

IL MANAGER GOOGLE A PESCARA, "IL WEB E' UNA RIVOLUZIONE"

1 Dicembre 2012



PESCARA - "Dobbiamo smettere di guardare al web come un fastidio, un rischio o qualcosa da cui difendere, ma considerarlo semplicemente per ciò che è: uno strumento, il più utile possibile. Molti paesi sono certamente più avanti di noi, ma anche in Italia c'è stata e ci sarà ancora una forte crescita, resta da capire quanto sarà veloce e quali fattori possono influenzarla".

Così Luca Giuratrabocchetta, country manager Italia della divisione enterprise di Google, ieri sera ospite di Confindustria Pescara insieme al presidente Enrico Marramiero e Silvano Pagliuca, consigliere delegato Centro studi Confindustria Abruzzo.

Giuratrabocchetta è entrato in Google dopo dieci anni trascorsi in IBM in Italia e Irlanda ricoprendo vari ruoli in ambito di vendite su grandi clienti (nel mondo bancario e del settore pubblico), gestione di team di vendita di prodotti e servizi, relazioni con il canale di vendita indiretto, business development e lancio di nuovi prodotti e servizi.

Davanti alla platea pescarese Giuratrabocchetta ha ripercorso le tappe della storia dell'introduzione del digitale in Italia, non senza comparazione con altri paesi, compresi quelli del cosiddetto Sud del mondo, come alcune realtà africane in via di sviluppo, dove, ad esempio, si è saltato a piè pari tutta la telefonia fissa, per avviare subito quella mobile che appare più conveniente. Eppure si tratta di realtà, come certi villaggi africani, dove non c'è corrente elettrica e una volta a settimana arriva un generatore portatile a ricaricare gli strumenti.

L'introduzione del digitale nel nostro Paese è avvenuta stranamente prima nel mondo dei consumatori che in quello dell'industria, provocando un ribaltamento inedito nella storia dell'innovazione tecnologica che, generalmente toccavano prima l'industria e poi la sfera dei consumatori.

Questo perché, ha detto il manager Google, "in Italia le aziende stanno in un certo qual modo frenato la rivoluzione digitale. Internet oggi viene visto come una fonte di business ma prima veniva considerata una fonte di distrazione. C'è stata una resistenza anche di fronte alle mail, ci sono aziende che ancora oggi fanno business con il fax".

"Il mondo - ha continuato Giuratrabocchetta - sta cambiando a velocità impressionante. Se non si riesce ad adeguarsi si perdono opportunità, soprattutto in determinati settori. Cambia non solo il modo di lavorare ma perfino il luogo. Nel mondo delle aziende la rete potenzialmente può eliminare anche i confini fisici, attraverso per esempio il telelavoro, che, ad esempio, in Inghilterra è raddoppiato negli ultimi anni. Molte aziende inglesi hanno deciso di incentivarlo perché riescono a farne economia sullo spazio degli uffici. Ma se non si fanno scommesse sull'innovazione si rischia di essere superati".

"Se penso all'Italia - ha concluso Giuratrabocchetta - c'è sicuramente un gap da recuperare, provocato da due fattori, il mondo di scuola e università, dove non stiamo facendo nulla per preparare i ragazzi a quelli che sarà il mondo del lavoro, e il fatto che la seconda classe politica non ha competenza nel settore del digitale e delle opportunità di business che offre. Si è molto più interessati a fare un ponte sullo stretto che a costruire una rete di nuova generazione per portare dati. In generale, siamo un paese che evolve ma raramente stravolge il paradigma di riferimento". (ar.ia.)