

Uccidiamo il termine “digitalizzazione”

27 settembre 2015

By Alfonso Fuggetta

0 commenti

Tweet

Share

22

In [Italia](#) si parla molto di **digitalizzazione** e, purtroppo, si corre sempre più il rischio di trasformare questo dibattito o in una sterile sequenza di luoghi comuni, oppure in una semplificazione superficiale che ignora complessità e portata delle trasformazioni indotte da queste tecnologie. In particolare, trovo particolarmente pericolosa la retorica della digitalizzazione che suggerisce, nei fatti, che l’adottare queste tecnologie sia tutto sommato semplice e che possa essere fatto “banalmente” incorporandole all’interno dei processi, prodotti e servizi esistenti.

*È un errore clamoroso: le tecnologie digitali cambiano le imprese (e le PA).
E le cambiano in modo spesso **radicale, profondo, ineludibile, inevitabile.***

Per questo motivo **dobbiamo “uccidere” la parola digitalizzazione**: essa ha assunto o quanto meno ha indotto una attitudine perversa secondo la quale è sufficiente adottare—spesso in modo superficiale—le tecnologie digitali per migliorare o ammodernare i processi, prodotti e servizi esistenti e poter così continuare ad operare nel mercato senza eccessivi scossoni.

*Non è così: una azienda che voglia competere e svilupparsi, qualunque sia il settore in cui opera, **o sarà intrinsecamente digitale o non sarà più.** Ci saranno certamente settori dove questo accadrà in modo più veloce e radicale, mentre in altri tempi e modi saranno più dilatati e sfumati. Ma prima o poi accadrà. A tutti.*

Leggevo per esempio qualche giorno fa questo tweet che commentava un articolo di MIT Sloan Management Review:



Elena Neira
@elenaneira

Follow

#DigitalDisruption is here, leaving only two choices: 1) get disrupted; 2) disrupt yourself
twitter.com/mitsmr/status/...

7:33 AM - 19 Sep 2015

6 1



MIT Sloan Mgmt Review
@mitsmr

Follow

Execs predict 1/3 of their company revenue will be under threat from digital disruption in the next 5 years mitsmr.com/1cYrMqO

7:13 AM - 19 Sep 2015



MIT Sloan Mgmt Review

Thriving in an Increasingly Digital Ecosystem | MIT Sloan Management Review

To prepare for digital disruption, companies need to consider which of four business models to adapt.



[View on web](#)

58 26

È proprio così: non ci si può solo adattare, non basta “digitalizzare” l’esistente.

È necessario ripensare le proprie attività grazie e tramite il digitale.

Giusto come promemoria ...

Prodotti

Oggi qualunque prodotto è già o è potenzialmente rivoluzionato dalle tecnologie digitali. Per esempio, settori tradizionali del made in Italy come l’abbigliamento e la moda stanno già vivendo questa rivoluzione: dai vestiti/airbag “intelligenti” di Dainese alle borse con tag digitali che offrono servizi di antifurto e di “don’t forget me”.

Nessun settore è immune.

Processi

Non esiste oggi processo produttivo minimamente complesso che non sfrutti le tecnologie digitali, in tutti i settori del mercato: dalla produzione alimentare alle costruzioni civili, dall’artigianato di qualità ai servizi professionali.

E, per fare solo un primo esempio, non è certo creando un account Facebook o Twitter che si risolve il problema

dell'uso delle nuove tecnologie nel rapporto tra impresa e suoi clienti. Chi risponde e cura l'interazione sui social network? Chi fa "follow-up" rispetto alle interazioni che si hanno con i clienti? In quale modo l'impresa tiene conto e reagisce agli stimoli e richieste degli utenti? L'intera catena operativa che si occupa della relazione con il cliente deve essere radicalmente trasformata dall'avvento delle tecnologie digitali: store, advertising, processi di customer relationship, marketing.

Nessuna attività è estranea all'impatto delle tecnologie digitali.

Servizi

Tutti i servizi oggi sono incentrati su tecnologie digitali, specialmente grazie alla diffusione dei dispositivi mobili. Chi può realisticamente pensare di interagire oggi con un cliente senza disporre di un sito web o di una app mobile? E **non si tratta solo di fornire una interfaccia carina per un "vestito vecchio"**: il tema è ripensare l'intera catena del servizio grazie e tramite il digitale, cancellando servizi obsoleti e inventandone di nuovi. Pensiamo a come Airbnb o Uber che hanno radicalmente e in alcuni casi drammaticamente cambiato l'intero settore dell'accoglienza e dei trasporti.

Quale ambito nel mondo dei servizi non è impattato dalle tecnologie digitali?

Organizzazione

L'adozione delle tecnologie digitali **cambia ruoli e organizzazione delle imprese**. Non basta comprare qualche "scatolotto digitale" o attivare uno stage con uno "studente bravo". Né basta dare a tutti un PC o uno smartphone. **Cambiano competenze, ruoli, modalità di lavoro, sistemi di retribuzione e rewarding, modelli di distribuzione dei compiti, processi di recruiting e sviluppo del capitale umano**. Più che di digitalizzazione dell'esistente, si tratta di una rivoluzione che trasforma e reinventa l'impresa.

Siamo pronti e aperti a questa rivoluzione?

E noi parliamo ancora di "digitalizzare" ...

Basta, non si digitalizza nulla, si ripensa e reinventa.

E se qualcuno pensasse che le mie sono esagerazioni, risponderai con due semplici commenti:

1. Sì, è vero, le mie affermazioni sono anche un po' paradossali.
2. Tuttavia, quel qualcuno vada a parlare di "esagerazioni" ai tassisti o agli albergatori o alle agenzie turistiche o alle assicurazioni o ai costruttori di auto o a i soci di BlockBusters. Dica loro che realtà come Uber, Airbnb, Bookings, Netflix, CarPlay sono solo mode del momento o che alla fine i cambiamenti non sono così radicali.

Detto questo, **lungi da me sostenere che questi cambiamenti siano facili**, indolori e sempre positivi: so bene quali siano i rischi enormi che si nascondono (neppure troppo) dietro queste rivoluzioni. Ma non ci sono molte alternative:

- Li si può combattere e si può cercare di bloccarli.
- Si può far finta di niente e andare avanti come se niente fosse.
- Si può cercare di tamponare in qualche modo sperando di "tenere botta" nel breve periodo e far "passare a nuttata".
- Ci si può rimboccare le maniche e ripensare/reinventare nel lungo periodo quel che siamo e quel che

facciamo.

Credo che l'unica strada percorribile sia l'ultima. E tutto sommato, noi italiani che abbiamo inventato servizi e strutture "disruptive" come il [credito](#), la [partita doppia](#), le [università](#), e i primi moderni [ospedali](#) non dovremmo aver paura di ripensare in modo radicale quel che siamo e quel che facciamo.

Non siamo forse un popolo creativo? Riscopriamo quindi le nostre radici e invece di accontentarci (e illuderci) di una miope modernità legata ad una spesso banale e superficiale "digitalizzazione" delle nostre imprese e PA, ripensiamole e reinventiamole grazie alla nostra fantasia, creatività e ... conoscenza delle moderne tecnologie digitali.

Alfonso Fuggetta

Dopo la laurea presso il Politecnico di Milano nel 1982, ha lavorato per una società di consulenza software dal 1980 al 1988, quando entra, come ricercatore senior, in CEFRIEL, azienda che promuove e sostiene l'innovazione nelle imprese e le amministrazioni pubbliche.

Professore associato presso il Politecnico di Milano, viene promosso a professore ordinario e, dopo aver ricoperto i ruoli di Vicedirettore e di Direttore Scientifico presso il CEFRIEL, nel 2005 ne viene nominato amministratore delegato.

