

Rapporti

Imprese

La rassegna

Voglia di futuro dal volto umano ecco il Festival della crescita felice

VITO DE CEGLIA, MILANO

Il progetto del 2015 in occasione dell'Expo, dopo 4 anni, 36 tappe, 28 città, si è trasformato in un movimento. Parla il sociologo Francesco Morace prima della tappa conclusiva di Milano dal 17 al 19 ottobre

“Ho trovato un'Italia che ha voglia di svoltare, di cambiare passo, ma ancora confusa». È un paese a due facce quello che vede Francesco Morace, sociologo, saggista, fondatore e ceo di Future Concept Lab, la “mente” che ha ideato il Festival della Crescita: il progetto, lanciato nel 2015 in occasione dell'Expo di Milano, che dopo 4 anni, 36 tappe, 28 città, si è trasformato in un vero movimento di cui fanno parte cittadini, istituzioni, imprese, associazioni, studenti e professionisti. Morace traccia un bilancio della sua ultima esperienza alla vigilia della tappa conclusiva di Milano (17-19 ottobre), che chiude il Tour 2019 del Festival: «In questa confusione generale, abbiamo cercato di costruire dei progetti felici e sostenibili, in ogni città dove siamo stati».

LE PAROLE VALGONO

Uno di questi, “le parole valgono”, riguarda i giovani. È da qui che Morace vuole partire: «Il progetto è iniziato un anno fa insieme alla Treccani, ha coinvolto una settantina di studenti e professori di istituti superiori di Messina, Alessandria, Foggia, Parma, Napoli e Milano. Dalle loro riflessioni è emersa una visione chiara di futuro sostenibile, l'hanno esposta con proprietà di linguaggio e senza alibi. Altro aspetto importante riguarda il rinnovato legame tra studenti e insegnanti che nelle passate edizioni non era emerso». Nel frattempo, nel movimento si sono uniti nuovi attori: «In questo tour, il primo elemento di novità riguarda gli amministratori locali che hanno giocato un ruolo di primo piano, sono stati reattivi verso i nostri input – osserva Morace – Il sindaco Napoli, ad esempio, ci ha aperto le porte del municipio, Palazzo San Giacomo. Ci siamo confrontati con gli assessori della giunta sui problemi della città. Il secondo elemento di novità riguarda l'associazionismo: per la prima volta, in due nuove tappe, Foggia e Alessandria, Camera di commercio, Confcommercio e



Il personaggio



Francesco Morace
sociologo, saggista, fondatore e ceo di Future Concept Lab. È lui la “mente” che ha ideato il Festival della Crescita

Ascom hanno sostenuto direttamente il Festival e sono intervenuti in prima persona».

COMMERCIO 5.0

Qui il filo conduttore degli incontri è stato il Commercio 5.0. «All'industria 4.0, dobbiamo aggiungere l'aspetto umano, in questo caso declinato nel commercio e nei servizi. Abbiamo lavorato su questo tema con ragazzi, insegnanti e associazioni di categoria con l'obiettivo di formare delle competenze umane in un settore chiave come il commercio». Il “Futuro + umano” è anche il titolo dell'ultimo saggio del sociologo che rivendica un modello di sviluppo proiettato verso la sostenibilità umana e ambientale, innovazione, creatività e tutto quello che è in grado di generare una “crescita felice”. «Al centro di tutto però, rimane il fattore umano – puntualizza Morace – A Parma, nella sede Green Life di Crédit Agricole, nostro compagno di viaggio, abbiamo parlato di questo: più di 400 persone hanno partecipato all'incontro pubblico, incluso il sindaco Pizzarotti. A Milano replicheremo il format: sono previsti grandi progettisti, urbanisti e creativi che insieme ai manager d'impresa si confronteranno su progetti concreti. Un'esperien-

1 Progetti felici e sostenibili in ogni città: questo l'obiettivo raggiunto dal Festival durante il tour nelle regioni italiane

Focus

IL SAGGIO

Il “Futuro + umano” è il titolo dell'ultimo saggio del sociologo Francesco Morace che rivendica un modello di sviluppo proiettato verso la sostenibilità umana e ambientale, innovazione, creatività e tutto quello che è in grado di generare una “crescita felice”. Al centro di tutto, però, rimane il fattore umano. Perché, secondo

Morace, l'impegno delle aziende deve essere quello di creare ricchezza nei territori in cui operano.



delle ceramiche a Sassuolo, dove torneremo il 7-8 novembre. L'approccio olivettiano resta il modello vincente, rispetto a quello delle multinazionali che spesso vengono catapultate in un territorio senza sapere nulla del contesto, vedi il caso Whirlpool a Napoli». Una città, quella partenopea, che ha segnato Morace: «Qui abbiamo parlato di camorra, di come sconfiggerla. La risposta è arrivata dalle parole del sindaco, Andrea Illy, Legambiente e dalla creatività esuberante degli studenti di architettura e marketing dell'Università della Campania, che insieme all'Adi Napoli, l'associazione dei design italiani, hanno illustrato idee e progetti realizzati sul territorio in risposta ai disastri urbanistici degli anni 70-80».

DESIGNING HAPPINESS

La creatività sarà il comune denominatore anche della quinta edizione della tappa milanese, “Designing Happiness”, quella che sintetizza il percorso inter-disciplinare compiuto in questi mesi. «Anche in questo caso, la felicità, considerata da una prospettiva progettuale, verrà affrontata trasversalmente toccando aspetti cruciali della contemporaneità, tra i quali: educazione, convivenza, salute, mobilità, sostenibilità», anticipa Morace. Al progetto di “crescita felice” tutti possono dare un contributo: un individuo o un'azienda, una comunità o un'istituzione. «Così è stato nelle precedenti edizioni, e così sarà anche in quelle future: è poi quello che chiediamo nel Festival. È importante però vivere il futuro come una terapia possibile e non come una minaccia, immaginando strategie espansive fondate sulla sperimentazione di sé o della propria comunità».

L'opinione

È importante vivere il futuro come una terapia possibile e non come una minaccia, immaginando strategie espansive sulla sperimentazione

FRANCESCO MORACE
FONDATORE FUTURE CONCEPT LAB

za simile l'abbiamo vissuta anche a Firenze, a maggio, quando abbiamo coinvolto 200 ragazzi dei corsi di design industriale e fashion design dell'Università che hanno lavorato prima della tappa su progetti di accoglienza per stranieri, dimostrando che la creatività può fare la differenza».

INTELLIGENZA CONTESTUALE

L'intelligenza contestuale è l'altro concetto su cui si fonda la “crescita felice” di Morace: «L'impegno delle aziende deve essere quello di creare ricchezza nei territori in cui operano. Ci siamo confrontati con il mondo agroalimentare a Parma, quello dell'auto a Torino e

L'evento

Design per tutti: laboratorio in tour

CATERINA MACONI, MILANO

L'appuntamento curato e realizzato da Future Concept Lab: un dialogo tra i protagonisti del cambiamento

La felicità si fa progettuale: è orizzonte accessibile, meta raggiungibile, alla portata di tutti. La si può costruire grazie a un confronto, a uno scambio di pareri e punti di vista, azioni e pensieri che nascono dalla condivisione. Far sì che questo diventi realtà è l'obiettivo della prossima tappa del Festival della Crescita, a Milano da giovedì 17 a sabato 19 ottobre. La kermesse, curata e realizzata da Future Concept Lab, è stata lanciata nel 2015 a Milano in occasione di Expo e si è strutturata fino a toccare, nel corso degli anni, 28 città di tutta la Penisola in ben 36 tappe. Punta a innescare un circolo virtuoso tra i protagonisti dell'innovazione e dello sviluppo – decision maker, creativi, studenti, professionisti, istituzioni e imprese – stimolando un dialogo proattivo tra i diversi attori.

EDUCAZIONE DIGITALE

Quest'anno il Tour del Festival è già arrivato nel capoluogo lombardo a marzo, durante la Digital week, per parlare di innovazione ed educazione digitale, e ad aprile nella Settimana del design con una giornata sul futuro del design e della tecnologia. Ha fatto tappa anche a Foggia, Torino, Napoli, Firenze, Parma e Alessandria, mentre a novembre è in programma Sassuolo.

Focus

GLI ASSI TEMATICI

Tre gli assi tematici del 2019, ciascuno sviluppato in più città: il nuovo senso dell'impresa tra intelligenza contestuale e intelligenza artificiale, il commercio 5.0 e le professioni che porta con sé e il design thinking come elemento di crescita. Il Tour del Festival era già arrivato a Milano a marzo, durante la Digital week, per parlare di innovazione ed educazione digitale

Tre gli assi tematici del 2019, ciascuno sviluppato in più città: il nuovo senso dell'impresa tra intelligenza contestuale e intelligenza artificiale, il commercio 5.0 e le professioni che porta con sé e il design thinking come elemento di crescita.

Il tema del design torna nella tappa autunnale meneghina, incentrata proprio su "Designing happiness: costruire progetti felici e sostenibili". La felicità è al centro dei dibattiti, diventa inclusiva con talk, workshop e laboratori aperti a tutti, dagli esperti, ai giovani, alle famiglie.

