

*In un Convegno Assinform a Milano*

## **I comuni digitali d'Italia scoprono Internet**

**In collaborazione con Censis/Rur e con il patrocinio degli Stati Generali del Comune di Milano e della Camera di Commercio, Assinform ha proposto un confronto tra esperti, cittadini e amministratori locali sulla via italiana alla società dell'informazione. Interventi del Sindaco di Milano, Gabriele Albertini, del Presidente Assinform Giulio Koch e di Giuseppe Roma, Direttore del Censis. Presenze significative dei Sindaci di Modena e Siena.**

*di Francesco Fulvio Castellano*

I Comuni italiani stanno scoprendo l'uso di Internet. La rete può diventare infatti un importantissimo sistema di comunicazione tra la pubblica amministrazione e i cittadini, soprattutto a livello locale. Da una ricerca effettuata da Censis/Rur (l'associazione del Censis che studia i fenomeni urbani) risulta che, nel '97, i Comuni hanno investito in tecnologie informatiche ben 1.200 miliardi. Dalla ricerca emerge anche che il 40% delle organizzazioni locali ha già attivato servizi telematici sul territorio. I cittadini potranno così ottenere, stando a casa, certificati anagrafici, documenti di vario genere e prenotare visite specialistiche. Il risparmio di tempo e denaro per sbrigare pratiche noiose diventerà certamente importantissimo nei prossimi anni.

La ricerca ha messo in rilievo l'impatto dei cosiddetti teleservizi sull'amministrazione pubblica, un fenomeno da osservare con la massima attenzione. Questo in sintesi il 'succo' dell'intervento di Gabriele Albertini, Sindaco di Milano, in apertura del Convegno orga-

nizzato da Assinform (l'Associazione Nazionale delle Aziende di Informatica e Telematica) e patrocinato dagli Stati Generali del Comune e della Camera di Commercio di Milano, svoltosi in un affollatissimo salone del Palazzo Giureconsulti della capitale lombarda.

Il rapporto '97 "Le Città digitali in Italia" (RUR/FrancoAngeli), ha un'introduzione di Giuseppe De Rita, segretario generale del Censis e Presidente del CNEL. "Internet è una grande rete tutto sommato neutra, dove si può navigare in tutti i modi. Non ne conosciamo, però, la vera consistenza: le cifre o le stime danno 400.000 o due milioni di utenti.

Non sappiamo che cosa poi effettivamente corra sulla rete: che tipo di argomenti e di dati si trovano sui siti, che tipo di interrelazione ci sia fra i siti. Quindi anche tutte le cose folcloristiche che si possono dire: 'è una cosa meravigliosa', 'ci si perde tempo', 'ci si trova solo porno', sono tutte cose vere e non vere. E' un sistema, una procedura, una rete. E' una cosa, una

cosa 2, una cosa 25: va tutta scoperta, capita e utilizzata.

Abbiamo cioè di fronte una opportunità incredibile, straordinaria. Se si naviga in Internet, sui problemi delle città si trovano tante cose: capire come le città fanno marketing di se stesse - da Barcellona ad Hannover - soltanto due anni fa avrebbe richiesto sei mesi di ricerche e qualche decina di milioni di viaggi, mentre oggi c'è tutto su Internet.

Eppure, man mano che andiamo avanti, riusciamo stranamente a non sfruttare questa grande opportunità, la Rete, nella direzione che servirebbe, in termini funzionali.

Perché fino a quando la rete viene utilizzata, ad esempio, per fare grande documentazione ex cartacea su un determinato argomento, tutto va bene; ma quando c'è il bisogno di esprimere una professionalità più alta, più concreta, un rapporto con l'utenza più forte, non si riesce a capire come si possano usare le interrelazioni fisiche della rete.

Poi però, se non c'è rete, che cosa

sono dei piccoli Comuni, delle associazioni o una Camera di commercio? Cosa sono, cosa ci si mette, con quali funzioni si entra dentro? Come si traduce poi tutto questo in reti generali, ma ancor più in capacità dei singoli di usarle o di farsi una singola personale rete?

Le Poste hanno investito 600 miliardi per rifare la propria rete, perché quella tradizionale era ASST ed è passata a Telecom: significa che ci sono 14.000 uffici postali che ora sono in rete. Ma con quale funzione, con quale logica, con quale autonomia? E siamo già in una rete tutto sommato disegnata dall'alto.

Quando invece c'è un singolo Comune che cerca attraverso Internet di collegarsi in rete con altri Enti, qual è la capacità, la forza, la cultura del singolo Comune per lavorare in questa direzione? Di solito, quando entriamo in questioni di innovazione tecnologica avanzata, si pensa che i problemi saranno superati dalla forza trainante della tecnologia dell'innovazione. Non è vero! Anzi, sempre o quasi, la tecnologia crea spazi e, creando spazi, crea problemi e crea quindi l'impegno dei singoli a padroneggiare problemi e a utilizzare quegli spazi.

