

Barlocco (Samsung): Il notebook va qualificandosi, la quantità conta meno

“Cerchiamo la qualità, vogliamo che smartphone e tablet si differenzino chiaramente rispetto all’offerta dei competitor. Lasciamo da parte il mercato dei netbook, in netto calo, per offrire laptop che costino magari 100 o 200 euro di più, ma valgono anche molto di più. Il notebook va qualificandosi, la quantità conta meno”.

Così **Carlo Barlocco**, Vice President della divisione IT e telefonia di Samsung Italia, spiega le scelte di **Samsung** in occasione della presentazione al pubblico italiano di **Samsung Serie 5 Ultra**, una collezione di ultrabook disponibili già dal prossimo mese di marzo sul mercato a partire da 899 euro.

E la strategia di **Samsung**, di cercare il valore – piuttosto che il numero di pezzi su prodotti che marginano poco – sembra pagare. E sembra pagare perché il valore si genera con la ricerca. **Samsung** investirà **nel 2012 oltre 40 miliardi di dollari**, *“sono il fatturato complessivo di una grande multinazionale”*, vuole sottolineare **Barlocco**. E nel 2012 **Samsung assumerà** complessivamente worldwide **oltre 26mila persone, e circa un centinaio in Italia**. Numeri importanti, in un anno in cui non sono poche le aziende che tagliano.

*“La fascia dei netbook – secondo **Barlocco** – non ha reso giustizia all’intelligenza di questi prodotti, in cui Samsung comunque era posizionata molto bene. Usciamo dalla strategia dei prodotti entry level, e nella nostra fascia “entry” terremo solo notebook di qualità, che non sacrificano chi li usa come strumenti di lavoro e divertimento”.*



Gli fa eco **Sergio Ceresa**, nuovo direttore commerciale della divisione Information Technology: *“Samsung Italia nel 2011 (rispetto al 2010) ha avuto una lievissima flessione di fatturato da 2.556 a 2.516 miliardi di dollari. Anche nella nostra divisione si è riflesso il calo, ma abbiamo un piano ambizioso per il 2012 in cui cresceremo, e molto, a valore. La parte del leone sarà costituita ancora dal printing, ma anche la fetta dei notebook è destinata a crescere, proprio secondo la strategia espressa, per i prodotti a più elevato valore che immettiamo sul mercato, a partire da Samsung Serie 5 Ultra e dalle nostre Serie superiori, la 7 e la 9”.*

Quindi si parla di **shift di prodotto**, **Samsung** già nel 2011 ha seguito il trend invertendo i pesi di fatturato; da una proporzione del **70% di netbook e del 30 % di notebook Samsung** ha scambiato i piatti della bilancia. Questa inversione, lo dicono i dati **Gfk**, ha consentito, pur con la lieve flessione

complessiva , di fare meglio della media nello specifico comparto e di guadagnare anche a valore (+50% anno su anno). Un dato confermato dal trend dei notebook **Samsung** che costano più della media che si aggira intorno ai **550 euro a pezzo**, e che per **Samsung è invece di 570 euro a pezzo**.