

# Italia digitale

La due giorni del «Corriere» con manager, ricercatori e talenti

**L'evento**  
La carica dei 120 al primo Corriere hackathon  
di **Federica Scutari**

Una gara di creatività lunga 36 ore per creare un videogioco che fonde digitale e giornalismo. È il primo hackathon italiano sul *news gaming*, lanciato ieri dal *Corriere della Sera* durante la prima delle due giornate di «Italia digitale». «Abbiamo scelto di iniziare così. Quello che succede qui per noi sarà la cosa più importante», ha detto Daniele Manca, vicedirettore del *Corriere*, ai 120 partecipanti. Sul palco con Caterina Balivo, madrina dell'evento, c'era l'attore Flavio Parenti, in una veste sconosciuta ai più. Il Lorenzo della serie *Un medico in famiglia* è anche amministratore delegato di *Untold Games*, società specializzata nella produzione di videogiochi. «Molti la vedono come qualcosa che allontana dal cuore delle cose — ha detto Parenti — Ma non tutti sanno che la parola "tecnologia" deriva dal greco "techné", che

## «Serve un new deal per gli investimenti La vera svolta? Il lavoro diventerà 4.0»

**L'**innovazione tecnologica è un «fenomeno polarizzante» e per evitarlo «bisogna investire», «la modernità va gestita» altrimenti si lascia il campo al populismo. Il ministro dello Sviluppo Carlo Calenda non si ferma ai numeri del suo piano Industria 4.0 e a «Italia digitale», la due giorni del *Corriere della Sera* dedicata all'innovazione, annuncia che il prossimo anno lavorerà con il ministro del Welfare Giuliano Poletti al nuovo piano Lavoro 4.0: «La discriminante di tenuta è come evolve il lavoro». Perché se è vero che la digitalizzazione delle case è molto importante, centrale è la «profonda digitalizzazione delle imprese manifatturiere che rappresentano l'eccellenza del made in Italy». Calenda, intervistato dal vicedirettore del *Corriere* Daniele Manca, spiega che si riferisce alla meccanica: «Dovevamo decidere come investire sull'industria 4.0

— prosegue —. Ho cancellato gli incentivi a bando che non erano stati ancora assegnati e ho deciso di optare per incentivi automatici di natura fiscale. In questo modo abbiamo messo a disposizione 13 miliardi attraverso crediti d'imposta e super ammortamento. Ma soprattutto abbiamo cambiato l'approccio, dimostrando grande fiducia nelle imprese. Non è più il governo a identificare i settori su cui puntare, ma sono le aziende a scegliere la tecnologia giusta o i mercati su cui puntare». Oltre tre quarti delle imprese italiane individuano nella trasformazione digitale una delle principali priorità per continuare a essere competitive. Ma sono necessari investimenti, il nodo che deve sciogliere il nostro Paese. Però non è un problema solo nazionale, come ha spiegato il ministro. «Se non riusciamo a portare l'idea che ci

vuole un new deal per gli investimenti, che la flessibilità va fatta soprattutto su questo, non su tutto, la scommessa non è che la perde l'Italia, ma l'Europa e la vincono i populismi e la paura della modernità». Calenda non bacchetta Bruxelles, ne riconosce meriti e limiti: «L'Europa è tante cose — spiega — noi rischiamo di vederne sempre l'aspetto matrigino. Io sono meno pessimista su queste cose. In questi anni aver avuto ad esempio una disciplina sugli aiuti di Stato e sui conti pubblici ci ha aiutato ad andare verso un'economia più moderna. Oggi però — ha concluso — casca l'asino perché non abbiamo costruito l'Europa per affrontare un periodo di crisi così intensa». La crescita passa anche dalla banda larga. E sulla sua diffusione il Paese sta cercando di recuperare. La penetrazione

**13**  
miliardi di euro Sono gli incentivi che il governo ha stanziato dal 2017 al 2020 per sostenere gli investimenti nell'industria 4.0

**29**  
milioni Gli italiani attivi su Internet attivi da dispositivi mobili (pari al 48% dei cittadini), rispetto ai 38 milioni totali di utenti del web

di Internet è pari al 63% in Italia, contro il 94% della Finlandia, l'88% della Germania e l'84% della Francia. Tuttavia «è partita una domanda di connessione che prima non c'era», osserva il presidente di Telecom Italia, Giuseppe Recchi, sul palco insieme al numero uno di Poste Italiane, Francesco Caio. Recchi ricorda che «ogni giorno Telecom Italia posa 7 mila chilometri di fibra, ogni mese l'equivalente di una città come Torino» e riconosce al governo di avere fatto «un piano molto intelligente, che divide il Paese in settori in base alla domanda». Ma è nelle cosiddette «zone grigie», le aree in cui non si sa quando arriverà la banda larga perché lì lo Stato non può intervenire in modo diretto, che si concentra il 69% delle imprese manifatturiere. Ma, osserva Calenda, ora le imprese hanno a disposizione il super ammortamento che potrà essere usato anche per la fibra. L'Italia deve lavorare molto anche sul fronte dei servizi. «I clienti hanno fame di semplificazione e di problem solving», spiega il ceo di Poste, Caio.

**Francesca Basso**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il ministro**  
Il ministro dello Sviluppo Calenda: non è più il governo a individuare i settori di crescita ma le aziende scelgono le tecnologie giuste

**Le imprese**  
Caio (Poste): c'è fame di semplificazione e di problem solving  
Recchi (Telecom): mettiamo settemila chilometri di fibra al giorno



- Protagonisti**
- 1 La conduttrice televisiva Caterina Balivo
  - 2 Nella foto Fattorusso il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda dialoga con il vicedirettore del «Corriere della Sera» Daniele Manca
  - 3 Il presidente di Telecom Giuseppe Recchi e l'amministratore delegato di Poste, Francesco Caio
  - 4 La sala del Pavillon gremita per uno degli incontri
  - 5 Francesco Facchinetti intervistato da Chiara Maffioletti
  - 6 Foto digitali per il robot

significa arte. Come artista sento la responsabilità di far capire che invece è qualcosa da abbracciare per innovare la società». Oggi pomeriggio la giuria composta da Federico Cella, giornalista di *Corriere.it*, e dai rappresentanti degli sponsor — Digitalbros GameAcademy, Politecnico di Milano, Aesvi e «fabbricadigitale» — premierà i migliori progetti dell'hackaton. I benefit in palio vanno da posizioni lavorative all'interno di «fabbricadigitale» al visore per la realtà virtuale Oculus Rift, passando per la stampante 3D Prusa i3 Hephastos e la campagna di comunicazione del videogioco curata dal *Corriere della Sera*.