

SEMINARIO-LABORATORIO

## Innovative day: creatività a confronto

a pagina 42

Workshop di Innovhub, azienda speciale della Camera di Commercio. Lezioni e laboratori per gli imprenditori

# Innovative day, la creatività al potere

«In un momento di difficoltà bisogna cogliere le opportunità per far tornare a galla le eccellenze»

## Cervelli a confronto



■ In tempo di crisi la parola d'ordine è innovare. Sotto questo 'must' si è svolto lunedì scorso Innovative Day, workshop promosso da Innovhub, azienda speciale della Camera di Commercio per l'innovazione, che ha visto numerosi imprenditori del territorio invitati a confrontarsi sui temi della creatività e del fare impresa oggi. Grazie alla guida di esperti del mondo delle tecnologie e del design i partecipanti si sono riuniti per approfondire fin dal mattino la propria visione del business orientato alla creatività. Atteggimento che è stato declinato nel pomeriggio in attività pratiche di laboratorio che hanno visto ancora una volta le imprese sedute dalla parte dei discenti. Settore ideale per analizzare il concetto di creatività stato scelto dai conduttori, Fabrizio Bellavista e Massimo Giordani, il design, perché legato da un lato alla libera espressione di un'idea artistica e dall'altro alla sua realizzazione concreta. «La sperimentazione va fatta indubbiamente a tutto campo - ha spiegato Mina Pirovano, imprenditrice, amministratore delegato della

Simpeg, azienda che opera nel settore della progettazione e costruzione di stampi e stampaggio di articoli tecnici termoplastici e membro di giunta della Camera di commercio. Non si può pensare che un'azienda non si possa mai modificare. E in tempo di crisi è opportuno differenziarsi. Per questa ragione ho da poco avviato una nuova impresa che opera nel settore del food and beverage, applicando le conoscenze che avevo in un settore nuovo. Fare impresa in un momento di difficoltà significa cogliere un'opportunità per far tornare a galla le eccellenze». Il design è indubbiamente un punto di forza su cui investire per innovare, come del resto la comunicazione, specie quella via web: è l'opinione anche di altri partecipanti alla giornata di studio, come Enrico Miglino, che indicato le peculiarità dei prodotti di comunicazione via web e che stanno profondamente modificando il ruolo dell'impresa rispetto all'utente finale, avvicinandolo come mai prima d'ora. Restano purtroppo an-

cora grossi limiti all'attuazione di progetti creativi che gli imprenditori non hanno mancato di elencare come ostacolo allo sviluppo. A testimoniarlo anche Sergio Tonfi, corporate communication manager di Philips: «Il tasso di creatività di molte aziende è effettivamente più alto della possibilità di produrre. Resta però valido il concetto di continuare ad avere idee e fare progetti, sebbene in questo periodo si proceda a innumerevoli verifiche prima di dare il via libera a uno di essi. Dalla crisi si uscirà, ma non si sa ancora in che modo: certo si andrà verso un nuovo sistema economico il cui criterio principale sarà la sostenibilità».

**Sabrina Arosio**



Un esempio dei prodotti gastronomici del food design, nuova frontiera della ristorazione