

Volunia è il motore di ricerca social e made in Italy

Volunia è una delle parole hot del Web italiano di oggi, visto quanto interesse ha suscitato la presentazione del nuovo motore di ricerca ad opera di **Massimo Marchiori**, professore all'Università di Padova, già noto per aver ispirato il PageRank di Google con il suo algoritmo. Vediamo come la notizia di Volunia sta facendo il giro del mondo.

Forbes "ironizza" che la sfida a Google (anche se Marchiori ha sottolineato che Volunia non è affatto un anti Google) non arriva da una grande ed aggressiva azienda, ma da un'**antica università italiana**. Forbes ricorda che il 41enne Massimo Marchiori non è un "novizio" del mondo IT, ma vinse nel 2004 il prestigioso premio TR100 della **Technology Review** del MIT, in quanto creò l'algoritmo **HyperSearch** citato da Sergei Brin e Larry Page come "base" per PageRank, l'algoritmo di Google. Forbes dice che Marchiori rifiutò il lavoro in Google in Silicon Valley, preferendo vivere in Italia. L' "italiano che ha ispirato Google" non ha però smesso di pensare al futuro del Web.

Volunia funziona con connettività italiana, finanziamenti e server italiani, grazie a 2 milioni di euro di Mariano Pireddu., co-fondatore di Volunia con Massimo Marchiori. Volunia non è l'anti Google né è un motore di ricerca classico, bensì social, che vuole trarre dati dalle "gabbie dei social network" come Facebook. L'ambizioso progetto, che pensa a **12 localizzazioni linguistiche (compreso arabo, inglese, giapponese e russo)**, vuole essere un motore di ricerca più un 10%. Grazie alla **barra social** che connette i contenuti del Web con gli utenti.

The Economic Times, infatti, mette in risalto l'originalità di Volunia, che aiuta a trovare temi di interesse più velocemente e ad **interagire con gli utenti registrati** che vorrebbero effettuare **ricerche sulle stesse ine Web**. Volunia mette l'accento sulla "**dimensione sociale**", l'iceberg che deve emergere dalla deep Internet, perché in Rete non c'è solo l'informazione, ma ci sono soprattutto le persone, gli utenti.

Quello più critico è **GigaOm**, che si chiede se Volunia sia la risposta a Google o – sprezzantemente – "aria fritta": Volunia aspira a diventare la terza generazione della ricerca, ma GigaOm si lamenta del fatto che la **conferenza stampa**, in ritardo e non supportata adeguatamente, **non sia stata tenuta in lingua inglese**. Volunia indicizza e mappa il web e si presenta come un GPS per il Web, ma GigaOm denuncia un po' di retorica. A metà fra la chat e il progetto SideWiki, chiuso dallo stesso Google.

Bloomberg infine mette al centro l'idea forte di Volunia: il fatto di essere un **motore di ricerca con connessioni sociali**. L'esperienza sociale, finora confinata nei Walled Garden, può essere attivata o disattivata dagli utenti. **BusinessWeek** si limita a citare le parole di Marchiori sulla "*nuova radicale idea di ciò che un search engine del futuro potrebbe diventare* .

- *Commento dalla Conferenza Stampa, in attesa della prova su strada come power User: [Volunia cortocircuita il mondo social a quello dei motori di ricerca](#)*
- *Dì la tua in Blog Café: [Volunia e cabina di regia: settimana italica](#)*



Massimo Marchiori lascia Volunia



Volunia in Beta