

Banda ultralarga, tecnologie innovative, PA

È l'ora della rivoluzione digitale

Sistema Italia, parlano con Corcom i top manager delle principali aziende Ict del Paese

Execution: dopo i progetti e gli investimenti programmati è la parola d'ordine. Ma bastano le infrastrutture? Cosa bisogna veramente fare per il salto digitale dell'Italia? Lo abbiamo chiesto ai principali manager italiani ai vertici delle aziende chiave del settore dell'Ict e del digitale. Che il digitale sia un'occasione da non perdere, anzi l'occasione da non perdere è assodato. Quantomeno ai piani alti. Nonostante la consapevolezza la strada però è ancora in salita e probabilmente lo resterà fino a quando non si darà la stura



DA PAGINA 4 A PAGINA 13

al "tappo" più duro, quello della PA. La Riforma è avviata da tempo, ma la rivoluzione digitale è ancora da farsi. Ed è qui che le aziende del comparto potranno fare la parte del leone, in qualità di partner per eccellenza per traghettare il pubblico nel nuovo mondo. Intanto si accendono i riflettori sulla prossima rivoluzione, quella di Industria 4.0.

ilFOCUS

LA SURVEY DI CORCOM

«La rivoluzione digitale è ora Occasione da non perdere»

*Survey di CorCom fra i top manager delle principali aziende Ict italiane
Infrastrutture a banda ultralarga, cultura e competenze digitali,
accessibilità alle tecnologie innovative, pubblica amministrazione
al passo con i tempi, coraggio di cambiare, commitment sul fare
innovazione, agire come sistema-Paese: così l'Italia cambierà davvero*

Non fallire la sfida digitale

Fabio Benasso*Amministratore delegato di Accenture Italia*

Il nostro Paese non può fallire la sfida digitale, la posta in gioco è altissima: un aumento di 10 punti del tasso di densità digitale può generare un incremento del Pil dell'1,8 % entro il 2020. Per raggiungere questo obiettivo è necessario che sia il settore pubblico sia quello privato si rinnovino profondamente per assicurare competitività ed attrattività del Sistema Italia. La sfida che deve affrontare il mondo pubblico è quella di focalizzare le risorse sulle priorità, convergere su piattaforme abilitanti e realizzare i progetti individuati in tempi certi e accelerati, favorendo e velocizzando lo switch-off dei servizi analogici a digitali. Nuove forme di collaborazione tra pubblico e privato possono portare ulteriori risorse ed energie al cambiamento e fondarsi sulla condivisione del valore generato. Alle grandi aziende, che hanno com-

petenza e risorse, è chiesto un cambio di marcia portando la trasformazione digitale al centro dell'agenda della leadership, quale prospettiva fondamentale per la crescita e il miglioramento della competitività. La trasformazione deve coinvolgere anche le Pmi, fondamentali nel nostro tessuto economico e sociale. È qui determinante adottare un approccio di sistema, che valorizzi le eccellenze espresse dei nostri distretti e dal made in Italy, migliorando la capacità di crescere e competere su mercati globali anche attraverso rinnovati modelli operativi abilitati da piattaforme digitali di filiera. Il contesto macro economico e la competizione rafforza un senso d'urgenza che deve essere fatto proprio dalla leadership del nostro Paese.

Rendere la tecnologia accessibile a tutti

Pietro Biscu*Amministratore delegato**Assembly Data System e Next-Era Prime*

Per permettere all'Italia di compiere il sal-

to digitale bisogna innanzitutto "lavorare sulla cultura", ovvero sollecitare la crescita culturale dei cittadini avvicinandoli alla tecnologia e trasferendo loro una maggiore consapevolezza dell'importanza che l'innovazione può avere per migliorare la qualità della nostra vita. Per fare ciò, è necessario che la tecnologia diventi finalmente accessibile a tutti: obiettivo su cui si fondano tutti i programmi strategici più attuali, dall'Enel Open Fiber al Piano italiano per la Banda Ultralarga. Il presupposto per una piena operatività sono le infrastrutture di rete, che attualmente risultano inadeguate ad ospitare tutti i servizi esistenti e a soddisfare le necessità di copertura della comunità. Sono quanto mai urgenti, dunque, investimenti massicci rivolti a completare le infrastrutture. Dal canto suo, Ads Group sta investendo molto sull'innovazione tecnologica, muovendosi principalmente lungo due direttrici: la prima è ridurre il digital divide nel Mezzogiorno. A questo scopo, abbiamo attivato a Cosenza, nel Distretto Cybersecurity di Poste Italiane, un laboratorio, luogo di aggregazione di giovani leve, con cui Ads Group punta a favorire lo sviluppo di startup innovative sul territorio calabrese per l'elaborazione di soluzioni rivolte al mercato privato, Enterprise e PA. Il secondo filone di investimenti mira a rendere l'innovazione accessibile a tutti: in questo senso presenteremo a breve il più grande processo di Open Innovation in Italia dedicato all'Internet of Things.

Reti ubiqua per una «società dei Gigabit»

Aldo Bisio

Amministratore delegato di Vodafone Italia

Così come negli anni '60 le autostrade erano state l'acceleratore di una economia totalmente materiale, oggi è la disponibilità di reti in banda ultralarga il fattore critico per la crescita di un'economia digitale. Un caso emblematico è quello della Svezia, dove alcune città hanno finanziato le proprie reti in banda ultralarga con tecnologia Fiber to the Home. Proprio in quelle città c'è stata una crescita addizionale di Pil che non c'è stata nelle altre città. È stato calcolato che per ogni 10 punti addizionali di penetrazione della banda larga si ha una crescita di un punto di Pil. La disponibilità di infrastrutture in banda ultralarga produce Pil addizionale perché abilita le imprese a ripensare il proprio modo di fare business, lo rende migliore, più competitivo e molto più efficiente. E in virtù di questo, le imprese riescono a liberare risorse per fare nuovi investimenti da destinare soprattutto nel rimodellare la propria relazione con i clienti. Renderla più stabile e solida.

Noi crediamo che la società dei Mega-

bit stia per volgere al termine, superata dalla società dei Gigabit. E questo potrà avvenire solo con reti in banda ultralarga che potranno essere pienamente simmetriche per soddisfare i nuovi bisogni di imprese e famiglie: la fibra alla casa del cliente (FttH) e il 5G, verso cui puntiamo, dopo aver realizzato la rete in fibra 4G più veloce ed estesa d'Italia. Parliamo di un futuro prossimo che riguarderà l'intera società e che la trasformerà più velocemente di quanto ci attendiamo poiché i fenomeni del mondo digitale sono scalabili ed esponenziali. Con il piano di investimenti Spring, abbiamo impresso una forte accelerazione allo sviluppo delle reti in banda ultralarga in Italia, dove la presenza di Vodafone oggi è una realtà con 6500 comuni in 4G e più di 300 città in cui è disponibile il servizio in fibra. Il recente accordo siglato con Enel per portare la fibra alla casa del cliente fino a 250 città segna una discontinuità rispetto al passato e accelererà l'evoluzione dell'Italia verso la società dei Gigabit.

Il vero gap è di cultura digitale

Alberto Calcagno

Amministratore delegato Fastweb

Negli ultimi due anni in Italia c'è stata una notevole mobilitazione di capitali e iniziative nella costruzione della rete di nuova generazione: l'Italia, pur partendo da una situazione di svantaggio infrastrutturale dovuto all'assenza del cavo, ha avuto il tasso di crescita di investimenti più elevato tra i Paesi europei. Anche la percentuale di case coperte ha fatto un balzo, con un aumento che ha portato l'Italia addirittura a superare un Paese faro come la Francia: siamo passati dal 14% di copertura del 2012 al 51% di fine 2015; la Francia, partendo dal 24% tre anni fa, è arrivata al 48% alla fine dell'anno scorso. Continuiamo invece a rimanere indietro nell'adozione dei servizi digitali: solo il 52% delle famiglie italiane ha un abbonamento broadband fisso, contro il 69% della Spagna, il 70% della Francia e percentuali assai più alte per Germania e Regno Unito. Il problema è dunque culturale (ancora un cittadino italiano su quattro l'anno scorso non aveva mai utilizzato Internet), e soprattutto siamo il Paese con il minore numero di cittadini che utilizzano i servizi online della Pubblica Amministrazione (solo il 24%) e quello che ha fatto meno progressi in questo campo negli ultimi anni. Per la nostra industria, ma soprattutto per il Paese, mi auguro che, come gli operatori stanno superando con determinazione i problemi di ritardo sulle infrastrutture dal lato della offerta di banda larga, così anche il lato della domanda si vitalizzi e sia opportunamente stimola-

to, in particolare dal Governo, tramite la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione. Da parte nostra, abbiamo deciso di sostenere con delle iniziative l'alfabetizzazione informatica, la creazione di nuove competenze digitali e l'educazione digitale nelle scuole. Tra le iniziative che Fastweb ha avviato nel 2016 ricordo l'adesione a Cariplo Factory, il polo per l'innovazione digitale e il lavoro dei giovani, e FastUP School, in collaborazione con il Miur ed Eppela, per la realizzazione di iniziative di crowdfunding nelle scuole che abbiano come oggetto il digitale.

Pubblico-privato collaborazione fondamentale

Enrico Cereda

Amministratore delegato Ibm Italia

Le infrastrutture non sono sufficienti ma restano il prerequisito. Pur a fronte di un'accelerazione del piano strategico, i numeri sono lì a dirci quanto sia ancora lunga la strada. Si prenda la fibra: oggi raggiunge il 14% dei Comuni e metà della popolazione ne è priva. Com'è possibile, in queste condizioni, recuperare la produttività perduta e imprimere forza alla crescita? E poi: una volta ridotto il gap, come lo mettiamo a frutto? Quali applicazioni saranno in grado di fare la differenza per la nostra competitività? Lo sviluppo delle infrastrutture continuerà dunque ad aver bisogno di ampie riflessioni. E di attenzioni. Da un lato con una "visione d'insieme", perché la collaborazione tra pubblico e privato resta fondamentale per lo sviluppo. Dall'altro con la disponibilità di risorse.

Qui i 4 miliardi in più concessi dall'Unione Europea alla flessibilità del nostro bilancio 2016 possono essere di aiuto. Ma non solo. Le imprese dovranno spingere sul percorso di digitalizzazione del business, con modelli e strumenti favoriti dall'evoluzione tecnologica e con un approccio eco-centrico, poiché l'innovazione non fiorisce senza un "sistema" aperto al confronto. La Pubblica Amministrazione è invece chiamata ad ammodernare il più possibile processi, metodologie e competenze professionali. L'Università, infine: tra le esigenze dell'economia della conoscenza - la disponibilità di risorse nelle aree Stem - e la formazione oggi impartita, il divario è ancora troppo forte.

Bene lo sforzo del governo per l'ultrabroadband

Edward Chan

Ceo di Huawei Italia

Innanzitutto vorrei congratularmi con il Governo italiano per il grande impegno profuso e gli importanti progressi fatti nello scorso anno verso il raggiungimento degli obiettivi prefissati dall'Agenda Digitale italiana. Questo è particolarmente vero se consideriamo le importanti misure intraprese per la realizzazione delle infrastrutture per la banda larga, che si pone come abilitatore chiave di questi obiettivi strategici. Il momento che stiamo vivendo è molto promettente e sono ottimista riguardo al ruolo di Huawei nel contribuire alla realizzazione di questo ambizioso piano. I cittadini sono sempre più digitali e ambiscono a vivere la miglior esperienza d'uso possibile, ad esempio nella fruizione di video. La televisione 4K è già una realtà in diversi mercati e gli italiani non vedono l'ora di poter fruire di tecnologie come questa. Il nostro settore deve fare uno sforzo collettivo per rispondere alle loro aspettative. Questi progetti strategici richiedono la collaborazione di tutte le parti coinvolte e sottendono lo sviluppo di un ecosistema che possa supportarne la realizzazione a livello locale. L'Italia è estremamente strategica per Huawei e il nostro è un impegno di lungo termine che ci pone come uno dei principali investitori cinesi a livello locale e che continuerà e si intensificherà nei prossimi anni. Huawei si è inserita stabilmente nel tessuto economico e sociale del Paese ed è impegnata nello sviluppo di tecnologie ad alto valore per l'industria italiana e nello sviluppo di collaborazioni proficue con una crescente base di clienti. Vogliamo essere uno dei catalizzatori di questa grande trasformazione per costruire un'Italia sempre più connessa.

Le soluzioni fanno la differenza

Gianluca Cimini

Amministratore Delegato BT Italia

Vorrei che smettessimo di parlare dell'avvento del digitale al futuro e che ci concentriamo su ciò che può e deve essere realizzato da subito. L'Italia, anche in passato, ha sempre saputo cogliere le spinte verso l'innovazione tecnologica, soprattutto nel settore delle tlc, facendo addirittura scuola a livello mondiale. Solo indecisioni e rinvii possono impedirvi di tornare a essere protagonisti. È un fatto che le reti di telecomunicazione siano il sistema nervoso di ogni nazione moderna, come negli anni '60 lo sono state le autostrade. Regole chiare e parità di accesso sono le condizioni necessarie per far sì che si trasformino in un volano di sviluppo per il Paese. Se le infrastrutture sono indi-

spensabili, saranno però le soluzioni a fare la differenza e a creare i presupposti per un completo processo di trasformazione digitale, capace di far ricadere i benefici sul sistema paese. L'avvento della rivoluzione industriale 4.0 segnerà per le economie mondiali un punto di forte cambiamento che, se non gestito, potrà comportare la loro marginalizzazione. La missione di BT Italia è proprio quella di supportare la PA, le multinazionali e le eccellenze italiane che hanno fatto della crisi un momento di sviluppo globale, nel processo di trasformazione digitale e consentire loro di beneficiare dei trend tecnologici in atto (cloud, mobility, collaboration e big data). Al contempo il salto digitale potrà dirsi completo solo se all'evoluzione delle tecnologie si affiancherà, partendo dalla scuola e dal modello educativo, la crescita della cultura digitale.

Salto digitale con imprese e consumatori

Luca Colombo

Country manager Italia Facebook e Instagram

Per stimolare la crescita economica e culturale del nostro Paese occorre certamente iniziare dalle infrastrutture tecnologiche. In questa direzione, anche recentemente, il Governo ha confermato che entro poche settimane partiranno le gare per gli investimenti in Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Abruzzo e Molise. Tutto questo non è però sufficiente. Occorre investire anche in know how su cosa significhi operare per le grandi imprese, come per le Pmi, in una economia globale e sempre più digitalizzata; armonizzare e semplificare le regole europee per l'acquisto di beni online, sviluppare competenze nella comunicazione da e per mobile, il device sempre più utilizzato dai consumatori del domani per scegliere ed effettuare i propri acquisti. Un salto digitale è quindi possibile educando tanto le imprese quanto i consumatori a pensare ed agire in modo digitale. Le Pmi italiane rappresentano il 67,3% del prodotto interno lordo, la percentuale più alta in Europa. Secondo un recente report di Moody's, il tasso di natalità e chiusura di Pmi è negativo del -1% mentre in Uk è del +3,5%. In questo contesto la digitalizzazione può giocare un ruolo importante. Aiutando le imprese ad essere più internazionali. L'Italia è un mercato ancora acerbo, ma questo significa anche che siano numerose le opportunità da cogliere. Una piattaforma internet come Facebook vuole essere un abilitatore della trasformazione dei modelli di business. Internet è un motore di crescita trasversale a tutta l'economia. Un ruolo strategico è quello giocato dal mobile: gli acquisti sono in crescita del 64% e valgono

il 10% dell'intero mercato digitale. Oggi in Italia 21 milioni di persone si connettono ogni giorno via mobile a Facebook. Su Facebook oggi sono presenti 50 milioni di imprese al mondo per lo sviluppo del proprio business: 3 milioni di queste investono in campagne pubblicitarie online di cui, già oggi, oltre un milione lo fa pianificando i propri investimenti da strumenti mobile. In Italia l'87% dei presenti su Facebook ha una connessione con una Pmi e all'interno dei 3 milioni di aziende che investono in advertising su Facebook, l'Italia rappresenta la quinta nazione nel mondo per crescita anno su anno (che vede un 50% medio). La crescita del loro business, Italia compresa, genererà nuove opportunità di lavoro. In assenza di interventi di forte impatto, la penuria di professionisti delle Tic (Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione) potrebbe determinare nell'UE l'incapacità di coprire 825000 posti vacanti da qui al 2020. Numeri in chiaro scuro che mostrano come rispetto a note positive ci siano anche ampi margini di crescita e miglioramento. Ci sono grandi opportunità che dobbiamo sfruttare, investendo in cultura digitale e fiducia verso le nuove tecnologie. In un'economia sempre più globalizzata lo sviluppo delle reti digitali permette di raggiungere consumatori e mercati sempre più ampi.

Digital divide e nuova tv: satellite essenziale

Renato Farina

Amministratore delegato Eutelsat Italia

C'è bisogno di un cambio di visione per affrontare le scadenze che ci propone l'Europa. La tecnologia satellitare può fornire un valido contributo per raggiungere gli obiettivi prefissati entro il 2020. Basti ricordare il ruolo del satellite per superare il digital divide permettendo la copertura di tutte quelle aree dove le infrastrutture terrestri fanno fatica ad arrivare per motivi legati alla scarsa densità abitativa e alla particolare conformazione del territorio. Questa è ancora un'esigenza di primaria importanza, così come l'opportunità, offerta dall'infrastruttura satellitare, di agevolare la liberazione della banda a 700 MHz. Per il riassetto dell'etere italiano occorre disponibilità di banda immediatamente. Sebbene in modo complementare al Dtt e alla fibra, il satellite offre un doppio vantaggio in vista della transizione: preservare gli equilibri complessivi del settore e agevolare l'innovazione dell'audiovisivo alla luce dell'avvento dell'Ultra HD. I player televisivi - anche quelli italiani - puntano sull'altissima qualità tecnica offerta dal 4K per incrementare l'appeal dell'offerta

e per aggiornare il modello di business. Questa è la televisione del futuro che ormai sta bussando alle porte degli utenti, i quali si trovano al centro di un sistema di comunicazione sempre più integrato. La moltiplicazione dei device, l'interattività, l'immersività rappresentano il valore aggiunto offerto dalle media company, che hanno raccolto l'eredità dei tradizionali broadcaster. La multicanalità, dunque, non può più essere considerata una dinamica a compartimenti stagni.

Fare sistema per crescere

Maximo Ibarra

Amministratore delegato Wind

L'innovazione digitale non deve essere una corsa ad ostacoli e per realizzarla è necessario coinvolgere istituzioni, aziende e cittadini. È ormai chiaro che la centralità dell'ecosistema digitale è un fattore ineludibile di crescita, di competitività e di sviluppo sociale e culturale. Le infrastrutture e le piattaforme innovative sono fattori abilitanti e le tecnologie a supporto sono gli ingredienti chiave per ripensare il modello di Sistema-Paese. Per crescere, bisogna tenere il passo con l'evoluzione tecnologica, fare sistema, formare nuove competenze, fornire servizi digitali ai cittadini, creando valore e semplificando la loro user experience di tutti i giorni. Si pensi a come le start-up digitali hanno contribuito a portare innovazione in diversi settori di mercato e a come le imprese "tradizionali" hanno trasformato i loro modelli di business in chiave new economy. Questo è un passaggio epocale. E l'avvio del piano banda ultralarga voluto dal Governo può diventare il motore di questo processo. C'è, inoltre, una straordinaria volontà di attuare i programmi e di accelerare i piani di investimento. Parallelamente, anche la domanda sta cambiando e l'esplosione inarrestabile del consumo dei dati sta lì a testimoniare. Il 2016 deve essere, quindi, l'anno dell'execution per dotare l'Italia di un mercato unico digitale, per tornare stabilmente a crescere e per ridare futuro a questo incredibile Paese.

