



CARLO ANDREA ROSSANIGO

Direttore Comunicazione Microsoft Italia

Direttore Comunicazione di Microsoft Italia da maggio 2005, con la responsabilità delle Relazioni Esterne, l'Ufficio Stampa, i Community Affairs e la Comunicazione Interna. Nato nel 1965 a Milano, si è laureato in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi nel 1989, con tesi di laurea sulle strategie di sviluppo della NASA. In precedenza Direttore Comunicazione di Olivetti Tecnost (Gruppo Telecom Italia). Tra il 1998 e il 2005 ha seguito le attività di corporate e marketing communications per il brand Olivetti in Italia e nel mondo. Nel 1996 è stato nominato Direttore Comunicazione Sud Europa di Imation, la società nata dalla scissione da 3M dei settori imaging e information technology. Tra il 1990 ed il 1996, in 3M Italia, incarichi di Marketing Management nella Divisione Photo Products, con progressiva responsabilità per il mercato italiano e Sud Europa. In precedenza nella Direzione Manifestazioni di Fiera Milano. Durante gli anni universitari ha iniziato con alcune collaborazioni giornalistiche su temi quali spazio, tecnologia e marketing e con esperienze commerciali nel settore dei viaggi incentive. Sposato, con una figlia. Tiene frequentemente lezioni e testimonianze aziendali presso alcune università italiane e corsi master, su temi di marketing e comunicazione.

SUPERARE IL DIGITAL DIVIDE

Le tecnologie informatiche hanno radicalmente cambiato la nostra vita. Ormai i consumatori sono diventati digitali e le tecnologie fanno parte della vita di milioni di individui in Italia. Il futuro ci riserva molte novità e scenari avveniristici, ma molte tecnologie sono già oggi alla portata di tutti. Pensiamo alle tecnologie Touch, al mondo del cloud computing o a quello della mobility che stanno cambiando il nostro modo di vivere.

Oggi, assistiamo a una convergenza importante: abbiamo un consumatore digitale che è anche un cittadino digitale e molto spesso è anche un lavoratore digitale. Questi consente un effetto "pull" straordinario nei confronti delle imprese e della Pubblica Amministrazione. Ormai il consumatore digitale è abituato a un certo tipo di fruizione della tecnologia e si aspetta un analogo utilizzo nell'ambiente di lavoro e nella Pubblica Amministrazione con la quale interagisce.

Pertanto, il ruolo della PA è centrale e deve cambiare per la propria visione del cittadino per evitare il digital divide. Deve avere una visione del cittadino non più "verticale", per esempio divisa per ufficio anagrafe o tributi. La Pubblica Amministrazione deve vedere il cittadino come persona, che nasce, che diventa uno studente, un adulto, un lavoratore e un anziano. Quindi deve organizzarsi intorno alla centralità dell'individuo.

Il Governo deve diventare outbound, rubando questo termine al mondo dei call center, e deve comunicare proattivamente con i cittadini, consentendo loro di creare portali personalizzati sulle loro esigenze e con tutte le informazioni che li seguono per tutto l'arco della loro vita.

Il problema nel realizzare questa visione è il Digital Divide. Nel nostro Paese ci sono ancora fasce, come i minori con il tema della navigazione in rete, il mondo della terza età che sta scoprendo questo fenomeno della tecnologia, e la sfera delle imprese che restano indietro sul fronte tecnologico.

Come imprese e come Paese e Istituzioni abbiamo l'obbligo di non lasciare indietro nessuno per avere un futuro diverso. Come Microsoft siamo attivamente impegnati a fare in modo che ci possano essere informazioni, programmi e iniziative per coinvolgere anche le fasce che in questo momento rischiano di non essere coinvolte in questa importante rivoluzione digitale.