

C'era una volta la videocassetta. In Italia arrivò agli inizi degli anni '80. Ricordo molto bene l'ingegner Gabrielli di Grundig che, a un Simi Hi Fi, manifestazione che si teneva a Milano, parlava di: "Circa 40mila videoregistratori presenti in Italia". Era l'inizio della grande avventura del cinema in casa. Finalmente ci si poteva liberare dal giogo della Tv e della sala per poter organizzare il proprio palinsesto domestico. Ovvero poter vedere, nell'ora preferita, con le interruzioni preferite, un film, uno spettacolo, un documentario. Una vera e propria rivoluzione. Nacquero le prime videoteche che si diffusero rapidamente in tutta Italia. Una grossa mano la diede il porno, aiutato anche dalla distribuzione automatica che permetteva una 'discrezione' nel noleggio. Dopo le cassette arrivò l'era del Dvd e suc-

Editoriale

## Cinefili: una specie in via d'estinzione

di Angelo Frigerio

cessivamente del Blu-ray. Tutto crollò nel giro di pochi anni, quando nacque e si sviluppò lo streaming. Oggi difficile fare a meno di Netflix, Amazon Prime Video, Disney+. Io stesso da tempo ho quasi completamente abbandonato la Tv generalista. Resistono per me solo i notiziari regionali e qualche telegiornale. Per il resto lo streaming impera. Con le serie che tengono banco e costituiscono spesso una vera e propria droga per lo spettatore. Chi ci è andato di mezzo è sicuramente la sala cinematografica. La crisi, acuita anche dalla pandemia, appare irreversibile. Con Tv da 48 pollici e oltre, l'HD piuttosto che il 4K, non c'è partita. Resistono gli appassionati del cinema in sala. Ma hanno i capelli grigi. Una specie in via d'estinzione. Difficile dire se purtroppo e per fortuna.

periodico quindicinale  
dicembre 2021  
anno 12 - numero 12  
direttore responsabile  
Angelo Frigerio  
www.technospia.it

# hitech

 magazine

RETAIL, ELDOM, CONSUMER ELECTRONICS, ICT, ENTERTAINMENT

## Dietro le quinte del carovita

L'Europa ha avvertito che l'inflazione è destinata a crescere per tutto il 2022. Colpa delle materie prime e della 'tempesta perfetta'. Realtà o alibi?

a pagina 4

## Amazon e Apple, che botta!

Il Garante per la Concorrenza e il Mercato multa le due società, rispettivamente per 68,7 e 134,5 milioni di euro. La sentenza arriva al termine di un'istruttoria che le accusa di aver ristretto l'accesso al marketplace in modo discriminatorio.

a pagina 3

## FOCUS RAEE

a pagina 12

## SPECIALE SMART HOME & COMFORT

da pagina 13 a pagina 16

## Media Contents

Milan Games Week & Cartoomics, accoppiata vincente

Cinecittà, tutti in carrozza!

Lo standard Imax Enhanced debutta su Disney+

Viacom Cbs lancia anche in Italia Pluto Tv

A tutto hardware

da pagina 17 a pagina 23

## Samsung e LG regine del Bonus Tv

Secondo le rilevazioni del Mise, al 16 novembre i due brand sudcoreani hanno venduto complessivamente 440mila televisori ai beneficiari del contributo. Ad oggi sono stati erogati più di 2 milioni di finanziamenti. Per un totale di oltre 126 milioni di euro.

a pagina 6

## Mediaworld sotto scacco

L'attacco degli hacker ha costretto i punti vendita di MediaMarkt Saturn in tutta Europa a una paralisi delle attività. Il gruppo di criminali informatici Hive avrebbe richiesto un riscatto in bitcoin.

a pagina 8

## Il televisore è il nuovo Pc

La quarta edizione del rapporto Auditel-Censis analizza la dotazione di schermi delle famiglie italiane. Aumentano i device collegati a Internet. Esiste però ancora una grossa fetta di persone - pari al 9,8% della popolazione - ancora non connesse alla rete.

a pagina 7

# Samsung e LG regine del Bonus Tv

Secondo le rilevazioni del Mise, al 16 novembre i due brand sudcoreani hanno venduto complessivamente 440mila televisori ai beneficiari del contributo. Ad oggi sono stati erogati più di 2 milioni di finanziamenti. Per un totale di oltre 126 milioni di euro.