Rivoluzione digitale: la svolta è nel 5G

Roberto Loiola

Amministratore delegato Nokia per l'Italia

Siamo nel mezzo di una rivoluzione. Le tecnologie digitali stanno trasformando il nostro modo di comunicare, di produrre, di vivere le nostre case, di guidare, di fare

sport, di essere curati: stanno cambiando la nostra vita. Le telecomunicazioni sono il fattore abilitante di questa rivoluzione – e il 5G segnerà la vera svolta. Ciò di cui l'Italia ha bisogno è un'infrastruttura digitale che permetta affidabilità, mobilità, ampiezza di banda e funzioni di risparmio energetico, ovvero le funzionalità che abiliteranno una vasta gamma di applicazioni nel settore dell'Internet of Things, delle smart cities e dell'Industria 4.0, di cui beneficeremo mentre lavoriamo o ci godiamo il nostro tempo a casa. Ecco perché è importante investire nell'accesso a banda ultra larga, sia fisso che wireless - ed eseguire questi progetti in modo accurato.

Il 5G necessita infatti di solide basi nella rete. Oggi servono importanti investimenti nel 4G e nell'FTTx, per costruire la strada verso il 5G. Ad esempio, la piena realizzazione della vita digitale, con enormi nuove opportunità per i cittadini, le imprese e la pubblica amministrazione, deve passare attraverso applicazioni IoT e piattaforme di gestione che facciano dialogare diversi dispositivi, anche nei modi più "creativi".

Per fare tutto ciò serve un ecosistema, con il contributo di attori consolidati e anche nuovi, laddove si individuino nuove esigenze. Nokia, la cui vision è espandere le possibilità umane in un mondo connesso, è impegnata nello sviluppo della tecnologia 5G di prossima generazione e dell'IoT. Grazie ai Bell Labs, investiamo in ricerca e sviluppo, potenziando il nostro portafoglio di prodotti e servizi, siamo attivi nelle organizzazioni internazionali di standardizzazione e collaboriamo con clienti e partner.

Change management per l'intero Sistema Italia

Stefano Lorenzi

Amministratore delegato Sirti

L'infrastruttura è senz'altro un elemento importante, senza il quale il "salto digitale" non può avvenire. Una base di connettività pensata per unire il Paese e collegarlo al resto del mondo, un'autostrada digitale che arrivi fino a casa degli italiani attraverso connessioni in fibra ottica, e che consenta davvero un accesso adeguato ai servizi di nuova generazione. Per fare il "salto digitale" però il Paese ha bisogno di ripensare a tutte le sue logiche di funzionamento, ai processi, al modo in cui si erogano i servizi, al modo in cui il cittadino si interfaccia con la Pubblica Amministrazione, solo per cominciare; la scuola, la fiscalità, la giustizia, il lavoro.

È come quando si affronta un importante progetto di "change management" per supportare il rilancio di una grande azienda sul mercato. Per noi italiani si tratta di una

svolta epocale, che coinvolge tutte le fasce della popolazione. Molti cantieri sono già aperti in questo senso, si pensi a quanto si sta facendo per realizzare i punti dell'Agenda Digitale. Il ruolo del Governo è cruciale in tutti questi scenari, e la sfida più grande è culturale e formativa. Non basta infatti ripensare i servizi in maniera più efficiente ed erogarli mediante nuovi canali. Bisogna contrastare la scarsa propensione al cambiamento che è tipica del nostro Paese, insegnare ai cittadini a vivere in un nuovo contesto digitale, sfruttando i vantaggi che derivano dall'uso di nuovi strumenti e riconoscendo i rischi ad essi correlati. Servono nuove regole per la burocrazia, che facciano convergere le modalità operative delle singole amministrazioni locali verso degli standard nazionali. Le lacune da colmare ad oggi sono davvero molte, ma è sicuro che il nostro Paese, come più volte ha dimostrato in passato, troverà il modo per vincere la sfida e tornare ad essere competitivo.

Essere leader, non più follower

Enrico Luciani

Amministratore delegato Eustema

Dopo i piani, apprezzabili, è certamente il momento di passare dalle parole ai fatti. È quantomeno dovuto ad un Paese che non vuole più essere un follower, avendo le energie e le competenze per essere tra i leader. Una volta che avremo una rete in fibra e 5G ovunque, potremmo dirci per questo un Paese digitale? No, dobbiamo fare un salto ancor più impegnativo: organizzare fabbriche digitali, una scuola digitale, acquisti digitali, una PA digitale, città digitali. Per questo dobbiamo già ora cominciare a pensare digitale, a stimolare una cultura del digitale che veda nelle nuove reti a banda ultralarga il tessuto connettivo di una nuova società. In parallelo alle infrastrutture digitali, dobbiamo avviare una vera rivoluzione culturale, con processi di alfabetizzazione informatica e scientifica, di contaminazione culturale a tutti i livelli della popolazione, di revisione dei processi di lavoro e delle organizzazioni. In altri termini, dobbiamo dare vita a ecosistemi digitali, qualificati per tipologia di produzione, interconnessi ed aperti all'innovazione e collaborazione, che uniscano competenze, esperienze e tecnologie produttive differenti, con un forte legame con università e laboratori di ricerca.

Collaborando con questo ecosistema dell'innovazione, le numerose e brillanti Pmi italiane, di qualunque settore tecnologico e merceologico, potranno coniugare il meglio del made in Italy con le tecnologie più innovative, contribuendo alla capillare diffusione nel Paese e nel mondo di nuovi servizi e prodotti, in un processo di crescita

ed evoluzione digitale della nostra società.

Bisogna avere il coraggio di cambiare

Karl Manfredi

Amministratore delegato Brennercom

Le infrastrutture sono indispensabili, ma non bastano. La strada per recuperare è ancora lunga. Lo conferma anche la recente valutazione sullo stato dei diversi Paesi europei in tema di economia e società digitale, che fotografa l'Italia agli ultimi posti nel ranking europeo. Il Piano italiano per la banda ultralarga va nella giusta direzione, ma il successo dipenderà molto dalla sua attuazione. In questo senso è auspicabile un miglior coordinamento di tutte le forze in campo. Un gap da colmare, oggi, è quello culturale. Internet è qui per restare. Non possiamo immaginare di tornare a un mondo senza Internet, aggrappandoci al "come si stava meglio prima". All'interno delle nostre aziende occorre sviluppare le competenze digitali investendo in formazione continua. Ma non solo: occorre riorganizzare i processi, renderli più snelli, più fluidi, più integrati, e fare in modo che le nostre organizzazioni aziendali siano più performanti e in grado di competere con le realtà virtuose come quelle che si trovano nei paesi dell'Europa del nord. Dobbiamo avere il coraggio di cambiare. In Italia si sente la mancanza di grandi e importanti leader in ambito IT in grado di trainare il sistema. I "giochi" hanno luogo altrove, oltreoceano. Basti pensare a quanto l'Olivetti, simbolo dell'eccellenza italiana nel mondo per l'attenzione alla tecnologia e all'innovazione, la cura del design, la presenza internazionale, la sensibilità verso gli aspetti sociali del lavoro abbia influenzato il mercato.

