

Smart living: la tecnologia digitale spaventa e allontana chi non la conosce. E chi la conosce la usa con scarsa attenzione alla sostenibilità

Roma, 24 Giugno 2021 –presentati oggi, nel corso di un webinar moderato da Andrea Frollà, i dati riferiti a turismo, commercio elettronico, smart working e teledidattica della ricerca **Italiani e Sostenibilità Digitale: cosa ne sanno, cosa ne pensano**, realizzata dal Digital Transformation Institute – Fondazione di Ricerca per la Sostenibilità Digitale.

Quali sono le relazioni tra tecnologia e sostenibilità nella percezione degli italiani su temi come il commercio elettronico, il turismo, la didattica a distanza ed il telelavoro? Insomma: qual è il loro punto di vista sullo smart living? Qual è il loro atteggiamento su quegli stili di vita che sono stati rivoluzionati nel periodo della pandemia e che rappresentano il centro di quella nuova normalità che nei prossimi anni ridisegnerà le nostre esistenze proprio attorno a due elementi: il digitale e la sostenibilità? A questa domanda risponde la ricerca realizzata dal Digital Transformation Institute, la prima fondazione riconosciuta di ricerca in Italia sulla sostenibilità digitale, che li ha presentati oggi nel corso di un webinar moderato dal giornalista Andrea Frollà.

La paura allontana dalle tecnologie: anche quando fanno bene

I punti di partenza non sono certo confortanti: il 65% degli italiani ritiene che la tecnologia sia fonte di ineguaglianze, ingiustizia sociale e perdita di posti di lavoro. Questo fattore, unito all'endemica scarsa cultura digitale esistente nel nostro Paese, è determinante per definire le modalità con le quali gli italiani usano le tecnologie. Scarsa competenza digitale e diffidenza verso il digitale costituiscono, infatti, una coppia di ostacoli particolarmente difficili da superare.

Come è facile immaginare, la frequenza d'uso delle tecnologie digitali aumenta all'aumentare della competenza degli utenti: sono il 55% gli utenti regolari di strumenti di smartworking e di didattica digitale con un livello di competenza digitale alta, ma se guardiamo a quelli con competenze digitali più basse la percentuale degli utenti regolari scende al 22%. Situazione che non cambia se si guarda ai servizi legati al commercio ed al turismo, con una percentuale del 37% di utenti regolari tra quelli con competenza digitale alta che scende al 15% per quelli con competenza digitale bassa.

A questo si aggiunge il fatto che quel 65% degli italiani che vede nella tecnologia una minaccia se ne allontana: il 71% degli utenti che vede nei servizi digitali di supporto allo studio ed al lavoro una minaccia la usa raramente o – pur conoscendola – non la utilizza. Percentuale che scende al 47% nel caso di coloro i quali vedono la tecnologia applicata al lavoro ed allo studio come una opportunità. Dati simili emergono per commercio e turismo: sono solo il 20% gli italiani che vivono la tecnologia come una minaccia ad utilizzare servizi digitali per il commercio ed il turismo, contro un 35% di essi che li vive come opportunità e ne fa un utilizzo regolare. *“Questi dati – commenta Stefano Epifani, Presidente della Fondazione Digital Transformation Institute ed autore del libro Sostenibilità Digitale, dedicato a questi temi – letti in un periodo come quello che stiamo vivendo, nel quale l'uso degli strumenti digitali è diventato centrale per moltissime attività quotidiane, si traducono in fattore di sostanziale esclusione sociale, con le conseguenze in termini di sostenibilità che è facile immaginare. C'è poi da considerare che, parlando appunto di sostenibilità, l'attenzione verso questo tema, al di là delle posizioni puramente ideologiche, è comunque bassissima: basti pensare ai servizi on-line nati in questi anni per supportare il commercio e il turismo sostenibili: tra quelli che ne conoscono l'esistenza, il 77% degli utenti con alta competenza digitale e ben il 91% di quelli con bassa competenza digitale non usa o li usa raramente. Insomma: la strada da fare verso un uso consapevole dei servizi e degli strumenti che ci offre la rete a supporto della sostenibilità è ancora lunga ed impervia”.*

Studiare e lavorare a distanza per gli italiani fa bene. O forse no?

Teledidattica e lavoro da remoto sono stati al centro del dibattito di questi mesi. Cosa ne è emerso nella percezione degli italiani?

Complessivamente buono il giudizio generale sulla didattica a distanza, soprattutto se adottata per gli adulti. Solo il 18% degli italiani la ritiene infatti inutile per la formazione professionale. Percentuale che sale al 26% se si guarda alle scuole superiori ed alle università ed al 36% per le scuole elementari e medie. Studiare a distanza è ritenuto molto utile (43% degli intervistati) o abbastanza utile (42% degli intervistati) anche per combattere l'inquinamento.

Guardando al lavoro a distanza, invece, esso è percepito come un vantaggio per il 61% degli italiani, anche se il 24% di essi ritiene che vada abbandonato una volta usciti dall'emergenza pandemica.

