



Ai tempi di internet l'informazione ha il colore dei soldi

Chiunque condivida l'affermazione "l'informazione è potere" ed ha dimestichezza con internet, deve riconoscere che poter fruire dell'immenso numero di informazioni annegato nella rete globale, senza un grande sforzo, è una fantastica opportunità. Attraverso l'interrogazione della rete, seduti comodamente nel proprio soggiorno, si può reperire una prima indicazione necessaria ad avviare approfondimenti e via di seguito con una ricerca sempre più mirata o sempre più allargata: non è più necessario effettuare ricerche estenuanti nelle fonti cartacee, acquistare enciclopedie a fascicoli, annoiarsi attendendo il proprio turno in file di attesa presso le biblioteche, e fotocopie dei testi di interesse. Tutto ciò oramai è solo un romantico passato di molti, il presente è ben più comodo.

Con tale vastità di informazioni immediatamente fruibili il rischio semmai è quello di perdersi nell'immenso catalogo che appare per la consultazione e quindi circoscrivere la ricerca ovvero approfondire i temi trattati per verificarne l'attendibilità e soprattutto il loro aggiornamento.

Il primo passo della ricerca in internet, sia che si cerchi un ristorante, un'indicazione stradale o un testo di psicologia, è quasi sempre l'attivazione di un motore di ricerca: si procede nel digitare nell'apposito spazio l'argomento richiesto e dopo pochi istanti vengono elencate migliaia di possibili indirizzi che trattano quanto richiesto.

In Europa il motore di ricerca più utilizzato nell'anno 2012 è stato Google, il colosso statunitense ha raggiunto una quota di mercato dell'80%, e per questo ha in corso un'indagine da parte dell'autorità di Vigilanza Europea che contesta un trattamento poco trasparente dei dati con una gestione della Privacy difforme da quanto previsto nei Paesi della Comunità Europea.

Da parte sua Google aveva già dichiarato l'intenzione di apportare dei correttivi per il mercato europeo dopo una prima tirata

d'orecchie, ma soprattutto dopo gli oltre due anni di indagini da parte della Federal Trade Commission statunitense istituita nel lontano 1919 e deputata a vigilare sull'antitrust (esercizio di posizione dominante a danno della concorrenza). Ebbene dopo due anni di indagini, corsi e ricorsi, all'inizio del mese di gennaio Google è stata di fatto assolta patteggiando una migliore distribuzione delle proprie licenze a produttori terzi che usano tecnologie particolari oltre alla promessa di modificare alcuni algoritmi delle proprie applicazioni.

La battaglia in corso tra le società che offrono motori di ricerca tra le quali si ricordano Bing (Microsoft), AOL, Yahoo, ma anche Amazon e Facebook sta acquisendo contorni epici: l'indagine da parte dell'antitrust negli USA infatti è partita anche a seguito di una denuncia di Microsoft con la quale veniva sottolineato come nel proporre i risultati delle ricerche Google privilegiasse i propri servizi ed i prodotti delle società clienti per volumi pubblicitari.

Il marketing via web ha raggiunto volumi impressionanti, per fare un esempio concreto del denaro che rappresenta questo mercato, si pensi che Amazon, società storica dell'e-commerce specializzata nella vendita on-line di libri, supporti audio visivi ma non solo, ha dichiarato di aver fatturato con riferimento al 30 settembre 2012 negli ultimi nove mesi 1.800 milioni di dollari (circa 1,4 miliardi di euro) come "altri ricavi", ossia provenienti non riconducibili ai contratti di distribuzione della merce venduta e quindi presumibilmente del puro marketing. Parliamo di miliardi di dollari, una cifra di per sé impressionante e collegabile ai 188 milioni di contatti che Amazon dichiara di possedere, numero ben inferiore ad altri colossi operanti su internet con analoga strategia di marketing, fatevi due conto di quanto valga il mercato.

Ultimamente la guerra dei motori di ricerca ha coinvolto direttamente gli utenti: a



chi usa internet non sarà sfuggito come scaricando aggiornamenti o programmi di qualunque genere, quasi sempre si installa inconsapevolmente un piccolo software che cancella l'indirizzo esistente di accesso ad internet visualizzandone un secondo, partner della software house. Le battaglie epiche del resto non escludono colpi bassi o forzature e le società che offrono i motori di ricerca sono consapevoli che molto spesso gli utenti non hanno la dimestichezza necessaria a contrastare queste aggressioni mascherate, decidendo in proprio quale motore di ricerca attivare.

Avviando una ricerca, via internet, all'utente interessa trovare le risposte ai propri bisogni e non quelle fornite in base all'interesse economico del motore di ricerca utilizzato, tuttavia il primo non esclude il secondo ed il tema rischia di scivolare più sul piano filosofico che rimanere sul piano dell'opportunità. Vero è che, avviata una ricerca, una volta trovate un paio di risposte soddisfacenti non sempre si ha tempo e voglia di esaminare le migliaia di pagine proposte, quindi per un fornitore di prodotti o servizi ma anche

del marketing che li promuove, rientrare nelle prime 3 o 4 videate è fondamentale.

Questo scontro titanico virtuale non ammette cedimenti, ma ad esempio quanto vale Google? Il 10 febbraio scorso il suo valore complessivo era di 256,6 miliardi di dollari, (200 miliardi di euro circa), il titolo azionario quotato al NASDAQ (la borsa tecnologica statunitense) a luglio 2012 nel suo momento peggiore degli ultimi 18 mesi, ossia quando era sotto attacco da parte dei concorrenti e dell'antitrust USA, quotava 571 dollari, mentre al 10 febbraio raggiungeva i 778 dollari con una previsione degli analisti in crescita sino ai 829 dollari. Chi avesse acquistato azioni Google nel luglio scorso, al 10 febbraio avrebbe avuto un guadagno in soli sette mesi del 36% che rappresenta un interesse annuale del 62%, non male per un'azienda che offre informazioni o un modo per trovarle.

“L'informazione è potere”, diceva tra l'altro J.E. Hoover, nell'ultimo remake cinematografico, ma evidentemente anche un mucchio di denaro, la battaglia prosegue, seguiremo con attenzione i prossimi sviluppi. ■