



CITTA' DI CASTELLANZA

SETTORE COMUNICAZIONE / INFORMAZIONE / INNOVAZIONE

SERVIZIO INNOVAZIONE E SPONSOR

Ufficio Relazioni con il Pubblico

RASSEGNA STAMPA DEL 28/06/2016

Articoli pubblicati dal 25/06/2016 al 28/06/2016

"A DISPOSIZIONE PER FAR RIPARTIRE LA CITTÀ"

Debutto / Cerini emozionata. Presidente Davide Mazza

«A disposizione di tutti per far ripartire la città»

DEBUTTO Cerini emozionata. Presidente Davide Mazza

CASTELLANZA - La vittoria dell'Italia contro la Spagna agli Europei è entrata prepotentemente nel primo Consiglio comunale dell'era Cerini. «Mi aspettavo che il nuovo sindaco si presentasse con la fascia tricolore», ha scherzato il consigliere **Luigi Croci** all'inizio della seduta di ieri sera, strappando l'applauso del pubblico. Ci sono voluti pochi minuti perché **Mirella Cerini**, elegantissima in un abito "optical" stile anni Settanta bianco e nero, indossasse la fascia tradendo l'emozione: «Giuro fedeltà alla Costituzione italiana», ha proferito di fronte ai numerosi cittadini che gremivano la sala dell'ex caffetteria della Liuc. E già uno scrisciante applauso. Queste le sue prime parole: «Io e i miei assessori saremo a disposizione di tutti i cittadini, anche di chi non ci ha votato, perché sentiamo la responsabilità dell'amministrare con spirito di servi-

zio, lasciando da parte il proprio tornaconto. Mi auguro che con l'ascolto e il contributo di tutti faremo ripartire Castellanza». Ciò in sintonia con quanto auspicato da un cittadino attraverso una lettera consegnata alla neoeletta: «Vorrei un sindaco tra le persone e con le persone - si legge - che si faccia vedere tra la gente camminando per le strade e nella città». Ecco la squadra di Mirella Cerini: vice sindaco è stata nominata **Cristina Bordoni**, che seguirà le Politiche sociali; il nuovo assessore alla Cultura è **Gianni Bettoni**, che si occuperà anche dei servizi Informalavoro; a **Claudio Caldiroli** è stato affidato il settore Economico- Finanziario; **Giuliano Vialetto** ha ricevuto le deleghe a Polizia locale e Manutenzioni delle opere pubbliche. Il sindaco ha avvocato a sé diversi ambiti amministrativi: Affari generali, Comunicazione, Informazione e Innova-

zione, Servizi demografici, Istruzione e Sport, Governo del territorio e Lavori pubblici.

Presidente del consiglio comunale, confermando le indiscrezioni, è il giovane **Davide Mazza**: «Farò del mio meglio per adempiere al mio ruolo - ha dichiarato - Mi auguro che la partecipazione dei cittadini presenti stasera, che dimostra una grande aspettativa, ci sarà sempre». Non sono mancate le prime tensioni con le minoranze, che hanno messo in evidenza diversi aspetti: l'effettiva rappresentatività della nuova amministrazione in termini numerici, l'importanza di convocare consigli comunali aperti, la necessità di recuperare il Bosco Cantoni invaso dai rom, presunti conflitti d'interesse in giunta, la modifica dell'ex Montedison. Tutte questioni che saranno sviscerare da oggi.

Stefano Di Maria



Debutto davanti a tantissimi cittadini nella sede Liuc per il sindaco Mirella Cerini, giunta e Consiglio (foto Biliz)



pubblicato il 28/06/2016 a pag. 31; autore: Stefano Di Maria

TRENO NON SI FERMA PERDE GIORNO DI LAVORO

Treno non si ferma Perde giorno di ferie

CASTELLANZA - (s.d.m.) «Va bene automatizzare completamente lo scalo ferroviario, ma è inaccettabile che i treni non si fermino all'orario stabilito: ne va della sicurezza, oltre che essere causa di disagi per gli utenti». A protestare è **Cesarino Tamborini**, 82 anni, che ha perso il treno per Finale Ligure perché la coincidenza da Castellanza per Milano Centrale non si è fermata. Proprio così: l'uomo ha visto passare il treno sui binari senza che facesse tappa a Castellanza. Risultato: ha perso un giorno di vacanza perché ha dovuto prendere un intercity il giorno dopo. «Ormai nella nuova stazione è tutto automatizzato – sbotta il castellanese – I display funzionano bene, anche gli annunci automatici, ma purtroppo accade che talvolta i treni non si fermino. Ho protestato con la direzione di Trenord: ebbene, sostengono che nel mio caso il macchinista si è dimenticato di fare sosta a Castellanza». Tamborini mette in evidenza che «poiché non è la prima volta, c'è di che temere, visto che ne va della sicurezza delle persone. Si adoperino perché inconvenienti simili non accadano più».

pubblicato il 28/06/2016 a pag. 31; autore: Stefano Di Maria

Cronaca

Skorpion Karate / Si è concluso L'International Eurocamp di Cesenatico al quale hanno partecipato gli allievi dell'associazione

MEGLIO LE EMOZIONI DELLE EMOTICON AL CAMPUS VIETATO USARE TECNOLOGIA
SKORPION KARATE Si è concluso l'International Eurocamp di Cesenatico al quale hanno partecipato gli allievi dell'associazione

Meglio le emozioni delle emoticon Al campus vietato usare tecnologia

 di **Pino Vaccaro**

Giovani atleti crescono senza "distrazioni" tecnologiche: la società sportiva Skorpion Karate, infatti, ha deciso di rendere "off limits" per i propri atleti che hanno partecipato in questi giorni al campus cellulari, giochi elettronici e quant'altro. Un'idea di grande impatto dal punto di vista educativo e formativo che andrebbe seguita anche a casa, quando invece cellulari e videogiochi diventano una compagnia costante e quotidiana, anche per i più giovani. «Anche quest'anno - fanno sapere - lo Skorpion Karate asd ha voluto concludere la sua attività formativa con la partecipazione dal 19 al 25 giugno alla quindicesima edizione dell'International Eurocamp di Ce-

senatico, un campus di alta formazione diretto dal Professor Pierluigi Aschieri, direttore tecnico della nazionale di karate FIJKAM». Sport e amicizia: «Come sempre - dice il tecnico **Massimiliano Dominici** - la settimana di campus si rivela estremamente importante, poiché i giovani atleti, vengono seguiti da uno staff tecnico di alto livello il cui scopo è dare delle stimolazioni neuromotorie concentrate in 8 sedute di allenamento in una sola settimana, quantità di ore pari a quelle che solitamente vengono svolte in un mese da un atleta amatoriale. I risultati che si ottengono sono significativi infatti tutti gli atleti sottoposti ad un test iniziale ottengono dei miglioramenti a fine percorso ed i test d'uscita ne sono la riprova». Soddisfatta anche il

presidente Elena Mendicino: «Ovviamente la settimana non è di solo karate, il gioco, il mare il divertimento, l'aggregazione fanno da contorno e devo dire non sono meno importanti di un miglioramento atletico. Volutamente - spiega - come gli altri anni, è stato dato un out out a telefonini, tablet e quant'altro di tecnologico potessero essere dotati i nostri giovani atleti. Una sorta di disintossicazione dall'isolarsi e dal comunicare virtualmente, per un ritorno all'aggregazione come si faceva una volta, un ritorno al ridere vero e sano e non al sorriso delle "faccette" ormai entrate di prepotenza nella vita di ognuno di noi. È stato bellissimo vedere come i nostri ragazzi non abbiano fatto fatica a tornare a giocare a nascondino, a lanciarsi la



I giovani atleti sono tornati dal campus in ottima forma sia fisica che mentale

sabbia bagnata in mare, a fare a gara di tuffi o a chi trovava la conchiglia più bella. Altro aspetto sul quale noi puntiamo e sul quale i genitori dei nostri atleti credono è proprio quello di rendere più autonomi e responsabili i ragazzi. Come

una vera famiglia gli skorpioncini si sono aiutati l'un l'altro soprattutto con un occhio di riguardo nei confronti dei più piccolini. Quest'anno il primato dell'atleta più giovane presente al campus è spettato proprio allo Skorpion».

pubblicato il 28/06/2016 a pag. 26; autore: Pino Vaccaro

Eventi culturali e sportivi: manifestazioni, corsi, biblioteca

STORIE DI STARTUP (1)

Commercio online e tradizionale, editoria, gioielli, fino ai vassoi innovativi per il catering: ecco come da un'idea nasce un'impresa. I racconti in prima persona degli strttupper "made in LIUC". Tra chi ce l'ha fatta e chi ci sta provando.

Storie di startup

Commercio online e tradizionale, editoria, gioielli, fino ai vassoi innovativi per il catering: ecco come da un'idea nasce un'impresa. **I racconti in prima persona degli startupper "made in LIUC".** Tra chi ce l'ha fatta e chi ci sta provando. La nuova imprenditoria avanza anche sul nostro territorio, al di là delle statistiche

Chiara Mazzetti

Come si trasforma una brillante intuizione in un progetto vincente? Quante volte vi sarà capitato di chiedervi: "Ma come ha fatto a diventare così famosa un'idea così semplice?". Nella maggior parte dei casi, infatti, sono le idee più banali ed elementari, se sviluppate nella giusta prospettiva, a rivelarsi le più promettenti e fortunate.

È ciò che deve aver pensato Mattia Riva, co-founder di Dalani Home & Living, il primo shopping club online in Italia dedicato alla casa e all'arredamento. Presente in 14 paesi, oltre 5 milioni di iscritti in Italia, 1500 dipendenti nel mondo e 183 milioni di euro di fatturato nel 2014: questi i numeri di Dalani, l'ormai noto sito di e-commerce basato sul modello di vendita "flash-sales" che ha conquistato gli italiani e non solo. Ma come avrà fatto, in poco tempo, un laureato in Economia Aziendale della LIUC – Università Cattaneo, a raggiungere un successo simile in un campo altamente concorrenziale come quello della vendita online? La passione per il design, inteso come forma di espressione del vivere contemporaneo, è stata la vera leva che ha spinto Mattia nella direzione della valorizzazione del made in Italy nel mondo, intuendone l'enorme potenziale non sfruttato. Fin qui tutto normale: un giovane come tanti, con una bella intuizione ma moltissima strada ancora da fare. Cos'è successo poi? Partendo dal modello di business tedesco del gruppo Dalani-Westwing, Mattia

insieme agli altri co fondatori Diego Palano, Margot Zanni e Karim El Saket, ha sviluppato una tipologia di offerta dal carattere fortemente ispirazionale, una sorta di shopping "esperienziale". Dalani, infatti, propone ai suoi consumatori un catalogo pressoché sterminato a prezzi competitivi, suddiviso in sezioni tematiche in cui gli articoli vengono accostati in base a trend legati a come arredare casa. I fornitori dell'e-commerce sono sia italiani che stranieri ed un gruppo di esperti è alla costante ricerca di prodotti provenienti da tutto il mondo, in grado di intercettare le ultime tendenze e ridimensionare il concetto di "introvabile altrove". Il filo conduttore delle diverse facce della sfida imprenditoriale di Mattia – come si legge nel libro "Startup! 25 anni di

Università e impresa" curato dal rettore della LIUC – Università Cattaneo, Federico Visconti, per celebrare il primo quarto di secolo dell'ateneo – è il concetto di "opportunità": quella di semplificare il processo di transizione nell'online da parte di un settore tradizionalmente statico, allo scopo di creare nuovi sbocchi di mercato e comunicazione per aziende e clienti.

Certo però la vita non è facile per le startup dello Stivale. I dati parlano chiaro, purtroppo: il Belpaese, in termini quantitativi, è ben lontano dai livelli di concentrazione di imprese ad alto contenuto innovativo e tecnologico presenti in Germania, Stati Uniti ed Inghilterra. In Italia queste realtà si attestano sulle 5mila unità e danno lavoro suppergiù a 25mila persone: qual è il problema di fondo allora?

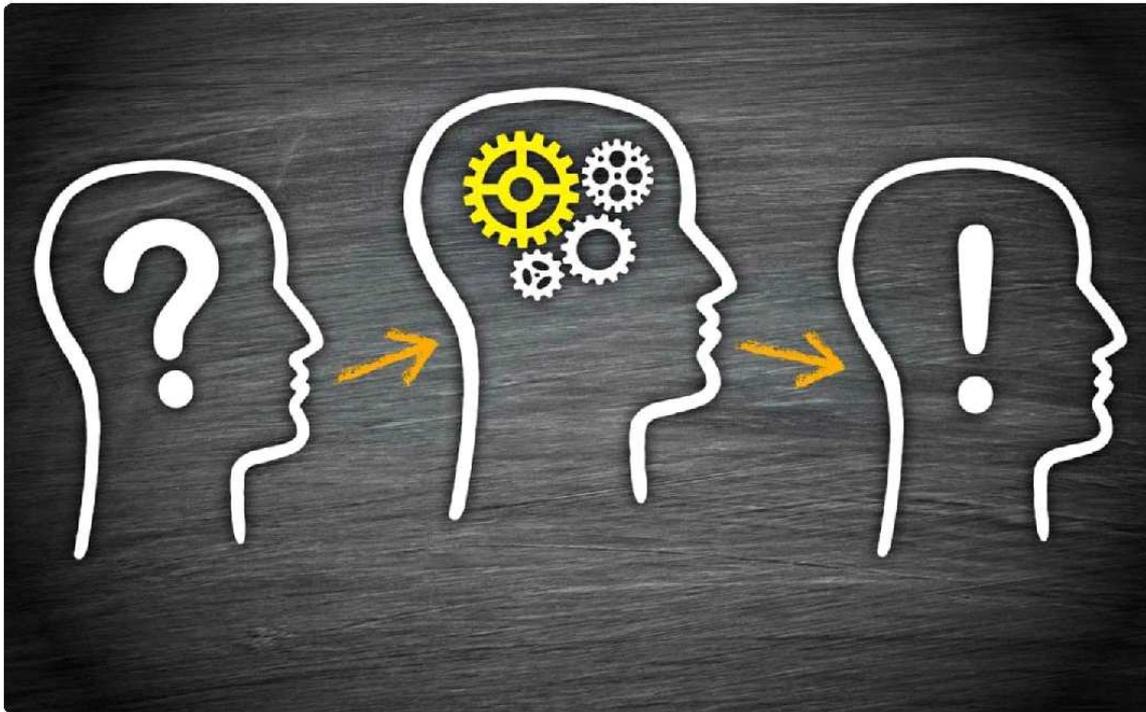
I numeri, infatti, non sono tutti



pubblicato il 25/06/2016 a pag. 10; autore: Chiara Mazzetti

STORIE DI STARTUP (2)

Commercio online e tradizionale, editoria, gioielli, fino ai vassoi innovativi per il catering: ecco come da un'idea nasce un'impresa. I racconti in prima persona degli strutturer "made in LIUC". Tra chi ce l'ha fatta e chi ci sta provando.



così negativi ed eleggono invece il nord Italia, in particolare la regione Lombardia, terreno ideale per rappresentare la Silicon Valley made in Italy. Quello che realmente manca sono i finanziatori, i cosiddetti venture capitalist e business angel, che accettino il rischio di investire tempo e capitali nelle prime fasi di creazione di una startup. Nonostante il decreto Crescita 2.0 del 2012, varato per favorire la nascita di startup e imprese innovative con la possibilità di ottenere vantaggi fiscali utili nella fase iniziale, le sovvenzioni continuano a scarseggiare nel nostro Paese, specialmente se si pensa che lo scorso anno i venture capitalist nostrani hanno destinato "appena" 45 milioni di euro alle startup, contro i 24 miliardi di dollari investiti nelle 1400 della Silicon Valley, il miliardo e mezzo di euro di Gran Bretagna e il miliardo di Francia e Germania.

Questo lo scenario a livello di numeri e statistiche. Ma poi c'è il vissuto. Proprio come quello che emerge nei racconti degli startupper "made in LIUC".

C'è chi, infatti, le idee non solo le ha e le mette in pratica, ma riesce persino a trasformarle in un'attività tutt'altro che marginale. È questo il caso di due cugine accomunate dalla passione per moda e accessori, diventate oggi imprenditrici grazie ad una visione geniale. L'inizio quasi per gioco, la voglia di impegnare le noiose sere casalinghe con un hobby "banale" come la realizzazione di gioielli, che nella migliore delle ipotesi erano destinati a rallegrare parenti ed amiche, per finire poi sulle bancarelle di qualche mercatino domenicale di provincia. Invece

no, Veronica Pieri, laureata in farmacia e Laura Licini, ex studentessa LIUC, laureata in economia aziendale, avevano ambizioni molto più alte: "Bisogna pensare in grande, sempre!". Insomma la grinta non mancava, le conoscenze marketing neppure, così come la voglia di trasformare un esperimento ben riuscito in qualcosa di molto più importante. Così hanno visto la luce il marchio PLV® Milano (Pulse Laura Veronica) e il pesino 10g d'amore®, attualmente presenti in oltre 86 negozi sul territorio nazionale per un fatturato passato, in un solo anno e mezzo, da 30 a 150 mila euro. Geniale l'intuizione delle due cugine, complementari l'una all'altra nella suddivisione delle mansioni aziendali, di lavorare in sinergia con fashion blogger e altri giovani stilisti sui social: il risultato è stato un progressivo e crescente passaparola, arrivato persino alla famosissima (un po' meno allora) Chiara Ferragni, che ha portato le creazioni di PLV® Milano ad una grande ed improvvisa notorietà.

**Dalani, PLV® Milano, il quotidiano
La Provincia di Varese, J.E.A.R.,
SelectTrade: esempi di startup
nate da idee di laureati
della LIUC – Università Cattaneo**

pubblicato il 25/06/2016 a pag. 11; autore: Chiara Mazzetti

Università

STORIE DI STARTUP (3)

Commercio online e tradizionale, editoria, gioielli, fino ai vassoi innovativi per il catering: ecco come da un'idea nasce un'impresa. I racconti in prima persona degli strutter "made in LIUC". Tra chi ce l'ha fatta e chi ci sta provando.



