



Marketing Oggi

IN EDICOLA

**Gentleman
& Lei**
IL MENSILE PER GLI UOMINI E LE DONNE CHE AMANO LA VITA
www.classabbonamenti.com

IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

MILANO FINANZA DIGITAL WEEK/Il sottosegretario all'innovazione spiega la sua visione

Italia, sovranità anche digitale Butti punta a tempi rapidi per chiudere sulla rete pubblica

di MARCO A. CAPISANI

La transizione hi-tech italiana va pensata in un'ottica di sovranità digitale, che non vuole dire sovranità tecnologica in senso stretto ma, pur dovendo comprare tecnologia da altri, significa poter costruire un ecosistema secondo le proprie esigenze. Soprattutto laddove si dipende dai grandi colossi Usa, come nel caso del cloud, bisogna cercare di portare questo legame sul piano del diritto internazionale per risolverlo giuridicamente. «L'Europa ha compreso queste osservazioni espresse dal governo», ha dichiarato ieri **Alessio Butti**, sottosegretario di stato con delega all'innovazione del governo guidato da **Giorgia Meloni**, durante l'inaugurazione della quinta edizione della Milano Finanza Digital Week, organizzata fino a oggi da Class Editori, *MF Milano-Finanza* e *Class CNBC* (in diretta sul canale televisivo Class



Alessio Butti

CNBC-numero 507 di Sky e in streaming sia su milanofinanza.it sia sulla piattaforma Zoom, con l'aggiunta della diretta LinkedIn su Milano Finanza). Butti non ha mancato di descrivere tutti i fronti su cui è impegnato l'esecutivo oltre al cloud, «che rappresenta il futuro ma su cui siamo in ritardo per la creazione tramite il Polo strategico nazionale di un cloud pubblico».

Il suo intervento, infatti, ha toccato anche il tema del 5G e delle relative gare per assegnare i fondi del Pnrr. Su questo, «il salto di qualità ci può essere allargando la visuale dal considerare come principale destinatario il solo utente privato all'includere pure le aziende. Basti pensare alle potenzialità

per i nostri artigiani di stampare i loro prodotti in 3d», sempre secondo il sottosegretario che ha anche precisato come l'Italia sia «in ritardo sulla tecnologia 5G, come succede pure all'estero, anche se c'è già qualcuno che parla di 6G e 7G. Le gare



Focalizzare il 5G pure sulle aziende, l'auspicio di Butti, pensando tra l'altro alle potenzialità di una stampante 3d per gli artigiani italiani

sono state redatte male e hanno generato sconcerto e sfiducia nelle imprese. Sulle aree grigie, in particolare, le 15 gare effettuate sono state vinte 8 da Tim e 7 da Open Fiber che però non stanno cablando, posando la fibra. Quindi dovremmo rinegoziare le scadenze con la Ue».

E a proposito di Tim e Open Fiber, il dibattito sulla rete unica finalmente s'è spostato sul concetto di rete pubblica, a giudizio di Butti, dopo che Palazzo Chigi ha chiesto di sospendere il Memorandum of understanding con Tim per creare una rete unica di tlc. Quindi al tavolo aperto in materia verranno valutate altre soluzioni con soggetti pubblici per dete-

nere pubblicamente la rete, il che non vuol dire nazionalizzare ma significa affrontare ogni singolo punto per arrivare a una rete aperta e gestita dallo stato in modo da garantire parità d'accesso. «Detto questo, la mia personale opinione è mantenere un unicum, una sola azienda di riferimento. Qualcuno sicuramente sta ragionando sulla separazione, ma perché il cash flow si genera sulla rete», ha riassunto il sottosegretario. «L'importante è trovare una sintesi delle diverse posizioni in tempi rapidi, visto che si parla di rete unica dal 2006 quando c'era il governo guidato da **Romano Prodi**».

