

[Editoriali](#) [Sito nazionale](#) [Pubblicità](#) [Per le imprese](#)


Entra nel mondo di Iride Imprese Italia

SCOPRI DI PIÙ...



Entra nel mondo di Eos consulenza

VISITA IL SITO

[HOME](#) [CONTATTI](#) [LA REDAZIONE](#) [IL NOSTRO SISTEMA](#) [SCUOLA DI FORMAZIONE](#) [DILLO AL QUOTIDIANO](#) [SOCIAL WALL](#)
[WEB TV](#)

AGI

L'App per il cashback raggiunge #Immuni: è polemica sui social



Quotidiano dei Contribuenti - 19 Dicembre 2020

Mi piace 0

Salva

Share

Tweet

AGI – Il Governo ha attivato il cashback per incentivare gli acquisti nei negozi, ma al tempo stesso la raccomandazione è di restare il più possibile in casa per evitare assembramenti e ridurre il rischio di contagi.

Covid, shopping e “Bonus Natale 2020” hanno creato una sorta di cortocircuito tra la volontà di incentivare gli acquisti, e la necessità di evitare il più possibile le tradizionali passeggiate nei centri storici creando così assembramenti lungo



Iscriviti alla newsletter!

le vie dei negozi.

Il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte pochi giorni fa spiegava lo scopo dell'iniziativa: "Adesso dobbiamo favorire gli esercizi commerciali, i negozianti, gli esercizi di prossimità". Tuttavia proprio in queste ore si sono registrati assembramenti in tantissime città italiane, a Roma e Milano strade piene di gente al punto che a Natale potrebbe scattare un nuovo lockdown generale in tutto il paese.

In pochi giorni la discussione su Twitter ha provocato oltre 22 conversazioni e più di 27mila condivisioni. Le emozioni ricavabili all'interno dei post attraverso l'analisi semantica dei contenuti mette in evidenza un sentiment prevalentemente negativo con disapprovazione, rabbia e tristezza oltre il 75%, per un provvedimento economico che per molti è contraddittorio e non conforme alle indicazioni anti covid.

Un sentiment negativo inerente diversi aspetti del cashback: da un lato il rischio di assembramenti incentivati dagli acquisti nei negozi fisici, dall'altro il malfunzionamento dell'App IO, l'infrastruttura tecnologica necessaria per ottenere i rimborsi per gli acquisti pagati con denaro digitale, e gestita da PagoPA.

"Le foto degli assembramenti mostrano scene ingiustificabili, irrazionali, irresponsabili. Comprendo la voglia delle persone di uscire, ma basterebbe entrare in un ospedale per rendersi conto della condizione generale in cui il Paese si trova" [@F_Boccia](https://t.co/kMbw1JnoZX) <https://t.co/kMbw1JnoZX>
[pic.twitter.com/O3wdzUIE1g](https://t.co/kMbw1JnoZX)

— Partito Democratico (@pdnetwork)
 December 14, 2020

In pochi giorni la discussione su Twitter ha provocato oltre 22 conversazioni e più di 27mila condivisioni. Le emozioni ricavabili all'interno dei post attraverso l'analisi semantica dei contenuti mette in evidenza un sentiment prevalentemente negativo con disapprovazione, rabbia e tristezza oltre il 75%, per un provvedimento economico che per molti è contraddittorio e non conforme alle indicazioni anti covid.

Potrai ricevere via email gli articoli e le info di QdC

Nome

Email *

Iscriviti



Un sentiment negativo inerente diversi aspetti del cashback: da un lato il rischio di assembramenti incentivati dagli acquisti nei negozi fisici, dall'altro il malfunzionamento dell'App IO, l'infrastruttura tecnologica necessaria per ottenere i rimborsi per gli acquisti pagati con denaro digitale, e gestita da PagoPA.

A molti non sfugge un paragone tra il numero dei download di #Immuni e l'app IO: quest'ultima infatti si sta velocemente avviando a superare in pochi giorni quella per il tracciamento dei contagi, attiva ormai da sei mesi.

La [#privacy](#) è un concetto relativo:
[#appIO](#): oltre 7 mln download in pochi giorni
app [#immuni](#): meno di 10 mln download in oltre 6
mesi [#cashback](#) [#CashbackDiStato](#) [#COVID19](#)

— Nino Cartabellotta (@Cartabellotta)
[December 8, 2020](#)

Analizzando le frasi e parole più utilizzate sui social, i dubbi sulla privacy sono un tema consistente, ma in generale gli assembramenti e il malfunzionamento dell'app sono al centro della discussione: da un lato chi si lamenta per le persone riversate in strada, dall'altro chi si lamenta perché non può utilizzare il bonus a causa delle difficoltà nell'effettuare il download.

Tutti questi argomenti sommati e collocabili nella più ampia discussione sul Covid in Italia, provocano interesse e discussioni sui social, con una distribuzione omogenea nel paese, con la massima concentrazione delle conversazioni in Lombardia nell'area metropolitana di Milano, e a Napoli.

Fanno aprire i negozi.
Incentivano gli acquisti nei negozi sotto casa
con il cashback, escludendo le compere online,
ma o signora mia sti cittadini cattivi che escono a
fare le compere. [#lockdownitalia](#)

— Tany (@TaniuzzaCalabra)
[December 14, 2020](#)

Compra online, non affollare, ma nei piccoli negozi se no falliscono. Utilizza il [#cashback](#) ma vale solo in negozio, ma non uscire di casa. Mangia nei ristoranti se no falliscono, ma non uscire di casa. Dai la cera togli la cera, apri il comune chiudi il comune. [#lockdownitalia](#)

— Agnese (@AgneseCr)
[December 17, 2020](#)

Per quanto riguarda invece i principali leader sui social e le rispettive forze politiche di appartenenza, Lega, Forza Italia e Fratelli d'Italia producono la maggior parte dei contenuti sul cashback (66%).

Il tono è polemico e le forze di opposizione cercano di evidenziare la contraddittorietà di taluni provvedimenti. Il Governo invece valorizza la tutela della privacy e la convenienza del cashback. Anche sui social si ripropongono le tensioni attualmente presenti all'interno della maggioranza con Ettore Rosato, Presidente di Italia Viva, che sottolinea l'inopportunità del cashback in relazione agli assembramenti osservati in questi giorni.

C'è un governo che fa il bonus vacanza e poi si stupisce che venga usato. Fa il cashback e ti dice di spendere entro il 31 dicembre, ma poi si arrabbia se uno va a fare shopping. Questa confusione sembra l'ennesimo mezzo con cui il governo vuole scaricare la colpa sugli italiani
pic.twitter.com/p9PBrPe9OJ

— Giorgia Meloni 🇮🇹 (@GiorgiaMeloni)
[December 16, 2020](#)