

SVILUPPO

Innovare, un processo di massa

Lunedì dibattito promosso dal Centro studi dell'Unione industriali

Scovare per il mondo tecnologie, conoscenze, metodi di problem solving; capire come hanno fatto gli altri "copiando" e ricombinandolo con capacità interne all'azienda. E' l'"Open Innovation", tema del seminario in programma lunedì 18 maggio (ore 10), presso l'Unione Industriali di Napoli. L'iniziativa è del Centro Studi dell'associazione. Introduce i lavori il presidente Giovanni Lettieri. Partecipano Amedeo Lepore (Università di Bari - Luiss), il presidente del Cesvitec Costantino Formica, Antonio Prigiobbo ("A Project"), il coordinatore di "Thinkthank", Lucio Iaccarino, Daniele Dalli (Università di Pisa). Interviene il vicepresidente di InnoCrowding, Alexander Orlando. Modera Alfonso Ruffo, direttore del Denaro.

Intervista. Alexander Orlando

Idee per le Pmi? Via Facebook e sms

"L'Open Innovation? E' la capacità di fare le domande giuste partendo dal presupposto che le masse hanno più cervello dei singoli. Non ha una patria, né un luogo d'elezione, è un processo diffuso al quale tutti possono partecipare. Le aziende non possono pensare di avere al loro interno tutte le risposte, tanto meno quelle più giuste". Alexander M. Orlando è Executive vice president di InnoCrowding.

ANTONIO LA PALMA

Che cos'è l'Open Innovation?

A questa domanda rispondo sempre con un esempio tratto dall'esperienza di Pringles, nota marca di patatine. Al momento della messa a punto del prodotto, uno dei problemi era come distribuire in maniera uniforme il sale sulle patatine. Nel

modo comune di pensare la soluzione avrebbe dovuto fornirla un sistema meccanico o di imballaggio. Invece la soluzione è arrivata da un matematico che ha illustrato un sistema di distribuzione delle nanoparticelle. L'Open Innovation ci mostra che non sempre le risposte giuste sono quelle che ci attendiamo.

Qual è l'idea-forza alla base dell'Open Innovation?

Che la massa ha più cervello di un singolo e che lo scambio di soluzioni tra un'attività e l'altra può essere conveniente per tutti. L'importante è formulare le domande nel modo giusto. Un'azienda è vincente quando utilizza in modo efficace le idee provenienti da dentro e fuori di essa.

In che modo è possibile coinvolgere le masse nel processo di Open Innovation?

Oggi un terzo di tutta la popolazione mondiale utilizza social network, per

esempio Facebook. Si tratta di uno strumento di coinvolgimento potentissimo che con InnoCrowding stiamo sviluppando: siamo presenti su quattro diverse piattaforme che possono essere utilizzate per innescare processi di problem solving. Anche i telefonini, in particolare attraverso gli sms, possono essere utilizzati per esempio per avviare sondaggi o richiedere proposte di slogan.

Che cos'è InnoCrowding? Come nasce?

Nasce per iniziativa mia e di altri executive di grandi aziende. E uno degli obiettivi principali è trasferire il modello dell'Open Innovation, che non è appannaggio esclusivo delle grandi imprese, alle piccole e medie aziende. Il modello si fonda sulla partecipazione: può essere esportato anche in politica, e ricordo che si è fatto strada proprio durante la campagna elettorale del presidente Barack Obama, e nel sociale.



SPORT E AFFARI. 1

Jaked: Napoli sceglie il costume dei record

"E' italiano il costume più veloce al mondo", recita lo slogan di Jaked. Ma è anche molto napoletano. Sì, perché tra i quindici atleti che hanno scelto il "costumone" per nuotare verso il podio dei Mondiali di Roma, e che ieri mattina sono stati presentati nella conferenza stampa di Gallarate, ci sono **Massimiliano Rosolino**, **Lucio Spadaro** e **Francesco Vespe**. Ed è napoletano anche colui che ha portato questo marchio a sfidare e a battere le grandi multinazionali: **Luciano Cimmino**.

"Jaked è una scommessa che per il momento stiamo vincendo. Ormai un po' tutti i nuotatori si stanno rendendo conto che con questo costume possono andare molto, molto più forte, e hanno cominciato a interessarsi a noi anche stelle del firmamento americano, ma sappiamo benissimo che la sfida è soltanto all'inizio e che non possiamo fermarci qui. Altrimenti chi ci sta dietro, prima o poi ci si pererà. Ecco perché - conclude Cimmino - io definisco Jaked una scatola vuota che dobbiamo riempire con nuove idee che, sul piano tecnologico, ci permettano di essere sempre all'avanguardia".

