



SA/economia in panne, internet a tutto gas

# **l'antidoto**

- 3 **è la finanza, bellezza  
(e tu non puoi farci niente)  
that's the finance, baby  
(and there's nothing you can do)**  
*di Francesca Nicolini*
- 9 **2009, l'anno nero  
dell'informatica  
2009, a black year  
for the software industry**  
*di Gino Silvatici*
- 10 **"dalla banda larga  
la ripresa del settore ICT"  
"broadband sparks off  
ICT recovery"**  
*di Gino Silvatici*
- 15 **investimenti hi-tech:  
accordo Invitalia-Cnr  
hi-tech investments:  
Invitalia and CNR agreement**
- 20 **belli ed economici:  
lunga vita ai domini  
cheap and beautiful  
long live domains**  
*di Francesca Nicolini*
- 24 **poker online,  
il boom è servito  
online poker boom**  
*di Paolo Gentili*
- 30 **zopa, l'anti-banca  
alla riscossa  
zopa, the anti-bank  
for the recovery**  
*di Stefania Fabbri*
- 38 **uso di internet in famiglia,  
l'Italia arretra  
the Internet at home,  
Italy slips behind**

Anno 4, numero 13 - Marzo 2009

Direttore responsabile  
Director in charge  
Luca Trombella

Coordinamento editoriale  
Editorial coordinator  
Anna Vaccarelli

Impaginazione ed elaborazione immagini  
Paging and image processing  
Giuliano Kraft

Copertina  
Cover  
NASA/courtesy of nasaimages.org

Fotografie  
Photos  
Maurizio Papucci, Giuliano Kraft

In redazione  
Editors  
Giorgia Bassi, Stefania Fabbri, Paolo Gentili,  
Manuela Moretti, Francesca Nicolini, Gino Silvatici

Traduzioni  
Translations  
Anna Southern, Adrian Wallwork

Stampa  
Printed by  
Pacini Editore S.p.A.  
Via A. Gherardesca  
56121 Ospedaletto (PI)

Direzione - Redazione  
Editorial Offices  
Unità relazioni esterne del Registro del ccTLD .it  
Via G. Moruzzi, 1  
I-56124 Pisa  
tel. +39 050 313 98 11  
fax +39 050 315 27 13  
e-mail: newsletter@nic.it  
website: <http://www.nic.it/>

Responsabile del Registro  
Head of ccTLD .it Registry  
Dott. Domenico Laforenza

Registrazione al Tribunale di Pisa  
n° 17/06 del 21 luglio 2006

Stampato su carta ecologica  
Printed on organic paper

Chiuso in redazione  
Closed for printing  
28 marzo 2009

**P**rofessore, negli ultimi mesi mai parola fu più abusata di "crisi". Ma che cos'è, questa crisi? E' vero che la morsa della recessione si è già trasferita sull'economia reale?

Alla base sia della crisi finanziaria che della crisi reale ci sono i valori immobiliari cresciuti, a causa di quella che si può definire una "bolla". Lo scoppio della bolla ha avuto due effetti fondamentali: le famiglie e le imprese che possiedono immobili sono più povere; le banche e gli altri intermediari che hanno finanziato l'acquisto degli immobili hanno grosse perdite in portafoglio.

Le famiglie e le imprese, quindi, spendono meno per risparmiare e ri-accumulare in parte la ricchezza perduta. Le banche non si muovono e aspettano che i contribuenti si accollino le loro perdite. Ciò implica che quelle imprese che volessero investire e quelle famiglie che volessero acquistare a debito (case, macchine, frigoriferi,..) non trovino fondi a tassi ragionevoli.

**Occupazione, salari, investimenti: sono i tre fronti caldi, le cui ripercussioni - anche sul tessuto sociale dei singoli paesi - sono ancora tutte da valutare. Cosa ci attende, di massima, nel breve-medio periodo?**

La recessione continuerà: le famiglie non consumeranno e le imprese disinvestiranno capi-

tale e lavoro. Quanto a lungo? Dipende dai mercati finanziari. Se questi funzionassero a dovere, potremmo vedere segni di ripresa a fine anno (non sono un esperto di previsioni macroeconomiche, ma questo è ciò che dicono gli esperti).

Se i mercati finanziari non saranno sblocca-

*il punto / la crisi italiana vista dagli usa: parla  
Alberto Bisin, il professore-blogger voce di Noisefromamerika*

## **è la finanza, bellezza (e tu non puoi farci niente)**

di **Francesca Nicolini**



ti al più presto dalla politica finanziaria del governo, potremmo invece infilarci in una recessione tipo quella giapponese negli anni 90: è durata più di 10 anni e, forse, non è ancora finita completamente.

**I governi si affannano alla ricerca di strumenti finanziari per arginare il momento difficile. Ma se la crisi è già "reale" e non più solamente "finanziaria", a che serve curarla con strumenti di quel tipo?**

Gli strumenti finanziari sono assolutamente

fondamentali. Le crisi reali si risolvono quando le risorse (lavoro e capitale) impiegate in attività relativamente improduttive sono riallocate ad attività produttive. Questo, nelle economie moderne, non avviene senza mercati finanziari efficienti o almeno non congelati.

**Tutto pesa sulle spalle delle autorità governative e finanziarie o è necessaria una spinta propulsiva anche da parte dei cittadini?**

I governi devono intervenire presto e drasticamente, costringendo i mercati finanziari a rea-

lizzare le proprie perdite: così che i bilanci delle banche e delle altre società finanziarie siano "ripuliti" delle "attività tossiche" e possano ricapitalizzarsi.

**Il neopresidente Barak Obama ha posto Internet al centro della propria strategia economica. Dichiarazioni di facciata oppure la Rete è davvero l'antidoto o, quantomeno, uno degli antidoti alla crisi?**

Internet e il mercato ICT, come qualunque altro mercato, necessitano di riallocare risorse dalle attività relativamente improduttive a quelle produttive. Il governo ha poco o nulla da fare in questo senso: spesa diretta del governo, su qualunque attività, finisce per avere più costi che benefici.

Resta la necessità di agire sui mercati finanziari: condizione imprescindibile per uscire dalla crisi.

**In Italia lo faremo a bordo di un'automobile? Il settore – dato perennemente per maturo – trova sempre pronta una mano pubblica ad aiutarlo. Le nuove tecnologie, mai.**

Beh, anche qui negli Stati Uniti non si può dire che l'industria automobilistica non sia prontamente sussidiata dal governo. Questo avviene perché l'industria automobilistica ha

connessioni politiche potenti e perché una sua crisi ha costi sociali enormi sul lavoro. Costi che i governi non vogliono affrontare, rimandando così la necessaria ri-allocazione

delle risorse. Ma, ribadisco, non è il governo a dover aiutare le nuove tecnologie.

**L'ICT è un mercato giovane, ma alimentato da tante figure "precarie" e non formalizzate. Punto debole o punto di forza?**

Flessibilità è forza, ci mancherebbe. Forse non oggi, forse non in Italia, ma a breve in qualunque economia efficiente.

**"Non essere ansioso per la borsa", diceva Gordon Gekko/Michael Douglas al suo giovane allievo-broker nel film Wall Street. Certo è che se la borsa è un mercato umorale, Internet non facilita davvero le cose: quanto pesano i "rumors" sulla regolarità dei mercati? Alla Apple è bastata una voce (falsa) del ricovero del suo amministratore delegato per affondare in un pomeriggio.**

Sì, i mercati sono volatili. Ma questo è so-



**la spesa diretta  
del governo  
finisce per avere  
più costi che benefici**



## **chi è Alberto Bisin**

Alberto Bisin è professore di economia alla New York University e fellow del NBER (Cambridge, MA) e di IZA (Bonn). È anche fellow del Center for Experimental Social Sciences (CESS) a NYU, di IGIER all'Università Bocconi, e di CIREQ alla University of Montreal. È Associate Editor del Journal of Economic Theory, di Economic Theory, e di Research in Economics (Ricerche Economiche). Ha un Ph.D. dalla University of Chicago, ottenuto nel 1994. È editor del blog *Noisefromamerika.org*. I suoi principali contributi di ricerca sono nel campo della Teoria dell'Equilibrio Economico Generale, dell'Economia dei Mercati Finanziari, della Economia delle Decisioni e dell'Economia Sociale. È co-editor dell'Handbook of Social Economics, di prossima pubblicazione.

prattutto dovuto alla mancanza di trasparenza a tutti i livelli, economici e politici, che purtroppo ancora prevale. Apple ha sbagliato a non affrontare la questione delle condizioni di salute di Steve Jobs in modo trasparente. E' chiaro che Jobs è importante per la società ed è altrettanto ovvio che le sue foto facesse- ro temere il peggio.

**Più in generale, l'informazione finanziaria sui canali tradizionali, specie in Italia, non sembra godere di buona salute. Internet riuscirà a colmare questo vuoto?**

Credo che la Rete sia già fondamentale per l'informazione finanziaria. E lo diventerà sempre più.

**Che speranza abbiamo di rialzare la testa in tempi brevi? Lei ce l'ha, un antidoto?**

Ormai lo conosce già, il mio antidoto: non aver paura di azzerare il capitale di rischio delle banche se così è, e ricapitalizzarle sui

mercati privati. Per il resto, non spendere miliardi inutilmente, che richiedono tasse future. Anzi, abbassare le aliquote fiscali, per incentivare famiglie e imprese a lavorare di più. Questo vale soprattutto per l'Italia, dove le tasse sono altissime, concentrate solo su un sottoinsieme dei cittadini, e dove la spesa pubblica è a livelli di inefficienza da terzo mondo. Mi spiace, ma è così.

**Un'ultima domanda di carattere personale. Nel suo sito abbiamo visto la foto di Cannavaro che alza la coppa dei Mondiali: orgoglio o nostalgia? Le manca l'Italia?**

E' certo un senso di orgoglio. Anche di nostalgia, ma solo un po' (sono in Italia 4 mesi l'anno, fortunatamente). Mi mancano alcuni aspetti del nostro Paese, è ovvio. Soprattutto genitori e amici. Ma davanti alla nostalgia mi basta pensare a cosa sarebbe stata la mia carriera accademica, in Italia, per tornare subito di buon umore.

“netbook” non salveranno l'industria dei personal computer dal declino di vendite più marcato della storia: meno 11,9 per cento quest'anno rispetto ai volumi registrati nel 2008. Lo sostengono gli analisti di Gartner, che stimano la contrazione delle vendite di Pc a un livello senza precedenti, largamente superiore a quello (meno 3,2 per cento) registrata nel 2001 in piena crisi della net-economy.

George Shiffler, research director di Gartner, ha evidenziato come l'atteso boom di vendite dei notebook (settore stimato in crescita del 9 per cento, con particolare riferimento ai Pc ultraportatili o “netbook” che scaleranno addirittura l'8 per cento del mercato raddoppiando le vendite) non sarà sufficiente ad ammortizzare il crollo degli ordini dei desktop computer (meno 31,9 per cento).

Lo scenario, per stessa ammissione degli analisti, è radicalmente mutato nel corso degli ultimi mesi: prima dell'acuirsi della crisi economica, infatti, l'industria del Pc nel 2009

era stimata in crescita di nove punti percentuali rispetto all'anno precedente. La flessione di vendite riguarderà sia i mercati “maturi” come Europa e America del Nord (meno 13%) che quelli emergenti (meno 10,4%); nei primi è assai marcata la crisi del cosiddetto “mercato di sostituzione”: l'80% delle vecchie macchine non sarà rimpiazzato da nuovi terminali.

**Gartner: vendite pc al minimo storico non basterà il boom dei “netbook”**



**P**rofessor, over the last few months there has never been a more over-used word than "crisis". But what is this crisis? Is it true that the grip of recession has already hit the actual economy?

At the heart of both the financial crisis and the real crisis are the increases in real estate values, which have basically caused a bubble.

The bursting of the bubble has had two fundamental effects: families and companies that own properties are poorer; and banks and other intermediaries who have financed

the acquisition of properties have made huge losses.

Families and companies, are therefore spending less in order to save money and to re-accumulate some of their lost wealth. The banks are not moving and are waiting for the taxpayers to shoulder their losses. This implies that the companies who want investments and the families who want loans (for houses, cars, fridges, etc) are not finding funding at reasonable interest rates.

**Jobs, salaries, investments: these are the three key areas, whose repercussions - also in terms of the social fabric of individual countries - are still being assessed. Generally speaking, what do you expect in the short term?**

The recession will continue: families won't be consuming and companies will disinvest capital and jobs. For how long? It depends on the financial markets. If these function as they should, we might see signs of recovery at the end of the year (I am not an expert in macroeconomic forecasts, but this is what the experts say). If the financial markets don't become unblocked as quickly as possible through the financial policies of the government, we could instead be plunged into a recession like the Japanese one of the 1990s: which lasted more than 10 years and still, perhaps, is not completely over.

*viewpoint / the Italian crisis seen from the USA  
in the words of Alberto Bisin, professor and blogger  
the voice of Noisefromamerika*

# that's the finance, baby (and there's nothing you can do)

by **Francesca Nicolini**



**Governments are working flat out in search of financial tools to stem these difficult times. But if the crisis is already “real” and is no longer purely “financial”, what is the point of managing it with these types of tools?**

Financial tools are absolutely fundamental. The real crisis will solve itself when the resources (jobs and capital) used for relatively unproductive activities are reallocated to productive activities. This, in the modern economies, does not happen without efficient or at least unfrozen financial markets.

**Does everything hangs on the shoulders of the governing and financial authorities? or is some kind of thrust also needed on the part of citizens?**

Governments have to intervene early and drastically, forcing the financial markets to realize their own losses: in this way the banks’ and the financial companies’ balances are “cleaned” of their toxic activities and can be recapitalized.

**The new president Barak Obama has placed the Internet at the centre of his own economic strategy. Is this a token declaration or is the Net really the antidote or, at least, one of the antidotes of the crisis?**

The Internet and the ICT market, like any other market, require resources to be reallocated from relatively unproductive activities

to productive ones. The government has little or nothing to do in this sense: direct government spending, on whatever activity, ends up with more costs than benefits. What remains is the need to act on the financial markets: an unavoidable condition to get out of the crisis.

**So Italy are we going to be doing that with the car industry? That sector always finds a public hand ready to help it. The new technologies never seem to get anything.**

Even here in the United States you can’t say that the car industry has not been readily subsidized by the government. This happens be-

cause the car industry has powerful political connections and because its crisis has enormous social costs on jobs. Costs that the government doesn’t want to face, thus delaying

the necessary re-allocation of resources. But, I stress, it isn’t the government who should help the new technologies.

**The ICT is a young market, but it is fuelled by those with precarious and unformulated profiles. Is this a weakness or a strong point?**

Of course flexibility is a strength. Maybe not today, maybe not in Italy, but soon in some efficient economies.

**“Don’t get anxious about the stock market”, said Gordon Gekko/Michael Douglas to his**



**direct spending  
by the government  
ends up with  
more costs than benefits**



## who is Alberto Bisin?

Alberto Bisin is a professor of economics at New York University and a fellow of NBER (Cambridge, MA) and IZA (Bonn). He is also a fellow of the Center for Experimental Social Sciences (CESS) in NYU, of IGIER at the Bocconi, and of CIREQ at the University of Montreal. He is Associate Editor of the Journal of Economic Theory and Research in Economics. He has a Ph.D. from the University of Chicago, obtained in 1994. He is the editor of the blog *Noisefromamerika.org*. His principal research contributions are in the field of the theory of General Economic Equilibrium, the economics of the financial markets, the economics of decision-making, and social economics. He is the co-editor of the Handbook of Social Economics, to be published shortly.

young trainee broker in the film *Wall Street*. Certainly if the stock market is a temperamental market, the Internet does not really facilitate things: what impact do rumours have on the market? At Apple one (false) rumour was enough about the admission to hospital of its deputy administrator for it to sink in one afternoon.

Yes, the markets are volatile. But this is above all due to the absence of transparency at all levels, economically and politically, which unfortunately still prevails.

Apple was wrong not to tackle the question of the health of Steve Jobs in a transparent way. It is clear that Jobs is important for the company and it is especially obvious that photos of him would make people fear the worst.

**More generally, financial information through traditional channels, particularly in Italy, does not seem to be in good health. Will the Internet succeed in filling this gap?**

I think that the Net is already fundamental for financial information. And it will become even more so.

**What hope do we have of recovery in the**

**short term? Do you have an antidote?**

By now you already know my antidote: don't be afraid of cancelling any risk capital of banks and then recapitalize its private markets.

And don't spend billions senselessly, which will require future taxes. Indeed, lower tax rates, to motivate families and companies to work more. This especially applies to Italy, where taxes are very high, concentrating only on a subset of citizens, and where public spending is at the inefficient levels of the third world. I am sorry, but that's how it is.

**A final more personal question. On your site there is a photo of Cannavaro lifting the World Cup: is that pride or nostalgia? Do you miss Italy?**

It certainly is a sense of pride. Also a bit homesick, but only a little (fortunately I am in Italy four months a year).

Of course I miss some aspects of our country. Especially family and friends. But faced with this nostalgia, I only have to think of what would have happened to my academic career in Italy and my good mood instantly returns.

## Gartner: pc sales at all time low netbook boom not enough

Netbooks will not save the personal computer industry from its most marked decline in sales history: down 11.9% this year compared to the registered volume in 2008. According to the analysts at Gartner, who estimate that the decline in PC sales is at an unprecedented level, a lot higher than (down 3.2%) was recorded in 2001 during the full net-economic crisis.

George Shiffler, Gartner's research director, has highlighted that the expected boom in notebook sales (the sector that is estimated to grow by 9%, with particular reference to the ultra-portable PC or "netbook" which will even rise to 8% of the market, doubling sales) will not be enough to cushion the collapse of orders of desktop computers (down 31.9%).

The scenario, according to the analysts' own admissions, has radically changed over the last few months: firstly made worse by the economic crisis, in fact the PC industry in 2009 was estimated to grow by nine percentage points with respect to the previous year. The decline in sales relates to both the "mature" markets such as Europe and North America (down 13%) and to the emerging markets (down 10.4%). In Europe and North America the crisis of the so-called 'replacement market' is having its own crisis: 80% of the old models will not be replaced by new ones.

**C**rollo verticale dell'occupazione, mercati in crescita negativa di quasi sei punti percentuali. Si annunciano tempi duri per l'ICT in Italia: secondo le previsioni del Rapporto Assinform 2009, presentato nelle scorse settimane dal presidente Ennio Lucarelli, il settore delle tecnologie informatiche (IT) ha perso a fine 2008 circa 47mila addetti, annullando in dodici mesi l'aumento occupazionale che si era registrato negli ultimi tre anni. E se la crescita del settore era passata dal + 2% del 2007 al +0,8% del 2008, per il 2009 le stime parlano di una diminuzione nell'ordine di 5,9 punti percentuali. L'unico segnale positivo viene dalle telecomunicazioni (TLC), comparto destinato a crescere dello 0,7% grazie alla maggiore richiesta di servizi "mobile" e di banda larga.

La crisi – testimonia il Rapporto Assinform – dovrebbe investire nel 2009 tutto il segmento IT anche se il software, con un calo del 3,9%, dovrebbe reggere meglio l'impatto rispetto ai servizi (-6,7%) e all'hardware (-6,4%). "L'information technology deve essere al centro delle infrastrutture fondamentali per lo sviluppo del paese, al pari delle autostrade e delle centrali energetiche", ha commentato Lucarelli con un chiaro riferimento alle misure prese dal Governo per aiutare le imprese a battere la crisi. Secondo il presidente Assinform,

i piani "e-Government 2012" e "Industria 2015", finalizzati al sostegno dei progetti di innovazione, si annunciano determinanti per garantire gli investimenti necessari alla sopravvivenza del settore.

Tra i motivi della crisi, Assinform intravede non soltanto la diminuzione della domanda dei consumatori, ma anche il decremento dell'informatica pubblica, orientata verso progetti "in house", ovvero con risorse inter-

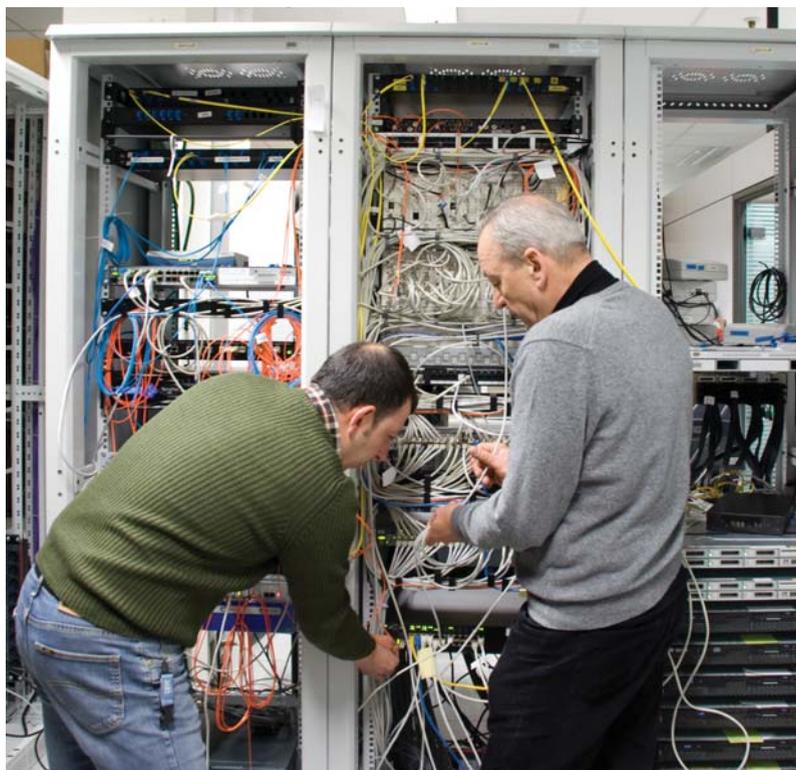
***Assinform / i numeri della crisi. forte contrazione per l'IT, regge il settore telecomunicazioni pubblica amministrazione ancora al palo***

# **2009, l'anno nero dell'informatica**

## **mercati in caduta libera (-5,9%)**

### **47mila posti di lavoro in fumo**

di **Gino Silvatici**



ne, senza ricorso alle gare di appalto per imprese concorrenti esterne. L'informatica pubblica investe sempre meno in progetti di innovazione, con una crescita negativa dello -0,5% nel 2008 e con un volume stabile sotto la soglia di 3mila milioni di euro, di cui il 62% va ad alimentare il mercato delle risorse interne alla PA.

In Italia, inoltre, si è investito soltanto il 2% del Pil, dal 2001 al 2006, in information technology, mentre negli Stati Uniti la percentuale è stata del 4,2% e in Europa del 3,3%. Un gap che, nel momento di crisi, si fa ancora più pesante.

