

«I *Side Leaders* sono quelli che hanno scommesso su se stessi con una sfida incredibile, che oggi non rende loro pubblico onore, né merito, né popolarità. Ci sono, ma nessuno lo sa». Così dichiara Giorgia Petrini, che poi aggiunge: «in questo libro ce ne sono nove, la decima sono io».

Forse, tuttavia, dopo l'uscita di "*L'Italia che innova*", un po' di notorietà in più la raggiungeranno i dieci *side leaders* che, del libro, sono i giovani protagonisti.

"L'Italia che innova" non è un insieme di biografie, né una collezione di interviste. È, come l'ha definito l'autrice stessa, un "osservatorio della realtà": una raccolta di chiacchierate informali in cui i nove giovani imprenditori raccontano la loro storia, le esperienze vissute e le idee maturate attraverso anni di lavoro sul campo. Espongono il loro punto di vista sulla questione dell'imprenditoria giovanile, analizzando i punti di forza degli italiani e le debolezze del nostro sistema. C'è molta critica, ma è sempre una critica costruttiva: è l'espressione di chi ha incontrato delle difficoltà ma, nonostante queste, è riuscito a sfondare, partendo da zero. Leadership, Successo e Innovazione: queste le loro parole d'ordine. «L'Italia che innova - scrive l'autrice - è un libro che spinge, che punta a dare un preciso messaggio: Oh ragazzi forza! Dai! Se ce l'hanno fatta loro, potete farcela anche voi!». Sulla carica positiva del libro sembra scommettere anche il Ministro della Gioventù Giorgia Meloni. Ospite d'onore, in qualità di *Side Leader*

istituzionale, il Ministro è intervenuto alla presentazione ufficiale, avvenuta il 29 Febbraio scorso. «Ringrazio Giorgia Petrini per il libro – ha dichiarato - e per non essersi fermata a un libro. Le due cose vanno in sintonia con quello che il Ministero della Gioventù sta tentando di fare con la controinformazione, cercando di raccontare tutto quel che non fa notizia. Oggi la storia di bullismo finisce in prima pagina e la storia di eccellenza non fa nessun rumore. Questo non è solamente ingiusto, ma deleterio. Si chiama "effetto specchio": i giovani italiani si vedono come noi li raccontiamo».

Alla presentazione, avvenuta, coerentemente con lo spirito del libro, in forma di tavola rotonda, hanno preso parte, inoltre, l'autrice, Giampaolo Rossi (Presidente di Rai Net) e Gian Paolo Tagliavia (AD di Mtv Italia). Protagoniste dell'evento sono state, poi, alcune tra le eccellenze italiane raccontate nel libro, artefici di importanti progetti innovativi nel nostro Paese e all'estero: Luca Ascani (Presidente di GoAdv), Fabrizio Capobianco (CEO di Funambol), Stefano Cigarini (Direttore Generale di Zoomarine) e Silvio Gentile (AD Green Utility). «Di idee buone non se ne hanno tutti i giorni, se ne ha una, forse due in tutta la vita. Ma è su quelle che bisogna lavorare», asserisce Stefano Cigarini – e questo è ciò che hanno fatto loro. Luca Ascani, a soli 20 anni, ha avuto un'intuizione geniale, sulla quale ha saputo costruire un business vincente:

«L'Italia che innova»: dieci giovani italiani che ce l'hanno fatta

Scritto da Silvia Quaranta

Giovedì 25 Febbraio 2010 04:09

capire ciò che gli utenti vogliono dal *web*. Oggi Luca, 29 anni, è alla guida di GoAdvertising, una società di servizi di informazione e comunicazione *onli*

ne

internazionale e quotata in borsa. «Io ho fondato 3 aziende – racconta Fabrizio Capobianco, che attualmente vive e lavora nella Silicon Valley - la prima nel '94 ed era la prima

web company

italiana. Avevo 23 anni, partivo da zero, senza capitali, facendo una certa fatica e trovandomi davanti alcune barriere classicamente italiane. Mi è capitato di parlare con un grande capitano d'industria del turismo che mi ha detto "Ha ragione, internet sarà quello che dice lei, però lei ha 23 anni e io non posso fare affari con un ragazzo"». Adesso quel ragazzo è a capo di

Funambol, una delle

start up

di maggiore crescita negli Stati Uniti, a dimostrare che la tecnologia italiana non è seconda a nessuno.

Sul problema dell'imprenditoria legata ai giovani in Italia si sofferma Silvio Gentile: «Per fare impresa in Italia, purtroppo, i potenziali clienti non guardano mai cosa tu hai di fronte, quindi la tua *vision*, i tuoi progetti, la tua intraprendenza. Guardano quello che hai dietro, cioè i *partner*, i patrimoni, i contatti. Io volevo fare

business

nel campo dell'energia e sono figlio di due dipendenti pubblici, dovevo farlo convincendo dei partner industriali. Uno di questi partner è stato un gruppo tedesco quotato in borsa che ha creduto in me quando ero da solo. Mi hanno dato delle referenze e delle credibilità, ma anche 600.000 euro. Il sistema Italiano si può cambiare ma non attaccandolo, cambiandolo dall'interno. Non è impossibile trovare partner, ma non è facile. Se Steve Jobs (fondatore della

Apple

, ndr) fosse nato in Italia oggi sarebbe ai lavori socialmente utili».