ATTUALITÀ

Covid Digital Disruption

di **Fondazione AIDR** · 27 luglio 2021, 09:47

Vito Coviello Socio AIDR e Responsabile Osservatorio Tecnologie Digitali nel settore dei Trasporti e della Logistica.

No, non è un gioco di parole come potrebbe apparire, ma reale necessità in tempi di pandemia.

Lo scorso anno è stato l'anno cui le aziende di ogni settore hanno dovuto mettere rapidamente in campo ogni misura idonea per fronteggiare l'emergenza Covid per non chiudere, per continuare in qualche modo a restare a galla: resistenza e resilienza sono state le parole d'ordine prima ancora che un piano che porta lo stesso nome prendesse forma per sostenerle.

Sono sorprendenti i dati dell'accelerazione della trasformazione digitale: le aziende sono diventate più agili ed efficienti.

Uno studio McKinsey evidenzia che in sole otto settimane molte aziende hanno realizzato un cambiamento tecnologico che in tempi normali sarebbe avvenuto in 5 anni.

Anche Microsoft ha dato proiezioni analoghe stimando che in 2 mesi si è verificata una trasformazione digitale che in tempi normali sarebbe stata realizzata in 2 anni.

L'istinto di sopravvivenza ha obbligato le aziende a superare le paure del cambiamento e a introdurre le nuove tecnologie per restare sul mercato affidandosi alla tecnologia digitale e modificando rapidamente anche il modello di Business.

Questa incredibile accelerazione la chiamerei **Covid Digital Disruption!**

Il termine **digital disruption** è utilizzato normalmente per indicare l'inizio di un cambiamento profondo grazie a una nuova tecnologia in grado di modificare completamente il modello di business precedente.

In sintesi si ha una digital disruption quando le nuove tecnologie digitali introdotte e i relativi modelli di business sviluppati influenzano il valore aggiunto, la "value proposition" di prodotti o servizi esistenti.

Gli esempi più eclatanti sono le aziende di commercio elettronico come Amazon e Alibaba che in tempi di pandemia hanno portato nelle case dei clienti prodotti di ogni genere, consentendo nella situazione contingente di superare i limiti imposti dal lockdown ma, di fatto, modificando per sempre le esperienze di acquisto dei consumatori.

La pandemia è stata per molte aziende un banco di prova per misurare la loro capacità di far evolvere rapidamente il modello organizzativo, i processi e la tecnologia pena il rischio di non sopravvivere.

Potremmo chiamare questa capacità di adattamento come una sorta di "**darwinismo digitale"** delle aziende più rapide nella ricerca dei digital skills necessari per accelerare la trasformazione digitale.

Le aziende hanno modificato rapidamente anche le strategie di marketing e di comunicazione per poter raggiungere un bacino di clienti non più totalmente libero di muoversi fisicamente per selezionare i prodotti nei punti vendita tradizionali.

Ma le aziende hanno dovuto accelerare anche riguardo all'uso dello smart working per consentire ai propri dipendenti di proseguire la collaborazione da remoto in tempi di distanziamento sociale.

C'è stata una grande attenzione delle aziende sul tema dell'employer branding ossia nelle capacità di attrarre e di conservare la forza lavoro e, soprattutto i talenti, in una fase pandemica così complessa.

Molte aziende hanno saputo trarre profitto durante il COVID grazie alla rapidità di adattamento ma tante altre hanno subito una pesantissima crisi pur vantando solide leadership di mercato.

Come si può spiegare quanto sopra?

Molto dipende dalla capacità di adattamento e di trasformazione delle aziende nell'adozione delle nuove tecnologie digitali, di un modello organizzativo e di processi dinamici e flessibili ma, soprattutto, di costante attenzione dell'evoluzione del proprio core business e nella predisposizione di adeguati piani di gestione dei rischi.

Riguardo al Covid Digital Disruption, un esempio che viene dal passato ma che da chiara evidenza dei rischi delle aziende che non sono capaci per tempo di attivare innovativi modelli digitali è quello di Blockbuster e di NETFLIX.

La prima vantava una solida **leadership di mercato** ma è stata travolta da NETFLIX che ha oggi decine di milioni di abbonati ai suoi servizi in streaming.

Ma gli esempi sono tantissimi: Amazon, Uber, AirBnb e molti altri che hanno cambiato radicalmente i settori di riferimento.

Digital Disruption è, pertanto, la capacità di una azienda di porsi per tempo la domanda: cosa farò da grande?

Possiamo chiamarla Digital Disruption ma potremmo utilizzare anche altre definizioni quali trasformazione digitale, aziende smart 4.0: tutte sono riconducibili alla capacità di gestire il cambiamento attraverso una programmazione e una attenta gestione del piano dei rischi.

Nessuna azienda può sentirsi al riparo anche se è leader del mercato perché i cambiamenti sono spesso repentini e, come per il COVID, gestibili solo se si ha una forte propensione al cambiamento, alla trasformazione e una grande capacità di rapido adattamento.

Articolo pubblicato su Istituzioni24: https://www.istituzioni24.it/2021/07/27/covid-digital-disruption/

© 2026 Istituzioni24