



## [Ricerche] Yahoo!, Internet è donna?

Internet è donna? E la tecnologia è davvero territorio maschile? A sentire le **Girl Geek**, donne appassionate di internet e dei nuovi media, non ci sono dubbi: le donne non hanno nulla da invidiare agli uomini in quanto a conoscenza e capacità di avvalersi della tecnologia sia nella vita privata che professionale. Da una recente survey condotta da **Yahoo!** su come internet abbia reso più semplice la vita di tutti noi, risulta che il 52% delle donne italiane riesce, grazie all'utilizzo del web, ad avere più tempo libero da dedicare a se stessa, ai propri hobby e interessi. E, se è vero che 'andar per negozi' è un piacere a cui l'univer-

so femminile difficilmente rinunciarebbe, cresce la moda dello shopping online, dato che ben il 56,4% delle donne intervistate dichiara di cercare regali in rete e il 35,9% ammette di acquistare con un click, in particolar modo libri e



musica (34,9%). Yahoo! ha partecipato di recente alla **Girl Geek Dinner** di Roma, che ha avuto come tema '**Blog, strumento di marketing personale e aziendale**' su cui tutte le partecipanti hanno discusso assieme a Luisa Carrada, autrice del libro 'Il Mestiere di scrivere'. "Nella top 5 dei siti più cliccati d'Italia, Yahoo! ha una delle più alte percentuali di audience femminile (44% degli utenti unici) - commenta **Lorenzo Montagna** (nella foto), amministratore delegato e direttore commerciale di **Yahoo! Italia** -. Appuntamenti come il Girl Geek Dinner sono il segnale di un cambiamento in atto nella società italiana e di stimolo alla crescita dell'intero comparto digitale'.

### [Ricerche]

## Il Web 2.0 e le 'terre di mezzo' della comunicazione d'impresa

"Il Web 2.0 offre delle indubbie opportunità a quelle imprese del Made in Italy che hanno fatto della creatività, della comunicazione e della capacità di incontrare un consumo sofisticato ed esigente la propria cifra distintiva". E' quanto sostengono, in un'indagine sui Social Media e il Web 2.0, **Stefano Micelli** e **Vladi Finotto**, ricercatori del **TeDIS**, (**Venice International University**), la

cui missione è quella di proporre una riflessione sulle tecnologie dell'informa-

zione e della comunicazione e sui modelli d'impresa emergenti tra i principali distretti del Made in Italy. "Le imprese del Made in Italy - rilevano i due studiosi - oggi non presidiano gli spazi dell'interazione e della comunicazione online se non in forma semplificata o attraverso siti che si avvalgono del potenziale del Web 2.0 solo in misura molto limitata". Sono poche le aziende italiane che presidiano questi spazi e, comunque, l'esperienza online di queste poche aziende offre interessanti spunti di riflessione. "Le sperimentazioni di maggior successo - scrivono Micelli e Fiotto - mettono in evidenza l'abilità delle imprese di gestire spazi di comunicazione online relativamente autonomi rispetto al backend gestionale. In queste 'terre di mezzo' le imprese prendono parte a conversazioni e riflessioni che non si limitano al prodotto e al settore di riferimento". Riflessioni, come evidenziano ancora i due ricercatori, che non sono soltanto il risultato di un processo deliberato di pianificazione di marketing, quanto l'esito della volontà di imprenditori, manager e creativi delle imprese di proporre al mondo della rete le proprie esperienze e competenze professionali.



## [Capital Venture] Google a caccia di start up

E' nata **Google Ventures**. Non è un nuovo motore di ricerca, non è un nuovo applicativo, ma è una società di venture capital che mette a disposizione di giovani e promettenti start up ben 100 milioni di dollari. La società fa capo interamente al gigante delle ricerche online, ma gode di ampia autonomia gestionale e opererà come entità indipendente. **Rich Miner** (nella foto), il co-fondatore di **Android**, la società di software telefonico di **Google**, e **Bill Maris** sono i partner del fondo. Proprio Miner ha spiegato che Google Ventures punterà su società focalizzate sui prodotti internet per il mercato consumer, ma anche ad aziende Ict e Biotech. Ancora, sempre secondo Miner, la nascita di Google Ventures andrebbe intesa come "lo sforzo che Google ha intenzione di fare per trarre vantaggio dalle proprie risorse al fine di supportare l'innovazione e incoraggiare le nuove e promettenti società del campo tecnologico". In buona sostanza, il fondo di venture capital cercherà giovani e promettenti aziende tecnologiche e gli farà da 'incubatore' finanziandone lo sviluppo. La presentazione dei progetti deve essere spedita all'indirizzo [mail ventures@google.com](mailto:ventures@google.com).

