MCCVIEW

DI **MARCO CAMISANI CALZOLARI**

PERCHÈ INSEGNARE IL CODING NELLE SCUOLE

il digitale nella vita quotidiana
ci serve per trovare lavoro e per non perdere quello che abbiamo

reskilling
saranno le aziende a doversi preoccupare di formare il personale

PAGAMENTI DIGITALI PER VENDERE MEGLIO

digitale in azienda

Servono 2 milioni di lavoratori con competenze digitali

MCC VIEW Speciale lavoro e digital 2023 numero unico realizzato da MCC Ltd

IN QUESTO VOLUME

4
Coding nelle scuole

6
Perché il digitale è indispensabile

8
CON IL DIGITALE SI VENDE DI PIÙ

10
Rifiuti smart per città più pulite

12
Illuminazione pubblica e digitale

14
Social Strategy di Gabriele Gobbo

16
Photo Blog

18
Reskilling: apprendere cose nuove per nuove mansioni

20
FORMAZIONE ONLINE, COSA CAMBIA

22
Smart Working

24
Lavoro: c'è fame di profili tecnici

26
DIGITALIZZAZIONE: PERCHÉ LE AZIENDE DEVONO FARE MEGLIO

28
Digital Divide

30
PAGAMENTI DIGITALI

Publisher_
Marco Camisani Calzolari

Art Director_
Gabriele Gobbo

mccview@camisanicalzolari.it

MCC VIEW Speciale lavoro e digital 2023 numero unico realizzato da MCC Ltd

© MCC Tutti i diritti riservati

Cos'è MCC VIEW

Pensa a quanto digitale è usato male.
Pensa a un mondo in cui siano sempre e solo gli esseri umani a dominare i computer e non il contrario.
Pensa a un mondo migliore in cui il digitale si sviluppa e cresce senza fare danni all'uomo.
Io non riesco a pensare ad altro, e ho voluto raccogliere e condividere con voi alcuni di questi pensieri su MCC VIEW.

Pensa a MCC VIEW come il "mio" magazine, così come su Facebook c'è la "mia" pagina e camisanicalzolari.it è il "mio" sito.
Tutti luoghi dove i contenuti sono prevalentemente miei, ogni post ha la mia foto ed è tutto personalizzato per ovvie ragioni, se no non sarebbero i "miei" spazi online.
Questo magazine segue la stessa logica.
Non è un magazine di cui sono editore.
È il "mio" magazine. Se vedete "tanto me" non è perché sono narcisista, ci sono "tanto io", così come ci sono "tanto io" negli altri "miei" luoghi digitali :-)
Un concetto di magazine diverso da altri magazine...

coding nelle scuole

in Italia bisognerebbe introdurre il coding, la programmazione informatica, come materia obbligatoria a partire dalle scuole elementari

Diciotto Paesi dell'Unione europea e 7 Paesi extra UE hanno già reso obbligatorio l'insegnamento del coding nelle scuole.

L'importanza di insegnare il pensiero computazionale

In Italia bisognerebbe introdurre il coding, la programmazione informatica, come materia obbligatoria a partire dalle scuole elementari. Perché è importante insegnare a programmare fin dalla tenera età? Non certo perché i nostri figli debbano diventare tutti informatici o ingegneri.

Così come non diventeranno matematici se imparano a contare o glottologi se studiano una lingua straniera. Il coding è un ingrediente prezioso, soprattutto per le giovani menti, perché aiuta a sviluppare il pensiero computazionale, cioè l'insieme dei processi mentali che puntano alla risoluzione di problemi, alla progettazione di sistemi, alla comprensione del comportamento umano attraverso concetti di solito attribuiti al campo dell'informatica. Le prime basi di coding, peraltro insegnate ai bambini come se si trattasse di un gioco, li aiuteranno a ragionare meglio e, quindi, a muoversi meglio nel mondo.

L'hanno capito in Kenya, dove di recente hanno introdotto lo studio della programmazione informatica nelle scuole primarie e secondarie. Lo sanno in Romania, dove una scuola per bambini, Bloomcoding, ha ottenuto un finanziamento da 1 milione di euro. È bello vedere che anche nazioni con economie meno prospere della nostra decidono di investire nella formazione digitale.

Diciotto Paesi dell'Unione europea e 7 Paesi extra UE hanno già reso obbligatorio l'insegnamento del coding nelle scuole. In Italia questo non è ancora avvenuto, ma è una pratica già diffusa in alcuni istituti scolastici e ci sono realtà e associazioni che se ne occupano. Auspichiamo che la pratica si diffonda ancora di più.

Perché oggi il digitale è indispensabile

Conoscere gli strumenti digitali è essenziale per la crescita dell'Italia.

Quando si parla di andamento economico del Paese, livelli occupazionali, questioni legate al reddito, è importante capire e far capire che sono temi ormai intrinsecamente legati alla trasformazione digitale. Perché?

Perché il digitale ci serve per trovare lavoro e per non perdere quello che abbiamo: nel prossimo futuro 9 impieghi su 10 richiederanno competenze digitali, dice uno studio UE.

Perché ci consente di accedere ai servizi pubblici, acquistare beni e servizi, effettuare pagamenti: nel 2022 abbiamo eseguito pagamenti digitali per 397 miliardi di euro.

Perché ci permette di spostarci, viaggiare, svolgere una serie di azioni quotidiane come ordinare cibo grazie a un'app: l'anno scorso le consegne a domicilio hanno generato un giro d'affari di 1,8 miliardi.

Perché ci dà modo di informarci, di interagire con gli altri e di accedere a forme di intrattenimento: gli italiani connessi a Internet sono quasi 51 milioni, quelli attivi sulle piattaforme social oltre 43 milioni. Chi non sa usare il digitale è fuori gioco: si chiama digital divide. Senza dimenticare che il mercato digitale, fatto di aziende innovative, genera ricchezza: quasi 77 miliardi di euro nel 2022.

il digitale ci dà modo di informarci, di interagire con gli altri e di accedere a forme di intrattenimento

Il digitale ci serve per trovare lavoro e per non perdere quello che abbiamo: nel prossimo futuro 9 impieghi su 10 richiederanno competenze digitali, dice uno studio UE

Con il digitale si vende di più: pensiamoci.

Dalle ultime statistiche, quasi un quinto delle aziende investe nelle etichette smart

Dopo l'aumento degli acquisti online a causa della pandemia, abbiamo ovviamente ricominciato a frequentare i negozi di persona, come dice anche un rapporto dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail del Polimi, ma non significa che i negozi possano fare a meno del digitale.

Negozi: come cambiano con il digitale

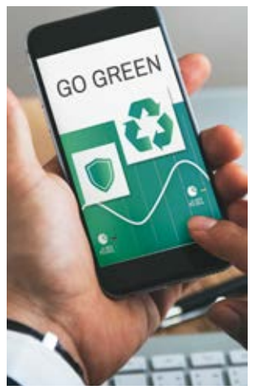
Amici commercianti, siete quasi 600.000 in Italia. Se volete resistere e rimanere sul mercato, dovete rendere migliore il servizio al cliente, perciò non potrete fare a meno degli strumenti digitali ancora a lungo.

Dalle ultime statistiche, quasi un quinto delle aziende investe nelle etichette smart, quelle che ci mostrano in tempo reale il prezzo aggiornato e garantiscono maggiore trasparenza. Il 28% dei giganti del settore usa chioschi digitali dove possiamo informarci da soli sulle caratteristiche dei prodotti in vendita. Altri puntano ai sistemi di scansione fai-da-te (18%) da app o appositi dispositivi che possiamo usare mentre facciamo la spesa.

Sono però le casse quelle più interessanti dal punto di vista della digitalizzazione, anche se per ora solo un terzo delle aziende investe in soluzioni di pagamento digitale (es. POS contactless, mobile, ecc.). Ma c'è un 9% che scommette sui sistemi di check-out autonomo, quelli che eseguono da soli sia la scansione sia il pagamento dei prodotti. Queste soluzioni fanno in modo che il momento in cui il cliente paga diventi più veloce e comodo.

Insomma, con il digitale si vende di più: pensiamoci.

città più pulite

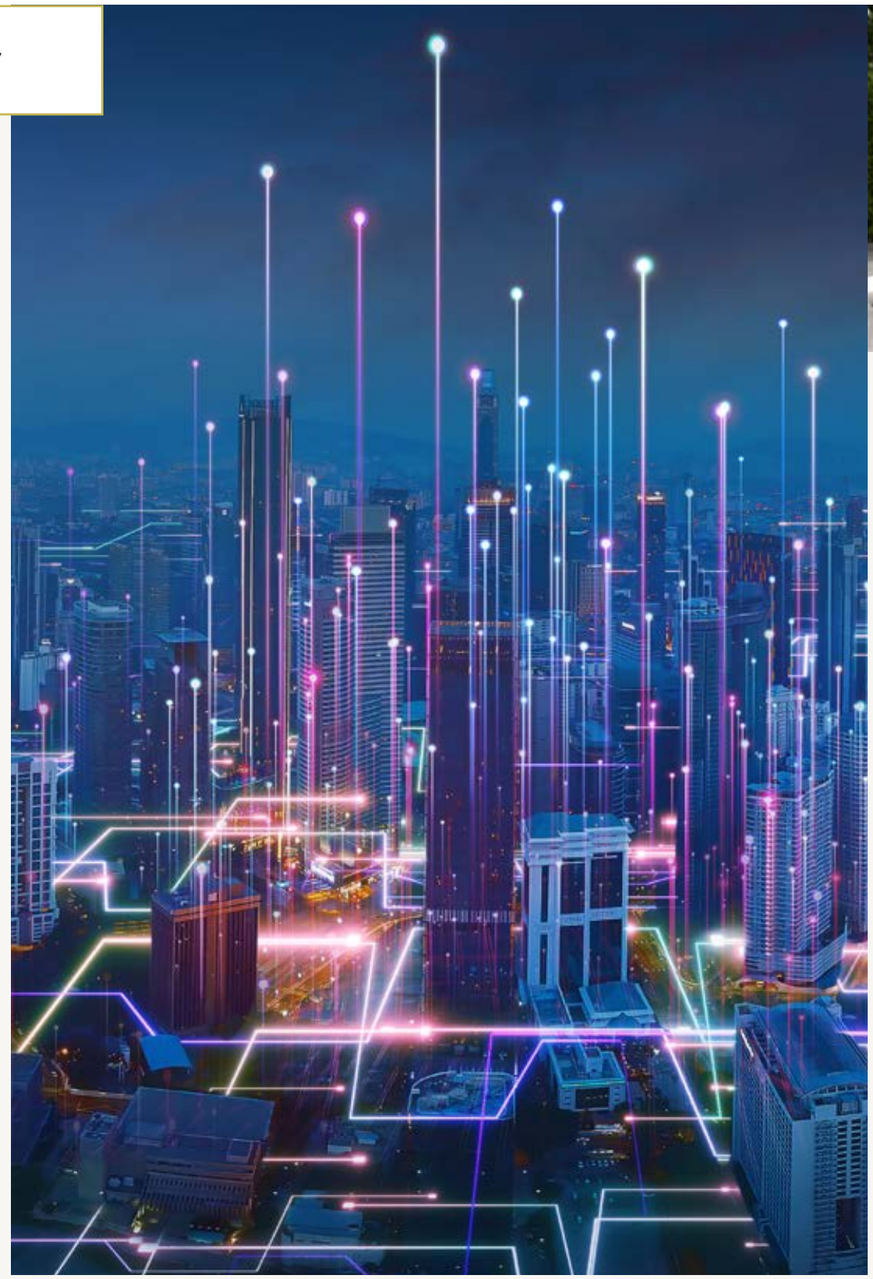


“Grazie a tecnologie come l’Internet of Things (IoT), che è in grado di far dialogare gli oggetti tra loro, il cloud, l’analisi dei dati, l’intelligenza artificiale e la connettività 5G, le nostre città possono diventare più ordinate e salutari”

Il digitale può aiutare a rendere le nostre città più pulite, per esempio usando i cestini o bidoni intelligenti (“smart bin”), quelli che riescono a comunicare tramite sensori con chi deve raccogliere i rifiuti. Risultato: si impiega molto meno tempo nella raccolta, si riducono i costi, si limitano le emissioni dei mezzi di trasporto impiegati.

Questo perché, attraverso una rete wireless, il contenitore può inviare alla centrale operativa informazioni sul suo stato (vuoto, mezzo pieno, ostruito), ma anche sulla frequenza e sull’orario di utilizzo, tutti dati importanti per un’azienda della nettezza urbana.

Grazie a tecnologie come l’Internet of Things (IoT), che è in grado di far dialogare gli oggetti tra loro, il cloud, l’analisi dei dati, l’intelligenza artificiale e la connettività 5G, le nostre città possono diventare più ordinate e salutari. E non solo le città. Anche la nostra esistenza quotidiana dentro le mura domestiche può essere rivoluzionata dai cestini intelligenti. Immaginiamo che in futuro la normalità sia che questi sistemi comunichino anche con noi, avvisandoci direttamente quando un bidone sotto casa è vuoto, in modo da poterci recare subito a depositare l’immondizia, o ci indichino quello disponibile più vicino, magari attraverso una mappa che segnala i punti per la raccolta differenziata. Oppure che il sistema ci mostri quanti rifiuti abbiamo depositato nel tempo e di che tipo, magari assieme ai dati di una famiglia media del nostro quartiere. Una prospettiva che certamente semplificherebbe le nostre vite migliorandole.



Tra i pionieri dei cestini intelligenti per uso pubblico in Europa ci sono i danesi: ad Albertslund, un sobborgo di Copenhagen, hanno avviato la sperimentazione nel 2016 ed oggi la città è tra le più innovative nella gestione dei rifiuti. Negli anni gli “smart bins” per uso pubblico si sono diffusi dagli USA all’Australia, dai Paesi asiatici a Israele. Li hanno testati anche alcune città italiane. L’anno scorso a Miano sono stati piazzati alcuni bidoni smart nelle zone centrali che, tra l’altro, funzionano ad energia solare.

Sono uno dei tanti tasselli della smart city, la città intelligente e sostenibile dove sarebbe bello vivere.

ILLUMINAZIONE PUBBLICA E DIGITALE

Abbiamo bisogno del digitale per avere strade illuminate meglio e sprecare meno energia, come nel caso dell'illuminazione adattiva.

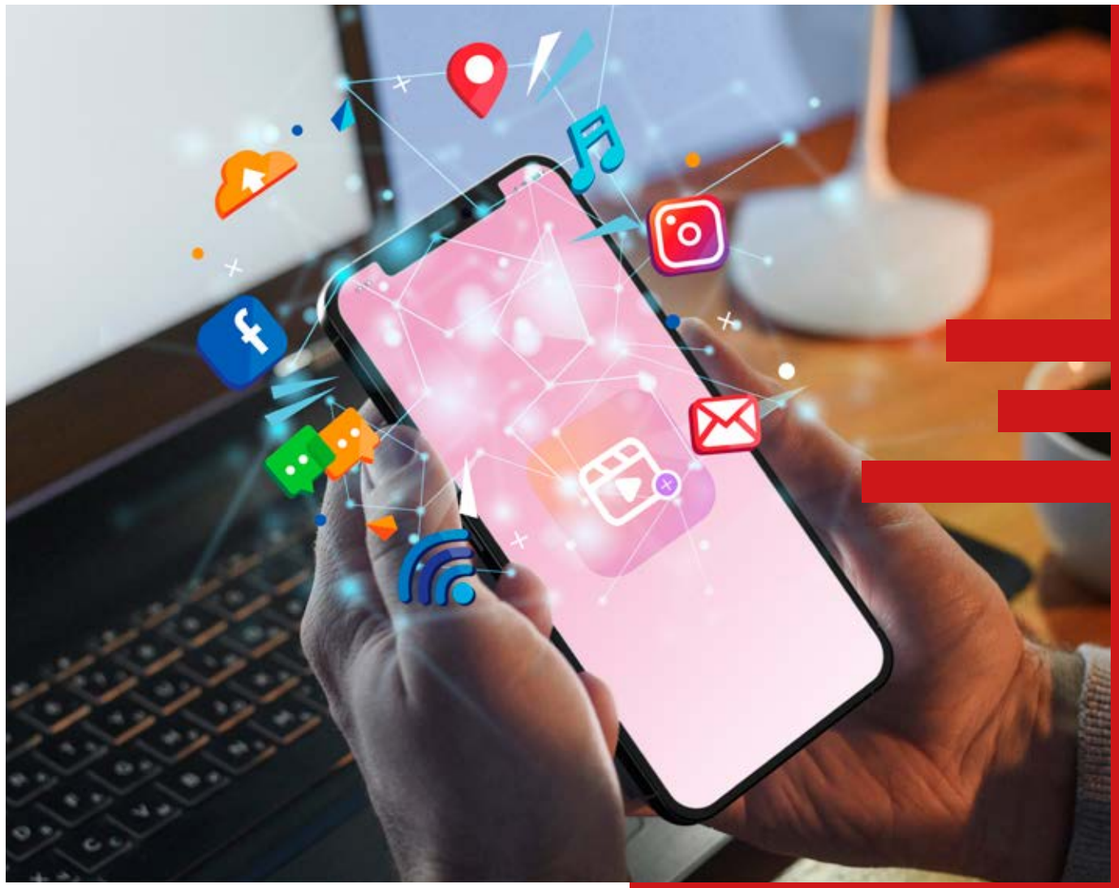
È quella che serve quando, in pieno giorno, apparentemente senza motivo, i lampioni sono tutti accesi, ma c'è ancora sole: l'illuminazione adattiva aiuta ad evitare questo tipo di errori perché dà la possibilità di modificare l'illuminazione stradale in base alle condizioni reali del traffico, alle condizioni meteorologiche e alla luminosità di quel preciso momento. Ed è basata sul digitale.

Grazie a sistemi di telecontrollo, sensori, videocamere si può fare in modo che i lampioni vengano accesi solo quando è necessario o che restino spenti se in quel momento non c'è bisogno della luce. In questo modo si risparmia denaro pubblico.

È importante perché, secondo la Commissione Europea, i Comuni usano per l'illuminazione pubblica più del 20% del budget destinato a tutti gli impianti energetici. Però, nella stragrande maggioranza dei casi, la luce viene diffusa da impianti con più di 25 anni di vita e che non hanno lampadine efficienti.

Non è possibile dire con esattezza quanto denaro venga sprecato in questo modo, ma è una perdita notevole.

Bisogna usare sempre più il digitale per rendere le nostre città luoghi migliori. E illuminati sempre nel modo giusto.



social strategy

I social media per le aziende non sono un giocattolo

“I PROFILI AZIENDALI, LE PAGINE SOCIAL, LA PRESENZA ONLINE SONO ASSET AZIENDALI STRATEGICI”

di
GABRIELE GOBBO

Quando si parla di social media per le aziende si parla di reputazione. Profili, pagine e account vanno pensati come asset strategici, e di alto valore, per l’organizzazione. Per questo motivo non vanno mai immaginati come un giocattolo o un passatempo, magari da far gestire alla segreteria o al reparto informatico.

La presenza online ricopre un ruolo maggioritario nella reputazione aziendale e nella valorizzazione di brand e prodotti, che si traduce in clienti, fedeltà, vendite e quindi volume di affari.

Sottovalutare i social media è un errore che fra le aziende italiane avviene spesso e va dalla poca cura della presenza online, all’utilizzo errato fino ad arrivare all’assenza dell’azienda stessa dai principali canali sociali.

Ho visto aziende importanti avere una presenza disordinata, improvvisata o, peggio, fuori target su Facebook, realtà con profili Instagram fermi da mesi o palesemente gestiti da un addetto scelto a caso in un reparto qualsiasi. Con evidenti risultati scarsi se non addirittura dannosi.

Le aziende devono capire che è necessario dotarsi di risorse dedicate, interne o esterne, con competenze specifiche, che coprano le reali necessità che la presenza sui social richiede, che va dalla creazione di contenuti fino al monitoraggio delle performance e del sentiment, perché proprio così si misura la reputazione online. Essere sui social in modo errato, al contrario, può arrecare danni alla credibilità e all’immagine aziendale

Questa è una vera filosofia, una impostazione mentale, che i CEO e i manager devono fare propria, per poi trasferirla e veicolarla a tutti i livelli aziendali senza sforzo.

I canali digitali sono asset fondamentali e vanno trattati come tutti gli altri asset strategici.

Photo blog

Evento in Confindustria Vicenza sul futuro della società digitale e del ruolo dell'intelligenza artificiale, di cui sono stato ospite per una conversazione assieme a Federico Faggin, l'inventore del microprocessore e del touch screen.

Bisogna coltivare le nostre competenze digitali ed essere disposti ad impararne di nuove

Reskilling: apprendere cose nuove per nuove mansioni

Bisogna coltivare le nostre competenze digitali ed essere disposti ad impararne di nuove, e per farlo non c'è che un modo: tornare a studiare e poi farlo in continuazione, si chiama apprendimento continuo.

Entro il 2025, dice un recente report della Fondazione Studi Consulenti del Lavoro, un lavoratore su due avrà bisogno di reskilling.

> ***Saranno le aziende a doversi preoccupare di formare il personale. Per loro sarà fondamentale: non possono tenersi lavoratori che non sono al passo con i tempi.***

Significa che dovrà apprendere nuove competenze per poter svolgere compiti diversi da quelli che svolgeva prima nella sua azienda o nell'organizzazione in cui lavora. Il reskilling è molto urgente.

Uno studio McKinsey afferma che, entro il 2030, 375 milioni di persone nel mondo dovranno cambiare categoria professionale (più di uno su 10). Tra le principali ragioni, ovviamente, c'è l'avvento del digitale, che ormai è protagonista della nostra vita professionale e lavorativa in tutti i modi possibili (uso di piattaforme, applicazioni, programmi). Senza contare l'impatto che avrà l'utilizzo dell'intelligenza artificiale: man mano che verrà utilizzata, più di 120 milioni di lavoratori nei 12 Paesi con le economie più ricche al mondo dovranno imparare cose diverse.

Saranno le aziende a doversi preoccupare di formare il personale. Per loro sarà fondamentale: non possono tenersi lavoratori che non sono al passo con i tempi. Ma è una grande opportunità anche per i dipendenti. All'inizio, in molti, c'è resistenza al cambiamento.

Ma dobbiamo capire che non si può tornare indietro, all'era pre-digitale: se non siamo disposti a cambiare, e se rifiutiamo di evolverci professionalmente accettando mansioni e ruoli diversi, resteremo indietro. E il nostro vecchio posto di lavoro potrebbe essere a rischio.

Bisogna coltivare le nostre competenze digitali ed essere disposti ad impararne di nuove, e per farlo non c'è che un modo: tornare a studiare e poi farlo in continuazione, si chiama apprendimento continuo.

Formazione online: come è cambiato il modo di imparare

La possibilità di studiare e formarsi a distanza è una grande opportunità offerta dal digitale. La formazione online garantisce più flessibilità rispetto alle lezioni tradizionali in aula, permette agli studenti di apprendere in qualsiasi luogo e in qualsiasi momento, e ai professori di avere un pubblico molto più vasto, oltre alla possibilità di scambiarsi contenuti sempre aggiornati e interattivi.

Come in tutte le cose, ci sono anche aspetti critici, come la mancanza di interazione sociale e di contatto umano. Il vero vantaggio è poter decidere se scegliere corsi solo online, solo in luoghi fisici o una via di mezzo tra i due, cioè in modalità ibrida. Ognuno di noi può fare come crede, l'importante è che scelga la strada che ritiene più giusta per sé.

Del resto poter imparare a distanza è un obiettivo che l'umanità si poneva da almeno due secoli: già nel 1800 alcune università europee cominciarono ad inviare corsi per posta. Un ruolo importante nella formazione a distanza l'hanno avuto anche la radio e la televisione. Nel frattempo, dal 1960 al 1990, oltre che per posta, i corsi venivano diffusi su audiocassette, videocassette, floppy disk o cd-rom. Poi, alla fine degli anni Novanta, è emerso l'eLearning.

Con la diffusione dei computer, sono nati anche software specifici per la gestione e il controllo automatizzato dell'auto-formazione. Nel 1996 la Jones International University è diventata la prima università accreditata totalmente online. Nel 2005 la Boston University ha lanciato il primo dottorato accademico sul web. Oggi sono in tanti a rivolgersi alla formazione online. Il digitale ha reso realtà le aspirazioni dei nostri antenati.

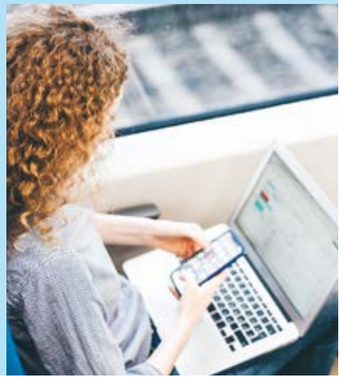
"già nel 1800 alcune università europee cominciarono ad inviare corsi per posta"

"Un ruolo importante nella formazione a distanza lo hanno avuto anche la radio e la televisione."

Lo smart working è una opportunità se fatto bene

Sta crescendo il numero di persone che preferisce lo smart working, una delle tante opportunità che ci ha dato il digitale, ma, perché funzioni, deve essere davvero smart, e non un semplice "lavoro da casa" o telelavoro. Quasi una persona su due (il 43%), dice un'indagine di Ericsson Consumer & IndustryLab, considera un requisito fondamentale per accettare una proposta di lavoro la flessibilità dell'orario o della sede. Uno su cinque la ritiene una priorità assoluta.

Smart working, però, non vuol dire collegarsi dallo studio o dal soggiorno e comportarsi esattamente come se si fosse in ufficio. In realtà comporta un cambiamento molto più profondo che si basa su principi di flessibilità, autonomia e responsabilità.



Smart working

Se le aziende vogliono farlo sul serio, devono innanzitutto "cambiare testa", cioè passare da una definizione del lavoro per ore lavorate a quella per obiettivi. Di conseguenza cambia il rapporto tra capo e dipendenti: questi non devono più timbrare un cartellino o essere sorvegliati, l'importante è che facciano quello che devono fare nei tempi previsti. La parola chiave è: fiducia.

Smart working è anche flessibilità di orari e luoghi di lavoro: si può lavorare in qualsiasi momento della giornata o della settimana, e da qualsiasi parte del mondo. È una scelta personale, a patto che si rispettino compiti e scadenze.

Per fare smart working, a chi lavora servono attrezzature, programmi e dispositivi tecnologici. L'azienda deve creare una sorta di scrivania virtuale con tutto l'occorrente, dallo spazio cloud al pc. Anche gli spazi fisici cambiano, perché sono diverse le esigenze di chi va in ufficio: le stanze possono essere ridotte o ampliate, le postazioni di lavoro possono diventare intercambiabili.

Naturalmente ognuno è libero di scegliere la modalità di lavoro che preferisce, compatibilmente con le richieste del datore di lavoro. Ma, se messo in pratica nel modo giusto, il lavoro agile rappresenta un vantaggio sia per le aziende, sia per i lavoratori.

C’è “fame” di profili tecnici

Entro 4 anni saranno richieste competenze digitali a più di due milioni di occupati

Occorre coltivare competenze, sia per la propria crescita personale e professionale, sia per la crescita della nazione.

Lavoro: servono 2 milioni di italiani con competenze digitali

Entro 4 anni saranno richieste competenze digitali a poco più di due milioni di occupati, dice uno studio di Unioncamere. Un dato importante per un Paese che vuole contrastare la disoccupazione, un dato essenziale per tutti coloro che stanno cercando lavoro, l’hanno perso e vogliono rimettersi in gioco, o stanno seguendo un percorso di formazione.

C’è “fame” di profili tecnici: nel 48,1% dei casi serviranno persone con un diploma tecnico-professionale, ma le aziende faticheranno a reperirli. Oltre ai laureati in medicina e a quelli in discipline economico-statistiche, sarà difficile ingaggiare laureati in discipline Stem (Scienze, tecnologia, ingegneria, matematica).

È chiaro che, sin da piccoli, i nostri figli dovrebbero essere incoraggiati a studiare queste materie, ovviamente se interessati e predisposti. È chiaro che l’offerta formativa di scuole e università dovrà essere sempre più allineata con questo scenario. È chiaro che, prima di tutto, servono, ai figli come ai padri (e alle figlie, e alle madri), le competenze digitali. Ma cosa sono esattamente?

La loro stessa definizione è in continua evoluzione, così come evolve ogni anno la tecnologia digitale. Nel 2006 un documento del Parlamento europeo le definiva “il saper utilizzare con dimestichezza e spirito critico le tecnologie della società dell’informazione (TSI) per il lavoro, il tempo libero e la comunicazione”.

Con il tempo è emerso un quadro articolato relativo a requisiti e aree tematiche: ci torneremo sopra con ulteriori approfondimenti. Quello che possiamo ribadire è che occorre coltivare queste competenze, sia per la propria crescita personale e professionale, sia per la crescita complessiva della nazione.

Digitalizzazione: perché le aziende italiane devono e possono fare meglio

La maggioranza delle imprese italiane investe appena un decimo del fatturato per la digitalizzazione, dice uno studio di The European House – Ambrosetti e Workday. Negli ultimi tre anni quasi la metà ha dichiarato di aver investito oltre un milione di euro e un quarto solo fino a 100mila euro. Non è una cosa buona, perché nel frattempo il ritardo con gli altri paesi si accumula e la competitività si abbassa.

Ma possiamo e dobbiamo fare di più, perché quando un'impresa comincia a digitalizzare le proprie attività, può produrre di più e spendere meno, che significa quindi andare verso un maggiore profitto. E sono certo che possiamo farcela.

Digitalizzazione, che letteralmente significa passare dall'analogico al digitale, è un concetto ampio, che indica l'introduzione all'interno delle organizzazioni di tecnologie digitali e l'abbandono di molte forme di materialità, dalla carta ai luoghi fisici come le postazioni di lavoro, ove possibile. Ma anche snellire il flusso di lavoro e semplificare i processi aziendali, cogliendo prima le opportunità e i cambiamenti.

Si parla di digital transformation per definire quell'insieme di profondi cambiamenti tecnologici, organizzativi, sociali e manageriali che sta penetrando in ogni ambito delle nostre vite. Eppure, le aziende sembrano non capire fino in fondo l'importanza di questi cambiamenti, così il 16% investe in digitalizzazione meno dell'1% del proprio fatturato.

Per oltre la metà delle aziende il ritardo nella digitalizzazione è dovuto alla cultura aziendale, in quanto a volte chi guida l'impresa non comprende appieno la nuova cultura dove la tecnologia è al centro e quindi non sa trasferirla alla forza lavoro.

Ecco perché comunicare la cultura digitale, oggi più che mai, è di fondamentale importanza, per chi guida le aziende, per gli addetti e per tutta la filiera.

DIGITAL DIVIDE

Bisogna diminuire il divario digitale tra grandi e piccoli centri

Se non riusciamo a portare il digitale anche nei piccoli centri e nelle zone isolate, sarà un problema per tutto il Paese. Le tecnologie digitali sono diffuse principalmente nelle grandi città, meno nelle periferie e ancor meno nei borghi, nelle campagne, in montagna.

Ci sono zone, in Italia, totalmente prive di connessione. Le città meno “mature” digitalmente, secondo una ricerca di Fpa per Deda Next, sono soprattutto quelle di piccole dimensioni e al Sud. Nelle comunità montane ci sono centinaia di aree che non sono neppure coperte dal segnale per la telefonia mobile. Le compagnie telefoniche dicono di coprire il 95% della popolazione, ma quel 5% che rimane vive sparso nel 15% del territorio. E ha bisogno, al più presto, di tecnologia e connettività. Se questo non succede, il vero rischio è di rendere più debole l’intera nazione.

Se in un territorio non c’è accesso a Internet, o la connessione è di scarsa qualità, sarà difficile, se non impossibile, aprire delle imprese, gestirle, farle crescere, ma diventerà problematico anche diffondere cultura. Un posto senza cultura e senza commercio diventa un luogo dove è faticoso vivere, perciò molti abitanti, soprattutto i più giovani, scappano, la zona si spopola e si perde un pezzo della nostra storia, ma anche della nostra economia.

Perciò servono infrastrutture e tecnologie che garantiscano ovunque la migliore connessione: perché non esistano più cittadini digitali di serie A e di serie B.

Pagamenti digitali, non si torna indietro

La possibilità di fare pagamenti digitali ha semplificato la vita di tutti: è un modo veloce e pratico di scambiarsi denaro.

Eppure in Italia, finita l'emergenza sanitaria, il contante ha guadagnato terreno, tornando a essere il mezzo preferito da circa un italiano su tre per gli acquisti fisici. In realtà, secondo gli esperti, si tratta di una stabilizzazione dopo il picco di pagamenti digitali avvenuto in pandemia: i mezzi di pagamento elettronici, dice una recente ricerca, sono ancora i preferiti da metà della popolazione.

Il vero problema è che le persone non sempre riescono a pagare come vorrebbero: quando, dopo aver fatto acquisti, l'italiano si avvicina alla cassa e apre il portafoglio, quasi in un caso su due è costretto ad adattarsi, cioè ad utilizzare un mezzo di pagamento diverso da quello che desidererebbe. I motivi sono vari: in quel negozio non si può proprio pagare in quel modo, oppure ci sono problematiche tecniche o esistono altre ragioni, per esempio i costi associati alla transazione.

Certamente, per far sì che la gente paghi sempre più spesso per via digitale, bisogna intervenire sulle commissioni, ancora troppo elevate. Ma non dimentichiamo che esistono sistemi di pagamento digitali con costi bassi o tendenti allo zero. Una cosa è certa: in questo caso, come per tutto quello che riguarda la trasformazione digitale, non si torna indietro. Le invenzioni non si possono disinventare.

il vero problema è che le persone non sempre riescono a pagare come vorrebbero

I pagamenti digitali sono stati inventati, ce ne sono di diversi tipi a seconda delle diverse esigenze, e aiutano individui e aziende a pagare in modo più comodo ed efficace. Naturalmente questa, come altre innovazioni, deve essere normata nel modo più adeguato.

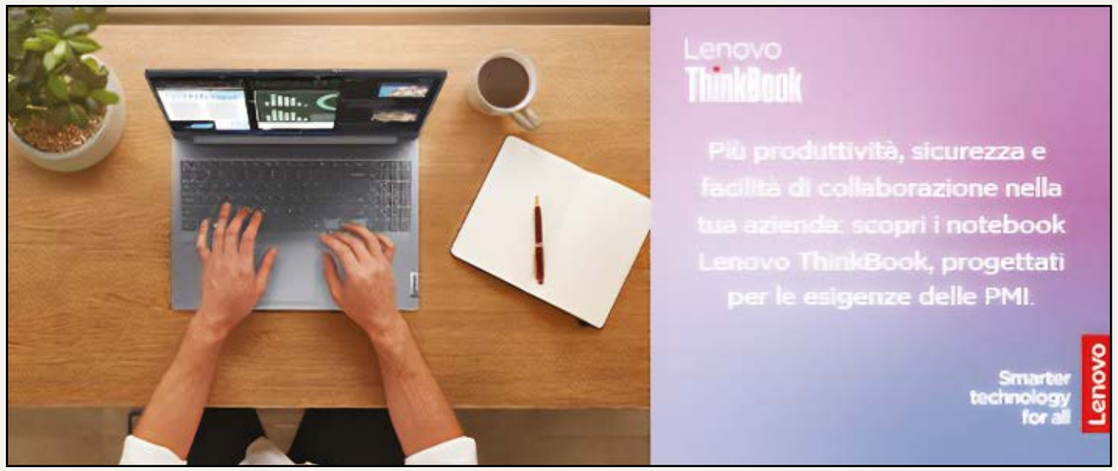
Ma ad oggi l'evoluzione di un popolo si misura anche dal livello di adozione di questo tipo di pagamenti.

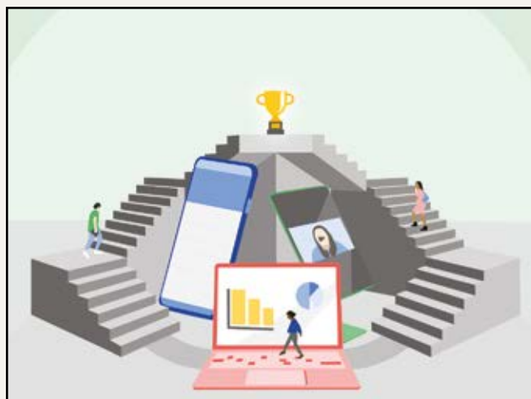
Certamente, per far sì che la gente paghi sempre più spesso per via digitale, bisogna intervenire sulle commissioni, ancora troppo elevate.

Commissariato di P.S. online

Sportello per la sicurezza degli utenti del web

www.commissariatodips.it





Google è a fianco delle persone e delle piccole imprese italiane che vogliono imparare ad utilizzare gli strumenti digitali per trovare un lavoro o far crescere la loro attività. I Google Digital Training sono corsi di formazione senza costi attraverso cui apprendere i concetti di base del digital marketing o come avviare la propria attività online, ma anche come acquisire sicurezza di sé con l'autopromozione. Questi e altri corsi sono disponibili senza costi su **learndigital.withgoogle.com/digitaltraining**

INFORMATICI SENZA FRONTIERE

Dal 2005 un progetto di innovazione sociale

per contrastare **il digital divide** e dare un aiuto concreto a chi vive **in situazioni di povertà e di emarginazione, in Italia e nel mondo.**

Nell'ultimo anno

115 VOLONTARI

>24.000 BENEFICIARI DIRETTI

959 PC RICONDIZIONATI E DONATI

2.000 RAGAZZI FORMATI SULL'USO CONSAPEVOLE DELLA RETE

>10.000 ORE DI VOLONTARIATO PER ANNO

>1.500 TRA ANZIANI E ADULTI IN DIFFICOLTÀ SI SONO AFFACCIATI AL DIGITALE

>10.000 STUDENTI

>300 INSEGNANTI

HANNO IMPARATO A PROGRAMMARE CON SCRATCH

6 PROGETTI INTERNAZIONALI CON OPEN HOSPITAL PER 4.160.000 BENEFICIARI

Un Evento Dedicato

SCOPRI DI PIÙ
festival.informaticisenzafrontiere.org

festival informatici senza frontiere

DONA IL TUO 5X 1000

ISF AIUTACI A CONTINUARE COSÌ

Codice fiscale ISF 94106980264

www.informaticisenzafrontiere.org