

Deloitte.



Umanesimo digitale,
stella polare della ripresa

Innovation Summit 2020



Indice

- [Impact for Italy](#)
- [Gli effetti dirompenti della crisi Covid-19 e il supporto dell'innovazione](#)
- [Le lacune dell'innovazione nella risposta alla crisi](#)
- [Il passo successivo: l'innovazione antropocentrica](#)
- ["Salute e Benessere" e "Mobilità": due ambiti chiave per l'innovazione antropocentrica](#)
- [Conclusioni](#)



Impact for Italy

A gennaio 2020, Deloitte Italia ha lanciato la strategia **Impact for Italy**, con l'obiettivo di dare un **contributo attivo** per agevolare la sinergia tra pubblico e privato, rendere più innovativo e competitivo il nostro Paese ed esprimere tutto il suo **potenziale di crescita**.

Da allora siamo stati testimoni di una trasformazione profonda della società in cui viviamo, sia a livello economico che emotivo. In questo contesto, l'innovazione costituisce una leva fondamentale per il nostro Paese, una chiave di volta per **governare il cambiamento** che stiamo attraversando e indirizzarlo verso **crescita e sviluppo**.

In questa precisa fase storica, infatti, servono **investimenti integrati** su diversi fronti, dalle attività produttive alle infrastrutture digitali dell'intero Paese, passando per la ricerca e sviluppo, un binomio indispensabile per una transizione completa verso la **Quarta Rivoluzione Industriale**.

Per massimizzare il suo potenziale, l'**innovazione** deve tuttavia sposare le esigenze dei cittadini, diventando **la regola e non l'eccezione**. Soprattutto nel momento del bisogno, come può essere quello attuale, la tecnologia e i mezzi digitali a disposizione possono essere preziosi alleati per resistere

al pesante impatto pandemico, a condizione che tengano conto dei **bisogni degli individui**.

"Umanesimo digitale, stella polare della ripresa" è il titolo della quarta edizione del Deloitte Innovation Summit proprio perché la tecnologia è destinata a ruotare attorno alle persone, in un'ottica di **collaborazione** con il digitale che soddisfi le esigenze di ciascuno e non resti avulsa dalla realtà: un'**innovazione antropocentrica**.

Fabio Pompei
CEO Deloitte Italia

Gli effetti dirompenti della crisi Covid-19 e il supporto dell'innovazione

Improvvisa, senza precedenti, globale:

la pandemia da nuovo Coronavirus ha travolto il mondo intero, riscrivendo le priorità dei governi per far fronte a una crisi sanitaria che ha avuto importanti e profondi effetti sull'economia. In questo contesto, tecnologia e innovazione hanno giocato un ruolo fondamentale per rispondere alla crisi e preparare il rilancio dell'economia.

Per esplorare quale impatto l'innovazione abbia avuto nell'attuale emergenza sanitaria e analizzare le opportunità per la ripresa, Deloitte ha condotto una **ricerca demoscopica** su un campione di oltre 6.000 cittadini italiani ed europei¹.

L'indagine dimostra che, a lato delle ingenti **conseguenze economiche**, l'emergenza sanitaria ha avuto notevoli ripercussioni sull'**emotività** e sulle **abitudini delle persone**.

Numerosi studi commissionati in Europa testimoniano un crescente livello di ansia e insoddisfazione nella popolazione causato dalla pandemia². Lo confermano i dati raccolti in Italia dove circa 14 milioni di persone (il 23,2%) hanno avuto negli ultimi mesi disturbi di ansia, e circa 25 milioni (il 42,4%) disturbi del sonno³.

Inoltre, le prolungate restrizioni messe in atto per contenere la pandemia hanno imposto un'enorme spinta al processo di **digitalizzazione**, modificando i **comportamenti dei consumatori** e accelerando le **trasformazioni già in corso**, che avrebbero tuttavia richiesto anni prima di affermarsi in condizioni di normalità.



