

04. Sistemi informativi: a che cosa servono



Università degli Studi di Trento
Sistemi informativi per il turismo
Anno accademico 2021-2022

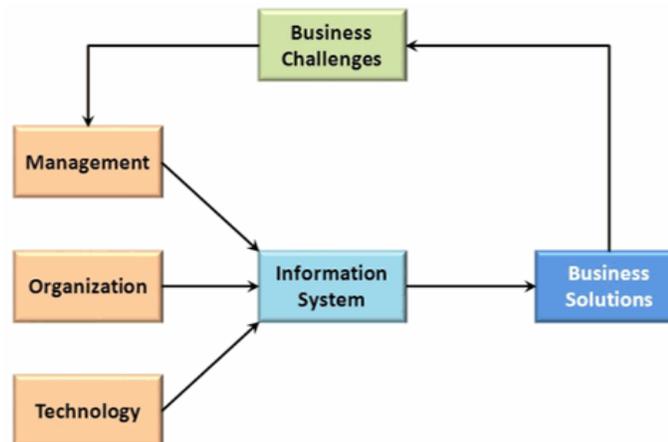
immagine da [cookiedelivery.com](https://www.cookie-delivery.com)



Di che cosa parliamo oggi?



1. Sapere che c'è
2. Un ciclo virtuoso
3. Log
4. Analytics, Insights etc.
5. Cookie
6. Privacy per chi?
7. Sistemi e App



immagini da eprice,
cookie delivery,
דרכון פורטוגלי

In sé, non è questione di informatica



Provando a prenderla con un linguaggio semplice, ci può essere qualcosa che informa sulla situazione e suggerisce che cosa fare di fronte a un problema.

E non dev'essere per forza qualcosa di digitale.

Si deve prendere un ombrello oggi? No.

Serve un golf in più? No.

Fare la spesa? Sì!



immagini da eprice, amazon e dissapore

Ma a volte la faccenda si complica



Business Challenges

Management

Organization

Technology

Ci sono al mondo situazioni più complesse che un guardaroba o una cucina di famiglia, specie se si tratta di situazioni di lavoro.

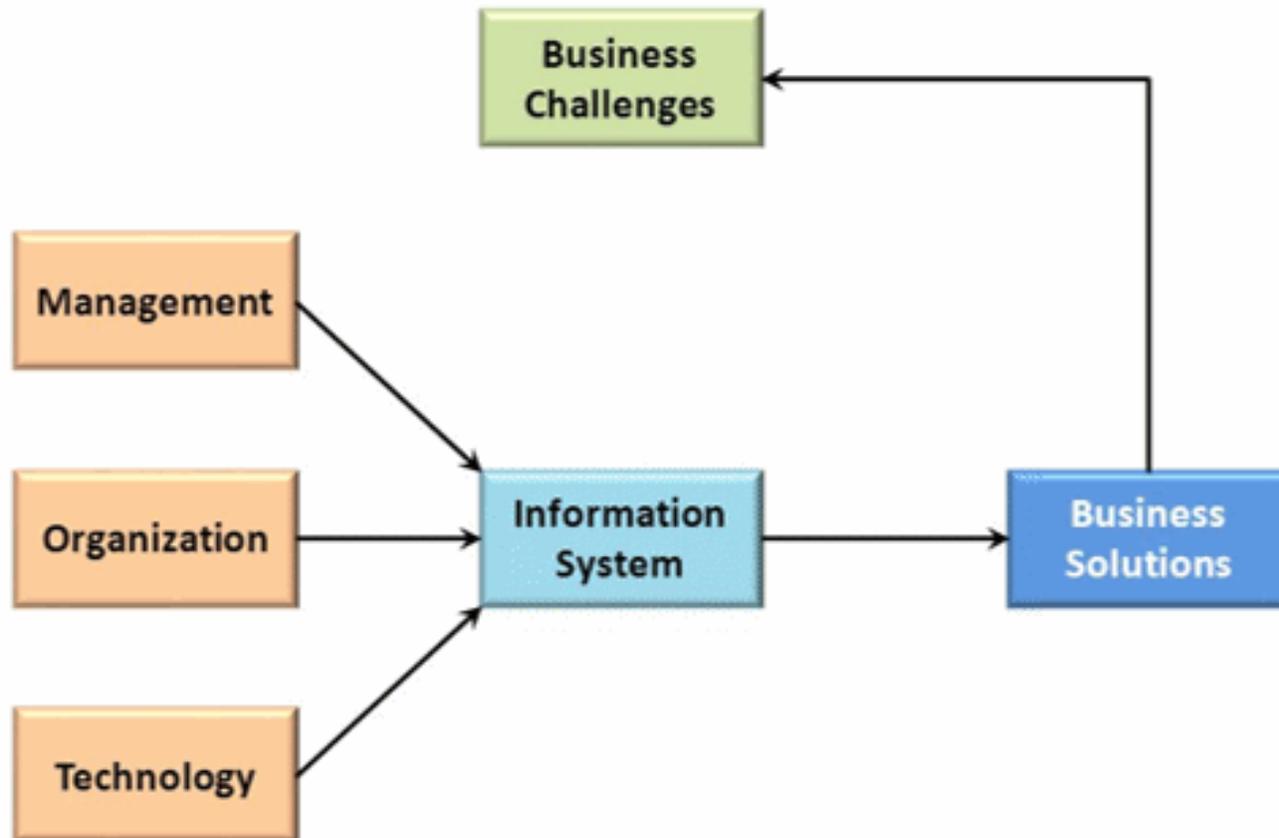
Qualsiasi **attività**, anche un singolo professionista, ha

- una componente di **direzione**,
- **funzioni** operative **organizzate**
- **tecnologia** da usare.

Un professionista o un'impresa si trovano costantemente di fronte a problemi da risolvere, a **sfide** da raccogliere: a quelle che in gergo si chiamano **challenge**.

(Gli schemi qui proposti sono ripresi da Laudon & Laudon.)

Serve un sistema informativo



Source: Kenneth C. Laudon & Jane P. Laudon (2014), Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Thirteenth Edition, Pearson.

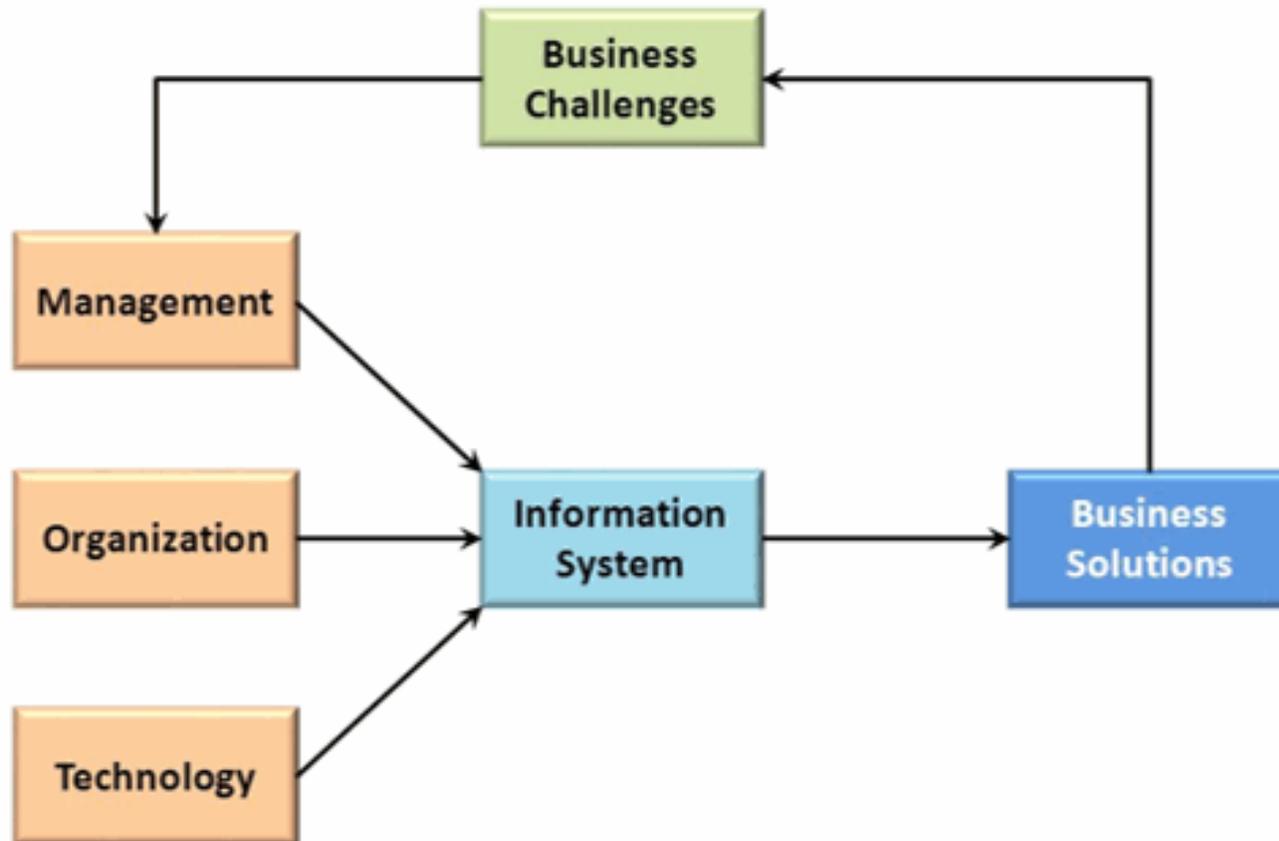
Si tratta di individuare **soluzioni** che affrontino le **sfide**.

Il **sistema informativo** è ciò che serve a raccogliere **informazioni**

- da chi dirige
- da chi organizza
- dalla tecnologia

per individuare **soluzioni** che affrontino e risolvano le **sfide**.

Un ciclo virtuoso



Source: Kenneth C. Laudon & Jane P. Laudon (2014), Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Thirteenth Edition, Pearson.

Se lo si completa, il diagramma di Laudon & Laudon sintetizza come **management**, **organizzazione** e **tecnologia** possano ricorrere a un sistema informativo per individuare soluzioni che risolvano le sfide, e come poi nuove sfide tornino a proporsi.

Management, organizzazione e tecnologia ricorreranno ancora al **sistema informativo** per trovare nuove soluzioni. E così via.

Che cosa dice l'Enciclopedia Treccani



“Un sistema informativo è un sistema che organizza e gestisce in modo efficace ed efficiente le informazioni necessarie per l'utente. In particolare provvede, con modalità prefissate e attraverso opportuni apparati di acquisizione, alla raccolta e all'aggiornamento dei dati e delle informazioni relative a una data applicazione, alla loro memorizzazione in modo che siano persistenti e disponibili all'utente, alla loro distribuzione da e verso le varie parti del sistema, alla loro elaborazione per porli in un formato adatto alle diverse esigenze del sistema e degli utenti, alla loro presentazione in un formato utilizzabile da operatori e utenti.”



- Quali sistemi possono raccogliere e distribuire dati utili sulla web presence di un'entità, socialità e mobilità incluse?

Tutto registrato

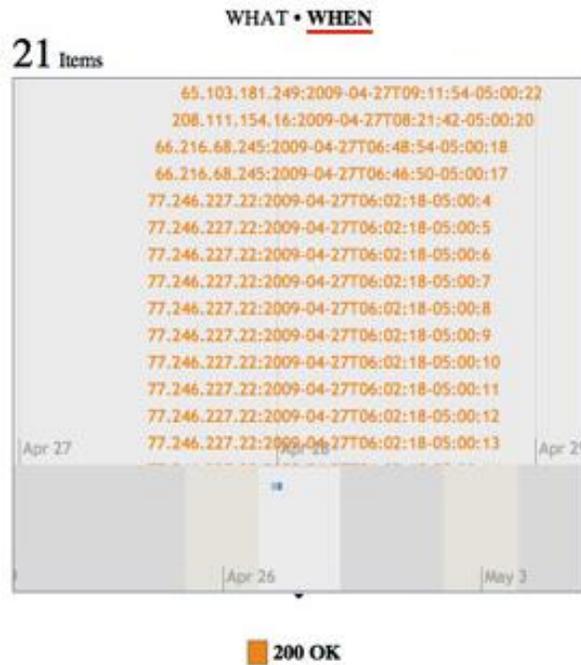


immagine da IBM

Per cominciare, è bene sapere quale **web presence** abbia un'entità che si gestisce: se sia notata e apprezzata, e da chi. Se il gestore ha controllo sul proprio **sito web ufficiale** – **primo tipo** di web presence – la questione è relativamente **semplice**.

Infatti ogni volta che un pc, un tablet o uno smartphone si connette a un web server, e un browser visualizza una pagina web, i **dettagli** della connessione sono **registrati**.

In breve, questi dettagli registrano

- **quali macchine** si connettono
- **quali pagine web** sono visitate
- **quanto tempo** dura ogni visita a ogni pagina.

I dettagli rimangono registrati in un **logfile**, che si può leggere.

Logfile

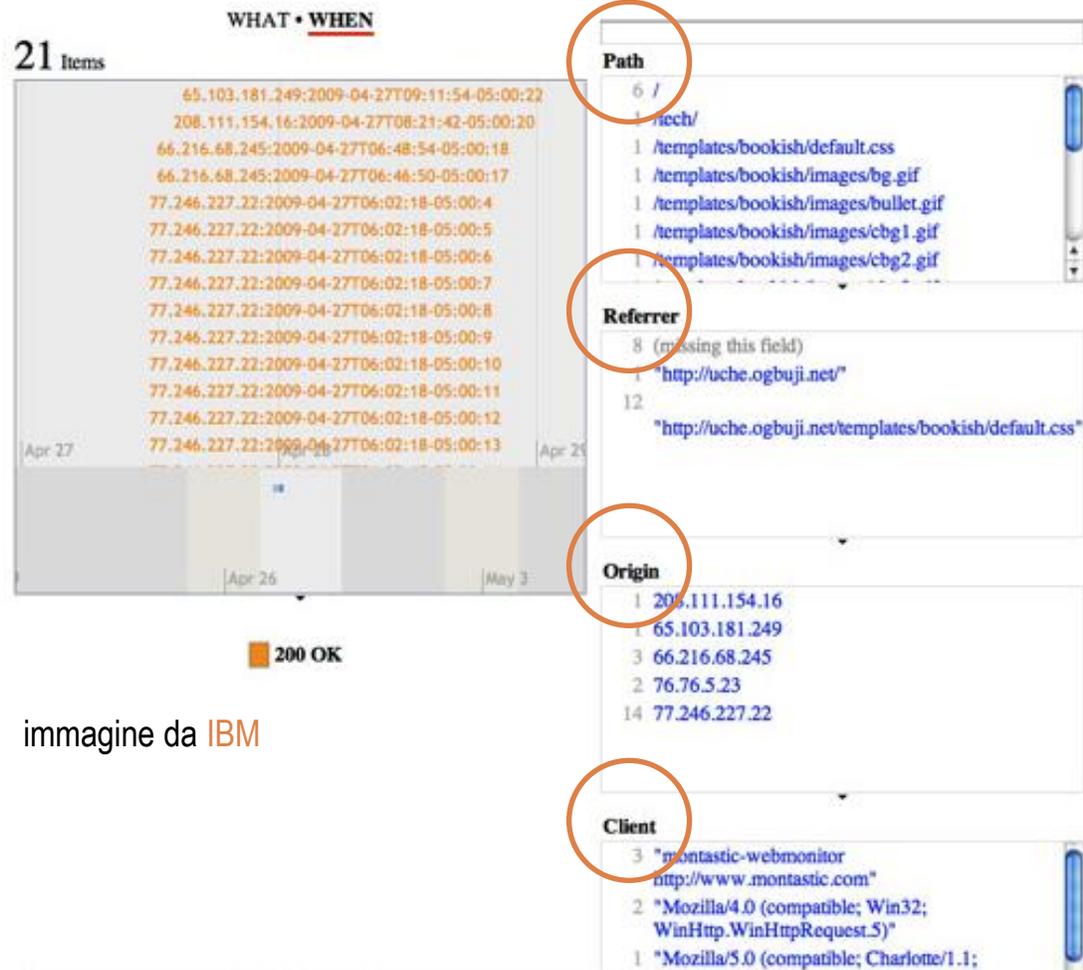


immagine da IBM

Ecco un esempio di logfile, non completo.

- In questo esempio il **Path** è il percorso cioè la directory del **web server** dove ciascun file scaricato si trova.

- Il **Referrer** è l'URL del web server.

- La **Origin** è il web server stesso, identificato con il suo nome o numero.

- Il **Client** è il **browser** che scarica e visualizza la pagina..., e così via.

Tutto è registrato. Lo si potrà poi leggere in forma di **statistiche**, meno ostiche che non in forma di liste di identificativi numerici.

“Log”



HMS *Captain*

DATE 6th June 82
Day of week: Sunday
Day of month: 6
Month: June
Year: 19 82
Zone Time kept at Noon: Zulu

Time	Log reading	Main axis per minute	Est. dist. run through water	True	'A' gpo	'B' gpo	Aux. comp.	Variation in use	Barometer in millibars	Direction	Speed	Sea state	Visibility
0100	178.97	90	2720	295	255	255			1009.8	290	11	2	98
0200	178.93	82	496	013	013	013			1009.0	325	8	1	98
0300	211.94	30	306	270	270	270			1008.5	010	10	1	98
0400	222.91	30	1002	095	095	095			1008.6	012	10	1	98
0500	231.82	30	1947	255	255	255			1009.4	011	10	1	98
0600	241.82	60	1020	310	310	310			1008.0	000	16	1	98
0700	252.80	46	778	320	320	320			1006.1	012	15	1	97
0800	259.77	46	2148	100	100	100			1006.1	016	15	1	97
0900	262.74	77	214	100	100	100			1006.5	029	16	2	97
1000	330.09	78	2649	100	100	100			1006.4	015	15	2	97
1100	354.90	78	2481	100	100	100			1007.2	020	16	2	98
1200	280.57	78	2547	100	100	100			1007.2	345	18	1	98
1300	403.20	78	2462	070	070	070			1007.4	010	15	1	98
1400	408.23	80	2501	080	080	080			1007.3	000	16	1-2	98
1500	441.43	36	1140	090	090	090			1007.3	020	15	2	98
1600	499.37	28	1031	170	170	170			1007.3	050	15	2	98
1700	472.25	56	1355	300	300	300			1007.7	037	26	2	98
1800	487.02	56	1127	220	220	220			1007.3	075	25	2	97
1900	497.22	40	123	054	054	054			1007.9	025	25	2	97
2000	510.85	31	056	094	094	094			1007.4	045	22	2	96
2100	521.02	30	91	047	047	047			1007.0	031	25	2	95
2200	522.78	30	1076	109	109	109			1007.3	031	25	2	95
2300	527.44	30	1524	100	180	180			1007.3	031	25	2	95
2400									1007.3	045	23	2	96

Notice for power:
Fuel remaining at:
(time) 0745 1830
(amount) 81% 73%
Draft:
Time Forward Aft
NBCD State:
Time State
0001 2 MOB 2
0045 1 MOB 2
0713 2 MOB 2
Berth, or anchor bearings:
Ship's position:
0400 Lat. 51 49 55
Long. 003 02 05
1200 Lat. 52 05 72 S
Long. 002 44 W
2000 Lat. 51 12 11 S
Long. 003 20 76 W
Estimated distance run (midnight to midnight):
415 miles

immagine da wikimedia.org

“Logfile” è, molto semplicemente, un file di “log”.

In inglese, un “log” è l’**annotazione** delle cose importanti che avvengono a una nave **durante la navigazione**.

In realtà, si generano “log” di **qualsiasi cosa** avvenga sui nostri computer. Che ce ne si accorga o meno, nel mondo digitale **ogni cosa è registrata**.

Per esempio, la pagina seguente in questa presentazione mostra ciò che il mio browser Firefox ha registrato e conservato delle **pagine web che avevo visitato** mentre ottimizzavo questa presentazione.

È una parte del “log” del mio browser al 22 marzo 2021.

“Log” del mio browser al 22 marzo 2021



Name	Location	Most Recent Visit	Visit Count
La Pasticceria del Carcere - Pasticceria Giotto Pado...	https://www.idolcidigiotto.it/	3:41 PM	1
Log in With Facebook	https://www.facebook.com/v3.2/dialog/oauth?client_id=183319479511&displa...	5:41 PM	1
Log in With Facebook	https://www.facebook.com/v3.2/dialog/oauth?client_id=183319479511&displa...	5:42 PM	1
mamas and papas - Cerca con Google	https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=mamas+and+papas	3:23 PM	1
Microsoft Word - ISTARmodproc - finale.doc - 200...	https://www.istat.it/files//2018/07/2005_15.pdf	8:53 AM	1
Milano Smistamento Facebook	https://www.facebook.com/smistamento/notifications	3:05 PM	20
partecipaMi.it: il portale milanese dell'e-participati...	https://www.facebook.com/groups/124303180986555/?multi_perma...	3:04 PM	1
PARTINER Platform - Visible Network Labs	https://visiblenetworklabs.com/partner-platform/	12:40 PM	2
Plans - Social Media Marketing & Management Da...	https://www.hootsuite.com/plans	5:29 PM	1
Privacy policy Woodclap	https://www.woodclap.com/en/privacy-policy/	5:54 PM	2
Research Academy – MTCON	https://mtcon.org/academy/	8:30 AM	1
Reti e sistemi informativi I - SistInf-0.pdf	http://venus.unive.it/borg/SistInf-0.pdf	8:52 AM	1
Sergio Cagol Facebook	https://www.facebook.com/sergio.cagol	8:32 AM	5
Social Media Marketing & Management Dashboar...	https://www.hootsuite.com/	5:45 PM	4
SocNetV-2.8-windows-installer.exe	https://github-releases.githubusercontent.com/73903475/e1741080-4ded-11eb...	5:46 PM	0
The Mamas & The Papas "Monday, Monday" on T...	https://www.youtube.com/watch?v=k6JJrtHRDwk	3:24 PM	1
Top 10 Best Social Media Management Tools of 20...	https://howsociable.com/best-social-media-tools/	12:47 PM	2
Treccani logo - Cerca con Google	https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Treccani+logo	8:58 AM	1

È inoppugnabile che informazioni come queste siano chiamate di solito “**cronologia**” oppure “**History**”. Resta il fatto, altrettanto sicuro, che si tratti di “**diari di bordo**”, cioè di “**log**”.

Web analytics

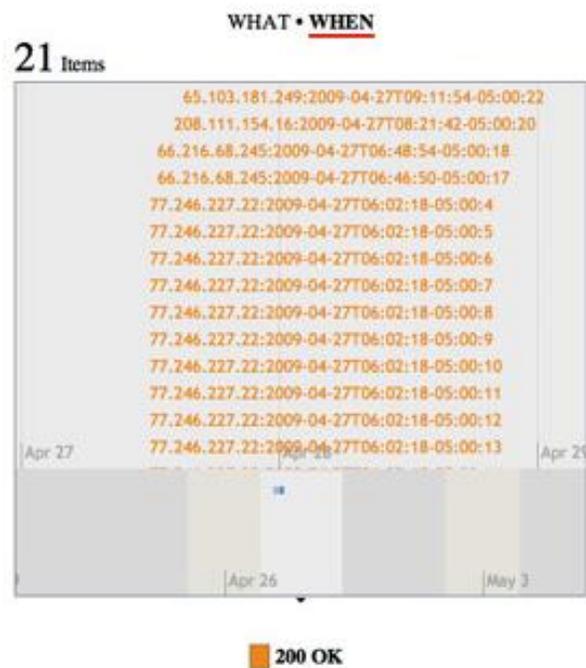


immagine da IBM

Proprio sui logfile si basano di solito gli **analitici web**. Gli **web analytics misurano**, raccolgono, analizzano e rendicontano **dati** internet in modo da **comprendere** e **ottimizzare** l'uso della rete Web.

Restituiscono informazioni sul **numero dei visitatori** a un sito web e alle relative **pagine** visitate.

Ciò che conta forse ancora di più, gli web analytics possono servire per ricerche di marketing. Aiutano infatti a misurare le tendenze di **traffico** e di **popolarità** dei contenuti dei siti, ciò che è ovviamente utile al marketing.

Web analytics grazie all'analisi dei logfile



Come si è visto, i web server registrano le loro connessioni in forma di **logfile**. Ma questi logfile possono essere letti da programmi appositi in forma di **statistiche** e diagrammi, cioè in un modo meno ostico che non come liste di identificativi numerici. Fin dagli anni '90 le interazioni fra un client – un browser, in pratica un utente – e un web server sono **quantificate** in base a due fondamentali unità di misura, o **metriche**.

Queste metriche di base sono

- le **Page view** (pagine visitate) e
- le **Visit** (visite), dette anche **Session** (sessioni).



Metriche: Page view, Visit



Ecco le prime due unità di misura definite sin dagli anni '90 per le tecnologie di web analytics.

- Una **Page view** è definita come una **richiesta** (request) rivolta a un **web server** da parte di un **client** – un browser, un utente – di raggiungere **una pagina**.
- Una **Visit** è definita come **una serie di richieste** di raggiungere pagine web rivolte a un server da un **client** – un utente – identificabile, serie che **scade** dopo un certo periodo di inattività, di solito 30 minuti.

Le unità di misura attuali, però, considerano un **maggior numero di metriche**. Eccone alcune.



Metriche: Unique visitor, Bounce rate



- Lo **Unique visitor** è un **client** – un browser, un utente – **sicuramente identificabile** che rivolge **richieste** al web server del sito considerato **entro un periodo di tempo definito** (un giorno, una settimana, un mese).

Uno Unique visitor si conta **una volta** nel periodo di tempo determinato.

Un client, un utente, può fare molte visite.

- La **Bounce rate** è la percentuale di visite in cui il **client** raggiunge e **lascia** un'unica pagina, **senza andarne a visitare altre** dello stesso sito. In italiano, lo si può chiamare **frequenza di rimbalzo**.



immagine da theafh.net

Metriche: Session duration, Time on page

- La **Session duration** è il **tempo medio** in cui i client **rimangono** in connessione con il **sito** web ogni volta che lo visitano.

La session duration può essere incerta da quantificare esattamente, perché i programmi di web analytics non possono misurare il tempo per cui un client rimane sull'ultima pagina che visita – a meno che non sia previsto un esplicito evento di uscita tipo onUnload().

- La **Page view duration / Time on page** è il **tempo medio** per cui i client **rimangono** su una determinata **pagina** del sito web.



immagine da velocityadvisorygroup.com

Metriche: Active time, Page depth etc.



- L'**Active time / Engagement time** è il **tempo medio** in cui i client – cioè in pratica gli utenti – **rimangono** in effettiva interazione con il contenuto di una pagina web, rilevato in base ai **movimenti del mouse**, ai **click**, agli **hover** e agli **scroll**.

Differentemente dalla Session duration e dalla Page view duration / Time on page, questa metrica può quantificare esattamente il tempo per cui c'è interazione anche sull'ultima pagina visitata.

- La **Page depth / Page view per session** è il **numero medio** di **pagine** web che i client visitano **prima di chiudere** la sessione.

Questa metrica, che si chiama anche **Pv/Session**, si calcola dividendo il numero totale delle page view per il numero totale delle sessioni.

Tutti questi **dati** sono resi **accessibili** dal servizio di **statistiche** del **proprio sito** web.

Un esempio

webtrends®

Min 32,470 Max 51,005 Average 42,218

295,270 Sessions



In questa schermata il software **webtrends** estrapola dal **logfile** che si è andato formando nel server i dati utili a rappresentare in forma di **grafico** le **richieste** cui il server ha risposto **ok** in un certo periodo di **tempo**. La tabella scorre invece dati per tipo di **device** che ha fatto **richiesta**.

Faster Query More Accurate

Filter

Device Type	Browser Name	Transaction Stage	Country	Bounce Rate	Sessions	Users	Views
1	computer			36.88 %	295,270	214,965	1,756,305
2	mobile phone			46.43 %	190,550	148,985	758,135
3	tablet			38.51 %	74,615	56,925	397,655
1	safari			38.75 %	55,110	42,850	294,590
2	android browser			37.59 %	15,710	11,170	85,475
3	chrome mobile			40.66 %	2,115	1,520	9,785
				40.97 %	1,645	1,255	6,370



Google Analytics



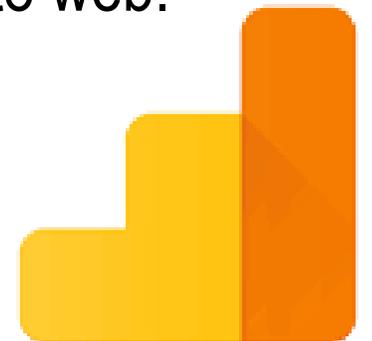
Al di là di ciò che il gestore di un'entità può leggere in forma di statistiche e diagrammi direttamente dal logfile che via via si incrementa sul proprio web server, ci sono molti tool in grado di raccogliere dati sulle visite al proprio sito web, diciamo così, da fuori.

Il più diffuso e affidabile tool del genere è Google Analytics, un servizio gratuito o freemium – che cioè diventa a pagamento quando lo si utilizza oltre un certo quantitativo di dati – messo a disposizione da Google.

Google Analytics genera statistiche dettagliate e leggibili sulle visite a un sito web.

Stando a fonti affidabili, già nell'agosto 2013 Google Analytics era utilizzato dal 66.2% dei 10.000 siti web più visitati.

Al 2021, risulta che ricorra a Google Analytics circa il 55% dei siti web, e circa l'85% dei siti web che usano tool per sapere quanto sono visitati.



Analytics grazie al Page Tagging



Google Analytics non si basa su logfile accumulati sui web server.

Per quale ragione? Per l'ottimo motivo che non ha accesso ai web server altrui...

È invece attivato volontariamente dai gestori dei siti, che aggiungono un codice javascript di tracking ai file html di ogni pagina di cui vogliono far registrare il traffico.

Google Analytics è una tecnologia di web analytics basata sul Page Tagging.

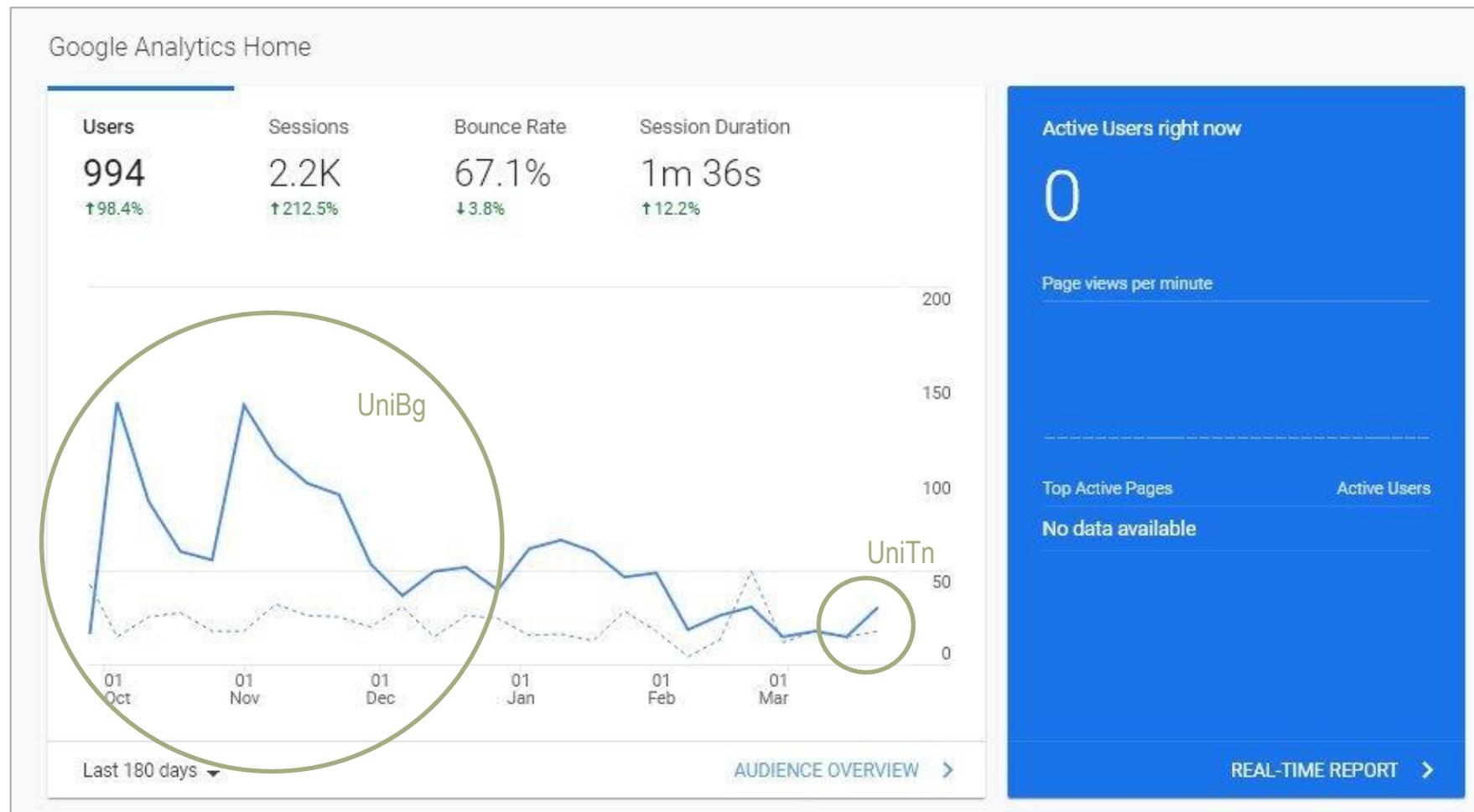
```
<script type="text/javascript">

  var _gaq = _gaq || [];
  _gaq.push(['_setAccount', 'UA-XXXXX-X']);
  _gaq.push(['_trackPageview']);

  (function() {
    var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
    ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
    var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
  })();

</script>
```

Una dashboard di Google Analytics



Questa era la situazione del sito dove stanno i materiali del sottoscritto alle 11.28 di sabato 27 marzo 2021.

Ho potuto vedere dati sulle visite dei “miei” studenti. Di sabato nessuno (giustamente!)

Un'altra dashboard di Google Analytics



Ho potuto vedere l'origine delle richieste (dirette; dai motori; da altri siti o dall'interno del sito stesso) e i loro paesi d'origine.

(Organic significa senza pubblicità.)

Ancora una dashboard di Google Analytics



Se avessi attivato la funzione **Ads**, avrei trovato anche dati demografici e sugli interessi degli utenti.

Demographics and Interest Reports

Enable Advertising Features include Demographics and Interest reporting, Remarketing, GDN Impression Reporting and the Campaign Manager 360 integration. By enabling Advertising Features, Google Analytics will collect additional data about your traffic. You may need to update your privacy policy before enabling Advertising Features. [Learn More](#).

The Demographics and Interest sections include Overview reports, along with new Age, Gender, and Interest Categories reports.

- They allow you to better understand who your users are.
- You can segment the rest of your Analytics data by these same characteristics so you can understand how converting and non-converting users differ (and many other such comparisons).
- These are the same demographics & interest categories used to target ads on the Google Display Network. Use these insights about your users to refine your ad campaign strategies.
- Not all of your users may have demographics associated with them, so these reports may only represent a subset of your users and may not be representative of your overall site composition.
- [Learn more about how Google determines user demographics.](#)
- [Learn more about how Google determines user interest categories.](#)
- Before enabling Demographics and Interest Reports you may need to update your privacy policy according to [this policy](#).

[Learn more about the new reports.](#)

Age

100% of total sessions

Age Group	Percentage
18-24	27.50%
25-34	33.50%
35-44	15.50%
45-54	12.50%
55-64	5.50%
65+	5.50%

© 2021 Google | [Analytics Home](#) | [Terms of Service](#) | [Privacy Policy](#) | [Send Feedback](#)

Gender

100% of total sessions

Gender	Percentage
Female	45.85%
Male	54.15%

Interest Category

100% of total sessions

Interest Category	Percentage
Sports/ Individual Sports/ Running & Walking	5.49%
Computers & Electronics/ Consumer Electronics/ Electronic Accessories	3.94%
Sports/ Individual Sports/ Cycling	3.05%
Food & Drinks/ Cooking & Recipe/ Soups & Stews	2.96%
Travel/ Tourist Destinations/ Historical Sites & Buildings	2.45%

Ads? Chi era costui?



Il servizio **Google Ads** (che fino al luglio 2018 si chiamava Google Adwords) è un servizio di **pubblicità online** impostato sulla formula **pay-per-click**.

Gli **inserzionisti pagano** per farsi **vedere** – con loro pubblicità o comunque in evidenza – dagli utenti che fanno **ricerche** su Google o che **visitano pagine** che Google controlla.

Il servizio si basa su **keyword** scelte dall'inserzionista.

Quando l'algoritmo suppone – dalle keyword, e dalle pagine visitate in precedenza da quel browser – che una certa pubblicità possa essere interessante per l'utente di quel browser, la fa apparire in pagina.

Se l'**utente clicca** su quella pubblicità, l'**inserzionista paga**.

È da questo servizio che Google ricava il grosso dei propri **introiti**.



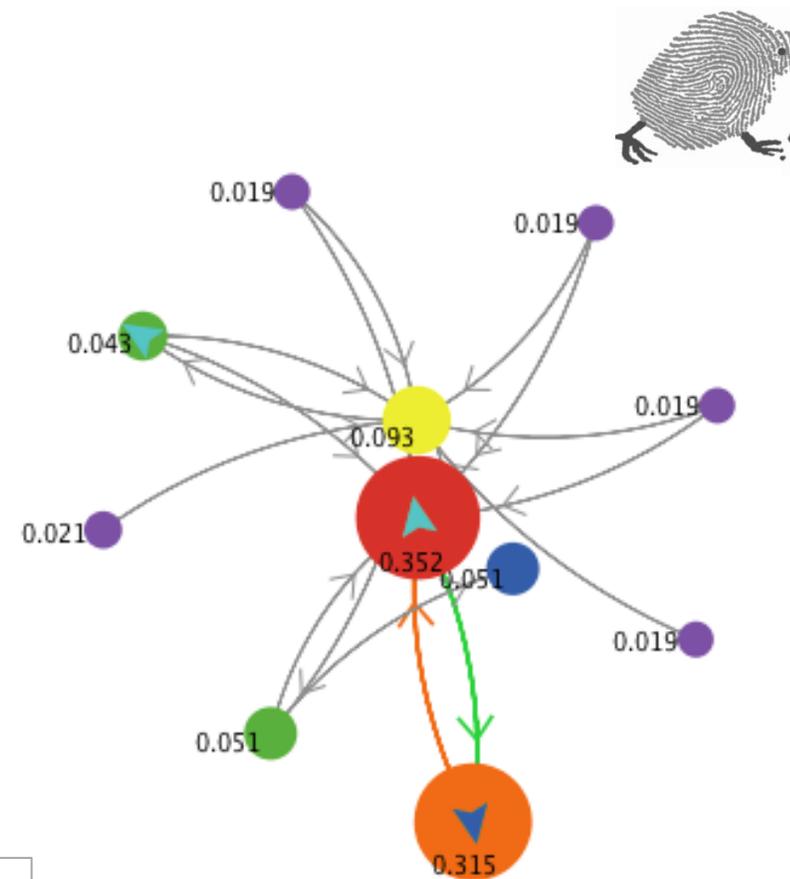
Google Ads

E in casa d'altri?

Fin qui si è trattato di situazioni in cui il gestore può accedere al suo web server o in cui ha collocato nel suo sito i javascript di Google Analytics. Si gioca in casa.

Ma quando si deve cercare di capire quanto e da chi è visitato il sito web di qualche altra entità?

Su questo punto si possono soltanto riprendere le considerazioni già fatte – quando si è parlato di reti – in tema di SimilarWeb e delle sue possibili alternative.



We're sorry but...

We currently lack sufficient data to show complete estimations for this website.

Anche qui un esempio...





BOOKING



HOLIDAY OFFERS



EVENTS



WEBCAMS



WEATHER



CONTACT

SimilarWeb dà dati su Visit Trentino

Welcome to Trentino

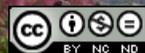
Picture yourself leisurely enjoying the wonders of nature. Picture yourself taking your time and exploring Alpine woods, valleys, rivers and lakes. Picture yourself discovering a fresh sense of balance and well-being as you walk in the mountains, relax on the snow or sit and savour a glass of sparkling Trentodoc wine.

With its stunning blend of natural marvels, culture and traditions, Trentino can offer all of this in the heart of the Italian Alps, where the towering peaks stretch up into the blue sky above the Dolomites, a UNESCO World Heritage Site.

Four seasons, countless colours



Roberto Peretta



Sistemi informativi per il turismo. Perché?

visittrentino.info



Global Rank #149,426 Worldwide	Country Rank #4,687 Italy	Category Rank #1439 Travel and Touris...
--------------------------------------	---------------------------------	--

Visits Over Time

Sep 2020 - Feb 2021, All Traffic



Bounce Rate	61.19%
Pages per Visit	2.36
Monthly Visits	313.10K
Avg. Visit Duration	00:02:34

GO TO TRAFFIC AND ENGAGEMENT

Geography

Dec 2020 - Feb 2021, Desktop Only



26

Anche in dettaglio

- Overview
- Referrals
- Search
- Social
- Display
- Audience
- Competitors
- Mobile Apps
- PRO SimilarWeb PRO

visittrentino.info + COMPARE

Feb 2021

DOWNLOAD

Referrals ⓘ



Top Referring Sites: ⓘ

ski.it	67.07%	▲ 249.2%
sitn.pl	11.67%	
italia.it	4.92%	▲ 69.57%
app.tandem.net	4.54%	
provincia.tn.it	1.97%	

See 5 More Referring Sites

Top Destination Sites: ⓘ

fassa.com	13.01%	▼ 34.89%
instagram.com	9.54%	
facebook.com	8.29%	
gardatrentino.it	7.09%	▼ 13.10%
visitfiemme.it	6.08%	▼ 33.40%

See 14 More Destination Sites

Questi sono dati sul primo tipo di web presence (il sito ufficiale) della destinazione Trentino alle 19.48 di sabato 27 marzo 2021 rintracciati in pubblico su SimilarWeb.

This website uses cookies. Cookies remember you so we can give you a better online experience. [Learn more.](#)

Roberto Peretta

Search ⓘ



Sistemi informativi per il turismo. Perché?



SimilarWeb e Google Analytics

Get more out of your data with Google Analytics Connector

Connecting your Google Analytics to the SimilarWeb dataverse puts your data in context, making it more actionable. Surface insights and identify patterns to make better business decisions.

- Better benchmarking
- Better reporting
- Better business decisions

Get your website verified

Connect your Google Analytics account to to verify your performance metrics publicly and authenticate your website or app traffic.

Please note: in the event of possible discrepancies, your data may not be presented publicly. For further assistance please contact Support

CONNECT PUBLICLY

Benchmark your performance

Connect your Google Analytics account privately to provide you and your team a comprehensive view of your website or app metrics, and benchmark performance directly against your competitors on SimilarWeb's platform.

Verified badges will only be shown for users who have access to your account.

CONNECT PRIVATELY

D'altra parte, che i dati di SimilarWeb arrivino da Google Analytics è dichiarato.

Facebook Insights



Si è visto che la web presence di un'entità va ben al di là del suo sito web ufficiale. Si deve quindi considerare, quanto meno, anche il **secondo tipo di web presence**.

Infatti anche le pagine delle **reti sociali** – secondo tipo di web presence di un'entità: le pagine dove l'entità è presente ma non può controllare tutto – sono monitorate e possono essere analizzate con tecnologie di web analytics non troppo differenti.

La più diffusa piattaforma di **rete sociale**, vale a dire Facebook, dà al proprio tool di web analytics il nome di **Facebook Insights**.

Come per Google Analytics, le Facebook Insights sono **visibili soltanto al gestore**.





Using Facebook

- Creating an Account
- Friending
- Your Home Page
- Messaging
- Stories
- Your Photos and Videos
- Videos on Watch
- Pages

Interact with Pages

Create and Manage a Page

Names and Usernames

Manage Page Settings

Customize a Page

Publishing

Messaging

Insights

Banning and Moderation

Fix a Problem

Groups

Events

Fundraisers and Donations

Facebook Pay

Facebook Page?

What's the difference between a profile, Page and group on Facebook?

Computer Help

Share Article

Pages that you manage may be in the new Pages experience. [Learn more about new Pages.](#)

Profiles

A [profile](#) is a place on Facebook where you can share information about yourself, such as your interests, photos, videos, current city and hometown. To see your profile, click or tap your name or profile picture at the top of Facebook.

Pages

You must have a profile to [create a Page](#) or help manage one. [Pages](#) are places on Facebook where artists, public figures, businesses, brands, organizations and nonprofits can connect with their fans or customers. When someone likes or follows a Page on Facebook, they can start seeing updates from that Page in their News Feed.

To see an example of a Page, see the screenshot below.



Groups

You must have a profile to [create a group](#) or help manage one. [Groups](#) are a place to communicate about shared interests with certain people. You can create a group for anything —

Le pagine di Facebook sono quasi piccoli **siti**. Dunque è sensato registrarli **dati** statistici **consultabili** dal gestore: le **Insights**, appunto.

Roberto Peretta



Sistemi informativi per il turismo. Perché?

Was this helpful?

Yes No

30

- Overview
- Followers
- Ads
- Likes
- Reach
- Page Views
- Actions on Page
- Posts
- Events
- Videos
- Stories
- People
- Messages
- Orders

Insights: diagrammi

Page Summary Last 28 days

Results from Feb 27, 2021 - Mar 6, 2021
Note: Posts do not include today's data. Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

Export Data

Organic Paid

Actions on Page February 27 - March 26 We have insufficient data to show for the selected time period.	Page Views February 27 - March 26 141 Total Page Views ▲12%	Page Previews February 27 - March 26 We have insufficient data to show for the selected time period.
Page Likes February 27 - March 26 2 Page Likes ▲100%	Post Reach February 27 - March 26 64 People Reached ▲5%	Story Reach February 27 - March 26 Get Story Insights See stats on how your Page's recent stories have performed. Learn More
Recommendations February 27 - March 26 We have insufficient data to show for the selected time period.	Post Engagement February 27 - March 26 4 Post Engagement ▼60%	Videos February 27 - March 26 6 3-Second Video Views ▼81%
Page Followers February 27 - March 26 2 Page Followers ▲100%		

Ad Results Have Moved

Facebook Insights della pagina CiaoMilano alle 16.32 di sabato 27 marzo 2021

- Visite
- Like
- Engage
- Follower
- Organic o pubblicità?



CiaoMilano > Page Insights

Page Insights

- Overview
- Followers
- Ads
- Likes
- Reach
- Page Views
- Actions on Page
- Posts**
- Events
- Videos
- Stories
- People
- Messages
- Orders

Promote

Insights: engagement

Date	Time	Image	Text	Link	Video	Reactions	Comments	Shares	Boost Post
05/10/2020	4:39 PM		While we wait...			101	2	3	Boost Post
5/06/2020	5:55 PM		In order to fight any further diffusion of COVID-19, public and private			68	0	1	Boost Post
04/27/2020	11:33 AM		Bottom-up. Pedalling it out :-)			135	15	4	Boost Post
04/14/2020	9:23 AM		Though locked down, Milano does not stop. For instance, the Pirelli			76	0	0	Boost Post
04/11/2020	9:00 AM		Though locked down, Milano does not stop. For instance, the Triennale			99	1	1	Boost Post
04/10/2020	4:18 PM		This country is locked down till May 3, at least. Good old museums in Milan			82	0	0	Boost Post
04/04/2020	10:02 PM		Though locked down, Milano does not stop. For instance, the Triennale			68	0	0	Boost Post
03/28/2020	10:18 AM		Though locked down, Milano does not stop. For instance, the Triennale			75	2	0	Boost Post
03/23/2020	3:02 PM		See you soon, or... well, in a while :-)			98	2	0	Boost Post
03/20/2020	7:48 AM		In order to fight any further diffusion of COVID-19, public and private			88	2	4	Boost Post
03/12/2020	11:41 AM		In order to fight any further diffusion of COVID-19, public and private			150	6	2	Boost Post
03/09/2020	10:13 PM		In order to fight any further diffusion of COVID-19, public and private			118	0	0	Boost Post
03/08/2020	10:53 PM		In order to fight any further diffusion of COVID-19, public and private			142	2	0	Boost Post
03/06/2020	8:47 AM		Milano -- or Milan, if you prefer -- is a resilient town. We keep behaving			117	3	0	Boost Post
03/02/2020	9:27 AM		Milan is partially closed (i.e. most public events like concerts and			130	7	1	Boost Post
02/27/2020	3:01 PM					127	5	2	Boost Post
02/26/2020	10:13 AM		In order to fight any potential diffusion of COVID-19, public meetings are			293	8	3	Boost Post
02/23/2020	7:53 PM		The Mares's don't get too worried. Business as usual, and a			205	3	3	Boost Post

- Che tipo di post era? Link, video, foto, testo?
- Quante persone lo hanno visto?
- Quante persone sono state coinvolte?



E nelle altre socialità?



Dati di web presence simili sono rintracciabili anche per le socialità altrui, ma “a mano”. Bisogna trovare e contare gli UGC nelle pagine Facebook, Twitter, Instagram... sparse per il mondo.

- Quanti like?
- Quanti follower?
- Quanti commenti?
- Quante condivisioni?

Visit Trentino ✓
@visittrentino · Local & Travel Website

Home Events About Videos More ▾

About See All

- https://www.visittrentino.info
http://twitter.com/visittrentino
https://www.instagram.com/visittrentino/
https://www.youtube.com/user/visittrentino
- Non solo promozione del turismo, ma marketing di tutto un territorio, dai prodotti tipici alla cultura: è questo il compito della Trentino Marketing S... See More

343,053 people like this including 43 of your friends

395,567 people follow this

https://www.visittrentino.info/

Send Message

social@visittrentino.it

Always Open

Local & Travel Website · Regional Website

Visit Trentino was live.
20h · 🌐

Assieme a [ForestPaola Accompagnatore di Territorio](#) ci immergeremo nel bosco della Val dei Mòcheni, alla ricerca della primavera. Impareremo a riconoscere i segni del suo arrivo nel mondo naturale: i suoi colori, i suoi profumi, i suoni e le tracce degli animali.

BENVENUTA PRIMAVERA
1 GIORNO, 10 EVENTI

Laura Cramerotti
Marco Lovisco
Donatella Bombarda
Michel Germani
Francescopaolo Roselli
Giovanna Vittori
Elisa Lorenzi
Antonella Chiogna
Marvi Valentini
Denise Bruschi
Choman Omar
Stefano Gardosi
Sabrina Mafara
Annamaria Mortara
Emanuela Bianchi
Lucia Carbone Sarinelli
Mary Torres
Veronica Trinci
Branko Batica Maksimovic
and 96 more...

Laura Cramerotti and 114 others

54 Comments 13 Shares

Like Comment Share

Most Relevant ▾

Write a comment...

Visit Trentino · 33:06
Grazie mille a tutti per aver trascorso con noi un po' di tempo nei boschi della Valle dei Mocheni!

Like · Reply · 19h

View 32 more comments

In casa e fuori



Riassunto. Finché il gestore della web presence di un'entità si occupa di casa sua, può avere a disposizione

- le statistiche del proprio web server,
- la dashboard di Google Analytics che ha attivato per il suo sito
- le Facebook Insights per la sua presenza Facebook.

Il gestore può anche confrontare il sito web ufficiale della sua entità – la web presence del primo tipo – con quelli dei concorrenti. Può infatti andare a consultare SimilarWeb o qualcuno degli altri tool che setacciano dati sulle visite ai siti web.

Ma quando il gestore vuole confrontare con la concorrenza la web presence semi-ufficiale della propria entità – la web presence del secondo tipo – la faccenda si complica.

webtrends®



SimilarWeb

E nel resto del mondo?



Lo stesso problema – anzi in realtà ampliato – si presenta con il terzo tipo di web presence di un'entità: la sua presenza in rete nel resto del mondo.

Un'entità può benissimo essere presente in rete da qualche parte senza che i suoi gestori lo sappiano. È un caso relativamente frequente nel turismo, dove spesso le imprese sono piccole.

È accaduto spesso e tuttora accade che, per esempio, un B&B si accorga di essere citato su TripAdvisor o commentato da qualche utente di Google Maps senza aver preso nessuna iniziativa per essere presente su TripAdvisor o non aver nemmeno controllato la propria posizione geografica quale risulta su Google Maps.



“That’s the UGC, baby...”

immagine da [pinterest](#)

Google Alerts

Una via un po' rozza per sapere "chi parla di che cosa" è utilizzare **Google Alerts**, un servizio cui si può chiedere di **ricevere una segnalazione** – per esempio per posta elettronica – ogni volta che Google si "accorge" che una certa **keyword compare citata in rete**.

In prima approssimazione quella di Google Alerts è sicuramente una via da seguire, ma certamente non è risolutiva.

Per esempio, Google Alerts non rintraccia nulla dalle reti sociali.



The screenshot shows the Google Alerts interface. At the top, the Google logo is visible. Below it, the word "Alerts" is displayed in a blue header, with the subtitle "Monitor the web for interesting new content." A search bar contains the text "Rifugio Trentino". Below the search bar, there is a field for "Enter email" and a blue "Create Alert" button, along with a "Show options" dropdown menu. The main content area shows an "Alert preview" section with the text: "There are no recent results for your search query. Below are existing results that match your search query." Underneath, there is a "WEB" section with a result from "Associazione Rifugi Trentino (@rifugitrentino)" on Instagram. A settings menu is overlaid on the right side of the page, showing options for "How often" (set to "At most once a day"), "Sources" (with "Automatic" selected), "Language", "Region", and "How many". There is also an "Enter email" field within the settings menu. At the bottom of the page, there are several search results related to "RIFUGIO P..." and "Holiday package autums Val di Fassa - Rifugi del Gusto Refuges of Taste Dolomites Trentino ...".

Ci si può far aiutare



Quando si è parlato di web reputation si sono citate due **piattaforme professionali**, una internazionale e una nazionale, che raccolgono in rete **dati di UGC** su entità turistiche – sia imprese sia destinazioni – e li restituiscono trattabili agli abbonati.

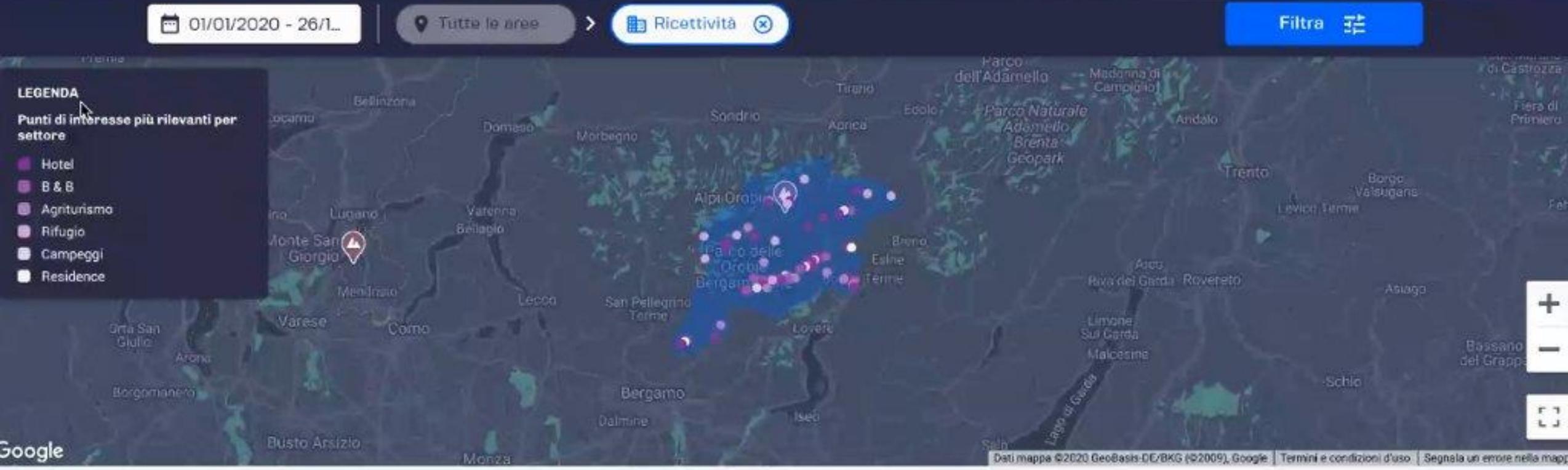
Qui gli abbonamenti non sono a buon mercato, e non si può essere certi che queste piattaforme **raccolgano** veramente **tutti i dati utili** a valutare la web reputation.

Quel che è certo è che il panorama restituito a chi si abbona è molto più ampio e indicativo di quanto un'impresa turistica o una destinazione raccoglierebbero da sole.



Di seguito, una schermata dalla dashboard di Travel Appeal per la Val Seriana.

Una schermata da Travel Appeal



HOTEL	RIFUGIO	AGRITURISMO	B & B
SENTIMENT ⓘ	SENTIMENT ⓘ	SENTIMENT ⓘ	SENTIMENT ⓘ
87,5 /100 ▼ -1,5	88,2 /100 ▼ -1,0	89,6 /100 ▲ +1,1	89,4 /100 ▼ -1,4

Web reputation e web presence



Come si vede, la dashboard realizzata da Travel Appeal per la Val Seriana restituisce – almeno nella schermata proposta, anche se ce ne sono disponibili molte altre – il sentiment complessivo per i POI nel territorio. Ma è interessante che le percentuali sintetizzino dati raccolti nella web presence dei singoli Poi.

La web presence è il terreno di coltura della web reputation.

Se un'entità non è ben presente in rete con il suo sito web ufficiale e con le pagine semi-ufficiali nelle reti sociali – e nemmeno sa dove si parli di lei nel resto del mondo – pensa soltanto a se stessa senza curarsi del mondo. È una reputazione abbandonata.

Tuttavia, su dati tipo Travel Appeal la quantificazione del sentiment può destare dubbi.

Percentuali e diagrammi sono “belli” e certo indicativi delle tendenze. Eppure, come si osservava, queste quantificazioni – troppo positive? – sono fatte a macchina.

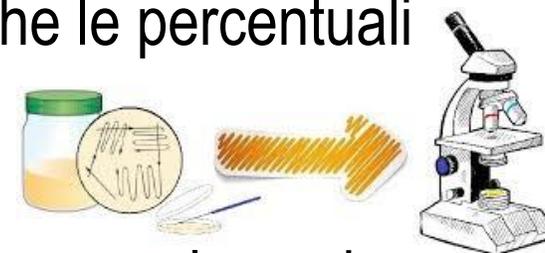


immagine da homebrewingcondor.blogspot

Un'altra schermata da Travel Appeal

26/08/2020 - 26/... Tutte le aree Tutti i comparti Filtra

SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

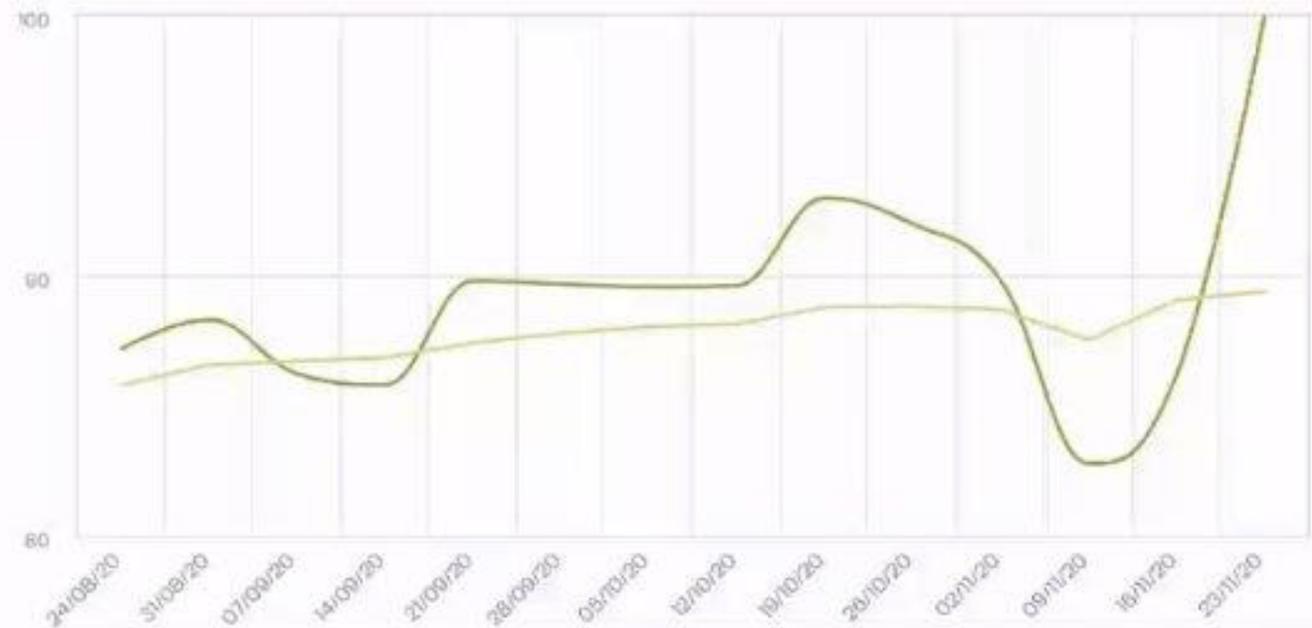
SENTIMENT VALSERIANA E VAL DI SCALVE



-0,4 Rispetto all'anno precedente

87,2 Italia

ANDAMENTO



Interpretazione e analisi semantica



Infatti ogni volta che **post**, **commenti** etc. sono **troppi** e **non c'è tempo né modo** di leggerli di persona, servono le macchine.

Le macchine interpretano in base a parametri di **analisi del linguaggio**.

Ma fattori culturali, sfumature linguistiche e differenze di contesto rendono piuttosto **complicato** il compito di trasformare un testo in una precisa **valutazione del sentiment**.

Segue qualche esempio da Travel Appeal (ma sono esempi vecchi, si badi!).



immagine da Travel Appeal

Queste sarebbero “lamentele inascoltate”?

3 unanswered complaints

 Sentiment 89.1%	Roberto has been a great host welcoming, attentiv...	Wed. June 1st 2016
 Sentiment 89.8%	Roberto was a fantastic host providing us with di...	Wed. June 1st 2016
 Sentiment 84.0%	The best host you can ever ask for! Great location...	Wed. June 1st 2016

[Show all](#)

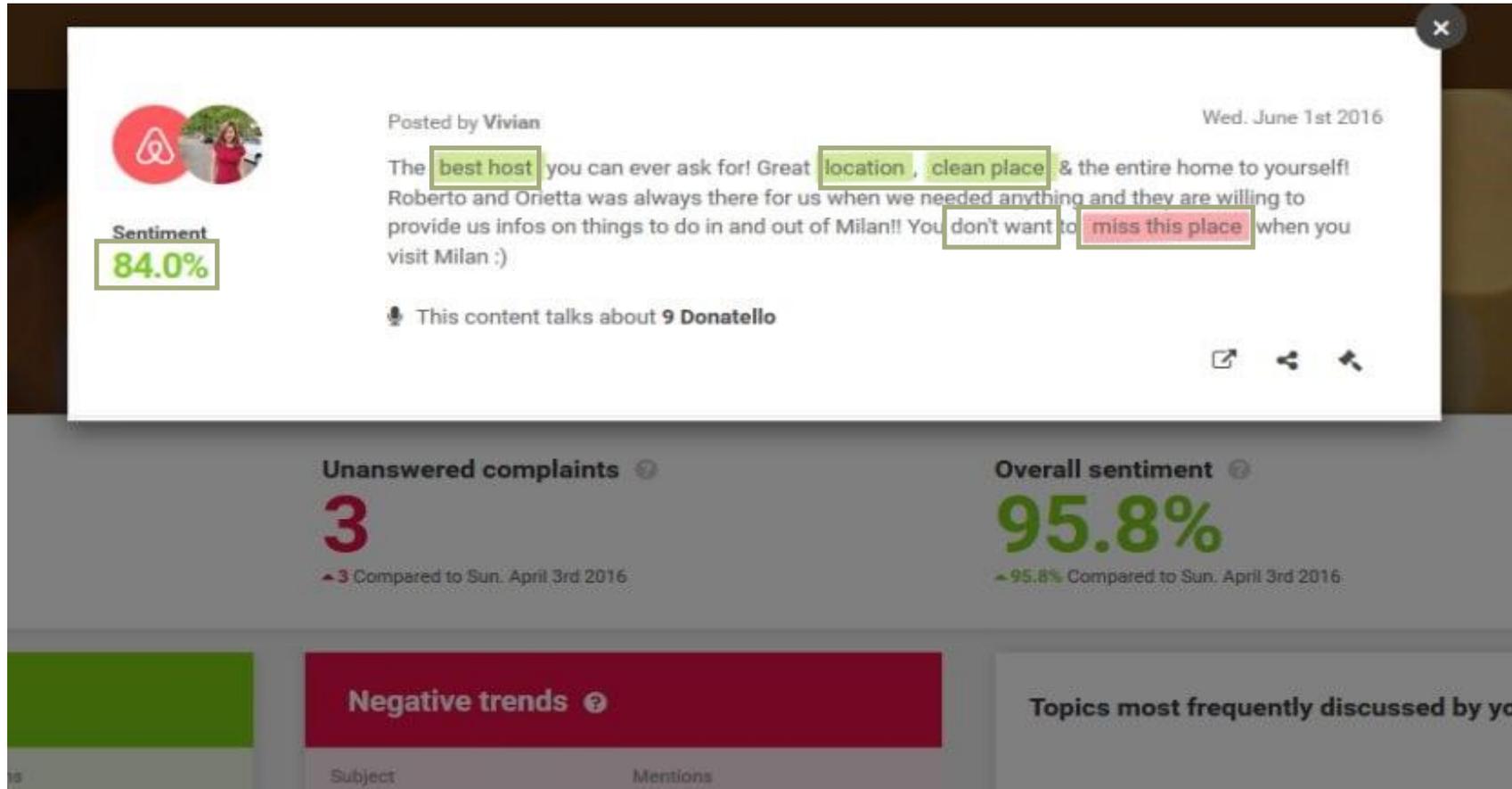
▲ 3 Compared to Sun. April 3rd 2016

▲ 95.8% Compared to Sun. April 3rd 2016

Negative trends ⓘ

Topics most frequently discussed b

E il “don't want” dov'è finito?



Se l'analisi “meccanica” del linguaggio analizza stringhe di parole ma non la sintassi della frase, il senso dei commenti può risultarle capovolto.

Metriche e cookie



Di solito l'identificazione degli utenti si effettua sui loro computer (non sulle persone fisiche, ovviamente: ma in fondo è lo stesso...) grazie ai **cookie**.

I web server usano i cookie per **collocare nel browser** di un utente **informazioni** su ciò che sta visitando, e **ritrovarle poi** memorizzate in occasioni successive.

Questo genere di **tracciamento** (tracking) si può usare per **autenticare un utente** e le sue preferenze e/o per **identificare una session**, gli acquisti contenuti in un carrello di **e-commerce** e qualsiasi altra cosa si possa **identificare grazie a dati testuali** memorizzabili nel browser di un utente.

immagine da cookiedelivery.com



Biscottini di tracking



I cookie **non** sono **software**: sono semplici stringhe **alfanumeriche**. Non sono programmabili, non possono trasmettere virus né installare malware.

D'altra parte, tanto i **web server** che hanno collocato i cookie quanto **spyware** esterni possono utilizzarli per **tracciare** il comportamento degli utenti sui loro browser – una **seria questione di privacy**, che ha spinto i legislatori europei a prendere posizione.

I cookie possono anche essere **rubati** per entrare nell'account web della vittima.

Di seguito si può vedere **dove** in un browser, per esempio in Firefox, i cookie **si collocano** (e come casomai possono essere cancellati...)

immagine da cookiedelivery.com



I cookie. Dove sono?

Roberto Peretta Timeline Recent

Manage Posts List View Grid View

Items for you to review

Intro

Make Post Photo/Video Live Video Life Event

What's on your mind?

Photo/Video Feeling/Activity

Posts Manage Posts List View Grid View

Roberto Peretta shared a post. Yesterday at 7:28 AM



Joshū de Petalberto Science Humor August 29 at 4:33 PM

Find in Options

General Browser Privacy

Home Forms & Passwords

Search

Privacy & Security

Firefox Account

Ask to save logins and passwords for websites Exceptions... Saved Logins... Change Master Password

Use a master password

History

Firefox will Use custom settings for history

Always use private browsing mode Clear History...

Remember my browsing and download history

Remember search and form history Settings...

Clear history when Firefox closes

Cookies and Site Data

Your stored cookies, site data and cache are currently using 350 MB of disk space. Learn more

Clear Data... Manage Data... Exceptions...

Accept cookies and site data from websites (recommended)

Keep until They expire

Accept third-party cookies and site data From visited

Block cookies and site data (may cause websites to break)

Sign in to Sync

New Windows Ctrl+N

New Private Window Ctrl+Shift+P

Zoom 100%

Edit

Library

Add-ons Ctrl+Shift+A

Options

Customize

Open File... Ctrl+O

Save Page As... Ctrl+S

Print...

Find in This Page... Ctrl+F

More

Web Developer

Help

Exit Ctrl+Shift+Q

immagine da cookiedelivery.com



I cookie. Dove trovarli?

The following websites store cookies and site data on your computer. Firefox keeps data from websites with persistent storage until you delete it, and deletes data from websites with non-persistent storage as space is needed.

Search websites

Site

Site	Cookies	Storage	Last Used
facebook.com	13		8/31/2018, 4:25 PM

Remove Selected Remove All Shown Cancel Save Changes

immagine da cookiedelivery.com



- Sign in to Sync
- New Windows
- New Private Window
- Zoom 100%
- Edit
- Library
- Add-ons
- Options
- Customize
- Open File...
- Save Page As...
- Print...
- Find in This Page...
- More
- Web Developer
- Help
- Exit

I cookie. Come cancellarli?

- General
- Home
- Search
- Privacy & Security
- Firefox Account

Browser Privacy

The following websites store persistent storage until you delete it, and deletes data from websites with non-persistent storage as space is needed.

Site
consent.google.com
google.com
calendar.google.com
contacts.google.com
notifications.google.com
business.google.com
accounts.google.com
photos.google.com

Remove Selected

Manage Cookies and Site Data

The following websites store persistent storage until you delete it, and deletes data from websites with non-persistent storage as space is needed.

Site
facebook.com

Remove Selected

Manage Cookies and Site Data

The following websites store cookies and site data on your computer. Firefox keeps data from websites with persistent storage until you delete it, and deletes data from websites with non-persistent storage as space is needed.

Site	Cookies	Storage	Last Used
------	---------	---------	-----------

Remove Selected Remove All Shown

Cancel Save Changes

- Sign in to Sync
- New Window Ctrl+N
- New Private Window Ctrl+Shift+P
- Zoom 100%
- Edit
- Library
- Add-ons Ctrl+Shift+A
- Options
- Customize
- Open File... Ctrl+O
- Save Page As... Ctrl+S
- Print...
- Find in This Page... Ctrl+F
- More
- Web Developer
- Help
- Exit Ctrl+Shift+Q

immagine da cookiedelivery.com

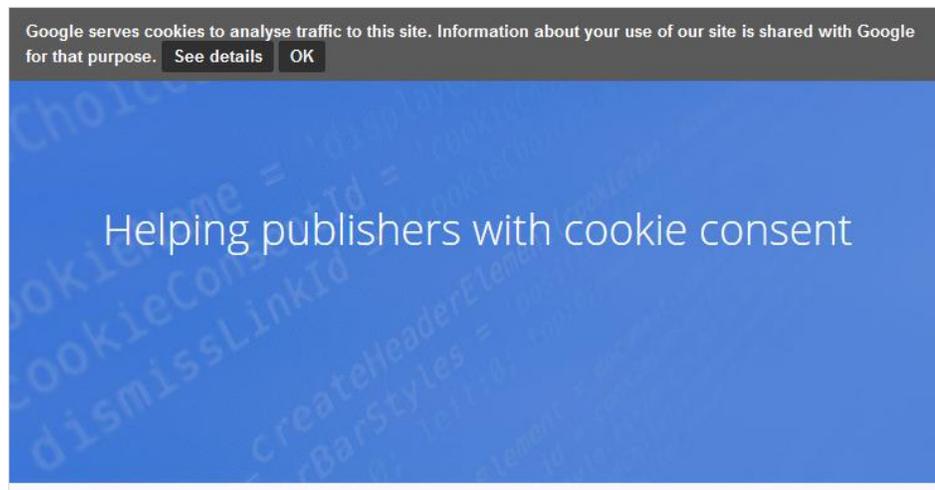


Accettare i cookie?



I siti web che usano cookie devono dichiararlo agli utenti, dettagliare la cookie policy che adottano, e chiedere **esplicitamente** agli utenti di accettare i cookie.

Perché? Per evitare che qualche utente **rinunci** a qualche aspetto della sua privacy **senza accorgersene** – cosa che in realtà avviene molto spesso.



Google serves cookies to analyse traffic to this site. Information about your use of our site is shared with Google for that purpose. [See details](#) [OK](#)

Why is this important?

European laws require that digital publishers give visitors to their sites and apps information about their use of cookies and other forms of local storage. In many cases these laws also require that consent be obtained.

This site is produced by Google. We work with lots of publisher partners and, based on that experience, we wanted to provide any publishers with easy-to-implement tools that can help them meet their legal obligations to get user consent.



I cookie sono un obbligo?



I cookie sono utilizzatissimi dai web server – specie, come si accennava, per alimentare **web analytics** basate sul Page Tagging – ma usarli **non è obbligatorio**.

Usare cookie è però **di fatto necessario** nei processi di **e-commerce**. Perché?

Quando un utente sceglie un prodotto su un sito web di e-commerce, al momento del **pagamento** la sua connessione deve essere spostata su un server diverso:

su un server finanziario,
che garantisca **sicurezza**.

Google serves cookies to analyse traffic to this site. Information about your use of our site is shared with Google for that purpose. [See details](#) [OK](#)

Compiuto il pagamento, la connessione dell'utente **ritorna** al server del sito di e-commerce da cui era arrivata. Ma come può il server esser certo che l'utente abbia pagato?

Semplice! Usando cookie che identifichino l'utente attraverso l'intero processo...

La privacy



Nel campo dell'e-commerce la **questione** più irrinunciabile è ovviamente la sicurezza delle transazioni. Ci mancherebbe altro! Sul piano generale delle garanzie agli utenti, però, è chiaro che accanto al tema sicurezza si colloca **la questione della privacy**.

Che cos'è la privacy? È un concetto di origine anglosassone. Riguarda l'idea di **diritti umani** – idea che ha radici più antiche, nel concetto di *civis romanus* e nella conseguente idea cristiana di persona – e chiama in causa il diritto riconoscibile a ogni persona di **vivere la propria vita** al riparo da sguardi indiscreti.

(La privacy, comunque, non è un concetto che abbia sempre una definizione chiara e condivisa. Può significare cose diverse se considerata dai punti di vista di **individualità** o di **culture diverse**.)



immagine da דרכון פורטוגלי

La scomparsa della privacy



Oggi si dice che, al di là dei cookie, la **privacy** sta scomparendo. Per esempio, le **compagnie telefoniche** raccolgono dati su dove (in quale cella) si trovino i telefoni di qualsiasi **chiamante** e **chiamato** – anche quando non ci sono chiamate in corso – e registrano tutti i dati su **dove**, **quando**, **per quanto tempo** e fra quali **interlocutori** ciascuna chiamata si svolge.

Questa è una delle conseguenze della “rivoluzione tecnologica”. Non è quindi tanto sorprendente che, quando un sito web utilizza dei **cookie**, la **legislazione europea** chieda che l’**utente** ne sia **messo al corrente** con un avvertimento chiaro e distinto, e abbia la **possibilità** – che purtroppo spesso rimane soltanto **teorica** – di rifiutare i cookie. Lo si vedrà poco più avanti.

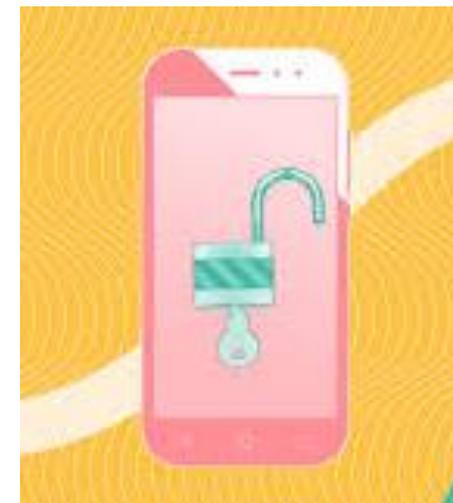


immagine da futurism.com

Quali cookie

24 ORE

+ Cookie di funzionalità	<input type="checkbox"/>
+ Cookie per pubblicità mirata	<input type="checkbox"/>
+ Archiviare e/o accedere a informazioni su un dispositivo	<input type="checkbox"/>
+ Dati di geolocalizzazione precisi e identificazione attraverso la scansione del dispositivo	<input type="checkbox"/>
+ Annunci e contenuti personalizzati, valutazione degli annunci e del contenuto, osservazioni del pubblico e sviluppo di prodotti	<input type="checkbox"/>
+ Garantire la sicurezza, prevenire frodi e debug	Sempre attivi
+ Selezionare contenuti personalizzati	Sempre attivi
+ Abbinare e combinare fonti di dati offline	Sempre attivi
+ Collegare diversi dispositivi	Sempre attivi
+ Ricevere e usare le caratteristiche che il dispositivo invia automaticamente ai fini dell'identificazione	Sempre attivi

Conferma le mie scelte

Powered by OneTrust

Esistono diversi tipi di cookie. Alcuni cookie che anche un sito web civile come quello de Il Sole-24 Ore impone sono sicuramente invasivi.

- Privacy violata
- Schedatura
- Oggetti personali
- Identificazione

Si possono rifiutare cookie di corriere.it

As you browse our websites, we and our partners collect certain information from devices (such as your IP address) in order to offer you more effective services, relevant advertising messages and anticipate your needs by analyzing your tastes and the performance of our products. This tool allows you to manage your consent to the use of cookies and their activation/deactivation. Some of these cookies do not require your consent and are used in the legitimate interest of the owner but you can still object to their processing in the "legitimate interest" section of this tool. Your choice applies to this web site only.

Authorize or deny the collection of your data for the following purposes

Deny All Accept All

Personalised ads and content, ad and content measurement, audience insights and product development

Store and/or access information on a device

Precise geolocation data, and identification through device scanning

Special purpose and feature

Ensure security, prevent fraud, and debug
Your data can be used to monitor for and prevent fraudulent activity, and ensure systems and processes work properly and securely.
Legal description

Technically deliver ads or content
Your device can receive and send information that allows you to see and interact with ads and content.
Legal description

Match and combine offline data sources
Data from offline data sources can be combined with your online activity in support of one or more purposes
Legal description

Link different devices
Different devices can be determined as belonging to you or your household in support of one or more of purposes.
Legal description

Receive and use automatically-sent device characteristics for identification
Your device might be distinguished from other devices based on information it automatically sends, such as IP address or browser type.
Legal description

Back Partners Legitimate interest Save

Il Corriere lascia almeno rifiutare con due click

- i cookie di pubblicità più invasivi
- l'accesso al device dell'utente
- la registrazione della sua posizione geografica.

Privacy management by RCS Media Group

facebook

Si devono accettare i cookie su Facebook?



In tema di accettazione dei cookie, Facebook è oramai divenuto molto imperativo e piuttosto criptico. Anche soltanto un anno fa le informazioni su questo punto erano un pochino più esplicite...

Italiano English (US) Română Français (France) Sardu Deutsch Español العربية Shqip Português (Brasil) हिन्दी +

Iscriviti Accedi Messenger Facebook Lite Watch Persone Pagine Categorie per le Pagine Luoghi Giochi Luoghi Marketplace Facebook Pay Gruppi Offerte di lavoro Oculus Portal Instagram Nei dintorni Raccolte fondi Servizi Centro informazioni sul voto Informazioni Crea un'inserzione Crea una Pagina Sviluppatori Opportunità di lavoro Privacy Cookie Scegli tu! Condizioni Centro assistenza

Facebook © 2021

Come era



CiaoMilano

@ciaomilano.since2001

Home

About

Reviews

Photos

Videos

Events

Posts

Community

Create a Page

Accept cookies? ⋮

Facebook. Review the available cookie options to select the cookies you want to accept in order to continue.

Controls

Accept Facebook setting its primary web advertising cookie on this browser, used primarily to help deliver, measure and improve the relevancy of ads?

Without this cookie
 You'll still see the same number of ads, and we'll use the information we have to deliver, measure and improve the relevancy of the ads you see. This includes information you provide us with when you use our Facebook Products, as well as device information and information from partners collected using other cookies and tracking technologies, including if you give consent to this primary web advertising cookie on other browsers or devices.

Controls in your Facebook account

I Accept

See more of CiaoMilano on Facebook

Log In

or

Create New Account

Si possono rifiutare certi cookie di Facebook



CiaoMilano
@ciaomilano.since2001

Home
Informazioni
Recensioni
Foto
Video
Eventi
Post

Community

Crea una Pagina

Vuoi accettare i cookie?

Alcuni cookie sono necessari per usare i nostri servizi. Per continuare su Facebook, esamina i controlli disponibili per i cookie e apporta le modifiche facoltative che desideri prima di accettare quanto segue.

Uno dei modi in cui usiamo i cookie è per mostrarti inserzioni utili e pertinenti su Facebook e fuori da Facebook. Puoi scoprire di più su come usiamo i cookie nella nostra [Normativa sui cookie](#). Hai una serie di possibilità di scelta oltre i controlli di Facebook descritti di seguito.

Comandi

Vuoi accettare il cookie pubblicitario principale di Facebook su questo browser, che viene usato prevalentemente per contribuire a mostrare le inserzioni e a misurarne e migliorarne la pertinenza?



Se non vuoi questo cookie:

Vedrai ancora inserzioni quando sei su Facebook e useremo le informazioni che abbiamo per mostrarti inserzioni e misurarne e migliorarne la pertinenza.

Accetta i cookie

Comunque, ci si può ancora mettere un poco al riparo dalle personalizzazioni pubblicitarie.

(Poi, esiste un add-on  di Firefox che ostacola Facebook nel suo tentativo di individuare altri siti che l'utente visita.)

Vedi altri contenuti di CiaoMilano su Facebook

Accedi

Crea nuovo account

Da che parte si sta



Si diceva che i cookie sono utilizzatissimi ma **non obbligatori**.

La questione può essere affrontata da due punti di vista:

- il punto di vista dell'**utente**
- il punto di vista del **gestore**

Come **utenti**, è opportuno **difendersi** dall'**invasività** dei cookie in nome della propria **privacy**. Come minimo, si possono impostare i browser in modo da cancellare i cookie quando si esce dal browser. Alla visita successiva sarà un po' più difficile essere riconosciuti.

Come **gestori** della web presence di un'entità, invece, si è **indotti** a **sapere** quanto **più possibile** sui **visitatori** del sito. Come minimo, si usano cookie per le proprie **web analytics** basate sul Page Tagging.

immagini da Medium e Icons For Free

La rinuncia alla privacy



Perché il rifiuto dei cookie è una possibilità “teorica”?

Perché quasi tutti i siti usano cookie, e perché gli utenti rinunciano alla loro privacy quando pensano ne valga la pena.

In particolare, se si vuole comperare qualcosa on line (un pernottamento, un libro, un volo...), si acconsente di rivelare nome e dettagli finanziari (carta di credito, conto bancario, identità PayPal, password) perché si pensa che il beneficio ricavabile valga, dopo tutto, il rischio che si corre.

Spesso, nemmeno ci si pensa...

Comunque sia, in tema di privacy ci sono su scala europea norme di legge precise da rispettare.

immagine da cookiedelivery.com



Un continente civile



Al termine di quattro anni di preparazione e discussione, il 14 aprile 2016 il Parlamento Europeo ha approvato il **GDPR**. È entrato in vigore il **25 maggio 2018**, data a partire dalla quale chi non ottempera può essere multato anche pesantemente.

Questo **EU General Data Protection Regulation** (GDPR) ha preso il posto della Data Protection Directive 95/46/EC, ed è stato pensato per

- armonizzare le precedenti **legislazioni** sulla privacy in vigore nei vari paesi,
- proteggere e **far rispettare la data privacy** di tutti i cittadini europei e
- riformulare le **politiche** con cui la data privacy è affrontata in tutta Europa.



Privacy. Responsabilità legali



Dal punto di vista di un gestore web, la privacy significa che

- se si raccolgono dati sui propri utenti, li si devono **informare** che quei **dati** sono **conservati**, **quali dati** sono, e **chi** se ne occupa;
- con le ovvie eccezioni dei dati raccolti da pubbliche istituzioni come i municipi o gli ospedali, o dei dati commerciali pubblici come le fatture, si deve **garantire** ai propri **utenti** che i loro **dati** saranno certamente e radicalmente **cancellati** se **lo richiedono**, e che quei dati **non** saranno conservati **per sempre**;
- se il sito contiene **dati sensibili** (anche semplicemente nomi di utenti) le connessioni fra i client degli utenti e il server del sito web devono essere **crittate**. Quest'ultimo è un punto di cui si riparlerà.

Non “informativi”: “operativi”



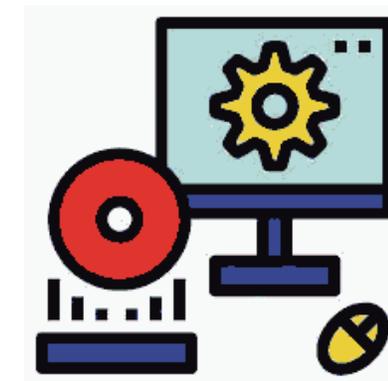
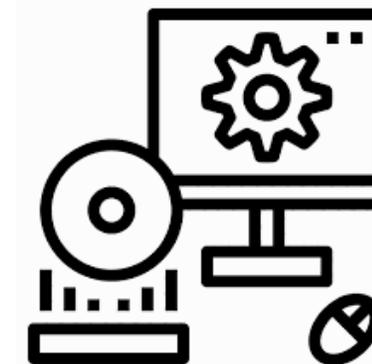
Poiché oggi ci si è riferiti alla parola chiave “sistemi”, è giusto richiamare in breve qui che cosa sia un sistema operativo.

Si può partire dal termine “hardware”, che significa “ferramenta”.

Quando si accende un computer, la macchina si anima di “software”. Funziona, “vive”.

Quando successivamente si va a usare un applicativo – un programma: per scrivere, calcolare, disegnare, andare su Web o per qualcos’altro – si fa un passaggio ulteriore.

Dopo l’accensione e prima degli applicativi, il computer si anima dell’ambiente in cui gli applicativi diventano utilizzabili. Questo ambiente è il sistema operativo.



immagini da IconFinder

Windows, iOS, Android...



I sistemi operativi non dialogano fra loro. Sono mondi chiusi. Per intendersi, una pagina web si apre con qualsiasi sistema operativo. Una app, no.



Una pagina web è scritta in un linguaggio e trasmessa con un protocollo inventati da un signore europeo, e regalata.

I sistemi operativi sono scritti in codici inventati da compagnie private – Microsoft, Apple, Google – che sono rivali sul mercato, e che per sopravvivere devono fare cassa.



(Fa eccezione soltanto il quarto sistema operativo fra i più diffusi, che è Linux.)

Anche di questo punto si riparlerà.

I punti nodali di oggi



1. Aiutarsi a capire
2. Sempre, comunque, ogni volta
3. Diari di bordo
4. Diari di Google e di Facebook
5. Biscottini ladri
6. Sapere i fatti degli altri
7. Mondi chiusi

immagine da cookiedelivery.com

