

(continua a pag. 126)

Andrea Granelli

Comunicare l'innovazione

Editore Fondazione Cotec e il Sole 24 Ore
pagine 212 - euro 24,00

Con questo volume s'inaugura una nuova collana denominata "Innovazione e Competitività", lanciata dalla Fondazione Cotec, ente per l'innovazione tecnologica, con l'intento di sostenere e orientare la capacità innovativa e industriale italiana.

Quando Alexander Graham Bell mostrò per la prima volta un telefono al sindaco di New York, il sindaco disse: «Questa è un'apparecchiatura assolutamente affascinante, ma cosa me ne faccio?». Bell rispose che il telefono gli avrebbe permesso di contattare tutte le città degli Stati Uniti. Il sindaco ne rimase stupito e rispose: «Perché dovrei farlo? Io non conosco altra gente fuori New York». Questo telefono ha troppi difetti per essere seriamente considerato un mezzo di comunicazione e non ha nessun valore per noi (nota interna della Western Union Telegraphs - 1876). Di seguito alcune altre frasi rimaste famose.

Credo che nel mondo ci sia mercato per massimo 5 computer (Thomas Watson, IBM - 1943). I computer in futuro non dovrebbero pesare più di 1 tonnellata e mezzo (Popular Mechanics - 1949).

Credo proprio che 640 Kbytes saranno sufficien-

ti per chiunque (Bill Gates, Microsoft - 1981).

Macchine volanti più pesanti dell'aria? Impossibile (Lord Kelvin, membro della Royal Society - 1895).

Gli Aeroplani non faranno più accadere le guerre poiché promuoveranno le comunicazioni internazionali e renderanno obsolete le armi, poiché saranno attaccabili dal cielo (opinione diffusa agli inizi del 20° sec. - dall'*Economist*).

Internet collasserà in maniera catastrofica nel 1996 (Robert Metcalfe, inventore di Ethernet).

Quella radio è una mania che passerà presto (T.A. Edison, citato da Cerf e Navasky in "La parola agli esperti").

La televisione non potrà reggere il mercato per più di sei mesi.

La gente si stancherà subito di passare le serate a guardare dentro una scatola di legno (Darryl F. Zanuck, direttore della 20th Century Fox, 1946).

Non ci sarà mai più di un milione di Automobili al mondo perché non è possibile riuscire a trovare più di un milione di artigiani da addestrare per fare gli chauffeur (amministratori della Mercedes, 1903).

Perché è importante comunicare l'innovazione?

«Perché la comunicazione dell'innovazione e l'innovazione sono inseparabili», spiega Andrea Granelli. «È la diffusione dell'idea, del progetto, del prodotto a fare la differenza tra invenzione come fatto tecnico e innovazione come fatto economico, sociale culturale. È la comunicazione a far comprendere ai consumatori, ai cittadini, agli interlocutori il valore d'uso, la logica, il funzionamento della novità».

E se il terreno dell'accettazione diffusa delle innovazioni diviene meno fertile, è anche responsabilità delle aziende il dover saper comunicare la propria attività innovativa: è un dialogo continuo, tra chi propone e chi consuma, tra chi offre e chi condiziona sempre più ciò che gli viene proposto.

Non sono più sufficienti i "muscoli tecnologici". Serve altro.

Occorre spiegare, fare appello agli aspetti simbolici ed emozionali, muovere verso un futuro desiderabile, magari incerto nella sua definizione, ma produrre simboli



significa imboccare strade considerate prima irraggiungibili.

Pensiamo all'importanza della comunicazione all'estero, laddove i pregiudizi nei confronti del caos e dell'improvvisazione italiani sono all'ordine del giorno: quanti giornali, radio e Tv stranieri si sono sorpresi del perfetto ordine in cui si sono svolti i funerali di Giovanni Paolo II?

La Fondazione Cotec (www.cotec.it) acronimo di COoperazione TECnologica, sotto la presidenza onoraria del Capo dello Stato, è impegnata nella messa a punto di proposte sulle politiche della ricerca e innovazione da presentare all'Unione Europea che creino momenti concreti di cooperazione fra i Paesi.

La Fondazione si propone di dare un contributo decisivo nell'orientamento delle scelte pubbliche italiane ed europee verso gli interessi e le priorità tecnologiche del mondo industriale.

(segue a pag. 130)