



Marketing Oggi



IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

Arriva il dispositivo per controllare l'abitazione intelligente in cui Big G adotta il marchio Nest

Google: smart è la casa che aiuta La privacy? Dati separati dalla pubblicità, serve fiducia

DI ANDREA SECCHI

Non si è ancora diffusa la casa intelligente, che Google vuole andare oltre: vuole offrire «the helpful home», la casa utile o meglio la casa che aiuta, in una traduzione forse meno bella ma più efficace. E su questo fronte il gigante di Mountain View sta scommettendo parecchio perché dopo la corsa alla conquista delle tasche con gli smartphone la gara successiva nel settore riguarda la presenza nelle case e si svolge in primo luogo con un altro gigante digitale, Amazon.

Ieri a Milano Google ha presentato il Google Nest Hub, in sostanza uno smartspeaker con lo schermo (7 pollici) che integra tutte le funzioni dell'assistente vocale della società e funge anche da hub per controllare i dispositivi intelligenti che si possono trovare in casa: termostato, lampadine connesse, videocamere di sicurezza oltre a servire per accedere ai servizi di entertainment (da YouTube a Spotify) grazie al display e altoparlante integrati.

Al di là del singolo dispositivo (già in prevendita e in consegna dal 12 giugno a 129 euro), è questo il debutto di una nuova strategia: lo scorso mese Google ha annunciato che il marchio Nest sarebbe stato utilizzato per l'hardware destinato alla casa e Google Nest Hub è la prima uscita in



Il Google Nest Hub

tal senso tanto che negli Usa lo stesso dispositivo a ottobre era stato lanciato come Google Home Hub. Fino a ora la società Nest, fondata da due ex Apple e acquisita da Mountain View nel 2014 per 3,2 miliardi di dollari, era stata più o meno indipendente e tenuta separata da Google: il prodotto di punta per anni è stato un termostato, poi qualche sensore, ma adesso la partita è ben più ampia perché non esistono più pezzi di hardware separati uno dall'altro.

Lo aveva spiegato lo scorso mese Rishi Chandra, vicepresidente di product and general manager di Google Home e Nest: non ci sono più dispositivi unici, ciascuno è un piccolo pezzo del puzzle della smart home. Ieri lo ha ribadito a Milano Billy Burnett, devices and services

communication Emea, spiegando che ormai siamo nell'era dell'ambient computing, del computing distribuito: «Nest è nato per costruire dispositivi per il risparmio energetico, oggi l'intelligenza artificiale si unisce al software e all'hardware, non abbiamo più dispositivi disgiunti. E non vogliamo prodotti fatti da ingegneri per ingegneri, vogliamo costruire esperienze che siano d'aiuto per gli utenti, una helpful home».

«Ok Google, buongiorno»: Google Nest Hub manda il comando per l'apertura delle tapparelle, imposta il termostato alla giusta temperatura, dice che tempo fa, quali sono gli impegni della giornata, com'è il traffico fino all'ufficio e poi fa cominciare uno dei notiziari che si è scelto per la propria

routine mattutina. Se la voce è quella della moglie o di uno dei figli tutto cambia: magari arriva un po' di musica soft o di rock duro, dipende dalle impostazioni di ciascuno.

Avere un dispositivo con display anziché un semplice smartspeaker consente poi una serie di attività in più: si può chiedere aiuto in cucina non solo con le ricette audio ma anche con i tutorial su YouTube, si può dare uno sguardo alle immagini dal campanello con videocamera, oppure rivedere le foto memorizzate su Google Foto mentre l'hub è in pausa.

Poi la sera, un «ok Google, buonanotte» e tutto si prepara per il riposo, dalle luci alle serrature intelligenti, sempre a seconda della routine che si imposta.

Un mondo incantato per alcuni, inquietante per altri. Perché una delle prime cose che vengono in mente è che si ha un microfono in casa (e con la prossima versione dell'hub, quella Max, anche una videocamera) e che si dà in pasto a questi dispositivi tutta la propria vita. In realtà succede già con lo smartphone, ma a parte questo, Google sta cercando di rassicurare sull'argomento perché i timori per la privacy sarebbero uno dei maggiori impedimenti all'adozione dei dispositivi Nest.

Ieri Burnett ha posto il rispetto della privacy come uno dei principi chiave di Google Nest mentre già Chandra ha detto qualche settimana fa che l'obiettivo della società «è di essere il più trasparenti possibile, in modo che le persone abbiano fiducia che in realtà stiamo usando i dati per creare funzionalità migliori, anziché cercare di vendere qualcosa».

Nel blogpost di presentazione del nuovo corso di Nest il manager ha spiegato gli impegni che Google prende: si potrà vedere l'utilizzo di tutti i dati raccolti ed eventualmente eliminarli e ci sarà il vincolo di tenere separati questi dati dalla pubblicità e dalla personalizzazione degli annunci. «Vogliamo guadagnare e mantenere la tua fiducia», ha concluso, «spiegando chiaramente come funzionano i nostri prodotti e in che modoosterremo il nostro impegno a rispettare la tua privacy».

© Riproduzione riservata

Spontini acquista il suo affiliato Oven e accelera nei centri commerciali

Spontini Holding, proprietaria del marchio della ristorazione Spontini, storica realtà milanese specializzata in pizza al trancio, ha acquisito il franchisee Oven srl e i suoi 8 locali, più uno in apertura. «Abbiamo acquisito il nostro affiliato per controllare direttamente la produzione e il servizio di vendita, punti cardine del nostro progetto, e per accelerare le nuove aperture in centri e parchi commerciali di primaria importanza», ha detto Massimo Innocenti, ceo & founder della Spontini Holding. «Sono maturi i tempi perché Spontini, nato su strada, spicchi

il volo presidiando i nuovi luoghi del consumo. Stazioni, aeroporti, outlet, shopping center, corner all'interno della gdo, sono tutte location dove Spontini, adattandosi senza mai perdere la sua storica unicità, può dire la sua con la forza del prodotto».

Oltre all'espansione estera in Giappone e Medio Oriente, Spontini continuerà a crescere in Italia con le prossime aperture a Milano in via Torino e nel centro commerciale PiazzaLodi. La società ha chiuso il 2018 con un fatturato di 27 milioni di euro, in crescita del 15%.

E. Marinella lancia le cravatte con tessuto dagli agrumi

Cravatte con il primo tessuto sostenibile da agrumi al mondo. Nascono dalla collaborazione fra E. Marinella e Orange Fiber, che ha brevettato e produce il tessuto che ha una texture impalpabile, setoso al tatto ed è pensato per rispondere alle esigenze di innovazione e sostenibilità della moda, interpretandone la creatività.

Insieme alla prima collezione ecosostenibile della maison verrà presentata anche la Capsule Collection realizzata in tandem con il brand M1992. Una collaborazione che vede reinterpretare la classica cravatta attraverso uno stile trasversale e sperimentale.

