



Notizie

a cura di Maria Pia Carosella

La Germania e l'economia dell'informazione

Lisa Reggiani

AIDA, redazione@aidainformazioni.it

Il periodico della DGI [Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis] del giugno di quest'anno – "Information Wissenschaft & Praxis – Competence in Content", 53 (2002), n. 4, p. 211-220 – presenta, in un articolo intitolato *Studio di base aggiornato relativo all'economia dell'informazione*, i principali risultati, allo stato attuale, di un grandioso progetto di ricerca, realizzato, per conto del Ministero federale per l'Economia e la Tecnologia, dalla Ripartizione per l'informazione e la documentazione dell'NFO Infratest (München) in collaborazione con l'Istituto per l'economia dell'informazione (Hattingen).

Il densissimo «fourth Factual Report» dell'aprile 2002 – che gli autori (Sabine Graumann, Willi Bredemeier, Bärbel Köhne) qui riassumono nei suoi punti essenziali – illustra minuziosamente «il passato, il presente e il futuro della new economy in Germania, in Europa e negli Stati Uniti».

Il 26% dei dati raggiunge addirittura, quanto a previsioni, il 2010. Tutti i dati raccolti, tuttavia, abilmente rielaborati ed integrati nella loro reciproca combinazione in una salda architettura d'insieme, offrono, a partire dagli ultimi anni Novanta, uno spaccato preciso e variegato del mercato globale: vale a dire circa le tecniche dell'informazione e le telecomunicazioni, l'*E-commerce*, l'*M-commerce*, l'*E-learning* e i servizi elettronici d'informazione, con un occhio attento rivolto in particolare alle infrastrutture indispensabili, alla faticosa modernizzazione delle imprese, alle criticità della globalizzazione.

I *trend* fondamentali, i progressi già compiuti e le inattese resistenze, le lentezze, le luci e le ombre, insomma, sotto il rispetto, appunto, dell'economia dell'informazione, sono accuratamente studiati – il *report* contiene ben 436 grafici! – e valutati da un *pool* di 129 esperti.

L'esame lucido, talora impietoso, non si limita a mettere in evidenza gli errori commessi e le ragioni di

fallimenti a volte annunciati, più spesso del tutto impreveduti.

Al contrario, lancia allarmi e propone soluzioni concrete: dalla sfavorevole congiuntura internazionale e dalla cosiddetta "crisi della new economy" al grave problema degli alti costi e al *digital divide*; dalla *computer illiteracy* e dalle insufficienze in ambito formativo – e il ritardo in questo settore colpisce e ossessiona, sorprendentemente, anche il gigante tedesco – alla scarsa sensibilità della classe imprenditoriale, alle inadeguatezze e all'ottusità delle strutture statali.

Com'è ovvio, il punto di vista è deliberatamente e rigorosamente tedesco; numerosissimi sono però gli spunti – di riflessione certo, ma pure di utilità pratica – per il nostro Paese e per l'intera Eurolandia.

Il *report* completo – con tutto il corredo dei suoi illuminanti grafici – è liberamente disponibile *online* all'indirizzo <www.infrasearch.de/bmwi>, ove un *link* consente di accedere alla sua più sintetica versione in inglese <193.202.26.196/bmwi_english/index.htm>.

In questa sede riportiamo soltanto alcune notizie, pescate qua e là nell'articolo citato, di più diretto interesse per un pubblico italiano ed europeo in genere.

Innanzitutto, qualche informazione di carattere più generale.

Come volume di affari, nel PIL le tecniche dell'informazione e le telecomunicazioni in Germania dal 2001 occupano per la prima volta il 3° posto, dopo la costruzione di autoveicoli e l'elettrotecnica e prima di un settore tradizionalmente all'avanguardia nel Paese, l'industria meccanica. Nel 2002 il colosso tedesco è, nel mondo, il mercato internazionale 3° per dimensioni nel settore ICT, con una quota del mercato mondiale pari al 5,8%, dopo gli USA (33,7%) e il Giappone (12,5%); in Europa è il *leader* indiscusso, con una quota di mercato del 21%.

Poi una sorpresa.

Relativamente alla diffusione dei PC, nel 2001 si trova soltanto in una posizione intermedia nella graduatoria internazionale. Incontrastata, invece, la sua supremazia quanto all'espansione delle tecnologie più innovative; difatti è suo il 2° posto nel mondo – dopo la Svezia – per la diffusione della DSL; e sono sue, a livello europeo, tutte le posizioni di vertice nel settore: dai collegamenti satellitari (33% delle famiglie – 2° dopo l'Austria) alla banda larga (7,8% delle famiglie – 3° dopo la Svezia e la Danimarca).

Riguardo alla diffusione di Internet fra la popolazione, prevale ancora il Nord America con il 48,6%, davanti all'Europa con il suo modesto 17,4%. In tale ambito, tuttavia, la Germania, così come l'Europa nel suo insieme, mostra un ritmo di crescita piuttosto elevato: nel dicembre 1997 solo il 14% dei Tedeschi utilizzava Internet, nel dicembre 2001 siamo già al 48%. Ciononostante, gli alti costi sembrano tuttora in grado di ostacolare seriamente la diffusione di Internet nelle famiglie: accanto all'indiscussa *leadership* islandese, in Europa dominano i Paesi scandinavi.

Alcuni dati più specifici, infine, sull'*E-commerce* e sull'*M-commerce*.

Circa il primo, la Germania è già il *leader* del mercato europeo, davanti alla Scandinavia e alla Gran

Bretagna. Anche per quel che concerne l'*M-commerce*, il primato europeo appartiene ai Tedeschi: con un giro di affari di circa 246 milioni di euro nel 2002 precedono gli Italiani, che raggiungono appena i 242 milioni.

E la loro crescita pare inarrestabile.

Il 62% delle imprese tedesche è oggi presente in Internet (rispetto al 47% del 1999); ben l'89% è dotato di un collegamento ad Internet (in confronto al 67% del 1999). Il 28% degli utenti tedeschi di Internet fa acquisti *online* (a fronte del 33% degli Statunitensi).

Per quanto riguarda l'*Online banking*, a livello europeo la Germania si colloca al 2° posto, dopo la Gran Bretagna. Inoltre, il 22% dei Tedeschi, degli Inglesi e dei Francesi che utilizzano Internet segue l'andamento del mercato borsistico *online*; soltanto il 14%, però, tratta effettivamente azioni.

In conclusione, diverse e contraddittorie sono le impressioni che suscita una simile indagine, senz'altro ampia, organica e ben strutturata. Da un lato, restiamo ammirati di fronte ad uno sforzo di sintesi tanto imponente e ad un'interpretazione dei dettagli così completa e sistematica. Dall'altro, non possiamo nascondere una certa frustrazione: nel *gurgite vasto* di queste fittissime pagine, siamo riusciti a trovare, accanto al martellante rincorrersi degli USA e del Giappone, della Gran Bretagna e dei Paesi scandinavi, un'unica, solitaria menzione dell'Italia, quella, appunto, che abbiamo ricordato poco sopra.

Che sia da parte nostra necessaria, anzi urgente, una profonda riflessione in merito?