

L'INCONTRO. In Camera di commercio il via al ciclo di appuntamenti «Industrial Reboot»

# Innovazione, cinque principi per far vincere la sfida alle Pmi

Con il «design thinking» bisogna lavorare in team, mai smettere di pensare come fare, seguire il flusso, ragionare come il cliente e selezionare le varie idee

**Jacopo Manessi**

Cinque principi per cambiare mentalità imprenditoriale. «L'innovazione si fa in team, non bisogna mai smettere di pensare a come fare, è necessario seguire il flusso, pensare come il cliente, selezionare le idee». È il percorso del «design thinking», nato nella Silicon Valley e raccontato dal ricercatore universitario, Matteo Vignoli, durante il primo dei tre incontri, dal titolo «Industrial Reboot», organizzati da Talent Garden con la Camera di commercio di Brescia nel Rido dell'ente camerale. L'obiettivo: riflettere sul futuro dell'innovazione.

«BRESCIA è la prima provincia industriale d'Europa, in base ai dati diffusi da Fondazione Edison - ha spiegato Fabrizio Martire, co-fondatore di Talent Garden -. L'industria bresciana, però, può mantenere posizioni nel mercato globale solo se impara a comprenderli e innovare». Anche attraverso i numerosi aiuti elencati. «Le Camere di commercio hanno il compito di affiancare le imprese nel proprio percorso di consapevolezza digitale - ha detto Massimo Ziletti, segretario generale della Cdc territoriale -: voglio sottolineare, da questo punto di vista, l'importanza dei Pid, i Punti Digitali d'Impresa».

Vignoli, prendendo spunto dalla situazione bresciana e nazionale, ha evidenziato che «di fronte all'innovazione serve umiltà, nessuno può sapere dove andrà il futuro.

Nelle aziende italiane c'è una grande varietà di idee, ma serve saperle selezionare».

Da qui la necessità del «design thinking». «Un ottimo esempio arriva dalla collaborazione messa in atto tra Barilla e Esselunga per lo sviluppo di un nuovo prodotto come i Legumotti, la pasta di legumi - ha aggiunto Vignoli -: solitamente, per il lancio di una novità del genere, servono 5 anni, in questo caso sono bastati 9 mesi». Un modello di studio che mette in pratica i cinque concetti iniziali. «Servivano nuove soluzioni per i millennials, che hanno diminuito il consumo di pasta, considerandola come un piacere e non più come alimento abituale, magari dopo lo sport», ha proseguito.

**ESSENZIALE**, nel processo, diventa quindi il rapporto tra fornitore e cliente. «In questo caso la richiesta pressante di Esselunga per il lancio ha aperto una strada sul mercato - ha detto ancora Vignoli -. Il concetto è stato quello di assumersi un rischio di mercato. Nell'innovazione c'è sempre qualcosa di nuovo e qualcosa di conosciuto, come in questa situazione. Nel concreto, il cliente ha anche fatto il marketing per il fornitore, cosa che solitamente non avviene mai». Sino all'ultima linea guida, per tutte le aziende, in particolare per le Pmi. «L'innovazione si può fare insieme - ha concluso il ricercatore - e più si è vicini al mercato, più è facile che si abbia successo. L'invito che faccio è coinvolgere i giovani nelle imprese». Il prossimo incontro l'8 novembre. ●



Matteo Vignoli



Massimo Ziletti

## Giornata Ancot

### OGGI A CASTENEDOLO

«Contratti di locazione - locazioni brevi - adempimenti correlati - imposte di registro»: è l'argomento della giornata formativa dell'Ancot (Associazione nazionale consulenti tributari) con la Fondazione «Dino Agostini» in programma oggi al Blu Hotel Brixia di Castenedolo dalle 14.30. Relatore Cristiano Dell'Oste.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

