

EVENTI 2.0

LA TRASFORMAZIONE DEL MERCATO DEGLI
EVENTI ATTRAVERSO IL DIGITALE

SocialMeter è la divisione di Big Data analysis di Maxfone, primo data provider europeo indipendente che acquisisce e trasporta dati fornendo informazioni strategiche e analisi dei comportamenti, in modo facile e democratico.

Grazie allo sviluppo di algoritmi originali e alla maestria dei propri analisti, SocialMeter propone una conoscenza trasversale sui Big Data creando una catena del valore: dalla nascita del dato, alla raccolta, all'elaborazione fino alla trasformazione in una comunicazione strategica.

Fondata nel 2010 da soci con esperienze stimate nell'avvio di imprese e nella creazione di valore nel campo ICT, l'azienda si è radicata e distinta sul panorama Telco nazionale, per poi svilupparsi sul più ampio mercato Media.

Nel 2018 Maxfone è diventata la prima azienda italiana con un brevetto di Big Data Analysis, che comprende apparecchiatura e metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati: il modello SocialMeter Analysis.

Maxfone è inoltre diventata membro ufficiale, a novembre 2018, della Big Data Value Association (BDVA), partner della Commissione Europea che lavora a sostegno di ricerca, sviluppo, innovazione e promozione dei Big Data per porre l'Europa in prima linea nel settore.

A dicembre 2018, attraverso la sua consociata Instant Media Analyzer, di base ad Austin (Texas), Maxfone ha siglato un accordo con la Texas State University per un progetto di ricerca congiunto sullo sviluppo di nuovi algoritmi di machine learning.

© 2020, Maxfone Srl

Pubblicato nel mese di giugno 2020

Emesso da: Divisione Media, Ufficio Data Analysis

Ed. 1 Rev. 1



1020015000040566
Primo **brevetto** italiano in big data analysis
Apparecchiatura e metodo di acquisizione,
monitoraggio e analisi dati

La proprietà intellettuale della metodologia di analisi dei dati, della loro elaborazione e presentazione in forma di report, è di Maxfone Srl. Ogni utilizzo al di fuori della committenza è soggetto ad espressa richiesta scritta a Maxfone Srl che si riserva di concederne il permesso.

Maxfone Srl dichiara che le informazioni contenute nel report sono a supporto della gestione strategica e operativa, esse vanno utilizzate come strumenti di supporto e non sostitutivi delle scelte strategiche e operative da personale qualificato e competente. Fatte salve le generalità contenute nei presenti paragrafi, non garantiamo che l'utilizzo dei dati contenuti nel report porterà a qualsiasi forma di ricavo o di risultato. Il contenuto del presente documento costituisce materiale soggetto a copyright.

Ove citati, la proprietà intellettuale di altri brand appartiene all'azienda di riferimento.

SocialMeter Analysis® è un marchio registrato da Maxfone Srl.

EVENTI 2.0

LA TRASFORMAZIONE DEL MERCATO DEGLI
EVENTI ATTRAVERSO IL DIGITALE



"THE SHOW MUST GO ON."

Queen

Sommario

Premessa	06
Analisi Web	07
Il settore degli eventi	08
Le piattaforme più utilizzate	10
L'evoluzione degli eventi sportivi	11
Teatri e cultura online	12
Le alternative a disposizione	13
La soluzione di SocialMeter	14

Premessa

- Il settore degli eventi genera ogni anno, solo in Italia, circa 900 milioni di €.

In questi anni, l'integrazione di nuovi strumenti digitali e tecnologici ha permesso di coinvolgere maggiormente l'utente migliorando l'esperienza vissuta.

Wall tematici, infografiche in real time e sistemi di videoconferenze, per citarne alcuni, hanno permesso agli organizzatori di eventi di monitorarne la popolarità sulla rete e raccogliere feedback dagli spettatori.

Così, festival musicali ed eventi di moda hanno potuto coinvolgere le persone, attraverso *call to action*, incitandole alla pubblicazione di selfie da condividere con la community, incrementando ulteriormente lo spirito di appartenenza e il ricordo dell'esperienza vissuta.

Un settore profondamente segnato nei primi mesi del 2020 a causa dell'avvento della pandemia Covid19. Solo nei primi 15 giorni di marzo si sono registrati oltre 7.400 spettacoli dal vivo annullati, con una perdita per di 10.5 milioni di euro nel ramo musicale.

La situazione richiede agli organizzatori di eventi di sperimentare nuove frontiere per non congelare totalmente il mercato in previsione di una lenta ripresa che permetta di tornare ai livelli di "normalità".

Per rispondere a questa esigenza del mercato i webinar sono stati uno dei format maggiormente scelti per replicare online le innumerevoli iniziative, intasando le caselle email di molti utenti con inviti ad eventi molto spesso poco coinvolgenti.