E il Rapporto Assinform '97 sulle città digitali lo ripeteremo l'anno prossimo e, da qui, dovremo via via capire quali siano le variabili fondamentali e gli impegni che ognuno di noi si trova ad affrontare, anche intellettualmente, da una sfida non secondaria della nostra società d'oggi".

L'intervento del Prof. Giuseppe Roma, Direttore del Censis, è quello che ha maggiormente attratto l'attenzione del folto auditorio presente al convegno. "Come dimostrano le esperienze di successo nel reinventare nuove forme di rapporto fra amministrazione pubblica e cittadini - ha esordito il prof. Roma -, la tecnologia della comunicazione e dell'informazione costituisce la base strumentale indispensabile per la crescita di efficienza del settore pubblico.

Utilizzando come paradigma l'utilizzo di Internet, emerge un significativo riallineamento dell'Amministrazione

Centrale nello sviluppo di servizi su Web, la cui più diffusa esperienza è rappresentata dalla crescita dal basso delle reti civiche.

La misurazione dell'impatto dei Web ha necessità di ricercare e testare indicatori in grado di misurarne l'efficacia.

Quello del numero degli accessi è certamente essenziale, ma per una più efficace valutazione della presenza di ciascun sito nel grande Cyberspazio di Internet ha senso individuare i collegamenti ipertestuali esistenti, che significano stabile interconnessione e coagulo di interessi informativi.

Esaminando i siti delle pubbliche amministrazioni centrali e locali con oltre 100 link ipertestuali emerge il ruolo delle reti civiche comunali, che rappresentano la metà dei primi 30 Web per importanza; seguono gli Organi Costituzionali ed i Ministeri, a partire dal Murst i cui collegamenti con la comunità scientifica indicano il formarsi di un reticolo informativo assai esteso e consolidato. Per siti come quello delle Finanze e del Tesoro, la crescita di visibilità è correlata con i servizi resi (possibilità di scaricare il modello 'unico' o campagna sull'Euro).

Per quanto riguarda il livello locale, il parametro della più lunga presenza in rete o di un crescente valore della informazione e di servizi resi costituisce elemento vincente. I fattori che costituiscono un disincentivo ad un impegno maggiore per lo sviluppo di un rapporto con l'utente sono molto diversificati.

L'insufficiente base d'utenza (29,1%), la scarsa consapevolezza dei decisori locali (28,7%) e il reperimento iniziale dei fondi (27,8%) costituiscono il problema per le organizzazioni promotrici di teleservizi locali. E' infine significativo che, a parte i problemi derivanti da strutture organizzative interne inadeguate (24,4% dei casi), minor peso venga dato a fattori di ostacolo interni alle organizzazioni, come la scarsa dotazione di attrezzature informatiche (5,9%), l'insufficiente formazione del personale (15,3%), le resistenze da parte di tali soggetti alla realizzazione di simili iniziative (12,1%) o il ruolo marginale assegnato alle stesse

(15,2%). La dotazione domestica di PC ha raggiunto agli inizi del '98 il 27,8% delle famiglie italiane (un ulteriore 2% possiede un secondo computer spesso portatile). Le dichiarazioni di acquisto nel '98 presentano valori molto significativi (potenziale del 14,8%).

Uguale mente gli abbonati a Internet rappresentano il 2,5% (diviene 4,2% nel Centro-Italia, 3,2% nel Nord-Ovest mentre scende all'1,9% nel Nord-Est e all'1,3% nel Mezzogiorno), con un potenziale di crescita molto elevato (8,6% delle famiglie dichiarano l'interesse ad abbonarsi nel corso del '98), che depurato dalla quota che non darà corso all'intenzione di accedere ad Internet potrebbe prudenzialmente portare al raddoppio degli utenti".

Chi sta accedendo ad Internet? Le caratteristiche sono: aumentano le donne dal 32% al 44%, aumentano gli studenti dal 15% al 23% evidenziando l'uso anche formativo di Internet, aumentano (di poco) i lavoratori autonomi dal 9% al 10%, crescono le già maggioritarie 'famiglie-standard' (coppie con figli) dal 66% al 78% del totale, aumentano i residenti nei piccoli centri dal 36% al 55%.

L'insieme di queste considerazioni sottolinea una maggiore sofisticazione delle strategie: i destinatari dei teleservizi erogati dai Comuni, agli utenti prevalenti, sono la generalità dei cittadini, ma si va affermando una serie di piccoli segmenti di nicchia (imprese, clienti, associazioni) su cui esercitare maggiore attenzione.

## Conclusioni

Possiamo affermare che gli scenari confermano, quindi, l'irrevocabile componente telematica nell'apertura dei servizi pubblici agli utenti.

Il volume 'Le città digitali in Italia - Rapporto 1997' si può acquistare nelle librerie o presso la Franco Angeli Editore (Milano), oppure chiedendolo a Assinform a Milano.

Il prezzo è di lire 38.000.