

L'istituto agrario Scarabelli di Imola è diventato una sorta di incubatore di start up

# A scuola si fa l'imprenditore

## Giro del mondo sul web per vedere cosa fanno gli altri

DI GIORGIO PONZIANO

**C**hi l'ha detto che le scuole sono statiche, lezionifici senza entusiasmo, con professori demotivati e studenti svogliati? Certo, tante ragioni conducono lì: anni di abbandono, edilizia fatiscente, programmi antiquati, stipendi degli insegnanti inadeguati. Ma nonostante tutto c'è chi si dà da fare, alza la testa fuori dalla palude, combatte quel lassismo che ci ha portato alla crisi perché ha fiducia che alla fine, con le maniche rimboccate, i ragazzi riusciranno a ritrovare un futuro. È l'Italia che c'è, che lavora, che combatte. Oasi che vanno registrate, boccate d'ossigeno per chi spesso deve scrivere di scandali, di corruzione, di una politica (ma non solo) non all'altezza.

L'esempio positivo è quello di una scuola di Imola, l'istituto agrario Scarabelli. I professori si sono messi d'accordo con l'Alleanza delle cooperative e hanno dato vita a Experiment, ovvero insegnare ai ragazzi a lavorare in équipe, sottolineare l'importanza delle idee innovative e verificare in che modo realizzarle con l'obiettivo del business. Se **Steve Jobs** ha incominciato a costruire il suo impero globale nella cantina di casa anche i ragazzi di Imola (con le ovvie proporzioni) possono tentare l'avventura di diventare imprenditori innovativi coi capelli tagliati. Sì proprio i capelli che rimangono sul pavimento dei parrucchieri e che di solito vengono gettati. Invece la start up di questi studenti, con un brevetto che in tanti nel mondo potrebbero invidiare, li trasforma in fertilizzante. Quindi un prodotto naturale, che può essere utilizzato anche per le coltivazioni biologiche, che costa poco ed è ad alta resa.

**Non dovrebbe essere questa, anche in Italia, la funzione delle scuole? Insegnare, sviluppare cultura, rendere curiosi e innovativi. Chissà se nell'era (ahimè) del tutti-sono-uguali il ministero (del governo renziano)**

che deve fare- dice- la rivoluzione) troverà la forza di premiare quelle scuole che si distinguono per vivacità e iniziativa. La «classe dei capelli» è la quarta B (altre classi hanno individuato prodotti diversi) e a guidare l'impresa, impegnata nei prototipi ma che con l'aiuto coop e delle leggi a favore delle star up potrebbe ritrovarsi lanciata nel firmamento imprenditoriale, sono **Michela Ravaglia, Giuditta Pattuelli, Michela Caroli, Federica Berardi, Raffaele Bassi e Simone Quadalti**. Il loro prodotto si chiama Biohair. Spiegano: «La nostra cooperativa utilizza i capelli di scarto recuperati dai saloni di parrucchieri per realizzare un fertilizzante biologico ottenuto dai capelli tagliati. Trasformato in tappettini il prodotto viene posto ai piedi delle piante e rilascia sostanze nutritive oltre a mantenere l'ambiente ideale e la temperatura giusta per la crescita della pianta, assorbire l'umidità e combattere le erbe infestanti, riuscendo a ottenere risultati che in certi casi non si raggiungono neppure coi concimi chimici».

**A scuola, in aula per le tradizionali lezioni e poi via, in laboratorio, per l'avventura imprenditoriale.** «Ai ragazzi consiglio di lanciarsi senza paura - dice **Domenico Nicolò**, docente di economia all'università di Reggio Calabria e profeta delle start up - con la consapevolezza che gli errori servono per imparare, e con la massima determinazione ed entusiasmo, ma soltanto dopo aver acquisito tutte le competenze necessarie per fare un prodotto eccellente e affermarlo nel mercato. Suggestivo anche di prestare grande attenzione nella selezione dei componenti del team: basta sbagliare la scelta di un solo socio per determinare il fallimento dell'intero progetto».

