

**Una tavoletta anche per Dell**

Michael Dell ha mostrato per la prima volta il prototipo del tablet in concorrenza con l'iPad: schermo da 7 pollici (contro i 9,7 di Apple), funziona con il sistema Android di Google. L'ultimo progetto è un apparecchio per trasmettere video da Internet al televisore, sulla falsariga dell'Apple TV

**Silicon Valley senza angeli**

Duro colpo alla reputazione degli «angeli investitori» della Silicon Valley. Secondo il blogger Michael Arrington un gruppo di investitori individuali che rappresenta quasi il 100% degli affari delle start-up si sarebbe organizzato in un «cartello». Obiettivo: abbassare il prezzo per diventare azionisti

1.555

Il costo della nuova borsa di Chanel, in dollari, per custodire l'iPad, quasi il doppio del prezzo massimo dell'ultimo prodotto Apple: è di pelle nera e sarà nei negozi a fine ottobre, in tempo per la stagione dei regali natalizi. Segna un record per l'iPad-mania e per la vasta gamma di accessori legati al tablet di Steve Jobs. Altre custodie griffate sono quelle di Yves Saint Laurent (336 dollari), Burberry (450), Oscar de la Renta (390), Gucci (290) e Salvatore Ferragamo (390)

## IL PUNTO

L'avanzata  
del modello  
aperto

DI EDOARDO SEGANTINI

Lo smartphone è molto più di un telefono. Perciò, nella scelta di acquisto, pesano sempre più la quantità e la qualità delle applicazioni disponibili: almeno quanto la bellezza e il design dell'oggetto.

Nell'ambito della gara tra Apple e Google, i modelli che si confrontano sono il mondo chiuso della Mela e quello aperto del motore di ricerca. Qual è il vantaggio offerto da quest'ultimo? Che, essendo *open source*, cioè non proprietario, lascia molta più libertà nella programmazione delle nuove applicazioni.

Apple, al contrario, tende ad imporre linee guida assai più restrittive in termini sia degli strumenti che gli sviluppatori possono o non possono utilizzare sia dei processi di approvazione e revisione a cui devono sottostare per vedere le proprie applicazioni inserite nel negozio virtuale, lo store. In poche parole, per entrare in Apple si devono seguire rigorosamente le regole del padrone di casa.

Perciò se gli sviluppatori, attratti dalla maggiore libertà, cominciano a spostarsi sempre più decisamente su Android, è probabile che il

La concorrenza si  
fa sentire: ora  
Apple pubblica  
le linee guida  
del suo store

pubblico a sua volta si orienti sempre più da quella parte. Naturalmente a Cupertino, sede della Apple, tutto questo lo sanno bene. E, forti delle oltre duecentomila applicazioni disponibili nel «negozio» Apple, ora possono permettersi di allargare un po' la manica.

È in questa luce che va letta la recente decisione della Mela di allentare la stretta delle proprie regole: segno che si intravedono all'orizzonte le avvisaglie di un potenziale pericolo. Un comportamento abbastanza ciclico, in verità: periodicamente, quando gli sviluppatori cominciano a dare segni di malcontento, Apple allenta un po' il collare. Per poi tornare a stringerlo quando il nervosismo passa. Questo giochetto però è ormai abbastanza scoperto e Apple sa che non può tirare troppo la corda.

Forse anche per questo, per la prima volta, l'azienda pubblicherà le linee guida di AppStore con l'obiettivo di garantire una maggiore trasparenza. Basterà a far calare la tensione?

esegantini@corriere.it

## Battaglia degli smartphone In Italia previsto il raddoppio del mercato

Telefonini La via  
per battere l'iPhone?  
Passa da Cina e Corea

Samsung, Lg, Htc e Huawei lanciano nuovi modelli basati sull'Android di Google. Il punto forte? Le mappe interattive

DI CHIARA SOTTOCORONA

Ogni giorno nel mondo vengono attivati tra i 200 e i 250 mila nuovi telefonini Android. Parola di Eric Schmidt, il timoniere di Google, che lo ha di recente rivelato alla conferenza Technology, in California. È un ritmo di crescita raddoppiato da maggio ad oggi. Gartner Research indica avvenuto il sorpasso sull'iPhone a fine agosto.

Nell'ultimo quadrimestre 2010 sono stati venduti infatti 10 milioni e 600 mila googlefonini a livello mondiale, contro 8 milioni 743 mila iPhone. Android è diventato il terzo sistema operativo più usato per gli smartphone, mentre l'iOS di Apple è in quarta posizione.

