

Piena operatività delivery in Cina, esperimenti in USA e a Milano. Il fondamento dell'impianto cartografico 3D si fa stringente, necessario e improrogabile

*a cura di
Valerio Zunino*

Come oramai molti di voi sapranno, nel novembre scorso la Linux Foundation (alzi la mano chi ne conosceva l'esistenza fino a quella data) ha annunciato un accordo piuttosto sorprendente, in particolare modo per gli addetti ai lavori, con il quale inizialmente AWS (Amazon Web Services), Meta, Microsoft e Tomtom daranno vita a quello che sul sito della stessa fondazione viene definito come il nuovo imponente "Open Map Data Project" al quale è stato dato il nome Overture Maps.

PIATTAFORME GEOGRAFICHE GENERALISTE OVERTURE MAPS E... TESLA, LE SORPRESE 2023-2024?



Più o meno nello stesso periodo, crescente come è tipico di un'onda formatasi al largo, fa abbastanza impercettibilmente capolino Tesla, proprio tra i più importanti soggetti owner di banche dati geografiche; quello, in particolare, che sta realizzando la crescita più rapida negli ultimi anni almeno in termini di coverage. E che lo sta facendo a fari spenti, in un assordante silenzio da parte dei cosiddetti osservatori, utilizzando dati LIDAR di ultima generazione del valore di produzione di circa 10.000 Euro cadauno, installati invariabilmente su tutti i veicoli prodotti dal colosso creato da Elon Musk, i cui fari sono invece ben accesi (e naturalmente la nota tecnologia laser funziona alla perfezione anche al buio). E' bene quindi innanzitutto chiedersi se alcuni tra i brand di riferimento della Geografia Globale hanno pensato anche a Tesla quando si sono uniti nel progetto Overture. E' bene chiedersi a che

punto sia Tesla quanto a copertura territoriale generale, rilevata grazie agli ignari automobilisti che guidano ogni giorno le sue vetture, recentemente diminuite di prezzo forse anche per questo genere di ragioni, probabilmente ritenute infondate per chi non fa il nostro mestiere e non conosce il nostro mercato. E' bene (infine?) chiedersi se è fondato il dubbio, ovvero se è fondata l'ipotesi per cui un giorno Tesla possa più o meno agevolmente uscire con un proprio portale geografico generalista, una propria piattaforma di sviluppo o di sola stanzialità (meno probabile) in favore degli avventori dei boulevard cartografici che vi appenderanno le loro piccole o grandi pubblicità geolocalizzate; un business, quest'ultimo, sul quale come noto Google ha messo le radici da decenni, realizzando un vantaggio competitivo talmente ampio che quasi non si comprende come uno dei due soli altri soggetti al mondo che effettivamente

te potrebbe creare competizione in quel campo da gioco, Apple, abbia di recente deciso di investirevi nonostante tutto, attivando il nuovo Business Connect riservato alle attività commerciali.

Il segmento che Google Maps ha ideato e realizzato fa gola a molte Big-Tech, anche per il semplice fatto che permette loro di eseguire uno dei mestieri più ambiti, una delle pratiche più piacevoli: quella del controllo. Ma, per l'appunto, ad oggi è divenuto molto difficile entrare in misura significativa nell'advertising georiferito, a meno di non disporre di un appeal consumer veramente potente (forse non basta nemmeno questo). Quindi, per quanto il possibile ingresso di Tesla nel mondo della pubblicazione geospatial potrebbe rappresentare uno degli elementi più seri che hanno indotto Amazon, Facebook (Meta), Microsoft e Tomtom a unire le forze, è comunque vero che per il brand che ha recentemente trasferito ad Austin il suo quartier generale, si tratterebbe di un percorso in salita, a meno di non puntare invece l'attenzione su di un elemento di cui nessuno dei player planetari può fregiarsi al momento, vale a dire l'alta qualità dei dati. E non stiamo parlando soltanto di accuracy geometrica o di completezza geografica, ma di un progressivo abbandono di quel bidimensionale che mai si dica che abbia fatto il suo tempo, ma che inevitabilmente verrà sostituito un po' alla volta da un qualcosa che un tempo veniva chiamata rappresentazione tridimensionale, poi modellazione 3D, dopodiché all'improvviso è diventato un Digital Twin e poco dopo si è adattato alla variante Metaverso. Siamo cresciuti in un mondo cartografico fatto di linee, punti e poligoni chiusi, e poi ancora di punti, poligoni e linee... e nel giro di pochi mesi potrem-

