

COOKIE POLICY

CHI SIAMO

IL PROGETTO EDITORIALE

NEWSLETTER

Agenda Digitale.eu

IL PRIMO GIORNALE SULL'AGENDA DIGITALE ITALIANA

MERCOLEDÌ 22 FEBBRAIO 2017

Direttore responsabile: Alessandro Longo

INFRASTRUTTURE | SMART CITIES & COMMUNITIES | EGOV | COMPETENZE DIGITALI | ECOMMERCE | STARTUP

ANAGRAFE UNICA

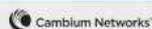
IDENTITÀ DIGITALE

FATTURAZIONE ELETTRONICA

INDUSTRY 4.0

#AIUTIAMOPIACENTINI

Partner:



HOME » Infrastrutture » InfoCamere: come educare le PMI all'uso dei Big Data

DATA MANAGEMENT

InfoCamere: come educare le PMI all'uso dei Big Data

I Big Data possono rappresentare una leva cruciale per accrescere la competitività delle PMI italiane, ma perché questo avvenga occorre un forte impegno a superare due gap: uno di tipo culturale e uno di tipo comunicativo

di Paolo Ghezzi Direttore Generale di InfoCamere



A volte, i grandi dibattiti prendono forma modellandosi sulle parole-chiave che li riassumono, relegando aspetti sostanziali al ruolo di elementi di contorno. Sembra questo il caso dei Big Data, un tema assolutamente strategico per lo sviluppo digitale del nostro paese ma che, forse sotto l'influenza del suo titolo, sembra trascurare sistematicamente le esigenze dei piccoli attori del tessuto imprenditoriale italiano. E invece PMI, commercianti, artigiani, professionisti, operatori delle nuove professioni tecniche e scientifiche – per non parlare delle startup e PMI innovative – sono il motore che può spingere l'economia del nostro paese fuori delle secche della bassa crescita. Paradossalmente, è proprio per questi attori che **i Big Data possono rappresentare una leva formidabile per**

accrescere la propria competitività. A causa della loro ridotta dimensione, sono queste imprese infatti che possono beneficiare più delle altre del valore dei dati e delle informazioni in essi racchiuse.

A queste imprese, infatti, molto spesso servono dati ed informazioni semplici e magari già disponibili perché pubblici – come quelle presenti negli archivi delle Camere di Commercio – non analisi complesse o strumenti sofisticati. Grazie a Internet ed alle tecnologie dell'informazione, oggi queste informazioni sono effettivamente accessibili a costi molto contenuti, ma soprattutto in tempi e con modalità sempre più compatibili con le necessità tipiche dell'imprenditore. **Perché questo scenario si realizzi compiutamente anche in Italia, occorre però un forte impegno a superare due gap: uno di tipo culturale e uno di tipo comunicativo.**

Sul primo fronte, **occorre che le PMI acquistino consapevolezza di queste nuove fonti informative, imparino a dare loro il giusto valore e soprattutto, prima di prendere le decisioni che ogni giorno sono tenute a prendere, si chiedano se stanno utilizzando al meglio almeno le informazioni già a loro disposizione.** Ad esempio, sono convinto che la stragrande maggioranza delle piccole imprese accetterebbe di "aggiungere" un overhead ai propri processi aziendali per valutare gli impatti di nuovi dati, piuttosto che avventurarsi in una riorganizzazione complessiva della propria linea produttiva. Ciò che più conta, a mio avviso, è cercare di parlare lo stesso linguaggio delle PMI, che sia immediatamente comprensibile, riconducibile al loro business e fatto anzitutto di semplicità.

Come sistema delle Camere di Commercio, ci siamo accorti di quanto sia importante mettere a disposizione soluzioni che, per quanto possano sembrare semplici e banali per una grande impresa, alla grande maggioranza delle PMI risultano invece pressoché sconosciute. Penso alla "ricerca anagrafica" semplice e gratuita per verificare l'esistenza di un'impresa e del suo indirizzo di PEC (la posta elettronica certificata), o al servizio di monitoraggio che consente a un'impresa di essere "avvisata" in tempo reale in caso di variazioni (negli amministratori, nell'indirizzo della sede legale, nella compagine societaria, nelle certificazioni e altro ancora) che riguardino imprese partner, fornitori, clienti o prospect. Sul fronte della comunicazione, invece, serve un impegno informativo e formativo veramente capillare, in primis da parte delle istituzioni, per mettere tutti i potenziali interessati – imprenditori, professionisti, mondo accademico, studenti, semplici cittadini – in condizione di conoscere gli strumenti e i servizi che, già oggi, la pubblica amministrazione mette a loro disposizione.

