

Modello Bologna per nuove imprese

di Max Bergami

Poco fuori dalle mura della Bologna medioevale, in un fazzoletto di terra più piccolo del suo centro storico, sorgono la Fondazione Mast, l'Opificio Golinelli e la Fondazione Ducati. A pochi chilometri di distanza, il Gelato Museum Carpigiani e il Museo Lamborghini. In questi giorni è stata presentata la Fondazione fashion research Italy e il Barcamper garage, mentre si attende l'apertura di Eatalyworld (F.L.Co.) e dei suoi laboratori didattici. Sono tutte iniziative che, per quanto diverse per scala e identità, condividono due cromosomi: la finalità di motivare i giovani verso l'innovazione e la discendenza da imprenditori e imprese.

La città è impegnata da tempo nella formazione all'imprenditorialità (la StartCup è nata qui nel 2000), con iniziative promosse da Università, Regione, Comune, Unindustria, associazioni e imprese cooperative, fondazioni bancarie e molte altre istituzioni e associazioni che elencare sarebbe impossibile. I progetti non si contano: Tim working capital, le iniziative di Aster, gli Spinner points, il Museo del patrimonio industriale, i parchi scientifici tecnologici,

R2B (la fiera sulla ricerca industriale e l'innovazione), gli incontri dell'Istituto italiano di imprenditorialità, le attività formative della Bologna business school, il grande sforzo della Regione sull'innovazione e sulla formazione tecnica, solo per citarne alcuni.

Tuttavia quello che colpisce in questo momento è la nuova ondata di iniziative nate spontaneamente per promuovere istituzioni stabili e proiettate nel futuro, dedicate ai giovani e aperte a progetti collaborativi. La Fondazione Mast ha creato un Nido scuola che si occupa di liberare la creatività dei bambini fin da piccolissimi, uno spazio espositivo interattivo sull'innovazione, con un'Academy che offre agli studenti esperienze formative anche con il coinvolgimento dei manager di Coesia: per tutto il mese di ottobre organizza la biennale Foto/Industria, dove fotografi internazionali espongono presso alcune delle principali istituzioni culturali della città, per sviluppare un dialogo sull'importanza della cultura produttiva, nella convinzione che anche le immagini possono stimolare la motivazione. La Fondazione Golinelli, impegnata da molti anni a semi-

nare e coltivare nei giovani la passione per la scienza, ha appena inaugurato il nuovo Opificio dove trovano ospitalità le attività rivolte ai giovani di varie fasce di età, focalizzate sulla scienza e sulle implicazioni imprenditoriali della scienza.

Il progetto di sostegno finanziario dell'Opificio è stato denominato Opus 2065, per non lasciare dubbi sull'orizzonte temporale dell'impegno a sostenere questi progetti.

In un capoluogo di regione che sta vivendo una nuova pri-

LAMOBILITAZIONE

Tra Università, Regione, Comune, associazioni di imprese e coop, fondazioni bancarie impegno comune nella promozione di attività

mavera, anche in considerazione dei recenti investimenti industriali internazionali e della vivacità del territorio urbano, ci si può chiedere se a queste iniziative corrispondano risultati concreti. Anche se i dati sono spesso interpretabili in modi diversi, la città metropolitana non è al primo posto per nu-

mero assoluto di nuove imprese. Se però andiamo a vedere il numero di start-up innovative rispetto alla popolazione, Bologna è al secondo posto dopo Milano (dati Infocamer 2015, Ancitel 2015), al terzo posto per imprese nate dalla ricerca (dati progetto Taste Università di Bologna, 2015) e al primo per numero di brevetti per abitante (Eurostat 2012).

Tutti auspichiamo una rapida ripresa della crescita economica, ma per avere una nuova ondata di imprenditorialità che possa assicurare un futuro alle giovani generazioni, è necessario guardare avanti e collegare cultura, formazione, ricerca, attività produttive e interventi pubblici. Queste nuove iniziative, oltre a generare entusiasmo e spirito di emulazione, possono realmente incidere sulla motivazione dei giovani verso l'innovazione, a condizione che collaborino e diano agli studenti un ruolo da veri protagonisti. Bologna certamente non ha trovato la formula magica o il modello perfetto, ma almeno ci prova.

*Professore e Dean,
Bologna Business School*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

