

'EPIC FAILS'

N-Gage: el sonat fracàs del telèfon consola de Nokia

UN HOME POSANT-SE un plàtan a l'orella, fent veure que parla per telèfon; un altre que fa com que conversa a través d'un teclat d'ordinador; un tercer que aixeca directament la cadira d'oficina i se l'acosta al lòbul dret. El 2003, sense voler-ho, Nokia havia creat un fenomen viral: el *sidetalking* (parlar de costat). L'empresa finlandesa de dispositius mòbils havia decidit unir els conceptes de consola portàtil de videojocs i de telèfon en un sol aparell. El resultat, llançat el 7 d'octubre del 2003 amb el nom de N-Gage, no havia deixat ningú indiferent. El dispositiu tenia una petita pantalla vertical, acompanyada d'un teclat alfanumèric en un lateral i de botons de direcció a l'altre. Però el que havia cridat l'atenció de tothom era que l'altaveu i el micròfon per trucar fossin al lateral de l'aparell.

L'efecte era tan estrany que els *techies*, sense pietat, van afanyar-se a fer-ne mofa i van crear portals web on compartien fotografies del dispositiu i en parlaven. I no només això: el fenomen va evolucionar i van començar a compartir fotografies hilarants, fent veure que parlaven per telèfon directament a través d'objectes d'allò més estranys, situats sempre de costat.

PERÒ ANALITZEM el nyap. El 2003 Nokia era la reina indiscutible del mercat de la telefonia mòbil. Tanmateix, era conscient que el concepte de *smartphone* no trigaria a arribar i que, per tant, havia de moure fitxa. Aleshores les consoles portàtils estaven en un bon moment de forma i l'empresa finlandesa havia decidit explorar aquest camí. Més enllà de les mofes, almenys durant quinze dies l'N-Gage va semblar que funcionava força bé: el 23 d'octubre del 2003 ja se n'havien venut 400.000 unitats. Amb aquestes dades, Nokia es va animar i va calcular que al cap d'un any n'haurien venut entre sis i nou milions, en un primer pas per acos-



tar-se a la xifra de vendes de la japonesa GameBoy Advance, que en col·locava 20 milions cada any. Però la realitat els va esclatar a la cara: a finals del 2004 l'empresa tan sols n'havia pogut vendre un milió.

"El producte era un híbrid que no satisfieia en cap de les seves dues prestaci-

LA LLIÇÓ

"Nokia va intuir bé que el mercat dels videojocs creixeria exponencialment però, si volia competir amb empreses potents i consolidades com Nintendo o Sony, ho hauria d'haver fet amb un producte que realment fos un bon telèfon i una bona consola", opina Susana Domingo, professora d'estratègia i emprenedoria de la UPF.

ons: no era ni un bon telèfon ni una bona consola –dispara Susana Domingo, professora d'estratègia i emprenedoria a la UPF i a la Barcelona School of Management-. A més, tenia un disseny poc atractiu i no era gaire pràctic", afegeix. De fet, més enllà del seu aspecte estrafolari, la consola tenia diversos errors, com el fet que per insertar-hi un nou joc calia treure'n abans la bateria, perquè el cartutx s'havia de col·locar al darrere. A correuita, Nokia va haver de corregir-ho tot en una nova generació dels dispositius el 2004. El nou model ja portava l'altaveu de les trucades al frontal i el fenomen del *sidetalking* va començar a desaparèixer. Però no n'hi va haver prou per reflotar el producte.

EL 2005, amb tan sols tres milions d'unitats venudes, Nokia va decidir enterrar l'N-Gage. Això sí, el 2008 va recuperar-ne el nom per batejar una plataforma de jocs que havia creat per als seus nous *smartphones*. El servei també va passar sense pena ni glòria, i el 2010 va acabar desapareixent. —*Marc Amat*

'PORCA MISERIA'

Lluny de negocis no ecosostenibles!

Fa unes setmanes vam parlar d'una empresa líder en la "carn falsa", Beyond Meat, especialitzada en hamburgueses vegetals impossibles de distingir de les d'origen animal, i de la seva expansió constant. Resulta que fa pocs dies va sortir a la Borsa dels Estats Units i el seu valor va pujar un 163% en un sol dia! Això ens ha de fer reflexionar: el futur és de les empreses respectuoses amb el medi ambient. Ho dic no des d'un punt de vista progrè o *neohippy*, o només en sentit moral. Ho dic pensant exclusivament des d'un punt de vista econòmic i... egoista! Els negocis que volen ser rendibles, siguin d'automoció, energia, alimentació o qualsevol altre àmbit, hauran de ser ecosostenibles. Contràriament, tindran greus problemes d'explotació i moriran a poc a poc, perquè la força d'aquesta religió verda que s'ha imposat en el món gràcies a la sacralització del canvi climàtic és imparable. Un consell, doncs, empresaris: un euro invertit en medi ambient no és un joc, i allunyeu-vos de negocis no *ecofriendly*.

NICOLA PADOVAN
EMPRESARI
ITALIÀ



@nicolapadovan

Fundesplai
Fundació Catalana de l'Esplai

Espectacles infantils

Tallers, circ i música

Zona de restauració

Més de 50 activitats per a totes les edats!

Festa Esplai
Un estiu per a tothom

Més informació:
www.fundesplai.org

Diumenge 12 de maig de 2019 d'11 h a 17 h

Parc Nou • Ronda del Sud, s/n
El Prat de Llobregat