Perché il caso Facebook potrebbe avvantaggiare Apple

La buona reputation di **Apple** sul fronte della privacy e della sicurezza delle informazioni dei suoi clienti potrebbe essere un *"vantaggio competitivo"* non da poco in futuro. A sostenerlo sono gli analisti di **UBS** che, nel bel mezzo del ciclone che ha investito **Facebook** per il caso Cambridge **Analytica**, vedono Apple fra i potenziali beneficiari del crollo di fiducia di pubblico e istituzioni nei confronti del social network.

Il ragionamento di Ubs è questo: Apple concentra il suo business sull'hardware (smartphone e tablet) piuttosto che sulla monetizzazione dei dati degli utenti. Ora che Facebook e altri big del tech, come **Twitter** e **Google**, sono sotto i riflettori per la gestione allegra dei dati degli utenti, Apple si trova con un grosso argomento a suo favore.

Diversamente da altre piattaforme, che vendono i dati dei consumatori ai pubblicitari, Apple conserva e protegge le informazioni sui clienti in maniera più stringente e il suo core business si basa principalmente sulla vendita di hardware.

Un business che non sempre è altrettanto lucroso della monetizzazione dei dati degli utenti, ma che potrebbe appunto rivelarsi *"un vantaggio competitivo",* secondo l'analista **Steven Milunovich** di Ubs, soprattutto alla luce delle varie inchieste in cui è incappata Facebook negli Usa e nella Ue.

Monetizzare l'hardware ha i suoi vantaggi nella creazione di fiducia da parte dei clienti, secondo l'analista, secondo cui la gente tende a non preoccuparsi della privacy, fino al

lomento in cui invece si preoccupa.

Per questo, Apple potrebbe trarre vantaggio in futuro sul fronte degli smartphone e dei tablet, visto che **Alphabet**, casa madre di Google, il suo grande rivale nell'arena dell'hardware tramite Android, è più che attiva nell'arena dei Big Data e della raccolta dati a scopi pubblicitari.

Inoltre, Apple in passato ha ingaggiato un braccio di ferro con il governo americano contro la richiesta di creare una backdoor sui suoi dispositivi per un'indagine anti terrorismo, mentre d'altro canto in Cina si è dovuta adeguare alle richieste del governo di Pechino di immagazzinare i dati generati e conservati dai clienti cinesi su iCloud in Cina, cedendone il controllo e la gestitone all' azienda cinese **Guizhou-Cloud Big Data (GCBD)**.

Detto questo, secondo l'analista di Ubs c'è spazio perché Apple crei prima o poi la sua propria piattaforma social, con le sue proprie regole di utilizzo.

Nei mesi scorsi, inoltre, Apple ha annunciato un prossimo aggiornamento del sistema operativo iOS per rendere più semplice importare i dati sanitari dei clienti e conservarli su iPhone*. "In futuro, prevediamo che saranno i consumatori ad essere i proprietari dei dati sanitari"*, ha detto il Chief Operating Officer di Apple **Jeff Williams** alla *Cnbc*.

Apple ha reso noto che i dati sanitari saranno criptati e protetti da un codice segreto.

E proprio l'ambito dei dati sanitari potrebbe trasformarsi in un'opportunità per Apple, secondo Ubs, anche se per ora non è chiaro in che modo l'azienda potrebbe monetizzare direttamente il servizio.

Perché il caso Facebook potrebbe avvantaggiare Apple