



Il bit della conoscenza

Schedati e profilati anche agli Uffici: il nuovo trend della 'individualizzazione di massa'

di Chiara Somajni – tratto da: Ventiquattro-Il Sole24Ore

Una piccola rivalse. Guglielmo Marconi lasciò l'Italia perché la sua invenzione - che avrebbe rivoluzionato il settore delle telecomunicazioni - non venne reputata degna di interesse. L'Inghilterra fu di avviso diverso, e gli consentì di brevettare e sviluppare il suo sistema di telegrafia senza fili che è alla base delle odierne trasmissioni televisive, della radio, dei telefoni cellulari. A Sestri Levante, in Liguria, sulla baia dove troneggia quella Torre da cui lo scienziato sperimentò negli anni Trenta la radioguida navale, risiede oggi Giunti Labs. Che se non ha ancora inventato un sistema paragonabile per importanza a quello di Marconi, accoglie oggi, per dei corsi di formazione, gli eredi di coloro che ne rilevarono l'azienda. (...)

"il mondo è diventato improvvisamente piatto come al tempo della scoperta dell'America (per riprendere l'immagine di Thomas Friedman, in "The World is flat")". Spiega Fabrizio Cardinali, amministratore delegato di Giunti Labs. Con confini, potenzialità e mercati espansi, e scambi globalizzati a ritmi vorticosi: "Gli accountant oggi si fanno fare i conti in India, gli studi medici affidano la diagnosi al Bangladesh, le famiglie vanno in Thailandia per fare operare la nonna al ginocchio, e già che ci sono ci staccano una vacanza. Una rivoluzione pervasiva, che coinvolge anche le industrie (come il turismo, appunto) che a essa sembravano impermeabili". (...)

Chi mai saprà venire incontro ai bisogni di quelle persone che, sempre più numerose, hanno necessità di integrare le loro competenze in maniera mirata, per far fronte a nuovi compiti, per cambiare lavoro, magari per trovarne uno? Iscrivere (a ripetizione) all'università è soluzione poco plausibile. Giunti Labs aiuta le aziende a organizzare e sfruttare il proprio patrimonio di conoscenze. E studia sistemi in grado di fornire a ciascuno ciò di cui ha bisogno: corsi tarati sul singolo destinatario, organizzati in pillole di conoscenza, in "learning objects". Per aiutare - ad esempio - il personale sanitario a far fronte a una potenziale emergenza aviaria, integrandone le competenze con i risultati delle ultime ricerche scientifiche. O per fornire a un visitatore degli Uffici esattamente quelle informazioni di cui ha bisogno: siamo davanti a un dipinto di Leonardo, vorremmo saperne di più. Il nostro profilo è noto al sistema, costruito nel tempo sulla scorta di dati relativi a madrelingua, percorso formativo, eventuale adesione a particolari gruppi di interesse e così via. Ecco che vengono confezionati per noi in tempo reale tre minuti superpersonalizzati che soddisfano le nostre curiosità. Il tutto servito attraverso strumenti dei quali già disponiamo e con i quali abbiamo familiarità: come il telefonino cellulare o l'Ipod. Per i produttori di contenuti oggi è possibile, per la prima volta, "raggiungere rapidamente poche persone fornendo informazioni di alta qualità. A costi sostenibili. È l'individualizzazione di massa", spiega Cardinali. Dal modello dei libri e della stampa, nel quale si compensano gli elevati oneri di produzione con le alte tirature, alle pillole informative, leggere, calibrate sulle tue reali necessità, che ti raggiungono ovunque, al museo, in azienda, in un cantiere, a scuola. Realizzate attingendo non solo dai grandi depositi di conoscenza (il sapere di un'azienda, di una casa editrice, di un'università), ma anche approfittando della cosiddetta intelligenza diffusa e del feedback che può venire dagli utenti. Scenari tutt'altro che avveniristici, sui quali investono Ikea, Ericsson, il Massachusetts Institute of Technology, Intesa Sanpaolo, il sistema sanitario inglese (UK Nhs), Scania, per citare solo alcuni dei clienti di Giunti Labs.



Tutto questo a partire dalla piccola Sestri Levante, dove Giunti Labs ha trovato sede approfittando della decisione delle Province di Genova e Sestri di trasformare l'area in parco tecnologico. Oggi qui l'italiano è lingua di minoranza, e all'ingresso dell'ex monastero i giovani professionisti provenienti da ogni latitudine si confondono tra gli anziani che prendono il sole invernale sul lungomare. Una vitalità che purtroppo fatica a trovare sponde e sostegno nel resto del Paese: "l'Italia corre un rischio enorme - spiega Cardinali - perchè l'attenzione è sempre altrove. Tutti si riempiono la bocca con l'innovazione, ma nella classe politica, e probabilmente anche in alte sfere, nessuno sa di cosa si sta parlando. I rischi della globalizzazione sono anche un'opportunità: un artigiano che fa la lavorazione in ottone delle barche qui, se apre un negozio virtuale e avvia un'attività di e-commerce a livello mondiale può diventare un leader. In alternativa, può aspettare che a occupare il mercato sia un cinese, magari privo delle stesse competenze".