Grazie al web i ragazzi di Imola hanno fatto il giro del mondo per non copiare qualcosa di già presente sul mercato e quindi con scarso appeal. Hanno trovato che

l'interesse verso il naturismo e il riciclo ha fatto scoprire in alcuni casi l'utilizzo dei capelli. In Svezia vi è per esempio la designer **Ola Gierz** che propone pouf di plastica (ricavata da bottiglie in PET riciclate) imbottite di capelli. «L'effetto-morbidezza- dice la designer- non è molto diverso da quello che farebbe il pelo animale». Il suo progetto (i prodotti sono già in vendita) si chiama The Bare Hair Project e sembra avere già incontrato molto interesse, anche perché finora 1,5 milioni di metri di capelli finivano negli inceneritori svedesi, invece col riutilizzo si risparmiano energia e danni all'ambiente.

**L'unico concorrente dei ragazzi imolesi** ha sede in Florida e si chiama SmartGrow, un'azienda specializzata in fertilizzanti che ha in catalogo anche un prodotto a base di capelli. Ma i nostri ragazzi stanno andando più avanti sul piano tecnologico. Infatti vi sono due problemi che il prodotto americano non sembra riuscito a superare: il primo è che il rilascio delle sostanze da parte dei capelli è piuttosto lenta perciò quel fertilizzante è consigliato per piante a crescita slow, come il basilico, la salvia e gli arbusti ornamentali. Ma a questo limite si può ovviare combinando coi capelli uno speciale compost, in questo modo il prodotto acquisisce le doti di immediatezza abbinando un'azione duratura nel tempo. Il secondo problema sono le tinte chimiche applicate ai capelli, con le sostanze tossiche di cui sono composte. E' impossibile sia dividere i capelli naturali da quelli tinti perché ciò renderebbe antieconomico il prodotto, sia utilizzare nell'agricoltura biologica un fertilizzante che rilascia, anche se in quantità limitate, sostanze chimiche. Occorre quindi «svernicciare» i capelli in modo biologico prima di farli diventare fertilizzante.

**Strada non facile quella di diventare imprenditori, soprattutto per giovanissimi studenti in procinto di lasciare la scuola. Ma se l'ambiente**

aiuta, il passo si può tentare e, c'è da scommetterci, le idee più innovative avranno fortuna. «È importante è che in Italia, grazie alle start up - afferma **Alberto Onetti**, chairman della fondazione Italo-Californiana Mind The Bridge, da recente scelta dalla commissione europea per guidare la Startup European Partnership (Sep) - si torni a fare impresa con progetti concreti. L'Italia ha smesso di formare imprenditori a partire dagli anni '70. Dopo si sono susseguiti i figli degli imprenditori. Oggi, i neo imprenditori devono iniziare con progetti nuovi. Solo provando, i giovani possono imparare a fare gli imprenditori: le startup aiutano una nuova generazione ad avere i parametri per diventare vettori di cambiamento».

Altre iniziative si stanno avviando, per esempio AdotUp, promossa da Confindustria Piccole Medie Imprese ed Intesa Sanpaolo, con un budget di 200 milioni di euro da erogare e una piattaforma chiamata Officine Formative che comprende una scuola-laboratorio che svolge anche attività di tutorship e di counseling alle start-up. Però è la scuola che può dare un contributo decisivo ed è per questo che l'esperienza di Imola merita il plauso.

**Conclude David Meerman Scott**, guru americano (è di Boston) di marketing digitale e di start up: «Negli Usa, per un lungo periodo, le persone non volevano lavorare per una startup, perché pensavano che non fosse sicuro. Allora era ritenuto sicuro lavorare per grandi compagnie, come Ibm o aziende simili. Adesso tante persone vogliono lavorare per le startup, perché vedono che lì è il futuro. Posso citare HubSpot, un'azienda di cui sono consulente. Sette anni fa non erano niente, adesso hanno 600 persone in Massachusetts che lavorano per loro. Le startup hanno un grande potenziale per aiutare anche Paesi come l'Italia. Bisogna crederci e scommettere su di esse».

Twitter: @gponziano

—© Riproduzione riservata—