

Il Mercato Client in Italia nel IVQ e intero anno 2012

Milano, 7 febbraio 2013 – SIRMI, nell’ambito delle proprie attività di monitoraggio del settore della Digital Technology, ha pubblicato i dati relativi all’andamento del mercato italiano nel quarto trimestre e nell’intero anno 2012.

Di seguito una breve sintesi dei risultati dello studio relativo allo specifico comparto dei PC Client.

ANDAMENTO DEL MERCATO DEI PC CLIENT IN ITALIA - Risultati IV trimestre 2012

	Unità consegnate	Variazione su anno precedente	Fatturato	Variazione su anno precedente
	(numero)	(%)	(milioni di euro)	(%)
Desktop Consumer	82.000	-44,1%	27,1	-54,5%
Desktop Professionali	225.100	-3,4%	70,5	-21,9%
Desktop Totali	307.100	-19,1%	97,5	-34,8%
Notebook Consumer	465.200	-15,2%	176,8	-25,0%
Notebook Professionali	329.600	-12,0%	196,5	-22,4%
Notebook Totali	794.800	-13,9%	373,3	-23,7%
Netbook	2.900	-98,4%	0,4	-98,7%
Tablet	701.600	30,9%	253,4	12,7%
PC Workstation	11.880	12,5%	22,3	0,2%
Thin Client	5.630	-26,3%	1,6	-34,0%
Totale PC Client	1.768.010	-11,7%	728,4	-19,8%

Fonte: SIRMI SPA – Gennaio 2013

Il mercato PC Client nell’ultimo trimestre del 2012 registra un calo a doppia cifra, sia in termini di unità complessive vendute (-11,7%) e ancor più in termini di fatturato (-19,8%).

Nel trimestre analizzato, tutte le componenti del comparto registrano un andamento negativo, fatta eccezione per i **Tablet** che al contrario continuano a mostrare una crescita importante (+30,9% in volumi e +12,7% in fatturato), e le **PC Workstation** (+12,5% in volumi e + 0,2% in fatturato).

L’incremento delle vendite dei Tablet va a discapito dei **Netbook**, il cui calo trimestrale rasenta il 100%, a conferma del già preannunciato avvio verso l’estinzione dal mercato IT di questo prodotto.

I Netbook resteranno in vendita fino ad esaurimento scorte, presumibilmente ancora per gran parte del 2013, ma non vedranno più l’uscita di nuovi modelli.

I maggiori produttori hanno infatti scelto di dismettere questo prodotto; gli ultimi Vendor che hanno annunciato tale decisione sono stati Asus e Acer, seguendo le analoghe strategie già adottate da Samsung, HP e Dell, che avevano già intrapreso in passato lo stesso percorso, spingendo molto più le risorse in direzione di Tablet e Ultrabook, prodotti dotati di maggiore potenza, portabilità, funzionalità touchscreen.

Si avvia quindi al declino un prodotto che, prendendo a modello il Notebook e riducendone al minimo dimensioni, peso e soprattutto costi, ha primeggiato per anni sul mercato con vendite boom, innescando nuove dinamiche di crescita in un momento difficile, tanto da essere stato considerato il “salvatore” dell’intero settore PC.

Comunicato Stampa

I **Desktop** registrano nel IVQ 2012 una flessione totale del -19,1% in termini di volumi e del -34,8% in termini di fatturato; maggiormente penalizzata la parte Consumer.

I **Notebook** registrano nel trimestre in oggetto un decremento sia in termini di volumi (-13,9%), corrispondenti a 794.800 unità vendute, sia in termini di fatturato (-23,7% circa); anche in questo caso la categoria che soffre di più è quella dei Notebook Consumer, che evidenziano un decremento del 15% e del 25%, rispettivamente, in termini di consegne e fatturato.

I **Thin Client** registrano nel trimestre un decremento del -26,3% dei volumi di vendite e del -34% del fatturato.

Di seguito un confronto, in termini di variazioni percentuali, dell'intero anno 2012 sull'intero anno 2011:

ANDAMENTO DEL MERCATO DEI PC CLIENT IN ITALIA - Risultati anno 2012

Per quanto riguarda l'intero anno 2012, il mercato dei PC Client registra un numero di consegne totali pari a 6.613.060 unità, con un decremento dell'1,4% rispetto all'anno precedente; il fatturato si decrementa dell'1,8%.

	Unità consegnate	Variazione % su anno precedente	Fatturato (milioni di euro)	Variazione % su anno precedente
Desktop Consumer	339.300	-27,4%	129,4	-30,9%
Desktop Professionali	920.100	-9,1%	326,2	-11,6%
Desktop Totali	1.259.400	-14,9%	455,6	-18,1%
Notebook Consumer	1.697.650	-11,9%	670,9	-16,5%
Notebook Professionali	1.345.250	1,8%	834,5	-3,4%
Notebook Totali	3.042.900	-6,3%	1.505,4	-9,7%
Netbook	133.050	-83,3%	25,7	-83,2%
Tablet (*)	2.115.200	89,4%	808,6	72,5%
PC Workstation	41.320	3,8%	84,0	-0,6%
Thin Client	21.190	-14,9%	6,5	-19,4%
Totale Client	6.613.060	-1,4%	2.885,7	-1,8%

Fonte: SIRMI SPA – Gennaio 2013

(*) Il Tablet non prevede una differenziazione di modelli tra mondo Consumer e mondo Professionale; SIRMI ha comunque valutato la percentuale di utilizzo di questo prodotto nel mondo business, che si attesta intorno al 7%, ma che si presume debba crescere sensibilmente nel prossimo futuro.

Da un'analisi dei risultati effettuata per tipologia di mercato di riferimento, si evidenzia dal lato **Consumer** un calo delle vendite di tutti i prodotti, fatta eccezione per i Tablet che al contrario continuano a mostrane una crescita importante.

Continua il focus sui device mobili: se qualche anno fa si è osservato il passaggio dai Notebook ai Netbook, da un paio d'anni si rileva l'abbandono dei Netbook a favore dei Tablet.

L'andamento del mercato consumer risente della crisi economica che abbassa la capacità di spesa delle famiglie, ma l'effetto recessione non è determinante: più che un ridimensionamento della spesa si osserva lo spostamento del budget verso prodotti più "accattivanti"; infatti nel 2012 il totale dei device venduti sul mercato consumer cala rispetto al 2011, ma solo dello 0,2%.

Nel Mercato **Professionale**, continua il calo del venduto a livello di PC Desktop, mentre aumentano (+1,8%) le vendite dei Notebook.

Comunicato Stampa

Si rileva da una parte la volontà delle imprese di "allungare", quando possibile, la vita utile dei PC in uso per limitare gli investimenti non indispensabili a fronte di una crisi economica che pare prolungarsi oltre le aspettative e dall'altra il rinvio degli investimenti in attesa dell'uscita di Windows8, avvenuta ad ottobre 2012.

Sul mercato professionale, come su quello business, la mobilità attrae una quota importante degli investimenti; i device oggetto di interesse non sono tuttavia i Tablet, ma un segmento relativamente nuovo dei Notebook, ovvero gli Ultrabook.

Nella tabella che segue è riportato un raffronto tra il 2012 e il 2011, che evidenzia l'evoluzione in termini di peso percentuale dei singoli prodotti nel contesto di mercato globale:

	Market share anno 2011	Market share anno 2012
Desktop Consumer	7,0%	5,1%
Desktop Professionali	15,1%	13,9%
Desktop Totali	22,1%	19,0%
Notebook Consumer	28,7%	25,7%
Notebook Professionali	19,7%	20,3%
Notebook Totali	48,4%	46,0%
Netbook	11,9%	2,0%
Tablet	16,7%	32,0%
PC Workstation	0,6%	0,6%
Thin Client	0,4%	0,3%
Totale Client	100,0%	100,0%

Fonte: SIRMI SPA – Gennaio 2013

Previsioni 2013

Le prime stime SIRMI sul 2013 intravedono una situazione di ripresa complessiva del mercato, sempre favorita dalla forte crescita dei Tablet, ma anche dalla crescente incidenza degli Ultrabook, prodotti sui quali sia i fornitori di tecnologie di base sia i Vendor stanno puntando in modo particolare.

In termini percentuali, SIRMI prevede una crescita annuale complessiva del comparto del 9% circa, in ragione di una crescita di quasi il 50% dei Tablet, condizionata positivamente dal mondo professionale.

Per informazioni sugli studi trimestrali SIRMI:
SIRMI SPA – tel 02-876541
oppure sales@sirmi.it

SIRMI è una società di Ricerche, Consulenza ed Analisi di Mercato, specializzata nel settore della Digital Technology. Dal 1976, SIRMI segue ed analizza l'evoluzione del settore in tutte le sue componenti, dai Prodotti alle Soluzioni, dai Fornitori ai Mercati e ai Canali Distributivi. In oltre 35 anni di attività, SIRMI ha acquisito uno straordinario ed esclusivo patrimonio di informazioni, competenze ed esperienze, affermandosi come una delle fonti più attendibili ed autorevoli del settore: sono clienti SIRMI i maggiori fornitori di Information Technology e Telecomunicazioni attivi sul mercato italiano. La missione di SIRMI è quella di supportare gli operatori della Digital Technology con informazioni di carattere sia Strategico che Operativo, e di aiutare i suoi Clienti a definire ed implementare le loro opportunità di Business e i loro Piani di Marketing.

SIRMI opera su diverse linee strategiche: Consulenza strategica, Ricerche su Mercati, Canali e Competition, Database Marketing e Supporto alle Operazioni di Marketing.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:
SIRMI SPA
e-mail: press@sirmi.it
Tel. 02 876541 Fax 02 876985
www.sirmi.it