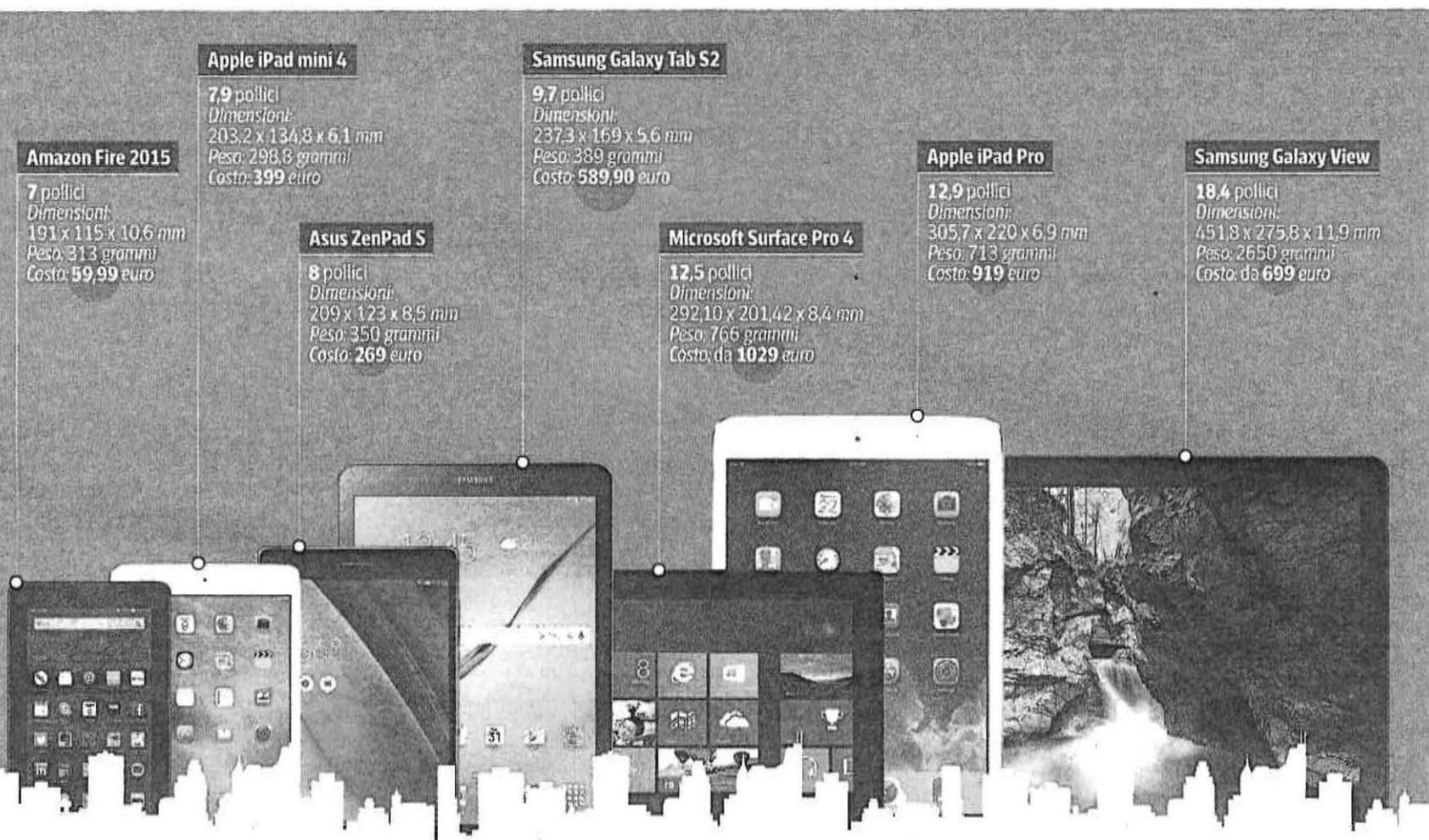


**La battaglia degli schermi** Così i produttori sperano di arginare il calo delle vendite. Dall'Apple Pro, con penna a «latenza zero» per disegnare a mano, al nuovo «gigante» Samsung, da spostare da una stanza all'altra. Ecco i modelli che si giocano la partita di Natale



**Amazon Fire 2015**  
7 pollici  
Dimensioni:  
191 x 115 x 10,6 mm  
Peso: 313 grammi  
Costo: 59,99 euro

**Apple iPad mini 4**  
7,9 pollici  
Dimensioni:  
203,2 x 134,8 x 6,1 mm  
Peso: 298,8 grammi  
Costo: 399 euro

**Samsung Galaxy Tab S2**  
9,7 pollici  
Dimensioni:  
237,3 x 169 x 5,6 mm  
Peso: 389 grammi  
Costo: 589,90 euro

**Apple iPad Pro**  
12,9 pollici  
Dimensioni:  
305,7 x 220 x 6,9 mm  
Peso: 713 grammi  
Costo: 919 euro

**Samsung Galaxy View**  
18,4 pollici  
Dimensioni:  
451,8 x 275,8 x 11,9 mm  
Peso: 2650 grammi  
Costo: da 699 euro

**Asus ZenPad S**  
8 pollici  
Dimensioni:  
209 x 123 x 8,5 mm  
Peso: 350 grammi  
Costo: 269 euro

**Microsoft Surface Pro 4**  
12,5 pollici  
Dimensioni:  
292,10 x 201,42 x 8,4 mm  
Peso: 766 grammi  
Costo: da 1029 euro

