



Del Fante: forte spinta dalle Poste per il digitale

LA STRATEGIA

ROMA Poste al servizio del Paese per diffondere la cultura digitale. «Sappiamo che non tutti gli italiani sono in grado di accedere ai servizi digitali della Pa» ha detto l'ad di Poste Italiane, Matteo Del Fante, nel suo intervento a ComoLake. «In questo senso - ha proseguito - ormai sei anni fa, la nostra intuizione è stata quella di pensare che siamo il soggetto più fisico del Paese, con 13 mila uffici e 35 mila operatori sul territorio, ma che dobbiamo diventare anche il soggetto che con le grandi competenze digitali necessarie può permettere di chiudere il più possibile il digital divide», ovvero permettere «la distribuzione più ampia di quel prodotto digitale che altrimenti non diventa un bene pubblico, perché non può arrivare a tutti gli italiani».

GLI OBIETTIVI

Una strategia chiara, portata avanti con energia. «La nostra volontà - ha chiarito Del Fante - è quella di aiutare il governo nel processo di digitalizzazione e mettere a disposizione i nostri asset, per portare avanti questo processo». «Un esempio - ha specificato il manager - è la distribuzione di Spid. Durante la pandemia lo abbiamo fatto gratuitamente, perché era un mezzo per tanti italiani per poter accedere ai vari bonus. All'azienda è costato 300 milioni di marchi ricavi, ma questo ha permesso a 36 milioni di italiani, di cui 28 gestiti da Poste, di poter accedere a un prodotto che era un bene pubblico, l'identità digitale». «Questo è il primo governo - ha sottolineato il sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega all'innovazione, Alessio Butti - che ha messo a disposizione risorse importanti per la trasformazione digitale».

Michele Di Branco

© RIPRODUZIONE RISERVATA

