

Sito	lazio-side.it
Data	09/11/2009
Lettori	



Dal Broadband al Brain-Band per il Turismo e i beni Culturali

Dal Congresso Aica 2009. Infrastrutture e competenze ICT possono aggiungere un enorme valore ai tesori italiani. Senza investimenti si rischia di perdere tutto, mentre si potrebbe sfruttarla molto di più

La crisi economica c'è, è stata ed è ancora forte e riduce ulteriormente tutti i budget, si sa; eppur bisogna muoversi per non restare indietro. Non resta che operare su realizzazioni concrete, magari seguendo le strade illustrate nel 47° Congresso nazionale 2009 di Aica, Associazione per l'Informatica ed il Calcolo automatico, il cui patrimonio di persone e contatti funge da incubatore per assemblare proposte complesse ma concrete rivolte al sistema Italia.

A livello europeo, gran parte della ricerca e sviluppo sta progressivamente confluendo nella JPI, la Joint Programming Initiative, rivolta alla competitività della macroregione Europa e del servizio e comfort del cittadino. Tra i sei cluster d'intervento all'Italia è stata affidata l'eredità culturale, un torrente che - sperando di diventare fiume- raccoglierà molti rigagnoli nazionali ed internazionali. Appare quindi corretta l'identificazione di cultura ed enogastronomia come area generale per proporre l'innovazione nei servizi al cittadino e al turista, ma anche come volando di occasioni imprenditoriali per professionisti, start-up e grandi aziende, sommando valore aggiunto alle profonde fondamenta della nostra eredità storica.

Purtroppo i dati dicono che in Italia stanno diminuendo i flussi turistici e anche il turismo culturale, che pure sembrava tenere, comincia a mostrare segnali di crisi. Per invertire la tendenza e mantenere l'Italia al vertice dell'appetibilità i nuovi modelli di offerta sono un elemento nevralgico. Poiché i soldi mancano, è necessario vedere chi investe e sposare, se possibile, la loro causa.

“Noi abbiamo un'enorme concentrazione della cultura, intorno alla quale c'è una moltitudine di piccole imprese che possono creare una nuova economia, un nuovo Made in Italy, un nuovo linguaggio”, ha detto Gianni Orlandi, professore alla “Sapienza” di Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione. “manca la banda larga, è vero”, ha commentato il professore, “ma la broadband con può sostituire la brain-band”, assonanza per dire che per aver successo ci vuole soprattutto cervello.

Il nuovo Rinascimento, come viene talvolta chiamato con enfasi forse eccessiva ma d'effetto, è nella valorizzazione di cultura ed enogastronomia italiana. A questo sono dedicati i tre giorni del Congresso in questione, ricco di dodici sessioni e sette workshop.

Sito	lazio-side.it
Data	09/11/2009
Lettori	

“C'era coincidenza tra le linee di analisi del congresso Aica e le ipotesi del Ministero e quindi ecco nascere la nostra collaborazione”, ha confermato Antonia Recchia, direttore DG del MiBac. “Il patrimonio culturale è un driver di sviluppo anche dopo una crisi come l'ultima”, ha continuato la rappresentante governativa, portando anche i saluti di Sandro Bondi, Ministro dei Beni culturali ed ambientali; “cerchiamo di andare avanti dopo gli errori del passato”, spiega la dirigente, legata tra l'altro al Sit/Sitac (Sistema informativo territoriale) di qualche anno fa, involontariamente evocando anche i fallimenti dei più antichi “giacimenti culturali” e della doppia versione del portale Italia.it.

“Occorre approfittare della crisi come motore per le tecnologie. Gli asset li abbiamo ma non li usiamo”, ha ammonito Bruno Lamborghini, presidente Aica, facendo riferimento sia a infrastrutture, sia al personale qualificato. “Il Governo attuale si sta muovendo, ma non basta”, ha concluso.

Tra i partner Accenture porterà la propria esperienza e competenza nel settore mobile, rivolta al cittadino e al turista in viaggio.