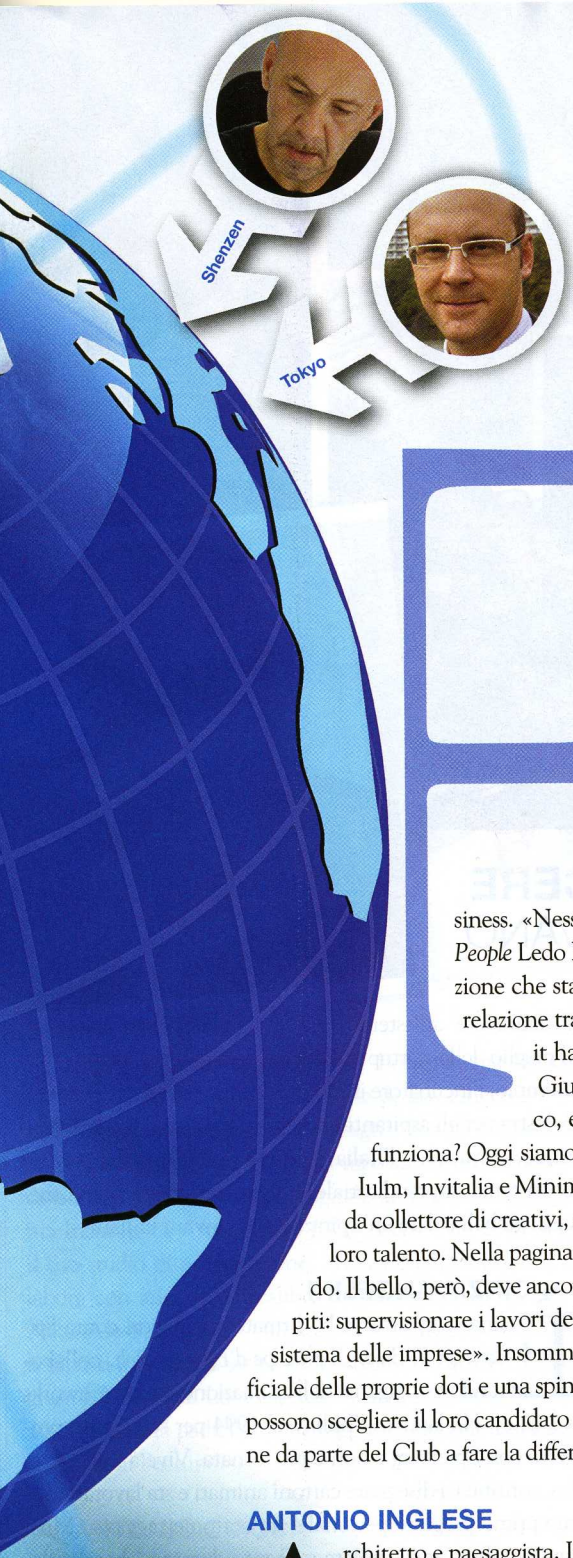
I NUOVI AVAMPOSTI DELLA CREATIVITÀ TRICOLORE

SONO GIOVANI E TALENTUOSI E VIVONO ALL'ESTERO

SI CHIAMA CLUB DEI CREATIVI ED È IL PORTALE DEI CERVELLI IN FUGA CHE NON TORNANO MA AIUTANO LE NOSTRE AZIENDE A FARE BUSINESS. TRA SHENZEN E LA SILICON VALLEY AD ESEMPIO...

DI ANDREA NICOLETTI



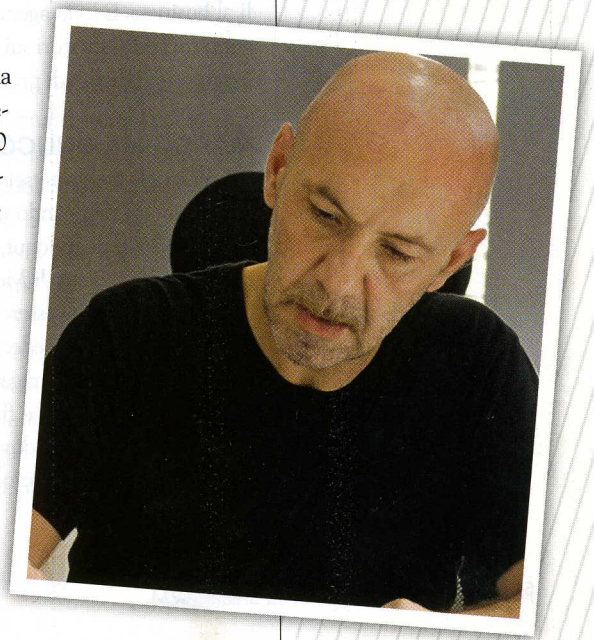
Fanno carriera all'estero e a tornare non ci pensano proprio. Sono i nostri cervelli in fuga: tra i 30 e i 60 mila ogni anno, secondo le diverse stime di Aire e Confimpreseitalia. E se per l'Italia fossero una risorsa preziosa proprio lì dove si trovano? Se è vero che oltre il 15% delle relazioni commerciali fra Usa e Cina nascono grazie all'iniziativa di ingegneri cinesi impiegati in aziende statunitensi, lo stesso potremmo fare noi: usare i nostri talenti all'estero per fare business con i Paesi in cui si trovano. L'idea è più concreta di quanto possa sembrare e qualcuno ci sta provando. Si chiama Club dei Creativi ed è il portale dei cervelli in fuga che aiutano le imprese italiane a fare business. «Nessuno dei nostri cervelli in fuga alla fine torna», dice a *Business People* Ledo Prato (nel tondo), segretario generale di Mecenate 90, l'associazione che sta dietro all'iniziativa, «ma noi possiamo potenziare il sistema di relazione tra loro e le imprese». Nato meno di un anno fa, Clubdeicreativi.it ha alle Giuseppe De Rita, Giuliano Amato, Salvatore Carrubba, Giuseppe Galasso e Salvatore Veca, membri del comitato scientifico, e Alain Elkann, presidente della no-profit Mecenate 90. Come funziona? Oggi siamo alla fase uno: il social network, con l'appoggio dell'Università Iulm, Invitalia e Minimega (ma dietro c'è anche il Ministero della Gioventù), funziona da collettore di creativi, architetti, videomaker, designer o artisti, che possono mostrare il loro talento. Nella pagina delle opportunità, invece, ci sono le aziende che stanno cercando. Il bello, però, deve ancora arrivare. «Nella fase due, avremo una task force con due compiti: supervisionare i lavori dei talenti che si iscrivono, certificare il loro valore e presentarli al sistema delle imprese». Insomma, fare parte del Club sarà come ottenere un riconoscimento ufficiale delle proprie doti e una spinta per farsi notare dalle grandi corporation. Fin da ora le aziende possono scegliere il loro candidato nel social network dei talenti, ma di sicuro sarà la sponsorizzazione da parte del Club a fare la differenza. E per essere scelti bisogna essere bravi. Vediamo quanto.

MADE BY ITALIANS

L'oncologo Massimo Cristofanilli, presidente del dipartimento di medicina oncologica al Fox Chase Cancer Center di Philadelphia, conterà per i suoi studi nell'ambito del cancro al seno sulla piattaforma DepArray, messa a punto dagli ingegneri dell'italiana Silicon Biosystems, con sede a Bologna. Obiettivo del progetto è isolare le cellule tumorali circolanti nel sangue e studiarne il profilo genetico, per definire terapie sempre più personalizzate sul singolo paziente.

ANTONIO INGLESE

Architetto e paesaggista, Inglese (nella foto) nasce a Salerno ma lavora per il governo di Shenzhen, in Cina, dove realizza megaprogetti di sviluppo urbano. Lo fa da quando, nel 2006, a 40 anni, vince il concorso internazionale per riprogettare la zona del waterfront di Baoan a Shenzhen. L'anno dopo apre una società di progettazione, Metrostudio Italia, dove oggi lavorano 40 professionisti.