Andrea Dusio

Un documento del Mise rivela i risultati del Bonus Tv al 16 novembre. E le statistiche sono sorprendentemente complete di dati di sell-out estremamente dettagliati. Sappiamo, pezzo per pezzo, quale televisore o decoder è stato acquistato dai beneficiari del contributo. In totale sono stati erogati 2.099.279 contributi, per un importo totale di 126.718.970 milioni di euro. La parte relativa al Bonus Tv vero e proprio consta a oggi di 933.866 beneficiari, per una cifra di 39.827.842 milioni di euro, mentre i fruitori del Bonus rottamazione sono stati 1.165.413, per un importo di 86.891.127 milioni. Alla luce dei numeri attuali si può stimare che le risorse stanziare si esauriranno entro fine febbraio/inizio marzo. La cifra media di erogazione degli ultimi mesi è di 74,50 euro, il numero medio di bonus giornalieri di 13mila. Al 16 novembre in cassa al Mise rimanevano 125 milioni di euro.

Si ricorda che l'incentivo iniziale di 50 euro per famiglia destinato esclusivamente agli Isee con reddito inferiore a 20mila euro è stato corretto in un finanziamento che funziona come sconto del 20% in cassa, sino a un massimo di 100 euro, fruibile da chiunque (purché abbonato Rai). A oggi sono 1.755.045 milioni i televisori venduti, contro 344.234 decoder. Il prezzo medio degli acquisti relativi al primo bonus è di 306 euro, mentre per il secondo, tuttora attivo, è di 473 euro. A prevalere sono i televisori compresi nella fascia tra 300 e 500 euro, mentre per quanto riguarda i decoder, com'era prevedibile, gli acquisti si sono concentrati sui modelli sino a 50 euro, che con-

sentivano di non spendere nulla (sono 90mila i pezzi compresi in questa fascia).

Per ciò che concerne la dimensione degli schermi, i consumatori hanno privilegiato i 32" sui 43" e i 55". Tagli piccoli dunque, che fanno pensare al fatto che molti abbiano preferito utilizzare il contributo per acquistare un secondo televisore, forse perché il primo Tv di casa possiede già le specifiche tecniche necessarie allo switch off.

Tra i brand, prima è Samsung, con 228.838 pezzi, seguita da LG, con 209.892. Il dominio dei due brand sudcoreani è nettissimo. Terza è Philips, con 56.600 pezzi, quarta Akai con 52.502. Completa la top five Tcl, con 48.769 unità. Seguono Sony, Panasonic, Telefunken, Hisense e Saba. In totale sono stati censiti dal Mise 69 marchi diversi (alcuni, come Hitachi, Loewe e Hisense, ricorrono due volte nell'elenco). Sono diversi i marchi sconosciuti, o che si ritenevano ormai scomparsi, o ancora dediti alla produzione e vendita di altre categorie di prodotti. Molti di questi non sono nemmeno presenti nei technical store, e si trovano invece in Gd. Da rilevare il numero di televisori venduto da Xiaomi, pari a 12.857 unità.

Nota di colore: c'è anche un consumatore che ha utilizzato il bonus per acquistare un modello Moove in Security, i Tv che vengono installati sui camper. Da notare che i brand notoriamente di fascia alta, come la già citata Loewe, compaiono sì in elenco, ma con pochi pezzi, in ragione dell'impatto relativo del contributo sul costo complessivo del televisore. Tra i decoder invece la parte del leone la fa TeleSystem, con 54.903 pezzi, seguita da i-Zap, Digiquest, Samsung e i-Can.

# Il televisore è il nuovo Pc

La quarta edizione del rapporto Auditel-Censis analizza la dotazione di schermi delle famiglie italiane. Aumentano i device collegati a Internet. Esiste però ancora una grossa fetta di persone - pari al 9,8% della popolazione - ancora non connesse alla rete.



È un'immagine a molte sfaccettature quella che viene dalla quarta edizione della ricerca Auditel Censis, chiamata a documentare cosa sta accadendo nelle case delle famiglie italiane e quanto la migrazione verso il digitale si rifletta sulle dotazioni domestiche di device e connessioni, oltre all'evoluzione dei consumi mediatici.

