

Digitalizzazione: come la pandemia ha accelerato il processo

La pandemia ci ha fatto apprezzare il potenziale dell'innovazione e della tecnologia, ma abbiamo anche capito che non possiamo trasformare tutto in esperienza virtuale. Il futuro è il mix ibrido.

Andrea Poggi, Innovation Leader NSE di Deloitte: «L'innovazione non deve essere fine a sé stessa, ma deve essere ripensata in un'ottica antropocentrica. Con la pandemia abbiamo apprezzato a pieno il potenziale dell'innovazione e della tecnologia, ma abbiamo anche capito che non possiamo trasformare tutto in esperienza virtuale. I mix ibridi sono il futuro».

- Il 30% dei consumatori europei ha scoperto lo shopping online e ha usato per la prima volta l'e-banking.
- Il 35% degli intervistati pensa che utilizzerà i canali di vendita digitali anche in futuro.
- Il 44% dei pensionati ha realizzato attraverso l'emergenza sanitaria che le innovazioni digitali non sono difficili da utilizzare (con picchi del 64% in Grecia, del 59% in Italia, del 46% nel Regno Unito, fino al Belgio fanalino di coda con il 28%)
- Il 23% degli intervistati ha provato per la prima volta il lavoro da remoto.
- Il 41% dichiara di preferire un mix tra canale e fisico per lo shopping.
- Il 38% ritiene che il processo di digitalizzazione non consideri sufficientemente l'aspetto umano (percentuale che sale al 46% in Francia e scende fino al 30% per i Paesi scandinavi)

Consumatori più digitali e più propensi a cercare prodotti e servizi on-line. La pandemia da Covid-19 ha spinto la digitalizzazione di prodotti e servizi in Europa, modificando i comportamenti dei consumatori e accelerando quelle trasformazioni in corso che, in condizioni normali, avrebbero richiesto anni per affermarsi. A confermarlo è lo studio di Deloitte *Umanesimo digitale, stella polare della ripresa*, secondo cui il 30% dei consumatori europei (di Belgio, Francia, Germania, Grecia, Italia, Paesi Bassi, Svizzera, Regno Unito e Paesi scandinavi) ha provato per la prima volta lo shopping online e l'e-banking durante la prima ondata Covid. Quasi la stessa percentuale (35%) di intervistati pensa che sfrutterà i canali di vendita digitali anche dopo la fine dell'emergenza sanitaria. Ancora più significativo il dato sulla popolazione anziana: per sfuggire all'isolamento e alla solitudine, quasi la metà (44%) dei pensionati ha usato per la prima volta le tecnologie digitali. Ma digitalizzare ogni esperienza non è sempre la soluzione migliore: il 41% degli intervistati dichiara di preferire un mix tra canale e fisico per lo shopping. E il 38% ritiene che il processo di digitalizzazione non consideri sufficientemente l'aspetto umano.

«I dati che emergono dalla nostra ricerca confermano un'importante evidenza che fin dalle prime settimane di pandemia avevamo intuito: la tecnologia e l'innovazione sono state fondamentali per permetterci di continuare a lavorare, studiare, comunicare. Senza questo prezioso alleato l'impatto della pandemia sarebbe stato molto più pesante da tutti i punti di vista: sanitario, economico, sociale», commenta Andrea Poggi,

Innovation Leader North and South Europe di Deloitte. «Ma da questo grande esperimento che la pandemia ha creato, abbiamo anche capito quali sono i limiti dell'innovazione: non possiamo pensare di trasformare ogni esperienza fisica in esperienza virtuale. L'uso massiccio e continuato della tecnologia durante i mesi più duri della pandemia, infatti, ha fatto riscoprire l'importanza della interazione fisica – in presenza – tra le persone. Quasi quattro intervistati su dieci (38%) ritengono che il processo di digitalizzazione non consideri sufficientemente l'aspetto umano: questo significa che, in futuro, dobbiamo ripensare l'innovazione in funzione di questi bisogni e caratteristiche delle persone. Dobbiamo andare nella direzione di una innovazione sempre più antropocentrica. E per questo pensiamo che le soluzioni vincenti saranno rappresentate da modelli ibridi, in cui c'è un mix integrato di digitale e fisico», spiega Poggi.

La digitalizzazione del lavoro.

Secondo il report di Deloitte, la media europea di lavoratori che ha provato il *remote working* per la prima volta dopo lo scoppio della pandemia da Covid-19 è del 23%. Un valore che in Italia è ancora più rilevante, riguardando un intervistato su quattro (25%). Significativo anche il dato secondo cui il 38% dei rispondenti dichiara di essere riuscito a svolgere le proprie attività regolarmente durante il lockdown solo grazie all'innovazione tecnologica. Un chiaro segnale della trasformazione digitale su cui le imprese stanno spingendo, introducendo nuovi modelli e modalità operative.

La digitalizzazione dei consumi.

Oltre ai significativi impatti sul mondo del lavoro e sulla sua organizzazione, le restrizioni causate dal Covid-19 hanno spinto i consumatori allo shopping on-line: il 30% degli europei intervistati ha scoperto lo shopping online e ha usato per la prima volta l'e-banking. Una percentuale ancora maggiore, pari al 35% degli intervistati, pensa che utilizzerà i canali di vendita digitali anche dopo la fine dell'emergenza sanitaria. Anche gli italiani sono in linea con questa tendenza: colmando il gap che li separa dai cittadini di altri Paesi UE, il 34% degli italiani ha sperimentato per la prima volta canali di vendita digitali, mentre il 32% ha usufruito di servizi di e-banking.

Gli anziani superano la diffidenza verso la tecnologia.

Uno dei dati più interessanti che emerge dallo studio di Deloitte è l'effetto che la pandemia ha avuto sulla popolazione anziana. Per la prima volta nella propria vita, ben il 44% dei pensionati europei ha realizzato che le innovazioni digitali non sono così difficili da utilizzare. Un dato che raggiunge picchi significativi in Grecia (64%) e Italia (59%), dove la quota di popolazione anziana è molto rilevante. Costretti all'isolamento e spaventati dal contagio, le persone più anziane per la prima volta hanno superato la propria diffidenza nell'utilizzo della tecnologia, utilizzando app e servizi digitali come la telemedicina, lo shopping on-line e gli strumenti per comunicare a distanza con i propri cari.

Limiti dell'innovazione: non tutto può diventare virtuale.

L'emergenza sanitaria ha anche messo in luce anche alcune lacune infrastrutturali che ostacolano il corretto funzionamento delle tecnologie a disposizione. Ad esempio, circa 2 rispondenti su 5 denunciano la difficoltà ad accedere ai servizi scolastici erogati tramite piattaforme di e-learning così come la mancanza di condivisione di dati sanitari tra strutture. Ma, al di là dei limiti infrastrutturali, ciò che emerge è che il processo

di digitalizzazione non consideri abbastanza l'aspetto umano. A pensarla così il 36% degli italiani, in linea con la media europea del 38%. Ma ci sono paesi dove il problema è ancor più sentito, come la Francia, dove quasi la metà dei rispondenti (46%) lamentano tale carenza.

Alla base di questa percezione diffusa c'è il fatto che la dimensione digitale e quella fisica non sono sufficientemente integrate: da qui nasce la perdita di efficacia dell'innovazione. Ad esempio, chi durante il lockdown ha lavorato soltanto in *smart working* ha espresso in percentuale maggiore l'esigenza di contatto umano (55%) rispetto a chi ha lavorato in presenza o in modalità ibrida (50%). Per il futuro, quindi, si prevede che le soluzioni innovative più efficaci e funzionali saranno costituite da un mix integrato di fisico e digitale.

Effetti collaterali della tecnologia incontrollata: il rischio infodemia.

Infine, tra gli effetti collaterali dell'uso massiccio e incontrollato della tecnologia sperimentato per la prima volta durante la pandemia da Covid-19, c'è anche l'*infodemia*, ovvero quel fenomeno che l'Organizzazione mondiale della Sanità (Oms) ha definito come «quell'abbondanza di informazioni, alcune accurate e altre no, che rendono difficile per le persone trovare fonti affidabili quando ne hanno bisogno». Neologismo coniato nel 2020, la parola *infodemia* deriva dall'inglese *infodemic*, a sua volta composto dai termini *information* ed *epidemic*. Una parola che fa riflettere sul potenziale uso eccessivo e sbagliato della tecnologia e i dirompenti effetti sociali, economici e politici che esso potrebbe suscitare.

Vai all'articolo originale

[LINK](#)