

**F** Smart cities | Relazioni | Istanze locali

# Utility alleate a giovani aziende

Relazioni nuove tra startup e grandi imprese permettono di sviluppare prodotti e innovazione

di **Lorenzo Benussi**  
e **Francesco Profumo**

È possibile immaginare una smart city come una comunità amichevole, un luogo reso accogliente dalla tecnologia che abilita la creazione di una nuova generazione di servizi per i cittadini. Soluzioni per la mobilità, l'energia, i trasporti, la cultura, il turismo che grazie alla partecipazione degli utenti sono capaci di rispondere ai nostri bisogni concreti, quotidiani. Per realizzare questa visione di comunità intelligente è necessario da una parte stimolare il dialogo costante con i cittadini-utenti per coinvolgerli attivamente nel processo di sviluppo, dall'altra definire delle reti di relazione e degli accordi tra i diversi attori dell'ecosistema, prima di tutto le giovani aziende innovative.

Negli ultimi anni si sta sviluppando un vero e proprio mercato delle startup in Italia anche se ancora limitato in dimensioni e valore rispetto ai maggiori Paesi del G8. Grazie a nuove norme e alla diffusione di un ampio spettro di strumenti – programmi d'incubazione e accelerazione, spazi di coworking, percorsi formativi specifici eccetera – sono censite nel 2014 più di 2mila aziende iscritte al neonato registro delle imprese innovative. Esiste perciò un flusso di nuove idee di medioalta qualità che possono contare su una buona offerta di accompagnamento per la prima fase di sviluppo ma si scontrano con la mancanza di un'offerta di capitale che ne supporti la crescita e soprattutto con la difficoltà di attivare partnership industriali, essenziali per raggiungere il loro primo mercato.

La questione del primo mercato è un problema centrale perché sono ancora poche le realtà industriali che lavorano in modo strutturato e stabile con giovani aziende, offrendogli l'occasione di testare e far crescere i propri prodotti. In assenza di questo fattore di crescita l'ecosistema innovativo nazionale è necessariamente affetto da una patologia che è particolarmente acuta in Italia ma diffusa in tutta Europa.

Perciò è necessario stimolare nuovi processi di relazione tra il sottobosco giovane e dinamico delle startup e le realtà industriali che possono farle crescere, come il Gruppo Iren. Vi è un evidente allineamento d'incentivi in questo processo perché da una parte le giovani aziende possono testare sul campo i propri prodotti e dall'altra le grandi aziende accedono a un bacino di nuovi prodotti che non hanno un impatto diretto sulla propria struttura interna, almeno nel breve periodo. Il rischio diminuisce, si accelera il processo di approv-

vigionamento d'innovazione, si limitano gli effetti di un eventuale insuccesso e si comprime il tempo di valutazione.

Un ulteriore elemento di novità, estremamente rilevante, è lo sviluppo di modelli di innovazione sociale come strumento di corporate innovation, in particolare di modelli ibridi di corporate social responsibility e innovazione sociale in grado di computare e valorizzare la capacità innovativa nella definizione della responsabilità sociale di un'impresa. L'obiettivo è superare la logica di pura sussidiarietà con un'attitudine imprenditoriale che permetta di far crescere i progetti di giovani aziende che dimostrano di avere un reale impatto non solo economico ma anche sociale – il fenomeno è particolarmente evidente parlando di sostenibilità ambientale –.

Il Gruppo Iren ha deciso di svolgere un ruolo importante per promuovere la crescita di questo nuovo ecosistema, attraverso una lettura dei bisogni dei cittadini e un'offerta veloce di nuovi servizi connessi alle commodities (energia, acqua, gas, rifiuti). Adottando modelli di marketing strategico basato sull'analisi dei dati prodotti dai sistemi digitali (smart city, big data, open data) e sul coinvolgimento degli utenti nella definizione dei bisogni e delle relative soluzioni, Iren ha l'obiettivo di cogliere le istanze innovative locali e valorizzare le startup che meglio le soddisfano. Alcuni esempi concreti sono già stati realizzati per verificarne la praticabilità reale e l'efficacia della nuova strategia (si leggano gli articoli richiamati a fianco). Questi primi esempi confermano che il modello può effettivamente funzionare e incoraggiano lo sviluppo di una relazione ancora più ampia e strutturata con il mondo delle startup innovative. Il Gruppo Iren non può però sviluppare il mercato da solo. È indispensabile da un lato definire nuovi razionali che permettano la mobilitazione di capitali privati e dall'altra confrontarsi con un governo del territorio disposto a promuovere un'innovazione non solo tecnologica ma sociale.

Lorenzo Benussi è policy advisor Consorzio Top-Ix  
Francesco Profumo è presidente di Iren

© RIPRODUZIONE RISERVATA



*Un ecosistema dell'innovazione che funzioni deve saper trasformare una parte delle startup che vengono avviate in aziende grandi e strutturate (scaleup) capaci di generare delle exit*



