

Eventi



Sul palco

Da sinistra: Andrea Poggi, Innovation Leader, Deloitte Italia; Luciano Fontana, direttore *Corriere della Sera*; Sir Tim Berners Lee, inventore World Wide Web; Luigi Nicolais, professore emerito, Università Federico II - Napoli e presidente Materias; Ferruccio Resta, rettore Politecnico di Milano; Lamberto Tacoli, presidente, Associazione Nautica Italiana e presidente e ad Perini Navi



L'appuntamento Oggi a Milano il **Deloitte Innovation Summit**. Sul tavolo alcune eccellenze: nautica, cibo, manifatturiero. In esclusiva qui una ricerca sulla percezione degli italiani: conosciamo la tecnologia ma non la usiamo abbastanza

di **Massimiliano Del Barba**

Chiamatela, se volete, la dittatura del microciclo. È tuttavia un fatto che, dall'irrompere sulla scena di due fatti diversamente eppure egualmente clamorosi come la commercializzazione del primo iPhone (29 giugno 2007) e il fallimento di Lehman Brothers (15 settembre 2008), e quindi dall'inizio di quella che il filosofo Luciano Floridi chiama *iperstoria*, i cambiamenti del contesto economico e sociale non siano più in alcun modo prevedibili. In sintesi: non sappiamo più dove stiamo andando.

«L'innovazione e la digitalizzazione dell'economia sono divenuti fenomeni talmente complessi da lasciare aperta una serie di interrogativi cui

L'esempio

Il 75% del campione conosce il food delivery ma solo il 25% usa davvero questi servizi

ancora oggi non troviamo risposte — spiega l'Innovation Leader di Deloitte Italia, Andrea Poggi —. Un recente studio di Dell rileva che, a livello globale, circa il 50% dei dirigenti non sa come cambierà il proprio settore da qui a tre anni, il che ci porta a un'altra considerazione: non siamo sempre in grado di cogliere l'utilità delle nuove scoperte».

Ecco perché la società di consulenza ha promosso un'indagine demoscopica con l'obiettivo di indagare come i cittadini e gli imprenditori europei stiano percependo l'accelerazione impressa dalla *new economy* al nostro vissuto quotidiano su alcuni settori come il food, la manifattura e la nautica (lo scorso anno il focus si era invece indirizzato

UN FUTURO DA RINCORRERE

L'INNOVAZIONE AVANZA VELOCE E CI PRECEDE LA SCOMMESSA? PRAGMATISMO E FANTASIA

verso moda, turismo e automotive). «Dallo studio — ragione Luigi Onorato, Partner Deloitte e curatore della ricerca — emerge innanzitutto un disallineamento fra le direttrici dell'innovazione e i bisogni reali del Paese. Due esempi per capirci: il 75% del nostro campione conosce il *food delivery* (cioè i servizi tipo JustEat, Foodora o Deliveroo, ndr), ma solo il 25% li utilizza realmente; mentre il 79% degli imprenditori da noi intervistati è consapevole delle possibilità offerte dall'automazione robotica, eppure solo il 34% le utilizzerebbe nella propria azienda».

Risposte, queste, che per Poggi portano alla conclusione che non tutto il portato dell'innovazione, il quale spesso è targato Silicon Valley, può attagliarsi perfettamente a qualsivoglia contesto socioeconomico: «Dobbiamo sforzarci di selezionare l'innovazione giusta, quella cioè che chiede il Paese e i suoi attori produttivi per creare più occupazione, sviluppo e benessere. Noi crediamo che in Italia il contributo che potremmo ottenere dalla stessa innovazione sarebbe molto più significativo e potrebbe portare il Paese ad una crescita annua, per i prossimi

4 anni, sino ad oltre due volte rispetto a quanto oggi previsto. Per farlo, tuttavia, bisogna concentrarsi sui settori in cui l'Italia può dire qualcosa a livello globale, vale a dire appunto moda, turismo, automotive, food, manifattura e nautica spingendo lì il potenziale *disruptive* dei migliori talenti». Ed è qui che l'indagine demoscopica viene in aiuto. «Gli italiani — interviene Onorato —, quando si parla di

food, di manifattura e di nautica, riconoscono che il nostro Paese è e rimane un'eccellenza (l'Italia ha il primato dei prodotti certificati di qualità per un controvalore di 130 miliardi di euro, il 49% degli yacht di lusso provengono da cantieri italiani e su Industria 4.0 abbiamo forse la normativa più avanzata d'Europa, ndr), anche se dimostrano la consapevolezza del rapido cambiamento di scenario in corso:



Luigi Onorato, Partner Deloitte e curatore dell'indagine demoscopica sulla *new economy*

che cioè la nostra tradizione non sia al sicuro rispetto all'incedere della Cina e degli altri Paesi asiatici. Ecco dunque che per essere più competitivi la stragrande maggioranza del campione riconosce che la capacità di innovare prodotti, servizi, processi e offerte sul mercato sarà fondamentale».

Come? Imprenditori e cittadini anche su questo quesito sembrano avere le idee piuttosto chiare: «La sfida dell'innovazione, per oltre il 50% del campione intervistato, si vince in primo luogo grazie al giusto connubio fra ricerca universitaria e imprenditorialità e, in secondo luogo, attraverso una politica che sia di stimolo grazie anche alla semplificazione normativa» prosegue Onorato.

Tenta una sintesi conclusiva Andrea Poggi: «Il valore dei nostri asset è talmente grande, e la consapevolezza di quale opportunità rappresenti l'attuale contesto è talmente forte, che il mondo imprenditoriale italiano ha l'opportunità di cogliere il valore dell'innovazione attraverso un approccio che combini pragmatismo e creatività». Ecco la scommessa da vincere al tempo dell'*iperstoria*.



Sulle onde del lusso Il veliero di 50 metri Silencio di Perini Navi alle regate svoltesi a Porto Cervo in settembre che hanno visto in mare gli yacht di un'azienda leader mondiale nel settore

50

per cento dei dirigenti dichiara di non sapere come cambierà il proprio settore tra tre anni

6

volte superiore alle notizie vere: è la velocità con la quale oggi si diffondono le fake news nel nostro Paese

320

mila dollari: il prezzo di un hamburger in vitro nel 2013, oggi costa il 99% in meno. Questo rivela che la scienza procede veloce

50

per cento della crescita del Pil di un Paese è dovuto all'innovazione. Per l'Italia si parla di circa 30 miliardi di euro

Dal cibo fino alla medicina Ecco i «competence center»

I temi della tavola rotonda. Con scienziati e chef

di **Barbara Millicci**

Mentre la Cina lancia in orbita la prima luna artificiale al mondo per illuminare le strade in un cerchio di 5 mila km quadrati, l'Italia crea il suo primo network, a forma di triangolo, per il trasferimento tecnologico in grado di mettere in contatto la ricerca delle università italiane con la domanda d'innovazione delle imprese. Obiettivo, catturare i finanziamenti europei.

Dopo i Parchi scientifici del Mezzogiorno, i distretti tecnologici ed i cluster tecnologici nazionali, arrivano ora i competence center. Milano, Napoli e Genova sono tre degli otto centri di eccellenza che il governo sosterrà finanziariamente (con 73 milioni di euro) per promuovere l'innovazione tecnologica nel paese, sotto forma di partenariato pubblico-privato. Del

ruolo di aziende e istituzioni nell'ecosistema dell'innovazione si parla oggi all'Innovation Summit di Deloitte, in una tavola rotonda moderata da Luciano Fontana, direttore del *Corriere della Sera*.

«Il nostro competence center non sarà solo un laboratorio di eccellenza universitario, ma un hub per la trasformazione digitale delle pmi, che necessitano sempre più di supporto accademico — dichiara Ferruccio Resta, rettore del Politecnico di Milano —. Saranno le imprese a guidare la trasformazione digitale di

Le zone da valorizzare

Milano, Napoli e Genova sono tre degli otto centri di eccellenza che il governo sosterrà con 73 milioni



Sapori

Lo chef Davide Oldani, uno dei protagonisti della tavola rotonda dell'Innovation Summit organizzato a Milano da Deloitte Italia

altre imprese e non l'ateneo, che dal Ministero dello Sviluppo Economico ha ottenuto 7 milioni di euro». Si chiamano politiche d'innovazione condivise e saranno la svolta per un'Italia più innovativa e digitale.

«Alle aziende non chiediamo di diventare partner nella ricerca, ma della politica industriale, stando al nostro fianco nei bandi pubblici, nella formazione e nei fondi di venture capital». Al sud, capofila nell'innovazione è l'università *Federico II* di Napoli dove insegna Luigi Nicolais, ex ministro della Funzione Pubblica e dell'innovazione nel secondo Governo Prodi. Lo scienziato di fama mondiale è anche presidente di Campania Digital Innovation Hub, l'organismo di Confindustria che af-

fianca l'ateneo partenopeo nella trasformazione digitale delle imprese. «Il Mise stanzerà 15 milioni per il nostro hub. Per la competitività del paese è fondamentale riempire di conoscenza i prodotti ed applicare i sistemi industriali avanzati alla manifattura. Perché ad interessare non è la macchina, quanto la capacità dell'uomo di gestirla».

Nicolais l'ha fatto con la startup Materias che, «grazie alla collaborazione della società svizzera Ibsa, ha brevettato il primo cerotto al posto dell'ago, in grado di rilasciare il farmaco sottopelle senza dolore». Addio alle siringhe e addio alla disoccupazione, visto che il cerotto si produrrà in Campania. Anche a Genova, l'università avrà il suo centro di competenza. Con il dipartimento di Ingegneria navale dell'ateneo, l'associazione delle imprese nautiche ha firmato un protocollo d'intesa per promuovere progetti di ricerca e trasferimento di tecnologie in ambito marittimo.

Proprio il settore navale è chiamato ad affrontare con spirito innovativo le onde del climate change che devastano la costa. «Stiamo sviluppando imbarcazioni ibride con batterie sempre più piccole», spiega Lamberto Tacoli, ad di Perini Navi. Gli eco-yacht non inquinano e consentono di entrare nei parchi marini. E, alla virata ecologica della nostra nautica, di navigare finalmente con il vento in poppa. Sotto la luna piena.

© RIPRODUZIONE RISERVATA