

IL PROGETTO

DAGLI INCUBATORI UNIVERSITARI
 ALLA SILICON VALLEY GRAZIE
 A UN PROGETTO DEL **POLITECNICO**

LA LEZIONE

A CONTATTO CON MERCATO,
 FINANZA E GRANDI COLOSSI
 L'HI TECH SI PUÒ SVILUPPARE

Dal Politecnico alla California

Le buone idee mettono il turbo

Baby imprese lombarde «emigrate» negli Usa per imparare il business

di MASSIMO DEGLI ESPOSTI

— MILANO —

C'È UNA LEZIONE «californiana» in arrivo per le baby aziende dell'hi-tech italiane. Ed è questa: «Non si può più aspettare che il mercato ti venga a cercare. Bisogna andarselo a trovare là dov'è, come facevano i veneziani ai tempi di Marco Polo. E magari disegnare le nuove aziende su misura dei mercati, confrontandosi con loro fin dalla nascita». Insomma, nascere globali, precisa Giampio Bracchi, presidente della Fondazione **Politecnico** di Milano e coordinatore del progetto che ha portato una pattuglia di «start up» nate negli incubatori d'impresa degli atenei lombardi nel cuore mondiale dell'information technology, la Silicon Valley californiana.



Giampio Bracchi, presidente della Fondazione **Politecnico** di Milano e presidente dell'Aifi

(CdG)

DOPO UN ANNO di esperienza, l'altro giorno il **Politecnico** ha tirato le somme, interpellando via satellite alcuni dei neo imprenditori emigrati sulla costa Ovest degli Stati Uniti. «Abbiamo capito — racconta Bracchi — che il fattore velocità è tutto. Inutile e dannoso restar chiusi negli incubatori a curare il prodotto, realizzarlo meticolosamente, poi cercare di venderlo. Così passano gli anni e la buona idea si brucia, finendo per resta nel cassetto». Solo al **Politecnico** giacciono in attesa di un compratore almeno duecento brevetti. E negli incubatori degli atenei italiani sono almeno 300 le baby imprese ancora in cerca d'autore. Bracchi cita il caso di una «che

IL BILANCIO

Bracchi: «Abbiamo capito che la velocità è tutto, bisogna nascere già globali»

ha già tre anni di vita e ancora soltanto cinque dipendenti. Ci vuole coraggio e ambizione, capacità di crescere in fretta». Quel che tarpa le ali alle «invenzioni» made in Italy, dice, è l'essere «alla periferia del mondo, in un paese ormai desertificato per quel che riguarda i colossi hi-tech mondiali». Chi compra, chi industrializza quel che fai? Per i fortunati del progetto California si sono invece im-

diatamente spalancate le porte del business. Contatti commerciali, ipotesi di marketing, capitali freschi per finanziare le idee. Che non mancano in Italia, sostiene Bracchi, «e sono anche brillanti, come quella dell'azienda di Pavia che ha messo a punto un sistema di telerilevamento via satellite sofisticatissimo, e che ora ha una seconda sede in Canada». L'obiettivo è costruire un ponte a cavallo dell'Oceano che consenta di mantenere qui ricerca, sviluppo e produzione, cioè gran parte del lavoro, ma di avere oltre Atlantico i terminali commerciali e finanziari. Bracchi è anche presidente di Ai-

fi, l'associazione che, rappresentando i fondi di private equity, ha anche il polso della nicchia del «venture capital», cioè dei fondi dedicati allo sviluppo di nuove aziende.

«**DOPO LO SCOPPIO** della bolla Internet — dice — il venture capital, in Italia, era praticamente sparito. Ora si sta riaffacciando con una dozzina di fondi e per una raccolta di circa un miliardo. L'anno scorso ha investito quasi 100 milioni in una ottantina di start up. Qualcosa di buono si vede, ma nulla di paragonabile a quel mondo in perenne evoluzione che è oggi la California, e che domani sarà l'India o la Cina»