



UNC
CONSUMATORI.IT

I segreti della “Repubblica digitale”

15 Maggio 2019



L'Unione Nazionale Consumatori adotta i principi guida della **Repubblica Digitale** per ribadire le linee guida di questo ambizioso progetto di digitalizzazione del Paese, portato avanti dal team per la trasformazione digitale.

Per saperne di più sull'iniziativa ne abbiamo parlato con **Luca Attias**, Commissario Straordinario per l'attuazione dell'Agenda Digitale.



1) Che cos'è il team per la trasformazione digitale?

Il Team per la Trasformazione Digitale nasce per avviare la costruzione del “**sistema operativo**” del Paese, una serie di componenti fondamentali sui quali costruire servizi più semplici ed efficaci per i cittadini, la **Pubblica Amministrazione** e le **imprese**, attraverso **prodotti digitali innovativi**.

La struttura commissariale è stata istituita il 16 settembre 2016 con una scadenza iniziale al 16 settembre 2018. Il 25 ottobre 2018 è stato nominato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri il nuovo Commissario Straordinario per l’attuazione dell’Agenda Digitale e la struttura è stata rinnovata. Il Team opererà fino al **31 dicembre 2019**.

2) Quali sono i principi della Repubblica Digitale?

L’idea di “**Repubblica digitale**” nasce da una constatazione tanto semplice quanto centrale nel processo di trasformazione digitale del Paese: i **servizi pubblici digitali** devono essere accessibili davvero a tutti, nessuno escluso. Il rischio, in caso contrario, è che la **trasformazione digitale** del Paese finisca con l’avvantaggiare taluni cittadini - quelli digitalmente più educati e consapevoli- e con lo svantaggiarne altri che, in Italia, sono ancora milioni.

Repubblica digitale è un’iniziativa che ha l’obiettivo, certamente ambizioso, di accompagnare il processo di trasformazione digitale con una serie di **azioni di inclusione digitale** finalizzate ad abbattere ogni forma di **divario digitale** di carattere culturale e garantire anche agli “ultimi” l’accesso alle opportunità offerte dal digitale perché tutti si possa ritrovarsi a essere, per davvero, cittadini della stessa Repubblica con eguali diritti e eguali opportunità di crescita sociale, culturale, economica e democratica.

Quello che piacerebbe riuscire a fare con **Repubblica digitale** è dar vita a un’alleanza quanto più ampia possibile tra enti e organizzazioni, pubbliche e private, e cittadini basata esclusivamente sul riconoscimento di taluni principi e esigenze e sulla volontà di affrontare con determinazione e spirito etico un problema comune.

Ogni **amministrazione, impresa, associazione** e ogni singolo **cittadino**, insieme e autonomamente, possono fare la differenza con azioni e gesti semplici, concreti, efficaci e capaci di accompagnare nell’ecosistema digitale chi, per ragioni diverse, non vi è ancora arrivato.

Ed è in questo contesto che il prossimo **16 maggio**, a margine del **Forum PA**, presenteremo al pubblico un **Manifesto per la Repubblica digitale** -quello al quale l’Unione Nazionale Consumatori ha già annunciato l’intenzione di aderire- che enti e organizzazioni pubbliche e private potranno sottoscrivere con lo scopo di identificare un insieme di necessità e principi condivisi e impegnarsi congiuntamente, nel rispetto delle specificità e peculiarità di ciascuno, in un percorso comune di trasformazione culturale del Paese nel segno del digitale. Aderendo ci si impegna a porre in essere, nei successivi dodici mesi, almeno un’**azione di inclusione digitale** coerente con lo spirito e gli obiettivi del **Manifesto** e che sia misurabile in termini scientifici quanto a impatto prodotto.

Hanno già anticipato l’intenzione di aderire in tanti da Google a Facebook, passando per Telefono Azzurro e l’Unione Nazionale Consumatori, assieme a Microsoft, PayPal, Fondazione IBM, ACI, Grey Panthers e la Scholas, la fondazione privata di Papa Francesco. Ma siamo solo all’inizio.

3) Qual è il rapporto tra Pubblica Amministrazione e trasformazione digitale?

Il rapporto tra **Pubblica amministrazione** e **trasformazione digitale** è storicamente un rapporto travagliato.

Viviamo in un mondo in cui abbiamo adottato lo **smart working**, la **video conference**, lo **home banking**, e l'**ecommerce**. Dall'altra, c'è la **Pubblica Amministrazione**, elefantiaca ed arretrata. Dove il tema centrale, molto spesso, è ancora solo quello di varcare il tornello in orario, senza quasi preoccuparsi di cosa succeda dopo. Nella **Pubblica Amministrazione** ad esempio non esiste lo **smart working**: la giustificazione è che adottandolo non si potrebbe controllare chi lavora da casa. Senza che nessuno però si ponga il problema di controllare se chi è in ufficio lavora realmente!