Ci sono poi due temi da consi-

derare volanti trasversali di sviluppo: la digitalizzazione della p.a. e la smart mobility. La prima, che ha un dialogo quotidiano e diretto con cittadini e aziende, deve puntare a offrire servizi veloci, semplici e accessibili. Per attuarla, serve maggior formazione perché la pubblica amministrazione è volenterosa ma frenata nei meccanismi. I comuni sono poco reattivi nell'applicare quanto predisposto mentre le imprese procedono spedite, specie in alcuni comparti come l'edilizia, sempre secondo il nuovo esponente del governo che ha ricordato, comunque, la bontà dell'attuale sistema digitale composto dalla piattaforma PagoPa, l'app Io e il sistema Speed (con 33 milioni di identità digitali rilasciate e 860 milioni di accessi nei primi 10 mesi dell'anno). Secondo volano di crescita è la smart mobility, già pensata «as a service» per riunire i dati immessi dal settore pubblico a Milano, Roma e Napoli. Ma anche in questo caso Butti pensa che forse sarebbe meglio parlare di smart nation, immaginando un'applicazione non relegata dentro i confini di singole città bensì con al suo interno alcuni servizi disponibili in tutta la Penisola.

© Riproduzione riservata

Criptovalute, mercato più attento In arrivo il regolamento europeo

A breve entrerà in vigore il regolamento europeo MiCa sulle criptovalute (Markets in Crypto-Assets). Banca d'Italia ha già reso note a giugno le sue linee guida e, progressivamente, l'intero mercato diventerà sempre più attento alla regolamentazione, secondo **Alessandra Perrazzelli**, vice d.g. di Banca d'Italia, che alla Milano Finanza Digital Week ha sottolineato ieri come il futuro non cambierà per l'impatto delle criptovalute in Europa, a differenza di quanto sta succedendo tra gli altri negli Stati Uniti, coi fallimenti delle piattaforme Ftx e BlockFi. «Invece i Dlt o Distributed ledger Technology (registri condivisi di dati, per esempio, in un sistema blockchain, *nda*) hanno impatti più vasti», ha sottolineato la vice d.g. di

Banca d'Italia che, non a caso, lancerà online dal prossimo 15 dicembre una call for proposal per presentare proposte sull'argomento. L'iniziativa arriva dopo quella dedicata all'Intelligenza artificiale declinata su servizi bancari, finanziari e assicurativi, che ha raccolto 40 progetti provenienti da 60 soggetti e ne ha selezionati 10 per fare tutoraggio, incentivare la nascita di un network e studiare la scalabilità. «In Italia ci sono le competenze per creare i nuovi operatori e contaminare quelli già esistenti. Ma è essenziale avere una nuova prospettiva: una nuova visione dal basso per semplificare i servizi e per essere regolatori migliori», ha concluso Perrazzelli.

© Riproduzione riservata

Digitalizzazione, marketing e comunicazione in prima linea

La digitalizzazione riguarda la gran parte delle funzioni di un'azienda ma il marketing, la comunicazione e il rapporto coi clienti spiccano come quelle più interessate dalla sua adozione. In parallelo, anche se le imprese guardano frequentemente al loro interno per selezionare un responsabile, sono differenti i profili scelti a conferma che la digitalizzazione è ancora nella sua fase di transizione e di definizione in Italia. Allo stesso modo viene evidenziata una richiesta di maggiori competenze, sebbene molti brand abbiano iniziato questo percorso già nell'ultimo decennio e siano in uno stato avanzato di trasformazione. Sono queste

le evidenze che hanno iniziato a emergere alla Milano Finanza Digital Week dalla prima indagine realizzata da Class Editori e i suoi media, per rivelare il vero grado di digitalizzazione di Milano. L'indagine con il variegato panel di aziende contattate, per cogliere anche le differenze da comparto a comparto, proseguirà fino alla fine di questo mese.

A proposito poi di piattaforme digitali giudicate più utili, si confermano social come Facebook e LinkedIn mentre Twitter viene citato di meno così come anche l'emergente e sotto i riflettori della cronaca TikTok.

© Riproduzione riservata