Gli Essenziali



di Alessandro Longo

Perché #aiutiamopiacentini, per una Italia digitale

La nostra testata ha lanciato un canale dedicato al commento e all'indirizzo delle azioni del commissario all'Agenda digitale. Perché è nel momento dell'attuazione, non più rimandabile, bisogna fare quadrato intorno alle energie del cambiamento. Assieme



di Alessandro Longo, Nello Iacono

Agenda digitale italiana: lo stato dell'arte tra decreto e altre norme

Dopo il Dl Crescita 2.0, le misure avviate per la Pa digitale, le tre priorità fatturazione elettronica, identità digitale e anagrafe unica. Il Piano nazionale banda larga e banda ultra larga. La Strategia Italiana per la Crescita Digitale. Italia Login. Il nuovo Cad. Ecco come sta per cambiare l'Italia grazie alla spinta politica nell'innovazione (aggiornamenti in progress. Ultimo: 10 dicembre 2016)

**Fatturazione elettronica, abbiamo perso la governance: l'appello**

Il progetto della

Fatturazione Elettronica, verso la PA o B2B, non si può ancora considerare un progetto ormai avviato, consolidato e chiaro. Il percorso si è interrotto dopo un buon inizio, in un clima di incertezza. Pubblichiamo un contributo aperto alla sottoscrizione di diversi autori che chiedono una governance capace di coniugare competenze giuridiche, tecniche e di vision



di Paolo A. Catti, Associate Partner P4I

Fattura elettronica: tutto ciò che devi sapere (i vantaggi, le giuste strategie)

Perché è fonte di benefici, come va affrontata, in che modo può portare valore, perché è corretto, utile e doveroso considerarla parte di un progetto per digitalizzare le relazioni B2b. Ecco il quadro completo, nell'analisi di uno dei massimi esperti italiani (articolo in progress, ultimo aggiornamento: 26 ottobre 2016)



di Valeria Portale, Giovanni Miragliotta, Osservatori Digital

Su questo fronte, le Camere di commercio e InfoCamere hanno fatto molto e molto di più potranno fare se adeguatamente valorizzate e sostenute. Ma gli attori istituzionali sono tanti e tutti, a mio avviso, devono fare una riflessione preliminare ma fondamentale.

Chi è depositario di basi-dati significative deve anzitutto capire se su questo tema (disponibilità e accessibilità dei dati e valore delle informazioni da essi ricavabile) il proprio focus principale sia quello di possedere/generare "dati" di valore, oppure se il proprio punto di forza sia il rapporto con i cittadini/imprese. Nel caso di InfoCamere e del sistema Camerale, queste due componenti sono entrambe molto sviluppate. Da un lato il Registro Imprese rappresenta una fonte immensa di informazioni e dati certificati. Dall'altro **le Camere, con la loro presenza diffusa sul territorio, rappresentano un'interfaccia naturale verso quelle imprese, soprattutto le più piccole**, che spesso hanno bisogno di un aiuto (anche solo formativo) prima di poter spiccare il volo nel mondo dell'informazione digitale.

L'azione formativa e informativa è assolutamente determinante anche per fare chiarezza su un altro tassello dell'Italia digitale che stiamo costruendo, e cioè le modalità di accesso ai dati pubblici. Parlando di dati in ambito pubblico e istituzionale si tocca spesso **il tema degli Open Data**, sempre più rappresentati come "silver bullet" della trasparenza, **l'arma finale per realizzare una pubblica amministrazione davvero accessibile a tutti i cittadini**. Come frequentemente accade in Italia, tuttavia, il tema degli Open Data sta rischiando di diventare una moda, un argomento oggetto di convegni ma paradossalmente poco esplorato e compreso nelle sue implicazioni operative.

Poiché il tema è veramente importante, credo che sia necessario evitare di fare confusione tra contenuti molto diversi. Se l'accezione di Open Data coincide con la finalità della trasparenza amministrativa da parte della Pubblica Amministrazione - ad esempio tramite la pubblicazione on-line di incarichi, acquisti, bandi, spese e curricula - non posso che esserne un grande fautore. Le Camere di Commercio credono molto in questo processo e si sono dotate di una piattaforma dedicata che assicura in modo coerente e standardizzato la pubblicazione di tutti i contenuti previsti dalla norma in modo efficace, tempestivo e automatizzato. Quando invece l'accezione di Open Data è quella che predica la totale deregulation nell'accesso a qualsiasi fonte dati quale mezzo miracoloso per diffondere l'informazione e creare valore sul mercato, allora sono molto più scettico. **La nostra esperienza ci dice che gli utenti in genere - e gli operatori economici in particolare - hanno bisogno di dati strutturati, certificati, di qualità, tempestivamente aggiornati e fruibili con strumenti tecnologici avanzati e sicuri**. Ma per arrivare a questo - e la storia del Registro delle imprese lo conferma - servono investimenti ingenti e sostenuti nel tempo.

