

Consigli contro la fuga dei cervelli

Nel corso della edizione 2013 di **TR35**, che premia i giovani ricercatori italiani, sono stati invitati alcuni dei vincitori della prima edizione per scoprire dove le loro idee li hanno portati. Prende la parola **Luca Ravagnan**

Matteo Ovi

Nel 2011, l'anno della prima edizione italiana di TR 35, Luca Ravagnan aveva appena fondato, insieme ad alcuni colleghi, la start-up WISE con l'intenzione di produrre e commercializzare dispositivi elettronici e MEMS su supporti estensibili da destinare ad applicazioni nel campo della biomedicina, della biotecnologia e della sensoristica.

Osservando la lista di premi e riconoscimenti conseguiti da allora, verrebbe spontaneo immaginare che il progetto si sia rivelato tanto buono e la realizzazione da parte dei suoi ideatori tanto efficace da garantire alla start-up una facile ascesa. Interpellando lo stesso Ravagnan, scopriamo però che non è stato così: «Ripensando al nostro percorso, non posso che raccontare una esperienza di forte fatica. Il Sistema Paese ci ha consentito di partecipare ad alcune iniziative positive, ma nella sostanza abbiamo incontrato più difficoltà che agevolazioni».

Ravagnan si sofferma quindi sulle difficoltà che i giovani innovatori e imprenditori devono affrontare se ambiscono a portare avanti la propria idea. «È stato essenziale per noi avviare una campagna promozionale all'esterno dei confini nazionali», dice.

«Il primo round di investimenti – per 1 milione di euro – sta finalmente giungendo al termine, ma chi ci ha aiutati maggiormente è stato un fondo tedesco nato e studiato per supportare aziende tedesche.

WISE è stata la prima start-up non tedesca a essersi aggiudicata il loro supporto e stiamo parlando di un fondo che ha aiutato più di 180 aziende prima di noi». Risulta sconcertante apprendere come il migliore alleato di un'azienda italiana si sia rivelato essere un sistema che di italiano non ha nulla e che è stato fortuitamente incontrato nel corso di un Investors Meeting.

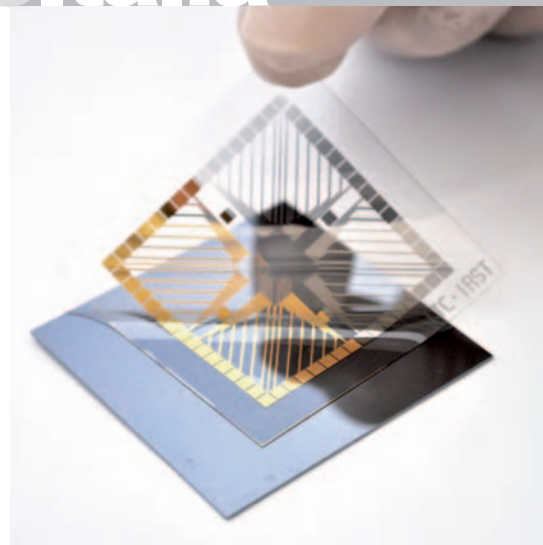
«Il fondo Gita di Eni era stato il primo a credere nella nostra idea e a darci la spinta iniziale con 80mila euro», precisa Ravagnan, «ma è stato solo dopo l'interessamento al di fuori dei confini italiani che altri fondi di investimento nostrani hanno cominciato a comportarsi meglio».

Non possiamo fare a meno di sentirci soddisfatti del fatto che sia stata la nostra rivista ad avere conferito il primo riconoscimento alla validità e all'innovatività del progetto. «Dopo il premio TR35 abbiamo ricevuto tanti altri riconoscimenti, tra cui il premio di 300mila euro del Nanochallenge, tenutosi quello stesso anno», precisa Ravagnan, che non nasconde però la sua perplessità sul valore attuale dei premi: «In tanti ora vogliono darci le pacche sulle spalle e congratularsi con noi, ma questo non ci aiuta tanto ad andare avanti».

A questo punto Ravagnan descrive le due amare lezioni apprese dalla fondazione di WISE: «Anzitutto, se dovessi tornare a creare un'azienda del genere, non penserei più all'Italia. Basta spostarsi in Svizzera per trovare porte più aperte che in Italia. La seconda lezione, che può valere come consiglio per quanti volessero promuovere un'idea o la propria start-up, è quella di lavorare molto su *business plan* e comunicazione, recandosi a *investor meeting* internazionali».

Stando a Ravagnan, occorre più che mai uscire dai confini per apprendere come gira il resto del mondo, così da distinguere i propri punti di forza e gli aspetti che necessitano di miglioramento. «Esplorando opportunità anche all'estero, senza necessariamente uscire dai confini europei, si può entrare in contatto con investitori disposti a dare una mano».

Parlando dello stato attuale di WISE, apprendiamo da Ravagnan che è in corso la preparazione dei primi dispositivi per dimostrare la capacità produttiva dell'azienda in vista di un futuro incremento nella domanda. «Nell'arco dei prossimi mesi potrebbe venire siglato un contratto di sviluppo con



una o più multinazionali del settore per avviare insieme lo sviluppo dei prodotti e dare corso alla fase che, per i prossimi tre anni, ci vedrà impegnati nelle prove fisiche, partendo dalla sperimentazione su cavie per arrivare all'uomo e alla marcatura CIE».

Parlando delle future generazioni di giovani innovatori, Ravagnan ribadisce che «occorre chiedersi cosa si intende fare nella propria vita, i ricercatori o gli imprenditori, e fare una scelta di campo». «Chi parte da una spin-off universitaria deve, a un certo punto, adottare una mentalità differente da quella di una facoltà di ricerca. Essere molto autocritici e guardare il proprio progetto con occhio razionale e obiettivo, parlare molto con chi ha già esperienze specifiche per capire se la propria idea ha qualche possibilità di successo: sono queste le condizioni necessarie per mettersi in cammino, facendo tesoro anche di eventuali risposte non entusiastiche».

Alla fine, Ravagnan ci spiega come, nonostante gli aspetti normativi debilitanti e i tagli ai finanziamenti, l'Italia goda di qualità difficili da trovare altrove: «Nel mio caso, le persone che mi hanno aiutato sono state fondamentali. Il nostro è stato un gruppo impareggiabile di cinque italiani dotati di una positiva capacità di arrangiarsi e di fare con pochi mezzi ciò che altri non avrebbero saputo fare. Inoltre, la formazione in Italia è buona e il costo del lavoro un poco più basso che all'estero».

La nota più rincuorante resta quella con cui Ravagnan commenta il problema dei cervelli in fuga: «Certo, è dura, ma nonostante tutto sono contrario alla fuga dei cervelli. Ce la si può fare anche restando vicino a casa, senza lasciare che il nostro talento finisca dall'altra parte del mondo». ■

Una idea con le gambe lunghe

Paolo Franceschetti, un altro dei primi vincitori di **TR35**, parla della sua esperienza come giovane innovatore e imprenditore, il cui impegno si basa su motivazioni sia economiche, sia umanitarie.

Matteo Ovi

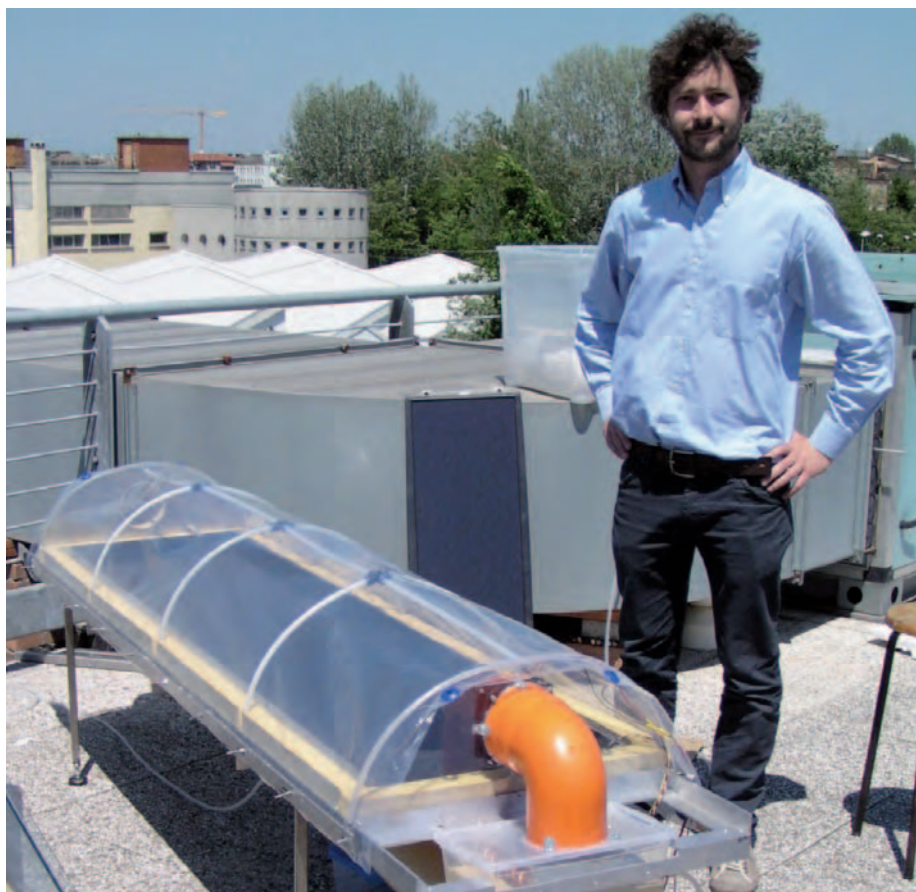
Con il progetto Solwa Paolo Franceschetti ha realizzato un sistema per la depurazione dell'acqua non potabile sfruttando gli effetti di una serra sul ciclo naturale dell'acqua, che dallo stato liquido passa a quello gassoso per poi tornare a condensarsi. Il progetto sfrutta l'energia solare per ottenere la evaporazione della frazione acquosa a temperature più basse di quelle normalmente necessarie.

Tramite una combinazione di micro-pompe e scambiatori di calore, questa serra solare è in grado di depurare una quantità di acqua potabile da acque inquinate fino a 10 litri/giorno/mq di superficie (nella versione SOLWA) o anche di essiccare fanghi (nella versione DRYWA).

Il sistema ha un consumo dell'ordine di poche decine di watt ed è alimentato esclusivamente da pannelli fotovoltaici.

La lunga serie di premi e partecipazioni a eventi italiani ed europei che si è susseguita dal giorno della premiazione al TR35 costituisce un riconoscimento della qualità e del rilievo etico e sociale del progetto.

Il sistema Solwa è già stato distribuito in diverse regioni remote, caratterizzate dalla carenza di risorse idriche potabili e da problemi climatici e sanitari: dal Burkina Faso ai territori palestinesi occupati, dove le locali ONG, grazie alle informazioni apparse in pubblicazioni e in rete, hanno provveduto a contattare Franceschetti.



«È stato difficile passare dalla vita di studente a quella di giovane imprenditore», racconta Franceschetti. «L'azienda sta sviluppandosi dal punto di vista sia strutturale, sia economico e di prodotto, mirando all'ottimizzazione del sistema e allo sviluppo del mercato di vendita. Ciò comporta la ricerca costante di nuovi fornitori e nuovi clienti, oltre alla realizzazione di progetti con prospettive di lungo termine».

Ripercorrendo le origini dell'azienda, Franceschetti fa presente come i contributi da parte del Ministero della Difesa e di Enel siano stati fondamentali. «Il fatto di essere partiti dall'Italia – nel caso specifico, dal Veneto – ha comportato la possibilità di comunicare con un substrato economico, produttivo e infrastrutturale, nel cui ambito abbiamo reperito le tecnologie e gli strumenti necessari a realizzare i primi prototipi e i primi impianti su scala ridotta».

Pensando però alle difficoltà incontrate, Franceschetti non può che criticare il sistema amministrativo e commerciale. «Qui si ha sempre a che fare con contratti e fatture penalizzanti. Persino gli incubatori

sono spesso più degli spazi di marketing che un sistema capace di agevolare la crescita di una start-up».

Fortunatamente, la storia di Franceschetti ha più risvolti positivi che negativi. Il prossimo traguardo di Solwa è l'industrializzazione su larga scala del sistema entro la fine dell'anno per distribuire il sistema in maniera ancora più diffusa su scala mondiale. «Entro la metà del 2014 dovremmo uscire con nuovi prodotti dedicati all'essiccamento di fanghi e percolati di discarica. A livello europeo, questa tecnologia dovrebbe avere un buon margine di rientro degli investimenti perché potrà venire applicata nella gestione dei rifiuti, un problema che preoccupa molte città e interi paesi».

Rivolgendosi a chi, come lui, avesse un'idea e volesse maturare da studente, o ricercatore, a imprenditore, Franceschetti lancia il seguente consiglio: «Non fermatevi mai alla prima idea. Comprendete le esigenze di chi si trova davanti a voi. Ascoltate i clienti sulla base delle loro esigenze e siate pronti a cambiare la vostra idea di conseguenza». ■

Piccola e giovane, in Italia e in USA

Tra le società di software che stanno affrontando la sfida dei Big Data, una delle più agguerrite è l'americana Peaxy, piccola e giovane start-up fondata due anni fa da **Francesco Lacapra**, che allarga il discorso alle ragioni del successo.

Angelo Gallippi

Lacapra consegue una laurea in ingegneria elettronica *summa cum laude* a Roma nel 1973, preceduta da un anno di *high school* negli USA e seguita da tre anni al Centro di Ricerca di Automatica dell'Enel a Milano. Una borsa di studio del Programma Fulbright-Hays gli consente poi di ottenere un *Master degree* in Computer Science a Berkeley. Quindi alla divisione microcomputer della Olivetti sviluppa una versione del sistema operativo Unix più ricca e avanzata di quelle dell'epoca, che ne farà presto il sistema di punta per i minicomputer. Intanto Gianni Degli Antoni lo recluta come docente al neocostituito Dipartimento di Informatica dell'Università Statale di Milano, da dove attrae i tesisti più dotati a lavorare nel suo gruppo in Olivetti. Nel 1989 fonda una società di consulenza e nel 1998 si trasferisce in California, dove sviluppa software di base per Meridian Data, Quantum, BlueArc, Z-force e Attune Systems. Finalmente nel 2007 fonda la MaxiScale e nel 2011 la Peaxy, che ha come presidente l'italiano Federico Faggin, inventore del microprocessore.

«La globalizzazione dell'economia dell'informazione ha creato una domanda incredibile di memorizzazione di file», osserva Lacapra, «e le attuali esigenze mondiali di memorizzazione raggiungono 1,8 trilioni di gigabyte in cinquecento quadrilioni di file, un numero che raddoppia ogni due anni». Per affrontare le sfide poste da questa moderna versione della legge di Moore, la Peaxy ha

messo a punto un avanzato strumento software in grado di memorizzare e gestire grandi quantità di dati non strutturati, chiamato Hyperfiler e basato su server virtuali e reti di computer. I suoi punti di forza sono la possibilità di integrarsi e crescere con infrastrutture già esistenti (scalabilità), e di supportare prodotti e hardware non proprietari, ma di tipo standard e abbastanza economico (indipendenza dall'hardware).

Perché ha lasciato una carriera già avviata in Italia per andare in California?

Perché mi piace creare e penso di saperlo fare bene. Qui in California ho ancora la possibilità di farlo e di divertirmi mentre lo faccio.

Quali possibilità ha una piccola start-up quale Peaxy di competere con i giganti mondiali del settore?

I giganti hanno un'inerte inerzia che li permea nel profondo: io dico sempre che invertire la rotta di una portaerei richiede miglia e lo stesso vale per una grossa azienda. Un prodotto veramente innovativo che cambi i modelli di adozione, i margini di profitto e il tipo di clientela creerebbe un tale terremoto in una grossa azienda da non avvenire. È un po' come nel settore scientifico, dove le idee veramente rivoluzionarie all'inizio faticano a venire accettate perché antitetiche all'*establishment* scientifico e allo *status quo*. Però se sono valide, a un certo punto non possono più venire ignorate e finiscono per cambiare tutto. La start-up può partire da modelli concettuali non convenzionali, muoversi con agilità e non deve mantenere compatibilità con prodotti preesistenti. Può rivoltare come un calzino i paradigmi esistenti e iniziare a esplorare la commercializzazione in nicchie di mercato crescenti e diverse da quelle tradizionali. È una scommessa, ma talora ha successo.

Cosa consiglierebbe a un giovane laureato in materie tecnico-scientifiche che desidera applicare le proprie conoscenze in modo creativo?

Se lo scopo è fare soldi, direi che l'obiettivo è sbagliato e non sarei in grado di rispondere. Se l'interesse è per lo sviluppo di idee e professionalità, allora, come dicono qui: «*Get the hell out of Dodge!*», perché in Italia ciò è straordinariamente difficile, ora più che mai. Gli USA, e in misura minore altri paesi in



Francesco Lacapra

Europa, offrono ancora grandi opportunità. Vale la pena che un giovane si faccia le ossa sviluppando prodotti e tecnologie in un'azienda con una seria organizzazione e cultura di qualità; dopo può decidere se sviluppare le proprie idee all'estero o rientrare in Italia, ma è vitale che si confronti prima con quello che fa il resto del mondo tecnologico. Solo l'esperienza diretta fa evolvere le conoscenze e le mantiene attuali.

Secondo lei, il denaro può essere una misura del successo?

Non credo nel successo misurato in termini di denaro, ma nelle idee e nel loro potere. Anche le migliori idee non garantiscono il successo economico: in aggiunta a idee brillanti sono necessarie esecuzione tecnica e commerciale perfetta, in condizioni al contorno ideali. Il mondo è complesso e la concorrenza globale è pervasiva. Perfino quando si sviluppa un prodotto eccezionale per il mercato giusto e con esecuzione perfetta, un annuncio da parte di un concorrente importante fatto al momento sbagliato può stroncare qualsiasi cosa sul nascere. La componente aleatoria è dominante e ci sono torme di persone che non hanno mai inventato o innovato alcunché, le quali, trovandosi in un certo ufficio al momento giusto, hanno realizzato patrimoni incredibili. ■

Angelo Gallippi è studioso di informatica e saggista scientifico.

