

inREGALO
SCOPRI
CHI HA VINTO
GLI OSCAR
DELL'ANNO

www.afdigitale.it

AF DIGITALE



SUPERTEST CUFFIE & AURICOLARI

8 PRODOTTI
SUL BANCO
DI PROVA



37 IDEE
PER RENDERE UNICO
IL TUO IMPIANTO A/V

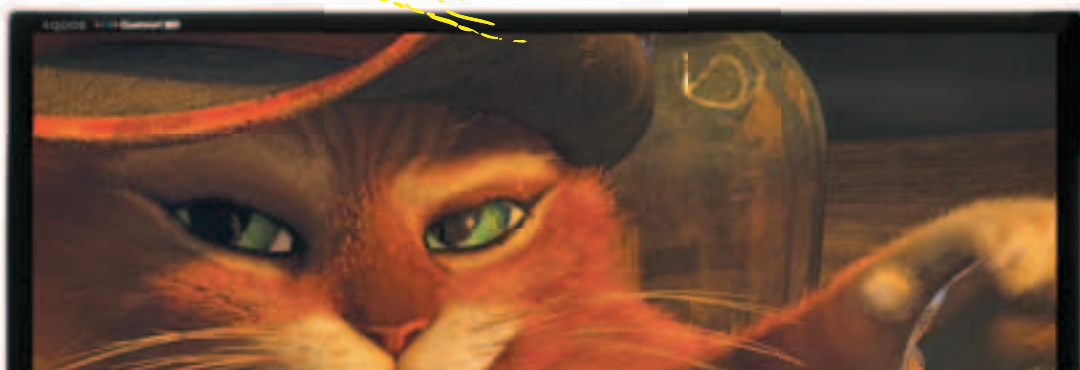
SU QUESTO NUMERO

+ TV PANASONIC P42GT30
**Prestazioni
assolute**

+ TV SHARP LC40LE830E
**Il 3D con un
colore in più**

+ VPR INFOCUS SP8602
**Professione
cinema**

+ DIFFUSORI B&W PM1
**Nella botte
piccola...**



SISTEMA STEREO
DENON PMA 1510AE + DCD 1510AE

Il giusto mix



HOME CINEMA
IL RE LEONE 3D KUNG FU PANDA 2 HARRY POTTER E I DONI DELLA MORTE - PARTE 2 3D THE ART OF FLIGHT LE AMICHE DELLA SPOSA
L'ULTIMO DEI TEMPLARI THE CONSPIRATOR 13 ASSASSINI AT THE END OF THE DAY NIGHTMARE - DAL PROFONDO DELLA NOTTE
IL GATTOPARDO ROMA CITTÀ APERTA LA VIE EN ROSE VIDEODROME 21 GRAMMI SPARTACUS

2011: UN ANNO SE NE VA...

Mancano pochi giorni alla chiusura dell'anno e non occorre essere maghi per stilare fin d'ora un consuntivo. È vero, non abbiamo ancora idea dei dati relativi al periodo natalizio, un periodo che in molte occasioni ha letteralmente raddrizzato un'annata storta e non solo nell'elettronica di consumo. Numerose aziende ci credono ancora fortemente, tanto che un po' furbescamente molti hanno anticipato il periodo, talvolta esagerando (fa strano mangiare il panettone durante la commemorazione dei defunti). In assenza di dati, la sensazione è che anche l'ultimo trimestre confermerà il trend negativo che ha caratterizzato l'intero anno. E dire che nei primi mesi c'era chi guardava al 2011 con moderato ottimismo pur senza poter contare sul turbo generato nel 2010 dalla transizione al digitale terrestre. Già perché se nel 2010 il mercato dei TV aveva praticamente trainato l'intero comparto, nel 2011 l'ha di fatto castrato. Il settore dei televisori a schermo piatto, secondo l'indagine periodica di Gfk, da solo vale circa il 12% delle vendite del cosiddetto Technical Consumer Goods, ovvero l'insieme di elettronica di consumo, telefonia, fotografia e informatica. E le vendite di TV si sono ridotte drasticamente lungo tutto l'anno con trend a doppia cifra. L'unico segmento che sembra ancora tenere è quello dei pannelli a LED. Ma contrariamente a quanto si pensava, l'oggetto dei desideri (o delle possibilità delle nostre tasche) è ancora lo schermo piccolo e non quello sopra i 42 pollici, è quello più economico non certo il top di gamma. Forse in termini di unità si tornerà alla cifra del 2009, più o meno sei milioni di TV, ma in termini di valore il cosiddetto "bagnino di sangue" è assai probabile. Una cosa è certa, per tutto il primo trimestre le dichiarazioni dei big erano più ottimistiche che pessimistiche. Al Ces di Las Vegas sono state lanciate nuove linee di prodotto in tutti i settori, beni che non hanno trovato poi sbocchi sul mercato. Non è un caso se otto mesi dopo, cioè all'Ifa di Berlino, non ci sia stata una novità degna di questo nome. Tutti, chi più chi meno, hanno riproposto i prodotti annunciati mesi prima, forse nella speranza di riuscire a vuotare i magazzini prima di proporre nuovi prodotti, o forse perché non c'era nulla di nuovo da presentare. L'innesto di nuove tecnologie quali per esempio la Smart TV da molti visto come un fattore salvifico a inizio anno non ha prodotto granché e l'onda lunga del 3D (se di onda s'è trattato) si è smorzata assai presto. Il dato significativo è che la torta del venduto si sta riducendo sempre di più. C'è un dato che in qualche modo sintetizza la brusca frenata degli acquisti: la spesa complessiva degli italiani in tecnologia nei primi nove mesi del 2011 è arrivata a 13,1 miliardi di euro, poco, troppo poco se si pensa che nel solo quarto trimestre del 2010 noi italiani avevamo speso 6,3 miliardi di euro. Certo, il fenomeno dell'erosione dei prezzi medi che rappresenta la contromisura più immediata al calo della domanda, ha mosso il mercato in termini di unità, ma non ha prodotto altro. Se si prendono i dati di GFK relativi ai primi nove mesi dell'anno, la contrazione delle vendite in valore nella Technical Consumer Goods è del 8,2%. In questo enorme "pentolone" tutti i segmenti riportano un dato negativo (Consumer electronic -19,3%, fotografia -10,2%, grandi elettrodomestici -8,8%, piccoli elettrodomestici -1,9%, informatica -0,8%, attrezzature d'ufficio -11,4%). L'unico settore a riportare un trend positivo è quello della telefonia (in crescita del 2,3% con un fatturato di 2 miliardi 297 milioni di euro) che grazie soprattutto all'effetto della sostituzione tra cellulare e smartphone di nuova generazione ha mostrato di godere di buona salute.