Il Festival si sdoppia e occupa due location differenti. Il pomeriggio di giovedì 17 ottobre i lavori prendono il via al Le village by Crédit agricole (corso di Porta Romana 61), che ospita un focus specifico su progetti e pratiche felici per l'innovazione a 360°, tra tecnologia e sfera umana e sociale. L'ambito scientifico, creativo, imprenditoriale e strategico saranno gli strumenti con cui indagare la crescita felice insieme a Francesco Morace, presidente di Future Concept Lab e curatore del Festival, che proporrà nuove analisi di scenario, a cui

verranno aggiunti contributi di altri relatori illustri. Dall'architetto e designer Mario Trimarchi con l'intervento "Abitare felicemente", ad Antonio Nicita di AgCom con "Big data. Come stanno cambiando il mondo". E poi Cosimo Accoto di Mit con "Il mondo ex machina", per passare a un altro grande nome dell'architettura e del design, Michele De Lucchi, con "Earth stations many hands".

Nelle giornate di venerdì 18 e sabato 19 ottobre il Festival si sposta a Palazzo delle Stelline e diventa ancora di più un laboratorio, tra spazi



di incontro e scambio con educatori dalla scuola primaria, all'università, e poi imprese, studenti e startup, attori e istituzioni, artisti e associazioni. Venerdì 18 tengono banco due importanti panel, uno la mattina sulla "Felicità creativa", e uno il pomeriggio sulla "Felicità sostenibile". Con contributi tra gli altri di Gianpaolo Barozzi di Cisco, Geofrey Davis della Digital bros game academy, Valeria Cagnina di OFpassION, Ermete Realacci di Symbola e l'economista Irene Tenagli.

MEMORIA E FUTURO

Per la giornata conclusiva sono previsti due dibattiti centrali: "Felicità del racconto" e "Racconto della felicità", per cercare di connettere memoria e futuro, diversità e innovazione, parola e immaginazione, locale e globale, etica, potere della comunicazione. Lo si farà, tra gli altri, con Giorgio Santambrogio di VEGÉ, Enrico Fontana di Legambiente e la linguista Vera Gheno. Sono previsti anche dialoghi su design e narrazione in cui saranno coinvolti protagonisti come Giuliano Mosconi di Teco e Zanotta e Duccio Demetrio della Libera università dell'Autobiografia di Anghiari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La ricerca della semplicità

In IBSA sviluppiamo formulazioni farmaceutiche innovative, semplici da assumere e rapide da assimilare, perché la nostra idea di salute interpreta i bisogni reali, con cura e responsabilità. Noi la chiamiamo Caring Innovation.

IBSA

Caring Innovation

ibisgroup.com

L'analisi

Il senso della vita? È nell'algoritmo

LINDA GOBBI*, MILANO

Il tema del Festival della Crescita di Milano pone una nuova visione dell'esistenza per far convivere felicità personale e valore economico

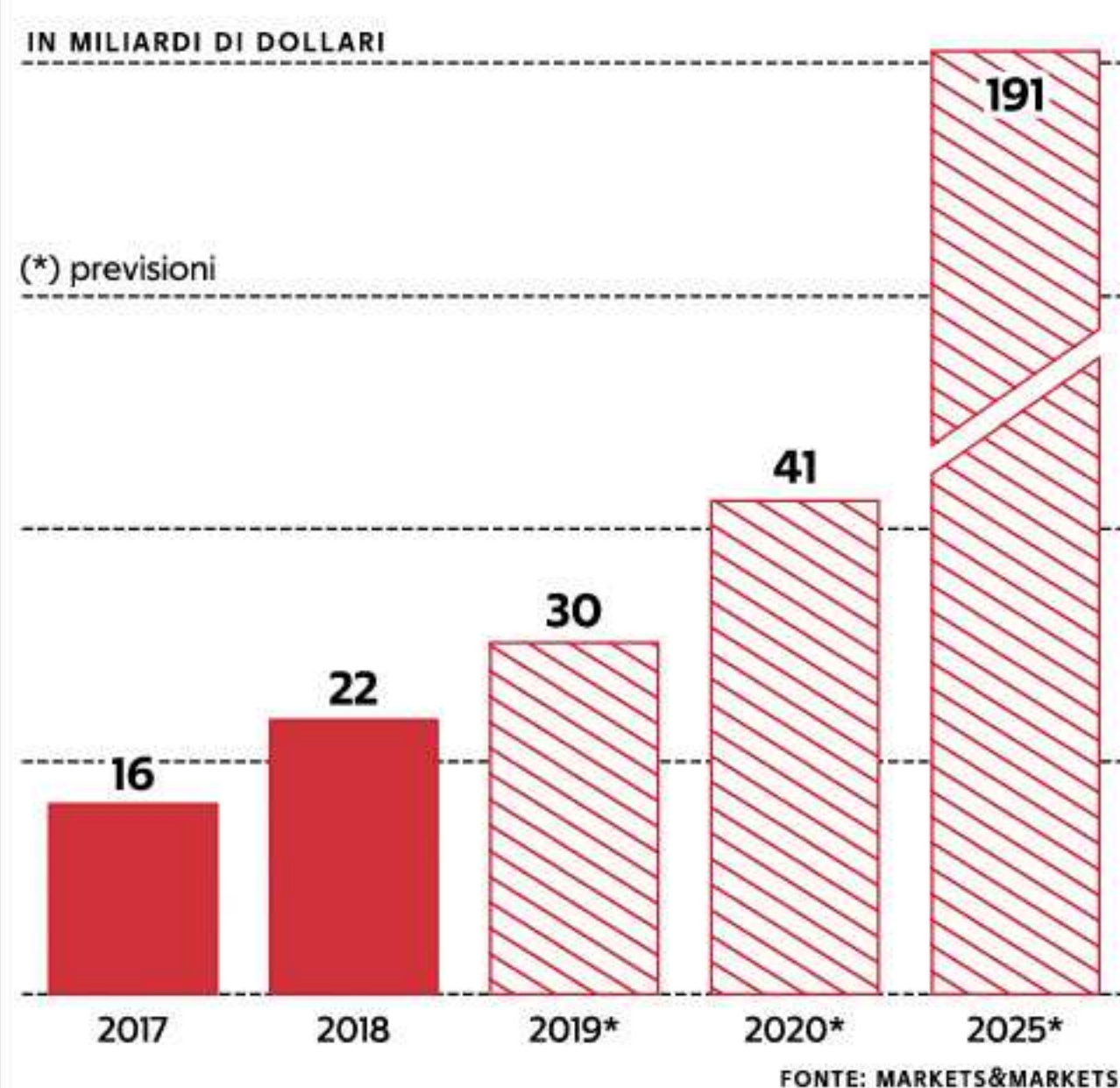
Il tema Designing Happiness che abbiamo scelto per il Tour 2020 e che lanceremo a Milano nella tre giorni del Festival della Crescita dal 17 al 19 ottobre, propone una nuova visione in cui felicità personale e valore economico possano convivere. Per farlo è necessario approfondire il cambio di paradigma che il digitale comporta.

NUOVI MODELLI

Con l'affermazione della Rete, intesa come madre e matrice di tutte le informazioni e conoscenze, siamo portati ad adottare un modello estrattivo del valore, abbandonando la modalità trasformativa che implica invece un attraversamento della diversità che richiede ingegno, saper fare, creatività, e soprattutto responsabilità nelle scelte. Questo cambiamento ha un impatto decisivo anche nella dimensione di una nuova economia e su nuovi modelli di business: non è più sufficiente parlare in modo generico di Sharing economy o di capitalismo delle piattaforme digitali. E' necessario approfondire con spirito critico la pervasività del digitale e comprendere i possibili rischi di controllo e influenza sull'esperienza di cia-

I numeri

LO SVILUPPO DEL MERCATO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL MONDO

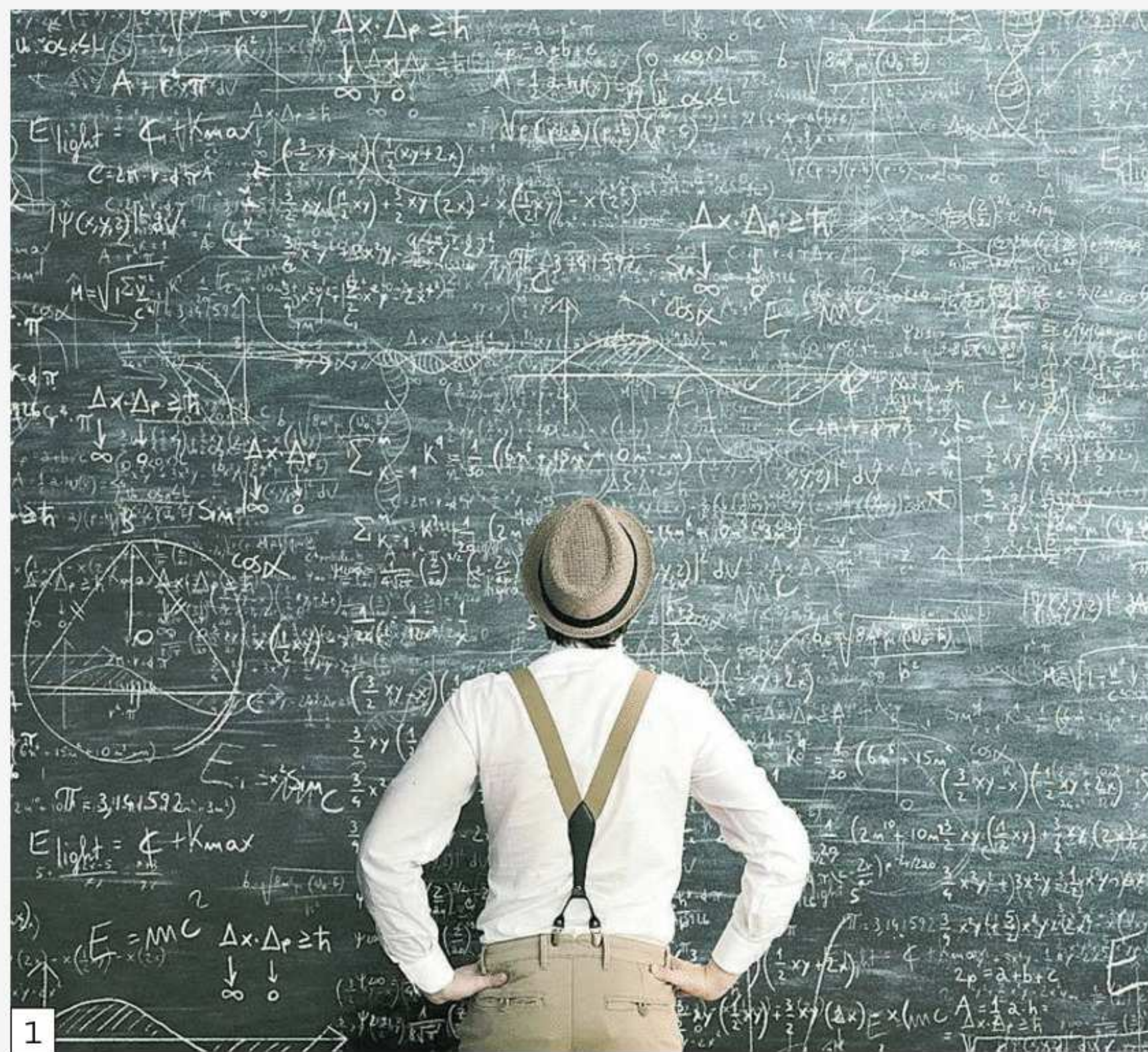


ri-twitare, condividere e poi discutere e alimentare convergenze e conflitti sulla base di ciò che si è estratto. Nel corso della tappa milanese del Festival affronteremo questo tema il 17 ottobre nel pomeriggio di apertura, in particolare con Antonio Nicita di AgCom che ha appena pubblicato il libro Big data. Come stanno cambiando il nostro mondo e Cosimo Accoto che nel suo libro Il mondo ex Machina. Cinque brevi lezioni di filosofia dell'automazione approfondisce una riflessione proprio sui nuovi automatismi nel conoscere, lavorare, organizzare, distruggere e governare.

LOCALE E GLOBALE

Sintetizzando questi contributi e anticipando le conclusioni del libro di Francesco Morace "Il bello del mondo". Battiti locali per un respiro globale possiamo affermare: è pe-

ricoloso limitarsi a estrarre, senza elaborare i propri pensieri seguendo un'etica. Perché lo facciamo? Perché è più semplice, più veloce e non ci costringe allo stress del prendere posizione: che è l'unico modo di introdurre al pensiero morale, decidendo ciò che è giusto e ciò che è sbagliato. È così che rischiamo di perdere il senso delle cose e delle nostre vite: è invece qui che l'etica deve riconquistare il suo ruolo. Non è colpa degli algoritmi – utilissimi in molte occasioni – e neanche dei geo-localizzatori che con voci sintetiche ci indicano la strada: è solo colpa nostra e della nostra pigrizia mentale. E' colpa della mancanza di tempo e di energie, ma è anche mancanza di coraggio nel tracciare nuovi percorsi e immaginare nuove mappe. Rinunciare alla progettazione delle mappe che orientano la nostra conoscenza, significa rinuncia-



1

GETTY IMAGES

I numeri

191

MILIARDI DI DOLLARI

è il fatturato che potrebbe raggiungere il mercato dell'intelligenza artificiale nel 2025 a livello mondiale

I mutamenti digitali hanno un impatto decisivo anche sull'economia

re all'elaborazione dei concetti, che non sono informazioni ma il costrutto più umano del nostro esistere e abitare il mondo: si chiama filosofia morale.

Dobbiamo invece intendere la realtà online come occasione per curare contenuti e far crescere relazioni, seguendo un modello opposto a quello che si limita a estrarre dal mondo digitale un valore che si misura troppo spesso solo in termini di visibilità, moltiplicazione dei contatti, pervasività riconosciuta: il ruolo ambiguo degli influencer che si potenzia nel momento in cui l'etica si indebolisce. Il modello estrattivo può costituire una scelta sostenibile solo se si combina con una trasformazione etica: in termini valoriali, creativi e progettuali.

— ***sociologa e co-fondatrice di Future Concept Lab**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione

E' colpa della mancanza di tempo e di energie, ma è anche carenza di coraggio nel tracciare nuovi percorsi e immaginare mappe

LINDA GOBBI
SOCIOLOGA

scuno, che vengono ormai segnalati in particolare proprio da chi il Web lo ha creato come Tim Berners-Lee, e nutrito come Lawrence Lessig, pensando ad un ampliamento delle nostre libertà. Ma allora cosa è successo? La risposta sta nelle differenze tra un modello estrattivo e un modello trasformativo del valore: cerchiamo di spiegarlo in breve. Il modello estrattivo – che si incarna anche nella tecnica di manipolazione dei Big Data – implica che il valore sia già presente nel sottosuolo del web, e che vada solo estratto (nel peggiore dei casi sottratto a nostra insaputa, violando la privacy) dall'enorme mole di dati a disposizione, attraverso l'uso di algoritmi che diventano le trivelle e pompe del web, esattamente come avviene nell'estrazione del gas o del petrolio.

Nel cambiamento digitale della vita online in cui siamo immersi, emerge un rischio che bisogna evitare: la perdita di valore delle cose, delle persone, della loro profondità, come effetto apparentemente inevitabile di comportamenti veloci, ricorsivi, automatici, verso cui inconsapevolmente l'intera società si sta orientando. Nei nostri comportamenti e attitudini digitali spesso ci limitiamo a riprendere, rilanciare,

I laboratori

E anche l'impresa ora scopre l'educazione

MILANO

Alcuni ambiti della contemporaneità sono analizzati sotto il segno della gratificazione: ecco come collegarli

Che cosa significa parlare di "felicità" da una prospettiva progettuale? E soprattutto, come attivare percorsi e processi che siano realmente felici: sostenibili, condivisi e generativi?

Il Festival risponde affrontando trasversalmente alcuni ambiti della contemporaneità (educazione, convivenza, salute, mobilità). Utilizzando creatività e interdisciplinarietà per dialogare con culture, settori e generazioni diverse e promuovendo percorsi felici che connettono scienza e arte, tecnologia e creatività, gioco e strategia.

"Dire, fare, educare..." come a



Riccardo Colosimo
Scuola Romana dei Fumetti

suggerire lo sviluppo di una comunicazione (inter)attiva: dallo storytelling (dire) allo storydoing (fare) allo storymoving, che è anzitutto ascolto e quindi educazione attraverso l'attivazione e l'animazione di una narrazione condivisa, con i protagonisti di oggi e di domani.

Anche grandi gruppi e imprese stanno dedicando crescente attenzione e cura all'educazione attraverso il coinvolgimento creativo dei propri pubblici, a partire dai più piccoli. Ad esempio, al Festival, la mattina di venerdì 18 e di sabato 19, Arval Italia presenta "La mobilità si fa in 4", un laboratorio didattico-educativo sui modi di muoversi in futuro, divertendosi. Conducono Francesco Baldassarre e Valeria Cagnina (fondatori di OFpassionON). Valeria, a 18 anni tra le 50 donne più influenti in ambito Tech in Italia, di fatto testimonia in prima persona una realizza-

zione possibile. In questo laboratorio i bambini imparano a costruire e programmare dei robot a quattro ruote che, tramite sensori, interagiscono con l'ambiente circostante. Non solo sperimentando i benefici della mobilità del futuro, ma potenziando abilità di problem-solving, creatività, curiosità e lavoro di squadra.

Sempre il 19 ottobre, la Fondazione Ibsa propone "Let's Science!", un lab esperienziale, condotto da Antonio Musarò (Istituto Pasteur Italia), Riccardo Colosimo (Scuola Romana dei Fumetti) e Davide Paglia (ScuolaZoo), in cui il fumetto diventa strumento di conoscenza scientifica. Dedicate spazi informali alla scienza, co-creando racconti aperti ad altri linguaggi, diventa il mezzo privilegiato per dialogare con i ragazzi e per aprirsi ai cittadini, al territorio. — **s.do.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La strategia

La macchina non è curiosa così vanno scoperti i talenti

SABRINA DONZELLI*, MILANO

Il Festival ha attraversato l'Italia in otto tappe
Tre i filoni principali con l'obiettivo di far convergere Big Data con conoscenza empatica

L'edizione 2019 del Festival ha attraversato l'Italia in 8 tappe prima di tornare di nuovo a Milano per l'appuntamento di ottobre al Palazzo delle Stelline, e termina a Sassuolo il 7 e 8 ottobre, nel cuore del distretto della ceramica, con un focus sul "nuovo senso dell'impresa". Un anno dedicato da molti a Leonardo da Vinci, a 500 anni dalla sua morte, e che il Festival ha ricordato rilanciandone la visione interdisciplinare e stimolando il dialogo pro-attivo tra diversi attori dell'innovazione. Su queste basi sono stati proposti tre filoni tematici, ciascuno sviluppato in più tappe, offrendo contributi specifici attraverso testimonianze locali e nazionali, intrecciando realtà, punti di vista e di esperienza.

Questi gli "assi principali" dell'edizione 2019: Cultura del Progetto uguale Crescita. Design Thinking e innovazione; Commercio 5.0 e Qualità. Orientare talenti, intraprendere professioni; Intelligenza Contestuale vs Intelligenza Artificiale. Il nuovo senso dell'Impresa.

Il primo, dedicato alla cultura del progetto, ha messo in luce la possibilità di una nuova crescita, felice e sostenibile, attraverso la capacità di elaborare un nuovo pensiero, fondato su una visione rigenerata dello sviluppo economico, nel quale la cultura del progetto che da sempre alimenta il successo dell'Impresa italiana nel mondo, assume una centralità strategica. Imprenditori come progettisti a 360°, a partire da Adriano Olivetti che possiamo considerare il Deus ex Machina dell'innovazione in Italia. Valori ben al centro della visione che concilia comunità e profitto, cura del territorio e competizione globale.

Con il secondo, che ruota attorno a talenti e sfide del commercio, abbiamo condiviso come la dimensione commerciale abbia cominciato a integrarsi in modo sempre più convinto a quella culturale, orientando i talenti e i mestieri dei giovani che sempre più spesso guardano con interesse al mondo della ristorazione, dell'accoglienza che è esperienza, dell'artigianato di qualità e al piccolo commercio specializzato, come una concreta possibilità di crescita, professionale ed economica. Il commercio 5.0 si fonda sul capitale sociale di un'impresa (di un'azienda, un'organizzazione, ma anche un mercato, un territorio o un distretto) e risiede nella possibilità, capacità ed esigenza – tipica degli esseri umani – di interagire, cooperare, scambiarsi emozioni ed esperienze, trasmettersi conoscenza, sentirsi parte di un'unica realtà in

