

Impariamo a raccontare il nostro stile

Micelli, direttore di Fondazione Nord Est: «Il digitale trasforma la manifattura. Il mondo ama l'italianità, e noi dobbiamo sfruttare le potenzialità di internet»

Stefano Micelli è docente di Economia e Gestione delle imprese all'Università Ca' Foscari di Venezia e direttore scientifico della Fondazione Nord Est; è anche presidente del comitato scientifico del Festival Città Impresa e autore di «Futuro Artigiano» (Marsilio Editori). Sarà tra i relatori in un incontro intitolato «Futuro italiano» (Teatro Olimpico, venerdì alle ore 21) condotto da Luca Vignaga, direttore HR Gruppo Marzotto, cui parteciperà anche Brunello Cucinelli.

Professore, qual è la sfida oggi per le medie e piccole imprese del Nordest?

«È in corso una rivoluzione tecnologica senza precedenti: il digitale, dopo aver trasformato tanti settori legati al mondo dell'informazione, ora muta alla radice la manifattura. Perciò, siamo chiamati a elaborare una nuova idea di produzione capace di mescolare il saper fare italiano, ancora profondamente radicato nei nostri territori, e le opportunità offerte dalle tante altre tecnologie che mettono insieme digitale e processi produttivi».

Dalle stampanti 3D ai laser cutter, gli strumenti non

mancano. Come possono incidere nel business?

«Le stampanti 3D, così come tanti altri strumenti oggi accessibili a costi davvero contenuti, consentono una varietà di prodotto e livelli di personalizzazione senza precedenti. Ampli-

ficano la creatività dei più giovani e prefigurano nuovi modi di organizzare le attività delle imprese. Per vincere la scommessa dobbiamo puntare sui giovani e sulla loro formazione».

E fin qui siamo alla descrizione del prodotto. Ma dal punto di vista del marketing?

«Siamo chiamati a sfruttare al massimo le potenzialità di strumenti come Youtube e i tanti social network cui la gente partecipa attivamente. Il mondo ama l'italianità, dobbiamo essere capaci di raccontare il nostro stile, i nostri modelli attraverso un nuovo racconto collettivo».

Esempi, in tal senso, non mancano. Ma c'è qualcuno a cui ispirarsi?

«Il mondo del vino ha anticipato molto di queste trasformazioni. Chi vende vino vende la storia di una terra, prima ancora che una bottiglia. Diverse aziende di design e della moda hanno imparato a raccontarsi puntando su artisti in grado di sviluppare idee e progetti innovativi. Anche l'architettura di molte imprese innovative racconta un modo di lavorare e di vivere diverso e speciale. L'investimento culturale, in questo senso, non è semplice mecenatismo. Investire in cultura è un po' come investire in ricerca tecnologica: è benzina per la crescita. È questo il futuro che vedo per il Nordest».

Mauro Pigozzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Con il digitale, è in corso una rivoluzione tecnologica senza precedenti

Investire in cultura è un po' com investire in ricerca: è benzina per la crescita

L'incontro

Micelli, venerdì al Teatro Olimpico parla di «Futuro Italiano» con Brunello Cucinelli

Economista

Stefano Micelli è docente di Economia a Ca' Foscari e direttore scientifico di Fondazione Nord Est (foto Micaliz)



