

EDITORIALE

Incentivare i giovani a essere innovativi

di Francesco Chiappetta



Un politico che tenta di influire sulle assunzioni di una nuova sede Ikea e che ottiene in risposta una formale lettera di protesta da parte dell'azienda. Su questo fatto vi sono stati molteplici commenti, ma la vera "notizia" è un'altra: cosa spinge i giovani italiani a contendersi, in rapporto di dieci domande per un'assunzione, un posto di lavoro, assolutamente non qualificato di magazziniere, commesso, cassiere, cameriere? Talmente ambito da richiedere l'interessamento di un politico locale?

L'unico elemento possibile è da ricercarsi nella solidità della multinazionale del mobile, nel miraggio della certezza di un impiego che duri nel tempo. Emerge, da questo episodio, una domanda di sicurezza da parte dei giovani, che non appariva nelle precedenti generazioni. Anche i sondaggi sulle preferenze occupazionali privilegiano il "posto fisso" a prescindere dal suo contenuto: non vi sono più sogni di imprenditorialità, né di impiego autonomo.

Negli anni Ottanta si desiderava il successo, sia sociale che economico, ci si "vedeva", in futuro, imprenditore, manager, professionista: ora le aspettative sono ben più modeste.

E' un elemento preoccupante per il futuro del Paese: se anche i più giovani non vogliono rischiare, dove sono i nuovi imprenditori e le menti brillanti ma fuori dalla regola, che potranno guidare la futura crescita economica? Perché si deve prendere coscienza che la crescita non avverrà per decreto legge né distribuendo soldi alle imprese e/o ai consumatori. Avverrà se qualcuno avrà il coraggio di innovare, di rischiare proponendo nuovi prodotti, nuovi servizi, nuove modalità di produzione o consumo. Senza sapere a priori se avrà successo, ma solo perché ci crede. Questo è il compito dei giovani: spetta al Governo e alle Imprese dare loro spazio e fiducia, affinché possano trovare le forze necessarie a "liberare" il loro potenziale innovativo.

INDICE

PRIVACY

Italiani e privacy nel mondo web

CONVEGNO ROTARY

"Conosci te stesso per abbracciare l'umanità"

Le libere professioni in Italia ed in Europa.

SPECIALE CODEMOTION

Un evento per gli amanti del digitale e della buona programmazione tecnica

INTERNET

Giochi online: lenta crescita del mercato

PRIVACY

Italiani e privacy nel mondo web

di Federica Chiappetta

Internauti italiani non del tutto consapevoli delle dinamiche di gestione dei loro dati personali. Questo il quadro emerso da una ricerca di fine 2011 condotta da MagNews-Diennea su un campione rappresentativo di utenti Internet italiani di almeno 15 anni e che utilizzino la rete almeno una volta a settimana.

Le politiche di gestione della privacy suscitano una preoccupazione diffusa sulla tutela dei propri dati, nel declinare i quali una certa diffidenza compare sempre. E' poi ancora viva l'eco sollevata dalla nuova politica di gestione della privacy adottata da Google, che lascia aperte problematiche giuridiche, non collimando con il nuovo regolamento europeo in materia. Inoltre, la ricerca ha messo in luce contraddizioni che disegnano il ritratto di un utente medio con una scarsa conoscenza degli strumenti di tutela dei propri dati online, anche se in grado di modificare le proprie attitudini comportamentali in base agli ambienti digitali in cui si trova.

Come ha osservato Maurizio Fionda, CEO di Diennea-MagNews, *“Quello che è emerso è che, in linea generale, più aumenta la conoscenza più c'è attenzione e consapevolezza al trattamento dei propri dati personali in rete. Ma anche tutta una serie di tendenze inaspettate e di comportamenti spesso contraddittori”*.

Tra i primi, quasi insospettabili, comportamenti scopriamo che buona parte degli utenti ha dichiarato di non leggere l'informativa sulla privacy (20%) o di farlo parzialmente, e solo il 13,1% salva sul pc una copia del testo della privacy cui ha dato il consenso. La percentuale degli utenti più attenti, con lettura integrale e salvataggio della normativa, è scesa dal 10,6% del campione nel 2009 al 4,4% nel 2011. Nonostante una dichiarata conoscenza dei propri diritti e delle modalità di tutela in materia di



privacy, è solo il 17% del campione a sentirsi tutelato dalla normativa attuale, l'1% completamente, mentre un 41% di intervistati si sente poco o affatto tutelato.

Il livello di preoccupazione degli italiani sulla privacy è lievemente diminuito dal 2009 al 2011: quanti si sentono “molto” o “abbastanza” preoccupati sono passati dal 34 al 32%. Tra i “preoccupati” la navigazione web pesa “abbastanza” solo per il 18% e “molto” per il 10%, mentre è l'uso dei social network a generare la maggiore preoccupazione: più di un utente su due si preoccupa, ad esempio, della gestione della propria identità su Facebook. Una preoccupazione che nasce dal sapere che le azioni sono tracciate e che si riflette nella modifica di comportamento degli utenti del campione. Facebook e carta di credito sono le principali fonti di preoccupazione e quindi sono gli strumenti il cui utilizzo è principalmente tenuto sotto controllo e filtrato dall'utente stesso. Solo il 24,4% dichiara di modificare i propri comportamenti nella navigazione web; il 20,8% lo fa mentre scrive email e il 20,5% lo fa durante le ricerche sul web.

Una preoccupazione che però non sembrerebbe trovare riscontro in misure adottate per proteggere la riservatezza dei minori sul web. L'uso di social network tra i minori sembra accettato dagli adulti più dell'accesso a particolari siti e della compilazione di form online. Sono meno del 50%, infatti, coloro che impedirebbero ai minori l'utilizzo di social network o l'uso della chat dove i dati personali potrebbero avere invece una presenza addirittura superiore a quella dei più consueti motori di ricerca, per loro natura e modalità di fruizione, con pubblicazione di foto, interessi e luoghi, solo per citare alcuni esempi.

(Continua a pagina 3)

PRIVACY

Italiani e privacy nel mondo web

(Continua da pagina 2)

Dalla ricerca è emersa una conoscenza relativa delle problematiche connesse alla privacy da parte degli internauti nostrani, non del tutto consapevoli dunque degli strumenti per la gestione dei dati personali: il 54% degli utenti non ha mai sentito parlare di dashboard, il 52% pensa che i sistemi di gestione delle newsletter non siano in grado di conoscere il tasso di apertura delle email o dei link, il 25% ha sentito parlare di cookie e sa vagamente cosa siano, il 12% ne ha sentito parlare ma non sa cosa siano, il 5% non ne ha mai sentito parlare.

La ricerca ha identificato tre livelli di utenza, evoluta, media e base, a partire dalle conoscenze degli intervistati sulla funzione di cookie, indirizzi IP e Google Dashboard. Gli utenti di livello evoluto, 21% del campione, sono in maggioranza uomini e tra i 35 e i 44 anni; gli utenti medi, 42% del campione, sempre in maggioranza uomini e tra i 45-54 anni, mentre l'utente base è costituito dal 37% degli intervistati, in maggioranza donne, e over 54.

Il livello di istruzione incide sulla tipologia: l'utente più evoluto è per il 56% in possesso di un diploma superiore (33% laurea e 11% titolo di diploma inferiore) e residente al nord-ovest (30%).

