

Forum. I giovani imprenditori riuniti a Stresa

Innovazioni digitali per la nuova crescita

Filomena Greco

STRESA (VCO). Dal nostro inviato

■ L'innovazione necessaria. Quella degli innovatori seriali, ultima generazione di imprenditori e startupper. Quella degli innovatori resistenti, che operano in mercati maturi. Torna il tema al centro del forum di Stresa organizzato dai Giovani Imprenditori di Confindustria Piemonte con una modalità nuova, senza approccio frontale, ma con una organizzazione a tavoli voluta da Simone Ghiazza, padrone di casa.

Perché l'innovazione è un fenomeno collettivo, le vere innovazioni sono quelle adottate, che cambiano le cose. «L'innovazione è un tema aperto, le aziende hanno meno timore a mostrare le proprie innovazioni - dice Marco Gay, a capo dei Giovani imprenditori di Confindustria - e in una terra di innovazione come l'Italia, questo è il momento per tornare a investire, ora che si parla di ripartenza con un carattere più strutturale, che diventerà ripresa».

Apri il tavolo la storia della Giuffrè editore, raccontata da Antonio Giuffrè, dal 2005 a capo di un'azienda che ha cent'anni di storia. Un ingegnere elettronico a capo di una casa editrice specializzata per il mondo del diritto, nel periodo di più grande trasformazione per il mondo della carta stampata e dei libri, racchiuso nei numeri: «Siamo passati da 75 milioni di ricavi nel 2008 con i manuali - sottolinea Giuffrè - a 27 milioni nel 2014. Se non avessimo innovato creando linee nuove di servizi digitali, come i portali tematici o i servizi per l'accesso al processo civile telematico, non saremmo sopravvissuti». Un processo faticoso giocato sul tema della fiducia («dei clienti, dei venditori, degli azionisti di riferimento»), che ha portato Giuffrè a mantenere ricavi per 60 milioni.

Ed è un caso di innovazione quello raccontato da Giuseppe Miroglio, presidente del gruppo



Presidente. Marco Gay

tessile piemontese da 700 milioni, passato attraverso la crisi degli anni Duemila generata dall'ingresso sul mercato prodotti cinesi. Innovazione che punta al rilancio di Miroglio Textile, il comparto tessuti, «quello più colpito, su cui il Gruppo ha investito 20 milioni negli ultimi tre anni» e che sta consolidando il ruolo di leadership in Europa come produttore di tessuti stampati per gruppi come Zara o Promod.

Innovazione "da manuale" quella di Uber: "disruptive innovation", portatrice di polemiche, conflitti e problemi legali. «Innovazione della mobilità urbana - sottolinea il generale manager di Uber Italia, Carlo Tursi - ma anche economica e politica», mentre Uber stesso continua a evolvere il modello di business, passando dai servizi gestiti da autisti professionisti ai "passaggi" tra privati.

Innovazione fuori dai luoghi comuni è quella che racconta Nicola Drago, a capo di Zodiak Active Plus, specializzata in programmatic advertising, la tecnologia per la compra-vendita di spazi pubblicitari online, che fissa un punto preciso: «Nel mondo dei digital media innovare non basta, come insegnano casi da manuale come Blockbuster».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

