

Multi**media** INFORMATICA & ELETTRONICA DI CONSUMO

Samsung, tablet e smartphone per mantenere la leadership

Carlo Barlocco, vicepresidente della filiale italiana, guida il settore dell'informatica e telecomunicazioni «Siamo oltre il miliardo di fatturato, ma il rapido rinnovamento dei prodotti offre ampi spazi di crescita»

La storia

MARCO VENTIMIGLIA

MILANO
mventimiglia@unita.it

Che sia grande lo intuiscono un po' tutti, basta vedere lo spiegamento di prodotti nei negozi, piuttosto che la quantità e la varietà dei messaggi pubblicitari. Ma quanto è grande Samsung in Italia? «Siamo i leader nell'elettronica di consumo con un giro d'affari che si attesta sui due miliardi di euro all'anno». A parlare è colui che "gestisce" una buona metà di questo grande fatturato, quello derivante dai prodotti informatici e dalla telefonia cellulare. Per la precisione Carlo Barlocco, affabile lombardo di 39 anni, è vicepresidente della filiale italiana del colosso coreano, con la responsabilità della divisione IT & Telecommunication. «Si tratta - spiega - di un'area commerciale di grandi dimensioni che va da notebook, netbook, monitor e stampanti fino al settore della telefonia. C'è da dire che l'Italia per Samsung rappresenta un caso particolare in Europa: il fatturato generato è il quarto dietro Germania, Francia e Gran Bretagna, ma in realtà la penetrazione percentuale del nostro marchio rispetto alla concorrenza è la più elevata del continente».

Una leadership forte che genera molto denaro, può essere però una posizione scomoda da difendere... «Essere in cima non vuol dire aver esaurito la spinta, che nel caso di Samsung deriva da una vocazione costante all'innovazione testimoniata dall'incredibile numero di brevetti che l'azienda deposita ogni anno. E innovare significa non



Il nuovo "Galaxy Tab" è uno dei prodotti su cui Samsung punta maggiormente nei prossimi mesi

Il prodotto

Generazione "Wave Lite" la versatilità è low cost

Definito come lo Smartphone Samsung alla portata di tutti, con uno "street price" che può scendere al di sotto dei 150 euro, il modello Wave Lite sintetizza la strategia del colosso coreano in questo enorme settore di mercato, ovvero estendere la platea degli utenti dotati di prodotti tecnologicamente evoluti.

Con un design semplice, il Wave Lite ha un display multi-touch da 3,2 pollici ed è basato sul sistema operativo aperto "Bada" che fra l'altro abilita l'accesso al "Samsung Apps" dove è possibile di scaricare applicazioni dedicate. Già integrata è invece l'applicazione "Social Hub", ovvero la rubrica



Lo smartphone Wave Lite

integrata con gli indirizzi email e gli account dei più importanti Social network, per comunicare in modo immediato.

A livello hardware spiccano il GPS, che interagisce con vari programmi di localizzazione e navigazione, la connettività Wi-Fi e la fotocamera da 3.2 megapixel.

solo realizzare apparecchi migliori della concorrenza, ma anche essere protagonisti da subito in settori completamente nuovi».

Il riferimento è abbastanza ovvio, ed è rivolto al tablet pc. «Onore al merito di Apple che con l'iPad ha di fatto aperto un mercato dalle potenzialità enormi, ma noi siamo già lì con il nostro Galaxy Tab, un prodotto che per le sue caratteristiche rappresenta un'autentica alternativa, un modo diverso di concepire il tablet». In cosa consista la differenza, lo si percepisce anche ad occhio: «Galaxy Tab è basato su sistema operativo Android, ha un display da 7 pollici contro i quasi 10 dell'iPad, pesa circa la metà, permette di effettuare chiamate telefoniche oltre che consentire l'installazione delle applicazioni disponibili sull'enorme Android Market».

Da qui la sintesi di Barlocco: «Il