mo ritrovarci ciascuno davanti al proprio PC, ma in realtà (!) sorprendendo "noi stessi a camminare" con il nostro Avatar in Via Monte Napoleone a fare acquisti nel negozio Hermès (vi garantisco fin d'ora che questi saranno reali nel senso vero e proprio del termine).

A tratti si potrà probabilmente ripetere l'operazione anche seduti sulla propria vettura a completa propulsione elettrica, nel frattempo diventata una specie di razzo digitale, un telefono a forma di automobile del peso talvolta di quasi una tonnellata. Per cui, a questo punto e in questo momento storico, potremmo ipotizzare che non serva più entrare sul mercato con il bidimensionale (Personalmente sono tuttavia portato a scommettere che la cartografia 2D giocherà ancora e forse anche qui, a sorpresa, un ruolo importante, e non solo a livello istituzionale), quando si dispone già di un 3D collaudato e puntiforme (già, ancora punti); serve piuttosto disporre dei developer giusti nello spazio geografico giusto, magari già nativi 3D oriented oppure stimolati a rivedere le proprie tecnologie di pubblicazione dei dati.

Torniamo a Overture Maps. Si è parlato di una volontà ispirata da una necessità evidente, quella di provare a togliere punti a Open Street Map, o quantomeno e dapprima quella di ridurre l'entità degli investimenti che ciascuno dei grandi nomi coinvolti nel progetto esegue da anni nella piattaforma geografica libera.

E si parla anche di tagliare i costi che derivano da un approvvigionamento dei dati geografici presso terze parti che sembra non poter finire mai e che probabilmente alla fine ha convinto per lo meno alcuni dei quattro soggetti che hanno sancito l'alleanza che ha colto tutti di sorpresa.

In linea generale, oltretutto, stia-

mo parlando di quattro brand che a ben guardare non stanno attraversando il periodo più florido della propria esistenza. Abbiamo letto dei licenziamenti che tutto sommato sono in corso più o meno presso tutti i Tech Giants in questo periodo. Ma l'entità della sorpresa che questo accordo sta generando presso gli addetti ai lavori e gli osservatori del mondo geospatial è tanta, e questo di solito è direttamente proporzionale al numero di motivazioni che portano ad una scelta.

Sebbene quindi non vi sia dubbio che per i grandi player non sarebbe stata sostenibile a lungo la deriva investitoria maturata a beneficio di OSM e dei provider di dati internazionali e locali, occorre cercare ancora tra le motivazioni. Overture Maps sarà basato su OSM, di conseguenza permetterà ai propri utilizzatori di lavorare su quest'ultima, riteniamo sapientemente integrata da livelli informativi proprietari, i quali verranno messi a disposizione da ciascuno dei soci fondatori al fine di realizzare un progetto diverso, ambizioso, e vedremo (più avanti nei semestri) in quanta parte libero o a pagamento.

Nei comunicati stampa di presentazione di Overture è riportata una timeline fatta di milestone comprensibilmente ancora dichiarate senza dovizia di particolari. Si darà inizio alle danze entro il primo semestre di quest'anno con l'emersione dei dati geografici stradali, che non si fa fatica a dedurre saranno quelli di Tomtom, per poi proseguire con l'edificato dapprima in due dimensioni, in un mondo geografico che sta puntando tutto sulla duplicazione fedele della realtà tridimensionale che sperimentiamo ogni giorno. E quindi, inizialmente, provando ad andare un attimo oltre ai mes-

Founding Members



saggi e all'effetto sorpresa, stiamo parlando di un prodotto ancora tutto da scoprire, ma sicuramente costituito da un percorso ricco di passaggi e di qualche fisiologica fermata.

Gli accordi con OSM per la condivisione della piattaforma non li conosciamo, ma verosimilmente saranno stati stabiliti sulla falsariga di quelli dettati dalla piattaforma stessa, che promuove il suo utilizzo libero anche in concomitanza con i livelli informativi proprietari delle grandi case, le quali si premureranno a promuovere Overture, a loro volta anch'esse con l'espedito della gratuità.

In merito alle modalità attraverso le quali AWS e Tomtom dapprima, e poi magari anche gli altri partners renderanno disponibili livelli informativi a pagamento per gli utilizzatori di Overture, possiamo solo immaginare un'architettura un po' più complessa di OSM anche in relazione a questo: un'interfaccia utente che sia in grado di orientare le PMI o gli studi professionali senza ridurne

l'entusiasmo, la curiosità o mortificarne gli obiettivi: in fondo, se l'offerta di spazi di consultazione e trattamento dei dati geografici si arricchisce ogni anno, è anche grazie ad un'accresciuta consapevolezza dei fruitori, riconoscibili in qualche modo della messa a disposizione di feature classes sempre più complete e numerose. La stessa Tomtom aveva poche settimane prima annunciato a sua volta la propria nuova piattaforma di riferimento, basata su novità non tanto e solo di contenuto, quanto in relazione alle modalità di aggiornamento condiviso dei dati fondativi.

C'è poi da capire che cosa faranno gli altri brand di riferimento della global GI; dopo l'entrata non troppo a sorpresa di ESRI, avvenuta pochi giorni fa, qualcuno si abbandona a supposizioni secondo le quali anche Here Technologies potrebbe prima o dopo seguire il treno dei membri fondatori e aggregarsi alla comitiva, ma probabilmente non lo farà, non a breve termine. Senz'altro non lo farà Google,

forte di una posizione di mercato invidiabile maturata ancor prima dei tempi di Earth.

Un partner aggiuntivo di prestigio sul quale personalmente scommetterei è invece Uber, che da qualche anno sta lavorando sottraccia a sua volta; probabilmente sull'argomento non ha obiettivi, visioni, focus o possibilità pari agli altri soggetti in gioco, ma sicuramente, e il recente accordo sottoscritto con Nuro ne è una delle prove maggiormente significative, è interessata ad integrare il proprio patrimonio informativo oggettivabile sul territorio.

Riteniamo sarà un biennio molto importante.

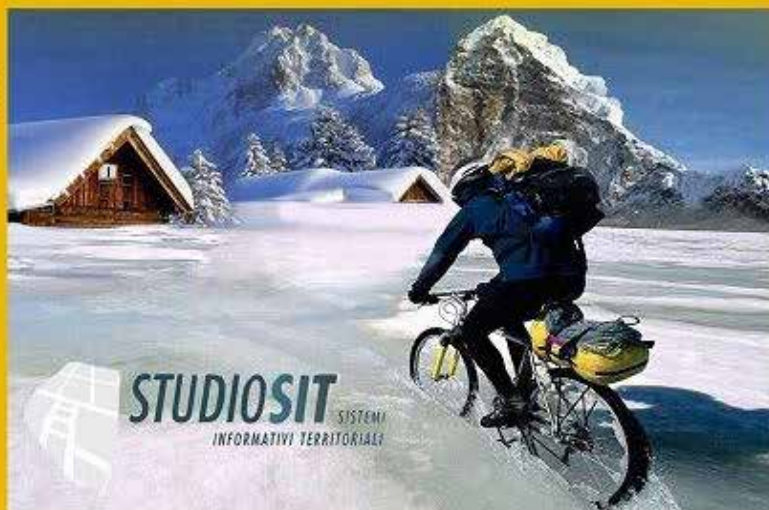
PAROLE CHIAVE

INFORMAZIONE GEOGRAFICA; OPEN MAP; OSM; OVERTURE MAPS; MAPPE; LiDAR

AUTORE

VALERIO ZUNINO
VICEPRESIDENTE ASSOCIAZIONE AMFM
GIS ITALIA

TOPONOMASTICA: A VOLTE SERVE ROMPERE GLI INDUGI



STUDIOSIT
SISTEMI
INFORMATIVI TERRITORIALI