

[oltre la crisi]

[BREVETTI]

Inventare per innovare I comaschi ci credono di più

Dalle facciate ventilate alla luce riposante tante le idee diventate prodotti

COMO I comaschi sono un popolo di inventori? A giudicare dal numero di brevetti depositati in Camera di Commercio di Como, negli ultimi tre anni, la risposta sarebbe affermativa. Ma dall'invenzione ad aprirsi nuovi varchi nel mercato, la strada è lunga e difficile. E sono tante le imprese che si perdono. Como, nel 2009, si attesta al quarto posto per il numero di invenzioni, con 73 brevetti depositati, dietro a Milano (2361), Brescia (243), Varese (94), seguendo un trend già in crescita. La conferma della genialità comasca arriva anche da chi, per anni, si è occupato di brevetti e "business plan". "Gli imprenditori lariani sono ricchi di inventiva e hanno voglia di cercare tecnologie innovative, ma l'idea per diven-

tare un prodotto in-
contra non pochi
ostacoli. E sono cir-
ca il 20 - 25% le
aziende che ce la
fanno". L'ingegner
Stefano Poretta, ha
diretto per quattro
anni l'iniziativa "I
Como. La fabbrica
delle idee", del Cen-
tro Volta di Como,
sostenuta dalla Ca-
mera di Commercio
di Como. Attività
che, dal 2005 e per
quattro anni, ha con-
tattato più di 300
piccole e medie im-
prese, per la maggio-
ranza (quasi il 90%)
lariane, con qualche
partecipazione dalle
province limitrofe
offrendo servizi per
aiutare le aziende a
tradurre, in pratica,
un'idea e lanciarla
sul mercato. Gli im-
prenditori si sono
confrontati con

"matching", "brainstormig",
"business plan", con centri di
ricerca, tra aziende di settori di-
versi, mettendo sul tavolo pro-
blematiche e obiettivi. "I-Com-
o" è stato un trampolino di
lancio per realizzare il sogno nel
cassetto - spiega Poretta -, ma
anche setaccio severo per met-
tere alla prova l'invenzione e
verificarne contenuti e poten-
zialità. E, nel caso, consigliare
all'imprenditore di cambiare
strada". Da questa cucina di
idee sono nati alcuni brevetti.
Per esempio, la cabina per sti-
rare gli indumenti con antibat-
terico, il cotone elasticizzato, le
facciate ventilate, il sensore an-
tincendio per gli impianti pe-
trolchimici, la macchina per ri-
ciclare le cartucce della stam-
pante, la luce riposante nei mo-
bili, la barca a energia solare.
"Credo che i risultati siano sta-
ti buoni e che l'iniziativa sia ser-
vita a rivitalizzare un territo-
rio che stava soffrendo, sotto i
colpi della concorrenza cinese
e poi della crisi. Per qualche
azienda la partecipazione di "I-

Como" è stata un elemento di
novità e ha aperto nuovi sboc-
chi di mercato, per qualcuno
è stata la salvezza per non chiu-
dere. Ho certamente notato che
le aziende hanno voglia di fare
ricerca e di rinnovarsi. Più ag-
gressive le aziende che studia-
no software o che offrono ser-
vizi, più pigre quelle tessili da-
vanti alla possibilità di cambia-
re. Se devo individuare delle
criticità, credo che è mancata la
possibilità di aggregare, nel tem-
po, imprese diverse o aziende
di dimensioni opposte". Ma "I-
Como" è stata anche il veicolo
attraverso cui le imprese han-
no potuto accedere a finanzia-
menti pubblici, regionali o eu-
ropei. "Noi siamo riusciti ad ac-
cedere a finanziamenti regiona-
li, con la collaborazione di Fon-
dazione **Politecnico**, per 12 pro-
getti di grossa entità, portando
sul territorio in cinque anni più
di nove milioni di euro. E que-
sto basta per ritenere valida "I-
Como".

Sara Della Torre

[■]
*I-Como per 12 progetti
di grossa entità è
riuscita a portare sul
territorio in 5 anni fondi
europei per oltre nove
milioni di euro*

[i dati]



I BREVETTI

Como nel 2009 si attesta al quarto posto in Lombardia per il numero di invenzioni, ben 73.



I-COMO

La fabbrica delle idee del Centro Volta in quattro anni ha seguito più di 300 imprese per l'innovazione.



I PRODOTTI

La cabina per stirare gli indumenti con antibatterico, il cotone elasticizzato, le facciate ventilate, il sensore antincendio.



≡ [il cotone elastico] ≡

«Lo produrrò in Turchia»

COMO (sdt) L'idea fu il cotone elasticizzato, senza la presenza di fibre sintetiche. Camicie, pantaloni, vestiti confezionati con un tessuto naturale, traspirante, ma, grazie ad un particolare trattamento, con una elasticità in più, per dare ad ogni prodotto d'abbigliamento una migliore vestibilità. Marino Rossi, della Soft di Montano Lucino, azienda specializzata in finissaggio tessile, è stato tra i pochi imprenditori tessili a partecipare all'iniziativa di IComo. Poca fortuna ha avuto il cotone elastico. "Ma è ancora presto per dirlo - blocca la critica, Rossi -. Per esperienza so che prodotti che per anni non sono considerati, poi, improvvisamente diventano ricercatissimi. Ho avuto molta difficoltà a trovare attività comasche, disponibili a collaborare per la preparazione del tessuto. Forse, in queste ultime settimane, ho trovato un'azienda turca pronta ad eseguire l'applicazione... ma a Como sono tutti restii alle novità. Credo che l'iniziativa di "I-Como" abbia avuto valore proprio per dare al sistema delle piccole aziende un'opportunità in più".

≡ [L'audioguida] ≡

«Successo solo a metà»

COMO (sdt) "I-Muse", sta per "Interactive Museum" è l'idea messa in campo da Davide Orlando nel 2005. Un software, che collegandosi alla rete Internet, permette al visitatore di un museo di avere sul proprio palmare una guida virtuale. L'audioguida di nuova generazione è stata oggetto di studio di I-Como attraverso uno studio di fattibilità. Nonostante il successo iniziale, il software non ha creato un mercato, ma Orlando non si è arreso. "Fare l'imprenditore significa mettere in campo una buona dose di rischio e non smettere di credere alle proprie idee e potenzialità. Sto lavorando su altri progetti. Con I-Como ho progettato anche la sartoria virtuale di Orefice. Questo progetto continua ad avere, se pur lentamente, un a sua storia". Un bilancio sull'esperienza I-Como? "Spero che sul nostro territorio possano esserci ancora iniziative come quella di I-Como. Perché permette di restare aggiornati, di individuare tendenze future del mercato, di accedere con più facilità ai fondi regionali. Anche il contatto con altre aziende, di settore diverso, aiuta a comprendere problematiche di una storia d'impresa e a individuare possibili soluzioni".



Gli imprenditori lariani sono ricchi di inventiva ma l'idea per diventare un prodotto incontra non pochi ostacoli: solo il 20 - 25% dei brevetti ha successo

