

	2006	2007f	Δ% 07/06	Quota
Memorie	58.473	59.753	2,2%	23,6%
Micro	53.939	53.311	-1,2%	21,0%
Logica	60.158	63.999	6,4%	25,2%
Analogici	36.939	36.770	-0,5%	14,5%
Discreti	16.587	17.064	2,9%	6,7%
Optoelettronica	16.280	17.053	4,7%	6,7%
Sensori	5.339	5.555	4,0%	2,2%
Totale	247.715	253.505	2,3%	100,0%

ni di WSTS, non è destinato a cambiare anche se pare procedere a ritmi meno elevati degli anni passati. Se ritorniamo infatti al grafico di figura 2 vediamo che le previsioni dicono che nel 2009 questa regione riceverà più della metà delle spedizioni di semiconduttori. Del mercato totale, che per quell'anno raggiungerà quasi 294 miliardi di dollari, 148 miliardi andranno in Cina.

COME SARÀ IL 2007?

Secondo WSTS la crescita continua anche se, per l'anno in corso, i ritmi saranno più contenuti. Rifacendoci al grafico di figura 1 la crescita totale è prevista collocarsi al +2,3%, previsione rivista al ribasso (quella precedente dava il 2007 al + 8,6%) e con la seguente distribuzione per categorie di prodotto: Segno meno, anche se di poco, per micro ed analogici; per i microprocessori continua la lotta AMD-

Intel, mentre gli analogici pagano lo scotto dell'ottima prestazione avuta l'anno scorso. Forse ottimistica la previsione sulle memorie date al +2,2% mentre fin dalla fine dell'anno scorso stanno soffrendo di eccesso di offerta con grosse difficoltà sul fronte dei prezzi sia per DRAM che per Flash. I discreti si allineano al mercato mentre optoelettronica a sensori si postano a prestazioni leggermente maggiori: buona crescita del mercato dei LED che allargano la loro sfera applicativa mentre continua la penetrazione dei sensori nell'auto e nel consumer. Al top della classifica per il 2007 l'area della componentistica "logica" che viene proiettata ad un + 6,4% forse a compensare le prestazioni al di sotto della media dell'anno precedente. Positiva anche la visione nel medio termine: WSTS ci dice +10,2% per il 2008 e +5,2% per il 2009.. ma sono così lontani! ■

Tabella 4:
Previsione di vendita per il 2007, confrontata con il 2006

DI ANDREA CATTANIA

EONews - Qual è stato l'effetto della fusione sull'identità della società e sulle strutture di supporto e vendita?

Raffaele Giglio - Il processo di merging si è concluso alla fine di marzo. Gli obiettivi sono stati raggiunti con successo, in particolare quello di preservare le risorse preesistenti, con pochissime eccezioni. Si pensi ad esempio che Esco era presente con propri uffici anche in Grecia e in Turchia.

Un secondo importante obiettivo riguardava la struttura del-

to le risorse di Avnet Memec e quelle di Esco.

D Come si posiziona la società sul mercato?

R I punti di forza, sono la line card, il supporto tecnico e il forte grado di specializzazione delle risorse dedicate a questa attività. È sufficiente uno sguardo alla nostra line card per capire l'importanza del supporto tecnico per una società come la nostra. Tutti i venditori sono ingegneri o periti con esperienza di progettazione. Un'altra area in fase di sviluppo è la RF, in cui peraltro Avnet Memec dispone già di un'offerta com-

Avnet Memec e Esco: un primo bilancio

Risponde Raffaele Giglio - Manager Technical Sales per Italia e Grecia di Avnet Memec -

l'offerta. Esistevano infatti alcune sovrapposizioni tra le linee di Avnet Memec e quelle di Esco Italiana, entrambe società di nicchia caratterizzate da un notevole contenuto tecnico e da un'elevata specializzazione. A questo scopo si è proceduto ad una specifica razionalizzazione delle linee di prodotto.

LA STRUTTURA

Per quanto riguarda le strutture dedicate al supporto tecnico e alla vendita, abbiamo una line card suddivisa per segmento tecnologico e per core line. L'intera line card si articola in core suppliers (con le linee paneuropee, che coprono il 75-80% del mercato europeo) e support suppliers (linee di paritetico elevato contenuto tecnologico che garantiscono un elevato livello di attach rate nelle attività di design-in). In tal modo possiamo contare su risorse tecniche di supporto con il più elevato grado di specializzazione. Per quanto riguarda le strutture di vendita, abbiamo integra-

pleta per tutte le applicazioni. Attualmente questo segmento tecnologico rappresenta una parte importante delle nostre vendite complessive.

D Quali sono i principali mercati di sbocco per i prodotti Avnet Memec?

R Uno dei settori con le maggiori potenzialità di sviluppo è l'AVL (localizzazione degli autoveicoli), che è per noi un comparto fra i più interessanti, accanto all'RF. Di particolare rilievo è anche il segmento wireless nei settori demotica e industriale, nei quali abbiamo un'estesa base clienti grazie alla linea MAXIM. E ancora, abbiamo una buona penetrazione nelle telecomunicazioni, dove siamo presenti con le linee: MARVELL, PMC-SIERRA, TRIQUINT, ZARLINK (citandone esclusivamente alcune). Inoltre il nostro comparto LCD è un settore su cui continueremo a puntare, forti della significativa esperienza e posizione di mercato che deriva da ESCO.

World Semiconductor Trade Statistics

WSTS Inc. è una società non-profit il cui documento costitutivo e lo statuto definiscono servizi per l'industria dei semiconduttori mondiale, comprendendo la raccolta, la gestione e la pubblicazione dei dati sulla commercializzazione dei semiconduttori e sulle previsioni relative. WSTS è finanziata principalmente dalle quote associative delle società di semiconduttori che vi partecipano ed i cui rappresentanti compongono il Comitato WSTS. I membri di questo comitato sottopongono i reali dati mensili di vendita, partecipano a incontri regionali e contribuiscono a generare le previsioni dell'industria dei semiconduttori. La raccolta mensile dei dati è unica per frequenza, accuratezza, dettagli e copertura dei mercati. Le previsioni di WSTS sono le sole basate sull'esperienza collettiva e sulla intelligence di mercato della maggior parte dell'intera industria dei semiconduttori. La raccolta dei dati inizia nel 1976 da parte della SIA (Semiconductor Industry Association) ma nel 1986 si costituisce WSTS come ente indipendente che, dal 2005, raccoglie 73 membri a livello mondiale che rappresentano una copertura superiore all'85% del totale mercato e con una copertura regionale particolarmente ben articolata: America - 14; Asia-Pacifico - 12; Europa - 20; Giappone - 27. Le venti società al top delle classifiche di vendita fanno parte dell'associazione.