

**TECNOLOGIA & PASSIONI**  
Provati per voi

**Persone, reti  
e consumi**

**Sistemi** La grafica del programma è più curata di quello per Windows, però sulle mail perde terreno

# Software Si scrive Apple ma si legge Microsoft

Esce Office in versione per Mac. Veloce. E più costoso di iWork

DI MARCO GASPERETTI

**E'** un paradosso commerciale. I fatti (e i numeri) dimostrano che il più amato software di scrittura per computer Mac è Word, firmato dalla rivale Microsoft; e che anche Office, il pacchetto per ufficio che contiene Word, è tra i preferiti dagli utenti della Mela.

Il motivo del tradimento? Office, che quest'anno spinge 20 candeline, è tra gli standard più diffusi (secondo ComScore il software ha un miliardo di installazioni legali, senza contare le copie pirata), ma, soprattutto, è completo e affidabile.

Certo, nella penultima versione, la 2008, c'erano alcuni «bug» (in gergo, i difetti del software), e il gemello scritto per Windows era migliore. Però, nonostante i difetti, la tendenza non è cambiata. E il successo è, probabilmente, destinato ad aumentare, grazie all'ultima versione appena sfornata da Microsoft: la 2011, solo per Mac.

L'abbiamo provata e messa a confronto con un altro «pacchetto da ufficio» per Mac, l'iWork della stessa Apple, per ora ancora fermo alla versione 2009.

Office 2011 per Mac	iWork 2009
Prodotto da: Microsoft	Prodotto da: Apple
Pro: veloce	Pro: semplice ed economico
Contro: complesso	Contro: un po' superato
Prezzo: da 109 a 380 euro, secondo versioni e licenze	Prezzo: 79 e 99 euro, secondo versioni e licenze

faccia grafica è oggi simile a Word solo per Windows. La grafica è più curata e i comandi sono intuitivi. Un'opzione consente di vedere il testo a schermo intero e le immagini importate nel documento si possono modificare come se si avesse a disposizione un software di fotoritocco integrato:

possibilità estesa anche a tutti gli altri programmi contenuti in Office.

Il nuovo Outlook è un buon programma di mail e per gestire contatti e calendari, ma, a nostro avviso, gli utenti Mac preferiranno Mail, iCal e Rubrica Indirizzi, i software targati Apple, meglio di

segnati e più veloci.

Segnaliamo poi la possibilità di presentare le diapositive in remoto con PowerPoint (serve un collegamento a Internet), senza che debba essere installata l'applicazione per visualizzarle. Excel, infine, si arricchisce di nuovi grafici e anch'esso aumenta velocità e migliora l'interazione.

E veniamo ai difetti. Il più evidente è la complessità: tutti i software contenuti in Office (Word compreso) hanno centinaia di opzioni, la maggioranza delle quali non saranno mai utilizzate dagli utenti. Un labirinto digitale che può confondere e distrarre. C'è poi uno sporadico malfunzionamento su Word, che può chiudersi, inavvertitamente.

### La suite della Mela

Più flessibile, leggera e veloce di iWork '09, la «suite da ufficio» di Apple che contiene Pages (scrittura), Numbers (foglio elettronico) e Keynote (presentazioni multimediali). Il software, di buon livello, oggi sembra un po' superato — ed è questo il principale difetto — tanto è vero che si sta aspettando la nuova versione, la 2011. Il software della Mela ha però il pregio di costare poco. E, ovviamente, il vantaggio di integrarsi alla perfezione con i Mac.

Il programma che ci è piaciuto di più Keynote, sia per la facilità nel comporre presentazioni complesse, sia per l'aggiunta di effetti cinematografici. Pages, il software di scrittura, è ottimo quando si aggiunge la grafica, mancano però alcune opzioni interessanti, come l'utile suggerimento dei sinonimi in italiano.

mgasperetti@corriere.it

### La sfida di Redmond

Iniziamo dalle novità del nuovo Office. La prima è la velocità. I vari programmi contenuti della «suite» — cioè l'elaboratore di testi Word, il foglio elettronico Excel, il software di presentazioni PowerPoint e il nuovissimo, per Mac, Outlook per email e calendari — si caricano in pochi secondi. Da segnalare anche «Microsoft document connection», un'applicazione che consente di salvare i documenti in un sito (cloud computing) e averli sempre a disposizione o condividerli con gli altri.

