

L'innovazione nasce dove ci sono persone innovative

5 Giugno 2018

Le idee sono importanti, ma lo sono ancora di più le persone che le stimolano. Ne abbiamo parlato con Alessandro Garofalo, ex presidente di Trentino Sviluppo ed innovatore di professione.

*La creatività va stimolata – ci spiega Garofalo, fisico di formazione e titolare di Garofalo & Idee Associate s.r.l. – e per farlo ci sono numerose tecniche. Alcune di queste ce le ha svelate nel corso di un seminario tenutosi nel polo scientifico di **FBK**. In particolare si è discusso dei tre elementi fondamentali che possono spingere le idee a diventare innovazione:*

- i **paradigmi**. Per innovare è necessario romperli e metterli in discussione;
- i **paradossi**. Grazie a questi è possibile allontanarsi da soluzioni mediocri del problema;
- la **multisensorialità**. Se utilizziamo davvero tutti i sensi possiamo trovare associazioni di idee apparentemente impensabili.

Ma quand'è che la creatività diventa innovazione?

*Creatività e innovazione sono due concetti abbastanza contigui. Diciamo che **la creatività è come un caleidoscopio**, è la capacità di connettere prodotti o oggetti già esistenti in modo tale da creare qualcosa di nuovo, che non era mai stato pensato e che va incontro ad un bisogno che non era stato espresso prima. Un bell'esempio è la matita con la gomma: dalla loro unione si crea un prodotto che scrive e cancella contemporaneamente. Questa **creatività è profittevole**: crea profitto, business e soddisfazione da parte il cliente. E soprattutto migliora la qualità della vita di chi questa innovazione la usa.*

Quali sono le condizioni ideali per creare innovazione?

Creare innovazione richiede delle condizioni di contorno abbastanza importanti. Non

serve avere strutture. Dal mio punto di vista è importante è che i luoghi dove si innova abbiano la possibilità di far scambiare idee e persone. Morale della favola:

l'innovazione nasce dove ci sono posti in cui si frequentano persone innovative.

Quindi io posso avere accanto uno che ha messo a punto una startup milionaria e che al bar mi da qualche consiglio. Questo succede di solito all'estero. In Italia abbiamo una modalità di innovazione legata più al mattone. ***La creatività si libera nei contesti giusti***, dove le idee giuste e le persone giuste si possono frequentare.

Per portare innovazione è meglio avere competenze orizzontali o verticali?

A mio parere ci vogliono ***due o tre discipline da conoscere***, o degli esperti che possono dare supporto su di esse, e ***una forte competenza verticale***. Oltre a questo ci vogliono ***metodo, applicazione e sudore***. Come dice Edison: "Nessuna delle mie invenzioni è arrivata per caso. Quando vedo che vale la pena di raggiungerla, faccio una prova dopo l'altra finché non arriva. 1% di ispirazione e 99% di sudore."

Che differenza c'è tra l'ecosistema di startup statunitense e il nostro?

Prima di tutto l'età media. In America sono molto più giovani, e quindi dal mio punto di vista c'è più energia e più capacità. Poi, se posso dire una cattiveria, nell'ecosistema nostro italiano abbiamo intorno alle startup un mondo di formazione evangelistico/digitale che a volte mi lascia un po' perplesso. Un sistema che non so quanto effettivamente aiuti lo startuppista. Questa cosa ***in America*** non c'è, lì ***ci sono le competenze***. Al bar, o facendo surf in spiaggia, incontri l'imprenditore che ha avuto successo e che ti da direttamente l'idea o l'aiuto. Lì lo scambio col possessore del know-how è diretto, da noi abbiamo un po' troppi intermediari anche riciclati.

Cosa può fare, secondo lei, un istituto come FBK per migliorare ricerca e innovazione?

Qui dare suggerimenti è difficile, però da Trentino e da persona che si è avvicinata a questo mondo, qualche idea ce l'ho. Una è di sicuro ***aumentare l'interdisciplinarietà***. Aprire anche a materie lontane dai campi di lavoro e di applicazione perché si possano ampliare idee e visione. Un'altra idea, che non è mia ma ho visto fare in una grossa azienda farmaceutica tedesca, è che ***ogni centro di ricerca spieghi agli altri cosa fanno gli altri centri***. Così, invece di parlare delle cose belle che fai tu, devi raccontare, umilmente, le belle cose che fanno gli altri. Questa è una cosa che ho visto molto interessante e provocatoria.

Con la sua lunga esperienza all'interno di numerose aziende, Alessandro Garofalo ci ha dato una panoramica sulle modalità di miglioramento dei processi creativi ed innovativi nei gruppi di lavoro. Di tutti gli elementi utili che abbiamo potuto apprendere, di una sola cosa siamo tutti certi: non c'è innovazione senza contaminazione di idee.

LINK

TAG

- #business
- #economia
- #innovazione
- #ricerca

AUTORI

- Alessandro Girardi