

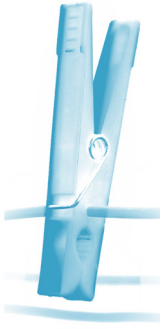
Tutti contro GOOGLE

Facebook compra Friendfeed, motore di ricerca del futuro. Microsoft e Yahoo! si alleano. Apple gli sbarra la strada sull'iPhone. Tempi duri per il re del Web

di Alessandro Longo - da: L'Espresso

Il re è in pericolo. I suoi avversari non sono mai stati uniti come adesso. Microsoft, Apple, Yahoo!, con l'aggiunta dell'ultimo entrante in questo mondo, Facebook si stanno attrezzando per limitare il potere di Google, che di internet può davvero essere considerato il re visto che controlla il 45% del mercato pubblicitario online (pari a 65 miliardi di dollari nel 2008, nel mondo), cioè la linfa vitale e il principale motore dell'economia del Web. L'ultimo inizio del nuovo vento che tira è una vicenda all'apparenza secondaria: Facebook, il più grande social network al mondo, ad agosto ha comprato Friendfeed, per una cifra che secondo il "Wall Street Journal" è intorno ai 50 milioni di dollari. Molti hanno commentato l'acquisizione con la metafora del supermercato che compra il negozio di delicatessen. Facebook è per tutti, Friendfeed è invece l'avanguardia di un modo evoluto di usare il Web: come una piazza universale, dove è possibile seguire quello che fanno e scrivono i propri sui vari siti e network. «Facebook ha comprato il futuro. Fra tre anni preferiremo tutti andare in un posto che aggregi le varie attività online dei nostri contatti», dice Rebecca Jennings, analista dell'osservatorio Forrester Research. Alcuni chiamano il fenomeno "Web in tempo reale", perché è fatto di flussi di informazione e commenti che si aggiornano di continuo, creati dal basso. I motori di ricerca del futuro – che sono ora regno incontrastato di Google – secondo molti esperti dovranno guidare l'utente anche attraverso il Web in tempo reale. È una partita dove giocano, oltre ai soliti big dei motori (Google e Microsoft), nuovi entranti come appunto Facebook e Twitter. Un guru come Steve Rubel (direttore di Insights per Edelman Digital) dice che Friendfeed diventerà il laboratorio di idee per Facebook. Non solo: Facebook mette così le mani su alcuni dei più importanti sviluppatori del Web: ex dipendenti di Google, che hanno fondato Friendfeed dopo aver creato Gmail, Adsense (chiave del suo business pubblicitario) e Google Maps. Il re si ritrova quindi come una squadra di calcio che perde pedine importanti, acquistate da club rivali. Il tutto, per giunta, mentre i suoi principali avversari cominciano a unire forze e strategie: Microsoft e Yahoo! hanno siglato quest'estate, infatti, un'alleanza storica. La quale coincide con la nascita del migliore motore di ricerca mai creato da Microsoft: Bing, fondato su logiche diverse da Google. Si tratta infatti di un portale che guida l'utente, attraverso le ricerche, verso azioni pratiche e immediate da fare sul Web (come comprare i biglietti). Ebbene, Bing è il cuore anche dell'alleanza con Yahoo!: diventa infatti il motore ufficiale delle due aziende (mentre si eclissa Yahoo! Search). Yahoo! dal canto suo, si occuperà (anche per conto di Microsoft) della gestione della pubblicità che appare sul motore. I due, insomma, mettono nell'alleanza rispettivi punti di forza. Microsoft è inoltre uno dei principali azionisti di Facebook: così il cerchio delle alleanze anti Google si chiude.

Un grattacapo, ma ce ne potranno essere di peggiori, per il re. «Adesso Google ha il 65% di quota di mercato sui motori di ricerca e nei prossimi anni perderà solo alcuni punti a causa dell'alleanza Microsoft – Yahoo!», prevede Andrew Frank, analista di Gartner, «Ma ben più difficile sarà la sua situazione sui futuri campi di battaglia, dove avverrà buona parte della crescita del mercato: l'espansione del Web oltre il PC, soprattutto sul cellulare». Qui Google è in ritardo. Yahoo! da tempo ha un motore di ricerca ottimizzato per gli utenti al cellulare. Microsoft ha da anni un sistema operativo ad hoc (Windows Mobile), mentre quello di Google (Android) è recente e per ora solo su pochi



modelli di cellulari (altri ne arriveranno a fine 2009). Su questo fronte il principale attore è Nokia e Google l'ha vista siglare con Microsoft, qualche giorno fa, la più importante alleanza degli ultimi tempi per il settore. Il risultato è che i software di Microsoft Office (strumenti per l'ufficio) arriveranno su cellulari Nokia l'anno prossimo, e quindi «i due aggrediranno insieme una cliente lucrosa, quella delle aziende con dipendenti e collaboratori che lavorano in mobilità. Un campo dove la presenza di Google è insignificante», dice Nick Jones, analista di Gartner.

E Apple, nuova stella del mondo dei cellulari (con il successo dell'iPhone), che ruolo giocherà? Anche qui, cattive notizie per il re. Apple ha bandito dall'iPhone il software Google Voice (gli utenti iPhone non possono installarlo). Brutto colpo, perché è l'arma strategica con cui Google cerca l'arrembaggio nel mondo dei servizi telefonici: Google Voice dà un numero di telefono e permette di chiamare via internet, sovrapponendosi ai servizi degli operatori tradizionali.

Ma il re non sta fermo sul treno. Qualche giorno fa ha annunciato "Caffeine", progetto che promette di rivoluzionare la tecnologia alla base del suo motore di ricerca. Rendendolo più veloce, accurato, completo. Google sa di non potersi permettere di dormire sugli allori. E dalle ultime mosse si capisce anche bene perché.