

Clima, energia e digitalizzazione: le sfide per la diplomazia economica 4.0. Intervista a Marco Alberti

di Alessandro Strozzi

25-01-2021

Questo contributo è tratto dal numero cartaceo 3/2020, dedicato al tema delle 'Piattaforme'. Questo contenuto è liberamente accessibile, altri sono leggibili solo agli abbonati nella sezione Pandora+. Per ricevere il numero cartaceo è possibile abbonarsi a Pandora Rivista con la formula sostenitore che comprende tutte le uscite del 2020 e del 2021. L'indice del numero è consultabile a questa pagina.

Nell'attuale contesto internazionale le imprese sono chiamate a confrontarsi con profondi mutamenti tecnologici, sociali e ambientali e a dotarsi di strumenti per leggere i processi geopolitici e monitorare nuovi rischi e minacce. Una necessità rafforzata in questi mesi segnati dalla pandemia. Abbiamo affrontato queste tematiche - a partire dalle attività di corporate diplomacy e dalla figura del corporate diplomat in un settore come quello dell'energia, cruciale per la competitività di un Paese e per la sua sicurezza - in questa intervista a Marco Alberti, diplomatico e Senior International Institutional Affairs Officer di Enel.

In questa fase di intenso cambiamento la transizione energetica è una delle più importanti questioni dell'agenda globale. Quali sono le linee principali della visione di Enel su questa trasformazione?

Marco Alberti: Un recente studio delle università di Leeds, di Edimburgo e dell'University College di Londra sostiene che dal 1994 ad oggi sono scomparse 28.000 miliardi di tonnellate di ghiaccio. Idealmente, per trasportare un solo miliardo di tonnellate di ghiaccio occorrerebbero 4.400 delle più grandi navi portacontainer del mondo. L'OMS denuncia circa 13 milioni di morti all'anno per cause climatiche, affermando come, a livello globale, il 23% di tutte le malattie sia riconducibile a fattori ambientali. Ricorderemo il 2019 come l'anno di Greta Thunberg, ma anche come quello che ha visto 1.288 amministrazioni pubbliche nel mondo dichiarare l'emergenza climatica. Il National Bureau of Economic Research USA ritiene che gli impatti del cambiamento climatico possano generare perdite monetarie maggiori rispetto alle crisi subite dal settore economico nel corso di tutta la storia. Per tutti questi motivi, siamo innanzi a una delle principali sfide di questo tempo. Forse la più urgente, perché non riguarda più soltanto l'agenda internazionale, ma la salute delle persone, la sicurezza dei Paesi e la competitività dei loro ecosistemi. Una sfida per tutta la comunità internazionale, impossibile da vincere senza la visione del pubblico e l'iniziativa del privato. Senza le risorse dell'uno e dell'altro. Il Green Deal europeo esprime bene questa consapevolezza e rappresenta un quadro di riferimento molto opportuno, tempestivo ed efficace. La transizione energetica richiede una governance progettuale di lungo periodo, chiara, nella quale i vari attori possano inserire il proprio progetto strategico. La strategia è scelta, sempre. E ogni scelta comporta un rischio. Il fatto è che oggi la realtà cambia troppo velocemente per essere semplicemente 'gestita'. Va 'anticipata'. Qualunque transizione, specialmente quella energetica, ci indica che vince chi riesce ad elaborare un progetto anticipatorio della realtà, adattando le proprie scelte ad un futuro immaginato fra i tanti possibili. È quanto ha fatto Enel, proponendo una Visione 2030, ovvero di lungo periodo, nella quale si innesta un Piano strategico 2021-2023, cioè un programma d'azione più immediato. De-carbonizzazione di tutta la catena del valore, elettrificazione del sistema e digitalizzazione sono

gli assi portanti della visione elaborata dal Gruppo. Per realizzarla, da oggi al 2030 Enel investirà 190 miliardi di euro, concentrati nella generazione da fonti rinnovabili, nella digitalizzazione delle reti elettriche e nella crescita dei servizi cosiddetti beyond commodity, cioè quelli all'utente finale, come la mobilità elettrica. Sostenibilità e innovazione, concepite come due facce della stessa medaglia, continueranno a guidare lo sviluppo del Gruppo, in Italia e nel mondo. Le rinnovabili, oggi, si affermano su base economica e l'innovazione tecnologica ne sostiene l'espansione. Se ci pensiamo, dai decreti Bersani del 1999 sono passati poco più di vent'anni; un tempo assai breve per il mondo dell'energia, ma un'era geologica se guardiamo a cosa è diventata Enel. Liberatasi dagli ultimi retaggi del vecchio monopolista, si sta trasformando in una platform company. Una utility open, veloce, digitale, innovativa, costruita come un ecosistema dell'energia in grado di avventurarsi in un mondo diverso da quello del passato. La scommessa del suo management è stata quella di puntare, prima di altri, su un modello vincente, che oggi vediamo realizzato e destinato a creare molto valore da qui in avanti. Ricordo solo un dato: in poco più di sei anni, la capitalizzazione di mercato di Enel si è raddoppiata, e - se consideriamo anche i dividendi distribuiti - nello stesso periodo il valore creato agli azionisti è stato superiore al 45%. Dati straordinari, soprattutto se comparati alle difficoltà nelle quali versano numerose altre aziende di settore. Tutto questo ha portato Enel ad essere leader mondiale nella generazione rinnovabile e nella distribuzione elettrica, seconda utility al mondo e prima in Europa per capitalizzazione di mercato. A mio avviso, un motivo di orgoglio anche per l'Italia e il suo intero Sistema Paese.

I grandi progetti tecnologici e industriali hanno connotazione transnazionale, sulla base di catene del valore globali e regionali. Come evolveranno le value chain nel settore energetico? Come si inserisce la diplomazia in questo processo?

Marco Alberti: Riscontro una certa fretta, oggi, nel dire che il Covid-19 determinerà un accorciamento delle catene del valore. Credo sia un'ipotesi concreta, ma è ancora presto per affermarlo con sicurezza. A me sembra che non sia possibile ridisegnare un mondo, o rilanciare l'economia globale all'indomani della pandemia, pensando di chiudersi in sé stessi. O, ancor peggio, di rallentare la globalizzazione e la trasformazione digitale. La pandemia ha mostrato una certa fragilità delle supply chain, in tutti i settori, anche in quello energetico. Una risposta possibile (e programmabile) è quella di cominciare a lavorare per renderle più resilienti, sostenibili e circolari, cosa che non coincide sempre con il loro accorciamento. Dal punto di vista di una grande azienda, ad esempio, si possono estendere i propri valori di tutela della salute, sicurezza, ambiente, diritti umani, etica a tutte le aziende della catena di fornitura, applicandoli con rigore e coerenza alla valutazione delle offerte. Integrare questi aspetti nelle supply chain significa generare valore e competitività, coniugando innovazione e sostenibilità. Al tempo stesso, significa accelerare la transizione verso modelli di business più inclusivi e sostenibili. In ogni caso, qualunque sia il profilo di globalizzazione che troveremo all'indomani della crisi Covid-19, l'internazionalizzazione e l'export, insieme all'innovazione e alla sostenibilità del modello di business, saranno leve indispensabili per rilanciare l'economia e sostenere la crescita dei suoi principali attori. Guardare a nuovi mercati, sia in termini di export che di investimenti diretti, si dimostrerà una scelta quasi obbligata per espandere il rilancio delle imprese. Internazionalizzazione e capacità di adattamento ai mercati, a loro volta, richiedono massicce dosi di innovazione, indispensabili per le successive fasi di sviluppo. L'Industria 4.0 ha una potenza trasformativa nuova e in parte ancora inesplorata. Il WEF sostiene che il 65% dei bambini di 6 anni farà un lavoro che oggi non esiste. Secondo IDC, da qui al 2024 il mercato dell'intelligenza artificiale crescerà ad un tasso medio annuo del 17,1%, con un aumento del fatturato del 90% in meno di 5 anni. Nei pochi minuti necessari a leggere questa intervista, Google avrà processato oltre dieci milioni di richieste in tutto il mondo e saranno partiti almeno un milione di tweet, forse più. Certamente tutto questo avrà un impatto sul modo di pensare e gestire la

diplomazia economica. Non si tratterà semplicemente di renderla più digitale, ma di modellare una vera e propria data diplomacy. In un mondo di confini porosi, piattaforme multi-attoriali e comunicazione pervasiva, il valore viene co-creato. Per tutti, e specialmente per una funzione pubblica esposta al rapporto con le imprese, diventa indispensabile aprirsi e interagire. «La rete diplomatico-consolare», si legge nel documento di lancio del Patto per l'Export italiano, «diviene la casa delle imprese italiane nel mondo, punto di riferimento strutturale per acquisire informazioni e dialogare con i mercati e le istituzioni locali». Dialogo e collaborazione, dunque. Apertura e interazione, espressioni tipiche della funzione diplomatica, oggi indispensabili per rilanciare il sistema economico ed elaborare un design 4.0 dei processi di promozione dell'Italia e di tutela dei suoi interessi. Un richiamo che valorizza la diplomazia economica, perché ne esalta la rilevanza strategica, attribuendole un ruolo, per così dire, di system integrator del Sistema Paese.

La corporate diplomacy consiste nello sviluppo della capacità politica, relazionale e sociale dell'azienda affinché possa integrarsi e svilupparsi positivamente nei rapporti con i Paesi in cui agisce. Si tratta di una sintesi innovativa tra relazioni internazionali e geopolitica da un lato e strategia aziendale e management dall'altro. Sarà questa la bussola futura delle multinazionali? Che ruolo svolge il cosiddetto corporate diplomat?

Marco Alberti: La corporate diplomacy non è una sintesi; semmai si tratta di una espansione delle attività aziendali. Più che una scelta, un bisogno. Potremmo definirla come una core competency di cui le imprese si stanno dotando con crescente convinzione, perché ne riconoscono l'utilità nella gestione delle proprie relazioni internazionali. Naturalmente, essa non riguarda solo il rapporto con i governi, ma include l'interazione con una serie più ampia di attori. Una trentina d'anni fa, Edward Luttwak introdusse il concetto di geo-economia, intuendo la crescente importanza dell'economia nella costruzione del potere globale, nonché il ruolo delle imprese, soprattutto se multinazionali. Oggi vediamo meglio la profondità del nesso fra geopolitica e business, specialmente nei settori altamente strategici, come l'energia. Il fatturato di Enel è maggiore del PIL di Paesi come Serbia e Bulgaria. Apple capitalizza due trilioni di dollari e la cinese State Grid of China, la principale Società distributrice di energia elettrica in Cina, impiega 2,2 milioni di dipendenti, un numero equivalente alla somma degli abitanti di Milano, Bologna e Firenze. Le multinazionali, pur essendo soggetti privi di sovranità nazionale, sono attori dotati di rilevante influenza nel great game delle relazioni internazionali. Questo protagonismo le ha spinte a strutturare una propria diplomazia corporativa, per interagire meglio con i governi, gestire i propri interessi transnazionali, sviluppare advocacy, definire con maggior precisione il rischio geopolitico, rispondere ad esigenze nuove. Tra queste, ad esempio, allineare l'attività all'Agenda 2030 Sviluppo e Sostenibilità delle Nazioni Unite; interagire con enti non economici, privi di sovranità ma dotati di grande influenza, come le ONG o le città globali; comunicare meglio con i clienti, che la digitalizzazione pone al centro dei modelli di business. Tutto ciò ha notevolmente ampliato il quadro relazionale delle imprese, chiamate a gestire uno stakeholder management molto diversificato rispetto al passato. Queste nuove attività sono l'oggetto del lavoro svolto dal corporate diplomat, una figura professionale sempre più richiesta. La sua rimane un'attività di supporto alle linee di business dell'azienda. Un aiuto a costruire rapporti più forti, consolidare il posizionamento internazionale, allineare le priorità della strategia alle dinamiche internazionali.

