

INVESTIRE NEL FUTURO

In cerca di errori e cigni neri per un terzo Rinascimento. Il quinto tema del Festival della Crescita per trasformare intuizioni geniali in modelli concreti di crescita.

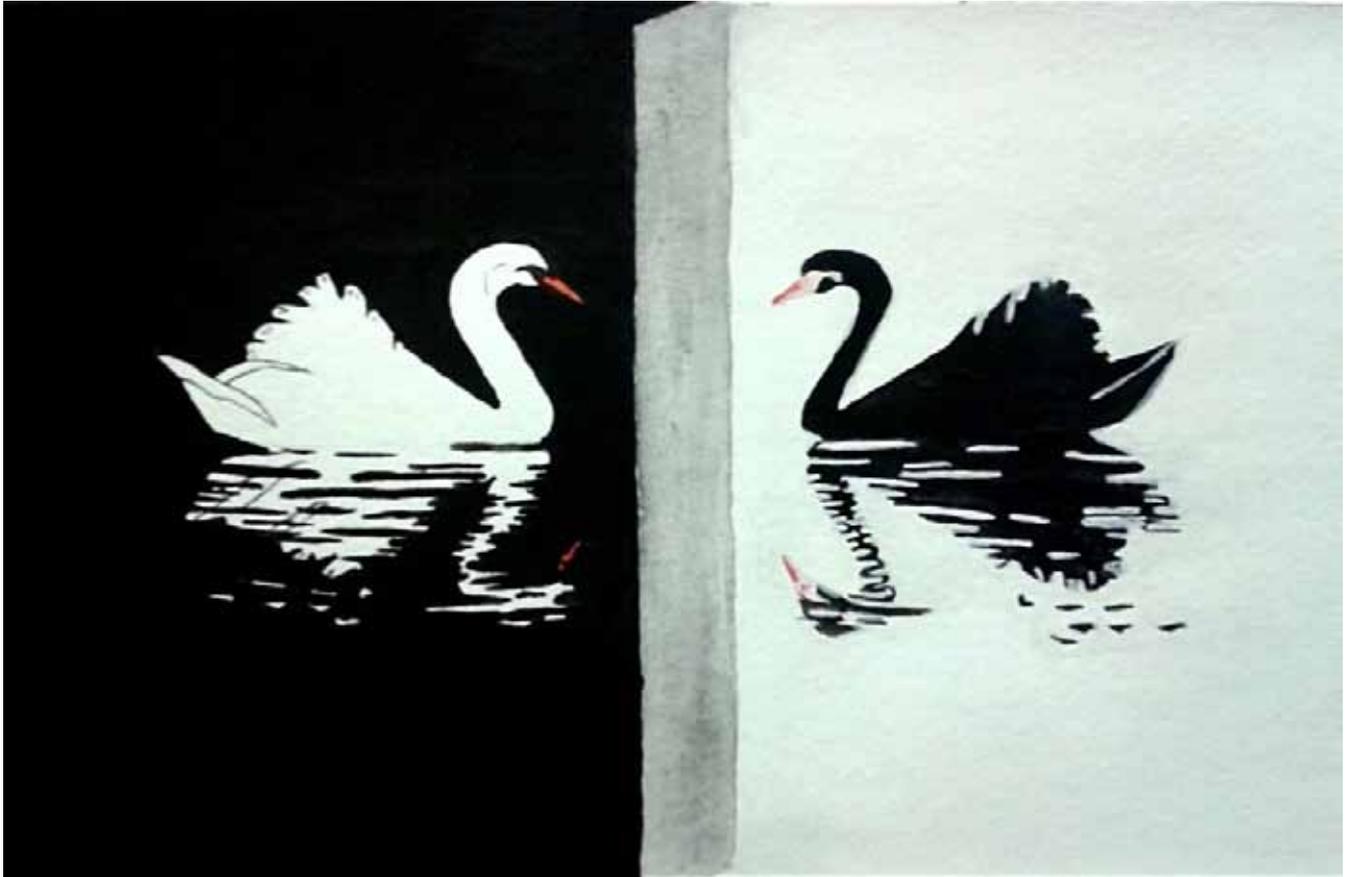
di ANTONINO PINTACUDA



➔ Per uscire dall'inverno del nostro scontento, per dirla con Shakespeare e Steinbeck, serve un ritrovato scatto d'orgoglio per immaginare uno scenario meno cupo, una verde pianura in cui rifocillarsi invece di deserti in cui si celano insidiose sabbie mobili e fetidi acquitrini. In epoca medievale l'investitura era l'aspirazione d'ogni cavaliere, significava l'immissione nel possesso di un fondo, e poi divenne, ben più attraente quando si trattava di una carica politica o ecclesiastica. Per estensione investire oggi può soltanto significare farlo sulla crescita e sul futuro. Investire è proprio il quinto macrotema di cui si discuterà al Festival della Crescita organizzato da Future Concept Lab che parte da una mancanza. I grandi pionieri dell'industria, gli uomini che contribuirono concretamente al boom italiano

avevano coraggio e lucidità per investire con azzardo sul futuro, sulle visioni di impresa. Le stesse che oggi e da troppo tempo latitano in una Penisola flagellata da scandali e storture. La capacità di re-investire è "vitale e necessaria nella dimensione della seconda globalizzazione che deve essere incorporata in nuove forme di leadership - scrivono gli organizzatori del festival. Il nostro modello di crescita non prevede la produzione di soldi dai soldi, ma immagina ad esempio macchine per produrre invenzioni, bollenti spiriti per incubare idee e nuovi progetti come ci racconteranno con le loro esperienze Annibale d'Elia e Riccardo Donadon". Non mancano esempi concreti, ma è la stessa sindrome da startup, l'incapacità di trasformare ottime idee iniziali in progetti a lunga gittata. La stessa differenza che passa tra un

centometrista e un maratoneta. Il modello di sviluppo tricolore non è infatti alimentato dalla tensione verso la crescita esponenziale e permanente, tipica del modello anglosassone e protestante. C'è una miopia di fondo, una mancanza strutturale di visione strategica, perché la produzione ingegnosa è una passione che si autoalimenta rimanendo troppo spesso chiusa in se stessa. È circolare e non lineare. Quello che serve è un nuovo modello che però non deve snaturare il nostro talento; si tratta di crescere con nuova intelligenza e nuove attività professionali come quelle presentate nel Job Future Festival, con progetti di comunicazione trasparente come ETica News. Le persone hanno bisogno di riconoscersi e di essere riconosciute attraverso nuove forme di intelligenza e per questo ItaliaCamp oggi cerca di



mettere in relazione i neo-laureati con il mondo del lavoro, le Università con le imprese del nostro Paese. Valorizzando non solo la conoscenza accademica - molto utile come base di esperienza - ma anche l'intelligenza concreta, dell'artigiano e dell'imprenditore, del professionista e del comunicatore, quella in cui ognuno di noi può riconoscersi. Mettendosi continuamente in gioco: così funzionano i laboratori e questa è la flessibilità della sperimentazione. È su questo che bisogna investire. La rilevanza dei cigni neri, cioè di eventi, persone, prodotti, progetti unici, imprevedibili, rari, diventa nello stesso tempo essenziale per nuovi investimenti in una società e in un mercato complesso, che le aziende italiane devono imparare a meglio interpretare. "È facile cambiare l'Italia se sai come fare", recita il titolo del libro di Alessandro Rimassa che raccon-

terà come farlo, insieme a Roberto Bonzio che con Italiani di frontiera analizzerà come tanti altri italiani hanno fatto, lontani dai nostri confini ma vicini con lo spirito all'inimitabile genialità italiana. Le storie di successo spesso nascono da un errore, da un imprevisto, come ci ha insegnato il sogno americano degli imprenditori cresciuti a pane e autoimprenditorialità. La rinascita della Coca-Cola è nata direttamente dalla débâcle della New Coke, e una grave crisi finanziaria ha obbligato l'IBM a reinventarsi completamente. Per citare due esempi di Farson e Keyes, autori del fondamentale "Vince chi fa più errori. Il paradosso dell'innovazione", la loro tesi è che invece di premiare il successo e di penalizzare l'insuccesso, dovremmo sforzarci d'imparare dall'uno e dall'altro. Paradossalmente, osservano, meno ricerchiamo il successo e meno rifuggiamo dall'insuccesso, più è probabile che

otteniamo dei risultati brillanti. Perché spesso il miglior modo per restare indietro in un'economia frenetica è affidarsi a ciò che ha funzionato in passato, come fecero a suo tempo la Polaroid e la Xerox, ancorandosi pesantemente agli sfarzi dei tempi d'oro. Altre aziende, come la 3M e la GE, sono rimaste sulla cresta dell'onda incoraggiando gli innovatori anche quando fallivano. Con la capacità di capovolgere in positivo il ragionamento e scoprendo che l'imprevedibile successo di nuove visioni e progetti imprenditoriali e culturali può creare un nuovo salto nella storia dell'impresa italiana. Questa è la strada maestra su cui anche la politica dovrà investire nel prossimo futuro, come ci racconteranno parlamentari che sono anche ricercatrici come Lia Quartapelle e Irene Tinagli, costruendo le premesse per un terzo Rinascimento.