

**Capgemini press contacts:****Michela Cotich**

Marketing &amp; Communication

[michela.cotich@capgemini.com](mailto:michela.cotich@capgemini.com)

+39 347 3620244

**Community Group:****Michele Bon**[michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)

+39 338 6933868

**Carlo Carboni**[carlo.carboni@communitygroup.it](mailto:carlo.carboni@communitygroup.it)

+39 348 9412226

## La pandemia di COVID-19 evidenzia gli svantaggi del digital divide

***I settori pubblico e privato devono adoperarsi per consentire l'accesso ai servizi fondamentali, affrontare l'esclusione sociale e consentire la mobilità professionale della popolazione non connessa***

**Milano, 5 maggio 2020 - Secondo l'ultima ricerca del [Capgemini Research Institute](#), è necessario colmare al più presto l'esteso digital divide tra la popolazione online e quella offline, che si è ampliato con l'avvento della pandemia di COVID-19. Nell'ultimo report, lanciato oggi, si sottolinea che la lotta all'esclusione digitale è una responsabilità sia delle organizzazioni pubbliche sia di quelle private, che devono collaborare per assicurarsi che l'accesso ai servizi essenziali venga garantito anche alle persone emarginate a livello digitale.**

Il report, dal titolo "[The Great Digital Divide: Why bringing the digitally excluded online should be a global priority](#)", evidenzia che già prima della pandemia il 69% delle persone senza accesso online viveva in povertà<sup>1</sup> e che il 48% della popolazione offline desiderava avere accesso a internet. Questi trend si sono intensificati a causa degli eventi a livello globale degli ultimi mesi.

Il report sottolinea che anche senza la pandemia globale il digital divide è legato a tre fattori: età, reddito ed esperienza. Quasi il 40% della popolazione offline che vive in condizioni di povertà non ha mai utilizzato internet per via del costo proibitivo, e la fascia d'età con la più alta percentuale di componenti offline nel campione<sup>2</sup> è quella tra i 18 e i 36 anni (43%). Complessità d'uso di internet (65%) e "mancanza di interesse" legata a una sensazione di paura (65%) sono state citate anche da alcuni segmenti della popolazione offline. Queste ragioni fanno sì che le persone non siano in grado di accedere ai servizi pubblici, come informazioni sanitarie essenziali, dato che i governi fanno sempre più affidamento su risorse online.

---

<sup>1</sup> Per questa ricerca, abbiamo utilizzato la definizione di basso reddito o povertà di ciascun paese in Europa, negli Stati Uniti e in India:

- Per Francia, Germania, Svezia e Regno Unito, Eurostat e l'INSEE (National Institute of Statistics and Economics Studies) in Francia e l'European Statistical System a livello europeo ritengono che la popolazione a basso reddito sia definita come il tasso di rischio di povertà, ovvero la quota di persone con un reddito disponibile equivalente (dopo i trasferimenti sociali) al di sotto della soglia di rischio di povertà, che è fissata al 60% del reddito disponibile medio nazionale equivalente dopo i trasferimenti sociali.
- Negli Stati Uniti, il Federal Register del Department of Health and Human Services (HHS) pubblica ogni anno linee guida sulla povertà in base alle dimensioni della famiglia/del nucleo familiare. Le linee guida sulla povertà sono una versione semplificata delle soglie di povertà federali emesse ogni anno dal Census Bureau. La soglia di povertà del 2019 per una famiglia di quattro persone nei 48 Stati (escluse Alaska e Hawaii) è di 25.750,43 dollari.
- Per l'India, si rientra nella popolazione a basso reddito con un reddito familiare mensile inferiore a ₹20.000 al mese.

<sup>2</sup> Il Capgemini Research Institute ha intervistato 1.304 persone che attualmente non sono online via telefono e di persona.