Si è riscontrato che andando avanti con l'età l'approccio alla privacy sul web è più morbida, rendendo le persone meno spaventate e più disposte a rinunciare a una parte di privacy in nome di servizi specifici o di semplici vantaggi della navigazione Web. La maggiore esperienza e conoscenza della rete fa invece crescere l'idea che i media pongano troppo l'accento sui rischi della privacy nel Web, sebbene anche gli utenti più esperti pensino che si tratti di un rischio esistente ma accettabile secondo la filosofia che sul Web, come nel mondo fisico, non esistano posti "sicuri". Un'affermazione

su cui converge la maggior parte del campione. Ed è circa un terzo del campione a dichiarare che non varierebbe il proprio comportamento sul Web se fosse più informato in merito al trattamento della privacy in rete, cui comunque non si rinuncia a cuor leggero, mentre pochi avvertono i vantaggi nei servizi Web portati dalla rinuncia al proprio anonimato. Quello che viene definito "uno stile allarmistico" con cui i mezzi d'informazione parlano del fenomeno trova comunque consenso tra gli utenti: è solo il 20% dei rispondenti a considerarlo esagerato.

Relativamente a operazioni di marketing su misura in base ai dati personali raccolti in rete il 39,4% sottolinea un "senso di fastidio", ma il 31,6% non si tutela da questo genere di situazione. Le informazioni tracciabili sentite come più "personali" e rivelatrici della propria personalità, in un sito cui si approda per la prima volta, sono in generale la città in cui ci si trova, l'indirizzo di posta elettronica, i siti visitati in precedenza, il paese in cui si trova e il fornitore di connettività. Così come nel caso di newsletter cui si sia fornito il proprio indirizzo email: città in cui ci trova, cookie, apertura messaggi email e apertura link sono le informazioni che più preoccupano gli utenti. Nella compilazione di form, invece, sono tre i campi che provocano particolare allarme: informazioni su reddito e patrimonio, conti correnti e sfera economica in generale, generando un'alta probabilità che l'utente decida non continuarne la compilazione.

"A seguito delle recenti polemiche occorre chiedersi se la privacy stia diventando una moneta di scambio – ha concluso Maurizio Fionda – ovvero se gli utenti siano disposti a lasciare i propri dati personali nelle mani dei motori di ricerca e degli editori in cambio di un servizio completamente customizzato che mette al centro l'esperienza di fruizione delle persone che navigano. Dal punto di vista comportamentale, a mio parere, non basteranno le nuove regole di privacy di Google a cambiare il modo in cui tutti utilizziamo i suoi servizi".



ROTARY INTERNATIONAL
DISTRETTO 2080
Commissione Azione professionale
Presidente Prof. Francesco Chiappetta

“Conosci te stesso per abbracciare l’umanità”

La S.V. è invitata al convegno

Le Libere professioni in Italia ed in Europa. Considerazioni e proposte.

Che si terrà il **13 Aprile 2012** presso la **Sala Consiglio Notarile, Via Flaminia n°122 Roma.**

In una fase di “cambiamento” quale quella attuale si discuterà del ruolo importante degli ordini professionali e dei valori etici in tutte le professioni.

PROGRAMMA

Presiede i lavori *Prof. Francesco Chiappetta*

15:00	Apertura dei lavori <i>Prof. Francesco Chiappetta</i>	16:00	CUP Il presidente <i>Dott.ssa Marina Elvira Calderone</i>
15:05	Saluto Del Governatore <i>Prof.ssa Daniela Tranquilli</i>	16:20	Ordine dei Medici Chirurgici ed Odontoiatri Il presidente <i>Dr. Amedeo Bianco</i>
15:20	Consiglio Nazionale Notariato Il Presidente <i>Dr. Giancarlo Laurini</i>	16:40	Ordine dei giornalisti Il presidente <i>DR. Enzo Iacopino</i>
15:40	Consiglio Nazionale Forense Il presidente <i>Prof. Guido Alpa</i>	17.00	Conclusioni

Segreteria Organizzativa

SI-IES srl
Via E.L. Cerva 87/a - 00143 Roma
tel: 06 5195.6778 - Fax: 06 5193.250
segreteria@si-ies.it

SPECIALE CODEMOTION

Codemotion 2012: un evento per gli amanti del digitale e della buona programmazione tecnica, ma anche pieno di sorprese!

di Anna Giannetti

Codemotion 2012, appena svoltosi a Roma presso l'Università Roma Tre nelle giornate del 23 e 24 marzo, è al suo secondo anno, dopo quattro anni di Javaday, ed è stato un evento molto denso, arricchito dalla partecipazione di diverse Community, il vero cuore pulsante dell'evento, e con la partecipazione di molti autorevoli Sponsor e Contributor.

Codemotion chiama a raccolta ogni anno programmatori, startupper, influencer e vari altri attori del mondo della comunicazione digitale e grandi aziende come Oracle, Samsung, Telecom Italia, Microsoft, Mozilla, RedHat in cerca di programmatori e programmatrici di talento per crescere e conquistare il mercato del web con lo scopo di diffondere entusiasmo, creatività, buoni metodi di programmazione e dare stimoli e idee per il futuro. L'evento, da sempre centrato sulla programmazione, è diventato negli anni un vero e proprio punto di riferimento per i programmatori e le programmatrici, e ha ormai aperto le porte a tutti i linguaggi e le tecnologie e spostato definitivamente l'attenzione da un prodotto (Java, recentemente acquista-

to da Oracle) verso nuovi strumenti e tecnologie e con ben 65 interventi distribuiti nelle sette sessioni tematiche web, mobile, innovazione, aziende, linguaggi di programmazione, metodi, gaming e sicurezza e con le sue migliaia di partecipanti (i Codemotionpeople sono stati più di 3000!) si è confermato quindi come evento unico in Italia per contenuti, stimoli, partecipazione attiva e spirito di iniziativa.

Inoltre, rispetto al primo Codemotion 2011, quest'anno l'evento è stato articolato in due giorni e soprattutto è diventato internazionale, visto che in contemporanea si è svolto anche Codemotion Madrid e si è caratterizzato anche per la presenza di **Informatici Senza Frontiere**, una ONLUS molto attiva nel campo delle applicazioni sociali dell'Informatica e nel riuso solidale di hardware obsoleto, sancendo così un sodalizio tra la tecnologia abilitante e la tecnologia solidale.

Lo stand di Informatici Senza Frontiere è stato infatti frequentato da molti giovani interessati a far parte della realtà di Informatici Senza Frontiere, a contribuire alle applicazioni sociali dell'informatica, allo sviluppo di progetti di cooperazione internazionale e al riuso di hardware obsoleto. Informatici senza Frontiere ha poi presentato in una talk Open Hospital, un'applicazione open source giunta alla versione 1.4.1 che è disponibile per il download sul noto repository di software open source Sourceforge.net ed è distribuita con licenza GPL, scritta in inglese e tradotta in francese, italiano e swahili ed utilizzata per la gestione del sistema informativo di vari ospedali rurali e la cui prima installazione è avvenuta nel 2006 presso l'ospedale St.Luke di Angal in Uganda.

L'eventoCodemotion è stato molto articolato e cu-

(Continua a pagina 6)



SPECIALE CODEMOTION

Codemotion 2012: un evento per gli amanti del digitale e della buona programmazione tecnica, ma anche pieno di sorprese!

(Continua da pagina 5)

rato sotto ogni dettaglio e si è fortemente caratterizzato anche per una attenzione centrale alla figura del programmatore e al mondo del lavoro: infatti gli sviluppatori hanno potuto portare il proprio curriculum vitae e postarlo dentro la buca delle lettere delle singole aziende e start-up presenti, che ricercano personale con competenze e skill evolute per superare proprio lo “skills shortage” che tanto viene lamentato dalle aziende ICT.

Una delle novità più interessanti di quest'anno è stata poi “**Startup in action**”, l'incontro tra programmatori e start-up. Infatti se le aziende cercano specifiche competenze e skill per consolidare ed espandere la propria presenza sul mercato dell'ICT, di norma per le startup c'è spesso necessità di figure manageriali che possano ricoprire diversi ruoli, dal CEO al CFO al CTO.

