

## L'editoriale

SVOLTA **DIGITALE**  
NON POSSIAMO  
FARNE A MENOdi **Marco Gay**

**L**a pandemia da Covid19, purtroppo, continua a imperversare e porta con sé, oltre alle polemiche, i rischi di una ancora più diffusa crisi economica e sociale che rischiano di avere ripercussioni su crescita e sulla vita di cittadini ed imprese ben più gravi di quelle legate alla crisi finanziaria del 2010. I prossimi mesi saranno decisivi per far sì che la crisi pandemica non venga ricordata solo per il grave dramma sanitario, ma anche per aver saputo imprimere una forte accelerazione al processo di trasformazione a 360° del nostro Paese. Un pilastro di questa trasformazione è il digitale, che ha sostenuto l'attività di famiglie, imprese, istituzioni durante i lockdown e si afferma quale leva più potente e sostenibile per spingere la ripartenza perché diventi ripresa. Nel 2020 il mercato digitale italiano, secondo lo scenario più probabile e grazie al relativo recupero nella seconda metà dell'anno, è atteso chiudere in calo di circa il 2% rispetto all'anno scorso, a 70,5 miliardi di euro, mentre, si prevede una crescita

complessiva del 3,4%, nel 2021, e del 3,3% nel 2022, per arrivare a circa 75 miliardi, con tutti i comparti tecnologici dell'It in crescita. Sono previsioni incoraggianti, soprattutto tenendo conto che in questi mesi il Governo concluderà l'elaborazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, PNRR: dei 209 miliardi di euro resi disponibili dalla UE tra prestiti e contributi a fondo perduto, tra 50 e 60 saranno da destinare agli investimenti per la modernizzazione digitale del Paese. Nonostante le incertezze, quindi, è doveroso ricominciare a parlare di futuro, partendo da una parola chiave: Innovazione, vera «cura» per la nostra economia. Legge di Bilancio, Recovery plan, programmazione 2021-2027 sono un mix di opportunità che, se ben sfruttate, possono imprimere una straordinaria accelerazione per un cambio di passo irrinunciabile, che dovrà servire a ridurre le tante disuguaglianze e a colmare la carenza di competitività, realizzare le riforme di cui il paese ha bisogno, modernizzare le infrastrutture e, soprattutto, la PA, nel quadro di una pervasiva e completa trasformazione digitale.

## L'editoriale

COMPETERE  
ONLINE  
IN 4 MOSSE

In questo contesto voglio sottolineare quattro pilastri che giudico importanti per ripartire, grazie proprio all'innovazione di prodotto, processo e pensiero: 4.0, Customer Centricity, Servitization, Competenze. Il 4.0 deve essere al centro della politica industriale, accompagnando la trasformazione digitale delle Aziende verso una nuova competitività, in cui la straordinaria tradizione delle nostre produzioni può trovare il suo futuro: dall'automotive al food, dai servizi alla cultura, dalle startup alle grandi aziende. Customer Centricity è una delle parole chiave che l'innovazione ci sta insegnando: il cliente, sia esso azienda o cittadino, è al

centro della strategia e della visione aziendale o della pubblica amministrazione; solo così si possono offrire prodotti e servizi sempre più competitivi e sempre più utilizzati e richiesti. Servitization, cioè cambiare la vendita di un prodotto unendolo al servizio, dal noleggio a consumo dei prodotti all'utilizzo as a service dei software, creando valore aggiunto sulle produzioni e opportunità di ripartenza e crescita anche per i settori più tradizionali. Competenze: l'ingranaggio fondamentale che fa funzionare tutto il resto. Partendo proprio dai giovani e aiutando a riqualificare le competenze di chi già è nel mondo del lavoro, le

competenze sono alla base dell'innovazione e del cambiamento. L'innovazione non è mai stata facile e mai lo sarà, perché cambia abitudini e consuetudini, ma oggi ed ora è una straordinaria opportunità per tornare a correre e per costruire quel futuro che non solo vogliamo, ma ci meritiamo.

presidente **Anitec** - **Assinform**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

