

Quello che state leggendo è l'ultimo numero di Hitech Magazine. Decisione sofferta, quella di chiudere una rivista. Sono sempre un po' dei figli. Li hai concepiti, cullati, fatti crescere. Vederli morire fa male al cuore. Ma così è. Non ci sono più le condizioni per andare avanti. Il mercato dell'elettronica di consumo è notevolmente cambiato nel corso degli anni. Chi, come me, è in pista dal 1980 lo può testimoniare. Il numero dei punti vendita tradizionali si è negli anni assottigliato. Oggi dominano le catene. Sono dunque pochi i decision maker, quelli che fanno la differenza negli acquisti. Che senso ha pubblicare una rivista per 300 buyer? Anche perché la carta, in questo set-

Editoriale

Hitech Magazine: game over

di Angelo Frigerio

tore, è ormai uno strumento obsoleto. L'online la fa da padrone. Avevo deciso, in un primo tempo, di mantenere una testata solo in digitale, ma poi non ci sono i numeri. Ovvero il fatturato. Il B2B non è più considerato negli investimenti strategici. Meglio allora suonare la campanella della fine. Ringrazio tutti quelli che hanno contribuito, in questi anni, alla realizzazione del giornale: giornalisti, grafici, commerciali, segreteria. Non si butta niente del lavoro fatto. Come pure dei rapporti intesusti negli anni. Saranno utili più avanti. Per le nuove sfide che affronteremo. Scriveva Lavoisier: "Nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma".

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

hitech

 magazine

RETAIL, ELDOM, CONSUMER ELECTRONICS, ICT, ENTERTAINMENT

OpenAI, indietro tutta



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

a pagina 4

Walmart raddoppia il Black Friday



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

a pagina 6

SPECIALE NATALE AUDIO VIDEO



da pagina 10 a pagina 15

Aires contro i pagamenti entro i 30 giorni

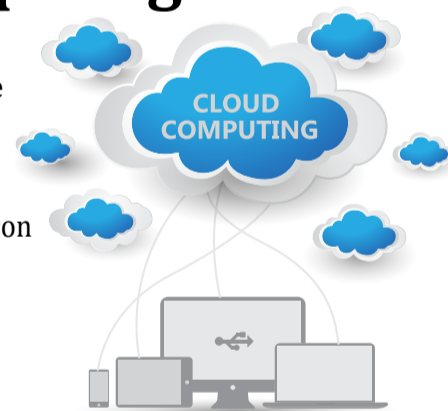
Secondo il presidente dell'associazione, Andrea Scozzoli, la proposta in discussione alla Commissione europea va respinta.



a pagina 3

Alibaba non scorpora il cloud-computing

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



a pagina 8

SPECIALE SMART HOME



da pagina 21 a pagina 24

Media Contents

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

Disney ponte tra Usa e Cina

I nuovi pirati della Gen Z

da pagina 25 a pagina 27

Sarà la Germania la Silicon Valley d'Europa?



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

a pagina 9

eldom

LG, operazione built-in

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

pagina 20

FOCUS RAEE

a pagina 16



Arcam

Amplificatore Radia A25

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



Polaroid

Speaker P1, P2, P3, P4

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



Cabasse

Speaker The Swell

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



Final Audio

Cuffie Bluetooth UX3000

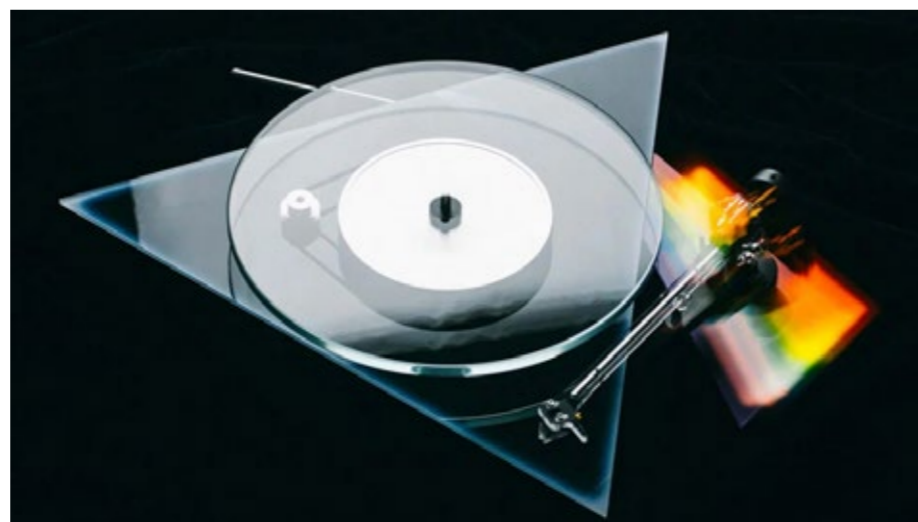
Le UX3000 sono le prime cuffie over-ear wireless con cancellazione del rumore di Final Audio, che grazie a particolari driver promettono prestazioni audiofile a costi contenuti. Le UX3000 si affidano alla connettività Bluetooth 5.0, con supporto per i codec Sbc, Aac, aptX e aptX Low Latency. Il Bluetooth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