La mano sapiente che crea il mondo

Innovazione e bellezza italiana si confrontano con la Silicon Valley, lasciando intravedere le nuove frontiere dell'artigianato che, grazie alle più avanzate tecnologie produttive, può diventare concorrenziale.

Andrea Granelli

La “bottega” artigiana è da sempre un luogo dell'innovazione, dove si creano e si migliorano gli utensili, dove si scelgono e si sperimentano nuovi materiali, dove si applica l'ingegno della riparazione, che Richard Sennett considera una vera e propria “capacità inventariale”, spesso più sofisticata di quella necessaria alla semplice realizzazione dell'oggetto, poiché attinge a più tecniche e sceglie, di volta in volta, quella o quelle più opportune.

La bottega artigiana ha sempre messo al centro lo scambio dei saperi, anche quelli taciti, non facilmente codificabili, e lo scambio è soprattutto un rapporto di testimonianza, che dipende anche dalla fiducia e richiede un equilibrio tra libertà e disciplina. Gilles Deleuze ha osservato a questo proposito che maestro non è chi dice “fai così”, ma chi dice “fai con me”.

Per questi motivi Claude Lévi-Strauss ha affermato che l'artigiano è “il principe degli innovatori”.

Il mondo dei *makers* – dei creatori digitali – non è dunque altro che una nuova puntata di un programma iniziatosi molti secoli orsono. Inoltre, la cultura artigiana ha saputo terziarizzare i suoi manufatti fornendo, in sostanza, dei veri e propri servizi di personalizzazione, di riparazione, di rigenerazione.

Le nuove tecnologie sono sempre state per l'artigiano una grande opportunità; un gruppo di nuove tecnologie sembra particolarmente adatto alla cultura artigiana, alle

aziende di piccole dimensioni che vogliono modernizzarsi e innovare, ai professionisti che vogliono diventare manifatturieri. Queste tecnologie sfatano uno dei miti della cultura industriale: che l'innovazione – l'occuparsi di nuove tecnologie – è solo dominio delle grandi aziende, ampiamente dotate sia di capitali, sia di risorse umane pregiate. Ma la realtà ci dice che sempre più spesso avviene il contrario. L'innovazione – soprattutto quella radicale, che cambia le regole del gioco, che fa esplodere i ricavi – nasce in piccole realtà, più libere e non viziata dai vincoli. Vincoli non solo burocratici, ma anche culturali – “cavallo che vince non si cambia”, si usa dire – che determinano la perniciosa sindrome del *Not Invented Here*, che affligge sempre più spesso chi raggiunge il successo. Da qui l'interesse al mondo delle start-up e del *venture capital*.

Essere piccoli e liberare la testa

Talvolta le grandi aziende devono inventarsi modalità per ricreare le condizioni di “essere piccoli”. E allora IBM crea la PC company per evitare che il nascente personal computer venga soffocato dalla cultura dei mainframe. E allora molte aziende costruiscono fondi di *corporate venture capital* per finanziare dall'interno la nascita di aziende esterne e solo parzialmente governate. E allora vengono lanciati, da aziende come 3M (la prima), Google, Apple (il più recente è il suo *Blue Sky*), dei programmi per sviluppare l'autoimprenditorialità, per consentire cioè (anzi spingere) i dipendenti a usare parte del proprio tempo lavorativo per sviluppare progetti imprenditoriali che seguano le loro passioni e intuizioni.

Oppure – scegliendo anche percorsi anomali (spesso non voluti) – creano le condizioni per “liberare la testa”. In un discorso di Steve Jobs tanto citato quanto poco letto – quello del 12 giugno 2005 per la consegna dei diplomi all'Università di Stanford (ridotto allo slogan facilmente digeribile *Stay Hungry, Stay Foolish*) – vi è un passaggio illuminante: «Il fatto di essere stato licenziato da Apple è stata la migliore cosa che mi potesse succedere. La pesantezza del successo era stata rimpiazzata dalla leggerezza di essere di nuovo un debuttante, senza più certezze su niente. Mi liberò dagli impedimenti consentendomi di entrare in uno dei periodi più creativi della mia vita».