E che il costumone Jaked oggi lo sia, lo testimoniano le parole di Massimiliano Rosolino in conferenza stampa: "Non è l'azienda che è venuta da noi nuotatori, siamo stati noi nuotatori a contattare Jaked dopo aver constatato la validità del costume. E' chiaro che per ottenere i risultati, come diciamo noi a Napoli, ci vuole anche il "manico", e da questo punto di vista sono fiducioso per i Mondiali di Roma: la mia fame non si è esaurita.

Finora ho vinto 60 medaglie? Beh, diciamo che queste medaglie le ho messe da parte. Farò finta di non aver vinto ancora nulla, a Roma voglio ricominciare da zero".

Francesco Vespe, 25enne alfiere dello Sporting Club Flegreo, a Roma ricomincia da "un settimo tempo mondiale nei 200 farfalla che dovrebbe garantirmi la finale. E ovvio che non voglio fermarmi lì, cercherò di togliermi qualche altra soddisfazione". Tutte le strade portano a Roma, ma non tutti i tempi, cronometricamente parlando. Quello di Lucio Spadaro nei 50 farfalla non gli consente ancora la partecipazione ai Mondiali, "ma manca davvero poco, quattro centesimi. Ho una bella chance agli Europei juniores di Praga, là proverò a limare il tempo e a ottenere il pass per Roma". Ah, dimenticavamo, tra gli atleti Jaked ci sono anche due stelle di prima grandezza del firmamento nazionale: **Flavia Filippi** e **Tania Cagnotto**. Sedute accanto a Rosolino al tavolo della conferenza stampa, hanno parlato del costume e dei mondiali. Dice la nuotatrice: "Vengo da un argento olimpico, ma a Roma non ho alcuna intenzione di accontentarmi del secondo posto. Perché ho firmato per questa azienda? Non per i soldi, questo è certo. Ma perché ho capito che con questo costume avrei potuto andare più veloce". Ed ecco la Cagnotto, che proprio ieri ha compiuto 24 anni: "Quando inventeranno un costume in grado di dare una maggiore spinta a noi tuffatori, sarò la prima ad esserne felice. Per il momento, ci sto dentro che è un piacere".

SPORT E AFFARI. 2

Campi estivi Cesaro con Amato e Ferrero

CLAUDIA MUSTO

Due prestigiose partnership con aziende leader nel settore dell'alimentazione sono la più rilevante e significativa novità dei Campi Estivi 2009 organizzati dal "Gruppo Cesaro Sport e Benessere".

L'ormai tradizionale appuntamento in programma presso i Centri Sportivi targati Cesaro, infatti, quest'anno punta sull'importanza di una sana e corretta alimentazione, accanto alla pratica sportiva e alle attività ludico-ricreative.

In questo contesto, dunque, un ruolo-chiave viene assegnato ad un menu appositamente pensato e preparato per i piccoli partecipanti da un esperto nutrizionista, **Domenico Guarnaccia**, con prodotti di primissima scelta forniti da aziende come "Antonio Amato" e "Ferrero Italia", con il marchio "Kinder+Sport", il progetto sviluppato da Ferrero per diffondere e promuovere la pratica sportiva come abitudine quotidiana, soprattutto per i più giovani.

Due adesioni di primo piano, siglate dal presidente del Gruppo Cesaro "Sport e Benessere", architetto **Aniello Cesaro**, per portare alla ribalta il progetto "Mangiar Salute".

Un progetto, legato per la prima volta ai campi estivi, che pone l'accento sul tandem "sport e corretta alimentazione". Principio base, naturalmente, la "Dieta Mediterranea", con gli effetti benefici che può avere in particolare sui bambini tra i 3 ed i 12 anni.

A coordinare da un punto di vista medico-scientifico il progetto "Mangiar Salute" è Domenico Guarnaccia, nutrizionista del Centro Polidiagnostico Igea.

I Campi Estivi si svolgeranno dall'8 giugno al 25 luglio 2009 presso le strutture moderne e funzionali, attrezzate e accoglienti, di Avellino, Portici e Sant'Antimo.