

Innovazione

DIZIONARIO
DELLE ICONE
di Lorenzo Tomasin

1 Arena Il teatro romano di Verona: per chi, come Goethe nel Settecento, arrivava in Italia dall'Europa Settentrionale, era una sorta di anticipo o primizia del Colosseo. Un elemento italiano, anzi, latino. Oggi è

un tempio della musica lirica, e talvolta anche di quella leggera, le cui pietre hanno rifranto l'eco delle voci di Maria Callas, Toti dal Monte e Luciano Ligabue. Ai suoi margini si ammassano, nei giorni

precedenti agli spettacoli, maestose scenografie di cartapesta: sfingi egiziane, colonne babilonesi e scalinate greche. Tutto finto, a differenza dell'anfiteatro. Il simbolo del Veneto che canta.

VIAGGIO NEI SETTORI ALL'AVANGUARDIA

Moto, occhiali e robot: Vicenza capitale Hi-tech

Sbocciano i distretti tecnologici e «digitali». E crescono imprese come Dainese (air bag speciali), T-net (telefonia), Smania (mobili ecologici)

di Edoardo Segantini

Di questo laboratorio della ripresa che è il Veneto, Vicenza è uno dei luoghi privilegiati. Arrivando da Ovest, vi si incontrano in sequenza, come capitoli di una storia, marchi simbolo dell'economia industriale del Nordest: le acciaierie **Beltrame** e **Valbruna**, a ricordare che il presente non è solo immateriale; un astro del lusso come **Bottega Veneta**, oggi parte della costellazione di Pinault; e, più avanti, il macro-cubo grigio scuro della **Dainese**, il più grande magazzino robotico di capi appesi del mondo. Nume tutelare dei motociclisti (sulla libreria conserva le testimonianze di gratitudine di gente che deve la vita ai suoi salvaschiene), il patron **Lino Dainese** arriva in ufficio in bicicletta. Sessant'anni, jeans, giacca di lino beige, indica un libro dell'economista Marco Vitale appoggiato sul tavolo: «È una storia che tutti i miei colleghi imprenditori dovrebbero leggere. Racconta di come

Secondo Luigi Provaggi, di Sts Deloitte, la formula anti-crisi sta proprio «in un impasto di innovazione continua, abilità creativa artigianale e confronto con le proprie radici».

già nella Vicenza cinquecentesca del Palladio, lungo il corso del fiume Bacchiglione, ci fossero quaranta mulini ad acqua e un'industria della seta fiorente e innovativa».

Intende dire che tra ieri e oggi c'è un filo rosso, una tradizione secolare di futuro, e non è un caso se il Veneto è diventato un'area industriale tra le più creative d'Europa. La Dainese è tipica: affonda le sue radici nella tradizione conciaria, ma la sua forza è la continua innovazione. Il «fare quello che gli altri non sanno fare». Campioni delle due ruote come Marco Simoncelli e Michael Ranseder in gara usano già l'air bag da moto, Valentino Rossi lo sta testando fuori gara. Nei negozi il prodotto arriverà nel 2011.

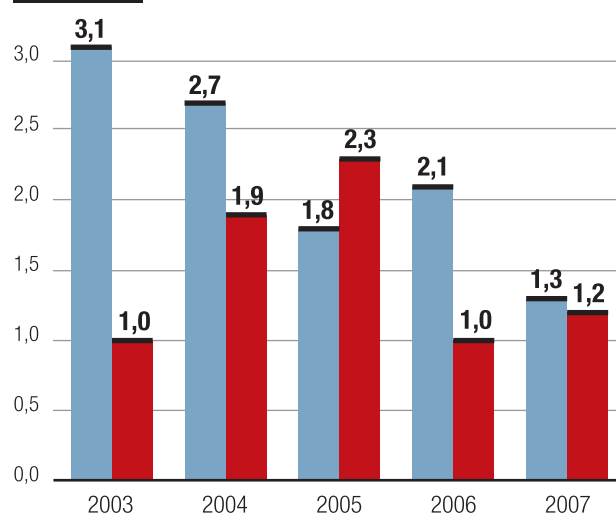
Un fatturato di 108 milioni, il 60% dei quali realizzato all'estero, 400 dipendenti, l'azienda vede nel

La scommessa tecnologica

Imprese attive nel settore dell'informatica
Anni 2003 - 2007

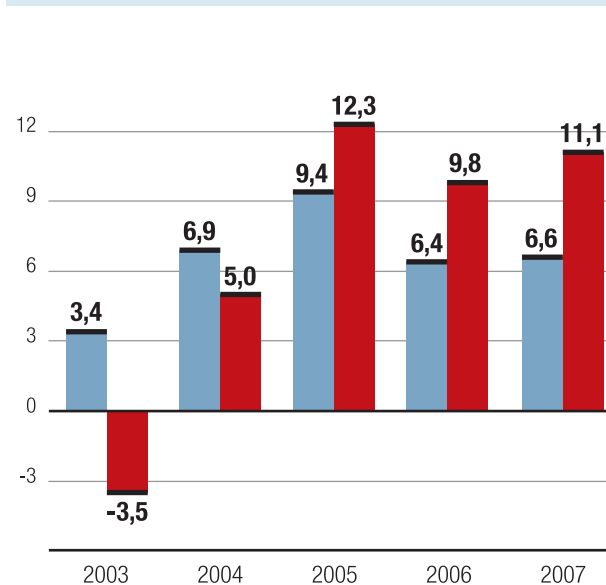
Italia Veneto

variazione in %



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto

Imprese attive nel settore della Ricerca & Sviluppo
Anni 2003 - 2007



CORRIERE DELLA SERA

suo futuro spazi di crescita molto più ampi dell'abbigliamento per gli sportivi: «Nel 2020 — dice l'imprenditore — diventeranno economici i cosiddetti vestiti intelligenti, dotati di elettronica e nanotecnologie. Prevediamo applicazioni antinfortunistiche per chi lavora, per gli anziani a protezione dei femori, per i bambini». E, come esempio di futuro-futuro, mostra il prototipo di tuta spaziale realizzata per la Nasa su richiesta del Mit di Boston, destinata agli astronauti che andranno su Marte nel 2030.

Secondo **Luigi Provaggi**, di **Sts Deloitte**, la formula anti-crisi sta proprio «in un impasto di innovazione continua, abilità creativa artigianale e confronto con le proprie radici». Ma non per tutti funziona allo stesso modo. Per **Paolo Mantovani**, 40 anni, presidente dei **Giovani industriali di Vicen-**

za, l'innovazione è passata attraverso la rottura con la tradizione familiare. Suo padre, ex dipendente della **Balestra 1882** — forse la più conosciuta nel distretto orafico vicentino, oggi in crisi — lasciò l'azienda per fondarne una sua. Paolo aveva idee diverse, voglia di girare il mondo e ha preferito cercarsi una sua strada. L'ha trovata fondando con altri coetanei un'azienda di contenitori per telefonini, **T-Net**. «I distretti tradizionali — dice — sono entrati in crisi perché un'azienda trainava e troppi andavano a rimorchio. Con la crisi il rimorchio si è staccato. I distretti vincenti sono quelli segnati da capacità inventiva, come il meta-distretto digital-mediale coordinato da **Massimo Colomba** n (fondatore della **Permasteelisa**, un'icona del Nordest, ndr), che raggruppa 800 imprese ed è uno dei più importanti d'Europa».

«L'imprenditore veneto — continua — sta sempre meno in Veneto e sempre più nel mondo. Dallo Stato si aspetta poco, ha imparato a contare solo sulle proprie forze. E alla fine credo sia giusto così. I nostri genitori hanno fatto miracoli, ora tocca a noi».

