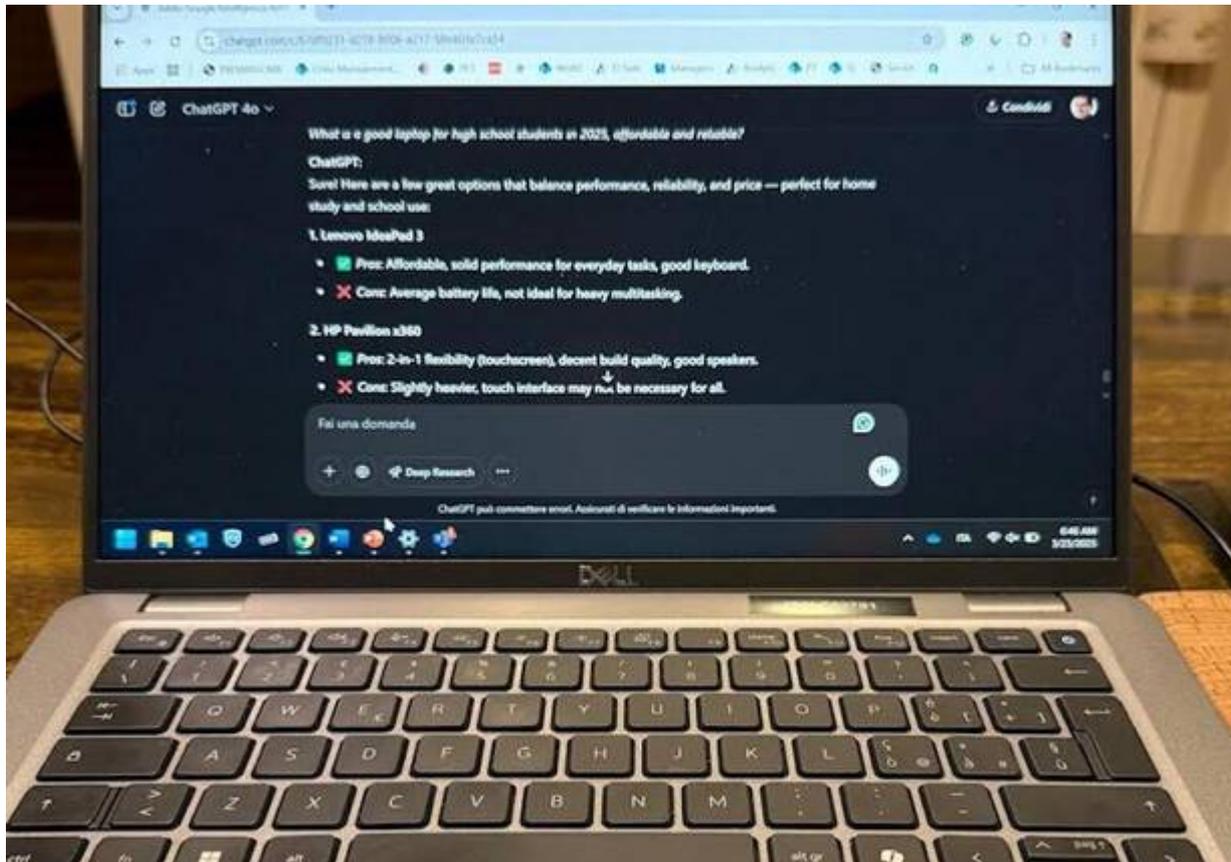


## Google addio? “Vi racconto perché cercare un Pc per mio figlio mi ha aperto gli occhi sull’internet che sta cambiando“

Pubblicato: Domenica 23 Marzo 2025



**In Italia, se ne parla ancora poco. Eppure sta accadendo sotto i nostri occhi:** il modo in cui cerchiamo informazioni online sta cambiando radicalmente. **Strumenti come ChatGPT, Copilot e altri assistenti basati su intelligenza artificiale non sono solo curiosità tecnologiche — stanno minando alla base il modello che ha reso Google il centro del nostro universo digitale.**

Ma perché questa trasformazione, che altrove è già al centro del dibattito, da noi resta in secondo piano? Forse perché **l’uso quotidiano dell’AI è ancora poco diffuso.** Forse perché ci manca una narrazione semplice e concreta di ciò che sta succedendo. O forse perché non abbiamo ancora realizzato che, a cambiare, non è solo il motore di ricerca... ma il modo stesso in cui funziona Internet. Io me ne sono reso conto facendo un’esperienza personale. Non durante un convegno sull’intelligenza artificiale o leggendo un libro di economia digitale, ma facendo una cosa semplicissima: cercando un computer per mio figlio, che a settembre inizierà il liceo. Serve per studiare, fare ricerche, seguire qualche lezione online. Insomma, niente gaming o super potenza: una macchina solida, affidabile, che faccia il suo lavoro senza farci svenare.