Piattaforme di streaming come Zoom, Microsoft Teams e Skype, passando per la scelta di dirette social su Facebook, Instagram, Twitch e YouTube hanno tuttavia permesso di coinvolgere anche persone fino a prima distanti dal mondo digitale e a volta anche dall'evento stesso, non conosciuto nella sua veste originale.

Il seguente report si pone l'obiettivo di monitorare l'evoluzione dei primi 5 mesi del 2020 del settore degli eventi e la sua trasposizione verso l'online. Sono state analizzate le diverse opzioni e strumenti scelti dalle aziende per ricreare i propri format e stimolare il mercato a ripartire.

Inoltre sono state individuate le principali categorie di eventi che hanno investito sul digitale, quelle maggiormente discusse e altri insight di rilievo.



Paolo Errico - CEO Maxfone

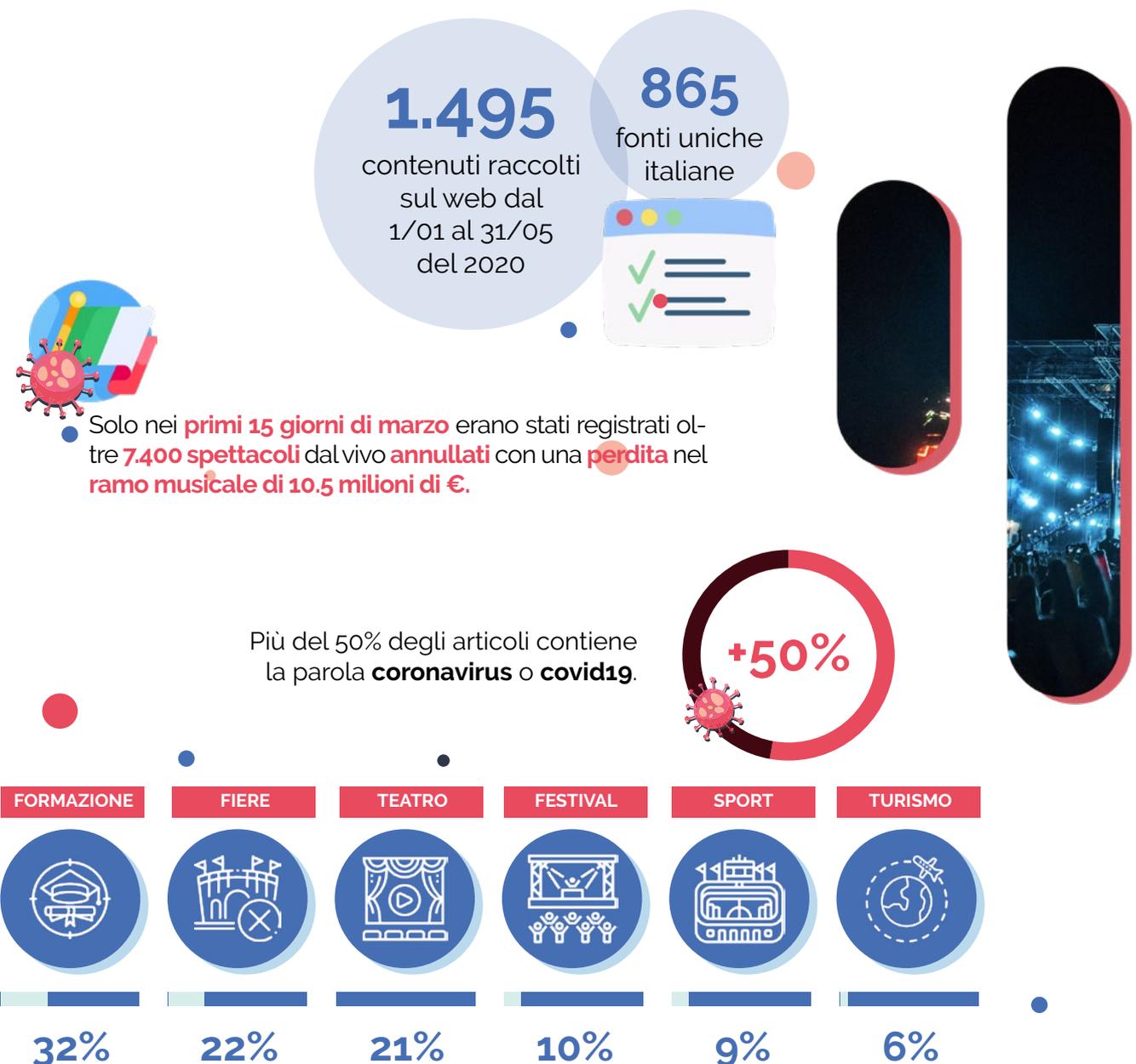
"L'effetto del Coronavirus ha inflitto al mondo degli eventi un contraccolpo senza precedenti. Tutte le date in calendario di fiere, concerti, stagioni teatrali ed eventi aziendali sono state cancellate una dopo l'altra, senza nessuna possibilità di salvare l'esperienza del pubblico in presenza. Oltre al danno economico, restano ancor oggi molte incertezze sulla ripartenza del mercato che, a regime, farà comunque fatica a riprendere i volumi pre-covid. Si è rafforzata la consapevolezza secondo cui l'abbinamento tra digitale e analogico - quello tradizionale per capirci - sia il più corretto, in quanto associa all'esperienza fisica anche quella del pubblico distante ma comunque interessato a partecipare all'evento. Nonostante tutti i protagonisti del mercato si siano impegnati nel fornire delle soluzioni, i webinar non sono secondo il mio punto di vista la risposta corretta perché, anche nel digitale, bisognerebbe mirare ad innescare un'interazione diretta con il pubblico come per esempio Total Wall, che offre parallelamente il vantaggio di misurarle."

Il settore degli eventi:

- In una fase storica segnata dalla **pandemia del Covid19**, uno dei **settore più colpiti** è stato quello degli **eventi**.

Questo ha creato un danno a catena essere collegato a innumerevoli mercati: dalla formazione, la cultura (teatri e musei), lo sport e l'intrattenimento, giungendo agli appuntamenti fieristici.

Il monitoraggio ha raccolto, nel corso dei primi cinque mesi del 2020, gli articoli presenti su siti web, forum e blog, in cui la parola "evento" è stata associata ad "online", così da comprendere l'evoluzione del settore e dell'opinione pubblica in questo periodo di crisi.



I contenuti raccolti sono stati categorizzati in base alla tipologia di evento a cui si fa riferimento all'interno del testo. Gli eventi di formazione o legati al mondo culturale (come musei) occupano la prima posizione, seguono al secondo posto le fiere ed appuntamenti annuali organizzati da brand per il lancio di nuovi prodotti ed al terzo posto troviamo spettacoli teatrali, il cinema e l'intrattenimento.

Il reparto fieristico in Italia e nel mondo



60 miliardi di € generati
200 mila espositori
20 milioni di visitatori



275 miliardi di \$ generati

dati 2019

Il flusso di contenuti in cui alla parola **evento/i** è stata associata "**online**", nel corso dei primi 5 mesi del 2020 ha evidenziato un **incremento costante**.



LE AZIENDE PORTANO ONLINE I LORO EVENTI ANNUALI

Importanti eventi organizzati da note multinazionali per la presentazione di nuovi prodotti, bilanci e innovazioni di settore sono stati cancellati nella loro forma offline e riproposti online.

Tra le aziende che hanno portato avanti questo genere di iniziative troviamo:

Microsoft **SONY** **amazon** **facebook** **Google**



Le piattaforme più utilizzate:

- Durante la fase di lockdown il mercato delle app e dei servizi per videoconferenze o live streaming ha potuto godere della massima esposizione, permettendo una vera e propria proliferazione di alternative.

LE PIATTAFORME PER CALL E VIDEOCONFERENZA PIÙ POPOLARI



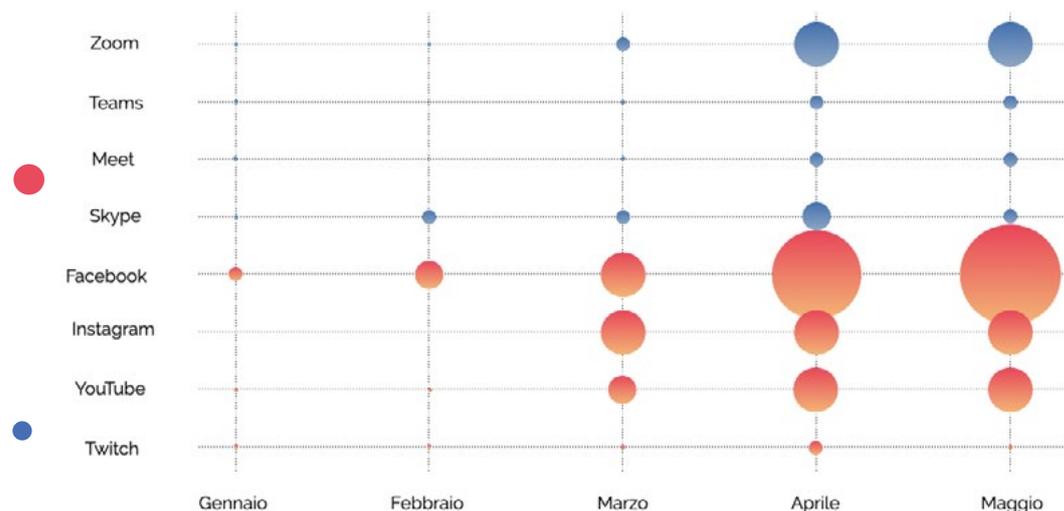
LE PIATTAFORME PER DIRETTE SOCIAL E LIVE STREAMING



Altri servizi utilizzati e menzionati in svariati articoli:
StreamYard, Demio, Whereby, BlueJeans, Zoho Meeting.

