



L'INTERVISTA/1 Federico Marchetti

«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»

Piera Anna Franini

■ 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 esse-

re 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 una 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».

PANDEMIA

Telelavoro
prowidenziale
Eravamo
già pronti

DIGITALIZZAZIONE

Abbiamo
formato 6mila
studenti in
innovazione



SUPER FASHION

A sinistra
Federico
Marchetti,
creatore,
presidente e
ceo di Yoox
Net-A-Porter
leader nel
lusso e nella
moda online.

A destra
Federico
Ballandi
patron di
Kontatto,
brand
bolognese
femminile
creato nel
1995