

pagina 164

NON SOLO PIZZA

di UMBERTO TORELLI

// informazioni che vanno dal cinema alla casa da comprare_

Prenoto il cinema, cerco casa dal cellulare



Dopo aver venduto ad Oracle Hyperion Solutions Fabio Maglioni lancia Modomodo. Servizi di infomobilità per aiutarci quotidianamente. Parrucchieri che offrono sconti. Posti da prenotare al cinema. Case da esplorare. Tutto sul cellulare.

A breve il telefonino prenderà il posto di numeri verdi e utili. Per conoscere in tempo reale le promozioni del supermarket e farmacie di turno, ma anche trovare il cinema con sale in 3D, oppure parcheggi più economici? In gergo si chiamano servizi di infomobilità (mobile serviceplace), in sostanza significa avere a portata di dito, le informazioni che servono nel luogo dove ci troviamo. Questo è quanto propone la milanese Modomodo con la nuova generazione di software LBS (Location based services). Siano essi servizi gratuiti o a pagamento, pubblici o privati, il software Modomodo offre massima facilità di utilizzo. Con tre click sul telefonino l'utente scopre quanto gli serve. Ma come è nata l'azienda? «Il team è composto da persone che lavorano insieme da una ventina d'anni - racconta Fabio Maglioni, Ceo e fondatore - abbiamo condiviso l'esperienza di Hyperion Solutions e di OutlookSoft Corporation, due società specializzate in applicativi per PC particolarmente sofisticati». La prima è stata acquisita da Oracle e la seconda da SAP. E proprio in quel periodo è nato Modomodo. «All'epoca eravamo tranquilli, con il nostro

lavoro software. Così abbiamo partorito l'idea che ci ha fatto riprovare il brivido dell'imprevisto e dormire poco e male».

L'iniziativa è stata messa a punto lavorando fianco a fianco per quattro mesi in garage. Anzi, a essere precisi si è trattato della stanza a fianco dell'autorimessa. Nel 2008 prende corpo il progetto. Il nome scelto dall'azienda è curioso, un vocabolo inventato, che non esiste in nessun vocabolario. Contiene due volte il vocabolo "modo", che in latino significa "adesso", "subito". Un termine che racchiude il concetto di istantaneità legato alla mobilità e al cellulare. Il bello della parola che è suona praticamente uguale in tutte le lingue. «che tu sia un giapponese, italiano o spagnolo la pronuncia nello stesso identico... modo... - continua Maglioni - inoltre l'unicità del termine permette all'azienda di essere posizionata ai primi posti nei motori di ricerca». Il successo dell'iniziativa non si è fatto attendere. A 12 mesi dalla partenza sono stati firmati contratti con importanti società: tra queste, Casaclick del Gruppo Pirelli Re e MyMovies, senza dimenticare Cittàshop. Di recente Media World ha lanciato un'applicazione mobile per essere in contatto ovunque con i propri clienti e comunicare loro le ultime offerte e promozioni. Bastano tre click sul cellulare per sfogliare i volantini direttamente sul display del telefonino e identificare, secondo un principio di prossimità, lo store Media World e Saturn in cui acquistare prodotti in promozione.