Commenti

4 milioni

LA DORSALE ITALIANA DELLE MICROIMPRESE
Nell'economia italiana – la seconda manifattura d'Europa e la seconda nazione più orientata all'esportazione dopo la Germania – operano attualmente circa quattro milioni di micro imprese, cioè quelle che hanno meno di 10 dipendenti.

Perché è importante che il sistema bancario sia vario e articolato

Sistema finanziario

Camillo Venesio

Nelle ultime settimane l'attenzione prevalente dei media che si occupano di questioni finanziarie si è concentrata sull'importanza per l'economia italiana della formazione di un secondo e poi di un terzo polo di ancor più grandi giganti bancari. La nuova fase è sicuramente incoraggiata dalle quattro forze concentriche che stanno modificando i connotati del settore bancario: le nuove tecnologie digitali, l'aumento della concorrenza, la regolamentazione, i tassi di interesse bassi che impattano su tutte le banche nel mondo che si stanno impegnando, con diverse strategie, per adattarsi ai profondi mutamenti.
È sicuramente positivo che l'Italia abbia alcuni grandi gruppi di dimensioni europee e magari in futuro globali in grado, oltre che di operare efficacemente come ipermercati di prodotti bancari, finanziari e assicurativi, anche di accompagnare le dinamiche imprese italiane sui mercati internazionali e sostenerle nei loro processi di crescita pure per linee esterne.
Vorrei ricordare che la realtà del mondo bancario italiano non si esaurisce qui. Come ha recentemente osservato con splendida sintesi il Governatore della Banca d'Italia: «Nel sistema bancario italiano non mancano intermediari di medie e piccole dimensioni in grado di competere sul mercato grazie alla loro capacità di innovare, all'utilizzo di canali distributivi che rispondono alle esigenze della clientela, alla conoscenza del contesto economico locale unita a un presidio accorto dei rischi. Incoraggianti segnali di vitalità emergono in alcuni casi dalla creazione di nuove banche con modelli di business innovativi, strutture operative snelle e costi contenuti, sistemi informativi avanzati; in altri, dall'azione di intermediari tradizionali che, comprendendo per tempo l'esigenza di conseguire guadagni di efficienza adeguati a rimanere sul mercato, si attivano con piani industriali solidi e lungimiranti, o decidono di aumentare la scala della propria operatività mediante operazioni di aggregazione».
Questa è l' "altra metà del cielo" bancario che riveste significativa importanza nell'economia italiana – la seconda manifattura d'Europa e la seconda nazione più orientata all'esportazione dopo la Germania – dove operano quattro milioni di micro imprese con meno di 10 dipendenti.
Condivido l'opinione di coloro che ritengono un punto di debolezza dell'Italia la presenza di troppe micro imprese, ma è un dato di fatto da decenni: comunque, per accompagnarle negli auspicati processi di crescita e consolidamento, è sicuramente più adatto un settore bancario diversificato, con anche la presenza di banche medie e piccole. Esse garantiscono il pluralismo e la concorrenza nei mercati locali per le scelte libere e consapevoli di famiglie e imprese, in una nazione che si sta avviando ad avere uno dei settori bancari più concentrati d'Europa.
L'attuale struttura bancaria italiana è costituita da diverse realtà, oltre ai grandi gruppi, a partire dalle banche di credito cooperativo, ora tutte riunite in due Holding (oltre alle Raiffeisen altoatesine), che continuano a sostenere con determinazione la loro clientela tipica di micro imprese e famiglie. Inoltre, la presenza di alcune decine di medie e piccole banche SpA e popolari alla continua ricerca di crescita e innovazione, con la caratteristica diffusa di attenzione e cura della propria clientela, insieme al moderno presidio dei rischi di mercato e operativi, consente a una economia in crescita - come auspichiamo sarà la nostra nei prossimi anni - di disporre di servizi e prodotti bancari in un mercato sufficientemente ampio e concorrenziale.
Infine, non sono convinto che per fare efficienza l'unica strada sia quella delle fusioni: molte banche medie e piccole distribuiscono numerosi prodotti di primarie case italiane e internazionali, oltre a condividere parte o tutti i fondamentali investimenti in informatica e nei processi connessi attraverso centri che la tradizione definisce come "consortili"; la recente acquisizione di Cedacri, il più grande di questi centri, da parte di ION – gruppo europeo di grande successo, specializzato in soluzioni per l'industria bancaria e finanziaria mondiale – ha aperto nuove opportunità per le banche clienti.
Se, come previsto, si accelererà di molto l'innovazione in infrastrutture e in prodotti, esse potranno accrescere la loro competitività e, come conseguenza, anche le quote di mercato.

Vicepresidente ABI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Una governance dei dati più democratica e che tuteli le persone

Transizione digitale

Francesca Bria, Annarosa Pesole, Maria Savona

L'obiettivo di governare la transizione digitale è al centro dei piani di investimento europei e nazionali. L'Intelligenza Artificiale e la digitalizzazione sono strumenti importanti per rilanciare l'economia e la competitività del Paese. Attraverso il Pnrr l'Italia si prepara ad una fase storica di rinnovamento. La definizione del Polo Strategico Nazionale, del Cloud pubblico e del modello di governance dei dati, sono opportunità uniche per definire il modello di digitalizzazione che vogliamo adottare.
Ad oggi, il modello predominante di *governance* dei dati è definito dalle Big Tech, che estraggono valore dalla raccolta su larga scala di dati personali in cambio di servizi digitali ad apparente costo zero. In maniera analoga, l'utilizzo di *big data* e *machine learning* nei luoghi di lavoro sta modificando l'esecuzione di certe mansioni e l'organizzazione del lavoro sollevando una serie di criticità rispetto al ruolo degli algoritmi e dei dati personali.
Le scelte che guideranno la transizione digitale dei prossimi anni definiranno la futura politica industriale, economica e sociale del Paese. Manca però, nel dibattito corrente, un'analisi delle implicazioni sociali ed economiche del crescente uso di dati, algoritmi e modelli predittivi nei settori pubblico e privato. La politica ha il dovere di interrogarsi su quali modelli di *governance* dei dati devono ispirare l'operato pubblico, su come garantire un utilizzo etico degli algoritmi e dell'intelligenza artificiale e su come attuare una redistribuzione equa del valore prodotto dai dati di cittadini, lavoratori e imprese. Bisogna cioè capire le dinamiche delle nuove organizzazioni del lavoro digitale, anticiparne le potenzialità e agire coraggiosamente per mitigarne gli effetti indesiderati.
L'Unione Europea ha presentato di recente il Data Governance Act che propone un modello di *governance* basato sulla creazione di un mercato europeo di intermediari per la gestione di dati personali, attraverso accordi di *data trust*. Inoltre l'Ue ha presentato una proposta di regolamento su Intelligenza Artificiale che classifica come "ad alto rischio" i sistemi di IA destinati a «prendere decisioni sulla promozione e la cessazione di rapporti contrattuali di lavoro, per l'assegnazione di mansioni e per monitorare e valutare le prestazioni e il comportamento» dei lavoratori.
Tuttavia, oltre a coinvolgere nel dibattito le parti sociali, resta necessario definire gli strumenti e gli obiettivi per creare fiducia su come i dati vengono raccolti, elaborati, utilizzati e valorizzati. Bisogna inoltre incentivare la condivisione dei dati di interesse pubblico e garantire la responsabilità algoritmica. La *governance* dei dati va oltre il concetto di buona gestione: dovranno essere stabilite le norme e le regole per ridefinire nuovi modelli di proprietà, controllo ed estrazione di valore, considerando i dati e l'intelligenza artificiale come un bene pubblico digitale, e assicurando una protezione effettiva a cittadini e lavoratori.
Ad esempio, il Ministero del lavoro vigila su un patrimonio di informazioni generato dalle storie lavorative, previdenziali, assistenziali dei cittadini e delle imprese che va valorizzato adottando un modello di data governance che faciliti la condivisione dei dati per fini pubblici, tutelando la privacy e l'autonomia informativa, e offrendo al contempo servizi innovativi. Vanno definiti i principi e le regole per l'uso di questi dati a fini commerciali e di impresa da parti terze e previste specifiche tutele nel rapporto tra imprese e lavoratori. Proporre una regolazione di dati e algoritmi equa, trasparente e inclusiva, significa proporre una nuova visione del diritto del lavoro e del controllo algoritmico democratico nell'era delle piattaforme digitali.
Perciò si è istituito al ministero del lavoro e delle politiche sociali un gruppo multidisciplinare di esperti per analizzare come le trasformazioni dei modelli di *business data-intensive* e gli algoritmi influenzano il mercato del lavoro, proponendosi di tutelare l'individuo come generatore di dati, come lavoratore e come cittadino. L'obiettivo, coinvolgendo le parti sociali, è individuare i principi, le regole e gli standard per una *governance* democratica dei dati e degli algoritmi che tuteli l'interesse delle persone, affinché la rivoluzione digitale sia un diritto per molti e non un privilegio per pochi.

Le autrici fanno parte del "Gruppo di lavoro su Regolazione Algoritmica, Data Governance e futuro del lavoro" istituito dal Ministero del lavoro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quella terza missione dell'università per stare dentro la società

Il futuro degli atenei

Leonardo Becchetti

Da qualche anno a questa parte nel mondo dell'università e in quello della valutazione dei professori è entrata in campo prepotentemente la cosiddetta "terza missione".
Per la prima volta la terza missione entrerà nella valutazione degli atenei ed inciderà dunque sul Fondo di Finanziamento Ordinario (FFO). Dalla definizione stessa si evince che si tratta di qualcosa che va oltre le due missioni tradizionali della docenza e della ricerca scientifica.
Di cosa si tratta e perché si è convenuto di recente sulla sua importanza ?
Per capirlo andiamo a guardare le possibili scelte che l'Anvur, l'agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca consente agli atenei e ai docenti di selezionare in una ricerca più vesta esplorativa avviata proprio sulle attività di terza missione. Le possibili opzioni sono valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale, imprenditorialità accademica, trasferimento tecnologico, produzione e gestione di beni artistici e culturali, sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute, formazione permanente e didattica aperta, attività di *public engagement*, produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione, strumenti a sostegno dell'*open science* e attività collegate all'agenda Onu sullo sviluppo sostenibile.
Si tratta di un'apertura di orizzonte decisa rispetto alla visione delle due missioni tradizionali e la ragione è molto semplice.
È opinione diffusa e condivisa che non basta insegnare ai ragazzi nei corsi universitari (in un Paese dove purtroppo la quota dei laureati è ancora molto bassa e deve assolutamente crescere) né ci si può accontentare di fare ricerca e pubblicare lavori su riviste scientifiche. Se è vero che una misura storica tradizionale della generatività e dell'impatto dei docenti è quella dei brevetti e delle citazioni (che ti dicono seppure in modo impreciso che quel mattoncino di sapere che hai costruito sarà utilizzato da altri colleghi per continuare ad allargare conoscenze e saperi) è anche vero che tutto questo non basta.
L'avvento dei populismi, il livellamento nel *mare magnum* della rete e dei social media agli occhi degli utenti dell'informazione, non importa da chi provenga, rendono la terza missione sempre più urgente.
Detta in modo brutale, possiamo lavorare nel nostro santuario ad un progetto bellissimo ma se nel frattempo il mondo brucia c'è il rischio che quel progetto non sarà mai realizzato. Gli atenei possono e devono invece fare moltissimo per il bene comune in ciascuna di quelle opzioni sopra indicate per evitare che lo scollamento tra il mondo della ricerca e della conoscenza e la società assuma dimensioni preoccupanti.
La tentazione riduzionista che resiste a questa novità afferma che non ci si può occupare di tutto e bisogna restare chiusi in stanza a scrivere teoremi perché la terza missione sottrae tempo alle altre due. La capacità di tanti colleghi di combinare ottima didattica, ottima ricerca e impegno nella terza missione suggeriscono piuttosto che le tre attività sono complementari e si arricchiscono l'una con l'altra.
Una delle definizioni di terza missione la considera infatti contesto e confine in cui ricerca e società s'incontrano ed interagiscono attraverso uno scambio biunivoco che arricchisce entrambe. È l'incontro con la società e i suoi bisogni che stimola nuove curiosità, apre nuovi interessi ed ipotesi di ricerca, migliora la qualità della nostra didattica perché la rende più comprensibile ai giovani che vivono nel nostro tempo e ci dà spinta entusiasmo e linfa per lavorare alla soluzione dei problemi.
È stato giustamente detto che il termine terza missione è un po' riduttivo e non particolarmente felice dando l'idea che quello di cui stiamo parlando in questo articolo sia un'attività residuale rispetto alle due principe dell'accademico. In realtà la sua importanza crescente è il giusto passo avanti in un percorso che si preoccupa opportunamente dell'impatto e delle ricadute positive dell'attività delle università sulla società.
Il futuro di progresso generativo delle università può e sarà significativamente accresciuto dalla loro capacità di aprirsi varchi sempre più vari e importanti che ne amplificano e attualizzano l'impatto sul contesto in cui vivono contribuendo così alla crescita del bene comune. La terza missione indica la via.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole 24 ORE