Il **34%**

DEGLI ITALIANI

ha scoperto durante la pandemia

lo **SHOPPING DIGITALE**

¹ I Paesi coinvolti nell'indagine sono: Belgio, Francia, Germania, Grecia, Italia, Paesi Bassi, Paesi Scandinavi, Svizzera, UK

² Commissione Europea, 2020, COVID-19 and counter-measures both detrimental to mental health

³ AGI, 2020, Sintomi di ansia e depressione per un italiano su quattro

In un contesto di forti limitazioni, l'**innovazione** ha permesso alle persone di rispondere ai bisogni di sempre e di far fronte alle nuove **esigenze**, facendo apprezzare **il valore del digitale e delle nuove tecnologie** anche a target solitamente considerati lontani e favorendo un avanzamento in termini di maturità nell'utilizzo delle stesse.

Il **32%** dei consumatori ha usato per la prima volta l'e-banking e il **40%** degli intervistati pensa che utilizzerà i canali di vendita digitali anche in futuro

Parallelamente, anche le **imprese** hanno beneficiato del supporto dell'innovazione, che ha reso possibile la continuità delle attività grazie all'introduzione di **nuovi modelli e modalità operative** di lavoro, oltre che l'adeguamento dei processi produttivi, accelerando la **trasformazione digitale** che era già in atto.

Circa **26 milioni di Italiani** dichiarano di essere riusciti a svolgere le proprie attività regolarmente durante il lockdown solo grazie all'innovazione tecnologica



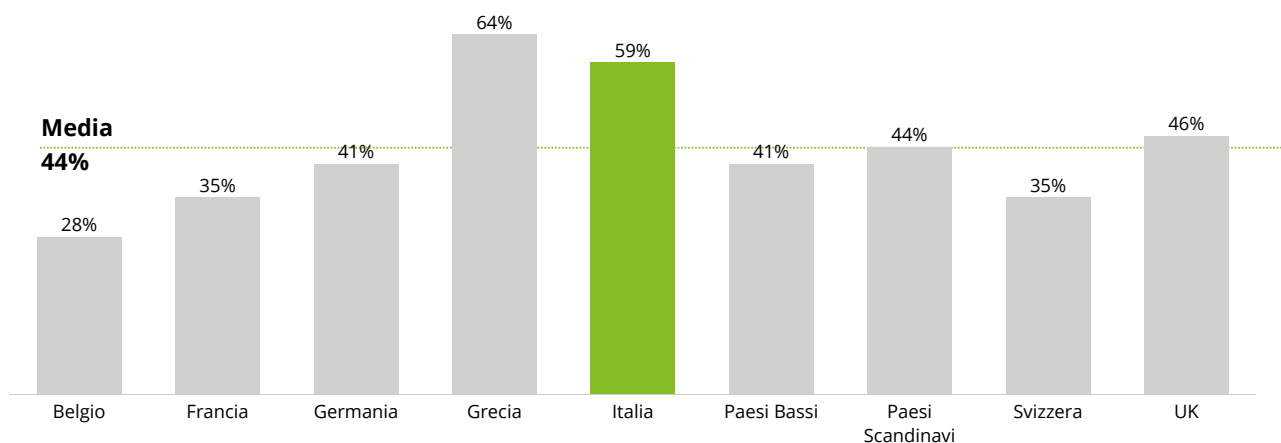
Il **59%**

DEI PENSIONATI

ha realizzato attraverso l'emergenza sanitaria che le **INNOVAZIONI DIGITALI NON SONO DIFFICILI** da utilizzare, e questo sentimento è **più forte in Italia** che negli altri paesi EU



TABELLA 1 | Pensionati che hanno realizzato attraverso l'emergenza sanitaria che le innovazioni digitali non sono difficili da utilizzare (valori %)



“ Al giorno d’oggi l’esclusione dal digitale rischia di trasformarsi in esclusione sociale, economica, informativa e culturale

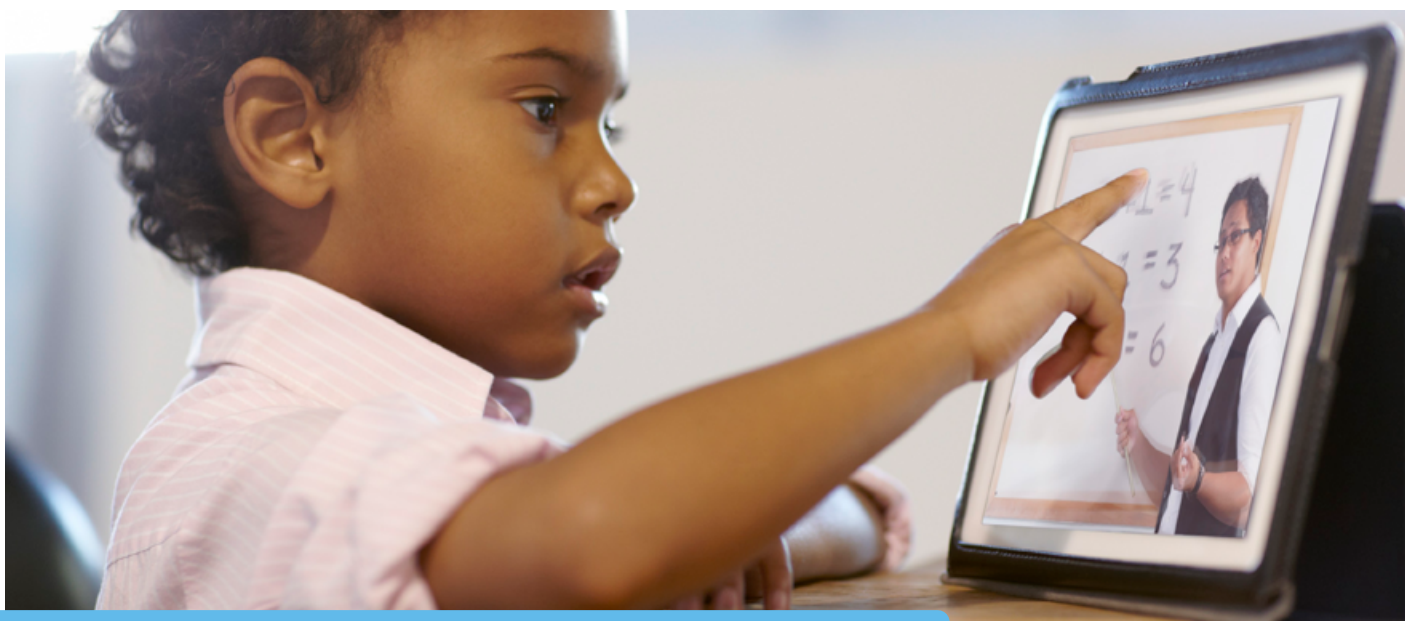


Paola Pisano,
Ministro per l’innovazione Tecnologica e la Digitalizzazione

La crisi in corso ha dimostrato che è fondamentale **aumentare il grado di conoscenza** generale delle nuove tecnologie nella società e nelle aziende. Secondo Paola Pisano, Ministro per l’innovazione Tecnologica e la Digitalizzazione, intervenuta nell’ambito del Deloitte Innovation Summit 2020, se l’innovazione non è alla portata di tutti, bisogna fare in modo che lo sia, favorendo l’**alfabetizzazione digitale**, in particolare tra le persone anziane o più svantaggiate.

Il **25%** degli Italiani ha provato **per la prima volta il LAVORO DA REMOTO** (vs. media europea 23%)





Le lacune dell'innovazione nella risposta alla crisi

L'emergenza sanitaria ha costituito uno "stress test" su larga scala, che ha messo in luce alcuni **limiti dell'innovazione** stessa. Da un lato, sono emerse alcune **lacune infrastrutturali** che ostacolano il corretto funzionamento delle tecnologie a disposizione.

Infatti, **1 italiano su 2** riporta il limitato accesso alla connettività veloce, difficoltà ad accedere ai servizi scolastici erogati tramite piattaforme di e-learning così come la mancanza di condivisione dei dati sanitari tra le strutture e la carenza di efficaci sistemi di monitoraggio dei contagi.

Dall'altro, l'innovazione risulta meno efficace nel caso in cui **la dimensione digitale e quella fisica** non siano opportunamente **integrate**.

Ciò è vero anche per nuove abitudini lavorative, infatti, chi durante il lockdown ha operato in una modalità ibrida che coniugasse sia smart working, sia lavoro in presenza ha espresso minore esigenza di contatto umano (39%) rispetto a chi ha potuto continuare le proprie attività solamente da casa (55%).