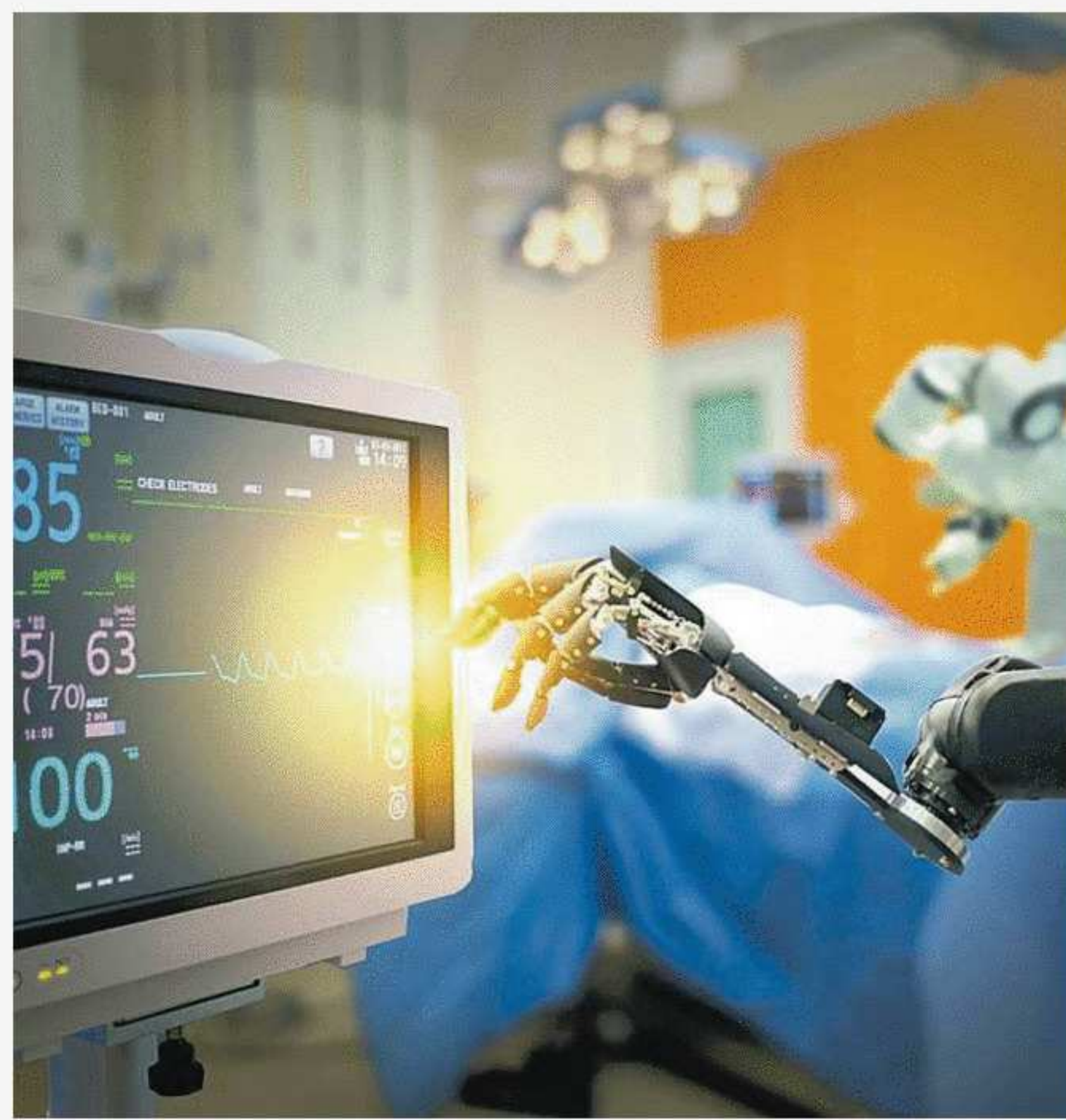
cui sono rese possibili (o addirittura incoraggiate) la reciprocità e lo scambio culturale.

Infine, mettendo a fuoco l'intelligenza dell'industria, abbiamo rilevato come, per combinare al meglio cultura del progetto e commercio 5.0, sia necessario elaborare un nuovo senso dell'impresa, in cui far convergere in modo equilibrato machine learning, Big Data e conoscenza empatica del contesto. Al 5.0 si arriva solo attraverso il 4.0: le macchine sono perfette per ampliare le possibilità, ma per essere davvero imprenditori bisogna avere dubbi, porsi delle domande: è necessaria la coscienza.

E, nello specifico dell'attività progettuale, sono indispensabili la curiosità sociale e l'intelligenza contestuale. Le macchine, infatti, non sono capaci di curiosità e non riconoscono le relazioni sociali. La curiosità sociale è dunque un propulsore per l'impresa: dinamica, mobile, dialettica. La visione futura dei contenuti utili e necessari per dare nuovo senso all'impresa presuppone allora un nuovo legame tra politica, arte, economia e cultura che, mixati in modo intelligente, possono produrre soluzioni di valore e di successo. – *ricercatrice

Future Concept Lab

© RIPRODUZIONE RISERVATA



GETTY IMAGES

Un giorno per essere in regola ti basterà cambiare cassa.

Quel giorno è oggi, con Nexi SmartPOS® Cassa.



Dal 1° Gennaio 2020 entra in vigore l'obbligo della Trasmissione Telematica dei Corrispettivi.
Con SmartPOS® Cassa sei subito in regola e hai:



Registratore
Telematico evoluto
e adatto a tutte
le attività



Terminale Pos
Integrato per accettare
anche i pagamenti
con carte e smartphone



Canone mensile tutto
incluso con assistenza
tecnica e verifica
fiscale comprese



Zero costi iniziali
e zero costi di
installazione

nexi
every day, every pay

Ordinalo subito!

Scopri di più su nexi.it

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Le immagini inserite sono solo a scopo illustrativo delle funzionalità dei prodotti. I dispositivi effettivamente commercializzati potrebbero differire da quelli qui raffigurati, pur offrendo le medesime funzionalità.