Tra le case history presentate dal volume "Startup! 25 anni di Università e impresa" c'è persino una realtà giornalistica strettamente connessa al nostro territorio, ovvero il quotidiano La Provincia di Varese, riportato in auge dall'intervento dell'editore Michele Lo Nero, ex studente LIUC. "È proprio la LIUC che mi ha aperto gli orizzonti, dando il la alla voglia di provarci", confessa l'imprenditore partito dal settore della finanza e approdato poi a quello dell'editoria. La missione di Lo Nero, fin da principio, è stata quella di rivoluzionare un giornale in perdita, ma nel quale intravedeva un'opportunità, unendo ad informazione e pubblicità il valore aggiunto nel campo della gestione della comunicazione. Competenze e saperi sviluppati durante gli anni della formazione universitaria, rivelatisi preziosi in questo senso anche per i fondatori di J.E.A.R., startup tutta made in LIUC, pronta a trasformare un esame in un vero e proprio business. Almeno per il momento J.E.A.R. (che ufficialmente sta per Junior Enterprise Advanced Research) non è, come spiegano gli ingegneri gestionali Francesco Iacono e Marco Monti, un'impresa affermata, ma la storia di una mentalità di successo imprenditoriale, di impegno e di visione. L'idea che sta alla base dell'illuminazione degli ex studenti dell'ateneo di Castellanza è acuta ed ingegnosa: un vassoio, The Tray, da utilizzare durante un aperitivo in piedi dotato di vaschette per il cibo, porta-bicchieri e aggancio di ancoraggio al braccio, che eviti imbarazzanti cadute e scivolamenti. Uno dei terrori più grandi per i partecipanti a buffet formali ed eleganti. Un mercato potenziale, dunque. Il prodotto, studiato nei minimi dettagli, è stato realizzato in un prototipo con stampa 3D, possiede un brevetto internazionale PCT e grazie all'intervento di un'esperta dello IED (Istituto Europeo di Design) che ne ha migliorato l'estetica, ha identificato potenziali partner di produzione.

Altro esempio di successo commerciale è quello di SelectTrade S.p.A., impresa nata nel 2005 per volere degli ex

LIUC Edoardo Bulgheroni e Alberto Zocchi. "Un'avventura imprenditoriale italiana che si distingue nel mondo degli operatori del commercio moderno per la capacità di creare, gestire e sviluppare catene di negozi monomarca in partnership con realtà multinazionali", spiegano i due, che insieme al Gruppo Lindt & Sprüngli, hanno ripensato, partendo dal modello dei temporary store, il classico modo in cui poteva essere venduto il cioccolato. Oggi SelectTrade S.p.A., come si legge nel libro, "è innanzitutto Retail Partner esclusivo per l'Italia del Gruppo Lindt & Sprüngli" e "nel 2012 acquisisce Zamberletti, La Dolce Varese dal 1939, che produce e distribuisce nei propri negozi pasticceria artigianale, prodotti lievitati da forno, gelato e specialità di cioccolato". ■

Nel 2015 i venture capitalist italiani hanno destinato "appena" 45 milioni di euro nelle startup, contro i 24 miliardi di dollari investiti nelle 1400 imprese della Silicon Valley, il miliardo e mezzo di euro di Gran Bretagna e il miliardo di Francia e Germania

STARTUP SUCCESS STORIES

How do you turn a great idea into a successful project? How many times have you asked yourself: "How did he get so rich with such a simple idea?". In fact, if developed the right way, it's usually the most banal, basic ideas that turn out to be the most promising and successful. Italy, however, has far less innovative and technological businesses than Germany, the United States and England.

pubblicato il 25/06/2016 a pag. 12; autore: Chiara Mazzetti

Università

IL COSTO DI NON ESSERE SOSTENIBILI (1)

La competitività delle imprese è sempre più connessa alla sfera della responsabilità sociale. Dopo aver studiato i casi Boeing, Microsoft e Starbucks, ora un gruppo di ricercatori della LIUC - Università Cattaneo avvia un corso di formazione per manager

Il costo di non essere sostenibili

La competitività delle imprese è sempre più connessa alla sfera della **responsabilità sociale**. Dopo aver studiato i casi Boeing, Microsoft e Starbucks, ora un gruppo di ricercatori della **LIUC - Università Cattaneo** avvia un percorso di formazione per manager e imprenditori del territorio



pubblicato il 25/06/2016 a pag. 31; autore: Michele Mancino

Università

IL COSTO DI NON ESSERE SOSTENIBILI (2)

La competitività delle imprese è sempre più connessa alla sfera della responsabilità sociale. Dopo aver studiato i casi Boeing, Microsoft e Starbucks, ora un gruppo di ricercatori della LIUC - Università Cattaneo avvia un corso di formazione per manager

Michele Mancino

Ci sono dei momenti storici dove tutto sembra convergere, le ragioni del pubblico con quelle del privato, la responsabilità collettiva con quella dell'individuo. In fatto di sostenibilità la differenza questa volta l'ha fatta la comunità mondiale che di fronte alle evidenze scientifiche emerse dal congresso di Parigi, nel dicembre del 2015, si è assunta la responsabilità del cambiamento climatico. La sostenibilità per l'impresa non è più un semplice optional ma una necessità da soddisfare qui ed ora. E i fattori che spingono in questa direzione sono molteplici: le agende internazionali, il piano di azione sull'economia circolare approvato dall'Unione Europea e la moltiplicazione di azioni di sostenibilità lungo tutta la catena del valore.

In questo processo di cambiamento tutti sono chiamati a dare il loro contributo, a partire dalle imprese che, se vogliono continuare a produrre valore in un contesto completamente mutato, devono innovare e trovare soluzioni che rispondano a criteri di sostenibilità, fino alle università e ai centri di ricerca che devono trasferire le conoscenze e le competenze necessarie per realizzare questo passaggio.

La LIUC - Università Cattaneo ha deciso di istituire un corso di management della sostenibilità d'impresa, cento ore per fornire gli strumenti necessari a imprenditori, manager, professionisti e amministratori di organizzazioni a servizio di aziende interessate all'approccio della sostenibilità. Responsabile scientifico del corso è il professor Dipak R. Pant, docente di economia sostenibile e di sistemi economici comparati presso la Scuola di economia & management della LIUC e coordinatore dell'Unità di studi interdisciplinari per l'economia sostenibile dell'ateneo di Castellanza.

"Questa iniziativa parte dai nostri ricercatori che hanno messo a sistema quanto imparato in questi ultimi 15 anni. Dopo un cammino di ricerca, discussioni e verifiche sul campo in giro per il mondo per proporre soluzioni al declino dei territori, facciamo un salto nuovo proponendo un'alta formazione per gli imprenditori e i manager perché qui ci facciamo bagnare continuamente dalla pioggia della realtà", dice il professor Pant.

Non si tratta di una espressione enfatica. L'unità di studi interdisciplinari per l'economia sostenibile ha studiato i casi dei big dell'economia mondiale da Boeing a Microsoft, passando per Starbucks, ma si è occupata anche del governo tribale dei pelle-rossa, delle comunità della Mongolia e di altre terre estreme. Le tante informazioni raccolte sono state rielaborate e selezionate dal gruppo di ricercatori del professor Pant e il risultato è pronto

La LIUC - Università Cattaneo ha deciso di istituire un **corso di management della sostenibilità d'impresa**, cento ore per fornire gli strumenti necessari alle aziende

per essere riversato nel cuore produttivo del nostro territorio. Il corso introduce i concetti di sostenibilità all'interno dell'impresa, partendo da una prospettiva allargata, cioè di come sta cambiando il mondo, per arrivare a un concetto di sostenibilità integrata nell'impresa. È molto di più del rispetto di alcune norme sull'inquinamento ambientale, importanti, ma non decisive per la competitività se non sono inserite in un modello più articolato. "Si tratta di un concetto di sostenibilità evoluto - spiega il ricercatore Marco Brusati - che richiede alle imprese un salto culturale vero: la sostenibilità non è più solo un arredo del core business, ma ne è parte integrante. Quindi ci deve essere il contemperamento della dimensione economico-finanziaria, ambientale e sociale, e deve essere fatto in modo equilibrato e complementare perché nessuna delle tre dimensioni prevale sull'altra". Non è un percorso semplice, soprattutto quando si parla di settori maturi. Nel caso di un'acciaieria, per esempio, la dimensione ambientale tende a prevalere sulle altre anche per le pressioni esercitate dall'opinione pubblica. "Alle imprese - spiega il ricercatore Pierdavid Montonati - viene richiesto un upgrade culturale e di gestione dell'impresa. Nel settore dell'acciaio, per rimanere sull'esempio fatto, l'attenzione all'ambiente è importante ma non è più sufficiente, occorre fare un percorso virtuoso e graduale per integrarla. È chiaro che questo tipo di approccio risulta più naturale per le nuove imprese che spesso nascono già con questa visione perché riflettono la sensibilità e la cultura del fondatore". Quando un imprenditore è pronto a soddisfare nuovi criteri di sostenibilità, anche su indicazione dei propri clienti, allora si possono aprire opportunità e nuovi mercati. Un ruolo determinante lo gioca la sensibilità dei consumatori che, essendo sempre più informati, sono pronti a premiare i prodotti sostenibili e in molti casi disposti anche a pagare di più in presenza di certe caratteristiche. E non importa se sei una multinazionale, una Spa, una società quotata in Borsa o una micro impresa, perché il vantaggio competitivo si genera nel momento in cui la sostenibilità innerva il business a partire dalle sue radici. "Nella società digitale - conclude Brusati - l'impresa diventerà sempre più trasparente perché c'è un'attività di pressione dei consumatori sul brand, sul prodotto, sul servizio. La reputazione trasforma l'impresa in una casa di vetro". ■

