Anco Marzio, Tarquinio Prisco, Servio Tullio, Tarquinio il Superbo. Per il prossimo fiocco rosa o azzurro di casa Zuckerberg c'è solo l'imbarazzo della scelta.

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

Direttore Responsabile: **ANGELO FRIGERIO**

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

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

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. la redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

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

Il numero è stato chiuso in redazione il 28 aprile 2023

È cominciata la guerra alle Big Tech?

Dopo anni di mezzi proclami da parte dell'Ue, sembra che il Regno Unito, forte di avere le mani completamente libere, sia deciso ad andare fino in fondo nell'azione normativa che mira a limitare lo strapotere delle Big Tech nei mercati digitali. Il primo segnale arriva in queste ore dalla Competition and Markets Authority (Cma), che ha bloccato l'acquisizione di Activision Blizzard da parte di Microsoft. Mossa attesa? Può essere. È l'ultima parola? Probabilmente no. Ma resta il fatto che dove altri hanno tentennato, le autorità regolatrici britanniche non hanno avuto esitazioni, mettendo all'angolo le due società protagoniste dell'operazione.

È il preludio a un'azione che potrebbe riguardare tutto il comparto dei mercati digitali? Il cloud gaming ne è solo una piccola parte, ma estremamente strategica, e quanto fatto in quest'ambito con il semaforo rosso alla fusione potrebbe preludere a una normativa a protezione dei consumatori, di cui si vorrebbe tutelare la possibilità di recedere dagli abbonamenti digitali.

Un altro obiettivo del legislatore è il contrasto al fenomeno delle false recensioni online di prodotti e servizi. Questo tema sembrerebbe destinato a coinvolgere molto presto anche i testi scritti con sistemi simili a ChatGpt, che nelle ultime settimane sono già finiti sotto la lente d'ingrandimento.

Sul tavolo della Cma ci sarebbe ora un disegno di legge che, se approvato dal parlamento Uk, potrebbe autorizzare provvedimenti nei confronti di quelle società multinazionali che operano nell'economia digitale e registrano fatturati globali superiori a 25 miliardi di sterline, o che realizzano su suolo britannico una revenue equivalente o superiore a 1 miliardo di sterline. Nel concreto, la legislazione mira a rafforzare la Digital Markets Unit (Dmu), una sezione della Cma creata nel 2020. Inizialmente si prevedeva che la Dmu avesse il potere di elaborare codici di condotta per le aziende tecnologiche e di imporre multe fino al 10% del fatturato annuo. Tuttavia, attualmente non ha poteri che vadano oltre le attuali capacità della Cma.

La nuova proposta di legge riporterebbe quindi la Dmu in prima linea nella politica tecnologica del governo e dovrebbe consentire all'organo di vigilanza di effettuare interventi mirati per consentire alle start-up o alle imprese più piccole di competere.

"Dall'abuso di potere da parte dei giganti tecnologici, alle recensioni false, alle truffe e alle fregature come la trappola dell'abbonamento, i consumatori meritano di meglio", ha dichiarato Kevin Hollinrake, ministro del Commercio e delle imprese. "Le nuove leggi che stiamo presentando daranno alla Cma il potere di applicare direttamente la legge sui consumatori, rafforzando la concorrenza nei mercati digitali e assicurando che i cittadini di tutto il Paese risparmino i loro soldi duramente guadagnati".

Sarà vietato inoltre alle aziende pubblicare recensioni false senza verificarne l'autenticità, incaricare qualcuno di scrivere una recensione falsa oppure offrirsi di presentarne una. Il disegno legge è stato presentato come uno 'spartiacque' nella storia delle politiche poste a protezione dei consumatori nell'ambito dell'economia digitale. Sarà davvero così? La legge britannica davvero si rivelerà più efficace di quella approvata l'anno scorso in sede Ue?

Andrea Dusio

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

Davide Rossi: "Una giornata da ricordare per EuCer Council"

Digitalizzazione, transizione ecologica ed economia circolare al centro dell'incontro organizzato il 27 aprile a Bruxelles dalla Federazione europea dei rivenditori al dettaglio di elettronica di consumo ed elettrodomestici.

di Tommaso Stigliani

EuCer Council protagonista a Bruxelles. giovedì 27 aprile presso la Scotland House è andato in scena l'incontro 'Consumer Electronics Retail-Facilitating the green transition', con cui la Federazione europea che rappresenta il settore della vendita al dettaglio di elettronica di consumo ed elettrodomestici, unitamente a EuroCommerce, ha inteso riunire i più autorevoli rappresentanti delle imprese a livello continentale, gli europarlamentari e i delegati della Commissione presieduta da Ursula von der Leyen. Al centro della giornata di lavori, l'importanza del retail per la messa a terra della agenda europea in tema di digitalizzazione, transizione ecologica ed economia circolare. Davide Rossi, direttore generale di Aires e segretario generale di EuCer Council, commenta: "Questo primo incontro pubblico dopo il periodo pandemico è di per sé un momento di grande soddisfazione. Una giornata importante e di cui essere orgogliosi per tutti i rivenditori di prodotti elettronici, un settore che vale a livello europeo 250 miliardi di euro l'anno, dando lavoro stabile e qualificato a quasi 300mila addetti".

Tutti i principali operatori omnichannel del settore stanno già operando in una filosofia circolare e inclusiva. Attualmente, il comparto sta affrontando sfide impegnative, a partire dalla riduzione dei margini e dagli elevati costi energetici. La solidità del mercato unico e la collaborazione con gli Stati membri per realizzare l'innovazione possono aiutare a sostenere la transizione verso il digitale e la sostenibilità. Lo studio congiunto di EuroCommerce e McKinsey mostra che occorre investire fino a 600 miliardi di euro entro il 2030. L'importo totale si avvicina alla totalità dei fondi previsti dall'iniziativa dell'Ue per la ripresa e la resilienza.

L'esecutivo europeo ha fissato l'obiettivo dell'80% di adulti in possesso di competenze digitali di base e 20 milioni di persone che lavorano come esperti di tecnologie dell'informazione e della comunicazione entro il 2030.

Secondo l'Indice dell'Economia e della Società Digitale dell'Ue, un monitoraggio annuale dello stato di salute digitale del blocco dei Paesi membri, solo il 54% dei cittadini europei è in possesso di competenze digitali di base. Questo ritardo potrebbe ostacolare la digitalizzazione e la competitività dell'Europa nel lungo periodo. La Commissione intende in tal senso istituire un gruppo di lavoro di alto livello sull'istruzione e le competenze digitali. I relatori hanno rimarcato in quest'ottica come il retail dell'elettronica di consumo sia socialmente fondamentale nella diffusione dell'educazione digitale e ambientale. Grazie alla presenza capillare e al radicamento sul territorio può infatti contribuire a veicolare il digitale e la trasformazione epocale a esso legata con un approccio più "umano" e intermediato, grazie alla combinazione di attività offline e online, diventando determinante per l'attuazione delle strategie della Commissione europea.

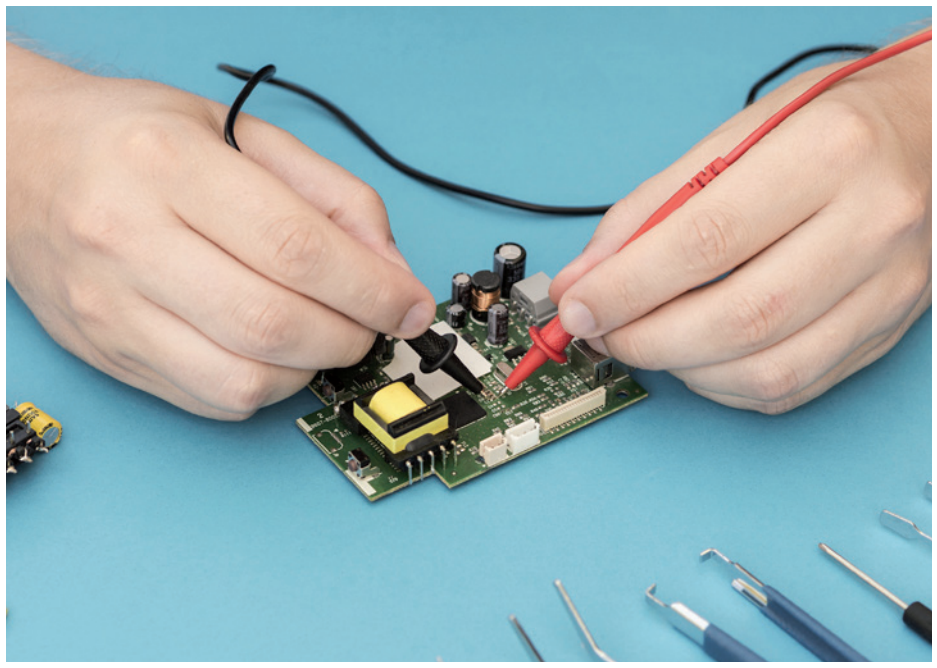
Anche e soprattutto per queste ragioni i rivenditori dovrebbero essere sostenuti senza l'imposizione di obblighi vessatori, liberando in tal modo le migliori energie per porre in essere azioni chiave per far evolvere la propria offerta di prodotti e servizi in modo sempre più sostenibile, con attenzione ancor più puntuale a temi fondamentali come gestione dei rifiuti elettronici. Lavorando con i partner della catena del valore, i rivenditori e i grossisti possono così contribuire in modo decisivo alla sostenibilità e alla decarbonizzazione, facendo del settore dell'elettronica di consumo un alleato fondamentale per Bruxelles nel raggiungimento degli obbiettivi in materia di economia circolare.

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

Ue, una proposta di legge sul diritto alla riparazione

La Commissione Europea intende tutelare i consumatori. Garantendo la possibilità che i prodotti vengano aggiustati tutte le volte in cui la sostituzione non si rende necessaria.

di Andrea Dusio



Alla fine dello scorso marzo, la Commissione europea ha adottato una proposta di legge per il diritto alla riparazione dei beni, che tocca da vicino i prodotti hi-tech e di elettronica di consumo (ma non il software). L'obiettivo è consentire ai consumatori di risparmiare, sostenendo gli obiettivi del Green Deal europeo e contribuendo, nell'intenzione del legislatore, a ridurre gli sprechi. "Negli ultimi decenni, la sostituzione è stata spesso privilegiata rispetto alla riparazione quando i prodotti sono diventati difettosi, e non sono stati offerti incentivi sufficienti ai consumatori per riparare i loro beni quando la garanzia legale scade", si legge nella nota dell'Ue. "La proposta renderà più facile e conveniente per i consumatori riparare i prodotti piuttosto che sostituirli. Inoltre, una maggiore domanda si tradurrà in una spinta al settore delle riparazioni, incentivando al contempo produttori e venditori a sviluppare modelli commerciali più sostenibili. La proposta odierna farà sì che un maggior numero di prodotti venga riparato entro la garanzia legale e che i consumatori abbiano a disposizione opzioni più facili ed economiche per riparare i prodotti tecnicamente riparabili (come gli aspirapolvere o, a breve, i tablet e gli smartphone) quando la garanzia legale è scaduta o quando il bene non è più funzionante a causa dell'usura".

La proposta introduce quindi un nuovo 'diritto alla riparazione' per i consumatori, sia all'interno che all'esterno della garanzia legale, nell'ambito della quale i venditori saranno tenuti a offrire questo tipo di servizio, a meno che non sia più costoso della sostituzione. Viene inoltre contemplato il diritto di rivolgersi direttamente ai vendor per i prodotti che sono tecnicamente riparabili secondo la legislazione dell'Ue, come una lavatrice o un televisore. Ciò garantirà che i consumatori abbiano sempre qualcuno a cui rivolgersi quando decidono di riparare i loro elettrodomestici, oltre a incoraggiare i produttori a sviluppare modelli commerciali più sostenibili. Tra le novità introdotte dalla proposta di legge, l'obbligo per i produttori di informare i consumatori sui prodotti che sono obbligati a riparare da soli. Viene poi istituita una piattaforma di matchmaking, per mettere in contatto i consumatori con i riparatori e i venditori di prodotti ricondizionati nella loro zona. La piattaforma consentirà di effettuare ricerche per località e standard di qualità, aiutando i consumatori a trovare offerte interessanti e aumentando la visibilità dei riparatori. Sarà inoltre pubblicato un modulo informativo europeo che i consumatori potranno richiedere a qualsiasi riparatore, per rendere trasparenti le condizioni e i prezzi, e facilitare il confronto tra le diverse offerte.

Verrà infine sviluppato uno standard europeo di qualità per i servizi di riparazione, per aiutare i consumatori a identificare quelle realtà che si impegnano a garantire una qualità superiore. Questo standard di 'riparazione facile' sarà aperto a tutti i riparatori dell'Ue disposti a impegnarsi a rispettare degli standard minimi di qualità, ad esempio in base alla durata o alla disponibilità dei prodotti.

Sbs, arrivano gli accessori in partnership con Peanuts

A pochi mesi dal debutto del marchio case&me, Sbs ha deciso di evolvere la strategia di brand identity collaborando con Peanuts per una serie di accessori in co-branding. La nuova collezione Peanuts x case&me si arricchisce quindi di personaggi famosi come Charlie Brown, Snoopy, Sally, Linus e altri, con l'intento di suscitare un interesse transgenerazionale, dalla Gen X, sino ai Millennials e alla Generazione Z. La partnership prevede un accordo a livello europeo per ben due anni, e include quattro tipologie di prodotto. La cover rigida Wonder iPhone case, di materiale rigido sia sul retro che sulla fotocamera, protegge il cellulare da urti e graffi. mentre i bordi risultano morbidi per utilizzare con facilità i tasti. La custodia per AirPods in Tpu Wonder AirPod case presenta degli alloggiamenti che si adattano perfettamente alla forma della basetta, mentre il pratico sportello consente di alimentare la basetta senza rimuoverla dalla custodia. Scelta di stile per la borsetta Fancy Hand bag, che permette di riporre chiavi, trucchi, documenti, cavi di ricarica, caricatori da rete, ma anche dispositivi come un e-reader oppure uno smartphone. Infine, lo Snappy holder, il dischetto da applicare sul retro dello smartphone tramite la tecnologia Magsafe, utilizzabile come stand pronto all'uso o come supporto per i selfie, grazie a una presa comoda e sicura.

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Privalia	7.890.937
2	Amazon	5.032.136
3	Ebay	931.451
4	Eprice	210.103
5	Yeppon	112.519
6	Prezzo Forte	58.665
7	Online Store	58.063
8	Dmcshop	47.419
9	Monclick	34.081
10	Freeshop	10.665
11	Conrad	6.507

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	200.000
2	Privalia	92.700
3	Ebay	59.800
4	Aliexpress	46.100
5	Dmcshop	12.200
6	Eprice	7.684
7	Yeppon	7.342
8	Online Store	5.546
9	Monclick	2.020
10	Freeshop	854
11	Conrad	537

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Amazon	21.070
2	Ebay	8.727
3	Privalia	7.133
4	Eprice	2.366
5	Monclick	445
6	Yeppon	364

Rilevazione del 21/04/2023. Fonte: Tespi Mediagroup

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	1.549.014
2	Euronics	1.100.000
3	Unieuro	1.064.934
4	Trony	378.472
5	Expert	87.712
6	Comet	81.007

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	251.000
2	Unieuro	240.000
3	Euronics	64.800
4	Expert	46.800
5	Trony	18.700
6	Comet	6.904

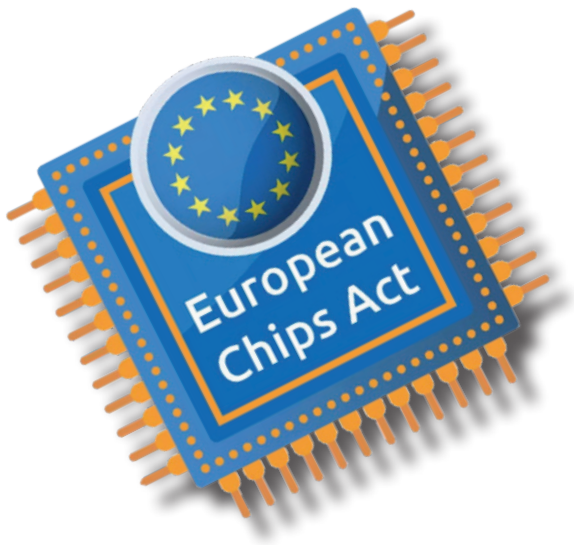
Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Mediaworld	112.689
2	Euronics	74.981
3	Unieuro	38.999
4	Trony	12.536
5	Comet	1.243

Rilevazione del 21/04/2023. Fonte: Tespi Mediagroup

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

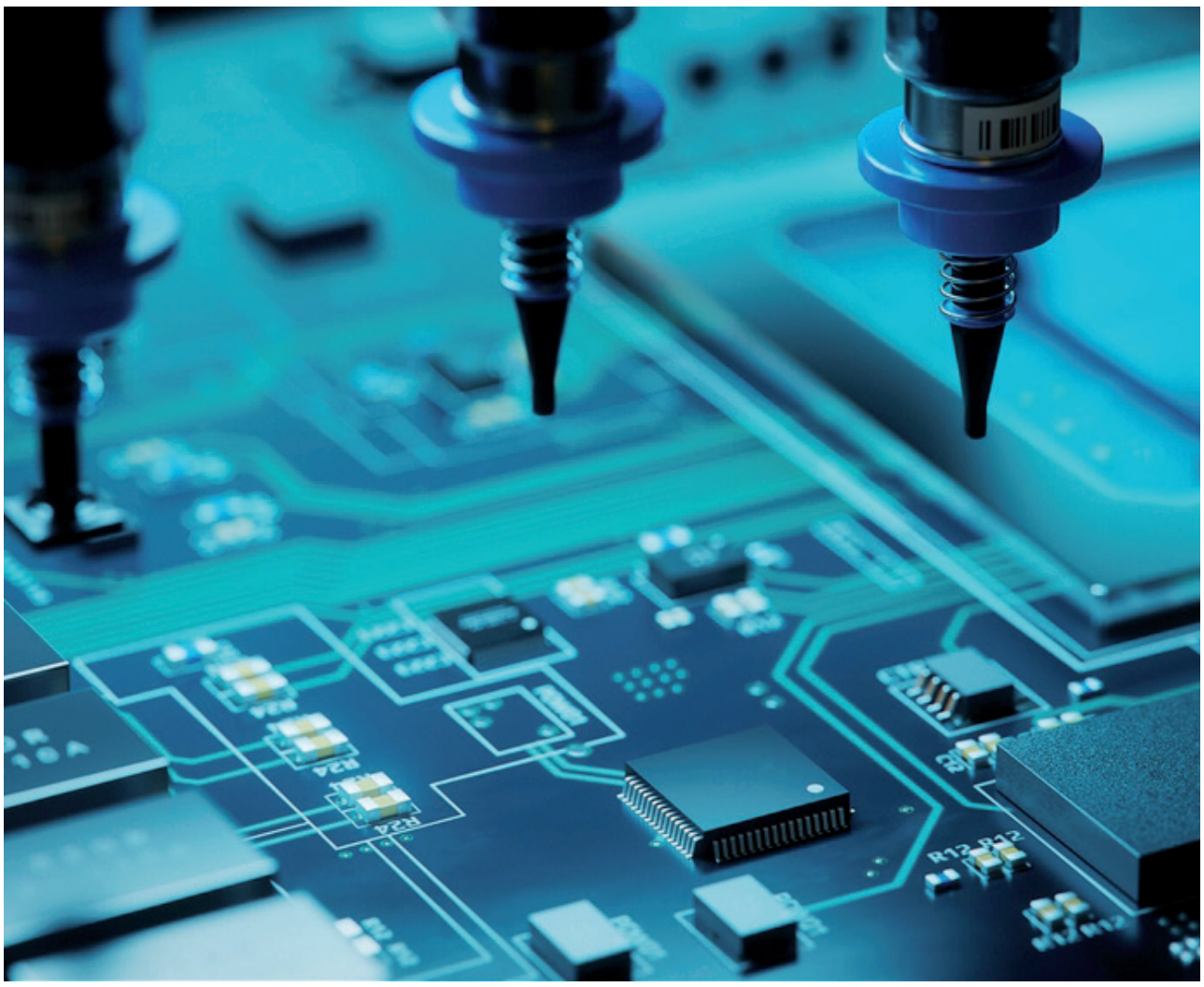
In Europa arriva il Chips Act



Un nuovo accordo approvato da Consiglio e Parlamento Ue porterà da qui al 2030 al raddoppio della produzione di semiconduttori. Con un investimento pari a 43 miliardi di euro.

di Margherita Bonalumi

Il Consiglio e il Parlamento europeo hanno raggiunto un accordo provvisorio sul rafforzamento dell'ecosistema europeo dei semiconduttori, meglio noto come 'Chips Act'. L'accordo dovrebbe creare le condizioni per lo sviluppo di una base industriale in grado di raddoppiare la quota di mercato globale dell'Ue nei semiconduttori, dal 10% ad almeno il 20% entro il 2030. L'accordo è di estrema rilevanza non solo per la transizione green e digitale, ma anche perché le nuove regole rappresentano una vera rivoluzione per l'Europa in un settore chiave. La rapida attuazione del nuovo regolamento trasformerà, secondo quanto si legge nella nota dell'Ue, "la nostra dipendenza in leadership di mercato, la nostra vulnerabilità in sovranità e le nostre spese in investimenti. Il Chips Act pone l'Europa in prima linea nelle tecnologie d'avanguardia, essenziali per le nostre transizioni verdi e digitali". La Commissione ha proposto tre linee d'azione principali per raggiungere gli obiettivi del Chips Act: l'iniziativa 'Chips for Europe' intende sostenere lo sviluppo di capacità tecnologiche su larga scala, comprende un quadro per garantire la sicurezza dell'approvvigionamento e la resilienza attraendo investimenti, e prevede un sistema di monitoraggio e risposta alle crisi per anticipare eventuali shortage. Si prevede che l'Iniziativa Chips for Europe possa mobilitare 43 miliardi di euro in investimenti pubblici e privati, di cui 3,3 miliardi provenienti dal bilancio dell'Ue. Queste azioni saranno attuate principalmente attraverso un partenariato che coinvolge l'Unione, gli stati membri e il settore privato. L'accordo sottolinea inoltre l'importanza della cooperazione internazionale e della protezione dei diritti di proprietà intellettuale come due elementi chiave per la creazione di un ecosistema per i semiconduttori. La soluzione di finanziamento è stata trovata entro i limiti dell'accordo istituzionale esistente sul Quadro finanziario pluriennale, e si aggiunge alle risorse già stanziate per obiettivi simili. Il compromesso raggiunto rafforza quindi le competenze dell'impresa comune che sarà responsabile della selezione dei centri di eccellenza, come parte del suo programma di lavoro. Amplia il campo di applicazione dei cosiddetti impianti 'first-of-a-kind', includendo quelli che realizzano le apparecchiature utilizzate nella produzione di semiconduttori. Stabilimenti di questo tipo contribuiscono alla sicurezza dell'approvvigionamento del mercato interno e possono beneficiare di procedure accelerate per la concessione dei permessi. Inoltre, i centri che migliorano in modo significativo le capacità dell'Unione nella progettazione di chip innovativi possono ricevere il marchio europeo di 'centro di progettazione di eccellenza', che sarà concesso dalla Commissione. Gli Stati membri saranno in grado di applicare misure di sostegno ai centri che ricevono questo marchio, in base alla legislazione vigente. Attualmente l'Europa è troppo dipendente dai chip prodotti all'estero, cosa che è diventata ancora più evidente durante la pandemia. L'industria e altri settori strategici come la sanità, la difesa o l'energia hanno dovuto affrontare interruzioni e carenze di approvvigionamento. La legge sui chip mira a ridurre le vulnerabilità e la dipendenza dell'Ue da attori stranieri, rafforzando al contempo la base industriale dell'Ue per i chip, sfruttando le future opportunità commerciali e creando posti di lavoro di buona qualità.



Samsung abbandonerà Google per Bing?

Samsung sembrerebbe intenzionata ad abbandonare Google in favore di Bing. L'azienda di Mountain View starebbe pagando lo scotto per il ritardo sull'Intelligenza Artificiale rispetto a Microsoft, che ha già integrato Bing Chat (basato sul modello di ChatGpt) nel suo motore di ricerca. Il colosso di Redmond, inoltre, ha già in distribuzione il generatore di immagini Bing Creator (già attivo e liberamente utilizzabile) e una versione di test di Copilot (l'assistente IA nelle app Microsoft 365).

Secondo il New York Times, Google sarebbe pronta a lanciare nuove funzionalità legate all'Intelligenza Artificiale il mese prossimo (il nome in codice sarebbe 'Project Magi'), che saranno disponibili per un milione di utenti Usa.

Sempre dal New York Times viene il rumor a proposito di un possibile allontanamento di Samsung da Google, in favore di un passaggio a Bing. La società di Mountain View ha un contratto con la società coreana per cui paga circa 3 miliardi di dollari all'anno per essere impostato come motore di ricerca predefinito sugli smartphone; un contratto simile con Apple le costa invece 20 miliardi di dollari. Le voci su un cambio di rotta hanno già provocato un crollo fino al 4% nell'andamento del titolo di Google a Wall Street.

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

AI, come si muovono gli altri Paesi?

Dopo l'intervento del nostro Garante della Privacy, si accende il dibattito intorno ai sistemi di Intelligenza Artificiale. Che potrebbe portare presto Uk, Francia e Germania a limitazioni nell'utilizzo e nell'accesso a ChatGpt.

di Alberto Bellagente

Iniziamo col precisare una cosa. L'Italia non ha vietato ChatGpt, il popolare chatbot di intelligenza artificiale della startup statunitense OpenAI. Il Garante per la Privacy ha ordinato a OpenAI di interrompere temporaneamente il trattamento dei dati degli utenti italiani, nell'ambito di un'indagine su una presunta violazione delle norme europee in materia, che sono più severe di quelle statunitensi. L'autorità di controllo ha citato una violazione dei dati di OpenAI che consentiva agli utenti di visualizzare i titoli delle conversazioni che altri utenti stavano intrattenendo con il chatbot. "Sembra che non vi sia alcuna base giuridica alla base della raccolta e dell'elaborazione massiccia di dati personali al fine di 'addestrare' gli algoritmi su cui si basa la piattaforma", ha dichiarato il Garante in un comunicato.

Il Garante ha anche espresso preoccupazione per la mancanza di limiti di età su ChatGpt e per il modo in cui il chatbot può fornire informazioni di fatto non corrette nelle sue risposte. OpenAI, che è sostenuta da Microsoft, rischia una multa di 20 milioni di euro, pari al 4% del suo fatturato annuo globale, se non porrà rimedio alla situazione entro 20 giorni. Questi i fatti. A oggi gli utenti italiani possono comunque accedere attraverso una Vpn, server virtuale che simula un ingresso da un luogo diverso dall'Italia.

L'Italia non è però l'unico Paese a fare i conti con l'attuale regime di deregulation che ha permesso all'Intelligenza artificiale di diventare rapidissimamente l'applicazione in cui le Big Tech ripongono le loro speranze di gonfiare nuovamente i forecast diventati carta straccia dopo che si è acclarato che il metaverso non avrebbe prodotto ricavi nel medio periodo. Nel Regno Unito è stato appena annunciato un piano di regolamentazione dei diversi settori in cui è possibile applicare l'Intelligenza Artificiale. Grande attenzione è posta sulle informazioni fornite agli utenti, che dovranno garantire la libertà di prendere autonomamente le decisioni più rilevanti. Il resto dell'Europa dovrebbe adottare una posizione molto più restrittiva. L'Unione Europea, che è spesso in prima linea quando si tratta di regolamentazioni tecnologiche, ha proposto una legislazione innovativa, l'European AI Act, che andrebbe a limitare fortemente l'uso dell'Intelligenza Artificiale nelle infrastrutture critiche, nell'istruzione, nelle forze dell'ordine e nel sistema giudiziario.

Mentre Bruxelles lavora sulla normativa, alcuni Paesi membri guardano comunque a quanto fatto dal nostre Garante. "In linea di principio, una procedura simile è possibile anche in Germania", ha dichiarato Ulrich Kelber, Commissario federale tedesco per la protezione dei dati, al quotidiano Handelsblatt. Le autorità francesi e irlandesi per la tutela della privacy hanno contattato le loro controparti in Italia per saperne di più sui risultati. Il Garante svedese per la protezione dei dati ha invece escluso un divieto. L'Irlanda è di solito l'autorità di regolamentazione più attiva quando si tratta di privacy dei dati. Negli Usa, il National Institute of Science and Technology ha presentato un quadro nazionale che fornisce alle aziende che utilizzano, progettano o implementano sistemi di Intelligenza Artificiale indicazioni sulla gestione dei rischi e dei potenziali danni. L'adesione è però su base volontaria, il che significa che le aziende non dovranno affrontare alcuna conseguenza in caso di mancato rispetto delle regole.

Infine, ChatGpt non è disponibile in Cina, né in vari Paesi con una pesante censura su Internet come Corea del Nord, Iran e Russia. Non è ufficialmente bloccato, ma OpenAI non permette agli utenti del Paese di iscriversi. Però diverse grandi aziende tecnologiche cinesi stanno sviluppando delle alternative.

Chi ha paura dell'Intelligenza artificiale?

Uno stop di almeno sei mesi nello sviluppo dell'AI. È quanto chiede una lettera aperta di Future of Life Institute, sottoscritta da Elon Musk e da molti autorevoli ricercatori.

di Tommaso Stigliani

"Fermiamo temporaneamente le AI prima che divengano troppo intelligenti". È quanto chiede Elon Musk, unitamente a oltre mille persone, che hanno condiviso una lettera dell'organizzazione no-profit Future of Life Institute (FoLI). Un gruppo di esperti, infatti, ritiene che siano necessari sei mesi di stop nello sviluppo dei sistemi che hanno potenza maggiore di Gpt-4 di Open-Ai. Questa pausa deve essere pubblica e verificabile e deve includere tutti gli attori chiave. Se non potesse essere messa in atto rapidamente, i governi dovrebbero intervenire e istituire una moratoria.

"L'intelligenza artificiale, che comprende tutto, dagli algoritmi di raccomandazione alle auto a guida autonoma, sta facendo passi da gigante", si legge nel sito di FoLI. "Oggi abbiamo sistemi di AI ristretta, che eseguono compiti isolati. Questi comportano già rischi importanti, come l'erosione dei processi democratici, i crolli finanziari o la corsa agli armamenti da parte di armi autonome. In prospettiva, molti ricercatori stanno perseguendo la cosiddetta 'Agi', un'intelligenza artificiale generale in grado di svolgere un'ampia gamma di compiti cognitivi al pari o meglio degli esseri umani. Una volta che i sistemi di AI saranno in grado di progettare sistemi più intelligenti, potremmo assistere a una vera e propria 'esplosione dell'intelligenza', che potrebbe rapidamente lasciarsi l'umanità alle spalle. Questo potrebbe sradicare la povertà o la guerra, ma potrebbe anche sradicare noi stessi".

Il rischio non deriverebbe "dalla potenziale cattiveria o dalla coscienza dell'intelligenza artificiale, ma dalla sua competenza" – in altre parole, "non da ciò che sente, ma da ciò che fa". Gli esseri umani potrebbero, ad esempio, "perdere il controllo di un sistema ad alte prestazioni programmato per fare qualcosa di distruttivo, con un impatto devastante". E anche se un'IA è programmata per fare qualcosa di benefico, potrebbe comunque sviluppare un metodo distruttivo per raggiungere l'obiettivo. "L'IA non ha bisogno di coscienza per perseguire i suoi obiettivi, così come non ne hanno bisogno i missili a guida infrarossa. Allo stesso modo, il pericolo non è rappresentato dai robot in sé, ma dall'intelligenza stessa, che non ha bisogno di altro che di una connessione a Internet per arrecare danni incalcolabili".

La lettera è firmata, tra gli altri, anche dai ricercatori di Alphabet che lavorano a Deep Mind, e dai vertici di Stability AI, che ha messo a punto Stable Diffusion, il modello di apprendimento automatico che consente di ricavare immagini dettagliate partendo da indicazioni testuali.

L'appello rimarca la necessità che lo sviluppo dell'intelligenza artificiale sia consentito allorché vi saranno maggiori elementi a conferma della possibilità di gestire in maniera positiva e risolutiva i rischi connessi all'implementazione di abilità ancora più avanzate. Viene inoltre sottolineato come le attività legate all'AI siano sotto il profilo decisionale nelle mani di iniziative private, senza che vi sia un sistema di controllo con a capo una leadership riconosciuta.

Viene richiamato in tal senso un post di Sam Alman, ad del laboratorio di Open AI, che ha sviluppato Gpt, il modello linguistico su cui si fonda ChatGpt, il chatbot più utilizzato. Alman scrive: "l'AI comporta un serio rischio di uso improprio, di incidenti violenti e di disordini sociali. Poiché i vantaggi dell'AI sono così grandi, non crediamo che sia possibile o auspicabile che la società fermi per sempre il suo sviluppo; al contrario, la società e gli sviluppatori devono trovare il modo di farlo correttamente". Va però precisato che a oggi Open AI non è tra i firmatari della lettera di Future of Life Institute...

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

Perché l'Ue vuole il Cyber Resilience Act

Rafforzare la sicurezza per cittadini e imprese.
È questo l'obiettivo della proposta di riforma che la Commissione europea ha presentato lo scorso 15 marzo, dopo l'aggiornamento prodotto dal Gruppo Cyber.

di Andrea Boscaro *

È in corso un cambiamento di scenario mondiale per cui i confini digitali stanno diventando rilevanti tanto quanto quelli fisici. Lo ha affermato il vice segretario generale della Nato, Mircea Geoana, e lo confermano i dati registrati da Check Point Research, secondo cui nel 2022 vi è stata a livello globale una crescita del 40% degli attacchi informatici. In un contesto simile, imprese e privati sono coinvolti in prima persona perché esposti a criticità che rendono necessarie strategie di difesa finalizzate a garantire la sicurezza e la continuità operativa. La natura di tale rivoluzione è profondamente geopolitica: proprio per la labilità dei confini digitali, diventa sempre più centrale la protezione di aziende e cittadini anche quando non si trovano nei Paesi più vicini al conflitto in Ucraina. A livello pubblico, è esemplare la deliberazione del governo lettone di spostare parte delle sue risorse in cloud su server ubicati in Lussemburgo.

In questa situazione va letta l'introduzione del Cyber Resilience Act, la proposta di riforma della Commissione europea che lo scorso 15 marzo ha avuto un importante aggiornamento nel documento rilasciato successivamente alla sua discussione in seno al Gruppo Cyber, organo tecnico del Consiglio europeo. Il provvedimento si pone il compito di offrire regole comuni alle aziende - produttrici, importatrici e imprese impegnate sul fronte dello sviluppo software - affinché i beni che presentano una connessione in rete siano improntati al rispetto della cyber security, e quindi alla sicurezza per i cittadini del continente e per le organizzazioni che vi operano.

Uno degli aspetti centrali della riforma, che abbraccia non solo i dispositivi di comunicazione digitale, ma anche tutti i beni connessi in rete e improntati al modello dell'Internet of Things, è l'impegno richiesto alle aziende fornitrici ad accrescere il contrasto alla vulnerabilità dei beni agli attacchi informatici lungo tutto il ciclo di vita del prodotto. I soggetti coinvolti saranno pertanto chiamati non solo a fornire inizialmente una dichiarazione di conformità e una valutazione dei rischi, ma a mettere periodicamente a disposizione manuali di istruzione e aggiornamenti continui dei software che ne gestiscono la connessione online, volti a preservare nel tempo gli aspetti di sicurezza in relazione ai rischi noti. L'ultima versione della proposta prevede, in particolare, che le imprese impostino l'installazione dell'aggiornamento necessario a preservare un elevato livello di sicurezza come opzione predefinita "con un meccanismo di opt-out chiaro e facile da usare".