## La carta delle «app»

«Ma le sorprese non sono finite: entro la fine dell'anno si prevede che Android diventerà il numero due, dopo Symbian di Nokia. Risultati simili erano attesi per il 2012, mentre stanno arrivando molto prima —, osserva Carolina Milanese, vicepresidente ricerche di Gartner —. Un successo, grazie anche al gran numero di produttori di smartphone, quasi una decina, che l'hanno adottato».

E senza dubbio aiutato dalla crescita, anche quella vertiginosa, delle «app»: l'Android Market ormai ne conta 100 mila (7 mila nuove in arrivo ogni settimana) ed è l'unico in grado di competere con la ricchezza dell'AppStore, che ne vanta 225 mila.

Curati nel design, con grandi schermi touch, multifunzione e sempre più veloci (con processori da un gigahertz), i googlefonini sono in piena offensiva per l'autunno: la nuova ondata arriva soprattutto da Oriente, con i modelli dei coreani Lg e Samsung, della taiwanese Htc, oltre che del cinese Huawei, che per primo sta lanciando sul mercato uno smartphone Android, l'Ideos, a soli 100 dollari. «Samsung è diventato il numero uno per gli smartphone negli Usa e sta affermandosi anche in Europa, con il Galaxy S, considerata un rivale dell'iPhone — precisa Milanese —. Da settembre allarga la sfida anche con il Galaxy Tab, primo smartphone-tablet basato sulla nuova versione di Android, la 2.2 Froyo. Mentre in Giappone si stanno affermandogli X10 di Sony Ericsson. C'è una competizione spinta sia sui prezzi, sia sulle prestazioni dell'hardware. A vantaggio del consumatore, che ha più scelta».

È la promessa di una «democratizzazione degli smartphone»: renderli accessibili a tutti, abbassando le barriere dei costi finora elevati e facilitando l'esperienza d'uso.

Ma anche l'inizio di una vita sempre connessa con gli smartphone, che aiutano a risolvere

i piccoli problemi del quotidiano, grazie alla varietà di applicazioni. Basta pensare agli sviluppi della geolocalizzazione.

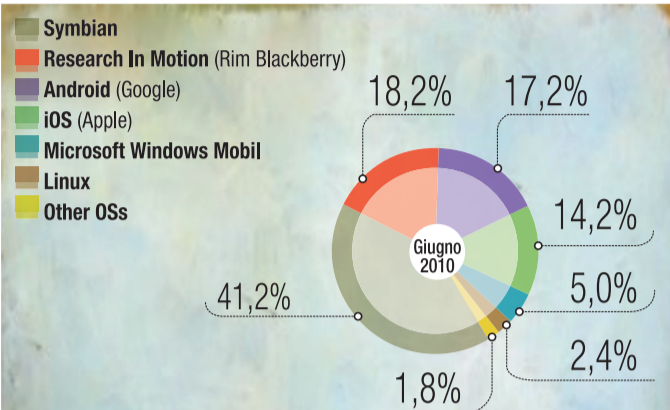
«Se mi trovo in un quartiere che non conosco e ho bisogno di ritirare contante, con la nostra applicazione Layer posso inquadrare con la videocamera del cellulare l'ambiente circostante e chiedere Bancomat: il Maps mi condurrà a quello più vicino», dice Carlo Barlocco, vicepresidente di Samsung Italia. «Se sono in un negozio e leggo con la fotocamera del telefonino il codice a barre del prodotto, l'applicazione Bar-scanner di Android mi indica dove trovare nella zona il prezzo migliore per quel prodotto», incalza Michelangelo Tursi, direttore Telecomunicazioni di Lg.

Le due rivali coreane, Samsung e Lg, si trovano ormai, subito dietro Nokia, rispettivamente al secondo e al terzo posto nel mercato mondiale dei cellulari (Lg però nell'ultimo trimestre ha registrato ingenti perdite, costate la testa all'amministratore delegato Nam Yong). Samsung in ottobre lancerà un googlefonino da 199 dollari, il Corby Smartphone. Lg invece, mantenendo la strategia di prezzi intorno ai 200 euro, ha appena presentato in Italia l'Optimus One, che uscirà da ottobre. «È il primo in Italia con Android 2.2, che rende In-



