

INNOV'AZIONE™

Idee, reti, business

PUBBLICAZIONE A CURA DEL POLO TECNOLOGICO DI NAVACCHIO

n.006

CAPITALISMO IMPRENDITORIALE E REGOLE DI INGAGGIO

Lo scenario per fare crescere il Research in Italy

LA START UP CHE VALE UNA VITA

Modelli di business da un milione di dollari

I dieci anni del Polo Tecnologico di Navacchio e il debutto di ComoNext

La storia dei parchi scientifici e tecnologici si rinnova

PHIL ZIMMERMANN

Il cowboy dell'information security

Regno Unito, opportunità per l'innovazione

Programmi e sostegno alle giovani imprese che guardano all'Europa

Il Polo Tecnologico di Navacchio cresce ancora

Progetto V° Lotto

Forma e contenuto si fondono nella prospettiva dell'innovazione tecnologica e della competitività

- Nel cuore della Toscana
- Moduli base aggregabili senza limite
- Ingresso e servizi autonomi
- Diretta relazione tra gli edifici per stimolare la collaborazione e l'interazione tra le aziende
- Risparmio energetico
- Utilizzo dei materiali eco-compatibili

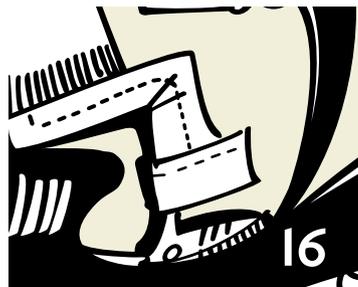
Ufficio vendite: Polo Navacchio SpA
tel: 050 754130 - info@polotecnologico.it
www.polotecnologico.it



POLO TECNOLOGICO

mario cucinella architects

MC A



INNOV'AZIONE

Periodico Bimestrale
www.lobbyinnovazione.it

Direttore Responsabile:

Emil Abirascid
e.abirascid@lobbyinnovazione.it

Redazione: Via Luccio, 15
Ponte Buggianese (PT)

Segreteria di redazione:

Gaia Orlandi
Maria Concetta Ranieri
redazione@lobbyinnovazione.it
info@lobbyinnovazione.it

Hanno collaborato a questo numero:

Matteo Baracani, Laurence Bristow-Smith, Michele Costabile, Alberto Di Minin, Riccardo Donadon, Tiziana Marcuccio, Gaia Orlandi, Mariacarmela Passarelli, Melania Pecoraro, Andrea Piccagluga, Roberta Profeta, Massimo Sgrelli, Riccardo Varaldo

Editore:

Polo Tecnologico di Navacchio
Via Giuntini, 13 - Navacchio (PI)
Tel. 050 754120 - Fax 050 754140
www.polotecnologico.it
Iscrizione: Trib. di Pistoia n.8/2008
Spedizione in PostaTarget

Progetto grafico/testata ed Impaginazione:

StudioCurious, Cascina (PI)
Tel. 050 711639
www.studiocurious.it

Stampa e Confezione:

Tipografia Toscana,
Ponte Buggianese (PT)
www.tipografiatoscana.com

Sito web

Noze S.r.l., Navacchio (PI)
Tel. 050 754380 - www.noze.it

EDITORIALE:

02 Innovazione e imprenditoria, luci e ombre dell'intervento pubblico

ANALISI

- 04 Un nuovo capitalismo imprenditoriale basato sul research in Italy
- 08 Servono maggiore coraggio, maggiore focus e nuove regole di ingaggio
- 12 Trasferimento tecnologico e valorizzazione della ricerca, alla ricerca del business model
- 16 Lifestyle business come modello di innovazione per l'Italia

PARCHI

- 20 Il Polo Tecnologico di Navacchio compie 10 anni
- 22 ComoNExT, il nuovo Parco Scientifico e Tecnologico

FINANZA

- 24 Intesa Sanpaolo, Start up Initiative
- 26 Regno Unito, habitat ideale per le imprese innovative
- 28 Private Equity e Venture Capital in Italia nel I° semestre 2009

UNIVERSITÀ

- 30 Democenter Sipe, centro dell'innovazione dell'Università di Modena e Reggio Emilia

INTERVISTA

- 32 Innovazione, impresa e 'cowboy mentality' - Phil Zimmermann

CAZZA LA RANDA

- 36 Pirotecnia delle sinapsi



Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-Non commerciale-Condividi allo stesso modo 2.5 Italia. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/it/> o spedisci una lettera a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003, informiamo che i dati personali dei destinatari di questa rivista sono conservati nel data base informatico del titolare del trattamento, Polo Navacchio S.p.A., e saranno utilizzati unicamente per l'invio del periodico INNOV'AZIONE. Il trattamento avverrà a cura del personale assegnato all'Ufficio Stampa della Polo Navacchio S.p.A., con l'utilizzo di procedure anche informatizzate, nei modi necessari per perseguire la predetta finalità. I dati non saranno né comunicati né diffusi. Ai sensi dell'art. 7 del D.Lgs. cit. gli interessati hanno diritto di accedere ai loro dati personali, di chiederne la rettifica, l'aggiornamento e la cancellazione, se incompleti, erronei o raccolti in violazione della legge, nonché di opporsi al loro trattamento per motivi legittimi, rivolgendo le relative richieste alla Polo Navacchio S.p.A., Via Giuntini13, 56023 Navacchio (PI). L'elenco aggiornato di tutti i responsabili del trattamento potrà essere richiesto all'Ufficio Stampa.





Foto: Lorenzo Civali Valla

Emil Abirascid direttore responsabile di Innov'azione

Innovazione e imprenditoria, luci e ombre dell'INTERVENTO PUBBLICO



Creare valore, posti di lavoro, ricaduta sull'economia dei territori, opportunità per le nuove generazioni è, o almeno dovrebbe essere, priorità di qualsiasi governo. Per ottenere tali risultati sono naturalmente perseguibili strade diverse e diversamente efficaci, ciò che deve però essere tenuto in considerazione è lo scenario all'interno del quale si prendono le decisioni politiche. Lo scenario attuale è quello di un forte e sostanziale cambiamento degli equilibri economici e industriali che impone, senza timor di smentita, di puntare in una sola e precisa direzione: l'innovazione.

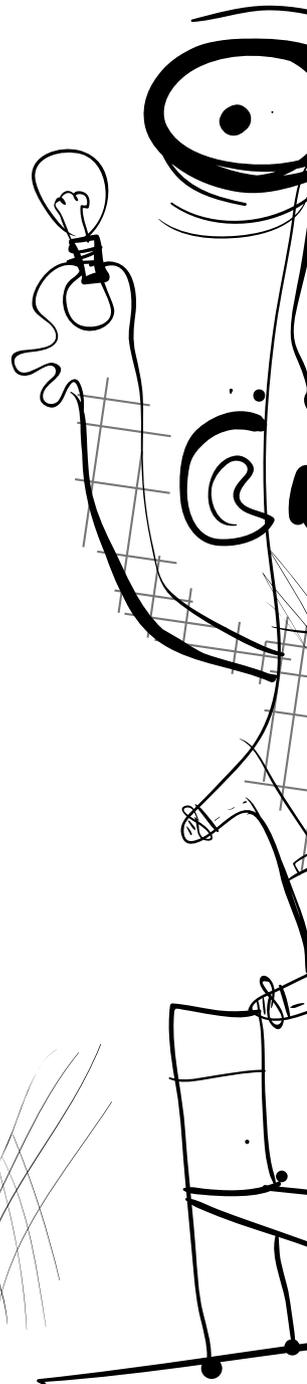
Il successo della Silicon Valley e i fallimenti di altri progetti in tutto il mondo, l'azione dei governi deve essere più mirata ed efficace

Per fare in modo che l'idea di innovazione si traduca in valore, quindi in ricchezza, crescita economica e posti di lavoro, bisogna sostenere lo sviluppo di attività imprenditoriali, quindi di aziende, capaci di trasformare l'idea iniziale in invenzione prima e innovazione poi. Capaci di tradurre una buona idea in un altrettanto buono business plan e di metterlo in atto.

È sulle start up innovative che bisogna scommettere e per farlo è necessario creare le condizioni affinché nascano e si sviluppino. Bisogna per esempio dedicare un certo numero di risorse a sostegno dei giovani imprenditori piuttosto che alla salvaguardia di realtà industriali che hanno perso contatto con l'evoluzione del mercato e hanno rinunciato a innovare. Bisogna concentrare le risorse in quei territori e in quei settori che promettono di svilupparsi con maggiore efficacia evitando di distribuire le risorse a pioggia.

In tale scenario deve agire l'intervento pubblico, magari collaborando anche con azioni di carattere privato che sviluppando nuovi modelli di business supportano le start up e generano a loro volta valore. Recentemente l'Economist ha pubblicato un articolo dal titolo 'Fish out of water', nel quale racconta casi, più o meno di successo, di politiche pubbliche a sostegno dell'innovazione e dell'imprenditoria che sono state realizzate in diversi Paesi del mondo.

Si cita per esempio come la Silicon Valley, caso indubbiamente di successo, è nata perché il ministero della difesa Usa decise di utilizzare quella zona della California per stabilire centri di ricerca a supporto delle attività del Pentagono, solo dopo, e grazie alla lungimirante azione di imprenditori e innovatori, è diventata ciò che è oggi: il luogo principe al mondo per chi intende dare vita a una start up innovativa potendo accedere, soprattutto attraverso efficaci occasioni



di networking, a risorse sia finanziarie in capitale di rischio sia industriali rappresentate dalle aziende che si sono sviluppate e sono cresciute fino a diventare colossi come Google, Apple, Oracle. Un altro esempio positivo citato dall' Economist è il Fondo Yozma partito in Israele nel 1990 che ha agito come scintilla per accendere il meccanismo che ha portato oggi il Paese a essere una fucina di start up innovative.

Meno felici, sempre secondo l' Economist, le azioni condotte da altri governi come accaduto in Malesia dove l'ambizioso progetto BioValley nato nel 2005 con un investimento di 150 milioni di dollari è oggi ribattezzato 'la valle dei biofantasmi', simile destino per l' Entrepreneurial hub di Dubai, per il progetto Bits, Building on information technology strenghts, del governo australiano, e per il fondo di investimento dell'Unione europea da circa 2 miliardi di euro che avrebbe dovuto dare sostegno allo svilupparsi del venture capital nel Vecchio continente.

La riflessione dell' Economist continua analizzando alcuni degli errori che sono stati fatti, per esempio scegliere di investire in un territorio dove le imprese non vanno a insediarsi a causa di motivi geografici e infrastrutturali, investire in settori che non sono legati alle specificità competitive dell'economia del Paese, limitare l'ingresso di investitori stranieri, spendere i soldi pubblici

travestendoli da venture capital senza averne le competenze invece di creare sinergie con venture capital privati ai quali affidare anche la gestione di fondi pubblici che così producono ricchezza anche per le amministrazioni pubbliche. L'articolo cita il libro dal titolo 'Boulevard of broken dreams: why public efforts to boost entrepreneurship and venture capital have failed – and what to do about it' (Il viale dei sogni infranti: perché gli sforzi pubblici per sostenere impresa e venture capital sono falliti – e cosa fare per migliorare la situazione) scritto da Josh Lerner, professore della Harvard business school, che analizza con puntualità tutte le ragioni dei fallimenti e propone possibili strategie efficaci. Un libro che gli amministratori pubblici che si occupano di politiche a sostegno dell'innovazione, dell'imprenditorialità e del rilancio economico dovrebbero leggere.

In Italia ci sono iniziative di stampo pubblico che si dimostrano efficaci, sono ancora poche e frammentate, ma sono un promettente inizio. Non bisogna pensare di ricreare la Silicon Valley ma individuare specificità potenzialmente competitive e puntare su quelle, bisogna dirottare le risorse,

poche o tante, disponibili per sostenere le imprese innovative e non prolungare l'agonia di settori ormai giunti a fine corsa e improduttivi, bisogna applicare strategie sinergiche ottimizzando competenze e possibilità di investimento, bisogna ragionare in un'ottica internazionale favorendo gli investimenti stranieri e, soprattutto bisogna alimentare le idee e l'imprenditorialità puntando sulla formazione, sul dialogo tra ricerca e impresa, sulla defiscalizzazione dell'innovazione che si fa business e creare terreno fertile per i giovani che desiderano fare gli imprenditori aiutandoli a dialogare con il mondo finanziario e industriale, a prendere rischi e anche a fallire e ricominciare. ■

WWW

INNOV'AZIONE È ONLINE

www.lobbyinnovazione.it



Sul sito sono disponibili numerose risorse:

notizie provenienti dall'ecosistema dell'innovazione italiana che possono essere commentate e arricchite dai lettori;

la rivista in formato pdf liberamente consultabile e scaricabile,

la possibilità di dialogare con la redazione per condividere i vostri commenti, suggerimenti, osservazioni.

SEI UNA START UP INNOVATIVA?

REGISTRATI

www.lobbyinnovazione.it

e puoi avere uno spazio dedicato dove puoi presentare la tua azienda

GRATUITAMENTE

Nel 1945 il fondatore della National Science Foundation, Vannevar Bush, prevedeva che la sconfinata frontiera della scienza avrebbe rappresentato la premessa dello sviluppo economico dei decenni a venire e che la vera sfida per i Paesi avanzati

fosse quella di continuare a esplorare questa frontiera con fiducia ed ambizione. Oggi, nel mezzo della più grave crisi dal dopoguerra, questo tema è quanto mai attuale, dato che lo scenario in cui confidiamo è quello di un nuovo miracolo economico modellato e trainato dalla ricerca scientifica e dalla tecnologia.

Può l'Italia cogliere queste opportunità ed essere tra i protagonisti di dinamiche ormai globali? Noi crediamo di sì, a certe condizioni. Ecco perché vogliamo porre l'accento su quella filiera industriale che chiamiamo Research in Italy, che parte dall'attività di ricerca, che sviluppa e porta sui mercati globali prodotti, servizi, know-how, e che crea valore e competitività tramite l'applicazione di uno sforzo imprenditoriale mirato. Per parlare di filiera si pone la necessità di assumere un'ottica di sistema e quindi di guardare non isolatamente ai singoli elementi (Università, centri di ricerca, attività di trasferimento tecnologico, aziende, finanza innovativa e tradizionale), ma al modo di relazionarsi

tra i vari soggetti della catena, nel lavorare insieme e co-creare valore. Il 16 novembre 2009 alla Scuola Superiore Sant'Anna si è aperta la Settimana Mondiale sull'Imprenditorialità, e l'inaugurazione di questo evento, che mette insieme tanti soggetti che credono che sia lo sforzo imprenditoriale a creare valore, è stata dedicata al Research in Italy, proprio per condividere il messaggio che a partire dalla crisi ci sono opportunità per una classe imprenditoriale rinnovata, capace di trovare nelle scienze e nelle tecnologie fonte del proprio vantaggio competitivo.

Alcuni grandi economie stanno perseguendo con concretezza la valorizzazione della Sconfinata Frontiera. Emblematiche in tal senso le parole di Barack Obama alla National Academy of Sciences il 27 Aprile 2009: "In un difficile momento come quello attuale, ci sono coloro che affermano che non possiamo permetterci di investire nella scienza. La ricerca è vista come qualcosa di simile a un lusso in un momento segnato dalle necessità. Io sono sostanzialmente in disaccordo. La scienza oggi è più essenziale per la nostra prosperità, la nostra sicurezza, la nostra salute, il nostro ambiente e la nostra qualità della vita, di quanto sia mai stata prima".

Alle parole sono seguiti e stanno seguendo i fatti, con enormi investimenti pubblici e linee guida sulle direttrici principali di sviluppo scientifico e tecnologico. Non solo gli Stati Uniti, ma anche le economie emergenti dell'Asia si sono mosse in tal senso. La Cina, ma anche la Corea del Sud (come ha avuto modo di sottolineare il Presidente Napolitano nel suo recente viaggio in quel Paese) hanno premuto l'acceleratore e scommettono su un'economia guidata dal volano dell'innovazione. Mezzo secolo fa sarebbe stato difficile prevedere il formidabile 'aggancio' da parte dei paesi emergenti, diventati in pochi anni grandi produttori di manufatti ma anche protagonisti della sconfinata frontiera della scienza. Oggi la globalizzazione ha perso la sua connotazione unidirezionale, ed è un fenomeno circolare, dove non è più così facile individuare e prevedere il senso di marcia. Mentre i paesi Oecd rimangono i più attivi investitori in ricerca

Un nuovo capitalismo imprenditoriale basato sul

RESEARCH IN ITALY

di Alberto Di Minin,
Andrea Piccaluga e
Riccardo Varaldo

e sviluppo e i migliori performer in termini di invenzioni, la globalizzazione ha ridotto le barriere all'entrata e creato per i nuovi player molte opportunità di inserimento nei network globali, con la prospettiva di contribuire al progresso scientifico ma soprattutto di poter drenare conoscenza a costo zero o quasi.

Il vecchio continente è alle prese con priorità diverse. L'Europa rimane ben lontana dagli ambiziosi obiettivi che i suoi Capi di Governo le avevano proposto nell'agenda di Lisbona, ed è alla continua ricerca del modello giusto per intervenire con decisione e unità a sostegno della propria knowledge-based economy. Anche l'Italia è stata scossa con forza dall'onda d'urto di questa crisi globale, che l'ha sorpresa nel torpore di un lento declino e di una progressiva marginalizzazione nei confronti delle economie più avanzate.

L'Italia è stata meno di altri Paesi colpita dalla crisi ma ha più di altri bisogno di innovazione per recuperare un ritardo che dura da tempo. In particolare, in uno scenario internazionale di collaborazione e sviluppo, l'Italia sta rischiando un ulteriore regresso della propria capacità di competizione proprio per non avere agganciato il processo in atto di globalizzazione della ricerca e dell'innovazione, dove giocano un ruolo determinante le università ma anche le grandi multinazionali. Questo provoca un danno gravissimo per la competitività e la forza internazionale della nostra industria.

Un nuovo capitalismo imprenditoriale basato sul Research in Italy

È la nostra industria che poniamo al centro di questo dibattito: in quanto da sempre essa è protagonista di prim'ordine sui mercati globali. Come è noto, ciò che ha rappresentato il punto di forza di gran parte della nostra presenza all'estero è il risultato della filiera del made in Italy. Le origini della competitività di questi settori industriali non sono certo da ricercare sull'orlo di questa sconfinata frontiera delle scienze e delle tecnologie, ma molto più lontano, in un know-how di tradizioni ed eccellenze operative e manifatturiere che oggi appaiono estremamente fragili di fronte alla competizione globale.

Crediamo però che l'industria italiana possa essere protagonista di dinamiche che vogliono portare sul mercato ciò che emerge dai laboratori: ecco perché vogliamo parlare di Research in Italy, e delle sue logiche di filiera, di ecosistema dell'innovazione. Questo parallelo tra made in Italy e Research in Italy ci è utile per sovrapporre queste due filiere e metterne in evidenza le profonde differenze e potenzialità.

Abbiamo davanti un paradosso tutto italiano. La convinzione che le dinamiche instaurate nei distretti industriali, i network, il capitale sociale, la co-opetition avrebbe portato anche nel cuore di queste agglomerazioni le spinte di cambiamento dei cluster high tech è profondamente sbagliata. Se il social capital e la rete sono il lievito, che magari può essere simile sia nella Silicon Valley sia nel distretto italiano, il resto degli ingredienti sono assai diversi, come dunque diverso sarà anche il prodotto finale di queste filiere.

La ricerca innanzitutto. Ci lamentiamo che le aziende italiane spendono poco in innovazione. Questo è un dato di fatto: le stime di ogni confronto internazionale lo confermano da anni. Da economisti però ha più senso interpretare questo come il sintomo di un problema, e non come il problema in sé. Il nocciolo della



questione è che le aziende italiane non avvertono il vantaggio dell'investimento nella ricerca: il Return on investment di tale investimento è per loro basso. Questo proprio perché la filiera a valle di un impegno in innovazione non funziona. I Paesi che hanno investito nel rafforzamento delle filiere che partono dalla ricerca hanno messo in campo strumenti ben diversi rispetto a ciò che viene fatto per sostenere il made in Italy.

In Italia i protagonisti delle filiere del Research in Italy stanno agendo in ordine sparso, in maniera disordinata e non efficace. Senza una cabina di regia, senza una pianificazione strategica che sappia guardare oltre le attuali contingenze, e le opportunità del momento. Perché la ricerca, i frutti della ricerca chiedono questo, saper guardare oltre.



Quali dunque le sfide aperte per cercare di portare il Research in Italy ad essere, come lo è stato il made in Italy, volano del nostro sviluppo?

Sono quattro le priorità che qui individuiamo e proponiamo ai lettori di Innovazione.

1) Individuare quali sono le research University di eccellenza. Nelle filiere dell'innovazione, i grandi centri di ricerca, le Università pubbliche e private sono stati i centri propulsori di tanta innovazione. Non crediamo che ci siano alternative per il Research in Italy. Attenzione: non tutte le Università ma solo alcune, nelle grandi esperienze internazionali, hanno fornito gli stimoli allo sviluppo di queste filiere. La concentrazione di spin off, brevetti, fondi di ricerca in pochi centri di eccellenza è un fenomeno noto. Non tutte le Università italiane possono, o è loro compito quello, di affermarsi come research University di eccellenza internazionale. La spinta alla valorizzazione e al trasferimento tecnologico può vedere protagoniste alcune delle nostre università e su di esse bisogna puntare perché rafforzino la loro capacità di essere fabbrica di conoscenza e innovazione e forniscano supporto anche al resto del sistema della ricerca.

2) Capire quali sono le nostre eccellenze tecnologiche. Non c'è possibilità di intervenire con metodo ed efficacia sulla filiera ricerca-innovazione se non si ammette che l'Italia in alcune aree scientifiche e tecnologiche ha un vantaggio, in altre è costretta a rincorrere e in altre ancora è senza alcuna speranza di aggancio. In un'ottica di filiera, visto che il nostro obiettivo è quello di creare valore riconosciuto da un mercato globale, dobbiamo concentrarci innanzitutto sulle eccellenze. D'altra parte questo è un fenomeno ben noto anche nella filiera del made in Italy, dove i distretti che hanno prodotto valore su scala internazionale hanno saputo specializzarsi in certe aree di attività a discapito di altre, e in alcuni casi queste specializzazioni hanno trovato il consenso dei mercati internazionali. La specializzazione è rischiosa ma necessaria anche nel mondo dell'high tech. Lo dimostra il celebre confronto tra Silicon Valley e Boston: mentre la prima si era specializzata con fortuna e successo sullo sviluppo dei semiconduttori e aveva scommesso sui pc, la seconda era rimasta incollata al settore morente dei minicomputer, e ancora oggi a più di venti anni di distanza rincorre il più fortunato cluster californiano. Anche le filiere del Research in Italy debbono sapersi specializzare, definendo così quelle masse critiche per affrontare sfide globali.

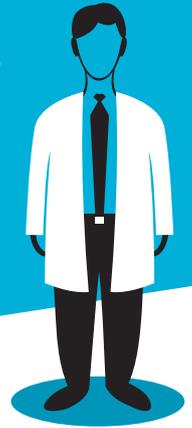
GLI AUTORI



di Alberto Di Minin, ricercatore di Economia e gestione delle imprese presso la Scuola Superiore Sant'Anna;

Andrea Piccaluga, professore ordinario di Economia e gestione delle imprese presso la Scuola Superiore Sant'Anna e presidente della Scuola internazionale di alta formazione di Volterra;

Riccardo Varaldo, presidente della Scuola Superiore Sant'Anna e professore ordinario di Economia e gestione delle imprese



3) *Intensificare la spinta imprenditoriale.* Il ricercatore, potenziale inventore, non è di norma un imprenditore. Inoltre, non è in genere spinto dall'ansia di interessi economici, anche se a volte si presta ad essere il punto di partenza della catena che porta a creare valore dalla e con la ricerca. È necessario comunque che il ricercatore abbia la possibilità non solo di accedere alle risorse necessarie per sviluppare e portare a termine il suo lavoro scientifico, ma anche di essere opportunamente orientato. Quando l'innovazione non arriva al mercato, è il mercato che deve entrare nel laboratorio. Il ricercatore deve essere reso consapevole dalle opportunità della filiera del Research in Italy, del contributo che i suoi lavori possono avere anche al di fuori del mondo scientifico. Ciò deve avvenire nel rispetto reciproco di ambiti e di linguaggi che sono e debbono rimanere diversi, come quello scientifico e quello imprenditoriale.

4) *Aumentare la coesione del sistema.* In Italia sono troppo numerosi e troppo frammentati gli interventi e gli attori coinvolti nell'encomiabile ma difficile lavoro della valorizzazione dei risultati della ricerca scientifica. Sono troppo numerose le sovrapposizioni e le azioni messe in atto da organizzazioni senza le professionalità necessarie, su scala locale, regionale e nazionale. Fermo restando che non si può non alimentare il motore della ricerca, che altrimenti rischia di esaurire la propria vena inventiva, molto può essere fatto per razionalizzare e rendere più efficace il sistema della valorizzazione.

La condivisione di un linguaggio passa anche attraverso quelle strutture di interfaccia di raccordo, come gli uffici di trasferimento tecnologico dei centri di ricerca, i responsabili dei rapporti con le Università delle aziende e banche, il mondo del venture capital e dei business angel, che potrebbero, dovrebbero giocare un ruolo essenziale, non solo per sfruttare le possibilità migliori, ma per allineare i modelli di business all'interno della filiera del Research in Italy. Difficile che il mercato sia in grado da solo di attivare questo sistema. Difficile che gli sforzi fatti fino a oggi dalle politiche industriali che si sono susseguite siano in grado autonomamente di mettere a sistema queste forze.

La fiducia che si deve instaurare in questa filiera non è frutto, crediamo, di singoli isolati casi di successo, ma di regole del gioco chiare e condivise in grado di coinvolgere imprenditori e investitori, ricercatori e grandi industrie. (Nota: Questo contributo riprende le idee esposte in "Il nuovo capitalismo imprenditoriale del Research in Italy" di Riccardo Varaldo e Alberto Di Minin, Occasional paper dell'Ufficio studi Finmeccanica, ottobre 2009). ■

**Servono
maggiore
CORAGGIO,
maggiore
FOCUS
e nuove
REGOLE
di ingaggio**

di Riccardo Donadon, fondatore di H-Farm

Scrivo queste righe dopo il bell'evento milanese organizzato a Milano dagli amici di Mind The Bridge. Una splendida iniziativa che parte dagli italiani che vivono e lavorano nella Silicon Valley e intende dare il suo contributo al sistema italiano aiutando le start up innovative a presentarsi in California.

Mi occupo di un'area molto specifica dell'innovazione in Italia, i nuovi modelli di business che nascono su internet. Ci lavoro dal 1994, anni in cui internet usciva dai centri di ricerca, e diventava molto velocemente (e inaspettatamente) quello che è oggi. Professionalmente sono cresciuto con lei, e sono stato fortunato.



Cinquantaquattro mesi fa, ho deciso di mettere a fattor comune la mia esperienza degli anni passati a fare business con internet per aiutare altri ragazzi a far partire nuove iniziative imprenditoriali. Ho così creato con alcuni amici il progetto H-Farm, un incubatore che pone l'uomo al primo piano, sia nel rapporto con la tecnologia sia con i nuovi modelli di business.

Il progetto funziona e siamo molto soddisfatti, ma come alcuni mi avevano anticipato la curva di apprendimento in questo settore è stata verticale. In certi momenti ho creduto sul serio di non farcela e francamente, se non avessi avuto una certa credibilità frutto di ciò che avevo fatto in precedenza, non ci sarei mai potuto riuscire. In Italia avviare progetti come questo è ancora difficile. Molto difficile.

La prima scoperta che fai quando cerchi di fare innovazione in quest'area nel mercato italiano è che il sistema Paese (istituzioni e grandi operatori economici) non sembra crederci, o molto più drammaticamente non ha compreso che sta cambiando tutto, e in primis le regole di interazione del mondo del business. Non ha capito cosa sta per accadere. I pochi e, da un certo punto di vista, eroici venture capital presenti sul mercato, cercano con i pochi soldi raccolti (i fondi più grandi hanno circa 100 milioni di euro) di soddisfare un'offerta di innovazione del mercato che spazia dalle energie alternative, al biotech passando per il nanotech e arrivando all'IT. Dove solo quest'ultimo significa valutare idee che spaziano dall'inventore di un macchinario per lo screening della retina per rilevare il diabete, al ragazzino con la start up web che vuole inventare il nuovo social network su telefonia mobile.

Risultato: immobilismo, o quasi. I venture capital, per soddisfare il desiderio dei loro comitati d'investimento, cercano di fare un 'misto mare' nel loro portafoglio, ma per farlo devono per forza dividersi (o improvvisarsi) a livello di competenze su mille fronti e il risultato diventa difficile.

Tre fattori a loro difesa: 1) il mercato finanziario è immaturo in Italia anche negli ambiti più tradizionali, quindi a maggior ragione su questo, 2) mediamente l'italiano con le idee non ha chiarissimo il concetto di mettersi in gioco, e infine 3) i grandi investitori (fondazioni e privati) hanno poca consapevolezza del valore potenziale di questi progetti.

Cinque cose a loro colpa, ne dico subito quattro poi mi prendo una pausa e in conclusione analizzo anche la quinta: 1) non scelgono di essere focus, 2) non fanno sistema tra di loro, 3) sono tremendamente lenti nella valutazione delle iniziative (e questa cosa è un costo enorme per entrambi gli attori) e 4) soprattutto non sono coraggiosi.

