

# Patrimoni & Finanza

Come risparmiare, come investire, come tutelare i propri diritti

# 3

**Rivoluzioni digitali** La prova tecnica della tablet di Cupertino. È sottile e veloce nelle connessioni a Internet, però non sostituisce un notebook

## iPad Jobs e gli otto cavalieri della tavoletta

Da Hp a Acer, da Nokia a Lenovo: chi darà battaglia al nuovo oggetto del desiderio Apple. Bello, ma non per scrivere

### IL PUNTO

Sono gli spot la vera posta in gioco

DI EDOARDO SEGANTINI

Il dibattito che ha preceduto e seguito la presentazione dell'iPad ha parzialmente oscurato un'altra, contestuale iniziativa-chiave della Apple: il lancio di iAd, la nuova piattaforma pubblicitaria che inserirà nelle applicazioni dell'iPhone e dell'iPad i mini-spot degli investitori. Eppure è un fatto importante. L'iniziativa segna l'ingresso in grande stile della società di Cupertino nel campo della pubblicità mobile. Steve Jobs ci aveva già provato tentando di acquistare AdMob, la maggior agenzia pubblicitaria del mondo per il mercato mobile, che poi Google gli aveva soffiato in uno sprint finale sul filo di lana. E una seconda volta comprando Quattro Wireless, più piccola ma considerata all'avanguardia.

Oggi però i tempi sono maturi e la gara con Google (e Microsoft) per la pubblicità mobile ne sarà accelerata. L'iPad — al di là delle dispute tecniche sulla singola peculiarità — è, infatti, un potenziale, formidabile veicolo per reclamizzare prodotti. Lanciando iAd, Apple risponde alle pressioni del mondo pubblicitario, che da tempo chiede mezzi per produrre spot all'altezza dell'iPhone e ora dell'iPad, in grado di sfruttarne al massimo le capacità espressive e interattive. Con iAd la Apple vorrebbe colmare questa lacuna e dare agli sviluppatori una chance per fare soldi sulle loro applicazioni, naturalmente ritagliando per sé la parte maggiore.

La ragione che spinge mister Jobs a ritenere che iPhone e iPad saranno buone piattaforme pubblicitarie è che gran parte dell'attività mobile degli utenti dei prodotti Apple si svolge sulle applicazioni, che oggi sono più di 180 mila sui 100 milioni di iPhone nel mondo. Se 10 spot pubblicitari appaiono su ognuno di quei telefonini, è il ragionamento, si ottengono un miliardo di contatti giornalieri tra consumatore e venditore. La logica è del tutto evidente: c'è una torta sempre più grande da mangiare. Talmente grande che si stanno facendo sotto i più agguerriti commensali: a cominciare dal più attrezzato di tutti, Google, che non a caso, dopo aver soffiato a Apple AdMob, si appresta ora a lanciare il suo prototipo dell'anti-iPad, basato sul sistema Android. Sarà un bel match. [esegantini@corriere.it](mailto:esegantini@corriere.it)

DI UMBERTO TORELLI

Arriverà nei negozi italiani a fine maggio l'iPad, il nuovo oggetto del desiderio firmato da Steve Jobs. È in ritardo di un mese sulla tabella di marcia, a causa della supervendita negli Usa: oltre 500 mila pezzi in una settimana. Così per fare fronte alle richieste interne l'azienda di Cupertino ritarda le consegne nel resto del mondo. Ma quanti ne venderà? Le stime della californiana iSuppli parlano di 7,1 milioni di pezzi venduti a fine anno nel mondo e oltre 20 milioni entro il 2012. Per toccare con mano pregi e difetti dell'iPad, *CorriereEconomia* ha testato uno dei primi esemplari arrivati nel negozio iStuff di Milano (dove lo si può provare e prenotare).

### I pregi

La prima sensazione è quella di toccare un oggetto gradevole. Bello, dal design accattivante. È sottile (13 millimetri) e leggero (680 grammi). Lo schermo da 9,7 pollici, molto luminoso, lavora con grafica in alta risoluzione. Le icone in stile iPhone aprono velocemente i programmi e la connessione Internet. Buona l'autonomia delle batterie, garantita da Apple per 10 ore di funzionamento. Un punto di forza sono poi le migliaia di applicazioni e contenuti scaricabili dalla Rete, prima fra tutti i libri digitali, ma anche giornali online e prodotti editoriali in genere. Una porta spalancata agli sviluppatori di contenuti didattici per scuola e formazione.

