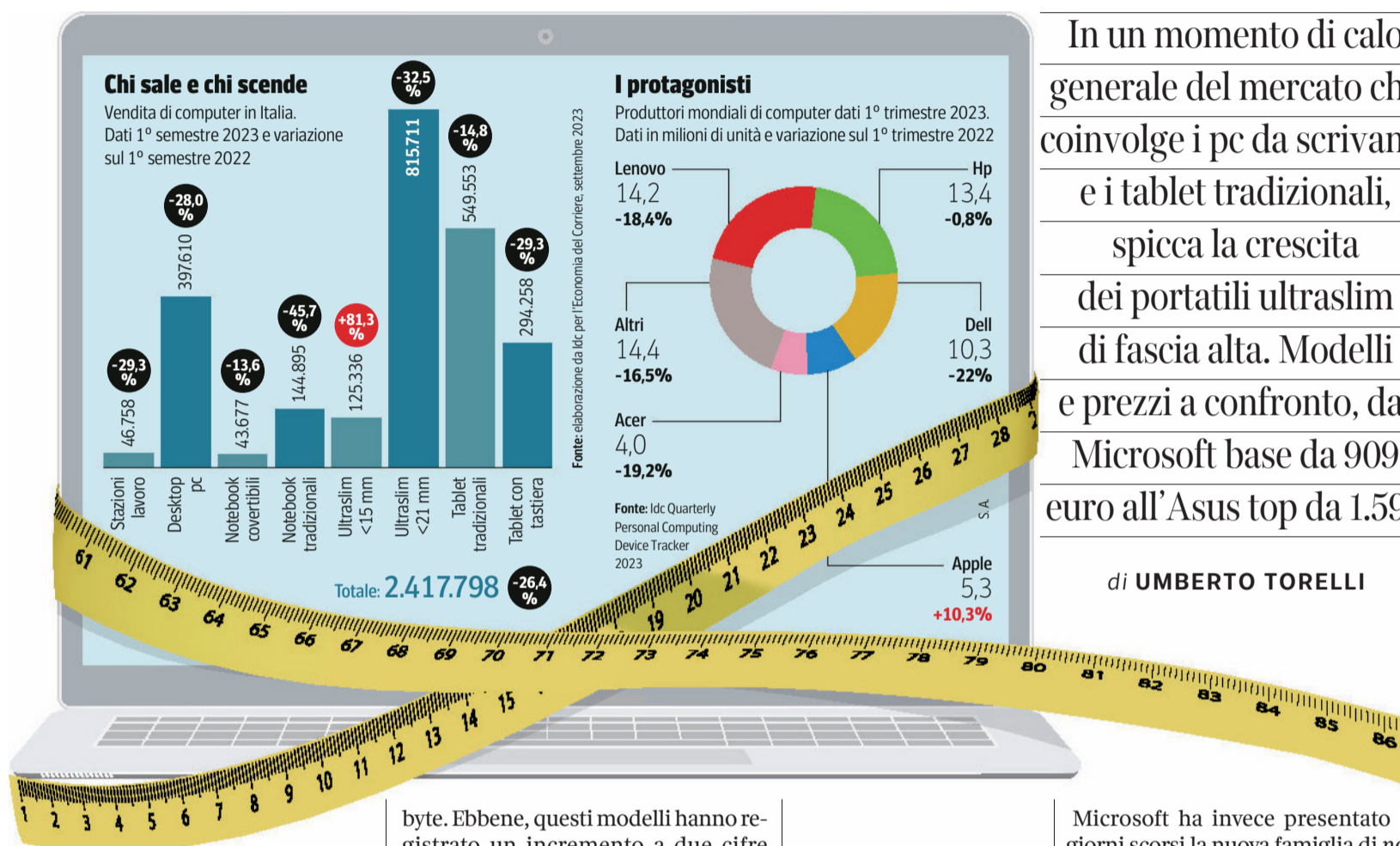


# DA APPLE A LENOVO COMPUTER SOTTILISSIMI, L'ULTIMA BATTAGLIA



**A**ndamenti alterni per le vendite di computer in Italia nel primo semestre dell'anno. Crescono i notebook ultrasottili di fascia alta, per intenderci quelli con spessore attorno a 15 millimetri e peso piuma vicino al chilo. Calano invece i modelli da scrivania (desktop), i computer portatili e tablet. Lo rivelano i dati Idc (International Data Corporation) relativi alle vendite nel nostro paese nei primi sei mesi del 2023.

