

Startup e innovazione, per crescere serve un mediatore culturale

Incrociare la domanda di cambiamento del Sistema Paese con la forza propulsiva delle nuove imprese innovative. Ecco la scommessa di Cariplo Factory, che sbarca al CES di Las Vegas

Di Anders Nilsson

Startup & Internationalization Senior Advisor

Cariplo Factory

C'è un'Italia che resiste al cambiamento e, immobile, osserva la crisi del Paese e c'è un'altra Italia che non si arrende al declino strutturale e dell'innovazione ha fatto la sua bandiera. Questa è l'Italia che cammina a testa alta e che quest'anno andrà al CES (Consumer Electronic Show) di Las Vegas, una delle più importanti manifestazioni al mondo dedicate all'innovazione tecnologica e digitale, con la voglia e la capacità di stupire. Una vetrina per dimostrare che, **quando riesce a fare sistema, l'Italia non è seconda a nessuno** e quando **il mondo delle grandi imprese dialoga in modo efficace con quello delle startup** i risultati arrivano.

La qualità delle startup tricolori non è seconda a nessuno in Europa, il problema è la cronica mancanza di capitali e di ambizioni di conquistare il mercato globale. Anche i progetti migliori faticano ad essere finanziati perché troppo spesso, dopo percorsi di incubazione, mancano opportunità commerciali: non basta infatti che l'idea si concretizzi, prima che una startup possa camminare da sola servono capitali e – soprattutto – **un approdo concreto al mercato**. Sia all'interno di una grande azienda, sia *stand alone*. La formula ormai è abbastanza chiara: **bisogna portare le startup in un contesto internazionale e attrarre nel nostro Paese capitali stranieri**. Il problema è che dalla teoria alla pratica il passo è lungo.

È necessario **stimolare l'incontro** tra la domanda d'innovazione delle aziende già strutturate e l'offerta sempre più fiorente che sorge sul mercato italiano. Un lavoro in cui, noi di Cariplo Factory, crediamo particolarmente e che svolgiamo con l'obiettivo di aiutare le startup ad attraversare la "Death Valley" che le attende nella fase cruciale del go to market, prima di diventare vere e proprie imprese.

Certo, è un disegno ancora in via di definizione perché quella di Cariplo Factory è una storia giovane con appena tre anni di vita alle spalle, ma già – con l'approdo al CES di Las Vegas – si vedono i primi risultati di un modello innovativo. Quello di **Nuvap, startup che produce sistemi di monitoraggio dell'inquinamento indoor, coinvolta in un percorso di open innovation promosso con Generali Group e dedicato ai temi dell'Health & Wellness**, è un esempio calzante di come questo modello possa funzionare. Da questa collaborazione è nata Jeniot AirSafe, l'Innovativo dispositivo IoT dedicato alle famiglie per la protezione e prevenzione dei rischi domestici, che sarà presentato proprio a Las Vegas.

Un successo enorme per una piccola società come Nuvap, raggiunto perché sostenuto da un'idea vincente, ma che senza **il giusto approccio al mercato** avrebbe rischiato di naufragare. Un approccio promosso da Cariplo Factory attraverso un programma di contaminazione tra una startup italiana ad alto potenziale e una grande corporation. E

proprio dai bisogni di innovazione di Generali, siamo partiti per sviluppare questo progetto di open innovation. Il nostro sforzo, infatti, non si è limitato alla semplice ricerca di startup. Quella, paradossalmente, è la parte più semplice: le difficoltà iniziano appena dopo la selezione, perché è fondamentale capire in che modo e con quali obiettivi sviluppare la collaborazione con la startup.

Bisogna studiare **che tipo di innovazione serva realmente all'azienda** e come ottenere i migliori risultati. D'altra parte le collaborazioni che possono nascere tra startup e società mature sono le più variegate. Il compito di Cariplo Factory è accompagnare domanda e offerta lungo questo percorso cercando di collegare due mondi che faticano a parlarsi. Si può quasi dire che il nostro ruolo sia quello del **facilitatore culturale**: il mediatore tra la startup, con una bella idea, ma ancora tutta da costruire o consolidare, e la grande azienda che sente il bisogno di innovare, senza avere chiaro quale sia il modo migliore per farlo.

Si parte, dunque, dai bisogni dell'azienda e si portano le sue necessità sul mercato. Con l'obiettivo di superare la resistenza al cambiamento, quella paura del futuro che è una difesa della comfort zone e che, lentamente, logora le imprese e frena l'innovazione.

Insieme, invece, si può rischiare e vincere la partita della crescita. Perché con le giuste sinergie, l'Italia può sostenere le imprese innovative nella competizione internazionale.

Contatti Cariplo Factory:

Matteo Scarabelli
Chief Communications Officer
348.2545447
matteo.scarabelli@cariplofactory.it

Ufficio stampa Cariplo Factory:

ddl studio | cariplofactory@ddlstudio.net
Mara Linda Degiovanni | +39 349 6224812
Irene Longhin | +39 392 7816778
Elisa Giuliana | +39 338 6027361