

fotografia del censis all' italia digitale divisa

Le raccolte di dati e analisi sull' Italia hanno sempre un difetto: riguardano l' Italia, un paese molto disomogeneo. E questo è tanto più evidente se ci si concentra sui dati e le analisi che riguardano la modernità digitale dell' Italia. Le rilevazioni del Desi, l' indice che misura la digitalizzazione dei paesi europei, mostrano che l' Italia resta nelle ultime posizioni. Ma questa arretratezza media è il risultato di un complesso insieme di fenomeni e di un' enorme varianza di condizioni, in un sistema che sembra alternare frenate e accelerazioni in modo piuttosto inconsistente. L' indebitata lentezza degli investimenti nell' offerta di banda larga del principale operatore di rete nei primi lustri del millennio comincia a essere corretta dall' entrata in gioco di OpenFiber. La complicata relazione tra la pubblica

amministrazione e l' innovazione è smentita dalle recenti accelerazioni della fatturazione elettronica e, forse, dello Spid. Gli investimenti in innovazione, rallentati per troppo tempo, hanno trovato uno spunto eccezionale con il piano Industria 4.0: si spera che non tornino a calare con l' esaurimento di quella policy. Sta di fatto che la popolazione matura nella relazione attiva con il digitale soltanto se vede questa tecnologia come una possibile leva di progresso, di miglioramento sociale, di crescita economica. E da questo punto di vista gli italiani sono divisi in cluster profondamente diversi. Per i giovani il digitale è una necessità assoluta, per molti anziani un' inutile e complicato orpello. Per le aziende e le **professioni** competitive è parte integrante della cultura economica, per le imprese e i professionisti asfitticamente concentrati sulle rendite di posizione è un motivo di timore. Sta di fatto che l' Italia connessa e competente dal punto digitale, fotografata dal Censis esiste. Come esiste l' Italia che non sa neppure che cosa sia internet e, del resto, non legge libri né giornali, talvolta, non si interessa neppure al telegiornale. Gli utenti di internet tra chi ha meno di 30 anni superano il 90%, più del doppio della percentuale di chi usa internet e ha più di 65 anni (42,5%). Più del 70% dei giovani usa Facebook e YouTube contro il 20% degli anziani. Ed è solo tra gli utenti di queste



piattaforme che si osserva un' ulteriore cambiamento, con l' abbandono critico di Facebook come fonte di informazione: gli italiani che trovavano le notizie sul social network erano il 35% nel 2017 e sono restati il 25,9% nel 2018. Un crollo che in proporzioni diverse è avvenuto anche per altre piattaforme e per gli stessi quotidiani online (-1,1%). Difficile non leggere in questo fenomeno un effetto dello scandalo delle notizie false e manipolatorie diffuse con scopi diversi in rete che ha contagiato tutto il contesto internettiano in una generalizzata e generica perdita di credibilità. Che però è la premessa di un rilancio nella qualità. Le imprese digitali aumentano (dall' 1,8 al 2,2% delle aziende italiane), gli specialisti del settore Ict sono cresciuti del 52% tra il 2011 e il 2016, dice sempre il Censis, e l' occupazione nelle imprese Ict è aumentata dell' 8,2%, con una domanda inesausta per ulteriori addetti. Intanto l' e-commerce è salito del 16,9% nel 2017. Il fatturato digitale è aumentato del 2,3% contro l' 1,5% del Pil. Insomma, l' Italia connessa cresce e matura. Il resto fa media.
© RIPRODUZIONE RISERVATA.