



## [Ricerche] Due italiani su tre preoccupati per quel che si può dire di loro in rete

Quanto sono preoccupati gli italiani di quello che circola in rete su di loro? Quanto fanno attenzione a ciò che divulgano (o a ciò che i loro conoscenti divulgano) in rete? E' quello che **SEMS**, agenzia del **Gruppo FullSix** specializzata in marketing nei motori di ricerca e in net reputation management, ha voluto scoprire attraverso un'indagine di mercato affidata a **OTO Research**, che ha intervistato un campione di 2000 persone. "E' emerso - dice **Marco Loguercio** (nella foto), fondatore e amministratore delegato di SEMS - che due italiani su tre online sono preoccupati da ciò che si può trovare su di loro attraverso i motori di ricerca; il 6% è molto preoccupato e il 4% vorrebbe addirittura poter obbligare i motori di ricerca a cancellare tutte le informazioni indicizzate su di loro. Solo il 29% degli intervistati non si è detto preoccupato di questo fenomeno". Il web, da questo punto di vista, è eccezionale ma terribile al tempo stesso: un'informazione può fare il giro del mondo in modo estremamente veloce e rimanere disponibile online per sempre". Ma come si concretizza quest'attenzione? Quasi sette ita-

liani su dieci online hanno cercato, almeno una volta, il proprio nome e cognome su Google per verificare quali siano le informazioni correlate, mentre un italiano su dieci effettua un monitoraggio costante di cosa i motori di ricerca pubblicano con il proprio nome e cognome, così da verificare se vi siano nuovi contenuti. Chi sono i più preoccupati da questo fenomeno? Dalla ricerca emerge che a desiderare di poter cancellare le informazioni che li riguardano sui motori di ricerca sono soprattutto i maschi, dirigenti e liberi professionisti su tutti. Ovvero la categoria di lavoratori che rischia maggiormente un danno d'immagine in caso di pubblicazione di contenuti compromettenti.



## [Search] Nuova versione per il motore di ricerca Exalead.com

**Exalead**®, fornitore globale di soluzioni per l'Enterprise Search e l'Accesso alle Informazioni aziendali, ha presentato una nuova versione del suo motore di ricerca online, creato per presentare al grande pubblico alcune delle caratteristiche più qualificanti della sua piattaforma di accesso alle informazioni CloudView. **Exalead.com** si presenterà con un'interfaccia ripensata per raccogliere i bisogni degli utenti e segnare un ulteriore passo verso un'esperienza di ricerca ricca ed efficiente. Diverse le nuove funzionalità: dagli strumenti grafici che arricchiscono la presentazione e migliorano la navigazione dei risultati, all'integrazione dell'auto-completamento dei termini di ricerca, alla ricerca immagini potenziata e all'avanguardia. "Anche se siamo un fornitore di soluzioni per aziende - ha detto **François Bourdoncle**, co-fondatore e chief strategic officer di Exalead - il nostro motore di ricerca sul web rimane al centro della nostra strategia, come parte cruciale del nostro impegno nell'R&D, soprattutto in termini di bisogni e desideri degli utenti, di performance e di

ordinabilità. Inoltre esso fornisce una prova tangibile della nostra capacità di sostenere lo sviluppo delle applicazioni business che, in modo creativo e significativo, connettono i dati strutturati e non da fonti interne ad esterne".



## [e-commerce] Crescono i Neutral Shoppers su eBay.it

Secondo una ricerca condotta da eBay, sono 5.000 gli italiani che su **eBay.it** negli ultimi 12 mesi si sono dedicati allo **Shopping Neutrale**, il nuovo trend che sta spopolando in Europa legato al concetto di compravendita in sostanziale equilibrio tra quanto è venduto e quanto è acquistato. I nostri connazionali che rientrano nella definizione inglese di "Neutral Shoppers" vendono principalmente nelle categorie Giocattoli, Modellismo, Abbigliamento e Informatica, e con i soldi che guadagnano da queste vendite su eBay non solo acquistano prodotti nelle stesse categorie, ma in più sfruttano i guadagni ricavati concedendosi qualche lusso nella categoria Gioielli e Orologi o, per dare un nuovo volto alla casa, acquistando nella categoria Casa e Arredamento. Lo Shopping Neutrale, una sorta di moderna e tecnologica versione del baratto, rappresenta indubbiamente una forma inedita di risparmio. "Siamo di fronte alla nascita di una nuova generazione di consumatori - afferma **Irina Pavlova** (nella foto), portavoce di **eBay Italia** -. Gli italiani hanno fatto di necessità virtù, reinventando una delle forme di scambio più antiche, il baratto. E' curioso notare come eBay stia diventando per molti nostri connazionali un canale privilegiato non solo per comprare e vendere, ma anche per dedicarsi a questa forma "neutrale" di compravendita, che consente di risparmiare senza fare rinunce".

