



INTERVISTA A FRANCESCO MORACE, PRESIDENTE DI FUTURE CONCEPT LAB

# Valorizzare il genio italiano

## **Cosa significa per lei innovazione?**

Innovazione per me significa inserire delle qualità e dei talenti in un contesto specifico di grande cambiamento. Lo scenario globale che va definendosi richiede infatti una nuova capacità di confronto e di sfida che l'Italia dovrà attivare, se vuole rimanere in gioco valorizzando le proprie qualità. La molla non può essere il semplice orgoglio nazionale, che spesso in Italia si è limitato a una sterile strategia difensiva. **Gli orientamenti paradigmatici (l'originalità, la sostenibilità, la tempestività, la condivisione) sono oggi il terreno su cui l'Italia deve dimostrare le proprie qualità: l'ingegno, il senso del gusto e del bello, la maestria, la tecno-artisticità.**

Questa convergenza produce un nuovo campo di azioni per alimentare, sostenere, rafforzare, il carattere italiano nel mondo e con esso la presenza delle aziende, degli imprenditori, ma anche dei singoli professionisti e ricercatori, che potrebbero finalmente esprimere il loro talento non in modo episodico e isolato, ma basandosi su una piattaforma organica. Alimentare la relazione fertile dell'Italia con l'immaginario globale, ad esempio, attraverso queste semplici attività: integrare la vocazione artistica nell'innovazione tecnologica; alimentare la relazione

fertile dell'Italia con l'immaginario globale; intercettare nel mondo il desiderio di italianità che in tempo di crisi cresce, invece di diminuire; riconoscere la centralità del design thinking che ci arriva dal Rinascimento; rilanciare la genialità di re-inventare e re-inventarsi, affrontando condizioni diverse e avverse; amplificare l'iniziazione estetica e l'emozione della bellezza; applicare la vocazione italiana di essere tailor made; articolare la capacità di racconto e di comunicazione dell'Italian way; intervenire con la stessa creatività che dimostriamo nei prodotti, anche nel marketing, nel loro "confezionamento" e nella loro distribuzione e vendita; aumentare nella nostra esistenza le esperienze all'estero e le relazioni con il mondo globale.

### **Il suo lavoro la porta a contatto con molti imprenditori. Cosa cercano quando "chiedono aiuto" a Future Concept Lab? Quali sono gli errori più comuni che commettono?**


Gli imprenditori cercano da noi argomenti e rassicurazioni. Il loro grande errore è quello di non ragionare in termini di visione strategica. Allora noi li aiutiamo a comprendere che, a dispetto di quanto si dice e si legge sul sistema paese, esiste la possibilità concreta che l'Italia e gli italiani giochino un ruolo rilevante in questo cambiamento, non solo a casa nostra ma nel mondo. Puntando sul fattore che spesso viene confuso con il made in Italy e che invece è altra cosa: the Italian factor. Un magico mix di qualità, talenti e competenze, così difficili da moltiplicare e diffondere. La riflessione che proponiamo sull'Italian factor mette insieme il valore umano, l'intelligenza contestuale, il tocco d'artista e il tailor made. Un mix particolare di cui solo gli italiani sono capaci. Il fattore che moltiplica la potenza dell'italianità nel mondo (e potenzialmente di tutto il made in Italy e delle imprese italiane) include infatti il gusto, la relazione, il colpo d'occhio e l'attenzione al dettaglio: tutti elementi qualitativi, difficilmente misurabili. Eppure la grande sfida rimane il confronto con il modello anglosassone di misurazione del valore, applicato per la prima volta all'italianità.

### **Quando si parla di Italia e dei suoi prodotti, oltre al concetto di innovazione ne vengono richiamati altri come creatività, bellezza, saper fare. Quanto è diffusa la consapevolezza di questo patrimonio culturale fra coloro che ne sono i diretti artefici (imprenditori, artigiani, artisti, intellettuali)?**

Siamo poco consapevoli del nostro patrimonio culturale: non lo apprezziamo e anche per questo non lo sappiamo raccontare. Se lo sapessimo fare l'Italia potrebbe diventare straordinario approdo estetico per consumatori globali.

Tutto ciò sarà possibile se riusciremo a considerare con la dovuta attenzione l'Italian factor, cioè quel moltiplicatore di valore che saprà mettere a fattore la capacità immaginativa e la ricchezza intuitiva che permette agli italiani di nutrire il mondo con le proprie pratiche di felicità quotidiana. È da questo incontro felice che nasce la possibilità di un Rinascimento italiano. Ciò significa ridimensionare l'aggressività della pura finanza, risocializzare le dinamiche economiche e cercare nuove leve per gli investimenti nel progettare il futuro: trasformare la furbizia in strategia, definendo standard replicabili, valorizzando la politecnica e la multidisciplinarietà attraverso lo "human touch", alimentando la complicità tra le generazioni, rivitalizzando la dimensione pubblica, anche attraverso una capacità di comunicazione globale.

### **C'è il rischio che puntando esclusivamente su questi aspetti l'Italia sia percepita più come il paese dell'effimero?**

Se riusciremo ad affrontare le sfide del mondo globale, imponendo la nostra eccellenza e i nostri talenti, verrà evitato il rischio di essere percepiti come superficiali e innamorati solo dell'estetica. Una missione non facile ma possibile, che corrisponde alla nostra natura di popolo stra-ordinario, capace di risvegliarsi e re-agire solo nelle emergenze. Oggi emotivamente l'Italia vive una fase di depressione e frustrazione, eppure possiamo farlo, ancora una volta. Contraddicendo il nostro carattere e lasciando il mondo a bocca aperta. 

(S.T.)



Francesco Morace