



DOSSIER

VENERDI 8 NOVEMBRE 2013

3

Dalla Rete alla Borsa Twitter, boom o bolla?

Cinguettio con acuto la quotazione del social network Il valore immateriale spinge il prezzo. Oltre i veri conti

Il fatto

Partenza record sul mercato di New York con punte di rialzo superiori al 90% nella prima giornata I fondatori Dorsey e Williams nuovi ragazzi d'oro

IL BUSINESS

GLI INTROITI GRAZIE ALLA PUBBLICITÀ E ALLA VENDITA DEI DATI DEGLI UTENTI
Il suo fatturato è raddoppiato ogni anno, e le previsioni parlano di circa 580 milioni di dollari per il 2013. Ha annunciato ricavi in forte crescita nel terzo trimestre dell'anno a 168,6 milioni di dollari. Ha sdoganato la musica, la condivisione video ed è diventato l'estensione mediatica della tv. Ma i soldi a Twitter, per ora, arrivano soprattutto dalla pubblicità grazie ai Promoted tweets, mediante cui gli inserzionisti promuovono i prodotti. Un servizio che conosce forte espansione grazie al mobile, ed è il 70% del totale ricavi pubblicitari nel terzo trimestre. Nei documenti per lo sbarco in Borsa, Twitter ha svelato un altro modo, poco noto, con il quale guadagna ogni anno 47,5 milioni. Si tratta della vendita di dati degli utenti a società di analisi: i commenti di chi twitta durante le dirette di programmi e grandi eventi crea un enorme ecosistema, utile come strumento per fare comprendere gli andamenti dei programmi a produttori, inserzionisti e pure agli hedge fund. (C.L.V.)

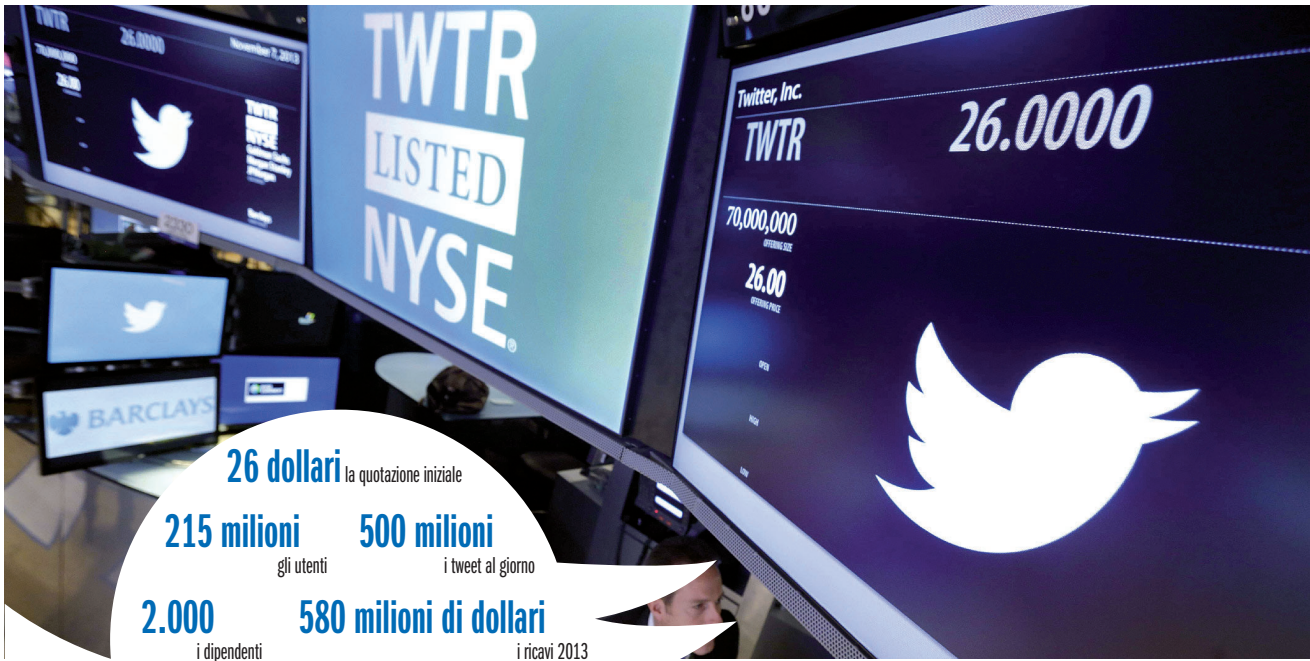
È vero, infatti, che Twitter vanta 215 milioni di utenti e che i messaggi lanciati ogni giorno dalla sua piattaforma toccano ora i 500 milioni (100 milioni in più dell'anno scorso e 10 volte il numero del 2010), contando quindi su una base enorme dal punto di vista pubblicitario, ma i ricavi del 2012 sono ammontati a solo 316 milioni di dollari, con una perdita netta di 79 milioni di dollari e, per i primi nove mesi di quest'anno con un giro di affari pari a 422 milioni di dollari le perdite sono cresciute a 134 milioni. Secondo gli analisti, però, l'azienda di social network che dà lavoro a duemila dipendenti si sarebbe sulla via dei profitti nel 2015 quando i ricavi toccheranno gli 1,9 miliardi di dollari. Nel frattempo, poi, avrebbe imparato dagli errori di Facebook, "contenendo" il prezzo iniziale in Borsa - che quindi avrebbe spazio per crescere fino al target fissato per il primo anno tra 29 e 54 dollari - ma anche espandendo il suo business dai messaggi brevi a piattaforma media completa tanto che, secondo un sondaggio del centro di ricerca Pew, è utilizzata dal 32% degli americani adulti quale fonte d'informazione.

