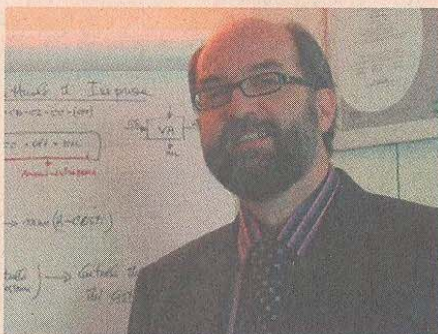


INFORMAZIONE PROMOZIONALE

La ricerca industriale che produce conoscenza tangibile

Anova, proiettata tra k-commerce e formazione di una nuova figura di ingegnere



Giovanni Mappa, Presidente

È ora che il lavoro di un trentennio faccia la propria parte. In un momento storico che vede sempre più disperso il "potenziale intellettuale" di tanti giovani – soprattutto ragazze – Giovanni Mappa vuole dare una decisa svolta alla sua Anova: la formazione di una nuova figura di ingegnere. Un ingegnere della conoscenza, che sia competitivo sul piano dell'economia dell'innovazione, vincente e all'avanguardia nella capacità di generare valore aggiunto nei prodotti e nei servizi da offrire ad un'azienda di piccole, medie e grandi dimensioni, in grado di interagire con la rete stessa. L'obiettivo di Giovanni Mappa, pugliese, nato ingegnere ricercatore, con un'intuizione e un'intraprendenza tutte meridionali, è stato quello di mettere l'informatica al servizio degli imprenditori, anche in tempi lontani, quando investire nell'intelligenza artificiale era considerato altamente rischioso. Di certo c'è voluto coraggio da parte dell'ing. Mappa, fondatore di Anova, il Laboratorio sperimentale interdisciplinare di ricerca industriale, con sede al centro direzionale di Napoli, nell'aprire, nel '97, un'azienda pri-

vata che si occupasse di ridurre i costi di produzione nel campo ambientale-industriale e poi si specializzasse in ingegneria della conoscenza applicata ai sistemi informatici real time e di supporto alle decisioni. Con la legge del Mezzogiorno degli anni 80 fu costituito un consorzio di ricerca Sespim – in cui era maggioritaria Alenia-Finmeccanica – che riguardava l'utilizzo dell'intelligenza artificiale per usi interni al consorzio stesso. Manovra positiva, tant'è che, quando finirono gli anni di finanziamento, Anova nacque come prolungamento dei progetti di ricerca sul mercato esterno, già con un bagaglio di know-how e di strumenti non indifferente, come business intelligence, ingegneria di monitoraggio, controllo di processo industriale, ambientale ed energetico, ingegneria delle acque e tecnologie informatiche ICT e di automazione, affiancato ad un investimento di 16 miliardi di vecchie lire. Il processo fondamentale di Anova è stato, dunque, capitalizzare l'esperienza iniziale. Start up, la certificazione di Qualità ISO 9001 e la contemporanea iscrizione nell'Albo delle Società di Ricerca del Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca. Nel 2004, infatti, Anova decise di investire e s'iscrisse al MIUR che dava la possibilità di portare finanziamenti all'impresa e essere interlocutore diretto col Ministero. Il ricavo di Anova in dieci anni si è rivelato dieci volte più alto, tanto che, nel 2007, mise giù una strategia: rendere fruibile proprio questa conoscenza e venderla in diverse forme. Ecco, quindi, la necessità di creare un nuovo mercato, il knowledge-commerce, k-commerce, ovvero una sorta di negozio (k-shop) dove si venda la conoscenza in una varietà di forme, come revisione dei processi e procedure. Proprio per sviluppare

il k-commerce, Anova ha realizzato un Portale dell'Innovazione che si affianca al sito aziendale per completare l'offerta informativa. Reti elettroniche e nuovi software, di cui fanno parte aziende diverse, permettono offerte maggiori tra prodotti e servizi, risultando più competitive: soluzioni per le imprese e per l'ambiente, dunque, ma anche energia rinnovabile e la formazione di web training. Tanti i progetti di ricerca con le Università e Parchi scientifici e tecnologici in Italia, ma Anova è nota anche oltre i confini nazionali, non solo per aver fondato, una società in Olanda, la Sensor Intelligence e aver stipulato un contratto di consulenza per una multinazionale tedesca, ma anche – è notizia recentissima – perché ospiterà, a scopo formativo-lavorativo nell'ambito del progetto Erasmus, due studenti della Technology University of Lublin (Polonia). Nel



La sede aziendale

tempo, si sa, l'azienda perde la conoscenza con le persone che vanno in pensione e i giovani, che non hanno formatori né sono formati, hanno sulle loro spalle una grossa responsabilità, se il know-how non viene capitalizzato. Da qui la necessità di creare nuove opportunità e nuove figure professionali: una formazione che Giovanni Mappa si sta già impegnando a portare avanti e che sta dando i suoi frutti. I corsi di formazione, che partiranno da settembre 2010, forniranno alle giovani leve la 'cassetta degli attrezzi' nella quale non deve assolutamente mancare la capacità di comunicazione sia aziendale che esterna, una perfetta conoscenza dell'inglese tecnico-commerciale, un metodo scientifico, un linguaggio ripetibile nel mondo intero con una garanzia di sostenibilità nel futuro e che consenta la trasferibilità a terzi, creando nel contempo una persona che sia pronta a dialogare con il cliente e tutta l'organizzazione aziendale già dal giorno dopo.

K - COMMERCE
Trading of Knowledge in a variety of forms using electronic networks

ANOVA Laboratorio di Ricerca Industriale
CD Napoli - Tel. 081 7502535
www.anovalab.eu
www.aitron.it (Portale K-Commerce)