Dialogo fra stakeholder per fare il salto digitale

Nunzio Mirtillo

Amministratore delegato Ericsson Italia

Gli investimenti in infrastrutture, sia fisse sia mobili, sono un primo importante passo verso la digitalizzazione di ogni Paese. Se ci sono voluti 100 anni per connettere un miliardo di luoghi fisici e appena 25 per connettere 5 miliardi di persone, oggi parliamo anche di 28 miliardi di dispositivi in rete entro i prossimi 5 anni. L'era industriale, caratterizzata dalla produzione su larga scala, è stata sostituita dalla Networked Society,

dove le persone usano la connettività come punto di partenza per trovare nuovi modi di innovare, collaborare, socializzare e creare nuovi servizi. L'Ict ha dato vita ad una nuova era dove, ad esempio, la più grande catena alberghiera del mondo non possiede neanche una camera d'albergo. L'Italia ha davanti a sé delle sfide. Per farle fare il salto digitale è necessario un continuo dialogo fra tutti gli stakeholder. Per le aziende, la priorità è trasformare in maniera dirompente se stesse prima che altri lo facciano per loro, integrando l'Ict nel tessuto stesso della loro attività. L'impegno delle istituzioni e degli operatori rispetto al piano nazionale per la banda ultralarga farà una grande differenza. I contesti normativi dovrebbero favorire sia la digitalizzazione di industrie consolidate, sia lo sviluppo di settori emergenti. È necessario infine far conoscere alla popolazione "offline" i benefici del digitale e formare le giovani leve ad un nuovo mondo del lavoro, in modo da ridurre il divario tra le competenze in ambito ICT richieste dalle imprese e quelle possedute dai nostri studenti. L'ICT può rappresentare una forza di trasformazione positiva se implementata in modo innovativo, responsabile e cooperativo.

E adesso allargare le vedute

Vincenzo Novari

Amministratore delegato 3 Italia

La banda si sta allargando, ora bisogna allargare anche la mentalità: della pubblica amministrazione, innanzitutto. Fare cultura sociale sull'innovazione e sulla digitalizzazione: ecco quello che occorre per evitare che le difficoltà dell'execution frenino ancora il recupero, finalmente in atto, del tempo perduto dal Paese. Visti i passi avanti oggettivi che sono stati fatti - sia dall'iniziativa pubblica, tra Enel e Metroweb, che da quella privata - verso la rigenerazione della rete fissa; vista la qualità della rete mobile 4G e le prospettive interessanti e ravvicinate di quella 5G; è ora di andare oltre le infrastrutture, contagiare virtuosamente i comportamenti e le aspirazioni di tutti - nel pubblico impiego, nella scuola, nella società civile e nell'impresa - affinché tutta questa nuova disponibilità di banda si traduca anche in una nuova larghezza di vedute. Il salto di qualità digitale del Paese può scattare solo da questo. Certo, non va dato nulla per scontato e quindi i processi in corso per il completamento delle infrastrutture vanno presidiati affinché non rallentino; ma dobbiamo da subito guardare in positivo ad una fase ormai imminente in cui il Paese, tra infrastruttura fissa e mobile, avrà finalmente a disposizione la banda che serve e dovrà usarla come merita. In questo senso, la digitalizzazione della pubblica

amministrazione e dei servizi pubblici locali è un passaggio chiave. Perché da un lato convince i cittadini di quanto sia utile il nuovo mondo, ma dall'altro li costringe garbatamente a farne parte. Una nuova educazione civica alla Rete.

Digitale, questione anche «sociale»

Paolo Pandozy

Amministratore delegato Engineering

Un'infrastruttura moderna è certamente un fattore imprescindibile per la digitalizzazione del Paese. Qualunque progetto si voglia realizzare presuppone un'accessibilità di qualità, diffusa ed economica, direi "democratica", che possa consentire a tutti i cittadini l'accesso ai servizi digitali a parità di condizioni. Ma, paradossalmente, non è una priorità e neanche l'ostacolo principale. Se sulle infrastrutture l'Italia è in forte ritardo, sui servizi che queste rendono disponibili il gap è ancora più impegnativo. Non parliamo di un gap tecnologico, facilmente colmabile con investimenti adeguati, ma di un ben più pesante gap culturale. La digitalizzazione del paese è anche una questione "sociale", che passa attraverso una profonda revisione dei processi della pubblica amministrazione e della professionalità dei suoi dipendenti. Ci aiuta a capire la portata epica di questo processo l'impatto che la digitalizzazione ha avuto, e sta avendo, nel settore bancario. Gli sportelli bancari che conosciamo fino a meno di dieci anni fa oggi non esistono più; nello stesso modo, la miriade di sportelli della pubblica amministrazione centrale e locale sono destinati a divenire inutili. Tanto che alcuni sostengono che la digitalizzazione non deve efficientare la PA, ma renderla inutile! Il tema è ripensare i processi della PA in modo nativamente digitale, e ridefinire coerentemente le professioni, i ruoli e i mestieri dei dipendenti pubblici di una società digitale.

Più investimenti per il digitale

Stefano Pileri

Amministratore delegato Italtel

Anche se sono chiari ed evidenti i benefici che la trasformazione digitale porterà alla nostra economia, ancora le imprese italiane non hanno avviato in modo sistemico e profondo una vera trasformazione competitiva digitale. Il tema va visto da un punto di vista culturale e di politica industriale. Occorre favorire un cambio di mentalità ma anche stimolare gli investimenti in digitale con incentivi e politiche di soste-

gno e sviluppare le competenze digitali nel sistema formativo. La Banda ultra larga va garantita in tutti i territori con un potenziale produttivo, anche se questi ricadono nelle cosiddette aree bianche. Un esempio emblematico è la Lombardia, dove il 77% delle 300 aree industriali esistenti è ubicato in aree a fallimento di mercato. È importante anche completare al più presto le 10 piattaforme previste dal Piano Crescita Digitale, dallo Spid alla Sanità, dalle Smart Cities a Italia Log-In, e favorire la realizzazione di Digital Innovation Hub, dove le imprese possano condividere e sviluppare nuovi modelli di business. Le reti dovranno cambiare radicalmente per sostenere l'impatto della trasformazione digitale, del video HD che sta pervadendo le reti, del primato del software e dei dati. Saranno reti totalmente ottiche, pervasive, in logica di Edge Cloud, pronte per il 5G. C'è stata una forte accelerazione sulle infrastrutture e il valore complessivo dei diversi piani pubblici e privati che stanno partendo supera i 10 miliardi di euro in un triennio. È un momento storico cruciale e irripetibile: la nostra industria, e con essa il Paese, ha l'opportunità di riguadagnare terreno rispetto alle altre economie occidentali che hanno già compreso il valore della digitalizzazione e ne stanno facendo strumento di crescita.