Il **44%** DEGLI ITALIANI dichiara di **preferire** un

MIX TRA CANALE FISICO E DIGITALE per lo shopping

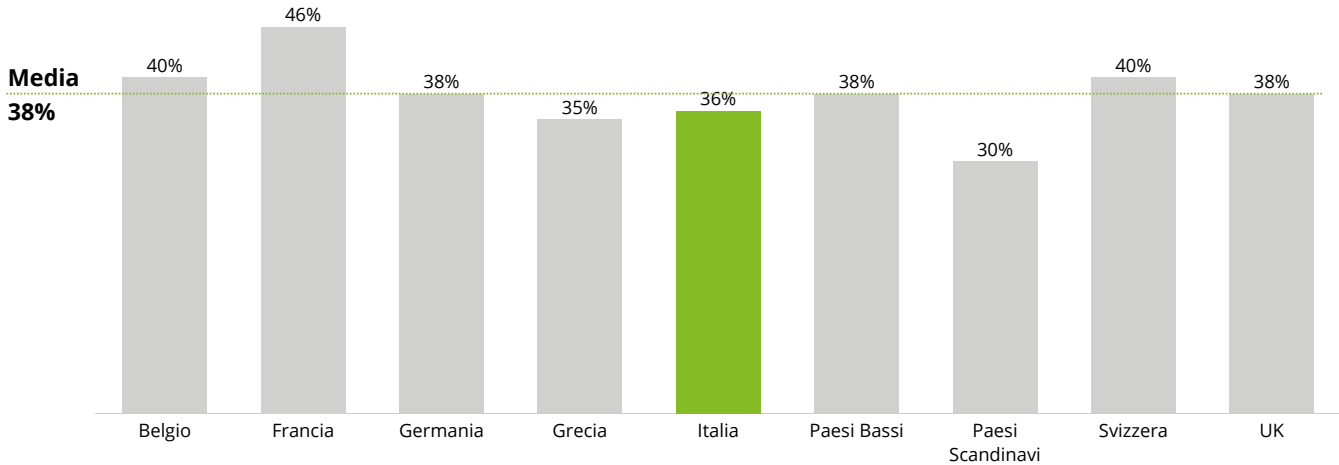


“ Bisogna aumentare il grado di conoscenza generale delle nuove tecnologie nella società e nelle aziende: se l'innovazione non è alla portata di tutti, bisogna fare in modo che lo sia. Bisogna favorire una sorta di alfabetizzazione digitale, in particolare tra le persone anziane o le persone particolarmente svantaggiate



Paola Pisano,
Ministro per l'innovazione Tecnologica e la Digitalizzazione

TABELLA 2 | Il processo di digitalizzazione non considera sufficientemente l'aspetto umano (valori %)



“Deve esserci un raccordo tra chi fa ricerca, innovazione e chi può utilizzare l'innovazione per recuperare produttività e far sì che le risorse europee siano utili e spendibili a tutti gli effetti



Gian Paolo Manzella,
Sottosegretario del Ministero dello Sviluppo Economico

Lo sviluppo esponenziale e la disponibilità delle più avanzate tecnologie non implicano di per sé una reale risoluzione dei problemi delle persone. Affinché l'innovazione sia efficace, è necessario che venga inserita in un **contesto organizzativo** di processi operativi e decisionali, che uniscano l'aspetto umano a quello tecnologico. Ad esempio, il funzionamento di Immuni è stato reso possibile solo con l'integrazione di un centro di assistenza telefonica per la registrazione delle positività e con l'introduzione dell'obbligo, da parte delle Asl, di inserire a sistema le positività risultate dai tamponi⁴.

Infine, ulteriori limiti possono essere identificati nell'eccessivo e sbagliato utilizzo della tecnologia che la portano a diventare un elemento addirittura potenzialmente dannoso per le persone.

Ad esempio, **la facilità di accesso a una moltitudine di informazioni** non controllate, ha favorito lo sviluppo di fenomeni quali l'**infodemia**, ossia la «malattia delle informazioni», che ha generato a sua volta un maggiore senso di **confusione, ansia** e incapacità di comprendere la reale portata del fenomeno epidemiologico.

In quest'ottica vanno letti i circa 800 decessi e sei mila ricoveri per

disinformazione registrati nel mondo tra dicembre 2019 e aprile 2020⁵.

Se da una parte, dunque, l'innovazione è stata in grado di **aiutarci nella fase di risposta all'emergenza** e di far **evolvere i nostri comportamenti**, dall'altra è evidente come sia necessario un **approccio** all'innovazione **consapevole e fuori dalla moda dell'innovazione esponenziale** del nostro tempo, ovvero dall'innovazione guidata dai trend e dalle performance della tecnologia.

