

# “C” come Cambiare il Mondo. L’Italia che innova per la Social Media Week

Di *Paolo Cappelli*

Dal 7 al 10 febbraio, a Roma, **Itali@Magazine** sarà media-partner della **Social Media Week**. In preparazione a questo importante evento, che vedrà iniziative simili svolgersi a New York, San Francisco, Parigi, Toronto, San Paolo, Londra, Hong Kong e Istanbul, abbiamo intervistato **Giorgia Petrini**, imprenditrice e CEO di GPA, *Gruppo Progetti Avanzati*, blogger, consulente e ideatrice del movimento *Side Leaders* che mira a far emergere i giovani talenti italiani mettendoli in contatto con il mondo dell’impresa, oltre che curatrice di una rubrica all’interno di “*Economia e Imprese*” per *Il Sole 240re* e autrice del libro, edito da *Koiné*, “*L’Italia che innova*”, una raccolta di sue interviste a 10 giovani leader che parlano della loro esperienza e del segreto del loro successo. Sarà proprio lei, il 10 febbraio, a moderare l’incontro dal titolo “**C come Cambiare il mondo**”.



Giorgia Petrini

## **Giorgia Petrini, come nasce l'idea di partecipare alla SMW?**

*Attraverso Marco Montemagno, che ho conosciuto quando ho partecipato alla sua trasmissione a Sky TG 24. Ha letto alcune delle cose che ho scritto e ha pensato di invitarmi. Siamo rimasti in contatto e abbiamo gettato le basi per l'organizzazione dell'iniziativa. Ognuno di noi ha scelto di mettere a disposizione quanto sa fare per il bene comune, visto che si tratta di collaborazioni gratuite, per cercare di sensibilizzare le persone sulle possibilità offerte dalle nuove tecnologie.*

**La manifestazione segue un'altra simile tenuta a Milano, che è stata un po' una puntata pilota. Quali sono le sue aspettative per l'appuntamento di Roma?**

*L'edizione di Milano è andata piuttosto bene, avendo fatto registrare 25mila partecipanti, che sono tanti per un'attività tutto sommato nuova nel suo formato. Quella di Roma assume un significato diverso, perché a Roma c'è il centro della politica, i romani sono molto portati a vivere queste iniziative di aggregazione e quindi ci aspettiamo quasi il doppio del pubblico, quindi direi almeno 45mila presenze. L'aspettativa più grande, comunque, è quella di fare in modo che la promozione di internet, del web e della rete, ovvero degli strumenti del mondo digitale che potrebbero creare occupazione, dare lavoro alle donne e risolvere una serie di problemi che non sembra non si riescano a sbloccare, possa far entrare le persone in una nuova dimensione mentale e culturale e mostrare che nella rete non c'è nulla di malvagio. Questo è molto importante, particolarmente in Italia. Il mio intento è quello di sensibilizzare il pubblico portando degli esempi che mostrino come questo strumento può far cambiare la propria vita, creare nuove occasioni per il futuro, indicare una strada.*

**E quindi è questo che significa "Cambiare il mondo"?**

*Ritengo che il fatto di cambiare il mondo sia collaterale al fatto di capire che tutto il mondo digitale, cioè il mondo dei media e di internet, è un modo per cambiare il mondo. Lo è perché incide sulla società, sul modo di vivere, sul percorso potenziale di ogni persona. Oggi come oggi, è un'insieme di*

strumenti integrati in un mondo che ha due facce, una di chi vive solo nel mondo digitale e una di chi vive solo nel mondo analogico. Da un lato, dobbiamo cercare di integrare queste due facce al livello culturale e per fare questo le persone vanno educate, per evitare che si pensi che esiste una dipendenza digitale o che l'uso di certi strumenti è causa di privazioni a livello relazionale. Ci sono molti esempi di persone che, tramite internet e il digitale, il mondo l'hanno già cambiato e che sono promotori di iniziative come quella per la concessione del nobel per la pace a internet. Dall'altro, i nostri sforzi mirano a dare alle nuove generazioni spunti di riflessione su argomenti di cui si parla poco. Leader molto giovani hanno fatto grandi cose e questo basta per proporre modelli diversi ai quali ispirarsi, per capire a quali concetti si sono ispirati e quali strade percorrere. D'altra parte, se questo mondo riceve tanto entusiastico consenso e tanto sostegno, evidentemente non siamo tutti matti.

