

19 Maggio 2016

I Giovani Ascom e i mille modi di fare innovazione

Il gruppo preme l'acceleratore sulla formazione, le nuove tecnologie e l'attitudine al cambiamento, con incontri gratuiti per gli associati. Bonicelli: «Non ci si può fermare, partendo da ciò che abbiamo dobbiamo costruire nuovi modelli»





L'innovazione non è facile, ma può essere affrontata in modo semplice. È quanto hanno voluto dimostrare i Giovani imprenditori dell'Ascom in un seminario dedicato, in particolare, agli approcci e ai metodi per mettere in moto il cambiamento nel mondo del commercio. La direzione, del resto, è chiara: per resistere in un mercato sempre più dinamico, competitivo e mutevole occorre operare uno scarto rispetto al passato.



Luca Bonicelli

E il presidente **Luca Bonicelli** ne è convinto, puntando con decisione, insieme al proprio Gruppo, sui temi della formazione e dell'innovazione, con percorsi e incontri gratuiti per tutti gli associati. «Abbiamo avviato un ciclo di incontri sul web marketing e i social network – ricorda –, ora ci soffermiamo sulle metodologie per far nascere e sviluppare l'innovazione. Si tratta di un aspetto centrale, soprattutto per le nuove generazioni del commercio e del terziario, che noi rappresentiamo, ma ovviamente anche per tutte le imprese. Chi oggi si trova a portare avanti un'attività già avviata, che magari è anche consolidata e funziona bene, non può permettersi di fermarsi, deve per forza guardare oltre. L'idea è di partire da ciò che c'è e costruire un modello giusto per sé ed efficace in prospettiva».

Non vuol dire, quindi, stravolgere il modo di lavorare, o trovare l'idea rivoluzionaria, ma mettere in atto nuove strategie, questo sì, ^{La Rassegna} seguire il mondo che cambia. «Già posizionarsi su Facebook può essere un passo – evidenzia Bonicelli –, così
<https://www.larassegna.it/i-giovani-ascom-e-i-mille-modi-di-fare-innovazione/>

come lo sviluppo dell'e-commerce. Ma l'innovazione non deve per forza concentrarsi sulle nuove tecnologie, ci sono alcuni esempi interessanti di integrazione dell'offerta, ad esempio locali che nelle aree turistiche effettuano anche il noleggio di bici elettriche, e poi le reti tra imprese, che possono essere formali oppure no. La collaborazione tra attività che possono essere connesse e complementari è interessantissima».

Non a caso, l'evento annuale dei Giovani Ascom, in programma il prossimo 17 giugno, in questa edizione unirà alla tradizionale serata benefica, al Chiostro alle Grazie di Bergamo, un convegno sulle reti d'impresa.

L'atteggiamento e la visione degli Under 40 sono improntati all'ottimismo. «Certo, bisogna essere sempre in movimento, non si va avanti continuando a fare ciò che si è sempre fatto – precisa Bonicelli -. Ma le soluzioni ci sono e spesso le abbiamo proprio all'interno delle nostre attività, che per quanto piccole non sono inferiori per valore dell'offerta rispetto alle grandi realtà, anzi. Pensiamo ad esempio ai prodotti tipici – dice partendo dal settore alimentare, in cui opera -. Sono sempre stati i piccoli negozi a proporli e valorizzarli, oggi non c'è insegna della grande distribuzione che non li abbia e ne faccia un punto punto qualificante dell'assortimento. In pratica, i grandi ci copiano. È da questa consapevolezza che dobbiamo partire, la nostra storia, testimoniata anche dai 70 anni di associazione, è la base sulla quale costruire il futuro».

PILLOLE DI CAMBIAMENTO

Dal farmacista su Youtube al bar che si paga a tempo



Giovanni Caruso

Un metodo (il business model canvas) e una serie di casi di successo per dire che l'innovazione si può fare in ogni settore e in ogni dimensione aziendale. Li ha illustrati la bergamasca Quo.d, società di consulenza specializzata nella gestione dei processi di innovazione che fa parte della rete d'impresa Net@work, agli imprenditori del terziario in occasione dell'incontro promosso dai Giovani Ascom nella sala corsi dell'Associazione cittadina.

«Innovazione è sinonimo di cambiamento – spiega **Giovanni Caruso**, amministratore della società, relatore al seminario con Rodolfo Pinto -, per realizzarla non serve un centro di ricerche della Nasa, ci sono approcci, metodi e strumenti che permettono di progettare e implementarla». E porta i casi di alcune attività tradizionali «che hanno cambiato il modo di fare ciò che hanno sempre fatto», come la Farmacia Serra di Genova, a gestione familiare, che accanto al sito per l'e-commerce ha creato un blog e un canale Youtube attraverso i quali illustra i prodotti e il loro utilizzo, valorizzando anche on line l'esperienza e la consulenza del farmacista di fiducia. O il Caffè Carbonelli, in provincia di Napoli, torrefazione artigianale che ha scongiurato la chiusura sviluppando il commercio elettronico e la presenza sul web.

In altri casi sono le modalità del prezzo a venire modificate, persino stravolte. L'Anticafè è un format, presente anche in Italia, dove non si pagano le consumazioni ma il tempo che vi si trascorre, potendo contare su spazi multifunzionali attrezzati. C'è anche il sistema di prenotazione alberghiera dove è l'ospite a fare il prezzo e tocca all'albergo accettare o

meno la proposta, mentre in Uruguay, in linea con un'azione governativa contro l'alcolismo, in alcune discoteche l'ingresso è gratuito per chi ha tasso alcolemico pari a zero. «Innovazione non significa per forza digitale – conclude Caruso –, deve essere inteso come leva operativa, non come obiettivo».