Il 36% ritiene che il processo di digitalizzazione non consideri sufficientemente l'aspetto umano

“Il legame della ricerca con il mercato è fondamentale, servono veramente i legami con la clinica, con chi poi effettivamente ha le conoscenze e ci può dire se quello che stiamo facendo è corretto oppure no



Giorgio Metta,
Direttore scientifico dell'Istituto Italiano di Tecnologia

⁴ ANSA, 2020, Dpcm, per ASL obbligo di segnalare il contagio su app Immuni

⁵ Md Saiful Islam et al., COVID-19-Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis, The American Society of Tropical Medicine and Hygiene, Vol. 103, n. 4, 2020, 1621 - 1629 (DOI: doi.org/10.4269/ajtmh.20-0812)



Il passo successivo: l'innovazione antropocentrica

I risultati della ricerca dimostrano che è necessario **leggere l'innovazione** attraverso una **nuova lente**, al fine di poter declinare opportunamente le sue potenzialità e le soluzioni che può fornire. Si rende dunque necessario applicare un nuovo modello di **innovazione antropocentrica**, che metta quindi **l'uomo al centro in tutte le sue dimensioni**: in qualità di consumatore, di lavoratore e di attore del Sistema Paese.

Il concetto di innovazione antropocentrica deve essere quindi declinato all'interno di tutte e tre le **fasi che la compongono**:

1. La **fruizione** da parte dei consumatori - dove si rende necessaria una focalizzazione sui **bisogni reali** dell'individuo, che siano **espresi o latenti**. Il **58%** degli Italiani pensa che l'innovazione dovrebbe fornire piccole soluzioni pratiche a bisogni reali per la vita di tutti i giorni piuttosto che puntare a cambiamenti rivoluzionari (vs. 54% estero)
2. La **gestione** - dove è fondamentale affiancare le **dimensioni online e offline** per valorizzarne l'interazione, anche nei **processi organizzativi e operativi**
3. L'**ideazione** - dove il contesto deve rendere possibile la valorizzazione degli **stakeholder del Sistema Paese** e dei suoi **asset**, così come la **prioritizzazione** degli ambiti di intervento

Il modello di **innovazione antropocentrica** rappresenta un **cambiamento di approccio**, reso ancora più necessario dalle trasformazioni esercitate dal Covid-19, sia per le aziende, sia per il Sistema Italia.

Il nuovo paradigma conferma la validità della formula del **valore dell'innovazione** («V(i)»), formalizzata come segue da Deloitte...

...la quale deve essere opportunamente **integrata** e letta attraverso una **lente umana**, il **fattore «u»**

$$V(i) = (A * P)^e \quad \rightarrow \quad V(i)_u = (A_u * P_u)^{e_u}$$

V(i) = Valore dell'innovazione e = Ecosistema
 A = Asset u = Fattore umano
 P = Politiche Industriali

Il fattore umano può essere considerato come una componente **trasversale**, presente in **tutti gli elementi** della formula. Esso è un fattore di amplificazione del valore che agisce sugli **Asset** («A»), valorizzando capitale umano, tradizioni e know-how di un Paese, e sulle **Politiche industriali** («P»), che mirano a stimolare la creatività e l'imprenditoria tramite incentivi per il confronto e la collaborazione tra i diversi player. Inoltre, agisce sull'**Ecosistema** («e») attraverso il potenziamento delle relazioni tra gli attori e la loro collaborazione, anche in logica bottom-up e «open», soprattutto grazie ad attività come il **trasferimento tecnologico**.

Come spiega Gian Paolo Manzella, Sottosegretario del Ministero dello Sviluppo Economico, il trasferimento tecnologico, e in particolare la capacità delle imprese italiane di accedere ai risultati della ricerca, è fondamentale per migliorare le performance di produttività. Parallelamente, è importante garantire una efficace collaborazione tra gli enti coinvolti: gli ecosistemi industriali saranno fondamentali per il futuro, in quanto luoghi in cui grandi e piccole imprese, startup, centri di ricerca e università collaborano attorno a progetti e obiettivi comuni e con un linguaggio comune per diffondere la cultura dell'innovazione senza la paura di sbagliare.



