

ANTONELLA NAPOLITANO

Affrontare la crisi con l'innovazione e la Rete: con un simile punto di partenza, le consolidate democrazie occidentali sembrerebbero le più probabili candidate. L'esempio virtuoso, invece, arriva dal mar Baltico, e in particolare dall'Estonia, che negli ultimi anni si è guadagnata la fama di stato all'avanguardia.

La piccola repubblica ha ottenuto l'indipendenza solo da un paio di decenni, nel 1991, e forse - come molti ventenni - è proprio la giovane età a rendere naturale l'uso della tecnologia per costruire uno stato e un nuovo sistema quasi da zero, un esempio davvero raro. E non è una coincidenza se lo scorso ottobre la repubblica baltica ha ricevuto le positive attenzioni di *Bbc News* e *Der Spiegel*, oltre che le lodi di Alec Ross, il collaboratore di Hillary Clinton che si occupa di innovazione e digitale al dipartimento di Stato americano.

Ma cosa rende l'Estonia un caso da analizzare? Innanzitutto, lo snellimento burocratico, unito a un uso mirato della tecnologia per i servizi di base: ogni cit-

## La rivoluzione digitale dell'Estonia: trasformare il Paese in una mega start-up

tadino ha infatti una carta d'identità che dà anche la possibilità di utilizzare la firma elettronica con valore legale. Il governo estone ha poi snellito enormemente l'erogazione di servizi grazie a delle applicazioni online.

E, in continuità con i servizi al cittadino, questo approccio viene adottato anche per favorire la possibilità di fare impresa. Una società può essere aperta in mezza

giornata, ad esempio, grazie a un processo molto più semplice e che sfugge alla regola base della burocrazia: nessun passaggio da un ufficio all'altro, tutto può essere svolto online.

La peculiarità di questo contesto è stata sintetizzata di recente da Sten Tankivi di Skype: in un'intervista a *Bbc News*, Tankivi ha commentato che «si può pensare all'Estonia come una specie di startup essa stessa, per questo il clima è così favorevole a chi vuole fare impresa». E sa bene di cosa parla: forse, infatti, non tutti sanno che Skype è nata proprio in Estonia, nel 2003. Acquisita da Microsoft lo scorso anno, mantiene però la metà dei dipendenti in patria, così come la maggior parte del team di sviluppo.

Ma quanto è effettivamente solida l'economia estone?

Dopo la crescita e il boom edilizio, negli ultimi anni anche l'Estonia è passata attraverso la crisi. Ma, sebbene siano state

adottate misure severe su spesa pubblica e pensioni, le tasse sono rimaste basse e gli imprenditori hanno avuto campo favorevole per creare e investire. Nel 2010 le esportazioni sono cresciute del 53%, la maggior parte delle quali verso i Paesi dell'Unione Europea, di cui l'Estonia fa parte dal 2004 (l'euro è stato adottato nel gennaio 2011).

Una rivoluzione alla portata di tutti? Beh, sicuramente di molti: la penetrazione di Internet nella repubblica baltica è pari al 75%, ben al di sopra di quella italiana.

Insomma, ventuno anni dopo la fine dell'occupazione sovietica, l'Estonia guarda decisamente a ovest. Certo, stiamo parlando di un paese con milione e mezzo di abitanti, ma forse l'attenzione dovrebbe essere reciproca, per trarre qualche lezione interessante.

Che dover necessariamente ricominciare da zero, alla fine, sia un vantaggio?

### INTANTO NEGLI USA

**A Chicago l'amministrazione ha un responsabile tecnologia, uno per gli open data, uno per i social media. Vengono poi sviluppate applicazioni per i cittadini: "Chicago Shovels" segnala dove la neve rende difficile il passaggio**

## Gli occhi di Davos sulla web economy

# Imprese, la differenza è nel Fattore Internet

**Alessandro Antiga, Google: «Crescono e assumono di più le aziende attive online. Grandi opportunità per i giovani»**

MARCO VENTIMIGLIA

MILANO

Si chiama Fattore Internet, e traduce in fatti quel che è sotto gli occhi di tutti. È lo studio commissionato dal gigante Google al Boston Consulting Group per fotografare l'impatto di Internet sull'economia globale e, nello specifico, per quanto riguarda il nostro Paese. E se, come da premessa, è facile intuire che stiamo parlando di un fenomeno dall'enorme portata, i numeri reali, presentati nel recente World Economic Forum di Davos, sono comunque impressionanti. Quattromila e duecento miliardi di dollari: è l'ammontare della stima relativa ai ricavi generati dalla Web Economy nel non lontano 2016, una cifra doppia rispetto a quella, reale, relativa al 2010. Ed altrettanto significativo è il dato degli utenti, che fra quattro anni saranno intorno ai tre miliardi, quasi metà della popolazione mondiale, rispetto all'attuale miliardo e 900 milioni.

«Le previsioni relative all'Italia - racconta Alessandro Antiga, direttore marketing di Google Italia - non si discostano da quelle globali. A dimostrarlo, fra l'altro, c'è

la stima relativa al valore dell'Internet Economy italiana: se nel 2010 ha raggiunto quota 31,6 miliardi di euro, un ammontare pari al 2% del pil, per il 2015 ci aspettiamo che rappresenterà una quota intorno al 4% del prodotto lordo, per un corrispettivo pressoché doppio, 59 miliardi. Ed analogamente ad altri Paesi, anche da noi emerge che il

### Diffusione esponenziale

**Nel 2016 sarà connessa quasi la metà della popolazione mondiale**

Web rappresenta sempre di più un fattore che fa la differenza nella vita delle aziende. In particolare, colpisce un dato relativo alle piccole e medie imprese, cuore pulsante dell'economia italiana: più sono attive su Internet, più fatturano, esportano ed assumono».

Il Fattore Internet (a cui è dedicato anche l'omologo sito, [www.fattoreinternet.it](http://www.fattoreinternet.it)) è spesso associato con le nuove generazioni che si affacciano sul mondo del lavoro, quelle composte dai cosiddetti "nativi digitali". «In effetti - prosegue Antiga - le opportunità offerte dalla Rete sono un naturale terreno fertile per i giovani intraprendenti

e creativi, e questo è tanto più importante in un Paese popolato da piccoli imprenditori. Al riguardo, fra l'altro, esiste un diffuso errore di prospettiva. Spesso in Italia si pensa che la ricerca dell'occupazione sia concentrata nell'ambito del lavoro dipendente, ma non è vero. Sono in tanti, infatti, a volere mettersi in proprio, ed Internet può rappresentare una formidabile opportunità».

In quest'ambito, quella di Google può senz'altro definirsi come una strategia lungimirante, con iniziative senza un immediato fine di lucro che però, in seconda battuta, possono trasformare i loro beneficiari in convinti utilizzatori dei servizi "business" offerti dal colosso con base a Mountain View (California). «Un'iniziativa a cui teniamo molto - spiega Antiga - è il progetto per portare gratis le imprese sul Web, consultabile ed utilizzabile sul sito [www.lamiainpresaonline.it](http://www.lamiainpresaonline.it). Un obiettivo che chiunque può realizzare in tre mosse: prima creando il proprio sito Web con relativo indirizzo, poi promuovendolo gratis sul nostro motore di ricerca, ed infine aggiungendo la piattaforma per l'e-commerce. Tutte operazioni che "La mia impresa online", lanciata nello scorso mese di maggio, semplifica al massimo permettendo fra l'altro di beneficiare di servizi a costo zero, come l'equivalente di 100 euro di pubblicità su Google piuttosto che la gratuità del sito e della piattaforma dell'e-commerce, rispettivamente per un anno e per tre mesi. Una formula che funziona, a meno di non ritenere casuale il raggiungimento di 27mila adesioni in soli 6 mesi».

## Audiweb

### La crisi non ferma l'espansione della Rete in Italia

In un Paese dove abbondano i numeri in negativo, a rappresentare un'eccezione c'è un dato molto importante, quello relativo alla penetrazione di Internet fra la polazione italiana. Audiweb ha diffuso i dati più aggiornati, inerenti all'audience registrata nel mese di dicembre 2011 oltre che alla Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia. Dalle statistiche emerge una crescita del 6,9% della diffusione dell'online in Italia rispetto al 2010, con 35,8 milioni di persone tra gli 11 e i 74 anni che dichiarano di accedere a Internet, da luoghi e strumenti diversi. E parallelamente aumenta la possibilità di "navigare" attraverso device ultra portatili quali smartphone e semplici cellulari, con 9,7 milioni di italiani connessi via mobile, il che equivale ad un incremento di ben il 55,4%. L'indagine Audiweb evidenzia poi l'autentico fattore emergente, ovvero l'utilizzo di tablet, il cui numero sfiora già il milione, per l'accesso alla Rete. Nel 2011 l'audience online ha registrato un valore medio di 26,4 milioni di utenti nel mese e 12,7 milioni nel giorno medio, con un incremento rispetto al 2010 del 10,7% sul valore mensile e del 9,9% per quanto attiene il dato quotidiano. L'anno scorso gli utenti italiani hanno passato online 1 ora e 23 minuti al giorno.

### INTANTO A LONDRA

**Il governo inglese ha lanciato la versione beta di gov.uk, piattaforma che semplifica l'erogazione di servizi: è open source, Html5, gira sui cellulari ed è nel cloud. Un modello da imitare. (<https://www.gov.uk>)**