

Aziende & Mercati

NEW BUSINESS, STRATEGIE, FINANZA

Huawei e Bain Capital comprano 3Com

Bain Capital Partners e Huawei acquisiranno per 2,2 mld di dollari in contanti 3Com. Il gruppo cinese, socio di minoranza, sarà "partner strategico" dell'azienda Usa. "L'intesa incrementerà le attività commerciali di 3Com con prodotti e servizi migliori e a valore aggiunto" dice Ren Zhengfei Ceo di Huawei.

Strategie. Per Comverse il futuro è l'Instant messaging via cellulare Mobile web? Sms è meglio

ALESSANDRA RITONDO

«L'Internet Mobile, conviene e a chi? Il popolo della Rete si troverebbe a suo agio, anche in termini di costi a navigare mobile, sempre e ovunque? No, secondo Comverse, divisione di Comverse Technology Inc., leader mondiale nel software e nei sistemi per i servizi multimediali avanzati di comunicazione e billing. E allora? La soluzione proposta è Comverse Instant Sms, soluzione che fonde il mondo degli Sms con quello del mobile instant messaging (Mim). "È un facile compromesso che risolve il dilemma Internet o non Internet sul cellulare - dice Dror Bin, vice president & General Manager Messaging Line of Business di Comverse -. È un modello vincente da cui sia gli operatori che gli utenti possono trarre grandi vantaggi". Alla base di questa scelta l'analisi della realtà del momento, un mondo dove Internet è sempre più in primo piano. John Delaney, Principal Analyst di Ovum evidenzia che l'interesse per l'e-mobile anche se grande non è molto sentito. Per molti, infatti, non essere sempre raggiungibili dall'e-mail non costituisce un fattore di primaria importanza perché per le urgenze si preferisce usare il telefono o un sms. Inoltre, "il consumatore, a differenza dell'azienda, dovrebbe pagarsi il servizio che al momento non è molto economico e trova difficile maneggiare dal cellulare la rubrica, le risposte e lo spam".

Per gli operatori, invece, i servizi Internet Mobile potrebbero essere fonte di preoccupazione e di problemi. "Gli utenti, ad esempio, potrebbero nutrire delle aspettative sui prezzi o su alcuni servizi, come posta elettronica e Instant messenger che vorrebbero gratuiti. Si sentirebbero liberi di lasciare il portale dell'operatore per utilizzare gratis i servizi Voip offerti in Rete. E per ovviare a questo l'opera-



BENNY EINHOR
Presidente EMEA
di Comverse

tore dovrebbe ridurre la velocità di comunicazione per poi sorbirsi le lamentele dei clienti. E ci sarebbero anche gli spam e i virus da gestire".

In contrapposizione l'Instant Sms risulta essere ancora una fonte d'entrata cospicua e sicura.

"Con miliardi di miliardi di messaggi inviati all'anno, che continuano ad aumentare nel grafico dell'utilizzo globale, l'Instant Sms rappresenta uno strepitoso successo di mercato - afferma Bin - che, basandosi sul solido fondamento della facilità e della velocità d'utilizzo, rappresenta una valida alternativa alla chiamata diretta ed è compatibile con tutti i telefonini".

L'Instant Sms tutto di Comverse, sia hardware che software, sul cellulare sfrutta la logica dei messenger che siamo abituati ad utilizzare su computer. In più quando si è davanti al proprio pc si può attivare la funzione My mobile on My Pc per gestire il proprio telefonino.

Agli operatori Bin propone modelli di business per trarre maggiori vantaggi commerciali dall'Instant Sms come un piano prezzi che permette agli abbonati di pagare una cifra complessiva che ne permette un utilizzo illimitato. Ma "una seconda e, forse più interessante opzione è l'Ad-Funded Sms. Questa permette l'inserzione di banner promozionali sponsorizzati alla fine di ogni messaggio". Lo sponsor, quindi, paga l'operatore sulla base di ogni messaggio inviato, l'utente non paga niente e chi riceve i messaggi si ritrova anche una riga di pubblicità. ■

Ovum: «L'interesse per l'Internet o le e-mail in mobilità non è così sentito
E i consumatori sono sensibili ai costi»

RECRUITMENT

NextiraOne battezza l'Employee day

Premi in denaro e stage semestrali per i figli dei dipendenti dell'azienda

Premi fino a mille euro ai migliori laureati e la possibilità di svolgere sei mesi di stage in azienda. NextiraOne scommette sui figli dei propri dipendenti e dà il via ad un'iniziativa che promette di divenire un appuntamento annuale fisso. Si tratta dell'Employee Day, una giornata (la prima edizione è andata in scena lo scorso 7 settembre in tutte le 10 sedi italiane dell'azienda) che mira ad avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro. Nello specifico l'iniziativa ha già sortito la premiazione di giovani diplomati e laureati in base ai risultati ottenuti nei rispettivi percorsi di studio. Ai diplomati più meritevoli è stato consegnato un assegno di 400 euro; due i contributi invece per i laureati, rispettivamente del valore di 800 e 1000 euro (quest'ultimo destinato ai laureati con lo-

de) nonché la possibilità di svolgere sei mesi di stage in azienda per i giovani dottori in discipline inerenti le attività di NextiraOne. "L'Employee Day è un'iniziativa unica nel suo genere - commenta **Roberto Pesce Amministratore delegato NextiraOne Italia** -. Abbiamo deciso di offrire un'opportunità concreta ai giovani figli dei dipendenti non solo attraverso un contributo economico, ma soprattutto dando ai più meritevoli l'opportunità di un'esperienza lavorativa all'interno dell'azienda". Il successo dell'evento ha spinto il team di NextiraOne ad organizzare un'altra iniziativa - prevista in ottobre - ma destinata questa volta all'entertainment, "una giornata di svago - continua Pesce - al di fuori delle sedi aziendali". ■

E.L.