Il Cyber Resilience Act, un provvedimento che incrocia proposte al momento in discussione come l'AI Act o norme complesse come il Gdpr, muove dalla consapevolezza secondo la quale – per usare le parole della presidente della Commissione europea Ursula von der Leyen – "se tutti gli oggetti sono connessi, allora ogni oggetto può essere oggetto di hacking". Per questo motivo le categorie di imprese coinvolte dal provvedimento, pur escludendo coloro che gestiscono siti web o servizi in cloud non collegati con beni fisici, sono numerose, e vanno dai produttori di dispositivi digitali a chi produce sensori, da chi crea o importa sistemi di telecomunicazione a chi ne sviluppa o integra il software e si pone il compito di superare le molteplici normative nazionali per definire standard validi in tutto il mercato comune e per attribuire la responsabilità del loro rispetto non sono nella fase di commercializzazione, ma nelle successive fasi di uso e aggiornamento, senza il limite dei cinque anni che era stato inizialmente inserito in sede di proposta.

La profondità della riforma si inserisce poi in una vera e propria strategia di resilienza digitale che l'Europa ha deciso di intraprendere e che non può avere nelle aziende non coinvolte dalla norma dei soggetti esclusivamente passivi. Il fatto che ben il 28% delle Pmi europee abbiano subito nel 2022, secondo Eurobarometer, almeno un attacco informatico, comporta che una cultura della *cyber security* debba essere promossa in modo capillare: proteggersi da attacchi informatici come il *phishing*, i *malware* e i *ransomware* e difendersi dalle campagne di disinformazione e dalle tecniche di *social engineering* che possono avere luogo via mail e sui social media invocano una responsabilità che non può che essere diffusa lungo tutti i processi aziendali e consolidarsi nella sensibilità di ogni lavoratore. Se pensiamo che la password più diffusa al mondo sia '123456' e che, fra i primi posti, si colloca il termine 'password', risulta chiaro che nessuna norma sarà efficace se non sarà affiancata dalla diffusa consapevolezza dei danni finanziari, di reputazione che la vulnerabilità delle infrastrutture e il rischio della perdita di dati può produrre. In quest'ottica, una strategia di resilienza digitale deve includere l'accrescimento di competenze e la maturazione del ruolo che le 60mila imprese europee impegnate nella cyber security possono rivestire nella società e nell'economia europee.

Tale strategia, la cui governance coinvolge la fitta rete di agenzie europee e nazionali che si occupano di cyber security così da facilitarne la collaborazione, rientra nel più vasto raggio di iniziative che vanno dagli investimenti necessari ad accrescere le risorse e le competenze necessarie alla produzione di chip in Europa, alle scelte improntate alla sovranità digitale dei dati dei cittadini europei, del loro accesso e del loro trattamento che tanta parte hanno fra le norme più discusse a livello europeo.

Il conflitto in Ucraina ha rappresentato un fattore di accelerazione di queste scelte. Non solo perché la guerra ha avuto fin dall'inizio una connotazione ibrida, ma anche perché non secondario è il ruolo svolto dalle piattaforme digitali per preservare, proteggere e permettere la continuità delle imprese e delle organizzazioni ucraine di fronte agli attacchi russi. Il fatto infine che, grazie alla collaborazione di attori pubblici e privati, sono stati conservati online i documenti e le immagini che testimonieranno i crimini di guerra alla fine del conflitto permette di capire che il digitale non ha a che fare solo con la sicurezza, ma anche con la giustizia.

** Andrea Boscaro è un formatore ed esperto di temi legati all'e-business, al mondo dei social media e dell'editoria digitale. È l'autore dei volumi 'Marketing digitale per l' e-commerce. Tecniche e strategie per vendere online', 'Tecniche di web-marketing' (www.facciamoecommerce.it), 'Portare clienti nel nostro negozio con Internet', 'Fare politica Digitale' e coautore di 'Effetto Digitale', editi da Franco Angeli. Ha fondato ed è partner della società di formazione e consulenza dedicata al marketing digitale The Vortex. Insegna alla 24 Ore Business School*

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

L'eccellenza secondo Cellularline

La società specializzata in accessori entra nel 2023 forte di una serie di proposte dall'alto contenuto tecnologico. Senza dimenticare la formazione sul punto vendita, sempre più indispensabile. Intervista a Marco Cagnetta, ceo sales & marketing.

MARCO CAGNETTA

di Annalisa Pozzoli

Portare più valore al business, grazie a una miglior soddisfazione degli utilizzatori finali di device e accessori, è la mission di Cellularline, che ha cominciato il 2023 con tutta una serie di nuove proposte legate alle più recenti innovazioni nel mondo degli smartphone. A partire dalla gamma di cover e accessori ideata per l'uscita della serie Samsung S23, passando per le novità di prodotto dedicate all'ecosistema MagSafe. Ricca anche la proposta rivolta alla ricarica, come la station desk Magnus da 100watt con tecnologia GaN. Un anno particolarmente vivace lo vivrà anche Music Sound, altro marchio dell'azienda emiliana dedicato al comparto audio che si rimette a nuovo mostrando un riposizionamento con l'obiettivo di parlare a un target più allargato e in un modo più efficace. Questo grazie ad un nuovo logo, una nuova veste grafica e a nuove gamme di prodotti coerenti con la nuova identità. Ma, oltre all'offerta di prodotti e accessori sempre innovativi, Cellularline ha anche l'obiettivo dichiarato di consolidarsi sempre più come un'organizzazione con impatto positivo dal punto di vista ecologico e sociale. Coniugando la capacità di intercettare le esigenze del mercato con l'ambizione di rappresentare un punto di riferimento anche come azienda etica e responsabile. Hitech Magazine ne ha parlato con Marco Cagnetta, ceo sales & marketing Cellularline Group.

A inizio marzo avete organizzato, per la seconda volta, il vostro evento Live the Excellence, dedicato ai partner del retail. Com'è andata?

Lo scorso anno l'idea di creare un evento ad hoc a Reggio Emilia, presso Ruote da Sogno, non era scontata, dopo due anni di mancate fiere. Eppure, i riscontri sono stati clamorosi. Non solo siamo riusciti a incontrare tutti i nostri clienti, ma a partecipare sono stati soprattutto i top manager, con cui non si è parlato solo di prodotto, ma anche di scelte strategiche per sviluppare il business. Da qui, l'idea di riproporre l'esperienza anche per il 2023, con un'ampia area dedicata al prodotto, ma anche con spazi in cui parlare di sviluppo del business, dai servizi all'attach rate. E oggi possiamo vantare un portfolio di brand in grado di presidiare i diversi canali in maniera specifica. Tutte le acquisizioni che abbiamo portato a termine sinora sono avvenute puntando su aziende che avessero un'eccellenza specifica. Presidiando dei canali in cui storicamente eravamo meno presenti, vedi ad esempio il travel retail.

Come vedete oggi il mercato?

È potenzialmente infinito. Oggi stanno prendendo sempre più piede i modelli al di sopra dei 600 euro, per cui si hanno delle aspettative di utilizzo rilevanti. Probabilmente sono dispositivi che verranno impiegati per un tempo più prolungato rispetto al passato. E così il semplice cavetto non basta più, ad esso si aggiungono magari un caricatore aggiuntivo, una protezione dello schermo, la cover, gli auricolari probabilmente un supporto auto. Ma se osserviamo i dati GfK sul rapporto tra accessori e telefoni venduti, siamo al di sotto dell'1:1. La proposta di accessori è ciò che in un canale di vendita può davvero fare la differenza quando viene acquistato uno smartphone. Il limite siamo noi, se non utilizziamo tutte le armi a nostra disposizione per presidiare questo tipo di necessità.

Alla luce di questo, come vi state muovendo sul retail?

Stiamo cercando di fare formazione: i nostri uomini sempre più indirizzano i commessi verso gli accessori da abbinare a quel determinato telefono. Capita spesso che gli utenti finali non sappiano bene quali siano le caratteristiche e le performance dei loro smartphone. C'è quindi ancora tanto lavoro da fare in questo senso.

Quali tipi di servizi offrite ai vostri clienti?

Da sempre abbiamo abbinato al prodotto il servizio al trade, che inizialmente era inteso come gestione dello scaffale in un'esposizione con logiche di merchandising evoluto. Questo è un merito che ci è stato sempre riconosciuto. Ma si tratta di un processo di miglioramento costante: continuano a nascere nuove categorie, e sta a noi cercare di capire come inserirle e integrarle, come rendere più 'parlante' lo scaffale, e così via. Poiché non è importante solo il libero servizio, da qualche tempo abbiamo cominciato ad attivare una serie di abilitatori del punto vendita: abbiamo formato la nostra forza vendita a formare a sua volta. Stiamo anche cominciando a misurare le performance dei negozi non solo in termini di vendite, ma anche di rotazione del prodotto. Abbiamo dismesso gli obiettivi di fatturato per puntare maggiormente su quelli di performance, o di gestione efficace della gamma, dell'assortimento, dello stock. Attraverso un monitoraggio continuo, individuiamo quali sono i negozi più performanti, cercando di capirne i motivi, e poi riportando le best practice sui clienti in maggiore difficoltà.

Il vostro claim è 'Live the Excellence': quali sono le vostre eccellenze oggi?

Per noi perseguire l'eccellenza assoluta è come un mantra, perché non riguarda solo il prodotto, ma anche e soprattutto aspetti come l'interfacciarsi con i partner commerciali, sviluppare nuove idee, valorizzare l'offerta di prodotto, soddisfare meglio chi entra in negozio, migliorare l'esperienza di acquisto online, rendere più efficienti i processi di logistica, evitando rotture di stock. L'eccellenza la viviamo a 360°. Anche per quanto riguarda la sostenibilità ci siamo posti degli obiettivi molto elevati. Ogni anno pubblichiamo uno score che traccia i nostri progressi non solo dal punto di vista del prodotto, ma anche rispetto a quanto facciamo per l'ambiente.

Come vi state muovendo dal punto di vista della sostenibilità?

Nell'ultimo anno abbiamo ridotto di oltre il 60% la plastica presente nel packaging. Oggi le nostre confezioni sono al 90% full paper, certificata Fsc. Ci stiamo attivando anche sui prodotti stessi: quasi tutte le nostre cover hanno ormai una percentuale in plastica riciclata, così come i caricatori.

Quali sono le sfide che vedete in questo momento nel mercato mobile?

Visto che il mercato mobile è in calo in termini di pezzi venduti, ma aumenta il valore dei singoli dispositivi, bisogna riuscire a 'umanizzare' l'utilizzo dello smartphone. In pratica: rendere la tecnologia più vicina alla quotidianità, attraverso l'ausilio di una serie di strumenti che noi proponiamo e che possono semplificare, ma anche amplificare, l'utilizzo dello smartphone. La vera sfida, che vogliamo portare al tavolo di discussione con i nostri partner, è riuscire a soddisfare meglio questa esigenza, che non è evidente ai più. La scommessa è trovare il limite, se c'è, tra l'accessorio e il telefono.

Obiettivi per il 2023?

Abbiamo chiuso il 2022 con un forte aumento del fatturato, e per il 2023 prevediamo una crescita altrettanto rilevante. Ci tengo a precisare che si tratta di una crescita sana: stiamo ampliando il nostro raggio d'azione sia all'interno delle stesse superfici in cui eravamo già presenti, ma anche acquisendo nuovi punti vendita e spingendoci verso l'internazionale.

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

SPECIALE SPORT LIFESTYLE & E-MOBILITY

UNA GUIDA PRATICA PER BUYER E RETAILER

A cura di Annalisa Pozzoli e Margherita Bonalumi

da pagina 9 a pagina 15

ACCESSORI

Celly

Zaino linea Pantone

Prosegue la collaborazione tra Celly, marchio italiano di accessori per smartphone del Gruppo Esprinet, e Pantone, azienda statunitense specializzata nella catalogazione e comunicazione dei colori. Versatile, resistente e colorato: lo zaino della linea Pantone è perfetto per lavoro e tempo libero. Maniglie rinforzate, spallacci imbottiti e tasche esterne con chiusura a zip lo rendono estremamente funzionale per le attività quotidiane. La tasca interna permette di posizionare un notebook fino a 16'', mentre la presa Usb offre la funzione di ricarica (powerbank non incluso). Disponibile nelle colorazioni fucsia, blu e azzurro.

Puro

Zaino Porta Pc Fino A 15,6”
Byday Classic

Dal design unico e ricercato, questo zaino è realizzato in eco-pelle ed è disponibile in tre colorazioni: Blu, Nero e Rosso. Presenta delle pratiche tasche multiuso in cui riporre Pc fino a 15,6”, tablet e oggetti personali, disponendo tutto in modo compatto e ordinato. Leggero ed ergonomico, ha uno schienale traspirante e spallacci regolabili. La comoda fascia trolley presente sulla parte posteriore dello zaino consente di agganciarlo alla valigia per evitare cadute accidentali. Sulla parte posteriore è inoltre presente una tasca segreta dove si può riporre portafoglio o documenti in totale sicurezza. Sul fianco c’è una doppia porta Usb-A per ricaricare comodamente lo smartphone e un ingresso Usb Type-C per caricare la power bank tenendola all’interno dello zaino.

Thule

Covert 32L

Stile, organizzazione e sicurezza: sono questi i concetti che Thule ha seguito nel progettare gli zaini della collezione Covert. Pensati per chi vive in continuo movimento, sono realizzati in materiale resistente e sono dotati di pratiche tasche utili in ogni situazione. I modelli Thule Covert DSLR Backpack sono zaini dotati di grande versatilità e stile e sono perfetti per portare con sé la macchina fotografica e altri oggetti utili. L’accesso laterale permette di arrivare alla fotocamera in pochi attimi e di riporla velocemente quando non serve. Gli zaini sono dotati di una speciale fondina imbottita, che può essere estratta dallo zaino e che si può indossare a tracolla: una possibilità gradita a tutti coloro che desiderano portare con sé solo l’essenziale per fotografare senza l’ingombro degli altri accessori. Internamente, gli zaini Covert sono organizzati in modo che tutto sia sempre ordinato e facile da trovare: per questo motivo hanno tasche imbottite per laptop e tablet, divisori in tessuto a rete e una tasca più piccola posta nella parte anteriore, pensata per piccoli oggetti come chiavi o telefono. La tasca laterale espandibile, infine, permette di portare anche una borraccia o, se necessario, di riporvi il treppiede ripiegato, che può essere tenuto fermo da apposite fasce elastiche.

ACTION CAM

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 supporta nativamente la tecnologia di ricarica rapida: può essere caricata fino all'80% in soli 18 minuti. Dal punto di vista del software ha un sistema di stabilizzazione completo, con diverse funzioni quali Rocksteady 3.0 e HorizonSteady, per eliminare il rumore di video e immagini.

GoPro

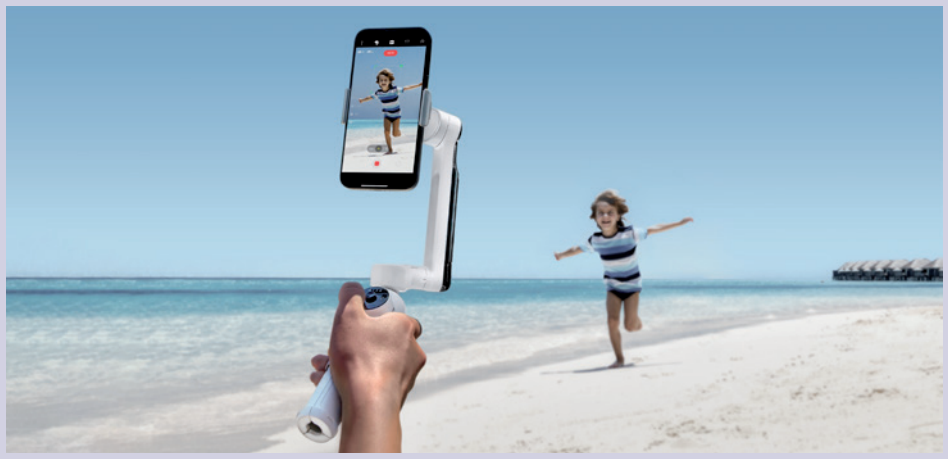
Hero11 Black Mini

Questa versione – più piccola e leggera della fotocamera di punta del brand – è pensata per gli atleti e gli amanti dell'avventura alla ricerca di una fotocamera GoPro più compatta, facile da utilizzare grazie a un unico pulsante di registrazione, ma comunque dalle stesse prestazioni della sorella maggiore, la Hero11 Black. Grazie alle sue dimensioni contenute e alle doppie guide di montaggio integrate, è l'ideale per le riprese in soggettiva e per un utilizzo più versatile. Hero11 Black Mini è dotata del nuovo sensore 8:7 progettato da GoPro, che offre la massima risoluzione, profondità di colore a 10 bit, livello di stabilizzazione e campo visivo mai proposti su una fotocamera Hero. Anche Mini è compatibile con la funzione Auto-Highlight: per chi ha un abbonamento a GoPro basterà collegare la Hero11 Black Mini per ricaricarla, e la fotocamera trasferirà i contenuti scattati nelle ultime ore sull'account cloud GoPro, dove verranno modificati in un video highlight che verrà inviato tramite l'app Quik.

Insta360

Flow

Uno stabilizzatore con tracciamento IA di Deep Track 3.0 per realizzare video di livello professionale con lo smartphone. Grazie al sistema di tracciamento automatico è possibile seguire del soggetto desiderato con una precisione senza pari, mentre la stabilizzazione a tre assi di ultima generazione garantisce delle riprese ultra-fluide. Integra tante modalità tra cui Hoop, Panorama, TimeShift, Timelapse Motion, Zoom Dolly. Una volta concluse le riprese, grazie a FlashCut si possono montare le clip a ritmo di musica, con transizioni ed effetti continui. Abbinato al selfie stick, al treppiede e al power bank integrati, Flow ha tutto ciò che serve per la creazione di contenuti video di livello professionale.



