



La società di temporary management barese brucia le tappe

Il Gruppo Made lancia 8 progetti per l'innovazione

Sono otto nei primi 6 mesi del 2004 i progetti d'innovazione e ricerca scientifica che portano la firma Made. La società di Temporary Management barese presente sul mercato da meno di due anni prosegue la sua strategia di sviluppo su progetti innovativi ad alti ritmi e con un crescente credito da parte di imprese italiane e straniere.

«In effetti – conferma il responsabile dell'area Innovazione Masi Massimiliano – in questi primi mesi abbiamo avviato molti start up innovativi. Si va da progetti per lo sviluppo di settori maturi come quelli manifatturiero e agricolo a vere e proprie scommesse nel campo del wireless applicato alla medicina».

Ma qual è il ruolo della Made in questi progetti?

«In tutti queste start up – prosegue Masi – abbiamo un ruolo di project management nel quale facciamo da tutor e coordinamento manageriale delle attività. Avendo a che fare con attività, settori e imprenditori con un'attitudine all'innovazione molto diversa tra loro il modo di gestire questi progetti è molto diverso. Ci sono casi in cui ci concentriamo sull'aspetto finanziario individuando la fonte più adatta (venture capital o fonti di finanza agevolata) altri in cui diamo più solidità all'idea attraverso un business plan, altre ancora dove ci concentriamo sull'organizzazione e sulla capacità di realizzare l'idea attraverso un team di professionisti».

Ma esiste un filo conduttore unico in questi progetti?

«Assolutamente sì. La metodologia applicata è simile in tutte le start up e nasce da un approccio anglosassone al business. L'altro elemento comune

è quella della partnership nel quale ogni soggetto che partecipa al progetto mette a disposizione le proprie competenze, chi finanziarie, chi manageriali, chi d'idea».

Siamo di fronte a nuove delusioni da new economy?

«Siamo certi di no per 2 ordini di motivi. Innanzitutto perché in molti casi parliamo d'innovazione applicata a settori tradizionali e ben solidi (agricoltura, abbigliamento, Pubbliche relazioni, ecc.)».

In secondo ruolo perché il rischio economico in questi casi è molto limitato. Non stiamo creando dei progetti con budget e investimenti faraonici su business plan ipotetici. Cerchiamo delle strade innovative a problemi reali delle piccole e medie imprese che spesso possono essere realizzati con poche migliaia di euro».

Chi ha creduto in questo nuovo approccio al business?

«Purtroppo – conclude Masi – poche aziende pugliesi. L'80% delle nostre attività sono fuori dai confini pugliesi. Il progetto più ambizioso ci vede in partnership con una società austriaca di pubbliche relazioni (Viktor Bauer) nello sviluppo di servizio di pubbliche relazioni multilingue (in tutti i 25 Paesi della nuova Europa) realizzato

in tempi limitati e con il supporto di un software di content management. Nell'area dei settori più tradizionali crediamo molto nel progetto VIVA, una mini-serra ideata e brevettata da Made e realizzata in partnership con l'Agrimec società di Bergamo da oltre 20 anni sul mercato».

Qualche elemento di rammarico?

«Sì. Ci piacerebbe vedere più imprenditori pugliesi in grado di rischiare e di innovare sul serio. Troppo spesso ci capita di vedere ammodernamenti o ristrutturazioni aziendali camuffate da innovazione. L'idea di innovare i prodotti o i processi aziendali deve nascere nella testa degli imprenditori. Dopo tutto la creatività non ci manca bisogna siste-



Il gruppo Made

matizzarla e trasformarla in progetti concreti».

Per informazioni visitare il sito www.ma-de.it o inviare un'email a info@ma-de.it o telefonare allo 0804059359.