

Il Cinafonino insidia il Melafonino

Passeggiando per la Fifth Avenue a New York City o lungo Nanjing Road a Shanghai non sembrano esserci differenze nel notare un gran numero di persone alle prese col proprio iPhone, vera protesi essenziale per la vita nel nuovo millennio. Anche lo sguardo più attento e diffidente non riesce a trovare difformità fra l'apparecchio che vediamo usato nella Grande Mela – curioso come tutto giri attorno a questo frutto – e quello in voga sul Bund.

Cambiamo scena e osserviamo i più recenti dati di vendita rilevati sul mercato globale dei telefoni mobili. Non pochi esperti del settore sono rimasti sorpresi nel leggere l'ultimo rapporto di agosto emesso da Gartner, leader mondiale nel settore, che sancisce sì una crescita a due cifre del mercato accompagnata da un ribasso concorrenziale dei prezzi, ma presenta anche una new entry fra i grandi marchi. Si tratta di un consorzio basato a Hong Kong, costituito da un certo numero di produttori cinesi che si presenta con numeri da capogiro e risponde al nome di GFive.

Il gruppo è addirittura accreditato di un terzo posto nel mercato indiano, vera gallina dalle uova d'oro del settore. Che cosa mai avrà portato questo gruppo alla ribalta globale? Quali i loro prodotti di punta? La risposta è semplice: sono specializzati in copie dei modelli dei produttori di prima fascia. Inizia a venirci qualche dubbio: cosa abbiamo visto realmente in mano al pubblico cinese? Una rapida ricerca sul web ci porta sul desktop una ricca offerta di copie di Blackberry, iPhone, Nokia etc.

Fin qui niente di nuovo, se non fosse che le copie sono basate solamente sull'immagine esteriore dell'apparecchio e sul suo packaging e per questi aspetti sono fedelissime. Non vi è alcun interesse a replicare le prestazioni o il funzionamento (compresi i problemi di ricezione) del gioiello dell'azienda di Cupertino: il Cinafonino copia funziona in maniera del tutto differente usando un

proprio sistema operativo. Scioccante lo scarto di prezzo: un iPhone copy si porta a casa con 50 dollari, se proprio si vuole esagerare si raddoppia

La nostra confusione aumenta. Avevamo imparato che il magico mondo dell'information technology aveva seppellito l'annoso problema del rapporto forma/funzione, i prodotti nascevano come straordinarie sintesi di tecnologia, funzionalità, espressione formale. Non solo era un mondo in cui *free* e *freedom* sembravano – sbagliando – le due facce della medaglia della nuova realtà virtuale, ma era anche la dimensione in cui il design aveva vinto la sua battaglia e tutti entravamo (ed entriamo tuttora) quasi con rispetto nei magici Apple Store, i templi di vetro deputati alla celebrazione di questo rito. Ora scopriamo che un – per noi – sconosciuto operatore vende milioni di telefonini collocandosi non molto distante dalle migliori aziende della Silicon Valley? Forse, nell'entusiasmo, ci siamo dimenticati che in questo mercato, la cui unica possibilità di sopravvivenza è basata sulla crescita, le vere due facce della medaglia sono originale e copia e che una, purtroppo, ha bisogno dell'altra per assicurare i numeri globali secondo una prassi che ben conosciamo. Peccato, per un attimo ci eravamo illusi.

About Author



Alessandro Colombo

Nato a Milano (1963), dove si laurea in architettura al Politecnico nel 1987. Nel 1989 inizia il sodalizio con Pierluigi Cerri presso la Gregotti Associati International. Nel 1991 vince il Major of Osaka City Prize con il progetto: "Terra: istruzioni per l'uso".

Con Bruno Morassutti partecipa a concorsi internazionali di architettura ove ottiene riconoscimenti. Nel 1998 è socio fondatore dello Studio Cerri & Associati, di Terra e di Studio Cerri Associati Engineering. Nel 2004 vince il concorso internazionale per il restauro e la trasformazione della Villa Reale di Monza e il Compasso d'oro per il sistema di tavoli da ufficio Naòs System, Unifor. È docente a contratto presso il Politecnico di Milano e presso il Master in Exhibition Design IDEA, di cui è membro del board. Su incarico del Politecnico di Milano cura il progetto per il Coffee Cluster presso l'Expo 2015

[See author's posts](#)

 [Condividi](#)