



UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE - MILANO
INTERFACOLTÀ DI LETTERE E FILOSOFIA - ECONOMIA

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA, I MEDIA E LE ORGANIZZAZIONI COMPLESSE

TESI DI LAUREA

DALLE APPLICAZIONI PER LA SALUTE AL CONTACT TRACING: COINVOLGIMENTO E DISPONIBILITÀ A RILASCIARE INFORMAZIONI PERSONALI. CARATTERISTICHE E PECULIARITÀ DEL CONTACT TRACING EUROPEO E ITALIANO

RELATORE:
MARIA LUISA BIONDA

STEFANIA BIANCO
4806131



DOMANDA DI RICERCA

Perchè gli utenti sembrano disposti a scaricare applicazioni invasive, ma non le app di contact tracing?

È solo per ragioni di privacy, o intervengono altri fattori?

METODOLOGIA DI RICERCA

SYSTEMATIC REVIEW

Analisi della letteratura
degli ultimi 10 anni

RICERCA ESTENSIVA

26 applicazioni di contact
tracing a livello europeo
(sviluppate entro novembre
2020)

ANALISI DI SCENARIO

Potenzialità e limitazioni del
contact tracing internazionale

RICERCA INTENSIVA

Immuni, app italiana: dalla
comunicazione all'adozione

SYSTEMATIC REVIEW

100 testi estratti dal Catalogo di Ateneo e da Semantic Scholar degli ultimi 10 anni



Ridotta disponibilità di analisi sul contact tracing dal punto di vista dell'utente, e sulla sua accettabilità presso la popolazione.

Informazioni adattabili al contact tracing possono provenire però da altri filoni di ricerca, fra cui:

**ENGAGEMENT
DEGLI UTENTI**

**ENGAGEMENT CON
LA TECNOLOGIA**

**ENGAGEMENT CON
IL MOBILE E LE APP**

ANALISI DI SCENARIO

STRENGTHS

Tracciamento digitalizzato dei contatti.

Notifiche istantanee.

Adatto all'uso quotidiano

(ubiquità smartphone).

No limitazioni di memoria o omissioni volontarie.

OPPORTUNITIES

Aumento adozione dello smartphone.

Aumento delle ore trascorse sullo smartphone.

App parte della vita quotidiana

Aumento degli investimenti nel mobile.

Sviluppo del settore dell'mHealth spinto dal Covid-19.

S

W

WEAKNESSES

Preoccupazioni per la privacy.

Rischi di attacchi di hacker.
Adozione di almeno il 60% della popolazione.

La localizzazione scelta influenza la stima della prossimità dei contatti.

THREATS

Bassi livelli di diffusione dello smartphone in aree a basso reddito.

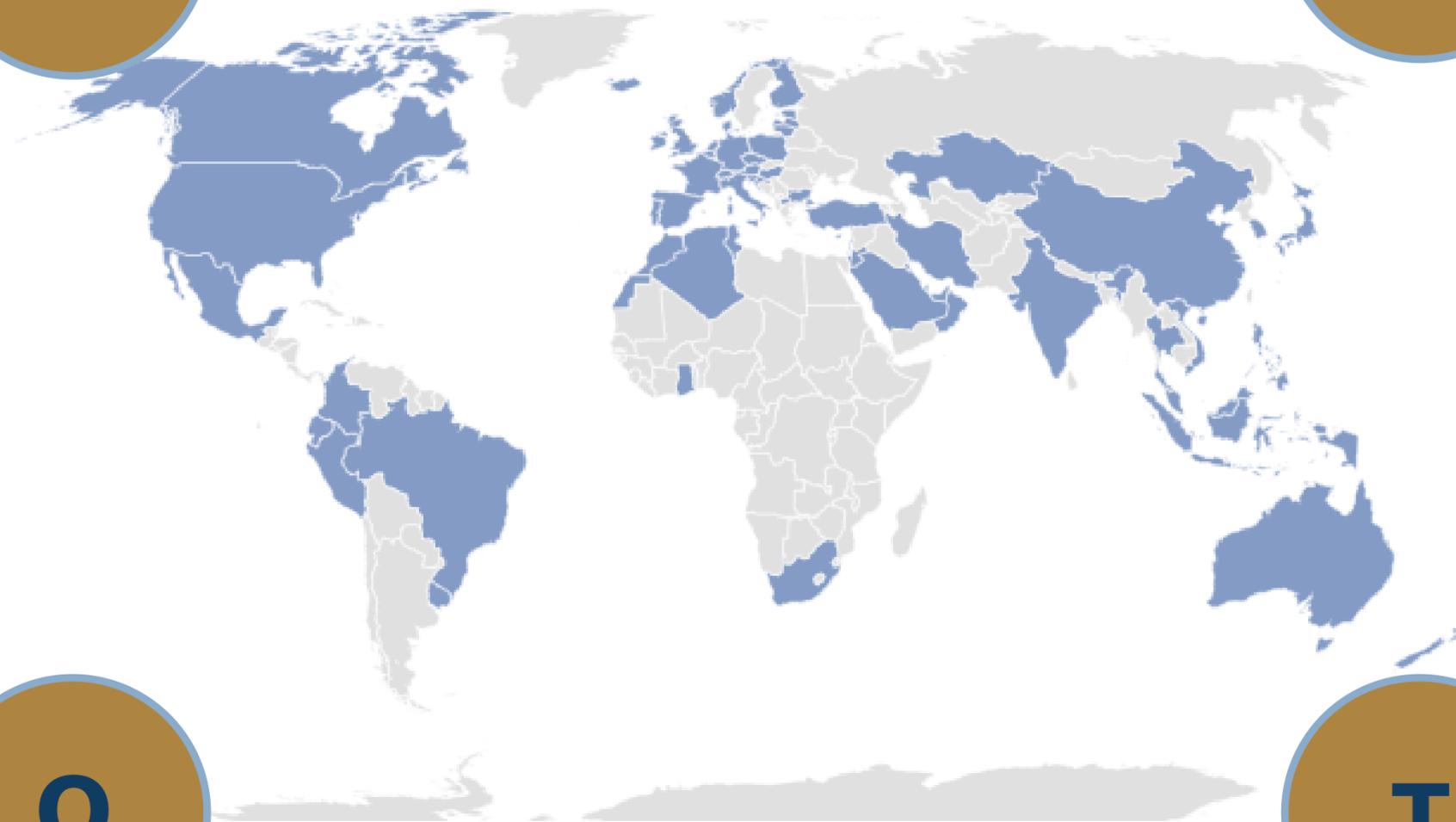
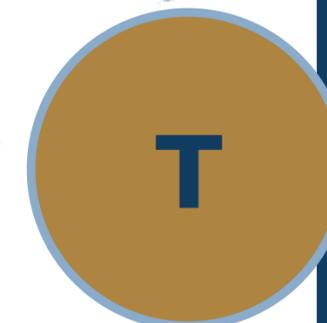
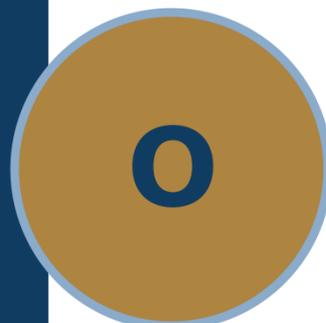
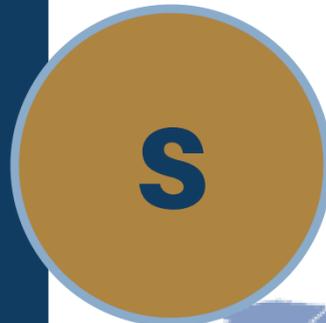
Ridotte competenze digitali.
Alto tasso di abbandono delle app.

No coordinamento sovranazionale per il contact tracing.

T

O

Diffusione del contact tracing



ANALISI ESTENSIVA

APPLICAZIONI DI CONTACT TRACING EUROPEE

26 applicazioni di contact tracing



Tecnica

- Tipologie di contact tracing.
- Tecnologia e architettura sottostante.
- Funzionalità.
- Disponibilità sugli App Store (Apple Store, Google Play).



Comunicativa

- Nome e slogan.
- Logo.
- Comunicazione sugli App Store (Apple Store, Google Play).
- Comunicazione sul sito istituzionale.

TASSO DI ADOZIONE (OTTOBRE 2020)

>19%

FINLANDIA - 42%
IRLANDA DEL NORD - 27%
IRLANDA - 26%
GERMANIA - 22%
INGHILTERRA - 20%
SVIZZERA - 19%

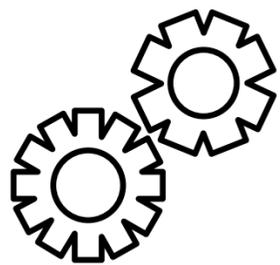
10-18%

DANIMARCA - 17%
MALTA - 14%
PAESI BASSI - 13%
PORTOGALLO - 12%
AUSTRIA - 12%
ITALIA - 12%
SCOZIA - 11%
ESTONIA - 11%
SPAGNA - 10%

<10%

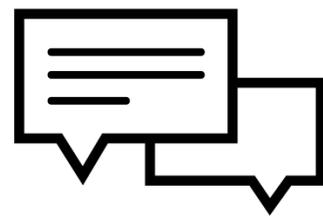
REPUBBLICA CECA - 9%
SLOVENIA - 6%
BELGIO - 6%
FRANCIA - 4%
POLONIA - 3%
CROAZIA - 2%
UNGHERIA - 0%
BULGARIA - NA
CIPRO - NA
LETTONIA - NA
LITUANIA - NA

CARATTERISTICHE ASSOCIATE AD UN ALTO TASSO DI ADOZIONE



FUNZIONALITÀ MULTIPLE

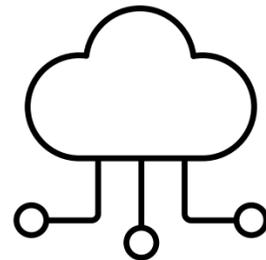
(extra rispetto al solo tracciamento o alla notifica)



SCELTE

COMUNICATIVE:

sono premianti i temi di protezione e cura propria e altrui



COERENZA

STILISTICA E

DI DESIGN, anche tra canali comunicativi diversi

CARATTERISTICHE ASSOCIATE AD UN BASSO TASSO DI ADOZIONE



SCELTE

COMUNICATIVE:

ricorso a terminologia bellica



PERMESSI TROPPO

INVASIVI (come la geolocalizzazione)

ANALISI INTENSIVA

IMMUNI, APP ITALIANA

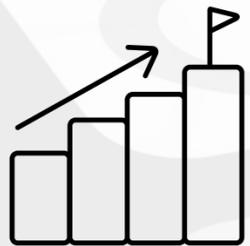


PECULIARITÀ
STORICHE,
TECNOLOGICHE
E DI
INTERFACCIA

MODALITÀ DI
COMUNICAZIONE
E PROMOZIONE

ACCETTABILITÀ
DELL'APP PER
GLI UTENTI

Le scelte di comunicazione e promozione dell'app appaiono **frammentate** e **incostanti**: possono aver influenzato la sua accettabilità presso la popolazione?



Ai periodi promozionali è corrisposto un aumento nel numero dei download

+ *2 milioni* di download nelle prime settimane di ottobre

Drastica diminuzione dei download nei momenti di silenzio comunicativo

+ *400.000* download tra novembre e dicembre



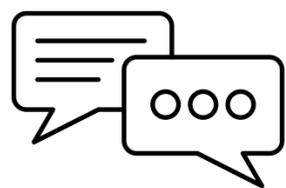
Impatto negativo sulla percezione degli utenti finali e sulla disponibilità al download

Problematiche tecnologiche e bug



Difficile integrazione col sistema sanitario





Analisi dei commenti
della pagina
Facebook di Immuni

Il punto di vista dell'utente finale è stato
indagato attraverso due fasi di ricerca:

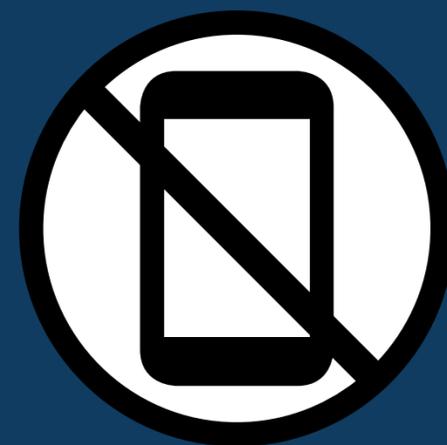


Indagine qualitativa
su motivazioni e
comportamenti



SOSTENITORI

Sostengono e
consigliano l'app a
parenti e amici



DETRATTORI

Delusi e
arrabbiati, spesso
disinstallano l'app



INDECISI

Ricercano
informazioni e sono
ancora orientabili



IMPOSSIBILITATI AL DOWNLOAD

Frustrati per i
problemi tecnologici

CONCLUSIONI

Privacy e timori per la sicurezza dei dati personali **non sono gli unici fattori determinanti** la disponibilità al download.

Intervengono anche:

CARATTERISTICHE TECNICHE

Funzionalità a disposizione, permessi richiesti per l'installazione

SCELTE COMUNICATIVE

Strategia istituzionale, registro linguistico usato, coerenza stilistica, design

PROBLEMATICHE VISSUTE

Difficoltà tecnologiche, integrazione con il sistema sanitario nazionale

OPPORTUNITÀ E LIMITI

OPPORTUNITÀ

Panoramica approfondita sul **contact tracing dal punto di vista dell'utente**, poco approfondita in letteratura.

Ne mette in luce:

- Peculiarità;
- Punti di forza e di debolezza;
- **Fattori di influenza sull'accettabilità** dello strumento.

LIMITI

Tempistiche di analisi: la ricerca si basa su dati relativi al periodo aprile 2020 - dicembre 2020, e non può seguire i successivi sviluppi del contact tracing italiano ed europeo.

Potrebbe essere un'area di ricerca da approfondire nei prossimi anni.



UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE - MILANO
INTERFACOLTÀ DI LETTERE E FILOSOFIA - ECONOMIA

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA, I MEDIA E LE ORGANIZZAZIONI COMPLESSE

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

RELATORE:

MARIA LUISA BIONDA

STEFANIA BIANCO

4806131

Anno Accademico 2019/2020