

#Confindustria #Esteri

IDEE E SUGGERIMENTI DALLA SILICON VALLEY, LA MISSIONE DI CONFINDUSTRIA ROMAGNA



Dinamismo, velocità e grande attenzione ai giovani. È questo il filo rosso che accomuna le impressioni ricavate dalle imprenditrici e dagli imprenditori durante la visita in California organizzata dall'associazione. A partecipare è stata una delegazione composta da 13 aziende appartenenti a diversi settori

Parliamo di: #Giovani #Innovazione #PMI #Ricerca e sviluppo

Si è svolta con successo a inizio febbraio la missione internazionale organizzata dal servizio internazionalizzazione di [Confindustria Romagna](#) in California, dove sono state accompagnate tredici aziende associate per conoscere da vicino le più importanti aziende big tech e alcune tra le più significative start up della Silicon Valley.

Tra San Francisco, Stanford, Berkeley e Palo Alto, una piccola area geografica in cui si confluiscano energie, idee e know how, la delegazione composta da una trentina di partecipanti è stata guidata dall'associazione "Italiani di frontiera", che raggruppa numerosi italiani che lavorano e vivono in California stabilmente da lungo tempo. L'obiettivo centrato era quello dell'esperienza ispirazionale, per trarre spunti da fare propri e rielaborare, calandoli nelle singole attività, grazie a incontri con scienziati, docenti, imprenditori e rappresentanti istituzionali. Tra questi, i vertici di Google, LinkedIn e Dropbox, i rappresentanti di Innovit (Italian Innovation and Culture Hub) e il console Sergio Strozzi. Di particolare impatto **la visita al garage in cui Steve Jobs ha dato vita ad Apple** e le università di Stanford e Berkeley, cuore pulsante della ricerca più avanzata.

Tra i temi affrontati nel corso dei tanti confronti, focus in particolare su *longevity*, Intelligenza artificiale e machine learning. Abbiamo raccolto alcune testimonianze, che vi proponiamo a seguire.



LA VISITA PRESSO INNOVIT – ITALIAN INNOVATION AND CULTURE HUB

Che cosa dicono gli imprenditori

“La Silicon Valley non è un “paese” per vecchi. Questo il primo pensiero che ci siamo fatte al termine del viaggio. Ed è anche una delle differenze principali rispetto all’Italia – raccontano **Isabella** e **Cristina Zani**, titolari di Zani Work –. Perché i giovani e le loro idee sono quelli su cui gli investitori puntano e che hanno ruoli manageriali e di vertice all’interno delle aziende. Abbiamo trovato un contesto molto diverso rispetto al



ISABELLA E CRISTINA ZANI

nostro Paese anche nel modo di fare business. **Gli accordi importanti e i progetti nascono spesso davanti a un caffè** e il rischio e il fallimento non sono visti negativamente ma sono “utili” per avere successo alla prossima occasione. Ogni quattro anni circa chi vuole fare carriera e guadagnare di più cambia lavoro o azienda. **Ci si rimette sempre in gioco insomma; però, di contro, non ci sono tutele, dall’oggi al domani sei fuori con un semplice sms.** Questo unito alla completa dedizione al lavoro e alla forte competizione comporta un livello di stress altissimo, che abbassa sicuramente la qualità della vita. Tra i luoghi che ci hanno colpito di più ci sono Palo Alto e la Stanford University, che ha un bellissimo campus dove abbiamo fatto una “lezione” all’aria aperta con il professor Jeff Cabili sul comportamento non verbale del corpo. L’energia che abbiamo respirato, la forte determinazione delle persone che abbiamo incontrato nel realizzare i propri sogni è uno degli aspetti che potranno essere utili per una crescita personale e della nostra azienda. Una maggior spinta a portare avanti i progetti in cui crediamo”.

[Zani Work](#) è un’innovativa azienda al femminile con sede a Cesena che negli anni è stata in grado di reinventarsi e rinnovarsi diversificando il proprio business, partendo da un ambito prettamente tecnico come quello della saldatura – settore in cui viene avviata nel 1970 l’impresa familiare – per abbracciare il mondo del *workwear* e dei dispositivi di protezione individuale. Da oltre 20 anni Zani Work commercializza e produce abbigliamento da lavoro

su misura e personalizzato, portando come valore aggiunto alla sicurezza, al comfort e ai tessuti certificati, l'attenzione allo stile.



MATTIA MERLI

“Durante la mia recente missione a San Francisco con Confindustria Romagna, ho vissuto momenti davvero significativi. Uno su tutti? L’incontro con Paolo Ertreo nella sede di LinkedIn – racconta **Mattia Merli**, project manager di Alfieri –. Entrare in un’azienda di stampo americano e vedere di persona ambienti di lavoro con palestra, cucina e aree relax è stato impressionante. **Ho capito quanto la libertà e il benessere dei dipendenti siano priorità assolute.** L’incontro con Paolo mi ha fatto capire che si trova in quella fase di transizione tra giovinezza e stabilità lavorativa. Questo mi ha fatto riflettere sui pro e i contro di entrambe le fasi

della carriera. Torno da questo viaggio con una consapevolezza forte: anche in un’azienda dove l’informatica non è ancora predominante, l’Intelligenza artificiale sta diventando un elemento chiave per tutti. Dobbiamo prepararci e abbracciare questa evoluzione. La differenza più grande che ho notato? **Il valore dato alle persone, soprattutto ai giovani.** Le aziende investono su di loro, dando fiducia e opportunità di crescita in ruoli manageriali, per avere sempre idee fresche e innovative”.

[Alfieri srl](#) è un’azienda a conduzione familiare composta da una squadra di 20 persone, con base a Fusignano (in provincia di Ravenna) specializzata in allestimenti fieristici. I servizi spaziano dalla fornitura di elementi di arredo e di grafica, alla realizzazione di stand espositivi, sale mostra, negozi, eventi. Merli lavora come project manager con l’obiettivo di portare sempre nuove idee e metodologie per far crescere l’azienda. Il viaggio in California è stata l’occasione per nuovi spunti da applicare alla realtà aziendale.

“Delle tante visite programmate in Silicon Valley, forse mi hanno colpito maggiormente le due sedi universitarie visitate, ovvero Berkeley e Stanford – racconta **Antonella Bandoli**, titolare di Matitegiovanotte –. Gli incontri con i ricercatori e i docenti hanno aggiunto qualcosa in più all’esperienza, perché chi si occupa di ricerca pura, pur nella grande

consapevolezza che i consistenti investimenti siano il vero motore del proprio lavoro, in qualche modo non è condizionato dalle crude logiche del business, avendo come obiettivo principale quello di riuscire a portare la conoscenza a un livello superiore.

Molte sono le suggestioni che ci siamo portati a casa. **Prima fra tutte, l'elogio del fallimento.** In azienda da tempo siamo abituati a celebrare l'errore, ma nel codice della Silicon Valley si va molto oltre: gli investitori sono più motivati a premiare chi è fallito almeno tre o quattro volte. Questo significa che l'imprenditore ha già incontrato tutti gli ostacoli necessari a temprare volontà e perseveranza.

Vorrei tanto portarmi a casa anche la semplificazione burocratica, che permetterebbe una più fluida circolazione delle idee; in un certo senso quest'aspetto si avvicina a un'idea sana di velocità, o dinamicità, come sintetizzato anche nel concetto stesso di *elevator pitch*: se riesci a convincere della validità del tuo progetto un investitore nel tempo informale di un viaggio in ascensore, allora otterrai ascolto (e denaro).

L'aspetto per me più minaccioso della Silicon Valley è rappresentato dall'altra faccia del concetto di velocità: l'accelerazione all'innovazione, la competizione per emergere, l'aspirazione a diventare "unicorno" in un mondo essenzialmente dominato dalle materie Stem, non ha previsto modelli umanistici capaci di valutare l'impatto sociale dei cambiamenti che questa supernova ha generato negli ultimi anni. Se ci pensiamo, internet, smartphone, piattaforme di ogni tipo hanno profondamente cambiato il nostro stile di vita. Il pensiero umanistico non è minimamente preparato, né allineato a quest'impatto. La cara vecchia Europa si pone forse troppe domande rimanendo spesso imbrigliata nell'eccesso di risposte, ma il substrato culturale su cui è adagiata dovrebbe offrire qualche garanzia in più sulle possibili derive dall'etica sociale.

[Matitegiovanotte](#) è uno studio di comunicazione di Ravenna che impiega sei persone e che si impegna a diffondere cultura creativa. Il nostro progetto si concentra sulla parte alta della comunicazione aziendale: lavoriamo per definire la ragione e l'espressione che sostengono un'impresa. In tre parole: cura, cultura, coerenza, oltre a 26 multinazionali nel nostro portfolio, 85 premi internazionali sul nostro scaffale, 35 anni di esperienza, grazie alle



ANTONELLA BANDOLI

aziende con cui siamo cresciuti, come Nike Italy, New Balance Italia, Skechers Usa Italia, Cisa, Mares, A.G. Spalding & Bros. e tanti altri.

(ha collaborato Federica Vandini)



Silvia Tartamella

Facebook

Twitter

LinkedIn

Territorio

Emilia Romagna

Categorie: Confindustria, Esteri Di **SILVIA TARTAMELLA** 13 Marzo 2025

Tags: [Giovani](#) [Innovazione](#) [PMI](#) [Ricerca e sviluppo](#)

PRECEDENTE



[Leonessi \(Cisambiente\): "Il Rentri? Un invito ad avvicinarsi al futuro"](#)

CERCA SUL PORTALE

Digita e premi invio ...

