

## **il Giornale.it**

### **"Per l'Italia è l'ora X: affidiamoci ai robot, teniamoci la creatività"**

*Il capo di Yoox: "La Rete è stata come il Sacro Graal: l'educazione digitale diventi priorità"*

Federico Marchetti è il creatore, presidente e ceo di Yoox Net-A-Porter: leader globale nel lusso e nella moda online con oltre 3.5 milioni di clienti in 180 paesi e 5500 dipendenti.

Marchetti è sempre arrivato in anticipo. Il primo a connettere il mondo della tecnologia con quello del lusso. Da vent'anni macina miliardi grazie al digitale.

Cosa vede oltre la cortina del covid-19?

«Con il coronavirus è scattata l'ora x. Rete e tecnologia sono diventati una sorta di Sacro Graal per 4 miliardi di persone chiuse in casa. Ora anche chi osteggiava il digitale ne comprende i vantaggi. Si è capito che le videoconferenze sostituiscono tanti viaggi, che alcuni aspetti della didattica a distanza andranno messi a sistema, che è semplice fare compere da casa e questo non vuol dire che spariranno i negozi fisici ma che dovranno integrare la tecnologia».

Come sta reagendo la vostra azienda?

«È stato provvidenziale essere globali. Grazie alle sedi e ai magazzini in Cina, Italia, UK, Usa, ho giocato d'anticipo rispetto ai Governi. Il nostro giorno di telelavoro l'ho portato a due dal primo gennaio: arrivare a cinque giorni su sette è stato naturale, tutto era pronto».

L'Italia è sbarcata sul web. Però lo Stato va a carbone, vedi le falle dell'Inps, mentre tanta imprenditoria è pronta per viaggi nello Spazio.

«C'è lo Stato che va a benzina o diesel e l'imprenditoria che corre con macchine elettriche. Urge la trasformazione. C'è un problema però. La fruizione della tecnologia è immediata ma chiede investimenti e piani a lungo termine. Se i governi durano poco, è difficile farlo. A parte qualche slogan, la politica ha creduto poco nella tecnologia, in particolare nella robotica nonostante l'Italia sia un'eccellenza mondiale. Dobbiamo farci amici i robot. Pensiamo a quel che possono fare negli ospedali. Gli umani devono continuare a salvare vite umane, a sprigionare empatia, talento e creatività».

Sempre in tema di picchi e cadute digitali. In Italia due studenti su 10 non fanno didattica a distanza, in alcune aree 4 su 10.

«L'educazione digitale è una priorità della nostra azienda. Con la Fondazione Golinelli abbiamo formato 6mila studenti in innovazione e digitalizzazione. Dobbiamo impegnarci tutti per creare un ecosistema, queste disparità non possono sussistere».

Trappola in cui potrebbero cadere le imprese italiane dopo l'emergenza pandemia.

«Quella del Piccolo è bello, slogan anacronistico. Invece è determinante avere le spalle larghe».

Anche per scongiurare il pericolo di scalate straniere.

«Quanto al mio settore, il rischio c'è. Le aziende quotate sono tutte acquistabili a prezzi bassissimi, valgono un frazione di quello che valevano due mesi fa. Ma abbiamo imprenditori forti, grandi capitani d'impresa e questo non accadrà. Faccio tre esempi: Cuccinelli, Ferragamo e Della Valle, sono dei leoni, difenderanno le proprie aziende con le unghie».

Altra trappola post-Covid. La mappatura digitalizzata dei nostri spostamenti: bene per la salute, ma quanto male può fare alla libertà?

«Salute e diritto alla riservatezza non sono in contrapposizione, possono esserlo se gestiti male. Dipende che regole si stabiliscono. In Italia abbiamo l'efficientissimo Garante della Privacy».