DIRETTORE RESPONSABILE
Fabio Tamburini

VICEDIRETTORI
Roberto Bernabò (sviluppo digitale e multimediale)
Jean Marie Del Bo
Alberto Orioli

CAPOREDATTORE CENTRALE
Roberto Iotti

CAPO DELLA REDAZIONE ROMANA
Giorgio Santilli

UFFICIO CENTRALE
Riccardo Barlaam, Fabio Carducci (vice Roma), **Balduino Ceppetelli, Giuseppe Chiellino, Laura Di Pillo, Mauro Meazza** (segretario di redazione), **Federico Momoli, Alfredo Sessa**

LUNEDÌ
Marco Mariani
Franca Deponti (vice caporedattore)

UFFICIO GRAFICO CENTRALE
Adriano Attus (creative director)
Francesco Narracci (art director)

RESPONSABILI DI SETTORE
Marco Alfieri (Online)
Marco Carminati (Domenica)
Luca De Biase (Nòva24)
Maria Carla De Cesari (Norme & Tributi)
Paola Dezza (Real Estate 24)
Marco Ferrando (Finanza & Mercati)
Attilio Geroni (Economia e politica internazionale)
Alberto Grassani (Imprese & Territori)
Lello Naso (Rapporti)
Francesca Padula (Moda24)
Stefano Salis (Commenti)
Giovanni Uggeri (Food24)
Gianfranco Ursino (Plus24)

SOCIAL MEDIA EDITOR
Marco lo Conte (coordinatore)

GRUPPO 24 ORE

PROPRIETARIO ED EDITORE
Il Sole 24 ORE S.p.A.

PRESIDENTE
Edoardo Garrone

VICE PRESIDENTE
Carlo Robiglio

AMMINISTRATORE DELEGATO
Giuseppe Cerbone

SEDE LEGALE – DIREZIONE E REDAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano
Tel. 023022.1 - Fax 0243510862

AMMINISTRAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano

REDAZIONE DI ROMA
P.zza dell'Indipendenza 23b/c - 00185
Tel. 063022.1 - Fax 063022.6390
e-mail: letterealsole@ilsole24ore.com

PUBBLICITÀ
Il Sole 24 ORE S.p.A. – SYSTEM

DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano
Tel. 023022.1 - Fax 023022.214
e-mail: segreteriadirezionesystem@ilsole24ore.com

© Copyright Il Sole 24 ORE S.p.A.
Tutti i diritti sono riservati.
Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici o meccanici quali la fotoriproduzione e la registrazione.

