

Chi sono i rivali di Facebook secondo Facebook (e qual è l'app con cui ci studia e li combatte)



In un documento di risposta ai quesiti del Congresso americano Facebook è entrato nel merito del suo presunto monopolio e ha parlato di Onavo

Più di duemila domande e più di duemila risposte, in [due documenti da 500 pagine totali](#).

I quesiti sono del Congresso americano. Le repliche di Facebook, che dopo le [audizioni di aprile di Mark Zuckerberg](#) è entrato nel merito delle questioni sollevate a Capitol Hill. Nella colata di spiegazioni più o meno puntuali c'è un particolare inedito e interessante. Quello sulla concorrenza. Sia negli Stati Uniti sia in Europa, dove [si è rivolto al Parlamento europeo](#), Mark Zuckerberg ha glissato sulla richiesta di lumi su una sua presunta posizione

di monopolio.

Nero su bianco, invece, Menlo Park dice:

«In media gli americani usano otto diverse app per comunicare con i loro amici e rimanere in contatto con le persone [...]. Data la sua ampia offerta, Facebook rivaleggia con numerosi concorrenti per attrarre, coinvolgere e trattenere gli utenti e per attrarre e trattenere gli attori del mercato e gli sviluppatori di applicazioni mobili e Web. Se si vuole condividere una foto o un video si può scegliere fra Facebook, DailyMotion, Snapchat, YouTube, Flickr, Twitter, Vimeo, Google Photo, Pinterest e molti altri servizi. Allo stesso modo, se vuoi scrivere un messaggio, solo per citarne alcuni, puoi fare riferimento a iMessage di Apple, Telegram, Skype, Line, Viber, WeChat, Snapchat e LinkedIn, oltre ad affidarti ai tradizionali Sms. Allo stesso modo, le aziende hanno diverse opzioni: dai cartelloni pubblicitari, alla stampa e alle trasmissioni fino alle più recenti piattaforme come Facebook, Spotify, Twitter, Google, YouTube, Amazon o Snapchat. Facebook rappresenta una piccola parte (solo il 6 per cento) dell'ecosistema da 650 miliardi di dollari e la maggior parte di quanto ottiene arriva dalle piccole e medie imprese, molte delle quali non possono permettersi di acquistare pubblicità su giornali e tv, per raggiungere un pubblico più ampio in modo conveniente».

Quindi: il colosso pigliatutto di Menlo Park, che si è appena buttato [anche nel mondo del gaming](#), mette nello stesso calderone tutte le soluzioni con cui compete nei diversi ambiti in cui fa valere la forza del suo ecosistema. Nella messaggistica, ad esempio, ha spinto il suo Messenger [imponendo il download dell'app separata da Facebook nel 2014](#), nonostante lo strumento venisse utilizzato – quantomeno in prima battuta – per dialogare con gli amici del social network. Al momento ci sono 2,2 miliardi di persone che per comunicare in privato con gli amici in blu devono per forza scaricare Messenger, a meno di andare a cercare

appositamente il contatto altrove. E i concorrenti devono vedersela con un mostro a due teste. Ne sa qualcosa Yahoo! Messenger, che il 17 luglio [chiuderà i battenti](#) dopo 20 anni di onorato servizio.

Quando parla di pubblicità Facebook si riferisce poi all'intero settore e non entra nel dettaglio di quella digitale, che nel giro di due anni dovrebbe catalizzare il 44,6 per cento degli investimenti delle aziende di tutto il mondo ([fonte: Zenith](#)) e di cui al momento Facebook controlla una buona parte insieme a Google. [Secondo i dati di eMarketer](#) relativi agli Stati Uniti, solo Amazon sarà in grado di scalfire il duopolio, che nel 2017 si è mangiato il 58,5 per cento della torta e quest'anno dovrebbe scendere al 56,8 per cento.

Nel documento è un'altra l'informazione delicata e importante sul presunto monopolio. Come fa Facebook a (provare a) spazzare via chiunque tenti di farsi avanti con nuove applicazioni o social network? Usa Onavo Protect, [come aveva riportato il Wall Street Journal](#) nel 2017 e come ha, di fatto, ammesso Facebook nel documento. Si tratta di una applicazione israeliana acquistata da Zuckerberg nel 2013. La sua funzione primaria è di proteggere la navigazione con una Vpn (virtual private network). Chi la scarica – lo hanno fatto in 33 milioni – e accetta le condizioni di servizio cede a Facebook dati anonimi e aggregati sulle sue abitudini online: nello specifico, quante e quali sono le applicazioni installate e come e con quale frequenza vengono utilizzate. Così Zuckerberg vede chiaramente chi rischia di dargli (molto) fastidio in futuro. E se lo compra, come ha fatto con [WhatsApp](#) o [To be honest](#), intercettata quando andava per la maggiore fra i liceali americani, o lo copia senza remora alcuna ([citofonare Snapchat](#)). Un escamotage che può potenzialmente portare a una sorta di monopolio permanente. Facebook sa prima – o vede accadere in tempo reale – quello che gli analisti di mercato ci raccontano dopo. Ad esempio: [il Pew Research Center](#) ha

appena sentenziato la passione degli adolescenti americani per YouTube, in una classifica in cui Instagram è secondo e Facebook si ferma ormai al 51 per cento delle citazioni dei 13-17enni. Benissimo: il colosso era già pronto e mercoledì 20 giugno Instagram [metterà sul tavolo il suo anti-YouTube](#).



Network Protection

Our VPN helps keep you and your data safe by understanding when you visit potentially malicious or harmful websites and giving you a warning. It also helps keep your details secure as you log in to websites or enter personal info.

Data Analysis

When you use our VPN, we collect the info that is sent to, and received from, your mobile device. This includes info about: your device and its location, apps installed on your device and how you use those apps, the websites you visit, and the amount of data you use.

This helps us improve and operate the Onavo service by analyzing your use of websites, apps and data. Because we're part of Facebook, we also use this info to improve Facebook products and services, gain insights into the products and services people value, and build better experiences.

La descrizione di Onavo quando la si installa

Non solo, negli Stati Uniti Onavo [sta anche facendo capolino](#) dentro Facebook come opzione legata alla sicurezza. Chi la seleziona dal menù in basso (iOS) o in alto (Android) a destra dell'app del social viene indirizzato alla pagina di download di Onavo, come avviene per Instagram.

Insomma, l'ecosistema usato come grimaldello per incoraggiare a scaricare l'iconcina che ne aiuta gli sviluppi e la prosperità futuri.