IL SEGRETO DI UNA ECONOMIA COSTRUTTIVA

Negli ultimi fascicoli dello scorso anno, la nostra rivista ha dedicato un'ampia e reiterata attenzione al problema della innovazione nei suoi diversi aspetti. Nel riaprire il dibattito all'inizio del nuovo anno può risultare utile un riepilogo problematico di quanto già pubblicato sia sulla rivista, sia on-line.

Matteo Ovi

In tempi di crisi, si è soliti rimpiangere tempi migliori e chiedersi cosa si potrebbe fare per risollevarsi. L'esperienza ci insegna che alla base di un paese sano sta una economia costruttiva. Analizzando esempi pratici di paesi o territori che hanno saputo coltivare un'economia costruttiva, è emerso in tutta evidenza che questa può solo manifestarsi in presenza di una visione imprenditoriale innovativa e di una forte determinazione a concentrare ogni genere di risorsa necessaria ad alimentare la crescita.

Il caso della Silicon Valley è un esempio di come ogni grande successo imprenditoriale di un territorio dipenda da una molteplicità di fattori diversi, ciascuno dei quali è però alimentato da un fattore comune: le persone e la loro voglia di innovare. (*Una, dieci, cento Silicon Valley?*, MIT Technology Review 6/2013 e http://www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3464).

In alcuni casi (*Silicon Valley: inimitabile, ma precaria*, MIT Technology Review 5/2013 e http://www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3203; *Tutto cambia a Bangalore*, MIT Technology Review 6/2013 e http://www.technologyreview.it/?p=article&a=3480) il merito può venire attribuito allo spirito imprenditoriale e visionario di un ristretto gruppo di individui, che con le proprie idee hanno saputo attirare ricercatori e finanziatori.

In altri casi, lo spirito innovativo è sintomo di una cultura più diffusa e trasmessa da istituti universitari di primissima categoria (*Il caso di Kendall Square*, MIT Technology Review 5/2013 e http://www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3231) che sanno riconoscere il valore dei loro studenti, ricercatori e finanziatori, spronandone l'interazione. Da notare la stretta correlazione tra questi primi casi, in cui i fattori di partenza coincidono facilmente con lo slancio di figure giovani e dinamiche.

Esistono anche esempi (*Il Quantum Computing di Waterloo, Canada*, MIT Technology Review 6/2013 e http://www.technologyreview.it/?p=article&a=3481) di protagonisti che non partono da zero, ma da basi certe, consolidate da un successo personale precedente. Siano essi singoli imprenditori o i governanti di una intera nazione (*La grande marcia cinese*, MIT Technology Review 5/2013 e http://www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3181; *East London Tech City,* MIT Technology Review 6/2013 e http://www.technologyreview.it/?p=article&a=3473), al centro delle loro scelte si trova ancora la determinazione a creare innovazione e la capacità di individuare terreni già fertili da coltivare.

In alcuni casi (*Paris-Saclay: un grande polo scientifico, economico e urbano*, MIT Technology Review 6/2013 e http:// www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3452; *Skolkovo Innovation Center*, MIT Technology Review 6/2013 e http://www.technologyreview.it/?p=article&a=3478; *Terra dei padri e tecnologia dei figli*, MIT Technology Review 5/2013 e http://www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3194) l'assenza di un punto di partenza definito permette di partire da zero e programmare in maniera strutturata la crescita di un polo di innovazione con obiettivi specifici.

Che l'innovazione parta da un visionario, dalla dedizione di un istituto o dalla determinazione di un paese intero, emerge chiara la necessità di favorire il flusso in entrata e uscita di persone, idee ed eccellenze nel territorio designato (*Innovazione e Immigrazione*, MIT Technology Review 6/2013 e http://www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3249).

La presenza di strutture dedicate alla salvaguardia, allo scambio e alla stimolazione di idee e persone è un fattore determinante. Senza un tetto, infatti, si assiste facilmente alla tanto deprecata "fuga dei cervelli". Queste strutture possono prendere la forma di poli industriali, università e incubatori di impresa (*Università italiane e start-up innovative*, MIT Technology Review 6/2013 e http:// www.technologyreview.it/index.php?p=article&a=3471; *Anche a Torino le start-up high tech sono di casa*, MIT Technology Review 6/2013 e http://www.technologyreview.it/?p=article&a=3476).

Fondamentali e prioritari restano comunque la volontà di provare e rischiare, la forza d'animo per rialzarsi anche quando si fallisce, lo spirito per allargare sempre i propri orizzonti. Per fare un'analogia, la necessità di un'economia costruttiva è paragonabile al bisogno dell'uomo di respirare. Occorre permettere ai singoli e ai gruppi di innovatori di "respirare", scambiandosi competenze, idee ed eccellenze. ■

Matteo Ovi è collaboratore della edizione italiana di MIT Technology Review.

Un Master per talenti emergenti

Tra i tanti istituti culturali e le università, Bologna vanta una delle più importanti scuole di management europee e, certamente, una delle più innovative in Italia.

Il 28 ottobre scorso abbiamo partecipato alla presentazione dei project works finali dell'Executive Master in Technology and Innovation Management, tenutasi presso la Alma Graduate School di Bologna, una delle più importanti scuole di management europee e, certamente, una delle più innovative in Italia.

Il Master si rivolge a professionisti ad alto potenziale, con più di 3 anni d'esperienza nell'area tecnica di imprese orientate all'innovazione (tecnici, ingegneri, progettisti, ricercatori).

La scuola attribuisce un forte valore alla generazione e allo sviluppo industriale delle innovazioni tecnologiche indispensabili per garantire alle imprese la possibilità di conseguire e mantenere una posizione competitiva sui mercati internazionali.

L'obiettivo del Master è quello di sistematizzare la gestione e l'organizzazione della tecnologia e dell'innovazione di processo e di prodotto. Il percorso porta i partecipanti alla creazione di valore nei propri contesti lavorativi attraverso i più avanzati metodi di technology management.

La cerimonia di fine corso è stata aperta con una nota di benvenuto da parte del Direttore generale di Alma Graduate School, Alfredo Montanari, che ha ringraziato i partecipanti per l'impegno mostrato in un corso complesso e coinvolgente dal punto di vista sia del tempo richiesto, sia della qualità di insegnamenti e collaborazioni che il corso raccoglie in sé.

«Questo corso è progettato per chi vuole guardare avanti e la qualità del lavoro basta a confermare la sua affidabilità e la sua efficacia», ha detto Montanari, descrivendo la scuola come un pezzo di Italia che ha ancora la capacità di reagire, e sollecitando i partecipanti perché continuino a usare le sue sale come una struttura familiare, come una comunità stimolante all'interno della quale costruire una rete, come una idea e una opportunità di scambio.

Dopo questa nota introduttiva a una giornata che «è un po' festa per le famiglie dei partecipanti e un po' cerimonia per le aziende presso le quali operano o con le quali hanno collaborato», Montanari ha lasciato la parola agli studenti e alle loro presentazioni.

Il corso aveva suddiviso i partecipanti in sei gruppi differenti, mettendo ciascuno in contatto con diverse aziende con le quali avrebbero dovuto interagire per la durata del corso stesso nella prospettiva di un progetto finale. Quest'anno, le aziende partecipanti erano Ferrari, Enel, Benelli Armi, Hera, Electrolux, Dallara, Ducati, Magneti Marelli, Sacmi, Scm Group, Zannini, Nemesis.

Senza entrare nello specifico dei vari progetti, in alcuni casi già vincolati dal segreto aziendale, si può osservare che le tematiche affrontate hanno interessato campi altamente diversificati (salute, macchinari di lavorazione, social network, trasporti ibridi, infrastrutture turistiche), a dimostrazione dell'impatto che il corso ha su tutti gli aspetti legati alla gestione della tecnologia e della innovazione.

