

Capgemini Contacts:

Raffaella Poggio
Marketing & Communication Director
raffaella.poggio@capgemini.com
+39 347 4271901

Imageware:

Stefano Bogani
Jessica Morante
capgemini@imageware.it
+39 02 700 251

Secondo il benchmark sull'eGovernment 2015 pubblicato dalla Commissione Europea occorre una maggiore trasformazione digitale dei servizi pubblici europei per realizzare il Mercato Unico Digitale dell'Unione Europea

Solo un sito web pubblico su quattro è mobile friendly

Milano 23 giugno, 2015 – Le autorità pubbliche europee stanno progredendo nel rendere disponibili online i servizi a vantaggio dei cittadini e delle imprese. I progressi, tuttavia, sono lenti e frammentati. Questo è uno dei principali risultati della [12^a edizione del report sulla misurazione dei servizi europei di eGovernment](#), pubblicato oggi dalla Commissione europea e realizzato dal Gruppo [Capgemini](#), uno dei principali fornitori al mondo di consulenza, tecnologia e outsourcing, insieme con i suoi partner. Personalizzazione e spostamento del focus dal livello nazionale a un livello europeo sono un passo chiave per i Paesi europei quando si tratta di fornire servizi pubblici e liberare il pieno potenziale di un Mercato Unico Digitale nel prossimo futuro.

Quest'anno il benchmark sull'eGovernment, che ha monitorato oltre 10.000 siti web di tutti i Paesi membri dell'Unione Europea, si è focalizzato ancora sulla centralità dell'utente nel suo percorso attraverso vari eventi della vita come l'avvio di un'impresa, perdere e trovare un posto di lavoro, e studiare. Il rapporto rivela che l'Europa sta migliorando in maturità digitale per i servizi online: sono disponibili più informazioni e servizi, e ci sono più opportunità di ricevere supporto, aiuto e feedback online.

Sono necessari provvedimenti urgenti per migliorare mobile, trasparenza e semplificazione

Lenti ma fondamentali progressi sono, tuttavia, stati fatti in ambito user experience. Si potrebbe fare di più per aumentare la personalizzazione dei servizi pubblici online, in particolare per l'accessibilità via mobile, la trasparenza e la semplificazione dei servizi.

Nonostante un numero crescente di utenti mobile, i governi non stanno ancora cogliendo questa grande opportunità, offerta dai dispositivi mobile, per una ulteriore personalizzazione dei servizi. Al momento, solo un sito web pubblico su quattro è mobile friendly. Esempi di buone pratiche mostrano che non appena i siti web sono sviluppati anche per il mobile, il numero di utenti aumenta in modo esponenziale. C'è una chiara necessità di una maggiore sensibilità a livello mobile che non viene affrontata in questo momento. Una positiva eccezione è il Regno Unito, dove i siti web pubblici mobile responsive hanno visto più che raddoppiare il traffico mobile dei loro omologhi europei¹.

¹ Fonte: GOV.UK, <https://qds.blog.gov.uk/2014/02/06/improving-gov-uk-on-mobile-devices/>

La mancanza di trasparenza sui processi, i dati personali, e le agenzie che forniscono servizi pubblici induce le persone ad andare offline e non aiuta a creare fiducia. Il benchmark sulla trasparenza mostra un miglioramento di 3 punti percentuale rispetto alla misurazione precedente, ma è ancora inadeguato in quanto si attesta al 51%. La trasparenza delle organizzazioni pubbliche è superiore di 9 punti rispetto a questo benchmark (60%). E' anche positivo che gli utenti abbiano ottenuto un migliore accesso ai propri dati personali trattati nei siti web pubblici (incremento di 5 punti percentuale, arrivando al 52%). Tuttavia, devono ancora affrontare notevoli ostacoli per quanto riguarda la chiarezza del servizio nel processo di delivery, come ad esempio, i tempi di processo, durata e risposta di un servizio relativo agli step che una persona fare per completare un servizio pubblico online dall'inizio alla fine (incremento di 2 punti percentuali, attestandosi al 41%). La fiducia è essenziale per attirare più utenti online e realizzare, di conseguenza, quei risparmi che i servizi online potenzialmente offrono.

La semplificazione è un altro importante fattore di personalizzazione dei servizi online. L'aspetto chiave relativo alle Authentic Sources² è sceso di due punti nel 2014 rispetto al 2013. Questo significa che ci sono sempre meno casi in cui i form online sono stati pre-compilati con dati che i governi già conoscono sui propri cittadini. Ciò implica che i processi interni di governo non sono poi così "digitali" e che i potenziali incrementi di efficienza non sono stati ancora realizzati.

Il Mercato Unico Digitale è ancora lontano

Un Mercato Unico Digitale ha un potenziale di crescita di 340 miliardi di euro, centinaia di migliaia di nuovi posti di lavoro e una società attiva basata sulla conoscenza³. Tuttavia un Mercato Unico Digitale non è ancora in vista. Solo alcune transazioni online sono possibili quando si fa richiesta di servizi pubblici all'interno degli altri Paesi dell'Unione Europea. L'indicatore di mobilità transfrontaliera non ha ancora raggiunto il punto intermedio, rimanendo a un livello basso (48%). Da segnalare però come quest'ultimo sia cresciuto di 4 punti rispetto all'ultima misurazione. In tutta Europa, in media, l'indicatore di mobilità transfrontaliera per motivi lavorativi sta registrando risultati positivi rispetto alla percentuale di mobilità dei cittadini (58% rispetto al 43%).

Domenico Leone, Vice President e Public Sector Leader di Capgemini Italia dichiara: *"L'Europa deve sfruttare il potere della tecnologia moderna per trasformare i servizi pubblici e restare così al passo con le altre regioni mondiali. Al momento l'Europa ha del potenziale. La domanda chiave è capire se questo potenziale può essere usato per offrire un reale vantaggio. Pianificare strategie digitali per dare vita a un Mercato Unico Digitale è ora più rilevante che mai".*

Per accedere al report completo è possibile collegarsi a <http://www.capgemini.com/egov-benchmark>

Per maggiori informazioni sull'agenda digitale Europea, è possibile consultare <https://ec.europa.eu/digital-agenda/>

Capgemini

Con oltre 145.000 dipendenti in più di 40 paesi nel mondo, Capgemini è uno dei principali fornitori mondiali di servizi di consulenza, information technology e outsourcing. Nel 2014 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 10,573 miliardi di

² Authentic Sources sono registri di base che memorizzano i dati (personali) così da poter essere riutilizzati per precaricare moduli online.

³ [Mapping the Cost of Non-Europe 2014-2019](#), uno studio condotto dal Parlamento Europeo (Seconda Edizione, luglio, 2014)

euro. Insieme con i propri clienti, Capgemini progetta e realizza soluzioni di business e tecnologiche che consentono di migliorare le performance e il posizionamento di mercato. L'organizzazione profondamente multiculturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo – la [Collaborative Business Experience™](#) – e un modello globale di produzione distribuita denominato [Rightshore®](#).

Per maggiori dettagli: www.it.capgemini.com

Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini