

→ **La nuova versione** del tablet in vendita da ieri, tanti miglioramenti ma nessuna rivoluzione

→ **In palio c'è** un mercato miliardario dove stanno cercando di inserirsi molti rivali della "Mela"

Apple porta l'iPad 2 nei negozi italiani Ad accoglierlo c'è anche la concorrenza

Ad un paio di settimane dal fortunato debutto negli Usa, la seconda versione dell'iPad arriva anche in Europa. Apple si aspetta una diffusione enorme dopo aver di fatto creato dal nulla il mercato dei tablet pc.

MARCO VENTIMIGLIA

MILANO
mventimiglia@unita.it

Vista l'attualità si può anche azzardare un paragone bello: se il primo iPad assomigliava ad un plotone da sbarco, incaricato di conquistare terre inesplorate, la seconda versione in vendita da ieri anche nei negozi italiani (con le consuete code di appassionati) rappresenta piuttosto una compagnia armata di tutto punto per sostenere una dura battaglia. Eh sì, perché la nuova creatura di Apple trova questa volta ad attenderla un manipolo di tablet avversari ben attrezzati, a partire dai modelli con il software Android di Google. Troppo importante la posta in gioco, un mercato che stime prudenziali indicano in 40 milioni di pezzi per il 2011 con un giro d'affari per decine di miliardi di dollari, per lasciarla in mano alla sola "Mela morsicata".

UN NUOVO PROCESSORE

Consci della sfida i discepoli di Steve Jobs, che è rientrato dalla pausa per malattia proprio per presentare l'iPad 2, hanno comunque creato un apparecchio destinato a non deludere i fan del marchio ed a conquistarne di nuovi, come ha confermato il primo impatto con l'oggetto avvenuto nella presentazione italiana. Il nuovo tablet colpisce per peso e forma, con il primo che diminuisce di un ulteriore etto dai 700 grammi della prima versione mentre il taglio dello spessore è da record, quasi mezzo centimetro che portano l'oggetto al di sotto dei 9 millimetri dell'iPhone. Quanto allo schermo, dimensione (quasi 10 pollici) e risoluzione rimangono invariate, una scelta che ha contribuito a contenere i consumi della batteria, tuttora accreditata di dieci ore



I'Unità per iPad è una delle applicazioni editoriali più apprezzate dagli utenti

Il caso

Ma quel sistema chiuso può diventare un limite

Il buon marinaio guarda al cielo e "annusa" l'aria anche quando la barca procede in un mare assolutamente calmo. Ed è un po' quello che potrebbero fare in casa Apple in questi mesi di straordinario successo, con la bellezza di sei miliardi di dollari in profitti arrivati solo nell'ultimo trimestre. Il fatto è che, a fronte di prodotti dal travolgente successo, con l'iPad 2 che non dovrebbe fare eccezione, c'è qualcosa nella "Mela morsicata" che non convince fino in fondo. Il mondo, hardware, software e commerciale, creato a Cupertino è chiuso. Questo significa non solo che gli apparecchi ed il sistema operativo sono esclusivi, ma anche che tutti i contributi esterni, come l'infinità di applicazioni dedicate fiorite negli ultimi anni, sono sottoposti ad un rigido controllo e ad un regime di suddivisione degli eventuali proventi.

Finora la chiusura del sistema è stato motivo di ulteriori guadagni, ma l'incalzare di Android con il suo mondo totalmente "free" si fa già sentire in termini di quote di mercato nel mondo degli smartphone, e promette di fare altrettanto fra i tablet. Insomma, una maggiore apertura di Apple sarebbe non tanto una concessione quanto un gesto lungimirante.

ITALIA DIGITALE: CHE FARE?

Lunedì 28 marzo alle ore 11
web-meeting all'Unità sul tema
«Un'agenda digitale per l'Italia»
con Peter Kruger, Marco Zamperini, Guido Scorza, Carlo Infante. Segui la diretta e intervieni

di autonomia.

Naturalmente c'è molto da dire anche in termini di componentistica interna. Qui la preoccupazione è stata rendere il prodotto paragonabile con

la concorrenza più accreditata, da qui l'adozione di un doppio obiettivo, posteriore e frontale, che rende possibile scattare fotografie ed anche l'effettuazione di videochiamate, il che trasforma l'iPad 2 in un terminale telefonico a condizione che sia disponibile una rete Wi-Fi su cui appoggiarsi. A gestire ogni funzionalità c'è un nuovo "motore": il potente processore A5, il primo dotato di un doppio core e quindi capace di maggiori prestazioni soprattutto quando entrano in gioco le attività più "onerose" come la riproduzione video. Ed in effetti l'utilizzo dell'apparecchio ci è parso più fluido e puntuale, merito an-

che del suo nuovo sistema operativo, la versione 4.3 del celebre software iOS. I prezzi del nuovo iPad ricalcano quelli della prima modello alla sua uscita, andando dai 479 ai 799 euro a seconda delle versioni che varia per capienza (dai 16 ai 64 GB) e disponibilità o meno della connettività 3G. E naturalmente l'apparecchio potrà beneficiare delle oltre 65.000 applicazioni già sviluppate per il tablet di Apple. Fra queste anche quella del nostro giornale, "l'Unità per iPad", scaricabile gratuitamente e che permette la lettura del quotidiano in edicola con varie formule d'abbonamento. ♦