L'innovazione ruota intorno all'individuo e alla famiglia, vero universo formativo e creativo. Se **Paolo Mantovani** è la discontinuità, **Michele Bòcchese** è il caso contrario, quello della continuità dopo una lunga vacanza. Laureato in economia, per dieci anni lavora all'estero come consulente per la giapponese Jmac, seguendo sia l'industria della moda che la Ford. Nel 2002 decide di tornare a Vicenza e di occuparsi della **Miles**, l'azienda tessile fondata dal nonno materno e reinventata dalla madre Silvia Stein negli Anni '60 come produttrice di

STORIE DI AZIENDE/1

Sonus Faber, prove d'orchestra con i «diffusori»

L'attore Denzel Washington li ha voluti in una scena de «Il collezionista di ossa». Mentre Sharon Stone li considera tra gli oggetti cult della sua villa hollywoodiana di Beverly Hills. A privilegiarli per l'eccellente qualità sonora sono musicisti del calibro di Uto Ughi e Salvatore Accardo.

Stiamo parlando di Sonus Faber, i diffusori acustici made in Innovation Valley, al cui confronto i blasonati prodotti della nordica Bang & Olufsen passano in secondo piano. Che si tratti di prodotti fuori dall'ordinario lo si capisce già dell'esterno della fabbrica di Arcignano. Ai piedi dei colli Berici, in provincia di Vicenza. L'edificio in legno, vetro e acciaio ri-

corda le forme di un violino. È l'anticipo dei diffusori che si producono all'interno, considerati alla stregua di strumenti musicali. Prodotti con la cura maniacale dei maestri liutai. La convinzione è che le caratteristiche qualitative del suono dipendano dalla camera acustica, dalla sua forma e dai materiali che la costituiscono. A partire dal legno dei cabinet esterni. Rigorosamente doghe di massello e pannelli stratificati, interamente lavorati a mano.

«Sono tavole di primissima qualità, soggette a lunghi trattamenti di stagionatura, perché la scelta dei legni per la costruzione delle camere acustiche influenza la timbrica — spiega Cesare Bevilacqua, at-

tuale presidente Sonus Faber — gli altoparlanti vengono poi alloggiati nei pannelli frontali rivestiti in pelle, per garantire tenuta pneumatica e smorzare le vibrazioni». Insomma il risultato è un «unicum» che non sarebbe lo stesso se prodotto in un'altra zona. «Perché sommiamo l'esperienza dei laccatori a mano di Rovigo alla qualità degli artigiani del legno di Padova e Treviso e dei lavora-

Per l'attrice Sharon Stone sono un oggetto di culto

tori di materiali preziosi del vicentino». L'azienda nasce negli anni Ottanta come hobby di Franco Serblin, un odontotecnico grande appassionato di musica, ebanistica e liuteria. Serblin le dà il nome latino di Sonus Faber che significa «suono fatto a mano». Una sola la regola, i diffusori creati uno ad uno in modo artigianale devono seguire i dettami costruttivi di liu-

Sono tutti oggetti creati a mano uno a uno

ti e violini. Così l'azienda berica inizia a imporsi nel mondo come sinonimo di classe e altissima qualità. Ogni anno produce 12 mila diffusori, esportati al 90 per cento in 45 paesi del pianeta. Con la collezione Stradivari Homage si tocca il livello più alto di gamma. Chi può permettersi in salotto una coppia di questi «strumenti da musica» di colore rosso violino deve sborsare quasi 30 mila euro. E per raggiungere la massima qualità di ascolto vanno abbinati ad amplificatori valvolari e dischi rigorosamente in vinile. Insomma, il meglio del meglio a livello di tecnologia, raffinatezza, cura dei particolari e delle rifiniture. Nei diffusori Sonus Faber non c'è controllo elettronico né lavorazione

automatica, tutto passa al vaglio dell'occhio, dell'orecchio e della mano dell'uomo. Una ricerca di perfezione con modelli dedicati alla scuola liutaia di Cremona, rievocati nel nome dei celebri maestri: Guarnieri, Amati, Stradivari. Ma a dimostrazione che la buona musica è comunque disponibile per tutti, si può portare a casa una coppia di Toy con 780 euro: «Un diffusore entry level studiato per essere appoggiato su un mobile o all'interno di una libreria — conclude Bevilacqua —, un sistema di piccoli altoparlanti per riprodurre al meglio la musica in comuni ambienti domestici». Come portarsi a casa un'orchestra sinfonica.

U. Tor.



Tecnologia Cesare Bevilacqua, presidente di Sonus Faber