

Quando venticinque anni fa proposi a Romano Prodi, allora Presidente dell'IRI, di pubblicare la edizione Italiana di Technology Review, la rivista del MIT, la risposta fu subito positiva. Avevo trovato facilmente il cofondatore della prima edizione fuori dagli Stati Uniti della più prestigiosa pubblicazione al mondo sull'innovazione.

Il suo entusiasmo, che dimostra ancora oggi come Presidente del nostro Comitato Scientifico, è stato rapidamente contagioso. Le tante aziende del Gruppo con rilevanti attività di ricerca aderirono subito con grande interesse all'invito a collaborare. In Edindustria, la società per la comunicazione del Gruppo, Gian Piero Jacobelli, da allora Direttore responsabile, trovò un editore molto disponibile. Poi, dopo la liquidazione dell'IRI, Technology Review è rimasta senza editore. Allora, sollecitato dallo stesso MIT, mi sono reinventato nel mestiere di editore con una società costituita *ad hoc*, Tech.Rev. *Part time*, certo, ma editore.

La vita di Technology Review è diventata più complessa. Dalle facili relazioni con i protagonisti della ricerca dei tanti settori di un grande gruppo come IRI (telecomunicazioni, energia, materiali, informatica, trasporti...), si è passati alla necessità di "andare a caccia" nel mondo industriale italiano, frammentato e sfuggente sul fronte della ricerca.

Non è venuta meno la capacità di essere anticipatori sui temi delle tecnologie e dei loro impatti sulla società, come si può vedere nelle pagine di questo numero, dedicate alla rassegna di venticinque anni di vita, con messaggi quasi profetici. Cito sempre la copertina in cui si vede il volto invecchiato di Buzz Aldrin, che mise il piede sulla Luna dopo Amstrong, dire consolato: «Ci avevano promesso le colonie su Marte, la sconfitta del cancro..., e ci hanno dato Facebook».

Il cambio di passo rispetto alle origini è però evidente. Il primo cambio di passo è nel nome che è diventato "MIT Technology Review". Come si dice da noi, il MIT ci ha messo la faccia. Il secondo è che, sotto questo nuovo nome, arricchito dal marchio MIT, si sono affiancati alla rivista cartacea un quotidiano on-line, alcune Newsletter settimanali di settore (Energia con AGI per ENI, NanoBio, con l'Istituto Italiano di Tecnologia), scambi di link con prestigiose riviste scientifiche e inserti specializzati quali "LinkTech" sul quotidiano on-line generalista Linkiesta. Il terzo sta nella rete internazionale che oggi ci lega ad altri importanti paesi: Germania, Cina, Spagna, America Latina, Russia, India, Singapore, Brasile, le cui edizioni locali arricchiscono la possibilità di accesso alle diverse culture della tecnologia.

Nel panorama del nostro paese tuttavia, il più importante cambio di passo lo si vede nel modo in cui MIT Technology Review si è gradualmente posta al centro di un largo e diversificato sistema di relazioni con i più importanti nodi della innovazione italiana: per la raccolta di informazioni rilevanti e per alimentare i suoi due concorsi annuali "Giovani Innovatori" e "Imprese Smart & Disruptive", con cui seleziona i migliori elementi (persone e aziende) della innovazione italiana, a livello sia individuale, sia aziendale.

Il nostro sforzo continuo è quello di ascoltare quanto succede all'interno dei tradizionali ambienti delle università e degli istituti di ricerca, ma anche di organizzazioni che ne promuovano le attività. Di qui il nostro rapporto con i maggiori "incubatori per l'innovazione" italiani. Pensiamo tra gli altri a Alma Cube di Bologna, a Rieforum di Padova, a I3P del Politecnico e a 2i3 dell'Università di Torino, al Parco Scientifico e Tecnologico della Sicilia, al Filarete di Milano, al Technology Transfer Office dell'IIT di Genova, per non citarne che alcuni. Oppure ad aggregazioni come Netval che raccoglie i centri per l'innovazione di 54 università italiane e dei più importanti istituti pubblici di ricerca. O PNI Cube che integra le Start Cup regionali in un premio nazionale delle migliori imprese in fase di nascita.

E, nel mondo industriale, ecco il collegamento con Confindustria, o con le purtroppo poche, ma vive grandi società operanti in Italia in modo innovativo, ENEL, Eni, ST, Pirelli... E ora, nel mondo dell'artigianato, con la piattaforma e-commerce MakeHandBuy di una delle Smart Companies di quest'anno. Questi nodi, visti come pezzi di una rete, mostrano centinaia di persone o di iniziative di gruppo che MIT Technology Review scandaglia per arrivare, con filtri successivi, a individuare i casi più interessanti da raccontare nell'Italia di oggi.

Un'Italia molto diversa da quella di 25 anni fa. Un'Italia che per poter essere descritta nella sua capacità innovativa, richiede un grande sforzo di "networking" (come dicono a Cambridge quando vanno a bere un calice di vino anche solo in due), ma soprattutto di attenzione ai "segnali deboli".

Perché networking e segnali deboli? Perché, come dice sempre l'amico Negroponte, l'innovazione nasce dalla fusione di Talento, Trasgressione, Tolleranza: le tre T che, nella diffusa depressione in cui ancora ci troviamo, sono difficili da reperire nella stessa persona o nella stessa azienda. Descriverle e collegarle tra loro genera quello stato della mente euforico da cui alla fine l'innovazione nasce sempre. Questo è il nostro compito, che ci fa sentire decisamente fiduciosi. (a.o.)