Word è stato migliorato nella stabilità, nella velocità e l'inter-

### Il minitest



**S**ottile, buon design, veloce e con uno schermo touch più grande di quello dell'iPhone. Il Galaxy S è un degno concorrente dell'«apple-fonino». Nella versione in uscita a metà novembre debutta l'Android 2.2, con più prestazioni e applicazioni. Ha il Gtalk per chattare, le mappe con Gps e un'ottima navigazione, compatibile con l'ultima versione di Adobe Flash Player. Lo schermo (Super AMOLED) è nitido e la risoluzione delle immagini è brillante. Il video è in alta definizione. La funzione MyDa ricorda gli appuntamenti e aiuta a trovare informazioni; l'In-Browser search di Google fornisce di-

zionario e traduzioni. Il difetto è la tastiera, solo digitale, molto sensibile e senza pennino: bisogna correggere spesso i caratteri. Ci si deve anche abituare alla mancanza di menù classico, sostituito dalle icone. Tutte le attività passano dalla scelta e personalizzazione delle applicazioni.

**Pro:** schermo nitido, Hd  
**Contro:** tastiera solo digitale, senza pennino

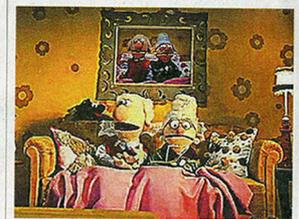
CHIARA SOTTOCORONA  
MARCA: Samsung  
PRODOTTO: Galaxy S  
PREZZO: 549 euro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Pit-Spot**  
di Aldo Grasso

In collaborazione con Massimo Scaglioni

## I Muppets di Eni, l'ironia di Edison: la bolletta fa ridere



**L**iberalizzazione, concorrenza, comunicazione. È recente il fenomeno della discesa in campo delle compagnie che gestiscono le reti di gas e luce nell'agone della pubblicità, ma già la contrapposizione è accesa. A colpi di spot. Le scelte comunicative sono molto diverse, pur richiamandosi, più o meno direttamente, a una «tradizione pubblicitaria» nazionale radicata. C'è chi non può fare a meno di ricorrere ai testimonial per guadagnarsi la fiducia dei consumatori. E chi ritorna al modello Carosello proponendo un coloratissimo spot a cartoni. In queste settimane sono in onda le campagne di Edison Luce e Gas e di Eni Gas e Luce.

Il volto della prima è quello di Gerry Scotti, che offre il suo faccione rassicurante per garantire un servizio che punta tutto su un concetto: il risparmio. Una moglie apre la consueta bolletta e addirittura sviene: a rianimarla è Scotti, che in mano una brochure verde del nuovo operatore. Dopo l'illustrazione dei vantaggi del servizio, lo spot si chiude ancora in chiave comica: a svenire, in anticamera, è il marito, che ha appena aperto la rata del mutuo. Insomma, pubblicità che s'adatta ai tempi della crisi, che prova a mescolare messaggio razionale («con noi risparmi») con un confezionamento ironico.

Decisamente più fuori dagli schemi, così spesso fra il vecchio Carosello e i Muppets, è la campagna dell'Eni. L'intero film è realizzato con la tecnica dei pupazzi animati e il risultato è riuscito. Innanzitutto per il ritmo: a fare da narratore è un professionista che parla con accento pesantemente tedesco, alle prese con la ricerca della soluzione energetica personalizzata. C'è chi vuole ottimizzare le spese — dice il dottor Bang — «chi fare tutto online, chi non vuole vincoli di orario, e chi cerca la convenienza». Ma il dottor Bang è arrivato tardi: «A tanto così dalla soluzione, cosa scopro? Che esiste già!». Vengono visualizzati i pacchetti di Eni, e a chiudere torna Bang: «Chi essere genio che li ha inventati? Uno cane... e ha pure sei zampe». Così ecco materializzarsi, sull'ultima immagine, l'inconfondibile marchio dell'Eni, che risale ai tempi di Enrico Mattei. Le quattro famiglie di pupazzi, tutte così diverse, sono ritratte infine felici e contente. Era tempo che la pubblicità non si affidava ad una campagna animata, che in questo caso ha il pregio dell'originalità, della vivacità e dell'efficacia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### L'alta velocità Usb3

**Q**uella dell'Usb3, il nuovo standard per collegare le periferiche esterne al computer, sarà una rivoluzione silenziosa, che nei prossimi mesi entrerà nei nostri Pc e notebook senza fastidio, ma con un grande vantaggio. Con l'Usb3, infatti, si ottiene una velocità fino a dieci volte rispetto a oggi, con la Usb2, in uso da una decina d'anni. Diminuisce così il tempo per lo scambio dei dati con lettori Mp3, iPod, videocamere e telefoni.

