



TENDENZA • il mercato dei computer portatili alimenta la domanda dei contenitori

# Le borse porta pc si diffondono

**Sono articoli da viaggio pratici e funzionali. All'insegna della leggerezza**

EMANUELE SACERDOTE

I computer condizionano la nostra vita: al lavoro come a casa. Oramai non se ne può fare a meno, perfino in viaggio. Complice anche il progressivo e costante calo dei prezzi, è cresciuto il numero di apparecchi, in particolare di portatili. Accanto ai notebook sono apparsi i palmtop o computer palmari, così definiti per l'ingombro e il peso.

La comunicazione non ha più confini: i telefonini fanno ormai parte della dotazione personale, un kit sempre più complesso di attrezzi che ognuno di noi porta con sé. Occorre un contenitore dove riporre tutti questi oggetti durante il viaggio, visto che oggi in virtù della mobilità si è sempre più costretti a spostamenti di lavoro. Di

qui la necessità di borse appositamente concepite per il trasporto degli apparecchi.

**La domanda.** Il mercato ha alimentato una nuova domanda: prima fra tutte quella delle borse porta pc portatili, i cosiddetti pc case. Le richieste riguardano in particolare due segmenti di pc: portatili e palmari. All'interno della categoria dei notebook si possono distinguere due ulteriori varianti: borse da portare a mano con maniglie (simili alle classiche ventiquattrore) o da portare in spalla, cioè zainetti.

Tutto questo ha finito per alimentare una richiesta piuttosto sostenuta. Sul fronte della produzione si possono quindi distinguere: aziende produttrici di informatica che commercializzano prodotti marchiati con il brand del proprio pc (Ibm), aziende specializzate nella produzione di valigie e borse per questo segmento specifico (Tucano), infine, aziende del comparto valigeria (Samsonite).

**Il prodotto.** Il prezzo mediamente dei porta pc oscilla dalle 120.000 - 62

euro alle 200.000 lire - 103 euro. I palmari spuntano invece prezzi più alti: in genere si tratta di articoli pregiati, realizzati in pelle.

Marche e prodotti hanno caratteristiche in comune che connotano la linea e i requisiti essenziali. In particolare dagli articoli risaltano alcuni elementi, quali:

■ **la leggerezza:** visto il peso dell'oggetto da trasportare è necessario che il contenitore sia il più leggero possibile;

■ **la robustezza:** oltre a essere piuttosto costoso, il pc ha un valore elevato per i dati contenuti; la

▶▶▶▶▶▶▶▶ PIÙ

- Rapporto qualità/prezzo
- Segmentazione di mercato

MENO ◀◀◀◀◀◀◀◀

- Design e stile
- Distribuzione limitata

borsa deve quindi essere piuttosto robusta - triple cuciture, tessuti resistenti antistrappo, cordura - ma deve offrire anche un'elevata protezione al contenuto, utilizzando doppi involucri, imbottiture e altri accorgimenti;

■ **le forme e le funzioni:** borse e zainetti sono studiati e realizzati sulla base delle esigenze specifiche degli utilizzatori; gli articoli sul mercato si distinguono sia per occasioni d'uso (viaggi lunghi e corti) sia per dimensioni (notebook, palmari);

■ **il design:** l'estetica è sicuramente un elemento importante, ma per questa categoria non è ancora un parametro critico di scelta.

Le prospettive sono incoraggianti, favorite in questo caso dalle performance dei prodotti e dalle potenzialità di sviluppo del mercato. Perché la domanda possa crescere ulteriormente occorre però fare qualche passo in più in direzione delle sinergie di prodotto (funzioni e occasioni d'uso) e dell'elaborazione progettuale (stile, design) dei porta pc, anche per superare quella dimensione da commodity che il prodotto si porta dietro.

## Le marche e i riferimenti dello stile

▶ **Tucano** È il marchio più specializzato e diffuso di questa categoria: presenta una linea completa di borse e zainetti.

▶ **Computer Comfort** Marchio di borse ventiquattrore fatte per contenere i pc portatili e il cambio necessario per l'uomo d'affari in viaggio. [www.computer-comfort.com](http://www.computer-comfort.com)

▶ **Targus** Azienda specializzata. Interessante l'indicazione sul sito: selezionando il pc vengono evidenziati gli articoli compatibili. [www.targus.com](http://www.targus.com)

▶ **Samsonite** Leader nella valigeria, ha in collezione porta pc e porta palmari. Una linea specifica Trunk & Co by Samsonite è di profilo più giovanile. [www.trunk-co.com](http://www.trunk-co.com) - [www.samsonite.com](http://www.samsonite.com)

▶ **Columbia** Casa americana di valigeria da viaggio. Presenta una ventiquattrore porta pc. [www.columbia.com](http://www.columbia.com)

▶ **Tumi** Marchio americano specializzato in valigeria e accessori da viaggio ad altissimo valore aggiunto per durata e robustezza. [www.tumi.com](http://www.tumi.com)

▶ **MH Way** Marchio italiano. Si distingue per il design minimalista delle sue collezioni e per lo stile. [www.mhway.it](http://www.mhway.it)

▶ **Mont Blanc** Ha commercializzato a Natale una porta palmare fatto apposta per Palm. [www.montblanc.com](http://www.montblanc.com)

▶ **United Colors of Benetton** All'interno della collezione valigie esiste anche uno zaino porta pc. [www.benetton.com](http://www.benetton.com)

▶ **Piquadro** Azienda specializzata in prodotti per le esigenze del mondo professionale. Propone un'offerta completa per il manager con le ventiquattrore Work Station. [www.piquadro.com](http://www.piquadro.com)

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

## Dove si vende e come si comunica

**DISTRIBUZIONE** I prodotti sono presenti in negozi di informatica/pc e negozi di valigeria. I primi trattano prodotti e marche specializzate, i secondi le firme più note al grande pubblico. Lo shop on line è un canale di vendita.

**COMUNICAZIONE** La comunicazione è pressoché inesistente in questo campo. Presso i distributori trovano spazio corner monomarca.

**TENDENZE** Oltre al notebook o palmare sarà possibile trasportare altri strumenti di lavoro e di svago: lettore Dvd, PlayStation, videocamere. In futuro le aziende del lusso tenderanno a presidiare il segmento creando articoli ad hoc nelle loro collezioni. Potenziali partnership tra produttori di pc e di borse in ottica di caratterizzazione e rafforzamento della marca.