Diamo allora uno sguardo ai numeri elaborati da Idc per *L'Economia del Corriere*. Nella prima metà dell'anno sono stati venduti 2,4 milioni di computer, compresi desktop, laptop e tablet. Un mercato in sofferenza, con una decrescita globale del 26,4% rispetto al primo semestre 2022. Il calo, importante, è dovuto alla riduzione di spesa dei consumatori e al ritardo di acquisti delle imprese. «L'impennata dell'inflazione, determinata dall'aumento dei costi di energia e cibo, sta incidendo sul settore tecnologico», spiega Gabriele Roberti, senior research manager di Idc Europe. In affanno anche i tablet tradizionali, nonostante i 549 mila dispositivi venduti in sei mesi, con un segno negativo del -14,8%.

## In controtendenza

In questo quadro dall'andamento negativo, emerge un segmento in controtendenza: quello degli ultrasottili. Parliamo dei notebook di fascia alta, attestati oltre i mille euro, con caratteristiche top di gamma. Spessore 15 millimetri, peso attorno al chilogrammo e memoria allo stato solido, quindi esenti da urti e cadute, oltre i 256 Giga-

byte. Ebbene, questi modelli hanno registrato un incremento a due cifre (81,3%) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Un risultato da Guinness, mai visto nel settore dell'ict (Information and communication technology).

Così gli ultrasottili stanno erodendo quote di mercato ai notebook tradizionali. Il motivo? «Adesso gli utenti sono disposti a pagare prezzi superiori per avere una migliore esperienza d'uso e funzionalità avanzate — continua Roberti —. Questo non è accaduto nel periodo della pandemia quando invece acquistavano i computer valutando prima il costo».

La buona notizia secondo gli esperti Idc riguarda la ripresa di mercato prevista dal prossimo anno e trainata dagli ultraslim: «A partire dal 2024 valutiamo una crescita del 18% su base annua fino al 2027». Dunque, per i prossimi quattro anni quasi un notebook su cinque di quelli acquistati sarà ultrasottile.

## I «top sellers»

Ma quali sono i brand più venduti nel mondo? Idc non rilascia i dati per singoli Paesi. Tuttavia posiziona nel primo trimestre 2023 in testa alle vendite la cinese Lenovo, con 14,2 milioni di unità (23,1% di quote di mercato). Al secondo posto l'americana Hp, con 13,4 milioni (21,8% di mercato).

Bene Apple, in quarta posizione con 5,3 milioni di notebook venduti, l'unica azienda a registrare una crescita del 10,3% sullo stesso periodo 2022. Un segnale evidente del successo incontrato dai MacBook Air. In particolare, il modello da 13,6 pollici, con soli 11,3 millimetri di spessore, poco più di un chilo di peso e 15 ore di navigazione internet. Il prezzo parte da 1.349 euro.

In un momento di calo generale del mercato che coinvolge i pc da scrivania e i tablet tradizionali, spicca la crescita dei portatili ultraslim di fascia alta. Modelli e prezzi a confronto, dal Microsoft base da 909 euro all'Asus top da 1.599

di **UMBERTO TORELLI**

**Nella prima metà dell'anno sono stati venduti 2,4 milioni di pezzi tra desktop, laptop e tablet: una diminuzione del 26,4% rispetto al primo semestre 2022**

Microsoft ha invece presentato nei giorni scorsi la nuova famiglia di notebook Surface. Top di gamma è Laptop Studio 2 (da 2.250 euro) con un ampio display da 14,4 pollici, da abbinare al pennino elettronico per scrivere a mano e disegnare. Poi il più economico Laptop Go 3. Un modello con display da 12,4 pollici e peso di poco superiore al chilo. Il prezzo da 909 euro lo rende appetibile per chi ha necessità di un portatile casa-lavoro, con buona connessione streaming.

