

Google ha rivelato il suo segreto, agli studenti dell'Insubria

Pubblicato: Mercoledì 10 Giugno 2009



«Per fare innovazione servono **talento umano, idee creative** e un **sistema finanziario flessibile**». Sembrano banalità, ma se a dirle è **Marco Marinucci** – responsabile delle partnership strategiche per Google – allora questi diventano consigli d'oro. Perché se c'è un'azienda che dell'innovazione fa la sua fortuna, quella è proprio Google.

Per questo gli studenti dell'Insubria, questo mercoledì, hanno avuto un'occasione di quelle che non capitano così spesso: la prestigiosa lezione di Marinucci faceva parte del più ampio ciclo di incontri di **CrEsit Workshop**, che ha portato in cattedra i professionisti delle grandi aziende.

Il manager del colosso di Mountain View ha regalato alcuni **aneddotti dalla storia della Silicon Valley**, per poi parlare delle **opportunità di sviluppo per le nuove start-up**, cioè per quelle aziende che rischiano di essere la Google del prossimo decennio. Il termine chiave dell'incontro è stato, ovviamente, l'innovazione: «L'innovazione è di interesse economico», ha spiegato, «Perché solo innovando ci poniamo in relazione al futuro, proiettandoci verso gli spazi strategicamente più interessanti».

Ma per innovare, come si è detto in precedenza, non bastano solo le buone idee, servono anche gli investimenti: non a caso proprio alla Silicon Valley si è installata nel 1972 la **Kleiner Perkins**, una delle più grandi firme del venture capital.

Gli ingredienti che hanno dato successo alla *valle del silicio*, però, non finiscono qui: «Un altro ruolo chiave è stato ricoperto dalle università più vicine, come Stanford e Berkeley», ha spiegato Marinucci, «Spesso gli stessi professori sono i primi investitori della nuova impresa». Questo, ovviamente, è stato tratto da un capitolo della sempre più mitica leggenda di Google: sembra infatti che a staccare il primo assegno per la grande G, quando ancora non produceva nulla, sia stato proprio il docente relatore dei fondatori: oggi, quel professore, non si è certo pentito di un azzardo da 100mila dollari.

Ma è possibile fare una Silicon Valley altrove, magari proprio nell'area insubre? Marinucci è possibilista: «I fattori centrali per un successo del genere sono diversi, tra questi citerei la **capacità di reinventarsi**, un **approccio al rischio particolarmente accentuato** e la capacità poco italiana di **interpretare il fallimento** non come una fine professionale, ma come un arricchimento del curriculum. Infine non dimentichiamo l'**importanza del network**: il business deve capire l'importanza di fare rete e pensare in grande: il tuo progetto deve fare la differenza, devi avere uno scopo mondiale».

Insomma, in una sola parola: ci vuole **coraggio**. Su cento start-up, ad avere un vero successo ce n'è meno di una: le altre, però, accumulano esperienze che messe in rete possono aiutare gli altri a correggere il tiro. Questo coraggio, oggi, dovrebbero trovarlo i laureandi dell'Insubria, che a differenza di Google si trovano a debuttare in un periodo di **crisi finanziaria**. In questo, l'ospite dell'Università, ha dimostrato un'incoraggiante fiducia: il 50% delle start-up più interessanti è nato in un periodo di crisi.

«La crisi fa tirar fuori le unghie, rendendo più forte chi vuole emergere». Non a caso Marinucci è stato impegnato, in passato, in alcuni investimenti di **Google in Ghana** (un paese emergente, dove ovviamente le idee devono essere particolarmente aggressive). Sempre Marinucci è fondatore anche di **Mind The Bridge**, società che mette in relazione le aziende italiane già presenti in Silicon Valley con le start-up nostrane, aiutandole nello "sbarco". «Perché le buone idee all'Italia non mancano affatto», ha concluso il manager di fronte ad un pubblico attentissimo, «Quella che manca è l'opportunità di relazionarsi agli investitori, trasformando un'idea in un'impresa».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it