Da notare come la risposta alla domanda se utilizzare strumenti di formazione a distanza sia un vantaggio per l'ambiente è positiva per il 76% degli utenti che ritengono cambiamento climatico e inquinamento problemi prioritari, mentre lo è per il 64% di quanti ritengono tali problemi secondari. Insomma: la priorità dei temi ambientali varia di 12 punti percentuali la percezione dell'impatto degli spostamenti legati alla didattica su clima ed inquinamento. Scarto più basso si rileva invece per quanto riguarda il lavoro: il telelavoro ha effetti positivi sull'ambiente per il 68% di quanti concepiscono cambiamento climatico ed inquinamento problemi prioritari, mentre coloro i quali li concepiscono come problemi secondari sono solo il 61%. Sempre sul fronte del lavoro a distanza, esso impatta negativamente sulla sostenibilità sociale in termini di distinzione tra tempo di vita e tempo di lavoro (work life balance) per ben il 78% degli intervistati, dato peraltro in contrasto con il 61% degli italiani secondo il quale esso sia sostanzialmente un vantaggio. E la stessa confusione emerge se si parla di parità di genere: l'80% degli intervistati, infatti, sostiene che il lavoro a distanza possa favorire la parità di genere, ma nello stesso tempo il 58% del campione ritiene che il lavoro a distanza sia svantaggioso soprattutto per le donne. *“Contrasti che non devono stupire più di tanto - afferma Stefano Epifani – soprattutto se comparati con i dati che guardano alla capacità dei nostri connazionali di coniugare i punti di vista puramente ideologici con le loro conseguenze pratiche. Siamo in una fase nella quale il livello di maturità sui temi della sostenibilità è molto basso e quello sulle relazioni del tema con il digitale lo è ancora di più. Ciò genera comportamenti in contrasto con le convinzioni in quanto non si comprendono appieno le conseguenze di ciò che si fa, né tantomeno il collegamento tra le proprie azioni e le dinamiche generali di sostenibilità. E se ciò si vede con studio e lavoro appare con ancora maggior forza per commercio e turismo”.*

Acquisti e turismo: più sostenibili grazie al digitale?

La mancanza di una solida dimensione di consapevolezza sugli impatti della digitalizzazione sul turismo, infatti, appare evidente quando si chiede agli italiani un punto di vista sul ruolo delle tecnologie come strumenti a supporto del turismo sostenibile: l'82% degli intervistati ritiene che le applicazioni di prenotazione on-line - concentrando l'attenzione del turista sui luoghi più popolari - favoriscano gli operatori più grandi e le località più note, ma curiosamente l'89% degli stessi intervistati si dice d'accordo con il fatto che le stesse applicazioni, consentendo di scoprire mete alternative, favoriscano gli operatori più piccoli. Da evidenziare, poi, come solo il 16% di quegli utenti che pure conoscono le piattaforme pensate per supportare il turismo sostenibile (ad esempio sistemi come FairBnB), ne facciano effettivamente un uso regolare. Senza differenze significative tra coloro i quali considerano la natura un valore prioritario rispetto all'economia, o quanti pensano che i problemi di inquinamento e cambiamento climatico siano da affrontare subito o meno. Insomma: molti di quanti si dichiarano più fortemente convinti che la sostenibilità sia un valore primario quando devono andare in vacanza non usano come potrebbero il digitale per rendere il proprio viaggio sostenibile.

E per quanto riguarda il commercio elettronico? Per l'85% degli italiani è destinato a distruggere i piccoli negozi, ma per il 79% degli stessi è anche un'opportunità per quei piccoli negozi che sapranno adeguarsi. Opinioni contrastanti anche per la percezione del ruolo del commercio elettronico in relazione all'ambiente: per l'83% degli intervistati il commercio elettronico, infatti, evitando gli spostamenti genera un impatto positivo sull'ambiente, ma allo stesso tempo per il 75% degli stessi aumentando il numero di spedizioni e di pacchi in circolazione è una minaccia per l'ambiente. *“Insomma – conclude Epifani - il commercio elettronico fa bene all'ambiente ma anche no. E lo stesso vale per le tecnologie per il turismo. Mancando una visione sistemica dei problemi, che sono problemi peraltro molto complessi, è difficile per il cittadino costruirsi un quadro ed agire di conseguenza. Il risultato è che ci si muove sulla base di sollecitazioni puntuali, variando i propri comportamenti in funzione di principi di utilità diretta e contingente. Tanto che, ad esempio, su un 92% di italiani che ritiene il commercio elettronico utile per il cittadino, solo un quinto degli intervistati è in grado di correlare tale utilità percepita con le proprie convinzioni relative al collegamento tra commercio elettronico e inquinamento. Che si parli di didattica a distanza o di telelavoro, di turismo sostenibile o di commercio elettronico, la sfida della sostenibilità è legata a doppio filo alla nostra capacità di sfruttare correttamente il digitale ed inquadrarne il ruolo nello sviluppo del Paese. Con Next Generation EU abbiamo l'opportunità di promuovere questo concetto e farne una leva per costruire la nuova normalità in maniera tale che sia sostenibile by default. Un'opportunità che non possiamo permetterci di perdere.*