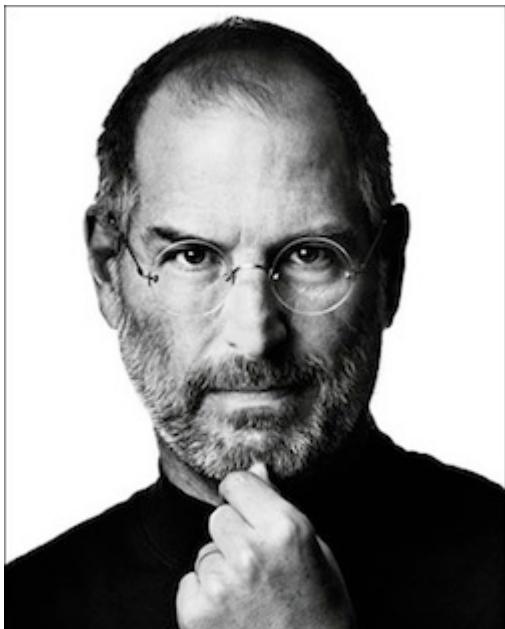


L'Apple mania è finita?

Pubblicato: Giovedì 26 Gennaio 2012



Chi mi conosce e mi legge sa che io sono un utente Apple di quelli pesanti. Ho un iPhone 4s, un iPad 2, un iPod touch, un iMac, un macbook pro, la Apple tv e via con tutto ciò che potete immaginare made in Apple. Premetto questa cosa per evitare i soliti fanboys che mi annoiano a morte e guardano ai brand come a divinità che non si possono nè toccare, nè tantomeno criticare.

Guardando in faccia la realtà mi chiedo però se non ci siano nel mondo i segnali che la mania per l'iPhone è in fase calante, nonostante le scene di isteria generale che abbiamo visto qualche giorno fa arrivare dalla Cina. Quelli che contano sono i mercati dove l'iPhone si confronta con i suoi competitors ormai da un po' e dove il mercato ormai si è "assuefatto" all'offerta.

Vi segnalo qualche numero che potrebbe suonare interessante. Nel primo weekend sul mercato, l'iPhone 4s ha venduto 4 milioni di unità in USA. Per fare un confronto con un competitor importante, l'iPhone 4s ha venduto in 3 giorni più di quanto il Galaxy SII abbia fatto in due mesi alla sua uscita.

In due mercati fondamentali come gli USA e l'Inghilterra, Apple ha market shares impressionanti: è passata in America dal 25% al 36% del mercato smartphones, in UK dal 21% al 31% in un anno. Qualcuno potrà pensare che ho bevuto prima di scegliere il titolo di questo articolo. No, no, posso sopportare un alcool test e vincerlo.

In Germania, dove Android ha il 61% del mercato e il Galaxy SII è il prodotto più venduto, Apple è scivolata dal 27% al 22% in soli tre mesi. In Francia, mercato sempre molto benevolo, è scivolato dal 29% del 2010 al 20% del 2011, con una perdita del 10% secca sul mercato totale, ma del 30% sui propri numeri. Mica briciole.

Questi numeri si affiancano al dato americano relativo ai tablets. Il Kindle fire ha venduto un milione di unità alla settimana per tutto dicembre, facendo rivedere al ribasso le stime di vendita per iPad nei primi mesi del 2012.

E' evidente che non siamo davanti ad un declino, ma diciamo che i dati da mercati importanti come Francia e Germania sono indicatori importanti, pur se condizionati dalla crisi economica in atto che non aiuta un prodotto high end come l'iPhone 4s. ma è solo la crisi a determinare una così netta inversione di tendenza in Francia e Germania, prima così generose nei confronti di Apple? non credo.

l'accoglienza di iPhone 4s è stata abbastanza tiepida perché il prodotto non rappresentava una rivoluzione pari a quella introdotta dai suoi predecessori. I giovani inglesi secondo una ricerca considera l'iPhone un prodotto "per adulti", poco sexy. Un dato di Ofcom dello scorso agosto dice che per il 59% dei teenagers inglesi il blackberry è meglio dell'iPhone che stravince tra gli adulti per popolarità.

Ma anche questo dato lascia chiaro-scuri ad Apple da non sottovalutare. L'iPhone 5 dovrà essere "sbalorditivo" per non rischiare di diventare un marchio normale. E' evidente che per molti (meno addicted di me) Apple lo è già. Il compito più difficile degli eredi (e successori) di Steve Jobs sarà rinfrescare la magia che è sempre stata nascosta in quella mela morsicata.

Riusciranno nell'impresa? pochi mesi e lo sapremo.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it