



# CORRIERE ECONOMIA

## Mobango: la banda dei tre milioni

Tanti sono gli utenti della comunità italiana che promette concorrenza a YouTube. Sui cellulari K ia ha 21 anni, è napoletana, ama il calcio e i video, si connette al web dal cellulare e ha 81 amici su Mobango, la comunità dalla quale scarica immagini, applicazioni e giochi. Pepina, 27 anni, di Taranto, prende foto e suonerie gratis su Mobango, e le scambia con 60 amici. «I download nella comunità sono 6 milioni al mese e gli upload di nuovi contenuti creati dagli utenti oltre 100 mila », dice Fabio Pezzotti. Bocconiano, 42 anni di cui 15 di esperienza imprenditoriale sul web, è il fondatore della comunità mobile Mobango, il nuovo caso di Internet. Nata a Milano nel giugno 2006, ora ha sede a Londra, un ufficio a Monaco di Baviera e ormai conta più utenti in India che nel Belpaese. Ha l'ambizione di diventare la comunità leader nell'Internet mobile per i contenuti generati dagli utenti: video girati dal cellulare, giochi o brani musicali immessi da giovani creativi. La crescita è stata velocissima: nell'aprile 2007 Mobango contava 1,3 milioni di utenti registrati, oggi è arrivata a 3 milioni. Il sito di social network è dotato anche di un sofisticato software che converte in modo automatico i file per renderli compatibili con i diversi tipi di cellulari e sistemi operativi. «L'Italia copre soltanto un decimo delle connessioni — spiega Pezzotti —. Sono i Paesi anglosassoni a tirare di più e quelli in via di sviluppo, dove i giovani non hanno il Pc e navigano sul web dal telefonino. Negli Usa poi, con le tariffe flat a meno di 20 dollari al mese per un uso illimitato, l'Internet mobile si sta diffondendo rapidamente». «Crediamo che Mobango abbia le potenzialità per diventare in qualche anno lo YouTube dell'Internet mobile », dice Marco Pinciroli, amministratore delegato di Innogest Capital, fondo italiano dotato di 80 milioni destinati alle start-up. Il 31 marzo Innogest, insieme con il fondo inglese Doughty Hanson Technology Ventures, ha annunciato a Londra un investimento su Mobango per 3,5 milioni di euro. È il secondo: il primo fu di 2 milioni, nel gennaio 2007. E dall'inizio del mese è entrato nel consiglio di amministrazione della start-up Gianluca Dettori, fondatore di Vitaminic, società italiana che è stata pioniera e leader in Europa nella musica digitale, poi fusa con Buongiorno. «Con la diffusione della banda larga, il mobile web diventa il nuovo mercato a forte tasso di crescita: musica, games, anche video,

stanno migrando sui cellulari — sostiene Dettori —. Negli Usa si sono già affermate concessionarie di pubblicità specializzate, come AdMob. E la forza di Mobango è di essere internazionale». Oltre alle versioni inglese e italiana del sito, in febbraio sono state lanciate quelle tedesca e spagnola. «Stiamo anche ampliando l'area games — dice Pezzotti —. Centinaia di sviluppatori di software e piccole aziende potranno fare la promozione diretta sul nostro sito, anche con i link a prodotti da acquistare. Mobango dovrà però fronteggiare la concorrenza di Twango, altra comunità mobile nata negli Usa, acquistata lo scorso anno da Nokia. E quella di Flickr, il sito di condivisione foto di Yahoo! che dall'inizio del mese offre anche i video, su web e cellulari. Non saranno certo i soli a voler spartire la torta: il fatturato globale della Mobile advertising, che nel 2008 sorpasserà già i 2,7 miliardi di dollari, secondo Gartner Research sarà di 12,8 miliardi a fine 2011.

CHIARA SOTTOCORONA