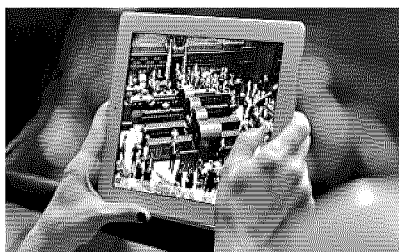


# Il boom dei tablet non basta al «tech» italiano

**MILANO.** «Dobbiamo migliorare la percezione del marchio, ma in Italia abbiamo ancora enormi margini di crescita» spiegava ieri Daniele De Grandis, direttore esecutivo di Huawei in Italia. Il colosso cinese, che nel 2012 ha superato Nokia, Rim e Htc diventando il terzo produttore mondiale di telefonini (10,8 milioni gli apparecchi venduti nell'ultimo trimestre dell'anno), da questo fine settimana metterà in vendita il nuovo Ascend W1, uno smartphone di fascia medio-alta che funziona con Windows 8 e ha un prezzo tra i più bassi della sua categoria (199 euro). Huawei e Microsoft contano molto su questo prodotto, che arriva in un momento in cui il mercato delle tecnologie in Italia è in sofferenza. Secondo il 44° rapporto di **Assinform**, l'associazione di settore che aderisce



a Confindustria, il giro d'affari delle "information technology" lo scorso anno si è ridotto del 4%, a 17 miliardi di euro, mentre il mercato delle telecomunicazioni ha perso il 3,5%, a 39 miliardi. La caduta del giro d'affari riguarda soprattutto le vendite dei computer (-13,8%, a 5,3 miliardi) e le spese per le telefonate (-4,7% a 16,6 miliardi quelle in mobilità, -5,5% a 13,6 miliardi quelle da linea fissa). Ma

ci sono mercati che si salvano e, anzi, crescono con forza. Ad esempio quello dei tablet: con 2 milioni di tavolette vendute nel 2012 la crescita è stata del 139% in volumi e del 69% in giro d'affari (798 milioni). Anche per gli smartphone la tendenza è quella: +62% le vendite, a 8,6 milioni di pezzi, +38,9% gli incassi, a 2,3 miliardi. Scendono, contemporaneamente le vendite di telefonini tradizionali (-13,2% in volumi e -25,9% in giro d'affari). Comunque nel complesso il volume dell'economia "digitale" si è ridotto dell'1,8%. Paolo Angelucci, presidente di **Assinform**, chiede che il futuro governo si impegni a colmare il «gap di innovazione» che ci divide dalle altre economie sviluppate.

**Pietro Saccò**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