**L'aspirazione è grande. Ma l'Italia non si scontra con un forte ritardo tecnologico? In fondo, siamo al 48° posto in termini di innovazione (45° nel 2009) e l'amministrazione pubblica è poco digitalizzata (siamo al 120° posto dal 41° del 2009).**

Sono molto d'accordo. Sono una grande supporter dell'innovazione che porta alla self-leadership nel campo del digitale. I più grandi risultati sono stati ottenuti con sforzi a livello individuale, o da aziende di tre-quattro persone, delle quali lo Stato, la pubblica amministrazione e la politica non fanno nulla. Pochi sanno che è possibile fare quella certa cosa, ecco perché dico sempre che siamo assolutamente indietro, siamo lontani dal capire quali strumenti ci potrebbero essere (molto) utili a rilanciare l'occupazione e risolvere tutti i problemi a cui ho accennato prima. Però, per contro, abbiamo casi di intrapresa autonomia in cui aziende, create da ragazzi di 25 anni, che fatturano 80 milioni di euro e sono fatte di click, di pubblicità e di pagine web. Ecco perché credo che l'Italia non diventerà mai quello che alcuni vorrebbero diventasse: non credo alla Silicon Valley italiana, proprio perché l'italiano è uno che viene da una cultura prevalentemente artigianale e

gastronomica; gli piace mangiare, bere, divertirsi, ha un approccio culturale alla vita assolutamente diverso. Noi siamo la popolazione degli scioperi, non quella che d'iniziativa agisce per dire "oggi facciamo qualcosa", ma piuttosto per dire "oggi distruggiamo qualcosa". L'approccio costruttivo ai problemi, diciamo, non è insito nei cromosomi della nostra popolazione. L'inventiva, della quale siamo assolutamente dotati, perché noi siamo un popolo creativo, deve essere supportata dall'innovazione. Tutti gli spunti e le idee che vengono dal design e dalla moda, tanto per citare un paio di settori, non sono incompatibili con il digitale. Usiamo Facebook per piantare carote nelle fattorie (il riferimento è a un'applicazione che si chiama Farmville, ndr) e non capiamo che invece può essere uno strumento di lavoro. E' ovvio che nessuno nasce con determinate competenze. Chi è del settore riesce magari a vedere o a intuire determinate potenzialità, ma arriva un momento in cui la grossa lacuna è nell'approccio agli strumenti. Bisogna quindi creare dei contesti – e in questo la Social Media Week può avere un ruolo fondamentale – per sensibilizzare le persone e far capire loro quali sono gli strumenti e a cosa servono. C'è una confusione generale perché si pensa che le cose siano tutte elementari e intuitive, ma in realtà sono potenzialmente in grado di fare anche dei danni, specialmente le cose più semplici. Ma è vero, sono assolutamente d'accordo su i numeri e le statistiche che avete riportato. Quello che vogliamo è uscirne e il nostro agire è un modo per tentare di sbloccare la situazione.

**La realtà ci dice che stiamo ormai superando il web 2.0, ovvero la semplice condivisione delle conoscenze. Qual è la sua opinione?**

