

Innova chi non ha nulla da perdere

Pubblicato: Mercoledì 22 Giugno 2011



Alle **Ville Ponti** è andato in scena il ritorno al futuro.

Una giornata intera dedicata al tema dell'innovazione sotto la regia della Camera di Commercio di Varese. Aziende, fornitori, esperti a confronto per scambiare esperienze e impressioni su una delle leve ritenute fondamentali per affrontare il mercato globalizzato.

Entusiasmante il viaggio nel futuro di **Giancarlo Orsini**, che di professione fa il bancario e per passione il futurologo o future-performer. Dopo la sua presentazione, la sensazione netta è di non sfruttare appieno tutte le potenzialità delle nuove tecnologie. Orsini ha, infatti, dimostrato che con il cellulare si può fare tutto (dall'elettrocardiogramma alla spesa intelligente) e che gran parte delle innovazioni future sono già "presenti" nella nostra vita. «L'innovazione – ha spiegato il futurologo – è talmente rapida e veloce che è difficile individuare quale potrebbe essere quella tecnologia o quell'innovazione che fa realmente la differenza».

L'innovazione, secondo **Alessandro Cederle**, presidente dell'Associazione nazionale editoria periodica specializzata, ha una doppia natura: traumatica e ossessiva. Ma è soprattutto nel «pregiudizio» che Cederle individua una caratteristica interessante dell'innovazione. «Gli innovatori – sottolinea l'editore – segnano uno spartiacque tra il prima e il dopo. Ma per innovare non bisogna essere per forza creativi, perché l'innovazione non può prescindere da una grande maestria tecnica». Conoscere bene l'oggetto dell'innovazione è fondamentale perché si può innovare anche migliorando l'idea di un altro. Come è accaduto a Mark Zuckerberg con Facebook, che ha dovuto mobilitare i propri avvocati per difendersi da chi rivendicava la paternità del famoso social network. Non sempre l'innovazione è ben vista dalle imprese. «Chi ha grandi quote di mercato – conclude Cederle – la vede male. È chi non ha nulla da perdere che tende a fare vera innovazione».

Giuseppe Mascitelli, cofondatore di **Mobango Ltd**, non è poi così convinto che il vecchio mondo sia tutto da scartare. Infatti, lui è l'unico che, in una Sala Andrea costellata di maxischermi, notebook, iPad e iPhone, gira come un vecchio strillone con cartelli di carta per diffondere slogan scritti con il pennarello. Il messaggio è efficace: gli strumenti sono nuovi, è vero. Ma i sentimenti e le sensazioni sono quelli di sempre. «Il mondo nuovo – dice Mascitelli – è arrivato e ancora abbiamo difficoltà a capire bene il vecchio. Spesso si pensa che affrontare un nuovo mondo significhi abbandonare ciò che si conosceva prima, o evitare di conoscere ciò che non si è conosciuto e saltare direttamente al nuovo. Questo può essere un errore pericoloso. La regola che garantisce il business a qualsiasi azienda, piccola o grande, è quella delle relazioni, è molto importante avere un prodotto innovativo, possedere qualcosa che faccia la differenza e che serva alle persone ma è fondamentale innescare tutte le relazioni in modo che questo prodotto arrivi alla gente. Riscoprire come stare in relazione è la prima grande innovazione, sebbene sia un'antica arte».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it