La crisi del mercato IT è determinata anche da un forte rallentamento della domanda del-

le imprese che è passata da +1,9 nel 2007 a +0,7 nel 2008. Le aziende si vedono dunque costrette a tagliare, seppur con la consapevolezza che l'innovazione tecnologica è un investimento importante per rimanere competitivi sui mercati. Le vendite sono calate in tutti i settori, anche se Internet sembra reggere il passo grazie alla crescita dei consumatori "multicanale": la domanda di informatica è in marcata flessione nelle grandi imprese (-1% rispetto al 2007), stabile nelle medie e comunque deludente nelle piccole imprese (-0,1%). La domanda B2B rimane la fetta più consistente del comparto (80% del totale): nello specifico, le grandi aziende vi pesano per il 56,9%, le medie imprese per il

*tre domande a Ennio Lucarelli, presidente di Assinform*

## "dalla banda larga la ripresa del settore ICT"

**D**iminuiscono le vendite di PC, stabile il software, aumentano le TLC grazie alla banda larga. Quali prospettive si aprono sul mercato?

Le vendite dei netbook hanno risollevato un po' il mercato, ma il prezzo di tale dispositivo è inferiore rispetto a quello di un laptop e così i margini di ricavo. Vedo prospettive interessanti sulla banda larga "di nuova generazione": il Web 2.0. necessita di un salto di qualità nell'utilizzo delle reti di nuova generazione e crea nuovi business sia in temi di software che di applicazioni Web. Aumentare la banda larga e le infrastrutture significa anche dare alle aziende la possibilità di rimanere nel commercio mondiale, visto che molti altri paesi hanno deciso di fare investimenti in questo senso.

### **Cosa chiede al Governo per battere la crisi ICT?**

Occorre distinguere tra telecomunicazioni e IT. Nel primo caso sarebbe utile risolvere i problemi di regolamentazione decidendo tra un modello cooperativo o unitario. Dal punto di vista dell'IT, invece, occorre portare avanti il piano Industria 2015 e fare in modo che la domanda pubblica faccia aumentare l'offerta limitando le scelte "in house", ovvero le soluzioni interne senza gare pubbliche. Più in generale, è bene ricordare che tutto il modello di business del made in Italy necessita di investimenti in IT.

### **Perché aiuti all'auto e non all'ICT?**

E' importante sostenere i settori trainanti come l'automobile. L'ICT non ha ricevuto aiuti in modo così diretto ma, come ricordavo, il settore è entrato all'interno del piano Industria 2015: il Governo si è impegnato a sostenere i grandi progetti di innovazione. (gino silvatici)

25,1% e le piccole per il 18%.

A innescare la recessione contribuisce anche il calo della domanda di beni e servizi tecnologici da parte dei consumatori: si è passati dal +10,5 % nel 2007 a + 4,4% nel 2008, con una diminuzione di 6 punti percentuali. I dati documentano il primato dei computer portatili, con un +44,5%, rispetto ai desktop, grazie anche all'avvento dei nuovi ultra portatili, i netbook.

Stabile la richiesta di server. Per quanto riguarda l'offerta di software e servizi di assistenza tecnica si registra un calo accentuato per workstation (-25%), mainframe (-22,9%), storage e stampanti (-15%). Un dato positivo nell'offerta IT è dato dai software, che cre-

sciono del 3,4% sia nella componente applicativa che nei middleware e nei software di sistema. L'offerta di servizi di assistenza tecnica di Pc e affini perde il 2,5%.

Tornando, infine, al mercato delle telecomunicazioni, si registra la differente performance tra telefonia mobile e fissa, con la prima in crescita rispetto alla seconda. Aumenta la domanda da parte degli utenti finali rispetto alla componente business (meno 1,8% nel 2008). Per quanto riguarda i servizi sul mobile, sono in crescita sms, mms e collegamenti Internet con un +7,4% rispetto al 2007. Sul fronte delle telecomunicazioni fisse crescono le connessioni ADSL (più 12%: un business da 3.100 milioni di euro).

## chi è Ennio Lucarelli

Nato a Roma nel 1939, laureato in Ingegneria Elettronica, ha lavorato fin dal 1965 per aziende pubbliche e private. E' stato membro della Giunta della Camera di Commercio di Roma, Consigliere del CNEL e Presidente della Fiera di Roma dal 1988 al 1993. Attualmente è Presidente di AlTech-Assinform, Associazione Italiana per l'Information Technology, e vicepresidente di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici.



*Assinform / all the stats on the crisis  
downturn for IT, telecommunications hold out  
public administration at the stake*

# 2009, a black year for the software industry

**markets plummet (-5,9%)  
47,000 job losses**

by **Gino Silvatici**

The job market has crashed and the markets are down by nearly six percentage points - hard times ahead for ICT in Italy. According to the forecast in the 2009 Assinform Report, recently presented by its chairman, Ennio Lucarelli, the IT sector in Italy lost around 47,000 jobs in 2008, thus cancelling out in 12 months the job increase that had been recorded in the last three years. Although the growth in the sector went from + 2% in 2007 to +0,8% in 2008, in 2009

*three questions for Ennio Lucarelli, chairman of Assinform*

## “broadband sparks off ICT recovery”

**Sales of PCs are down, software sales are stable, and TLCs are up thanks to broadband. What prospects are opening up on the market?**

Netbooks have helped to make sales in the sector a little more buoyant, but they cost less than laptops so the profit margins are lower. I see interesting prospects for new generation broadband. If Web 2.0. is going to reach its full potential it needs a quality leap in the new generation networks and this should spark off new business opportunities for software development and web applications. Increasing broadband and infrastructures means helping Italian companies to remain in the commercial world, particularly given as other countries are making such investments.

**What can the government do to fight the crisis in information and communication technology?**

I think we need to distinguish between telecommunications and information technology. In the first case we need to sort out the regulations: are we going for a cooperative model or a united model? As far as IT is concerned, the industrial policy launched by the Italian government (Industria 2015) really needs to ensure that public demand increases supply by limiting work being carried out in house - basically we want to avoid the public sector relying on internal developers and encourage public bids for tender. Then of course the whole 'made in Italy' business model needs investment in IT.

**Why help the car industry and not ICT?**

I think we need to support sectors those sectors that give most impulse to the economy, such

a downturn of 5.9% has been forecast. The only positive sign comes from telecommunications (TLC), which looks set to grow by 0.7% thanks to greater demand for mobile services and broadband. According to the Assinform Report, in 2009 the crisis will affect the whole IT sector, though software with a 3.9% drop is likely to weather the impact better than services (-6.7%) and hardware (-6.4%). "Information technology must be at the centre of the basic infrastructures for the development of Italy, on the same level as motorways and power stations," said Lucarelli with a clear reference to the measures taken by the government to help companies beat the crisis. According to the chairman of Assinform, the government's industrial policies ("e-Government 2012" and "Industry 2015") which are aimed at supporting innovation projects, will be crucial in guaranteeing the investments

needed to survive in this sector.

Amongst the reasons for the crisis, Assinform singles out not only the fall in consumer demand, but also the decrease in software projects within the civil service many of which are developed in house without any public bids for tender by external competitors. The civil service is investing less and less in innovation projects - minus 0.5% in 2008, and with a stable volume under three thousand million euros of which 62% feeds the market for internal resources.

Another key issue is that in Italy only 2% of the GNP was invested in IT between 2001 and 2006, whereas in the USA this figure was 4.2% and in Europe 3.3%. And this gap really makes itself felt in a crisis.

The crisis in the IT market is not being helped by a huge decrease in demand from companies - down from +1,9 in 2007 to +0,7 in

as the automobile industry. ICT hasn't received such direct help but it is, as I said before, part of the government's industrial policy - in fact the government is committed to support large-size innovation projects in Italy. (gino silvatici)

## who is Ennio Lucarelli?

Ennio Lucarelli was born in Rome in 1939 and graduated in Electronic Engineering. Since 1965 he has worked for state and private companies. He was a member of the council of the Chamber of Commerce in Rome and President of the Rome Trade Fair from 1988 to 1993. He is currently chairman of AITech-Assinform, which is the Italian association for Information Technology, and vice-chairman of the Italian Manufacturers' Association (Innovative and Technological Services).



2008. Companies are having to make cuts even though they are aware that technological innovation is important if they are going to remain competitive.

Sales have dropped in all sectors, though the Internet seems to have weathered the storm better thanks to the increase in 'multi-channel' consumers.

The demand for information systems is in marked decline in large-size companies (-1% compared to 2007), stable in medium-size companies and disappointing in small companies (-0.1%).

Demand in B2B remains the biggest slice in the sector (80% of the total) of which large-size companies represent 56.9%, medium 25.1% and small 18%.

The recession is also being fuelled by a drop in consumer demand for technological goods and services - from +10,5 % in 2007 to +4,4% in 2008, so a decrease of six percentage points. Portable computers are fairing the best (+44.5% over desktop computers)

helped by the advent of netbooks. The demand for servers is stable.

With regard to software and technical assistance, there has been a significant downturn for workstations (-25%), mainframes (-22.9%), storage and printers (-15%). One positive statistic for IT is software, which has grown 3.4% both in applications, middleware and software systems. Technical assistance for PCs and similar is down 2.5%.

Finally, going back to the market of telecommunications, mobile telephony and fixed telephony have performed differently - with mobile being the more positive. End users have been on the increase compared to business (down 1.8% in 2008).

With regard to mobile services, messaging services (SMSs and MMSs) are on the up, as are Internet connections which have grown +7,4% over 2007.

ADSL connections have also increased significantly, 12% in fact, with a turnover of 3.1 million euros.



Con 2,7 miliardi di dollari di investimento e 57 progetti attratti dall'estero nei settori ad alto contenuto tecnologico nel 2008, l'Italia si posiziona al quinto posto in Europa nella graduatoria, preceduta da Regno Unito, Francia, Spagna e Germania. Un dato in controtendenza rispetto alla crisi delle economie globali e al calo degli investimenti diretti esteri registrato nello stesso periodo negli altri settori. Gli investimenti nell'hi-tech, in particolare nelle tecnologie ambientali, nel 2008 hanno avuto un aumento del 100%, raddoppiando da 6,3 a 12,6 miliardi di dollari e le industrie del comparto hanno dimostrato di 'tenere'. Forti di questi risultati, Invitalia - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa - e il Cnr hanno sottoscritto un protocollo d'intesa con l'obiettivo di rendere più attrattivo il mercato italiano e migliorare le collaborazioni tra soggetti esteri, soggetti italiani e comunità scientifica nazionale. L'obiettivo è quello di puntare sui settori hi-tech, in quanto strategici per attrarre investimenti esteri qualificati e potenziare la competitività del Paese. L'accordo, che porta la firma dall'amministratore delegato di Invitalia, Domenico Arcuri, e del presidente del Cnr, Luciano Maiani (nella foto), punta a offrire agli imprenditori esteri opportunità di investimento in tali settori, valorizzando le competenze qualificate e i risultati innovativi prodotti dalla rete scientifica italiana.

## LA BUONA NOTIZIA

### investimenti hi-tech: accordo Invitalia-Cnr



With 2.7 billion dollars of investments and attracting 57 projects from abroad in hi-tech sectors in 2008, Italy is in fifth place according to Europe's ranking, preceded by the United Kingdom, France, Spain and Germany. One figure that goes against the trend in terms of the global economic crisis is the fall in direct foreign investments registered in the same period in other sectors. Hi-tech investments, in particular in environmental technology, in 2008 had an 100% increase, doubling from 6.3 to 12.6 billion dollars and the industries in that sector managed to hold their ground. On the basis of these results, by these results, Invitalia - the national agency for the promotion of investments and the development of companies - and the Italian National Research Council (CNR) have signed an agreement with the objective of making the Italian market more attractive and improving collaboration with foreign entities, Italians and the national scientific community. The objective is to strategically focus on hi-tech companies, in order to attract foreign investment and strengthen the country's competitive edge. The agreement, which has the signature of Invitalia's deputy administrator, Domenico Arcuri and the president of the CNR, Luciano Maiani (photo), aims to offer foreign businesses the opportunity of investment in such sectors, evaluating the skills and the innovative results produced by the Italian scientific network.