Codemotion ha quindi garantito una ricca presenza di start-up con l'evento curato da **InnovactionLab**, la scuola di start-up di Augusto Coppola, fondata insieme a Carlo Pratesi e al Prof. Paolo Meriardo dell'Università Roma Tre, ispirata alla Design factory dell'Università di Helsinki, alla We School di Mumbai, alla Abu Dhabi University e alla DSchool di Stanford e alla Ideo di Palo Alto in California. Nata nel 2010 InnovAction Lab ha combinato le capacità dei tre fondatori accomunati dalle passioni per l'ingegneria, il web e il fare impresa, e ha creato uno spazio per favorire il lavoro in gruppo di studenti di facoltà diverse e stimolare, così, il processo creativo e l'approccio multidisciplinare con il proposito di valutare il potenziale innovativo delle idee di studenti, neo laureati e ricercatori, e insegnare come queste idee possano essere tradotte per la società e in business. L'obiettivo è quello di creare sempre nuove occasioni di lavoro innovativo e di scambi di idee, nonché “rendere sostenibile, anche dal punto di vista economico, il laboratorio,

in modo che possa essere riproposto ogni anno a un numero sempre più ampio di studenti e Università”. La finale annuale di Innovaction Lab è l'evento con la massima presenza mondiale di investitori a parte gli eventi in Usa e Israele.

La sessione ha alternato presentazioni di aziende e descrizioni di programmi d'investimento. Le start-up presenti all'evento erano molte (Amico nostro, Cocontest, Geomefre, Heyware, Mob.is.it, Maptalks, Mindigno, Qurami, Sbaam, Sportboom, Wettipp, Yourp) e hanno presentato il proprio progetto di impresa. Alcune avevano già ricevuto finanziamenti.

Particolarmente interessanti sono stati i social network specializzati con mappatura e geolocalizzazioni, come **Yourp** (messaggi geolocalizzati con componente di realtà aumentata) e **Maptalks**, un servizio di social mapping.

Diventati famosi per la recente emergenza neve, c'erano anche i meteo tweet di **Metwit**, basata su Twitter come piattaforma di riferimento, dove la start-up ideata da quattro italiani si è data come primo obiettivo quello dei 100.000 utenti che per caricare il proprio contributo devono scegliere una delle dodici icone meteo per descrivere la situazione in cui si trovano, e possono aggiungere commenti. La startup, che è stata selezionata per un periodo di incubazione a Dubai, è già disponibile per i dispositivi Apple e a breve uscirà una versione per Android.

Amico Nostro è una applicazione che rilancia il passaparola fidato per servizi e negozi con benefici anche agli utenti ed è stata molto interessante anche l'applicazione di Geo me free, che segnala eventi gratuiti (ad esempio buffet) o comunque a particolari condizioni direttamente nella zona in cui ci si trova.

Qurami, che contrariamente a quello che potrebbe

(Continua a pagina 7)

SPECIALE CODEMOTION

Codemotion 2012: un evento per gli amanti del digitale e della buona programmazione tecnica, ma anche pieno di sorprese!

(Continua da pagina 6)

far pensare il nome, non ha a che fare con la salute e dove la q richiama l'inglese queue: "curami la coda mentre faccio altro". La piattaforma time-saving di Roberto Macina, punta ad una vera e propria soluzione, dalla gestione delle file con prenotazione e aggiornamento direttamente dallo smartphone e che nei progetti degli sviluppatori dovrebbe sostituire alla lunga i biglietti di carta che ritiriamo ogni volta che siamo costretti a fare una fila. Non ci si ferma al numerino digitale, ma è possibile personalizzare l'app per le aziende che la richiedono e inserire pubblicità contestualizzata e geolocalizzata con coupon da spendere magari durante l'attesa. L'app è pronta e funziona e si punta a raggiungere in un anno i 5mila download con l'obiettivo di raccogliere fra i 300 e i 500 mila euro in termini di revenue.

La gestione innovativa di contenuti è l'obiettivo di **MaptoApp**, che il Ceo Pietro Ferraris definisce "il *wordpress del turismo*", una piattaforma web che consente di organizzare i propri contenuti, georeferenziarli, editarli, arricchirli con immagini, audio e video e creando una guida turistica personalizzata. Partendo dalla guida, Map2app è in grado di trasformare la nostra guida in un'applicazione per iPhone e Android, da collocare sui rispettivi mercati.

