

MASSIMO GIUSSANI

## Display per e-paper: una crescita inarrestabile

Dai 131 milioni di dollari del 2010 agli 1,17 miliardi previsti per il 2014: questa la crescita prevista da electronics.ca publications per il mercato dei display per gli e-paper. Per il 2020 questo mercato toccherà quota 4,75 miliardi di dollari, grazie alla disponibilità di display a colori flessibili caratterizzati da velocità di refresh particolarmente elevate. Attualmente vi sono parecchie tecnologie di visualizzazione a disposizione per gli e-paper: LCD coloristici, elettrocromica, electro-wetting, elettroforetica. I display di tipo elettroforetico sono al momento caratterizzati dai più elevati tassi di crescita, grazie soprat-



tutto agli e-reader. Come si evince dal grafico, i display per e-paper saranno utilizzati in larga misura dagli e-book, seguiti dai visualizzatori per applicazioni quali digital signage, POS (Point of Sale) e POP (Point of Purchase).

Segmentazione del mercato per comparto applicativo - previsioni per il 2014

## 2010: il mercato sarà dominato dalle Dram

Tra le 28 categorie di prodotti recensiti in un recente studio di IC Insights (febbraio 2010), la parte del leone è attribuibile alle memorie Dram, che faranno registrare nel corso del 2010 tassi di crescita del 31%. Praticamente più del doppio della crescita del mercato dei chip, che dovrebbe

assestarsi attorno al 15%. Buone anche le prestazioni delle flash NAND, sempre più diffuse nelle apparecchiature mobili e nei dispositivi portatili. Analogo tasso di crescita previsto per i microcontrollori a 32 bit e per gli integrati per automotive per uso specialistico.

Categorie di prodotto	2007	2008	2009	2010
Categorie di prodotto	30	30	29*	28*
Crescita positiva	23	15	11	4
Crescita positiva a doppia cifra	17	9	5	0
Crescita uguale/migliore rispetto al mercato dei chip	17	12	15	6
Diminuzione	7	15	18	24

\*Riclassificazione delle categorie nel 2008 e 2009

È interessante notare dal 2006 al 2009 è costantemente calato il numero delle categorie di prodotto caratterizzati da una crescita su base annuale: si è passati dalle 23 categorie del 2006 alle 4 del 2009.

Categoria di prodotto	Crescita prevista
DRAM	31%
MCU a 32 bit	18%
Integrati per automotive	18%
Memorie flash	18%
Circuiti analogici per automotive	17%
Circuiti analogici per sistemi di elaborazione	16%
Circuiti analogici per applicazioni consumer	15%
Circuiti logici per periferiche e computer	15%
Microprocessori	15%
Dispositivi per conversione dati	14%
Riferimenti e regolatori di tensione	14%

Fonte: IC Insights (febbraio 2010)

STEFANO NOSEDA



STEFANO NOSEDA, general manager, Farnell Italia

Nel processo di ripresa economica, una delle più importanti sfide per i distributori e per il settore elettronico in generale è quello di capire come strutturare la propria impresa per renderla in grado di reagire alle future fluttuazioni di mercato. Penso che sia un dato di fatto che modelli di business flessibili, abbinati a una forte comprensione dei mercati attuali e futuri, siano la chiave per superare un periodo difficile senza troppi danni. Una comunicazione efficace con i clienti e fornitori permette di in-

Molte delle strategie dei siti B2C possono essere utilizzate anche per i siti B2B nel settore dell'elettronica, ed è altrettanto importante che il distributore si presenti come potenziale risorsa 'one-stop' per buyer progettisti. La sfida è quella di diventare una fonte di informazioni oltre che di

## Le sfide per il 2010 e oltre

vestire tempestivamente nello stock, per compensare i cambiamenti nei tempi di consegna e mettere a disposizione di buyer e progettisti la più vasta offerta di prodotti.

I distributori mettono a disposizione migliaia di prodotti online, ed è quindi fondamentale che la loro presenza web garantisca ai clienti un accesso semplice e rapido. Inoltre è necessario dare il

Un punto di forza è fornire informazioni

prodotti: ciò include informazioni sulla conformità dei prodotti alle norme in vigore e dati sull'efficienza energetica. Il tutto



profilo giusto ai prodotti di ultima generazione che danno valore aggiunto ai nuovi progetti. I distributori come Farnell possono personalizzare la propria presenza a buyer individuali o progettisti elettronici grazie all'analisi di dati sui clienti che aiutano a individuare i prodotti di cui potrebbero aver bisogno.

può essere supportato da forum online dedicati al settore, come element14 di Farnell, che mette a disposizione dei progettisti e dei team per l'approvvigionamento una gran quantità di informazioni.

readerservice@fieramilanoeditore.it  
Farnell n.4