

L'INTERVISTA / FRANCESCO SACCO

ABBIAMO UNA SOLA SCELTA: FARE COME LE RANE

Eppur si muove: dopo tante false partenze il tema dell'Agenda digitale sembra finalmente entrato nella politica nazionale. Il problema è che scontiamo troppe incertezze e troppi ritardi. Recuperare è possibile ma a una condizione: saltare le tappe intermedie

LUCA LANDÒ

Il futuro dell'Italia? Otto e cinquantuno. Che non significa correre alla ricevitoria a tentare la fortuna, ma guardarsi allo specchio e prendere le decisioni adeguate. Questo almeno è il parere di Francesco Sacco, docente della Bocconi ed esperto dei legami tra la rete e l'economia. «Quando si parla di crisi e di modi per uscirne è bene avere due punti fermi. Il primo è che il futuro è legato a Internet. Il secondo, conseguenza del primo, è che prima ci si entra e meglio è». **Quello che l'Italia non ha ancora fatto...**

«Non lo dico io ma i numeri. Due in particolare: 8 e 51»

È un rebus?

«Il primo dice che siamo ancora parte delle otto più grandi economie del mondo, il G8 appunto; il secondo è la classifica stilata dal World Economic Forum in base alla qualità di internet in ciascun Paese: 51esimi appunto (eravamo 48esimi l'anno scorso). Sono due cifre distanti, troppo distanti. E che prima o poi porteranno delle conseguenze: perché magari miglioreremo un po' la seconda, ma sicuramente peggioreremo la prima. Rischiamo di fare la fine del Brasile dell'Ottocento: era un'economia agricola florida; quando il paradigma economico si è spostato sul versante industriale, il Brasile è rimasto a coltivare i campi. Ed è scivolato indietro».

Non è troppo pessimista?

«Otto e cinquantuno: la prima cifra è legata a un modo vecchio di intendere l'economia, la seconda è l'economia del futuro: secondo lei quale conta di più?».

Se guardiamo quello che è accaduto alla new economy...

«Il mondo è entrato in una dimensione digitale, inutile girarci intorno. Strumenti più potenti e più comodi, connessioni più veloci, servizi più efficienti: il digitale non è più solo una promessa, una fantasia. Ha gambe robuste su cui camminare e che prima non aveva ancora. Siamo in crisi da qualche anno, ma le aziende che fanno maggiori profitti continuano ad essere quelle legate alle nuove telecomunicazioni: Apple, Microsoft, Goo-

gle. E tra un po' arriva lo tsunami di Facebook e Twitter: che stanno raccogliendo utenti e fatturato ma tra poco anche enormi utili. Intanto l'Italia continua a guardare indietro».

In che senso?

«Internet crea nuovi posti di lavoro, soprattutto per i giovani, ma - è indubitabile - ne fa anche perdere nei settori tradizionali. Il saldo, però, è positivo. Nelle principali economie mondiali, in media per ogni posto perso ne ha creati 2,6 e principalmente nelle Piccole e medie imprese. In Francia, che ha un'economia molto simile alla nostra, se Internet fosse un settore varrebbe il 3,7% del Pil ed entro il 2015 il 5,5%, più di energia, trasporti o agricoltura. In Italia, invece, varrebbe circa il 2% e il 3,3% entro il 2015. In Francia Internet ha creato un saldo positivo di 700.000 nuovi posti in 15 anni, rafforzando soprattutto le Pmi. In Italia soltanto 320.000, soprattutto nelle grandi imprese. Ma l'uso di Internet è più vantaggioso per



■ SELPRESS ■
www.selpress.com

le piccole e medie imprese che non per le grandi. Ogni euro investito da una Pmi francese in rete (siti, posta elettronica, software) si è tradotto in due euro di margine operativo e ogni euro speso in marketing online ha generato 2,5 euro di utile».

Insiste sull'economia, eppure internet è una nuvola molto più ampia.

«Beh, qui arriviamo al secondo freno di Internet in Italia».

Cioè?

«La rete è un mondo aperto e questo, a molti, fa paura. Perché gli esiti di questa apertura sono spesso imprevedibili, basta guardare a quello che sta accadendo nel Nord Africa. Open source, condivisione, open data: in Italia qualcuno pensa che la Rete sia un covo di comunisti. Ma è una visione distorta, tipica del nostro Paese. Nel resto del mondo viene vista semplicemente come un luogo dove si trovano persone che hanno voglia di guardare al futuro anziché difendere il passato. È questa la vera differenza: passato e futuro, non destra e sinistra. E infatti il documento per l'Agenda digitale è stato sottoscritto da persone che vengono anche da aree di centro o di destra».

Come è nata l'agenda digitale?

«Il 2 novembre di due anni fa durante un "brodo party"».

Prego?

«Non è uno scherzo: ci siamo trovati la sera in un ristorante milanese e siccome faceva freddo abbiamo tutti preso un brodo. Il gioco semmai è con i tea party: quelli bevono una sostanza eccitante e fanno cose senza senso, noi abbiamo preso qualcosa di nutriente e rigenerante e speriamo di fare cose concrete».

Ad esempio?

«Spingere il governo a fare dell'Italia un Paese realmente digitale. E abbiamo invitato tutti i partiti a formulare una serie di proposte. Il primo a rispondere è stato il Pd, che ha stilato la sua agenda digitale. Ma si sta muovendo anche l'Udc che dovrebbe presentarla a breve».

E adesso?

«In poco più di due mesi il governo Monti ha approvato una quantità impressionante di misure, molte nell'ambito dell'economia e della società digitale, culminate nella costituzione della cosiddet-

ta "cabina di regia" per l'agenda digitale di cui dovrebbero fare parte i ministri Passera, Profumo e Patroni Griffi. Prima, salvo rare eccezioni, i governi avevano dimostrato scarsa attenzione al digitale. Un segnale di svolta si è avvertito fin dall'insediamento del governo Monti. Con il discorso del premier al Senato il termine "agenda digitale" è entrato ufficialmente nella politica nazionale come impegno preciso dell'azione di un governo».

Basta questo?

«È un inizio, ma se riusciamo a fare come la rana ci salviamo per davvero».

Prego?

«È un animale che non cammina, né corre: salta. Abbiamo accumulato un enorme ritardo. Se non saltiamo tutti i passaggi intermedi tutti i nostri sforzi serviranno a poco. Ripetere il cammino degli altri è inutile: bisogna saltare le tappe intermedie e accorciare i tempi. E questo significa una sola cosa: farsi venire idee brillanti».