

Lo scenario

di Emily Capozucca

«L'innovazione? Diventerà più vicina alle persone Un umanesimo digitale»

Poggi (Deloitte): uniamo le forze con gli altri Paesi europei

Quella causata dal coronavirus è una crisi senza precedenti che ha colpito domanda e offerta e che si è diffusa rapidamente a livello globale. «Non ci sono esperti, ci mancano elementi di lettura e possiamo solo navigare a vista — commenta Andrea Poggi, North South Europe Innovation Leader dell'azienda di consulenza e servizi Deloitte —. Utilizzare paradigmi passati, vecchie soluzioni come anche il concetto noto di innovazione è sbagliato perché tutto ciò che pensavamo prima della pandemia non ha più applicabilità in un mondo "sconosciuto"».

Il concetto di innovazione prima del Covid puntava a un mondo quasi esclusivamente digitale, concentrato sull'e-commerce, sull'e-learning, sul taglio delle filiali delle banche e sulla scomparsa progressiva dei negozi fisici. «Ciò che secondo noi è emerso da questa crisi è che sicuramente c'è un'accelerazione verso una rivoluzione digitale o virtuale ma in una maniera diversa da come è stata interpretata fino a febbraio. — spiega Poggi —. Ci siamo resi conto che è certamente necessaria una digitalizzazione, di un'evoluzione tecnologica in un mondo moderno ma allo stesso tempo abbiamo capito l'importanza e il bisogno di contatti umani».

Una virtualizzazione che per essere vincente deve essere antropocentrica, dove l'uomo si fa spazio e riprende il suo posto in un'ottica di collaborazione con il digitale verso a un'evoluzione che non lo esclude. Una rivoluzione virtuale con modelli di business ibridi «alimentati da processi fortemente digitalizzati ma in grado di fornire anche un'esperienza emotiva e fisi-

ca. Abbiamo bisogno di interazioni. «La chiusura di punti vendita era forse l'obiettivo di alcuni settori soprattutto retail fino a febbraio scorso ma oggi ci si è resi conto che è importante mantenere luoghi fisici».

Da febbraio ad oggi sono cambiate le interazioni umane, il modo di lavorare all'interno delle imprese e la disponibilità di risorse. Ed è cambiato il comportamento dei consumatori. «Abbiamo imparato ad apprezzare lo smartworking, ma abbiamo anche capito che senza attività di interazione umana si rischia di perdere il valore sociale» dice Poggi che riguardo alle risorse consiglia di investire su tre, quattro aree alle quali dare la priorità: «Non abbiamo risorse illimitate per l'innovazione. Dobbiamo individuare pochi ambiti su cui investire risorse pubbliche e private stando attenti a non sbagliare perché non ce lo possiamo permettere». Bisogna dunque focalizzarsi su pochi grandi cambiamenti. Ma quali? Oltre alla modalità di gestione dei clienti "ibrida" (uomo e tecnologia), altri temi che si sono dimostrati di grande attenzione sono quelli della salute e del wellness. «Solo l'innovazione può consentire la telemedicina, terapie e teleconsulti da casa». Altro ambito di innovazione fondamentale è la mobilità. A seguito di una forte contrazione dei servizi di sharing e al conseguente utilizzo dei mezzi privati, preferiti ora a quelli pubblici «bisogna pensare a nuovi modelli di mobilità». Altro tema su cui puntare in innovazione è la gestione delle fasce più deboli, gli anziani. Secondo i dati Deloitte 2020 circa il 29% del totale

(4 milioni di persone) sono completamente soli e, proprio per questo, il concetto di casa evolve verso ruoli innovativi.



Non solo virtuale Sarebbe un errore pensare al lavoro e agli acquisti soltanto nella dimensione virtuale

Affinché l'innovazione possa essere uno strumento che permetta di intercettare in tempo i cambiamenti "sconosciuti" «deve porre l'uomo al centro, deve essere concreta, focalizzata su poche priorità e deve essere condivisa dall'Europa. «Bisogna unire le forze — aggiunge Poggi —. Non singole imprese e singoli Stati ma un programma che dovrebbe essere gestito dall'Europa e che dovrebbe vedere uniti pubblico e privato». Sforzi focalizzati a livello europeo verso la stessa direzione con investimenti veicolati su asset innovativi. Un contesto Europeo che potrebbe essere "rivoluzionario" nel creare un'agenzia sovranazionale che studi gli scenari futuri ignoti dell'epoca post Covid e che aiuti a gestirne gli sviluppi e ad identificare Asset e priorità. «Non possiamo muoverci da soli — conclude Poggi — ma abbiamo bisogno di più Europa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il futuro



● Andrea Poggi, è North South Europe Innovation Leader dell'azienda di consulenza e servizi in Deloitte

● Per l'innovation leader la crisi che abbiamo attraversato è senza precedenti e non ci sono esperti, che ci possano mostrare la strada. Tutto ciò a cui puntavamo prima compreso il concetto di innovazione va rivisto: «Abbiamo imparato che una virtualizzazione può essere vincente solo se l'uomo non viene messo al centro».