L'indagine

Investire in startup innovative Cresce il venture capital

Crescono le imprese che investono in startup innovative: sono 329 quelle nel portafoglio di 7.635 investitori in Corporate Venture Capital (+2.504 imprese in due anni), ovvero il 24,3% di quelle iscritte al registro delle Imprese Innovative secondo i dati del Terzo Osservatorio promosso da Assolombarda, Italia Startup e Smau.

Il Corporate Venture Capital incide sul giro di affari complessivo delle startup innovative (pari a 1.2 miliardi di euro), per il 41%, cioè per 492 milioni di euro.

Una dinamica che non coinvolge più solamente le grandi imprese (408), ma anche le piccole (4.363) e medie (588) con tassi di crescita importanti. Nell'ultimo anno le piccole imprese che investono in startup registrano un +22%, +20% le medie imprese, +17% le grandi imprese.

«IMPRESE DIGITALI POSSIAMO FARCELA»

Gianluigi Viscardi presiede il Digital Innovation Hub di Confindustria «Le aziende italiane in fase di recupero, occorre dare loro orientamento»

MARILENA LUALDI

Tra le imprese c'è fermento per la rivoluzione 4.0. Ma non basta, perché oggi vanno orientate nella giungla di informazioni e chance, altrimenti si possono perdere. E molto di più bisogna puntare sul cuore dell'impresa digitale, la formazione, a partire da quella continua. Lo afferma Gianluigi Viscardi, presidente del Digital Innovation Hub Lombardia e Ceo della Cosberg: l'azienda da lui fondata 35 anni fa a Terno d'Isola, che studia, progetta e costruisce macchine e moduli per l'automazione dei processi di montaggio.

Presidente, lei guida appunto il Dih Lombardia di Confindustria e di recente ha anche partecipato alla World Manufacturing Forum a Cernobbio. Qual è la percezione dal vostro osservatorio sulla maturazione digitale, sulla consapevolezza delle aziende?

Come presidente del Digital Innovation Hub e anche del Cluster nazionale fabbrica intelligente, vedo che c'è un grande fermento a questo proposito. E ciò è positivo, riguarda le imprese, ma anche centri di ricerca e università: si sta lavorando per le nuove road map. Il problema che vedo è però un altro: c'è molta offerta e un imprenditore oggi si trova un po' spaesato. Come in ogni percorso che bisogna affrontare, alla base c'è la cultura.

Una nuova cultura, quella che serve per questa trasformazione?

Infatti. Anche l'imprenditore deve cambiare il modo di operare. Nel senso: una volta sapevo fare una cosa e andavo a venderla. Ora mi dice il mercato cosa vuole e io mi adeguo. C'è sempre più personalizzazione. E sempre più tecnologia: prima me ne compravo una e per 15 anni andavo avanti. Adesso se non la tengo aggiornata, già il giorno dopo invecchia.

Insomma, l'occasione può diventare anche un boomerang, se non si governa?

Con un'aggiunta: non posso dire che non lo faccio, questo cambiamento. Allora guardiamo le statistiche, visto che mi chiedevate della percezione. Si parla sempre della digitalizzazione in Italia in modo disastroso, eppure non è così. Le statistiche diffuse in quest'ottica sono vecchie, mentre se esamino dalla nostra indagine la valutazione da uno a cinque siamo a quota tre. Insomma, questo assessment voluto da Confindustria mette in luce la situazione. Lo facciamo gratuitamente, perché per me il Digital Innovation Hub è il medico di base per l'imprenditore.

Gianluigi Viscardi

Quindi a disposizione di tutti?

Sì. Poi andiamo dagli specialisti, dai competence center o centri di trasferimento tecnologico. Questa l'idea che stiamo portando avanti. Come Hub stiamo lavorando anche per le aziende non associate a Confindustria. C'è l'ascolto, poi mandiamo il report e ognuno ha l'idea di come dovrebbe muoversi nel suo settore, si trova un percorso su misura. Poi la fase due, appunto, di trasformazione con i competence center. E lo ribadiamo: non sono solo i macchinari, bensì la cultura intera da rivedere. Anche per un motivo molto concreto: se va via una figura con una competenza, non deve succedere che l'azienda si trovi in crisi. Tutto il know how e il suo valore devono diventare patrimonio dell'impresa. Questo è il passaggio fondamentale della digitalizzazione. Si parla tanti de macchinari nell'impresa 4.0, ma sono gli intangibili la chiave di questa trasformazione. L'imprenditore deve sapere dov'è questo valore nella sua azienda e comunicarlo. Altra tappa, rapportarsi con le banche...

