

 L'analisi

Ma il problema principale è la domanda che non c'è

**Per farla crescere burocrazia online e misure fiscali pro ecommerce**

DI EDOARDO SEGANTINI

Come si capisce dall'articolo di Marco Gasperetti, l'offerta di «superbanda», presupposto fisico di Internet veloce, procede con i piedi di piombo. Siamo cioè lontani dal «sogno asiatico», ovvero dalla forte spinta del Giappone, che già da anni stende fibra ottica con la stessa determinazione con cui, dopo la guerra, stendeva cavi elettrici e asfalto nelle strade distrutte dalle bombe.

Come spiega il capo della super authority europea nell'intervista a pagina 3, non è infatti il Big Bang quello a cui stiamo assistendo e a cui assisteremo in Europa, ma piuttosto un'innovazione selettiva e graduale, che crescerà passo passo con il crescere parallelo della domanda. Non prima.

Quest'ultimo è il punto vero della questione. Diversamente da altri Paesi, l'Italia non ha sviluppato, fino ad ora, una decisa e convincente politica per la domanda. E perché dovrebbe? Obietterà qualcuno temendo sia recata offesa al libero mercato. In realtà potrebbe, come del resto hanno fatto Paesi come la Gran Bretagna, che quanto a libero mercato non sono proprio le ultime

della classe.

Un modo — efficace anche se non da enfatizzare — sarebbe quello di trasferire su Internet buona parte dei servizi al cittadino forniti dalla burocrazia, come propone [Confindustria Digitale](#). Sarebbe un modo di accelerare la modernizzazione del Paese e contemporaneamente di far risparmiare soldi allo Stato. Purtroppo, malgrado i miglioramenti realizzati negli ultimi anni nella disponibilità e nella qualità, l'uso dei servizi pubblici online da parte degli italiani rimane il più basso d'Europa, il 22% contro una media del 41%.

Un altro è quello di favorire il commercio elettronico (dove pure siamo agli ultimi posti in Europa per mancanza sia di domanda che di offerta) anche per mezzo di opportune misure fiscali e di sicurezza che ne facilitino la diffusione al di fuori degli strati di popolazione che hanno più confidenza con la tecnologia. Il boom di smartphone e tablet (in cui al contrario l'Italia primeggia) dovrebbe aiutare.

twitter@SegantiniE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

