

NEW MEDIA

# Rivoluzione in Italia, dall'iPad nasce l'ioPad

di **Luca De Biase**

**C**he cosa sarà l'iPad per gli italiani? L'ennesimo gadget oppure un acceleratore di energie creative? Le statistiche parlano chiaro. L'Italia gioca per la coppa nel campionato mondiale degli utenti di telefonini, ma è sempre sull'orlo dell'eliminazione al primo girone nel torneo dei possessori di personal computer. Ebbene: a giudicare dai primi dati disponibili - 125mila iPad ordinati in Italia, contro 600mila in Europa - si direbbe che per gli italiani l'iPad sia più simile a un telefonino che a un computer.

Anche quando ne parlano come di un acquisto obbligato per ragioni professionali, i primi entusiasti compratori lo descrivono più come un piacere che un dovere, lo immaginano più come il simbolo di uno stile di vita che uno strumento di lavoro, lo usano più come un servizio di comunicazione che una macchina per migliorare la produttività. Ma sarebbe sbagliato concludere che si tratta di un gadget.

Le conseguenze di una probabile larga diffusione dell'iPad in Italia sono tutt'altro che irrilevanti. Significa che chi ha investito nella realizzazione di applicazioni per il tablet - dai giochi ai giornali - si trova dinanzi a una platea vasta e crescente di potenziali compratori. E facendo esperienza su questa piattaforma all'esordio potrebbe anche pensare di costruire un business globale.

Il caso dei telefonini è istruttivo, in proposito. **Buongiorno** e **Dada** sono tra le poche imprese a vocazione internazionale del panorama tecnologico italiano: e sono nate proprio facendo leva sul grande mercato interno degli utenti di cellulari. Del resto, l'azienda italiana tecnologicamente avanzata per eccellenza, la **Stm**, ha trovato proprio nella crescita dei cellulari una delle sue vocazioni: dai chip ai sensori di mo-

vimento (che si trovano anche negli iPhone e iPad). Non si vede perché questo genere di effetto non potrebbe ripetersi nell'ambito ancora tutto da scoprire dei tablet connessi a internet dei quali l'iPad è l'apripista.

Per l'editoria, i giornali, i libri, i fumetti, i film, i giochi e molti altri settori, il tablet della Apple e le altre macchine che arriveranno in scia diventeranno un grande mercato interno. Che i più avveduti sperimenteranno e comprenderanno. Per poi tentare l'internazionalizzazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA  
Servizi ▶ pagine 2 e 3

