
La sfida della sostenibilità digitale

Autore: Vittoria Terenzi

Fonte: Città Nuova

I dati forniti dalla ricerca “Italiani e sostenibilità digitale: cosa ne sanno, cosa ne pensano”, realizzata dal Digital Transformation Institute, evidenziano un rapporto controverso degli italiani con la tecnologia e la maggior parte non sa quanto impatto abbia sull’ambiente

La tecnologia è un'opportunità o una minaccia? Che impatto ha sull'ambiente l'uso del digitale? Cosa pensano gli italiani sul ruolo della digitalizzazione come strumento di sviluppo sostenibile? A queste e altre domande si propone di rispondere **la ricerca “Italiani e sostenibilità digitale: cosa ne sanno, cosa ne pensano”,** realizzata dal **Digital Transformation Institute**, la prima Fondazione di Ricerca italiana per la sostenibilità digitale. A presentarne in anteprima i risultati nel corso di una conferenza stampa, **Stefano Epifani, presidente della Fondazione**. *«Il quadro che emerge dai dati – si legge in una nota – è estremamente complesso e variegato, e fornisce alcune indicazioni fondamentali dalle quali partire per iniziare a disegnare quella nuova normalità che serve per rilanciare il nostro Paese».* L'Italia, infatti, grazie a Next Generation EU, nei prossimi anni potrà investire 191 miliardi di euro nel Piano nazionale di ripresa e resilienza, che si basa su digitalizzazione e sostenibilità ambientale e sociale. È, quindi, di fondamentale importanza comprendere il punto di vista degli italiani e la loro conoscenza in merito. I risultati della ricerca rivelano che gli italiani sanno cosa sia la sostenibilità in maniera sufficiente o più che sufficiente e, alla domanda su cosa debba avere la priorità tra ambiente, qualità della vita e crescita economica, **il 45,5% degli intervistati ritiene che sia urgente dedicarsi all’ambiente, il 38,1% alla qualità della vita e il 16,4% al modello economico di sviluppo.** La maggior parte degli intervistati pensa che il cambiamento climatico e l'inquinamento siano un problema da affrontare subito (l'inquinamento per il 77,1% e il cambiamento climatico per il 74,5%); alcuni che sia un problema che abbiamo tempo di affrontare (l'inquinamento per il 14,9% e il cambiamento climatico per il 14%) e solo una piccola percentuale ritiene che siano un falso problema (l'inquinamento per lo 0,5% e il cambiamento climatico per l'1,6%). **Parlando di sostenibilità digitale, il 92% ritiene che la tecnologia sia un'opportunità** (anche se il 71% pensa che se ne debbano ancora comprendere i rischi) e solo l'8% la reputa una minaccia. Tuttavia, molti (il 65% degli intervistati) pensano che la tecnologia sia una fonte di diseguaglianze. È interessante notare come, chi ha una buona competenza digitale la consideri un'opportunità; invece, **la paura nei confronti della tecnologia aumenta nelle persone che hanno meno competenze.** *«Questo ? commenta Epifani ? ci deve insegnare molto sul ruolo centrale delle azioni delle Istituzioni rivolte ad aumentare il livello di consapevolezza e di competenza digitali degli italiani di ogni età».* Infatti, solo il 10% degli italiani intervistati dice di usare regolarmente applicazioni a supporto della riduzione dei consumi, mentre il 13% le usa raramente. Il 27% afferma di non conoscerne l'esistenza e il 49%, pur conoscendone l'esistenza, non le adotta. Anche riguardo la gestione del ciclo dei rifiuti la situazione non è molto diversa: il 38% non conosce le applicazioni esistenti e il 35% pur conoscendole non le usa. Lo stesso avviene per le applicazioni destinate a ridurre gli sprechi alimentari: il 48% degli intervistati non le conosce e il 38% di quanti dichiarano di conoscerne l'esistenza non le usa. Quindi, **non solo le persone non utilizzano il digitale come strumento di sostenibilità, ma la maggior parte non sa quanto esso impatti sull'ambiente.** Più della metà degli intervistati, infatti, sostiene che l'impatto ambientale della digitalizzazione sia forte (61% del totale), ma solo il 13% sa quantificare esattamente il consumo effettivo di un'ora a settimana di *streaming video* (pari a quello di due frigoriferi collegati 24h). Questi dati indicano che esiste una distanza tra la capacità di raggiungere le persone informandole e la capacità di incidere sui comportamenti. *Per contribuire allo sviluppo di un futuro sostenibile occorre impegnarsi a rendere le persone sempre più consapevoli, a sviluppare*

*competenze e fornire strumenti. «In tal modo ? commenta in una nota **Mauro Minenna**, capo del Dipartimento per la Trasformazione Digitale ? possiamo costruire una società migliore nel rispetto dell'ambiente».*