Ma quali sono queste tecnologie? Parliamo delle nuove frontiere del digitale, dei nuovi materiali, della sensoristica immersa negli oggetti e, da ultimo, dei nuovi processi produttivi (stampanti 3D; FabLab, hardware open source e via dicendo).

Finalmente tecnologie di produzione che non richiedono né dimensioni aziendali significative né grandi capitali e soprattutto che non sono al servizio esclusivo delle economie di scala (che alla fine ricercano sempre l'eliminazione dei posti di lavoro), ma consentono di iperpersonalizzare, di creare prodotti unici (e sempre più spesso di riparare e rigenerare), unendo gusto e tradizione con l'innovazione più spinta.

Queste tecnologie ridanno dignità e centralità alla manualità – anche se con utensili del XXI secolo – confortando l'intuizione di Aristotele che la mano è l'“organo degli organi”. Oltretutto, come ci ha fatto notare il filosofo Carlo Sini, «La mano, liberata dalla deambulazione, ispeziona il mondo». E ciò non è mai stato vero come nell'epoca delle tastiere, che hanno creato il mondo del software e reso possibile la navigazione di mondi virtuali.

Brian Chan crea con gli origami di carta sculture tridimensionali e oggetti complessi. Questa opera, intitolata *La Mente e la Mano*, è stata prodotta a partire da un unico foglio.

Il 26enne Chan ha studiato al MIT e si è ispirato al logo della sua Università.

Per gentile concessione di Brian Chan, chosetec.darkclan.net/origami.



Il modo giusto

Ma, come in tutte le cose, bisogna usare le tecnologie nel modo giusto. Le stampanti 3D permetteranno certamente di creare oggetti altamente personalizzati (e quindi adattati al contesto d'uso) e creati solo quando necessari (*on demand*) senza essere necessariamente immagazzinati prima dell'uso.

Ma il tantra dei *makers* – *Everybody can design & produce its own product* – può anche generare enormi inefficienze produttive (pensiamo al consumo energetico) e creare un vero e proprio *object overflow* (con impatti ambientali non trascurabili).

È una storia già vista con le informazioni. Internet prometteva “l'ufficio senza carta” e poi, con l'arrivo delle stampanti personali,

il consumo della carta è esploso. Anche la produzione (pubblica e individuale) delle informazioni è fuori controllo, tanto da incominciare a farci guardare con sospetto i *big data* e da spingere lo storico del design Ezio Manzini a parlare addirittura di rifiuti semiotici e di una nuova forma di inquinamento informativo.

Queste tecnologie – la produzione *on demand*, la sensoristica e la disponibilità di modelli digitali di moltissimi oggetti – aprono a quella che è stata chiamata la quarta rivoluzione industriale, che succede a quelle originate, rispettivamente, dal motore a vapore, dal nastro trasportatore e dalla prima fase dei sistemi di automazione della produzione.

La sfida è dunque: come il mondo artigiano e delle PMI, tradizionalmente poco “educati” alla cultura digitale, potranno cogliere queste grandi opportunità? Come potranno queste straordinarie innovazioni trasformare (in meglio) il nostro modo di produrre – e cioè il *made in Italy* – senza snaturarlo, anzi adattandolo allo spirito del tempo?

La Fondazione Giannino Bassetti – la cui missione è dare impulso alla responsabilità nell'innovazione – ha organizzato l'iniziativa *Making in Italy – Making in USA: Artisanry, Technology and Design. Innovating with Beauty*, tenutasi dall'11 al 24 giugno a San Francisco nell'ambito dell'Anno della Cultura Italiana negli Stati Uniti.

Fare in Italia / Fare in USA

Intervista con **Piero Bassetti**

Quale era la finalità di questa missione a San Francisco della Fondazione Giannino Bassetti?

Favorire, in un luogo simbolico quale Silicon Valley, l'incontro tra due “avanguardie”: da un lato quella tecnologica californiana, che prima ha generato il Web e oggi usa la rete per rigenerare la manifattura; dall'altro lato, l'avanguardia del “saper fare con bellezza”, intenta a reinventare una tradizione secolare testimoniata dalla bottega leonardesca, dai maestri del design, dalle innovazioni politecniche.

Il terreno di confronto è definito dalla trasformazione produttiva (una nuova rivoluzione industriale, secondo “The Economist”) che, nei paesi a capitalismo maturo, si lascia alle spalle tanto il taylorismo dei Tempi moderni di Chaplin, quanto le più fresche illusioni di uno sviluppo prevalentemente immateriale. Stampanti 3D e laser cutter sono usciti dai garage e divenuti fatto produttivo: è la prima trasformazione strutturale – relativa ai modi di fare cose – nell'epoca del Web e del glocal.