## THE GOOD NEWS

### hi-tech investments: Invitalia and CNR agreement

Crisi? Ma quale crisi. Il mercato dei domini gode di ottima salute: lo hanno confermato – senza eccezioni – i delegati dei principali registri Internet europei e mondiali, riuniti a Barcellona dal 18 al 20 marzo per il 38esimo meeting di Centr. Grandi o piccoli, consolidati o emergenti, tutti gli operatori registrano un andamento più che positivo: e anche le stime per il futuro

sono improntate al più roseo ottimismo.

“Si è chiuso un anno straordinario”, ha commentato **Jordi Iparraguirre i Vilarrasa**, direttore generale della Fondazione .cat (gestore dei domini catalani), che a Barcellona ha fatto gli onori di casa. Il suffisso .cat è giovane e ancora lontano dai numeri dei principali colossi europei: ma se il buongiorno si vede dal mattino... “Il nostro dominio – ha

**Centr / la congiuntura economica non turba il mercato dei “top level domain”  
tutti gli operatori segnalano crescite record nel numero di nuove registrazioni**

## **belli ed economici: lunga vita ai domini big ed emergenti all’unisono “non potrebbe andare meglio”**

di **Francesca Nicolini**



ribadito – continua a crescere regolarmente. Abbiamo iniziato soltanto nel 2006: i 6mila domini circa registrati durante la fase di sunrise oggi sono più che quintuplicati e abbiamo raggiunto un totale di circa 35mila domini e 21 registrar”. Un risultato davvero sorprendente per un registro che, al 99 per cento, ha esclusivamente assegnatari catalani, che vedono nella targa .cat un modo per riaffermare la propria identità geografica e culturale.

Non meno significativo il risultato del registro polacco, accreditato di una crescita del 73,5 per cento dei domini registrati nel 2008 rispetto all’anno precedente.

**Monika Sowinska** dello staff del Team Manager Registrar Programme Development polacco ha sciorinato numeri e cifre durante il meeting di Barcellona.

Non senza soddisfazione: il Registro .pl conta oggi un milione e 300mila domini registrati e oltre 100 registrar. La curva di crescita, che in gennaio ha subito una naturale quanto attesa flessione,

resta memorabile.

Gli effetti della crisi non sembrano dunque scalfire il business consolidato dei nomi a dominio. Lo ha ribadito un altro big del settore, **Lycke Hoogeveen**, communications manager del Registro olandese .nl (Sidn). "La congiuntura economica non ha avuto ripercussioni sostanziali sui domini", ha evidenziato, "nonostante gli effetti, altrove, si siano fatti sentire. I nomi a dominio hanno un costo irrisorio: nessuna impresa, neppure la più piccola, si sottrae a un investimento così modesto. Certo, la crisi ha colpito soprattutto i piccoli registrar, costretti giocoforza a ridurre gli investimenti. Ma le previsioni per il futuro sono davvero positive".

Più prudente **Hiro Hotta**, direttore del Registro giapponese: pur sottolineando la crescita dei domini .jp (giunti ormai a quota un milione e 700mila: più 7 per cento rispetto al 2007), egli non si è sbilanciato sulle prospettive a breve-medio termine. "Temiamo che la crisi possa innescare un calo delle registrazioni", ha dichiarato. "Ciò non significa che la



Paul M. Kane

« le decisioni di Ican  
non cambieranno  
lo scenario attuale »

« Jordi Iparraguirre i Villarasa  
per il .cat  
è stato un 2008  
straordinario »



flessione sarà particolarmente significativa. Sono convinto che molte piccole e medie imprese continueranno a registrare domini: ma è assai probabile un passo indietro per tutti coloro che non hanno una reale attività da svolgere o promuovere in rete". Le registrazioni del futuro, dunque, si annunciano ponderate e "utili": niente più spazio per le speculazioni.

Concorda **Marco Bernardi**, esperto di business development per Neustar, società che gestisce i registri .us e .biz (un colosso che somma circa 4 milioni di domini). "Il mercato è florido", ha confermato, "e ben lungi dal morire: oggi tutti usano Internet e nessuno ne può fare a meno. Semmai, rispetto a qualche anno fa, si evidenzia una diminuzione dei fenomeni di speculazione: chi investe in domini lo fa seriamente e senza buttare via i soldi. Soprattutto, investono tutti: anche le piccole società, che con un piccolo esborso si garantiscono un ritorno elevato". "Potremo definire l'impatto della crisi come un 'ralentamento' del tutto irrilevante per il mercato dei domini", ha aggiunto Bernardi. "Nessu-

na previsione negativa: tutto continuerà ad andare come adesso. Resta invece l'incognita di Ican e degli annunciati nuovi top level domain (TLD)



## il nome a dominio? un investimento modesto che ripaga sempre



generici: ancora nessuno può comprendere appieno gli sviluppi della vicenda e quali impatti potranno avere i nuovi suffissi sui TLD esistenti. Ican ne ha rimandato il lancio a causa della crisi? Non credo: penso piuttosto che Ican sia al lavoro per trovare una soluzione il più possibile condivisa”.

Sul fronte Ican si registra anche la presa di posizione di **Paul M. Kane**, general manager di ben quattro registri (.tm, .ac, .sh, .io) e ser-

vice provider per altri dieci, oltre che manager di una serie di società (come la CommunityDNS.eu) con uffici in Inghilterra, Giappone e Stati Uniti. “Le

decisioni di Ican non cambieranno l'attuale scenario del mercato dei domini”, ha commentato Kane. “Troppe estensioni causeranno una confusione tale che, alla fine, tutti torneranno alle origini facendo affidamento sugli attuali registri. Tuttavia, non sappiamo ancora quali e quanti domini nasceranno a seguito della 'liberalizzazione'. Presumo che alcuni dei nuovi gTLD saranno geografici o basati sugli interessi delle comunità, mentre



Foto: © Pep Masoliver - Fundació puntCAT

altri avranno caratteristiche piuttosto innovative; ciascuno potrà dare via libera alla propria creatività". A oggi il registro nic.tm ha raggiunto circa 40mila domini, mentre il tritico nic.ac, nic.sh e nic.io (gestito da una delle società di Kane, Internet Computer Bureau Plc) vola oltre quota 250mila. "Il mercato va benissimo", ha affermato con sicurezza Kane "e la crisi non ha sfiorato le mie società. Certo, le imprese in un momento così particolare preferiscono investire a breve termine: ciò nonostante i domini, che sono un investimento a lungo termine, sono più che in salute".

Lunga vita ai domini, dunque. Un parere condiviso anche dal Registro bulgaro che oggi vanta circa 20.000 domini e che alla fine del 2008 ha registrato un incremento delle registrazioni che oscilla tra il 20 e il 30 per cen-

to. **Daniel Kalchev**, direttore tecnico, non ha dubbi: "C'è ancora tempo per la saturazione del mercato. I domini sono e rimangono un investimento per le società, anche e soprattutto in tempo di crisi: proprio nel momento in cui la congiuntura si fa più difficile, le imprese che vogliono investire nel futuro registrano il proprio dominio perché tramite esso possono valorizzare e pubblicizzare il loro business. Una scelta fondamentale soprattutto per le piccole imprese: oggi – ha concluso – se non usi Internet sei definitivamente fuori dal mercato". Per i registri country code europei e internazionali si annunciano grandi novità in vista: molti hanno in cantiere una serie di campagne di comunicazione che promettono di incidere in modo ancor più significativo sul mercato. Alla faccia della crisi.

## cenerentola e i consumi via la tv, bene internet

La crisi dei consumi? Tutta colpa del Principe Azzurro: la gente ha smesso di sognare e non lo aspetta più. Ergo, ha anche smesso di credere nel futuro. La teoria è dell'americano Michael Dean Bellah, docente di Inglese al College di Amarillo, in Texas, e animatore del popolare blog *bestyears.com*. La mancanza di prospettive e la caduta libera dell'ottimismo si sarebbero ormai trasformate in una vera e propria depressione collettiva, che Bellah ha battezzato come "sindrome di Cenerentola invertita" (Reverse Cinderella Syndrome). "Bisogna imparare a sognare di nuovo – teorizza Bellah, il cui blog è finito addirittura sulle colonne del New York Times –; finita l'era delle aspettative impossibili, bisogna focalizzarsi su ciò che ciascuno ha già raggiunto e che può ancora ragionevolmente raggiungere. Se il Principe Azzurro non è ancora arrivato, non pensate che non arriverà mai ed esercitatevi a riconoscerlo. Forse è meno alto, bello e ricco: ma non è questo che dà la felicità". La ricetta? Più sport, meno tv e valorizzazione di hobby e rapporti sociali. Meglio se attraverso Internet.



Crisis? What crisis? Domain name markets are enjoying very good health: this has been confirmed - without exception - by the delegates of the main European and international Internet registries, reunited in Barcelona from 18-20 March for the 38th meeting of CENTR. Large or small, well-established or emerging, all the operators are experiencing a more than positive

trend - and even estimates for the future seem extremely rosy.

"We have had an extraordinary year", commented **Jordi Iparraguirre i Vilarrasa**, general manager of Fundació puntCAT (manager of Catalan domain names), who hosted the congress in Barcelona. The suffix .cat is young and still a long way from the number of main European giants: but if the start is anything to

go by ... "Our domain - he confirms - continues to grow. We only started in 2006: the roughly six thousand registered domains during the sunrise phase today have more than multiplied by five and we have reached a total of around thirty five thousand domains and 21 registrars". A really surprising result for a registry, which has 99% exclusively Catalan users, who see a way of reaffirming their own geographical and cultural identity in the name .cat.

No less significant is the result of the Polish registry - with a rise of 73.5% in registered domains in 2008 compared to the previous year. **Monika Sowinska** from the staff of the Polish Team Manager Registrar Programme Development showed off their numbers and figures during the Barcelona workshop. Not without satisfaction: the .pl registry today numbers one million and three hundred thousand registered domains and more than 100 registrars. Their growth curve, which in January

***CENTR / the top level domain market is immune to the economic slump. all operators witness record growth in numbers of new registrations***

## cheap and beautiful long live domains

**both big and emerging players  
all agree: "it couldn't be  
going any better"**

by **Francesca Nicolini**

Photo: © [hansseeuws.com](http://hansseeuws.com)



underwent a natural if expected drop, is still exceptional.

The effects of the crisis do not therefore not seem to have affected the established business of domain names. This is confirmed by another big player in the sector, **Lycke Hoogeveen**, communications manager of the Dutch Registry .nl (Sidn). "The economic situation has not had substantial repercussions on domains", he stressed, "despite the effects we have heard about elsewhere. Domain names cost a minimal amount: no company, not even the smallest, could not afford such a small investment. Of course, the crisis has especially hit the small registrars, who have been inevitably forced to reduce their investments. But the forecast for the future is really positive".

**Hiro Hotta**, director of the Japanese Registry is more prudent: as well as highlighting the growth of .jp domains (now reaching the one million seventy thousand mark: 7 per cent more compared to 2007), he himself is not troubled by the short to mid-term prospects.



