



Di Giorgio Panzeri

EDITORIALE

QUANTI WATCH HA VENDUTO APPLE?

Sembrano i dati di Expo: si dice che sono tanti (visitatori o orologi che siano) ma nessuno fornisce informazioni precise

Illustrando i risultati economici della trimestrale di Apple, Tim Cook non ha svelato esattamente quanti Apple Watch siano stati venduti tra aprile e giugno. Di sicuro si sa che il mese di giugno è stato il migliore in assoluto. Le società di ricerche di mercato stimano che nei primi tre mesi siano stati piazzati nel mondo fra tre e quattro milioni di orologi della mela morsicata. Sono tanti? Sono pochi? Guardando complessivamente al mercato attuale degli smartwatch rappresentano sicuramente un'evoluzione notevole, sia per il volume di vendite sia per il fatturato realizzato. Occorre anche tener presente che l'entry level della famiglia, Apple Watch Sport, costa più del doppio degli smartwatch Android. E parliamo del modello base, realizzato con materiali più poveri, alluminio, e senza vetro zaffiro. A seconda del tipo di cinturino il modello più interessante, in acciaio e vetro zaffiro, costa più di 800 euro. Una follia economica che molti possessori di iPhone sarebbero pronti a fare. È proprio qui sta il cuore della discussione. Lo leggerete anche nella prova approfondita che abbiamo realizzato in questo numero. Bello o brutto che possa apparire, anche se costoso, anche se con un'autonomia limitata (che comunque raggiunge la giornata), anche se anni luce lontano dall'estetica e dal contenuto meccanico degli orologi di lusso, l'Apple Watch ha un grande vantaggio: si integra perfettamente con l'iPhone, ne diviene una parte integrante, un'estensione che a poco a poco sembra irrinunciabile. Non è un caso che secondo i risultati di una ricerca indipendente, realizzata da Wristly, ben il 97% di chi ha l'Apple Watch è soddisfatto dell'acquisto. Ed è proprio questo dato che rende Apple fiduciosa sui risultati che potrà ottenere in futuro. Infatti, sempre dalla trimestrale citata in precedenza, si scopre che il prodotto più venduto dalla società di Cupertino è ancora l'iPhone. È ovvio che più iPhone piazza sul mercato più Apple Watch potrà vendere in futuro. Anche perché alcuni problemi di gioventù del prodotto saranno risolti con la nuova release del firmware che uscirà in autunno. Quindi, tanto di cappello ad Apple che, in un mercato sicuramente protetto e proprietario (il suo), è riuscita a generare una domanda che molti analisti ritenevano addirittura impossibile.

Quello che è interessante notare dalla trimestrale di Apple è invece il continuo calo nelle vendite di iPad, calo determinato sicuramente dalla maggiore domanda di smartphone con schermi più grandi. Contrazione determinata quindi dall'esigenza dell'utente di avere un solo prodotto con il quale fare tutto, senza dover andare in giro con più peso e senza dover sostenere la spesa di due Sim. E si può usare uno smartphone con schermo da 5 o 5,5 pollici veramente per tutto, dai giochi alla visione dei film, dalla gestione della posta elettronica o dei social network alla scrittura di brevi testi. Qualcuno riesce anche a leggervi riviste e fumetti. Purtroppo non è il mio caso: dopo tanti anni di uso di computer, notebook, netbook, tablet, smartphone e ultimamente smartwatch la vista mi è sensibilmente calata e per questo ho già chiesto a Apple di pensare allo sviluppo di un iPhone da 12 pollici.



Buone vacanze dalla redazione di PC Professionale