

Gps. Il settore subisce un calo di fatturato e vendite, insidiato dagli smartphone

I navigatori satellitari «perdono» la strada

Nel 2009 il giro d'affari è stato di 207 milioni in calo del 30%

Mario Cianflone

MILANO

Il Gps ha perso la rotta. Il mercato dei navigatori, i cosiddetti Pnd (Personal navigation device), è in affanno, perde quota in volume e in valore, sulla scia di un calo nelle vendite causato dalla saturazione e dal mancato avvio di un mercato di sostituzione periodica. Secondo Gfk nel 2008 in Italia sono stati venduti 1,5 milioni di pezzi, per quasi 290 milioni di euro. Nel 2009 i satellitari portatili hanno generato un volume d'affari di 207 milioni (-30%) per 1,241 milioni di pezzi venduti (-20%).

Il settore è fortemente polarizzato su due marchi: TomTom e Garmin. Con il primo che ha un market

share doppio del concorrente e il resto in mano a player più piccoli con quote sbriciolate. La casa olandese in Italia in termine di unità ha in mano il 54,4% del mercato in aumento rispetto al 52,8% dello scorso anno. Il concorrente americano, con sede alle Cayman Island, ha guadagnato un punto con un market share del 27,8 per cento. A seguire Mio con l'8,3% contro il 6% dell'anno precedente, e Navigon oramai ridotto al 2% (gli altri marchi sono inferiori a questa quota).

In termini di fatturato, TomTom ha il 58,2% (stabile rispetto a un anno fa) mentre Garmin passa dal 25,2 al 27 per cento. In aumento di due punti percentuali la quota di Mio che va al 6,5 per cento. A dicembre, il mese più ricco, sono stati venduti Pnd per 31 milioni, con un calo del 25% rispetto al 2008. Ma quello che i numeri non dicono è cosa sta succedendo al mercato. Va detto che rispetto a 5 anni fa, quando il fenomeno dei Pnd e di TomTom è esploso, si sono contratti gli spazi di mercato.

Dopo l'innamoramento iniziale,

si è ben presto capito che in fondo per il tragitto casa/lavoro il Gps serve poco. E serve solo se ha a bordo servizi aggiuntivi, davvero innovati e utili. Oppure che portino vantaggi pratici, come per esempio la segnalazione degli autovelox. Questa funzione evita di perdere i punti della patente superando i limiti di velocità in prossimità dei rilevatori: è un metodo d'uso dei Pnd "promosso" anche dalla Polizia stradale perché rappresenta de facto un modo per avere prudenza. Senza dimenticare le informazioni sul traffico, che permetterebbero di evitare ingorghi, blocchi, code e incidenti (oltre a consentire di organizzare le famose partenze intelligenti) ma in Italia il servizio Tmc deve ancora conquistare gli automobilisti. I quali, per anni, hanno visto disattendere le promesse e oggi solo Infoblu ha le caratteristiche per essere affidabile ed efficiente.

E come dimenticare Internet? Se i navigatori iniziassero ad avere un reparto per la connessione dati via rete cellulare, le potenzialità aumenterebbero. Questa è un'oppo-

tunità evolutiva che i grandi produttori non possono rimandare, pena la stagnazione del comparto. Il web porterebbe informazioni aggiuntive, geolocalizzate e aggiornate in tempo reale, oltre a un'assistenza istantanea in caso di emergenza. Senza dimenticare i servizi aggiuntivi che andrebbero a estendere quelli già disponibili.

I Pnd hanno subito, e subiranno ancor di più la concorrenza degli smartphone. Due settimane fa Nokia ha "regalato" la navigazione sui suoi telefonini, dopo avere messo sul piatto oltre 8 miliardi di euro per acquisire tecnologie e aziende come lo specialiste in mappe Navteq. Dal canto suo, Google ha tutto da conquistare e si appresta anche in Europa ad avviare il servizio navigation per i cellulari basati su Android.

E così i giganti della telefonia mondiale e di Internet entrano nel piccolo mercato scompigliandone le acque. O, anzi, portando quel tanto atteso vento di cambiamenti che gonfierà di nuovo le vele al settore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