Fondamentale eliminare il digital divide

Tommaso Pompei

Amministratore delegato Enel Open Fiber

L'Italia si trova di fronte a una grande opportunità, quella di colmare il digital divide e diventare un paese all'avanguardia nel campo delle infrastrutture digitali. Oggi infatti siamo ancora in grande ritardo, come dimostra l'Indice europeo di digitalizzazione dell'economia e della società elaborato dalla Commissione europea (Desi, Digital Economy and Society Index) che pone il nostro paese al 25° posto sui 28 Paesi dell'Unione. Secondo le informazioni diffuse da Infratel inoltre, a fronte di una media europea di copertura in banda ultralarga con velocità superiore a 30 Mbps pari al 68% della popolazione, in Italia solo il 26% della popolazione risulta coperta. Ma se si colma il divario digitale che ci separa dai principali partner comunitari e dai Paesi industrializzati, si può garantire un volano positivo a qualsiasi iniziativa di rilancio economico dell'Italia. Secondo uno studio della Banca Mondiale del 2010 considerato ancora attuale, una crescita del 10% del tasso di penetrazione della banda larga genera circa l'1,38% di Pil incrementale. È quindi necessario

un cambio di passo. E se è innegabile la necessità che il Governo agisca anche sul lato della domanda con apposite iniziative di sostegno al take up di servizi a banda ultralarga, al contempo è assolutamente imprescindibile un intervento che doti il nostro Paese di infrastrutture di rete di nuova generazione, con l'obiettivo di permettere agli attori economici di competere alla pari nel mercato e ai cittadini di poter fruire di servizi innovativi. Questa scommessa si vince solo nel momento in cui il 100% del Paese sarà coperto nel più breve tempo possibile.

Aiutare le Pmi nel salto digitale

Federico Protto

Amministratore delegato Retelit

Innanzitutto l'execution sulle infrastrutture: realizzarle in modo efficiente ed in tempi ragionevoli non è semplice e sottovalutare questo aspetto è molto rischioso. Gli aspetti critici che vedo sono due. Il quadro legislativo e regolamentare è sicuramente positivo ma potenzialmente di complessa attuazione. Un esempio su tutti: l'obbligatorietà della messa a disposizione dei propri asset da parte dei possessori di infrastruttura. Inoltre, i tempi di rilascio delle autorizzazioni da parte degli enti pubblici è ancora elemento di grande incertezza. Nel consueto ping-pong tra infrastrutture da una parte e servizi/applicazioni dall'altro, molto bene ha fatto il Governo a indicare in maniera decisa e concreta che dalle infrastrutture si deve partire. Da sole, però, non bastano per far fare il salto digitale al Paese. In alcuni settori, l'utilizzo delle tecnologie e della banda larga è già trainato dai servizi, specie se pensiamo al mercato consumer. La strada è ancora molto lunga, ma la PA mostra una significativa vitalità. La digitalizzazione del fascicolo sanitario, le iscrizioni scolastiche online, fino a Spid, sono esempi pratici di servizi pubblici che vanno nella giusta direzione. Piuttosto, ancora molto si deve fare per portare cultura nel mondo delle imprese, specie le Pmi. Le tecnologie per innovare il modo di operare non mancano e sono in costante evoluzione, ma rimane carente la formazione e, conseguentemente, la presa di coscienza delle opportunità collegate al salto digitale. Personalmente ritengo fondamentale il ruolo delle associazioni di categoria che, oltre alle solite rivendicazioni su contesti fiscali e giuslavoristici più favorevoli, aiutino l'imprenditore a sviluppare la consapevolezza di come l'adozione di ambienti Ict abilitanti non sia ormai più un'opzione rimandabile, ma condizione necessaria alla sopravvivenza

stessa dell'impresa.

Iniziative per accelerare sul digitale

Carlo Purassanta

Amministratore delegato Microsoft Italia

Crediamo si tratti innanzitutto di una questione di cultura e di investimenti. In merito al tema della cultura, in Microsoft riteniamo che occorra ripensare il sistema educativo, sin dalle elementari, avvicinando anche i bambini più piccoli alla programmazione ed al pensiero computazionale, per proseguire poi con il coinvolgimento di tutte le altre fasce d'età, fino ad arrivare ad un cambiamento sostanziale della ricerca in Italia, in grado di attivare una collaborazione costante e proficua con l'industria. Un altro modo per imprimere un impatto positivo sulla cultura digitale del Paese è quello di concepire un bouquet di servizi digitali nazionali, per cambiare radicalmente l'interazione fra il cittadino e l'amministrazione pubblica. Su questo l'Italia ha accumulato un ritardo notevole rispetto agli altri Paesi europei, che a sua volta si sta riflettendo in una minore attitudine al digitale da parte degli italiani. Infine, sul fronte degli investimenti nel privato, grazie all'esperienza di Territori Digitali e attraverso il coordinamento di un team di colleghi di 15 aziende associate a [Confindustria Digitale](#), abbiamo riscontrato quanto è forte e crescente l'interesse delle Pmi Italiane rispetto all'informaticizzazione, ma tanto resta ancora da fare per guidare queste stesse aziende verso l'azione. Far crescere il numero di esperti del digitale in Italia e stimolare l'adozione diffusa di soluzioni cloud dovrebbero essere oggetto di politiche precise da parte del Governo per favorire un'accelerazione che è oggi necessaria alla sopravvivenza stessa del nostro tessuto industriale.

All'Italia serve un elettroshock culturale

Andrea Rangone

Amministratore delegato Digital360

Per usare una frase cara ai matematici (e anche a noi ingegneri) - le infrastrutture sono una condizione necessaria ma non sufficiente. Ci devono essere - adeguate e moderne - ma non bastano, da sole, a trasformare e modernizzare la nostra economia. Quello che in questo momento serve all'Italia è semplice: un elettroshock culturale. Sì, perché il nostro vero gap (o digital

divide che dir si voglia) è culturale. A tutti i livelli. A livello di manager, imprenditori e funzionari pubblici, che hanno - in media - ben poca consapevolezza dell'importanza (anzi necessità) di investire massicciamente sull'innovazione digitale delle loro imprese e pubbliche amministrazioni (e lo dimostra il fatto che siamo tra i Paesi con un tasso di spesa Ict sul Pil tra i più bassi). Ma anche a livello di accademici, professori, giornalisti, politici, che hanno - sempre mediamente - ben poca sensibilità sulla trasformazione digitale in atto e quindi la considerano ben poco nella loro attività quotidiana - insegnare, divulgare, governare. Non sono, tuttavia, pessimista. Vedo oramai che anche nel nostro Paese un circolo virtuoso si è innescato: maggiore attenzione da parte dei politici sui temi del "digitale", maggiore conseguente copertura dei media con effetto diffusione sulle persone, maggiore attenzione degli "educatori" a tutti i livelli (dalle scuole primarie alle università alle business school), maggiore interesse da parte dei decisori aziendali e della pubblica amministrazione. Non sarà un elettroshock, ma un lento, graduale, cambiamento culturale è in atto anche da noi.