LA STORIA

Nel 2006 primo messaggio Poi la crescita mondiale Giallo sulla vera «paternità»

Ha sette anni di vita ma, per certi versi, ne dimostra molti di più: oggi Twitter è un impero da 17 miliardi di dollari ed è considerato uno dei più importanti social network al mondo. La paternità dell'idea è stata sempre attribuita a Jack Dorsey, 37 anni il prossimo 19 novembre, ma in realtà la storia del sito dell'uccellino è ben più complessa. Twitter è nato infatti nel 2006 dalle ceneri di Odeo, una tecnologia permetteva di convertire in mp3 il contenuto delle telefonate: un'idea che ebbe un discreto successo fino a quando, nel 2005, Apple incluse il podcasting nei suoi iPod facendo perdere valore e utilità a quel progetto iniziale. A bordo di Odeo c'erano Evan Williams e Biz Stone, due ex dipendenti di Google e un altro giovane, Noah Glass, che figurava allora come co-fondatore del nuovo progetto Twitter ma che poi finì misteriosamente nell'ombra. In seguito vennero assunti nuovi dipendenti fra i quali il web designer Jack Dorsey, che prese in mano le redini del progetto. Il primo "tweet" è del 21 marzo 2006, e ad accorgersi del social network fu il blog TechCrunch perché qualcuno a San Francisco lo aveva utilizzato per dare notizia di un terremoto. Da quel momento, e in un solo anno, la piattaforma ha triplicato la mole di cinguettii passando da 20mila a più di 60mila al giorno. Nel 2009 ha documentato la rivolta in Iran e poi la Primavera araba. Attraverso i suoi micromessaggi da 140 caratteri gli utenti hanno fatto la cronaca della tragedia di Haiti e della cattura di Osama ben Laden. E non ci sono personaggi pubblici che non abbiano oggi un profilo attivo sul social.

