Vent'anni possono bastare per far sbocciare una start-up

All'Università di Torino l'edizione 2017-2018 del "Creation Lab"

INNOVAZIONE

FABRIZIO ASSANDRI

Chi ha competenze in eccesso è pari a un significativo 11,7%, mentre i sovra-qualificati sono addirittura il 18%: numeri che dimostrano come in Italia continui a restare bassa la domanda di sapere tecnico-scientifico da parte delle aziende. È questa una delle allarmanti analisi dell'ultimo rapporto Ocse. Una debolezza del sistema-Paese che, tuttavia, può ribaltarsi. Da ostacolo a sprone.

«Se il mercato non richiede conoscenze avanzate e innovative, allora può diventare un'opportunità lavorare sulle proprie idee e diventare imprenditori da sé»: ecco l'idea alla base dello «Startup Creation Lab», il progetto di accelerazione di idee d'impresa che all'Università di Torino cresce anno dopo anno. Insegna agli studenti a dare vita a una start-up e premia i progetti più promettenti con forme di «tutoring» da parte di imprenditori, investitori ed esperti, con la possibilità di partecipare a competizioni internazionali, per esempio in Francia, oggi uno dei Paesi europei più avanzati nel settore dell'innovazione.

Il tratto distintivo - e originale - del «Creation Lab» è questo: formare alle start-up i giovanissimi, i ventenni, mentre adesso chi ha idee innovative di solito accede ai percorsi di «incubazione» solo dopo la laurea e, a volte, anni dopo l'ingresso nel mercato del lavoro. «Questo approccio dovrebbe diventare una materia d'insegnamento obbligatoria», dice Dario Peirone, docente del dipartimento di Economia e Statistica e promotore dell'iniziativa. Alla quale, dal lancio nel 2013, hanno partecipato più di 400 studenti dei più diversi corsi di laurea: si tratta di un altro punto di forza, visto che i team di creativi reclutano non solo «sviluppatori» e specialisti di business, ma futuri medici, psicologi, ingegneri e perfino filosofi.

Un modello, quello della nascita delle start-up in connessione con le università, che ha già dato significativi risultati all'estero, in Francia come a Berlino, a Londra e in Canada, per non parlare dell'esempio degli esempi, la Silicon Valley. Spesso sono gli atenei stessi, e non le aziende, a creare brevetti e a investire nel trasferimento tecnologico. Il «Creation Lab» parte quindi da lì, «allo scopo di formare i giovani con le tecnologie digitali, l'uso dell'inglese nelle presentazioni, l'incontro con imprenditori e investitori», sottolinea Peirone, che cita la ricerca di University2Business: se gli universitari italiani tendono ad avere un approccio passivo all'innovazione, il 30% ha frequentato un corso sulla creazione di una nuova azienda. Uno scenario di luci e ombre, quindi, non dissimile da quello più generale dell'innovazione «made in Italy».

Non è un caso che l'iniziativa nasca a Torino, che con le sue 285 start-up è terza in Italia, dopo Milano e Roma, e che sta creando un ecosistema attivo proprio sull'imprenditorialità innovativa. Il dinamismo è dimostrato dalla partecipazione allo «Startup Creation Lab», in qualità di «mentors», di numerose eccellenze del territorio: il prestigioso collegio universitario Einaudi e Unicredit StartLab sono partner consolidati, mentre imprese leader del settore digitale come Machiavelli Music ed esperti come Carlo Boccazzi Varotto (ideatore del Faber meeting) danno un contributo importante per seguire i ragazzi che «costruiscono» le loro idee. E il presidente di IStarter, Nicola Garelli (uno dei più importanti network di investitori con sede a Londra e Torino), ha deciso di dedicare una giornata ad ascoltare i progetti degli studenti, regalando feedback preziosi. Tutti hanno apprezzato l'impegno dei ragazzi e la visione internazionale del «Lab».

Ecco perché l'edizione del laboratorio 2017-2018 - che anche quest'anno sarà in media partnership con «La Stampa» - punterà sui legami con altri Paesi, partendo da relazioni consolidate come quelle con l'ambasciata di Francia, il consolato britannico di Milano e l'International University of Monaco. Scopo - spiega Peirone - «è interfacciarsi con un mercato sempre più ampio e aperto». E intanto due dei progetti premiati nella scorsa edizione fanno strada. Uno è Pharmercure, che si occupa della consegna a domicilio dei farmaci: a metà tra Amazon e le app del cibo, è partita con uno spot che assoldava la nonna di uno degli studenti come testimonial e un test ad Asti. «Siamo operativi in tre farmacie e il nostro corriere ha già fatto oltre 100 consegne», spiega uno degli ideatori, Thomas Pullin. Il suo team si è fatto conoscere al Forum della sanità» di Firenze e alla Notte dei Ricercatori di Torino. Ma il vero salto è stato l'ingresso nell'incubatore dell'Università di Torino: ora il gruppo è in attesa di sapere se il «business plan» sarà accettato. «Stiamo per lanciare la nuova app ed entro pochi mesi copriremo l'intera Torino».

L'altra start-up è Biplode, «vetrina» online per designer: gli oggetti selezionati da una community verranno stampati in 3D e in ecoplastica. «Stiamo per andare in "beta test", aprendo il sito», spiega Julio Tapa Montanez. Il suo gruppo ha vinto la partecipazione al centro di innovazione nell'ex fabbrica Incet di Torino a un «laboratorio di contaminazione», con sviluppatori e analisti. «Ci è stato utile per capire il mercato e le tecnologie a cui ricorrere». Prossimo passo sarà la partecipazione, su invito dell'ambasciata di Francia, a una competizione per start-up organizzata oltralpe. Ora si aspettano nuove idee e nuovi cervelli: si partirà a novembre.

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Dario Peirone Economista

RUOLO: È RICERCATORE AL DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E STATISTICA DELL'UNIVERSITÀ DI TORINO

La start-up Biplode
Da sinistra: Julio Montanez, Fadwa Belasri, Xhenisa Sina e Federico Scognamiglio

La start-up Pharmecure
Da sinistra: Maurizio Campia, Sara Solaro, Thomas Pullin, Edoardo Marchetti, Manuel Balma e Federico Mecca

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.