

INVESTTECH SPA THE MONTHLY LIFELINE

Numero 55
Aprile 2025

Investtech Values

Privacy First: le tecniche di marketing alla luce delle nuove pratiche sulla protezione dei dati dell'utente

La gestione del targeting da parte di marchi e inserzionisti sarà caratterizzata da un equilibrio tra la necessità di personalizzazione e l'esigenza di rigoroso rispetto delle normative sulla privacy, come il GDPR e la Direttiva e-Privacy, in un contesto "post-cookie". La rivoluzione digitale richiede una strategia "privacy-first", che sposta l'attenzione dai dati di terze parti (third-party data) all'uso di dati proprietari (first-party data), al contextual targeting e alle soluzioni di intelligenza artificiale etica. Settori quali quello farmaceutico, finanziario e del gioco d'azzardo sono soggetti a ulteriori restrizioni sui dati sensibili. La raccolta diretta di dati tramite canali proprietari (siti web, applicazioni, programmi fedeltà) risulta sostenibile e conforme alla normativa vigente. I dati vengono raccolti in modo proattivo dagli utenti, attraverso strumenti quali il preference center, i quiz e i sondaggi, al fine di garantire un livello di personalizzazione che rispetti la privacy degli individui. Inoltre, l'obsolescenza dei cookie tradizionali riduce l'efficacia del remarketing e la capacità di tracciare gli utenti su più siti. Le restrizioni sugli Identifier, come l'ATT (App Tracking Transparency) di Apple e la dismissione degli ID pubblicitari mobili, complicano il raggiungimento di un targeting preciso. È fondamentale ottenere un consenso esplicito e informato prima di attivare pixel o tag di marketing, come previsto dal Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (GDPR).

Blog: The Best of Marzo

Con l'aumento della diffusione dei contenuti generati dall'intelligenza artificiale, il pensiero critico è diventato una competenza fondamentale per la sopravvivenza. In tale contesto, i professionisti dell'IT sono ora chiamati a svolgere il ruolo di "auditor" della tecnologia, con il compito di validare la precisione dei risultati ottenuti e affrontare le implicazioni etiche, nonché le possibili distorsioni degli algoritmi. Maggiore è la sfida imposta dall'insufficiente competenza digitale, maggiore diventa l'importanza attribuita al pensiero critico e alla risoluzione di problemi complessi. L'Intelligenza Artificiale eccelle nell'identificazione di modelli in ampi set di dati, ma è il giudizio umano a dover interpretare tali modelli nel contesto della strategia aziendale. Il futuro del lavoro nel settore dell'Information Technology non consiste in una competizione con la macchina, ma piuttosto in una collaborazione volta alla formazione di "superminds" (super-menti) capaci di conseguire risultati impossibili da raggiungere in condizioni di isolamento. Questo richiede nuove forme di comunicazione, come l'ingegneria dei prompt, e una flessibilità cognitiva senza precedenti.

The New In

1972

Una console è un dispositivo elettronico progettato specificamente per il gaming. Il termine si riferisce agli apparecchi concepiti per uso privato, che per la visualizzazione possono connettersi a un normale televisore oppure, nel caso delle console portatili, essere dotati di uno schermo integrato. Una console può integrare anche funzionalità aggiuntive, quali la riproduzione di CD audio, DVD video e Blu-ray, e l'accesso a servizi Internet. Il primo modello di console commercialmente disponibile è stato la Magnavox Odyssey, introdotta nel mercato nordamericano nel 1972, sebbene il suo ideatore, Ralph Baer, avesse già sviluppato prototipi a partire dagli anni '60. Il concetto di console ha raggiunto una maggiore popolarità con il rilascio della versione domestica del gioco Pong nel 1975. A partire dagli anni ottanta, molteplici aziende hanno alternato la produzione di console con l'obiettivo di incrementare costantemente la potenza e la capacità di esecuzione di programmi complessi. L'enorme diffusione dei personal computer ha contribuito significativamente a tale sviluppo, permettendo a diverse aziende, tra cui Atari, SEGA e Nintendo, di affermarsi come principali protagoniste nel settore delle console. In particolare, nel 1983, viene rilasciato il Family Computer (noto anche come Famicom) in Giappone.

Credits: Wikipedia