

**Sorpresa, Kinect batte l'iPad**

Il nuovo accessorio sensibile ai movimenti del corpo umano, creato per i videogiochi della console Xbox 360 di Microsoft, è il prodotto di elettronica di consumo con il ritmo di vendite più veloce della storia, più dell'iPhone e dell'iPad. Da novembre ne sono stati venduti 10 milioni di esemplari

21,9 miliardi di dollari per i magnifici 6 di Facebook
E' la ricchezza complessiva accumulata grazie alle azioni di Facebook possedute. I sei sono entrati nella classifica di Forbes degli americani più ricchi. E sono il suo fondatore e ceo Mark Zuckerberg (13,5 miliardi), il cofondatore Eduardo Severin (1,6); l'ex presidente Sean Parker (1,6), il primo chief technology officer Dustin Moskovitz (2,7), il venture capitalist Peter Thiel (1,5), il capitalista russo Yuri Milner (1 miliardo)

**Il wi-fi per ora non decolla**

Ci vorrà tempo per usare Internet con il wi-fi in aereo: un test ha rivelato potenziali problemi di interferenza con i comandi dei Boeing 737NG. La verifica è stata fatta ipotizzando situazioni limite e un risultato è stato il blackout temporaneo di un pannello. Niente di grave, ma tempi più lunghi

L'analisi**I veri rivali? Sono i social network**

DI EDOARDO SEGANTINI

Durante le rivolte di queste settimane in Egitto, Tunisia, Bahrein e Libia, si è parlato molto del ruolo svolto da Facebook nel tenere collegata la rete dei giovani rivoltosi. Poco si è discusso invece della parte giocata da Google Earth che, con la sua impressionante capacità di «far vedere» la Terra nei dettagli, in Bahrein smuove le acque della politica fin dal 2006. Uno dei problemi più sentiti nel Paese, specialmente tra gli uomini sciiti che vogliono sposarsi e costruirsi una casa, è infatti la distribuzione iniqua delle terre. Nel novembre 2006, alla vigilia delle elezioni, l'inviato del *Washington Post* scriveva in un reportage recentemente ricordato da Thomas Friedman:

«Mahmoud, che vive in una casa con i genitori, i quattro fratelli e i rispettivi figli, dice che la sua frustrazione è cresciuta ancora di più quando ha guardato il Bahrein con Google Earth e ha visto enormi appezzamenti di terreno vuoti, mentre decine di migliaia di sciiti, in maggioranza poveri, vivono

Bing è il terzo incomodo. Ma tutti devono fare i conti con Facebook

strizzati in aree ristrette. E la famiglia regnante ha il Paese tutto per sé». Questo episodio dà l'idea della diffusione, della capacità di presa e della leadership culturale acquisita da Google in tutto il mondo, anche grazie a strumenti come Earth. Che rafforzano il predominio, finora incontrastato, nel campo dei motori di ricerca, dove la società di Brin e Page ha una quota di mercato del 90%. Alle sue spalle, ma molto distante, c'è Microsoft, le cui alleanze con mezzo mondo hanno permesso al motore di ricerca Bing di superare Yahoo! per volumi di ricerche effettuate. È quanto emerge dagli ultimi dati pubblicati da StatCounter, società di analisi del web: il gigante di Mountain View risulta seguito da Bing, che arriva al 4,37%, e, sul gradino più basso del podio, da Yahoo! Search con il 3,93%. Forse per Google, davvero, la sfida è Facebook, che può evolvere verso forme inedite di «social research».

segantini@corriere.it
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La lunga sfida I piani dei colossi di Internet nell'anno del boom dei dispositivi mobili. Parlano i responsabili italiani**Web Nuovi motori per Google e Yahoo!**

I due rivali ora si combattono su tablet e smartphone. Dall'editoria al lavoro ecco che cosa faranno

DI UMBERTO TORELLI

Ogni giorno un quarto della popolazione del pianeta si collega ai siti di Yahoo! e Google: per consultare i motori di ricerca, spedire email e chattare. La lotta fra i due colossi del web è da sempre serrata, eppure i due rivali californiani hanno diversi punti di contatto. Uno è la Stanford University, dove entrambi hanno mosso i primi passi.

È lì che David Filo e Jerry Yang, da studenti, nel 1994, progettano un software per classificare i collegamenti (link) dei siti. Da allora è iniziata l'avventura di Yahoo!, con la nascita delle ricerche online e dei sistemi di messaggistica personale.

