



Giovani, innovazione e i veri bisogni del mercato

| 20/MAR/2015

Avere una buona idea, inventare una tecnologia non basta, bisogna conoscere il mercato e capire quali sono i suoi bisogni reali. È questo il vero significato di innovazione? Ne parliamo con Andrea Bruno Granelli, Founder di [Kanso](#).

Andrea Bruno Granelli si occupa da tempo di **processi di innovazione**, change management e **startup**, è un attento osservatore dei bisogni della società e un profondo conoscitore delle dinamiche di mercato, e ha una suo punto di vista preciso sul [significato di innovazione](#).

*I giovani che affrontano oggi il mercato del lavoro devono tornare a una **tecnologia come strumento e non come fine**. Non basta ideare e sviluppare un'app, un prodotto o un servizio, se prima non si studiano i bisogni reali del mercato e non si progetta come soddisfarli al meglio.* Ha raccontato Granelli ad Andrea Genovese, project leader di Wind Business Factor.

Il suggerimento di Granelli per tutti i giovani che vogliono investire in progetti innovativi è, quindi, di **osservare il mercato** e capire quali sono i suoi bisogni. Solo a quel punto è possibile individuare quale tecnologia può soddisfarli al meglio.

Bisogna avere un approccio **market driven**, basato sulla ricerca e sulla definizione delle specificità dei mercati di approvvigionamento e dei bisogni dei clienti.

*Ho l'impressione che nel mondo degli **startupper** e dei **makers**, soprattutto in Italia, l'approccio sia inverso: prima si pensa all'invenzione, alla tecnologia, più innovativa, poi si cercano i possibili utilizzi e mercati.*

Ribaltare questa tendenza, e **fare davvero innovazione**, significa partire dallo studio della società, delle abitudini e degli stili di vita delle persone, significa informarsi, osservare i trend di mercato e porsi domande. Granelli parla di "**processo abduittivo**", quello che Steve Jobs definiva "*connecting the docks*", collegare i puntini.

E i soldi? Sono un falso problema?

I soldi non sono un problema e spesso arrivano anche dall'estero. La verità è che se le idee non sono consistenti, se non si parte dalle domande base, dai bisogni e dai mercati competitivi, cade anche il valore dell'investimento.

Che ruolo hanno o dovrebbero avere le grandi aziende?

Per questo vale la pena coinvolgere le grandi aziende, che, da un lato, possono condividere con innovatori e aspiranti imprenditori i grandi trend del mercato pensiamo ad esempio ai temi del welfare, dell'alimentazione, etc., dall'altro possono diventare quelli che l'Europa chiama i **Living Labs**, cioè luoghi di sperimentazione e di test di prodotto.

Supportare i giovani che vogliono fare innovazione per Andrea Bruno Granelli significa aiutarli a comprendere davvero il mercato e offrirgli occasioni per sperimentare in modo guidato, provare e testare i prodotti. In questo le grandi aziende possono giocare un ruolo decisivo