**Lycke Hoogeveen**  
the forecast  
for the future  
is really positive



**Hiro Hotta**

« a step backwards for those who don't have an internet activity »

"We worry that the crisis could trigger a fall in registrations", he declared. "Which does not mean that the decline will be particularly significant. I am convinced that many small and medium companies will continue to register domains: but a step backwards is quite possible for all those who do not have a real activity to carry out or promote on the net". Future registrations, therefore, are likely to be carefully deliberated and "useful": no more space for speculations.

**Marco Bernardi**, expert in business development for Neustar, the company which manages the registrations .us and .biz (a giant numbering around 4 million domains) agrees. "The market is blooming", he confirms, "it is far from dying: today everyone uses the Internet and nobody can do without it. If anything, compared to some years ago, there has been a decline in the speculation phenomenon: whoever invests in domains does it seriously and without throwing money away. Above all, everybody invests: even small companies, who with a small investment are

guaranteed a high return". "We could define the impact of the crisis as a 'slowdown' which is altogether irrelevant for domain markets", added Bernardi. "No negative forecasts: everything will continue as it is now. But ICANN still remains an open question and as do the new generic top level domain names that have been announced: still no-one can completely understand the development of events and what impact the new suffixes will have on the existing TLD. Did ICANN postpone its launch because of the crisis? I doubt it: the reason is to find a solution for the ICANN process that is acceptable to all constituencies".



**a domain name?  
a small investment  
that pays for itself  
a thousand times over**



On the ICANN front there is also **Paul M. Kane**, general manager of four registries (.tm, .ac, .sh, .io) and the technical service provider for

10 other ccTLD Registries, along with manager of a series of companies, like CommunityDNS.eu, with offices in England, Japan, and the United States. "ICANN'S decision to postpone the launch of new TLDs will not change the current domain market scenario", commented Kane. "Too many extensions may cause confusion that, in the end, guide people back to the current registries. However, we do not know what or how many gTLDs may emerge from ICANN's new gTLD proc-



ess. I expect some of the new gTLDs will be geographical, or community-based while others may be rather innovative; each creating their own draw of users". Today the nic.tm registry has reached forty thousand domains, whereas the trio nic.ac, nic.sh and nic.io (managed by one of Paul's companies, Internet Computer Bureau plc) has over two hundred fifty thousand registered domain names. "The market is doing really well", affirms Kane confidently "and the crisis has not impacted my company. Of course, companies in today's economic environment may prefer to make short term investments. But domains are a long term investment and very much alive." So long live domains. An opinion also shared by the Bulgarian Registry which today boasts around 20,000 domains and which at the end of 2008 registered an increase in

registrations from 20 to 30%. **Daniel Kalchev**, technical director has no doubts: "There is still time for the market to be saturated. Domains are and will remain an investment for companies, and above all in times of crisis: right from the moment when the economic situation becomes more difficult, companies who want to invest in the future register their own domain because in this way they can enhance and advertise their business. A fundamental choice above all for small companies: today - he concluded - if you don't use the Internet you are definitely out of the market". For the European and international country code registries there is big news on the horizon: many have a series of communication campaigns in the pipeline which promise to impact on the market in an even more significant way. Blow the crisis.

## cinderella and consumption less TV, more web

**A** consumer crisis? All the fault of the Prince Charming: people have stopped dreaming and are no longer waiting for him. Therefore, they have also stopped believing in the future. The theory of the American Michael Dean Bellah, lecturer in English at the Amarillo College, in Texas, is the moving force behind the popular blog *bestyears.com*. The lack of prospects and the free fall of optimism have therefore been transformed into a proper, real collective depression, which Bellah has baptized as the "Reverse Cinderella syndrome". "People need to learn to dream again," - theorizes Bellah, whose blog has even finished up as a New York Times column - "the era of impossible expectations is over, it is necessary to focus on what we all have achieved and what can still be reasonably achieved. If Prince Charming has not arrived yet, you mustn't think that he never will, you have to try to recognize him. Perhaps he's not as tall, handsome and rich: but this isn't what happiness is all about". The recipe? More sport, less TV and the values of hobbies and social relationships - if possible via the Internet.



Cinque milioni di euro al giorno, per un totale – solamente a febbraio – di 143 milioni e 185mila euro di giocate. Questo, secondo i dati forniti dal recentissimo rapporto sul gioco a distanza (2008-2009) di Aams (l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato), è l'ammontare delle giocate online ai cosiddetti "skill games": in questa voce, e per il 95%, pesano i tornei di poker o similari. Da quando è stata regolamentata la

possibilità di effettuare vere "partite" in rete (con un decreto del ministro dell'Economia e delle Finanze datato 17 settembre 2007, ma effettivo dal 2 settembre 2008), la mania del *Texas hold'em*, il poker all'americana, è dilagata in un crescendo inarrestabile: dagli iniziali 18 milioni e 144mila euro del settembre 2008 (già di per sé un'ottima partenza), il dato si è quasi ottuplicato arrivando a costituire, nel febbraio scorso e dunque in

soli 6 mesi, il 52,9% del fatturato totale dei giochi a distanza in Italia. Negli ultimi quattro mesi del 2008 era fermo al 16,3%.

Il fatturato degli "skill games" (e del poker online che ne costituisce il nucleo principale) ha surclassato quello delle scommesse ippiche e delle lotterie istantanee "gratta e vinci" (entrambi al 2,6 % nei primi due mesi del 2009), e si appresta a erodere anche quello delle scommesse sportive, soprattutto sul calcio, stabilizzatosi al 40,9 % (inizio 2009). Per avere un'idea precisa dell'impatto delle nuove tipologie di gioco online, si consideri che la raccolta complessiva del gioco telematico è stata di 260 milioni di euro solamente a febbraio 2009, il 184% in più rispetto allo stesso dato del 2008 (circa 92 milioni di Euro). Questo trend di crescita, che ha superato i 5 milioni di euro al giorno, lascia prevedere, ipotizzando un'inevitabile stabilizzazione, una raccolta complessiva per il 2009 di oltre 1,5 miliardi di euro.

Ma cosa sono gli "skill

***"skill games" sugli scudi: in sei mesi più 800%  
a "gratta e vinci" e ippica restano solo gli spiccioli  
Aams: la crisi? "non c'entra"***

## **poker online, il boom è servito**

### **giocate per 5 milioni al giorno**

di **Paolo Gentili**



games" e, più in generale, il gioco a distanza? Aams definisce quest'ultimo come l'insieme di "scommesse sportive a quota fissa, scommesse ippiche, il gratta e vinci, l'ippica nazionale ed internazionale ed i pronostici (Totocalcio)" e qualifica come "skill games" i "giochi di abilità a distanza con vincita in denaro" in cui "il risultato dipende prevalentemente dall'abilità del giocatore, oltre che da elementi di carattere casuale". E il poker, quasi naturalmente, è divenuto da subito, per le sue caratteristiche specifiche, il più gettonato. In poco tempo, grazie soprattutto alla comunicazione fra i giocatori, ma anche con un interessamento pubblicitario capillare da parte di tutti i gestori di servizi Internet, il poker online si è affermato come punta di diamante nel settore del divertimento virtuale, arrivando a costituire una grossa fetta del fatturato totale dei giochi (online e non). Fetta che, non c'è motivo di dubitarne, si farà sempre più consistente.

La febbre del *Texas hold'em* è seconda per volumi di crescita solamente alle cosiddette

newslot: gli apparecchi, diffusissimi nei pubblici esercizi, che offrono vincite in denaro o gadget e che rappresentano la principale fetta di mercato gestita dai Monopoli di Stato. Secondo il dottor Maurizio Cimarelli (ufficio stampa della direzione generale di Aams) le newslot sarebbero statisticamente cresciute più del poker grazie al sostanziale travaso di giocatori da un indistinto "sommerso" (le macchinette distribuite in vari locali ma spesso soggette a manomissioni truffaldine) verso quegli apparecchi direttamente gestiti dai Monopoli e certificati dall'apposito bollino. Senza questo fenomeno, il poker online non avrebbe avuto rivali.

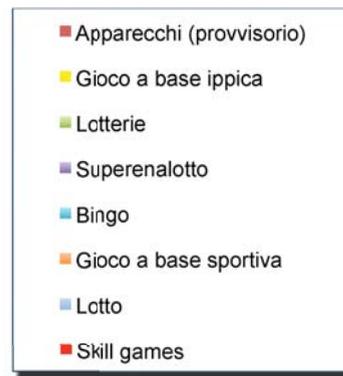
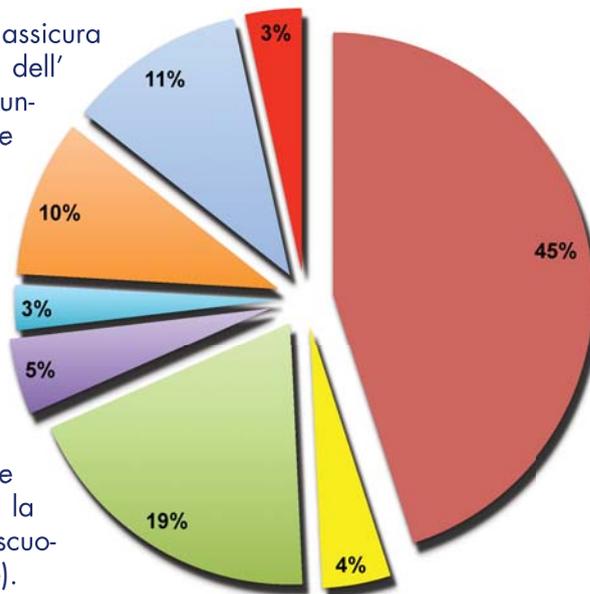
Ma come si giustifica il fenomeno-poker? I motivi sono sempre quelli: la notorietà e la facilità del gioco, almeno nei suoi aspetti generali; la rapida raggiungibilità (non ci si deve recare in locali appositi, per giocare, ma basta avere un portatile con connessione Internet); la vincita abbastanza frequente: dato, questo, che vale certamente anche per gli altri giochi non in rete (per gli amanti del

## skill games: andamento in euro della raccolta mensile e media giornaliera (fonte: Aams)



full, Aams assicura un payout dell'80% sulla puntata e, per le newslot, una vincita ogni 14mila giocate), ma che, nel caso del poker, può avere una incidenza maggiore (non ultima, la facilità nel riscuotere le vincite).

