

PERSONAL INTELLIGENCE FRONTIERE

I limiti del dato casalingo

Poco conveniente per le software house impegnarsi su programmi di analisi delle informazioni nel pc

Immaginate una grande azienda. Una farmaceutica, una banca, un'industria. Che per più di un decennio ha accumulato nei suoi server un'enorme quantità di dati. Informazioni dettagliate sui tempi e le modalità di produzione, sulle dinamiche dei mercati in cui opera, prezzi, indicatori finanziari, produttività del personale, redditività dei suoi prodotti.

E adesso provate a moltiplicare questi dati per mille, per diecimila, per tutte le imprese medie, grandi e grandissime che dagli anni Novanta a oggi hanno investito milioni nei sistemi Erp (Enterprise Resource Planning). Il risultato è un numero (molto alto). Ma è anche un'opportunità. Molti manager e imprenditori si sono infatti lamentati del fatto che gli Erp, software monolitici e complicati da usare, non sono in grado di aggiungere sufficiente "intelligenza" alle loro imprese. Ed è proprio per questo che da qualche tempo quegli stessi produttori di Erp stanno comprando a mani basse le software house che negli ultimi anni hanno messo a punto una nuova generazione di applicazioni, più moderne e intelligenti, note come software di Business Intelligence (Bi), che promettono di trasformare i loro dati in qualcosa di davvero utile per interpretare il futuro.

Ma se la business intelligence funziona per i dati conservati negli hard disk delle grandi aziende, perché non dovrebbe funzionare anche per quelli custoditi nei computer dei privati cittadini? Le informazioni che accumuliamo nei nostri computer (o quelle che presto o tardi arriveranno) corrispondono più o meno, fatte le debite proporzioni, a quelle in possesso delle aziende. Inoltre, così come le aziende usano la Bi per capire meglio i loro clienti, anche questi ultimi dovrebbero poter fare lo stesso. E teoricamente la cosa sarebbe possibile. Ma ci sono alcuni problemi che lo rendono comunque difficile.

Il primo problema è questo: i dati nei computer delle persone sono solo parzialmente organizzati. I nuovi sistemi operativi indicizzano ormai le informazioni, ma solo a basso livello. Non esistono programmi progettati per creare relazioni più sofisticate fra i documenti che via via creiamo nei nostri pc, o che vengono generati a seguito delle transazioni con le aziende (l'acquisto di un biglietto ferroviario o di un libro su internet, le fotografie, il pagamento di una bolletta, i flussi delle email di lavoro e via dicendo). Di fatto, l'unico programma fra quelli più popolari che permette di far fruttare questo tipo di informazioni per aiutare le persone a organizzare e migliorare la propria attività è Excel, ma anche questo software non si è ancora spinto nel territorio della «Personal Intelligence».

«L'Excel di domani dovrà aiutare i suoi utenti

ad aggregare le informazioni di cui dispongono e a fornire loro allarmi e indicazioni di varia natura», dice a Nòva4 Enrico Benatti della Microsoft. Una dichiarazione d'intenti che fa ben sperare, ma che non ha per il momento riscontri nella pratica.

Eppure, spostandoci dal computer personale all'Internet gli esempi cominciano a emergere. «Chi fa trading online usa già alcune funzioni tipiche della business intelligence, sfruttando le informazioni relative agli andamenti di Borsa per agire meglio in futuro», dice Clemens Prändl della società specializzata Microstrategy, dopo averci spiegato che la sua azienda sta anch'essa valutando (ma solo valutando) la possibilità di scalare verso il basso le proprie soluzioni di Bi, che per il momento si rivolgono soprattutto alle imprese di medie e grandi dimensioni. Nella situazione di cui parla Prändl, i dati (o meglio, i metadati) su cui si basa non sono conservati sul suo computer, ma sulla rete. Il risultato però non cambia.

Altro esempio: chi colleziona miglia con uno dei network internazionali delle linee aeree ha già oggi la possibilità di usare i dati generati dalle transazioni con aziende diverse per meglio relazionarsi con aziende diverse.

E qui emerge il secondo problema. Il mondo del software va spostandosi con decisione verso la logica dei servizi. Un numero crescente di nuove applicazioni nascono e prosperano sulla rete proprio grazie a quelle informazioni che permettono alle aziende di meglio relazionarsi con noi. Quindi, forse, per le software house risulta poco conveniente impegnarsi nello sviluppo di software di personal intelligence che portano vantaggio non alle imprese, ma ai consumatori. Ecco perché probabilmente la strada verso questa nuova generazione di applicazioni personali potrebbe passare attraverso uno scambio fra consumatori e aziende. Se entrambi i soggetti coinvolti nelle transazioni scaturiscono da usare con profitto le informazioni che scaturiscono dalla transazione stessa, magari tramite aggregatori online, si tratterebbe di uno scambio paritario e allora i produttori di software potrebbero trovare conveniente investire su questa nuova categoria di applicazioni.

In un mercato dove è sempre più spesso l'utente a guidare lo sviluppo del software, la business intelligence, che è una delle frontiere più interessanti della tecnologia informatica contemporanea, fa eccezione. E il valore dei dati contenuti nei nostri personal computer resta per il momento un patrimonio inutilizzato.

PAOLO C. CONTI
scrivi@paoloconti.net



Volare a tariffe sempre più low

Voli aerei intelligenti. Il sito web di Star Alliance, la più grande alleanza di linee aeree del mondo, è un buon esempio di come chi è cliente di diverse aziende può ottimizzare con il software la relazione con esse. I possessori di una carta di fidelizzazione di questa alleanza possono usare il sito per consultare gli orari di tutte le compagnie che vi aderiscono, prenotando voli gratuiti con le miglia, oppure usando quelle stesse miglia per comprare prodotti di varia natura, richiedere upgrade a classi di viaggio superiori. Esiste anche la possibilità di ottenere tariffe più convenienti, anche su combinazioni di compagnie, prenotando con una modalità chiamata Fly Smart.

Finisce online il budget familiare

Fogli di calcolo online. Da qualche anno la Microsoft sta cercando di aprire alla rete i suoi programmi di produttività personale. Nel caso del foglio di calcolo Excel ci sono in rete, sul sito di Office Online, numerosi moduli software gratuiti che possono essere usati dagli utenti per rendere più produttive le informazioni che conservano nei propri personal computer. Fra i più utilizzati, quelli che servono a razionalizzare la gestione dei budget familiari e personali o per il pagamento delle bollette. Ma ci sono anche molti strumenti dedicati ai liberi professionisti: per esempio per la gestione delle note spese. Molti i moduli disponibili anche per il database Access, per la gestione di progetti di marketing.

Aggregatori web per chi investe

Trading evoluto. I siti di trading online dedicati ai privati che investono nei mercati azionari sono un altro ottimo esempio di come un aggregatore intelligente di informazioni e transazioni in rete possa aiutare i suoi utenti a relazionarsi con le aziende. I più evoluti offrono (in genere a fronte del pagamento di un abbonamento e della fornitura di informazioni personali in seguito alla registrazione) strumenti che permettono di analizzare gli andamenti dei mercati azionari e ottenere consigli d'investimento da esperti di finanza, ma anche di effettuare analisi sulla propria attività d'investimento. Anche in questo caso, comunque, non sono ancora disponibili strumenti di Business intelligence veri e propri.

IT LE ULTIME TENDENZE

Il consumatore sta diventando sempre più green

Non solo pc eco-friendly. Ora la sfida è quella delle televisioni a grande schermo

C'è una rivoluzione verde che sta attraversando l'industria hi-tech: cresce l'interesse dei consumatori e dei produttori nei confronti di tecnologie più rispettose dell'ambiente. Lo dicono per esempio alcuni studi usciti tra novembre e dicembre: Forrester Research rileva che il 12 per cento dei 5 mila americani intervistati, sarebbe disposto a pagare di più un prodotto, a parità di altre caratteristiche, se fa risparmiare energia o se viene da un'azienda considerata "green". Secondo Jupiter Research, il 26% di chi acquista online, in Europa, è un "green shopper". È cioè disposto a pagare di più per prodotti "green" e si fa influenzare, nell'acquisto, dalle policy ecologiche delle aziende. Ancora da Forrester si apprende che il 38% delle aziende Usa ed europee sta orientando i propri acquisti in base a criteri ecologici.

Se la domanda muta, l'offerta si deve adattare: si moltiplicano, in un crescendo di questi giorni, gli annunci dei produttori. Questa settimana è stata formata un'azienda dedicata al riciclo dei prodotti elettronici, una joint venture di Panasonic, Sharp e Toshiba; mentre Fujitsu ha annunciato un computer portatile rivestito in plastica creata dal grano. Fujitsu ha una lunga storia (dal 1993) di computer "green" (con ridotti consumi energetici) e a fine 2007 ne ha lanciato uno rivolto alle famiglie: lo Scaleo Green Pc. Anche Asustek sta lavorando a materiali alternativi, più ecologici, e ha presentato nelle settimane scorse l'Asus Eco Book, un prototipo di portatile con involucro in bambù. È ecologico anche il Green Pc di Zonbu, lanciato quest'estate: ridotti consumi energetici e un prezzo di 99 dollari.

Il fenomeno riguarda anche i

cellulari: Nokia a dicembre ha presentato un modello sostenibile, il 3110 Evolve, con cover realizzate al 50% di materiali rinnovabili e un caricabatteria a maggior rendimento energetico. «Nokia ha introdotto con l'operatore O2 confezioni più "green", perché più leggere, più piccole e prive di caricabatterie, che viene fornito solo su richiesta dell'utente, l'idea è che ormai molti ne hanno già uno», spiega Nate Elliott, analista di Jupiter. «Non solo così Nokia migliora la propria fama "green", ma anche risparmia sui prodotti». È il doppio vantaggio tipico di molte iniziative ambientaliste.

Mirano al risparmio energetico altri tre prodotti presentati questa settimana. I caricabatterie universali (per vari prodotti di elettronica di consumo) di Green Plug, dotati di chip che in modo intelligente forniscono la corrente solo quando necessario, senza sprechi; i chip di Marvel Technology Group, per alimentatori di computer: promettono risparmi energetici del 50 per cento. Anycorn Technologies ha presentato un auricolare bluetooth a pannelli solari.

Ci sono anche le batterie di Z-Power, per computer e cellulari: usano materiali meglio riciclabili rispetto a quelle classiche, basate su ioni di litio.

La sfida passa adesso alle Tv: la diffusione di quelle grandi, a schermo piatto, sta peggiorando i consumi energetici delle famiglie. Una comune Tv al plasma consuma quattro volte in più di una al tubo catodico, solo perché in media è molto più grande. Una risposta viene da Sony e Samsung, che hanno appena presentato Tv con tecnologia Oled, più efficienti nei consumi, ma a oggi molto costose. Si lavora quindi anche per rendere più verdi le Tv led e al plasma. «Le nostre Tv che usciranno in primavera consumeranno il 20 per cento in meno e avranno tutte elementi in bambù», aggiunge Giuseppe Salvioni, amministratore delegato di Panasonic Italia. «Dal 2007 - continua - abbiamo eliminato il piombo e portato a 10 mila ore d'uso l'aspettativa di vita delle Tv al plasma».

ALESSANDRO LONGO

MICROPROCESSORI LA SCOPERTA

Così la luce supera il rame

È opinione diffusa che il Cell Broadband Engine - cuore della Playstation 3 - sia uno dei processori più evoluti del momento. Ben nove "core" in un solo chip: a ciò deve gran parte della sua potenza. C'è da chiedersi, allora, perché di questi "cervelli" (core) non ne inflama dieci. Cento. Magari centinaia di migliaia. Tutti in un singolo chip.

Ci si sta provando da tempo. Ma il nemico è quello di sempre: il calore. «I dispositivi di comunicazione su chip odierni si surriscalderebbero e non sarebbero sufficientemente veloci da gestire un tale aumento dei carichi di lavoro» ha fatto sapere Will Green, lead scientist Ibm.

Eh già, perché gli usuali sistemi d'interconnessione dei core necessitano di cablaggio. E dove ci sono fili - costretti a convivere, peraltro, in sezioni e spazi lillipuziani - ci sono sempre problemi di efficienza legati alla dissipazione del calore, con perdite di rendimento nella velocità di trasmissione dati e nel consumo energetico. I fili sono un problema? Bene, eliminiamoli! Devono aver pensato qualcosa di simile dalle parti di Big Blue che, per bocca dello stesso Green, ha annunciato la scoperta di un metodo «mai sperimentato prima» per connettere più core in un singolo chip. Questi non comunicheranno più attraverso i tradizionali segnali elettrici nei cavi, bensì mediante pulsazioni di luce attraverso il silicio.

La luce al posto dei fili. Un approccio innovativo che promette velocità di trasmissione cento volte superiori ed energie consumate dieci volte inferiori. «Supercomputer grandi quanto due campi da tennis che richiedono chilometri di cablature in rame per col-

Annunciato da Ibm un nuovo metodo per connettere più core in un singolo chip

legare i propri cervelli informatici - prevede Ibm - potranno un giorno entrare in un semplice computer portatile». E consumeranno quanto una lampadina, piuttosto che quanto centinaia di abitazioni.

Una piccola rivoluzione che il lead scientist di Ibm paragona a

quella della banda larga per il Web: «Proprio come le reti a fibre ottiche hanno favorito la rapida diffusione di Internet, allo stesso modo la tecnologia Ibm sta introducendo simili funzionalità nel campo dei chip».

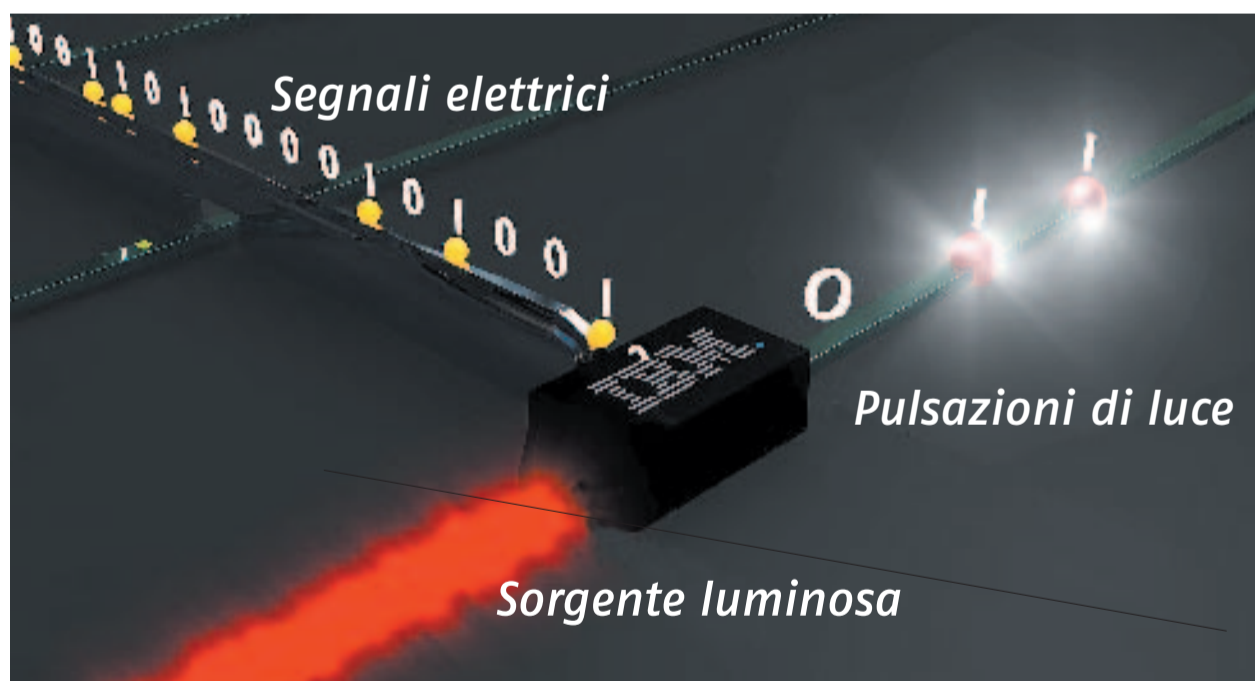
La scoperta dei ricercatori Ibm è nota agli addetti ai lavori come «modulatore elettro-ottico al silicio Mach-Zender». È da cento a mille volte più piccolo dei tradizionali modulatori della sua categoria. Ciò «favorirà la nascita di molti altri dispositivi del genere che permetteranno un giorno di integrare le reti ottiche d'interconnessione in un singolo chip, riducendo drasticamente i costi, i consumi energetici e il calore generato ma allo stesso tempo consenten-

do un aumento della larghezza di banda per le comunicazioni tra i vari nuclei di più di cento volte rispetto ai chip cablati».

Si tratta di capire - e qui la sfida si fa più difficile - quando tutto ciò sarà concretizzabile su larga scala. Ma c'è da sperare bene. Dieci anni fa, proprio da Ibm, l'annuncio di nuove scoperte basate sull'utilizzo dei cavi in rame al posto di quelli in alluminio. Risultato: 35% in meno di resistenza al flusso di elettroni e 15% in più nelle prestazioni dei chip.

Ora la luce prende il posto dei cavi in rame. E illumina d'immense speranze le strade della tecnologia multicore.

MASSIMO MATTONE
mmattone@edmaster.it



Pulsazioni di core. Il modulatore ottico Ibm converte un segnale elettrico digitale presente in un filo in una serie di impulsi di luce. Una sorgente laser è inviata al modulatore. Quando un impulso elettrico digitale (bit "1") giunge al modulatore, in uscita si ha un impulso di luce. Quando non vi è alcun impulso elettrico (bit "0"), il modulatore blocca il passaggio di luce. Si ottiene così la conversione di un flusso di bit digitali da impulsi elettrici a pulsazioni di luce.

COMUNICAZIONE UNIFICATA PAROLA AGLI ANALISTI

Incroci ravvicinati tra Cisco e Microsoft

DI KEVIN ALLISON

Cisco punta a sfidare Microsoft sull'emergente mercato della «comunicazione unificata», un segmento di servizi in rapida crescita messo in evidenza, dall'azienda, durante l'annuale conferenza con gli analisti tenutasi a San Jose il mese scorso. John Chambers, Ceo di Cisco, ha speso infatti buona parte del suo intervento per illustrare i vantaggi della tecnologia Cisco nella telefonia e nelle teleconferenze. «Potete osservare come ci stiamo muovendo dall'infrastruttura alle soluzioni», osserva Chambers. E ha mostrato la simulazione di una directory aziendale utilizzabile per cercare esperti su una specifica

Tra 18 mesi si saprà se ci sarà un vincitore nella sfida tra i due colossi per il mercato delle videoconferenze

tecnologia, e quindi avviare una videoconferenza con un solo clic.

Anche se questa tecnologia è ancora a una fase iniziale, la demo ha segnalato, con eloquenza, che la Cisco, nata dall'hardware e dai router per la gestione del traffico di rete, intenda

oggi competere testa a testa con Microsoft. E i prossimi mesi potrebbero mostrare la contesa competitiva in pieno corso, su un mercato da molti miliardi di dollari.

«Abbiamo di fronte una finestra temporale di 12-18 mesi in cui sia Cisco che Microsoft - e chiunque altro abbia reali numeri in partita - dovranno necessariamente essere molto aggressive per stabilire primi caposaldi sul nuovo mercato delle comunicazioni unificate», dice Inder Singh, analista di Lehman Brothers.

E, sebbene vi sia largo consenso sull'importanza di questo segmento emergente, gli analisti sono divisi su quale azienda sia davvero meglio posizionata per catturare la leadership.

«Ambedue le aziende partono da punti diversi - dice Singh -. Il vantaggio di Cisco è di poter progettare e ottimizzare sulla rete, mentre qualsiasi cosa faccia Microsoft deve essere a misura di desktop. E per le grandi imprese sono la congestione del traffico e i tempi di fruizione dei servizi i problemi cruciali, ben di più della velocità di elaborazione sui desktop».

«Il dominio di Microsoft sui desktop ha però anche i suoi vantaggi - ribatte Lee Nichols di Geronics, azienda che progetta e gestisce sistemi di comunicazione basati sia su Cisco che su Microsoft -. Redmond può offrire nuovi servizi di cooperazione come estensioni a valore aggiunto del suo software già esistente. Possono offrirli

in upgrade già l'anno prossimo. Cisco, invece, spesso deve prevedere una seria discussione sugli investimenti necessari con le direzioni It dei clienti, prima che questi decidano di installare i suoi nuovi sistemi software».

Al centro della strategia di Microsoft c'è l'Office communications server, un pacchetto lanciato in ottobre e concepito come suite completa per i servizi di comunicazione.

«Questo è l'equivalente, come investimento strategico di Microsoft, dell'Office sviluppato nei primi anni 90 - dice Zig Serafin, responsabile dell'area di business "unified communications" -. L'industria dei servizi di comunicazione sta rapidamente cambiando: da un assetto basato su hard-

ware e tecnologie proprietarie verso un ecosistema basato sul software».

I prodotti di Cisco includono WebEx, un sistema di conferencing online acquisito in maggio per 3,2 miliardi di dollari, e l'Unified communications manager, che consente a telefoni Ip, fax e altro di operare su una singola rete. Cisco spera che la sua capacità di offrire sistemi "end-to-end" - dal software per l'utente finale fino ai commutatori e ai router per la gestione di servizi a larga banda come il video - le guadagni un vantaggio su Microsoft.

Indipendentemente da chi sarà il vincitore nei prossimi 18 mesi, l'opportunità delle comunicazioni unificate è ampia abbastanza perché ambedue possano beneficiare della maturità dei nuovi servizi. «È una grossa opportunità, ma con una curva di adozione simile a tutte le altre tecnologie - dice Singh - ovvero un processo di almeno una decina d'anni».

© Financial Times