**Il metodo classico: Google + Amazon = caos organizzato.** Da padre non nativo digitale, apro Google e scrivo: “Miglior PC per studenti liceo 2025”. Boom. Mi esplose lo schermo: articoli a raffica, classifiche, blog, siti specializzati, titoli acchiappaclick tipo “i 10 laptop che cambieranno la vita a tuo figlio”. Clicco, leggo, confronto. Dopo venti minuti mi rendo conto che quasi tutti mi spingono verso

Amazon. Allora ci vado direttamente. Filtro: prezzo, RAM, SSD, recensioni. Finisco in un tunnel infinito fatto di Lenovo, Acer, HP, tutti uguali a prima vista eppure diversissimi nei dettagli. Dopo mezz'ora di fatica e sudore digitale, capisco che forse un Lenovo IdeaPad è una buona opzione. Ma non l'ho ancora preso. Sto ancora valutando.

**Il nuovo metodo: solo ChatGPT = risposta, non ricerca.** Per curiosità, rifaccio la stessa domanda, ma questa volta a ChatGPT: “Mi consigli un buon PC per studenti delle superiori da usare a casa nel 2025, senza spendere troppo?”. La risposta è pulita, ordinata, quasi umana: Mi propone tre modelli con pro e contro (Lenovo IdeaPad 3, HP Pavilion x360, Acer Aspire 5). Mi spiega i criteri: RAM almeno 8 GB, SSD da 256 GB, webcam decente. Infine, mi indica i vantaggi di ciascuno e dove potrei trovarli al miglior prezzo, in quel momento. Niente pubblicità. Nessun link-trappola. Nessun click obbligato. Solo una risposta, chiara e comprensibile.

**Il cuore della questione: il web sta cambiando modello.** Per vent'anni abbiamo navigato così: cercavamo su Google, cliccavamo su link (spesso sponsorizzati), finivamo su siti che monetizzavano con pubblicità o affiliazioni. Era una catena ben oliata, e tutti, utenti, aziende, giornali, e-commerce, sapevano come muoversi. Ma gli assistenti AI come ChatGPT, Gemini o Copilot rompono quella catena. Non ci portano più in giro: ci danno direttamente la risposta. È comodo, è veloce, è intelligente. Ma... non si clicca più. E se non si clicca, non si monetizza. Alcuni dati essenziali. Negli Stati Uniti, oltre 1 persona su 4 ha già iniziato a usare chatbot AI al posto dei motori di ricerca tradizionali. La pubblicità online vale più di 500 miliardi di dollari all'anno. Google ricava il 77% del proprio fatturato dagli annunci sponsorizzati. Microsoft ha già integrato ChatGPT nel suo motore di ricerca Bing, che oggi mostra risposte sintetiche al posto dei link. Se l'utente riceve una risposta unica, personalizzata e convincente... non ha più bisogno di cliccare. E se non clicca, Google (e l'intero ecosistema della pubblicità online) perde il suo motore.

Una rivoluzione silenziosa (ma irreversibile). **Google lo sa, e non sta a guardare: ha lanciato Gemini**, il suo assistente AI, e sta cercando di reinventarsi. Ma è una corsa contro il tempo, e contro il proprio stesso modello di business. Nel frattempo, qualcosa è già cambiato. Cercare informazioni non è più come prima. È diventato un dialogo, non un percorso a ostacoli. Una rivoluzione silenziosa, che passa anche da piccole scelte quotidiane. Come cercare un computer per tuo figlio. E accorgerti, all'improvviso, che l'internet che conoscevamo... non c'è più.

*“Google, è di fatto quel che di più simile all'invenzione della stampa ci sia stato dato di vivere”,*  
**Alessandro Baricco.**

di Giuseppe Geneletti