La pandemia di COVID-19 ha reso necessario un cambiamento globale nel modo in cui le persone vivono, lavorano e socializzano; con l'aumento della disoccupazione e le misure di isolamento, un livello base di inclusione digitale è diventato quasi universalmente essenziale. I risultati della ricerca, condotta poco prima della diffusione della pandemia, sono ancora più pertinenti alla luce del contesto attuale, con la crescente dipendenza dai servizi digitali, fattore che accentua quella che era già una situazione molto difficile per la popolazione offline.

Le principali evidenze del report:

### **Essere offline porta all'esclusione sociale e ostacola l'accesso ai servizi pubblici**

- La mancanza di connettività può portare a sentimenti di isolamento, inadeguatezza o solitudine: il 46% degli intervistati offline ha dichiarato che si sentirebbe più connesso con gli amici e la famiglia se avesse accesso a internet.
- Solo il 19% della popolazione offline che vive in condizioni di povertà ha dichiarato di aver richiesto un sussidio pubblico negli ultimi 12 mesi per motivi legati a reddito, età, disabilità o qualsiasi altro fattore. Questo potrebbe rappresentare un problema quando l'e-Government e i servizi pubblici online diventeranno sempre più diffusi.
- Come conseguenza della trasformazione digitale dei servizi pubblici e delle crescenti difficoltà nella gestione delle proprie pratiche, il 34% degli intervistati ha espresso interesse nell'utilizzo di internet per richiedere sussidi pubblici come quelli legati all'alloggio, ai beni alimentari e all'assistenza sanitaria.

### **Essere offline limita la mobilità professionale**

La difficoltà a candidarsi online per un posto di lavoro e la mancanza di accesso a strumenti di apprendimento e istruzione online possono rendere la mobilità professionale più difficile per la popolazione non connessa, mentre il mancato sviluppo di competenze digitali può ridurre la possibilità di fare carriera:

- Il 44% degli intervistati offline ritiene che, se avesse accesso a internet, sarebbe in grado di trovare un lavoro più remunerativo e di accrescere la propria formazione;
- Complessivamente, il 29% degli intervistati offline vorrebbe poter cercare e candidarsi online a un lavoro; la percentuale sale al 41% per il campione di età compresa tra i 22 e i 36 anni.

### **Il digital divide è anche un divario di competenze e di apprendimento**

Il digital divide non riguarda solo l'accesso, ma anche il miglioramento delle competenze e l'apprendimento per chi è online. Secondo gli intervistati, il miglioramento delle competenze digitali può tradursi in un incremento dell'istruzione e in maggiori possibilità di trovare un lavoro ben retribuito (40%), offrire ai figli maggiori opportunità (34%), non avere difficoltà a pagare le bollette (33%) e ottenere benefici pubblici che attualmente non hanno (32%).

### **La responsabilità di colmare il divario deve essere condivisa**

Il report di Capgemini sottolinea come la responsabilità dell'inclusione digitale e dell'accesso a internet non possa ricadere su un unico gruppo. Le organizzazioni private devono riflettere sul loro ruolo nel mondo di oggi, sempre più responsabili non solo nei confronti degli stakeholder, ma anche verso clienti, dipendenti e comunità. Devono guardare in maniera più ampia a come possono apportare benefici alla società nel lungo termine, incorporando inclusione digitale e uguaglianza nella loro strategia di business. Nel frattempo, governi e settore pubblico devono svolgere un ruolo di primo piano nel consentire l'accesso a internet e la sua disponibilità, soprattutto per le comunità emarginate. Questo può avvenire su più livelli, come accesso a internet in luoghi



pubblici e abitazioni private, nonché acquisizione delle necessarie competenze digitali fondamentali, ma comporta un significativo miglioramento dell'accessibilità ai servizi pubblici online e il mantenimento di bassi costi per i consumatori.

