



Alberto Daprà. A sinistra, l'ospedale Sant'Orsola di Bologna

E-HEALTH PROVE DI ALLEANZE (NON SOLO TECNOLOGICHE) TRA REGIONI

Padania sanitaria

Interconnessi i sistemi digitali di Lombardia, Emilia e Trentino

Non più solo e-health. La nuova frontiera della sanità elettronica ora è «l'interoperabilità dei sistemi digitali regionali». Fare network è la parola d'ordine. A partire dal fascicolo sanitario elettronico, quella specie di «cartella clinica virtuale» consultabile via web che in alcune regioni ha già raggiunto numeri da record. Solo in Lombardia si calcola che i fascicoli in rete siano quasi 6 milioni e i documenti clinici a portata di click per medici e assistiti alla fine di quest'anno saranno intorno ai 14 milioni. Per mettere a punto le nuove strategie organizzative e tecnologiche l'associazione delle società Ict in house delle regioni, Assinter, ha riunito gli esperti delle aziende hi-tech pubbliche che fanno da apripista: Lombardia informatica, l'emiliana Cup2000 e la Informatica trentina. Una punta di diamante dell'intero settore se si pensa che da sole gestiscono un business che va ben oltre i 300 milioni di euro, con la società lombarda a far da traino: soltanto il suo giro di affari raggiunge i 240 milioni. «Ma la Lombardia è anche la regione che ha investito di più nell'informatizzazione del sistema sociosanitario», sottolinea Alberto Daprà, vicepresidente di Lombardia informatica e numero uno di Assinter. «E per i prossimi cinque anni sono previsti stanziamenti che ammontano a 400 milioni di euro». Con due ricadute importanti. Innanzitutto quella sul fronte del risparmio. «L'indagine realizzata un paio di anni fa con il centro studi Cergas dell'Università Bocconi diceva che la sa-

nità digitale avrebbe generato nella sola Lombardia un taglio della spesa pari al 2-3%», spiega Daprà. «Numeri a dir poco interessanti se si pensa che la Lombardia sborsa per la sanità ogni anno oltre 17 miliardi di euro». Non solo. Bisogna mettere in conto anche le ricadute sul mercato. Effetto volano. «Mediamente la metà dei ricavi delle varie società Ict in house (circa 500 milioni) va a finire sotto forma di appalti alle aziende private dell'Ict», dice Daprà. Come la partita in ballo proprio in questi giorni. Una delle più grosse nel settore. Lombardia informatica ha lanciato una gara da 140 milioni di euro in quattro anni. Una parte consistente riguarda proprio lo sviluppo delle applicazioni per la sanità digitale.

Marco Persico

EDITORIA PARLA ROBERT JOLLIFFE (FT)

Giornali a pixel? Sono il volto nuovo della pubblicità

Più di 1 milione di sterline di raccolta pubblicitaria sull'iPad in pochi mesi. Per il *Financial Times*, bibbia color salmone compulsata da manager e imprenditori globali, la nuova tavoletta delle meraviglie è già un successo. «Ma è il risultato di un lungo percorso: abbiamo iniziato a lavorare su un'applicazione per iPhone due anni fa, poi abbiamo assecondato l'evoluzione verso l'iPad lanciata in primavera, convinti che il giornale si deve poter leggere su qualsiasi device. Dalla carta all'iPad». Robert Jolliffe, direttore vendite pubblicitarie dell'*Ft* per l'Europa parla con *il Mondo* del fenomeno iPad nella media industry.

Domanda. L'iPad allora scaccerà via la crisi dal mercato editoriale? Rupert Murdoch prepara per Natale il lancio di *The Daily*, primo quotidiano solo su iPad.

Risposta. Non nel breve periodo, perché l'iPad, come le altre tavolette, resta costoso, ma tra cinque anni o poco più, potrebbe farlo. Intanto, già oggi per noi è una straordinaria risorsa pubblicitaria. E, come dicono i numeri, un'ottima fonte di

IPAD 1

SEVERGNINI: COSÌ SI COSTRUISCE IL BESTSELLER 2010

«Libri su iPad? Altro che passione tecnologica, ormai è una questione commerciale». Beppe Severgnini, appena arrivato in libreria con il suo nuovo titolo *La pancia degli italiani. Berlusconi spiegato ai posteri* (Rizzoli), che sta scalando velocemente le classifiche, non ha dubbi: «Un volume da leggere in modo interattivo grazie all'iPad è molto più che uno sfizio per appassionati, è una leva di vendita forte». In 15 giorni il libro, infatti, ha venduto 90 mila copie cartacee e già oltre 10 mila su iPad, con l'applicazione «B. per i posteri» da scaricare gratis sullo store della Apple. Dalla stessa applicazione, dopo aver

sperimentato l'esperienza di lettura su una selezione di contenuti, il lettore può acquistare il libro completo a 9,99 euro (fino al 31 dicembre). È la prima edizione in Italia di un libro pensato per l'iPad. Previsioni sul futuro? «Prima o poi l'elettronico supererà la carta, ma per qualche anno ancora viaggeranno su binari paralleli», risponde Severgnini. «Anzi, per la precisione vedremo l'affermarsi di 3,5 soluzioni di lettura: il libro vecchio stile, quello formato iPad, quello in ePub da sfogliare con un eReader e gli audiolibri per lo 0,5 restante. Sì, credo che ci sarà spazio anche per i libri da ascoltare. A un patto, che a leggerli siano gli autori stessi». **E.R.**

