

## Dall'Italia alla Silicon Valley, dove le idee diventano affari

**Pubblicato:** Giovedì 5 Novembre 2009



**Mind the bridge**, ricorda il ponte. Il ponte è quello di San Francisco, nel cuore della Silicon Valley, la patria delle rivoluzioni globali nate negli scantinati. Ma è anche quello virtuale che collega le **idee degli imprenditori italiani con i capitali statunitensi**. Un legame che diventa più concreto grazie a **Mind the bridge**, la fondazione nata con l'obiettivo di promuovere la creatività e aiutare gli imprenditori a trasformare i propri progetti in realtà. Nella direzione di questa organizzazione, che ha sede a San Francisco, oltre al fondatore **Marco Marinucci** è stato nominato anche **Alberto Onetti** docente di management e direttore del **Cresit** dell'Università dell'Insubria.

### **Professor Onetti, chi vi contatta e perchè?**

«Mind the bridge nasce come risposta alla fuga di cervelli. Si rivolge agli imprenditori che hanno idee innovative e cercano delle persone disposte a finanziarli. Negli Stati Uniti è diffusa la cultura del **venture capital**, ci sono investitori che vogliono mettere i propri capitali a disposizione di progetti che hanno delle buone opportunità di sviluppo. Una disponibilità che in Italia in questo momento è difficile trovare. Noi portiamo le aziende in Silicon Valley e li aiutiamo a presentare le proprie idee».

### **✖ In che cosa consiste la vostra attività?**

«L'obiettivo di fondo è quello di promuovere l'innovazione. Inoltre cerchiamo di far incontrare i "cervelli" italiani con i capitali statunitensi. Per ottenere i finanziamenti un'impresa ha bisogno di presentare i propri progetti, renderli credibili, spiegare le opportunità di sviluppo. In questa fase dunque aiutiamo a trasformare un'intuizione in un business plan chiaro e credibile, a coltivare la cultura di impresa globale a formare imprenditori internazionali. Oggi non si può più parlare di imprese italiane, inglesi o cinesi. Le imprese vincenti sono globali. Crescere in un solo posto non è più possibile».

### **In quali settori operano le aziende con visioni innovative che in questo momento possiamo "esportare" oltreoceano?**

«Software, nuove piattaforme di social network, strumenti di marketing virtuale, soluzioni wireless, biotecnologie sono terreni sui quali la creatività italiana può dire la sua a livello internazionale. Ma servono progetti di ampio respiro, con piani di business ben strutturati e capacità di presentazione che, per necessità, devono esser fatte in inglese».

### **Quali sono i punti di forza italiani?**

«I punti di forza stanno nella ricerca di base, nella buona capacità di fare innovazione e nel saper sfruttare le nuove tecnologie. È però fondamentale per la crescita di questi soggetti dar modo alle

imprese di trovare capitali».

**Diventare internazionali significa anche aprirsi a una nuova cultura del fare impresa. Quali sono le differenze più grandi che si incontrano nei mercati di tipo anglosassone?**

«Sono molte. La prima sta nell'idea di impresa. In Italia è concepita come un impegno a lunga durata, una sorta di matrimonio. I venture capital invece guardano a un periodo. Decidono di finanziare un progetto poi lasciarlo, prendere altre strade, finanziare nuove idee in cui si crede. Manca quell'abitudine italiana dell'affezionarsi all'azienda. Un altro punto diverso è la visione: siamo abituati alla gradualità, a progetti poco ambiziosi. Il venture capital invece accetta il rischio vuole osare, pensare in grande. Infine le competenze di management: nel nostro paese c'è una forte concentrazione sul prodotto e meno su gli altri aspetti del fare impresa. Crescendo, possono avere dunque delle carenze sul piano manageriale».

[Redazione VareseNews](#)

[redazione@varesenews.it](mailto:redazione@varesenews.it)