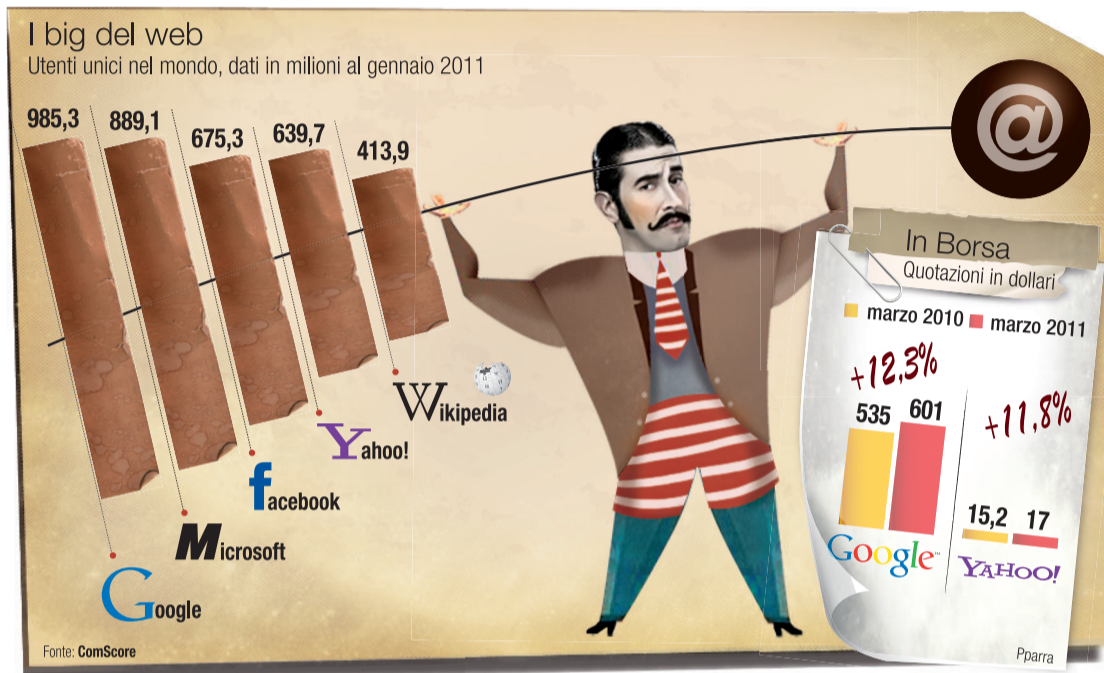
Oggi Yahoo! conta 14 mila dipendenti e fattura 6,3

miliardi di dollari ed è guidata dal vulcanico Carol Bartz (ex Autodesk e Sun).

Nel 1998 è quindi toccato a Google. Larry Page e Sergey Brin, seguendo la «teoria delle reti», scoprono che è possibile costruire una gerarchia nelle ricerche, mettendo in relazione i siti in base ai link che li collegano. A distanza di 13 anni, Google dà lavoro a 24 mila persone nel mondo e fattura 29,3 miliardi di dollari.

Larry Page dal prossimo aprile diventerà amministratore delegato al posto di Eric Schmidt che guidava l'azienda dal 2001.

Come si muoveranno i due grandi rivali del web, con le nuove strade aperte da tablet, smartphone, social network? Ecco i loro progetti in Italia.

**Google/Stefano Maruzzi****«Risponderemo a intere frasi»**

Milanese, laureato in agraria, 49 anni, Stefano Maruzzi è il responsabile di Google in Italia. Ha lavorato nel mondo Internet e dei nuovi media in Mondadori, poi in Microsoft dove ha lanciato Msn, quindi in CondéNet e Rcs.

Che cosa avete in serbo per il futuro, nella ricerca via Internet?

«Il nostro motore di ricerca è una creatura in crescita. Google ha una media di 4 miliardi di interrogazioni al giorno, perciò continuiamo a introdurre migliorie: oltre 500 nel 2010. Alcune novità sono evidenti come Instant, per vedere i risultati mentre vengono digitate le chiavi di ricerca. Stiamo lavorando poi sulla ricerca vocale e per immagini da attivare su dispositivi mobili Android. In futuro, si potranno eseguire interrogazioni con intere frasi di senso compiuto».

Come vi state muovendo sull'editoria digitale?

«Google lavora con gli editori per fidelizzare nuovi lettori, attivare traffico verso i siti e monetizzare i contenuti online. Da questa collaborazione è nato One Pass, un servizio per vendere abbonamenti, articoli e contenuti online fruibili da qualsiasi dispositivo fisso e mobile in modo semplice. Basta registrarsi una volta per acquistare i contenuti da ogni sito partner».