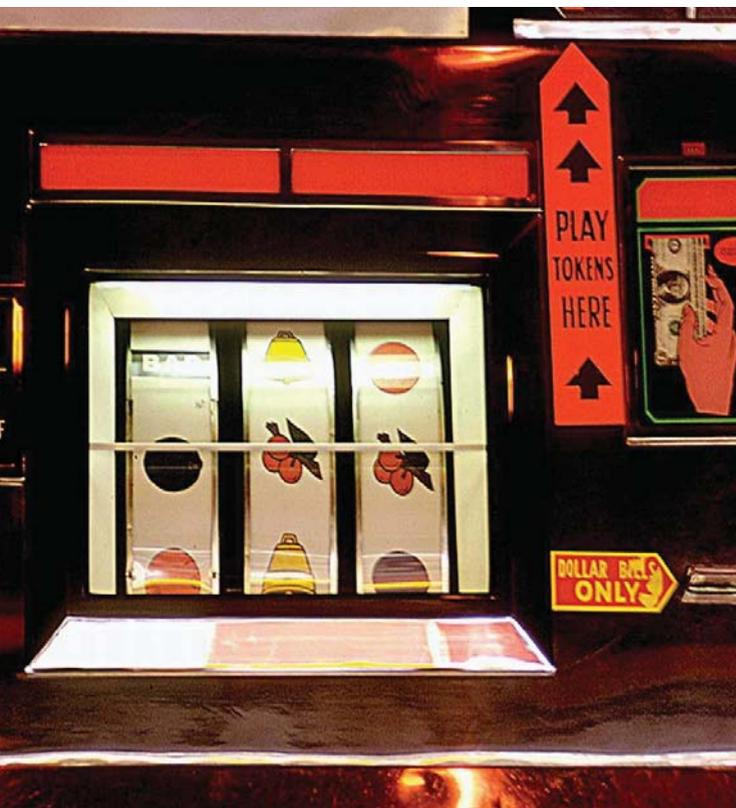
Non sembra, invece, che la crisi economica in atto influisca più di tanto sulle abitudini di gioco in Italia; secondo Aams i dati dimostrerebbero che non si gioca di più per... dimenticare o nascondersi dai problemi della vita reale: quello del gioco è un istinto "naturale" dell'uomo, difficilmente riconducibile alla quoti-



## raccolta giochi febbraio 2009 (fonte: Aams)

dianità e difficilmente assegnabile a questa o quella motivazione, e neppure il rischio di perdere serve a limitarlo. Anzi, sembra che proprio questo stimoli maggiormente il giocatore.

In ogni caso, un vincitore c'è sempre: è il banco.



## profondo rosso al casinò si salva solo Campione

**C**rescono i visitatori (3,5 milioni, +15% rispetto al 2007), ma calano gli incassi (562 milioni di euro, -4%) nei casinò italiani. Delle quattro sale da gioco solo Campione registra il segno più negli incassi del 2008: 121 milioni di euro, +6,7% rispetto ai 113 milioni del 2007. La crescita di visitatori (oltre un milione) non ha giovato a Venezia (meno giocate e, dunque, minori incassi: 200 milioni in tutto, -3,6%). Male anche Saint Vincent: incassi per 102,2 milioni di euro, in flessione del 12,9% rispetto ai 117,4 milioni del 2007. A Sanremo, infine, incassi per 83,2 milioni e calo del 10% rispetto al 2007 (92,6 milioni di euro). In Riviera l'inizio d'anno è stato tutt'altro che roseo: a gennaio 2009 Sanremo ha incassato "solo" 12,5 milioni di euro, il 17,1% in meno di quanto registrato nello stesso periodo del 2008.

**F**ive million euros a day, with a total – just in February – of 143,185,000 euros in bets. This, according to the data produced by the very recent report on distance games (2008-2009) by AAMS (Autonomous Administration of State Monopolies), is the amount of money played in online “skill games”: poker and similar games account for 95%. Since the possibility of playing ‘real’ matches became regulated on the net (with the Ministry of the Economy and Finance’s decree dated 17 September 2007, but effective on 2 September 2008), the Texas hold’em mania has raged uncontrollably: from the initial 18,144,000 euros in September 2008 (already in itself an excellent start), the figure almost increased eightfold making it, the following February and therefore in only 6 months, 52.9% of the total turnover of distance games in Italy.

In the last four months of 2007 the figure was 16.3%.

The revenues from “skill games” (and it is online poker that constitutes the main nucleus) has outstripped horse-race gambling and instant lottery “scratch cards” (both at 2.6% in the first two months of 2009), and is getting ready to even erode sports gambling, especially football, which has stabilized at 40.9% at the beginning of 2009).

To give a precise idea of the impact of the new technologies of online games, consider that the overall total of online games was 260 million

euros just in February 2009, 184% more compared to the same data in 2008 (around 92 million euros).

This increasing trend, which has overtaken 5 million euros a day, should give an overall total for 2009 of more than 1.5 billion euros, even taking into account the inevitable stabilizing effect. But what are “skill games” and more generally, distance games? AAMS defines the latter as the group of “fixed quota

***“skill games” rocket: 800% up in six months just the crumbs for scratch cards and horseracing AAMS: the crisis? “what crisis?”***

# online poker boom

## 5m euros played a day

by **Paolo Gentili**





sports gambling, horserace gambling, scratch cards, national and international horseracing and the pools and qualifying as "skill games" are the "distance skill games with financial wins" where "the results mainly depend on the skills of the player, as well as the element of chance".

And poker, almost naturally, has suddenly become, for its specific characteristics, the most popular.

In a short time, thanks especially to communication among players, but also the widespread promotional interest on the part of all the managers of the Internet services, online poker has been affirmed as the cutting edge of the virtual amusement sector, succeeding in taking a large slice of the total turnover of games (both online and off). A share that, without a doubt, will become even more substantial.

The Texas hold'em fever is second in growth volumes only to newslots: the applications, widespread in public places, which offer financial wins or gadgets and which repre-

sent the main slice of the market managed by State monopolies.

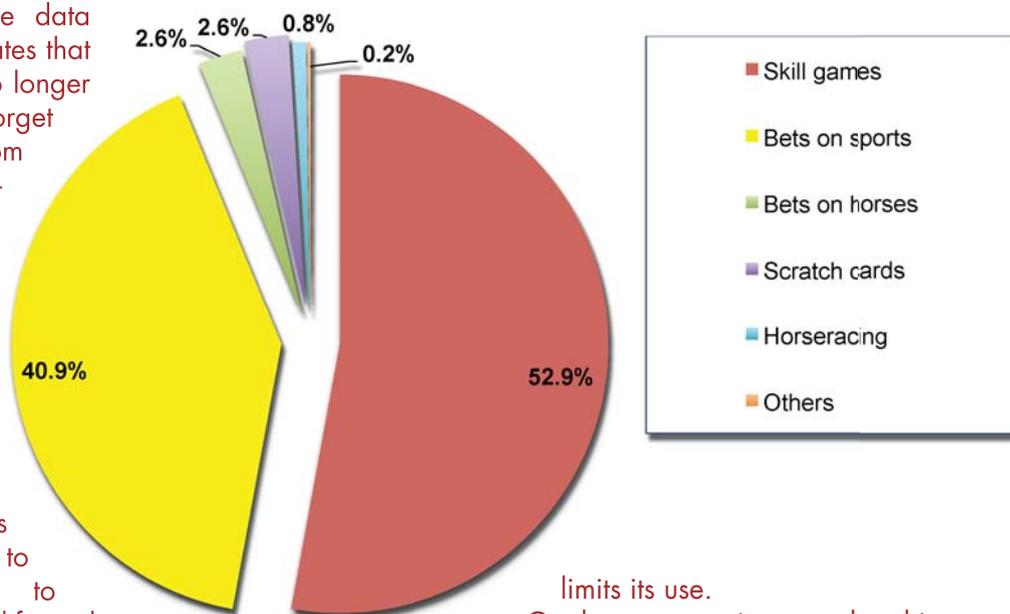
According to Maurizio Cimarelli (press office of the AAMS headquarters) there is also a substantial number of people playing on unauthorized or chipped machines as against those machines directly managed by state monopolies and therefore certifiably safer.

If such gaming were not considered online poker would have no rivals.

But what is going on - how can we justify this poker phenomenon? The reasons are always the same: its reputation and how easy the game is to play, at least in terms of its general aspects, its rapid accessibility (you don't have to go to particular bars to play, you just need a laptop with an Internet connection); the fairly frequent wins: which also certainly applies to other games not on the net (for lovers of full, AAMS guarantees an 80% payout on bets and, for newslots, a win every 14,000 games), but in the case of poker, it can happen a lot (not least the ease of actually pocketing the wins).

It does not appear, indeed, that the current economic crisis has much of an influence on the playing habits in Italy; according to AAMS the data demonstrates that people no longer play to forget or hide from the problems of real life: the game is more a 'natural' human instinct, which is difficult to attribute to everyday life and difficult to assign to this or that reason, and not even the risk of losing

## market share of distance games february 2009 (source: AAMS)



limits its use. On the contrary, it seems that this greatly stimulates the player. In any case, there's always a winner: the bank.

## casinos deep in the red only Campione saves the day

Visitors are increasing (3.5 million, +15% compared to 2007), but takings are falling (562 million euros, -4%) in Italian casinos. Of the four game halls only Campione is up on 2008 takings: 121 million euros, +6.7% compared to the 113 million in 2007. The increase in visitors (more than a million) has not benefitted the Veneto region (fewer players and, therefore fewer takings: 200 million in total, -3.6%). It is not looking good for Saint Vincent: takings of 102.2 million euros, down 12.9% compared to 117.4 million in 2007. In Sanremo, finally, takings of 83.2 million and a fall of 10% compared to 2007 (92.6 million euros). In the Riviera the start of the year was far from rosy: in January 2009 Sanremo cashed "only" 12.5 million euros, 17.1% less than registered in the same period in 2008. nello stesso periodo del 2008.



La finanza è in crisi e le banche affondano? Internet ha già la sua ricetta alternativa: si chiama Zopa.it ed è una comunità virtuale dove le persone si prestano denaro a vicenda secondo il modello "peer to peer", tanto caro a chi condivide film e musica sulla Rete. Zopa, acronimo di Zona di Possibile Accordo, ha aperto la sua comunità italiana nel gennaio 2008 e in un solo anno è divenuta la terza realtà europea di social lending

(il prestito sociale) con oltre 30mila iscritti e prestiti online per 5 milioni e 69mila euro, alle spalle solamente di Regno Unito e Germania.

Ma come funziona il modello Zopa? Il portale crea le occasioni di incontro e offre servizi volti a garantire la funzionalità del sistema, le valutazioni creditizie e la diminuzione del rischio per gli investitori: in sostanza, il servizio di intermediazione. Gli iscritti alla commu-

nity - ribattezzati zopiani indipendentemente dal loro ruolo - sono suddivisi in richiedenti (coloro che chiedono un prestito, da 1.500 a 15mila euro rimborsabile al massimo in 48 mesi) e prestatori (chi ci mette il denaro: da 100 a 50mila euro), che interagiscono tra loro determinando i tassi di interesse.

Per saperne di più abbiamo parlato con Carlo Vitali, marketing manager e responsabile della comunicazione di Zopa.it. Ingegnere con un passato di rilievo nel marketing internazionale al Gruppo Olivetti, Vitali non nasconde l'entusiasmo per la nuova avventura che lo tiene costantemente in contatto con un sempre più nutrito esercito di navigatori.

**Il web 2.0 si alimenta di tante mode. Zopa è una di queste oppure può contare su altre (e ben più solide) radici?**

Il prestito sociale nasce ben prima delle banche: pensiamo all'antica Roma, alle corporazioni, alle società di mutuo soccorso a cui si ricorreva per l'assistenza sanitaria ma anche per prestiti di

***gli istituti di credito affondano, il credito "p2p" vola alle stelle. Italia terzo mercato d'Europa per volume di "social lending"***

## **zopa, l'anti-banca alla riscossa**

### **30mila iscritti, prestiti per 5 milioni**

di **Stefania Fabbri**



denaro. L'idea è stata quella di trasferire tale filosofia sul web: lo ha fatto per primo un gruppo di manager con esperienza bancaria e che aveva fondato Egg, celebre banca online inglese. Conoscendo bene i meccanismi, il gruppo ha pensato che il prestito sociale avrebbe funzionato su Internet a costi molto più bassi di quelli che praticavano le istituzioni bancarie e finanziarie. Di lì la nascita di Zopa: un modello di classica derivazione economica, dove la legge della domanda e dell'offerta si incontrano.

### **Cosa spinge l'utente a scegliere una strada alternativa al mondo finanziario tradizionale?**

Oltre ai vantaggi economici ci sono sicuramente valori etici, la voglia di agire di persona per contribuire a cambiare le regole del gioco. Non a caso per la nostra pubblicità abbiamo scelto uno slogan semplice e



**gli zopiani?  
maghi del web 2.0,  
trader online  
ma soprattutto idealisti**



diretto: "le persone sono meglio delle banche".

**Su Zopa sono possibili solamente prestiti tra persone per un importo massimo di 15mila euro.**

### **In futuro sarà possibile estendere l'accesso al credito anche alle aziende?**

Zopa è un fondo di microcredito e difficilmente potrà crescere in questo senso. Prestiti maggiori richiederebbero strutture complesse che accompagnino la valutazione del credito all'impresa e non gli strumenti relativamente semplici che di norma si applicano ai prestiti personali. Bisogna comunque considerare che già oggi il social lending, anche se erogato alla persona fisica, finisce per sostenere l'acquisto di strumenti di lavoro o coprire le spese per avviare piccole attività.

**Di norma tutti prestano molta attenzione ai propri soldi: le novità finanziarie "creative" non sempre godono di grande successo. Al**

## **il prestatore "così bypasso le banche"**

Marco, 36 anni, geometra, residente nel nord Italia, ha investito come prestatore una piccola somma (mille euro) su Zopa. Non frequenta i social network e considera Internet una fonte alternativa di informazioni, anche se è stato un cliente della prima ora delle banche online. Perché investire su Zopa? "Per la sua funzione sociale ed etica", dice. "E' un prestito tra persone che bypassa le istituzioni bancarie verso le quali non nutro alcuna simpatia. I guadagni? Non ho ricevuto alcun interesse per qualche mese, ma nell'arco di un anno siamo sul 3,5% netto. Niente male". (s.f.)

## **il richiedente "risposte immediate"**

Marisa, giovane impiegata milanese, si è rivolta a Zopa e ha ottenuto un finanziamento per l'acquisto dell'auto. In prima battuta aveva richiesto un prestito ad alcune finanziarie tradizionali, ma senza risultati soddisfacenti; poi il "giro" su Internet dove ha trovato il social lending. "Sul web ho ottenuto risposte immediate", racconta. "Mi è sembrata una cosa carina, fatta da persone e, soprattutto, non gravata da una serie di costi fissi. Averlo saputo prima, lo avrei fatto anche per molti altri finanziamenti che ho chiesto in passato". (s.f.)

**contrario chi opta per il prestito sociale online ha deciso di mettersi in gioco in modo diverso. Chi è lo "zopiano tipo" e perché ha deciso di diventarlo?**

Zopa in Italia è stata una scommessa: i risultati raggiunti, in così poco tempo, hanno stupito persino noi. Gli zopiani si potrebbero idealmente raggruppare in tre grandi categorie, anche se i profili non sono così ben definiti e tendono spesso a incrociarsi. La prima è quella del webbista 2.0, che non ne perde una, segue i social network e qualunque altra web-novità: Zopa non può non far parte del suo bagaglio. Le persone che appartengono a questa categoria sono tantissime: ci fanno letteralmente ammattire perché sono tutti esperti di software e ci tempestano di richieste e precisazioni. Alla seconda categoria appartiene chi, sempre attraverso il web, si è impadronito di tutti i segreti per poter gestire la finanza personale: il tipico trader online; questi vede in Zopa uno strumento nuovo, molto trasparente e facile da usare; il trader, invero, tende un po'... alla speculazione e di norma ha i tassi leggermente più alti. Terzo e ultimo profilo, ma anche la categoria che raccoglie il maggior numero di zopiani, è quello che si potrebbe definire dell'antibanca solidale. Chi appartiene a questo profilo non presta denaro solo per ottenere un guadagno: crede piuttosto nell'idea di agire da pari a pari con le altre persone e di aiutarle. L'antibanca solidale, dal punto di vista sociologico, si può trovare in vari settori. La politica non c'entra: non a caso per alcuni il social lending è una forma di liberismo economico e non solo di solidarietà.



**In ogni caso, secondo le vostre statistiche, lo "zopiano tipo" è quasi sempre uomo (84 per cento del totale degli iscritti) a fronte di una comunità femminile (16%) decisamente poco popolata.**

Le posso assicurare che, nonostante tutto, le donne ci sono – soprattutto tra i richiedenti – e si fanno sentire. Bisogna comunque considerare che, nelle coppie, di norma gli aspetti finanziari sono seguiti in prima persona dagli uomini; e che sono molti gli utenti tra i 25 e i 34 anni, quasi sempre single, che dedicano buona parte del loro tempo alla gestione delle finanze: un ritratto, questo, decisamente maschile.

**Cosa c'è nel futuro di Zopa? E' possibile che la crisi influenzi negativamente anche il prestito sociale?**

Al momento il sistema sta crescendo in maniera importante e regolare, anche se l'andamento dei mercati innescava strani effetti psicologici di massa. Ad esempio nell'ottobre scorso, dopo il lunedì nero delle borse (6 ottobre 2008, ndr), la gente rimase frastornata: abbiamo avuto nei dieci giorni successivi una media di 2mila e 500 visite al giorno e un aumento di iscrizioni del 65%. Confrontando i dati di metà gennaio 2009 con quelli della seconda metà di novembre registriamo una crescita delle visite del 93% e delle richieste di prestito dell'80%. I prestatori, proprio in questi giorni, hanno superato il milione di euro in offerta: nel momento in cui i tassi scendono, il nostro è un mercato invitante dal punto di vista della remunerazione.

### L'orizzonte, nonostante tutto, sembra roseo.

Dobbiamo rimanere molto attenti nelle valutazioni: già oggi, su 100 richieste di prestito, il 60% viene declinato perché alle spalle del richiedente c'è una cattiva storia creditizia. La percentuale è alta, ma in tal modo riusciamo ad avere una clientela decisamente sopra la media.

Nonostante tutto, comunque, riusciamo a dare accesso al credito anche a chi sta muovendo i primi passi o a chi ha un contratto a tempo determinato. Non è cosa da poco: in Italia, se non hai una storia creditizia, non si riesce ad ottenere alcun finanziamento. Prima di venire a lavorare qui neppure io lo sapevo.

### chi è Carlo Vitali

Carlo Vitali è marketing manager di Zopa.it e, in questa veste, ne è anche il responsabile della comunicazione. Ingegnere per formazione, esperto di marketing e comunicazione per professione, Vitali ha lavorato per oltre vent'anni all'interno del Gruppo Olivetti. Nel 2003 la svolta professionale che lo porta ad abbracciare il settore Internet: dapprima con l'incarico di direttore marketing in Consulttechnology (società di consulenza IT e web) e poi come consulente di web marketing per Electrolux.

## tutti i numeri di zopa.it

(Dati aggiornati al 10/03/2009)

Apertura pubblica della community: .....	16 gennaio 2008
Rendimento medio lordo per i prestatori: .....	7,8%
Tasso medio dei prestiti erogati (TAEG): .....	9,68%
Numero iscritti: .....	34.378
Importo prestiti erogati: .....	€ 5.202.250
Numero prestiti erogati: .....	960
Richieste di prestito attualmente in valutazione: .....	275.500
Prestito medio: .....	€ 5.420
Durata media: .....	31 mesi
Caratteristiche anagrafiche degli zopiani: .....	donne 15%; uomini 85%
18 – 24 anni: .....	3%
25 – 34 anni: .....	29%
35 – 44 anni: .....	37%
45 – 54 anni: .....	20%
55 – 64 anni: .....	9%
≥ 65 anni: .....	2%
Le prime 3 regioni per numero di iscritti: .....	Lombardia (18%) Lazio (13%) Campania (8%)
Le principali motivazioni del prestito:	
Riparazioni/migliorie casa/mobili: .....	31%
Consolidamento debiti/estinzione debito con parenti: .....	27%
Auto/moto: .....	15%
Eventi in famiglia (matrimonio, spese mediche, ecc.): .....	11%

Finance is in crisis and the banks are sinking? The Internet already has an alternative recipe: it is called Zopa.it and it is a virtual community where people lend money to each other "peer to peer", as expensive as sharing films and music on the Net. Zopa, an acronym for Zona di Possibile Accordo (zone for possible agreements), started its Italian community in January 2008 and in just one year has become No. 3 in Europe (behind

only the United Kingdom and Germany) for social lending with more than 30,000 registered users, and 5,690,000 euros worth of loans.

But how does Zopa work? The portal creates opportunities to meet and offer services guaranteed by the functionality of the system, credit evaluations and the reduction of risk for investors: basically, an intermediary service. Registered users of the community - renamed

zopiani regardless of their role - are subdivided into applicants (those who ask for loans, from 1,500 to 15,000 euros to be paid back at the most within 48 months) and lenders (who lend their money: from 100 to 50,000 euros), who interact with each other to work out the interest rates.

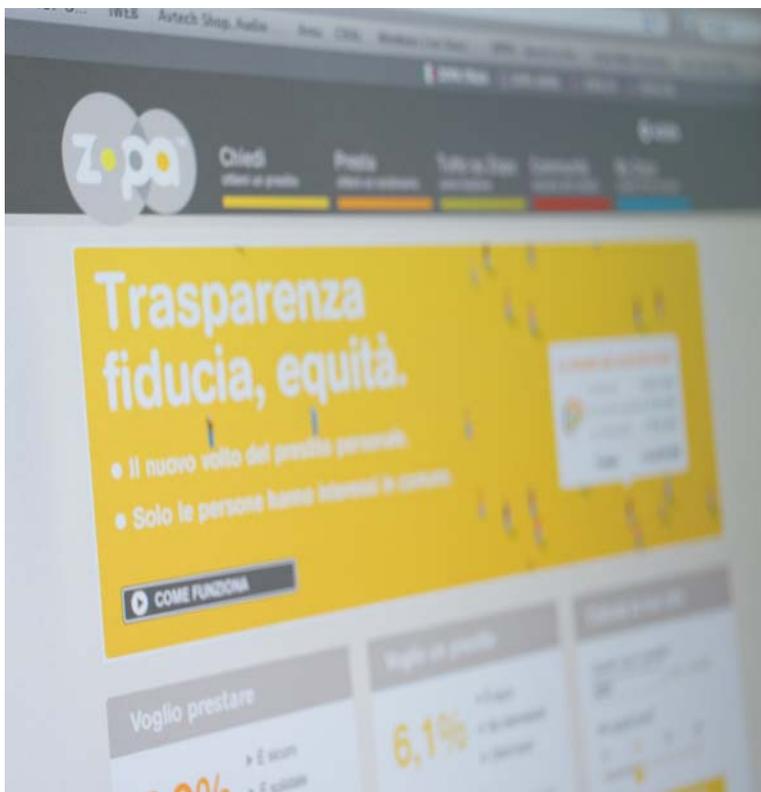
To find out more we spoke to Carlo Vitali, marketing manager and head of communications at Zopa.it. An engineer with an outstanding past in international marketing with the Olivetti Group, Vitali does not hide his enthusiasm for the new adventure which keeps him constantly in touch with a larger than ever army of navigators.

**credit institutes sink, p2p credit rockets  
Italy third in Europe  
in volumes of social lending**

# zopa, the anti-bank for the recovery

**30,000 signed up,  
5 million worth of loans**

by **Stefania Fabbri**



**Web 2.0 is being fuelled in many ways. Is Zopa one of these or can it count on other (more solid) roots?**

Social lending started well before the banks: if you think of ancient Rome, of corporations, of mutual aid companies who you go to for medical help but also for loans of money. The idea was to transfer this phi-

philosophy to the web: this was done first by a group of managers with banking experience who set up Egg, the famous online English bank. Knowing the mechanisms well, the group thought that social loans would work on the Internet at much lower costs than banking and finance institutions. Zopa came out of this: a classic economics-derived model, where the laws on applications and offers meet.