L'inclusione dell'elemento «u» nella formula permette di aumentare il **valore** («V»), che l'innovazione è in grado di generare. Significa, infatti, associare all'innovazione la capacità di generare **benefici economici e sociali**, contribuendo in modo determinante alla realizzazione di una **sostenibilità umana**. In ultima analisi, l'innovazione è in grado di stimolare il processo innovativo e il progresso tecnologico, economico e sociale.

$$V(i)_u \rightarrow V(i)$$



Jimmy Wales

Brillante imprenditore, inventore e autore.

Ha rivoluzionato il mondo dell'informazione ed è definito come uno dei massimi esperti del digitale. Ha saputo usare la tecnologia per migliorare la vita delle persone dando un significativo contributo in ambito artistico, culturale e sociale a livello globale.

Jimmy Wales è intervenuto al Deloitte Innovation Summit 2020, portando la sua esperienza di Wikipedia e la sua visione di un internet più umano.

Fondata sul principio della collaborazione e della democratizzazione delle informazioni, Wikipedia si basa su una comunità di individui che condividono scopi, valori e la necessità di fare qualcosa di utile per gli altri. Questo spirito cooperativo e la sua missione hanno permesso a questa organizzazione di essere costantemente tra i primi 10 siti web più visitati al mondo e mantenere la sua comunità costantemente impegnata. Il modello no profit di Wikipedia e la mancanza di pubblicità generano anche fiducia tra molti dei suoi utenti.

“ Il modello di Wikipedia mette l'uomo al centro, non è fatto da algoritmi, ma da una community di persone che sono in dialogo tra loro, che hanno una conversazione, che hanno delle idee e cercano la qualità.

“ Immagina un mondo in cui ogni singola persona sul pianeta possa avere accesso alla somma di tutta la conoscenza umana.

“ Dobbiamo concentrarci sull'insegnare ai nostri ragazzi come valutare criticamente le informazioni che ricevono.

“ Le politiche per la ricerca devono andare di pari passo alle politiche industriali e ci vuole un rafforzamento del partenariato pubblico-privato: la maggior parte delle scoperte avvengono in Università pubbliche, ma poi serve il capitale e l’investimento del privato per avviare lo scale-up delle scoperte scientifiche



*Gaetano Manfredi,
Ministro dell’Università e della Ricerca*

“ Noi dobbiamo creare dei grandi accordi tra chi fa ricerca, chi fa innovazione e chi potenzialmente può utilizzare questa innovazione



*Gian Paolo Manzella,
Sottosegretario del Ministero dello Sviluppo Economico*

“ È fondamentale agire d’accordo con i governi e i regolatori. [...] Per un’efficace collaborazione tra pubblico e privato è necessario stabilire quali regole ci sono per quanto riguarda le infrastrutture



*Francesco Starace,
CEO e General Manager di ENEL*

“ Oggi il ruolo delle scienze umane e sociali è ancora più importante del ruolo delle scienze tecnologiche perché per produrre dei nuovi modelli dobbiamo riflettere su come vogliamo gestire la tecnologia e su come valorizzare l’individuo all’interno delle tecnologie




*Gaetano Manfredi,
Ministro dell’Università e della Ricerca*



“Salute e Benessere” e “Mobilità”: due ambiti chiave per l’innovazione antropocentrica

La crisi in corso ha fatto emergere diversi **ambiti sui quali è necessario un intervento prioritario**. Tra tutti, **“Salute e Benessere”** e **“Mobilità”** sono i settori per i quali l’approccio antropocentrico può maggiormente concretizzare i benefici per la società e l’economia.

SALUTE E BENESSERE

 **9** RISPONDENTI SU **10**
riconoscono l'importanza
dell'INNOVAZIONE e della RICERCA
nell'ambito salute e benessere⁶

Il settore "Salute e Benessere" rappresenta una delle principali priorità in quanto in relazione diretta con i bisogni primari delle persone, ancora oggi fortemente limitati.

L'innovazione antropocentrica offre soluzioni concrete ai recenti cambiamenti che hanno impattato il settore, proponendo nuove modalità per ridefinire e potenziare l'attuale **sistema universalistico**, rispondendo al contempo a **nuovi bisogni e sfide**. Ne sono esempio le logiche di accesso e fruizione delle cure che possono essere semplificate tramite l'utilizzo della telemedicina; l'introduzione di nuove tipologie di prodotti o servizi, nonché le differenti capacità di spesa della popolazione.