DIANA SANTI

Col suo ultimo shortfilm, *Florence in Love*, una commedia in inglese girata a Firenze e con il supporto di vari alberghi e brand fiorentini, è sicura di riuscire a portare in Italia le produzioni americane indipendenti. «Basta invogliarle e verranno a girare in Italia», dice a *Business People*. Per lei l'America è una se- ▶

© GettyImages (1)

I TALENTI ALL'ESTERO FANNO CRESCERE IL PIL ITALIANO DAI PAESI IN CUI SI TROVANO

DALL'ITALIA AL MONDO...
In alto, da sinistra: la regista Diana Santi, che pur vivendo in America lavora per promuovere la sua Firenze; Marco Marinucci, che dalla California aiuta le startup italiane; Cosimo Palmisano, nuovo guru del Crm; Elena Manfredini, architetto con studio a Los Angeles

conda patria: dopo una laura al Dams e spot pubblicitari come aiuto regista, è andata Oltreoceano la prima volta, nel 2004, per diplomarsi in regia presso la New York Film Academy (NYFA) di Los Angeles. A distanza di tre anni, nel 2007, già lavora per loro come direttrice dei programmi internazionali.

COSIMO PALMISANO

L'idea nasce in Puglia ma se Cosimo Palmisano non fosse andato fino alla Silicon Valley forse non l'avrebbe mai realizzata. È in America, infatti, che Palmisano ha trovato i finanziamenti per la startup EcceCustomer. Che fa? Aiuta le aziende a gestire e utilizzare tutte le notizie sui loro clienti che possono essere utili al business. E lo fa agendo sulle discussioni che avvengono tra i consumatori sui principali social network o sulle fan page ufficiali di prodotto e brand.

MARCO MARINUCCI

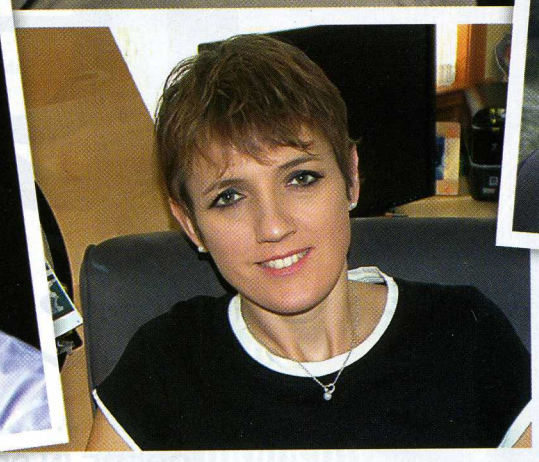
In Google è entrato sei anni e mezzo fa, nel più classico dei modi: mandando un curriculum e superando una lunga serie di colloqui, fino a quello con il top management della società di Mountain View. Marco Marinucci poteva ben dire di essere al centro esatto della new economy, dove tutto succede. Ma non si è accontentato e ha deciso di aiutare altri ragazzi come lui, italiani con buone idee, a farsi sentire e finanziare dagli investitori americani. E in California, dove vive dal 2002, Marinucci nel 2007 ha creato la fondazione Mind the Bridge. Lo scopo? Promuovere all'estero il meglio delle startup italiane. A questo serve, per esempio, l'incubatore in Silicon Valley, il mitico Gym, una palestra per gli aspiranti imprenditori. Oggi il focus di Marinucci è ritornato l'Italia: la sfida è riuscire a sviluppare un ecosistema imprenditoriale italiano per creare nuovi successi globali e dare un'ispirazione ai giovani italiani

CINZIA ANGELINI

È una story artist e ha firmato capolavori come *Spiderman 2*, *Balto*, *Il principe d'Egitto* e *Bolt*, collaborando coi giganti dell'animazione da Dreamworks a Disney. Ha lasciato l'Italia nel 1994 per seguire un progetto con Spielberg e non è più tornata. Vive a Los Angeles, continua a disegnare cartoni animati e sta lavorando al suo primo progetto personale: un cortometraggio su Mila, una bambina intrappolata a Trento durante i bombardamenti della Seconda Guerra Mondiale. Per farlo ha riunito un team internazionale di professionisti che lavorano a distanza, da Milano, Trento, Londra e Brisbane in Australia.

ODETTE FADA

Ha cominciato come cuoca al Castello Malvezzi di Brescia con lo chef Davide Pelizzari ed è arrivata a Los Angeles come semplice turista. Una volta là, decide di restare e comincia a bussare alle porte dei migliori ristoranti italiani. In tanti dicono di no, poi viene chiamata dal ristorante Pazzia di Mauro Vincenti proprio nei giorni in cui lo chef Umberto Bombana ospitava



Gianfranco Vissani. Così li incontra entrambi. Torna in Italia solo per lavorare come stagista nel ristorante di Vissani, poi Mauro Vincenti le affida le redini del suo ristorante, il Rex, una delle icone della cucina tricolore in Usa. Da qui passa al San Domenico di New York, come executive chef.

... E VICEVERSA!
In alto, da sinistra: Antonio Ciacca oggi insegna Economia dello Spettacolo alla Juilliard School di New York; Paolo Privitera dalla Silicon Valley ha lanciato Doochoo nel 2010, piattaforma per le opinioni in Internet; Odette Fava è executive chef al San Domenico di New York; Cinzia Angelini, story artist, ha firmato capolavori come *Spiderman 2*; Giandomenico Mercurio porta a Tokyo il made in Italy delle piastrelle

ELENA MANFREDINI

Ha studiato architettura a Bologna, ma decide di fare il Master alla Ucla di Los Angeles, e in America rimane per insegnare: negli ultimi sette anni è stata professoressa di composizione architettonica e di tecniche di disegno digitale al Southern California Institute of Architecture (SCI-Arch). Nel 2004 apre il suo studio di progettazione, Atelier Manferdini, e collabora con aziende del calibro di Swarovski, MTV, Fiat, Nike, Alessi, Guzzini e Valentino. I suoi progetti sono stati esposti in musei di arte e architettura fra i quali il prestigioso LACMA di Los Angeles. Prima nel 2006 e poi nel 2008 progetta i padiglioni che rappresentano gli USA alla biennale di Pechino.

ANTONIO CIACCA

È nato a Wuppertal, Germania nel 1969 da genitori pugliesi di Volturino (Foggia). Dal 2007 vive a New York ed è stato direttore della programmazione al Jazz at Lincoln Center fino a giugno scorso. Oggi insegna Economia dello Spettacolo alla Juilliard School, è Artist in Residence al Hotel Setai di New York City e fa tour in giro per il mondo con i suoi gruppi. Diplomato al consevatorio di Bologna ha scoperto il Jazz grazie ad un concerto di Wynton Marsalis al festival Jazz di Bologna del 1989. Primo ed unico italiano a ricoprire ruoli da senior manager al Lincoln Center e insegnante alla Juilliard, Ciacca è consulente ed insegnate in alcuni dei più prestigiosi college e seminari estivi del mondo.

GIANDOMENICO MERCURIO

È nato nel 1979 a Feltre, in provincia di Belluno, e vive a Tokyo dal 2006. Qui si occupa delle vendite e del marketing nei mercati del Giappone, Corea del Sud e Vietnam per Fiandre Group, multinazionale italiana della piastrella di alta gamma. E siccome in Giappone in pochi la conoscevano, nel 2008 chiama alcuni architetti del calibro di Fumihiko Maki, Kuma Kengo e Tetsuo Furuichi per una conferenza internazionale sull'architettura a Tokyo. Ed è la svolta: i materiali italiani sono scelti per l'aeroporto Internazionale di Haneda, a Tokyo, gli uffici centrali di Microsoft e di Sony Entrateinement Pictures, The Tokyu Capitol Hotel, l'Università di Niigata, le torri gemelle Lg a Seoul e, in fase di ultimazione, la sede centrale delle poste di Tokyo progettata da Kuma Kengo.

PAOLO PRIVITERA

Trentatrè anni e una laurea in Informatica, ha fondato Digitix, la sua prima azienda Internet nel 1999 in Italia e nel 2002 ha aperto la sede negli Stati Uniti. Da allora ha sempre fatto il pendolare tra Venezia, dove è nato, New York e San Francisco. Ed è nella Silicon Valley che insieme ad altri Italiani ha dato vita, nel 2010, a Doochoo, strumento di marketing innovativo tra brand e consumers. Continua a creare un ponte tra aziende italiane e internazionali, in particolar modo tra quelle venete e la Silicon Valley. Oggi è Head of Innovation and Emerging Media in H-art, agenzia creativa che si occupa di progetti strategici di marketing e comunicazione, da poco acquistata da WPP, colosso mondiale della comunicazione. BP