Per riuscire a seguire gli eventi, le dirette degli influencer, le lezioni online della "didattica a distanza" e per collegarsi ai meeting aziendali, gli utenti hanno dovuto sperimentare e scaricare le più differenti piattaforme. Molte di queste sono state spesso utilizzate in modo improprio alla ricerca di alternative che permettessero la ri-creazione online di un evento, come Zoom. Studiata come soluzione di meeting aziendali in questi mesi è stata spesso sfruttata come portale di collegamento per 200 utenti col fine di assistere ad un Webinar frontale, senza alcuna possibilità di interazione.

Una grande quantità di piattaforme, ma allo stesso tempo confusione su quale fosse realmente la più adatta per portare online l'esperienza degli eventi offline e riuscire a coinvolgere davvero il pubblico da casa.



L'evoluzione degli eventi sportivi:

Il mercato delle competizioni sportive digitali (**eSports**), secondo le previsioni di NewZoo, potrebbe generare **oltre 1,1 miliardi di \$ solo nel 2020**.



Gli eSport riescono a coinvolgere **milioni di spettatori collegati in streaming tramite Twitch o YouTube**, un mercato cresciuto molto durante questa quarantena grazie anche agli ingenti investimenti da parte di enti come **Fifa, F1 e MotoGP** che hanno trasportato online svariate gare, coinvolgendo piloti e calciatori a sfidarsi con i campioni di videogiochi online.

Nonostante il Coronavirus abbia quindi portato più persone ad avvicinarsi al mondo degli eSport e nello specifico a partecipare ai campionati online, il settore degli eGames da qualche anno investe ingenti somme nel trasferire questi mega eventi online di playing in *venue* fisiche, attraendo un pubblico vasto e organizzando i campionati in veri e propri stadi. Molti di questi eventi, alla pari degli eventi sportivi standard, sono stati annullati a causa della pandemia.

Affluenza eventi eSport nel 2019:

DOTA 2

MERCEDES BENZ ARENA DI SHANGHAI

+18.000
spettatori



LEAGUE OF LEGEND

ACCOR HOTELS ARENA DI PARIGI

+20.000
spettatori

La difficoltà nel distinguersi:

Nonostante la pandemia, molti brand non hanno rinunciato a lanciare i loro nuovi prodotti sul mercato. In mezzo ad un'incredibile crescita di eventi online, con un pubblico sempre più diviso tra le diverse piattaforme, alcuni brand hanno cercato di raccontarsi in modo differente e distinguersi.

Tra questi, **Xiaomi**, in vista del **lancio del nuovo OnePlus 8**, ha chiesto alla propria community di **suggerire delle alternative creative per far interagire il grande pubblico** non limitandosi ad una semplice diretta social.





Teatri e cultura online:

Per non congelare il mercato molti teatri e musei hanno portato online i loro spettacoli e le visite guidate, così da coinvolgere il pubblico e stimolare la ripartenza del settore.

Piattaforme più utilizzate per questo genere di attività sono state YouTube, Facebook ed Instagram, dove l'utente ha però vissuto un ruolo da spettatore, più sterile rispetto all'esperienza dal vivo e con un basso grado di coinvolgimento. Integrare la possibilità di interagire con l'evento avrebbe permesso di far sperimentare nuove suggestioni agli spettatori.

#museichiusimuseiaperti

Hanno aderito musei come: Il Museo Egizio di Torino, il Museo d'Arte Orientale di Venezia, il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano e il Palazzo Ducale di Mantova.

#Stageathome

Iniziativa organizzata dal Teatro San Carlo di Napoli che ha portato online i suoi spettacoli su Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Rai Play e Opera Vision oltre alla partnership stipulata con Google Culture attraverso il quale è possibile fare il tour online del teatro.



Musica e Spettacolo:

Insieme al mercato di cinema, teatri e musei anche quello musicale e dello spettacolo, per l'impossibilità di aggregazioni che si verificherebbero con l'organizzazione dei concerti, ha dovuto stimolare e far incontrare i fan attraverso altre piattaforme online.

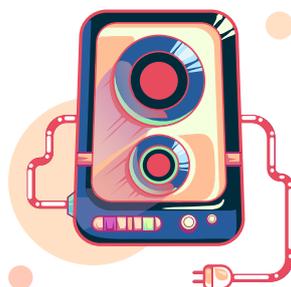
Per questo sono state svariate le iniziative proposte:

#ACASACONVOI

progetto di Friends & Partner per far compagnia agli italiani in tempo di coronavirus.