Andrea Dusio

Sarebbero ancora due milioni e 300mila le famiglie italiane non collegate a Internet. Una quota corrispondente al 9,8% della popolazione. È quanto si legge nel rapporto, secondo cui questa fetta ancora estremamente rilevante della popolazione rischia di restare esclusa dal digitale. Sette milioni e 200mila famiglie, pari al 29,9% del totale, avrebbero solo la connessione mobile, e di queste circa 5 milioni si collegano esclusivamente con lo smartphone. Il 27% delle famiglie che ha tra i componenti almeno uno studente e/o un lavoratore possiede solo la connettività mobile, e il 15,6% solo da smartphone. 8 milioni e 400 mila famiglie italiane, il 35,1% del totale, non hanno in casa né un Pc né un tablet. Nelle fasce di popolazione di livello socioeconomico basso la quota arriva al 72,8%. Guardiamo però anche agli elementi

positivi, che fotografano il notevole incremento nella dotazione tecnologica durante la pandemia. Nel 2021 nelle case degli italiani ci sono 119 milioni e 400mila schermi, con una media di cinque per ogni famiglia. Nel 2019 erano poco più di 112 milioni: questo significa che dall'inizio dell'emergenza pandemica ci sono circa 7 milioni di schermi in più. Crescono soprattutto i dispositivi 'smart': gli smartphone hanno superato i 148 milioni e le smart Tv oltrepassano i 15 milioni. Ma registrano un notevole incremento anche i Pc connessi, che sono quasi 20 milioni, e i tablet, che sono 7 milioni e 700mila. Quasi 4 milioni di persone utilizzano la smart Tv per navigare sui siti internet.

Il 90,2% delle famiglie italiane, 21 milioni e 600 mila in valore assoluto, è collegato a Internet, per una quota che è in crescita del 3,6% negli ultimi due anni. Il 59,4% ha una connessione sia domestica che mobile: si tratta di oltre 14 milioni di famiglie, aumentate del 6,2% dal 2019 ad oggi. Le televisioni sono 43 milioni e 100 mila. Il 96,9% delle famiglie italiane ha in casa almeno un televisore, mentre 700mila famiglie, il 3,1% del totale, non possiedono una Tv. 9 milioni e 200mila famiglie (il 38,6% del totale) possiedono solo un televisore, 9 milioni e 400mila famiglie (il 39,2%) hanno due televisori, 3 milioni e 500mila (il

42 milioni e mezzo di italiani si connettono spesso da smartphone, ma nell'ultimo anno crescono quelli che si sono collegati frequentemente da Pc portatile, che sono quasi 14 milioni (+40,5% dal 2019 al 2021), tablet (6 milioni e 200 mila, +19,6%) e pc fisso (4 milioni e 400 mila +7%).

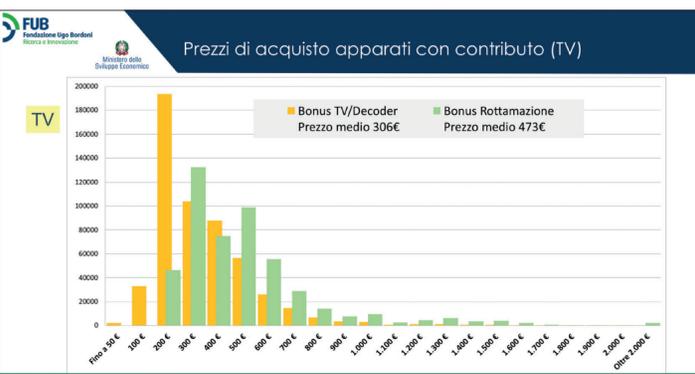
Durante il lockdown sono cresciuti audience e tempo trascorso davanti alla Tv lineare. Si assiste anche a un incremento di quella che nel report viene chiamata "televisione fuori dal televisore": 7,3 milioni di italiani guardano su Internet programmi televisivi che vanno in onda in contemporanea sulla Tv lineare (il 24,6% si è aggiunta nell'ultimo anno). 4,2 milioni lo fanno dallo smartphone. Ma, soprattutto, esplose la domanda di contenuti televisivi su siti specifici, a pagamento o gratuiti, con oltre 24 milioni di italiani che si collegano a Internet e utilizzano le applicazioni on demand, (+48,4% negli ultimi dodici mesi), e 16 milioni e 600mila che guardano questi contenuti più volte a settimana.

La pandemia ha insomma diffuso positivamente i contenuti digitali, ma ha anche ridotto forza e significato alla televisione. La Smart-Tv sembra destinata più del computer a diventare lo strumento di connessione a Internet per gli utilizzi complessi, mentre per quelli di base, il device che gli italiani considerano il primo schermo è sempre più lo smartphone.

La pandemia ha insomma diffuso positivamente i contenuti digitali, ma ha anche ridotto forza e significato alla televisione. La Smart-Tv sembra destinata più del computer a diventare lo strumento di connessione a Internet per gli utilizzi complessi, mentre per quelli di base, il device che gli italiani considerano il primo schermo è sempre più lo smartphone.

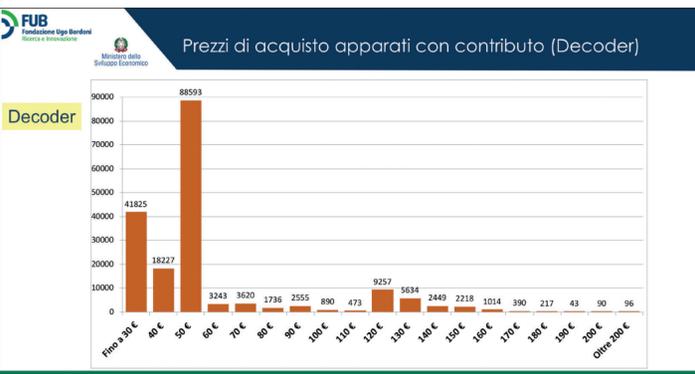
La pandemia ha insomma diffuso positivamente i contenuti digitali, ma ha anche ridotto forza e significato alla televisione. La Smart-Tv sembra destinata più del computer a diventare lo strumento di connessione a Internet per gli utilizzi complessi, mentre per quelli di base, il device che gli italiani considerano il primo schermo è sempre più lo smartphone.

La pandemia ha insomma diffuso positivamente i contenuti digitali, ma ha anche ridotto forza e significato alla televisione. La Smart-Tv sembra destinata più del computer a diventare lo strumento di connessione a Internet per gli utilizzi complessi, mentre per quelli di base, il device che gli italiani considerano il primo schermo è sempre più lo smartphone.



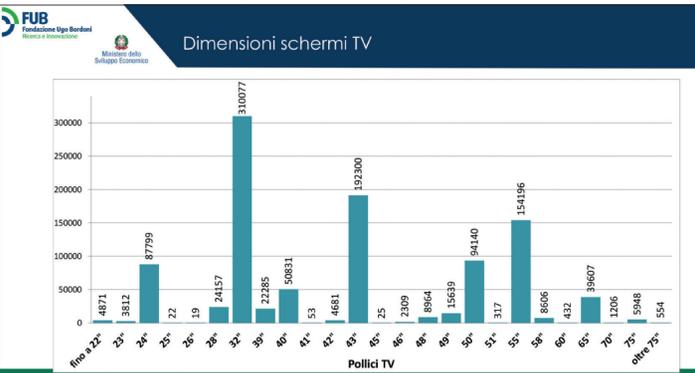
Contributi erogati per "marca" (TV)

Marca	n.	Marca	n.	Marca	n.
SAMSUNG	228838	CHANGHONG	5359	Zenith	415
LG	209892	ALL STAR	5144	Qbell	373
Philips	56600	NIKKEI	4608	CRANKER	340
Akai	52502	STRONG	3742	BLAU/PUNKT	310
TCL	48769	Thomson	3742	AIWA	221
Sony	45926	INGM	3675	T-LOGIC	199
Panasonic	43142	BEA	3214	Blue	188
TELEFUNKEN	35063	HITACHI	3191	AUTOVOX	129
HISENSE	32445	METZ	2640	BLUE	100
SABA	28736	QBELL	2328	Loewe	63
Nordmende	23645	SELECO	1519	NODIS	57
TELE System	23052	Hisense	1352	XOE	52
Toshiba	20342	Trevi	1148	HYUNDAI	51
ok	19598	JVC	1096	LEDBOX	50
SHARP	18758	Hyundai	1079	HKC	25
ROKVA	18037	Digiquest	1007	LOEWE	14
SMART TECH	16757	TECHNEMA	978	VIVAX	11
MI	12857	INNO HIT	976	ELED	10
hitachi	10469	XD	881	FINLUX	4
UNITED	10054	Nokia	824	XORO	4
GRAETZ	9782	SUNNY	744	eSTAR	3
ZEPHR	7488	Stream System	679	NEW MAJESTIC	3
MAJESTIC	6228	miia	645	Moove in Security	1



Contributi erogati per "marca" (Decoder)

