

GIU' LE MANI DALL'AGENZIA DIGITALE

Tweet

Abbiamo scritto pagine e pagine sulla gestione del rischio e la capacità degli analytics di fornire ai manager tutti gli elementi necessari per prendere le decisioni giuste in tempi difficili. È vero. Non si può governare un'impresa come se fosse un Paese. In certi momenti però si potrebbe governare un Paese come un'impresa. Se il Parlamento fosse un'azienda, si chiamerebbe un esperto di negoziazione e di problem solving. Il Presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, ci ha provato nominando due gruppi di dieci saggi. In una situazione di ulteriore stallo, sarebbe utile invocare *lextra omnes* e procedere al metodo di Santa Romana Chiesa, chiudendo i portoni di Motecitorio cum clave. Sarebbe bello se esistesse un algoritmo capace di trovare un'alleanza tra i partiti e garantire una maggioranza in grado di evitare all'Italia di andare a sbattere come un treno fuori controllo. Dove i tecnici hanno fallito e i saggi sono preludio all'intervento divino, potrebbe la business intelligence (BI) aiutare a definire le ipotesi di scenario che abbiamo davanti? I principali leader (Magic Quadrant di Gartner 2012) della BI potrebbero fornire indicazioni migliori di quelle di un gruppo di saggi destinati a portarci al seggio? Se nell'Outlook per il 2013, Gartner intravede a livello worldwide uno spiraglio per una crescita (+4,1%) delle spese destinate all'acquisto e all'implementazione di nuove infrastrutture, la strada indicata dall'anticipazione del Rapporto **Assinform** 2013 è invece piena di incertezze (con un decremento per IIT e le TLC tradizionali, rispettivamente, del 5,8% e del 5,5%). A fronte di un PIL, che - dati Centro Studi Confindustria alla mano - è tornato a livelli del 1997, le tare del Paese si chiamano ancora competitività e innovazione. Ma come si fa a essere competitivi se i tempi di formazione del Governo ricordano le pratiche medioevali (più di mille giorni) con cui si arrivò - a causa della mancanza di un accordo tra i cardinali - alla elezione di Gregorio X? Come si fa a essere competitivi se il prezzo del petrolio supera i 97 dollari al barile e il piano energetico nazionale è passato sotto silenzio? Come si fa a essere innovativi se (stima della Banca d'Italia) il totale dei debiti commerciali vantati dalle imprese nei confronti delle pubbliche amministrazioni a fine 2011 supera i 91 miliardi di euro? Come si fa a essere innovativi se le banche hanno smarrito la loro missione originale di sostegno alle imprese e la pressione fiscale sul lavoro in Italia è la più alta del mondo (OCSE)? «Abbiamo bisogno di un Governo come ha fatto notare Paolo Angelucci, presidente di **Assinform** capace di mettere l'Agenda Digitale sotto un'unica responsabilità, e non alle dipendenze del coordinamento di ben quattro ministeri». Non basta usare Twitter e iPad per essere digitali. La politica per diventare veramente digitale - e cioè capace di rappresentare le esigenze del Paese in modo analitico e razionale - deve fare uno sforzo per cambiare pratiche analogiche e service level agreement. Serve poi l'attuazione rapida di alcuni parametri dell'Agenda Digitale realizzabili a costo zero e un modello culturale capace di cogliere le potenzialità delle tecnologie da parte di imprese e cittadini. Gli annunci via Twitter e lo statuto dell'Agenda Digitale non basteranno per fare un passo avanti, mancano ancora parecchi passaggi. C'è il direttore, Agostino Ragosa, ma non il direttivo, le cui nomine spettano ai dicasteri di Pubblica amministrazione, Sviluppo economico, Istruzione, Economia. Sono previste ben 16 posizioni dirigenziali (fra cui 4 direttori generali) e 150 dipendenti, cui si aggiunge la possibilità di contratti di lavoro flessibile e di collaborazione. Altro che spending review. Come si fa a pensare alla governance dell'Agenda quando manca una governance chiara nel Paese? Intanto, l'Agenda Digitale Europea non aspetta e le linee guida della legge sono abbastanza chiare, determinate da deliberazioni precedenti: i bandi MIUR, smart city, sanità elettronica - ad esempio - sono già in pista con il Decreto 2.0 e bisogna soltanto attuarli anziché perdere tempo in altre decisioni politiche. L'esecuzione della strategia è problematica, almeno

quanto la definizione della strategia stessa. Speriamo che l'Agenzia Digitale non diventi un'altra scatola vuota.