### **What persuades users to choose an alternative path to the traditional world of finance?**

Other than the economic advantages there are definitely ethical values, the desire to do something to contribute to changing the rules of the game. It's not by chance that for our publicity we chose a simple and direct slogan: people are better than banks.

**On Zopa there are only possibilities for loans to people of a maximum of fifteen thousand**



**zopiani?  
web 2.0 maniacs,  
online traders  
but above all idealistic**



**euros. In the future will it be possible to also extend access to credit to companies?**

Zopa is a micro-credit fund and as such it would be difficult for it to

grow in that direction. Huge loans would require complex structures that accompany the credit evaluations of a company and not the relatively simple tools that normally apply to personal loans. You need therefore to consider that today social lending, although it is paid out to individuals, ends up supporting the acquisition of work tools and covering expenditure in order to set up small activities.

**Normally we all pay a lot of attention to our own finances: financial "creative" novelties have not always enjoyed a big success. Who is the "typical zopiano" and why have they decided to become one?**

In Italy Zopa has been a gamble: the results in such a short time have even amazed us. The zopiani can ideally be grouped into three

## **the lender "I bypass the banks"**

Marco, 36, surveyor, living in the north of Italy, has invested a small sum as a loan (a thousand euros) on Zopa. He doesn't join in any social networks and considers the Internet as an alternative source of information, although he was one of the first online banking clients. Why did he invest in Zopa? "Because of its social and ethical function", he says. "It is a loan between people which bypasses banking institutions for whom I have no sympathy. The profits? I have not received any interest for some months, but in one year I'm at 3.5% net. Not bad". (s.f.)

## **the applicant "immediate responses"**

Marisa, young Milanese employee, applied to Zopa and got a loan to buy a car. Initially she had applied for a loan from some traditional financial companies, but without satisfactory results; then via the Internet she discovered social lending. "On the web I received an immediate response", she recounts. "It seemed like a nice thing, done by people and above all, not burdened by a series of fixed costs. If I had known about it before, I would have done it for a lot of other funding I asked for in the past". (s.f.)

large categories, although the profiles are not so well defined and often tend to overlap. The first is the Web 2.0 nerd, who doesn't miss out on anything, who follows social networks and every web novelty going: it would be impossible for Zopa not to be part of their thing. There are very many people who fit into this category: they drive us literally crazy because they are all software experts and they bombard us with requests and queries.

The second category belongs to those who, again via the web, master all the secrets of managing personal finances: the typical on-line trader; these people see Zopa as a new tool, which is very transparent and easy to use, traders, in fact, tend to be a little ... speculative and normally have slightly higher rates.

The third and final profile, but also the category with the highest number of zopiani, is the one you could define as united anti-bankers. The people belonging to this profile do not lend money to make a profit: rather they



believe in the idea of acting on equal terms with other people and helping them. United anti-bankers, from a sociological point of view, can be found in various sectors. Politics has nothing to do with it: it is not by chance that for some social lending is a form of economic liberalism and not just solidarity.

**In any case, according to your statistics, the "typical zopiano" is nearly always a man (84% of the total number of registered users) compared to the female community (16%) who are decidedly few in number.**

I can assure you that, in spite of everything, there are women – especially among the applicants – and they are making themselves heard.

You need to consider that, in couples, normally the financial aspects are firstly monitored by the men; and there are many users between the age of 25 and 34, almost always single, who dedicate a lot of their time to the management of finances: which is a decidedly male portrait.

## who is Carlo Vitali?

Carlo Vitali is marketing manager of Zopa.it, a role which also entails communications. He is an engineer by training, but an expert in marketing and communications by profession, in fact he worked for more than 20 years for the Olivetti Group. In 2003, a career move saw him become involved in the Internet, first as marketing director for Consultechnology (Italian IT and web consultants) and then as web marketing consultant for Electrolux.

## What is the future for Zopa? Is it possible that the crisis will also negatively influence social lending too?

At the moment the system is growing significantly and constantly, although the course of the markets does trigger a strange effect on the masses. For example last October, after Black Monday on the stock market (6 October 2008, editor's note), people were confused: we had in the following ten days an average of two thousand five hundred visits a day and an increase in registrations of 65%. Comparing the data from mid January 2009 with the second half of November we noted an increase in visits of 93% and requests for loans of 80%.

The lenders' offers, right now, are over a million euros: the moment the interest rates fell,

ours became an inviting market from the point of view of remuneration.

## The horizon, despite everything, looks rosy.

We need to pay a lot of attention to credit assessments: already today, out of 100 requests for loans, 60% were declined because the applicants had a bad credit history. The percentage is high, but in this way we manage to have a decidedly higher than average clientele. Despite everything, anyway, we are succeeding in giving access to credit also to those who are taking their first steps or who have temporary contracts. Not bad if you consider that in Italy if you don't have a credit history, you won't get any financial help. Before coming to work here even I didn't know this.

## zopa.it: all the figures

(Data valid on 10/03/2009)

Public opening of the community: .....	16 January 2008
Gross average return for the lenders: .....	7.8%
Average interest rate of loans paid out (TAEG): .....	9.68%
Number of members: .....	34,378
Amount of loans provided: .....	€5,202,250
Number of loans paid out: .....	960
Requests for loans currently being evaluated: .....	275,500
Average loan: .....	€5,420
Average duration: .....	31 months

Sex and age of the zopiani: .....	females 15%; males 85%
18 – 24 years: .....	3%
25 – 34 years: .....	29%
35 – 44 years: .....	37%
45 – 54 years: .....	20%
55 – 64 years: .....	9%
≥ 65 years: .....	2%

The top three regions by number of registered users: .....	Lombardy (18%)
	Lazio (13%)
	Campania (8%)

Main reasons for the loan:	
Repairs/home improvements/furniture: .....	31%
Consolidation of debts/settlement of parental debts: .....	27%
Car / scooter: .....	15%
Family events (weddings, medical expenses, etc): .....	11%

Uso di Internet nelle famiglie: cresce il divario che separa l'Italia dagli altri paesi europei. Gli esiti dell'indagine Eurostat 2008 sono impietosi: tra i 27 stati membri dell'Ue, il Belpaese è l'unico ad arretrare rispetto all'anno precedente (la diffusione della Rete tra

la popolazione è scesa al 42% nel 2008 rispetto al 43% del 2007), a fronte di una media europea del 60%. Il gap è dunque del 18%, maggiore di quello riscontrato nel 2007 (11%) quando la media Ue era del 54%. Immutato invece il divario sulla diffusione della banda larga tra le famiglie italiane: nel 2008 è stata misurata al 31% contro una media europea del 48%; anche nel 2007 il gap era stato di 17 punti percentuali. Sull'uso di Internet in famiglia, l'Italia scivola al quart'ultimo posto tra i 27 paesi dell'Unione, davanti solo a Grecia (dif-

## LA CATTIVA NOTIZIA

### uso di internet in famiglia, l'Italia arretra il Belpaese unico in Europa col segno meno



fusione al 31%), Romania (30%) e Bulgaria (25%). In testa alla classifica ci sono Olanda (86%), Svezia e Norvegia (entrambe all'84%) Danimarca (82%), Lussemburgo (80%), Germania (75%) e Regno Unito (71%).

L'indagine Eurostat dà anche una misura dell'utilizzo di Internet per le attività personali: in Italia la Rete è utilizzata soprattutto per i servizi connessi al turismo (viaggi e ospitalità, interessa il 20% degli utenti), per la lettura dei giornali e delle fonti di informazione (17%), per la ricerca di informazioni di tipo sanitario (16%) e l'interazione con gli enti pubblici (15%).

The use of the Internet in families: the divide separating Italy from other European countries is increasing. The outcome of the Eurostat 2008 survey is

hard-hitting: of the 27 member states of the EU, Italy is the only one to move backwards compared to the previous year (the spread of the Net in the population has fallen to 42% in 2008 compared to 43% in 2007), compared to a European average of 60%.

The gap is therefore 18%, larger than in 2007 (11%) when the average was 54%. Unchanged instead is the divide between the diffusion of broad band among Italian families: in 2008 it was measured at 31% against a European average of 48%, also in 2007 there was a

## THE BAD NEWS

### the internet at home, Italy slips behind the only country in Europe to see a fall

gap of 17 percentage points. On the use of the Internet in families, Italy slipped to fourth last place among the 27 countries in the Union, in front of only Greece (31% diffusion), Romania (30%) and Bulgaria (25%). At the head of the classifications are Holland (86%), Sweden and Norway (both at 84%), Denmark (82%), Luxemburg (80%), Germany (75%) and the United Kingdom (71%). The Eurostat survey is also a measure of Internet use for personal activities: in Italy the Net is used above all for services connected to tourism (travel and hospitality for 20% of users), online newspaper and other news sources (17%), healthcare research (16%), and communication with public organizations (15%).

**Telefono**

**Telephone**

**Maintainer: 050-9719811**

Per relazioni esterne, nuove registrazioni, operazioni di mantenimento, questioni tecniche specifiche  
dalle 9:30 alle 13:00  
e dalle 14:30 alle 17:30

**Maintainers: +39-050-9719811**

External relations, new registrations, maintenance of domain names, specific technical issues  
from 9:30 to 13:00  
and from 14:30 to 17:30

Per opposizioni e aspetti legali, fatturazione e contratti  
dalle 10:00 alle 12:00

Disputes and legal aspects, billing and agreements  
from 10:00 to 12:00

**Utenti finali: 050-3139811**

dalle 9:30 alle 13:00  
e dalle 14:30 alle 17:30

**End users: +39-050-3139811**

from 9:30 to 13:00  
and from 14:30 to 17:30

**Fax**

**Fax**

Unità Relazioni Esterne  
**050-3152713**

External Relations Unit  
**+39-050-3152713**

Lettere di assunzione di responsabilità  
**050-542420**

Letters of assumption of responsibility  
**+39-050-542420**

Lettere di assunzione di responsabilità per domini cancellati da meno di 7 giorni  
**050-577639**

Letters of assumption of responsibility for domains cancelled in the previous 7 days  
**+39-050-577639**

Altre operazioni sui nomi a dominio  
**050-570230**

Any other operations on domain names  
**+39-050-570230**

**Email**

**Email**

**hostmaster@nic.it** (solo per maintainer)  
**info@nic.it** (solo per gli utenti finali)  
per informazioni sulle regole di assegnazione e gestione dei nomi a dominio nel ccTLD "it"

**hostmaster@nic.it** (only for maintainers)  
**info@nic.it** (only for end users)  
informations on the rules for assigning and managing domain names in ccTLD "it"

**elar@elar.nic.it** (solo per maintainer)  
per l'invio delle lettere di assunzione di responsabilità

**elar@elar.nic.it** (only for maintainers)  
to send the letters of assumption of responsibility

**fatture@nic.it**  
per informazioni sulla fatturazione

**fatture@nic.it**  
information on billing

**webmaster@nic.it**  
per suggerimenti e commenti sul sito web del Registro

**webmaster@nic.it**  
comments on the Registry website

**corsi@nic.it**  
per i corsi organizzati dal Registro

**corsi@nic.it**  
information on Registry courses

**newsletter@nic.it**  
per contattare la redazione della newsletter del Registro

**newsletter@nic.it**  
to contact the Registry newsletter offices