Marca	n.	Marca	n.	Marca	n.
TELE System	54903	ZEPHR	588	OPENTEL	86
i-ZAP	23639	Zodiac	545	Thomson	73
Digiquest	23448	NIKKEI	504	Trustech	68
SAMSUNG	13079	bollyline	452	HISENSE	66
i-CAN	9985	FENNER	434	Nedis	63
Strong	8813	Xoblivion	421	Philips	59
Trevi	6362	ASTON	420	Nokia	54
Nordmende	5316	Hi-GRADE	402	BEK	38
ISNATCH	4470	Fuba	398	AUTOVOX	36
Smartix	4086	XORO	329	He@d Digital	30
MAJESTIC	3127	TECHMADE	314	ADI	29
HORAX	2242	XD	265	SINOTECH	23
EDISION	2154	Nexpro	260	TELESTAR	17
Akai	2141	AAAMAZE	223	Teknomak	15
METRONIC	2023	ASTRELL	217	Digitsat	14
GBC	1999	WVVD	186	TECHLY	12
DIPROGRESS	1957	UNITED	176	QBELL	7
Bravo	1407	ok	155	RECO	6
eSTAR	1095	Irradio	128	TechniSat	5
XDOME	1033	Master	107	OPTICUM	4
TELECO	1009	INGM	102	Each Italy	1
New Digital	853	FTE MAXIMAL	97		



Piattaforme di ricezione

Plattaforma di ricezione TV	Numero di unità	Percentuale
Terrestre, satellitare e via cavo	760.260	73,61%
Terrestre e satellitare	161.562	15,64%
Terrestre e via cavo	40.584	3,93%
Solo terrestre	70.444	6,82%
<b>Totale</b>	<b>1.032.850</b>	<b>100,00%</b>

Plattaforma di ricezione TV	Numero di unità	Percentuale
Terrestre, satellitare e via cavo	839	0,46%
Terrestre e satellitare	24.575	13,46%
Terrestre e via cavo	1.519	0,83%
Solo terrestre	132.585	72,62%
Solo satellitare	23.052	12,63%
<b>Totale</b>	<b>182.570</b>	<b>100,00%</b>

# L'analisi di QBerg

L'istituto di ricerca ha preso in considerazione assortimento, obsolescenza e andamento dei prezzi medi dei Tv all'interno dei punti vendita specializzati. Evidenziando significative differenze in base al pollicciaggio degli schermi.



Switch off, incentivi statali, corsa all'acquisto, crescita esponenziale delle vendite. Sono i temi più ricorrenti di questi mesi quando si parla di Tv. Se è indubbio che il nuovo digitale terrestre, unito al bonus Tv, abbia dato una forte spinta al mercato italiano dei televisori, l'istituto di ricerca QBerg va più a fondo nella questione, andando ad analizzare il numero di modelli unici presenti sul mercato, l'obsolescenza media e l'andamento dei prezzi medi.

I televisori rappresentano uno dei prodotti maggiormente presenti all'interno degli store italiani, almeno per quanto riguarda catene, gruppi d'acquisto e ipermercati. Dall'inizio del 2021 a oggi sono presenti in commercio oltre 2.200 diversi modelli unici di televisori. Sul totale in esposizione circa il 93% è rappresentato da Tv Lcd/Led, in particolare da televisori con un massimo di 43" (che rappresentano circa il 43% del totale modelli unici in commercio), mentre minoritari, anche se molto importanti dal punto di vista del valore economico, appaiono i Tv Oled.

Ogni quanto viene aggiornato il catalogo dei Tv negli store? I modelli unici di televisori in commercio nello YTD 2021 appaiono sicuramente più 'giovani' rispetto a quelli del periodo corrispondente del 2020. L'obsolescenza media di tutti i modelli unici di televisori in vendita si aggira, infatti, intorno ai 600 giorni dalla data di prima apparizione negli store, con una riduzione orientativa dell'obsolescenza stessa di circa il 20% per tutti i tipi e per tutti i pollicciaggi. Fanno eccezione i Tv Oled superiori ai 65", la cui obsolescenza media è nettamente inferiore (487 giorni), e i Tv Lcd/Led inferiori ai 33" che al contrario, vengono aggiornati con una frequenza minore (729 giorni).

Per quanto riguarda il prezzo medio, si assiste a una marcata contrazione dei prezzi degli Oled, soprattutto quelli dall'elevato pollicciaggio. I Tv Lcd/Led superiori ai 55" hanno prezzi stabili, mentre crescono (del 13% fino a oltre il 20%) quelli degli Lcd/Led inferiori ai 50".