Insieme, le organizzazioni e le istituzioni pubbliche devono collaborare per costruire azioni comuni a livello globale sull'inclusione digitale, mobilitando *peer*, ONG, accademici e governi per promuovere politiche concrete e collaborare con i partner per promuoverla attraverso progetti pro-bono che facciano leva sulle proprie competenze.

*"Il COVID-19 avrà probabilmente un impatto duraturo sull'accesso ai servizi pubblici e sull'atteggiamento nei confronti di opportunità come il lavoro da remoto, quindi le aziende che lavorano per superare il digital divide e creare un cambiamento di lungo periodo e non una soluzione temporanea hanno una responsabilità a livello collettivo",* ha affermato **Alessandra Miata, HR Director e CSR Head di Capgemini Business Unit Italy.** *"Sulla scia di questa pandemia, ci aspettiamo che il digital divide venga colmato. Per esempio, le persone anziane che non hanno mai sentito il bisogno di un accesso al mondo digitale si troveranno rapidamente a dover utilizzare gli strumenti digitali per le interazioni sociali o per l'acquisto di beni. Tuttavia, in questo caso si tratta di soggetti che hanno la possibilità di accedere a internet e che precedentemente hanno scelto di non farlo. L'impatto sarà maggiore tra le fasce di popolazione che ancora non possono utilizzare i servizi online, sia per via dei costi sia per la mancanza di una infrastruttura locale. Ci sarà un effetto polarizzante, soprattutto per chi già vive o rientra nella soglia di povertà".*

Capgemini, come organizzazione, si concentra su quattro aree chiave per ridurre il digital divide e accelerare su questo fronte:

- **Digital literacy:** offrire un supporto significativo per consentire ai soggetti digitalmente esclusi di avere maggiore autonomia nell'accesso ai servizi online pubblici e privati e sbloccare nuove opportunità
- **Digital academies:** favorire l'accesso al mercato del lavoro per le fasce di popolazione svantaggiate e per le persone escluse dal mercato del lavoro attraverso la formazione di competenze digitali
- **Technology for positive futures:** riunire tecnologia, business e società per risolvere i principali problemi della collettività e fornire un impatto positivo attraverso tecnologie all'avanguardia
- **Thought leadership:** collaborare con think tank ed enti intellettuali e cooperare con clienti, ONG partner, enti pubblici e accademici per continuare a guidare l'impatto delle iniziative di inclusione digitale

Per maggiori informazioni sul programma globale di CSR di Capgemini e sull'iniziativa di inclusione digitale, visitare la [pagina CSR](#).

Per consultare una copia completa del report, cliccare [qui](#).

### **Metodologia della ricerca**

Per questa ricerca, il Capgemini Research Institute ha utilizzato un duplice approccio per condurre interviste con oltre 5.000 persone residenti in Francia, Germania, India, Svezia, Regno Unito e Stati Uniti. La ricerca si è svolta da dicembre 2019 a febbraio 2020.

- Per comprendere l'opinione della popolazione online, il Capgemini Research Institute ha condotto un'indagine online su 3.750 persone, di cui il 56% vive in povertà mentre il 44% non è in povertà.



- Per comprendere l'opinione della popolazione offline, il Capgemini Research Institute ha condotto un sondaggio telefonico su 1.000 persone e un sondaggio faccia a faccia su 304 persone che non utilizzano i servizi digitali. Il 69% della popolazione offline vive in condizioni di povertà e il 31% non è in povertà.

Inoltre, il Capgemini Research Institute ha condotto interviste individuali con 26 dirigenti di 22 organizzazioni non profit, enti di beneficenza e ONG che operano nel settore dell'inclusione digitale e con aziende private con iniziative di inclusione digitale in Francia, Germania, India, Regno Unito e Stati Uniti.

## **Capgemini**

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 270.000 dipendenti presenti in più di 50 paesi nel mondo. Con Altran, nel 2019 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito [www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com). *People matter, results count.*

## **Capgemini Research Institute**

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi società tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati in India, Singapore, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>