Il Presidente Wilson promosse gli Open covenants of peace tra Nazioni. Si tratta di una declinazione del concetto di open diplomacy, modalità negoziale contraddistinta da trasparenza e accountability. La diplomazia contemporanea ha fatto proprio questo approccio, oppure la segretezza è ancora protagonista dei negoziati internazionali? È configurabile una sintesi, un compromesso, tra segreto e trasparenza?

Marco Alberti: Oggi, a differenza di cent'anni fa, di veramente segreto c'è ben poco, perché i segreti sono molto difficili da custodire; ma ciò che è ritenuto degno di tale classifica, va tutelato con ogni possibile mezzo. La diplomazia tratta spesso materie delicate, in quanto direttamente connesse all'interesse nazionale. Per questo, nel suo perimetro, rientrano argomenti per i quali occorre ponderare il diritto di accesso e trasparenza con l'opposta esigenza di tutela della riservatezza. Tuttavia, mi pare che il rapporto fra le due sfere si sia invertito rispetto al passato. Oggi si sceglie cosa custodire, il resto viene comunicato. Dalla fine del secolo scorso abbiamo assistito ad un progressivo ampliamento dei confini oggettivi e soggettivi del diritto di accesso. Poi, grazie ai nuovi mezzi di comunicazione, le fonti aperte sono diventate sempre più importanti, in quanto ricchissime di dati. In ogni caso, l'antagonismo fra segretezza e trasparenza va sempre gestito con riferimento all'interesse nazionale, cioè ai contenuti di quanto si sceglie di comunicare, non agli strumenti a disposizione per farlo. Globalizzazione, digitalizzazione e nuovi media hanno reso le opinioni pubbliche molto più consapevoli delle strategie di politica estera, e influenti rispetto alle scelte effettuate dai rispettivi governi. Grazie ai social media, lo storytelling degli eventi internazionali tocca in misura crescente la quotidianità delle persone e le rende più partecipi; tuttavia, non può spingersi oltre il limite della tutela dell'interesse nazionale. La diplomazia, dal canto suo, non è tenuta a comunicare ogni dettaglio di ciò che fa, ma innanzi tutto cosa è. La sua funzione, il suo ruolo, le sue storie. Come interagisce con i diversi interlocutori creando valore pubblico. Una precisazione sul termine: l'open diplomacy wilsoniana era intesa come tendenza a informare maggiormente la pubblica opinione sulle trattative e sugli orientamenti di politica estera, prima di allora mantenuti nel segreto. Credo che oggi si possa introdurre, soprattutto nel campo della diplomazia economica, un altro concetto di open diplomacy, non legato agli aspetti della comunicazione, ma a quelli dell'innovazione. Mi riferisco, cioè, ad una modalità diversa di elaborazione delle idee in fase ascendente; una modalità di innovare e migliorare il metodo di lavoro diplomatico aprendosi al dialogo con le imprese e con altri attori, pubblici e privati, interagendo con loro per raccogliere stimoli, idee, soluzioni innovative. La diplomazia economica del futuro, per intenderci, potrebbe assomigliare a una piattaforma di open innovation, sulla quale costruire percorsi nuovi di promozione del Sistema Paese. Del resto, come sostiene l'Alto funzionario ONU, Staffan de Mistura, «In diplomazia la creatività è lo strumento più importante». Ha ragione.

Il settore dell'energia è uno di quelli più delicati e cruciali nei meccanismi internazionali di esercizio dell'influenza e nella determinazione degli equilibri di forza. L'energia incide sulla sicurezza del Paese ma anche sulla sua competitività. In che misura la transizione energetica potrà dar luogo a nuove rivalità e vulnerabilità geopolitiche?

Marco Alberti: Nel 2017 mi colpì un fatto: parlando al 19° Congresso del Partito Comunista Cinese, il presidente Xi Jinping usò per 89 volte la parola 'ambiente'. Secondo il Bloomberg New Energy Finance Outlook 2020, al 2050 il 56% della domanda globale di energia elettrica sarà generata da fonti eolica e solare, che - insieme alle batterie - assorbiranno l'80% degli oltre 15 trilioni di dollari investiti in nuova capacità. Quest'anno, non appena eletto e ancor prima di insediarsi, Biden ha nominato John Kerry inviato speciale per il clima. L'Europa, dal canto suo, ha scommesso il proprio futuro, e buona parte del suo peso strategico nel mondo, sul Green Deal, mentre la Cina ha dichiarato l'impegno ad essere carbon neutral al 2060. La sostenibilità ambientale e la questione energetica sono due facce della stessa medaglia. Poiché, tuttavia, l'energia è connaturata al potere, alla sicurezza, all'indipendenza e alla prosperità degli Stati, ne consegue che il nesso energia-ambiente rappresenta uno degli assi portanti del nuovo sistema di relazioni internazionali, articolato sullo smart power, nel quale digitalizzazione, de-carbonizzazione ed elettrificazione avranno rilevanza centrale. Se questo è vero, è impensabile che il nuovo paradigma non abbia anche ripercussioni geopolitiche, essendo basato su fonti abbondanti e rinnovabili, distribuzione

diffusa e digitalizzata, economie di scala laterali e non verticali, più capitale sociale e meno finanziario, oltre che sullo sviluppo di nuovi business. Un modello non solo diverso, ma per certi versi opposto a quello che ha sostenuto la geopolitica dei combustibili fossili. In altra sede ho sostenuto che ogni transizione energetica è sempre - in qualche modo - frutto di un'accelerazione tecnologica e produce inevitabili conseguenze politiche, economico-sociali e geopolitiche. Fu così nel passaggio dal legno al carbone e da quest'ultimo al petrolio e al gas. Sta avvenendo anche oggi con le rinnovabili, alla base di un paradigma produzione-consumo decentralizzato, digitalizzato e sostenibile. Certamente non si tratterà di un salto improvviso; avremo un tempo di passaggio nel quale i policy maker potranno accompagnare i rispettivi sistemi economici verso un modello nuovo. Quel tempo, però, è adesso. Rispetto alle precedenti, infatti, la transizione energetica 4.0 è molto più veloce, e dunque meno 'clemente' nel determinare vincitori e vinti. Non possiamo permetterci che la transizione energetica destabilizzi Paesi o intere aree geografiche, ancora fortemente dipendenti dagli idrocarburi. All'opposto, non possiamo far finta di niente. Le rinnovabili disarticolano e riformulano i nessi strutturali sui quali si è fondata la geopolitica degli idrocarburi, e rendono l'energia meno strumentale alla politica di potenza degli Stati. Ne dovremo tener conto se, anche da questo punto di vista, vogliamo rendere la transizione energetica non solo fast, ma anche just, e se desideriamo creare un'alleanza di principio, ma anche di convenienza, tra mondo industriale e obiettivi dell'Agenda 2030.

Maggiori livelli di digitalizzazione e di interdipendenza possono comportare nuove minacce globali alla sicurezza. Difatti, l'informatizzazione di infrastrutture critiche come piattaforme petrolifere e oleodotti, raffinerie e centrali nucleari, ma anche reti elettriche genera nuove, potenziali vulnerabilità. Il mondo deve aspettarsi un aumento della conflittualità in campo cibernetico?