Usa, la pubblicità online crescerà ancora

La spesa pubblicitaria sul web negli Stati Uniti continuerà a crescere, anche nel caso in cui l'economia americana dovesse assistere a un rallentamento. Queste le previsioni di alcuni analisti del settore secondo cui gli investimenti pubblicitari su Internet negli Usa potrebbero superare quest'anno i 20 miliardi di dollari, pari a circa il 7% del totale della spesa pubblicitaria di 285 miliardi di dollari. L'eventuale rallentamento dell'economia a stelle e strisce, infatti - collegabile alla recente crisi finanziaria dei mutui "subprime" - potrebbe spingere le imprese a

Gli investimenti nella rete quest'anno potrebbero superare i 20 miliardi di dollari, il 7% del totale

dirottare la spesa pubblicitaria dai media tradizionali a quelli digitali. "Il focus degli inserzionisti verrà concentrato su quei mezzi che permetteranno una maggiore penetrazione e un migliore calcolo dell'effettiva efficacia - afferma Eric Bader direttore generale di MediaVest - la pubblicità on line guadagnerà quote di mercato rispetto a tv, giornali e radio".

In uno studio elaborato dalla società di ricerca Sanford Bernstein viene illustrato l'esempio di Countrywide, uno dei principali erogatori di mutui negli Usa travolto dalla crisi del "subprime", che negli ultimi 12 mesi ha aumentato la quota di spesa pubblicitaria in Internet dal 21% al 55%. ■

L.S.

NEWS

L'Università di Siena ha avviato un progetto di partnership con Wind della durata di 3 anni 100mila euro all'anno per 9 borse di studio

HONDA SCEGLIE YAHOO! PER LA CIVIC

Honda ha scelto Yahoo! per la nuova campagna pubblicitaria dedicata all'Honda Civic. L'azienda statunitense ha risposto alle richieste della casa automobilistica giapponese realizzando un minisito ad hoc: una soluzione creativa di impatto e dai contenuti creati unicamente per il cliente, dal concept grafico alla realizzazione dei materiali digitali. Il minisito, integrato nella sezione Yahoo! Auto, permette agli utenti di conoscere in modo approfondito i vari modelli Honda Civic (Type S 3 porte e Civic 5 porte) tramite tool interattivi. In primo piano spiccano 3 advergames, giochi per la prima volta con finalità informative e appositamente realizzati per coinvolgere e divertire l'utente. Non manca una sezione User generated content con l'integrazione di Yahoo! Answer attraverso cui i visitatori possono approfondire tematiche relative al mondo dei motori.

ATOS ED ENGINEERING IN TRATTATIVA

Atos Origin, gruppo attivo nei servizi di Information Technology a livello internazionale, ed Engineering Ingegneria Informatica, azienda specializzata in System e business integration e Outsourcing, hanno confermato di avere avviato una trattativa relativamente alle attività italiane di Atos Origin. Le due società precisano di non avere ancora raggiunto un accordo ma che, allo stato dell'arte, l'operazione prevederebbe il conferimento da parte di Atos Origin ad Engineering Ingegneria Informatica degli assets in Italia - dove l'azienda è operante con circa 2700 dipendenti nei diversi settori di mercato - e la partecipazione di Atos Origin Group in Engineering Ingegneria Informatica.

ERICSSON ALLA FESTA DEL CINEMA

Anche quest'anno Ericsson sarà partner tecnologico della seconda edizione della Festa del Cinema di Roma, che si svolgerà dal 18 al 27 ottobre 2007 presso l'Auditorium della Musica della capitale. Nello specifico l'azienda metterà in campo vari servizi che permetteranno agli appassionati di cinema di seguire, in mobilità, le loro star durante i momenti del festival attraverso una videochiamata su un numero dedicato. Saranno disponibili inoltre diversi servizi informativi con cui il pubblico, gli operatori di settore (produttori e distributori) e i giornalisti, verranno informati sugli ultimi scoop e sugli aggiornamenti del programma, e potranno accedere ai contenuti multimediali in maniera personalizzata.

UN SUPERMICROSCOPIO PER IL LAZIO

Un supermicroscopio basato su tecnologia laser a elettroni liberi (Fel) sarà costruito nel Lazio, nell'area romana di Tor Vergata. Nato da un accordo di programma quadro tra la Regione Lazio, l'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare (Infn), il Miur, il Cnr e l'Enea e finanziato da fondi regionali e ministeriali il Fel è uno dei progetti che rientra nel piano di rafforzamento e di sviluppo della ricerca scientifica voluto dalla Regione Lazio. Il supermicroscopio avrà la capacità di ottenere in tempi rapidissimi delle istantanee del campione osservato, permettendo ai ricercatori di indagare la materia anche attraverso i suoi processi, grazie alla rapidità con cui fornisce immagini dei campioni analizzati. Ciò renderà possibili nuove osservazioni, come fotografare singole proteine o complessi di proteine mentre svolgono il proprio compito biologico.

ACCORDO NOKIA SIEMENS-IBM

Nokia Siemens Network e Ibm hanno siglato un accordo che prevede il trasferimento di specifiche attività del Research Development Center di Nokia (Next generation voice and multimedia, Media gateway, Mobile Internet connections e Consumer and business VoIP business line del Service Core and applications business unit) ad una sussidiaria di Ibm. In base all'accordo quindi - che sarà operativo all'inizio di dicembre 2007 - interi team di lavoro attivi a Monaco e Berlino (circa 235 dipendenti) entreranno a far parte di Ibm.