Il web 3.0 esiste già ed è un'evoluzione del precedente, in termini di semantica. Tutto ciò che era il mondo della condivisione online delle informazioni, amicizie e relazioni diventa condivisione dell'emotività del singolo utente in termini di ricerca. Se cerchi in un motore di ricerca l'ultimo film di Batman, probabilmente ti avvicini al cinema con determinati atteggiamenti o sentimenti. Culturalmente è difficile fare previsioni: che la tecnologia stia viaggiando a ritmi sostenuti è un fatto, ma sto leggendo un libro di Serge Latouche che si intitola "La scommessa della decrescita" che

sostiene tutto il contrario. In pratica, passo la mia vita a lavorare per il progresso e poi leggo libri che vanno in senso contrario. I concetti che si esprimono sono un po' questi: non si può pensare di progredire utilizzando la tecnologia in maniera sconsiderata o senza riflessione. Bisogna cercare modi di integrare il progresso all'interno della vita collettiva delle persone, altrimenti qualsiasi strumento, per quanto evoluto, è un grandissimo pasticcio. Sono molto preoccupata della fase di transizione: ci sono persone che devono ancora capire cos'è una connessione a internet e gli specialisti parlano già di web 3.0; il che significa che in mezzo c'è una scala di persone che non solo ha capito poco di quello che succede, ma non sa neanche come utilizzare gli strumenti per creare uno strumento comune, o per portare beneficio alla propria vita. Se prendiamo spunto dall'America o da nazioni che siamo abituati a guardare, un po' per moda e un po' per tendenza ideologica, il web 3.0 è già ovunque nel mondo e lo utilizziamo anche noi: Bing (il motore di ricerca di Microsoft, ndr) è fatto da un italiano, Lorenzo Thione, che ora vive negli Stati Uniti, dove ha trovato una sua dimensione. Al di là di sapere come si chiama uno strumento e con che tecnologia è realizzato, però, io cerco sempre di preoccuparmi di cosa le persone impareranno a farne di questi strumenti. Altrimenti il progresso non serve: se ti do un'automobile, ma non ti insegno come si guida, ti schianti alla prima curva. Quindi penso che la prima cosa da fare sia un "manuale della cultura digitale", ovvero un testo che spieghi che far navigare un bambino di 8 anni su un social network per bambini, come ce ne sono tanti nel mondo, è sicuramente un approccio nuovo e assolutamente non deleterio alla vita, mentre ci sono tanti genitori che negano anche la possibilità che i figli possano avvicinarsi a questi strumenti.

Save the Dates!



L'Italia che innova  
10 FEBBRAIO 2011  
dalle 14.00 all'infinito...? :-)

Palazzo Giannelli Viscardi  
Corso Vittorio Emanuele 18  
ROMA

Giorgia Petrini modera:  
"CAMBIARE IL MONDO"

<http://socialmediaweek.org/rome>  
[www.gorgiapetrini.it](http://www.gorgiapetrini.it)  
[www.litaliachemnova.it](http://www.litaliachemnova.it)

La rete che si evolve in senso social ha però anche connotazioni commerciali, perché l'infrastruttura che c'è dietro alla piattaforma significa pubblicità, posti di lavoro, insomma economia che gira.

*Sono sicura che il mondo social è e sarà ciclico. Le persone entrano ed escono. Ci sono quelli che sono su tutti i social, quelli che stanno in alcuni e non in altri, quelli che si collegano da internet e quelli via mobile e così via. In termini di strumento, tutto il mondo tenderà a connettersi in movimento, ma non credo che il PC da scrivania vada a scomparire. E' vero, però, che i giovani di oggi sono abituati a tirare fuori dalla tasca il telefonino e a connettersi col mondo. Per quello che riguarda gli scenari evolutivi, credo molto a una dimensione di tipo aziendale e in questo ho un atteggiamento piuttosto "californiano". Credo si debba riuscire a risparmiare molto in termini di logistica, trasferimenti, tempo perso, eccetera. Io vivo in una città come Roma, in cui per spostarti di 10 chilometri hai bisogno di un'ora e mezza. Questo perché siamo ancora molto legati al mondo della relazione interpersonale diretta. L'italiano prende il caffè anche quando deve dirsi tre cose che potrebbe dire al telefono, o via chat. Non abbiamo l'abitudine a questo tipo di approccio e per valorizzare la relazione diamo fondo alle nostre energie, al trasferimento logistico, ai mezzi e ci preoccupiamo di quanto ci costano la macchina e la benzina. La rete, in realtà, non modifica le relazioni o i rapporti, semplicemente ne migliora l'efficienza. Inoltre, con poco sforzo si può ridurre l'emissione dell'anidride carbonica e fare una serie di altre cose per aiutare l'ambiente. Questo sarà uno degli argomenti che cercherò di promuovere e per farlo ho invitato Silvio Gentile, cofondatore e AD di Green Utility, una azienda che si occupa di rinnovabili e sviluppo*