Claudia La Via



Papa Francesco

Sono dieci milioni i «follower» dei messaggi brevi sulla fede

L'ultimo tweet è di ieri. «I santi sono persone che appartengono pienamente a Dio. Non hanno paura di essere derisi, compresi o emarginati». Lo ha firmato papa Francesco sull'account @Pontifex, che ormai ha superato la quota di dieci milioni di follower, a meno di un anno dal primo "cinguettio" di un vescovo di Roma. Un record assoluto. Mancava mezz'ora alle 12 del 12/12/12 quando dall'account in lingua inglese di @Pontifex partì il primo tweet di Benedetto XVI: «Dear friends, I am pleased to get in touch with you through Twitter. Thank you for your generous response. I bless all of you from my heart». Pochi minuti dopo lo stesso messaggio fu rilanciato nelle altre sette lingue previste, italiano compreso: «Cari amici, è con gioia che mi unisco a voi via Twitter. Grazie per la vostra generosa risposta. Vi benedico tutti di cuore». Un evento raccolto dal milione di follower che nei giorni precedenti, a partire dal 3 dicembre, ossia dall'annuncio dello "sbarco" del Papa sul social network, aveva già scelto di seguire la nuova iniziativa. Quanto accaduto quel giorno, per la sua carica rivoluzionaria, fu paragonato a primo radiomessaggio lanciato da Pio XI attraverso la Radio vaticana. A decidere quella rivoluzione era stato lo stesso Papa Ratzinger: «Non perché è di moda - spiegò il presidente del pontificio Consiglio per le Comunicazioni sociali, monsignor Claudio Maria Celli - ma per poter utilizzare gli strumenti che abbiamo». (S.M.)



quei 140 caratteri che «pesano»

Rivoluzioni e primavere

Aiuto contro la censura di regime Ma in Siria diventa propaganda

Il suo debutto sulla scena politica risale al 2009. A radunare folle di giovani per le strade di Teheran per protestare contro la rielezione di Ahmadinejad era stato proprio l'allora poco conosciuto Twitter. Sulla sua piattaforma virtuale, i manifestanti si scambiavano informazioni su luoghi e tempi delle proteste. Il social media come strumento di mobilitazione sociale, però, sono diventati fenomeno di massa durante le rivolte arabe. In cui, il flusso di "cinguettii" ha accompagnato e, per certi versi, alimentato le rivoluzioni. Se la morte del tunisino Mohamed Bouazizi, il 4 gennaio 2010, ha potuto innescare la "rivolta dei gelsomini" è stato proprio grazie ai tweet diffusi dagli attivisti, mentre i media ufficiali censuravano la notizia. Il flusso dei "cinguettii" è indicativo: nei giorni dei cortei - a partire dal megaraduno del 14 gennaio - si registra un picco di oltre 8mila messaggi. Un processo simile si produce in Egitto e, poi, in Libia nonostante gli intenti di Mubarak e Gheddafi di oscurare il Web. I ribelli della Cirenaica sono arrivati a costruire una rete telefonica artigianale a Bengasi pur di twittare. Mentre nelle prime rivoluzioni arabe Twitter - più di Facebook - è stato strumento di informazione alternativa, in Siria si sta trasformando in un mezzo di "disinformazione". I messaggi - come i filmati su YouTube - sono creati ad hoc per veicolare propaganda dall'uno e dall'altro schieramento.



Lucia Capuzzi

Politica e comunicazione

Dalle video-cassette al Web ora la discesa in campo si fa così

Chissà se Silvio Berlusconi sta pensando a un proprio hashtag, ossia quella parola, o combinazione di parole, in grado di scandire una priorità comunicativa. Parte da Twitter, se ne accorgono i siti, replicano i politici, ci aprono i tg. Di sicuro, a 20 anni dalla famosa discesa in campo, le allora rivoluzionarie videocassette pre-registrate appaiono oggi un residuo archeologico. Perché nella comunicazione dei social network può sfondare anche un outsider. Spaventosa è la potenza mediatica di Beppe Grillo, con 11 milione 325mila seguaci (solo 291 ricambiati con il follow), ma anche politici tradizionali si sono appassionati al gioco, come Pier Ferdinando Casini che twittò la famosa foto «Siamo tutti qui, nessuna defezione», che lo ritraeva a Palazzo Chigi con Alfano e Bersani, mentre tutti smentivano l'esistenza di una vera maggioranza a sostegno di Monti. Sarà per rincorrere il fenomeno Grillo, o anche per fronteggiare Matteo Renzi (665mila followers), il congresso del Pd sembra giocare su Twitter dove fra l'altro è molto attivo anche il premier Enrico Letta (226mila seguaci). Meno pretenso si mostra il centrodestra, con Angelino Alfano fra i più presenti (135mila seguaci) e Maurizio Gasparri fra i più attivi. Ma proprio Casini ha scoperto a sue spese che Twitter non può sostituire un partito. «Non sostituisce la base - spiega Filippo Sensi, fra i più esperti internauti del cinguettio, con ben 37 mila followers come Nonfup - è solo un mezzo moderno per tenere i contatti con essa».



Angelo Piccarizzo