Troppo spesso la **PA** ha cercato di mantenere se stessa senza introdurre innovazioni, portando molte volte ad una sorta di immobilismo burocratico. Non solo. Più volte si è affrontato il discorso di come il **digitale** potrebbe risolvere tre tra i problemi principali che attanagliano il nostro Paese, quali **corruzione**, **inefficienza** e **cultura della raccomandazione**, e altrettante si è parlato di quanto questi stessi elementi blocchino il digitale. Oggi, sempre di più, si sta prendendo consapevolezza grazie alla spinta di iniziative governative e private di come il digitale possa aiutare la Pubblica Amministrazione a semplificarsi e a risolvere il clientelismo interno. Tenendo sempre presente la questione principale: lo scopo primario di chi lavora nella PA è quello di aiutare il cittadino a **semplificarsi la vita**. E questo aspetto, grazie al digitale, diventa ogni giorno più concreto. Ovviamente non basta **digitalizzare il presente**, bisogna cambiare i processi e supportare la trasformazione creando competenze. La **tecnologia** è solo uno strumento.

4) Nonostante nel nostro Paese si vendano più app che giornali e ci sia una diffusione capillare degli smartphone c'è un esteso analfabetismo digitale e poca consapevolezza dei propri diritti. Come fare a creare cultura digitale?

Sapere usare uno **smartphone**, peraltro molto spesso in maniera molto modesta rispetto alle sue reali potenzialità, non ha molto a che vedere con l'**educazione** e la **cultura digitale**. Si tappano icone su uno schermo in maniera ripetitiva e si producono risultati sullo schermo voluti e non voluti ma senza capirne la logica, le dinamiche, la portata. I processi di trasformazione culturale sono sempre quelli più lenti e quelli in relazione ai quali riuscire a scrivere l'algoritmo è più complesso. Le variabili sono milioni perché la natura umana è straordinariamente multiforme. Non abbiamo, purtroppo, una ricetta di sicuro successo ma creare occasioni di confronto e dialogo tra chi ne sa di più e chi ne sa di meno del digitale, delle sue potenzialità, dei rischi ai quali espone è certamente un buon inizio. **Scuola** e **famiglia** devono poi fare la loro parte, non lasciarsi ingannare dall'espressione "**nativi digitali**". Nessuno è nativamente consapevole di come funziona **Internet**, di cosa c'è dietro a un **social network**, di quali sono le sfide da affrontare e vincere per vivere consapevolmente in un ecosistema che si trasforma in maniera enormemente più veloce rispetto alla capacità di apprendimento del genere umano. E poi c'è la **televisione**: gli italiani restano un Paese che culturalmente dipende in maniera ancora significativa da quello che si dice, si mostra, si racconta in TV. Tocca alla televisione accompagnarci nel nostro processo di **trasformazione digitale**, renderci cittadini digitali per davvero. Ma nessuna pretesa di esaustività in questa risposta. Siamo davanti a una sfida che ci riguarda tutti e in relazione alla quale ciascuno può fare la sua parte.

5) Consumatori digitali vuol dire consumatori più tutelati?

La condivisione dei **dati**, incluse le informazioni sulla posizione e il monitoraggio delle attività online, ha contribuito a migliorare l'esperienza dei consumatori attraverso l'offerta di contenuti e di raccomandazioni personalizzate. I cosiddetti **servizi "gratuiti"** basati sullo scambio di dati dei consumatori sono ampiamente apprezzati dai consumatori stessi che beneficiano di nuovi beni e servizi sviluppati, appunto, utilizzando i loro dati.

La **digitalizzazione** ha consentito a nuove aziende online di competere con quelle offline, operando senza una presenza fisica nei mercati di riferimento; questa innovazione ha portato enormi benefici ai consumatori con una più ampia scelta di prodotti e servizi, e una riduzione dei prezzi.

Tuttavia, poiché sono sempre più numerose le **transazioni sociali** ed **economiche** che avvengono digitalmente, una quantità senza precedenti di dati viene condivisa online, sia volontariamente sia inconsapevolmente, con conseguenti preoccupazioni sulla sicurezza e sulla privacy, sulla qualità dei prodotti e servizi offerti online e sulla protezione del consumatore. Per esempio, se le **recensioni online** possono aiutare a verificare l'affidabilità di un fornitore di servizi, le transazioni online possono, in alcuni casi, rendere più difficile verificare l'attendibilità e le qualifiche del fornitore di servizi, la qualità del servizio o le garanzie che ne derivano. In rete è disponibile una quantità

sempre crescente di prodotti non conformi e non sicuri, ad esempio quelli che sono stati vietati o richiamati dal mercato. Le stesse aziende a volte non sono abbastanza trasparenti nell'illustrare tutte le componenti del prezzo al momento dell'acquisto, ingannando il consumatore. Numerosi sono inoltre i timori riguardo alla **divulgazione di informazioni**, alla **frode** e **furto d'identità**, alla risoluzione delle **controversie**.

Sono dunque necessarie nuove misure per tutelare la **fiducia dei consumatori** nei servizi e prodotti acquistati online, e per garantire la protezione dei consumatori, soprattutto perché la fiducia degli individui e delle imprese è condizione abilitante per realizzare pienamente il potenziale della transizione digitale.

Dunque, ritornando alla sua domanda, potremmo dire che i **consumatori digitali "consapevoli"** sono i **consumatori più tutelati**.

Autore: Simona Volpe

Data: 15 maggio 2019