

LA RIPARTENZA

Tecnologia e cultura per pensare al domani

La trasformazione digitale deve essere alla base di tutti i business plan

Se hai le stesse radici di Canova o Palladio, il tuo X-Factor ha una potenza che ti permette di affrontare con coraggio persino le crisi più drammatiche, come quella che seguirà alla pandemia da Covid-19. Parola di Daniele Lago, amministratore delegato e direttore creativo dell'omonima azienda padovana del design. «Il tema della tecnologia è un tema di cultura umana», ha detto l'imprenditore intervenendo alla tappa veneta degli Innovation Days digital organizzati dal Sole 24 Ore -. Come imprese dobbiamo allenarci a interpretare i cambiamenti della società e il Covid-19, nella sua tragicità, è stato una palestra incredibile per capire i nuovi contesti e adeguarci».

Immaginare il domani è la vera sfida che attende le aziende venete: «Ci siamo lasciati alle spalle qualcosa

che conoscevamo e abbiamo iniziato a interpretare i possibili scenari - ha spiegato Fabio Cappellozza, presidente di Considi, società di consulenza che accompagna le aziende nell'adozione del sistema produttivo Toyota -. Molte aziende si stanno già riorganizzando e la capacità di reazione e adattamento dei processi di lavoro e produzione è una delle caratteristiche su cui focalizzare la propria ripartenza». L'elemento abilitante di questa trasformazione è ovviamente la tecnologia digitale, cardine su cui si fonda anche l'altra sfida per il futuro, la «Safe Efficiency», aggiunge Cappellozza, ovvero la capacità di garantire la sicurezza di dipendenti, fornitori e clienti, senza perdere in efficienza.

Un'opportunità anche per le start up innovative che, osserva il fondatore dell'incubatore H-Farm, Riccardo Donadon, hanno nel proprio Dna proprio l'attitudine alla reazione e all'adattamento: «Nel nostro portafoglio abbiamo molte realtà che hanno

già virato rapidamente obiettivo e si sono riposizionate, ad esempio sfruttando i mezzi tecnologici per offrire al mercato i prodotti necessari alle nuove esigenze di distanziamento sociale e sicurezza».

E se gli imprenditori concordano sulla necessità di implementare le infrastrutture digitali per sostenere la ripartenza, il gap più incisivo e difficile da superare resta quello "culturale": più che i mezzi o le risorse, manca la formazione e la consapevolezza per affrontare la trasformazione digitale in atto, osserva Donadon. Dello stesso avviso Mario Ravagnan, amministratore delegato dell'omonima azienda di famiglia, attiva nel settore Oil&Gas: «Serve un acculturamento del sistema nel suo complesso - dice -, attraverso una maggiore interazione tra il mondo della ricerca e quello dell'industria. Inoltre, noi imprese dobbiamo imparare a ragionare come filiera, come rete: non possiamo più pensare di poter fare bene ciascuno per conto proprio».

—G.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

920

START UP COME MODELLO

Sono 920 le start up innovative presenti in Veneto (l'8,2% del totale nazionale). Molte si sono già riposizionate per rispondere alle nuove esigenze del mercato