Come è stato recepito l'approccio italiano all'innovazione artigiana? Quali i nostri punti di forza, e specificità, anche a valle del confronto del mondo dei makers americani?

Può apparire una risposta provocatoria, ma direi che la nostra “missione” è stata un successo anzitutto perché ha rimarcato enormi distanze di approccio. Per esempio, durante un workshop ospitato da Singularity University (che ha sede in una base NASA) si sono confrontati, tra gli altri, Jonathan Knowles, che si occupa di design in Autodesk e Apple, e Rodrigo Rodriguez, vicepresidente di Flos. Knowles ha espresso entusiasmo per l'opportunità di “espandere” il potenziale della storia attraverso la tecnologia; Rodriguez ha provato a dimostrare che espandendo sensibilità e gusto, si potenzia la capacità umana di connettere testa, cuore e mani: un valore che noi associamo all'artigianato e incorporiamo nell'accezione europea di design. Dobbiamo tenere presente che, pur nelle differenze, sono

approcci comunicanti. Basti pensare a due fatti: il primo è il successo mondiale di Arduino, che è stato creato a Ivrea, ma spopola tra i *makers* americani; il secondo è l'avanzata, negli Stati Uniti, della parola *artisanry*, piuttosto della tradizionale *craftsmanship*, per definire l'artigianato.

Volendo tirare le somme?

Siamo a un *turning point*, del quale la produzione additiva e le stampanti 3D sono solo la punta dell'iceberg. Cambia la relazione tra lavoro tecnologico e persona, intesa nelle sue dimensioni etiche e imprenditoriali. Di fronte alla sollecitazione dei *makers*, mi sento di affermare che oggi anche la bellezza sta divenendo sostanza dell'innovazione. Non puoi prescindere anche se sei capace di produrre qualunque oggetto nel tuo garage, finanziarlo col *crowdfunding* e immetterlo in una *value chain* sconfinata tramite Internet. Non puoi rinunciare perché è divenuta essa stessa valore, molto più di quanto non avvenisse 50 anni fa.

Innovare, condividere la tentazione di Prometeo o quella di Ulisse è affascinante, ma bisogna assumersene la responsabilità e fare i conti con il rischio. Per questo sono contento che, come raramente avviene, tante istituzioni si siano presentate insieme a San Francisco: Regione Lombardia e Comune di Milano, le Camere di commercio lombarde, Politecnico, Triennale, Confartigianato; e gli sponsor Deutsche Bank, Poltrona Frau Group, FIAT e Autogrill.

Questi e altri interlocutori dovranno corrispondere anche da noi a un produttore di tipo nuovo, che si riconosce nella comunità globale attraverso *tools* storicamente inediti come il Web e i social networks. E dovranno fronteggiare alcune domande fondamentali. Tengono le tradizionali istituzioni dello Stato-nazione? Valgono ancora le tradizionali associazioni di impresa? Sono adeguate le tradizionali fonti del credito? Sono all'altezza le reti commerciali del secolo scorso? ■

Un progetto nato dalla collaborazione tra questa Fondazione, il Consolato Generale d'Italia e l'Istituto di Cultura Italiana a San Francisco: incontri, eventi e dibattiti tra artigiani, *makers* e intellettuali italiani e statunitensi, cultori del bello ed esperti di nuove tecnologie, uniti nella riflessione sull'economia della bellezza.

Le iniziative comprendevano un calendario di esposizioni, un symposium e alcuni workshop di approfondimento. Tra i vari eventi, ricordiamo il *The New Italian Design*, una panoramica sul design italiano contemporaneo proposto dal Triennale Design Museum, oppure l'esposizione *The New Shape of Artisans' Identities* promossa da Confartigianato e dedicata interamente al

nuovo profilo produttivo e valoriale dell'imprenditore artigiano.

Da questo confronto possiamo dire che il modello italiano sembra cogliere con pienezza questa sfida; la sua capacità di unire una grande qualità (scelta dei materiali, qualità produttiva e via dicendo) con l'essere "dalla parte del cliente", interpretandone desideri e piaceri e quindi non solo prestazioni tecniche, ma anche componenti simboliche. Sembra cioè essere una ottima sintesi fra le due dimensioni – *high-tech* e *high-touch* – proposte molti anni or sono da Naisbitt, ma tutt'ora valide per descrivere i due estremi di un prodotto.

Il fenomeno dei *makers* visto solo dal punto di vista tecnico rischia di produrre

una polarizzazione produttiva che vede a un estremo le ragioni (e i narcisismi) di chi produce – il *maker* – e dall'altra l'utopia dell'autoproduzione come risposta ai problemi della contemporaneità.

