



L'Evoluzione del Web e della Web Reputation

**Audizione presso l'8° Commissione Permanente
Lavori Pubblici e Comunicazioni del Senato**

Roma, 8 Novembre 2012

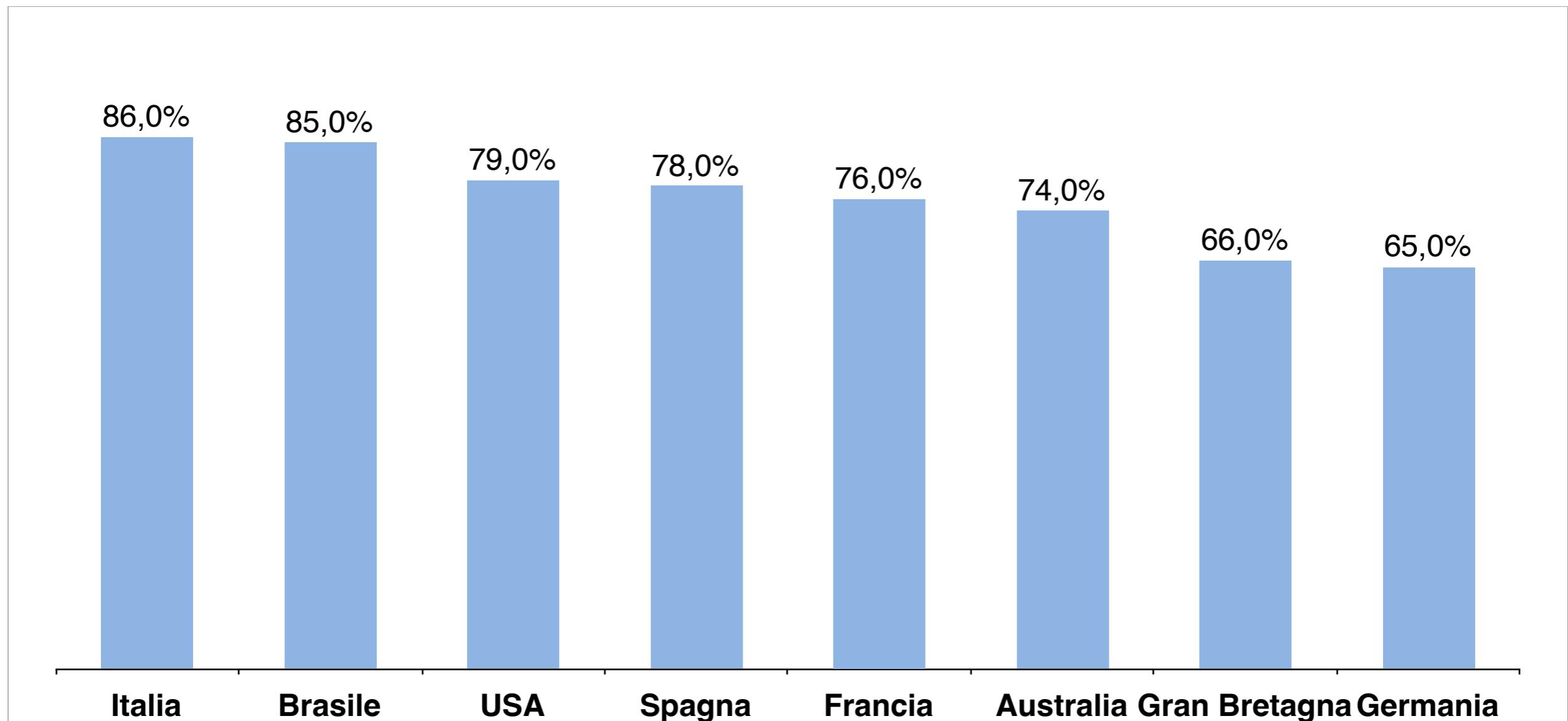
La Diffusione del Web in Italia: spunti di riflessione

- L'utenza Internet italiana **ha superato i 27 milioni di utenti**, con un tempo medio speso in rete di oltre 12 ore settimanali (con significativo avvicinamento dell'Italia alla media Europea)
- Oltre il 65% di questi utenti possiede un account social media
- Il solo **Facebook** totalizza oltre 21 milioni di iscritti e **16 milioni di account attivi**
- **Wikipedia** produce in Italia **13 milioni di visitatori unici al mese**, ed è il social media più “trusted” tanto da Google quanto dagli utenti
- Il 75% del “popolo” dei social media dichiara di **credere maggiormente agli altri utenti** della rete che non a TG e giornali
- Il 65% degli utenti social media dichiara di aver **prodotto contenuti di tipo “informativo” e/o commenti rispetto all’attualità, alla politica, all’economia, e si ritiene pertanto una potenziale “fonte”**

Fonte: Audiweb by Nielsen

La Penetrazione dei Social Media

(2011; Worldwide; Percentuale sul totale Utenti Internet)

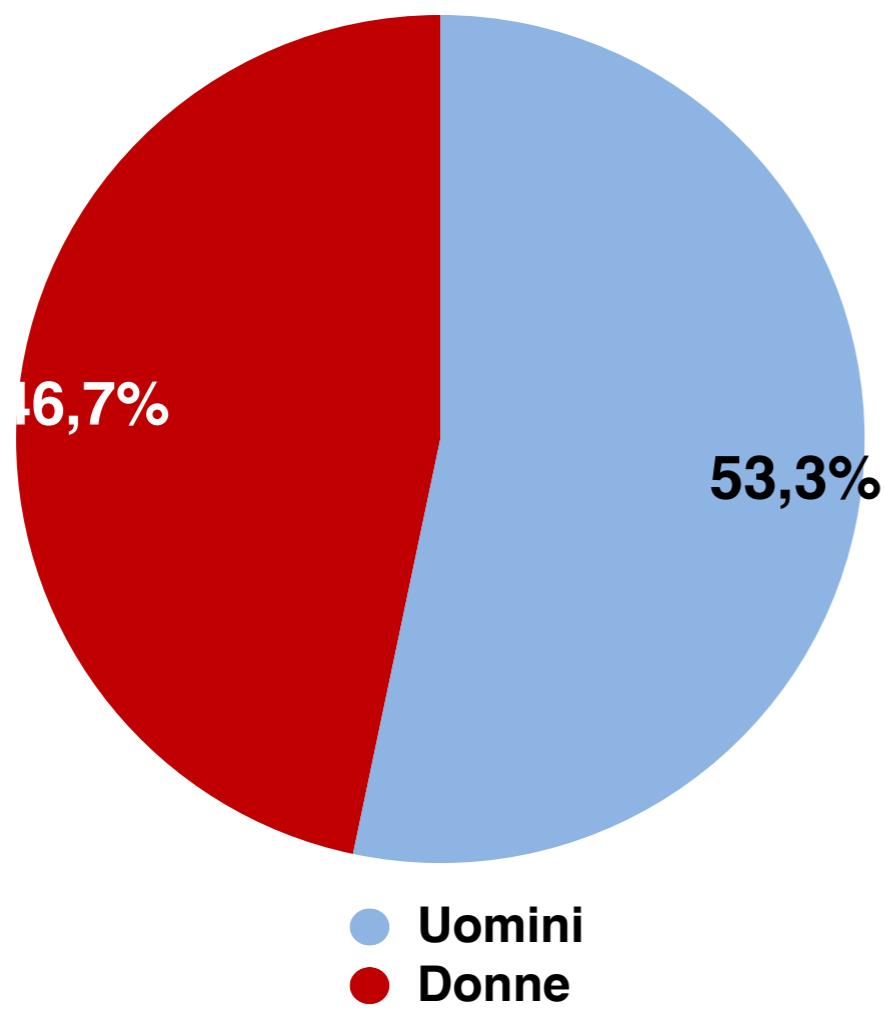


Fonte: Nielsen NetView

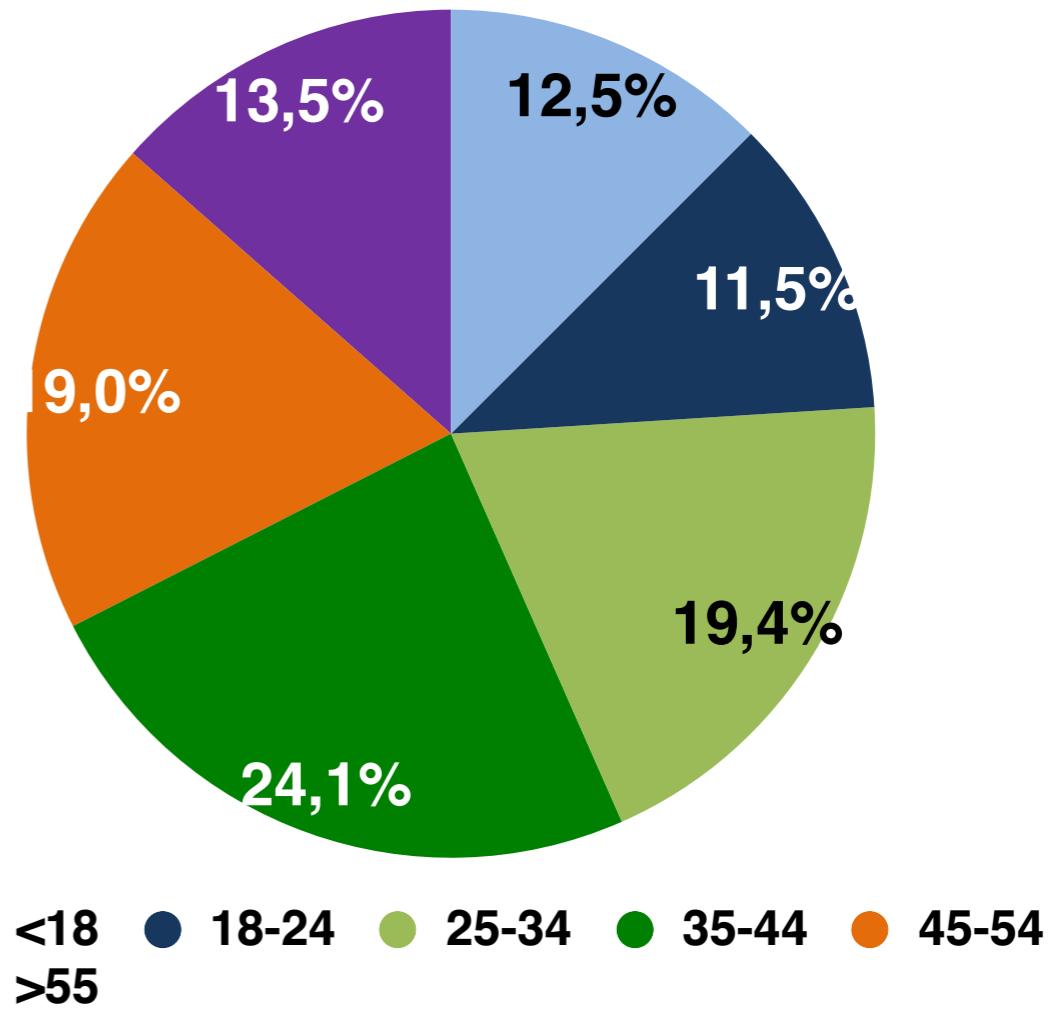
Il Profilo degli Utenti Social Network in Italia

(2011; Italia; Percentuale sul totale Utenti Internet)

Genere



Età

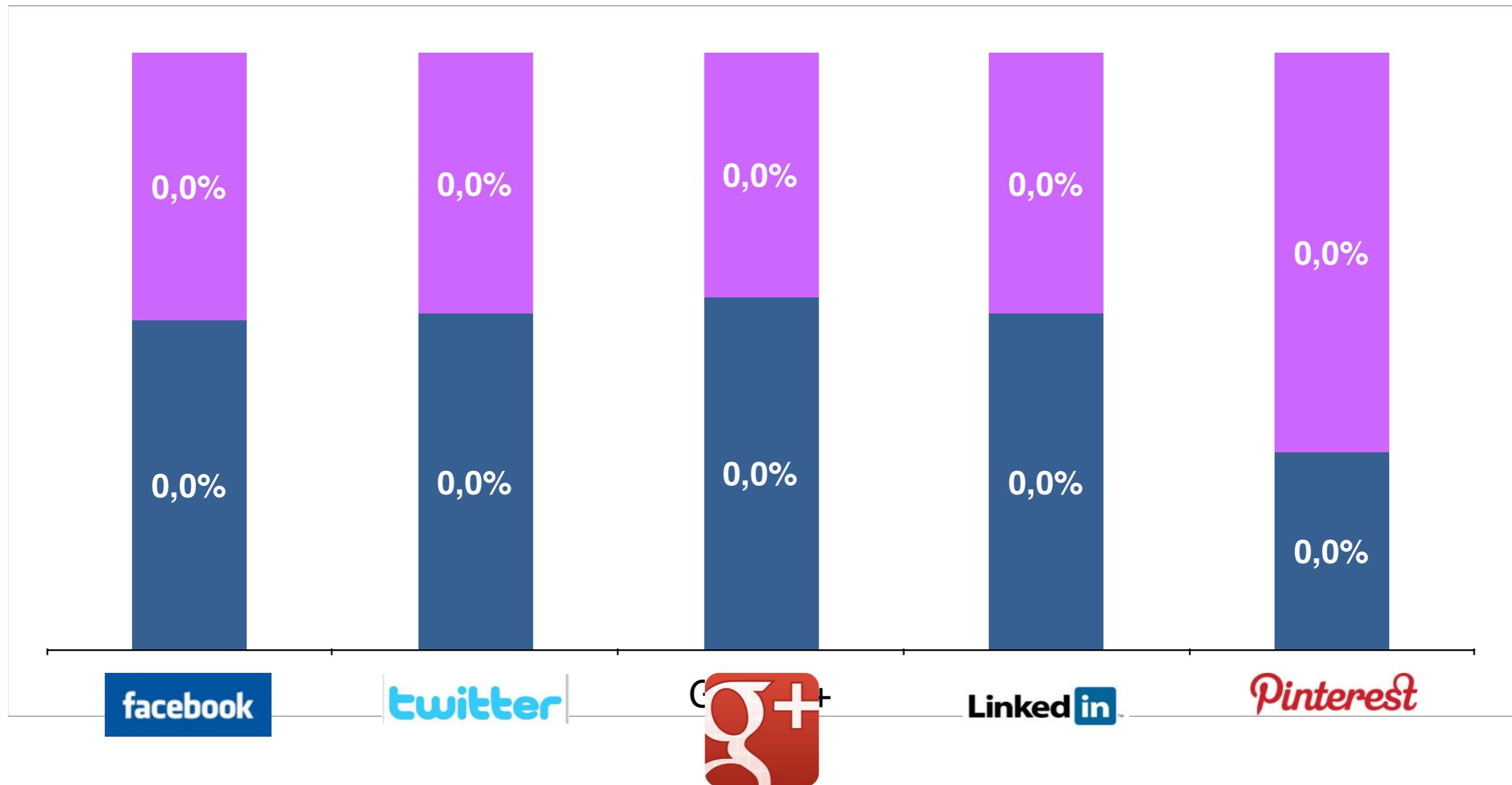


Fonte: Nielsen NetView

Utenti Social Network in Italia per Genere

(2012; Italia; Valori Percentuali)

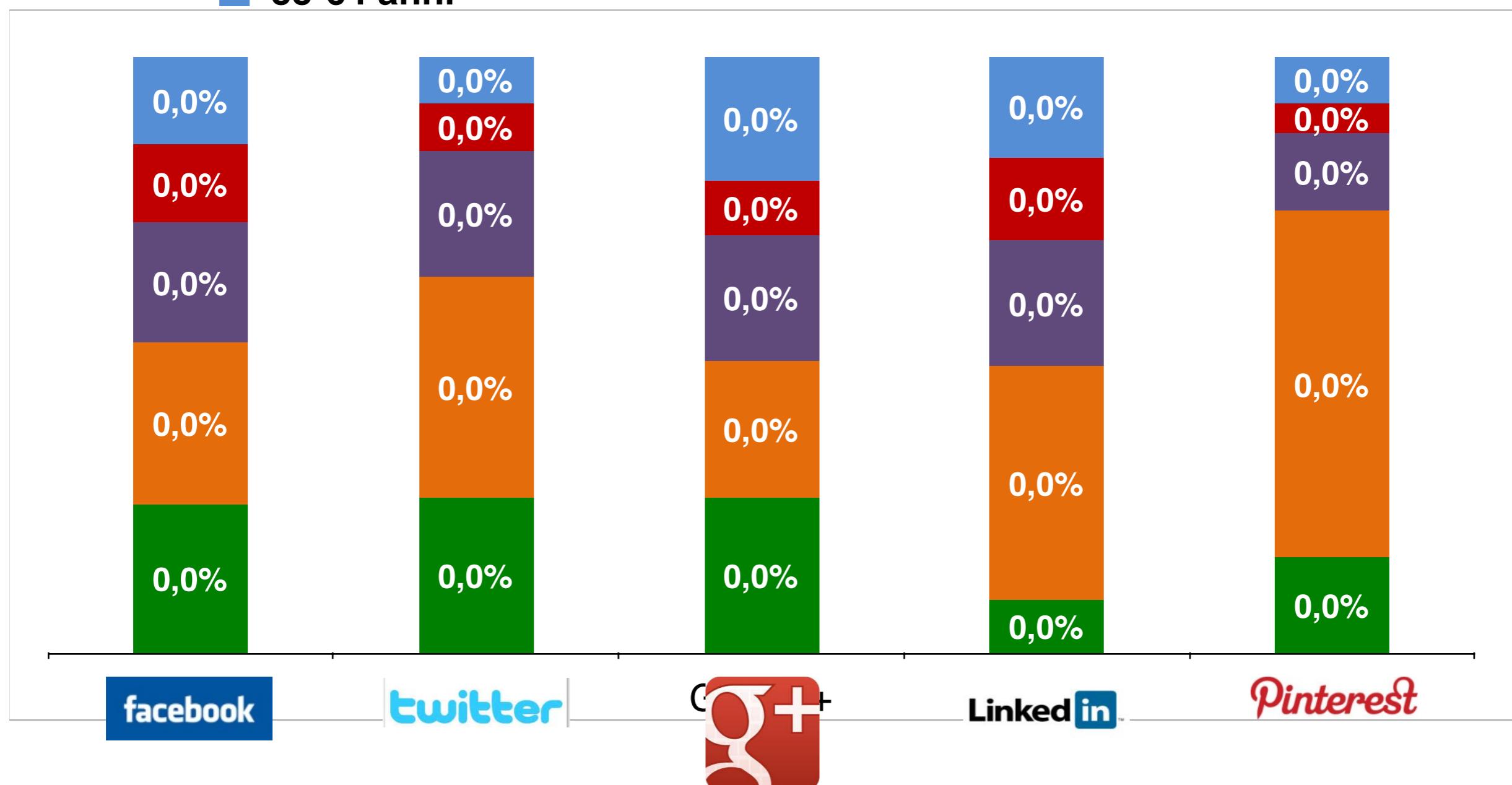
■ Uomini ■ Donne



Fonte: GlobalWebIndex

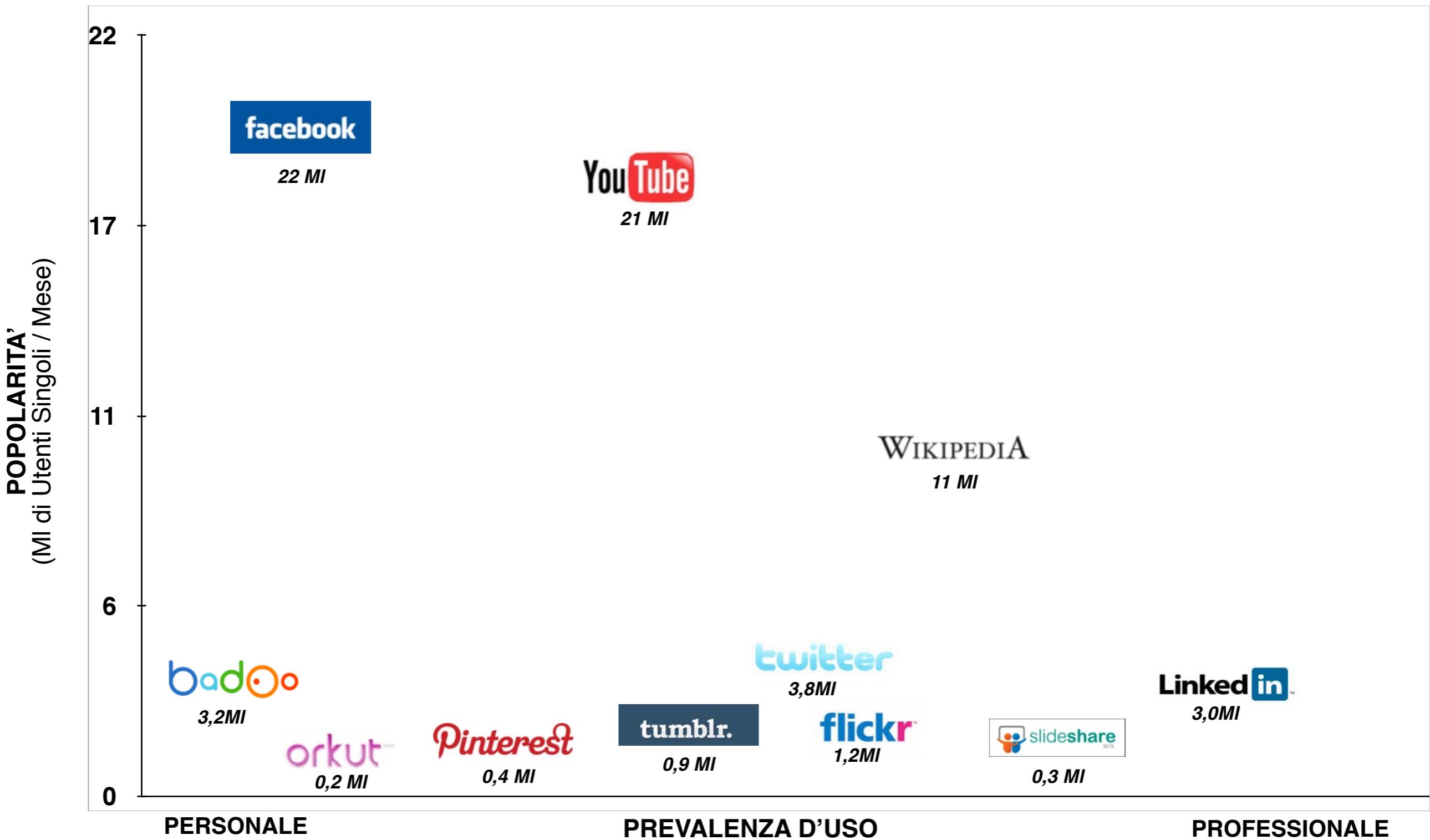
Utenti Social Network in Italia per Età

(2012; Italia; Valori Percentuali)



Fonte: GlobalWebIndex

Social Network: Mappa Popolarità-Prevalenza d'Uso in Italia (2012; Italia; Milioni di Utenti)

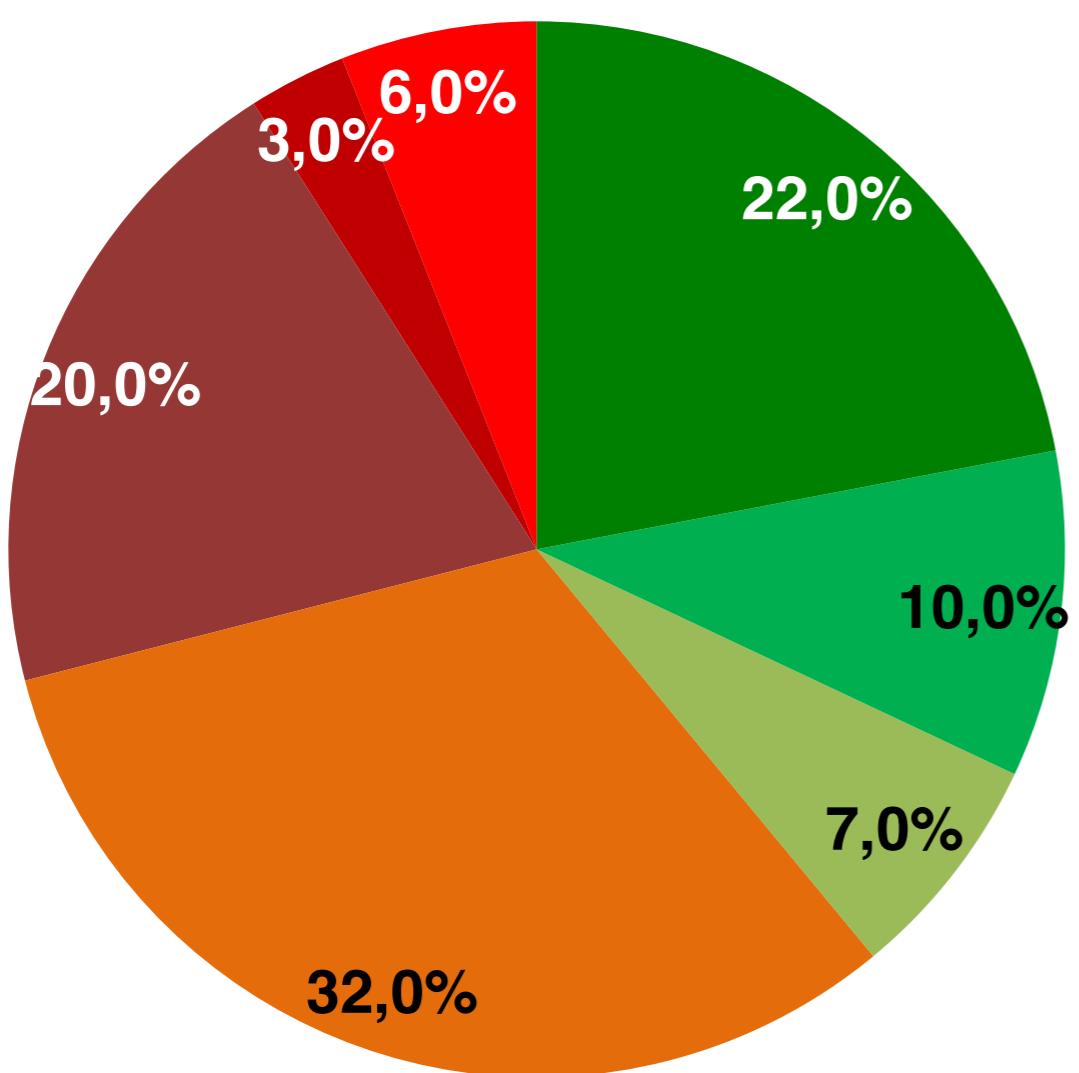


Fonte: Google – DoubleClick Ad Planner, Giugno 2012

Audiweb-Nielsen, Maggio 2012

Aziende Italiane e Social Media – Strategia di Gestione

(2012; Italia; Percentuali)



- Sì, abbiamo vari strumenti (fanpage)
- Sì, solo quest'anno abbiamo creato
- Sì, abbiamo solo una fanpage su fac
- Non ancora, ma ci stiamo pensando
- Non ci interessa perché non è rileva
- No, perché non possiamo controllar
- No, perché non crediamo sia il mod

Base: 1.080 Aziende italiane e filiali italiane di aziende estere

Fonte: SDA Bocconi, Customer Experience & Social Network

Social Media Highlights

facebook

- In media gli utenti Facebook hanno 130 amici.
- Il 25% degli utenti utilizza la piattaforma senza nessun tipo di privacy.

twitter

- Vengono condivisi 750 tweet al secondo.
- Le ricerche su Twitter sono molto di più rispetto a quelle di Bing e Yahoo messi insieme. Circa 24 miliardi.

Linked in

- Almeno due nuovi membri si iscrivono a LinkedIn ogni secondo.
- Esiste almeno un milione di gruppi.

YouTube

- Il video più visto è “Bad Romance” di Lady Gaga, con più di 470 milioni di visualizzazioni.
- I visitatori spendono in media 15 minuti al giorno su Youtube.



- Ogni mese vengono messi on-line 3 milioni di nuovi blog.
- Il 35% dei blogger aziendali lavora nel giornalismo, media o ha un ruolo di scrittore professionista.

Fonte: Ninjamarketing

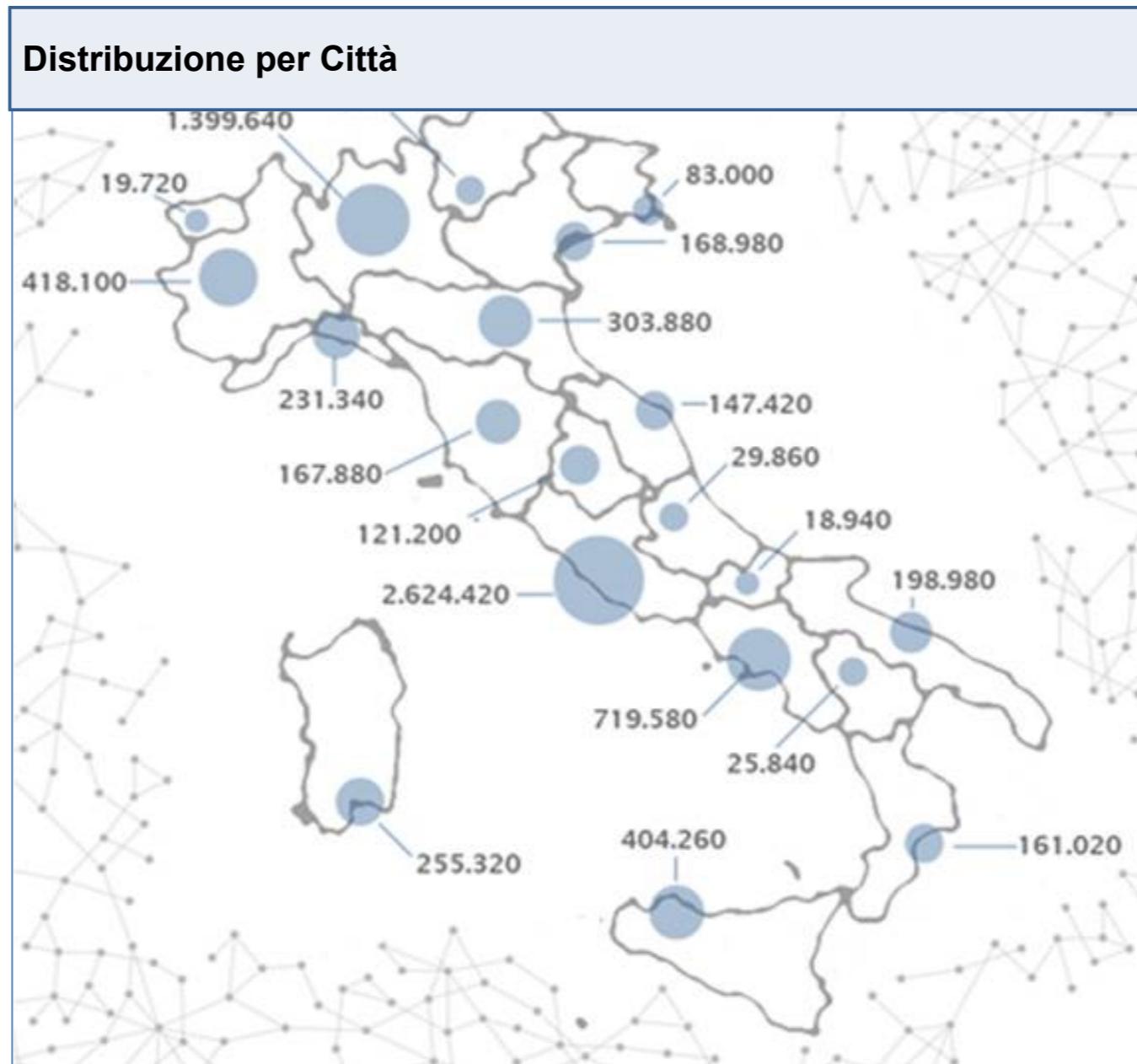
Azienda Italiane Quotate* e Social Network

Azienda	Settore	facebook	twitter	YouTube
<i>Eni</i>	<i>Petrolio & Gas</i>	û	ü	ü
<i>Unicredit</i>	<i>Bancario</i>	ü	û	ü
<i>Intesa San Paolo</i>	<i>Bancario</i>	ü	û	û
<i>Enel</i>	<i>Energia</i>	û	ü	ü
<i>Assicurazioni Generali</i>	<i>Assicurazioni</i>	û	û	ü
<i>Luxottica</i>	<i>Occhiali</i>	ü	ü	ü
<i>Telecom Italia</i>	<i>TLC</i>	ü	ü	ü
<i>Fiat</i>	<i>Autoveicoli</i>	ü	ü	ü
<i>Finmeccanica</i>	<i>Aeronautica & Difesa</i>	û	ü	ü
<i>Monte dei Paschi di Siena</i>	<i>Bancario</i>	ü	ü	ü

*: Aziende presenti su FTSE MIB

La Relazione con il Territorio: L'esempio di Facebook

Istruzione	
Licenza Media	16,0%
Diploma	66,0%
Laurea	18,0%



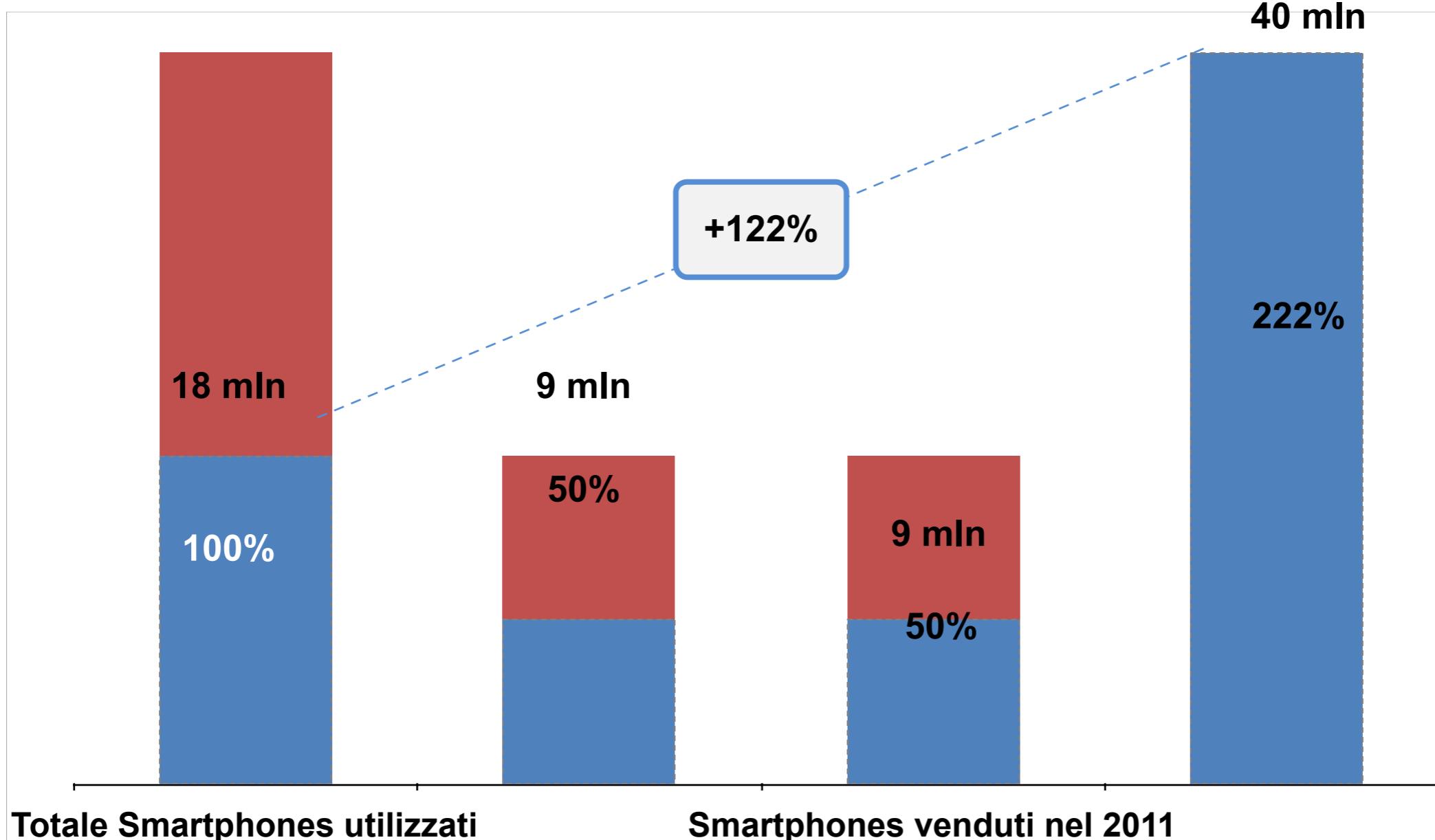
Età	
13-18 anni	17,0%
19-24 anni	20,0%
25-29 anni	14,0%
30-35 anni	15,0%
36-45 anni	19,0%
46-55 anni	10,0%
56+	5,0%

Sesso	
Uomini	53,5%
Donne	46,5%

Fonte: Think Insight with Google, Q1-2012

Mobile Hardware in Italia

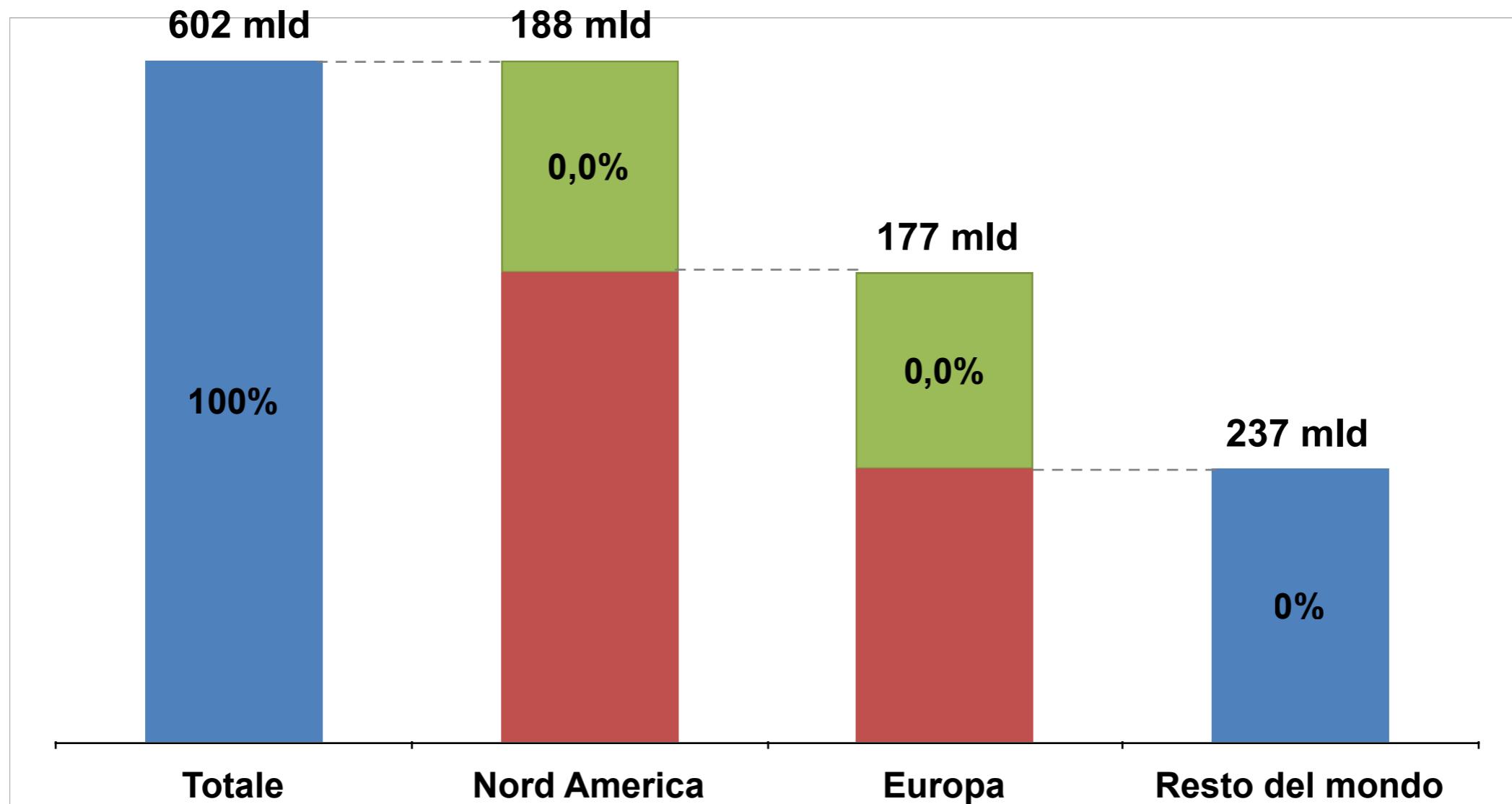
(2012, Italia, Milioni di Unità)



Fonte: think insight with Google, Q1-2012

eCommerce

(2012, Worldwide, \$ Miliardi)



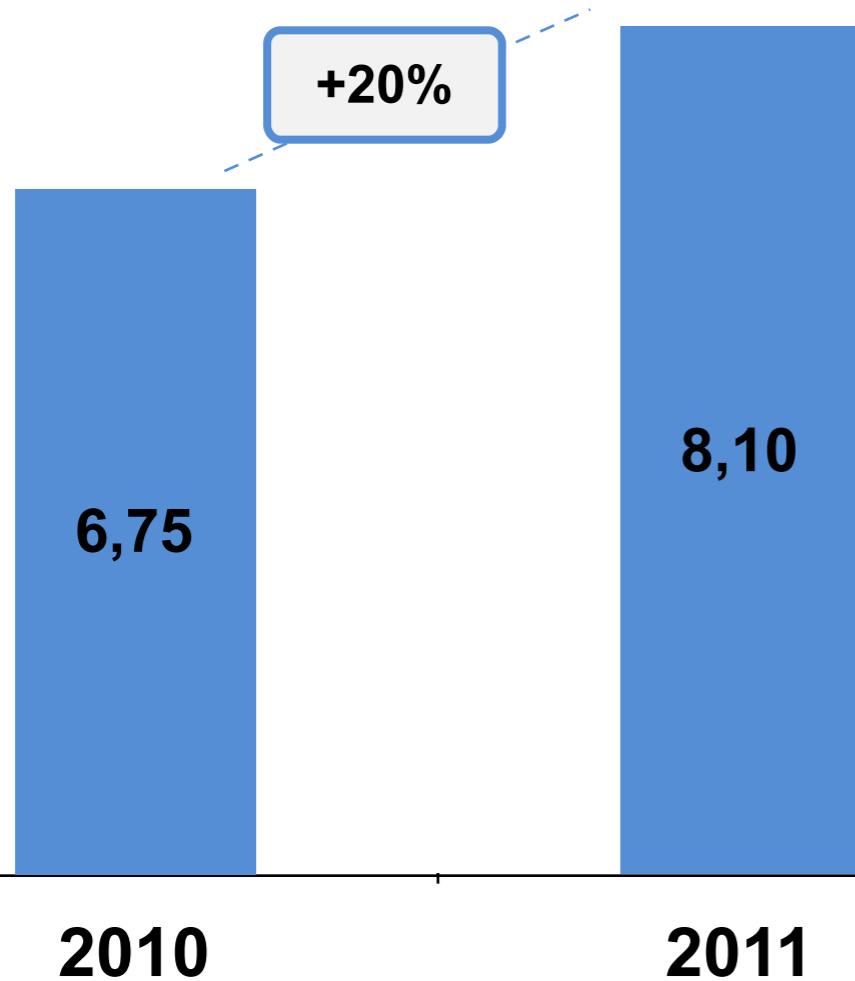
- **72% - Percentuale di utenti in Europa che ha effettuato una ricerca online prima di effettuare un acquisto offline**
- **58% - Percentuale di utenti in Europa che ha effettuato almeno un acquisto online nell'ultimo anno**

Fonte: think insight with Google, Q1-2012

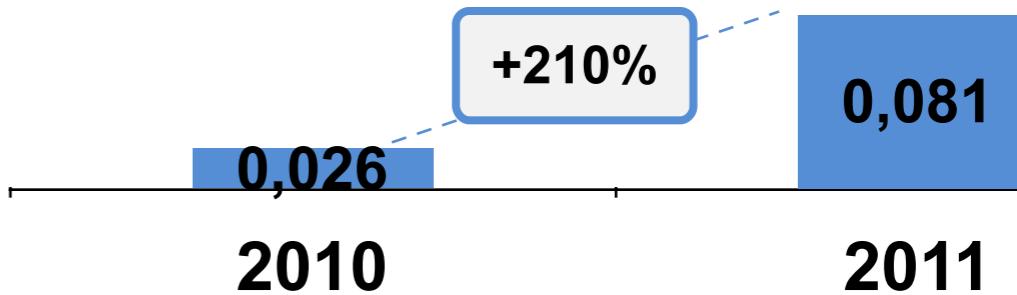
eCommerce in Italia

(2010-2011, Italia, € Miliardi)

eCommerce



eCommerce Mobile

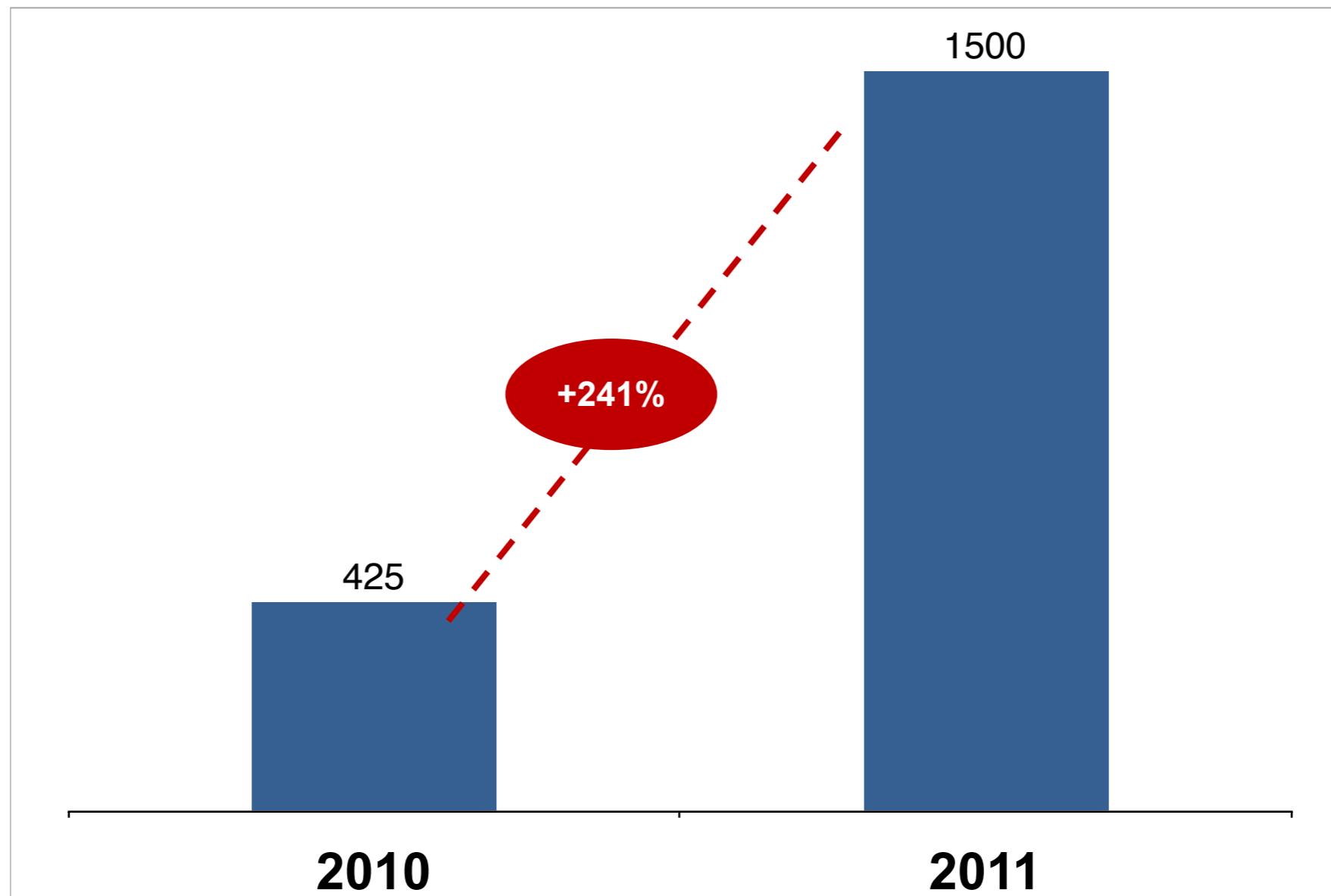


- 9 milioni di Web Shoppers in Italia
- Il valore del M-Commerce in Italia rappresenta l'1% del valore totale eCommerce

Fonte: think insight with Google, Q1-2012

Tablet: Mercato Italiano

(2010-2011, Italia, Migliaia di Unità)



Fonte: School of Management – Politecnico di Milano

Accesso Internet: Utenti Mobile

(2012, Italia, Milioni di Utenti)

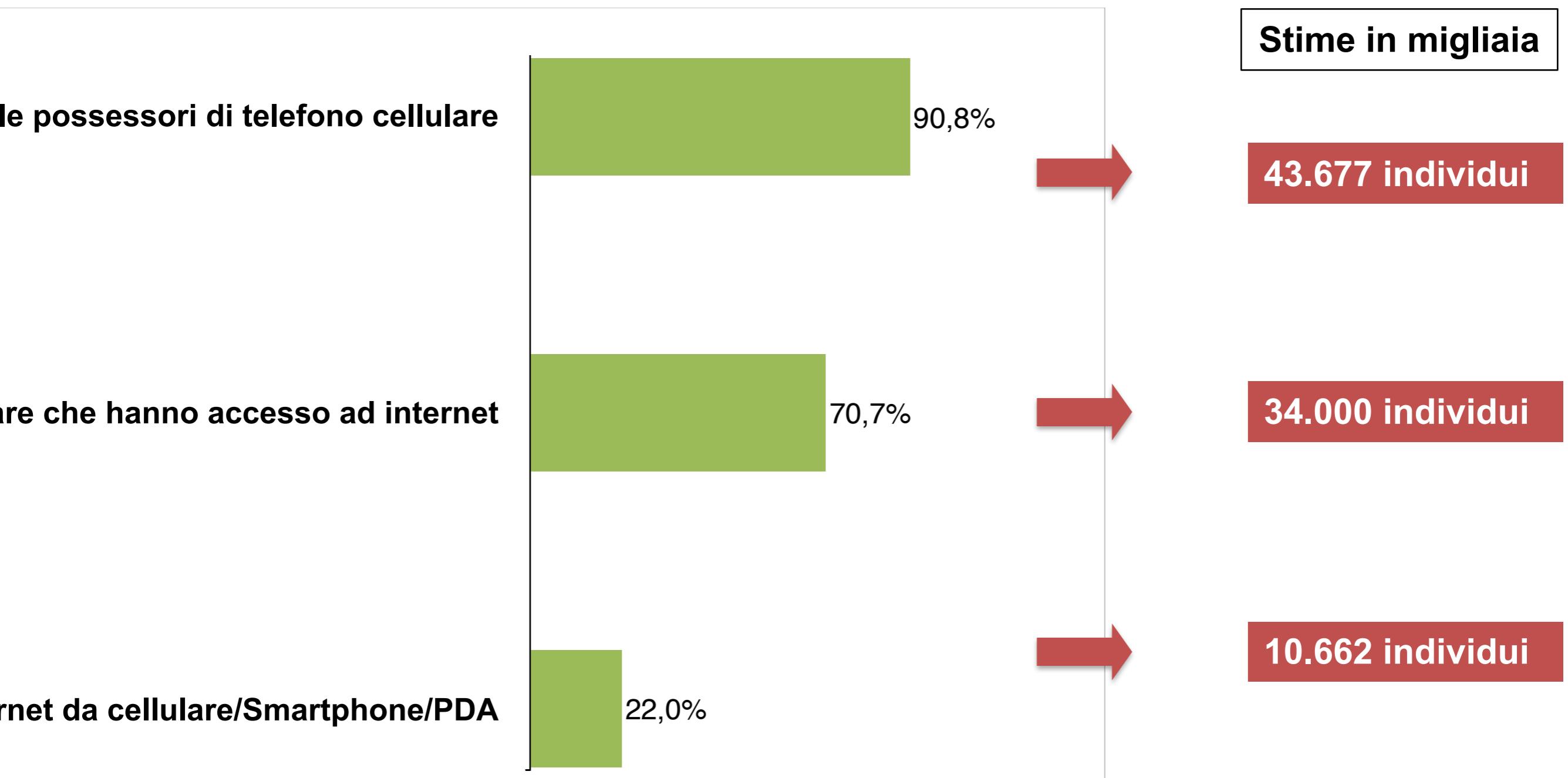
12,9M Utenti Mobile al Mese

+10,4% Vs Q1 2010

Fonte: IAB

Internet da Mobile: Possesso Cellulare e Accesso Internet

(2012, Italia, Percentuali e Migliaia di Utenti)



Base: totale individui 11-74 anni (N= 48.092.000)

Fonte: IAB

Web Reputation: la definizione

Comportamento+contenuti=credibilità

La rete amplifica ed estremizza questo paradigma, eliminando i filtri editoriali e organizzativi dei media precedenti.

Alcune significative differenze rispetto al passato:

- **Enorme quantità di contenuti accessibili a chiunque**
- **Estrema facilità e velocità di consultazione**
- **Velocità di propagazione senza precedenti nella storia del media**
- **Difficoltà di controllo della fonte e/o veridicità del contenuto**
- **Visibilità della fonte/contenuto credibile vs quella inesatta o inaffidabile**



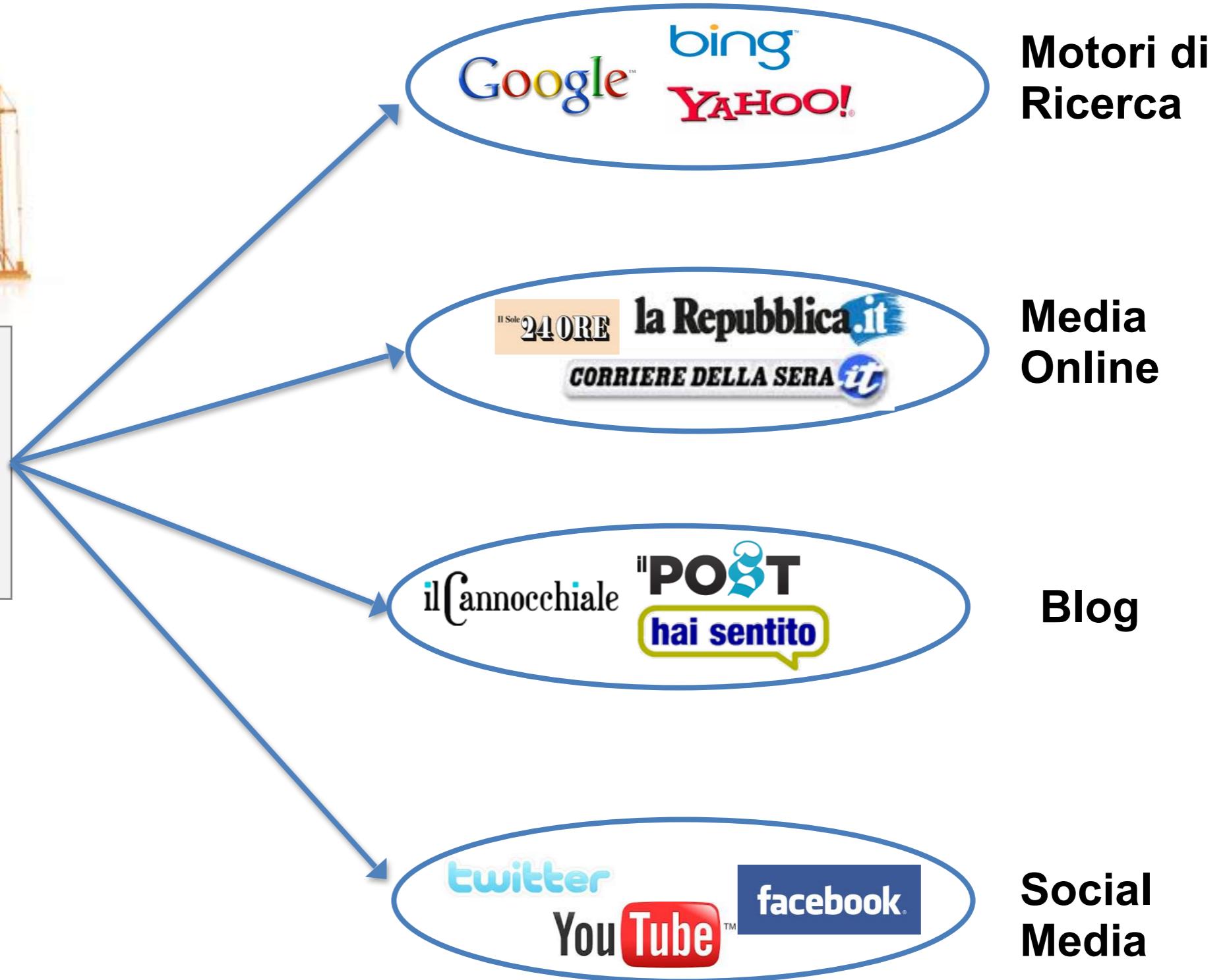
Web Reputation: il nuovo mix di competenze e tecnologie

- La Web reputation è la rappresentazione di come un marchio aziendale, un prodotto, un personaggio del mondo dell'economia, della finanza o della politica, o un comune cittadino vengono percepiti e discussi online.
- La tutela della Web reputation nasce dal mix di:
 - Elementi di comunicazione, il tradizionale “posizionamento”
 - Competenze tecnologiche, dato che un contenuto, per essere visualizzato, deve sottostare alle regole del web, e adattarsi all'ambiente all'interno del quale viene pubblicato (ad esempio se web 1.0 o 2.0).
- La Web reputation può essere misurata attraverso valutazioni quantitative (calcolo dell'esposizione mediatica, ottenuta attraverso l'analisi delle fonti coinvolte) e qualitative (misurazione del sentimento rispetto alle citazioni rilevate) e, soprattutto, può essere modificata ricorrendo a leve di comunicazione tipiche della rete.

Canali che Influenzano la Web Reputation



La percezione online della reputazione viene influenzata da diversi fattori



Gli Strumenti al Servizio delle Istituzioni



ASCOLTO



ANALISI



INTERAZIONE



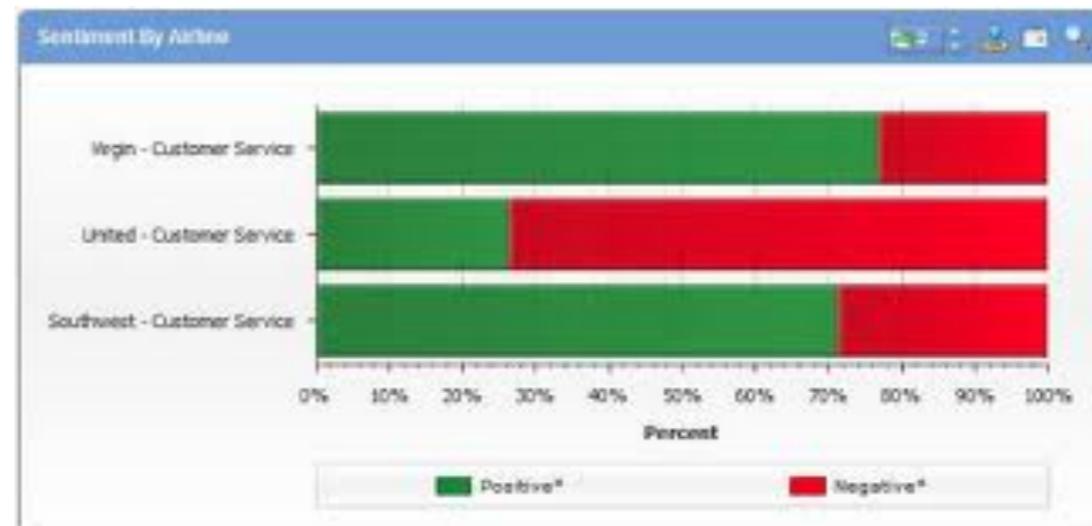
Web Reputation

Web Reputation: Dallo Share alla Credibilità/Reputazione



DA

A



Valutazione quantitativa,
basata sul numero di utenti/
visualizzazioni rispetto al
totale del campione di
rilevazione

Valutazione multidimensionale
quali-quantitativa, basata sul
rapporto tra visualizzazioni e
indice di gradimento, quale
variabile per definire la
Credibilità e conseguentemente
la Reputazione complessiva.

Web Reputation e Politica: +Rete e -Manifesti

DA



A

The image displays a collage of political websites, illustrating the shift from traditional offline campaign posters to online digital presence:

- Movimento 5 Stelle:** The homepage features a large yellow star-shaped graphic, the party's logo, and a banner for Pier Luigi Bersani's 2013 campaign.
- Primarie 2012 Matteo Renzi:** Shows a large hall filled with people at a campaign event.
- Unione di Centro:** Features a prominent "WebTV" section and a "segui la" (follow) button.

Web Reputation / Partiti Sociali

DA

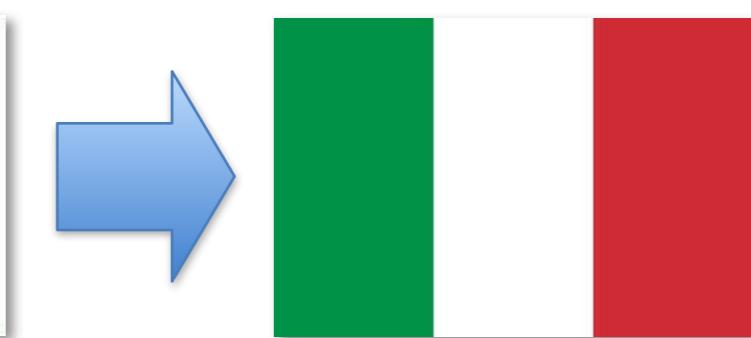


A

The collage displays three Facebook profiles:

- Pier Luigi Bersani**: Shows a profile picture of Bersani, a bio indicating he was born on September 29, 1951, and has 6,683 likes. It also shows a profile for **Matteo Renzi**, who has 176,336 likes.
- Beppe Grillo**: Shows a profile picture of Grillo, a bio indicating he is a politician from Genoa, Italy, and has 574 followers. Text on the right says 'Ci vediamo in Parlamento. Sarà un piacere. Genova, Italia - <http://www.beppegrillo.it>'.
- Barack Obama**: Shows a profile picture of Obama, a bio indicating he is from the United States and is President-Elect, and has 574 followers. It also shows a profile for **Angelino Alfano**, who is the executive secretary of the PDL, and has 12 following.
- François Hollande**: Shows a profile picture of Hollande, a bio indicating he is the official page of François Hollande, and has 349k likes. Text on the right says 'Vai al profilo completo →'.

Web Reputation: Le Legislazioni Internazionali



USA

Primi interventi legislativi a livello statale nel **2007** in Maryland, New York, Missouri, Rhode Island.

2008 innovativa legislazione in California, per prevenire abusi della rete come il cyberbullying

United Kingdom

2009/2010: sancita la responsabilità dell'Internet Service Provider per il contenuto ospitato sulle proprie piattaforme.

Europa

14 novembre 2011: il Tribunal de Grande Instance de Paris (TGI) ha condannato Google France e Google Ireland per aver consentito ad una società di utilizzare come parole chiave (key-words) il nome dell'attore francese Olivier Martinez per far comparire sul motore di ricerca annunci (cd. "link sponsorizzati") che rimandavano ad un articolo e fotografie lesive della riservatezza dell'attore.

Italia

Marzo/Novembre **2011**

I Tribunali di Roma e Milano hanno recepito per primi questi orientamenti, ponendo particolare attenzione ai temi della privacy e del diritto d'autore attraverso sentenze che riconoscono ai provider una responsabilità sui contenuti pubblicati

Web Reputation: Regole di Libertà

Monitoraggio e Rilevazione degli Abusi

Le authority e le forze dell'ordine dovrebbero dotarsi di strumenti per la rilevazione ed il controllo degli abusi online

Notifica alle Autorità Preposte

Occorre definire un nuovo meccanismo di notifica delle violazioni palesi della legalità

Valutazione e Intervento “a norma vigente”

In linea teorica è sufficiente applicare la normativa vigente. In pratica porre in esecuzione e rendere efficace l'intervento è molto più difficile e si dovrebbe in ciò far ricorso alle tecnologie informatiche