

I Grandi Il documento di base per i lavori dell'«e-summit» voluto da Sarkozy. L'eccellenza svedese sorpassa la Silicon Valley

«Internet? Crea 5 nuovi posti ogni 2 cancellati»

Il rapporto McKinsey: nel mondo la rete «vale» 1.600 miliardi di dollari. L'Italia al palo

Information technology

Solo un quarto della ricchezza «digitale» avvantaggia i player del settore

MILANO — Un risultato l'e-G8 parigino lo ha già portato a casa: per la prima volta, grazie a uno studio commissionato a McKinsey che sarà reso pubblico oggi e che il *Corriere* ha potuto analizzare in anticipo, è stato misurato l'impatto di internet sul Prodotto interno lordo globale. Considerando gli otto Grandi oltre a Cina, India, Brasile, Svezia e Corea del Sud (pari al 70% circa dell'economia mondiale), internet ha prodotto nel 2009 1.376 miliardi di dollari, pari al 3,4% del Pil dei 13 Paesi. Utilizzando inoltre le stime di penetrazione del digitale anche nel resto del mondo il risultato sale a 1.672 miliardi (2,9% della ricchezza mondiale prodotta nello stesso anno). «La consideriamo un'importante quantificazione di quanto pesi internet guardando insieme ai consumi privati, agli investimenti privati, alla spesa pubblica e alla bilancia commerciale» spiega Guido Frisiani, direttore McKinsey ed esperto di internet e media per il Mediterraneo.

Il risultato più sorprendente

è quello della Svezia, un caso scuola che i rappresentanti del settore pubblico e del settore privato italiani dovrebbero andare a studiare da vicino. Il paese scandinavo con il 6,3% del Pil digitale nel 2009, pur non avendo aziende come Google, Apple o Microsoft, ha superato di gran lunga il 3,8% degli Usa. Stoccolma 1, Silicon Valley o l'Italia, di contro, non brilla con un 1,7%. Il gap rimane ampio. Nel G8 solo la Russia fa peggio. La Svezia è importante perché il risultato è stato ottenuto grazie al contributo pubblico. «Il fenomeno svedese — spiega Frisiani — è stato catalizzato dallo Stato ma non in termini di spesa (solo il 10% del 6,3% è stato spinto dalla spesa pubblica, con un peso percentuale inferiore al 17% sul totale della voce pubblica italiana, ndr). Il governo ha saputo spingere internet portandolo nelle scuole, insegnando l'economia digitale alle aziende con meno di dieci dipendenti, costruendo una broadband capillare. Anche i servizi di e-government sono stati importanti», ma il punto è che non si tratta di fare pagare Pantalone.

Tra i risultati ottenuti grazie alle 4.800 interviste fatte in Europa, ce ne sono almeno due che sfatano dei miti importanti:

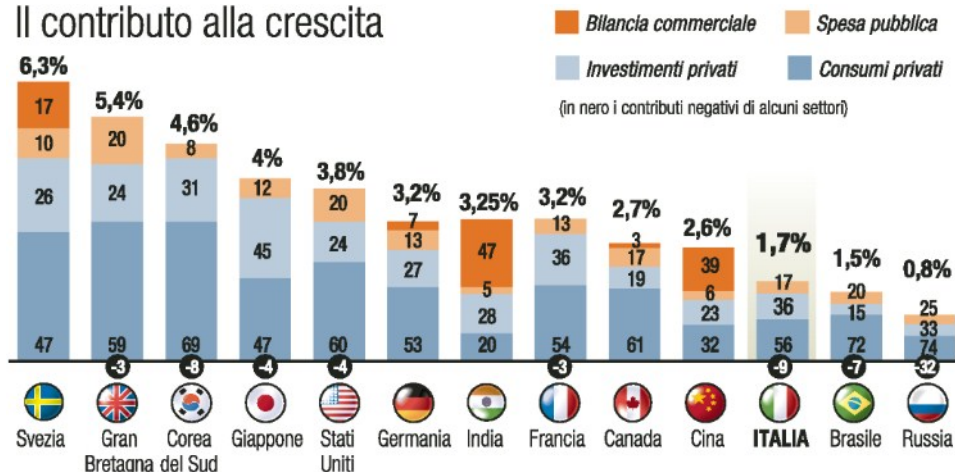
è vero che l'economia digitale sta distruggendo posti di lavoro? No: per la prima volta McKinsey è riuscita a misurare l'impatto netto del conflitto in atto tra vecchie e nuove forze dell'industria. Per ogni posto di lavoro effettivamente perso Internet ne produce 2,5. Cinque posti nuovi per ogni due persi. E il dilemma della Emi: alla crisi della musica tradizionale fa da contraltare la creazione di nuovi posti di lavoro sempre nella musica ma in altre società come la Apple. «Non è un passaggio privo di ripercussioni sociali, ma il saldo netto è positivo» conclude Frisiani.

Altro mito da smontare: il web produce ricchezza per i player della Silicon Valley e dell'information technology in generale. Anche qui i numeri sono altri: solo un quarto di questa ricchezza digitale attiene al settore. Mentre i tre quarti riguardano quelli tradizionali. Un dato confermato, da un diverso punto di vista, anche dal fatto che le piccole e medie aziende che hanno creduto nel web hanno raddoppiato la crescita. Micro-investimenti che ripagano gli imprenditori più dinamici, perché internet è soprattutto una questione di mentalità e cultura.

Massimo Sideri
msideri@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il contributo alla crescita



Fonte: Analisi McKinsey - Dati relativi all'anno 2009 in percentuale sul PIL

D'ARCO