sostenibile e che ci parlerà di come l'approccio al digitale può generare un minore impatto ambientale. Credo che le aziende debbano iniziare a capire che gli strumenti social sostituiranno l'e-mail e la chat, ma si tratta di scenari che vanno spiegati, perché non tutte le aziende hanno un contatto diretto con internet come strumento e possono non cogliere il fatto che il mondo social le potrebbe aiutare tantissimo. Penso a un'amica che ha un'azienda di sartoria e ricami che ha aperto un gruppo su Facebook e oggi ha 3000 iscritti. Chi avrebbe detto che una piccola realtà sartoriale locale poteva essere conosciuta da così tante persone? Io stessa, da scrittrice di un'opera prima, ho venduto 4-5000 copie del mio libro solo su internet, a persone che non sapevano affatto chi fossi. Secondo me, ci sono molti aspetti della cultura, del marketing, della capacità di utilizzare il digitale che vanno messi a disposizione di tutti coloro i quali vogliono capire come si fa a utilizzare uno strumento. Mettere le persone nella condizione di capire che il mondo è cambiato è il primo passo e lo sforzo più grande, per poi passare a tutto il resto.

**A questo punto, non possiamo che chiederle quali sono i suoi progetti per il futuro.**

Ho un paio di idee per prossimi libri, ma ancora non voglio rivelare niente. Speriamo di ripetere il successo inaspettato del primo. Alla fine ho scoperto che molti degli acquirenti erano genitori che, dopo averlo letto, lo regalavano ai figli. Sono rimasta abbastanza stupita perché l'avevo scritto con un linguaggio volutamente mirato ai giovani, che per quanto siano "tecnologici", possono non essere molto documentati sull'argomento. E' stato difficile trovare un linguaggio informale per scrivere un libro che poi finiva sotto la lente di molti e non risultare banale. Invece è stata la cosa più apprezzata perché i genitori, che non sapevano di che si parlava, alla fine hanno capito: l'idea di fare impresa è stata ben accolta e non soltanto con riferimento al digitale, ma come alternativa. Magari per non fare il precario tutta la vita, o il disoccupato, o lo studente trentacinquenne che non trova lavoro e quindi continua a trascinarsi gli ultimi tre esami. È un modo anche per dire ai ragazzi "fate impresa", "inventatevi un lavoro", cosa che forse qui in Italia è più

*difficile, ma molti sembrano aver recepito il messaggio principale che mi ero posta con il libro e cioè dare una speranza, facendo capire che prima devono puntare su sé stessi e sporcarsi le mani e poi prendersela con il mondo.*

Dematerializzazione e delocalizzazione restano due imperativi di questo nuovo mondo, che trova in Italia ostacoli importanti e non pensiamo alla crisi economica, quanto piuttosto all'abitudine invalsa nelle aziende di utilizzare esclusivamente forme di contrattualistica a tempo determinato e una politica di bassi salari, alla difficoltà di accedere al credito, alla mai sufficiente interfaccia tra mondo della formazione e mondo del lavoro. Di questi e di altri temi si parlerà in un dibattito che è sempre più vivo e che riempie le giornate delle nuove generazioni del nostro e di altri Paesi. L'appuntamento è il 10 febbraio, dalle 14.30 alle 19.30, presso Ateneo Impresa – Palazzo Giannelli Viscardi, Sala degli Specchi – Corso Vittorio Emanuele II, 18 a Roma. Vi aspettiamo!