

# INNOV'AZIONE™

IDEE + RETI + BUSINESS

PUBBLICAZIONE A CURA DEL  
POLO TECNOLOGICO  
DI NAVACCHIO

n.012

## LA NUOVA ITALIA

sfide e scenari per il lavoro e l'impresa

## IMPRENDITORI E INVESTITORI

strumenti e strategie per gestire i finanziamenti

### Pier 38

il molo dove approdano le idee

### Marche

l'urgenza di accelerare lo sviluppo

### Brasile

il modello di Navacchio in verde-oro

# Il Polo Tecnologico di Navacchio cresce ancora

Progetto V° Lotto

Forma e contenuto si fondono nella prospettiva dell'innovazione tecnologica e della competitività

- Nel cuore della Toscana
- Moduli base aggregabili senza limite
- Ingresso e servizi autonomi
- Diretta relazione tra gli edifici per stimolare la collaborazione e l'interazione tra le aziende
- Risparmio energetico
- Utilizzo dei materiali eco-compatibili

Ufficio vendite: Polo Navacchio SpA  
tel: 050 754130 - [info@polotecnologico.it](mailto:info@polotecnologico.it)  
[www.polotecnologico.it](http://www.polotecnologico.it)



**POLO TECNOLOGICO**

mario cucinella architects

**MC A**

# Innovazione, cultura artigiana e territorio

di Andrea Granelli,  
presidente di Kanso

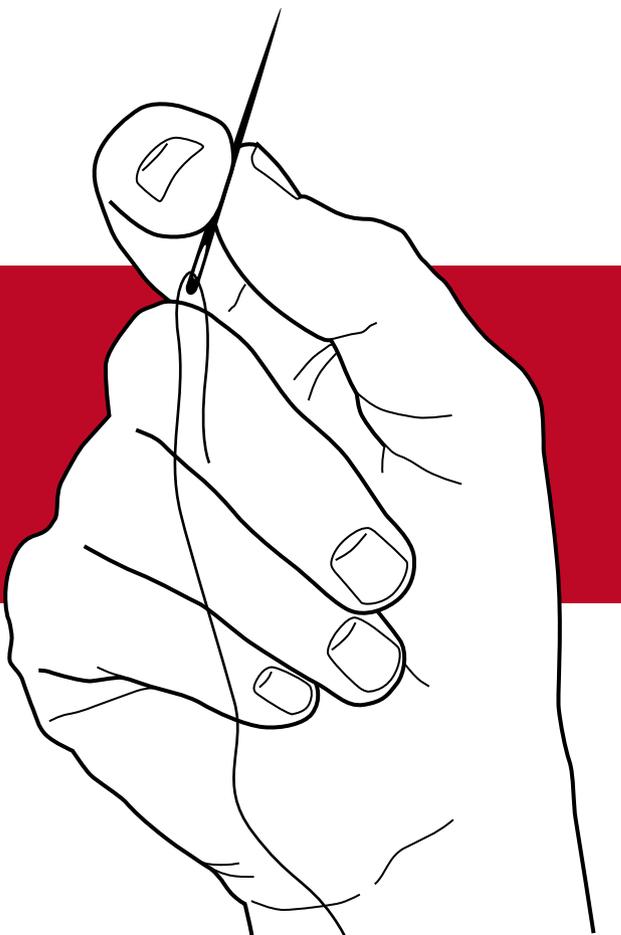
**I**l mestiere dell'artigiano sta riacquisendo nel pensiero contemporaneo una nuova centralità. Le motivazioni sono molte e certamente legate alla numerosità degli artigiani e alla loro tenuta economica. Anche la recente approvazione a livello europeo del cosiddetto Small Business Act che dà priorità alle piccole imprese nella politica economica europea ribadisce questa loro centralità.

Ma forse la motivazione più profonda è il suo essere non solo pre-industriale ma soprattutto e intimamente post-industriale. "Dopo l'avvento della civiltà industriale, il lavoro è diventato un'operazione a senso unico, nella quale l'uomo modella una materia inerte e

le impone sovranamente le forme che le convengono", così nel lontano 1986 Claude Lévi-Strauss denunciava la deriva del lavoro industriale. L'artigiano, caratterizzabile in prima istanza con il lavoro manuale, usa infatti un approccio diverso: sa di dover costruire con la materia un rapporto di seduzione dimostrando una familiarità ancestrale fatta di conoscenze e abilità manuali ma anche di rispetto per il contesto.

Il suo fine non si esaurisce nella funzione che svolge e da cui trae sussistenza e prestigio, ma si lega a un'altra caratteristica fondativa della cultura artigiana: la maestria. La maestria rimanda a un impulso umano primordiale: il desiderio di svolgere bene un lavoro per se stesso, la passione e la cura per quello che si fa, la cosiddetta *craftsmanship*. "Good enough is not enough" usava affermare il famoso pubblicitario americano Jay Chiat.

Anche il ritorno della centralità del territorio nella produzione di ricchezza e nella creazione di vantaggi competitivi (e cioè sostenibili nel tempo) gioca un ruolo importante nella rinnovata attenzione per il mondo artigiano. Non il territorio in senso generico ma quello caratterizzato da specificità e unicità (legate dunque a una sedimentazione storica dell'attività plasmatrice dell'uomo) riconosciute per il loro valore non solo da chi vi abita; gli antichi direbbero quei territori abitati da un *genius loci*, da uno spirito del luogo; e quindi le città d'arte. Oltretutto nelle città vive ormai il 50 per cento della popolazione mondiale e si prevede che nel 2030 tale quota salirà al 75 per cento. Infine nei centri urbani, che occupano poco più del due per cento della superficie terrestre, viene consumato circa il 90 per cento delle risorse prodotte nel mondo, ma viene anche prodotto anche più del 50 per cento del Prodotto Interno Lordo mondiale, percentuale che cresce ulteriormente nel caso dei Paesi più sviluppati. Ed è questa dimensione della città produttiva che vede nel mestiere dell'artigiano uno degli esponenti più tipici. In questo contesto l'innovazione per il settore artigiano diventa un imperativo categorico, soprattutto



## Nuovi materiali e tecnologie digitali sono i filoni principali per sviluppare il processo di rinnovamento delle piccole imprese

in tempi di crisi dove si devono cercare nuovi mercati o modi diversi per soddisfare le esigenze degli stessi clienti. Purtroppo la parola innovazione è di moda e il suo significato è stato consumato dal troppo utilizzo, svuotato dal suo senso profondo. Spesso è scandito da stereotipi come "bisogna essere grandi per innovare", oppure che l'artigiano "si occupa solo di tradizione", o che la sua innovazione è orgogliosamente "senza ricerca". Questi luoghi comuni vanno eliminati e sostituiti con una via artigiana all'innovazione capace di adattarsi al contesto italiano.

Questa via deve dare indicazioni di intervento, priorità su cui concentrare gli sforzi e il suo fondamento parte dalla cultura artigiana legata ai luoghi, intrinsecamente ecologica, "ossessionata" dalla personalizzazione e dalla caratterizzazione identitaria che deriva dalla tradizione ma dialoga con le nuove tecnologie e le nuove metodologie di progettazione.

L'artigiano sta oggi rivedendo il suo rapporto con la tradizione e l'innovazione. Egli è, soprattutto nel caso dell'artigianato artistico, certamente il depositario di una tradizione, ma il suo mestiere nasce con una novità tecnica, l'utensile, ed è intrinsecamente creativo: trasformare la materia inerte in un artefatto, utile, bello e dai significati profondi. Spesso egli sperimenta nuovi materiali, li domina e li riconfigura facendoli diventare oggetti quotidiani ma dalla significativa dimensione estetica e affettiva. Egli gioca pertanto non solo con la dimensione fisica ma anche con quella simbolica.

D'altra parte la maestria non dipende solo dalla manualità ma richiede molta conoscenza (oltre a molto allenamento); è quindi intimamente *knowledge intensive* e, se misurassimo l'attività neuronale legata al lavoro di un artigiano si evidenzerebbe un grande flusso informativo. Questa conoscenza è però spesso tacita, e cioè non facilmente codificabile, e per questo da molti non considerata vera conoscenza. Comunque sia, anche in italiano "afferrare una cosa" indica sia la presa della mano che la comprensione del cervello.

Andrea Granelli  
**Artigiani del digitale**



**Come creare valore con le nuove tecnologie**  
Prefazione di Patrizia Grieco e un dialogo con Giulio Sapelli

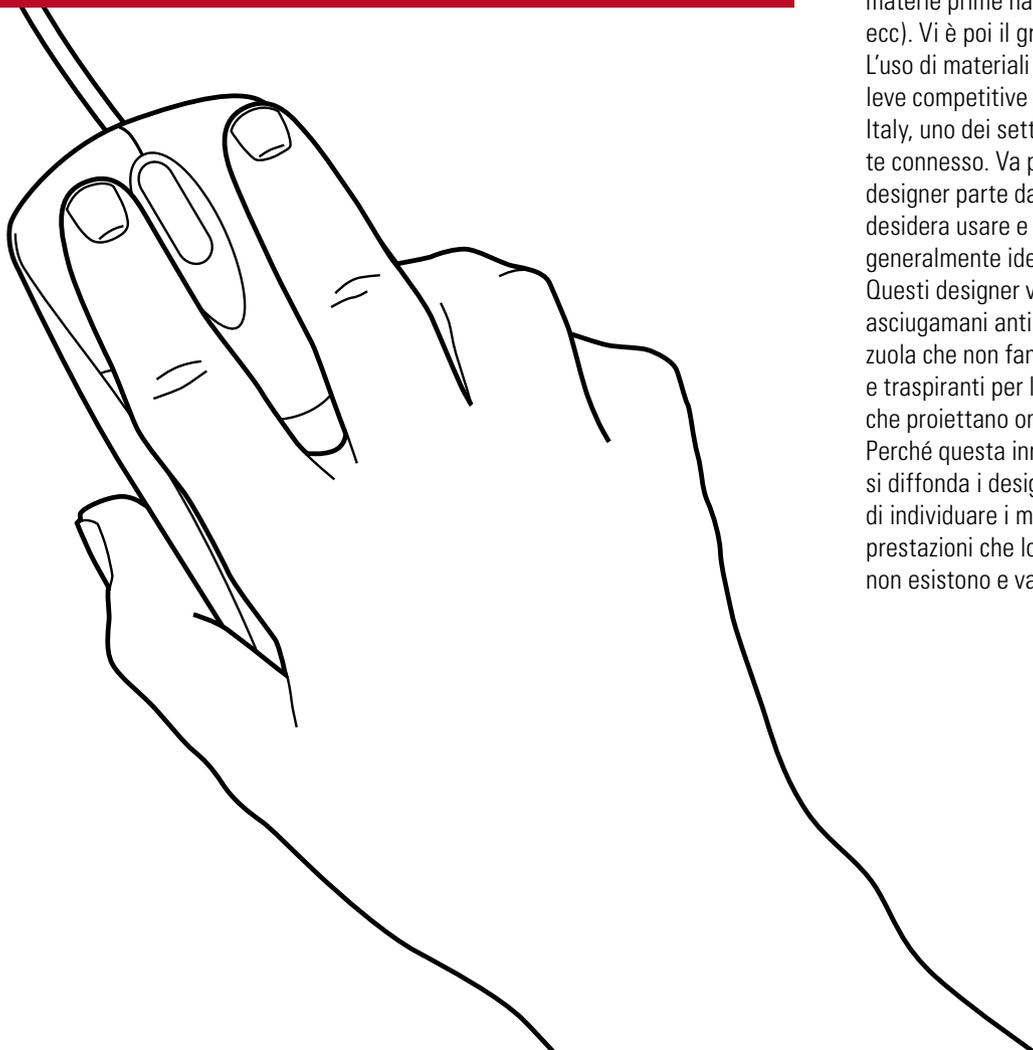
Anche per questo motivo oggi la cultura artigiana si espande nelle frontiere dell'immateriale, fatto che può sembrare in prima battuta quasi contraddittorio. A ben guardare, nella bottega artigiana si sono sempre fuse produzione, ricerca e formazione. Il suo prototipo è stato la bottega del Verrocchio, luogo emblematico della collaborazione, dove cioè gli allievi acquisivano la maestria sul campo e diventavano a loro volta maestri. Il Vasari, usando l'espressione "andare a bottega", indicava il tirocinio che l'apprendista compiva alla scuola del maestro, ma anche il legame che univa maestro e apprendista. Ciò ha consentito una interazione naturale fra arte, tecnologia e sapere artigiano facendo nascere straordinari e innovativi prodotti artistici.

Infatti l'innovazione non va trasferita ma 'comunicata' e 'con-divisa' e per rafforzare questo processo al di fuori della bottega, vanno creati dei servizi permanenti di tipo *infomediary* che orientino la propria attività verso la raccolta e la diffusione di opportunità di innovazione con impatto sul business, focalizzando lo sforzo sull'efficacia della comunicazione per stimolare l'interesse e il *follow up* con prodotti editoriali diversificati in funzione delle caratteristiche delle imprese destinatarie. Quindi meno trasferimento monodirezionale di tecnologie e più *coaching* e 'costruzione' di opportunità di business grazie alle nuove tecnologie.

Vi sono in particolare due grandi filoni d'innovazione per il mondo artigiano: i nuovi materiali e il digitale. Il tema dei nuovi materiali (anche nano tecnologici) è uno dei temi più caldi. Data la loro straordinaria diversità, non è pensabile che esistano laboratori in grado di coprire tutte le declinazioni dei materiali innovativi. Anche le materoteche esistenti non soddisfano tutte le esigenze di innovazione che i materiali potrebbero innescare. Vi sono materiali tra loro chimicamente differenti, calcestruzzi innovativi, schiume metalliche (basso peso specifico, efficiente dissipazione energetica ed elevata resistenza agli urti) e naturalmente materiali naturali (biodegradabili, compostabili, aromatizzati, riciclabili, biocompatibili, ottenuti da materie prime naturali quali patata, amido di mais ecc). Vi è poi il grande filone dei riciclabili.

L'uso di materiali innovativi è certamente una delle leve competitive per rilanciare il settore del made in Italy, uno dei settori a cui l'artigianato è più fortemente connesso. Va però tenuto presente che spesso il designer parte dall'intuizione di una prestazione, che desidera usare e a cui vorrebbe dare forma ma non ha generalmente idea se esista o meno tale materiale. Questi designer vorrebbero per esempio progettare asciugamani antibatterici, tende scaccia zanzare, lenzuola che non fanno sudare, imbottiture ultraleggere e traspiranti per le poltrone da aereo oppure lampade che proiettano ombre.

Perché questa innovazione di prodotto sia possibile e si diffonda i designer hanno bisogno di luoghi capaci di individuare i materiali in grado di fornire quelle prestazioni che loro hanno immaginato (che talvolta non esistono e vanno dunque progettati).



L'altro filone di innovazione si collega a uno dei mali tecnologici dell'Italia: la scarsissima penetrazione del digitale fra le piccole e piccolissime aziende. L'offerta digitale è spesso concepita per aziende medio-grandi e adattata alle piccole realtà, forzando l'utilizzatore ad apprendere linguaggi e schemi di lavoro che non gli sono propri. Vi è quindi una grande opportunità nel creare nuovi intermediari dell'innovazione digitale che presidino tecnologicamente e culturalmente specifiche aree di mercato. Trasformare un fatto tecnico (l'invenzione di una nuova funzionalità) in innovazione richiede una trasformazione culturale dell'utilizzatore. E quanto più l'invenzione è rivoluzionaria tanto più la mediazione culturale è necessaria. Nel caso delle piccole e medie imprese questa funzione, come la storia dell'informatizzazione del nostro Paese ci ha dimostrato, non può essere svolta dalle aziende fornitrici di tecnologie, a cui mancano sia le competenze formative sia il tempo (e le risorse finanziarie). Oltretutto lo stesso sviluppo di soluzioni digitali (software, contenuti digitali, ambienti digitali ecc...) è una attività non industriale ma artigiana: si pensi

per esempio all'importanza della manutenzione nel software, attività (la riparazione) intimamente legata alla cultura artigiana o allo scarso significato della produttività quando applicata al software (concetti sviluppati in un mio recente libro: *Artigiani del digitale. Come creare valore con le nuove tecnologie*, Luca Sossella Editore, Roma, 2010).

Ma tornando alla bottega è anche vetrina, spazio commerciale, luogo di dialogo con il committente consumatore. Anche per questo motivo è nata Rete imprese Italia, una Fondazione recentemente costituita dove le associazioni artigiane dialogano con quelle del commercio per definire un approccio unitario e convergente per queste due fondamentali dimensioni dell'economia italiana. Il loro essere intimamente collegate alla storia dei luoghi ne fa una dimensione inscindibile dal paesaggio urbano italiano. Le botteghe esprimono quindi anche un potenziale turistico straordinario che richiede però una maggiore esplicitazione e pianificazione e anche un aiuto perché quando "quando si spegne un'insegna, si oscura una via e muore un pezzo di città". ■

# TESTA E CUORE



## IN PROVINCIA DI PISA

è sempre **SERENO COSTANTE** con BCC Fornacette, perché lavoriamo con la testa e con il cuore per stare sempre vicino a te, alla tua famiglia e alla tua impresa; vivendo ed interagendo con il territorio e individuando le soluzioni di volta in volta più adatte affinché nella nostra provincia possa splendere sempre il sereno. Affidati anche tu a BCC Fornacette, **la banca con la testa e il cuore.**



**BANCA  
DI CREDITO COOPERATIVO  
DI FORNACETTE**

[www.bccfornacette.it](http://www.bccfornacette.it)

# IL NETWORK DEI PARCHI SCIENTIFICI E TECNOLOGICI ITALIANI

**14**

INCUBATORI SUPPORTANO LA NASCITA E LO SVILUPPO DI NUOVE IMPRESE

**31**

PARCHI ASSOCIATI IN TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE

**150**

CENTRI DI RICERCA PUBBLICO/PRIVATI

**510**

AZIENDE HI-TECH INSEDIATE DI CUI 140 INCUBATE

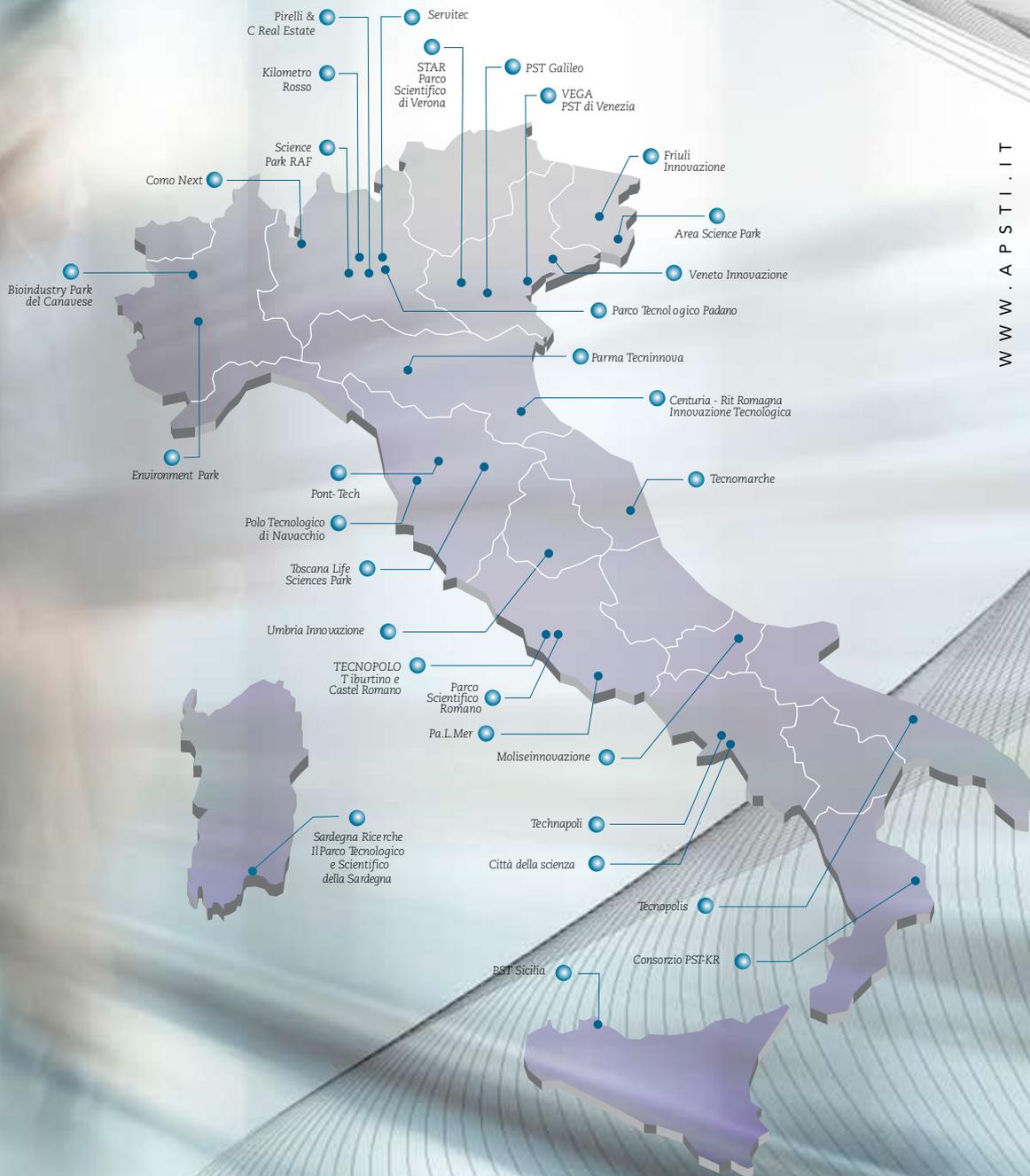
**2.500**

AZIENDE USUFRUISCONO DEI SERVIZI DEI PST

**13.000**

OCCUPATI AD ELEVATA SPECIALIZZAZIONE TECNOLOGICA

**Un contributo concreto per la filiera dell'innovazione**



WWW.APSTI.IT

**APSTI - Associazione dei Parchi Scientifici e Tecnologici italiani, il network nazionale al quale aderiscono la quasi totalità dei PST italiani, per sostenere lo sviluppo economico attraverso l'innovazione.**

APSTI opera per valorizzare il notevole patrimonio di competenze scientifiche, tecnologiche ed organizzative presenti nei Parchi, perché possa divenire il contenuto condiviso ed utilizzato dalla rete. La rete si consolida e si qualifica attraverso il lavoro di commissioni, composte da esperti dei Parchi, che lavorano su tematiche settoriali e generali per promuovere in modo sistematico gli strumenti le politiche di sostegno e qualificazione delle attività per lo sviluppo dei sistemi di impresa hi-tech e per stimolare e sostenere l'evoluzione innovativa dei settori produttivi di valenza strategica che, insieme, possano garantire una nuova competitività del sistema economico nazionale.