AUDIO

Amazon

Echo Buds

Auricolari wireless con qualità audio premium per un suono nitido ed equilibrato, tecnologia di cancellazione attiva del rumore, funzionalità di ricarica wireless, microfoni avanzati per chiamate di qualità e controllo vocale con Alexa. Attraverso quest'ultimo è possibile riprodurre playlist e podcast, effettuare chiamate, ritrovare gli auricolari con l'apposita funzione e molto altro. Inoltre, oltre a essere piccoli e leggeri, gli auricolari sono certificati IPX4 e testati quindi per resistere a schizzi, sudore e pioggia leggera. I nuovi Echo Buds sono disponibili in Nero o Bianco ghiaccio.

Final Audio

ZE3000

Le ZE3000 sono le cuffie stereo in-ear wireless dal corpo in resina plastica con finitura 'Shibo' (parola che in giapponese significa 'rugoso') e una forma spigolosa, con angoli vivi e pieghe che ricordano l'origami. Uno dei vantaggi del loro design è la semplicità di presa, oltre alla totale eliminazione della fastidiosa sensazione di avere un corpo estraneo nelle orecchie. Infatti, le ZE3000 sono modellate per avere solo tre punti di contatto, riducendo al minimo l'affaticamento di utilizzo e, al contrario della concorrenza, non dovranno mai essere inserite in profondità ma solo appoggiate, garantendo il massimo in termini di comfort e prestazioni acustiche. In quest'ottica, la scelta del giusto gommino in silicone – tra i cinque in dotazione – è fondamentale per soddisfare ogni vestibilità. Final Audio ZE3000 garantiscono chiarezza e dettaglio nel suono, con medio-alti ben presenti, basse frequenze veloci e precise e un'estensione notevole che non compromette la nitidezza. Completano la dotazione la compatibilità Bluetooth 5.2 e con qualsiasi smartphone, Apple e Android, anche attraverso l'applicazione Final Connect. Distribuite in Italia da Audiogamma.

LG

Earbuds wireless TF8

LG ha progettato queste cuffie con il duplice obiettivo di renderle comode da indossare preservandone la stabilità nelle orecchie durante l'attività fisica, che sia una corsa, una biciclettata in mountain bike o una sessione di allenamento in palestra. Per questo ha realizzato il design con tecnologia Swivel Grip: ruotando leggermente l'auricolare, una speciale pinna si infila nella piega dell'orecchio garantendo la massima stabilità e comfort di indossaggio, perché non fa pressione sul canale uditivo. Inoltre, il design Swivel Grip ha anche delle feritoie per favorire la circolazione dell'aria nell'orecchio, evitando l'eccessiva sudorazione durante gli allenamenti intensi. Le TF8 garantiscono prestazioni Anc di grande qualità e, grazie alla certificazione IP67, sono resistenti alla pioggia, agli schizzi, al sudore e alla polvere.

Cellularline

Vivid

Vivid è l'auricolare Bluetooth dotato di Anc, Active Noise Cancelling. Grazie all'innovativa tecnologia che riduce i rumori esterni, ci si può dedicare alla musica senza distrazioni, con dettagli più naturali e conversazioni più chiare e nitide per un audio avvolgente. La Trasparency Mode, invece, permette di ascoltare il mondo attorno: i microfoni esterni combinano i suoni dell'ambiente con la musica, creando un'esperienza d'ascolto naturale e consentendo di comunicare con le altre persone senza rimuovere gli auricolari. Vivid può contare su un play time di 3 ore e alla possibilità di ricarica fino a 6 volte degli auricolari, per un totale di 20 ore di libertà. I cuscinetti di varie dimensioni assicurano l'isolamento dal rumore e un suono di qualità assoluta.

Sbs

Twin Bugs Pro
Auricolari True Wireless Stereo in-ear

Gli auricolari Twin Bugs Pro in-ear offrono piena libertà di movimento mentre si fa sport e in ogni occasione. La tecnologia True Wireless Stereo permette di associarli comodamente tra di loro e agli altri dispositivi senza alcun filo. Sono stabili, pratici e tecnologici: perfetti per ogni tipo di allenamento. Grazie al design in-ear e ai due piccoli archetti in morbido silicone da avvolgere intorno all'orecchio si avrà un grip ottimale. Inoltre, all'interno della confezione si trovano tre paia di gommini esterni in silicone di diverse taglie (S, M, L) per indossare quella più adatta alle proprie necessità. Si possono ascoltare i propri brani e playlist preferite fino a 5 ore consecutive, rispondere o rifiutare chiamate, o ancora attivare l'assistente vocale con un solo gesto. Grazie al microfono integrato con controlli touch multifunzione, basterà un semplice click per gestire ogni tipo di azione e non interrompere così il proprio workout.

Kit con auricolari True Wireless Stereo e fasce elastiche

Il kit perfetto per allenarsi: insieme agli auricolari si trovano tre fasce elastiche di diverse resistenze con cui fare fitness. Incluso anche un manuale con tanti esercizi da consultare per allenarsi ovunque. La fascia grigia ha un livello di difficoltà leggero: allugandola si avrà una resistenza tra i 2,2 e i 4,5 chilogrammi. La fascia giallo fluo ha un livello di difficoltà intermedio: la resistenza varia tra i 6,8 e i 9 chilogrammi. La fascia nera infine ha un livello di difficoltà maggiore: la resistenza corrisponde infatti ad un peso tra i 13,6 e i 18 chilogrammi. Gli auricolari hanno un'autonomia fino a 3,5 ore consecutive. La custodia di ricarica da 300 mAh, al massimo della batteria, consentirà di estendere l'ascolto fino a 24 ore. Inoltre, grazie alla tecnologia True Wireless Stereo si associano comodamente tra di loro e ai dispositivi senza alcun filo e permettono di ascoltare la propria playlist preferita in modalità wireless fino a un raggio d'azione di 10 metri.

OnePlus

Nord Buds 2

Grazie al BassWave Enhancement, gli auricolari mantengono la qualità audio originale dei contenuti, offrendo agli utenti un'ampia gamma di bassi per un suono più intenso e bilanciato durante l'ascolto di musica e nelle chiamate. OnePlus Nord Buds 2, infatti, riduce i rumori di fondo grazie alla funzione Active Noise Cancellation, con profondità da 25 dB e processore dual-core. Il tutto senza però rinunciare alla sicurezza degli utenti: le OnePlus Nord Buds 2 presentano infatti la funzione Transparency Mode che consente di ascoltare la musica rimanendo consapevoli dell'ambiente circostante, delle voci esterne e dei rumori di fondo. La qualità audio è ulteriormente migliorata grazie alla Master Equalization: scegliendo tra diverse modalità – Balanced, Serenade, Bass e Bold – gli utenti possono infatti personalizzare la loro esperienza d'ascolto scegliendo quale qualità del suono mettere in risalto durante la riproduzione dei brani musicali.

Xiaomi

Buds 4 Pro

Grazie a funzioni Tws aggiornate e al design elegante, Xiaomi Buds 4 Pro offrono un'esperienza di ascolto in alta qualità. Xiaomi Buds 4 Pro incorporano la tecnologia Ldac di Sony, che consente una velocità di trasferimento dati fino a 990kbps e una profondità fino a 32 bit, oltre al supporto Hi-Res Audio Wireless. Sono dotate della funzione di cancellazione attiva del rumore con una profondità fino a 48dB, per isolare efficacemente gli utenti dalle interferenze indesiderate e bloccare le distrazioni anche nei contesti più caotici. La funzione Built-in Dimensional audio rileva i movimenti della testa degli utenti e regola di conseguenza il suono, garantendo la precisione di ogni dettaglio sonoro. Sono racchiuse in un'esclusiva custodia in stile 'capsula spaziale', con magneti multipli che li mantengono al sicuro e ne facilitano la rimozione a una sola mano. Sono disponibili in due colori: Star Gold e Space Black.

Sony

Auricolari true wireless WF-C700N

Questo modello Sony è l'ideale per chi vuole passare al mondo true wireless senza rinunciare a indossare un auricolare aderente e confortevole e a una qualità sonora immersiva, a prova di rumori esterni. Gli auricolari WF-C700N sono progettati per garantire comfort e stabilità a chiunque li indossi. La struttura, infatti, è stata messa a punto studiando approfonditamente la conformazione dei padiglioni e la sensibilità auricolare, grazie a un immenso patrimonio di dati che Sony ha iniziato a raccogliere nel 1982, anno di lancio dei primi auricolari al mondo. La funzione di cancellazione del rumore degli auricolari filtra i suoni indesiderati per lasciare spazio solo alla musica. Ma si può anche scegliere di non perdere del tutto il contatto con il mondo esterno attivando la modalità Ambient Sound. I nuovi WF-C700N sono dotati anche di Adaptive Sound Control, che rileva la posizione e l'attività dell'utente, per regolare di conseguenza le impostazioni relative ai suoni ambientali. La funzione è in grado di riconoscere i luoghi frequentati più spesso, come l'ufficio, la palestra o il bar preferito, e personalizzare il suono in base alla situazione.

Samsung

Galaxy Buds2 Pro

Galaxy Buds2 Pro sono i nuovi auricolari top di gamma di Samsung che offrono l'esperienza audio wireless più immersiva, 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. Perfetti per l'ascolto di musica I Galaxy Buds2 Pro sono dotati della nuova funzione Auto Switch per fornire una transizione rapida e senza sforzo, per passare dall'ascolto del proprio podcast preferito a una chiamata importante.

MOBILITÀ

Whyte

E-506 SUV

Questa e-bike urban dell'azienda britannica Whyte si contraddistingue per il comfort derivante da una geometria ispirata alla mountain bike, cui si aggiunge tutta la potenza del motore Bosch Performance Line CX 85Nm. Parafanghi, portapacchi e luci aiutano ad affrontare al meglio la quotidianità cittadina – scuola, shopping, lavoro e svago – o fughe in collina e in campagna nel fine settimana. Pneumatici larghi e voluminosi, forcelle RockShox per mountain bike con sospensioni adeguate, una posizione eretta e un telaio confortevole non solo rendono la E-506 SUV estremamente piacevole da guidare, ma aprono anche un intero mondo di strade secondarie, piste ciclabili, scorciatoie e sentieri per il trekking.

Meliconi

Linea di accessori MyBike

La Nuova Linea MyBike Meliconi si compone di sette referenze universali (cinque supporti e due accessori) per appendere, sorreggere e prendersi cura di qualsiasi tipologia di bicicletta. Che si tratti di una citybike, da corsa, elettrica o una trailbike, i supporti MyBike si adattano sia agli ambienti esterni che a quelli interni, integrandosi perfettamente a qualsiasi ambiente domestico. I supporti MyBike sono certificati e testati Tuv, creati con componentistica in collaborazione con partner affidabili e 100% made in Italy. La doppia verniciatura prevista su ogni prodotto garantisce una maggiore protezione anche in condizioni di particolare umidità. Tra le referenze, spicca il Supporto Salvaspazio per bicicletta da parete con piastra di alloggiamento inclinabile (per una elevata adattabilità ai diversi modelli) e con protezioni in gomma. Può essere comodamente richiuso a muro dopo l'utilizzo. La portata massima di 30 Kg lo rende adatto anche per e-bike.

Tenways

E-bike Ago X

Un modello versatile a motore centrale che coniuga affidabilità e divertimento. A differenza di altri modelli Tenways, Ago X presenta un'accoppiata di motore centrale Bafang M410 e trasmissione Shimano a 10 velocità. Con una coppia massima del motore di 80 Nm, questa configurazione è ottimizzata per le accelerazioni rapide, il trasporto di carichi pesanti e l'affronto di pendii ripidi con facilità. Il modello ha una struttura robusta, compatibile con una serie di accessori, ed è dotato di un portapacchi posteriore che può sopportare fino a 25 Kg di carico. I pneumatici antiforatura Cst da 29" garantiscono la trazione necessaria su qualsiasi superficie stradale. Le luci anteriori e posteriori conformi alla normativa Stvzo sono integrate nel telaio, mentre la sella Selle Royal e il manubrio riser assicurano una guida confortevole. Il sensore di coppia reattivo del motore Bafang garantisce un'esperienza di pedalata fluida e intuitiva, mentre per quanto riguarda l'autonomia, la batteria portatile da 504 Wh integrata è in grado di offrire fino a 100 km di pedalata assistita.

Segway-Ninebot

Max G2

Questo nuovo modello di kickscooter offre un motore a trazione posteriore con una potenza massima di 900W per affrontare salite del 22%, pneumatici tubeless autosigillanti da 10 pollici e un'autonomia maggiore, il tutto grazie alla tecnologia di nuova concezione chiamata RideyLong. Questa sincronizzazione tra il motore brushless ad alte prestazioni, pneumatici di nuova concezione con formula a lungo raggio e gli algoritmi di controllo ottimizzati offre un'autonomia extra-lunga fino a 70 Km con una sola carica. Inoltre, le sospensioni idrauliche anteriori e le sospensioni posteriori a doppia molla consentono di aggiungere ancora più comfort al viaggio. Gli indicatori di direzione integrati in un manubrio più largo, completo di sistema antifurto e di controllo della trazione (Tcs), garantiscono il massimo della sicurezza. Distribuito in Italia da Attiva.

Smartway

Monster Bike pieghevole M4R3ALW

Elegante, confortevole e pratica. M4 è il nuovo modello unisex, studiato per soddisfare le esigenze di tutti, grazie allo scavallo basso del telaio. M4 si distingue per il suo portapacchi con luce integrata e per il suo innovativo display Lcd a colori. Disponibile in bianco perla e rosso. Telaio pieghevole in alluminio, motore 36V/250W/ Brushless, forcella frontale ammortizzata. Cambio Shimano a 7 rapporti.

Legnano

eBike Fuoco

Fuoco è la mountain bike ideale per chi ama l'avventura e vuole vivere le sensazioni più dinamiche dello sport. Monta ruote da 29" e si basa su un motore centrale Oli Sport che, grazie agli 85 Nm di coppia massima e ai 5 livelli di assistenza, dà agli sportivi il giusto sostegno per raggiungere mete ambiziose. Inoltre, i 178mm di Q-Factor (la distanza orizzontale tra i due pedali) assicurano discese veloci e confortevoli come una mountain bike muscolare. Distribuita in Italia da Attiva.

Blubrake

Crescent Ellie

Ellie è la bici elettrica intelligente per chi vuole il meglio sul mercato in fatto di sicurezza. Con Blubrake Abs, è possibile pedalare modo più sicuro anche in caso di frenata brusca su fondo bagnato o ghiaioso. Inoltre, grazie all'app Connect di Crescent, il proprietario della e-bike sa sempre dove si trova la bicicletta. Se viene spostata, riceverà delle notifiche e potrà attivare con un click un blocco del sistema elettronico che ne interrompe l'alimentazione elettrica. Inoltre, in caso di caduta, verrà inviato un crash report via Sms ai contatti selezionati.

Merida

eSpresso Ccity 400 EQ

Per muoversi in città in modo intelligente, la eSpresso City 400 EQ di Merida abbina un design moderno a un motore a pedalata assistita fluido ma potente. Il telaio extra ribassato e dotazioni di serie come serratura, portapacchi, luci, parafanghi e cavalletto rendono molto più facile immergersi tra le vie urbane. Ad alzare ulteriormente il livello di questa city e-bike si aggiungono le componenti tecnologiche firmate dalla giapponese Shimano: l'unità motrice E6100 dedicata al trekking, una batteria da 504 Wh montata internamente e un cambio fluido a nove velocità..

Xiaomi

Electric Scooter 4 Pro

Il monopattino elettrico più potente di Xiaomi è dotato di un output massimo di 700W in grado di raggiungere una velocità massima di 25 km/h. Grazie alla batteria da 12.400 mAh, può coprire distanze fino a 55km con una carica, offrendo la potenza necessaria per superare con facilità pendenze fino al 20%. Rispetto ai modelli precedenti presenta dimensioni più ampie che gli consentono di sostenere un peso maggiore e, allo stesso tempo, di migliorare l'esperienza di guida dell'utente senza rinunciare però alla leggerezza, grazie a un corpo di alluminio aerospaziale che lo rende leggero, robusto e resistente alla corrosione. È pensato per offrire un'esperienza di guida affidabile: gli utenti hanno accesso in ogni momento sia alla velocità che alla sicurezza del mezzo, grazie al sistema frenante anteriore e Abs e a quello posteriore a doppio disco.

WEARABLE

Huawei

Watch Ultimate

Disponibile in due versioni, Voyage Blue ed Expedition Black, questo smart watch può essere indossato durante l'esplorazione di terreni rocciosi e deserti caldi, così come sfoggiato durante una cena di gala e nella vita di tutti i giorni. Huawei Watch Ultimate ridefinisce lo standard delle prestazioni di resistenza all'acqua per smartwatch adatti a immersioni fino a 100 metri. Tante le caratteristiche migliorate per accompagnare gli utenti nei propri allenamenti, anche quelli più avventurosi. Grazie alle funzionalità di posizionamento Gnss a cinque sistemi di precisione in doppia frequenza, offre una visualizzazione di livello professionale dei dati in situazioni outdoor. Lo smartwatch registra accuratamente la traiettoria del movimento attraverso punti di marcatura, supportando con precisione la navigazione dei punti contrassegnati e le traiettorie registrate per poter tornare facilmente al punto di partenza o a qualsiasi luogo precedente.

Redmi

Smart Band 2

Dotata di più di 30 diverse modalità di allenamento, di cui 10 dedicate ai principianti, Redmi Smart Band 2 è il device perfetto per gli amanti dello sport. L'ampio schermo TFT dinamico da 1,47" garantisce un'ottima esperienza visiva, vantando una scelta tra oltre 100 quadranti personalizzabili e un'esperienza d'uso confortevole, grazie a un design leggero e facile da indossare, assicurato da un corpo ultrasottile di soli 9,99 mm, perfetto per accompagnare qualsiasi movimento. Redmi Smart Band 2 offre anche funzioni complete di monitoraggio della salute che vanno dal rilevamento della SpO2 e della frequenza cardiaca giornaliera, fino al monitoraggio avanzato del sonno.

