

**Indicazioni.** Le conclusioni del summit a 360 gradi sull'innovazione

# In arrivo un piano E&Y per l'accelerazione 2.0

## GLI SCENARI

**De Vecchi (Citi): nel 2020 l'80% della popolazione mondiale avrà l'accesso al Web. Giacomelli: digitalizzare il turismo farebbe crescere l'economia di 4 miliardi**

CAPRI (NA). Dal nostro inviato

**L**a seconda e ultima giornata del convegno "Digitale X la crescita", organizzato da Ernst & Young e arrivato quest'anno all'ottava edizione, si conclude con un annuncio dell'amministratore delegato di EY, Donato Iacovone: «Stiamo per presentare un piano di indicazioni e suggerimenti pensati per l'accelerazione digitale della Pa e del Paese». Chiudendo i lavori Iacovone ha ricordato come «questo è un grande progetto di trasformazione culturale e la tecnologia è abilitante alla nuova cultura che dobbiamo abbracciare. Politici, imprenditori, istituzioni e altri operatori devono adottare un nuovo linguaggio comune».

Necessità e opportunità della trasformazione digitale del Paese - da far accompagnare da un'adeguata azione del legislatore o da un cambio culturale altamente auspicabile soprattutto nelle Pmi - sono a più riprese emerse come *conditio sine qua non* durante la due giorni caprese. Il sottosegretario alle Comunicazioni Antonello Giacomelli ha ricordato per esempio quanto detto da Walter Ruffinoni, il ceo di Ntt Data (divisione del colosso tlc giapponese Ntt DoCoMo) che ha reso palpabile la ricchezza nascosta nella svolta digitale lanciando una banale quanto efficace proposta: la digitalizzazione dell'industria del turismo farebbe incrementare il giro d'affari dell'economia di 4 miliardi. Allo stesso modo, numeri tali da rendere l'idea delle potenzialità che ruotano attorno al «2.0» sono stati snocciolati ieri da Luigi De Vecchi, di Citi: «Internet ha raggiunto il 40% della popolazione mondiale in meno di 20 anni. Nel 2020 l'80% della popolazione mondiale avrà accesso al web. Le banche però non sono attrezzate per rispondere efficacemente a questo sviluppo e devono rivedere il loro rapporto

con il cliente e avere un approccio diverso per la valutazione del rischio in questo settore».

A questo punto, non c'è però solo da fare i conti con opportunità che appaiono ormai incontestabili, ma anche con quello che sarebbe un contrappasso dantesco: l'eventualità che certe potenzialità rimangano sulla carta iscrivendosi alla voce "occasioni mancate". Un paradosso che traspare dall'esempio portato da Roberto Viola, direttore della Dg Connect della Commissione Europea, intervenuto al convegno in videoconferenza: «Purtroppo l'Italia non dimostra ancora dei risultati all'altezza delle aspettative, ma è seconda solo dopo la Finlandia per l'adozione del cloud. Le imprese hanno quindi capito quanto sia importante l'innovazione tecnologica e anche il governo sta dando precisi segni di attenzione agli investimenti in infrastrutture». In un tale contesto, «l'Italia deve fare un salto di livello. Il tema della risorse economiche è sicuramente essenziale, ma soprattutto, è necessario identificare le priorità di azione». In precedenza, durante il suo intervento, il presidente dell'Agcom, Angelo Cardani, aveva sottolineato la necessità di un coordinamento centralizzato: «Senza un piano nazionale non si avranno risultati di rilievo; c'è inoltre la necessità di un collegamento con l'Agenda digitale europea».

Il convegno "Digitale x crescere" ha però quest'anno ancora di più risposto al proposito ambizioso di porsi come il vero summit nazionale dell'innovazione, in cui digitale e innovazione vengono analizzati e discussi a 360 gradi, in tutte le proprie sfaccettature. Alberto Biancardi e Antonio Nicita, rispettivamente commissari dell'Autorità per l'Energia e di Agcom, hanno discusso di innovazione, investimenti e concorrenza dal punto di vista della regolamentazione. Federico Di Chio di Mediaset, Alessandro Araimo di Discovery e Davide Tesoro Tess di Sky hanno discusso di ciò che la rivoluzione digitale sta portando anche sul fronte televisivo e dei contenuti. Un'innovazione che dovrà ricadere appieno sulla free tv, ha detto Di Chio, battezzando poi anche come «im-

possibile da raggiungere l'obiettivo di 12 milioni di utenti nella pay tv nei prossimi tre anni» indicato qualche giorno fa dall'ad di Telecom Marco Patuano. Innovazione che dovrà riguardare «il linguaggio, sfruttando le nuove tecnologie in modo convergente», ha sostenuto Araimo e che sta impattando in maniera forte anche sullo spettatore, come ha invece tenuto a sottolineare Davide Tesoro Tess di Sky: «Con il digitale si possono commentare in tempo reale gli eventi così come si faceva al bar». In precedenza il dg Rai, Antonio Campo dall'Orto, aveva parlato del ruolo della «Rai come una piattaforma per tutti e contribuire a ridurre il digital divide e portare un beneficio collettivo». Passando all'universo della carta stampata, il direttore del Sole 24 Ore Roberto Napoletano nel suo intervento ha invece ricordato un aspetto da non sottovalutare nell'era del 2.0: «La tecnologia è un moltiplicatore dei contenuti, la sfida multimediale si vince con l'ideazione giornalistica. Oggi non c'è più solo un quotidiano ma esistono dei sistemi multimediali che parlano a platee differenziate di lettori». Tavola rotonda finale con **Elio Catania**, presidente di **Confindustria digitale**; **Dina Ravera**, presidente **Asstel**; **Agostino Santoni**, presidente **Assinform**; **Ivan Lo Bello**, presidente di **Unioncamere**; **Andrea Bairati**, direttore area Education e Innovazione di **Confindustria**; **Filippo Taddei**, Pd; **Domenico Arcuri**, ad Initalia. Tema: la difficoltà di utilizzare il digitale per la crescita dell'Italia. Soluzione: inevitabile cambiare marcia con l'impegno di tutti. Pubblico e privato.

**A. Bio.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