### I difetti

Questi, in sintesi i principali pregi, rilevati a caldo. Tuttavia, prima dell'acquisto sono d'obbligo altre riflessioni. Primo: il neonato di casa Apple non potrà sostituire l'operatività di un tradizionale

notebook. La tastiera virtuale che appare sullo schermo va bene per inviare e-mail, non per scrivere lunghi testi né lavorare con programmi grafici. Inoltre, manca una semplice porta Usb e la possibilità di inserire una memory card esterna.

Secondo: l'iPad, date le dimensioni, non funziona certo da telefonino e la mancanza di una web-cam integrata riduce fortemente l'utilizzo di programmi per la comunicazione tipo Skype.

Terzo: è legato al web. Fuori da una qualunque copertura

wireless, sia essa una rete Wi-Fi piuttosto che la connessione 3G dell'operatore, rimangono attive solo le funzioni multimediali audio-video.

A questo punto la tavoletta digitale di Jobs diventa uno sfizioso giocattolo tecnologico, tra l'altro non a buon mercato. Tenendo conto della politica Apple fino a oggi, i prezzi in euro per l'Italia saranno simili a quelli in dollari applicati in Usa. Non solo. In fatto di costi, bisogna fare attenzione al download delle applicazioni a pagamento: è facile farsi prendere la mano e l'iPad può diventare costoso da mantenere. Per inciso, gli analisti di iSuppli hanno stimato in 260 dollari il costo di produzione.

### I concorrenti

Una cosa è certa: il mercato dei tablet-Pc con multitouch è destinato a crescere in fretta. Tra i produttori decisi a dare battaglia ad Apple troviamo Hp, che in gennaio a Las Vegas ha presentato Slate. È una tavoletta da 8,9 pollici con risoluzione 1024 x 600 pixel e acceleratore grafico, più una web-cam da 3 megapixel per video-telefonare. Cuore e cervello di Slate sono un processore Intel Atom e il software Windows 7. Per ora Palo Alto non indica data di rilascio e prezzo, ma i rumor del web, parlano di vendite negli Usa entro l'estate a partire da 550 dollari.

Le due taiwanesi Acer e Asus, in alternativa, propongono due «notebook reversibili», rispettivamente Aspire Timeline (699 euro) e EeePc Multitouch (499 euro), una via di mezzo tra tablet e notebook. Si tratta di schermi piatti da usare in modalità touch, basta però ruotarli di 180 gradi e comprare una vera tastiera da Pc portatile. Il peso di entrambi supera il chilo e mezzo, l'autonomia è di 8 ore. Quanto a Nokia, dalla Finlandia non trape-



Guru Steve Jobs (Apple)

Associated Press

### Come scegliere

Le caratteristiche dell'iPad, i vantaggi e gli svantaggi

	WI-FI	WI-FI+3G
Dimensioni	242x189x13 millimetri	242x189x13 millimetri
Peso	680 grammi	730 grammi
Display	9,7 pollici multitouch a led	9,7 pollici multitouch a led
Risoluzione immagini	1.024 x 768 pixel	1.024 x 768 pixel
Connessioni	Wi-Fi + Bluetooth	Wi-Fi + 3G + Bluetooth
Memoria	16, 32, 64 GB	16, 32, 64 GB
Microsim	assente	presente
Autonomia batterie	fino a 10 ore	fino a 10 ore
Temperatura di lavoro	0-35 °C	0-35 °C
Disponibilità	in Italia da fine maggio	in Italia da fine maggio
Prezzo di vendita in Usa (tasse escluse)	da 499 a 699 dollari (da 367 a 514 euro)	da 629 a 829 dollari (da 463 a 610 euro)

### Pro

- Prodotto di tendenza dal design originale
- Semplice e immediato nell'uso
- Browser veloce nella navigazione
- Si scaricano migliaia di contenuti dal web

### Contro

- Non sostituisce un notebook
- Manca la videocamera web
- Se esposto troppo al sole, scatta la protezione termica
- Senza connessione wireless si trasforma in un "giocattolo" costoso

