

SFIDA ITALIANA LE EMERGENTI NOSTRANE

Prove di socializzazione che nascono dal basso

DI LUCA CONTI

Condividere le proprie esperienze è un concetto cardine del nostro vivere sociale. Una conseguenza diretta è il successo determinato dal passaparola, si tratti di un locale piuttosto che di un film. Internet, grazie all'avvento di servizi web di seconda generazione, supportati da soluzioni avanzate e innovative, permette finalmente di esprimersi e fare gruppo in maniera facile e alla portata di chiunque voglia partecipare. Sulla base di questi principi stanno crescendo, anche in Italia, siti internet che raccolgono e ripropongono opinioni, segnalazioni e contributi originali di utenti appassionati; gli argomenti sono quelli più chiacchierati, dentro e fuori dalla rete: un buon ristorante per una serata diversa, media da consumare, notizie da discutere. Questo obiettivo — creare valore attraverso i contributi generati dagli utenti — non si può realizzare senza la collaborazione diretta dei navigatori, più importanti di qualsiasi piattaforma tecnologica.

Cavalcando l'entusiasmo della comunità finanziaria e il ritorno degli investimenti nel settore internet, grazie ai ricavi in crescita provenienti dalla pubblicità online, da un paio di anni un numero incredibile di start up, pronte a cogliere opportunità negli Stati Uniti, in Europa e in Cina, hanno preso vigore. Digg, Meebo, YouTube, Netvibes, Last.fm sono soltanto alcune delle società a essere riuscite nell'impresa di sommare, nello stesso momento, milioni di euro di finanziamenti e milioni di utenti soddisfatti. In Italia, seppure il panorama del venture capital e la penetrazio-

Gruppi di trentenni si cimentano con le tecnologie sociali sulla rete

ne di internet non siano neanche da confrontare, alcuni giovani trentenni hanno deciso di provarci e di investire di tasca propria, per sviluppare tecnologie sociali: questa è la storia comune di 2Spaghi, Segnalo e OKNOTizie, Scrive.it e Maiom.

Vuoi passare una serata particolare e sperimentare un nuovo ristorante? Week end al cinema, ma la programmazione non ti convince? 2Spaghi e Scrive.it sono la risposta a entrambe le domande. Registrandosi gratuitamente si entra a far parte della comunità, con un proprio profilo personale dove segnalare, votare e commentare i ristoranti e i film preferiti, stabilire relazioni e poter usufruire dei consigli aggiunti nel tempo dagli utenti: un patrimonio di idee prezioso, tanto più se presentato con accorgimenti utili, quali ad esempio una mappa georeferenziata. Scrive.it è dedicata ai film, ai libri e alla musica, per lanciare spunti o semplicemente tenere traccia della propria esperienza. Lo stesso meccanismo è alla base di Segnalo e OKNOTizie, servizi sviluppati allo scopo di generare percorsi di navigazione alternativa, nel mare magnum della rete e nel flusso dell'informazione online: i lettori decidono la visibilità di un sito web o di una notizia, con una segnalazione e una votazione collettiva, che

premia i contenuti più meritevoli.

In tutti i casi analizzati, l'assenza di solide basi finanziarie viene compensata da un elevato investimento degli autori, in termini di tempo e di energie e da uno sfruttamento, in positivo, della comunità. È l'utente il vero protagonista, capace di influenzare lo sviluppo del servizio secondo le proprie esigenze, attraverso il gradimento dell'offerta e i suggerimenti raccolti in maniera sistematica. Il tasso di partecipazione del Web 2.0 italiano si attesta su livelli ancora bassi, stimabile nell'ordine di alcune migliaia di unità, più che giustificato dal lancio recente, dalla promozione virale e dalla regola dell'1 per cento. Gli esempi più significativi del web sociale, come Wikipedia e YouTube, dimostrano che, mediamente, su cento navigatori, uno crea contenuti, dieci interagiscono in qualche modo e i restanti ottantanove si limitano a uno uso passivo. La tecnologia che facilita l'interazione viene in aiuto non soltanto dei consumatori, ma anche dei professionisti, come il caso di Maiom: una aggregazione intelligente e originale, nella formula, di annunci immobiliari, con mappe e video. A differenza degli altri servizi, supportati dalla pubblicità, per Maiom sono le agenzie immobiliari i principali partner, fornitori dei contenuti pubblicati, coinvolti nel modello di business.

La sfida del web italiano si preannuncia incerta e stimolante: per calare un poker d'assi, all'entusiasmo degli attori in campo, alla risposta interessata del pubblico e al trend internazionale positivo, manca solo un pizzico di coraggio in più, negli investitori istituzionali. ◊