

# Tutto inizia da un click

Click Economy è il volume scritto da Luca Cattoi e Michele Modena.

Un viaggio nel mondo del web per conoscerlo e analizzarlo, scoprendone rischi e opportunità.

**UN GESTO** ordinario, naturale, scontato, apparentemente banale. In realtà, però, dietro il click che ogni giorno miliardi di persone compiono, premendo il pulsante del mouse o il tap dello smartphone, per addentrarsi nel mondo del web, si nascondono risvolti inaspettati. Un fenomeno articolato che interessa tutti da vicino e che **Luca Cattoi** e **Michele Modena**, appassionati conoscitori del mondo digitale, hanno voluto approfondire descrivendone implicazioni e opportunità. La loro analisi, riportata nel volume "Click Economy. Come l'economia digitale sta cambiando le

nostre vite", edito da FrancoAngeli, prende le mosse dagli studi e dalle esperienze professionali dei due autori. Grande esperto del web e fondatore di Graffiti, società operante nel campo della comunicazione e del digitale, Luca Cattoi segue costantemente l'evoluzione tecnologica, interpretandone applicazioni e risvolti. Michele Modena, professore di Economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi del Molise, ha incentrato i propri studi sugli effetti prodotti dallo sviluppo tecnologico sulle aziende e gli intermediari finanziari.

Dalla loro esperienza il desiderio di delineare un quadro esaustivo dell'inarrestabile evolversi del mondo digitale e delle sue implicazioni sulla sfera professionale e privata di ogni individuo. Partendo da un excursus sull'evoluzione tecnologica dagli anni Novanta ad oggi, il volume, attraverso un linguaggio accessibile a tutti, si propone di offrire un'analisi delle principali implicazioni che la diffusione su larga scala del World Wide Web ha comportato, permettendo al lettore di acquisire consapevolezza sui meccanismi e gli effetti prodotti dalla realtà digitale. Così, prendendo le mosse dall'avvento di Internet, passando attraverso la New Economy, la nascita del web partecipativo, la diffusione dei social, la cultura digitale e l'era dei dati, si sofferma sugli algoritmi, approfondendone il funzionamento e le implicazioni. Questi ultimi, programmati con l'obiettivo di indurre più click possibili, massimizzandone al massimo il valore monetario, consentono di raccogliere tutti i dati necessari a profilare gli utenti, con lo scopo di offrire contenuti personalizzati e influenzando pensiero e azioni. L'internauta, vedendo apparire sullo schermo banner pubblicitari di suo interesse, viene indotto a cliccare su di essi, dando origine a importanti fonti di guadagno. Se da un lato è importante prendere coscienza di questi meccanismi, operando con consapevolezza in merito alle possibili conseguenze negative della Click Economy, come la generazione di fake news e l'influenza che esercita sul pensiero umano, dall'altro, se ben governato l'universo digitale può produrre molteplici vantaggi. "Il web - osservano gli autori - ha liberato le attività dai vincoli di spazio e oggi un'agenzia di comunicazione italiana può competere nello stesso mercato con ▶



64

giovani

- un'agenzia della capitale londinese. Se impiegata nel modo giusto la Click Economy potrebbe portare a un'evoluzione ancora più virtuosa, consentendo una rincorsa all'eccellenza tra territori. La sfida in questione coinvolgerebbe persino quelle aree meno favorite perché considerate periferiche, come alcune province italiane, con una serie di ricadute positive persino sulla vitalità demografica". Fondamentali l'etica e la governance

digitali, le quali richiedono accurate riflessioni. "Non basta incentivare la trasformazione digitale – spiegano – se non si introducono nel nuovo mondo ibrido regole di buona governabilità". Riservatezza dei dati e regolamentazione etica rappresentano pertanto le sfide del futuro. "Può essere considerato, per esempio, pregiudizievole un algoritmo di una compagnia assicurativa che stabilisce l'entità dei premi in misura diversa a seconda che il conducente sia un uomo o una donna? Potrebbe essere tracciato di pregiudizio un sistema di rating creditizio che dovesse respingere le richieste di finanziamento di una minoranza"?

Le risposte sono articolate. Solo dotandosi di un appropriato sistema di norme etiche sarà possibile sfruttare i vantaggi offerti da questo universo parallelo, scegliere la pillola rossa di Matrix, unire con consapevolezza la dimensione reale a quella digitale, solo apparentemente distinte, e scoprire "quanto è profonda la tana del Bianconiglio". (gt)



## Valorizzare le imprese made in Italy

Cosa, comunicare, come, dove, quando e perché. Per far crescere un'azienda trasformandola in un medium e sfruttando al meglio l'interesse naturale che ogni progetto innovativo genera nel pubblico. Insomma, la cassetta degli attrezzi per essere riconosciuti come veri portatori di innovazione comunicandola nel modo giusto, al momento giusto e nel posto giusto. È il cuore di *Comunicare innovazione e impresa*. Le regole del gioco per far parlare di sé del giornalista e imprenditore **Luca Barbieri**. (192 pp. Ayros Editore): un libro che, tra casi studio e consigli pratici, condensa dieci anni di esperienza professionale come consulente, a cavallo tra comunicazione e innovazione, capitalizzando gli insegnamenti che il metodo giornalistico può dare al mondo dell'impresa.

Al centro del volume la questione tempo. Perché scegliere il momento giusto per lanciare un prodotto, un'impresa o una startup è determinante per la riuscita di ogni strategia di innovazione. "Comunicare è fondamentale per essere riconosciuti tra i protagonisti dell'innovazione e far conoscere a tutti il proprio valore – spiega Barbieri. Ma prima di impostare qualunque strategia di comunicazione bisogna avere chiari gli obiettivi, una profonda comprensione del progetto e dei suoi potenziali sviluppi".

*Comunicare innovazione e impresa* si presenta infatti come un vero e proprio manuale per coordinare in un unico piano editoriale social network, giornali, piattaforme pubblicità, eventi, per dare a imprenditori, manager e comunicatori tecniche e consigli per valorizzare al meglio l'innovazione made in Italy.