

 **Metamorfosi** | Postfordismo | Big data

L'economia circolare della digitalizzazione

La catena del valore esce dall'impresa coinvolgendo l'utente-cliente connesso

di Aldo Bonomi

● Ai tempi della grande fabbrica, del fordismo come modello egemone, dell'espansione dei mercati, ai tempi delle company town, Cesare Pavese scriveva: «Resta sempre lassù il paese». Resta sempre laggiù il paese, mi è venuto da pensare partecipando alla Round table di Nòva e ascoltando la relazione di Accenture, che ovviamente non poteva che evidenziare, partendo dal digital density index, che, laggiù, il paese Italia è in lenta e veloce mutazione digitale dei mercati esistenti, aprendosi ai nuovi mercati. Un salto d'epoca. Discusso con tre big player che vendono energia nell'epoca della crisi ambientale e post Cop21 (Sogemil), il lavoro e il vivere ipercomunicando (Vodafone) e temperando e assicurando rischio e welfare (Generali).

Per questi operatori dei flussi - di energia, di comunicazione e di denaro -, il salto d'epoca dei mercati comporta l'incorporazione di stili di vita, di consumo e comportamenti, che rimandano alla mutazione antropologica e sociale che avviene laggiù nel paese. Ma non è più, tornando alla Torino di Cesare Pavese, solo problema di controllo della catena del valore, la catena di montaggio dentro le mura da cui uscivano 600 per tutti. Il problema è la ragnatela del valore, che va oltre l'organizzazione aziendale e le mura dell'impresa, alla ricerca dell'inclusione dell'utente cliente digitalizzato e connesso, senza la cui condivisione e collaborazione non c'è metamorfosi dei mercati esistenti e tanto meno apertura di nuovi mercati.

Ecco perché il paese che sta laggiù, con le sue resistenze e resilienze, non va solo messo in un indice statistico digitale e tecnologico ma capito e praticato. Nella metamorfosi del salto d'epoca vale, per la digital company, quello che vale per la politica: si cercano nuovi mercati, o si governa comandando dall'alto o accompagnando i processi?

Partiamo dai mercati esistenti. Nell'Italia in metamorfosi c'è un tessuto di economia diffusa fatto di capitalisti molecolari attivi nella manifattura, nel commercio, nel turismo. Questi, nel bene e nel male, sono un'intelaiatura economica del paese proliferata nel primo postfordismo fatto di distretti manifatturieri o della grande bellezza, direbbe l'Istat, che hanno usato la rete per tenersi in rete nella subfornitura o nelle filiere produttive e per la promozione di sé per il turismo o di tentativi di e-commerce nel commercio diffuso e minuto. C'è tanto da fare con i soggetti dell'economia del territorio in transizione per diventare una smart land.

I nuovi mercati rimandano al secondo postfordismo della conoscenza globale in rete, soprattutto a base urbana, che dà corpo alla sha-

ring economy, che ridisegna smart city in un'economia circolare della città possibile dove acqua-energia-rifiuti-mobilità-logistica-spazi pubblici-sicurezza-sanità, sono big data di un consumo e di una governance di nuove forme di convivenza.

Una raccomandazione: non si faccia l'errore, da catena del valore fordista, di non tenere assieme mercati esistenti e nuovi mercati, smart land e smart city. Anche la digitalizzazione deve saper tenere assieme l'antico adagio braudelandiano "città ricca-campagna florida" e viceversa. L'Expo, nel suo tenere assieme agricoltura e digitalizzazione, ce l'ha insegnato. Non basta la potenza della tecnica e dell'innovazione senza una conoscenza e un'empatia con la società, oserei con l'antropologia della modernità. La società verticale fordista aveva nella dimensione pubblica della statualità e del welfare la dimensione dei servizi e della redistribuzione dall'alto verso il basso.

La società orizzontale del primo postfordismo aveva nell'impresa, nel lavoro autonomo e nella partita Iva, informazioni e servizi per chi riusciva a essere dentro il salto tecnologico e il cambiamento del welfare e delle istituzioni. La società circolare che viene avanti, con l'economia circolare della digitalizzazione, si chiede come cambiano l'amministrazione, la partecipazione, la conoscenza, la formazione continua, l'accoglienza e l'inclusione. In sintesi la nostra storia e le nostre relazioni. Nei comportamenti sociali, come sempre, ci sono avanguardie agenti che anticipano e cambiano i mercati, alleati sociali con cui tessere la ragnatela del valore con cui i big player della digitalizzazione dovrebbero fare alleanze per tessere e ritessere la ragnatela.

Per ciò che riguarda il pulviscolo dell'economia diffusa, che pare irraggiungibile nel suo non fare condensa, sostengo da tempo che occorrerebbe immettere un maker o uno smanettone nelle tante imprese manifatturiere, commerciali e turistiche del nostro paese. E per la città che viene, la smart city, guardare ai tanti coworking, fablab, imprese sociali, startup, che fioriscono carsicamente nei sottoscala della città.

Non basta promuovere festival o premi per gli innovatori dal basso laggiù nel paese. Occorre porsi il tema della dialettica sociale tra rapporti di produzione e forme produttive e anche quello della redistribuzione e socializzazione dei big data, il vero bene comune della sharing economy e della società circolare. Temi da mettere in agenda per prossimi seminari di Nòva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

bonomi@aaster.it