Al termine delle presentazioni, la parola è passata a Andrea Pontremoli, CEO della Dallara e Direttore scientifico del Master, il quale ha elogiato i vari gruppi di lavoro per avere imparato a comunicare con un pubblico più ampio, perché «la definizione di un obiettivo di gruppo comporta la creazione di un obiettivo comune ancora più importante».

Sottolineando l'importanza della capacità di comunicare e interagire con figure diversificate, Pontremoli ha parlato di Cristoforo Colombo come di un imprenditore che ha saputo trovare un finanziatore, dei partner che condividevano il suo stesso obiettivo: un obiettivo che, anche se non venne conseguito nei suoi termini programmatici (la scoperta dell'America avvenne per una sorta di errore di valutazione geografica), portò a grandi

risultati: «La cosa più importante nella vita, come per un'azienda, è riuscire ad avere un obiettivo comune. Con un obiettivo comune si possono anche cambiare rotta e obiettivi».

Pontremoli ha quindi elogiato l'apertura mentale dei partecipanti: «Non avrei mai immaginato che ingegneri potessero pensare a progetti tanto flessibili. Il merito di questo corso è stato quello di avere modificato il DNA tecnico di ogni partecipante senza stravolgerlo, bensì arricchendolo».

Anche le diversità di genere, di formazione culturale, di competenze professionali costituiscono una preziosa fonte di innovazione: «Per produrre innovazione bisogna mettere insieme competenze diverse. Il 60 per cento dell'innovazione arriva da fornitori, clienti, università e istituti di ricerca», ha affermato Pontremoli, aggiungendo che «l'innovazione è un fenomeno sociale e segue le regole del sociale, della comunità».

La diversificazione può risultare vantaggiosa anche nelle aziende, perché con l'abbinamento di competenze differenti si ha modo di valorizzare il contributo dei singoli.

Pontremoli ha concluso incoraggiando i partecipanti al Master e le aziende presenti a pensare sempre dal basso, ponendosi anche quelle domande – Perché? Chi? Cosa? Quando? – che spesso e volentieri risultano disarmanti nella loro immediatezza e semplicità: «Ponetevi sempre le domande che vi porrebbe un bambino. Abbiate la capacita di raccontare una storia. Coltivate una vostra unicità, le vostre passioni e i vostri difetti, perché il business si fa con le relazioni, perché è un fenomeno sociale». (*m.o.*) ■

Un assaggio di MIT

Al Fab Lab di Reggio Emilia, un nuovo approccio alla manifattura mette assieme professionisti, appassionati e curiosi per creare nuovi prodotti utilizzando le tecnologie più avanzate.

La settimana scorsa ci siamo recati allo Spazio Gerra di Reggio Emilia, un progetto culturale al cui interno opera da ormai un anno il primo Fab Lab della Regione Emilia Romagna. Si tratta una giovane impresa nata da un progetto di Francesco Bombardi in seno al REI (Reggio Emilia Innovazione, il Centro per l'innovazione di prodotto nella meccatronica, fondato nel 2003 da Enti Locali, associazioni di Reggio Emilia e Università di Modena e Reggio Emilia) in collaborazione con il Comune di Reggio Emilia.

Fab Lab è un laboratorio in scala ridotta, che utilizza una serie di macchine computerizzate e gestite attraverso software Open Source facilmente accessibili. Fino a qui, nulla di insolito. Come precisa Bombardi, «la differenza e l'innovazione principale di Fab Lab sono i suoi utenti». Il laboratorio fornisce infatti alle imprese, alle scuole, ai creativi e a tutti i cittadini le macchine e l'attrezzatura necessaria per dare corpo alle proprie idee, permettendo a ogni utente di sviluppare una cultura del fare e di acquisire le competenze necessarie per trasformare le proprie idee in prototipi e prodotti.

Nato al MIT, il fenomeno del Fab Lab si sta diffondendo su scala globale, fondando la sua forza su una filosofia di azione locale attraverso un network internazionale di scambio e conoscenza.

