

# PET

ALIMENTAZIONE E SICUREZZA

 socialmeter

IN COLLABORAZIONE CON **C\_Lab**  
Contamination Lab Veneto



SocialMeter è la divisione di Big Data analysis di Maxfone, impresa innovativa data-driven, orientata allo sviluppo di soluzioni strategiche che permettano ai clienti di essere protagonisti nella digital transformation grazie al supporto dei dati, in modo facile e democratico.

Fondata nel 2010 da soci con esperienze stimate nell'avvio di imprese e nella creazione di valore nel campo ICT, 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.

© 2019, Maxfone Srl

Pubblicato nel mese di dicembre

Emesso da: Divisione Media, Ufficio Data Analisi

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.

# PET

---

ALIMENTAZIONE E SICUREZZA

Questo report è stato fatto in collaborazione con il C\_Lab (Contamination Lab) Veneto sede di Verona.

C\_Lab Veneto è un progetto di contaminazione multidisciplinare in cui sono coinvolti

studenti universitari, neolaureati, dottorandi, dottori di ricerca, docenti, esperti, professionisti e imprese. L'obiettivo è promuovere la cultura dell'imprenditorialità e dell'innovazione, l'interdisciplinarietà e la diffusione di nuovi modelli di apprendimento.

L'edizione 2019 prevedeva una sfida in ambito Big Data veicolata da Maxfone su tre temi (Pet, Vertical Farms e Fintech) a cui tre gruppi hanno lavorato per alcuni mesi sul focus assegnato per arrivare alla fine con una presentazione di progetto. Dopo l'ultima presentazione Maxfone ha votato i progetti e premiato quello vincente.

Di seguito i cinque ragazzi del gruppo vincitore dell'edizione 2019 che hanno realizzato questo documento:



### **Stefan Alexandru Alanei**

Diplomato al liceo scientifico Filippo Silvestri di Portici, trasferito a Verona dove attualmente studia nel corso di Laurea Triennale di Economia Aziendale.

Lettore dei grandi classici, adora l'arte e la cultura ed è alla costante ricerca di cose nuove da scoprire e studiare.



### **Teko Attiogbe**

Nato in Togo. Diplomato al liceo scientifico, nel 2018 ha conseguito all'Università degli Studi di Verona la Laurea Triennale in Bioinformatica.

Appassionato d'arte, ragazzo curioso e interessato alla conoscenza, passa molto del suo tempo alla ricerca/scoperta di nuove tecnologie per l'evoluzione umana.



### **Marco Bonadonna**

Nato a Verona nel 1995. Ha conseguito il diploma di maturità scientifica nel 2015 presso il Liceo Scientifico Statale Galileo Galilei di Verona.

Diplomato a giugno 2017 alla Scuola Holden di Torino nel corso di Reporting. Ad ottobre 2017 si è iscritto all'Università degli studi di Verona alla facoltà di Scienze della Comunicazione. Ha lavorato come direttore della fotografia in due film di produzione Bando alle Ciance.

Si occupa di storytelling, reporting, fotografia digitale e analogica, grafica, videomaking e social media managing.



### **Beatrice Calzavara**

Laureata cum laude in Storia dell'Arte all'Università degli Studi di Verona.

Le sue passioni sono il disegno, la sartoria artigianale, l'etno-antropologia e la natura.

Nel 2017 fonda MOR, un brand dedicato a chiunque desideri abiti o accessori unici e fatti a mano; ideale per sviluppare le capacità manuali e sfidare la mente creativa nella realizzazione di pezzi sempre più complessi.



### **Nicolò Rubele**

Laureato all'Università degli Studi di Verona in Fisioterapia.

Ragazzo molto curioso e intraprendente con la testa sempre alla ricerca di nuovi stimoli e opportunità di apprendimento.

Nel 2019 si iscrive all'Università degli Studi di Padova per specializzarsi in un ambito che sente più suo, l'ingegneria.

A person wearing a plaid shirt is kneeling in a grassy field, looking towards a large, rugged mountain with significant snow cover. A black dog is sitting next to the person. The scene is set in a vast, open landscape under a clear sky.

PUOI CONOSCERE IL CUORE  
DI UN UOMO GIÀ DAL  
MODO IN CUI EGLI TRATTA  
GLI ANIMALI.

Immanuel Kant



# Sommario:

<b>Executive Summary</b>	<b>08</b>
<b>Premessa: Alimentazione</b>	<b>10</b>
Alimentazione	12
Il flusso dei contenuti sul web	15
Cibi Barf	17
Parole rilevanti	18
Top fonti per seguire la dieta Barf in Italia	19
<b>Premessa: Sicurezza</b>	<b>20</b>
Assicurazioni	22
Il flusso dei contenuti sul web	24
Parole rilevanti	25
Top fonti per seguire le assicurazioni per pet in Italia	26
Instant Insurance e polizze online	27
<b>Metodologia</b>	<b>28</b>
<b>Glossario e Referenze</b>	<b>30</b>
<b>Codice Etico</b>	<b>32</b>

# 01

BEWA  
OF  
DO

## Executive Summary



Di seguito sono riportati i principali punti emersi dalle analisi del conversato relativi:

1) all'osservatorio **Salute e alimentazione per pet** sul web (in lingua italiana) nel periodo settembre 2018 - aprile 2019:

**A) In Italia la salute e l'alimentazione per animali domestici** risultano **settori in continua crescita** (circa 800 articoli raccolti);

**B) In Italia** sono presenti oltre **60 milioni di pet**;

**C) Un mercato del petfood in crescita** negli ultimi anni è quello dei **cibi Barf**;

**D) La fonte italiana più autorevole** sul web da seguire per restare aggiornati sulle novità dei cibi Barf risulta essere **barfbornagainrawfeeders.wordpress.com**;

2) all'osservatorio **assicurazioni e polizze per pet** sul web (in lingua italiana) nel periodo novembre 2018 - maggio 2019:

**A) In Italia la sicurezza e le polizze per pet** risultano **settori in crescita** (circa 100 articoli raccolti);

**B) In Italia** sono presenti **23 polizze diverse per i pet**;

**C) Solo 1.7 milioni di proprietari di cani e gatti hanno sottoscritto una polizza assicurativa a loro dedicata**;

**D) La fonte italiana più autorevole** sul web da seguire per restare aggiornati sulle novità delle polizze per animali risulta essere **confedilizia.it**

# 02

A photograph of a dog lying on its back on a dark surface. The dog's head is tilted upwards, and its pink tongue is hanging out of its mouth. Above the dog's head is a white bowl filled with dry, brown kibble. The dog's front paws are visible near its chest, and its hind legs are also visible. The background is dark and out of focus.

**Premessa:  
Alimentazione**

# Premessa

## Focus alimentazione

Sono **oltre 60 milioni i pet in Italia** e il loro numero è rimasto stabile negli ultimi anni: tra questi distinguiamo **7.5 milioni di gatti e 7 milioni di cani**.

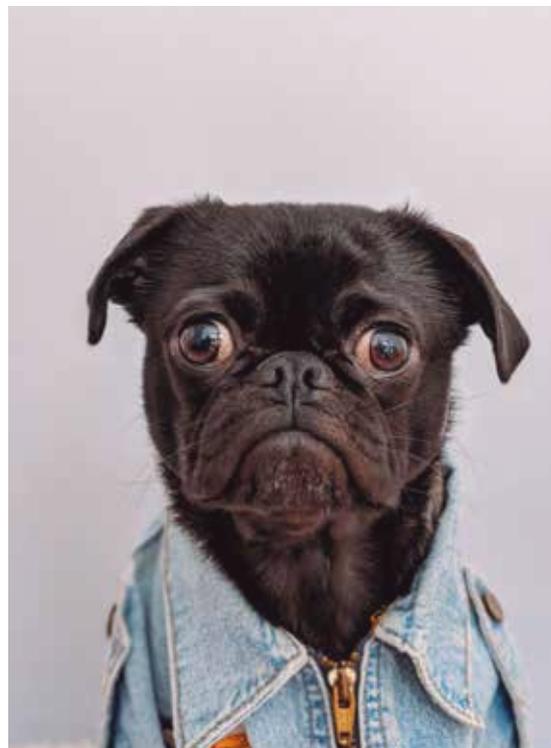
Il mercato dei servizi relativi ai pet negli ultimi anni ha avuto un grande incremento, soprattutto nei **settori pet food (+8% dal 2015) e prodotti per l'igiene (+15 di incremento a valore dal 2017)**.

Questi due settori riguardano direttamente i proprietari degli animali domestici, i quali negli ultimi anni sono in aumento, quindi, risulta plausibile come questi due settori siano in crescita: **l'81.8% della popolazione italiana e il 94,9% dei i pet owner ritiene che il pet faccia parte del nucleo familiare**.

Da ciò si può notare come i pet nell'immaginario comune non siano più semplici animali da compagnia ma, col tempo, abbiano preso posizione all'interno dei nuclei familiari diventandone essi stessi parte integrante.

Infatti, il **76,1% dei proprietari di cani usa petfood industriale scegliendo un'alimentazione sicura e bilanciata**, per quanto riguarda i **gatti** invece la percentuale è più alta, il 90%. Inoltre più della metà dei pet owner (**63,4% dei cani e 64,3% dei gatti**) **porta il proprio animale almeno 1-2 volte l'anno dal veterinario** con quasi la totalità che effettua le **vaccinazioni previste (99,4% dei cani e 87,6% dei gatti)**.

L'**obiettivo** che si pone il **presente focus** è di **analizzare il panorama italiano della salute e dell'alimentazione dei pet, attraverso un monitoraggio web**, per comprendere come questi settori siano discussi online, quali siano le nuove frontiere del petfood e prevedere alcune possibili evoluzioni future che potrebbero verificarsi nel breve periodo.



### Setup delle ricerche

#### ANALISI WEB:

#### Time frame:

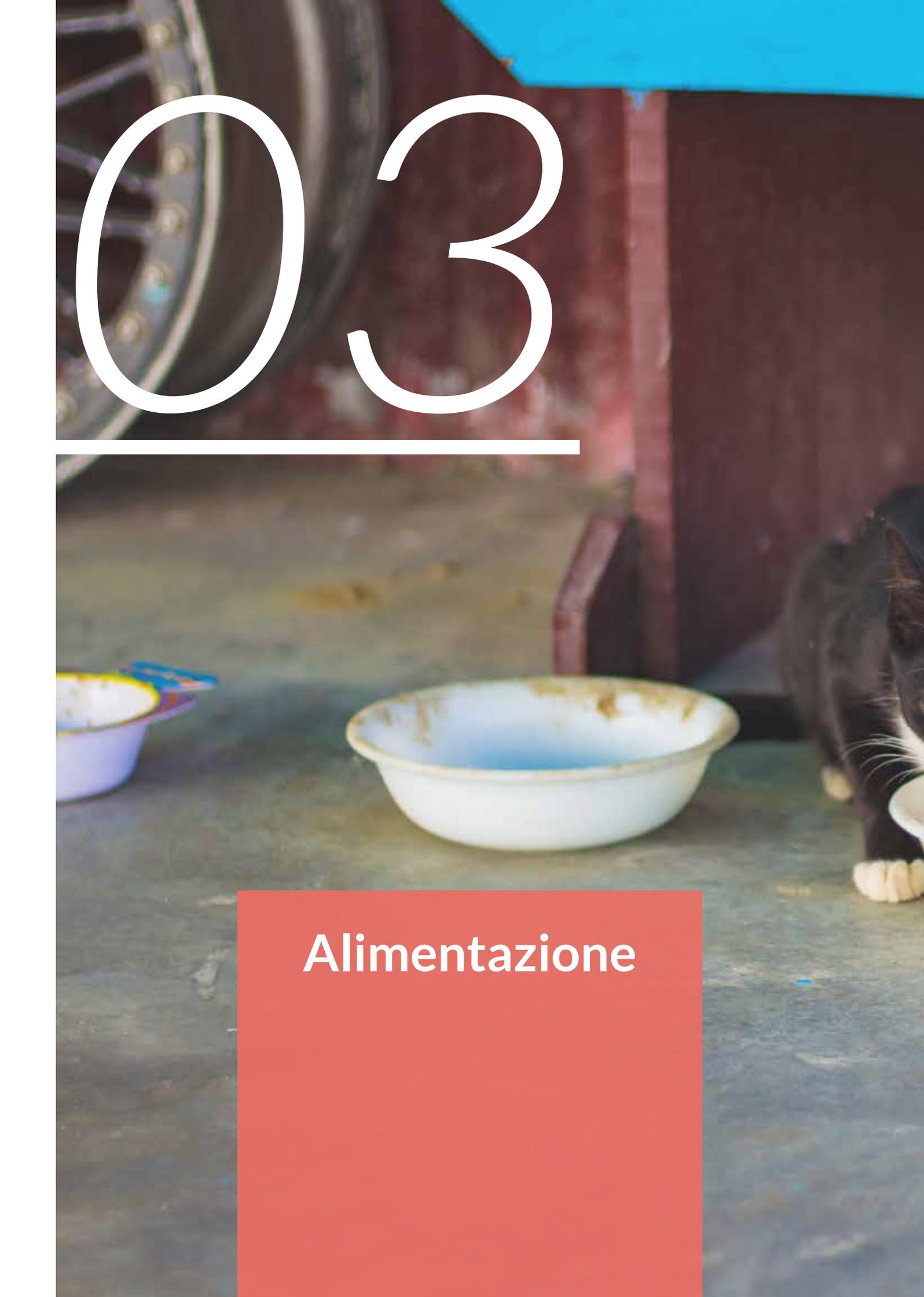
1 settembre 2018 - 30 aprile 2019

#### Keywords:

Pet healthy  
Sanità animali  
Pet therapy  
Terapia animali  
Medicina animali

# 03

---



Alimentazione



PETFOOD:

UN MERCATO DA OLTRE

2 MILIARDI DI EURO

L'ANNO\*



# Il flusso dei contenuti sul web

Il monitoraggio Web nel corso degli otto mesi analizzati ha raccolto circa 800 articoli che trattano della sanità e dell'alimentazione per cani e gatti.

Il mercato del petfood in Italia vale oltre i 2 miliardi di euro l'anno considerando i vari canali di mercato in cui questi prodotti vengono venduti al pubblico. Negli ultimi anni questo mercato è in continua crescita con alte percentuali di aumento di anno in anno. Una crescita che possiamo constatare anche sul conversato web che mostra un incremento (Fig.1) dal mese di febbraio dopo un calo nei primi mesi invernali.

Sul grafico (Fig.1) è possibile esaminare l'andamento mensile, notando che il picco più alto dei contenuti viene raggiunto a marzo.

Questo mercato dispone inoltre di **diversi canali di vendita**: dalla grande distribuzione ai petshop tradizionali (i quali seguono un andamento costante delle vendite), passando poi dalle catene per arrivare agli e-commerce online (i quali hanno registrato un incremento significativo delle vendite).

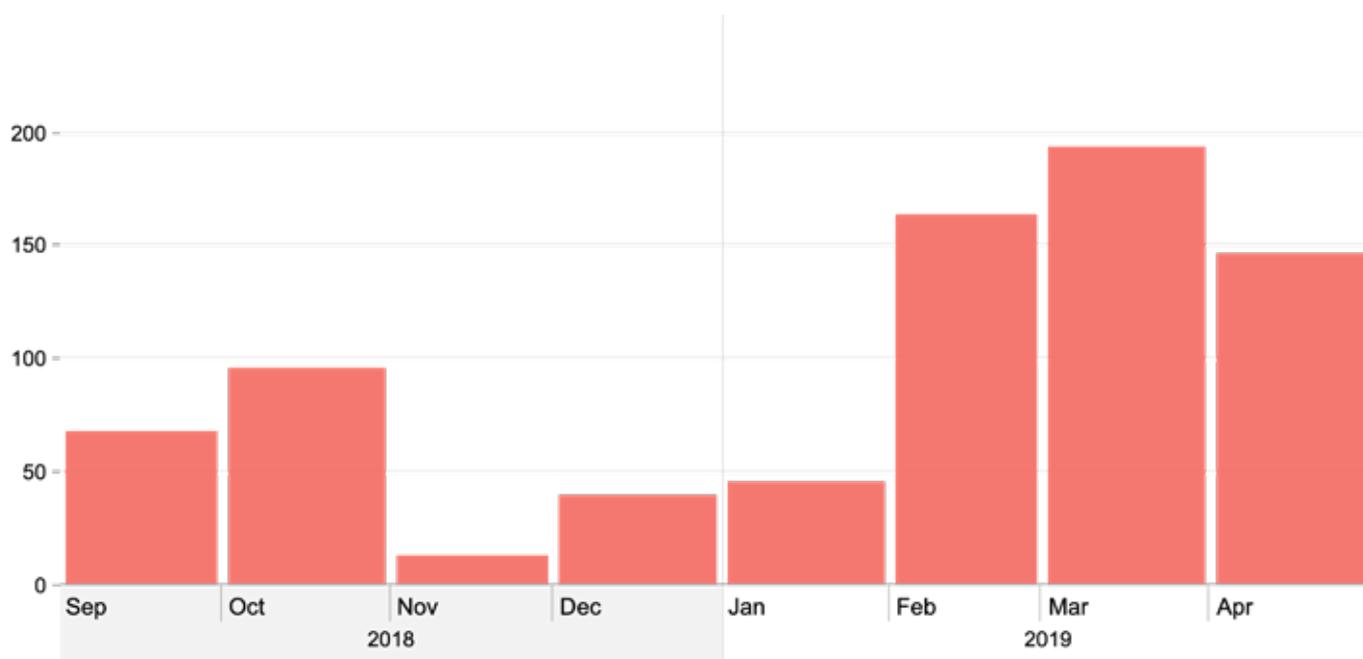


Fig. 1  
Timeline del conversato mensile relativo alla sanità animali sul Web

CIBI BARF:

5% DEL PETFOOD

NAZIONALE

(INCREMENTO DEL 3,8%

DAL 2017)\*)

## Una nuova dieta per i Pet

La parola **BARF** può essere tradotta da due acronimi: **Bones and Raw Food (Ossa e Alimenti crudi)** o **Biologically Appropriate Raw Food (Cibo crudo biologicamente appropriato)**.

Si tratta quindi di una dieta a base di carne cruda con cui vengono alimentati cani e gatti.

Dall'analisi condotta sull'osservatorio è stata notata una caratteristica interessante sul contenuto degli articoli: la quasi totale assenza di studi scientifici sull'argomento ha quindi permesso una diatriba tra blog e siti web.

Di fatto la dieta BARF non costituisce un problema per l'animale dal momento che, se gestita grazie all'ausilio di un veterinario, riesce ad ottenere direttamente dal cibo tutte le vitamine di origine animale e vegetale e tutte le proprietà nutritive di cui ha bisogno.

D'altro canto si possono presentare complicazioni legate alla qualità della materia prima: ovvero della carne. Infatti ritroviamo presenti nell'osservatorio articoli relativi a intossicazioni alimentari o problemi di parassitosi e tossinfezione in cani o gatti.

Pertanto con una scelta di carne di ottima qualità, col giusto processo di abbassamento termico e con il consiglio di un veterinario, la dieta BARF sembra non determinare un problema per gli animali.



# Top fonti per seguire la dieta Barf in Italia

Per comprendere meglio il conversato online, sono stati individuati i principali siti che hanno pubblicato articoli riguardo la BARF, dai consigli all'alimentazione più opportuna.

Nella Fig.2 sono riportati i principali 7 siti web che hanno condiviso il maggior numero di articoli nel periodo preso in esame.



Fig. 2  
Segmentazione del conversato pubblicato dalle prime top 7 fonti sul Web relative alla keyword BARF

Grazie al grafico è constatabile come tra le top 7 fonti il 52% dei contenuti sia generato principalmente da un sito (barfbornagainrawfeeders.wordpress.com), mentre il restante risulta essere frammentato negli altri 6.

04

Premessa:  
Sicurezza

# Premessa

## Focus sicurezza

■ **In Italia il giro d'affari delle polizze per pet tocca i 532 milioni di euro l'anno.** In questo mercato sono presenti **solamente il 12% dei proprietari di cani e gatti.**

Nel panorama italiano, infatti, le polizze dedicate ai pet sono molte e ognuna di esse offre servizi diversi. Pertanto non c'è ancora uno standard di polizza per pet: dalla **copertura delle spese veterinarie**, ai **danni a terzi**, alla **tutela legale** fino al **tracciamento gps**. Sono state rilevate ben **23 assicurazioni differenti**, ognuna con una proposta di servizi diversa. Risulta quindi difficile capire quali siano i servizi più vantaggiosi e quelli meno utili, tenendo anche conto che molti istituti assicurativi, come ad esempio Cattolica Assicurazioni, offrono un pacchetto capofamiglia in cui risulta già essere compresa la RC per il proprio animale.

Un altro aspetto interessante riguarda le **instant insurance** che, in questo ambito specifico, risultano essere assenti. **In Italia ogni anno viaggiano 7 milioni di pet** con le proprie famiglie e il **46% dei proprietari viaggia solo se il suo amico a quattro zampe può farlo.**

Pertanto potrebbe risultare di reale efficacia un servizio di instant insurance per coloro che viaggiano con il proprio animale domestico, dal momento che il settore dell'insurtech è in continua crescita e non esiste ancora un servizio ad hoc per i pet che viaggiano con i loro padroni.

**L'obiettivo** che si pone il **presente focus** è di **analizzare il panorama italiano delle polizze per pet, attraverso un monitoraggio online**, per comprendere come queste siano discusse online, quali tecnologie già sono utilizzate nelle assicurazioni e prevedere alcune possibili evoluzioni future che potrebbero verificarsi nel breve periodo.



### Setup delle ricerche

#### ANALISI WEB:

#### Time frame:

1 novembre 2018 - 31 maggio 2019

#### Keywords:

Polizza/e  
Cane/i  
Gatto/i

# 05

---

A close-up photograph of a dog's head, likely a Weimaraner, with dark fur and light-colored markings. The dog is looking down and to the right. A solid red rectangular overlay is positioned in the lower right quadrant of the image, containing the word "Assicurazioni" in white text.

**Assicurazioni**



# Il flusso dei contenuti sul web

■ Il monitoraggio Web nel corso dei nove mesi ha raccolto circa 100 articoli che trattano delle assicurazioni per cani e gatti

Questo nuovo segmento di mercato assicurativo è ancora un **tema di nicchia**, come dimostra la limitata presenza di articoli online che trattano dell'argomento. Tuttavia l'andamento del grafico (Fig.3) mostra come, tranne nei mesi di febbraio e maggio, la tendenza di pubblicazioni online su questo tema sia in aumento.

Dal grafico possiamo notare come i mesi che presentano il maggior numero di articoli siano gennaio e marzo: il primo mese presenta molti contenuti comparativi che aiutano nella scelta della polizza migliore; nel mese di marzo, invece, vi è il lancio di nuove polizze che aumentano quindi la quantità delle pubblicazioni.

Questo nuovo settore di mercato mostra delle **potenzialità molto alte** se si considera che, da un articolo pubblicato su Il Sole 24 Ore, emerge come solo circa il 12% dei proprietari di cani e gatti hanno stipulato una polizza per tutelare il proprio animale domestico, con un guadagno complessivo da parte delle assicurazioni superiore ai 532 milioni di euro. Il mercato quindi è solo agli inizi e ancora non vi è uno standard ben definito dei servizi da offrire, come dimostrano le 23 polizze disponibili solo in Italia ritrovate nell'analisi del conversato.

Tutto questo lascia intendere un mercato che potrà subire una crescita notevole nei prossimi anni.

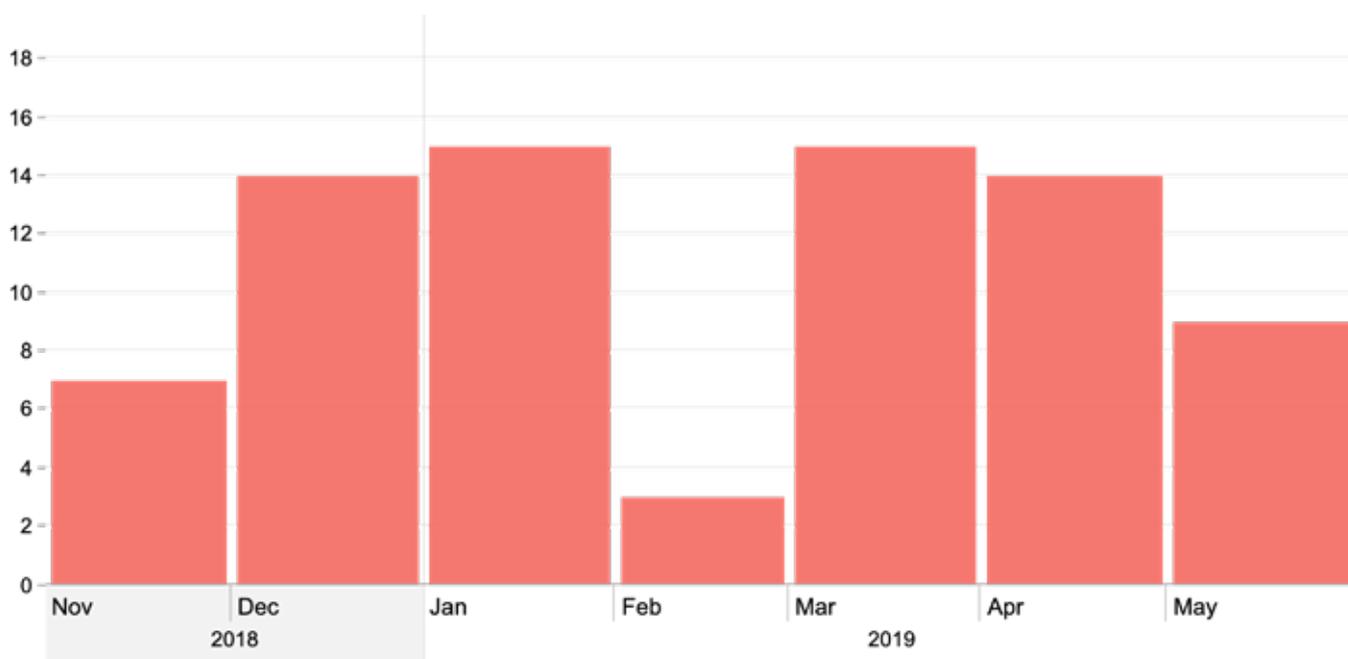


Fig. 3

Timeline del conversato mensile relativo alle polizze per animali sul Web



# Top fonti per seguire le Assicurazioni per Pet in Italia

Per comprendere meglio il conversato online, sono stati individuati i principali siti che hanno pubblicato articoli riguardo le polizze e le assicurazioni per animali.

Nella Fig.4 sono riportati i principali 7 siti web che hanno condiviso il maggior numero di articoli nel periodo preso in esame.

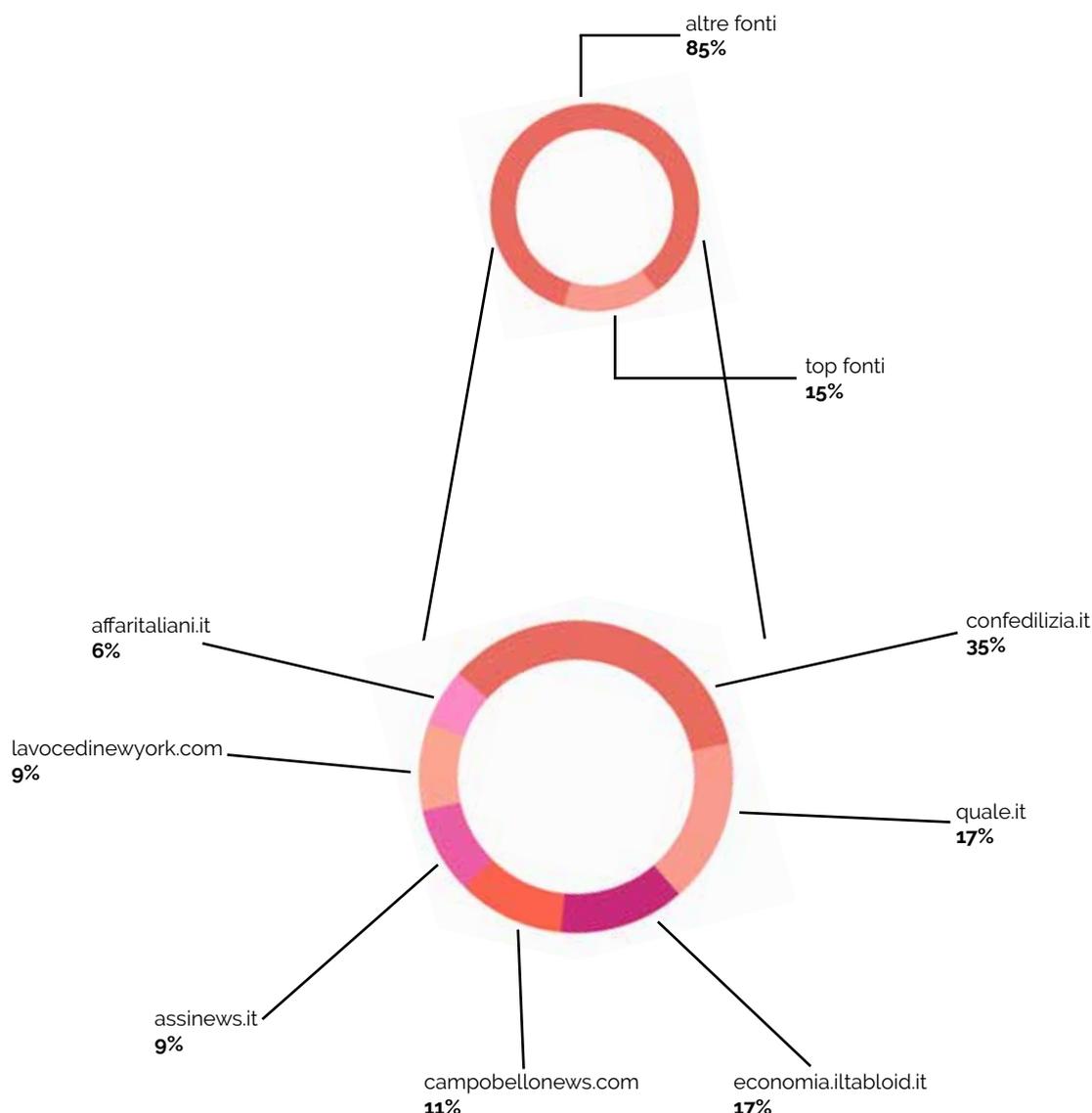


Fig. 4

Segmentazione del conversato pubblicato dalle prime top 7 fonti sul Web relative alla keyword Polizza per animali

Grazie al grafico è constatabile come tra le top 7 fonti il 69% dei contenuti sia generato principalmente da tre siti (confedilizia.it, quale.it, economia.iltabloid.it), mentre il restante risulti essere frammentato negli altri 4.



# Instant Insurance e Polizze online

## Un nuovo modo di comunicare con la propria assicurazione

Il concetto di **instant insurance**, o **assicurazione "on demand"**, è un ramo del settore assicurativo che **si occupa della copertura dei rischi per un tempo limitato, ovvero per una cosa o un luogo che ne ha effettivamente bisogno.**

Rispondono all'esigenza crescente di avere una copertura solo quando serve, permettendo così un risparmio economico.

Generalmente questo tipo di micro-assicurazioni si gestisce attraverso una app dedicata.

Dall'analisi dell'osservatorio relativo a questo tema abbiamo potuto notare come la maggior parte delle assicurazioni vada a coprire i danni a cose o persone e la tutela legale, mentre sono poche le compagnie che assicurano il settore delle vacanze con gli animali.

Le polizze multirischio, invece, sono un prodotto assicurativo che prevede la contemporanea copertura di diversi rischi.

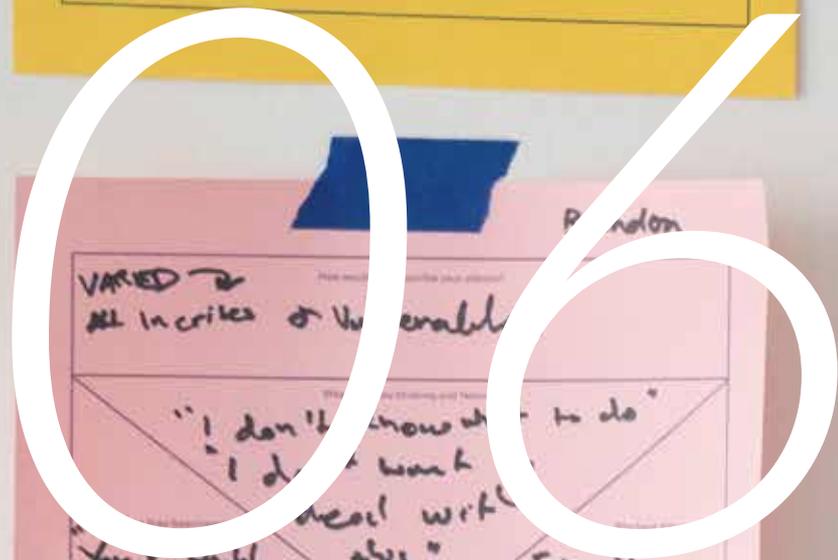
Ne esistono di diverse tipologie, come ad esempio una polizza casa venduta insieme a una polizza infortuni, e hanno il vantaggio di essere modulari, cioè di dare la possibilità di scegliere in maniera facile e veloce il pacchetto che risponde meglio alle proprie esigenze.

Generalmente esistono dei pacchetti già pronti denominati "all inclusive" che prevedono una copertura totale, oppure è possibile scegliere quali coperture richiedere. Questa seconda opzione di solito è più costosa dei pacchetti "all inclusive" perché viene confezionata su misura del cliente.

Dall'analisi dell'osservatorio sul mondo assicurativo è emerso come siano poche le compagnie che prevedono l'assicurazione per animali domestici in un pacchetto multirischio, mentre una maggiore attenzione verso questo aspetto potrebbe portare maggiori profitti.

probably

WHAT AGENCIES DO WHAT.  
ANY CRITERIA PEOPLE NEED TO ME



VARIED →  
All incomes & Vulnerability

"I don't know what to do"  
"I don't know what to do"  
"I don't know what to do"

Your problem is hopeless"  
Friends & Family

No one can help  
Dishevelled sometimes irrational  
often previous lawyer/mistake with legal system.

Getting the right help, quickly.  
Avoiding prison. Getting access to their children.

Knowledge of who does what.  
Criteria for eligibility, clear & understandable.

people seeking free legal or advice.

they need or want support or knowledge they may feel the system is unfair.

often they have tried to seek aid and assistance elsewhere

- high levels of stress and anxiety.

they want help or assistance resolving their legal problem

Community legal centre (CLC) + Referral Empathy map.

# Metodologia

Marginalised distribution

- no legal assistance to navigate risk/court/proceedings

- trauma (e.g. SA)

- other side legal rep need lawyer

- internet!

- VCAT

- urgency (key dates)

Community legal centre (CLC)

What are they thinking and feeling?

What are they saying they are saying?

What are they saying they are saying?

What are they saying they are saying?

## 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

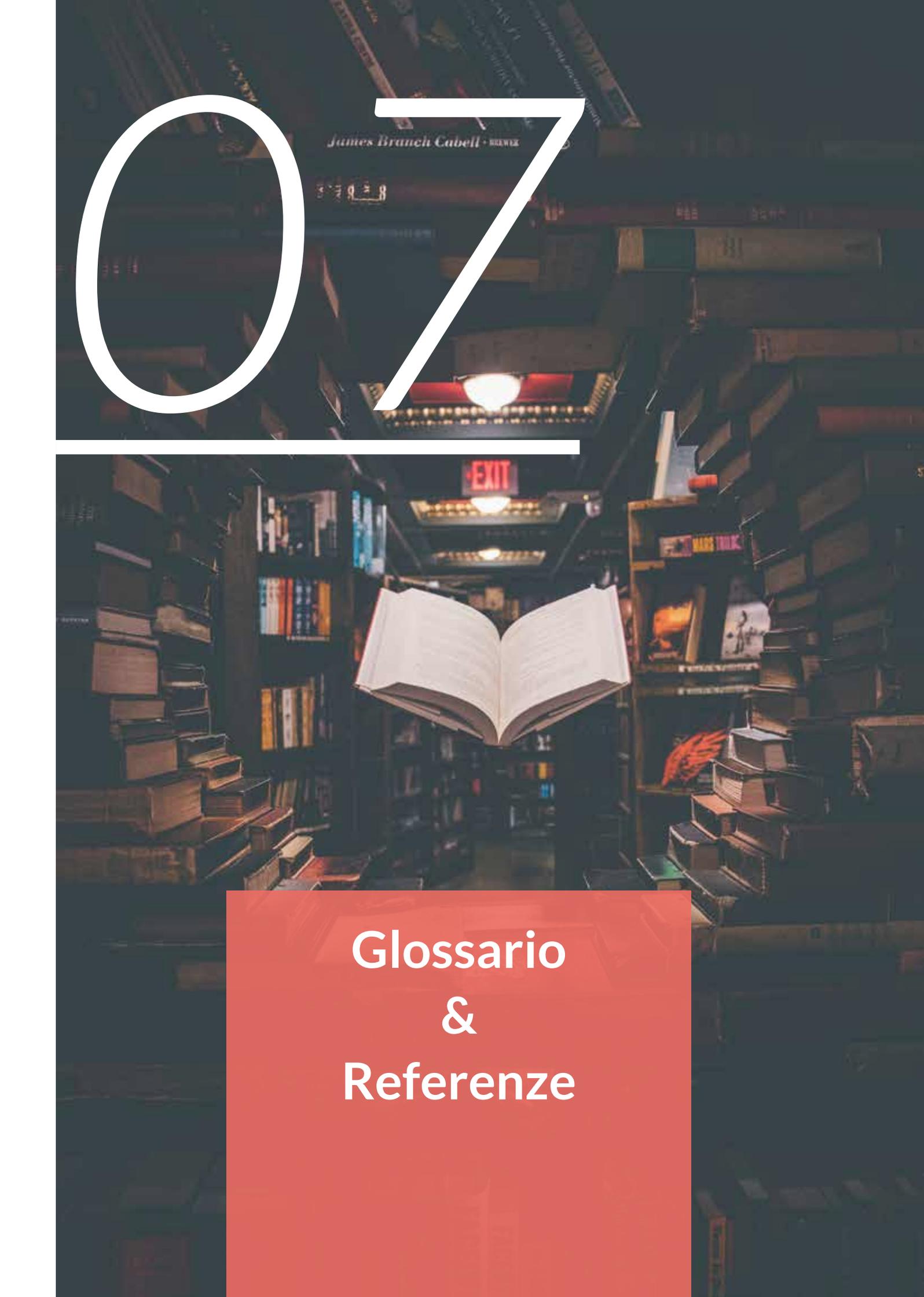
La fase di data mining consiste in tutte le attività volte all'estrazione di dati disaggregati e non strutturati da una indefinita quantità di fonti.

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).



07



Glossario  
&  
Referenze

# Glossario

## Web

ActiveBrand 24: modulo della piattaforma Social Meter Suite che permette il monitoraggio di specifiche keyword sul conversato web (siti di news, blog, forum, immagini, video), per l'analisi dei contenuti.

## Referenze

[Rapporto Assalco-Zoomark 2019](#)

[Rapporto Assalco-Zoomark 2018](#)

[Eurispes \(2018\)](#)

[World Insurance Report \(2017\)](#)

[Idealo](#)

[IRI](#)

[https://www.adnkronos.com/fatti/cronaca/2018/09/10/boom-delle-macellerie-per-cani-fenomeno-barf-tra-crescita-critica\\_M3lqLnlF8VNo6PhIM7VLM.html](https://www.adnkronos.com/fatti/cronaca/2018/09/10/boom-delle-macellerie-per-cani-fenomeno-barf-tra-crescita-critica_M3lqLnlF8VNo6PhIM7VLM.html)

<https://www.ilsole24ore.com/art/polizze-ecco-quanto-costa-assicurare-cani-e-gatti-A-EFjA5GH>

<https://www.ilsole24ore.com/art/assicurazione-cani-e-gatti-quali-spese-coprono-e-offerte-mercato-ACde6IP>

<https://barfbornagainrawfeeders.wordpress.com/2019/05/04/formulare-una-dieta-bilanciata-a-base-di-cibo-fresco-per-un-cane-adulto-sano/>

<https://www.amoreaquattrozampe.it/cani/dieta-barf-cose-vantaggi-rischi/40141/>

<https://www.amoreaquattrozampe.it/cani/dieta-barf-cibo-crudo-biologicamente-appropriato/13105/>

<https://www.amoreaquattrozampe.it/cani/alimentazione-cani/dieta-barf-boom-di-macellerie-specializzate-per-i-animale-domestici/33784/>

<https://www.miciogatto.it/dieta-barf-gatto-opinioni-pro-contro/>

<http://petb2b.it/trend-offerta-commerce-maggio/>

08

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 comprendere quali siano gli opportuni compromessi che permettano di integrare le questioni etiche nei processi di selezione ed esplorazione dei dati.

Nell'attuale versione di questo codice etico, questi sono i parametri che 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@maxfone.it](mailto:info@maxfone.it)

## USA

Instant Media Analyzer Inc.

10101 Hosta Cove  
78570 Austin, Texas

E: [info@instantmedianalyzer.com](mailto:info@instantmedianalyzer.com)