

Newspaper metadata:

Source: La Repubblica - Ed. Napoli
Author: anna laura de rosa
Country: Italy
Date: 2018/10/06
Media: Printed
Pages: 7 - 7

Media Evaluation:

Readership: 124.500
Ave € 9.966,67
Pages Occupied 0.33



Web source:

La convention

Capri, la scommessa dei big del digitale “Giovani, non trascurate la formazione”

Da Microsoft a Facebook 500 manager a confronto sulle trasformazioni in atto
Calabresi: “Innovazione per le sfide anche nell'editoria”

ANNA LAURA DE ROSA

«I ragazzi devono essere motore del proprio futuro. Sono digitali per la fruizione di contenuti sul web, ma guardare un video non genera una competenza nel mondo del lavoro. I giovani devono formarsi, imparare a creare qualcosa grazie al digitale con strumenti ormai alla portata di tutti». Silvia Candiani, amministratore delegato di Microsoft Italia, parla dal palco dell'Ey Capri digital summit, incontro che analizza l'impatto della digitalizzazione nei diversi settori, l'importanza delle infrastrutture e la necessità di nuove competenze. Il summit ha richiamato 500 manager e imprenditori sull'isola azzurra, giornalisti e docenti. Candiani ha presentato il progetto “Ambizione Italia” lanciato da Microsoft con “Fondazione mondo digitale” per formare nuove competenze nella scuola. Coinvolti 10mila studenti italiani. Tra questi, i ragazzi di cinque istituti campani che lavorano ai prototipi ideati durante il training. Le chiavi per il successo sono: «Autoimprenditorialità, capacità di lavorare in gruppo e di usare il digitale per trovare soluzioni» conclude l'ad Microsoft. I risultati saranno presentati a novembre.

Il primo passo per creare una start up è affiancare all'idea un piano economico puntuale. «Funziona il mix tra competenze diverse»



Direttore
Mario Calabresi

spiega Donato Iacovone, Ceo Ey Italia, intervistato dal direttore di Repubblica Mario Calabresi. «Al Sud ci sono grandi competenze poco sfruttate - aggiunge Iacovone - artigiani e giovani potrebbero creare, ad esempio, start up per vendere abiti su misura in tutto il mondo e non dipendere più dai grandi brand. Essere sul web è fondamentale per non sparire dal mercato. Le aziende non devono avere paura di perdere il proprio know how usando una piattaforma». L'infra-

Il progetto “Ambizione Italia” coinvolge 10mila studenti italiani. Tra questi, i ragazzi di cinque istituti campani che lavorano ai prototipi
A novembre i risultati

struttura c'è, le aziende devono rinunciare a vecchi schemi. «Spesso società eccellenti faticano ad aprirsi perché pensano di avere un valore indiscusso - dice Calabresi - l'editoria, ad esempio, per un secolo ha realizzato un prodotto che la gente andava ad acquistare. Cosa oggi improponibile: le persone sono abituate ad avere il prodotto in tasca. Non basta nemmeno creare una bella app: bisogna notificarla, far arrivare la notizia».

«Il segreto è guardare cosa fa il consumatore per costruire servizi - dichiara Luca Colombo, country director di Facebook Italia - abbiamo investito sulle stories perché sono esplose su Instagram. Il futuro è l'instant messaging, tutti ormai usano Whatsapp». I dati sono chiari: ogni giorno gli utenti aggiornano 300 milioni di storie su Fb, 400 milioni su Instagram e 450 milioni su Whatsapp. Proprio nelle stories della chat arriverà quindi la pubblicità nel 2019.

Il digitale ha ancora bisogno di luoghi fisici. La settimana prossima Facebook inaugurerà a Roma “Binario F”, uno spazio per fornire formazione ad aziende e privati, e ci potrebbero essere declinazioni al Sud dove ci sono società all'avanguardia. La Adler group, ad esempio, che lavora con Regione, Federico II e Anfia al Borgo 4.0: un Comune dell'Irpinia diventerà centro di sperimentazione delle auto a guida senza conducente. Approvata la delibera. «Una rivoluzione epocale, di cui si potranno vedere i benefici nel prossimo biennio - spiega Paolo Scudieri, presidente Adler - si coniugherà la tecnologia a infrastrutture adeguate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA