

→ **Il rivoluzionario** tablet pc è da ieri in vendita negli Usa, arriverà nel nostro Paese a fine mese  
→ **Leggero e versatile**, potrebbe cambiare il modo di leggere ma c'è anche chi lo ritiene inutile

# Tutti in coda per l'iPad ultima magia di casa Apple

Per mesi circondato da un alone di mistero, da ieri l'iPad è venduto nei negozi Usa, di fronte ai quali si sono formate code di aspiranti acquirenti. Il tablet pc di Apple vuole cambiare il mercato dei dispositivi mobili.

**MARCO VENTIMIGLIA**

MILANO  
mventimiglia@unita.it

In tanti, dandone per scontato il successo planetario, vanno già alla domanda successiva: in quale misura l'iPad cambierà il nostro vivere quotidiano? Altri, scettici o realisti fate un po' voi, si pongono ben diverso quesito: ma in fondo l'iPad a che cosa serve? Con il paradosso che le stesse due domande frullavano ieri nella testa delle migliaia di persone

**La concorrenza reagisce**  
In arrivo dispositivi con capacità simili da parte di Hp e Dell

che stazionavano davanti ai negozi per assicurarsi subito l'ultima creatura partorita dalla fervida mente di Steve Jobs, lo storico patron di Apple. Eh sì, perché della reale utilità di questo inedito dispositivo ci si potrà fare un'idea attendibile soltanto nelle prossime settimane, quando prenderà forma l'"ecosistema" digitale ad esso dedicato, lo stesso che negli anni più recenti ha decretato l'incredibile successo dell'iPhone.

Eppure, come detto, nonostante i dubbi attuali in tanti si sono precipitati nei negozi acquistando l'oggetto, 499 dollari il costo del model-

lo base Wi-Fi per superare gli 800 dollari dell'imminente versione 3G, praticamente sulla fiducia. Fiducia nella Apple e in Jobs, che negli ultimi anni hanno letteralmente cambiato il volto dell'elettronica "in movimento" prima grazie all'iPod e poi al citato iPhone.

Nel caso dell'iPad, però, la scommessa appare ancor più ambiziosa. Se iPod e iPhone rivoluzionavano forma ed utilizzo di dispositivi già esistenti, il riproduttore musicale portatile ed il telefono, l'ultimo nato vuole addirittura creare una nuova famiglia di dispositivi. Per le sue caratteristiche, infatti, l'iPad si differenzia da qualsiasi altra tipologia di device elettronico. Chi lo ha già fatto suo, si trova di fronte ad un congegno di tipo tablet spesso poco più di un centimetro, praticamente a tutto schermo (un display touch da 9,7 pollici), che pesa 700 grammi ed offre un'autonomia superiore alle 10 ore.

**ATTESA PER LE APPLICAZIONI**

Forte di queste caratteristiche hardware, l'iPad consente agli utenti di guardare video, ascoltare musica, giocare, navigare in Internet e leggere libri elettronici nonché riviste e quotidiani. Funzionalità che nella quotidianità lo candidano a sostituire di volta in volta dispositivi o prodotti già esistenti. Sempre che l'utente decida di privarsi di quest'ultimi a suo beneficio. E qui entrano in scena gli scettici di cui sopra, i quali sottolineano come per quanto seducente la creatura di Jobs abbia al momento diversi punti deboli, come la mancanza di fotocamera, alloggiamento per le schede di memoria e collegamento USB, mentre a livello software sottolineano l'impossibilità di gestire più applicazioni contemporaneamente (il



Una coda di fronte all'Apple Store di New York per acquistare l'iPad

**Le caratteristiche**  
Un congegno che vuole creare una nuova famiglia di prodotti



**L'iPad non si inserisce in categorie esistenti: un po' pc, per la capacità di gestire programmi, un po' e-book, con la possibilità di leggere libri e giornali, un po' console, per l'opportunità di giocare, e persino un po' telefono, nella versione dotata di alloggiamento SIM.**

cosiddetto multitasking) e quella di visualizzare siti di video che usano il diffuso software Flash di Adobe.

In realtà, a fare la differenza in un senso o nell'altro sarà la forza con cui si svilupperà il citato ecosistema digitale. A fare la fortuna dell'iPhone, infatti, ci sono soprattutto le circa 150.000 applicazioni sviluppate da terze parti per "girare" sul telefono Apple, programmi che potranno essere installati anche sull'iPad, sebbene con limitazioni sul fronte della visualizzazione e dell'operatività. Se lo stesso proliferare di applicazioni espressamente dedicate si scatenerà intorno a questo tablet, allora la scommessa commerciale potrà dirsi vinta. Ma un indizio di come andrà a finire arriva anche dalla concorrenza: dispositivi concettualmente simili all'iPad stanno per essere lanciati da HP/Microsoft e da Dell, e c'è chi scommette pure su Google. Insomma, in caso di insuccesso, Steve Jobs si ritroverebbe in eccellente compagnia. ♦