PREZZI
con "Le mappe del cielo" **€12,90** in più;
con "Pazzi per l'Inglese - nr 01" **€9,90** in più;
con "Pazzi per l'Inglese - nr 02" **€9,90** in più;
con "Pazzi per l'Inglese - nr 03" **€9,90** in più;
con "Le avventure di Arsenio Lupin **€4,90** in più;
con "Aspenia" **€12,00** in più;
con "How To Spend It" **€2,00** in più.

Prezzi di vendita all'estero:
Costa Azzurra **€ 3**, Svizzera **SFR 3,90**

Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati di uso redazionale è il direttore responsabile a cui, presso il Servizio Cortesia, presso Winflow Società Cooperativa – Via Rizzoli, 4 20132 Milano. (telefono 02.30.300.600), ci si può rivolgere per i diritti previsti dal regolamento generale sulla Protezione dei Dati 2016/679. Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono. — **Modalità di abbonamento al quotidiano:** Prezzo di copertina in Italia: €2,00 da lunedì a sabato, € 2,50 per l'edizione della domenica. Prezzo Abbonamento Italia per 12 mesi al quotidiano in versione cartacea: € 419,00 in caso di consegna postale. L'Abbonamento alla versione cartacea non comprende il magazine "How to Spend It". Sono disponibili altre formule di abbonamento all'indirizzo www.ilsole24ore.com/abbonamenti. Per l'abbonamento estero in Svizzera e Costa Azzurra, rivolgersi al Servizio Abbonamenti (tel. 02.30.300.600 oppure servizio.abbonamenti@ ilsole24ore.com). Per il resto del Mondo è disponibile solo l'abbonamento al quotidiano in versione digitale. Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la richiesta via EMAIL all'indirizzo servizio.abbonamenti@ ilsole24ore.com oppure via FAX al N. 023022.2885, oppure per POSTA a Il Sole 24 ORE S.p.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 10592 - 20111 Milano, indicando: NOME / COGNOME / AZIENDA / VIA / NUMERO CIVICO / C.A.P. /LOCALITÀ / TELEFONO e FAX/EMAIL. — **Servizio abbonamenti:** Tel. 02.30.300.600 (con operatore da lunedì a venerdì 8:30-18:00) - Fax 023022.2885 - Email: servizio.abbonamenti@ilsole24ore.com — **Servizio arretrati per i non abbonati:** (Non disponibili le edizioni cartacee più vecchie di 12 mesi dalla data odierna). Inoltrare richiesta via email all'indirizzo servizio.cortesia@ilsole24ore.com oppure contattare telefonicamente il numero 02 30.300.600 allegando la fotocopia della ricevuta di versamento sul c.c.p. 519272 intestato a Il Sole 24 ORE S.p.A. oppure via fax al numero 02 opp 06 3022.2519. Il costo di una copia arretrata è pari al doppio del prezzo di copertina del giorno richiesto. Non verranno rimborsate le istanze relative ad edizioni più vecchie di 12 mesi dalla data odierna. — **Stampatori:** C.S.Q. - Centro Stampa Quotidiani, Via dell'Industria 52 - 25030 Erbusco (BS) - S.T.E.C. - Società Tipografico Editrice Capitolina, Via Giacomo Peroni 280 - 00131 Roma (RM) - L'Unione Sarda S.p.A , Via Omodeo 12 - Elmas (CA) - S.e.s. Società Editrice Sud S.p.A., via Uberto Bonino 15/c - 98124 Messina (ME). — **Distribuzione Italia:** m-dis Distribuzione Media S.p.A., via Cazzaniga 1 - 20132 Milano, Tel. 022582.1 — Registrazione Tribunale di Milano n 322 del 28.11.1965.
La tiratura del Sole 24 Ore di oggi, 25 Agosto 2021 è stata di 72.384 copie

Certificato nr. 8952 rilasciato il 5-05-2021