

# Tecnologia & Passioni

Persone, rete, consumi

# 4

**Motori di ricerca** I piani della sostituta di Yang per l'alleanza con Redmond. Ma Google resta il più forte

## Posta e telefono, le idee di Bartz per vendere Yahoo!

La nuova manager punta su mail più veloci e accessi al web dal cellulare. L'obiettivo: riaprire le trattative con Microsoft

DI UMBERTO TORELLI

Riconoscere «la supremazia di Google, ma soltanto per quanto riguarda la potenza del motore di ricerca». Puntare «su posta elettronica più efficiente, servizi in mobilità e social network». Infine, «riaprire le trattative con Microsoft per una possibile unione». Sono queste le tre linee strategiche della vulcanica Carol Bartz, da sei mesi amministratore delegato di Yahoo!, per rilanciare il motore di ricerca, secondo in classifica con 256,9 milioni di utenti unici mensili al mondo dopo Google: che però ne conta il triplo, 713,5 milioni (dati ComScore allo scorso aprile).

Bartz, 60 anni, ha preso il posto, in gennaio, nel quartiere generale di Sunnyvale, del quarantenne fondatore Jerry Yang: considerato poco diplomatico nella partita con l'amministratore delegato di Microsoft, Steve Ballmer, che per rilevare Yahoo!, lo scorso anno, arrivò a offrire la cifra record di 47,5 miliardi di dollari (rifiutata). L'obiettivo era ambizioso: la creazione di MicroHoo! Una corazzata di servizi web per contrastare il dominio di Google. Insieme, Yahoo! e Microsoft, raggiungerebbero 440 milioni di cyber-

nauti, meno di Google comunque: ma hanno dalla loro parte più varietà di servizi.

### Il crollo in Borsa

Perciò Bartz ha riaperto i contatti con Redmond. Ma per la lady di ferro di Silicon Valley le carte da giocare, in questi dodici mesi, sono cambiate. In peggio. Un anno fa un'azione di Yahoo! valeva 33 dollari, oggi il prezzo è sceso a 16: valore di mercato dimezzato.

Anche le azioni di Microsoft sono calate, da 31 a 22 dollari, ma adesso Ballmer gioca al ribasso e dimostra un interesse molto tiepido. Una decina di giorni fa durante il lancio di Bing, il nuovo «motore decisionale» di Microsoft, il manager ha detto: «In questo momento credo che abbia senso una partnership con Yahoo! nell'ambito della ricerca, ma non so se questo si potrà concretizzare in un'acquisizione».

Bartz arriva dal succes-



**Azioni** Carol Bartz, a capo di Yahoo!

### Dove si clicca di più

Utenti unici dei motori di ricerca. Dati in milioni, aprile 2009



Fonte: comScore

Pparrà

so ottenuto in Autodesk, dove ha moltiplicato gli incassi per cinque. Adesso si trova, però, a guidare un colosso da 13 mila dipendenti con un fatturato di 7,2 miliardi di dollari. Nei giorni scorsi, durante la conferenza «All things digital», si è dichiarata disponibile a un'offerta vantaggiosa, che però non ha quantificato. E sicura di sé ha ribadito: «Yahoo! è forte e tutto sommato non serve Microsoft

per proseguire sulla propria strada». Sono parole già sentite al tempo di Yang: ma lei, adesso, non deve deludere le aspettative degli azionisti.

Così, a Sunnyvale, gli esperti di software mettono a punto le novità tecnologiche: in testa la nuova generazione di servizi per le email. Gli sforzi maggiori riguardano l'incremento della velocità di invio e ricezione, ma anche la riduzione della piaga degli «spam», la posta-spazzatura. Yahoo! mail, che in Italia conta 2,8 milioni di

abbonati, offre una capacità di memorizzazione illimitata, consentendo quindi l'invio di documenti, foto e filmati di grandi dimensioni. Non ci si deve preoccupare di liberare spazio, come avviene per molte altre web-mail. La novità prevista per i prossimi mesi è il lancio di una casella di posta (inbox) che tenga conto dei social network, come Facebook: gli utenti vedranno in tempo reale gli aggiornamenti delle rubriche e le immagini dei propri contatti.

### Mail via smartphone

L'altro pilastro che Bartz vuole rafforzare è la mobilità. Già oggi due utenti Yahoo! su dieci accedono alla propria posta elettronica attraverso uno smartphone. Il nuovo servizio Yahoo! mobile, annunciato in febbraio a Barcellona, sarà disponibile anche in lingua italiana proprio questa settimana. «Gli utenti vogliono gestire via Internet quanto fanno sul desktop del computer — spiega Lorenzo Montagna, amministratore delegato di Yahoo! Italia —. Ecco perché le nuove applicazioni web per i cellulari, oltre alla posta elettronica, consentono di accedere a foto e album virtuali di Flickr (l'applicazione di gestione e condivisione delle foto, ndr.), al proprio portafoglio titoli, agli amici dei social network, alle notizie online».

Con la stessa applicazione web, Bartz apre la strada alla consultazione del motore di ricerca: una chiara mossa di Yahoo! per contrastare le funzioni già presenti da qualche mese sui nuovi googlefonini. Intanto MicroHoo! può attendere. Nei prossimi mesi Yahoo! diventerà più appetibile per Ballmer.

## Pit-Spot

di Aldo Grasso



in collaborazione con Massimo Scaglioni

## Ora per Tiscali la caccia al cliente è una parodia



Da fenomeno mediatico a oggetto di parodia. Mourinho, il controverso allenatore dell'Inter, sbarca persino in pubblicità. Non direttamente, s'intende, ma attraverso la rappresentazione parodistica che ne fa Ezio Greggio nella nuova campagna dedicata all'offerta del provider Tiscali.

Il film, in onda da alcune settimane sui principali canali, mette in scena una conferenza stampa, luogo privilegiato delle esternazioni di Mou. Protagonista è «Mosè Jourinho»: giacca stropicciata e cravatta slacciata, forte accento portoghese e atteggiamento sicuro di sé, l'allenatore Greggio inanella battute da arresto tipo: «Per il nuovo campionato di Inter-Net, abbiamo comprato nuovo 10. Dieci mega...».

Davanti a una platea di fotografi e giornalisti che lo incalza-

no, lui è pronto a rispondere, fra il serio e il faceto, su ogni minimo dettaglio dell'offerta. «Mario passi la palla? — è la domanda conclusiva — No? Allora passi a Tiscali? Se passi a Tiscali giochi...».

Ormai da anni Greggio è il volto dell'azienda di telecomunicazioni, come Ilary Blasi rappresenta ormai Vodafone o Aldo Giovannini e Giacomo «incarnano» Wind. La comicità è il tono di voce preferito dalle società telefoniche.

La cifra specifica degli spot Tiscali è quella dell'«instant parody»: ieri Greggio si vestiva come un supereroe alla Matrix, oggi mette i panni dello Special One Mourinho. I cui tratti sono talmente marcati e noti, da poter essere trasformati in efficace parodia (non si sa con quanto consenso da parte dell'interessato).

**Elettronica e ambiente** Niente piombo o mercurio, solo bioplastiche. L'invenzione di due ingegneri francesi e le strategie di Ibm, Motorola e Sony

## Il computer corretto? Biodegradabile

Da Evolutis, Pc riciclabile al 100%, al «Green Heart» di Sony. Samsung: «Vogliamo lo status ecologico»

Si è aperta con Evolutis l'era del Pc «verde»: è il primo computer al 100% riciclabile e biodegradabile. Costruito con bioplastiche ottenute da amido e vegetali, come la barbabietola, non contiene sostanze nocive. Anche le componenti elettroniche sono selezionate sulla base di materiali privi di piombo, cadmio, cromo o mercurio. L'apparecchio sfoggia colori vivaci, verde, giallo, blu, rosso, con vernici a base di sostanze naturali. Inoltre è dotato di software open-source, scaricabile gratuitamente da In-

ternet, e consuma quasi il 30% in meno di un Pc tradizionale.

Non costa molto: da 500 a mille euro a seconda delle configurazioni. Evolutis è nato nella campagna francese dei Midi-Pirenei, progettato due ingegneri non ancora trentenni, Valentin Pineau e Hugo Hossah, sostenitori di un'economia responsabile ed ecosostenibile».

Due anni fa, i due giovani avevano fondato la start-up Ashelvea, finanziata con un capitale iniziale di 75 mila euro. Il progetto è riuscito a mettere insieme una rete di ricerca con

partner importanti, in Francia: l'École de Mines di Albi, l'Ensiat (Scuola superiore di industria agricola) di Toulouse e il laboratorio Agromat di Tarbes.

Nei mesi scorsi sono stati consegnati i primi Evolutis a scuole ed amministrazioni pubbliche. Entro l'anno, la società conta di arrivare a produrre 15 mila pc verdi. «Tracciamo tutto il ciclo di vita del prodotto e ne assicuriamo il recupero e il riciclaggio», dice Valentin Pineau. Anche lo smaltimento delle bioplastiche è compreso nel processo ecologico: «Servirà a otte-



**Compatibilità** Valentin Pineau: con Hugo Hossah ha progettato il computer riciclabile Evolutis

tere fertilizzanti».

L'attenzione al riciclaggio è del resto forte ormai nel settore, anche da parte dei big dell'informatica. Negli ultimi due anni, per esempio, l'Ibm ha trattato a livello mondiale 450 milioni di tonnellate di attrezzature informatiche, inviandone appena l'1% alle discariche. Mentre l'uso di plastiche riciclabili e l'eliminazione di sostanze tossiche sta diventando un dovere per l'industria dei cellulari.

Il Motorola Renew W233, in uscita questo mese, è costruito con plastiche compresse ottenute da bottiglie d'acqua, riciclabili al 100% (ad eccezione della batteria). Sony Ericsson sta lanciando la serie «Green Heart» con il C901 e il Naite: due modelli dal guscio in plastiche riciclate e privi di metalli pesanti. E dopo l'estate è atteso il cellula-

re più «verde»: il Blue Earth di Samsung che, sul dorso, porta un mini-pannello solare di ricarica ed è dotato di un'interfaccia che regola il risparmio energetico. È un cellulare prodotto senza l'uso di piombo, cadmio o mercurio. «Vogliamo raggiungere il più alto status ecologico presso i nostri clienti e partner, offrendo i migliori prodotti a basso impatto ambientale», sostiene Sang Chu Lee, presidente di Samsung Italia. L'impegno è esteso anche ai monitor e ai televisori Lcd. La tendenza, del resto, è chiara in tutto il settore.

Secondo il barometro della Green IT curato da Idc, il 34% delle aziende con più di mille addetti in Europa ha ormai adottato una strategia di eco-compatibilità e un altro 15% si dice intenzionata a farlo.

CHIARA SOTTOCORONA