Marco Alberti: Le nuove tecnologie definiscono un terreno di confronto geopolitico e geo-economico del tutto inedito. Potremmo dire che la connettività digitale è il nuovo battleground. Il 5G, per fare un esempio, non è semplicemente un 4G più veloce, o un insieme di opportunità di business, ma l'infrastruttura necessaria per far funzionare l'ecosistema dell'Internet of Things, con tutte le implicazioni strategiche che ciò comporta. Ne consegue che anche la geopolitica, per dirla con Parag Khanna, diventa meno 'territoriale' e più 'funzionale', meno articolata sui territori e più sulle infrastrutture. Poiché queste ultime sono sempre più digitalizzate, lì si avrà il vero scontro di potere. La geo-economia del futuro sarà fatta di bit e di Big Data, ma anche di materia e di connessioni. Di cloud e di etere, ma anche di cavi sottomarini, cioè di infrastrutture materiali che poggiano sul fondo degli oceani. Un mondo digitale e fisico allo stesso tempo, quindi. Un campo d'azione al quale la diplomazia, e specialmente quella economica, non può rimanere estranea. Come è stato giustamente rilevato, infatti, gli Stati non puntano più a conquistare territori, ma a territorializzare il cyberspazio, cioè a dominarlo, controllandone porzioni fisiche e virtuali sempre più rilevanti. In questa nuova dimensione, il concetto di smart power, elaborato da Nye jr., evolve rapidamente verso quello di sharp power, cioè verso una forma di cyber-potere politico, economico e militare in grado di penetrare le dinamiche organizzative dello Stato. L'energia non è esclusa da questa evoluzione. Anzi, è uno dei settori più delicati nei quali - oltre alle opportunità - si concretizzano anche alcune pericolose minacce. Rendere il mondo più sostenibile, ad esempio, significa elettrificarlo, ma ciò, a sua volta, comporta elevati livelli di digitalizzazione, che generano nuove fragilità nel sistema. Poiché non si può fermare il processo, occorre lavorare molto sulla cyber security. Tertium non datur.

La dipendenza energetica è motivo di grande preoccupazione per molti Paesi. La sicurezza dell'approvvigionamento è una delle principali questioni dell'agenda politica dell'Unione Europea e di molti dei suoi Stati membri. Le energie rinnovabili possono alleviare queste preoccupazioni?

Marco Alberti: L'Europa è un continente povero di idrocarburi. La sua dipendenza dalle importazioni, in particolare di petrolio e di gas naturale, è da sempre al centro delle preoccupazioni sulla sicurezza energetica. Per decenni, lo abbiamo affrontato principalmente con la diversificazione delle rotte, dei fornitori e delle tipologie di idrocarburi. Il problema dell'approvvigionamento, fra l'altro, si collega ad altri, non meno delicati, come i prezzi volatili delle materie prime energetiche, i rischi per la sicurezza nei Paesi di produzione e di transito, le crescenti minacce poste dai cambiamenti climatici. Le energie rinnovabili, compreso l'idrogeno verde, possono giocare un ruolo decisivo nel dare una risposta al problema della dipendenza e a quelli ad esso collegati. Il trend è segnato e gli obiettivi sono chiari, ma il cammino è lungo e non privo di ostacoli. Da questo punto di vista, credo che il Green Deal potrà sprigionare tutta la sua forza innovativa se la UE lo concepirà non come lo strumento per trasformare sé stessa in un club esclusivo o in una specie di fortezza ecosostenibile, ma come l'occasione per collaborare con i partner internazionali e migliorare gli standard ambientali globali, investire in tecnologie rispettose dell'ambiente, sostenere l'industria dell'innovazione, per de-carbonizzare non solo all'interno dei propri confini, ma anche al di fuori, cooperando con i Paesi più vulnerabili alla transizione.

L'esponenziale innovazione tecnologica proietta il mondo nell'era della dromocrazia, del potere basato sulla velocità. Come cambiano le dinamiche dell'informazione? Come si adatta la diplomazia?

Marco Alberti: La mia impressione è che la cifra di questa epoca non sia tanto la velocità, ma l'accelerazione. Ogni fase storica, se ci pensiamo, è segnata da una maggiore velocità operativa rispetto a quella precedente; il nostro tempo, invece, si caratterizza per accelerazioni esponenziali. Il costo di produzione di energia elettrica da solare fotovoltaico, ad esempio, si è ridotto di 9 volte in dieci anni. Dal 2018 al 2019 il mercato mondiale dell'intelligenza artificiale è cresciuto del 62% rispetto al 2018, mentre l'anno precedente era cresciuto del 70%. Potremmo continuare con tanti esempi. Il punto è che la creazione di valore, e in un certo modo anche l'accumulazione di potere, derivano non soltanto dalla capacità di andare veloci, ma ancor di più da quella di tenere il passo delle accelerazioni esponenziali, in tutti gli ambiti e in tutti i settori, privati ma anche pubblici. Per questo, a mio avviso, l' 'oro' del futuro non sarà prima di tutto l'efficienza, ma la flessibilità. La capacità di adattarsi e reinventarsi è una soft skill indispensabile per il manager del futuro, pubblico o privato che sia. Il mondo della comunicazione è certamente uno di quelli più sensibili a questo fenomeno. Al suo interno, l'accelerazione tecnologica, che ha portato la nascita dei social media, ha radicalmente trasformato non solo lo strumento, ma il modello stesso di comunicazione. Per aziende, organizzazioni pubbliche, testate giornalistiche, individui, oggi non si tratta semplicemente di avere la versione online di sé stessi, ma piuttosto di adattarsi velocemente all'idea che la 'comunicazione' è diventata una 'conversazione'. Un flusso bidirezionale. In tal senso, i social media hanno cambiato (credo per sempre) la relazione fra azienda e consumatore e fra politico e cittadino. Fra l'altro, la possibilità di scegliere le fonti di informazione più vicine alla propria visione del mondo, o i media più interessanti per trasmettere il proprio messaggio, consentono alle persone di costruirsi un rapporto diverso con la realtà. La potenza dei nuovi strumenti, e la loro capacità virale di trasmettere messaggi, si sfrutta al meglio quando si impara ad usarli con un mindset adatto allo strumento scelto, non semplicemente adattando strumenti nuovi all'approccio mentale di prima. Infatti, non a caso, Lei mi chiede come si adatta la diplomazia, non come adattiamo questo mondo alla diplomazia. Oggi le persone acquisiscono dati e informazioni, ma soprattutto cercano e scambiano storie, interagendo costantemente. In un certo senso, potremmo dire che lo storytelling divora la notizia. Penso che l'influenza si crei a questo livello, cioè non più solo gestendo informazioni, che - pur restando importanti - stanno trasformandosi in una commodity, ma anche scambiando conoscenza e narrando storie, e soprattutto distinguendo la verità dei fatti dal fake.

Secondo un recente sondaggio IPSOS, l'86% delle persone nel mondo ritiene di essere stata esposta a fake news. Probabilmente sono anche di più. Fra queste, certamente anche attori influenti, policy maker, protagonisti dell'informazione. La diplomazia, in generale, non ha mai comunicato molto di sé. Da sempre, ha custodito segreti. Nell'immaginario collettivo, ne è quasi diventata sinonimo. Anche per questo è così difficile metabolizzare il concetto di open diplomacy. Tuttavia, se fino a qualche anno fa limitare la comunicazione era un modo necessario per tutelare certe prerogative delle funzioni pubbliche, d'improvviso comunicare significa esistere. Cogliendo questi stimoli, mi pare che la diplomazia abbia iniziato ad avvalersi anche di una comunicazione più disintermediata, compiendo una notevole accelerazione. Ogni forma di potere, o di esercizio del potere, ha bisogno di narrazioni contemporanee, che ne legittimino il senso. Vale anche in diplomazia. La classica comunicazione unidirezionale, tipica delle antiche cancellerie, si sta quindi aprendo velocemente ad un modello multimediale, caratterizzato da un uso integrato dei social media e dei network comunicativi con i canali più istituzionali. I dati sono abbastanza incoraggianti. I diplomatici sono sempre più attivi sulle varie piattaforme e la loro tradizionale comunicazione di tipo push oggi si arricchisce di un'interazione più efficace. Oltre 190 Paesi sono presenti su Twitter, e più di 4.000 ambasciate o ambasciatori gestiscono un account sui social media.