## Con gli accessori

Dragonfly G4 è uno dei notebook ultrasottili di Hp. Schermo da 13,5 pollici super Hd, 0,99 chili di peso e uno spessore di 16 millimetri lo rendono il dispositivo ideale per chi lavora in mobilità. Interessante la coppia di altoparlanti Bang & Olufsen per riprodurre musica stereo. Equipaggiato con disco rigido Ssd allo stato solido da 512 GB non teme urti né cadute, costa 1960 euro.

Lenovo propone la famiglia Yoga. Il modello 7, giunto all'ottava generazione (da 999 euro), presenta uno schermo da 14 pollici in tecnologia antiriflesso. Una volta posizionato in piano si apre a 360 gradi con posizionamento a «capanna». Ideale per videochiamate, guardare film e serie Tv in mobilità. Il primato di ultraslim più sottile spetta a Zenbook S13 di Asus. Con spessore dichiarato 10,9 millimetri, schermo Oled da 13,3 pollici e peso 1 chilo. Per raggiungere questi risultati i tecnici taiwanesi hanno utilizzato leghe di alluminio e magnesio, abbinata alla tecnologia multistrato per circuiti stampati. Ma per avere tra le mani questa meraviglia hitech bisogna sborsare 1.599 euro.



## PIT SPOT

**Il portale Subito e la «second hand», elogio della città ideale**



di **ALDO GRASSO**  
pitspotcorriere@gmail.com  
in collaborazione con  
**Massimo Scaglioni**

«Benvenuti a Subito!»: è come una città sconosciuta, raggiunta da un esploratore che sembra un personaggio di un western. «Benvenuti a Subito — dice la voce fuori campo — il posto in cui trovi e ti ritrovi». Inizia in questo modo la campagna di comunicazione con cui il portale dove comprare e vendere torna a comunicare sulle principali reti nazionali. La città di Subito è raccontata in modo fiabesco: grandi cartelli di vendesi, un vecchio signore in mongolfiera che fa «prendere il volo» a nuovi progetti. A Subito i desideri si incontrano, e prendono vita, indipendentemente da quanto strani possano sembrare. C'è chi cerca vecchi vinili, e chi si porta sulle spalle una porta rossa. «Quando senti di fare la cosa giusta, è giusta per te, per gli altri per tutti»: ecco la morale della favola, incarnata dalla divertente sequenza finale, quella in cui il cowboy solitario si ritrova ad acquistare un cavallo... a dondolo. La campagna immagina il portale come un luogo dei desideri: un luogo dove le passioni delle persone e i valori della second hand, l'economia della seconda mano, si incontrano. Grazie al nuovo storytelling, il brand viene raccontato al pubblico attraverso la metafora del borgo, un luogo fisico dove passioni, desideri, progetti e idee si incontrano e prendono forma. Il concept creativo è stato declinato in quattro soggetti, ognuno dei quali permette di scoprire le molteplici anime che fanno di Subito il luogo cui incontrarsi, con la garanzia di trovare sempre la massima comodità, trasparenza e sicurezza; un posto ideale dove tutti possono essere subito più smart e contribuire all'innescamento del circolo virtuoso che è la second hand. Subito si presenta così come una community perfetta per tutti, dove sentirsi liberi di fare le proprie scelte e trovare ciò di cui si ha bisogno comodamente e in sicurezza, senza che nessuno giudichi le nostre passioni. Lo spot è girato a Civita di Bagnoregio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA