Sono troppe ma 9 su 10 sono scaricate e cancellate
In media ne abbiamo 24, Whatsapp è la più amata

App

Più futili che utili ne usiamo solo tre



Una ricerca di Human Highway racconta come hanno cambiato le nostre abitudini

RTV-LAEFFE
Su *Rnews* (canale 50 del digitale) il servizio sulle app davvero utili

IRENE MARIA SCALISE

C'è quella per tenere lontane le zanzare e quella per perdere peso. Ma anche le "utilissime" che calcolano il tempo di cottura della pasta e supervisionano la qualità del sonno. Benvenuti nel meraviglioso mondo delle App. Per poi rendersi conto, in pochissimi giorni, che molto di quello che abbiamo scaricato è inutile. E che la second life virtuale serve a poco. Ma c'è di che consolarsi perché, nella nostra esistenza di "*appaholic*", siamo in buona compagnia. Il 94% delle App gratuite sono infatti scaricate e poi cancellate. Il numero medio di applicazioni che resistono su telefoni o iPad, secondo una ricerca condotta tra generazione X e Y (tra i 18 e i 44 anni) dalla società *Human Highway*, è invece pari a 24. Di queste, quelle effettivamente usate sono una media di 7. Le irrinunciabili non più di 2 o 3.

Pochissime, dunque. Soprattutto considerando la quantità di applicazioni nella rete. Google Play, nel mese di luglio, ha raggiunto il milione di App, mentre Apple le ha superate in ottobre. Una iperproduzione che ipnotizza i *download & try*: coloro che freneticamente scaricano, provano e poi si vedrà. Risultato? Quasi sempre un colpo di spugna ripulisce smartphone e tablet. Per quelle che si salvano, invece, si entra nel mondo parallelo del mai più senza. Cambiano le abitudini dell'esistenza e, chi le sceglie, dichiara che senza di loro l'uso di internet non sarebbe più lo stesso. «Chi riesce a far entrare una determinata App nelle abitudini comuni avrà vinto la scommessa col mercato», spiega Federico Feroldi, ingegnere informatico che vive a New York e ha lavorato per Yahoo, Mobango, Fastweb e Jumpy, «al contrario se dopo una campagna di marketing tutti scaricano l'applicazione ma nessuno la usa è il fallimento».

Ma quali sono le più amate, quelle su cui gli italiani si consumano il pollice? La regina incontrastata è Whatsapp che piace al 40% degli intervistati. Il fascino della chat gratis, non a caso, è quella che rischia di mandare in pensione gli sms. Un utente su tre non rinuncerebbe a Facebook. Le App riguardanti il meteo conquistano il 15% dei meteoropatici. Per sopravvivere alle pause in metropolitana o in fila alla posta trionfano giochi come Candy Crush Saga e Ruzzle. Instagram è scaricato dall'8% mentre per il 7% sono indispensabili navigatori e mappe. Le ultime tre in classifica, comunque utili, sono Twitter (6%), Shazam (6%) e Skype (5%). Aggiunge Feroldi: «Per avere successo una App deve dimostrare una competenza tale da riuscire a catturare l'attenzione del consumatore più volte al giorno se pur per pochi istanti». Secondo Laura d'Amato, ricercatrice di *Human Highway*: «Il rapporto con quello che continuiamo a chiamare telefono non è mutato molto negli ultimi venti anni. Ma soprattutto non è cambiata la funzione che noi gli attribuiamo, di aiutarci nelle relazioni interpersonali. Infatti, guardando le App più popolari, si vede come aiutano una socialità di esseri sempre più soli. Se una volta la comunicazione era tra singoli, oggi si rivolge a gruppi come accade con Whatsapp o Facebook».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il boom delle App

Oltre 60 miliardi
I download di App sui dispositivi iOS finora

13 miliardi
I ricavi generati dai download



24
Il numero medio di App installate sul proprio dispositivo mobile

94%
Delle App scaricate per iOS sono disinstallate in breve tempo

7
La media delle App effettivamente usate

2-3
Quelle considerate irrinunciabili

1 su 2
quasi 15 milioni di persone
Accede alla Rete dal proprio dispositivo mobile

Quante sono le App più usate

16 App Installate
6 App utilizzate sempre

30 App Installate
8 App utilizzate sempre

Le irrinunciabili
(sondaggio condotto su utenti tra i 18 e i 44 anni)



fonte: Human Highway

IL CAFFÈ FILOSOFICO
Nuova serie

Nell'11° DVD **UGO VOLLI** racconta:
PEIRCE E LA SEMIOTICA.



«L'idea non appartiene all'anima; è l'anima che appartiene all'idea».
Peirce

Opera composta da 18 uscite. Ogni uscita a 7 € in più. L'editore comunicherà, nel rispetto del D.Lgs. 146/2007, eventuali ulteriori numeri della collana che, per sua natura, è suscettibile di estensione.

Repubblica e l'Espresso presentano l'undicesimo DVD de Il Caffè Filosofico. Ugo Volli racconta Charles Sanders Peirce, il pensatore inglese dell'Ottocento la cui fama è legata all'elaborazione del pragmatismo e alla nascita della teoria dei segni.

iniziative.editoriali.repubblica.it

DOMANI L'11° DVD: PEIRCE CON la Repubblica + L'Espresso

Se hai perso una delle precedenti uscite rivolgiti al tuo edicolante di fiducia o al servizio clienti 199.78.72.78. Il costo massimo della telefonata da rete fissa è di 14,37 cent di euro al minuto più 6,24 cent di euro di scatto alla risposta (iva inclusa).

SONO SEGNO DI CREATIVITÀ

RICCARDO LUNA

Si fanno troppe applicazioni, dunque? La risposta è no. Chi sostiene il contrario non ha capito qual è oggi il motore della innovazione. Restando a un'epoca recente, senza scomodare il rinascimento insomma, c'è un mondo prima del web e un mondo dopo il web. Prima, diciamo al tempo della seconda rivoluzione industriale, l'innovazione era appannaggio dei grandi centri di ricerca e sviluppo dei governi e delle multinazionali. Servivano grandi capitali e nulla che fosse davvero rilevante arrivava da altri lidi e se per caso arrivava veniva subito inglobato. Quell'epoca è finita da un pezzo. Con la rivoluzione digitale non solo tutti siamo diventati produttori di contenuti, ma tutti siamo diventati potenzialmente innovatori. E questo perché il costo necessario per provare a fare una cosa, si è abbassato fino quasi a ridursi a zero. Per fare un sito, per fare una app, ma ormai anche per stamparsi un oggetto in 3D servono poche migliaia di euro. O anche zero se sei un po' pratico del digitale. Questo fatto ha aperto la strada ad una inarrestabile invasione di creatività, non tutta eccelsa naturalmente. Ma mai come oggi le persone ci provano e questo lavorio incessante è il tesoro di questa epoca: si chiama Open Innovation, è una innovazione dal basso, senza permesso, alimentata dalla passione. Sostituisce i grandi investimenti dei governi e delle aziende? No, perché lavora su un altro piano. È però complementare. Se vuoi mandare l'uomo su Marte ti serve sempre la Nasa (con i suoi scienziati e i milioni di dollari del governo), ma per fare una app che ti racconti il cielo stellato forse uno studente sconosciuto è migliore (e più economico) di una grande azienda. E infatti le grandi aziende si rivolgono sempre più agli innovatori sconosciuti. Che sarebbe in fondo l'iPhone senza le app (anche quelle inutili)? Un telefonino che si scarica troppo in fretta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA