12° Forum dell'innovazione "Big data"

30 gennaio 2017

BIG DATA, UN VOLANO PER L'INNOVAZIONE, SVILUPPO E CRESCITA DEL NOSTRO TERRITORIO

Le proposte ed i contributi del 12° Forum europeo "Manfredo Golfieri" sui temi dell'innovazione per la competitività, svoltosi martedì 15 dicembre presso la Camera di commercio di Reggio Calabria

La Camera di commercio come "casa" di un progetto-laboratorio che, con il contributo di esperienze e competenze eterogenee, lavora al grande tema dei big data: la proposta parte dal Forum dell'innovazione, quest'anno dedicato al tema "Innovazione, sviluppo e crescita con i big data".

"La Camera – ha sottolineato il Segretario generale Natina Crea – vuole dare vita ad un progetto in comune per lasciare una traccia che crei valore per il nostro territorio, per il nostro futuro e per quello dei nostri figli. Mettiamo a disposizione il grande patrimonio costituito dai nostri studi e osservatori, insieme ai dati del Registro imprese, ci impegniamo a dare il nostro contributo per far crescere i rapporti interistituzionali. Anche questo è un modo per sostenere le nostre imprese, alle quali negli ultimi anni abbiamo erogato 16 milioni di euro per dare slancio ai loro processi di innovazione".

Del resto il Forum europeo "Manfredo Golfieri", giunto quest'anno alla sua 12° edizione, nasce proprio come occasione di riflessione condivisa e fucina di nuove proposte, partendo dal racconto, attraverso le testimonianze dei suoi protagonisti, delle tante variabili attraverso le quali l'innovazione può sostenere la competitività delle nostre imprese. Nell'aprire i lavori, Francesco Venneri, Commissario straordinario della CdC e dell'azienda speciale In.form.a., ha appunto evidenziato che "la Camera di commercio intende essere sempre più un luogo di incontro e confronto tra le persone e le istituzioni, favorendo il dialogo e l'impegno comune per identificare i bisogni delle imprese innovative, perché l'innovazione è imprescindibilmente collegata con lo sviluppo di un territorio".

L'appuntamento di quest'anno è stata un'occasione di confronto tra istituzioni, esperti e imprese che anche in Italia stanno avviando una nuova rivoluzione industriale trainata dai dati digitali, dall'informatica e dall'automazione. "Un tema culturale e politico, quello dei big data – ha sottolineato il Segretario generale Natina Crea - prima ancora che tecnologico, che sfida le nostre regole ed il nostro modo di pensare. In questo contesto il ruolo di una Camera di commercio come quella di Reggio Calabria non può essere limitato ed a carattere puramente territoriale".

I numerosi interventi della giornata hanno sottolineato le grandi opportunità e nuovi rischi derivanti da i big data, la necessità di una riflessione sui temi della privacy e della trasparenza, le sfide culturali in tema di gestione dei cambiamenti necessari e in termini di formazione, la difficoltà delle imprese a trovare nuovi profili professionali in grado di gestire in maniera adeguata l'enorme patrimonio informativo costituito dai big data. Carlo Vercellis della School of Management del Politecnico di Milano, ha evidenziato "il diluvio di dati e le previsioni da capogiro che parlano di 30 trilioni di smart devices per il 2020, tra dispositivi per la casa, sensori che raccolgono informazioni e così via. Caratteristiche di questi dati: la velocità, la grande varietà di formati e viralità. L'osservatorio del Politecnico – ha affermato Vercellis - ci dice che il 44% delle imprese ritiene i big data la principale priorità di investimento, quindi la percezione dell'importanza dei big data è molto forte tra le imprese, oltre che per le istituzioni. Eppure la gran parte delle imprese in Italia e nel mondo non ha ancora utilizzato in maniera adeguata i propri dati".

Francesco Vitali dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali, ha incentrato il suo intervento sulla dimensione strategica dei big data: dal cloud computing alla tutela della privacy, sottolineando come i dati "non sono un bene deperibile, più li utilizzo e li incrocio e più aumentano di valore, contrariamente a tutti gli altri beni. Ciò genera grande valore per l'impresa e offre opportunità di business alla piccola impresa come alla grande multinazionale".

Enrico Martini, della segreteria tecnica del Ministero dello Sviluppo economico, ha presentato una panoramica delle iniziative messe in campo che ruotano intorno all'Agenda digitale e le startup tecnologiche, ritenuti gli elementi cardine di una nuova politica industriale. Il tema dei big data dal punto di vista delle prospettive per la statistica ufficiale è invece l'aspetto che è stato affrontato da Stefano De Francisci di Istat.

E' stata poi la volta di un confronto tra alcune esperienze territoriali: Maurizio Napolitano della Fondazione OpenStreetMap ha raccontato la genesi di questo progetto di condivisione delle conoscenze che coinvolge oltre 2 milioni di persone nel mondo nel contribuire alla mappatura dei propri territori attraverso lo strumento della geolocalizzazione. Un progetto in continua crescita, utilizzabile in ambiti molto diversi come la fruizione turistica dei territori, ma anche per l'evoluzione dei sistemi cartografici o per i videogiochi.

Giuseppe Sola di Telecom Italia Digital Solutions ha incentrato la sua testimonianza sulle soluzioni data-driven di Tim Big Data, raccontando l'esperienza del contest "BigData Challenge", iniziativa di open innovation che mette in contatto le società che hanno i dati con chi, nel mondo accademico e industriale, dispone delle competenze e tecnologie necessarie per metterle a valore. "Con il contest – ha sottolineato - possiamo selezionare progetti innovativi incentrati sui big data che possono rappresentare nuove opportunità di business".

La parola è poi passata ad Antonio Cisternino, del Dipartimento di informatica dell'Università di Pisa, che ha parlato di competenze per Internet 3.0 e big data, i quali "svolgono il ruolo del cannocchiale: abbiamo ‘troppi' dati, 50 terabyte di dati equivalgono a circa 100 anni di audio stereo, se fosse un audio non basterebbe una vita per ascoltarlo tutto. Un oceano di dati a cui cerchiamo di dare senso e siamo ancora agli albori". Purtroppo "la formazione italiana ha una struttura largamente verticale: insegniamo fisica, matematica, ingegneria… Le analisi dei big data tendono invece a collocarsi orizzontalmente, come sistema di formazione non siamo ancora pronti per una sintesi, anche se ci stiamo provando. Le discipline differenti tendono a litigare su concetti analoghi. Abbiamo una cultura e sistemi di valutazione ancora scarsamente interdisciplinari".

La mattinata si è chiusa con le considerazioni di Marco Conte di Unioncamere, che ha parlato del Registro delle imprese come di una sorta di big data ante litteram: "Scopo del Registro delle imprese, di cui festeggiamo in questi giorni il ventesimo compleanno, è quello di mettere a disposizione di tutti le nostre informazioni. Le statistiche devono partire da dati puliti e verificabili, su questi si basano scelte strategiche di cui si sente la responsabilità".

Nel pomeriggio i lavori sono proseguiti con il workshop coordinato dal giornalista di Repubblica Alessandro Longo. Le politiche regionali relative ai big data sono state introdotte da Innocenza Ruberto del settore Società dell'informazione della Regione Calabria, mentre Agata Quattrone, Assessore alla Pianificazione dello sviluppo urbano sostenibile, mobilità, trasporti e smart city del Comune di Reggio Calabria ha parlato della manifestazione "Reggio città aperta", in programma dal 16 al 18 dicembre, iniziativa dedicata all'universo digitale, organizzata dall'amministrazione comunale. "Un importante appuntamento dedicato all'Agenda digitale reggina – ha spiegato – che fornirà innanzitutto la nuova piattaforma open data della città a fianco di una serie di testimonianze aziendali e la realizzazione di primi prototipi di smart mobility. Questa iniziativa punta alla valorizzazione di dati di proprietà della pubblica amministrazione e, di fatto, dell'intera collettività".