Ma, come sempre, in *media stat virtus* ed è proprio questa caratteristica del modello italiano – di comprendere in profondità le ragioni sia dei produttori, sia dei consumatori – che vede L'Italia come particolarmente attrezzata per interpretare correttamente questa nuova sfida produttiva. ■

Andrea Granelli è presidente di Kanso, società di consulenze che si occupa di innovazione.

Silicon Valley, modello globale

Paolo Manfredi (Confartigianato)

La prima, umanissima, reazione a una visita alla Silicon Valley è d'invidia verso una realtà economica in piena salute, ricca di entusiasmo.

La seconda è di curiosità verso un sistema che si evolve e cambia continuamente e sta passando dall'eccellenza tecnologica all'eccellenza imprenditoriale nella tecnologia: non si corteggiano bravi scienziati, ma imprenditori dinamici ed entusiasti, che daranno lavoro a bravi scienziati e tecnologi in tutto il mondo.

La terza è di cauta preoccupazione: la Silicon Valley ora è attivamente in cerca delle nostre risorse più dinamiche e vocate a creare valore, offrendo loro condizioni che sono semplicemente introvabili altrove. La Silicon Valley oggi è per gli *startupper* quello che era Parigi a fine Ottocento per i pittori impressionisti: *brain gain* per loro, *brain drain* per noi.

Volendo derivare indicazioni pratiche da questi appunti di viaggio che superino le polarità del non fare (da "diventiamo anche noi la Silicon Valley" a "si tratta di un modello irraggiungibile"), quali sono le indicazioni più rilevanti che emergono?

Se mai ha avuto senso il modello frattale (cercare di riprodurre in piccola scala tanti modelli di Qualcosa Valley dove tutti fanno tutto), non ha definitivamente più senso: anche nel luogo della geometrica potenza della tecnologia e dell'innovazione si stanno selezionando quegli elementi della catena del valore che ha senso tenere internamente e fare crescere (l'istruzione superiore e la creazione d'impresa) e quelli che ha più senso esternalizzare (la formazione di base, lo sviluppo).

I tecnologi italiani sono molto apprezzati per la qualità della nostra istruzione di base, innanzitutto in termini di flessibilità e capacità di pensiero laterale. Al contempo, il costo del lavoro in Silicon Valley è ormai tale da non consentire più di tenere *in loco* la fase di sviluppo, perché i programmatori costano troppo. In un'ottica di divisione globale del lavoro, se la Silicon Valley sta

diventando un enorme acceleratore d'impresa, logica vorrebbe che una media potenza tecnologica come la nostra si adoperasse per accrescere la *pipeline* di risorse qualificate da accelerare in California, offrendo poi le condizioni ideali per accogliere qui le funzioni di sviluppo. Una simile soluzione potrà non piacere agli estensori dell'Agenda digitale e delle cervellotiche e inefficaci misure sulle start-up ivi contenute, ma creerebbe quei risultati di cui abbiamo terribilmente bisogno.

Vi è poi uno spazio naturale all'interno di questa divisione del lavoro che andrebbe immediatamente occupato, quello delle tecnologie a supporto dell'innovazione e dello sviluppo delle nostre eccellenze in settori come i beni culturali, il turismo, l'alimentare, il design, la meccanica di precisione. Qui sarebbe ragionevole aspettarsi una sistematica coltivazione e uno stimolo alle eccellenze, non necessariamente a scapito, ma certamente con una corsia preferenziale rispetto a settori come i *Big Data*, sui quali non vantiamo tradizioni o vantaggi competitivi particolari.

Da un punto di vista artigiano non si può poi fare a meno di notare come, nel cuore dell'Impero dei bit, si stia sviluppando una crescente attenzione per gli atomi, nel senso di un ritorno al valore della produzione manifatturiera su piccola scala e ad alto livello di personalizzazione. La lezione è semplice: il modello della Silicon Valley non è più nazionale, ma globale, quindi non ha senso per un singolo paese imitarlo, ma parteciparvi con intelligenza come fanno tutti gli altri, compreso il resto degli Stati Uniti. La nostra parte di lavoro dovrebbe essere quella di formare giovani in grado di incarnare la nostra cultura, farli crescere oltreoceano come imprenditori e riportarli qui dove possono creare sviluppo a partire da quelle eccellenze che ancora ci sono riconosciute. *Vaste programme*, fatto più di piccole azioni che di grandi agende, ma è quello che ci serve davvero. Il resto è materia per convegni, che com'è noto *non dant panem*. ■