Il patrimonio informativo che gestiamo è enorme e le attività necessarie a mantenerne ed incrementarne la qualità e l'affidabilità sono tanto costose quanto indispensabili per mantenere il valore dei dati che trattiamo. Si tratta di una base dati di oltre 6 milioni di imprese, 10 milioni di persone con cariche, un flusso annuale di circa 1 milione di bilanci numerici (cioè rielaborabili) di tutte le società di capitale, 5 milioni di indirizzi PEC di imprese e 1,5 milioni di Professionisti, per limitarci ai volumi più rilevanti. Inizialmente il Registro Imprese era consultato quasi esclusivamente da professionisti, agenzie amministrative e alcuni soggetti specializzati nella gestione delle informazioni commerciali. Negli ultimi anni, invece, c'è stata una crescita costante di imprese che consultano direttamente i nostri servizi. Il numero di accessi da parte di utenti, professionisti, imprese e operatori specializzati ci dice che il Registro Imprese rappresenta ormai un cardine fondamentale su cui il mercato è abituato a basare gran parte della fiducia e affidabilità di migliaia di transazioni, commerciali e finanziarie, che hanno luogo ogni giorno.

Tuttavia, sebbene il suo valore è ben conosciuto e utilizzato da molti, la platea di quanti possono trarne vantaggio (soprattutto pensando alle piccole imprese che sono la maggioranza del tessuto produttivo del paese) è ancora molto vasta. Dire che si tratta di un valore "nascosto" quando si parla di dati pubblici, facilmente accessibili e consultabili sembra un'assurdità ma, purtroppo, in larga parte è ancora così. Ecco perché sono convinto che, **per portare l'Italia a pieno titolo tra i paesi digitalmente avanzati, sia necessario lavorare con grande determinazione per promuovere una maggiore consapevolezza del valore che le informazioni pubbliche possono avere per le imprese**, con un'azione che è soprattutto di tipo culturale. Non solo verso chi è già un piccolo imprenditore, ma anche a favore di chi, in prospettiva, potrà diventarlo: ecco perché è fondamentale un'azione da sviluppare fin dal sistema formativo scolastico e universitario, in cui oggi si costruiscono gli imprenditori e i professionisti di domani.

In questa prospettiva, lo sviluppo nell'utilizzo dei Big Data a favore della business intelligence non può che essere favorito da un maggiore collegamento tra le grandi basi di dati istituzionali. Negli ultimi anni, anche grazie ad una legislazione favorevole in tal senso, il Registro Imprese è diventato sempre più un "hub" informativo a tutto tondo relativamente ai dati di impresa e già un pezzo di strada è stato fatto integrando alcune fonti importanti. Penso ai dati relativi agli addetti che otteniamo dall'Inps, o quelli relativi ai marchi e brevetti di fonte UIBM alle certificazioni di qualità e ambientali, alle certificazioni SOA in ambito lavori pubblici, alcuni dati in materia di ambiente, nonché la progressiva integrazione con gli Sportelli Unici. E' un percorso lungo e pieno di opportunità che intendiamo arricchire di nuovi contenuti e, soprattutto, di strumenti sempre più al passo con le esigenze delle imprese e dell'economia.

Come quelli, ormai sempre più diffusi, legati alla rappresentazione visiva dei dati. La visualizzazione e l'infografica sono strumenti che ci accompagneranno sempre più in ogni processo di conoscenza e di apprendimento della realtà. La loro potenza è tale da renderle già oggi un valore aggiunto in alcuni casi indispensabile per potenziare la lettura e la comprensione di dati e fenomeni sempre più complessi. Richiedono però, da parte degli utenti, una propensione e un'attitudine a una visione sintetica piuttosto che analitica che è invece molto tipica del contesto professionale italiano. Le esperienze da noi sviluppate ci dicono che questi strumenti, per essere efficaci, devono essere utilizzati in modo parsimonioso e dove hanno veramente valore rispetto alla domanda di informazione dell'utente. In particolare stiamo facendo interessanti esperienze nella valorizzazione dei nostri portali di informazione statistica e nell'ambito di applicazioni dedicate all'indagine e all'analisi di contesti e filiere.



Innovation del
Politecnico di Milano

A che punto è Spid (Sistema pubblico dell'identità digitale) e a cosa serve

Tutto ciò che c'è da sapere su Spid, in un articolo continuamente aggiornato a cura degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. Come si fa a ottenere una identità digitale, stato dei servizi disponibili per utilizzarla e nodi da sciogliere. Aggiornamento: febbraio 2017



di Barbara Weisz

Industry 4.0, tutto quello che c'è da sapere su piano e attuazione

Il Piano Industria 4.0 confluisce in Legge di Bilancio solo a metà: ci sono gli incentivi per le imprese, mancano i competence center. Il capitolo lavoro resta da costruire. Facciamo il punto sullo stato di avanzamento del piano, fra misure annunciate, norme inserite in manovra, operatività, in vista dei primi decreti in arrivo

Agenda **Digitale** la newsletter
Newsletter quotidiana

The news you need: **ISCRIVITI!**

◀ **Archivio newsletter** ▶