Il fine dei Fab Lab è quello di favorire creatività e DIY (*do it yourself*) attraverso l'accessibilità per tutti alle macchine di fabbricazione digitale. Il Fab Lab di Reggio Emilia mira a raccogliere gruppi di interesse intorno a idee e progetti, per alimentare una nuova imprenditorialità che superi le logiche del marketing tradizionale e assuma valenze sociali in unione d'intenti con le istituzioni (enti locali, università, scuole specializzate, fondazioni e via dicendo).

Una caratteristica intrinseca dei Fab Lab è quella di esprimere il carattere del territorio. Così, dopo un anno di esperienza (tenuto conto, oltretutto, che l'Italia è ancora alle prime armi in questo progetto), ecco una prima collaborazione con Parmigiano Reggiano, un progetto per una macchina da caffè realizzata con stampante 3-D e l'idea di una "valigetta Fab Lab" in collaborazione con Reggio Children.

La collaborazione tra Fab Lab e imprese è virtuosa, dice Bombardi: «Gli stessi creatori dei prodotti, siano essi esperti o visionari con un'idea, ma nessuno strumento per realizzarla, possono arrivare a lanciare una startup».

Sono proprio le attrezzature che il laboratorio mette a disposizione a garantire questo potenziale evolutivo. La moderna tecnologia delle frese per la scansione e la modellazione tridimensionale, dei *laser cutter* e delle stampanti 3D consentono la fabbricazione digitale artigianale di un oggetto a costi molto contenuti rispetto al passato.

«L'artigianalità a Reggio Emilia eccelle e si somma alla fabbricazione digitale (scambio di byte anziché di materiali). Il digitale permette ai progetti di girare in maniera molto più estesa. La semplicità di lettura dei dati permette di comprendere facilmente un progetto che altrimenti sarebbe molto complesso da capire», conclude Bombardi. (*m.o.*) ■

Anche fallendo si può innovare

Prendendo spunto dall'esperienza personale, Andrea Dusi, giovane imprenditore italiano, analizza il mondo delle start-up, partendo da quelle che non ce l'hanno fatta.

Chi dice che un fallimento è sempre una sconfitta? L'esperienza di Andrea Dusi ci racconta proprio il contrario. Attuale amministratore delegato di Wish Days, Dusi è un esempio calzante di come la passione e la tenacia possano avere la meglio su quelli che sembrano essere errori irrecuperabili, ma che si rivelano poi delle vere e proprie occasioni di crescita.

Forte della sua competenza nella consulenza direzionale, maturata collaborando con Roland Berger prima e Arthur D. Little poi, Dusi si lancia nel mondo delle startup nel 2003, fondando OneSlicy. L'idea di base era vendere T-shirt con una manica lunga e una corta. Malgrado la sua conoscenza delle logiche di mercato, questa prima start-up fallì in pochi mesi. Ma Dusi è stato capace di ricavare una lezione importante da questa esperienza in vista di una nuova impresa.

Nel 2006 incontra Cristina Pozzi e fonda insieme a lei quella che oggi è un'azienda totalmente italiana, leader nel settore delle attività esperienziali, Wish Days.

Forte della sua esperienza lavorativa sul campo e spinto dalla sua passione per l'argomento, Dusi ha deciso ora di condividere le sue osservazioni sul mondo delle start-up attraverso il blog Startup Over, ponendo l'accento su tutte quelle idee imprenditoriali, sensazionali sulla carta, che però non sono riuscite a reggere il confronto con il mercato vero e proprio. L'intento di Dusi è quello di ricavare delle lezioni dagli errori degli altri giovandosi del confronto continuo con i lettori del suo blog. Deciso sostenitore di nuove idee proprie, ma anche altrui, il suo motto è chiaro e diretto: se dietro ad una start-up esistono reali motivazioni e capacità, prima o poi il risultato arriva. (*m.o.*) ■