

Frequency: Online

PROFUMOCARRIERA

Lazzerini sugli obiettivi della neonata Assinteldigitale



Portare ordine lì dove regna il caos. Sì, probabilmente abbiamo un po' forzato le parole di Fabio Maria Lazzerini a proposito degli obiettivi di Assinteldigitale. A ben vedere, però, il Coordinatore della nuova Business Unit all'interno di Assintel (associazione che riunisce le imprese ICT aderenti a Confcommercio) non voleva lanciare un messaggio poi tanto diverso. Il mondo del digitale in Italia (e non solo) ha bisogno di regole, di figure professionali più definite, di standard qualitativi riconosciuti. Ne ha bisogno per essere più "comprensibile" agli occhi delle Pubbliche Amministrazioni e delle aziende private, nonché per proporsi esso stesso in maniera più trasparente ed efficace. Magari non possiamo parlare di una "giungla", insomma, ma poco ci manca: «Pensiamo ai bandi di concorso delle PA – questo l'esempio di Lazzerini – Quando parliamo di ICT le figure che vengono richieste sono ben definite, ma non possiamo dire lo stesso se ci spostiamo nell'ambito digitale. Troppo spesso, infatti, vengono pubblicati bandi che riguardano ruoli molto generici, a cui rispondono professionisti altrettanto generici. Il compito di Assinteldigitale è proprio mettere un po' d'ordine in questo settore».

Dottor Lazzerini, innanzitutto, quali le finalità della neonata Assinteldigitale?

Assinteldigitale nasce all'interno di Assintel, l'associazione delle imprese ICT (oggi oltre 400) aderenti a Confcommercio. Per tutte queste imprese, sia grandi che medio-piccole, Assintel costituisce da diversi anni un punto di riferimento, non solo in termini di rappresentanza, ma anche di supporto, per esempio, in tema di formazione o di internazionalizzazione dell'attività.

Abbiamo dato vita alla nuova Business Unit spinti dal fatto che lo scenario tecnologico sta mutando sempre più velocemente e tale fenomeno porta con sé la nascita di tutta una serie di nuove professioni. Mi riferisco alle figure che si occupano di web marketing, di ottimizzazione dei siti, ma anche ai comunicatori, ai blogger e a tutti coloro che non sono informatici in senso stretto ma utilizzano le risorse tecnologiche nel proprio lavoro. Il nostro obiettivo è diventare una "casa" per le aziende del mondo digitale italiano. Un mondo che oggi ha bisogno di rappresentanza, ma anche di ordine e di regole più precise.

Perché proprio a lei il ruolo di Coordinatore della nuova Business Unit?

Ero già Vicepresidente di Assintel, il Consiglio Direttivo ha pensato di affidarmi questo incarico perché con Amadeus, società di cui sono Amministratore Delegato e Direttore Generale, stiamo facendo già diverse attività in ambito digitale.

Entriamo più nel dettaglio del lavoro che vi aspetta. Che cosa si intende precisamente quando si parla di "mancanza di standard qualitativi" nel settore della digital communication"? Si tratta di un problema tutto italiano oppure è estendibile anche a livello europeo?

È sicuramente un problema internazionale, ma in Italia la situazione è resa più complicata dalla frammentazione del tessuto imprenditoriale. Il riferimento è soprattutto alle nuove figure professionali di cui parlavo poco fa.

Pensiamo, per esempio, ai bandi di concorso delle Pubbliche Amministrazioni: quando parliamo di ICT, le figure che vengono richieste sono ben definite, ma non possiamo dire lo stesso se ci spostiamo in ambito digitale.

Troppo spesso, infatti, vengono pubblicati bandi che riguardano ruoli molto generici, a cui rispondono professionisti altrettanto generici. Il nostro compito, è mettere un po' d'ordine, cercando di aiutare le PA e le aziende private ad orientarsi meglio in questo settore, nonché gli stessi professionisti a proporsi in maniera più trasparente.

Per uscire da questa "giungla", Assintedigitale che soluzioni propone?

In primis, vogliamo fare formazione, perché tante aziende digitali oggi si affacciano sul mercato con capacità e competenze sistemiche, ma senza avere una vera cultura marketing e dei processi aziendali. Dunque, bisogna fare molti progressi in questo senso. Poi ci vorrà una sana attività di lobbying, anche sviluppando relazioni con le organizzazioni internazionali. Vogliamo sensibilizzare PA e aziende sull'agenda digitale: questo settore può creare occupazione nel nostro Paese, ma sono necessarie le giuste condizioni tecnologiche. E penso soprattutto ai collegamenti ad alta velocità.