Il coraggio è molto importante perché è alla base di tutto. Questi attori, a mio modo di vedere, hanno una responsabilità sociale oggi in questo mercato. E possono essere uno dei motori più importanti per la ripresa dell'economia del Paese, che, al di là della crisi che ha fatto (forse) un po' di ordine nel sistema economico, ha dato un segnale chiarissimo: il mondo sta cambiando, in modo molto netto, e soprattutto molto veloce.

Anche il governo ha visto in loro l'attore principale del cambiamento e ha dato a loro i soldi da investire nell'innovazione al sud. Alla fine di quest'anno sarà interessante vedere quanto avranno investito.



**Bisogna puntare sulla soft
economia dove le nuove
imprese basate sulle tecnologie
avanzate portano valore anche
all'ambiente e al territorio**

Oggi l'Italia deve riscoprirsi quel Paese di inventori che ha stupito il mondo nei secoli scorsi, e capitalizza le sue capacità creando una nuova economia soft che può portare una grandissima ricchezza in termini economici, ma anche di armonia con il paesaggio, aspetto questo tutt'altro che banale. Investendo nell'economia dell'innovazione e raccogliendone gli ampi frutti potremo ridisegnare il nostro territorio ed esaltarne l'unicità culturale. Basta capannoni e fabbriche che inquinano, al loro posto i monumenti, le bellezze naturali e la 'soft economia'.

Torniamo ai venture capital, dicevamo che hanno mediamente pochi soldi, poco coraggio (e invece i loro errori servirebbero tantissimo per far crescere il mercato), e soprattutto dei tempi di valutazione biblici che sono del tutto incompatibili con un mondo che nel giro di pochi mesi può determinare più o meno il successo di un'iniziativa. Ma, manca ancora una cosa: tendono a non muoversi, sono le idee che devono andare da loro, non sono loro ad andare a cercare e scovare le idee. Dodici mesi fa dopo essermi rassegnato che nel nostro mercato non c'è molto in fatto di investitori, un giorno mi arriva una telefonata. Me la passano: "Riccardo, è un venture capital e ti vuole parlare", incredulo rispondo, dentro di me penso allo scherzo di un amico o di un collega, il pensiero si accentua quando sento che al telefono è un francese, a momenti non lo prendo sul serio, invece era sul serio un venture capital, dopo due giorni viene da noi. Due giorni dopo viene anche un altro suo collega. In Italia dovremmo copiare i francesi sul tema dei fondi; dieci anni fa erano come noi, oggi ne hanno decine. Il governo ha defiscalizzato alcuni aspetti chiave ed è partito un mercato. A breve raccoglieranno i frutti di queste scelte.

Ma non c'è consapevolezza. Non c'è neppure visione, ed è la cosa che fa più paura perché un cambiamento epocale come quello che sta introducendo l'avvento di internet alle regole dei modelli di business economici avviene solo una volta. Chi la coglie va, chi non la coglie muore.

All'evento di Mind the Bridge mi sono sentito dire: "La fai facile, i giovani, le idee che arrivano, non sono buone, non ci siamo, c'è molto da lavorare". Può essere. Anzi in parte è così, ma non ha senso scaricare sul più debole la colpa. Loro sono i nostri fratelli più giovani o i nostri figli, aiutiamoli, facciamoli crescere, coltiviali. Spieghiamo loro come devono fare, lavoriamo tutti assieme a livello di sistema per creare loro dei role model positivi, correggiamoli, inquadriamoli. Diamogli quelle regole di buon senso che stanno alla base del fare impresa, quelle non mutano mai e fidiamoci della loro voglia di sognare, se sono convinti di quello che pensano, se hanno una visione chiara, se sanno lavorare in gruppo, se sono animati dalla passione di fare una cosa bella. Fidiamoci. Non pretendiamo per forza di capire tutto. Ricordiamoci sempre che anche negli anni passati nell'economia tradizionale molte volte la visione del singolo era follia per gli altri.

Cosa avrebbe risposto un venture capital a tal Renzo Rosso da Vicenza se gli avesse detto che voleva andare a vendere i jeans in America? O a tal Leonardo Del Vecchio da un piccolo paese nel bellunese se avesse detto che voleva fare una fabbrica di occhiali e un giorno comprarsi la Ray-Ban? Non gli avrebbero dato una lira. Un'ulteriore dimostrazione molto recente l'abbiamo avuta con tal Mario Moretti Polegato quando ha detto che voleva fare le scarpe con il buco. Per fortuna ha fatto da solo.

H-FARM

H-Farm nasce nel 2005 come progetto di incubatore privato specializzato su internet. Obiettivo è condividere l'esperienza con altri ragazzi e aiutarli a far nascere la nuova economia basata su internet. Il sogno è far nascere in alcuni vecchi casali che con i loro valori hanno sostanzialmente la prima economia industriale una nuova soft economia armonicamente inserita in un mondo che non può più permettersi di non lavorare in equilibrio con l'ambiente e con la natura umana. Oggi H-Farm ha 16 iniziative nel suo portafoglio, ha ceduto la maggioranza di tre start up e tra la sedi di Ca' ton (Venezia) Seattle, Mumbai e Londra lavorano 195 ragazzi che credono nell'innovazione.



Attenzione che non sto dicendo che i fondi non capiscono o che non sono importanti o non servono, tutt'altro. L'Italia per secoli ha sfornato fior di inventori e di imprenditori, non ci saremo mica rimbambiti tutti insieme negli ultimi decenni.

C'è un altro attore molto importante che può cambiare le cose ed è il sistema istituzionale, il governo italiano. Non parlo di finanziamenti e neppure di infrastrutture (anche se dovrebbero smetterla di pensare che investimenti in real estate sia sinonimo di investimento in innovazione), ma di regole d'ingaggio nuove per i giovani. Se vogliamo creare un'economia moderna dobbiamo mutuare alcuni codici che determinano il successo delle economie che funzionano.

Uno strumento fantastico che ha in mano il sistema statunitense per coinvolgere giovani menti è il sistema delle option ai dipendenti che si 'vestono' progressivamente mano a mano che l'azienda cresce, la possibilità di fare convertible note con i fornitori che così contribuiscono alla crescita, i bridge round che sostengono l'azienda al posto delle banche, i round di investimento che portano i capitali importanti. Cose semplici che però possono cambiare il 'mindset' di queste nuove generazioni.

Dobbiamo muoverci e stare attenti, il cambiamento è rapido, anche per i fondi il modello sta mutando, come diceva in occasione dell'evento Mind the Bridge il professor Alberto Sangiovanni Vincentelli: i piccoli o si consolidano o spariranno. Vero. Ma sta nascendo una nuova generazione che mixa il ruolo dell'incubatore con quello del venture capital, e non lo dico perché H-Farm è su questa traiettoria, noi lo siamo perché il sistema Italia lo impone se vuoi sopravvivere.

Infine la quinta cosa che contesto oggi al sistema di venture capital italiano, e spero non me ne voglia troppo: non fanno abbastanza network tra di loro. Una start up va da loro per due motivi: soldi e relazioni. Loro gli danno una terza cosa, regole e impostazione. Utile, molto utile, ma non gli danno relazioni, e non sto parlando di presentargli qualche cliente (che non guasta), sto parlando di relazioni internazionali che possano far competere l'azienda su scala internazionale.

E qui torniamo al tema di prima: focus.

Anche per i fondi è determinante il focus.

I venture capital non possono conoscere Google e aiutarmi a incontrarli per presentare le mie idee se devono anche occuparsi di nanotech o di biotech.

E quindi i loro soldi diventano irrimediabilmente 'stupid money' e non 'smart money'. Ed è un enorme peccato perché l'Italia, oggi nel 2010, ha un bisogno estremo di mettere in relazione il panorama industriale con i fondi per assumere uno spessore e darsi delle regole manageriali. L'innovazione è un ottimo veicolo per rinnovarsi nel mercato delle imprese ma non possono essere solo soldi e regole, deve essere anche networking di relazioni. ■



Finalmente anche in Italia sono tante le Università e gli enti di ricerca che stanno tentando di avviare processi di trasferimento tecnologico e valorizzazione economica della ricerca. Ed è sempre più frequente ascoltare o leggere dichiarazioni di rettori e presidenti di tali enti che indicano nel trasferimento tecnologico e nella valorizzazione della ricerca una priorità strategica delle loro istituzioni.

Dalle dichiarazioni di principio alle azioni che producono risultati, tuttavia, il gap da colmare è ancora ampio. A differenza degli Usa e di molti Paesi europei, infatti, l'Italia registra performance economiche e organizzative modeste. Presentiamo alcuni dati comparati sul trasferimento tecnologico e la valorizzazione

mente 83 per Università associata) di cui circa 11.000 (10.955) tradotti in domande di brevetto depositate nel 2005 (mediamente 48 per Università associata); 5.503 licenze e opzioni di licenza annue (in media 24 accordi per Università associata) per un totale di contratti di licenza e opzioni attive pari a oltre 30.000 (30.722 - portafoglio medio di contratti pari a circa 135 accordi per Università associata); ricavi derivanti da licenze e opzioni pari a circa 1.510 milioni di euro (in media 6,7 milioni di euro per università associata); circa 700 (655) imprese spin off create ogni anno (circa tre per Ateneo).

Ancora, negli Stati Uniti vi sono alcuni casi di straordinario successo: l'University of California System (da Ucla a Berkeley) nel 2007 ha incassato 97,6 milioni di dollari come proventi da licenze; l'Utt dell'Università di Stanford fondato nel 1970, solo nell'anno 2007 ha registrato 118 brevetti, ha presentato 541 domande di brevetto e avviato sette start up, a fronte di investi-

di Mariacarmela Passarelli e Michele Costabile

Trasferimento tecnologico e valorizzazione della ricerca, alla ricerca del

ne della ricerca, per proporre di conseguenza un focus sugli ostacoli da superare e le sfide da affrontare per rendere più efficaci gli sforzi di tradurre in valore economico la ricerca scientifica e lo sviluppo di nuove tecnologie, che pure il nostro Paese produrrebbe in quantità e di qualità.

Anzitutto è bene ricordare che la storia conta e non aiuta l'Italia. Negli Stati Uniti alla fine degli anni Sessanta si contavano già sette technology transfer office; e dai primi anni Ottanta quasi tutte le Università di medie e grandi dimensioni ne hanno istituito uno. Autm (Association of University technology manager), che riunisce gli uffici universitari responsabili del technology management degli Stati Uniti e del Canada, alla fine del 2008 contava: oltre 230 Atenei associati, con una forza d'urto composta da circa 2000 addetti (in media nove addetti per ufficio); 18.805 invenzioni registrate annualmente (media-

menti in ricerca e sviluppo per 699.211.807 dollari, e proventi da licenze pari a 61.319.639 dollari (il budget di una media università italiana); il Mit di Boston dal 2004 al 2006 ha fatto registrare 1550 invenzioni; nel solo 2007 ha presentato 321 domande di brevetto, ne ha registrati 121 e ha avviato 23 start up, a fronte di investimenti in ricerca e sviluppo che nel solo 2006 sono stati pari a 1.212.800.000 dollari e con ricavi da licenza che nel 2007 hanno raggiunto i 43.500.000 dollari.

In Europa, gli uffici di trasferimento tecnologico sono molto più giovani rispetto a quelli americani; dall'ultimo report Astp (Association of European science and technology transfer professional) per l'anno 2007 è emerso che, tra il 1964 e il 1990 sono stati avviati in media 1,4 programmi di trasferimento tecnologico all'anno; mentre una prima accelerazione si è avuta solo tra il 1991 e il 1999, e il vero e proprio boom si

è verificato dopo il 2000 (l'Italia si è mossa dopo il 2002). Il potenziale degli uffici di trasferimento tecnologico europei risulta essere comunque molto elevato. Dall'indagine condotta da ProTon nel 2008 (ProTon Europe è una rete europea di Utt di Università e altri Enti Pubblici di ricerca) su circa 399 Utt (localizzati in numerosi stati europei, tra i quali l'Italia) è emerso che: gli addetti al trasferimento tecnologico erano circa 1.968 (per un numero medio pari a quasi sette addetti); le invenzioni totali erano circa 4.570 (circa 15 invenzioni in media per Università), mentre le domande di brevetto nell'intero anno sono state 2.310 (media sette domande depositate); 731 contratti di licenza e opzione di licenza (due accordi in media per Università) con ricavi derivanti da contratti di licenza e opzione pari a 93,8 milioni di euro (una media di circa 300mila euro per Università); complessivamente 174 imprese spin off create all'anno (meno di mezza per Università).

Le università europee hanno speso circa 9.612 milioni di dollari in attività di ricerca e sviluppo mentre quelle americane circa 42.300 milioni di dollari. Anche in Europa, tuttavia, si registrano casi di successo, quali per esempio l'Università di Cambridge che dal 1998 a oggi ha concesso 341 licenze e solo nel 2006 ha presentato 44 domande di brevetti; oppure l'Università Cattolica di Leuven che solo nel 2007 ha avviato 69 spin off.

Ed eccoci al nostro Paese. Di recente sono stati censiti circa 50 Utt variamente denominati (LIO – Liaison Office; ILO – Industrial Liaison Office; TTO – Technology Transfer Office ecc.). Il primo è stato fondato nel 1997, ma la gran parte dopo il 2002. Circa 50 fra Atenei e Scuole superiori sono associati in Netval, un network per la valorizzazione della ricerca universitaria, e dai dati Netval 2008 è possibile rilevare che operano in totale circa 589 spin off (poco più di 10 per Università)

BUSINESS MODEL

Gli uffici per il trasferimento tecnologico delle Università e degli Enti di ricerca devono essere gestiti da manager



ma meno del 10% con fatturati che raggiungono i cinque milioni di euro. Il 15,1% opera nella farmacologia e nel biotech, il 13,4% nel campo dell'energia e dell'ambiente, il 7,6% nel biomedicale, mentre la fetta relativa all'IT che fino a due anni fa era sopra il 50% oggi è scesa al 36,1%. I brevetti crescono al ritmo del 30% annuo e alla fine del 2006 erano circa 1471 (in totale cioè quelli attivi per ciascun Ateneo sono in media meno di quelli che annualmente vengono prodotti da ciascuna università nordamericana). Le risorse per le unità organizzative deputate al trasferimento e alla valorizzazione di ricerca e tecnologie innovative derivano principalmente da fondi pubblici di ateneo (73,6%) e, in minor misura, da overhead (Oh) sui contratti di ricerca (6,1%), da finanziamenti pubblici (5,8%) e da attività di licensing (3,3%). Insomma l'Italia soffre di ritardi storici, ma non solo. È evidente infatti che il Paese è meno produttivo rispetto alle medie europee (tabella 1), e che i modelli di business per trasferimento tecnologico e valorizzazione della ricerca sono ancora vincolati alla logica del sussidio pubblico. In altri termini, la strategia delle unità organizzative preposte al trasferimento tecnologico e alla valorizzazione della ricerca è quasi sempre poco orientata al business, non persegue l'equilibrio economico ed è, nella gran parte dei casi ma con lodevoli eccezioni, ancora molto distante dalla generazione di risorse economiche a beneficio di Università ed Enti di ricerca.

Tabella 1 – Confronto fra alcuni output europei e italiani
(valori per mille ricercatori)

TIPO DI OUTPUT	EUROPA	ITALIA
Invenzioni registrate	18	13.4
Domande di Brevetto	3.3	2.5
Licenze	4.8	1.9

Fonte: ns elaborazioni su dati AUTM, ASTP, ProTon, NetVal 2006 e 2007

L'ostacolo principale all'adeguamento agli standard europei e nordamericani è tutto sommato ancora ideologico. La sfida da accettare è quella di reimpostare le attività di trasferimento tecnologico e valorizzazione della ricerca come un vero e proprio business, acquisendo competenze e sviluppando capacità che non sono quelle convenzionali delle pubbliche amministrazioni né tantomeno quelle di professori, scienziati o tecnologi che si improvvisano manager delle tecnologie e dell'innovazione.

Per tanti anni, troppi invero, siamo stati immersi in contesti accademici nei quali la convinzione diffusa era che la ricerca non dovesse 'sporcarsi' con il business. E ancora oggi alle dichiarazioni di principio non seguono azioni coerenti perché chi dovrebbe agire è cresciuto in quel milieu. Aver creato degli Utt non significa ipso facto avere la capacità di lanciare e far crescere il business della ricerca e della tecnologia. Molte unità organizzative, infatti, non sono ben strutturate e c'è un'eterogeneità di approcci strategici al business che degenera nella confusione su cosa gli Utt dovrebbero effettivamente fare. Ancora, è raro trovare alla testa degli Utt dirigenti o manager con esperienza vera nel business; ancora più raro trovare accademici con un background disciplinare nel management o nell'entrepreneurship che si occupino degli Utt. Nella gran parte dei casi gli Utt sono affollati da persone che non hanno mai vissuto l'impresa ma solo la Pubblica amministrazione, e dunque hanno una cultura e competenze molto diverse da quelle che servirebbero; e quasi sempre vi si trovano con ruoli direttivi scienziati o tecnologi, invece che esperti di management, imprenditorialità o finanza. Il primo ostacolo da superare quindi è quello ideologico. Se Università ed Enti di ricerca vogliono veramente valorizzare ricerca e tecnologie devono acquisire competenze e professionalità coerenti, affidandosi a chi ha competenze di business vero, non di gestione di enti pubblici, qualunque sia la loro natura.

Superato questo ostacolo si presenta poi la vera sfida: adottare un business model che sia adeguato agli obiettivi economici e alle risorse di cui ciascun Ateneo o Ente di ricerca è dotato. E qui arriva la parte costruens.

Data la complessità delle attività di trasferimento tecnologico e valorizzazione della ricerca, l'obiettivo primario di chi disegna un business model dovrebbe essere individuare le attività creatrici di valore economico. Magari ricorrendo a una preliminare mappatura del processo 'industriale' simile a quella riportata nella figura 1.



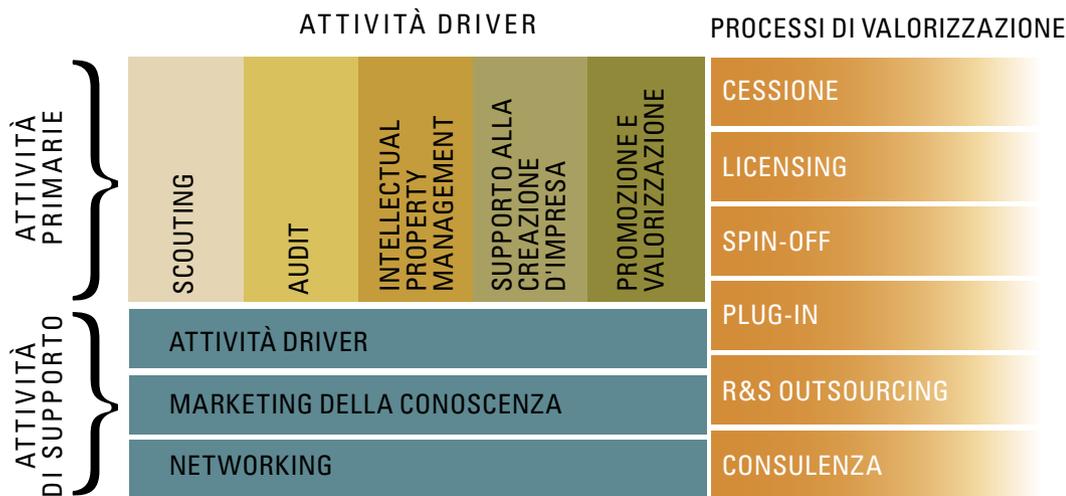


Figura 1 – Un modello di business value chain per il trasferimento tecnologico

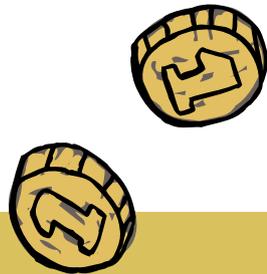
Le attività primarie di questa catena del valore riguardano: lo scouting, l'audit, l'intellectual property management (ipm), il supporto alla creazione d'impresa e la promozione e valorizzazione della ricerca; queste ultime declinate in differenti modalità a seconda dello stadio di sviluppo dell'offerta e della domanda di tecnologia alla quale ci si rivolge. A tali attività andrebbero sempre associate almeno tre attività di supporto: la formazione su temi di technology management, innovation management, business planning ed entrepreneurship; le iniziative di networking interno ed esterno (con imprese, società di seed e venture capital, angel investor, e altri attori dell'ecosistema dell'innovazione); le attività di marketing della knowledge base sulla quale si lavora mediante targeting, packaging e versioning dell'offerta, comunicazione, pricing, attivazione di canali per il delivery e, ultimo ma non minimo, hard selling. Avere come riferimento un business model per il trasferimento tecnologico aiuterebbe a finalizzare con maggiore successo i finanziamenti in progetti di costituzione e potenziamento di strutture ad hoc; aiuterebbe anche a progettare processi e attività che in breve possano raggiungere la sostenibilità economica e, magari non troppo in là nel tempo, arrivino a generare le risorse di cui gli Atenei e gli Enti di ricerca necessitano per continuare a produrre le scoperte e le innovazioni che con i fondi pubblici non è più possibile finanziare.

Insomma è ora che il trasferimento tecnologico e la valorizzazione della ricerca siano gestite come un vero e proprio business, con competenza e motivazioni adeguate. Le performance in genere ne conseguono. ▣

GLI AUTORI

Mariacarmela Passarelli, PhD in Economia e Management presso la S. Superiore S. Anna di Pisa, è attualmente docente di Economia e Gestione dell'Innovazione (trasferimento tecnologico) nella facoltà di Economia dell'Università della Calabria (Campus di Arcavacata).

Michele Costabile è ordinario di Gestione d'Impresa e Marketing nell'Università della Calabria. È co-fondatore e presidente di Associazione Techgarage; si occupa attivamente di start up management e trasferimento tecnologico, nonché di advising per fondi di seed e venture capital



LIFESTYLE BUSINESS

come modello di innovazione per l'Italia

di Massimo Sgrelli, co fondatore
e partner di Wave Group

Per chi come me lavora nel settore dell'Information Technology, dell'innovazione e di internet, il sogno ricorrente è quello di creare start up di successo, che incidano sulla vita delle persone nella quotidianità. I modelli a cui fare riferimento sono sempre quelli d'oltreoceano. Si chiamano Google,

Twitter, Facebook e hanno un denominatore comune: richiedono dei finanziatori e una propensione al rischio ben strutturata. Questo tipo di aziende puntano a essere delle 'billion dollar company' e proprio per questo hanno un altissimo tasso di insuccesso. Per ognuna di esse prima o poi diventa fondamentale installare il proprio quartier generale in Silicon Valley, perché lì si trovano i capitali importanti e i venture capital pronti a rischiare su qualche centinaia di idee, senza temere che parte degli investimenti non vadano a buon fine. Iniziative con piani di crescita molto ambiziosi, come quelle citate in precedenza, hanno diversi fattori in comune. Per esempio richiedono generalmente decine di milioni di dollari di investimento prima di poter generare ricavi di un qualche tipo. Nella gran parte dei casi il percorso che porta alla definizione di un business plan convincente dura anni. Per alcuni quel momento non arriva mai: definire con precisione come si intende portare l'azienda ad avere un profitto fornisce agli analisti degli strumenti più concreti per valorizzare l'azienda: un passo importante e rischioso al tempo



stesso. Molte delle iniziative di questo genere non giungeranno mai ad uno stadio di maturazione così spinto ma alcune, pochissime, lo faranno e avranno una quotazione in Borsa (Ipo) strabiliante. Un ingresso in Borsa come quello di Google fa dimenticare migliaia, a volte milioni, di start up fallite prima del grande passo. Per quanto emozionante e ricco di adrenalina, questo non è l'unico modo per essere un attore della rete. Sempre più frequentemente si stanno imponendo modelli di piccola impresa, che sviluppando

Aziende snelle, che non mirano a diventare giganti ma a sviluppare servizi e tecnologie efficaci puntando al milione di dollari

un'idea di prodotto o di servizio, vedono fin da subito il mondo come potenziale cliente e fanno leva sulle potenzialità di internet per moltiplicare le vendite. Queste iniziative vanno sotto il nome di 'lifetime business'. Il loro fine non è un Ipo di successo, non è l'acquisizione da parte di Google o di Microsoft, ma la possibilità di rendersi indipendenti fornendo servizi alle imprese di tutto il mondo e avendo internet come unica vetrina.

Gli obiettivi che un'iniziativa di lifestyle business normalmente si pone, sul fronte dei ricavi attesi, sono tutto sommato abbastanza modesti: possono tipicamente variare tra 100mila dollari e un milione di dollari l'anno (per i più fortunati si parla di qualche milione). La costante di queste iniziative è un'estrema attenzione nel mantenere piccola (molto piccola) la struttura. L'obiettivo non è far crescere a dismisura

il numero di persone in azienda, ma riuscire a governare un business di rilievo con

poche, anzi pochissime risorse. Una ricetta vincente, specialmente in tempi di difficoltà come quelli attuali. In questi ambiti esistono ottime referenze di mercato sia negli Stati Uniti, che (udite udite) in Italia (basti guardare al successo che Balsamiq.com e il suo fondatore Giacomo "Peldi" Giulizzoni sta avendo in tutto il mondo). Le lifestyle business start up hanno delle caratteristiche fondamentali che le accomunano: possono per lo più essere avviate anche mantenendo la propria occupazione di giorno; richiedono un forte investimento di energie e tempo; non richiedono grandi capitali; terziarizzano su internet molte delle attività accessorie; sono appassionate dei propri clienti; hanno un design essenziale ed efficace; vedono il mondo intero come mercato target; lavorano costantemente per proteggere il proprio modello di business, evitando tutto l'inessenziale (impariamo a dire no); coltivano in prima persona la propria comunità di utenti; non sono alla ricerca di una 'exit strategy'.

Oltre a queste caratteristiche, esiste un fattore di successo costante e immutabile che le differenzia dai giganti del software: la ricerca continua della semplicità. Queste iniziative hanno compreso che non è possibile battere le corporation sul loro stesso piano, sfornando prodotti sempre più articolati, sofisticati e complessi il cui fine ultimo è indurre il cliente ad acquistare l'aggiornamento successivo. Le grandi fabbriche di innovazione e tecnologia di tutto il mondo possono essere 'sconfitte' solo andando nella direzione paradossalmente opposta. Diventa quindi 'less is more', come amava ripetere Mies Van De Rohe, il mantra attorno al quale focalizzare la propria energia creativa e la voglia di essere imprenditori.



Queste start up stanno scoprendo un modo radicalmente diverso di cambiare il mondo, basato sulla semplicità e sulla capacità di sintetizzarne l'essenza in un prodotto facile da usare e utile al di là di ogni aspettativa.

Esistono diverse aziende che possono vantare il primato di aver sdoganato questo genere di concetti sul mercato, ma tra loro a mio parere ne esiste una che più di ogni altra ha tracciato con forza il cammino, trascinandoci con sé molte altre realtà. La giovane azienda a cui mi riferisco si chiama 37signals e ha sede a Chicago, nell'Illinois. Quest'azienda nasce come piccolo laboratorio di web design alla fine degli anni '90, fondata da Jason Fried, giovane economista con la passione per il design e la rete, convinto sostenitore del fatto che il software classico sia troppo complesso, pieno di "astrazioni" (come ama ripetere) e funzioni inutili, che invece di aiutare l'utente lo distraggono dai problemi reali.

37signals, come spesso accade alle aziende di piccole dimensioni, comprende che per fare la differenza deve munirsi di strumenti più efficaci di quelli della concorrenza, strumenti che riflettano l'approccio innovativo che hanno nei confronti del business. Nasce così Basecamp, un'applicazione accessibile via browser che consente a un team geograficamente distribuito di migliorare la comunicazione e il coordinamento di progetto.

Il sistema viene realizzato part-time da un programmatore danese, David Heinemeier Hansson, utilizzando un linguaggio di programmazione, proveniente dal Giappone e sconosciuto ai più, denominato Ruby. Il genio creativo di David Heinemeier Hansson o DHH, come viene chiamato in rete, produce molto di più che un semplice prodotto di project management. Il suo sforzo durato qualche mese di lavoro genera anche un impianto software, un framework, denominato Ruby On Rails che 37signals decide di rilasciare in open source nel 2004. Questa scelta lungimirante genera una comunità di migliaia di programmatori pronti a seguirne l'evoluzione, contribuendo con migliaia di giorni uomo ogni anno. David diventerà partner di 37signals nel 2005 trasferendo al contempo la propria dimora da Copenhagen a Chicago.

Oggi Ruby On Rails è alla base fondante di numerose aziende di successo che operano su internet come *YellowPages.com* e Twitter. Anch'io con Wave Group, l'azienda che ho fondato con altri tre imprenditori bresciani, ho puntato molto su questa tecnologia, convinto che rappresenta una grande opportunità per incidere sensibilmente su tempi e costi legati alla realizzazione di iniziative web, dentro e fuori l'azienda. Il nostro investimento su questo fronte, iniziato nel 2006 con il lancio dell'iniziativa internazionale denominata *GotThingsDone.com*, con la quale abbiamo iniziato a percorrere i primi passi nell'ambito del lifestyle business lanciando WhoDoes (una web application in modalità software as a service) sul mercato. Ora dopo quasi tre anni dall'inizio di quest'avventura abbiamo capitalizzato moltissimo da quell'esperienza e ora ci sentiamo pronti per supportare altri che vogliono avventurarsi in quest'ambito.

Il lifestyle business è fatto per l'Italia, per la creatività italiana. Essere infatti nella Silicon Valley, in questo caso, non rappresenta una reale discriminante per portare al successo l'iniziativa. In fondo ognuno di noi non ha bisogno di scontrarsi ogni giorno con l'aspettativa di realizzare un miliardo di dollari con la prossima start up. Come lo stesso DHH suggerisce nel corso di una presentazione tenuta in occasione della Start up School 2008 a Stanford: "anche un milione di dollari all'anno non sono poi così male".

Realizzare un miliardo di dollari da un'iniziativa di business in rete è estremamente raro. Realizzare un milione di dollari all'anno è estremamente complesso, molto difficile, ma non impossibile. È sicuramente un obiettivo con il quale molte più persone si possono misurare in modo realistico. Questo non significa in nessun modo che sia facile o alla portata di tutti.

Craig Newmark, fondatore di *craigslist.org* (un'autentico gioiello della rete nato nel 1999), dice qualcosa di interessante in proposito: "We both know some people who own more than a billion (dollars) and they're not any the happier". In un mercato dove l'obiettivo massimo è un milione di dollari l'anno ci possono essere molti vincitori. ■



3° SALONE NAZIONALE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE

Con l'adesione del Presidente della Repubblica

Centro Congressi Torino Incontra
Torino, 28-29 gennaio 2010

*Un evento
da non perdere.*

www.gammadonna.it

Main Sponsor



Con il sostegno di



Sponsor Strategici



Patrocinio dei Ministeri: dello Sviluppo Economico, delle Pari Opportunità,
della Gioventù, degli Affari Regionali e Autonomie Locali

C'era una volta una vecchia distilleria. Ogni giorno operai in fermento lavoravano con carri, muli e buoi per trasportare vinacce, e poi c'erano i bambini, tanti, i figli, che giocavano, correvano e si arrampicavano sui pancali. Poi la fabbrica ha chiuso, gli operai sono andati a casa, gli ampi spazi abbandonati, i bambini cresciuti, tra questi uno, Carlo Cacciamano, quel posto non se lo è mai dimenticato. Da grande Carlo è diventato Sindaco del Comune di Cascina e quell'area ha deciso che doveva tornare a vivere: oltre 15mila metri quadrati, nascosti tra la chiesa e la ferrovia, nel centro di Navacchio, a cinque minuti da Pisa, non poteva essere lasciata abbandonata a se stessa.

Lungimiranza, progetto credibile, strategia innovativa, gli ingredienti del successo della struttura a un passo da Pisa

Il Polo Tecnologico di Navacchio compie

10 anni

di Gaia Orlandi,
Polo Tecnologico
di Navacchio



E così è stato, Comune di Cascina e Provincia di Pisa, a seguito di un Accordo di programma quadro sottoscritto nel 1996 con la Regione Toscana, hanno deciso di realizzare, nel vecchio sito industriale dismesso, il Polo Tecnologico di Navacchio, struttura dedicata a insediamenti di imprese hi tech, laboratori di ricerca, strutture per la nascita e sviluppo di nuove imprese ad alta tecnologia. Un vero parco tecnologico.

Nel 1999 viene costituita la Polo Navacchio S.p.A, conferito nel capitale sociale il valore del primo immobile e assegnata la missione dello sviluppo del Polo. Alessandro Giari è l'amministratore unico e poi, fino a oggi, il presidente e amministratore delegato. Dopo dieci anni, con le sue oltre 65 imprese e i suoi 15 mila metri quadrati, il Polo Tecnologico si accredita come una delle strutture più significative, in Toscana e non solo, dedicate all'integrazione tra il sistema della ricerca e della conoscenza e quello dell'impresa, un mix vincente di idee e di progetti di ricerca, che si caratterizza come incubatore e acceleratore di imprese hi tech.

Il merito di questo successo va a una particolare combinazione di fattori: l'intuizione delle istituzioni; la forza di non attuare logiche di rappresentanza e di tenere distinte, in un'azienda a prevalente capitale pubblico, istituzioni e politica responsabili degli indirizzi e management responsabile della gestione; la chiara visione strategica che ha guidato tutta l'operazione nel suo sviluppo; l'efficacia e la determinazione del management; insomma persone che su diversi fronti hanno lavorato con determinazione e impegno per un progetto complesso, e di difficile attuazione, che all'inizio non era sufficientemente percepito nella sua essenza e nel suo potenziale.

Il tempo ha dato loro ragione, il sogno di Cacciamano è divenuto realtà. Oltre 500 le persone che lavorano nel Polo, non più operai ma ingegneri, informatici, fisici ed esperti di alte tecnologie, non più carri e buoi ma strani veicoli robotici, prototipi di qualche azienda o sofisticati robot ogni tanto appaiono tra le vie del Polo, esempi delle tecnologie che sono gli acceleratori della crescita del fatturato delle aziende.

Anche i bambini sono tornati, grazie all'asilo nido dedicato sia ai figli dei lavoratori del Polo, sia all'utenza esterna. Uno dei tanti servizi che il Polo ha creato per favorire la qualità del lavoro, tra cui un bar self-service interaziendale, una foresteria e un parco, un'area verde attrezzata aperta non solo ai dipendenti delle aziende, ma anche ai cittadini di Navacchio, dove poter svolgere attività ludico-sportive o semplicemente godersi una pausa di relax.

Oggi il Polo Tecnologico è vivo e pulsante di attività e integrato con il suo territorio. Non costa un euro di soldi pubblici per la sua gestione e svolge in pieno la sua funzione di integratore. Un sistema organizzativo che ha favorito lo sviluppo di sinergie tra le imprese ma anche con il mondo della ricerca e della conoscenza.

"Siamo partiti con un ufficio, la scrivania era una tavola di legno con due caprette – ricorda Alessandro Giari - e oggi, abbiamo esaurito tutti gli spazi a disposizione per le aziende e nei cassetti abbiamo tante liste di attesa di aziende che vogliono entrare nel Parco, siamo tra i primi nello scenario nazionale dei Parchi Tecnologici per numero di imprese insediate".

"È vero – gli fa eco Elisabetta Epifori, direttore generale – quando abbiamo inaugurato il primo lotto nel novembre del 1999 sognavamo questo Polo, ma realizzarlo non è stato facile, ci sono voluti impegno e dedizione e soprattutto l'ascolto delle esigenze delle aziende".

Attraverso servizi e strutture il Polo Tecnologico di Navacchio ha fatto della rete tra le imprese hi tech l'elemento prioritario per favorire lo sviluppo dell'innovazione, dei livelli competitivi e della crescita dimensionale delle stesse. Si è così creato un ambiente ideale per stimolare la domanda di innovazione, per avere un rapporto efficace con il mondo della ricerca,

per sviluppare la collaborazione tra le imprese come condizione che consente una costante crescita di competitività sul mercato.

"Abbiamo lavorato – spiega Giari – per invertire il rapporto tra domanda e offerta di innovazione, partendo dai bisogni di crescita innovativa espressi dalle imprese cercando di integrare l'offerta in termini di competenze, strumenti, servizi, prodotti e spingendo costantemente la collaborazione tra le imprese e il mondo della ricerca. Oggi davvero possiamo dire di aver raggiunto importanti risultati, che tuttavia per noi altro non sono che uno stimolo per andare avanti e continuare con la nostra favola: quella di realizzare una vera e propria 'città dell'innovazione', qui nel nostro territorio, ricco di tradizioni ma anche di eccellenze". ■



ComoNExT, il nuovo Parco Scientifico Tecnologico

di Matteo Baracani,
ComoNExT



Il 2010 sarà l'anno di svolta per l'innovazione nelle aree di business legate alla persona e al sistema abitativo. Il nuovo Parco scientifico e tecnologico ComoNExT di Lomazzo, in provincia di Como, promette un ambiente all'avanguardia e servizi di supporto per l'innovazione ad alto valore aggiunto per Pmi, start up e nuovi aspiranti imprenditori.

Il contesto mutevole degli ultimi anni ha imposto l'utilizzo di strumenti di innovazione sempre più sofisticati in grado di supportare la trasformazione della strategia di business delle imprese: la competizione basata sul prezzo è stata sostituita da quella fondata su attributi distintivi e performance dei prodotti e servizi. Le nuove metodologie d'indagine disponibili (motori semantici, crawling, social network monitoring) e raffinati strumenti di sviluppo e verifica delle idee (open innovation, lateral thinking, Triz, radar dell'innovazione, focus group, user centered design) hanno profondamente cambiato i modelli della ricerca applicata e i modelli di relazione tra imprese e centri di ricerca. Questi metodi e strumenti, da tempo fruibili dalle grandi imprese, sono solo da poco anche a disposizione delle piccole e medie imprese e costituiscono per esse un grosso valore aggiunto. Questi strumenti, per essere efficaci, necessitano di centri di erogazione strutturati e capaci di relazionarsi con le Pmi che sono interlocutori dinamici e profondamente differenti dalle grandi imprese per assetto, capacità di spesa ed estrema differenziazione dei bisogni. Per tale motivo ComoNExT ha assorbito l'unità di trasferimento tecnologico IComo che presso il Centro Volta da oltre cinque anni svolge attività a favore delle aziende del territorio e che con i propri ingegneri è stato in grado di generare un rilevante impatto sul territorio (oltre 30 progetti di innovazione all'anno,

oltre 200 imprese coinvolte ogni anno nelle diverse attività, più di 20 brevetti depositati).

Anche gli spazi che ospitano la sperimentazione si sono evoluti. Si sono modificate le dimensioni, le locazioni, le attrezzature e le risorse infrastrutturali necessarie a fare ricerca anche avanzata. In generale il progresso generato dalle nuove tecnologie Ict, dai nuovi materiali e dalle opportunità fornite dal rapid prototyping rendono più facile costruire nuovi prodotti anche in piccoli lotti, erogare servizi innovativi, sviluppare tecnologie, realizzare mock-up preliminari utili alla ricerca di finanziatori.

I Parchi scientifici tecnologici (Pst) rappresentano il luogo ideale per le aziende che vogliono rimanere competitive e progredire nell'ambito di quella che è stata definita la knowledge based economy. La possibilità di condividere risorse e spazi consente di usufruire di nuove economie di scala, favorendo una cultura dell'innovazione capace di aumentare la competitività delle aziende che decidono di scegliere questa nuova formula di insediamento. Il contesto produttivo che nasce può essere visto come un ecosistema in grado di generare rapidamente configurazioni efficaci per le diverse esigenze che emergono nel mercato e trasformarle in business. Questo accade se le imprese del Pst sono adeguatamente supportate da una squadra operativa di esperti di trasferimento tecnologico, come avviene nel caso di ComoNEXt: l'intervento di esperti già nelle prime fasi di generazione del concept, per esempio, assicura un valido indirizzamento verso tecnologie e competenze utili a costruire un prodotto e servizio migliore.

La costruzione del Parco scientifico e tecnologico di Lomazzo è stata possibile grazie all'iniziativa della Camera di Commercio di Como, con Fondazione Politecnico di Milano, Comune di Lomazzo, Confindustria Como e Fondazione Cariplo. Il Pst è situato nell'area industriale dell'ex Cotonificio Somaini, un edificio di fine ottocento dismesso da qualche anno e situato nel centro storico della cittadina che si trova sulla linea delle Ferrovie Nord Milano a metà strada tra Como e Milano. La scelta di riqualificare un'importante struttura esistente, rilevante dal punto di vista architettonico, testimonia la volontà di ridare energia a una destinazione industriale con una propria e importante storia, valorizzando i confinanti spazi verdi e realizzando un ambiente creativo e produttivo estremamente interessante per giovani imprenditori e ricercatori. Il forte legame con la ricerca è testimoniato dalle attività che la squadra di trasferimento tecnologico di ComoNEXt ha sviluppato con numerosi enti di ricerca: Università di Madrid, Igd Fraunhofer, Università di Barcellona, Politecnico di Milano, Università di Brescia, Università di Parma, Ieni Chr, Università dell'Insubria, Itc Chr, Università Federico II di Napoli, Supsi, Adi Lombardia.

Gli spazi destinati ai laboratori, alle imprese e all'incubatore di nuove start up sono in fase di completamento: il Parco sarà infatti operativo a partire dal gennaio 2010. Già oggi è possibile visitare gli spazi operativi e respirare l'aria di tecnologia che caratterizzerà il Parco scientifico tecnologico.

Nel Pst si svolgeranno convegni e seminari tematici e sarà accessibile un networking di ricerca pubblica e privata. Le imprese insediate potranno beneficiare di convenzioni per prove di laboratorio e certificazioni e attivazioni di tesi di laurea e progetti di dottorato. ComoNEXt è in grado di coprire ogni tipo di necessità professionale legata alla generazione di idee innovative, alla definizione di nuovi concept di prodotto e servizio o alla strutturazione di idee mediante studi di fattibilità tecnico economici e business plan. Le imprese potranno richiedere attività di assistenza brevetti, ricerca e attivazione di finanza agevolata, supporto alla progettazione, prototipazione.

In collaborazione con le altre iniziative della Camera di Commercio è in fase di definizione un ventaglio di servizi aggiuntivi: servizi legali, contabilità, ricerca capitali di rischio. Dal punto vista infrastrutturale tutti gli spazi saranno dotati di connessione internet a banda larga con fibra ottica e saranno disponibili spazi comuni e sale da sei a 100 posti e numerosi servizi logistici di supporto centralizzati.

Il Parco scientifico tecnologico di Lomazzo è un'opportunità imperdibile per le piccole e medie imprese che credono nell'innovazione come caratteristica competitiva fondamentale per affermarsi. ■

2010, Como scommette su ricerca scientifica e innovazione per le tematiche dell'abitare, dell'energia e dei servizi alla persona

L'Europa dei 27, e in particolar modo l'Italia, è molto lontana dal livello di investimenti in ricerca e sviluppo che vengono effettuati in Giappone e negli Stati Uniti. A un esame più attento, emerge che da noi ciò che fa la differenza non è l'investimento pubblico che, al contrario, è in linea con quello degli altri Paesi comunitari, ma è l'apporto privato a essere insufficiente.

In Italia lo scenario imprenditoriale ci restituisce la presenza di varie eccellenze dislocate sul territorio che, per contro, non riescono a trovare finanziamenti in maniera efficiente e hanno difficoltà a creare un collegamento fra domanda e offerta. A ciò va aggiunta una mancanza di coordinamento dei finanziamenti early stage, oltre al sottodimensionamento del venture capital rispetto al potenziale presente sul mercato.

Gli ultimi 16 mesi hanno visto un aggravarsi della situazione complessiva dell'economia e si è rafforzata la consapevolezza che le imprese si devono rinnovare per poter restare sul mercato.

Anche considerando l'industria più tradizionale, l'espansione di attività innovative e la loro pronta disponibilità sul mercato riducono costi e tempi dell'innovazione. Ciò che va facilitata è la reperibilità di queste attività o, in altre parole, il collegamento fra chi offre tali capacità e chi le cerca.

Intesa Sanpaolo riconosce tali necessità, e, quale banca per il Paese, intende continuare a sostenere le microaziende e le start up che fanno innovazione, affinché possano irrobustire e rendere più competitive le aziende esistenti e renderle in grado di competere con le realtà straniere.

Il Fondo Atlante Venture, il Fondo Atlante Venture Mezzogiorno, Nova +, Intesa Sanpaolo Eurodesk e la Fondazione Filarete sono espressione dell'impegno del Gruppo Intesa Sanpaolo, al quale si è aggiunta la nuova Intesa Sanpaolo Start-up Initiative.



Il programma della banca italiana a supporto dei giovani imprenditori innovativi che fornisce formazione e occasioni di incontro con il mondo finanziario e industriale

**di Roberta Profeta,
Intesa Sanpaolo
Servizio innovazione
e coordinamento
marketing Ufficio
promozione della
ricerca divisione
Corporate e investment
banking**

Intesa Sanpaolo Start up Initiative



L'approccio di Intesa Sanpaolo

L'approccio scelto è di dialogare col cosiddetto ecosistema dell'innovazione, per comprenderne la struttura e le dinamiche onde sostenerlo in maniera valida; la ratio è che l'apporto coordinato delle esistenti competenze può rappresentare il più efficace supporto possibile.

La strada intrapresa è dunque di offrire le proprie capacità a tale ecosistema e di promuovere la condivisione delle capacità specialistiche degli attori presenti, evitando duplicazioni e inefficienze.

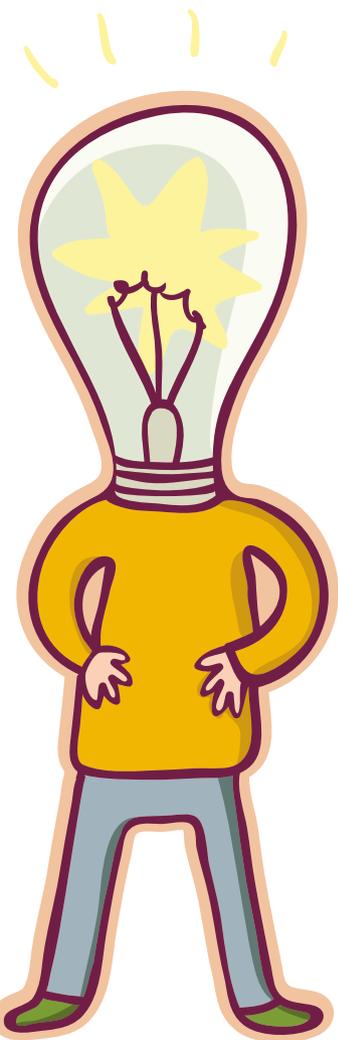
In Italia vi sono alcune pregevoli iniziative a supporto delle start up: prevedono una business plan competition con un premio in danaro o la possibilità di ricorrere a infrastrutture quali banda larga e uffici, oltre che a consulenza specialistica. Sono eventi importanti, che rispondono a determinate necessità e che svolgono un primario ruolo negli ambiti in cui agiscono.

Intesa Sanpaolo Start-up Initiative è un'iniziativa a respiro nazionale del tutto inedita in Italia. Essa vede Intesa Sanpaolo nel ruolo di facilitatore e promotore di un evento che culmina con un incontro, incentrato sul business, fra start up e investitori.

In altre parole, non vi sono premiazioni, né viene fatta una classifica: le start up partecipano per trovare finanziamenti e gli investitori aderiscono con l'unico scopo di trovare un deal, una opportunità di investimento.

Con Intesa Sanpaolo Start-up Initiative abbiamo voluto avvicinare chi innova a chi finanzia.

Per farlo abbiamo scelto un modo insolito, chiedendo la collaborazione a imprenditori, incubatori universitari e non, acceleratori, investitori, esperti, affinché il sostegno all'innovazione sia efficace.



Intesa Sanpaolo Start up Initiative

Intesa Sanpaolo Start-up Initiative è il primo percorso end-to-end dedicato alle start up che vogliono fare business. L'iniziativa vuole formare le start up per rendere più solido il business plan e costruire un elevator pitch efficace nella prospettiva degli investitori con l'obiettivo di far incontrare tali eccellenti realtà ai migliori investitori italiani e stranieri.

L'iniziativa si concretizza in tre fasi:

- 1) formazione alle start up effettuata da docenti di livello internazionale che sono investitori con forte esperienza anche come imprenditori;
- 2) selezione da parte di un panel internazionale di esperti delle start up che accedono alla terza fase;
- 3) presentazione da parte delle start up dei propri progetti a un gruppo di investitori invitati da Intesa Sanpaolo, composta da business angel italiani e stranieri, venture capital e fondi di investimento.

L'obiettivo auspicato, condiviso con gli investitori partecipanti, è la finalizzazione di deal di investimento.

L'evento pilota, moderato da Emil Abirascid, ha avuto luogo a fine settembre 2009. È stato salutato con entusiasmo da tutta la comunità italiana, e non solo, dell'innovazione, della ricerca e dell'investimento. Gli attori coinvolti hanno immediatamente dato la loro collaborazione, sia come segnalatori di start up, sia come formatori, come esperti del panel e come investitori pronti a sostenere le realtà presentate.

Da una lista iniziale di 44 start up, quelle ammesse all'iniziativa sono risultate 26. Queste ultime hanno partecipato ai corsi di formazione in aula il 21 e 22 settembre e alla preparazione one-to-one. I docenti in aula sono stati John Dilts e Gianluca Dettori, rispettivamente investitore di Silicon Valley e fondatore della Maverick Angels e investitore e co-fondatore di Dpixel nonché ex imprenditore. La selezione da parte dei panelist è avvenuta il 25 settembre, al termine della quale 14 start up sono state ammesse all'incontro con gli investitori, prevista per il 30 settembre. L'apertura della giornata conclusiva è stata fatta da Gaetano Micciché, responsabile della divisione Corporate & Investment Banking di Intesa Sanpaolo.

La fase operativa ha visto le 14 start up susseguirsi nei propri elevator pitch a ritmi serrati, con i tipici 10 minuti di presentazione seguiti da 10 minuti di domande e risposte per ciascuna start up. Le domande poste dai 50 investitori presenti, ossia business angel, venture capital e fondi, erano tutte specifiche, e affrontavano tematiche sia economiche, sia finanziarie sia tecniche.

Il risultato è stato ottimo, sia sotto il profilo delle presentazioni, che come riscontro da parte degli investitori. Le oltre 70 segnalazioni di interesse a fine giornata confermano un attivo coinvolgimento focalizzato sul fare business concretamente. Benché non entriamo nel merito dei contatti, ne monitoriamo lo sviluppo onde sapere quanti deal verranno fatti.

La prossima iniziativa sarà a gennaio 2010 e sono previsti in totale cinque eventi l'anno nei mesi di: gennaio, aprile, giugno, settembre e novembre. Per prendervi parte è necessario innanzitutto registrarsi sul sito www.startupbusiness.it come start up. A registrazione avvenuta ci si potrà iscrivere all'iniziativa andando sulla parte riservata alla Intesa Sanpaolo Start up Initiative.

Le adesioni per l'evento di gennaio stanno già arrivando, per cui siamo entrati nella fase operativa e l'adrenalina è al massimo. In bocca al lupo! ■

Il Regno Unito è uno dei mercati più importanti e dinamici a livello mondiale, principale destinazione per gli investimenti in Europa e secondo al mondo solo agli Stati Uniti.

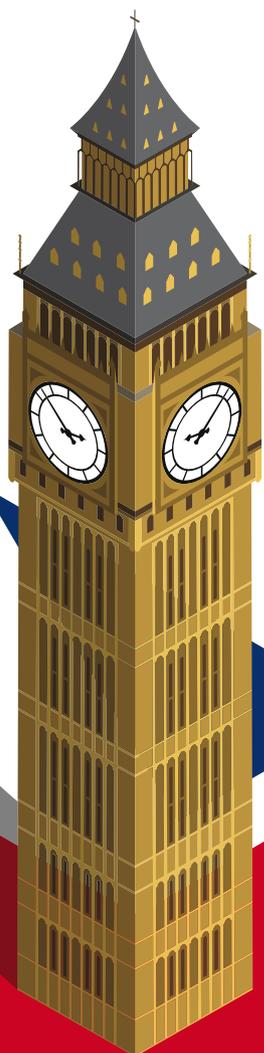
Molteplici le ragioni che attirano gli imprenditori: facilità di fare impresa, grazie a una legislazione economica snella e chiara, mercato del lavoro flessibile e specializzato, politiche fiscali che incentivano gli investimenti, eccellente rete di infrastrutture e telecomunicazioni, solo per citarne alcune.

Ma il Regno Unito è soprattutto terreno di coltura per le idee innovative che, grazie a un ambiente economico aperto e dinamico, trovano rapido accesso al mercato.

La politica economica e fiscale del Governo Britannico è da molti anni orientata al sostegno dell'innovazione e alla nascita di nuove imprese ad alto contenuto tecnologico. Per queste ragioni un numero sempre crescente di imprese da tutto il mondo sceglie di fare ricerca e sviluppo nel Regno Unito tanto che circa il 45% delle imprese che investono in ricerca e sviluppo in Gran Bretagna sono straniere. Prova dell'attenzione particolare che il Governo pone negli investimenti stranieri e in particolare in quelli destinati alla ricerca e sviluppo sono i servizi offerti attraverso la propria rete diplomatica nel mondo volti a supportare le imprese straniere interessate a espandere la propria presenza e a incrementare la loro competitività globale facendo innovazione attraverso una base britannica.

UK Trade & Investment è l'agenzia governativa dedicata a questo scopo.

di Tiziana Marcuccio
investment officer **British**
Consulate General



I programmi e le opportunità di Uk Trade & Investment

In Italia UK Trade & Investment è presente presso il Consolato Britannico a Milano e Napoli, che con un team di specialisti offre consulenza gratuita e confidenziale a imprese di ogni dimensione e settore interessate ad aprire o a espandere la propria sede nel Regno Unito direttamente o attraverso una partnership tecnologica con un'azienda britannica. UK Trade & Investment è un 'one-stop-shop' dove le aziende possono ricevere informazioni che vanno dalla legislazione d'impresa, incentivi, manodopera a collaborazioni con Università e centri d'eccellenza, avvio di contatti e business development.

Fra i servizi offerti, il Global Partnerships Programme è destinato ad aziende impegnate nello sviluppo di prodotti e tecnologie molto innovative, tipicamente start up e spin off, che grazie ad accordi di partnership con aziende o Università britanniche possono accedere a opportunità che sarebbero altrimenti fuori dalla loro portata, condividendo know-how, risorse e rischi per aumentare il proprio vantaggio competitivo, ridurre il 'time to market', accedere a una base già consolidata di clienti e a nuovi mercati.

Il Global Partnerships è un servizio veloce e specializzato di partner matching per le aziende estere alla ricerca di un partner per sviluppare, personalizzare, produrre o dare in licenza il proprio prodotto o tecnologia. Gratuito e confidenziale, il servizio di Global Partnerships aiuta a minimizzare i rischi massimizzando le opportunità di partnership.

Un altro servizio dedicato alle start up innovative, di recente aperto al mercato europeo dopo il successo di Stati Uniti e Asia è il Global Entrepreneur Programme. Si tratta di un programma molto selettivo destinato a imprenditori e aziende guidate da un forte spirito imprenditoriale con tecnologie e prodotti brevettati ad alto potenziale nei settori delle tecnologie ambientali, medico, digital media, ingegneria avanzata e materiali. Per questi imprenditori desiderosi di lanciare i propri prodotti sul mercato internazionale da una base britannica, il team di Global Entrepreneur mette a disposizione la propria esperienza imprenditoriale e la propria rete di contatti internazionale. ■

REGNO UNITO, habitat ideale per le imprese innovative

di **Laurence Bristow-Smith,**
H M Consul General &
Director General for Trade &
Investment

// Negli anni '80 fino all'inizio degli anni '90, l'economia del Regno Unito ha attraversato un periodo di cambiamenti repentini e radicali. La struttura economica degli ultimi quarant'anni venne totalmente sradicata e sostituita da nuove dinamiche di mercato. Questo ci ha insegnato che una volta rotti i vecchi equilibri non si può più tornare indietro. Una volta che si comincia a cambiare occorre continuare a evolvere. Il cambiamento diviene così la norma. La cosa positiva è che quello che la mia generazione ha dovuto apprendere, la generazione presente lo dà per scontato. I giovani imprenditori e investitori che sono oggi nel Regno Unito capiscono il cambiamento in quanto ne sono attori. Questo è quello che ci rende così bravi a innovare".

"Trenta o quarant'anni fa si diceva che gli inglesi erano bravi a trovare nuove idee e a creare nuovi prodotti ma incapaci di metterli sul mercato. Beh, non vi è dubbio che siamo migliorati! Aziende da ogni parte del mondo vengono nel Regno Unito proprio per imparare le nostre tecniche di marketing. Ma credo sia cambiata anche la natura dell'inventiva britannica. Nel passato l'inventore era normalmente o uno scienziato pazzoide o un uomo che progettava nel suo garage di casa. Oggi abbiamo sviluppato una cultura della ricerca e sviluppo. Il professore pazzo conosce i canali per commercializzare la sua idea e l'uomo nel garage sa come trovare un business angel che lo aiuta a realizzare il suo progetto". ■

La particolarità della cosiddetta rivoluzione della comunicazione è che questa interessa non solo il settore della comunicazione. Se le idee possono fare il giro del mondo in pochi secondi è di cruciale importanza che il mondo del business risponda alle nuove idee il più velocemente possibile. La cultura della ricerca e sviluppo che si è sviluppata nel Regno Unito negli ultimi anni ne è una prova. I nuovi business con nuove idee non possono permettersi il lusso di aspettare per trovare una sede, riempire moduli e destreggiarsi fra procedure amministrative per far decollare una nuova azienda o un nuovo prodotto. Sono sempre sorpreso dal crescente numero di business e science park nel Regno Unito che offrono molto di più di un ufficio o di un laboratorio. L'assistenza per le nuove start up è a 360 gradi dall'aiutare a trovare staff, alla compilazione della dichiarazione delle tasse.

Alcune persone trovano sorprendente che il Governo britannico aiuti le società straniere a stabilirsi e a fare ricerca e sviluppo nel Regno Unito. Non so perché. Noi non ci sentiamo minacciati dall'invasione di società straniere. Il Regno Unito ha una lunga storia d'innovazione e ricerca e sviluppo. Gli apporti di altri Paesi e altre culture con nuove idee può solo rafforzarci. I benefici sono bilaterali e gettano le basi per un'economia forte per il futuro. Come disse una volta uno dei capi di UK Trade & Investment "noi non vogliamo essere poveri e non vogliamo avere vicini poveri". ■

Per maggiori informazioni sui servizi di UK Trade & Investment

visitare il sito www.uktradeinvest.gov.uk

e contattate il Consolato Britannico di Milano,
Gruppo Investimenti
Via San Paolo 7 – 20121 Milano
Tel: +39 02 723001
inwardinvestment.milan@fco.gov.uk

Private Equity e Venture Capital in ITALIA nel 1° semestre 2009

Investimenti
in imprese
HIGH TECH
(Dati in Euro x 1.000)

Investimenti in imprese high tech per **TIPOLOGIA** di intervento

	Numero	%	Ammontare	%
Seed/Start up	21	52,5%	27.910	9,7%
Expansion	15	34,5%	16.566	5,8%
Replacement capital	1	2,5%	15.00	5,2%
Buy out	3	7,5%	227.000	79,2%
Totale	40	100,0%	286.476	100,0%

Fonte: AIFI - PricewaterhouseCoopers

Distribuzione degli investimenti per **SETTORE**
delle aziende target

	Ammontare	%	Numero	%
Altri servizi	227.186	79,3%	7	17,5%
Energia & Utilities	15.900	5,6%	2	5,0%
Media & Entertainment	9.250	3,2%	4	10,0%
Trasporti e Logistica	9.170	3,2%	1	2,5%
Chimica	6.600	2,3%	1	2,5%
Biotecnologie	4.615	1,6%	3	7,5%
Computer	4.429	1,5%	8	20,0%
Medicale	2.786	1,0%	5	12,5%
Manifatturiero	2.430	0,8%	4	10,0%
Beni di consumo	2.000	0,7%	1	2,5%
Elettronica	800	0,3%	1	2,5%
Automotive	600	0,2%	1	2,5%
Telecomunicazioni	510	0,2%	1	2,5%
Prodotti e servizi industriali	200	0,1%	1	2,5%
Totale	286.476	100,0%	40	100,0%

Fonte: AIFI - PricewaterhouseCoopers

Il Fondo Toscana Innovazione, l'ultimo nato dei fondi Sici, destinato a finanziare lo sviluppo di start up e piccole e medie imprese toscane ad alto contenuto innovativo, ha avviato i primi quattro investimenti. In due casi il fondo ha scelto di acquisire una quota di maggioranza, negli altri due l'investimento è stato fatto senza superare il 50% delle quote. Nel dettaglio l'investimento in Digitart ammonta a 800mila euro, pari a una quota del 45%; quello in Toscana Biomarkers è pari a 760mila euro corrispondente a una quota del 55%; l'investimento in ProtEra arriverà a complessivi tre milioni di euro per il 54% del capitale; infine sono stati investiti 1,18 milioni di euro in Siena Solar Nanotech per un controvalore pari al 20% del capitale. ■



Evoluzione del peso %
degli investimenti in imprese
high tech sul totale investito
in Italia

	Ammontare	Numero
2003	6,7%	31,3%
2004	5,0%	27,0%
2005	10,2%	22,4%
2006	7,0%	28,0%
2007 1° Sem.	1,6%	29,4%
2007 2° Sem.	4,2%	29,5%
2008 1° Sem.	4,3%	25,3%
2008 2° Sem.	4,4%	23,9%
2009	26,8%	25,8

Fonte: AIFI - PricewaterhouseCoopers



OGNI GIORNO NELLA TUA CITTÀ SPUNTA IL SERENO

RETE TERRITORIALE

FORNACETTE

Via T. Romagnola, 101/A
Tel. 0587.281111

FORNACETTE centro

Via Tosco Romagnola, 235
Tel. 0587.420436

CASCINA

Via C. Cattaneo, 66
Tel. 050.711161

ULIVETO TERME

Via C. Colombo, 5/R
Tel. 050.788034

CALCINAIA

Via V. Emanuele, 12
Tel. 0587.489880

PONSACCO

Via Togliatti, 43/C
Tel. 0587.733180

BIENTINA

Via del Vecchio Porto, 14
Tel. 0587.758086

PONTEDERA

Via Galimberti, 2
Tel. 0587.271011

PONTEDERA centro

Piazza Martiri della libertà, 9
Tel. 0587.274601

MARTI

Piazza Fantozzi, 5
Tel. 0571.461037

FORCOLI

Corso Garibaldi, 7
Tel. 0587.629608

SAN ROMANO

Via T. Romagnola Ovest,
125/129 - Tel. 0571.450869

LA FONTINA

Via Carducci, 22
Tel. 050.8754511

RIGLIONE

Via Marsala, 19
Tel. 050.974018

PISA ag. 1

Via G. B. Niccolini, 2
Tel. 050.563434

PISA ag. 2

Piazza Vittorio Emanuele II, 14
Tel. 050.24371

MARINA DI PISA

Via Maiorca, 47
Tel. 050.35057



**BANCA
DI CREDITO COOPERATIVO
DI FORNACETTE**

DEMOCENTER

SIPE, centro dell'innovazione dell'Università di Modena e Reggio Emilia

Tydock Pharma svolge attività di ricerca in ambito farmaceutico, Embit sviluppa sistemi elettronici a microprocessore e soluzioni wireless. Sono le due start up che Democenter-Sipe, il centro modenese per l'innovazione, ha portato all'interno dei Percorsi dell'Innovazione, l'area incubatrice di Smau. L'avanguardia di una pattuglia più nutrita, che nel corso degli

ultimi anni ha spiccato il volo dall'ateneo di Modena e Reggio Emilia, e che durante i prossimi mesi sarà sostenuta da un pacchetto di iniziative e servizi ad hoc. "La valorizzazione delle nuove imprese innovative – spiega il direttore di Democenter Enzo Madrigali - è una direzione nella quale intendiamo far crescere il nostro impegno e l'attenzione del territorio, in quanto potenziali veicoli di trasformazione per tutto il tessuto produttivo. Siamo un territorio avanzato, un sistema economico competitivo che solo nell'innovazione può trovare però il terreno adeguato per avviare con successo una nuova stagione di sviluppo". Da qui la scelta di intensificare gli investimenti in questa direzione, anche da parte del sistema pubblico. La materia prima non manca, come testimoniano le due realtà citate. Tydock Pharma ha vinto il bando Eurotrans Bio; la sua attività, intorno alla quale ruotano cinque persone, è finalizzata principalmente all'individuazione di farmaci di nuova generazione con l'obiettivo di cedere in licenza a terzi i prodotti per la fase clinica, una volta completato il profilo farmacologico e ottenuta la protezione brevettale. Sfruttando un meccanismo biologico nuovo in grado di colpire un bersaglio batterico inedito e specifico (ThyX), Tydock Pharma ricerca nuovi composti bioattivi da utilizzarsi per la cura di patologie infettive quali la tubercolosi causata dal *Mycobacterium tuberculosis* e disturbi gastrointestinali (ulcera gastrica) causati dall'agente infettivo *Helicobacter pylori*.



Embit, nata nel 2004, ha ottenuto l'accreditamento di Freescale, leader mondiale nell'elettronica. L'obiettivo iniziale della start up è fungere da collegamento tra il mondo accademico e quello industriale, realizzando sistemi a intelligenza distribuita capaci di interagire l'un l'altro, soluzioni embedded dotate di connettività wireless (ZigBee, BT, WiFi): dallo studio di fattibilità alla progettazione e lo sviluppo di applicazioni ad hoc, sino alla realizzazione di prototipi e alla ingegnerizzazione di prodotto. Come si accennava, queste due imprese sono l'avanguardia di un drappello molto più nutrito.

Risale sempre al 2004 la nascita di GeneMore nel campo della diagnostica; mentre nel 2005 hanno visto la luce Mimesis, Re-lab e Nirox negli ambiti rispettivamente di meccanica, mecatronica ed elettronica. Nel 2006 ad accompagnare Tydock sono state Xbw e Vision-E (meccatronica e Ict) e l'anno seguente hanno visto la luce Raw Power, operante nel campo dell'elettronica e Epoca, dell'Ict. Nell'ultimo biennio sono nate ancora cinque spin off: Astra research, Pin cell e Cracef che, dal 2008, si occupano nell'ordine di meccanica, farmaceutica e agroalimentare, mentre Data River e Rigenerand dal 2009 sono impegnate nella ricerca in Ict, la prima, e medicina rigenerativa, l'altra.

Sono in totale sedici le spin off dell'Università di Modena e Reggio Emilia, undici ospitate all'interno delle strutture accademiche e cinque esterne, orientate nel settanta per cento dei casi al mercato nazionale e per il restante trenta a quello estero. Ma non sempre la nascita di un'attività è cosa semplice. Da un'indagine realizzata dall'ateneo sono emerse infatti alcune problematiche, dovute principalmente ad una scarsa percezione, da parte di queste giovani aziende, della rilevanza delle attività di marketing e a una difficoltà di accesso alle fonti di finanziamento - istituzionali o private. A questi si aggiungono problemi relativi agli spazi, che nella maggior parte dei casi sono a utilizzo non esclusivo, con frequenti spostamenti di collocazione e alla complessità burocratica dell'apparato socio pubblico.

In questa direzione si è mosso il centro per l'innovazione Democenter-Sipe, con l'introduzione di tre nuovi servizi per lo sviluppo e la promozione delle imprese innovative. A partire dal Club delle neo-imprese hi-tech avviato nel 2009 per aiutare start up e spin off hi-tech ad avere maggiore visibilità sul mercato. A seguirlo è stata la Borsa delle idee, un servizio attraverso il quale Democenter-Sipe mette a disposizione degli aspiranti imprenditori un team di valutazione dell'idea, consulenze per la stesura o il completamento del business plan, incontri con imprenditori del settore di appartenenza e finanziatori, oltre a ricercare strumenti di finanza agevolata. Con lo scopo di favorire lo scambio di informazioni, è in arrivo invece l'Incubatore virtuale, una comunità on-line di imprese hi-tech che oltre a condividere le proprie esperienze attraverso la rete, ricevono newsletter periodiche sulle attività di loro potenziale interesse.

Il 16 e 17 dicembre 2009 Innova Day mette al centro giovani ricercatori, spin off e start up hi-tech. Innova Day, evento organizzato da Democenter-Sipe e Università di Modena e Reggio Emilia, tratta temi che vanno dai servizi per la creazione e il sostegno delle imprese hi-tech agli strumenti offerti da banche e business angel per finanziare e sostenere nuove idee d'impresa. In programma un convegno su esperienze di successo di start up innovative e due workshop a contorno di un momento centrale di pitching, dove business angel, fondi di investimento e investitori non istituzionali incontrano le idee imprenditoriali più promettenti provenienti da tutta Italia. ■

**Club delle
neo imprese
high tech,
Borsa delle idee e
Innova Day
i progetti
a sostegno
delle start up
innovative**

Innovazione, impresa e 'cowboy mentality'

di Melania Pecoraro

Vi presento Philip R. Zimmermann, personaggio molto americano (per aspetto, per stile, per umorismo), ma con un'apertura mentale e una vocazione culturale europea che sorprendono piacevolmente. Così non mi trovo di fronte un Vip pieno di sé che fa battute a cui ride da solo, ma una persona sobria e disponibile, che prende molto seriamente il suo intervento su queste pagine che sa essere rivolte al mondo dell'innovazione e delle start up d'Italia. Ci colleghiamo in videochat a 10.200 chilometri di distanza e 9h di fuso orario e ci mettiamo comodi.

Phil, che cosa significa per te innovare?

Personalmente tendo a innovare per risolvere un mio problema: sono io il primo utilizzatore delle mie invenzioni. Pgp (Pretty good privacy, un pacchetto software crittografico, originamente ideato come uno strumento per i diritti civili, Pgp è stato pubblicato su internet nel 1991) è un esempio, volevo essere in grado di comunicare in modo sicuro. Solo in seguito mi sono reso conto che avrebbe potuto dare un forte contributo alla difesa dei diritti umani.

L'innovatore: chi è costui?

L'innovatore è una persona con una forte tendenza all'indipendenza, uno che non sarà mai un semplice 'follower'. Allo stesso tempo però deve saper scegliere le persone giuste con cui lavorare. Di buone idee ce ne sono tante: è la loro esecuzione che fa la differenza.

Come si fa a trasformare una grande idea in un business di successo?

Prima inizi a lavorarci nel tuo tempo libero e poi ti rendi conto se vale la pena investire. Lo senti e ci investi, o cerchi chi lo può fare. Ma tutto parte dai weekend di lavoro ed entusiasmo nella propria stanza: è lì che si comincia a cambiare il mondo.

Incontro con **PHIL ZIMMERMANN,** pioniere e guru della sicurezza informatica ed ex-attivista per la Pace

Parliamo del mondo del venture capital: Business angels o Business devil?

I veri Business angel sono motivati a raggiungere lo scopo dell'innovazione che decidono di sostenere. Per esempio, i Business angel che hanno investito in Pgp credevano nell'importanza di difendere la libertà e la privacy e questo li ha spinti a cercare anche altri investitori. È vero che però spesso si incontrano dei mercenari, interessati solo ai profitti. Non voglio essere ipocrita: i risultati finanziari ovviamente contano, ma la prima motivazione dovrebbe essere una vera condivisione dello scopo nobile del progetto che si finanzia.

Come sono nati Pgp e Zrtp?

Tutto nasce a cavallo degli anni '80 e '90 dal mio attivismo politico nel Peace movement americano (contro la corsa agli armamenti durante la Guerra fredda, ndr). Noi attivisti dovevamo poter comunicare in modo protetto e anche salvare dati che il Governo non fosse in grado di aprire. Quindi nella mia attività di progettazione non ho pensato subito in termini di business ma alla difesa dei diritti umani. Mi interessava soprattutto il tema della telefonia sicura, ma la tecnologia non era pronta così sono partito con la mail e, passati gli anni più incandescenti, ho elaborato Pgp. In termini di obiettivi, Zrtp rappresenta la naturale evoluzione di Pgp.

Che cosa ha significato per te il Peace movement?

Devo dire che le mie motivazioni erano estremamente private: i miei figli sono nati nel 1980 e nel 1985 e io ero determinato a battermi per offrire loro un mondo migliore.

Poi nel 1991 arriva Pgp e nel 2007 Zrtp: due rivoluzioni nel mondo dell'information security.

Sì, ma spero che i loro effetti vadano oltre la sfera tecnologica. Mi spiego meglio. Spesso è la tecnologia a guidare la politica e non viceversa. I politici basano le loro scelte su tanti parametri, e la tecnologia disponibile al momento è uno di quelli. Noi ingegneri abbiamo la responsabilità di progettare cose che non stringano soltanto la mano ai politici, ma che possano apportare effettivi benefici alla società.

Ora che la Guerra fredda è finita, chi ha bisogno di privacy?

Tutti, senza dubbio, e molto più di prima. Con la diffusione indiscriminata delle tecnologie di sorveglianza oggi tutti hanno bisogno di proteggere attivamente la propria privacy. Pensiamo alle telecamere per strada, alle intercettazioni, all'attività di profilazione dell'utenza attraverso le carte di credito, per arrivare ai social network, con le proprie opinioni e le proprie fotografie personali in bella vista sul web. Quello che siamo, sotto tutti gli aspetti, è ora accessibile a moltissime persone.

La crittografia è la soluzione?

La crittografia è anche la soluzione, ma da sola non basta: non puoi criptare la tua faccia purtroppo. È necessario affrontare questi problemi a livello politico, non solo tecnologico.

Secondo te c'è la volontà politica di difendere la privacy dei cittadini?

Non abbastanza, ma intravedo degli spiragli. I cittadini devono impegnarsi in prima persona a spingere i loro politici a fermare questa smania di controllo. In Europa la situazione è migliore rispetto agli Usa: esistono delle specifiche Commissioni per la Privacy (Un buon riassunto della normativa europea in tema di Privacy su www.privacy.it). Gli europei dovrebbero utilizzare le loro Commissioni con più forza per arginare la sorveglianza dello Stato. Purtroppo manca ancora molta sensibilità su questi temi.

Come vedi il futuro dell'information security?

Ora che la crittografia ha raggiunto un buon livello di affidabilità e di specializzazione dobbiamo lavorare per prevenire efficacemente che del software maligno si installi sui computer mettendo a rischio i dati presenti. Gli anti-virus attuali sono lontani dall'arginare attacchi mirati. Sarebbe molto utile stilare una Whitelist dei programmi sicuri, ancor più che scrivere le Blacklist di virus.

Che cosa muove la ricerca tecnologica?

I problemi e la loro percezione su scala globale. Le necessità e i numeri. Per esempio ora si sta lavorando molto sull'energia rinnovabile e sul riscaldamento globale.

Stai lavorando a qualche progetto in questo momento?

Negli ultimi anni mi sono dedicato a promuovere il progetto Zfone, sulla telefonia criptata, che mi ha portato a collaborare con diversi partner esterni, che ricerco sempre. Però a questo punto della mia vita mi piacerebbe anche uscire dal mio campo. Tutti mi conoscono come un 'cryptoguy' ma ora vorrei misurarmi con qualcosa di diverso. Mi interessa molto la lotta ai cambiamenti climatici. Sto studiando. La famosa Saturn della General Motors è nata da uno skunk works.

Innovazione americana ed europea a confronto.

Parlando di innovazione americana non si può non pensare alla Silicon Valley, la cui cultura e le cui politiche imprenditoriali fanno scuola in tutto il mondo. In Silicon Valley c'è la tecnologia, il Venture capital e molte competenze d'eccellenza concentrate in un'area geografica ristretta. Ma il vero segreto credo sia una sorta di 'cowboy mentality', il coraggio di osare con fiducia, l'audacia dell'innovazione.

Quindi forza cowboys?

Beh, non proprio. Il successo degli Usa, soprattutto a livello di innovazione tecnologica, si è



sempre basato su un forte individualismo, puro capitalismo, che, se da una parte ha consentito lo sviluppo di aziende di successo, dall'altra ha costruito una società molto diseguale e un'economia instabile, ora più che mai è sotto gli occhi di tutti. In Europa vedo un maggiore senso di comunità e assistenza reciproca che noi americani dovremmo mutuare se vogliamo davvero risollevarci.

Stai veramente dicendo, tu, cittadino americano, che gli Stati Uniti d'America hanno qualcosa da imparare dall'Europa?

Certo, e non mi fermo qui. Anche una maggior apertura dell'America alla cultura europea, anzi, alle culture europee, sarebbe utile e importante. Ma siamo ancora troppo nazionalisti. Vi faccio un esempio emblematico, che proviene dalle nostre ultime elezioni: la stragrande maggioranza degli elettori di Bush non aveva il passaporto. Moltissimi americani non ce l'hanno, perché non hanno alcuna prospettiva internazionale. Io non vi dico per chi ho votato, ma il passaporto ce l'ho e lo rinnovo spesso! Zfone, sempre disponibile gratis on-line. Diverse aziende anche italiane stanno lavorando per estendere le applicazioni dello Zrtp alla telefonia mobile, digitale e analogica. ■

PHILIP R. ZIMMERMANN

1954: nasce il 12 febbraio a Camden, New Jersey

1978: si laurea in Computer Science alla Florida Atlantic University

Anni '80-'90: è attivista nel Peace Movement americano e insegna in Colorado all'Università e alla "Community Free School"

1991: elabora PGP, il protocollo crittografico per la sicurezza delle email, che distribuisce gratis in Open Source

1992: Gli USA considerano il software crittografico alla stregua delle armi e lo sottopongono a forti restrizioni per l'esportazione (Arms Export Control Act)

1995: Zimmermann riceve il Pioneer Award dall' Electronic Frontier Foundation

1996: il caso Zimmermann viene chiuso e lui fonda la PGP Inc.

1997: la Network Associates (NAI) acquista la PGP Inc.

2001: Zimmermann entra nel CRN Industry Wall of Fame

2002: tutto passa alla PGP Corporation, dove Zimmermann è oggi Advisor

2006: eWeek mette PGP al 9° posto fra le 25 invenzioni più importanti dalla nascita del PC nel 1981

2007: Zimmermann elabora il protocollo crittografico ZRTP per la sicurezza delle comunicazioni VoIP e inizia a sviluppare lo Zfone project.

2008: PC World lo nomina fra i Top 50 Tech Visionaries degli ultimi 50 anni

www.philzimmermann.com

LE TECNOLOGIE

Pgp

Software (protocollo) per la sicurezza della posta elettronica che integra più tecnologie ed algoritmi: hashing, compressione dati, crittografia a chiave simmetrica e a chiave pubblica. Pgp è disponibile su internet anche gratuitamente e basta scaricarlo sul proprio computer.

Zrtp

Protocollo per la sicurezza delle comunicazioni telefoniche VoIP, che unisce la crittografia al protocollo Rtp (Real time protocol, per il trasporto della voce sul canale internet). Per utilizzarlo è possibile installare Zfone, sempre disponibile gratis on-line. Diverse aziende anche Italiane stanno lavorando per estendere le applicazioni dello Zrtp alla telefonia mobile, digitale e analogica.

SEMINARIO FORMATIVO

IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DI UN PARCO TECNOLOGICO E DI UN INCUBATORE

Suggerimenti e spunti di riflessione a partire dall'esperienza del Polo Tecnologico di Navacchio



POLO TECNOLOGICO

TEMATICHE:

- LA DIMENSIONE TERRITORIALE
- GLI ASPETTI GIURIDICO/ORGANIZZATIVI
- LA GESTIONE OPERATIVA
- GLI ASPETTI ECONOMICO/FINANZIARI

Il Polo Tecnologico di Navacchio è uno dei maggiori Parchi Scientifici e Tecnologici a livello nazionale. Avviato nel 2000, ha rapidamente raggiunto importanti risultati in termini di numero di imprese, occupati, ricchezza prodotta sul territorio, accumulando esperienza e conoscenze.

Le giornate di incontro sono finalizzate a condividere questo percorso con coloro che sono interessati a sviluppare nel prossimo futuro Parchi Tecnologici e/o Incubatori.

PROGRAMMA

Il programma dettagliato è on line sul sito www.polotecnologico.it

PER INFORMAZIONI e iscrizioni

www.polotecnologico.it

Tel.050/754121

e-mail:info@polotecnologico.it



Pirotecnicia delle sinapsi

(il valore dell'idea)

L'idea innovativa è fondamentale ma non è sufficiente. Bisogna realizzarla e per farlo servono le competenze, le risorse, l'impegno, la propensione al rischio. Ci sono oltre sei miliardi di persone che vivono sul pianeta, ogni idea, per quanto innovativa è assai probabile sia già venuta anche a qualcun altro nel mondo, non è quindi difendibile all'origine.

Non è nemmeno giusto pensare alla tutela della proprietà intellettuale e ai brevetti come a strumenti capaci di risolvere la questione perché sono procedure costose, sia in tempo sia in denaro, e perché non sempre sono applicabili o convenienti da applicare. Esiste ancora la convinzione che il brevetto sia determinante, a volte lo è, altre volte appare quasi inutile perché poi bisogna investire per rinnovarlo e difenderlo. Inoltre in molti settori si applica il concetto di open innovation dove le idee devono fluire, essere condivise e partecipate al fine di creare valore. L'unico modo efficace per tutelare una buona idea è realizzarla. Anche gli investitori non si limitano a giudicare la bontà dell'idea o gli asset della nascente start up, anche nel caso vi sia un brevetto, ma guardano al team che la propone, alle competenze, allo spirito imprenditoriale, alla voglia di rischiare e di mettersi in gioco, all'entusiasmo e all'impegno con il quale l'idea è proposta, illustrata, sviluppata.

E poi non è certo possibile tutelare l'idea chiedendo a potenziali investitori o business partner di firmare un 'non disclosure agreement', non lo faranno mai, giustamente.

Va bene tutto, vanno bene i brevetti quando possibile e quando convenienti, vanno bene le tutele di marchi e proprietà intellettuale, ma il vero valore è quando l'idea si trasforma in impresa e crea ricchezza mettendo alla prova lo spessore professionale di chi ha deciso di dare vita alla start up.

È questo entusiasmo e desiderio di dare una possibilità alla propria idea di trasformarsi in business che prende corpo ogni volta che i giovani imprenditori innovativi incontrano i potenziali finanziatori, si è per esempio visto in modo chiaro lo scorso ottobre quando, in seno a Percorsi dell'innovazione, si è tenuto lo speed-dating organizzato per i membri del business network Startupbusiness.it durante il quale circa una quindicina tra investitori, imprese, incubatori ha incontrato in modalità one-to-one per tre minuti ciascuno, circa sessanta start up e proprio il mix tra idee, capacità, impegno, entusiasmo e networking ha dato vita a una pirotecnicia delle sinapsi che ora deve trasformarsi in valore. ■

Emil Δbirascid



UNO SPAZIO
CHE CONTA

5000 possibilità
di fare centro

PQCC
A QUINTRA
GEMSTR
A

Innov'azione
è letto da cinquemila tra
associazioni di categoria, banche,
fondazioni, imprese, incubatori,
investitori, parchi scientifici e tecnologici,
pubblica amministrazione,
università, start up

PER INFORMAZIONI:
info@lobbyinnovazione.it
Tel 050 754130

INNOV'AZIONE

Idee, reti, business

A CURA DEL
POLO TECNOLOGICO
DI NAVACCHIO



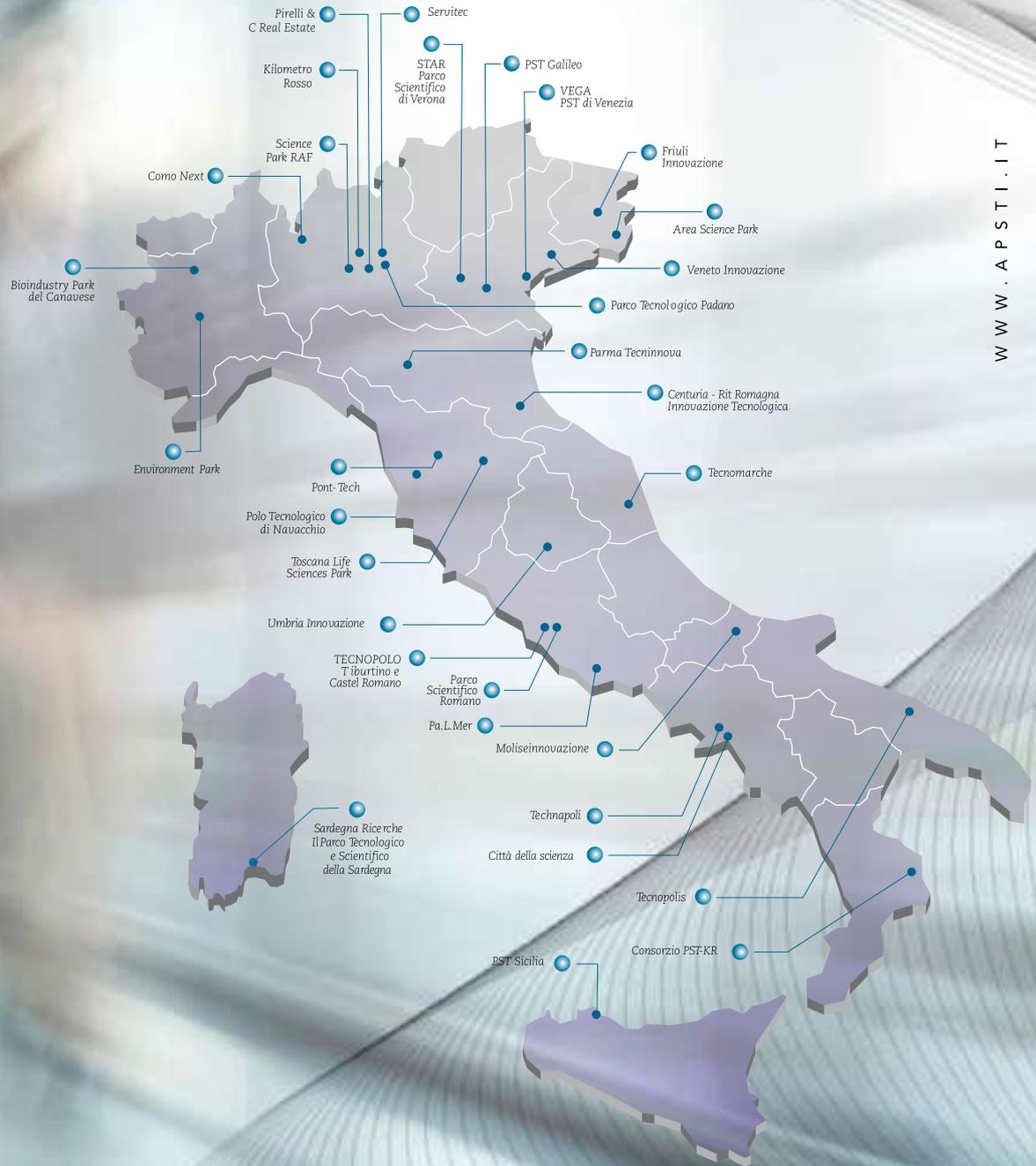
www.lobbyinnovazione.it

IL NETWORK DEI PARCHI SCIENTIFICI E TECNOLOGICI ITALIANI

WWW.APSTI.IT

- 14**
INCUBATORI SUPPORTANO LA NASCITA E LO SVILUPPO DI NUOVE IMPRESE
- 31**
PARCHI ASSOCIATI IN TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE
- 150**
CENTRI DI RICERCA PUBBLICO/PRIVATI
- 510**
AZIENDE HI-TECH INSEDIATE DI CUI 140 INCUBATE
- 2.500**
AZIENDE USUFRUISCONO DEI SERVIZI DEI PST
- 13.000**
OCCUPATI AD ELEVATA SPECIALIZZAZIONE TECNOLOGICA

Un contributo concreto per la filiera dell'innovazione



APSTI - Associazione dei Parchi Scientifici e Tecnologici italiani, il network nazionale al quale aderiscono la quasi totalità dei PST italiani, per sostenere lo sviluppo economico attraverso l'innovazione.

APSTI opera per valorizzare il notevole patrimonio di competenze scientifiche, tecnologiche ed organizzative presenti nei Parchi, perché possa divenire il contenuto condiviso ed utilizzato dalla rete. La rete si consolida e si qualifica attraverso il lavoro di commissioni, composte da esperti dei Parchi, che lavorano su tematiche settoriali e generali per promuovere in modo sistematico gli strumenti le politiche di sostegno e qualificazione delle attività per lo sviluppo dei sistemi di impresa hi-tech e per stimolare e sostenere l'evoluzione innovativa dei settori produttivi di valenza strategica che, insieme, possano garantire una nuova competitività del sistema economico nazionale.