#TOGETHERWECAN

evento di Aperon insieme ai Rockin'1000 che ha coinvolto 1200 musicisti a cantare e suonare "Una musica può fare" di Max Gazzè



#IOSUONODACASA

abbinato all'hashtag #iorestoacasa

#LACULTURANONSIFERMA

iniziative lanciate dalle stesse regioni come nel caso dell'Emilia Romagna che ha organizzato un calendario fitto di appuntamenti per portare cultura, musica, libri e spettacolo nelle case degli italiani

Risulta importante considerare come durante festival, eventi fieristici e rappresentazioni teatrali non vi siano unicamente artisti ed aziende, ma un considerevole numero di personale addetto al montaggio, sistemazione, preparazione e smantellamento delle strutture, oltre a tecnici luci e audio, che con la trasposizione online degli eventi rischierebbero di perdere il lavoro.

Le alternative a disposizione:

Di seguito saranno elencate alcune alternative individuate sul web come possibili soluzioni per la trasposizione online di un evento.

INXPO

Come servizio di live streaming, INXPO propone elementi di presentazione come sessioni keynote e breakout, che possono essere resi disponibili all'interno della piattaforma di eventi per lo streaming live o per la visualizzazione su richiesta.

LEMON

Piattaforma ideata per dare continuità all'organizzazione di eventi in un ambiente digitale. Il servizio permette di integrare un mix di tecnologie WebRTC e virtual reality per ricreare l'esperienza attraverso lo streaming.

VIRTWAY

Una piattaforma digitale per creare eventi interattivi in 3D: è Virtway, soluzione proprietaria dell'azienda spagnola omonima che consente di ricreare mondi in cui interagire e comunicare mediante l'uso di avatar ed esperienze immersive molto simili a quelle della vita reale.

STARCHESTNUT - VES

VES – Virtual Event Solution, una soluzione pensata per connettere le spokesperson al pubblico (clienti, dipendenti, media, ecc.) e portare online l'evento integrato in una regia di tipo televisivo. Si tratta di uno strumento modulare che consente di collegare le principali piattaforme di video conferenza e streaming e di siti web.

In una fase storica in cui il distanziamento sociale si pone ancora come un limite, risulta fondamentale investire in tecnologie che mantengano alta la vicinanza tra utente e brand/evento.

Come visto in precedenza, il settore degli eventi nella sua trasposizione verso l'online non è riuscito ancora a sperimentare delle strutture alternative che abbiano permesso agli organizzatori di far provare molte delle esperienze vivibili attraverso la partecipazione offline. Una delle maggiori difficoltà risulta essere quella di non poter sfruttare delle piattaforme personalizzabili, in cui poter caratterizzare e distinguere dagli altri il proprio evento.

Tuttavia, se è vero che molte esperienze sono percepibili solo offline è anche vero che l'online non deve necessariamente assumere il ruolo di alternativa all'evento fisico, ma dovrebbe esserne a supporto, permettendo di coinvolgere maggiormente il pubblico e mantenendo un legame stabile con la community.

Attraverso la strutturazione di alternative online è infatti possibile raccogliere importanti dati da cui poter estrapolare informazioni di rilievo sul target di riferimento, sulla visibilità ottenuta e sugli interessi e le esperienze condivise dagli utenti che potrebbero ulteriormente arricchire gli eventi fisici in futuro.

La soluzione di socialmeter :

Non uccidere i tuoi eventi con i webinar!

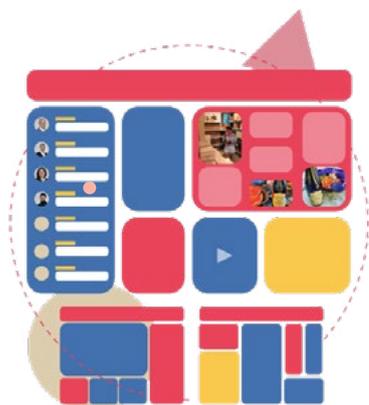
Oggi tutti gli eventi passano per il digitale, ma il rischio di confondersi nella massa e rovinare l'esperienza adottando semplici webinar è dietro l'angolo.

Total Wall è la soluzione dalla grafica completamente personalizzabile che integra in un unico spazio il live streaming della manifestazione con tutti i tuoi contenuti multimediali e le interazioni in tempo reale del pubblico.

Dalle esposizioni ai congressi, dai festival musicali ai corsi di formazione, dalle inaugurazioni alle sfilate di alta moda fino alle competizioni sportive, qualsiasi sia il tuo evento, rendilo unico con Total Wall.

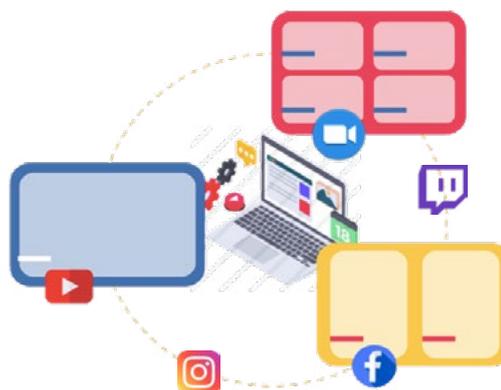
EDITING SU MISURA

Personalizza ogni singola componente del Total Wall con i tuoi elementi grafici: loghi, font, colori, trasparenze. Dagli sfondi ai titoli, dai widget ai testi, dal layout alle "call to action", tutto è su misura.



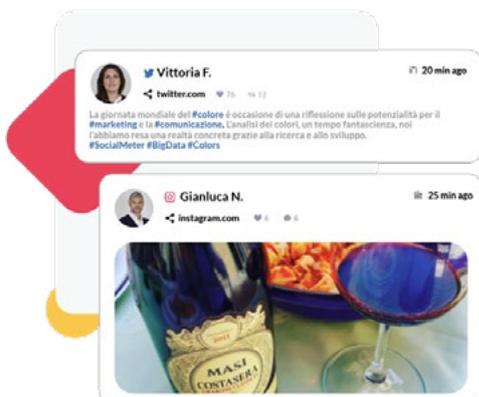
REGIA DINAMICA

Dirigi gli eventi secondo le tue sceneggiature, dando vita a narrazioni uniche in tempo reale. Tutto in totale autonomia: noi ti forniamo lo strumento affinché tu possa fare spazio alla creatività.



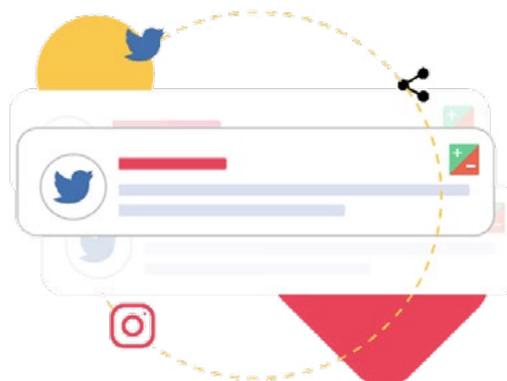
ESPERIENZE INTERATTIVE

Sviluppa la partecipazione del pubblico integrando i post Instagram e i Tweet condivisi dalla tua platea di ascoltatori, con un feed aggiornato in real time.



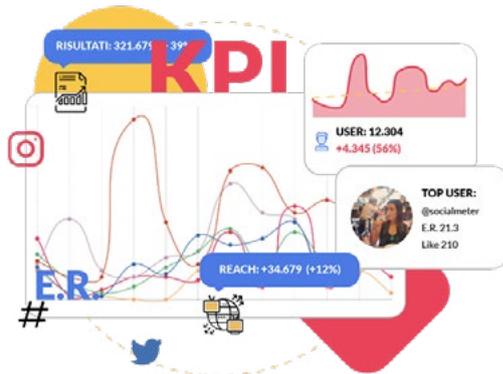
COMMUNITY MODERATION

Attiva la moderazione manuale o assistita (AI) su immagini e testi sui feed Twitter e Instagram per filtrare tutti i contenuti che non rispecchiano il codice etico del tuo brand.



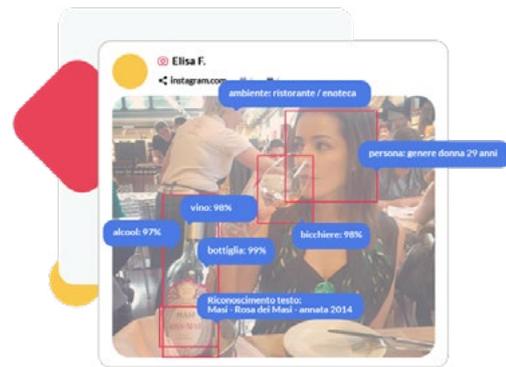
MISURAZIONE DELL'ENGAGEMENT

Analizza le interazioni del pubblico misurando il numero di post condivisi sui social e individuando le foto più coinvolgenti, i fan più attivi o gli hashtag associati.



PROFILAZIONE AVANZATA

Il tuo pubblico non avrà più segreti: grazie all'applicazione di tecniche di intelligenza artificiale (AI) per il riconoscimento delle immagini puoi scoprire genere, età ed emozioni delle persone dalle foto.



SPONSOR VISIBILITY

Prenditi cura dei tuoi sponsor veicolando i loghi e le pubblicità di questi preziosi supporter per aumentare la brand awareness, supportare i loro prodotti e permettergli di raggiungere nuovi pubblici.



g

f

e

d



Glossario
&
Query di ricerca

SocialMeter Suite

SocialMeter Suite è la piattaforma di Big Data analysis di Maxfone che permette, attraverso i diversi moduli, di analizzare, visualizzare e trarre valore immediato dalla grande mole di dati presenti sul web e sui social media. La Suite si basa sulla metodologia SocialMeter che, forte del primo brevetto italiano in Big Data analysis, utilizza tutte le più recenti tecnologie di Big Data Mining e Analytics.

ActiveBrand 24

Tramite il modulo ActiveBrand 24, con un inserimento di una query di ricerca, ovvero di parole chiave che servono ad identificare una tematica specifica che si vuole andare a monitorare, la piattaforma rilascia i risultati di tale ricerca con uno storico di 6 mesi dal giorno in cui è stato fatto partire l'osservatorio.

Gli **articoli web** mostrati dalla piattaforma talvolta contengono al loro interno dati sporchi, cioè articoli che includono una delle parole della query di ricerca ma che non sono inerenti con il focus del progetto.

Dobbiamo comprendere quindi che il numero totale degli articoli trovati dal sistema di crawling non corrisponde al numero effettivo di articoli riguardanti il focus

che si vuole approfondire, si tratta invece di un dato quantitativo che dovrà poi essere analizzato.

Pertanto, come primo passaggio risulta necessario ripulire l'osservatorio da tutti gli articoli non inerenti con la ricerca, al fine di ottenere il dato quantitativo reale degli articoli relativi al tema d'analisi.

Successivamente a questa fase, si possono implementare diverse operazioni volte alla suddivisione in categorie degli articoli trovati.

A questo punto inizia il processo d'analisi vero e proprio in cui, tramite i contenuti ripuliti, si esegue un'analisi qualitativa dei dati raccolti.

Query

Con query indichiamo le parole chiave scritte secondo uno specifico linguaggio che l'interrogazione da parte del nostro database al fine di estrarre gli articoli contenenti le parole ricercate.

La scrittura delle query avviene seguendo il modello booleano, il quale consente di sviluppare delle ricerche complesse all'interno dell'osservatorio.

Esempio dei principali operatori (da inserire in MAIUSCOLO, tra le parole da ricercare in minuscolo):

parola1 AND parola2 -> mostra i contenuti che nel testo contengono la parola1 e la parola2

parola1 OR parola2 -> mostra i contenuti che nel testo contengono o la parola1 o la parola2

parola1 NOT parola2 -> mostra i contenuti che nel testo contengono la parola1 ma non la parola2

Osservatorio - Eventi Online:

Query: "eventi online"~3



Metodologia

La rete rende disponibile un'enorme quantità di dati, grezzi e destrutturati, che necessitano di essere raccolti ed elaborati per essere tramutati in informazioni utili.

In una prima fase, algoritmi di crawling raccolgono questi dati che vengono acquisiti al fine di essere analizzabili per rispondere a specifiche richieste. In questa fase viene effettuata una qualificazione delle fonti web.

I dati raccolti dalla rete (web, social, forum, blog, ecc.) si definiscono dati acquisiti, che attraverso la piattaforma SMA Meter sono elaborati, organizzati e visualizzati per essere trasformati in informazione, pronti per una successiva analisi da parte degli analisti o del cliente.

La ricerca può essere costantemente ricalibrata attraverso i filtri o le chiavi di ricerca affinché l'output sia in linea con le necessità del cliente, in un processo che si può definire adattivo.

Le informazioni sono dunque analizzate strategicamente dagli analisti di Maxfone, il cui intervento consulenziale permette di produrre un'analisi quantitativa (data analytics) e qualitativa (analisi semantica) che rappresenta il valore aggiunto della filosofia SocialMeter Suite. L'output che ne risulta è dunque conoscenza strategica per il cliente.



Più nello specifico, la nostra metodologia è rappresentabile con il seguente flusso:

- Data mining
- Data analytics
- Analisi qualitativa semantica e semiotica
- Supporto strategico

La fase di data mining consiste in tutte le attività volte all'estrazione di dati disaggregati e non strutturati da una indefinita quantità di fonti.

Il processo di data analytics si concretizza nell'analisi quantitativa del dato pulito attraverso processi di business intelligence.

La fase del processo dedicata all'analisi qualitativa (semantica e semiotica) si basa su tecniche di text mining e image recognition, supportata da un intervento umano al fine di creare un valore aggiunto. Il processo di analisi è quindi reso possibile dalla tecnologia abilitante in congiunzione con l'intervento umano.

Il supporto strategico rappresenta l'output finale utile al cliente, espresso sotto forma di report o infografica.

Il metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati di Maxfone detiene il primo brevetto italiano in Big Data Analysis (brevetto n°1020015000040566).



Codice Etico

Etica e Big Data

L'introduzione di un insieme di tecnologie e di metodologie di analisi di dati massivi, per scoprire i legami tra fenomeni diversi e prevedere quelli futuri, ha acuito la necessità di stabilire sistemi di analisi e di generazione di conoscenza che tengano conto dei principi etici fondamentali che dovrebbero regolare la convivenza civile.

Ci riferiamo, in particolare, ai Big Data e alla capacità di estrapolare, analizzare e mettere in relazione tra loro un'enorme quantità di dati eterogenei – strutturati e non strutturati.

Riteniamo che l'uso dei Big Data, se orientato all'analisi e alla ricerca e in linea con la protezione della privacy, sia un ottimo strumento per le persone, per la società e per le imprese.

Ispirandoci a quanto contenuto nell'Ethical Checklist[16] abbiamo individuato, anche con l'aiuto di consulenti esperti esterni all'azienda, i principi fondamentali per lo sviluppo di una metodologia che definisse i parametri rilevanti per tutto il ciclo di "lavorazione" del dato, dall'acquisizione all'analisi finale.

L'innovazione esponenziale degli ultimi anni ha inciso in modo decisivo nello sviluppo dell'analisi dei Big Data; in effetti, mutamenti costanti ed evoluzioni tecnologiche ci obbligano costantemente al monitoraggio dei parametri rilevanti al fine di comprendere quali siano gli opportuni compromessi che permettano di integrare le questioni etiche nei processi di selezione ed esplorazione dei dati.

Nell'attuale versione del codice etico, questi parametri sono posti alla nostra costante attenzione:

- **Trasparenza (transparency)** – possibilità da parte dell'utente di sapere e controllare quali dei propri dati vengono memorizzati e come vengono utilizzati;

- **Responsabilità (accountability)** – capacità di un fornitore di dati di controllare che questi vengano usati in modo corretto secondo regole prestabilite; assicurare comprensibilità e interpretabilità dei risultati;
- **Equità (fairness)** – può essere considerata come non discriminazione o non polarizzazione (bias) dei risultati (per esempio con un ordinamento prioritario eticamente scorretto);
- **Autorevolezza (reliability)** – garanzia della qualità della sorgente in termini di origine (provenance) dei dati che mette a disposizione, della loro autenticità (ad esempio facendo uso di metadati);
- **Diversità (diversity)** – differenziazione delle sorgenti per evitare polarizzazioni;
- **Qualità dei dati (data quality)** – principalmente precisione, accuratezza, completezza, correttezza, tempestività di aggiornamento;
- **Protezione dei dati (data protection)** – sicurezza e privacy in conformità con le normative vigenti.

La nostra metodologia introduce per la prima volta nel mercato un modello articolato con fasi specifiche:

- Selezione delle sorgenti contenenti i dati di interesse ai fini della ricerca o dell'analisi che si desidera svolgere;
- Integrazione dei dati contenuti nelle sorgenti pertinenti all'obiettivo di interesse;
- Estrazione della conoscenza, mediante il metodo, o i metodi, più appropriati.

EUROPA

Maxfone S.r.l.

Via Copernico, 38
20124 Milano (MI), Italia

Lungadige Galtarossa, 21
37133 Verona (VR), Italia

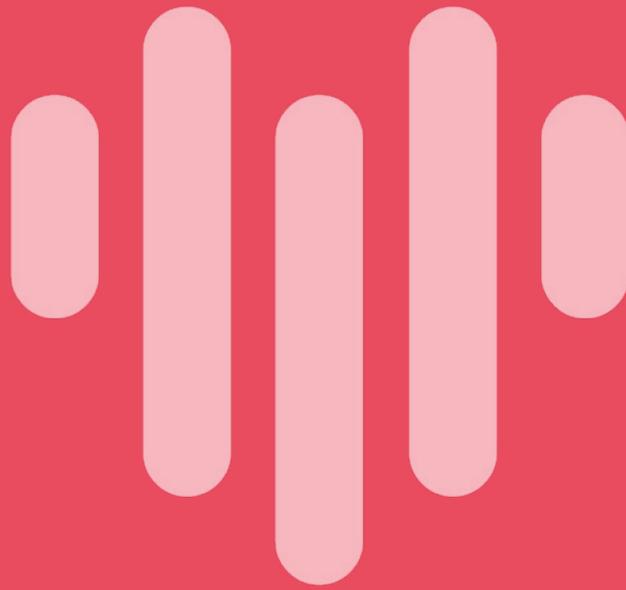
E: info@socialmeter.it
www.socialmeter.it
[#socialmeter](https://twitter.com/socialmeter)

USA

Instant Media Analyzer Inc.

10101 Hosta Cove
78570 Austin, Texas

E: info@instantmedianalyzer.com



#socialmeter

#event #online #totalwall #bigdata