

Comunicato stampa n. 124

SEMPRE NUOVO, SEMPRE MEGLIO, SEMPRE DIVERSO INNOVAZIONE A QUALE SCOPO?

“Innovazione è una delle parole più inflazionate nel lessico degli ultimi anni. Tutti ripetono: innovare processi, prodotti, organizzazioni. Ma non esiste un modello precostruito per farlo. Solo un confronto tra diverse realtà, tra chi l’innovazione l’ha fatta e la vive, può darci indicazione concreta su cosa e come possiamo innovare”. Bernard Scholz, presidente CdO, ha aperto con queste parole l’incontro del pomeriggio (ore 15.00) in sala Neri, sul tema “Sempre nuovo, sempre meglio, sempre diverso. Innovazione a quale scopo”. Convegno al quale hanno partecipato il direttore generale di Farindustria Enrica Giorgetti, il presidente Inps Antonio Mastrapasqua, il neo ad del gruppo Rcs Pietro Scott Jovane e l’ad di Sky Italia Andrea Zappia.

Nel settore del farmaco l’innovazione è asset strategico dell’impresa. “La farmaceutica italiana investe ogni anno in ricerca due miliardi di euro, ci lavorano 7mila ricercatori e il 60 per cento di loro sono donne. Il comparto è formato per il 40 per cento di aziende nazionali e per il 60 da multinazionali. Cifre che dicono quanto possiamo essere attrattivi per i capitali esteri e senza dimenticare che finanziamo il 90 per cento di questa attività, anche di quella che si svolge in università e pubblici”, ha spiegato Enrica Giorgetti. “La ricerca è però lunga, costosa e rischiosa. Possiamo spendere anche quindici anni alla ricerca di un nuovo farmaco e solo una volta finita la sperimentazione, nel momento della sua immissione sul mercato, sai se non ci saranno problemi. Il nostro Paese è il secondo produttore europeo di farmaci, ma avremo bisogno di un sistema di regole più veloce e efficiente, in grado di farci stare al passo con i tempi”. “Esiste una rete di tanti piccoli laboratori collegati in rete che lavorano sullo stesso progetto. I grandi istituti appartengono al passato, per questo dobbiamo essere rapidi e in grado di intercettare le migliori idee. È un settore dove occorre avere coraggio. Per innovare bisogna averlo. E il coraggio è caratteristica dei giovani”.

Antonio Mastrapasqua ha presentato un caso d’innovazione di successo in un gigante dell’apparato pubblico: l’Inps. Trentacinquemila dipendenti, un terzo di quelli dell’analogo ente tedesco e metà di quello francese, 800 miliardi di euro - il pil di tre piccoli stati Ue - il volume finanziario mosso ogni anno. “Sono un manager privato che lavora in un ente pubblico e cerco di rendere sempre più efficiente la mia azienda e migliori i suoi servizi. Quando lanciavi il programma di telematizzazione dell’istituto, fui accusato di essere temerario. Ma dal qualche giorno Inps è tutto su piattaforma digitale – ha illustrato Mastrapasqua – Prima una persona veniva tre volte di persona a uno sportello per aprire una pratica. Oggi lo si fa in un’unica soluzione. I certificati medici online hanno risparmiato montagne di carta e 250mila raccomandate spedite e pagate di tasca propria dai lavoratori ogni anno. Quello che non si capisce è perché di fronte a un’innovazione di questa portata ci si debba sempre scontare con le resistenze di pochi, siano essi politici o parti sociali”.

Il presidente dell’ente di previdenza non fa mancare gli esempi. “L’Inps ha assorbito l’Inpdap, ma quest’ultimo non ci invia ancora tutta la documentazione in forma telematica. Quello che è un obbligo per un privato, non viene percepito come tale dal pubblico”. E tiene a sottolineare come

Fondazione	Foundation	Stiftung	Fondation	Fundación
Meeting per l’amicizia fra i popoli Prefettura di Rimini Reg. Persone Giuridiche n. 186 P.Iva 01254380403	Meeting For Friendship Amongst Peoples Register of juridical personalities no. 186 VAT code 01254380403	Meeting für die Freundschaft unter den Völkern Register juristischer Personen Nr. 186 MwSt-Nr. 01254380403	Meeting pour l’amitié entre les peuples Inscrite au registre des personnes morales sous le n° 186 n° de TVA: 01254380403	Meeting para la amistad entre los pueblos Reg. Personas Jurídicas n. 186 C.I.F. 01254380403

questo processo d'innovazione fosse assolutamente necessario e mirato ad offrire un servizio migliore: "Oggi possiamo aprire una cassa integrazione in pochi giorni e informare subito il diretto interessato". Con un guadagno netto di trasparenza, tracciabilità e informazione.

A proposito di informazione, oggi alla guida di uno dei grandi gruppi editoriali italiani e internazionali, Rcs, c'è da pochi mesi un nuovo manager. Arriva proprio dal settore principe dell'innovazione l'ict: Pietro Scott Jovane. "È la prima volta che sono al Meeting e lo trovo un luogo di straordinaria energia. Un luogo dove si realizza un'idea. E l'innovazione è realizzazione di un'idea. A patto che sia realizzabile, sostenibile. Nel nostro Paese, alle volte, facciamo confusione tra la pratica del "brain storming" e quella dell'analisi di un'idea e lo scopo che deve avere. Se non le finalizziamo alla nostra missione non servono a nulla – ha detto Scott Jovane – Rcs per esempio deve vivere in equilibrio tra la sua tradizione e l'innovazione. C'è chi ama la carta e chi le nuove piattaforme e noi dobbiamo raggiungere tutte queste persone. L'innovazione ci consente di farlo se non è fine a se stessa. Rinnovare, cambiare è l'elemento che ci consente di entrare in contatto con una nuova realtà. Anche con l'infinito di cui parla il titolo del Meeting".

Infine, l'ad di Sky Italia Andrea Zappia, ha affrontato il caso di un'azienda che con il "sempre nuovo, sempre diverso" ha grande dimestichezza: "La scelta di cambiare per noi non è mai stata fine a se stessa. Il nostro obiettivo è offrire agli italiani una tv sempre migliore, dargli sempre più possibilità di scelta. Oggi si possono vedere contenuti video ovunque e su piattaforme diverse. Alle Olimpiadi avevo davanti uno schermo con dodici quadratini diversi, dove scegliere cosa seguire. E da un'innovazione non si può tornare indietro, per questo vogliamo avere ancora più canali e programmi. In pochi mesi, un milione di persone ci segue sui tablet e quattro accedono alla tv in HD. Il cambiamento non si può fermare, noi dobbiamo essere dei "fast follower", scoprire e seguire quanto di nuovo e bello fanno gli altri". La chiusura è sui giovani. "Non hanno certo l'orizzonte delle precedenti generazioni, ma hanno molti strumenti da utilizzare. C'è una frase bellissima di Barack Obama: "Noi siamo la gente di cui c'è bisogno". Dedicata ai ragazzi del Meeting.

(C.B.)

Rimini, 24 agosto 2012