

Volunia prova a sfidare Google

Italiano il nuovo motore Web che intercetta i social network

DA MILANO ANDREA D'AGOSTINO

Il nuovo rivale di Google sarà italiano? Volunia, presentato ufficialmente ieri a Padova, più che un'alternativa al principale motore di ricerca su Internet, si propone come una... esperienza di volo. Si tratta di un nuovo sito web progettato da un italiano, Massimo Marchiori - inventore dell'algoritmo alla base di Google -, che ha realizzato il suo sogno con il sostegno dell'imprenditore sardo Mariano Pireddu. L'esempio dell'esperienza di volo è stato spiegato ieri da Marchiori, ricercatore all'università di Padova, riferendosi ad una direttiva europea che ha vietato da quest'anno di allevare le galline in gabbia. «La rete, se ci riflettiamo - ha esordito -, è un ambiente vastissimo, una foresta informativa in cui i motori di ricerca ci danno una mano per spiccare un piccolo volo da gallina, e avere una prospettiva molto più ampia».

Graficamente, il sito è diviso in due parti, contrassegnate da uno slogan dalla forma di un volto sorridente: *seek and meet*, cerca e incontra. La prima parte di ricerca riguarda appunto le funzioni tipiche di ogni motore di ricerca: oltre a trovare i siti Internet correlati alle parole da cercare, fornisce una mappa rimane sempre visibile, che permette una migliore navigazione anche al suo interno. Volunia segue infatti l'utente nel suo percorso di ricerca con una barra aggiuntiva al browser: in qualunque momento della navigazione, per ogni sito, si può vedere la mappa come se fosse un percorso geografico. Il sistema è automatico, e permette agli utenti di prendere il controllo del sito, cambiando anche struttura e gerarchie della mappa. «Un altro tipo di volo che Volunia permette di fare - ha spiegato il suo ideatore - è di vedere il multimedia selezionato presente nel sito Internet visualizzato, fornendo una panoramica ordinata per livello di importanza. Creiamo, insomma, un'altra prospettiva». La sezione "incontra" rende invece il sito una sorta di social network: mostra chi sta navigando all'interno delle pagine cercate e dà la possibilità di interagire con lui. «Il social network come si intende oggi è una gabbia in cui ci si rinchioda per poter interagire - ha commentato Marchiori -. Volunia rompe questa gabbia, e permette di fare amicizie in base ai reali interessi».

In questi primi giorni di sperimentazione, il sito sarà aperto solo a utenti scelti fra quelli che si sono recentemente iscritti, ma entro pochi giorni l'accesso sarà aperto a tutti. «Si è parlato di Volunia come motore che soppianterebbe Google - ha concluso Marchiori -. Non è così, e sarebbe una follia pensarla».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Massimo Marchiori, ideatore di «Volunia», durante la conferenza stampa di presentazione a Padova (Ansa)

Per le Pmi una «officina» virtuale di confronto: 5.000 gli iscritti al Facebook italiano delle imprese

DA MILANO

Un'altra novità virtuale tutta italiana è quella che riguarda il primo social network dedicato agli imprenditori. Officine Italiane Innovazione è stato lanciato pochi mesi fa come una sorta di "Facebook" dedicato allo sviluppo delle attività imprenditoriali. Le "Officine" sono nate lo scorso maggio dall'esperienza di Know Net srl, una società di consulenza di Como esperta nel supportare le piccole e medie imprese nei loro processi di innovazione: è l'idea di mettere in rete gli imprenditori italiani sfruttando le

opportunità offerte da Internet, creando cioè un social network tutto per loro, si è rivelata un successo. Dal lancio del sito - www.officineinnovazione.it - una media di 700 imprenditori ha già aderito, arrivando oggi a circa 5.000 iscritti: ognuno può partecipare alle discussioni del Forum, consultare il profilo di tutti gli altri colleghi presenti nella community ed, entrare in dialogo privato con loro, oppure discutere di temi specialisti nei gruppi di discussione specifici, gestiti tutti da una redazione che si occupa di aggiornare il portale.

Lo scopo, quindi, è semplice: «por-

tare nella community quelle imprese ancora digiune di web 2.0, digital economy e via dicendo, aiutandole ad affrontare questi temi in uno spazio pensato innanzitutto per loro», ha spiegato l'ideatore del progetto, Piero Bazzoni. «Ci rivolgiamo proprio alle Pmi italiane, forti nel prodotto ma, troppo spesso deboli nell'affrontare efficacemente il mercato che cambia». Il 65% degli iscritti è costituito da titolari d'impresa, tra cui diverse decine di imprenditori stranieri alla ricerca di fornitori e partner italiani in diversi settori.

(A. D'A.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA