

NUOVE FRONTIERE PER L'INNOVAZIONE AZIENDALE

Lucia Chierchia

Managing Partner @ GELLIFY

www.gellify.com

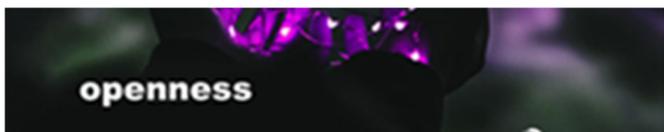
SOMMARIO

Durante l'Italian Tech week del 24 Settembre a Torino, Lucia Chierchia, Managing Partner di GELLIFY, tiene uno speech ispirato e diretto, che informa sui nuovi trend dell'innovazione con una sorprendente chiarezza.

Le parole dell'innovazione di frontiera che animano le aziende più avanzate sono la fonte di un ragionamento conseguente e illuminato su come superare l'impasse dell'imprenditore che si sente smarrito davanti alle nuove tecnologie e si trova a gestire la complessità di una trasformazione il cui termine è a volte per lui nemmeno immaginabile, nel momento in cui si accinge ad avviare il processo di innovazione. La velocità del cambiamento è molto più alta della capacità dell'imprenditore di coglierne gli effetti e urge una visione viva e attenta per aiutarlo in questo necessario passaggio attraverso scenari con caratteristiche decisamente diverse gli uni dagli altri.

Farsi affiancare nell'interpretazione e nella guida di questo processo è fondamentale per non subire e, anzi, per dominare la scena fino a che non sia totalmente cambiata.

A volte si tratta di segnali deboli, a volte invece il messaggio arriva forte e chiaro. A volte è un vero e proprio trend, altre volte si tratta solo di un esperimento isolato. Ho la fortuna di vivere all'incrocio di diversi ecosistemi di innovazione e di intercettare alcune delle nuove frontiere per la *corporate innovation*. Ne faccio una rapida disamina cercando di evidenziarne gli aspetti salienti.

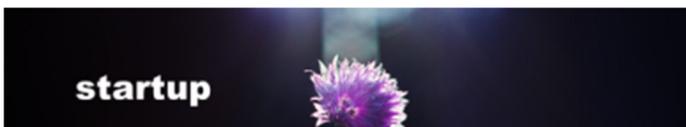


Openness

Le aziende – finalmente - hanno compreso la vera dinamica del modello open innovation.

Ora non ne parlano soltanto, ma la mettono a terra, per davvero, poiché sperimentano nuove forme di collaborazione, oltre i tradizionali perimetri di innovazione:

- non solo con fornitori e clienti ma con tutte le aziende lungo la loro filiera;
- non solo lungo la filiera ma anche con aziende che condividono con loro tecnologie o persino segmenti di mercato;
- non solo con aziende adiacenti ma anche con aziende lontane da loro per settore tecnologico e di business;
- non solo con aziende consolidate ma anche con startup



Startup

Le aziende hanno compreso che la collaborazione

con le startup non porta soltanto ispirazione, ma vera innovazione, poiché le startup sono portatrici sane di soluzioni che permettono alle aziende di sviluppare nuovi business, da un lato, e di incrementare la propria efficienza operativa, dall'altro.

Le aziende non solo hanno capito che i progetti pilota con le startup si pagano, ma che si può andare oltre, facendo scalare quelle tecnologie all'interno di tutte le funzioni aziendali, mediante un processo agile e di grande impatto.

Ma dobbiamo essere onesti: lavorare con una startup non è facile, perché è un'azienda in fieri e pertanto le mancano dei pezzi - pezzi di tecnologia, pezzi di modello di business, pezzi di team - perché tutto è ancora in costruzione.

Ma ne vale la pena poiché da quelle startup non solo possiamo prendere soluzioni per rendere le nostre aziende più competitive, ma possiamo anche cogliere quello spirito imprenditoriale che ci forza ad aprire la mente verso nuove opportunità di business.

Per manager ed imprenditori, l'obiettivo non è soltanto contaminarsi, ma mettersi in discussione, per scoprire nuovi modelli di business e far evolvere il DNA dell'azienda stessa.



Phygital

Le aziende hanno iniziato a sperimentare tecnologie emergenti accanto alle soluzioni core, che rappresentano il cuore, appunto, dell'azienda. Ma è un'evoluzione complessa poiché prevede, ad esempio, l'integrazione di uno strato digitale all'interno di un contesto che digitale non nasce, in un'azienda meccanica, siderurgica, chimica, farmaceutica ...

Allora la vera sfida non è il digitale ma una nuova dimensione, il phygital, il digitale ed il fisico insieme. È una sfida complessa poiché porta incertezza lungo i processi decisionali.

Ma non possiamo aspettare di avere tutte quelle competenze in casa per poter decidere se investire o non investire in una nuova tecnologia. Dobbiamo investire, in fretta.



Intrapreneurship

Un bravo manager è sempre stato colui che è in grado di prendere le decisioni giuste al momento giusto, basandosi su un insieme di informazioni, dati, fatti.

Ma oggi gli si chiede di governare l'azienda in un contesto volatile, incerto, complesso e ambiguo.

Deve pertanto cambiare lo stile di leadership, verso un approccio imprenditoriale, che si avvicina a quelle dinamiche con cui gli imprenditori decidono – e gli imprenditori decidono con la pancia.

Si tratta di un nuovo stile di leadership che porta quei meccanismi di pancia all'interno di un processo strutturato e disciplinato.

Cambia quindi il DNA dei manager.



Venturing

Il DNA delle aziende e dei manager d'azienda sta già cambiando.

Le aziende non solo trasformano le startup in propri fornitori strategici, ma investono in startup entrando nel loro capitale, per diventare attori di un'evoluzione di business che non può accadere solo al di fuori delle mura della loro azienda.

Non solo, le aziende creano dei CVC – Corporate Venture Capital - per investire in modo sistematico in startup. E non lo fanno solo le grandi multinazionali.

Non solo, le aziende spinoffano! Eh sì, perché

stimolano i propri dipendenti a far uscire dal cassetto le loro idee, cercando nuove opportunità di business che facciano leva sull'asset aziendale. E allora forse tutti diventano imprenditori, tutti diventano startup.

Alle porte di Bologna una piccola azienda italiana leader nella produzione di viti speciali nel settore delle macchine sportive e dell'avionica ha installato sensori all'interno delle viti e poi ha spinoffato, creando una startup che vende servizi di manutenzione predittiva grazie ai dati – digitali - provenienti dalle viti – fisiche - installate nelle macchine.



Gellification

GELLIFY investe in startup B2B digitali.

Noi chiamiamo ARIA una buona idea nata da un team brillante, che diventa LIQUIDA quando inizia a fatturare e sogna di diventare SOLIDA, con una crescita sostenibile sul mercato

Ma per scalare deve gellificarsi, ossia chiudere i suoi gap. GELLIFY integra gli investimenti in equity con un percorso di GELLIFICAZIONE, volto a costruire tutti gli asset mancanti della startup, per farla crescere e scalare.

Ma mi chiedo: anche le corporate si stanno gellificando?

Il loro DNA è in evoluzione, definiscono nuove sfide e lavorano pertanto per costruire nuovi pezzi di azienda, anzi in alcuni casi vere e proprie nuove aziende.

Ma l'impresa più complessa, forse, non riguarda la nostra azienda, riguarda noi stessi, che possiamo e dobbiamo metterci in discussione.

Forse la gelificazione riguarda tutti noi, che possiamo e dobbiamo diventare imprenditori di noi stessi.



Lucia Chierchia.

Laurea in Ingegneria Meccanica @ Politecnico di Milano. Executive Master in Technologies & Innovation Management @ Bologna Business School. Managing Partner @ GELLIFY, Piattaforma B2B di Innovazione che investe in startup B2B digitali e guida le aziende nella progettazione ed esecuzione di roadmap tecnologiche e della governance dell'innovazione.

Professore a contratto @ Bologna Business School e @ MIP Politecnico di Milano Graduate School of Business, su tematiche di gestione di innovazione e tecnologia.

Inspiring Fifty, Unstoppable Woman StartupItalia, Advisory Board @ Politecnico di Milano, Founding Members Board Alumni Association @ Bologna Business School, SME @ European Innovation Council.