Le proposte sul digitale della campagna elettorale. Crederci o no?

Vorticidigitali è una rubrica settimanale a cura di **@andrea_boscaro** promossa da **Key4biz** e **www.thevortex.it**. Per consultare gli articoli precedenti, **clicca qui**.
In campagna elettorale, si sa, le proposte spesso vengono avanzate più per ottenere un titolo sui giornali che per rappresentare dei veri e propri progetti.

L'idea avanzata da **Matteo Salvini** di creare un ministero dell'intelligenza artificiale e della digitalizzazione a Milano non deve però portare a sottacere istanze ed escludere risposte alle sfide aperte in questo settore: molti sono infatti i dossier che accoglieranno la prossima legislatura e il prossimo governo.

Fra questi, vi sono in primo luogo le tappe previste dal Progetto **"Italia digitale 2026**" che individua un programma di diffusione della banda ultra-larga nel rispetto delle richieste europee e le misure richieste dal "Programma PA Digitale 2026" che, sulla base del successo, in termini di diffusione e utilizzo, di strumenti di trasformazione digitale come **SPID, PagoPA e IO,** vuole favorirne ulteriormente l'uso e al contempo estenderne progressivamente l'adozione da parte degli Enti Locali e della Pubblica Amministrazione.

Se tali iniziative rientrano pienamente nel PNRR, un dossier che rimane aperto è quello legato al diritto d'autore e alla sfera di applicazione che questo ha online. Nel Dicembre 2021 infatti l'Italia ha recepito la **Direttiva UE** sul **Copyright** in una modalità che molti osservatori hanno ritenuto non coerente con il modello di determinazione e distribuzione dell'equo compenso approvato in sede comunitaria. Nella prossima

legislatura tale adozione richiederà un continuo monitoraggio e forse possibili correzioni perchè gli editori più piccoli e innovativi non risultino esclusi dai diritti maturati dall'impiego dei loro contenuti da parte delle piattaforme digitali.

La forte asimmetria che spesso vede contrapposte tali piattaforme e le aziende si traduce in molti casi nella limitata assistenza offerta, nell'opacità con cui le regole sono applicate e nei ritardi con cui le decisioni prese vengono implementate. Lo Sportello Platform-to-business individuato a livello comunitario e in Italia di competenza dell' Agcom è oggi uno strumento poco conosciuto, ma molto importante nel accrescere trasparenza ed efficienza nell'uso del digitale da parte, soprattutto, delle PMI. Dotare l'Agcom delle risorse adeguate a monitorarne il funzionamento è pertanto importante.

Con la nuova finanziaria da elaborare, discutere e approvare nei primi mesi della nuova legislatura, tali temi rischiano però di restare in ombra. Ecco perché merita segnalarli ed apprezzarne la rilevanza soprattutto perché la digitalizzazione di un territorio non passa solo da misure volte a stimolare la domanda di servizi digitali da parte delle imprese e delle organizzazioni, ma anche a dotare queste ultime delle competenze adeguate ad accompagnarle in un processo virtuoso di incremento della produttività e della competitività.

https://www.key4biz.it/le-proposte-sul-digitale-della-campagna-elettorale-crederci-o-no/415352/