Corriere della Sera / Mirco Tangherlini

# Sempre più grandi I tablet sfidano pc e tv

**C**he cosa sta succedendo ai tablet? Cinque anni fa Steve Jobs profetizzò l'inizio dell'era post-pc. Mouse e tastiere sarebbero stati confinati a un uso professionale, per lasciare posto alle «tavolette». La facilità d'uso di iPad e concorrenti (Samsung Galaxy Tab in testa) faceva pensare che l'idea non fosse così peregrina. La stessa Microsoft tirò fuori Windows 8, un sistema operativo orientato al touchscreen. Invece i tablet vivono una lunga crisi: nel terzo trimestre 2015 (dati Canalys) un calo del 20%. E la serie nera va avanti da inizio 2014. Apple non fa eccezione: l'iPad ha registrato 7 trimestri consecutivi con vendite in calo, anno su anno.

I produttori allora stanno provando a inventare qualcosa di nuovo. Molti dei prodotti in arrivo hanno un punto in comune: sono più grandi. Il perché è facile da capire. Gli smartphone giganti non fanno più paura: si vendono sempre più spesso modelli da 5 pollici ma anche 5,5 o 5,7 e persino 6. Così sono stati cannibalizzati i tablet da 7 pollici. Ma anche gli 8 e 10 pollici hanno rallentato. «C'è chi mantiene il dispositivo per più di quattro anni», dice Ryan Reith, analista di Idc. Questa settimana tutti i big

hanno messo giù le carte in vista del Natale. La prima è stata Apple con il suo iPad Pro. Un iPad gigante con schermo da 12,9 pollici su cui il numero uno dell'azienda Tim Cook ripone molta fiducia: «Credo che molti sostituiranno il loro iPad e altri lo useranno al posto di un notebook», ha detto nella sua intervista al *Corriere*.

Il «Pro» è un tablet probabilmente non per tutti, ma che può mettere insieme nicchie diverse. Una è quella dei creativi che cercano uno strumento digitale per disegnare a mano. C'è un accessorio, la Apple Pencil: è una penna dal funzionamento molto raffinato. Rileva differenti livelli di pressione così come l'inclinazione e funziona a «latenza zero»: non ci sono ritardi tra il gesto e quello che appare su schermo (un Retina Display da ben 5,6 milioni di pixel). La stiamo testando in questi giorni e l'impressione è che, grazie alla Pencil, il Pro si proponga come alternativa cre-

**Tim Cook:**  
«Credo che molti sostituiranno il loro iPad e altri lo useranno al posto del notebook»

dibile alle costose tavolette grafiche professionali. Notevole anche la parte audio: quattro speaker potenti e di qualità.

Difficile invece che questo iPad possa convincere molti ad abbandonare (per sempre) il loro pc o MacBook, nonostante la presenza di un altro accessorio, una cover-tastiera. iPad Pro è più immediato ed efficace per certi usi (navigazione web, multimedia, lettura di quotidiani e riviste) ma manca di un sistema operativo versatile quanto Windows 10, Os X o Linux. Ad esempio si possono affiancare due app sullo schermo ma il multitasking non è quello di un computer.

Un vero pc, camuffato da tablet, è invece il Surface Pro 4 di Microsoft. Usa Windows 10, che a differenza del suo predecessore Windows 8 riesce a sdoppiarsi con efficacia tra uso da notebook (con tastiera fisica) e touchscreen. Non manca la Surface Pen che riconosce fino a 1024 livelli di pressione.

**Smartphone**  
Anche i telefonini maxi non fanno più paura: sempre più modelli da 5,7 e 6 pollici

Tra i punti di forza l'assistente digitale Cortana e Windows Hello: la password è sostituita dal riconoscimento del volto.

Samsung è l'azienda che sta osando di più. Dopo la sfida diretta agli iPad con i nuovi Galaxy Tab S2 da 9,7 e 8 pollici, ora azzarda con il Galaxy View.

Un mega-tablet da 18,4 pollici e oltre 2,5 kg di peso. Un oggetto «semovente», non da portare in giro ma da spostare a piacimento per la casa. «La nostra idea è che serva alla multimedialità domestica — spiega Riccardo De Franchis, senior marketing manager —. Una «personal tv» da usare non per la tv tradizionale, ma per i servizi streaming e di video on demand. Come Netflix, di cui offriamo un anno di abbonamento gratuito». Dove si immagina un oggetto simile? In cucina. O nella camera dei figli, anche per i videogame. Oppure da portare in una seconda casa.

Amazon quest'anno invece punta sul prezzo: il nuovo Kindle Fire è un 7 pollici che ad appena 59 euro offre un buon hardware, un discreto display e una qualità d'uso che di solito si trova su tablet che costano tre volte tanto. Facile che diventi uno dei best seller del Natale.

**Paolo Ottolina**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

- I numeri**
- Nel terzo trimestre del 2015 le vendite globali dei tablet hanno perso il 20 per cento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Una «serie nera» che va avanti dal 2014
  - Apple non ha fatto eccezione: l'iPad ha registrato sette trimestri consecutivi con le vendite in calo
  - Samsung ha visto più o meno lo stesso calo di Apple, totalizzando 7,9 milioni di unità vendute
  - In contro tendenza Lenovo, terzo marchio più gettonato, che è cresciuto del 2 per cento, con 3,1 milioni di unità