Rendere indispensabile l'utilizzo del digitale

Giuseppe Recchi

Presidente esecutivo Telecom Italia-Tim

Il successo di un piano industriale o più in generale un progetto di investimento si gioca sempre più spesso sulla qualità e sull'efficacia dell'execution. Nel momento in cui poi si tratta di progetti di ampia scala che richiedono coordinamento, conoscenza delle tecnologie e specifiche competenze di realizzazione, come è il caso dello sviluppo di una rete nazionale di telecomunicazioni, la componente esecutiva assume decisamente un'importanza fondamentale. Le idee e i progetti li possono avere in tanti, quello che poi fa la differenza è la capacità, la volontà e la determinazione di realizzarli e portarli a termine nel rispetto dei tempi e dei costi prestabiliti. Tuttavia la disponibilità di reti digitali ad alta velocità è un elemento indispensabile ma non sufficiente. Per dar vita allo sviluppo digitale del Paese serve una maggiore diffusione di una cultura digitale. Servono azioni concrete e tangibili che stimolino o meglio rendano indispensabile l'utilizzo digitale. Una prima leva sulla quale si potrebbe agire è il prezzo: i servizi (ad esempio pagamento bollo dell'automobile) così pure come i prodotti

(ad esempio un libro) in forma digitale dovrebbero costare di meno di quanto non costino i loro corrispettivi non digitali.

Un secondo passo potrebbe essere quello di estendere ad altri settori quanto già fatto nell'ambito del processo civile telematico dove si è imposto che alcune attività (quali il deposito degli atti processuali) possano essere svolte solo ed esclusivamente in modalità telematica. L'effetto di questo tipo di politiche potrebbe poi essere ulteriormente amplificato se si procedesse ad estendere l'obbligatorietà dell'interazione telematica anche ad attività che riguardano tutti i cittadini (dichiarazione dei redditi, riscossione della pensione fino all'esercizio del diritto di voto).

Net neutrality, principio da rispettare

Davide Rota

Amministratore delegato Linkem

Apprezzo il ruolo di "enabler" svolto dalle istituzioni per la digitalizzazione del Paese, ma il dibattito deve aprirsi a nuovi stimoli. Perché oggi l'utilizzo della tecnologia Lte, su frequenza licenziata, è una realtà per il 50% della popolazione italiana anche per la connettività fissa, con il modello Linkem "Fiber-to-the-Wireless" (fibra all'antenna e wireless nel last mile). Un modello che supera due forti limitazioni delle soluzioni wireline e mobile: da un lato la necessità di avvalersi di una rete di accesso non proprietaria (in rame) con costi fissi non ottimizzabili per gli operatori e inefficienze operative a carico dei consumatori, dall'altro la necessità, per motivi legati alla mobilità, di limitare i volumi di traffico. Mi aspetto che il dibattito sul nuovo spettro frequenziale guardi al 5G mobile ma anche all'evoluzione verso capacità in downlink a 100Mbs dei servizi Fixed Wireless, con la liberazione di ulteriore spettro a 3,5GHz e la valorizzazione delle potenzialità legate al 3,6-3,8 GHz. Che gli enti regolatori si impegnino per liberare sul territorio fondo elettromagnetico "riservato e non utilizzato" da anni dagli operatori, affinché chi intende sviluppare copertura di rete possa farlo. Che si superino situazioni di regolamenti di enti locali, come quello del Comune di Roma, che penalizzano i nuovi entranti a discapito della crescita della concorrenza dei servizi e degli operatori. Che i progetti finanziati dal pubblico siano neutrali ("Fiber-to-the-Node"), perché ne possano beneficiare tutti i modelli di sviluppo servizi, fixed e wireless. Che gli incentivi alla domanda di servizi a 100Mbs partano da subito per le imprese, affinché sia dato immediato impulso all'economia, ma che ciò avvenga nel rispetto

del principio di net neutrality, valorizzando soluzioni cavo e wireless.

Fondamentale l'apporto delle aziende Ict

Agostino Santoni

Amministratore delegato Cisco Italia

Nel nostro Paese assistiamo oggi a una grande spinta condivisa per accelerare la digitalizzazione, di cui lo sviluppo delle infrastrutture è soltanto una parte, per quanto di fondamentale importanza. Perché questo processo porti pienamente i suoi frutti è necessario moltiplicare gli sforzi per sostenere l'ecosistema più ampio dell'innovazione: un ecosistema che comprende attori quali start up, centri di ricerca, aziende che investono in digitalizzazione, ma anche i cittadini e tutta la straordinaria diversità e ricchezza di imprese che sono il nostro tratto distintivo. Dobbiamo trasferire tecnologia, spazi di sviluppo, investimenti: ma soprattutto dobbiamo trasferire cultura e competenze digitali. Questo significa sia formare oggi il personale che saprà portare l'Italia in un futuro fatto di industria digitale e di tecnologie applicate alle nostre eccellenze culturali ed economiche, sia dialogare costantemente con il mondo dell'impresa perché comprenda pienamente le opportunità della digitalizzazione e capisca che non c'è momento migliore di ora per abbracciare il cambiamento. In questo senso, il contributo delle aziende Ict come noi, che basano la loro crescita sulla costante innovazione, è molto importante: si può e si deve investire in questo paese con un approccio di sistema, come Cisco sta facendo con il piano Digitaliani, perché l'Italia possa riconquistare la sua capacità di leadership, che si basa su un patrimonio di esperienze, di bellezze, di capitale umano unico.

Saper guardare oltre il traguardo

Carlo Scarlata

Vice President High Voltage Business

Unit Prysmian Group

Avere la consapevolezza di non essere arrivati mai al traguardo più avanzato. Da un lato la tecnologia evolve rapidamente, e solo i continui investimenti in Ricerca e Sviluppo, a sostegno di questa evoluzione, possono permettere di guardare sempre oltre i traguardi che di volta in volta conquistiamo, implementando parallelamente nuove visioni e fissando nuovi obiettivi, sia a livello infrastrutturale che sulle conseguenti applicazioni e utilizzi che ne derivano. Questo vale per tutti i settori, ma ancora di più, in questa epoca, per il

digitale. In secondo luogo è necessario accompagnare l'evoluzione tecnologica con un cambio culturale per sostenere il salto che l'Italia deve compiere per colmare il divario che la separa dagli altri paesi europei: secondo l'indice di digitalizzazione dell'economia e della società (Desi) il nostro Paese si posiziona al 25° posto sui 28 paesi UE. È un passo che possiamo fare, abbiamo tutte le carte in regola per rilanciare l'economia digitale e diventare un Paese più efficiente, trasparente, competitivo e sicuro. Assumere questo obiettivo di trasformazione come una "missione" condivisa, un impegno comune e un lavoro congiunto di Governo, Pubblica Amministrazione e aziende leader nel settore della tecnologia è fondamentale. Prysmian Group, come tanti altri tanti i player e multinazionali, contribuisce mettendo a fattor comune per il Paese la propria capacità innovativa e di vision, oltre che una consolidata esperienza internazionale. Serve riconoscere questo valore che l'industria, in generale, offre e, superando i singoli interessi, occorre operare come sistema per accelerare e superare gli obiettivi.

Le competenze, criticità da affrontare

Fabio Spoletini

Country leader Oracle Italia

Investire in infrastrutture digitali capillari sul territorio nazionale è certamente un bell'aiuto per spiccare il salto. Come sempre in Italia la situazione è "a macchia di leopardo", vediamo un progressivo aumento della digitalizzazione ma serve un'accelerata. Lo slancio decisivo sta nell'aspetto culturale e formativo. Le nostre aziende oggi possono accelerare e recuperare il tempo perduto rispetto alla concorrenza internazionale grazie alla disponibilità e all'accessibilità della tecnologia, che negli ultimi anni ha attraversato un forte processo di industrializzazione grazie al cloud. Il cloud ha consentito di semplificare l'utilizzo di tecnologie ritenute prima complesse, ha ridotto notevolmente le barriere di accesso eliminando gli investimenti iniziali e ha reso l'innovazione a portata di tutti grazie ai servizi innovativi IoT, Big data, analytics fruibili in cloud. Se il problema non è più solo tecnologico, la criticità è culturale e di competenze. Se in Europa si stima che nel 2020 mancheranno all'appello 900.000 risorse con skill in ambito digitale, buona parte di queste mancano in Italia. Ecco allora da dove può arrivare la vera innovazione, la vera capacità di pensare e agire al di fuori degli schemi: dall'acquisizione di competenze adeguate al "nuovo mondo". I nostri giovani hanno una grande opportu-

nità per aiutare a eseguire l'Italia Digitale, il sistema deve aiutarli e indirizzarli. Mi sembra che il problema ormai sia all'attenzione delle istituzioni ma anche qui tutti insieme dobbiamo accelerare.

Una geografia nitida delle priorità

Alberto Tripi

Presidente Almagora

"L'Italia deve sapere valorizzare le proprie eccellenze virando verso il digitale, e deve fare in fretta, cambiando le proprie priorità: i mezzi per farlo ci sono già tutti. Il governo ha individuato la strada da seguire, ora la percorra. I soldi ci sono: il problema è spenderli nelle aree dove serve investire": questo l'appello di Jeremy Rifkin alla 27esima edizione di Forum PA. Le analisi confermano un gap da colmare con urgenza. In base all'indice Desi definito dalla Commissione europea per misurare l'attuazione delle Agende Digitali dei Paesi membri mediando i valori di 33 indicatori, l'Italia è al 27esimo posto. Secondo l'Osservatorio Agenda Digitale del Polimi che ha ideato un indice con 107 parametri, l'Italia è 21esima su 28. Nell'ultimo anno si sono registrati progressi nei servizi pubblici digitali e nella disponibilità dei dati aperti: su questi punti siamo sestimi nel ranking europeo. Un passo avanti è stato fatto con la firma digitale. È inoltre partito il Sistema Pubblico d'Identità Digitale, avviando una nuova era di servizi online offerti da PA e aziende. La svolta decisiva passa da una nitida geografia di priorità. Penso alla PA digitale e all'interoperabilità tra sistemi e nuovi servizi per il cittadino che deve essere al centro della trasformazione digitale del Paese (people centered); al cloud ibrido italiano e ai suoi vantaggi secondo le regole della PA; al partenariato per creare un vero modello "win win" fra aziende e PA; all'innovazione di strumenti amministrativi per snellire e rendere più efficaci i processi di procurement della PA; a dashboard direzionali per valutare performance, utilità delle azioni e definire nuove strategie; e penso a nuovi mercati e opportunità per le aziende derivanti dalle realizzazioni delle infrastrutture immateriali (Spid, Anpr e PagoPA).

Mobile e cloud: le chiavi del futuro

Stefano Venturi

Corporate VP e Amministratore delegato HPE Italia

Il settore Tlc deve far fronte a sfide importanti, in un contesto di recessione

economica in cui i consumatori sono sempre più digitali e attivi su differenti piattaforme. Come evidenziato dalla recente Cio Survey (indagine su circa 70 responsabili Ict delle realtà private italiane, promossa da Capgemini Italia, Hewlett Packard Enterprise e Tim e realizzata da NetConsulting cube), la competitività oggi sta nella capacità di innovare prodotti, servizi e processi, incrementando il livello di automazione.

È la digital disruption: la creazione di nuovi modelli di business e la diffusione di prodotti e servizi connessi che, insieme all'innovazione, aumentino i ricavi. In questo contesto, le principali aree di investimento sono il mobile e il cloud computing: nel mobile il focus è una logica omnichannel volta, tramite l'aggiornamento delle applicazioni esistenti e il lancio di nuove soluzioni, a migliorare sia la fruizione di contenuti di infotainment che l'ottimizzazione dei servizi di customer care e loyalty. Nel cloud computing, sul fronte infrastrutturale le aziende sono sempre più propense all'utilizzo di servizi di private cloud, mentre gli ambiti più impattati dai servizi SaaS sono quelli dei portali, del Cms, del Crm, della business intelligence e degli strumenti di produttività individuale.

Anche i big data continuano a ricoprire un ruolo di primo piano, per gli investimenti nella profilazione dei clienti, per lo studio di servizi e contenuti altamente mirati e personalizzati.

Detto questo, l'Italia deve innescare un vero e proprio risascimento digitale: il nostro Paese ha dei ritardi importanti rispetto ad altri mercati ed è necessario ridurre questo gap, creando una vera cittadinanza digitale. La filosofia di Hewlett Packard Enterprise si fonda proprio sul New Style of IT: nel settore telco, questo significa virtualizzare le risorse all'interno della rete e includerle in datacenter centralizzati in modalità cloud: software aperti, sistemi aggiornati agli ultimi open standard di mercato e tecnologie digitali avanzate sono il fattore differenziante per creare questo nuovo mondo digitale, che rende necessario anche uno sviluppo della cybersecurity. Comprendere e monitorare i rischi, integrare la sicurezza nel tessuto organizzativo permette infatti di innovarsi senza timori e accelerare quindi la crescita del business.