La mobilità sta trasformando In-**ternet. Che cosa cambia per le informazioni online?**

«Sta nascendo un sistema che comprende fornitori di tecnologia e consumatori. Un esempio è il geo-marketing: quando un utente cammina per strada riceve su smartphone informazioni sulle offerte dei negozi nei dintorni. La ricerca si attiva nel rispetto della privacy e il negoziante ha benefici per le vendite promozionali».

Quali segmenti Internet avranno più impatto sulle aziende?

«Fino a dieci anni fa la tecnologia era trainata dalle aziende, ora sono i consumatori a trainare lo sviluppo business. Chi usa computer e cellulare nella vita privata, quando entra in azienda si aspetta di trovare la stessa semplicità e ricchezza di funzioni. Google lo ha capito per tempo, aprendo la strada a cloud computing e social network».

Quali nuovi lavori offre il web?

«Internet è una risorsa per i giovani. Oltre a softwaristi ed esperti in web-marketing, cresce la necessità di figure in grado di operare sulle infrastrutture di Rete. Google ha chiuso il 2010 con oltre 24 mila dipendenti nel mondo e abbiamo appena annunciato 6 mila assunzioni entro fine anno».

U. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Puntiamo molto sul geo-marketing: l'utente riceve su smartphone le offerte dei negozi nei dintorni. La ricerca si attiva nel rispetto della privacy e il negoziante ha benefici per le vendite promozionali

Google Stefano Maruzzi**Yahoo!/Lorenzo Montagna****«Aiuteremo le Pmi sull'estero»**

Milanese, 47 anni, laurea in diritto commerciale, Lorenzo Montagna è amministratore delegato di Yahoo! Italia. Profondo conoscitore della Rete, ha lavorato in Publitalia 80, Lycos, Altavista e ViaMichelin.

Che cosa avete in serbo per il futuro, nella ricerca via Internet?

«Già oggi offriamo una ricerca ricca di contenuti multimediali e link a siti esterni, con meno parole e più immagini. Lavoriamo per un'esperienza più ricca, dal punto di vista dell'intrattenimento e dell'integrazione con i social network. C'è poi la ricerca specifica da dispositivi mobili. Cercate con Yahoo! la parola «Roma» da Pc e cellulare. Avrete risultati differenti, perché sono diverse le esigenze».

Come vi state muovendo sull'editoria digitale?

«Dalla reportistica con cui Yahoo! è nata, 15 anni fa, siamo passati all'aggregazione di notizie, fornite dalle centinaia di partner e blog specializzati con cui lavoriamo. Agli utenti proponiamo una nuova esperienza: diventare loro stessi aggregatori di contenuti, direttori di una testata su misura. Livestand, il nuovo magazine personale, è costruito sugli interessi di ciascuno. Consente di pubblicare contenuti su dispositivi mobili con un unico contratto».

La mobilità sta trasformando In-**ternet. Che cosa cambia per le informazioni online?**

«Ci sono due tendenze opposte per la navigazione mobile: una veloce da smartphone, l'altra lenta da tablet. Con la prima guardiamo email, titoli in Borsa e risultati sportivi, mentre aspettiamo di entrare in una riunione o uscire dal cinema. All'opposto, i tab favoriscono l'approfondimento, come la lettura di ebook e quotidiani. Con le tavolette gestiamo i rapporti sociali da casa, anziché in giacca e cravatta».

Quali segmenti Internet avranno più impatto sulle aziende?

«Dopo le banche e il turismo, saranno le Pmi a trarre i maggiori benefici dalla Rete, strumento senza barriere d'ingresso, aperto ai mercati globali».

Quali nuovi lavori offre il web?

«Siamo sempre alla ricerca di specialisti: dagli analisti per lo studio di campagne pubblicitarie ai *front page editors*, che ottimizzano i contenuti sull'home page filtrando centinaia di notizie, foto e video. Poi grafici per le animazioni e *community manager* per gestire relazioni con prodotti e marchi. I requisiti per diventare un dei 14 mila *Yahoos!* sono la buona conoscenza dell'inglese, avere meno di 30 anni, entusiasmo e curiosità».

U. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dopo le banche e il turismo, saranno le Pmi a trarre i maggiori benefici dalla Rete, strumento senza barriere d'ingresso, aperto ai mercati globali. Ai privati proponiamo una nuova esperienza: farsi un giornale su misura

Yahoo! Lorenzo Montagna