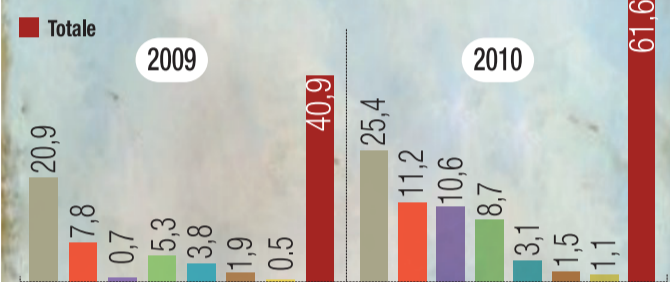
Pronto Eric Schmidt, a capo di Google

## La partita



Vendite mondiali di smartphone per sistema operativo

Dati in milioni di unità



Fonte: Gartner, agosto 2010

Pparrà

ternet fino a cinque volte più veloce e permette di caricare le applicazioni anche sulla memory card — dice Tursi —. Contiene inoltre Lg Advisor: un software che aiuta a trovare ogni due settimane le 10 migliori applicazioni Android sviluppate per il mercato italiano». In Italia si vendono 18 smartphone

ogni 100 telefonini e da quest'autunno è prevista una crescita di oltre il 50%. I margini per i fabbricanti però rischiano di ridursi e la sfida sarà più dura per Nokia e per Rim (Blackberry), che dopo l'assalto dell'iPhone si trovano ora sotto la carica dei googlephone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Digitale Presentato oggi l'innovativo prodotto dell'italiana Sabah Electronics

## Una buona notte con l'eBook

Arriva il primo eReader per bimbi, funziona anche come audiolibro

Il libro illustrato della buona notte, quello da leggere ai bambini seduti sul bordo del letto, potrebbe avere i giorni contati. A sostituirlo, sarà Baby Book. Un audiolibro digitale in grado di raccontare storie ai piccoli da 3 a 8 anni. Verrà presentato domani a Milano. A inventare l'originale eBook è l'italiano Alberto Pessach, imprenditore milanese e presidente di Sabah Electronics. L'azienda specializzata in consumer elettronico che distribuisce già nel nostro Paese iRiver, un lettore digitale per grandi.

«Un'idea avuta nel corso di uno dei numerosi viaggi in Oriente — spiega — quando

mi sono reso conto che non esisteva sul mercato un prodotto per questa fascia di età». Così nel giro di due anni Pessach mette a punto specifiche e caratteristiche del progetto, per farlo ingegnerizzare poi a Taipei. Con un solo obiettivo. Produrre un eReader facile da utilizzare una volta nelle mani dei più piccini. Prodotto con materiali certificati che offrano la massima sicurezza durante la lettura. «Nella realizzazione non siamo caduti nella tentazione di «cineserie», di certo più economiche ma con scarse garanzie di qualità».

Il risultato è un robusto eBook — 199 euro — con di-

splay Lcd a colori da 8 pollici, perché per i bambini risulta fondamentale l'aspetto grafico. Con la possibilità di soffermarsi sulle immagini, come si fa con i libri illustrati cartacei.

Per scelta non è stata impiegata la tecnologia touch-screen, ma Baby Book si sfoglia con l'aiuto di quattro tasti laterali. Dalla schermata iniziale si sceglie se ascoltare la storia raccontata dalla voce di un doppiatore, dunque niente sintetizzatore digitale con voce metallica. Oppure fare comparire a video il testo, da leggere direttamente. Con una novità. Metà delle storie sono realizzate in lingua inglese. «Una soluzione



voluta, perché sappiamo come i più piccoli siano curiosi e riescano a imparare rapidamente, associando immagini e contenuti testuali».

Baby Book sarà messo in vendita in Italia da metà ottobre attraverso i negozi della distribuzione hitech. Con prezzo al pubblico di 199 euro. Al suo interno memorizza già 20 storie, mentre le altre saranno scaricabili dal sito www.pilade.it,

a meno di 5 euro, attraverso un comune Pc. Basta poi collegare Baby Book tramite la porta Usb per archivarle nella memoria interna da 16 gigabyte. Dove troveranno posto anche fotografie e file in formato pdf.

Il fatto di scaricare, almeno all'inizio, i contenuti da un unico sito potrebbe però rivelarsi una limitazione. Meglio offrire ai piccoli lettori maggiori possibilità, attingendo da altri bookstore online. Ma i progetti di Alberto Pessach vanno oltre. «Non escludo l'utilizzo a fini didattici, nelle scuole per l'infanzia. Per muovere i primi passi nell'apprendimento delle lingue e dell'aritmica». Presto Baby Book parlerà anche in spagnolo, perché il vulcanico imprenditore pensa già a nuovi mercati.

U. TOR.

© RIPRODUZIONE RISERVATA