

N° 1  
2009

GeoEye - CNN

Rivista bimestrale - anno 13 - Numero 1/09 - Sped. in abb. postale 70% - Filiale di Roma

# GEO MEDIA

La prima rivista italiana di geomatica e geografia intelligente

► Il settore pubblico  
tra geomatica e web 2.0

► Percezione e intenzione  
d'utilizzo dei GIS nella PA

► ArcGIS, quale database spaziale?

► Valutare le potenzialità  
fotovoltaiche in ambiente GIS

► GOCE: l'ora della verità

[www.rivistageomeia.it](http://www.rivistageomeia.it)

# Le profonde ragioni di una crisi annunciata

di Fulvio Bernardini

La notizia è che la De Agostini, storica firma della cartografia italiana, sta attraversando un periodo di crisi profondissimo. I primi a farne le spese sono stati i dipendenti, che hanno visto concretizzarsi una paura che da tempo era nell'aria. Le ragioni di tutto ciò sono da imputare ad errate scelte aziendali, certo, ma anche ad un mercato che purtroppo ha stravolto l'idea stessa di cartografia.

**E'** abbastanza recente la notizia che il gruppo editoriale De Agostini sta attraversando una crisi profondissima, forse la peggiore che ricordi nella sua storia ormai ultra centenaria.

Pietro Boroli, presidente del gruppo, ha reso noto in una lettera che il periodo nero in casa De Agostini è figlio delle difficoltà che tutto il settore dell'editoria sta vivendo in questi anni. Nel caso particolare della società novarese, uno dei comparti maggiormente colpiti è proprio quello della cartografia, quello che ha reso la De Agostini famosa in tutto il mondo.

Questa situazione ha avuto dirette ripercussioni sull'occupazione: negli ultimi tempi, sono stati annunciati 237 esuberi, di cui 147 solo a Novara. Il ridimensionamento globale delle attività dell'azienda nasce da scelte interne errate, ma non solo.

L'ingente investimento operato da De Agostini nel promuovere le innovazioni dedicate alla cartografia stradale è stato l'errore principale che – ammette Boroli – ha portato la società verso il declino. La concorrenza in questo settore è spietata e, soprattutto, globale; forse bisognava smettere di puntare in questa direzione già cinque anni fa.

D'altra parte, è anche vero che l'avanzata della neo-geografia – che anche noi di GEOmedia non abbiamo mai smesso di osannare pur mettendone in luce i difetti – ha inghiottito tutto e tutti, anche chi, come la De Agostini, della geografia e della cartografia ha sempre fatto un'arte e un'eccellenza.

Cosa è cambiato? Si tratta, come molti dicono, solamente della naturale evoluzione delle cose?

Credo di no. Si legge, in questa situazione di crisi, qualcosa di molto più profondo. Si nota il trionfo di un mercato globalizzato che riesce a fornire ai propri utenti

soddisfazioni ancor prima di avere bisogni; a ben vedere, è proprio quello che è successo con Google, che da molti è stata indicata come la causa di questa crisi.

Se infatti, per quanto riguarda la cartografia stradale, l'abbassamento dei prezzi dei navigatori oltre ad una cartografia digitale sempre più dettagliata

avrebbe dovuto segnare necessariamente la fine dell'epoca delle carte ripiegate nei tasconi laterali degli sportelli, ragionando in termini di cultura geografica, di know how, di tradizione, la cartografia digitale offerta dal gigante americano ha avuto degli effetti devastanti. Dalle prime applicazioni della cartografia digitale in ambito GIS, per i vent'anni successivi si è cercata di sottolineare l'importanza della geografia per la società; l'avvento di Google ha fatto in modo che chiunque parlasse della questione. Sfruttando le potenzialità della rete, la società americana ha di fatto associato una componente geografica ai vari contenuti e servizi presenti in internet. Tale componente è stata poi acquistata a suon di milioni dai grandi player della cartografia digitale, gli stessi che stanno facendo sparire le carte stradali. In questo modo, una volta alfabetizzato l'utente, è nato Google Earth.

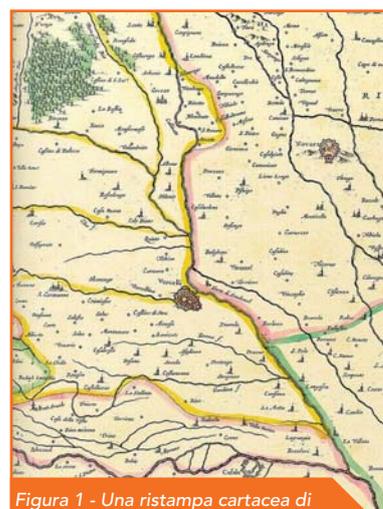


Figura 1 - Una ristampa cartacea di De Agostini di una carta del '600.

**DeAGOSTINI®**

Figura 2 - L'interfaccia di Google Earth.



# Google™

A quel punto la competizione in sostanza si è spostata: dal dualismo cartografia tradizionale contro

cartografia digitale (tipica dell'era dei GIS) si è ora passati al confronto tra i sostenitori dei GIS e le applicazioni di Google, che di fatto sta fagocitando anche il mercato dei sistemi informativi. Conosciamo le funzionalità di Google Earth ed assistiamo costantemente ai vari aggiornamenti del motore cartografico del sistema (ultimo dei quali Google Ocean). Il passo per sviluppare anche funzionalità avanzate, come quelle di analisi delle informazioni territoriali, non è poi così breve.

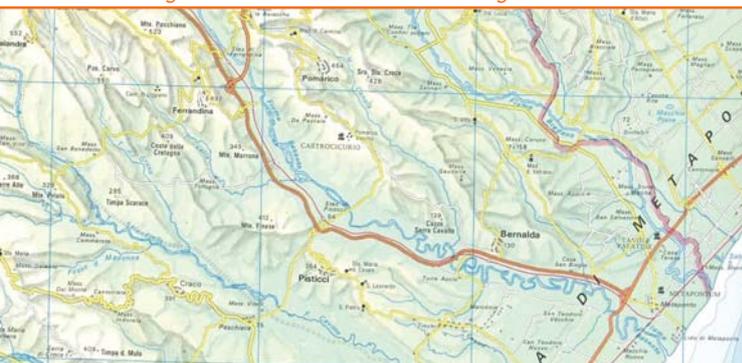
Non vi è, in questa competizione, spazio per una vecchia concezione della cartografia. E questo dispiace, nonostante i molti aspetti positivi che le nuove tecnologie possono sicuramente apportare.

Con la sospensione della produzione cartografica di De Agostini si rischia di perdere qualcosa di importante. In più di cento anni di storia, l'Istituto Geografico De Agostini ha vissuto molti cambiamenti e molte crisi. E così è stato per molte delle organizzazioni, degli enti e delle aziende attive in questo affascinante mondo.

Ogni evoluzione tecnologica ha comportato una riprogettazione delle figure professionali attive nel processo di produzione cartografica. Dalla pietra di incisione alla cartografia con pellicole, fino ad arrivare alla cartografia digitale, prima della consultazione di una carta si guardava spesso dove era stata prodotta, come garanzia della sua affidabilità.

Tutto questo si sta perdendo e ciò implica una grande riorganizzazione; De Agostini ha scelto di puntare

Figura 3 - Uno stralcio di un atlante De Agostini



sui mercati dei quali ancora detiene il primato, ovvero quello degli atlanti e delle carte, soprattutto per utilizzo scolastico.

Con questo pensiero, che molto può ricordare la disputa tra *apocalittici* e *integrati* di echiata memoria, non intendo criticare *tout court* le dinamiche di diffusione della cultura geografica nell'era di internet: sarebbe assurdo farlo. Dal mio punto di vista, uno dei grandi pregi delle piattaforme geografiche proposte da Google, oltre al loro continuo aggiornamento, è quella che potrei definire come una specie di *democratizzazione geografica*. L'accesso dell'utente alla fase di produzione cartografica (personalizzando le mappe), ha dei limiti, ma anche una portata informativa gigantesca. Un concreto utilizzo di Google Earth non è ancora ben definito, ma sono sicuro che la strada per ottenerlo è breve.

E' pur vero che, in maniera forse romantica, l'impatto che una carta geografica dispiegata su un tavolo è in grado di dare, non ha confronti con la sua visualizzazione su schermo.

Mi è capitato di visitare, per la stesura di un articolo di GEOmedia, la biblioteca della Società Geografica Italiana in Villa Celimontana, a Roma. Il numero di mappe, anche molto datate, è impressionante come peraltro la loro bellezza. Antichi cartografi hanno tracciato i confini di paesi che all'epoca erano quasi sconosciuti. I loro appunti, le simbologie utilizzate, i toponimi, tutto rimanda ad epoche in cui le carte erano l'unico occhio su un mondo ancora da esplorare. Si riesce a capire molto di un'epoca storica solo analizzando le simbologie cartografiche, ossia la loro *funzione retorica*.

La speranza è che questa idea di cartografia non muoia. Anche le produzioni cartografiche di De Agostini sono più che standardizzate, ma lasciano comunque una sorta di calore che una carta digitale, purtroppo, ancora non può fornire. **G**

## Abstract

### The heavy reasons of an announced crisis

De Agostini, an important player in the Italian cartographic sector, recently came under severe financial pressure, jeopardising the future of its employees. The mismanagement and wrong choice of policies in addition to the extreme changes occurred in the fundamental concepts of cartography, were the main cause of this downfall.

## Autore

FULVIO BERNARDINI  
fbernardini@rivistageoedia.it