Una altra interessante sessione organizzata da Codemotion è stata dedicata ad un "hackathon", ovvero un codefest, ovvero una sessione (in questo caso persino notturna!) dedicata alla programmazione di un codice, da svolgersi singolarmente o in gruppo in un determinato tempo assegnato. Tale sessione prevedeva una serie di strumenti tecnologie a disposizione e non prevedeva nessun vincolo specifico, ovvero era possibile usare qualsiasi piattaforma o linguaggio tra quelli individuati.

Le tecnologie a disposizione erano il **LEGO MINDSTORMS**, che permette di creare robot grazie a motori e diversi tipi di sensori, il tutto comandabile remotamente dal proprio device; **Arduino**, una piccola scheda elettronica open source basata su hardware e software molto flessibili e facili da usare con i quali si possono realizzare ambienti ed oggetti interattivi; **Intel SDK**, strumenti necessari a realizzare e pubblicare contenuti su application store Intel AppUp (SM), attualmente disponibile per tutti i dispositivi con architetture 32 e 64 bit su cui sono installate le piattaforme Microsoft Windows Xp, Microsoft Windows 7 e MeeGoNetbook; **Kinect**, l'innovativo controller Microsoft in grado di tracciare i movimenti del corpo, utilizzabile in qualunque applicazione grazie alle sue API, Microsoft dallo sviluppo di app Metro Style WinRT per Windows 8 allo sviluppo web con ASP.Net MVC, da Windows Phone a Kinect, dalla cloud con Windows Azure a HTML 5 e Internet Explorer, il .NET Framework, LightSwitch, etc... etc.; **NET Micro Framework**, la tecnologia Microsoft per lo sviluppo di applicazioni embedded.

Al termine dell'hackathon, ogni partecipante ha avuto 3 minuti a disposizione per presentare il risultato ad un'apposita giuria, che ha premiato gli hack più originali, innovativi per tipologia di mesh-up tecnologico e in genere interessanti.

Inoltre Codemotion ha previsto una serie di laboratori, tra cui ad esempio quello a cura Microsoft, per lo sviluppo di applicazioni per Windows 8 o Windows Phone, con una disponibilità di Windows Phone Nokia Lumia e di Tablet Windows 8 come test bed, o quello a cura di Samsung sulle Smart TV e l'interoperabilità dove è stato presentato **Bada**, una piattaforma di nuova concezione dalle possibilità ancora inesplorate.

INTERNET

Giochi online: lenta crescita del mercato

di Francesca Vespignani

Gli italiani aumentano, seppur lentamente, la propria spesa per i giochi online. Si stima che nel 2011 i nostri connazionali abbiano dedicato 735 milioni di euro ai giochi online con vincita in denaro, dato comparabile a quello di altri mercati dell'entertainment, come ad esempio cinema, teatro, calcio, facendo così registrare un +7% rispetto al 2010. Questa è la fotografia emersa durante il convegno "Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda", svoltosi lo scorso 6 marzo a Milano e nell'ambito del quale sono stati esposti i risultati della ricerca dell'Osservatorio Gioco Online, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net), dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato e da Sogei.

Il mercato dei giochi online ha visto nel 2011 raddoppiarsi la "Raccolta online", con una ascesa da 4,8 a 9,85 miliardi di euro. L'introduzione, dallo scorso luglio, dei giochi di carte organizzati in forma diversa dal torneo e dei giochi di sorte a quota fissa, a distanza, quali Poker cash e Casinò games, ha contribuito al raggiungimento di questo risultato. Una introduzione mirata innanzitutto a recuperare alla legalità un settore di gioco particolarmente interessato dalla presenza di operatori illegali e che suscita un elevato grado di preoccupazione. Al contrario i giochi più tradizionali, dal Bingo alle scommesse sportive, al poker a torneo, hanno registrato una flessione del 24%, scendendo da 4,8 a 3,6 miliardi di euro.