Pro-Ject

Giradischi The Dark Side of the Moon

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



Sony

Bravia XR QD-Oled 4K Hdr A95L

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



LG

StandbyME

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



focus on

Black Friday e console gaming: l'analisi di QBerg

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

di Stefano Re

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

Questo è quanto ha rilevato QBerg, Istituto di ricerca italiano specializzato nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter), che ha messo a fuoco il mercato delle console videogame nei mesi che precedono il tanto atteso Black Friday. In partico-

lare, ad essere analizzata è l'offerta online dei principali siti di e-commerce e le campagne promozionali web di settembre, ottobre e novembre 2023 contro lo stesso periodo del 2022. Sebbene la presenza complessiva delle console nei normali canali di vendita online sia leggermente diminuita, si nota una notevole spinta e aumento della visibilità nelle promozioni online. Per quanto riguarda il prezzo medio, nel web continuativo è aumentato di un modesto 0,5%, mentre nelle web promo è salito addirittura del 13,3%.

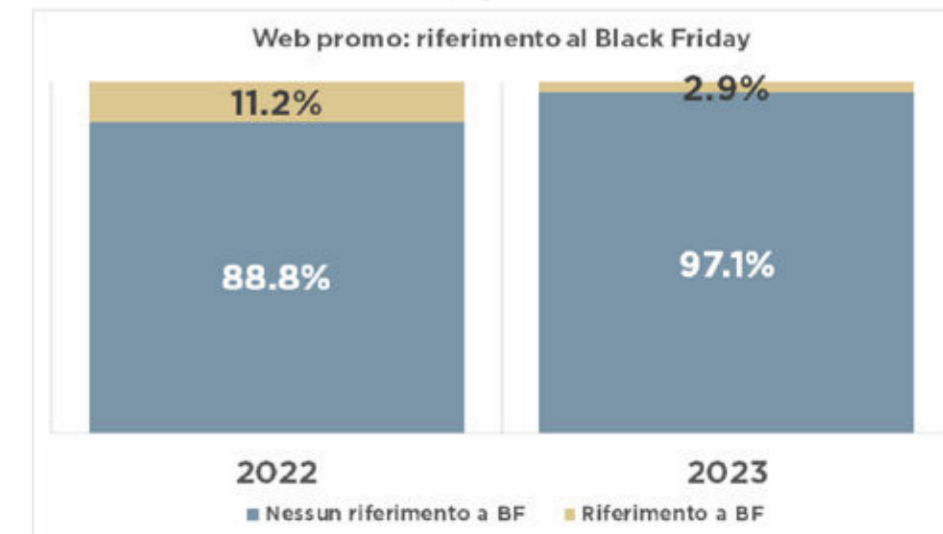
Il Black Friday è una 'buzzword' che fa leva in modo molto marcato sull'attenzione che i consumatori hanno nei confronti della convenienza. Prova ne è che, ad esempio sui volantini promozionali, la parola 'Black' comincia a fare capolino già a luglio. Categorie merceologiche che non ricorrono a questa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

Colpisce molto quindi vedere quanto bassa sia l'incidenza delle campagne web che includono console e che, in generale, facciamo riferimento al

Black Friday. E quanto tale percentuale, già bassa nel 2022 (11,2%), diventi addirittura irrisoria (2,9%) nel 2023. Nintendo perde, nel periodo di analisi, 6,82 punti percentuali, insieme a Microsoft (-3,18%) a favore di Sony (+4,49%) e ArcadeUp (+4,21%). Un punto percentuale lo prendono anche

la somma Retro games e la ristretta galassia degli Altri. Nel panorama delle web promo invece la situazione è completamente diversa: assistiamo a una spinta decisa di Nintendo (+4,67%), a sfavore di tutti gli altri, in particolare di Microsoft, che perde il 2,77%.

Console videogame: riferimento al Black Friday nel mondo WEB PROMO (set/ott/nov 2023 vs 2022; N. Campagna Web)



Fonte: In-Store POINT 2023