C'è attenzione dal mondo del credito a questa trasformazione?

Sì, c'è grande apertura su questo, abbiamo fatto anche un accordo ad esempio con Ubi. Abbiamo preparato un progetto sperimentale che portiamo avanti con Bergamo. In particolare anche ritagliato sulle filiere. La valorizzazione degli intangibili porta comunque una visione che per me è centrale: non lavoriamo più come fabbrica, bensì come comunità.

Intangibili che cambiano velocemente, alla stregua dei macchinari?

Sì, anni fa mi servivano delle competenze che oggi non mi occorrerebbero più. Bisogna sederci a ridisegnare anche questo quadro con una visione a lungo termine, ma con una verifica annuale, sulla formazione. Non solo. Se cominciamo a inserire le tecnologie abilitanti, aiutano le persone anche poco preparate a essere importanti. Le faccio un esempio banale: se prendiamo lo smartphone, tutti lo sanno usare, indipendentemente dal ceto sociale o dalla scuola. Sono sistemi semplici da utilizzare. Così devono essere le nuove tecnologie, perché sia sempre più facile per le persone riconvertirsi nell'ottica della formazione continua.

Quest'ultima importante quanto, se non più della preparazione delle nuove figure?

Importantissima. Come le dicevo serve una cultura nuova. Si è sempre fatto così, espressione che non ha senso usare. Inoltre velocità e innovazione insieme sono caos: le piccole imprese, specialmente, devono imparare a gestire il caos.

Quando lei era a Cernobbio, il vicepremier Luigi Di Maio ha fatto sapere che la misura 4.0 sarebbe stata confermata, pur con qualche distinguo. Quanto è cruciale in questa trasformazione?

Guardi, cosa uscirà dalla manovra non so, se ne sente una ogni giorno. Ma le dico una cosa importantissima: non è solo il Governo che la deve confermare. Siamo anche noi imprenditori che dobbiamo credere in questa trasformazione. Come – lo ripeto- nella fabbrica in termini di comunità. Poi sa cosa serve più di tutto? Tagliate il cuneo fiscale. Il problema numero uno è rappresentato dai costi che abbiamo e quello che prendono effettivamente i dipendenti. Sugli ammortamenti, mi lasci dire poi una cosa: che senso ha che io debba mettervi dentro l'ipad di 500 euro, già vecchio dopo pochissimo? Con tutta la burocrazia che richiede.

In merito al cambiamento culturale: si parla tanto di tecnologia 4.0 e macchine, ma poi si rivendica l'importanza crescente dell'uomo. Servirà questo anche a fare più rete, più aggregazione nella filiera, operazione finora più difficile?

Importante è fare rete, ma ancora di più che noi imprenditori ci parliamo veramente e capiamo che il beneficio di uno è beneficio dell'altro. Parliamo molto di burocrazia nel quotidiano, ma ce n'è anche nei processi produttivi della filiera. Bene il contratto di rete, ma anche qui la cultura deve cambiare.

Anche la filiera dev'essere una comunità, vuol dire? Non solo formale?

Sì. E c'è un'altra cosa che mi preme. Ora si parla di welfare, la parola in inglese fa sentire tutto più importante. Ma del welfare ci siamo sempre occupati. Pensiamo a Crespi d'Adda: l'azienda dev'essere aperta la territorio. Parliamoci, lo ripeto. Facciamo tutti un piccolo passo indietro. E due passi avanti.

Anche industria 4.0 non è propriamente espressione italiana...

No, infatti andiamo a prenderla dalla Germania, quando da tempo noi già la praticavamo. Lei si figuri, il quattro è il numero della morte in Cina. Io la volevo chiamare Manifattura Italia. E parlare un linguaggio consono al nostro tipo di aziende. L'umanoide non interessa niente, solo piccoli esempi che fanno accendere lampadine nelle imprese.

Al Forum Ambrosetti c'erano imprenditori accorsi a incontrare l'umanoide giapponese e sono rimasti delusi dal fatto che non interagisse con l'uomo...

Certo. Vede quando ci si confronta su 4.0 nel modo giusto, magari all'inizio viene una persona e non sempre è il titolare. Ma quando dall'altra parte si capisce che non siamo lì a vendere, arriva tutto il management. E ci si confronta insieme. Il futuro non è l'umanoide, è l'intelligenza artificiale.

Il progetto

Antenne territoriali ed ecosistemi Così si capiscono i bisogni delle imprese

Il Digital Innovation Hub Lombardia è la realtà voluta da Confindustria regionale. Si fonda su vere e proprie antenne territoriali e poi ecosistemi, in modo da venire incontro ai bisogni delle imprese. Obiettivo, accompagnare e guidare nella trasformazione digitale, questo arruolando appunto cluster, istituzioni, centri di competenze e le Camere di commercio, nonché università e altri enti.

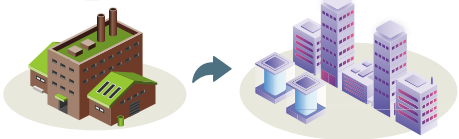
Quali sono i suoi compiti? Prima di tutto, fornire consapevolezza, autovalutazione e poi accompagnamento. Poi costruire un network specializzato di soggetti partner (inclusi istituzioni ed enti pubblici e privati e le società di servizi delle associazioni territoriali) che forniscono i servizi di tipo specialistico su Industria 4.0.

Ancora, il Dih guida le aziende verso il soggetto ritenuto partner più adatto che eroga servizi di tipo specialistico, anche a pagamento. Offre anche il proprio contributo alla formazione di alto livello e al passo con i tempi su Industria 4.0 di funzionari e imprenditori del sistema. Infine, sua finalità è pure promuovere la partecipazione a network, piattaforme e progetti di livello nazionale e internazionale per poter mettere a disposizione nuovi servizi.

L'innovazione made in Como

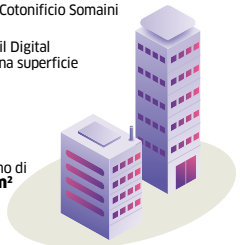
Dopo il completamento dei lavori del terzo lotto, la nuova area di **circa 7.000 m²** consentirà al Digital Innovation Hub a **Lomazzo** di ospitare **nuove aziende** e **start up** che intendono sviluppare a ComoNExT il proprio business e accelerare la trasformazione digitale.

Il nuovo lotto ospiterà uffici e laboratori all'interno di un ambiente 4.0 tra i più attrattivi in Italia, che unisce architettura industriale e infrastrutture altamente tecnologiche.

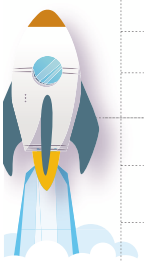


ComoNExT è frutto della riconversione dell'ottocentesco Cotonificio Somaini

- Con l'apertura del terzo lotto, il Digital Innovation Hub occupa oggi una superficie complessiva di **21.000 m²**
- sarà in grado di accogliere fino a **160 aziende**
- spazi che variano da un minimo di **35 m²** a un massimo di **200 m²**
- contesto moderno e dinamico



Nato nel 2010, oggi ComoNExT registra i seguenti numeri:



- **125** imprese insediate **1/3** Start Up
- **+ di 650** knowledge workers
- una superficie di circa **21.000 m²** per un totale di circa 130 spazi uffici e laboratori
- **60** postazioni di lavoro (co-working) dedicate alle startup
- una rete di **800** imprese collegate con università, centri di ricerca, banche, fondi di investimento
- oltre **10 milioni di euro** erogati a favore delle imprese ospiti attraverso progetti finanziati o capitali di rischio
- un dimostratore di **industria 4.0** in fase di realizzazione
- numerosi **progetti di innovazione** in corso che coinvolgono le imprese ospitate

VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfU2VzYWFlIyMjZDRmMDg3ZGQtYTgwMi00YjMyLWJlNzgtYmE4Y2M2ZjExYjc1IyMjMjAxOC0xMC0yOVQwOTowNTozNSMjI1ZFUg==