Sbs

Vital Fit Fitness Tracker

L'orologio sportivo ideale per uno stile di vita sano improntato all'attività fisica. Oltre alle funzioni dedicate al fitness, questo accessorio è utile per avere sempre sott'occhio molte notifiche utili. Consente infatti di controllare informazioni come passi e distanza percorsa, nonché le calorie consumate durante l'attività fisica. Selezionando la funzione Heart Rate dal display Lcd a colori, inoltre, si potrà rilevare anche la frequenza cardiaca. Le notifiche in arrivo riguardanti social network (WhatsApp, Facebook, Facebook Messenger e Twitter), sms e chiamate sono sempre a portata di mano. Vital Fit Fitness Tracker può valutare la qualità del sonno, distinguendo sonno leggero e profondo, e ricordare di fare movimento nel corso della giornata.

Samsung

Galaxy Watch5 Pro

Galaxy Watch5 Pro è l'ultima novità nella gamma Galaxy Watch. Robusto e nato per durare, vanta la maggiore autonomia mai riservata a un Galaxy Watch. Realizzato in vetro zaffiro rinforzato, più robusto e in grado di resistere in modo efficace a qualsiasi tipo di usura, è dotato di una cassa in titanio, con ghiera touch sporgente a protezione del display. Inoltre, l'utente può approfittare dei vantaggi offerti da GPX, per la prima volta disponibile sui dispositivi Galaxy Watch. Durante un'uscita per un'escursione, è possibile registrare e condividere le proprie esperienze con i compagni di avventura grazie alla funzionalità Itinerario dell'app Samsung Health, tenendo gli occhi fissi sul sentiero e non sulla mappa grazie alle intuitive indicazioni Turn-by-turn. Al momento di rientrare, Galaxy Watch5 Pro riporterà l'utente alla base senza intoppi con la funzionalità Track back, che lo guiderà a ritroso lungo il percorso.

Withings

Scanwatch

Uno smartwatch ibrido 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. Disponibile in nero e in bianco.

approvalo

Capire se i tuoi prodotti piacciono è semplice.

Entra in contatto con approvalo.it

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

Amazon affossa la legge green

Bocciata la normativa in Oregon contro le emissioni di carbonio prodotte dai nuovi data center e dall'estrazione di criptovalute. Un risultato politico frutto – per alcuni – di un'aggressiva attività di lobbying da parte della big tech...

di Andrea Dusio

Fine della corsa per la legge che in Oregon voleva limitare le emissioni di carbonio prodotte dai nuovi data center e dall'estrazione di criptovalute, strutture che sono sorte rapidamente in tutto lo Stato grazie al costo relativamente basso dell'energia e agli incentivi fiscali favorevoli. Il disegno di legge avrebbe richiesto che gli operatori di questi due ambiti fossero interamente alimentati da fonti energetiche pulite entro il 2040, in linea con gli obiettivi climatici dell'Oregon stabiliti nel 2021. Invece, lunedì 10 aprile il disegno di legge, noto come HB 2816, è stato bocciato in una commissione legislativa. I sostenitori della misura puntano il dito sull'aggressivo lavoro di lobbying di Amazon, che gestisce diversi centri dati nello Stato, quale uno dei principali responsabili della bocciatura della legge.

L'opposizione del colosso dell'e-commerce alla misura sull'energia pulita è in contrasto con la sua più ampia spinta a migliorare il proprio impatto ambientale. L'azienda si è impegnata a diventare neutrale dal punto di vista delle emissioni di carbonio entro il 2040, come parte del suo impegno per il clima lanciato nel 2019. La società afferma inoltre di essere in procinto di utilizzare il 100% di energia rinnovabile in tutte le sue attività entro il 2025, e di essere il più grande acquirente aziendale di energia green.

"Dal primo momento in cui abbiamo cominciato a parlare di questa legge, Amazon ha iniziato a organizzarsi contro di essa", ha dichiarato in un'intervista Pam Marsh, rappresentante democratica eletta nel quinto distretto dello Stato dell'Oregon, e co-firmataria della legge HB 2816. Secondo quanto riporta una fonte autorevole come la Cnbc, i rappresentanti della Oxley & Associates, una società di lobbying ingaggiata da Amazon, sono stati avvistati nei corridoi del Campidoglio di Salem (capitale di Stato dell'Oregon), intenti a parlare con i membri della commissione legislativa statale che avrebbe esaminato la proposta.

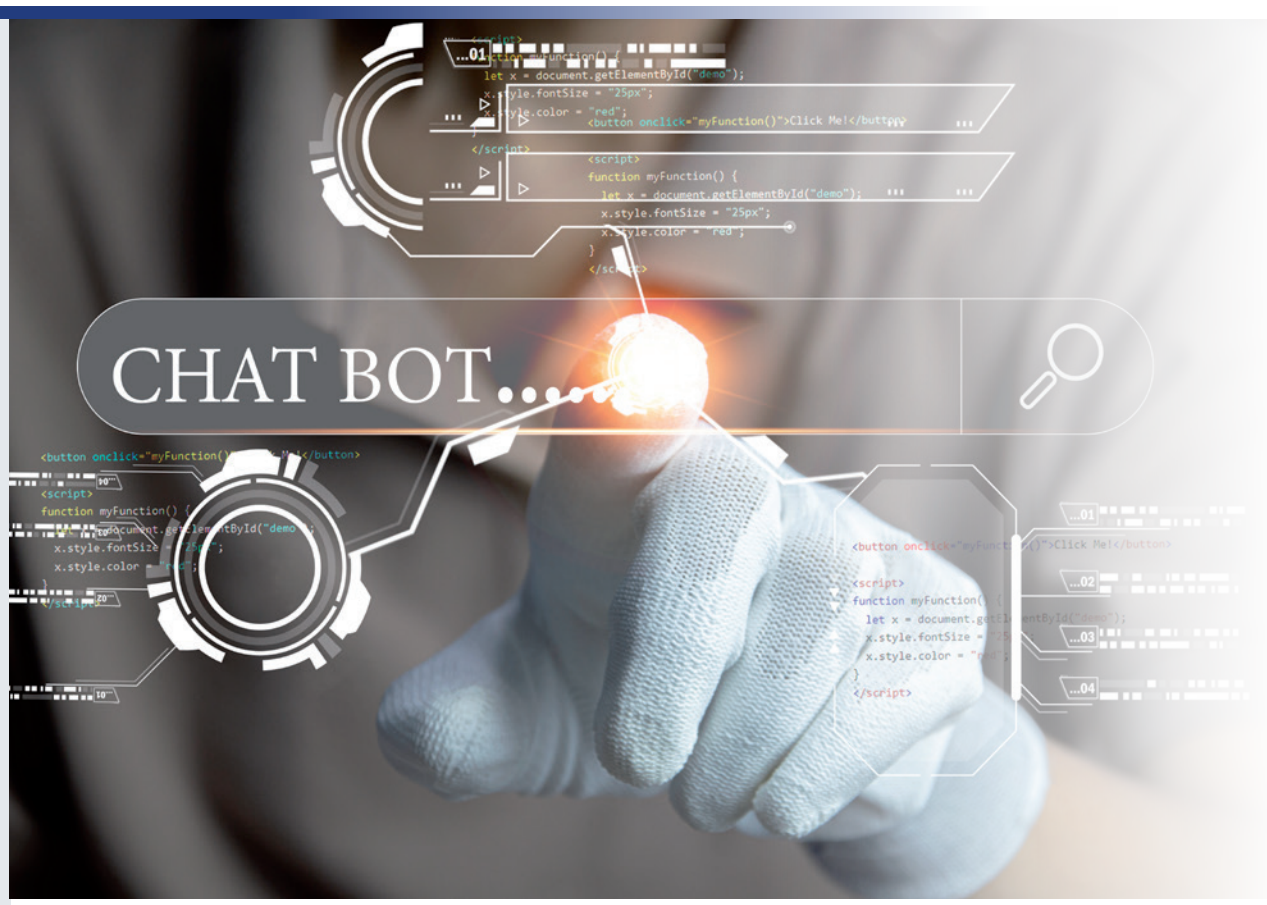
Dal canto suo, il portavoce di Amazon Web Services, David Ward, ha rifiutato di commentare le voci intorno all'attività di lobbying, ma ha riconosciuto l'opposizione di Amazon alla misura normativa, affermando che essa non affronta un tema centrale come la costruzione delle infrastrutture necessarie per portare più energia pulita nella rete elettrica degli Stati Uniti.

"La costruzione di nuovi progetti rinnovabili richiede investimenti infrastrutturali nella rete, e oggi ci sono ostacoli in temi critici come permessi e interconnessione", ha dichiarato Ward in un comunicato. "Accelerare le autorizzazioni per le infrastrutture energetiche e le interconnessioni per le energie rinnovabili come il solare e l'eolico avrebbe un impatto maggiore sulla riduzione delle emissioni, portando più energia pulita nella rete e aiutandoci a raggiungere l'obiettivo di accedere a più energia pulita in Oregon".

Diversi esperti affermano però che la rete elettrica nazionale statunitense, ritenuta ormai obsoleta, è un ostacolo a oggi difficilmente aggirabile nella transizione verso le fonti di energia green. Secondo la Casa Bianca, oltre il 70% delle linee di trasmissione ha più di 25 anni. La costruzione di nuove reti è un processo lungo e difficile, poiché richiede l'accordo di più parti interessate, dalle società di servizi, alle autorità di regolamentazione, ai proprietari terrieri. Oltre a questo, i data center Usa sono estremamente energivori: secondo il Dipartimento dell'Energia consumano oltre circa 70 miliardi di kilowattora, pari a circa l'1,8% del consumo totale di elettricità negli Stati Uniti.

In Cina anche l'AI generativa è comunista

In arrivo la prima AI che risponderà ai libretto di Mao? Le autorità di regolamentazione cinesi hanno pubblicato una bozza di regole per gestire le modalità con cui le aziende sviluppano prodotti di intelligenza artificiale generativa come ChatGpt. La bozza di regole della potente Cyberspace Administration of China (Cac) è la prima del suo genere nel Paese e si rivolge all'AI in rapido sviluppo, mentre i giganti tecnologici nazionali iniziano a lanciare prodotti in stile ChatGpt. La cosiddetta AI generativa si riferisce ad algoritmi addestrati con enormi quantità di dati che sono in grado di generare contenuti come immagini e testi. L'azienda statunitense OpenAI ha sviluppato ChatGpt, che è in grado di generare risposte alle domande degli utenti ed è diventato molto popolare. Nelle ultime settimane, i giganti tecnologici cinesi hanno presentato i loro prodotti rivali. Alibaba ha presentato Tongyi Qianwen, il suo prodotto di intelligenza artificiale generativa, che il gigante dell'e-commerce intende integrare in diversi servizi. Il mese scorso anche Baidu ha lanciato il suo equivalente, Ernie Bot, per testarlo. La bozza di misure della Cac stabilisce le regole di base che i servizi di AI generativa devono seguire, compreso il tipo di contenuti che questi prodotti possono generare. Secondo la bozza, i contenuti devono riflettere i valori fondamentali del socialismo e non devono sovvertire il potere dello Stato. Le aziende devono assicurarsi che i dati utilizzati per addestrare questi modelli di intelligenza artificiale non discriminino le persone in base a fattori quali l'etnia, la razza e il genere, ha dichiarato la Cac. Inoltre, non devono generare informazioni false, ha aggiunto il regolatore.



hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

Giuseppina Di Foggia nuovo amministratore delegato di Terna

Giuseppina Di Foggia (in foto), attualmente alla guida di Nokia Italia, arriva al vertice di Terna: sarà nuovo amministratore delegato del gestore della rete elettrica nazionale. Prenderà il posto di Stefano Donnarumma, ad e direttore generale della società da maggio 2020. Di Foggia è laureata in ingegneria elettronica all'Università La Sapienza di Roma. Prima direttore tecnico in Lucent Technologies (Alcatel-Lucent dal 2006), nel 2016 entra in Nokia, di cui è amministratore delegato e vicepresidente dal 2020. È anche membro del board della Luiss Business School e del consiglio di amministrazione di Cefriel, nonché dell'advisory board Investitori esteri di Confindustria. Da sempre attenta ai temi legati all'innovazione, nel 2021 è stata nominata Cavaliere del Lavoro della Repubblica italiana.

Nuovo ruolo per Vittorio Buonfiglio in MediaWorld

Vittorio Buonfiglio (in foto) è nuovo chief operating officer per l'Italia di MediaWorld, catena di elettronica di consumo del gruppo internazionale MediaMrktSaturn Retail. A lui spetterà di portare a termine l'integrazione tra business fisico e online. Buonfiglio è nel gruppo da lungo tempo, entrato nel 2009 come store manager, è poi divenuto regional manager in Italia. Nel 2019 è diventato co-chief operating officer in Svizzera, ed è poi arrivato in MediaMarkt Netherlands come responsabile dell'attività operativa per Olanda, Belgio e Lussemburgo. Fino a marzo 2022 è stato anche amministratore delegato di MediaMarkt Svizzera.

Serena Zilio direttore marketing e comunicazione Euronics Italia

Euronics Italia ha annunciato la nomina di Serena Zilio (foto) nel ruolo di nuovo direttore marketing e comunicazione. Serena riporterà direttamente all'amministratore delegato Massimo Dell'Acqua, con responsabilità su tutte le attività di marketing e comunicazione della centrale, dallo sviluppo delle strategie del Gruppo all'implementazione dei piani. A lei la responsabilità di gestire i rapporti con agenzie, enti e associazioni, e di coordinare i progetti marketing in partnership con Euronics International. La manager vanta un'esperienza pluriennale nel mercato del retail, maturata nel mondo delle agenzie e successivamente in aziende come Mondadori e Prénatal Retail Group, oltre che in MediaWorld. Con Serena entra nel team marketing anche Valentina Gualtieri con la responsabilità di contribuire allo sviluppo della social media communication del gruppo.

Nuova norma Ue sugli apparecchi in standby

La Commissione Europea ha adottato nuove norme per ridurre il consumo energetico degli apparecchi elettrici quando sono in modalità standby. Le norme riviste introducono una serie di modifiche al regolamento sulla progettazione ecocompatibile del 2008 sullo standby, sul modo spento e sullo standby in rete, aggiornato l'ultima volta nel 2013, a seguito di un'ampia consultazione e dell'esame del Parlamento europeo e del Consiglio. Le modifiche tengono conto degli sviluppi tecnologici e di mercato degli ultimi anni ed estendono l'ambito di applicazione delle norme, ad esempio includendo ora i prodotti con alimentazione esterna a bassa tensione, come le piccole apparecchiature di rete (tra cui router e modem Wi-Fi) o gli altoparlanti wireless. Imponendo una riduzione del consumo di elettricità dei prodotti quando sono in modalità basso consumo, la Commissione stima che entro il 2030 si genererà un risparmio energetico annuo di quattro TWh, pari a quasi il doppio del consumo annuo di Malta, che si traduce in un risparmio annuo di CO2 pari a 1,36 milioni di tonnellate di CO2 equivalente. I consumatori ne beneficeranno anche grazie alla riduzione delle bollette, con un risparmio totale per i consumatori stimato in 530 milioni di euro all'anno entro il 2030.

Grazie alle nuove regole, le informazioni sul consumo di energia in standby, in modalità off e in standby in rete, nonché sul tempo necessario al prodotto per raggiungere automaticamente una di queste modalità, saranno più facilmente accessibili ai consumatori. A seguito dell'adozione odierna, il nuovo regolamento sarà pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale nel prossimo futuro ed entrerà in vigore 20 giorni dopo. I produttori avranno quindi un periodo di transizione di 2 anni fino alla piena applicazione delle regole. Tuttavia, alcuni limiti saranno applicati in due fasi, con le regole finali applicabili dopo quattro anni.

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

Russell Hobbs rinnova la gamma Satisfry

Presentata a Milano la nuova linea di friggitrici ad aria, dalle diverse caratteristiche di capienza e prestazioni. Tutte però accomunate da risparmio energetico, facilità d'uso e di manutenzione.

di Annalisa Pozzoli

Uno showcooking dello chef Pietro Arlati ha fatto da cornice all'evento organizzato da Russell Hobbs, lo scorso 4 aprile a Milano, per presentare ufficialmente la sua nuova linea di friggitrici ad aria. Molto più di semplici patatine fritte: questi elettrodomestici offrono infinite potenzialità d'uso, sostituendo la tradizionale cottura in olio bollente con un metodo sicuramente più salutare, senza però rinunciare a croccantezza e sapore. Le friggitrici ad aria cuociono grazie al calore dell'aria presente nella camera di cottura: è l'aria (e non l'olio) a fare tutto il lavoro mentre circola molto velocemente all'interno del cestello e raggiunge temperature elevate, diventando così un vettore di calore in grado di cuocere i cibi in modo uniforme e omogeneo. Inoltre, il grill dona agli alimenti il caratteristico colore dorato.

Russell Hobbs, marchio britannico specializzato nella vendita di piccoli elettrodomestici, ha rinnovato completamente la gamma di friggitrici ad aria con la nuova linea SatisFry, pensata come giusto compromesso tra risparmio energetico, facilità d'uso e di manutenzione.

Con il modello SatisFry Small è possibile cuocere fino a 700 grammi di patatine in meno tempo rispetto ai precedenti modelli di friggitrici ad aria Russell Hobbs (ed è il 78% più veloce rispetto alla cottura in forno tradizionale). Il tutto utilizzando una minima quantità di olio. Il piatto e il cestello sono lavabili in lavastoviglie. In più, consuma il 68% di energia in meno rispetto al forno tradizionale.

Pietro Arlati

SatisFry Air & Grill Multicooker, invece, fa circolare aria a una temperatura fino a 260°C dall'alto e dal basso, per una cottura uniforme e una doratura a tutto tondo. Utilizzando la funzione Grill, si può beneficiare di una distribuzione uniforme del calore. Con la sua spaziosa pentola da 5,5 litri, il modello dispone di sette differenti opzioni di cottura in modo da poter cucinare con sicurezza, sia che si tratti di friggere ad aria, arrostire, cuocere al forno, cuocere a fuoco lento, rosolare, grigliare o semplicemente tenere i pasti caldi.