Ma solo il **6%** ritiene che il livello di quest'ultima in Italia sia ottimo⁷



⁶ Contro una media europea pari quasi a 8 su 10

⁷ Vs. 15% Media Europa

MOBILITÀ

La "Mobilità" è uno degli ambiti **maggiormente impattati** dall'emergenza sanitaria, non solo a causa delle restrizioni governative messe in atto per contenere la pandemia, ma anche per l'aspetto emotivo legato alla percezione di sicurezza nell'utilizzo dei mezzi di trasporto, che hanno portato a un cambiamento significativo delle abitudini.

In questo contesto di forte evoluzione, la situazione Covid-19 impone un'accelerazione mirata verso nuovi **modelli di mobilità**, trovando stimolo in due elementi di novità importanti, quali la forte **necessità di sicurezza** per i clienti (es. distanziamento sociale) e l'esigenza di **regole e limitazioni** nell'utilizzo delle forme di mobilità.

Dall'inizio della pandemia è aumentato l'utilizzo di mezzi di proprietà: il **29%** usa di più l'auto e il **19%** la bicicletta⁸



// **20%** dei **RISPONDENTI** ha completamente **abbandonato l'uso** dei **TRASPORTI PUBBLICI**

Un altro **20%** **LI USA MENO** rispetto a prima dell'emergenza⁹



⁸ Rispettivamente 25% e 22% per la media europea
⁹ Rispettivamente 16% e 19% per la media europea



Conclusioni

La crisi socio-economica ha trasformato profondamente le abitudini dei consumatori e i processi delle imprese, richiedendo di ripensare il concetto stesso di innovazione. Nel **nuovo paradigma**, l'elemento umano diventa il perno su cui ruotano le azioni messe in campo per la progettazione di modelli di innovazione che siano in grado di bilanciare la **dimensione fisica** e quella **virtuale** in ottica **ibrida**.

Gli elementi necessari alla creazione del valore generato dall'innovazione – asset, politiche industriali ed ecosistema – devono essere declinati considerando

il **fattore «u»**, ossia valorizzando il **capitale umano**, incentivando creatività e imprenditorialità ma anche supportando il **trasferimento tecnologico** tra i vari attori della innovation value chain.

In questo modo, il **valore** prodotto dall'innovazione sarà **sostenibile** nel tempo e rispettoso dei **bisogni dell'uomo**. Oggi è necessario un nuovo **Umanesimo digitale** che, come la stella polare, indicherà la rotta per la ripresa dalla crisi e per una nuova era di prosperità.

ANTROPOCENTRICO

$$V(i) = (A * P)^e$$



Deloitte | Innovation Summit

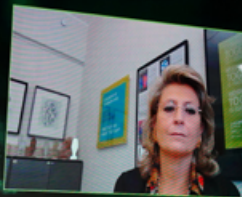


Salute e benessere

ridefinire l'attuale sistema



Mobilità

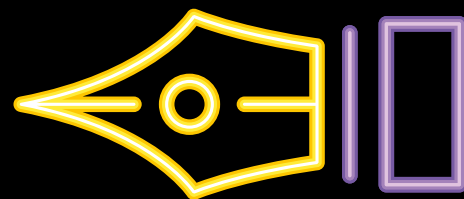


Deloitte.

Innovation Summit 2020
Umanesimo digitale, stella polare della ripresa



Contatti



Fabio Pompei

CEO

Deloitte Central
Mediterranean

fpompei@deloitte.it



Andrea Poggi

Innovation Leader

Deloitte North
and South Europe

apoggi@deloitte.it





La presente pubblicazione contiene informazioni di carattere generale, Deloitte Touche Tohmatsu Limited, le sue member firm e le entità a esse correlate (il "Network Deloitte") non intendono fornire attraverso questa pubblicazione consulenza o servizi professionali. Prima di prendere decisioni o adottare iniziative che possano incidere sui risultati aziendali, si consiglia di rivolgersi a un consulente per un parere professionale qualificato. Nessuna delle entità del network Deloitte è da ritenersi responsabile per eventuali perdite subite da chiunque utilizzi o faccia affidamento su questa pubblicazione.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.