Stefano Landi, presidente di SL&A Turismo e territorio e docente della School of Government Luiss, ha parlato della relazione tra big data e turismo, di trend e prospettive relative alla tecnologia dei viaggi, mentre Emanuele Spampinato di Assintel ha sottolineato come "soltanto il 30% di un campione di aziende da noi intervistate si è dimostrato consapevole di poter aumentare le proprie vendite grazie agli analytics, in grado di rilevare una serie di informazioni importanti per un'azienda. Una consapevolezza ancora minoritaria, dunque, che rappresenta un problema culturale e questo è un punto su cui bisogna sicuramente lavorare. Di qui la necessità di una formazione adeguata, che dovrebbe consistere in un mix di competenze tecnologiche, economiche, di marketing, di capacità di analisi". In uno scenario in cui i tassi di disoccupazione rimangono preoccupanti, appare quindi di particolare importanza il tema della formazione relativa alle professionalità necessarie per gestire i big data in maniera adeguata. Anche perché un numero crescente di aziende appare alla ricerca di profili "high skill", di professionisti in grado di ricavare, dalla mole di informazioni e dati a disposizione, informazioni utili ad orientare le strategie aziendali.

Filomena Tucci, ricercatrice statistica e Digital Champion di Reggio Calabria, ha sottolineato "la straordinaria azione di slancio verso il futuro che la Camera di commercio sta svolgendo con iniziative come il Forum dell'innovazione" e ha sottolineato come, anche rispetto ai big data, la dimensione dell'azienda sia determinante: "Le grandi realtà stanno creando divisioni dedicate ai big data, dispongono di risorse umane ed economiche per rimanere aggiornate, mentre le MPMI non hanno gli stessi mezzi e fanno più fatica a rimanere al passo con questi significativi cambiamenti. Sono sicura che la CdC farà grandi cose per creare un network aggiornato che consenta a tutti gli imprenditori di accedere al suo patrimonio di conoscenza".

La parola è poi passata ad Andrea Acquaviva di Infocamere, che ha parlato del lavoro svolto dalla società informatica delle Camere di commercio italiane che gestisce il Registro delle imprese per un progressivo abbattimento delle barriere all'accesso dei dati, e ha sottolineato come un grande tema sia quello dell'incrocio delle banche dati pubbliche: "Potere mettere, ad esempio, a confronto i dati sull'occupazione con i dati delle università consentirebbe di leggere la capacità di placement dei neolaureati sui singoli territori".

"La capacità di mettere insieme diverse competenze e linguaggi sarà decisivo per risolvere passo dopo passo le questioni che si stanno proponendo", gli fa eco Paola Panuccio, ricercatrice dell'Università degli studi Mediterranea di Reggio Calabria, che, nel suo intervento, ha affrontato la questione della relazione tra big data e ricerca verso una pianificazione urbanistica "smart" del territorio. Infine, Domenica Pate, archeologa del Centro Studi Smartcity, ha portato il contributo di alcune applicazioni concrete dei big data nel contesto della proposta turistica culturale, sottolineando come "il dato aperto acquista valore se viene riutilizzato, un valore economico e di conoscenza. Sarebbe ad esempio molto utile incrociare i dati relativi all'affluenza di visitatori nei nostri musei con quelli relativi ai ricavi e al sentiment dei viaggiatori, analizzando social come Trip Advisor".

Le conclusioni del Segretario generale Natina Crea, come detto, sono in realtà la sollecitazione per un avvio: un avvio di un lavoro condiviso tra istituzioni, università, associazioni e imprese per individuare progetti-tipo su cui far convergere risorse finanziarie dalla programmazione 2014-2020, per promuovere la formazione di competenze richieste dal mondo produttivo, per stimolare la circolazione di esperienze.