Per avere un'idea, un film BluRay da due ore (circa 50 GByte) finora si memorizzava su un disco esterno in una quindicina di minuti: con l'Usb3 ne impiegherà meno di due.

Un esempio arriva dal veloce hard disk NH03 della taiwanese Adata. Scambia file a 140 MBit al secondo con una capacità di 2 Terabyte (2 mila GByte). L'Usb3 offre vantaggi anche per le tradizionali chiavette, che aumentano in velocità e memoria, come la 32 GByte di Kingston. Mi-

BR3D Buffalo   289 euro	I più cari	Flash Drive Usb3 Kingstone   123 euro
<b>Masterizzatore</b>   velocità 12x <b>Dischi</b>   fino a 50 GByte <b>Riproduzione</b>   film Hd <b>Software</b>   in dotazione CyberLink 3D <b>PRO</b> Legge e scrive Cd e Dvd <b>CONTRO</b> Non funziona con sistemi Mac		<b>Memoria</b>   32 GByte <b>Velocità</b>   80 Mbit/sec <b>Sistemi</b>   Windows <b>Compatibilità</b>   con Usb2 <b>PRO</b> Installazione immediata plug & play <b>CONTRO</b> Dimensioni superiori a una Usb2
<b>NH03 Adata   110 euro</b> <b>Memoria</b>   1.000 GByte <b>Velocità</b>   140 MBit/sec <b>Sistemi</b>   Windows & Mac <b>Disco esterno</b>   3,5 pollici <b>PRO</b> Disponibile fino a 2 GByte di memoria <b>CONTRO</b> Pesa 1 chilogrammo		<b>ExpressCard Hamlet   39 euro</b> <b>Connessione</b>   con notebook <b>Velocità</b>   fino a 400 Mbit/sec <b>Sistemi</b>   Windows <b>Porta</b>   Slot ExpressCard <b>PRO</b> Non necessita di installazione <b>CONTRO</b> Non funziona sui vecchi notebook

Fonte: elaborazione Corriere Economia su dati dei produttori

giorano anche i masterizzatori Dvd e BluRay. Nel nuovo BR3D della californiana Buffalo, viene fornito il software CyberLink 3D per convertire

filmati Hd in formato 3D. Un consiglio. Per migliorare già adesso le prestazioni del pc, bisogna installare una scheda Usb3 (costa cir-

ca 30 euro) sulla piastra madre del computer. Per i notebook è più semplice. Basta un adattatore esterno, come Hamlet ExpressCard. Poi

sfrincerete in sicurezza dell'autostrada informatica dell'alta velocità.

U. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SUPPLEMENTO AL  
**CORRIERE DELLA SERA**  
DEL 29 NOVEMBRE 2010 - ANNO XIV - N. 39  
Direttore responsabile:  
**FERRUCCIO DE BORTOLI**  
Condirettore:  
**LUCIANO FONTANA**  
Vicedirettore:  
**ANTONIO MACALUSO, DANIELE MANCA,  
GIANGIACOMO SCHIANI, BARBARA STEFANELLI**  
© 2010 RCS QUOTIDIANO S.p.A. - Sede legale: via A. Rossini, 8 - Milano  
Reg. Trib. di Milano n. 139 del 29 giugno 1948  
REDAZIONE: Via Solferino, 28 - 20121 Milano - Tel. 02-8339  
TIPOGRAFIA: Via Solferino, 28 - Milano  
RCS PUBBLICITÀ S.p.A. - Via Mecenate, 51 - 20138 Milano - Tel. 02-50951

**CORRIERECONOMIA**  
A cura di **MASSIMO FRACARO**  
Giulio Cignani, Giustina Marvelli,  
Alessandra Piatto, Stefano Rogli (caposervizi),  
Maria Silvia Sacchi, Isidoro Trivato  
Art director e progetto grafico: **GIANLUIGI COLINI**

\*\* Internal use only \*\*