Fonte: elaborazione Corriere Economia sui dati dell'azienda

P.38174

la nulla di ufficiale, ma dopo il lancio di due anni fa (senza troppo successo) del minitabulet N810, adesso ci riprova con una tavoletta basata su sistema MeeGo, sviluppato con Intel. Uscirà in autunno. Seguiranno i prodotti di Samsung, Lenovo e Dell. Shenzhen Gre-

at Loong Brother, azienda cinese di computer, già da sei mesi ha messo sul mercato il P88 (prezzo 525 dollari), abbastanza simile all'iPad. Curioso il fatto che i manager cinesi accusino Apple di averli copiati e minacciano azioni legali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Metropolis

a cura di Cristina Pellecchia

[cristinapellecchia.cor@gmail.com](mailto:cristinapellecchia.cor@gmail.com)

## Il foto-safari? Con il pullman a celle solari

Non inquina e rispetta la natura Oex, il veicolo per il futuro delle spedizioni via terra, inventato per l'aveo da Hamid Reza Bekhradi, studente di industrial design del Politecnico di Milano. Iveco Oex-B Africana, specializzato per i safari, è un arioso pullmino per 20 persone, con ampie vetrate e grossi oboli per godere il più possibile della bellezza del paesaggio. Ha sedili panoramici e una balconata estendibile con tanto di cannocchiali di serie.

È un veicolo ibrido, non solo nel motore — diesel ali-

mentato pure a pannelli solari — ma anche nella forma. Se a un primo sguardo può, infatti, sembrare una sorta di scarafaggio gigante, ecco che d'improvviso allarga la sua coda da pavone: un ventaglio ricoperto di celle solari flessibili che, a veicolo fermo, consentono di catturare il più possibile energia pulita e gratuita per ricaricare le batterie integrate, offrendo ai passeggeri la possibilità di un break all'ombra. Entro il 2020, secondo il progettista, Oex dovrebbe arrivare sul



mercato, con altri modelli specifici per altri itinerari. «Il risultato finale — dice Bekhradi — sarà una flotta di veicoli terrestri, ognuna specializzata per un viaggio».

## Lampadine addio, ora c'è il filo luminoso

Sopravvivere al 2012 sarà difficile, per le lampadine. L'azienda gallese Lomox ha dichiarato guerra ai bulbi luminosi e conta di innescare una rivoluzione a partire da quella data. Grazie a un finanziamento di 454 mila sterline da parte della Carbon Trust (la società creata dal governo

britannico per aiutare aziende ed enti pubblici a ridurre le emissioni di CO2) Lomox ha sviluppato una tecnologia basata sull'Oled, che consente a pellicole sottili e flessibili di essere luminescenti proprio come le lampadine classiche, richiedendo però solo una piccola quantità di energia elettrica (da tre a cinque volt). L'efficienza, secondo l'azienda produttrice, è di due volte e mezza maggiore rispetto alle lampade ecologiche standard, attualmente in commercio.

La caratteristica fisica del Lomox Oled consentirebbe inoltre di disporre il film luminoso ovunque, utilizzandolo per esempio per tappezzare una parete della casa, dando vita a nuove atmosfere e soluzioni.

## Arriva la robot avatar: sa anche ridere



È una bella ragazza asiatica sui 20 anni, ha lunghi capelli neri ed è nata nei laboratori giapponesi di Hiroshi Ishiguro, professore all'Osaka University. Si chiama Geminoid F. ed è l'ultimo robot umanoide di Ishiguro, simile in modo impressionante a una persona in carne ed ossa (grazie anche alla pelle in sili-

cone). Sa ridere, annuire, inarcare le sopracciglia o dissentire in maniera realistica, interagendo con estrema naturalezza con gli esseri viventi.

In realtà, è una sorta di avatar: Geminoid F (dove la F sta per «female», femmina) è guidato a distanza da una persona vera che, seduta davanti a una webcam, parla, ride e comunica, mentre tutte le sue azioni ed espressioni facciali sono elaborate e inviate via wireless all'androide, che le riproduce in tempo reale.

Nel 2006 Ishiguro aveva inventato la perfetta replica di se stesso: il maschio Geminoid HI-1, un robot umanoide più complesso e rudimentale, di cui la fanciulla può definirsi l'evoluzione. Segni particolari: è decisamente molto siliconata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA