

I BIG DELLA RETE - MICROSOFT, AMAZON, APPLE E GOOGLE - SI DIVIDONO LA MAGGIOR PARTE DEL MERCATO DEGLI "ASSISTENTI" CHE HA GIÀ SUPERATO I 35 MILIONI DI PEZZI VENDUTI, E ORA INTENSIFICANO GLI INVESTIMENTI. IL MIRACOLO DEL "MACHINE LEARNING"

Engérand Renault

Il prossimo tre agosto l'assistente domestico "Home", targato Google, sbarcherà in Francia. E una volta installato al centro dell'abitazione, questo piccolo cilindro sarà in grado di dare risposte in francese: dopo aver pronunciato la frase di attivazione "Ok Google", sarà infatti possibile domandargli che tempo si prevede domani a Limoges, l'indirizzo della pizzeria più vicina o il nome del quarantatreesimo presidente degli Stati Uniti.

Con il tempo, e grazie all'intelligenza artificiale, questi assistenti personali vocali imparano a rispondere a richieste vieppiù complesse.

Stando agli analisti di ComScore, di qui al 2020 la metà delle richieste online sarà affidata alla ricerca vocale. Ad oggi, in tutto il mondo sono stati già

venduti 35 milioni di questi nuovi apparecchi, gli "assistenti vocali". La voce è destinata dunque a diventare il nuovo motore di ricerca?

Tali dati spiegano la rapidità con cui Google ha lanciato e diffuso il suo assistente personale. Ad oggi il gruppo americano appare in grande svantaggio rispetto ad Amazon, che detiene il 70% del mercato mondiale e ha già venduto quasi venticinque milioni dei suoi dispositivi Echo.

Tutti i principali attori del mercato si stanno velocemente aprendo al mercato dell'internet vocale.

Il 5 giugno la Apple ha annunciato il lancio del suo HomePod, che si avvale della "partecipazione" di Siri. In una ricerca intitolata "Riconoscimento vocale e intelligenza artificiale: la nuova rivoluzione nell'accesso ai contenuti", il Npa Conseil ha esaminato il modo in cui i mezzi di comunicazione - che dai motori di ricerca traggono una porzione rilevante del proprio traffico, dovranno adattarsi al nuovo internet della voce.

Che si tratti di una piattaforma video condivisa come Netflix, di un canale di news come BFMTV, di una radio come

[LA SFIDA]

Obiettivo 2020: le ricerche web saranno per il 50% "vocali"

[AMAZON]



ALEXA E ECHO

Il gruppo di Jeff Bezos è di gran lunga il dominatore del mercato globale degli assistenti vocali, di cui detiene il 70%

[GOOGLE]



HOME

L'assistente vocale di Google riceve istruzioni dettagliate sulla rivelazione delle fonti, da sempre un punto nodale dell'affidabilità delle ricerche sul web

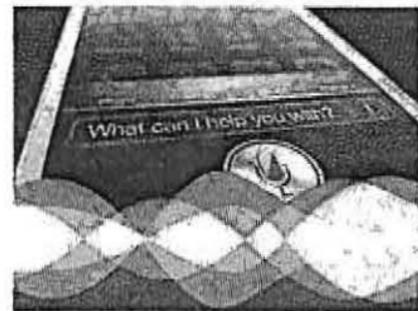
[MICROSOFT]



CORTANA

Se non si è sicuri di cosa dire, appaiono suggerimenti e spunti nella schermata di blocc, o nella home page di Cortana quando la si seleziona nella barra delle applicazioni

[APPLE]



SIRI

Accompagna l'utente sull'iPhone, l'iPad, il Mac, Apple Watch, Apple TV: imposta la sveglia, chiama il taxi, manda messaggi sotto dettatura. E piano piano impara a conoscerci

France Inter o di un quotidiano come Le Figaro o Le Monde, tutti dovranno essere in grado di rispondere a semplici richieste del tipo: «Trova l'ultima stagione del Trono di spade» o «Quali sono le notizie di oggi?».

Al fine di poter essere indicizzati su questi assistenti, i media devono sviluppare delle applicazioni vocali (che Amazon chiama "skills" e Google chia-

ma "actions"). E Amazon, che ha sviluppato più di 15.000 "skills", per il momento è in grande vantaggio su tutti.

Al momento, quando domandiamo agli assistenti personali di Amazon o di Google di fornirci una notizia senza precisarne la fonte, essi ci indirizzano automaticamente verso la National Public Radio americana.

In Francia le emittenti radiofoniche come France Inter, Europe 1 o Rtl si possono ascoltare tramite l'aggregatore TuneIn.

Dal canto suo, Radio France ha colto prima di altri l'opportunità che l'internet vocale può rappresentare per una radio. «A partire dal tre agosto - spiega Laurent Frisch, direttore dei nuovi media per Radio France - saremo su Google Home tramite la nostra nuova app Radio France, sulla quale si potranno ascoltare programmi in diretta o su richiesta, tramite i nostri podcast. Inoltre». Conclude Frisch: «Grazie a FranceInfo abbiamo anche sviluppato una app in grado di fornire notiziari flash a chiunque lo richieda».

© Le Figaro/LENA

(Traduzione di Marzia Porta)



Lena (Leading European Newspaper Alliance) è l'alleanza di cui Repubblica fa parte insieme a Die Welt, El País, Le Figaro, Le Soir, Tages Anzeiger e Tribune de Genève