

# RADIOCOR

## 7 Ottobre 2011

Il Sole 24 ORE - Radiocor

07/10/2011 - 14:05

### Breaking News 24

NOTIZIARIO DEL GIORNO

● **India: per il tablet a 35 euro si teme la sindrome della Nano - TACCUINO DA MUMBAI**

di Romeo Orlandi\*

Radiocor - Milano, 07 Oct - Per una crudele ironia della sorte il dominio della Apple in India viene sfidato proprio quando la societa' di Cupertino piange Steve Jobs, il suo fondatore e presidente. L'iPad della Apple detiene il 50% del mercato indiano dei tablet, mentre le rivale Samsung la segue con una quota del 25%. E' stato ora lanciato un modello super economico chiamato Aakash, traduzione hindi della parola 'cielo'. I primi esemplari sono stati consegnati a 500 studenti, destinatari di una commessa governativa di 100.000 pezzi ordinati attraverso una pubblica gara. Se l'e' aggiudicata la Datawind, una societa' di Londra, posseduta da un ex emigrante indiano che vive in Canada. Il tablet e' invece prodotto a Hyderabad, nel sud del paese. Si chiude dunque il cerchio della globalizzazione, anche se questa volta i consumatori finali appartengono ad un paese emergente e non ad uno industrializzato. La versione economica del computer costera' 1.750 Rupie, equivalenti a 35 euro. Una sua versione commerciale, con accesso a internet, sara' messa in vendita a 60 Euro. Senza nascondere la retorica, Kapil Sibal, il Ministro dello sviluppo delle risorse umane, non risparmia propositi ambiziosi: intervenire con sussidi governativi e ridurre il costo fino a 500 Rupie (10 Euro) per trovare 10 milioni di clienti nei prossimi 5 anni. La sfida e' giustamente ambiziosa. Tende infatti a ridurre il digital divide che separa chi nel paese ha accesso all'istruzione e chi e' relegato ai margini culturali della societa'. Per uno dei suoi paradossi piu' visibili, l'India e' famosa per la sua tecnologia informatica, e per il suo analfabetismo. Nei centri di Bangalore le multinazionali trovano talenti e terreno fecondo per le proprie innovazioni, mentre c'e' ancora una buona percentuale della popolazione non sa leggere e scrivere. Anche gli utenti di internet sono in numero relativamente ridotto: circa 18 milioni di abbonati e 120 di utenti, rispetto ai piu' di 500 milioni della Cina. L'Aakash tenta di sedurli con un prezzo accessibile, anche se la sua affidabilita' e' da verificare. Sulla carta i componenti e il design sono di prim'ordine, ma esiste il timore di un eccessivo risparmio sui costi di produzione a scapito della qualita'. Molti analisti temono la 'sindrome della Nano', ricordando il fallimento delle vendite dell'automobile piu' economica al mondo. Il basso reddito del paese ha stimolato negli ultimi anni le multinazionali a offrire prodotti di prezzo molto basso. Dopo la Tata con la Nano, e' stato il turno della Ford e di Nokia. Le loro vendite sono state molto incerte, perche' non hanno potuto compiutamente raggiungere i villaggi, mentre la clientela urbana si e' mostrata fredda nei confronti di prodotti che imitano gli originali offrendone una versione visibilmente ridotta. I ceti emergenti, gli studenti, le famiglie con capacita' d'acquisto hanno dimostrato di essere sensibili agli status symbol. Per essi, sia per le automobili che per i telefoni cellulari, e' meglio risparmiare e acquistare il prodotto di marchio.

\* Presidente Comitato Scientifico Osservatorio Asia

#### SERVIZI PER GLI ABBONATI

Se desideri riconfigurare, sospendere il servizio o modificare il tuo indirizzo e-mail [clicca qui](#)  
Per assistenza contatta il Servizio Clienti: [portale@info.ilsole24ore.com](mailto:portale@info.ilsole24ore.com)