

# IL MONDO CHE (RI)NASCE

La nostra vita dopo la pandemia

*a cura di Andrea Ferrazzi*



RUBETTINO

Francesco Morace

## La rinascita dell'Italia ai tempi del contagio

Il coronavirus è stato un colpo inferto alla nostra integrità: non solo dal punto di vista immaginario e simbolico, ma anche per il nostro sistema di vita. Il suo impatto cambierà comportamenti, rafforzerà valori, sconvolgerà le priorità. L'indicazione, anche per il mondo dell'impresa è più chiara che mai: rafforzare tutto ciò che coinvolge conoscenze e competenze per prenderci cura gli uni degli altri, riconoscendo l'importanza del bene comune. Comprendendo che questo è un elemento costitutivo della nostra umanità: sentirsi responsabili e fare la propria parte. La grande sfida dell'industria partirà da questo assunto, dopo aver sperimentato lo choc traumatico della pandemia.

Durante la pandemia è stato urgente e necessario ricorrere alle piattaforme digitali per sostituire molte attività quotidiane che hanno regolato la nostra esistenza: studio, lavoro, scambio di pensieri e di affetti. Abbiamo tutti ringraziato la Rete per averci regalato questa opportunità ma nello stesso tempo abbiamo compreso in poche settimane quanto fosse insostituibile il "tocco" umano su cui ricostruire la realtà futura. Nell'onlife l'autenticità è stata utilizzata spesso in modo poco credibile e come semplice promessa di comunicazione. La customer experience è stata utilizzata come un cavallo di Troia per imporre modelli di persuasione senza alcun rispetto per i valori reali e concreti dei Consumatori. Con l'emergenza, l'inganno è stato svelato e tutto è stato ricondotto alla forza della sperimentazione scientifica e all'evidenza della vulnerabilità e fragilità di ciascuno di noi. È in questa direzione che l'impresa dovrà orientarsi. Le imprese dovranno comunicare meno e meglio, rispettando la vita concreta delle persone e un nuovo concetto di *human value*.