

[IL CASO]

Agenda digitale Passera senza Rete

Liberalizzazioni e Internet sul digitale il governo ha un'agenda senza Rete

L'ONLINE IN GRAN BRETAGNA VALE IL 7% DEL PIL, DA NOI IL 2%. L'AGCOM HA PREPARATO UNA ROAD MAP PER FARLO DECOLLARE ANCHE IN ITALIA E CONFINDUSTRIA STA PER FARE LO STESSO. MA PER ORA DA PALAZZO CHIGI I SEGNALI SONO SCARSI. EPPURE È UNA PARTITA DA 100 MILIARDI

Stefano Carli

Quanti punti di Pil valgono i taxi? E quanti le settemila nuove farmacie previste dal decreto liberalizzazioni? Non si sa. È difficile calcolare certi valori. Più facile prevedere l'impatto del taglio della bolletta energetica delle imprese frutto della separazione della rete del gas dal monopolista Eni. Ma ci sono dei numeri che invece si conoscono benissimo e sono quelli sul valore di Internet come produttore di ricchezza.

In Gran Bretagna Internet vale il 7% del Pil. In Italia valeva l'1,9% nel 2009 e il 2% nel 2010. Non risulta che nel 2011 il web made in Italy abbia registrato un'impennata. E questo vuol dire che da noi mancano all'appello circa 5 punti di Pil. Spannometricamente è più o meno quanto l'evasione fiscale, oltre i 100 miliardi di euro. Ma almeno l'Agenzia delle entrate almeno organizza i blitz tra Cortina e via Condotti. Sul fronte della modernizzazione tecnologica dell'economia e della società italiana invece tutto tace. E anche nel decreto Liberalizzazioni, a parte un fugace accenno alla scatola nera sulle auto per abbassare il costo delle polizze assicurative e la sospensione del Beauty Contest, non ce n'è traccia.

Eppure Internet può, anzi deve, essere la madre di tutte le liberalizzazioni.

Le condizioni per imprimere una svolta in questo senso ci sono: L'AgCom ha appena stilato i punti irrinunciabili di un'agenda digitale italiana. Anche le imprese si muovono. La nuova associazione Confindustria Digitale lancerà nei prossimi giorni

un palinsesto dettagliato di iniziative da intraprendere subito. «Non chiediamo soldi — scandisce Stefano Parisi, numero uno di Confindustria digitale — sono interventi a costo zero che possono essere adottati in fretta e che si potrebbero varare in poche settimane. Le aziende italiane dell'Ict si propongono come partner del governo e delle Regioni per far crescere l'economia digitale come leva di sviluppo. Bisogna però individuare una responsabilità nell'ambito del governo per l'Agenda Digitale. Ma non può essere una figura di secondo piano. Deve esserci un forte input politico, altrimenti non si va da nessuna parte. Così come in commissione Ue è la vicepresidente Neelie Kroes che ha il coordinamento dell'Agenda Digitale, negli Usa, nel 1993 fu Al Gore e oggi è lo stesso presidente Obama a lanciare il progetto Startup America, un mega piano di incentivo alla nascita di nuove imprese innovative in ogni settore dell'economia».

Un primo segnale era già atteso all'interno del decreto liberalizzazioni di venerdì scorso. Le premesse c'erano. Già prima di Natale dopo contatti informali tra Corrado Passera e il presidente dell'AgCom Corrado Calabrò, il direttore generale dell'Autorità per le Comunicazioni, Roberto Viola, si era messo al lavoro per stilare l'ossatura di quella che dovrà diventare l'agenda digitale italiana. Un lavoro rapido, un testo di una quindicina di cartelle che non si perde in tecnicismi ma punta a elencare tutto quello che può servire subito e anche qualcosa in più.

Il punto di partenza è in due cifre. La prima, quella già citata della bassa quota di Pil prodotta da Internet in Italia. La seconda

quella sull'analfabetismo digitale italiano, stimabile nel 40%.

Gli italiani non usano Internet, le aziende non usano Internet. Come se ne esce? Le cose da fare sono moltissime. E la maggior parte di queste sono avviabili con pochi tratti di penna dell'esecutivo e neanche sempre del Parlamento.

Ma è importante anche la premessa di questo lavoro: dappertutto Internet si è imposta in virtù dei risparmi che produce — è l'esplicito commento che si può raccogliere in AgCom — risparmi in termini di tempo e di denaro, prima ancora che per la maggiore produttività. E allora perché in Italia nella maggior parte dei casi la Rete è percepita come un costo? come un servizio in più da pagare a parte?

Gli esempi di questa distorsione sono infiniti. Chi facesse una visura catastale online deve come prima cosa pagare 7 euro e alla fine di una procedura pure abbastanza lunga e complicata si troverà davanti una schermata che lo avverte che i dati che ha così ottenuto non hanno valore legale: uno spreco di tempo e soldi. Ancora: perché il bollettino postale pagato online costa di più che andando di persona alla posta? Perché l'home banking, che fa anche risparmiare le banche, viene spesso fatto pagare a parte e in più agli utenti?



Si arriva anche a situazioni paradossali: per esempio, risulta che gli italiani sono a livello europeo quanto a utilizzo di Internet per ottenere informazioni sulla Pubblica Amministrazione. Ma poi sono agli ultimi posti quanto a pratiche avviate e concluse online semplicemente perché questo non è possibile.

E poi c'è il problema della marca da bollo: se alla fine devo comunque acquistarne una e applicarla su un foglio stampato e consegnarlo fisicamente, il vantaggio finisce. Eppure non sarebbe difficile ideare delle marche da bollo telematiche, da pagare online. E soprattutto incentivarne l'uso. Allo stesso modo, perché dobbiamo ancora mantenere l'esclusiva delle Poste per la notifica degli atti ufficiali?

Ecco, il monopolio delle Poste, quello del Poligrafico dello Stato per la produzione e distribuzione delle marche da bollo, sono altrettante liberalizzazioni che non sono certo meno importanti di taxi e farmacie, fanno notare in AgCom.

Gli stessi blitz antievasione della Finanza offrono materia di riflessione. C'è un'enorme quantità di dati in possesso della Pa. E esiste anche un progetto per metterli in rete. Si chiama "Un'App per l'Italia" e dispone che tutti gli enti pubblici rendano accessibili i loro dati online. Se funzionasse non ci sarebbe bisogno di blitz, si

potrebbe controllare tutto online. Senza contare che si aprirebbe un nuovo enorme mercato di applicazioni, servizi al cittadino e alle imprese che molto di utile potrebbero trarre da quelle informazioni (catasto, territorio, ambiente) sia dal punto di vista della trasparenza amministrativa che dell'economia. Ma solo 3 regioni hanno e solo in parte aderito al progetto. Perché? Ma perché non c'è per loro nessuno obbligo di farlo. E imporlo richiederebbe una legge di poche righe.

Tutto questo spiega in gran parte anche la stranezza italiana di essere l'unico paese al mondo in cui le linee a banda larga fissa stanno diminuendo. La spiegazione è chiara e trova conferme anche all'interno dell'Authority: se Internet serve solo per la posta elettronica, per i social network e un po' di navigazione, basta anche la poca banda larga mobile che c'è oggi (o poco più). Ma provate a fare un bonifico con il cellulare: allora sì che tutti si accorgeranno che l'Adsl è insostituibile. L'Authority si trova dunque sulla stessa linea di Confindustria Digitale: i nuovi servizi devono precedere le infrastrutture e non il contrario. E almeno questo è un punto fermo.

Poi, però, man mano che si crea la domanda, l'offerta di infrastrutture deve seguire rapida-

mente. Se no, si creano fenomeni che portano in direzione opposta. Come nel caso del censimento, lo scorso autunno: il sito dell'Istat incapace di sostenere le richieste di quanti volevano sbrigare la pratica online.

Nell'agenda dell'Agcom ci sono poi altre proposte, dalla possibilità di indirizzare a Internet l'8 per mille dell'Irpef che i contribuenti devolvono allo Stato alle misure agevolative per l'Iva, dal rivedere i vincoli di esclusiva nella distribuzione commerciale all'obbligo per le tv di ospitare spot per promuovere l'uso della Rete, tipo Pubblicità progresso, ma il cuore del problema è qui: le liberalizzazioni nel mondo digitale. C'è infatti chi, come Stefano Parisi, rilancia in continuazione la parola d'ordine dello switch off: sì esattamente come nel mondo della tv. Il passaggio dall'analogico al digitale ha bloccato in pochi mesi, un settore paralizzato da tre decenni di duopolio Rai-set che sembrava eterno. La stessa rivoluzione può avvenire anche qui. Basterebbe poco, anche solo avviarla e anche qui il cambiamento diverrebbe potente e radicale come una valanga e farebbe venire alla luce sacche di inefficienza, di sprechi, di privilegi e di piccoli monopoli che messi assieme costano miliardi. Ma è proprio questo avvio che nessuno sembra volersi prendere la responsabilità di dare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[IL CASO]

Auditel e operatori di palazzo nel mirino dell'Authority

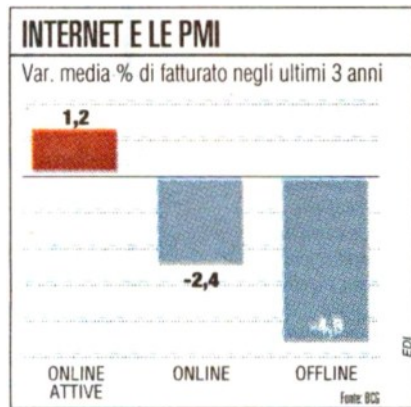
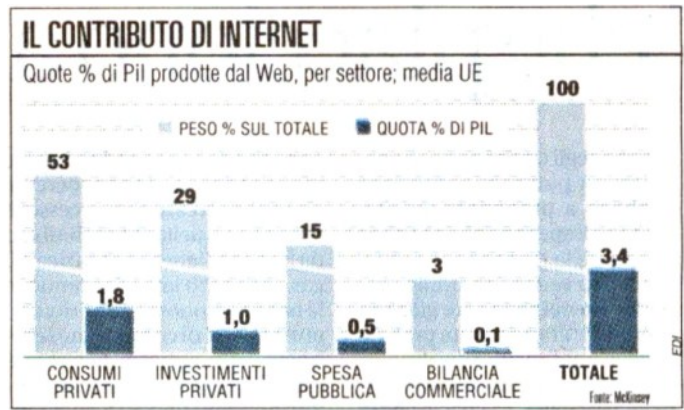
Sarà stata la fretta o la voglia di sfruttare l'occasione per mettere più carne al fuoco possibile, ma il documento di AgCom tocca anche dei punti meno consonanti con l'obiettivo di dare indicazioni rapide e rapidamente attuabili. Uno è addirittura oggetto di un contenzioso finito anche davanti al Tar e riguarda la struttura dell'Auditel e in generale la tipologia delle rilevazioni degli ascolti dei contenuti media (non si può più parlare solo di tv vista la crescente incidenza degli streaming online dei contenuti video, anche di quelli trasmessi originariamente in tv). Mentre è invece più propriamente oggetto di regolamentazione, ossia uno dei compiti specifici della stessa Autorità, il passaggio in cui si ipotizza la possibilità di creare la figura dell'operatore telefonico di palazzo per favorire la diffusione di cablaggi in fibra coinvolgendo gli stessi condomini delle maggiori città.



Il ministro allo Sviluppo Economico **Corrado Passera**



Qui sopra, **Corrado Calabrò** (1) presidente dell'Autorità per le Comunicazioni, **Stefano Parisi** (2) presidente di Confindustria Digitale che rappresenta tutte le aziende dell'Ict italiano



Il ministro
Corrado Passera