La Raccolta dei giochi online ha inciso nel 2011 per oltre il 12% sulla Raccolta complessiva dei giochi con vincita in denaro (online + offline) ma, focalizzando l'attenzione sulla spesa, emerge che il



canale online rappresenta solo il 4% della spesa complessiva degli italiani per il gioco: un tasso di penetrazione marginale se raffrontato a quello della Raccolta complessiva che è tre volte superiore. Nel 2011 gli introiti per lo Stato derivanti dai Giochi online sono rimasti praticamente invariati rispetto al 2010 e valgono poco meno di 200 milioni di euro. Questo tasso di penetrazione è frutto di pesi molto diversi per area geografica: al Centro e al Sud il tasso di penetrazione è superiore al 20% mentre al Nord è pari al 13%.

Ma quale è il profilo del giocatore online? Si tratta per lo più di uomini (86%), residenti al Centro-Sud per il 70%, mentre al Nord sono solo il 30%, nonostante la rilevanza di questa area geografica in termini di popolazione assoluta pari al 46%. Il 60% dei giocatori online è in un'età compresa tra i 25 e i 44 anni. I giocatori online attivi mensilmente sono poco meno di 800.000 e i due terzi di essi spendono meno di 50 euro al mese.

Confrontando giocatori online e utenti Internet emerge che il 16% degli utenti Internet italiani uomini e maggiorenni ha giocato almeno una volta online, percentuale che sale al 25% nel Sud Italia. Si stima così che nel nostro Paese siano 2,6 milioni gli internauti che abbiano giocato online con vincita in denaro almeno una volta, meno di due terzi sono, però, quelli che hanno giocato mediamente in un mese nella seconda metà dello scorso anno. Ciascuno di questi movimenti all'interno del mese sostanzialmente 1 conto, contrariamente alla diffusa convinzione dell'esistenza di un numero significativo di giocatori attivi contemporaneamente su più conti gioco.

(Continua a pagina 9)

INTERNET

Giochi online: lenta crescita del mercato

(Continua da pagina 8)

Sulla base dei dati esposti, su 69 operatori censiti a febbraio 2012, 57 sono presenti sui principali Social Network, come Facebook, Twitter, LinkedIn e Google+, con una crescita del 128% rispetto allo scorso anno, in cui erano solamente 25, inoltre 30 di essi sono attivi sia su Facebook sia su Twitter.

Numerosi operatori del gioco online stanno poi puntando al canale Smartphone, mercato ancora limitato, che in termini di percentuale della spesa dei giocatori italiani è valutabile nell'intorno dell'1%, ma che offre significative potenzialità. Sono 18 gli operatori che hanno attivato almeno un'iniziativa per Smartphone, Mobile site o Application: 8 hanno approcciato il canale attraverso un Mobile site, sei esclusivamente attraverso un'Applicazione e quattro im-

plementando entrambe le modalità.

In tutto sono 19 le App complessivamente censite, quasi due per operatore, tutte scaricabili gratuitamente, di cui 17 prodotte nella versione iOS per iPhone, sette per Android e cinque nella versione iOS per iPad. Un terzo delle Applicazioni consente la registrazione al servizio di gioco direttamente dalla piattaforma mobile e circa la metà sono Applicazioni Real Money, che consentono di giocare con denaro. Dei dieci Mobile site censiti, sei consentono la registrazione del giocatore e nove permettono di giocare a soldi online. Infine, sebbene in fase ancora del tutto iniziale, anche le Connected Tv prospettano scenari futuri di opportunità per gli operatori del Gioco Online.

Nuovi canali dunque in fase di affermazione anche in un controverso campo quale quello del gioco online.



SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Andrea Chiappetta
a.chiappetta@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:

Federica Chiappetta
Anna Giannetti
Francesca Vespignani

Per la pubblicità, scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma



Associato
All'Unione Stampa Periodica Italiana
(USPI)