SatisFry Large rende semplice preparare pranzi e cene per tutta la famiglia. Con parti lavabili in lavastoviglie, l'apparecchio può essere pulito con estrema facilità ed è subito pronto per il prossimo pasto senza problemi o disordine in cucina. SatisFry Air Large frigge ad aria fino al 78% più velocemente rispetto ai modelli Russell Hobbs precedenti e fino all'82% più velocemente rispetto ai tradizionali cibi cotti al forno. È possibile risparmiare anche fino al 48% di energia rispetto a un forno tradizionale.

Infine, SatisFry Medium è dotata di comodo schermo touch screen, oltre che di dieci programmi preimpostati che consentono di preparare un'ampia gamma di piatti senza troppe difficoltà e senza creare disordine in cucina. La tecnologia della frittura ad aria fa circolare aria a una temperatura fino a 220°C, con poco o niente olio. Da segnalare la possibilità di lavare il cestello per friggere in lavastoviglie e la disponibilità di vassoio Crispy.

newsline

Midea, una nuova linea di incasso insieme a Mondo Convenienza

Midea, colosso cinese operativo nel settore delle home appliances e nel trattamento dell'aria, ha annunciato il lancio di una nuova linea di elettrodomestici da incasso in partnership con Mondo Convenienza. Il lancio della nuova linea avviene in occasione della Milano Design Week 2023 (17-23 aprile): l'evento internazionale fa da cornice alla presentazione del vasto range di prodotti built-in Midea. Progettati per adattarsi a tutti i bisogni della cucina contemporanea, i forni, i piani cottura, i frigoriferi e le lavastoviglie sono disegnati concependo ogni prodotto come parte di un solo ecosistema, in cui ogni linea è accomunata dallo stesso linguaggio estetico a vantaggio della funzionalità. La partnership con Mondo Convenienza manifesta l'affinità di intenti di due player specializzati nell'ambiente domestico, spinti dalla stessa missione di offrire a tutti la tranquillità di una casa accogliente, funzionale, moderna e sicura. Nei suoi 38 anni di attività, infatti, Mondo Convenienza è arrivata nelle case di milioni di famiglie, grazie al lavoro e alla passione dei suoi 3.850 collaboratori (61% donne) e a una solida visione della famiglia Carosi. L'avventura di Mondo Convenienza inizia nel 1985 a Civitavecchia, per poi estendersi in tutto il Lazio e, progressivamente, nel resto d'Italia, in cui ora conta 47 punti vendita e 41 hub logistici.

Kenwood, una special edition per la planetaria kMix750

Kenwood celebra il successo della sua planetaria kMix750 con il lancio di una nuova special edition, che amplia la gamma con due esclusive colorazioni premium che si aggiungono alle versioni rosso, bianco e nero. Il design sarà infatti impreziosito con finiture cromate: kMix Special Edition, nelle versioni Chrome e Black Chrome, sarà dotata di tre accessori in acciaio inox per impastare, mescolare e montare con la massima semplicità. E l'ampia ciotola da 5L, in acciaio inox lucido, sarà provvista di pratico manico per agevolare l'impugnatura. Kenwood kMix può contare su sei velocità, funzione miscelazione e un motore da 1000 W che permette di gestire in modo efficiente anche gli impasti più duri, come quelli per il pane e la pasta fresca. Il movimento planetario del gancio impastatore simula in modo più rapido e continuo la gestualità delle mani, permettendo ai composti di incorporare aria e ottenere un risultato migliore senza fare fatica. Le nuove Special Edition sono disponibili sui canali di vendita tradizionali e online a partire da aprile, con un'operazione abbinata al lancio che regala una ciotola aggiuntiva a chi acquista uno di questi modelli dal 18 aprile al 31 luglio 2023.

Il brand Tineco arriva in Italia

Tineco, azienda che produce prodotti elettronici smart e di qualità per la casa, arriva ufficialmente in Italia. La sua gamma di soluzioni per la pulizia si compone di diversi elementi: lavapavimenti, aspirapolveri e lavatappeti. Tante soluzioni che si adatteranno alle diverse esigenze degli italiani. Il modello Floor One S5, grazie al design della spazzola, è in grado di raggiungere i bordi e i battiscopa più insidiosi. Inoltre, vanta serbatoi dell'acqua più grandi: quello dedicato all'acqua sporca misura 0.8 L e quello per l'acqua pulita 0.7 L. Come tutti i modelli della linea Floor One, S5 è progettato per completare l'autopulizia mentre si trova in ricarica sul proprio supporto a parete 3 in 1. Per quanto riguarda le caratteristiche tecniche meritano di essere menzionate la tecnologia iLoop Smart Sensor che rileva lo sporco fresco, incrostato e i vari residui, un'autonomia della batteria pari a 35 minuti. Il Floor one S5 combo power kit, invece, non solo riunisce le caratteristiche proprie dell'aspirapolvere e del lavapavimento, ma si trasforma anche in un pratico aspirabriciole in grado di pulire in modo rapido divani, materassi e coperte per rimuovere peli di animali, polvere, briciole e sporco in generale. Per tutti coloro che non sanno come pulire in maniera efficace il proprio tappeto, Tineco propone il modello Carpet One. Grazie alla potenza di aspirazione pari a 130 AW e alla potenza del motore di 1300 W, garantisce un'aspirazione ad alta potenza e una rimozione delle macchie e dello sporco profondo, senza lasciare residui di acqua ed eliminando i cattivi odori. Inoltre, la presenza della tecnologia PowerDry, attraverso il rilascio di un vapore caldo (75°C), permette di asciugare la superficie eliminando così eventuali residui di acqua. Durante tutto il processo, l'utente sarà informato dello stato di asciugatura grazie al DrynessMeter presente sul display. Infine, la linea di aspirapolveri si compone di tre modelli: Pure One S15 Pet, Pure One S15 e Pure One Air, dalle differenti fasce di prezzo e prestazioni.

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

Cresce la brand awareness di Hisense in Italia

Il 2022 si è chiuso in modo decisamente positivo, soprattutto nel segmento Tv. Ma anche i grandi elettrodomestici e l'air conditioning stanno beneficiando di una maggiore visibilità, conquistata con grandi investimenti in ambito sportivo. La parola a Gianluca Di Pietro, ceo della filiale italiana.

di Annalisa Pozzoli

Un appuntamento riservato alla stampa specializzata, all'interno dell'headquarter milanese dell'Inter, ha rappresentato per Hisense l'occasione per fare il punto sul brand, che ha da poco superato il decennio di attività in Italia. Ma anche per illustrare nel dettaglio le strategia di marketing e comunicazione per continuare a crescere anche nel 2023. Il primo trimestre per il segmento Tv si è chiuso con un risultato storico, che conferma la crescita già avviata lo scorso anno. Nonostante una decrescita generalizzata, dovuto principalmente alla fine dell'effetto switch off e del bonus statale, secondo gli ultimi dati GfK Hisense cresce sia in termini di volumi che di quantità, con un +70% a unità e un +39% a valore rispetto al primo trimestre del 2022. Inoltre, l'azienda chiude il primo trimestre con una unit share complessiva di 7,2%, un risultato più che raddoppiato rispetto al Q1 2022. Ma non è solo il comparto Tv a registrare buone performance. Hisense opera in altri due comparti, in cui sta crescendo sensibilmente: quello dei Grandi elettrodomestici e quello dell'air conditioning. Hitech Magazine ne ha parlato con Gianluca Di Pietro, ceo di Hisense Italia.

Cosa ci può raccontare delle attività di Hisense in Italia nel corso del 2022?

I Tv, i Grandi elettrodomestici (free standing e built-in) e il mondo dell'air conditioning sono tre comparti che hanno vissuto vite diverse nel 2022. Per quanto riguarda i Tv, lo scorso anno nel mondo Hisense ha conosciuto una crescita importante. In Italia, la nostra ambizione è quella di diventare il terzo brand a valore. Siamo riusciti a leggere con anticipo le dinamiche mondiali, che vedono una generale ascesa dei marchi orientali.

Quali saranno le vostre novità per questo comparto?

La line up che presenteremo da aprile in poi vedrà un ampliamento di gamma con una spinta sulla tecnologia MiniLed, e continueremo a puntare sul concetto di Laser Tv, indirizzata soprattutto all'end user che vuole avvicinarsi il più possibile all'esperienza cinematografica. Hisense ha cominciato a operare nel nostro Paese poco più di 10 anni fa, ma siamo già riusciti a diventare il quarto brand sui Tv, prossimi – si spera – a effettuare il sorpasso. Il trend a livello mondiale è sicuramente a nostro favore.

E per quanto riguarda il Grande elettrodomestico?

Nel mondo Mda, in Europa stiamo assistendo a un mezzo terremoto, a causa di scelte strategiche di altri gruppi industriali. Dal canto nostro, l'investimento del 2018 con l'acquisizione di Gorenje è andato a pieno regime con la recente inaugurazione di un nuovo stabilimento in Croazia per

Gianluca Di Pietro

i frigoriferi side by side e combinati destinati al mercato europeo. Chiudiamo il 2022 alla quarta posizione a valore, e anche in questo caso l'ambizione è di riuscire a diventare il terzo brand nel freddo nel 2024 sul mercato italiano. Se guardiamo allo scenario generale, ci siamo fatti trovare pronti nel momento giusto. Essere pronti non è cosa da poco: significa riuscire ad avere una visione a lungo termine, seguire e in qualche caso anticipare le esigenze del consumatore finale. Vuol dire anche organizzare una struttura distributiva affidabile sul territorio e creare un supporto alla marca, raccontando la sua storia e i suoi valori.

Dulcis in fundo, l'air conditioning...

Storicamente un segmento per noi molto importante, nel 2022 ha espresso numeri davvero significativi, sulla spinta del bonus del 110%. Abbiamo chiuso l'anno con una crescita di oltre il 20%. Adesso, con il cambiamento delle politiche di Governo in merito ai bonus edilizi, ci saremmo aspettati un rallentamento, ma questo non è avvenuto. Forse perché da sempre ci presentiamo al mercato cercando di proporre un prodotto di alta qualità a un giusto prezzo. Questa dinamica, comune a tutti i prodotti Hisense – dal congelatore, al frigorifero, al piano cottura, alla lavatrice – in un contesto macroeconomico di risparmio generalizzato, è andata a nostro favore. Mantenere una ratio sul prezzo centrata sul potere di spesa del consumatore italiano ci ha dato una grandissima mano. Nel corso del 2022 è successo di tutto in termini di supply chain e di costi di produzione. Ci sono state forti ondate di aumento, che ci hanno colpito specialmente nel 2022. E pur di mantenere un pricing coerente, abbiamo assorbito internamente parte dei rincari, rinunciando a parte del profitto.

La vostra crescita in tutti i segmenti è frutto anche di una strategia piuttosto aggressiva sul versante del marketing?

Spinti dal nostro headquarter mondiale, abbiamo iniziato a essere più lineari e massicci nella promozioni di carattere sportivo. Partendo dagli Europei di calcio in Francia nel 2016, proseguendo con i Mondiali in Russia nel 2018, poi con gli Europei giocati nel 2021, fino ad arrivare ai Mondiali in Qatar nel '22. Questa strategia proseguirà ancora, con gli Europei in Germania del 2024.

Una comunicazione di questo tipo implica degli investimenti importanti...

Certamente, ma abbiamo creduto che questa fosse una strada efficace per creare una storia di marca a livello mondiale. In Italia, abbiamo iniziato a ricevere risposte concrete a partire dal biennio 2019-2020. Si tratta di investimenti che devono carburare per dare dei ritorni, perciò è indispensabile operare su un arco temporale continuo e prolungato. La crescita della brand awareness che abbiamo registrato sul mercato italiano certifica la validità dell'iniziativa. Tanto che, come country italiana, abbiamo deciso di implementare questa azione di branding con una collaborazione che sta dando già dei risultati interessanti. Ovviamente mi riferisco alla sponsorship di F.C. Internazionale, che è partita nel 2022 e proseguirà fino al 2025.

In che cosa consiste?

Non solo abbiamo pianificato attività di branding a bordo campo, ma aggiungeremo tutta una serie di attivazioni che ci permetteranno di interagire maggiormente con la fanbase dell'Inter. All'interno del nostro ventaglio di attività, all'inizio abbiamo puntato molto sul punto vendita e sul trade. Poi negli ultimi anni, abbiamo implementato tantissimo le attività di digital marketing. Siamo passati da una comunicazione più massiva a una più profilata. Cerchiamo di arrivare sempre di più all'utente finale, e a questo scopo abbiamo assunto in azienda una figura dedicata alla customer experience, che in passato non esisteva.

Alla luce si tutto questo, quali sono le prospettive per il 2023?

Il 2023 è un anno economico complicatissimo, ma per noi è un'opportunità importante. E i dati del primo trimestre ci confermano che siamo sulla buona strada. Al di là di fattori macroeconomici che non sono assolutamente favorevoli, mi aspetto una crescita nelle market share. Tanto che siamo molto fiduciosi già a partire dal primo semestre.

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

Built-in, un mercato vivace

L'analisi di QBerg sugli elettrodomestici da incasso evidenzia per il primo trimestre 2023 un generale aumento dei prezzi. In alcuni casi persino superiore al tasso di inflazione.

di Stefano Re

In occasione del Salone del Mobile 2023 (Milano, QBerg, istituto di ricerca specializzato in servizi di price 18-23 aprile) intelligence e strategie di assortimento nei diversi canali, ha analizzato il segmento degli elettrodomestici built-in, evidenziandone le principali tendenze.

Nel primo trimestre 2023, il canale di vendita con il maggior numero di proposte di questo tipo di elettrodomestici è il web, con oltre 8mila modelli unici nelle quattro categorie di prodotti analizzate (piani cottura, forni, lavastoviglie e frigoriferi). Nel dettaglio, i prodotti maggiormente presenti sono i pani cottura, con quasi 3.600 modelli, e i forni, con più di 2mila modelli nei quasi 300 store visitati mensilmente da QBerg. Fanalino di coda le lavastoviglie e i frigoriferi, con circa mille referenze.

Il dato interessante che emerge dal raffronto con il primo trimestre 2022 è una riduzione nei modelli presenti online per quasi tutte le categorie (in media -3%), con l'eccezione delle lavastoviglie, in crescita del 3%.

Diverso il discorso per gli store fisici, che nell'insieme confermano il numero di modelli già presenti nel Q1 2022. Da rilevare, tuttavia, la crescita di proposte di forni (+6%), controbilanciati dalla diminuzione di frigoriferi (-8%) e piani cottura (-5%). In forte crescita, per tutte le categorie di prodotto analizzate, le proposte promozionali sui flyer, specialmente per quanto riguarda i piani cottura (+29%), i frigoriferi (+27%) e i forni (+12%).

È indubbio che il tasso di inflazione generale (mediamente di circa il 9% anno su anno nei primi tre mesi del 2023) abbia influito sui prezzi anche degli elettrodomestici built-in. Tuttavia, il confronto fra il primo trimestre 2023 e il suo corrispettivo nel 2022 evidenzia come vi sia stato un aumento persino superiore a quello del tasso di inflazione, nell'ordine del 13-15%.

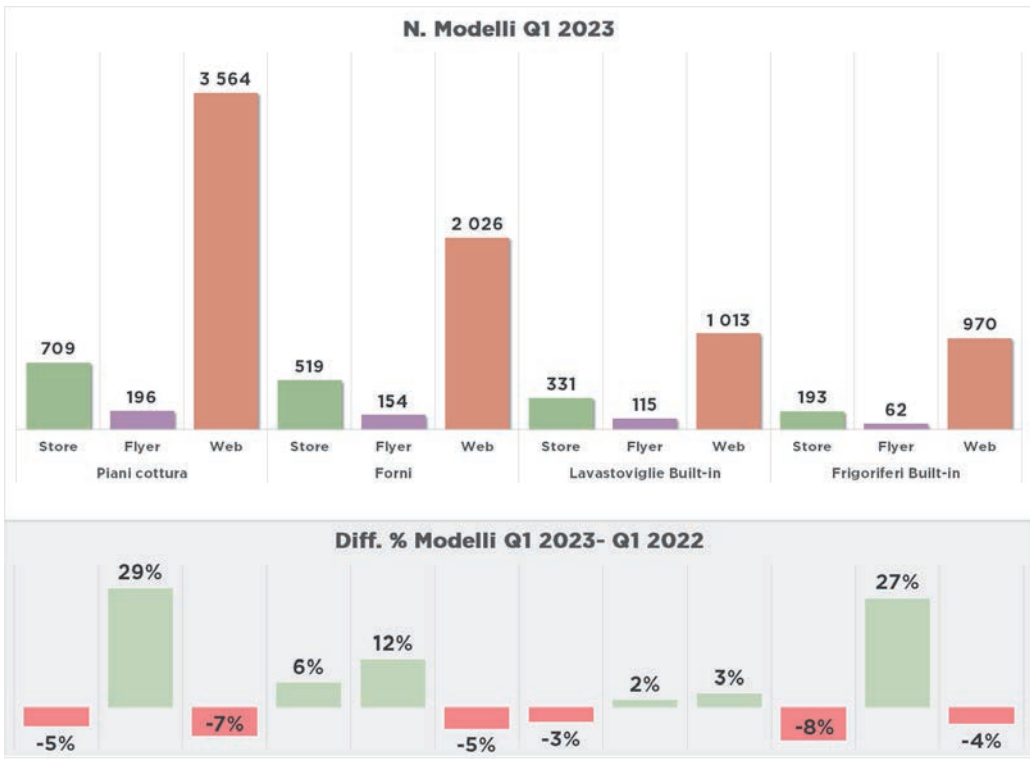
Alcune evidenze

- I maggiori aumenti di prezzo avvengono nelle promozioni sui flyer. Pur restando la modalità di acquisto più conveniente, hanno ridotto il gap rispetto all'offerta negli store e sul web, tanto che, nel caso dei frigoriferi built-in, il prezzo medio proposto sui volantini è persino superiore a quello degli store.

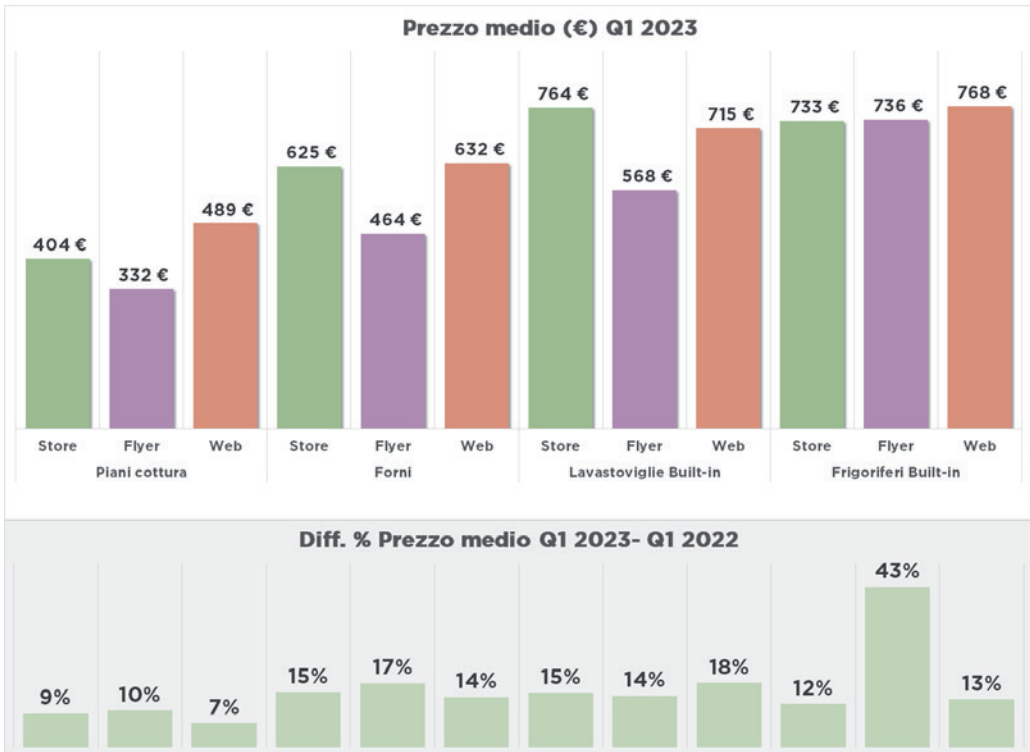
- I punti vendita fisici propongono un mix di prodotti di fascia medio-alta, con un prezzo medio espositivo molto simile a quello che si trova online. Tranne le lavastoviglie built-in, mediamente più care (764 euro vs 715 euro), gli altri prodotti sono infatti allineati o di poco inferiori (a eccezione dei piani cottura).

- Il web è quello che registra un prezzo medio più alto rispetto agli altri canali su tutti i segmenti di prodotto, tranne le lavastoviglie. La possibilità di esporre online un catalogo di prodotti molto più numeroso consente di proporre un maggior numero di modelli di fascia alta e molto alta.

N. modelli unici per la Categoria **GED Built-in** su **FLYER, STORE** e **WEB**
(Q1 2023; N. modelli unici e delta % vs A.P.)



Prezzo medio per la Categoria **GED Built-in** su **FLYER, STORE** e **WEB**
(Q1 2023; Prezzo medio e delta % vs A.P.)



Fonte: QPoint Price Intelligence 2023

QBERG PEOPLE BEYOND DATA

KitchenAid amplia la gamma di planetarie Bowl-Lift

KitchenAid amplia la sua gamma di planetarie Bowl-Lift, introducendo i modelli con ciotola da 5,6 e 6,6 litri. I nuovi modelli sono pensati per chi desidera avere ancora più opzioni in cucina e per chi ha bisogno di lavorare grandi quantità di ingredienti.

Grande – e rinnovato – protagonista in tutte le versioni è il motore, a corrente continua da 375 watt, e la nuova mezza velocità ideale per lavorare con estrema cura anche gli ingredienti più delicati come i mirtilli o gli albumi.

Novità anche per le ciotole, tutte in acciaio e dotate di pratica maniglia, oggi disponibili da 5,6 e 6,6 litri, grandi e perfette per essere lavate in lavastoviglie.

Sono ben 11 le velocità delle planetarie della nuova gamma: dalla mezza velocità per eseguire le operazioni più delicate che normalmente vengono eseguite a mano, fino all'alta velocità per montare impasti soffici e ariosi. Tutto questo permette di assicurare precisione, potenza e controllo dai minimi ai massimi livelli, di amalgamare delicatamente ingredienti come albumi o panna o di mescolare energicamente farina, acqua e lievito per ottenere un pane sofficissimo. Particolarmente apprezzata la funzione Soft Start, che incrementa gradualmente la velocità fino all'impostazione desiderata, per evitare schizzi e macchie. Grande attenzione anche nei confronti dei nuovi accessori, studiati per rendere ancora più facile, veloce, confortevole e sicura l'esperienza in cucina. Molto apprezzata la frusta a 11 fili in acciaio inox per i modelli con ciotola da 6,6 litri, così come la nuova frusta con doppio bordo flessibile rivestita in argento perfetta per raschiare i lati della ciotola e il fondo, senza necessità di fermare il mixer.

hitech magazine
anno 14 - numero 4 - aprile 2023
www.technospia.it

UNA GUIDA PRATICA PER BUYER E RETAILER

A cura di Annalisa Pozzoli e Margherita Bonalumi

da pagina 21 a pagina 24

BEKO

Condizionatori Monosplit EvolutioProRange BEEPGH

La gamma EvolutioProRange si caratterizza esternamente per la sua estetica: il pannello frontale bianco si integra armoniosamente in tutti gli ambienti domestici. Le dimensioni compatte e le linee essenziali garantiscono la personalizzazione di ogni stanza assicurando anche massima efficienza e comfort.
Dal punto di vista estetico, il pannello di controllo presente, quando il climatizzatore è spento, diventa completamente invisibile, conferendo così un aspetto elegante e raffinato allo split.
Il modello BEEPGH della Gamma EvolutioPro Range dispone della classe di efficienza energetica A+++ in raffrescamento e A++ in riscaldamento. Grazie alla loro efficienza sarà così possibile consumare meno energia elettrica, assicurando quindi sia un beneficio all'ambiente che un notevole risparmio in bolletta.
All'interno della gamma Beko, sono inoltre presenti condizionatori dotati del sistema di pulizia a luce Uv-C. Questi modelli dispongono del sistema HygieneMax Uvc, un sistema in grado di eliminare microorganismi patogeni, virus e muffe dall' ambiente domestico e di purificare l'aria dell'ambiente. Le tecnologie utilizzate nelle unità esterne permettono un ampio intervallo operativo, che consente ai climatizzatori di questa linea il funzionamento a prestazioni certificate fino a temperature esterne di +50° C in modalità raffrescamento durante l'estate e di -20° C in modalità riscaldamento nelle stagioni con condizioni ambientali più severe.
Il modello BEEPGH è disponibile in due versioni in base alle necessità di raffrescamento e riscaldamento (Btu/h 9000 e 12000).

Condizionatori Multisplit EvolutioProRange BGMPI/BGMPO

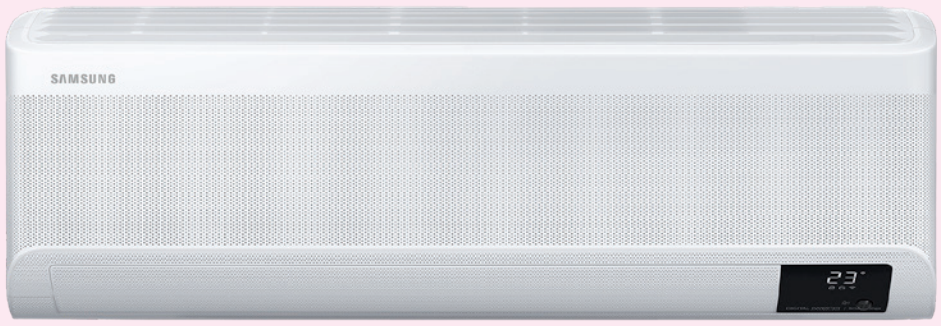
I modelli di condizionatori a parete multisplit BGMPI/BGMPO della gamma EvolutioProRange di Beko dispongono di connettività integrata e sono gestibili da remoto tramite l'app HomeWhiz proprietaria. Dispongono della classe di efficienza energetica A++ in raffrescamento e A+ in riscaldamento.
I climatizzatori in classe A++ Beko risultano inoltre molto silenziosi, con una pressione sonora <= a 23 dBa. Ma non solo: sono tutti dotati di pompa di calore Inverter che consente di variare la potenza dell'apparecchio in modo graduale in base alle reali necessità, riuscendo così a ridurre i costi energetici anche fino al 50% rispetto ai vecchi modelli con sistema on/off. I condizionatori Beko dispongono del trattamento Gold Guard che permette di migliorare l'efficienza di riscaldamento riducendo la frequenza di esecuzione dei cicli di sbrinamento. L'esclusivo trattamento è anti-corrosione ed è quindi in grado di resistere all'aria salmastra, alla pioggia e agli altri elementi corrosivi, garantendo quindi anche durata e affidabilità del prodotto. Il modello multisplit BGMPO (unità esterna) è disponibile in tre versioni in base alle necessità di raffrescamento e riscaldamento (Btu/h 18000, 21000 e 27000).

DYSON
Purifier Humidify+Cool Formaldehyde

Il Dyson Purifier Humidify+Cool Formaldehyde è il purificatore umidificatore ventilatore Dyson che rileva e distrugge la formaldeide.
È in grado di fronteggiare non solo il problema dell'inquinamento indoor, ma anche quello della secchezza causato dall'utilizzo dell'aria condizionata, dall'abbassarsi delle temperature e dall'utilizzo dei sistemi di riscaldamento. Il prodotto combina il sensore Dyson per la formaldeide allo stato solido e il sistema di filtrazione Hepa H13 completamente sigillato con la funzionalità di umidificazione igienica. Dyson Purifier Humidify+Cool Formaldehyde purifica, rileva con precisione e distrugge la formaldeide automaticamente e utilizza la tecnologia UV-C per rimuovere il 99,9% dei batteri presenti nell'acqua. Dyson ha inoltre progettato un ciclo di pulizia profonda che deterge a fondo tutte le componenti esposte all'acqua, avvisando l'utente quando è necessaria la pulizia e guidandolo nel processo. Ultimo ma non meno importante, il Dyson Purifier Humidify+Cool Formaldehyde può essere controllato a distanza tramite l'applicazione Dyson Link o attivato dal controllo vocale.

SAMSUNG
WindFree Elite

WindFree Elite è uno dei climatizzatori a parete della gamma residenziale di Samsung. Questo modello integra l'esclusiva tecnologia WindFree che, grazie a migliaia di microfori, distribuisce l'aria delicatamente e silenziosamente, eliminando fastidiosi getti d'aria diretti. In un primo momento avviene il raffrescamento rapido tramite aletta aperta e, una volta raggiunta la temperatura desiderata, l'aletta si chiude e il fresco continua a diffondersi in modo omogeneo grazie alle migliaia di microfori presenti sulla superficie dell'unità interna. Questo modello è inoltre dotato di Motion Detect Sensor, un pratico sensore di movimento capace di disattivare e attivare il climatizzatore in base alla presenza o meno di persone nell'ambiente. È inoltre possibile impostare il climatizzatore in modo che non diriga l'aria direttamente verso le persone, oppure in modo che il fresco segua ogni movimento. Se il sensore non rileva movimenti per 20 minuti, passa automaticamente in modalità WindFree per risparmiare energia, e dopo 80 minuti entra in modalità standby. WindFree Elite permette di usufruire del massimo del comfort con il massimo risparmio energetico in classe energetica A+++/A+++. L'attenzione al risparmio energetico e all'impatto ambientale continua anche con la novità 2023, il telecomando SolarCell che si ricarica tramite esposizione alla luce diretta, naturale o artificiale, evitando la dispersione nell'ambiente, in 10 anni, dell'equivalente di 10 batterie AA.



HISENSE

Climatizzatori Silentium Pro ed Energy Pro

I nuovi climatizzatori Hisense Silentium Pro ed Energy Pro si avvalgono della tecnologia Tms che, sulla base di sei parametri ambientali (temperatura, umidità, ventilazione, irradiazione termica, abbigliamento e attività), si regola per garantire il massimo comfort. I climatizzatori Hisense si gestiscono comodamente dentro e fuori casa con un dispositivo mobile e una connessione Wi-Fi. HiSmart Life è l'app semplice da usare e con un'interfaccia intuitiva che permette di controllare il climatizzatore ovunque ci si trovi. L'app è disponibile per iOS e Android. In particolare, i nuovi climatizzatori Silentium Pro sono dotati di un rilevatore di presenza 'Smart Eye' che, tramite scansione a infrarossi, individua la posizione delle persone nell'ambiente, l'attività in corso e regola il flusso d'aria di conseguenza. Il sistema di purificazione dell'aria Hi-Nano inibisce la proliferazione di virus e batteri grazie all'azione di ioni negativi e positivi rilasciati nell'ambiente, generando 1 milione di ioni per cm cubo, che si diffondono in ogni angolo della stanza. Grazie all'elevata produzione di ioni, in una sola ora Hi-Nano può rimuovere più del 90% del virus H1N1, e del virus Sars-Cov2..

Pompa di calore Hi-Therma Integra

La pompa di calore aria-acqua Hi-Therma Integra si caratterizza per gli elevati standard in termini di efficienza energetica per il riscaldamento e raffrescamento domestico. Infatti, questa soluzione è in grado di raggiungere la classe energetica A+++ a 35°C e di garantire una temperatura massima di acqua in mandata pari a 60°C fino a -5°C esterni. Il consumo di energia può essere visualizzato in modo intuitivo sul controller per una gestione sempre precisa. Inoltre, il sistema supporta l'attivazione con un semplice click della modalità Eco, per il massimo risparmio energetico. Dal punto di vista estetico, questa nuova soluzione – con serbatoio d'acqua da 230 litri in acciaio inox – si contraddistingue per un design con angoli arrotondati, pensato per ridurre il rischio di danni da urti e collisioni, assicurando così la sicurezza per l'uso quotidiano. Il controller è di immediata lettura e la navigazione tra i vari menù è estremamente semplice. Inoltre, l'applicazione Hisense Smart App Control consente di gestire il proprio sistema di riscaldamento in qualsiasi momento e da remoto. Per il massimo della personalizzazione, Integra consente di controllare autonomamente la temperatura di fino a sette ambienti, usando semplicemente sensori di zona o termostati ambiente nelle stanze, soddisfacendo così le esigenze di ogni utente.

SAMSUNG
Climate Solutions

Find Your Comfort

CLIMATIZZAZIONE | VENTILAZIONE | POMPE DI CALORE

WindFree™
L'unico climatizzatore con **21.000 microfori** e nessun getto d'aria diretto

Il design rivoluzionario di WindFree™ consente di ottenere il massimo del comfort in ufficio e a casa, inclusi gli ambienti più delicati come la camera da letto. Il tutto con la massima efficienza energetica[1].

Comfort WindFree™
Diffusione omogenea senza getti d'aria diretti

Connettività
Gestione smart tramite app
SmartThings

Efficienza Energetica
Alta efficienza energetica e prestazioni elevate

(1) Specifiche tecniche posso variare a seconda del modello.

Scopri la famiglia WindFree™
www.samsung.it/windfree

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

OLIMPIA SPLENDID

Climatizzatori portatili Dolceclima Compact M

Dolceclima Compact M è la nuova gamma di climatizzatori portatili dal design ultracompatto che arriverà sul mercato per l'estate 2023. Il redesign del prodotto ha interessato sia aspetti ingegneristici che estetici: Olimpia Splendid è riuscita infatti a ridurre i volumi complessivi del 19% rispetto alla precedente gamma Compact, senza perdere potenza refrigerante. Un risultato che consente di portare il comfort estivo anche negli spazi abitativi più piccoli e di migliorare in efficienza e impatto ambientale: meno materie prime e meno volume da trasportare rendono possibile efficientare anche i consumi del processo produttivo e commerciale. Disponibili in tre diverse taglie di potenza – da 8 a 10.000 BTU/h – i nuovi Dolceclima Compact M possono essere controllati sia dal pannello comando digitale a bordo macchina sia dal telecomando, dotato di sensore di temperatura: caratteristica che garantisce un corretto controllo del comfort nel punto in cui si trovano gli occupanti della stanza.

Monosplit inverter Phenix E

Phenix E è il monosplit inverter a parete alta di Olimpia Splendid che si distingue per l'elevata efficienza energetica e una tecnologia di ultima generazione per un efficace trattamento dell'aria. Disponibile in due taglie (3,23 kW e 4,31 kW di potenza max in raffreddamento) in classe di efficienza A+++, il nuovo climatizzatore si distingue non solo per le performance energetiche, ma anche per una tecnologia avanzata sul fronte dell'indoor air quality. Previene la formazione di muffe e batteri all'interno della macchina, sottoponendo l'evaporatore a periodici cicli di sterilizzazione ad alta temperatura (fino a 56°C) e riduce la concentrazione di sostanze inquinanti nell'aria trattata, attraverso l'azione dello ionizzatore integrato e dei tre filtri (antipolvere, carboni attivi e catalizzatori a freddo). Di alto livello è anche la user experience: il climatizzatore si può attivare dallo smartphone (il kit wi-fi è di serie) oppure dal telecomando (dotato di sensore di temperatura) e il comfort è ottimizzato da funzioni automatiche che evitano il getto d'aria diretto e ne regolano il flusso.

ELECTROLUX

Condizionatore portatile Comfort 600 EXP26U759CW

Il condizionatore portatile Comfort 600 EXP26U759CW è allo stesso tempo potente e silenzioso: la capacità di raffreddamento da 9000 BTU e il sistema di ventilazione a tre velocità agiscono infatti a un livello di rumorosità di 60 dB(A), inferiore di meno della metà rispetto al rumore di un condizionatore portatile standard da 64 dB(A). Efficiente anche sotto il profilo dei consumi energetici e dell'impatto ambientale, Comfort 600 utilizza come refrigerante il gas sostenibile R290, in grado di ridurre il potenziale di riscaldamento globale (Gwp) del condizionatore del 99,8% rispetto alla stessa tipologia di elettrodomestici che impiegano R410a. Con l'adozione del kit finestra Premium, acquistabile separatamente, è inoltre possibile risparmiare fino al 24% di energia grazie alla minore quantità di infiltrazioni, oltre a diminuire fino al 54% il tempo necessario per raffreddare gli spazi. L'installazione del condizionatore portatile è semplice e intuitiva, così come il controllo dello stesso: l'App Electrolux consente di impostare da remoto la temperatura desiderata e la modalità preferita.

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

L'acquisizione di Activision Blizzard non s'ha da fare

Nel Regno Unito, la Competition and Markets Authority ha stabilito che l'operazione andrebbe ad alterare il mercato del cloud gaming. Producendo un notevole danno per i gamer britannici.

L'acquisizione da 68,7 miliardi di dollari di Activision Blizzard da parte di Microsoft è stata bloccata dalle autorità di regolamentazione nel Regno Unito. Entrambe le società hanno protestato in maniera vibrante contro la Competition and Markets Authority (Cma), che ha stabilito che l'acquisizione proposta "altererebbe il mercato dei giochi cloud attualmente in rapida crescita, portando a una riduzione dell'innovazione e a una minore scelta per i giocatori britannici negli anni a venire".

"Il rapporto della Cma contraddice le ambizioni del Regno Unito di diventare un paese attraente per la creazione di aziende tecnologiche", ha dichiarato alla Bbc un portavoce di Activision. "Lavoreremo in modo aggressivo con Microsoft per ribaltare la situazione in appello. Le conclusioni del rapporto sono un disservizio per i cittadini del Regno Unito, che si trovano ad affrontare prospettive economiche sempre più disastrose. Rivaluteremo i nostri piani di crescita. Gli innovatori globali grandi e piccoli prenderanno nota del fatto che - nonostante tutta la retorica - il Regno Unito è chiaramente chiuso agli affari".

"La decisione della Cma rifiuta un percorso pragmatico per risolvere i problemi di concorrenza e scoraggia l'innovazione tecnologica e gli investimenti nel Regno Unito", ha aggiunto Brad Smith, vice chair and president di Microsoft. "Abbiamo già firmato contratti per rendere disponibili i più popolari giochi di Activision Blizzard su altri 150 milioni di dispositivi e continuiamo a impegnarci per rafforzare questi accordi attraverso rimedi normativi. Siamo particolarmente delusi dal fatto che, dopo lunghe deliberazioni, questa decisione sembra riflettere una comprensione errata di questo mercato e del modo in cui la tecnologia cloud in questione funziona effettivamente".

Anche l'amministratore delegato di Activision Blizzard, Bobby Kotick, ha condiviso una dichiarazione, affermando che la decisione della Cma è "ben lontana dall'avere l'ultima parola sulla questione". Aggiunge il manager: "Insieme a Microsoft, possiamo e vogliamo contestare questa decisione, e abbiamo già iniziato a lavorare per appellarci al Competition Appeals Tribunal del Regno Unito. Siamo fiduciosi perché i fatti sono dalla nostra parte: questo accordo è positivo per la concorrenza. Il Regno Unito spera di accrescere la propria posizione di leadership nel settore tecnologico e una combinazione Microsoft-Activision raggiungerebbe esattamente questo obiettivo. In un momento in cui i campi dell'apprendimento automatico e dell'intelligenza artificiale sono fiorenti, sappiamo che il mercato britannico trarrebbe vantaggio dalla forza di Microsoft in entrambi i settori e dalla nostra capacità di utilizzare immediatamente queste tecnologie. Al contrario, se la decisione della Cma dovesse essere confermata, soffocherebbe gli investimenti, la concorrenza e la creazione di posti di lavoro in tutta l'industria britannica dei videogame".

Dal canto suo la Cma ha dichiarato che la decisione finale e vincolante è arrivata dopo che "la soluzione proposta da Microsoft non è riuscita a risolvere efficacemente le preoccupazioni nel settore del cloud gaming". L'acquisizione avrebbe richiesto "un certo grado di supervisione normativa", ma "impedire la fusione consentirà ai player di mercato di continuare a operare e a plasmare lo sviluppo del cloud gaming".

L'autorità di regolamentazione aveva avviato un'analisi approfondita della fusione già nel settembre 2022, dopo che Microsoft aveva concluso il suo mega accordo per l'acquisizione del creatore del franchise Call of Duty a gennaio di quello stesso anno. La Cma sostiene che Microsoft possiede già fino al 70% del mercato globale dei servizi di cloud gaming e ha "altri importanti punti di forza" nel settore grazie alla proprietà di Xbox, del sistema operativo Windows e di un'infrastruttura globale di cloud computing attraverso Azure e Xbox Cloud Gaming. "L'accordo rafforzerebbe il vantaggio di Microsoft sul mercato, dandole il controllo su importanti contenuti di gioco come Call of Duty, Overwatch e World of Warcraft", ha dichiarato la Cma nella sua sentenza.

Andrea Dusio

Dfc Intelligence, quanti sono i gamer nel mondo?

Secondo la Global Game Consumer Market Overview di Dfc Intelligence, i consumatori di videogiochi nel mondo sono ormai 3,7 miliardi.

Sebbene ciò significhi che il pubblico dei videogiochi si sta rapidamente avvicinando alla metà della popolazione mondiale, Dfc ha rilevato una differenza significativa tra le persone che giocano e quelle che costituiscono la maggior parte del business del settore. "La realtà è che il numero complessivo di consumatori di videogiochi è piuttosto insignificante e viene utilizzato principalmente per attirare i titoli dei giornali", ha dichiarato l'azienda. "La base reale dei consumatori è solo il 10% dei 3,7 miliardi.

Inoltre, quel 10% deve essere ulteriormente suddiviso per ottenere il vero mercato indirizzabile per un prodotto specifico".

Dfc sostiene che ci sono circa 300 milioni di "consumatori guidati dall'hardware", ovvero coloro che acquistano console o Pc specificamente per giocare. I giocatori di console si concentrano in particolare in Nord America e in Europa, mentre il gruppo molto più numeroso di giocatori mobili è "più rappresentativo della popolazione globale".

"Far sì che i consumatori di soli dispositivi mobili passino a uno schermo più grande è un'opportunità importante", ha osservato Dfc. "Tuttavia, non sarà facile e la maggior parte delle aziende che operano nel settore dei videogiochi è abbastanza intelligente da restringere la propria attenzione ai consumatori principali. Ciononostante, esiste sicuramente un'opportunità per espandere il settore dell'hardware dei videogiochi".

Tiene il mercato italiano del gaming

Un giro d'affari pari a 2,2 miliardi di euro. Lieve la contrazione del software, più marcata quella dell'hardware, a causa delle difficoltà di approvvigionamento degli ultimi mesi. In fase di consolidamento l'industria nazionale.

Il mercato italiano dei videogiochi ha totalizzato nel 2022 un giro d'affari pari a 2,2 miliardi di euro (-1,2% sul 2021). Il dato emerge dal rapporto presentato dall'associazione di categoria, *IIdea (Italian interactive digital entertainment association)*.

Il segmento software, che rappresenta l'81,5 del totale mercato (1.791 milioni di euro), registra una lievissima contrazione (-0.5%). A subire un ridimensionamento sono principalmente le vendite di software digitale console e Pc (-1,7%) e app (-1,3%), che insieme valgono l'84,3%, mentre le vendite di software fisico, che pesano il 15,7%, crescono del 5,2%, anche per effetto del ritorno nei negozi al dettaglio post emergenza. Le difficoltà di approvvigionamento rappresentano invece un ostacolo alla crescita del segmento hardware, che segna un -7,7% rispetto al 2021, per un giro d'affari complessivo di 409 milioni di euro (18,5% del totale del mercato).

Nel 2022 sono 14,2 milioni i videogiocatori in Italia tra i 6 e i 64 anni, con un'età media di 29,8 anni. L'80,9% dei videogiocatori ha un'età maggiore di 18 anni, il 19,1% tra i 6 e i 17 anni. Il 42% è donna. Tra le piattaforme preferite, i dispositivi mobile sono i più utilizzati (69,7%), seguiti da console (45,8%) e Pc (38%). Torna ai livelli pre-pandemici il tempo di gioco medio, diminuito a 7,52 ore settimanali rispetto alle 8,67 dell'anno precedente.

L'industria nazionale si avvia al consolidamento. Quattro imprese su dieci rientrano nella definizione di Pmi: era il 30% nel 2021 e appena il 17% nel 2018. Aumentano, in particolare, le imprese con un numero di addetti tra i 10 e i 20, che passano dal 15% del 2021 al 20% attuale. Il fatturato generato dalle imprese di produzione si aggira nel 2022 tra i 130 e i 150 milioni di euro, segnando un +30% rispetto all'anno precedente e mostrando un forte potenziale di crescita. Il mercato principale di destinazione rimane quello europeo, che esce però ridimensionato (dal 60% nel 2021 al 43%) a beneficio di quello nordamericano, la cui incidenza sul totale passa dal 25% del 2021 al 40% del 2022. Limitato il peso dell'Italia, per quanto in leggero aumento (7%).

Per quanto riguarda gli addetti alla produzione, i professionisti aumentano del 50%, passando dai 1.600 del 2021 ai 2.400 del 2022. L'83% ha meno di 36 anni, mentre uno su quattro è donna. Il 77% del fatturato deriva dal mercato B2C (+9%), mentre per il 75% dei developer italiani il Pc resta la piattaforma preferita di sviluppo: seguono mobile (50%) e console (40%).

La maggioranza degli operatori continua ancora a fare affidamento sul capitale proprio per finanziare l'attività di proprietà (86%), tuttavia aumentano il finanziamento delle istituzioni pubbliche (29% vs 24% 2021) e quello delle imprese private (19% vs 9%). In particolare, inizia a intravedersi l'impatto del sostegno pubblico al settore, come effetto diretto dell'attuazione del tax credit e dell'avvio di programmi di accelerazione verticali, oltre che delle acquisizioni internazionali che hanno recentemente interessato alcuni studi italiani.

"Il rapporto ci conferma l'importanza dell'industria dei videogiochi nell'economia digitale, culturale e creativa del Paese. Mai come ora, anche alla luce della recente Risoluzione del Parlamento Europeo approvata lo scorso novembre, appare necessaria una strategia nazionale per lo sviluppo del settore, affinché l'Italia possa assumere un ruolo di leadership", ha dichiarato Marco Saletta, presidente di IIdea. "L'introduzione del Tax Credit per la produzione di videogiochi rappresenta un importante stimolo per la crescita dell'industria italiana. Ma per un ulteriore consolidamento diventa fondamentale una politica di sostegno nazionale alle Pmi e ai talenti da sviluppare nel nostro Paese. Importante anche la collaborazione con il mondo della scuola: i videogiochi possono essere uno strumento molto utile per l'alfabetizzazione digitale, le competenze trasversali e il pensiero creativo degli studenti".

"Un'industria sempre più in espansione, con forti potenzialità ancora da esprimere, capace di alimentare cultura attraverso un linguaggio innovativo. Ben consci degli elementi strategici che caratterizzano le realtà imprenditoriali del nostro Paese del settore dei videogiochi, al ministero", ha affermato il sottosegretario del Mic Lucia Borgonzoni, "guardiamo con grande attenzione a queste come a tutte le nuove forme di espressione della creatività italiana, che supportiamo (e l'Italia è tra i pochi Paesi al mondo a farlo) con lo strumento del tax credit. Stiamo lavorando e continueremo a impegnarci per mettere in campo una serie di misure dedicate alle imprese culturali e creative in un'ottica di tutela e promozione del Made in Italy nel mondo".

Tommaso Stigliani

Fonte: IIdea-I videogiochi in Italia nel 2022

Disney, arrivano tagli pesantissimi

La Major si appresta a licenziare 4mila dipendenti, tra cui molti nomi storici. Colpite distribuzione, marketing e pubbliche relazioni. Lasciati a casa anche alcuni vicepresidenti che hanno fatto la storia del colosso di Hollywood.

Terremoto in Disney. La società californiana sarebbe sul punto di tagliare 4mila dipendenti in tutto il conglomerato, con l'obiettivo di risparmiare fino a 5,5 miliardi di dollari. Secondo quanto riportato dal sito Usa Deadline, autorevole insider nel mondo dell'entertainment, la major avrebbe deciso di sacrificare alcune funzioni nel marketing, nelle pubbliche relazioni, nella distribuzione, oltre all'ufficio legale e ai dipartimenti che si occupano della storia di 20th Century Fox e della stessa Disney. Le prime linee della produzione cinematografica sarebbero invece risparmiate dai tagli.

Secondo Deadline, i licenziati hanno ricevuto un preavviso di 60 giorni, ma dovranno lavorare per tutta la durata del loro rapporto con una settimana di indennità di licenziamento. In occasione di analoghi provvedimenti, la retribuzione veniva invece versata al momento del preavviso. Detto questo, dato che molte delle persone colpite sono dipendenti del sindacato, la loro liquidazione è determinata dal contratto collettivo e dagli anni di servizio. Disney intende offrire ai licenziati la massima flessibilità possibile durante il periodo di 60 giorni, in modo che possano cercare un altro impiego.

Dopo la pubblicazione delle indiscrezioni, sono emersi altri particolari, a partire dalla riduzione del personale di Disney Tv Animation, oltre alla rinuncia a diverse posizioni dirigenziali, tra cui Khaki Jones, attualmente senior vice president. Se ne vanno anche Kim Harbin, stimato dirigente della comunicazione che ha lavorato alla Disney per 25 anni, e Tom Connor, vicepresidente del marketing creativo. Per quanto riguarda le pubbliche relazioni, oltre ad Harbin, se ne vanno altri due veterani di tutto rispetto: Patti McTeague, svp Disney Branded Television Publicity e figura fissa della televisione Disney per bambini e famiglie da oltre vent'anni, compreso un lungo mandato presso Disney Channels Worldwide; e Lisa Schreibfeder, director, communications e pr di Disney+, il massimo dirigente pubblicitario dello streamer, che lavora in Disney da 22 anni.

Lo stesso team di marketing di Disney+ è stato colpito: Trevor Kelley, vicepresidente del marketing, Chris Bettes, vicepresidente del marketing globale, Angie Poston, vicepresidente della strategia di marketing e Natalie Benson, direttrice del marketing digitale. Per quanto riguarda la produzione, il licenziamento ha riguardato Ryan Aguirre, direttore esecutivo della pubblicità presso i Disney Television Studios. Altri tagli sarebbero in arrivo nelle prossime settimane, e c'è chi si chiede se allora sarà toccata anche Pixar...

Andrea Dusio

L'Agcm impone a Meta la ripresa delle trattative con Siae

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm) ha deliberato di adottare misure cautelari nei confronti di Meta nell'ambito dell'istruttoria avviata il 4 aprile per presunto abuso di dipendenza economica nei confronti di Siae nella negoziazione avente ad oggetto la stipula della licenza d'uso, sulle proprie piattaforme, dei diritti musicali.

Dopo la presentazione delle memorie scritte e l'audizione delle parti, l'Autorità ha ritenuto che sussistano i presupposti per adottare le misure cautelari. In particolare, l'Antitrust ha individuato la dipendenza economica di Siae da Meta sulla base della presunzione prevista, per le piattaforme digitali, dall'articolo 9 della legge n. 192 del 1998, sottolineando come in questo caso i criteri valutativi debbano essere differenti rispetto a quelli utilizzati di solito per gli altri settori economici tradizionali. In tale contesto, il comportamento di Meta sembra avere natura abusiva e tale da determinare un danno grave e irreparabile alle dinamiche competitive nei mercati relativi alla gestione dei diritti d'autore, incidendo su tutti i soggetti che compongono la filiera (autori, soggetti che contribuiscono alla creazione dell'opera e tutelati dalla legge sul diritto d'autore, collecting societies che tutelano questi diritti, utenti finali).

Pertanto, l'Autorità ha disposto che Meta riprenda immediatamente le trattative, mantenendo un comportamento ispirato ai canoni di buona fede e correttezza, provveda a fornire tutte le informazioni necessarie onde consentire a Siae di ripristinare l'equilibrio nel rapporto commerciale con Meta. Inoltre, previa autorizzazione di Siae, Meta dovrà ripristinare la disponibilità dei contenuti musicali su Facebook e su Instagram.

Infine, l'Autorità ha disposto che, in caso di disaccordo tra le parti in ordine alla quantità e alla qualità delle informazioni da fornire da parte di Meta, nominerà un fiduciario che le individui. Il soggetto fiduciario dovrà essere terzo, indipendente e in possesso di adeguata competenza tecnica.

Sega mette nel mirino Angry Birds

Il colosso giapponese del gaming Sega ha annunciato di aver presentato un'offerta da 706 milioni di euro per il produttore di Angry Birds, la finlandese Rovio Entertainment.

L'offerta riguarderebbe la totalità delle azioni e delle opzioni in circolazione di Rovio, valutando i titoli a 9,25 euro per azione, un premio del 19% circa rispetto al prezzo di chiusura prima dell'annuncio, ha dichiarato Sega. Le opzioni sono valutate 1,48 euro. Il consiglio di amministrazione di Rovio è favorevole all'offerta. Nel frattempo, il franchise di Angry Birds è stato concesso in licenza per altri prodotti di intrattenimento e di consumo. L'azienda intende utilizzare Rovio per espandere la propria presenza nel mercato dei giochi per dispositivi mobili e ha dichiarato che utilizzerà le sue capacità di sviluppo per incrementare le versioni mobili dei suoi giochi esistenti. Alexandre Pelletier-Normand, amministratore delegato di Rovio, ha spiegato che Red, il protagonista di Angry Birds, e Sonic the Hedgehog sono "due personaggi iconici e riconosciuti a livello mondiale, creati da due aziende straordinariamente complementari, con una portata mondiale che si estende a cellulari, Pc, console e oltre".

PURO

LOOP BAND
COMFORT REDEFINED

Cinturino in tessuto traspirante per Apple Watch

puro.com

Puro è un marchio distribuito da sbs

The images are for illustration purposes only. All brands are registered trademarks of their owner. Tutti i marchi riportati sono marchi registrati ed appartengono ai loro rispettivi proprietari.