



## Steve Ballmer

Il CEO di Microsoft spiega la strategia sottesa al prodotto più ambizioso e originale dell'azienda: Windows 8.

Jason Pontin

**W**indows 8 è radicalmente diverso da ogni altra versione precedente del sistema operativo Windows. Destinato a smartphone, tablet, server e anche supercomputer, Windows 8 si presenta praticamente con la stessa interfaccia per ogni tipo di apparecchio. Le risposte a questo prodotto sono state articolate. Alcuni esperti hanno elogiato l'eccellente design grafico e l'audace indifferenza al passato di Microsoft; altri sono perplessi. Abbiamo chiesto a Steve Ballmer cosa significhi Windows 8 per Microsoft.

**Vedere la stessa "veste" grafica su diverse piattaforme ha del miracoloso, ma suscita qualche perplessità. Perché avete fatto questa scelta?**

Gli utenti accedono sempre più agli stessi contenuti e servizi da più dispositivi o da più apparecchi allo stesso tempo. Lo stesso ambiente favorisce la curva di apprendimento e rende più significativa l'esperienza dell'utente.

**Per dimostrare ai clienti e ai produttori di apparecchiature originali (OEM) le potenzialità della nuova interfaccia, Microsoft è stata costretta a produrre il suo primo computer, il tablet Surface. Siete soddisfatti delle vendite di Surface?**

Sono più che contento di Surface. Credo sia fondamentale – non solo per Microsoft, ma per l'intero ecosistema di Windows – l'integrazione tra hardware e software.

**Sta dicendo che Surface è una operazione solo commerciale e che Microsoft si sta trasformando in un'azienda manifatturiera?**

Siamo convinti del valore commerciale di Surface. Intorno a noi si vendono 350 milioni di PC e anche se Surface non sarà leader di mercato, rimane un prodotto di valore.

**Crede che Microsoft faccia bene a venire incontro ai desideri degli utenti? Non negherà che è stata un'impresa difficile entrare nel campo dei prodotti di consumo!**

Non direi. Da sempre il nostro obiettivo è quello di fornire prodotti agli utenti. Il 65 per cento di tutti i PC è destinato agli utenti, non alle imprese. Il 70 per cento di Office va agli utenti, non alle imprese. Il 100 per cento di Xbox arriva agli utenti, non alle imprese. Indubbiamente, facciamo profitti con le imprese più facilmente che con gli utenti. Ed è altrettanto vero che avremmo potuto fare dei prodotti migliori per imprese e utenti. Non voglio dare l'idea di sottrarmi alla questione, ma la nostra azienda è realmente impegnata su tutti e due i fronti. Vogliamo dare agli utenti

quello che gli utenti richiedono. Prendiamo il caso del *pen computing* (l'utilizzo di una stilo per tablet). Ne stiamo parlando da anni, ma non abbiamo mai potuto portarlo avanti perché l'OEM non lo finanziava adeguatamente. Con Surface Pro ci siamo mossi in questa direzione.

In altre parole, non abbiamo capito cosa voleva l'utenza o in alcuni casi siamo stati carenti nella fase esecutiva? Propendo per la seconda. Ogni volta che siamo andati incontro alle richieste degli utenti finali, senza compromessi, come nei casi di Kinect e Xbox, abbiamo fatto un ottimo lavoro.

**So che tipo di futuro Google vede per i computer. Conosco le posizioni di Apple, ma ho più difficoltà a capire cosa vuole oggi Microsoft. Cosa intende fare l'azienda?**

Siamo impegnati a definire il futuro della produttività, dell'intrattenimento e della comunicazione in un mondo in cui il software è sempre più integrato. Mi riferisco in particolare agli apparecchi e ai servizi cloud.

**Per questa ragione Windows 8 è un passaggio importante? Perché, per la prima volta, Microsoft propone una esperienza "integrata" tra più apparecchi con software distribuito dalla nuvola?**

Se si vuole migliorare produttività, comunicazione e qualità dell'intrattenimento, ci si deve muovere contemporaneamente su più apparecchi, con modalità coerenti e vantaggiose per gli utenti. È necessario favorire diversi sistemi d'ingresso. Il salotto di casa è diverso dal cellulare e il concetto di produttività cambia tra un computer fisso e uno mobile. In definitiva, credo che l'intera famiglia dei prodotti Windows 8 rappresenti il passaggio fondamentale per rimanere al passo con i tempi. ■



Fotografia:  
Rolf Vennenbernd/  
Epa/Corbis