THE PRICE OF NOT BEING SUSTAINABLE

Sustainability isn't just a feature of core business, it's an integral part of it and the Carlo Cattaneo University (LIUC) has decided to develop a one hundred hour business sustainability management course. The aim is to provide businesses with the tools they need: "in the digital society, businesses are becoming increasingly transparent due to consumer pressure on brands, products and customer service".

pubblicato il 25/06/2016 a pag. 32; autore: Michele Mancino

Università

STARTUP TRA SOGNO, ILLUSIONE E REALTÀ (1)

In Italia la sfida è di iniettare, con nuove imprese innovative, imprenditorialità nei contesti in cui il Paese ha carte da giocare per la propria crescita. In pratica, guardiamo alla Silicon Valley per imparare

Startup tra sogno, illusione e realtà

In Italia la sfida è di iniettare, con nuove imprese innovative, imprenditorialità nei contesti in cui il Paese ha carte da giocare per la propria crescita. In pratica, guardiamo alla Silicon Valley per imparare, ma teniamo alta la tensione sulla nostra cara old economy

Federico Visconti

Rettore IUUC – Università Cattaneo

Ci sono sempre state, è solo questione di parole. Negli anni Novanta si chiamavano nuove imprese, attorno al Duemila erano dot-com, adesso sono startup. Il tempo è passato, gli scenari sociali e tecnologici sono cambiati, l'economia mondiale è diventata una sorta di tela di Penelope che costruisce e brucia ricchezza a prescindere. Al centro dell'attenzione rimane sempre l'imprenditorialità, cioè la capacità

di un imprenditore o di un manager di generare e di portare a compimento (economico e competitivo) una sintesi innovativa tra dei bisogni latenti di mercato, un prodotto/servizio che dia ad essi risposta, uno stock di risorse e di competenze che consentano di realizzare quel prodotto/servizio.

Una startup, come le sue antenate, rappresenta un embrione di impresa, deve esprimere in vitro una coerenza di fondo tra i tre pilastri appena richiamati, deve percorrere una lunga strada che parte dalla incubazione dell'idea imprenditoriale, passa al suo sviluppo e affinamento, giunge alla realizzazione e all'ingresso sul mercato. È un percorso ad ostacoli, più o meno



pubblicato il 25/06/2016 a pag. 8; autore: Federico Visconti

Università

STARTUP TRA SOGNO, ILLUSIONE E REALTÀ (2)

In Italia la sfida è di iniettare, con nuove imprese innovative, imprenditorialità nei contesti in cui il Paese ha carte da giocare per la propria crescita. In pratica, guardiamo alla Silicon Valley per imparare

La lente non deve cadere tanto su Facebook, Twitter e Uber, quanto sui fenomeni di **“imprenditorialità tech”** che stanno generando confortanti risultati anche in Italia

prevedibili, più o meno facilmente superabili. A volte è l'idea ad essere un po' strampalata. Senza scomodare Enzo Tortora e i tempi di Portobello, alcuni progetti già a prima vista non evocano quella prospettiva di sintesi imprenditoriale, di fit strategico, che costituisce il muro portante di un'impresa a regime. Si percepisce uno spazio di mercato ma non si va a fondo delle caratteristiche del prodotto, ci si entusiasma per una determinata applicazione senza valutare se risponda effettivamente a dei bisogni, ci si barriera attorno a risorse e competenze sterili o obsolete. Più spesso, è la gestione del processo a rivelarsi problematica: la velocità del cambiamento tecnologico e sociale brucia l'attività di incubazione, le sperimentazioni non offrono i risultati auspicati, le risorse finanziarie e organizzative scarseggiano, i conti non tornano... Nulla di nuovo sotto il sole. Di processi di creazione "incompiuti" e di "mortalità infantile" delle nuove iniziative imprenditoriali si parlava e si scriveva già nei primi anni Novanta. La sproporzione tra le poche decine di unicorni (le startup tecnologiche non quotate e valutate più di un miliardo di dollari) e le migliaia e migliaia di insuccessi di questi ultimi anni non deve dunque sorprendere.

Tutto ciò premesso, tre considerazioni.

La prima: ben vengano le startup. Ne abbiamo bisogno, perché rappresentano la risposta imprenditoriale alle opportunità che il mondo digitale va dispiegando a pieni palmenti. La lente non deve cadere tanto su Facebook, Twitter e Uber, quanto sui fenomeni di "imprenditorialità tech" che stanno generando confortanti risultati anche in Italia. I neo imprenditori vanno legittimati e supportati con gli opportuni strumenti: incubatori, capitale, formazione, tutoring, incentivi e via discorrendo.

La seconda: occhio alle sirene. Il vento della Silicon Valley non ha forza sufficiente per risolvere i problemi dell'economia mondiale. Soprattutto, qualche dubbio sulla sua tenuta comincia a circolare. L'11 aprile, il CorriereEconomia, riprendendo un articolo del Financial Times e titolando "Ma si è già inceppato il grande sogno delle startup", evidenziava che la bolla delle imprese tech su cui i venture capital si sono capapultati si sta sgonfiando. Non solo, rivelava che la SEC (il controllore dei mercati finanziari USA) si sta interrogando su quali basi vengono effettuate le valutazioni delle aziende (per la cronaca, rischia di essere un déjà-vu: il valore che è stato



attribuito a molte dot-com, spesso legato al mitico numero di click attesi, si è poi sciolto come neve al sole).

La terza: battiamo il ferro dove siamo bravi. Per l'Italia, la questione di fondo è e rimane quella di iniettare imprenditorialità nei contesti in cui abbiamo carte da giocare e in cui possiamo crescere. Un esempio, tra i tanti possibili. Pochi giorni fa, Dario Di Vico osservava che "abbiamo bisogno di individuare in tempi ragionevoli una via italiana all'industria 4.0", partendo dall'analisi delle migliori esperienze internazionali per poi "cercare di ragionare sulle caratteristiche del nostro sistema delle imprese e della sua auspicata evoluzione". Non è forse una sfida imprenditoriale? Lo è, a tutti gli effetti: bisogna investire risorse, sviluppare nuove competenze, innovare nei processi, mettere a punto risposte originali per mercati in continuo mutamento. Sono temi di corporate entrepreneurship, cioè di imprenditorialità interna alle imprese, che chiamano in causa l'imprenditore, i suoi collaboratori, le nuove generazioni in ingresso. Sono temi che coinvolgono intere filiere produttive, destinate a cambiare pelle nella interazione tra i diversi attori e nei modelli di leadership. Sfida alta, di sistema, ma pur sempre sfida imprenditoriale.

Non siamo la Silicon Valley, anche perché non abbiamo le tecnologie e i soldi che girano lì. Guardiamo l'erba del vicino, impariamo quel che c'è da imparare ma teniamo alta la tensione sulla nostra cara old economy, lavorando intensamente, a tutti i livelli, perché viva una nuova primavera di energie e di progettualità imprenditoriale. ■

Il vento della Silicon Valley non ha forza sufficiente per risolvere i problemi dell'economia mondiale. Soprattutto, qualche dubbio sulla sua tenuta comincia a circolare

pubblicato il 27/06/2016 a pag. 9; autore: Federico Visconti

LINK ARTICOLI PUBBLICATI SUL WEB

VareseNews

pubbl. il 27/06/2016 a pag. web; autore: Orlando Mastrillo

BUON GESÙ, CHE FARE? INCONTRO PUBBLICO IN SALA COLONNE

Attualità

Mercoledì 29 giugno alle 21 l'amministrazione invita i cittadini ad un incontro pubblico per discutere del futuro viabilistico e urbanistico della zona al confine con Busto e Olgiate Olona

<http://www.varesenews.it/2016/06/buon-gesu-che-fare-incontro-pubblico-in-sala-colonne/531846/>



pubbl. il 27/06/2016 a pag. web; autore: non indicato

BUON GESÙ: TUTTI I PROBLEMI IN UN INCONTRO PUBBLICO

Attualità

http://www.legnanonews.com/news/12/60348/buon_gesu_tutti_i_problemi_in_un_incontro_pubblico

2016 a pag. web; autore: Adriano Brogna - Achille Fumagalli

MENSA DEL PADRE NOSTRO VS BUROCRAZIA: 0 - 1

Servizi alla persona (serv. sociali)

http://www.legnanonews.com/news/12/60303/mensa_del_padre_nostro_vs_burocrazia_0_1

pubbl. il 27/06/2016 a pag. web; autore: non indicato

GIOX & FRIENDS: MUSICA EMERGENTE A KM 0

Eventi culturali e sportivi: manifestazioni, corsi, biblioteca

http://www.legnanonews.com/news/4/60357/giox_friends_musica_emergente_a_km_0

SempioneNews

L'asse del Sempione a portata di click.

pubbl. il 27/06/2016 a pag. web; autore: redazione

INCONTRO PUBBLICO PER DISCUTERE DELLA ZONA DEL BUON GESÙ

Attualità

Un incontro pubblico per discutere della zona del Buon Gesù. E' quanto programmato dalla Giunta Cerini nella Sala Colonne del Municipio

<http://www.sempionenews.it/search/castellanza>