

LO SCENARIO

In Italia la strada da fare è ancora lunga

di **Gaia Giorgio Fedi**

Il numero dei servizi offerti ai cittadini sui canali digitali è in costante crescita, ma sul loro effettivo utilizzo c'è ancora strada da fare. Secondo i dati Eurostat, in Italia l'utilizzo dei servizi di e-government (i servizi online della pubblica amministrazione) da parte dei cittadini tra 25 e 54 anni nel 2012 ai minimi in Europa: a usarli era poco più di un terzo degli utenti internet (in Danimarca era oltre il 75%). Eppure, secondo l'indagine sui cittadini dell'Osservatorio eGovernment 2011-2012 del Politecnico di Milano, la disponibilità di servizi online e la multicanalità rappresentano esigenze crescenti. Il 50,5% dei cittadini intervistati avevano espresso la propensione a interagire su vari canali, nonché la richiesta di una crescente interoperabilità e comunicazione tra di essi. Per pagare le tasse, la preferenza era data alle Poste (50,2%), riconosciuto come il canale storico, e alle banche (47,1%) nel caso fosse data la possibilità, seguite dagli uffici della PA (45,8%) e dagli esercizi pubblici auto-

rizzati (35,1%) quali tabaccherie, farmacie, eccetera. Il canale Web -rappresentato da siti di enti pubblici ma anche da quelli di altri soggetti che offrono servizi per la PA (Poste, Lottomatica, Aci, banche) aveva ricevuto le preferenze del 21% dell'utenza, mentre era stata rilevata anche una parte di cittadini che si era detta disposta a effettuare pagamenti verso la PA anche attraverso i social network (11,5%) e i siti di e-commerce (6,5%). Ma allora, perché l'Italia è così indietro? «Da una parte, realizzare servizi di e-government per i cittadini non significa solo mettere online i servizi, anche riorganizzare i processi interni all'ente, e questo rende difficile per le pubbliche amministrazioni mantenere questi servizi nel tempo», spiega Michele Benedetti, responsabile dell'Osservatorio eGovernment del Politecnico di Milano. «I primi progetti hanno portato, nel periodo 2004-2005, numerosissimi servizi online che poi sono andati a morire. Da una parte perché non venivano rifinanziati: il costo di questi servizi non è soltanto quello per metterli in piedi, ma anche per la manutenzione e l'adeguamento alle necessità dell'utenza e a eventuali modifiche normative. In definiti-

va, è un problema di pianificazione economica». E la scarsa diffusione della cultura digitale in Italia fa il resto: «Se il cittadino usa poco i servizi l'amministrazione sarà poco invogliata a investire per migliorarlo». Questo spiega perché, ancora in moltissimi casi, gli italiani preferiscano usare i canali tradizionali anziché sbrigare pratiche amministrative e pagamenti dal pc. Perché se gli investimenti non sono stati fatti o sono stati fatti male, il servizio online sarà meno efficiente di quello che si fa con la coda presso l'ufficio pubblico. «Inoltre, spesso l'utilizzo di questi servizi non evita l'utilizzo della carta: se devo comunque stampare il modulo e portarlo di persona, tanto vale fare direttamente tutto allo sportello», aggiunge Benedetti. Da ultimo, c'è un problema di consapevolezza, spiega Benedetti: «Circa il 30% dei cittadini non sa nemmeno che esiste il servizio. Questo è un problema legato all'assenza di un'armonizzazione nazionale dei servizi, perché la promozione viene lasciata al singolo ente locale, che lo promuove con i mezzi a propria disposizione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

risparmioefamiglia@ilssole24ore.com

La fotografia

I canali sui quali gli italiani pagherebbero le tasse. *Dati in percentuale*

CANALE	INTERVISTATI CHE HANNO ESPRESSO UN GRADIMENTO
Poste	50,20
Banche	45,80
Uffici della Pa	45,80
Esercizi pubblici autorizzati (tabaccherie, eccetera)	35,10
Canale web (siti della Pa, di Poste, home banking)	21,00
Social network	11,50
Siti e-commerce	6,50

FONTE: Osservatorio 2011-2012, Politecnico di Milano

