

COMUNICATO n. 1349 del 03/06/2018

Big data, il business della memoria

Ogni gesto che ciascuno compie online, ogni passeggiata in città, ogni pagamento con la carta di credito o movimento sul conto in banca, ogni like che si lascia sui social network e ogni brusca frenata che si fa in automobile: tutto questo e molto altro è registrato, costantemente, su uno o più server. La massa di dati che ne emerge consente analisi prima impossibili e correlazioni impensate. Tutto questo genera rischi per i diritti umani e opportunità per le imprese. Come si può immaginare uno sviluppo “ecologicamente equilibrato” per l’ecosistema dei dati digitali e l’economia del loro sfruttamento?

Renzo Avesani, di Unipol Assicurazioni, ha evidenziato che in Italia e in Europa siamo partiti tardi. “C’è chi i dati li ha già, ci sono aziende grandissime che hanno risolto il problema di accesso ai dati e adesso possono sfruttare il loro vantaggio permettendo alle macchine che lavorano su questi dati di evolversi e scoprire nuove cose”.

Per Michele Centemero, direttore generale di Mastercard, grazie alla conoscenza dei dati è possibile controllare in maniera più efficace gli afflussi delle persone nelle città. “A Milano ad esempio stiamo lavorando per migliorare il marketing turistico. Il Big data muove e libera risorse e può essere utile alle scelte commerciali delle imprese. Le transazioni digitali – ha concluso – non portano a scoprire il vostro nome, ma portano ad ottenere informazioni che opportunamente aggregate, possono aiutare le città, i flussi turistici e le aziende, quindi diventare un bene per l’economia in senso lato”.

“I dati sono la benzina dei nostri tempi – ha detto Domenico Favuzzi, presidente di Exprivia-Italtel. Le aziende che hanno saputo utilizzare al meglio il valore delle informazioni hanno realizzato un grande valore economico. La disponibilità dei dati va a braccetto con la velocità delle reti a diffonderli e con la capacità di saperli aggregare. La trasformazione digitale in corso – ha aggiunto – sta portando enormi benefici e vantaggi in tutti i settori dell’economia. In Italia, però, non c’è ancora una piena consapevolezza del valore dei nostri dati. Sulla digitalizzazione ci vuole una forte attività di formazione e di informazione, a partire dal mondo delle scuole, per poter cogliere le opportunità, evitandone i rischi.

"Abbiamo una quantità incredibile di informazione - ha detto Alfonso Martinez, di LeasePlan Italia (noleggio macchine) - che dobbiamo tradurre in qualcosa che possa aiutare il nostro business, ma prima siamo andati dal Garante per la protezione dei dati personali per capire cosa potevamo fare. Quest'anno ci siamo messi assieme all'Università di Bologna per studiare come dare valore economico a questi dati, aggregandoli ed incrociandoli".

Sito: www.festivaleconomia.it

Twitter: <https://twitter.com/economicsfest>

Facebook: <https://www.facebook.com/festivaleconomiarento>

Instagram: <https://www.instagram.com/festivaleconomia/>

(fm)