



Le città dei giovani europei / 3 Una "community" di ragazzi armati di idee e ambizioni

Con i sogni in una start up, i giovani di **Dublino** inventano il loro futuro

La "meglio tecno-gioventù" del Vecchio Continente sciamano nella capitale irlandese fra incubatori, **acceleratori** e colossi del web per tentare il successo. E intanto vive nel "ghetto", va a fare surf e socializza nei pub

di **Edoardo Vigna** - foto di **Loredana Celano**

Un sapere antico e futuribile

A sinistra, l'ingresso del Trinity College di Dublino, uno degli atenei più prestigiosi del mondo: ufficialmente fu fondato da Elisabetta I d'Inghilterra nel 1592. Qui sopra, la squadra di una delle start up protagoniste del rilancio economico della capitale irlandese, Beautifeye (nello spazio di co-working Wayra): in piedi a destra, il fondatore italiano Luca Marchesotti, sedute, la francese Claire Behar, 24 anni, ingegnere, e la tedesca Nadja Deininger, 28 anni, computer scientist.

Patrick Walsh questa mattina indossa camicia bianca e jeans. Si guarda attorno con un controllato orgoglio: tra le scrivanie, bianche anche quelle, e le volte restaurate del deposito vecchio di due secoli nei Docks di Dublino — la città dove è nato ed ha avviato questo spazio di co-working — ci lavorano, gomito a gomito, 15 aziende, un centinaio di persone.

Patrick Walsh: dublinese.

Poche decine di metri lontano, dall'altra parte del fiume Liffey, che taglia dritto in due la capitale irlandese, dietro le vetrate al pian terreno di un edificio nuovissimo, Gaia Dempsey indica i rotoli di fili elettrici nuovi che sbucano qua e là dalla moquette grigia. «Sono i punti in cui metteremo le "isole di lavoro" per i collaboratori». Le scrivanie stanno arrivando. Lei, 28 anni, è approdata qui da cinque mesi: americana di Los Angeles, dove si è specializzata in letteratura comparata, è mezza irlandese e mezza italiana («Un ramo da Ischia, uno da Ferrara»). Co-fondatrice di Daqri, un'azienda che sbalordisce i mercati fra 3D e 4D, a Dublino cerca talenti e mette le basi per "conquistare" l'Europa. Gaia: *new dubliner*, anche lei.

Orla McCallion ha due anni meno di Gaia. Laurea in città, al Trinity College, uno degli atenei più prestigiosi d'Europa. Con Sean Judge — lei ha fatto Psicologia e International Management, lui Business — stanno lanciando nell'incubatore più prestigioso della città, il Ndc, la loro start up: una piattaforma per far "in-

contrare" gli studenti che cercano *tutor* fra i docenti e viceversa. «Per ora nelle università anglosassoni, poi ci allargheremo», dichiara, con l'ottimismo dei ventenni che non vedono confini.

"*New dubliners*". Esattamente come — da 10 anni — lo sono Rosanna Fiorenza, da Torino, e Salvatore Fanara, da Agrigento (passando per il Politecnico di Torino, dove è diventato ingegnere): nella casa di tre piani che per qualche anno fu dimora del drammaturgo Samuel Beckett, cuore georgiano della città vecchia, hanno una speciale scuola di lingue, Travelling Languages, che va fortissimo: «Mandiamo gli allievi in giro per il Paese insieme con studenti locali, nelle case e nei pub, a vivere l'autentica vita irlandese».

Eccola, la "gente di Dublino". Come sono lontani i protagonisti delle pagine di James Joyce... Ben più dei 101 anni che ci dividono dalla signorina Mary Jane, Corley ed Eveline, deboli, di spirito, ingabbiati nella paura della loro stessa libertà. La Dublino della gente, oggi, è immersa nell'indomani più ancora che nel presente. È fatta di ragazzi così intrisi di tecnologia da non riconoscere limiti alla propria crescita. È qui che, in mezzo all'autunno, si tiene il più importante Web Summit d'Europa: eppure, fino a cinque anni fa non esisteva. All'ultima edizione, i 400 partecipanti della prima conferenza erano diventati più di 20 mila, da oltre 100 Paesi. È qui che sciamano — un verbo tutt'altro che esagerato — i venti/trentenni più brillanti dell'*high-tech* di tutto il mondo, almeno quelli che preferiscono i ritmi del Vecchio Continente allo spietato darwinismo della Silicon Valley (l'altro polo, Tel Aviv, ha differenti controindicazioni geopolitiche). I primi a crederci sono stati gli irlandesi, istituzioni in testa. La crisi li aveva trascinati sull'orlo del *default*, al megaprestito europeo da 100 miliardi di euro per salvare i conti. Solo cinque anni fa. Ora c'è una "visione" precisa: fare della città la capitale mondiale delle start up entro il 2020. «Remano tutti insieme in questa direzione», ti spiegano gli stranieri venuti a cercar fortuna qui (gli italiani sono quelli che ci mettono di più a dismettere lo sbalordimento). A Dublino c'è un'agenzia del governo — con sedi in giro per il mondo (attivissima la filiale milanese) — Enterprise Ireland, istituita per promuovere con ogni strumento questa missione.

Ballando sul mondo

Si balla sui tavoli al The Church, una chiesa del primo Ottocento diventata ormai ristorante e bar di moda. Sotto, una parte della squadra di una delle più lanciate start up dublinesi, LogoGrab: accosciato, Luca Boschin, fondatore, alle sue spalle il collega Alessandro Prest.

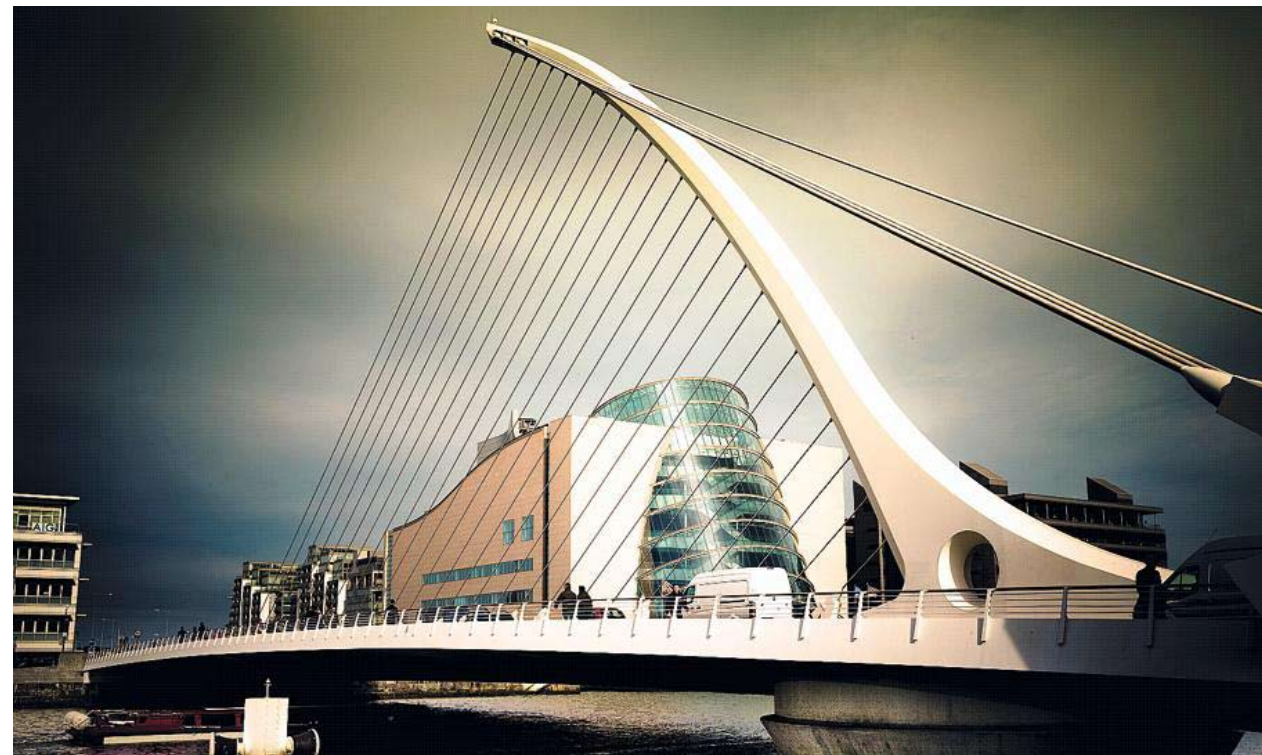
Acceleratori, incubatori, *hub*, spazi di *co-working*. La "New Dublin" è popolata di ragazze che scendono dai treni con in mano il *frappuccino* nel bicchiere di carta, comode *sneakers* ai piedi e le scarpe col tacco 10 da ufficio nella borsa: come fossero a Manhattan. «Confesso: quando sono venuto in esplorazione, due anni e mezzo fa, ero perplesso. Sono bastati due meeting e un giro in città a farmi cambiare idea». Luca Boschin ha la parola veloce del *businessman* che punta dritto all'obiettivo e la camicia Brooks Brothers botton-down azzurra fuori dai jeans: per arrivare a trent'anni gliene manca ancora uno, ma il suo treno è passato e lui c'è saltato su, alla grande. «Sono di Udine, ma ho studiato economia a Lugano. E in Svizzera, sette anni fa ho vinto un dottorato per Google». Finché con Alessandro Prest (da Belluno, lui via Zurigo) hanno cominciato a fare consulenza. «Con la voglia, però, di creare un nostro prodotto: tecnologia per il riconoscimento d'immagine. Un sistema più semplice degli altri per utilizzare la realtà aumentata nelle campagne di marketing. A noi serviva una piattaforma più internazionale, con la mentalità anglosassone».

Attico e superattico. Insomma, una rampa di lancio come Dublino. «Dobbiamo ancora dimostrare tutto», spiega Boschin mentre ti fa fare il giro degli uffici. LogoGrab si è insediata al nono piano di una delle palazzine nuove di Grand Canal, nei Docklands (il vecchio porto rinnovato, come a Londra), e ha già clienti del peso di Disney e McDonald's. «Abbiamo trovato questo superattico, al piano di sotto ci viviamo noi, qui sopra ci sono i computer e ci lavoriamo in sette. Ma entro fine anno cresceremo, fra 20 e 30 collaboratori: gli uffici si allargheranno qui, noi ci trasferiremo in un'altra casa, nelle palazzine intorno». C'è un terrazzo che allunga lo sguardo fino al campanile del Trinity College e oltre, alle colline intorno alla città. Al centro, una piscina col mosaico azzurro grande come una maxi-jacuzzi. «Mi sembrava quasi assurda, con il tempo che fa! Poi, al Web Summit di novembre, abbiamo dato un party a sorpresa. È arrivata una folla, e c'è stato chi si è spogliato e tuffato con la pinta di birra in mano». Differenti abitudini. È però un'altra, la forza magnetica di Dublino: «C'è una semplicità positiva, una reale attenzione alle capacità delle persone e al loro valore. Non c'è preclusione. Conta chi sei e ciò che hai da proporre. Noi, con le nostre idee, abbiamo convinto a salire a bordo David Larkin (ex vicepresidente EMEA della californiana Salesforce.com, fra i big mondiali del cloud computing con oltre 12 mila dipendenti, ndr): si era ritirato a fare un Mba (un master, ndr), non ha certo bisogno di lavorare. Ma la sua mentalità è esserci se c'è da fare la prossima "roba forte", conclude, mentre proprio il cinquantenne Larkin, in felpa blu, come un piccolo furetto entra in ufficio e in silenzio si fionda al suo computer.

Non conta chi sei, qui a Dublino, per farti ascoltare. C'è condizione migliore, per un giovane ambizioso? «A me è successo qualcosa di simile», è lo "storytelling" di Patrick Walsh. Lui, qui, c'è nato, 29 anni fa. Poi ci si è laureato, economia, e ha comin-



ciato a lavorare: piccole imprese, società high-tech, telefonia. «L'anno scorso, mi hanno fatto un'offerta ricca, a Londra. Ma io non volevo andare via. Dopo la caduta della Tigre Celtica (come veniva chiamata l'Irlanda rampante dei primi anni dell'euro, ndr), i giovani scappavano in America, in Australia. Oggi no, oggi restano: qui ci si diverte uguale, si può fare pure surf, sulla costa ovest». E anche Walsh, capelli a zazzera e moleskine nero in mano, è rimasto, spiega, mentre ti fa fare il giro di Dogpatch Labs, la sua start up che dà dimora ad altre start up. Qui, nel 1820, c'erano i depositi di vino e tabacco del porto. «Erano abbandonati, ma da poco li aveva acquistati Edward Neville Isdell». Uno dei "grandi vecchi" del mondo degli affari irlandese, ex amministratore delegato di Coca Cola. A 71 anni, stava pensando di trasformare l'edificio — restaurato — in museo/centro commerciale. «Mi sono presentato alla security, ho chiesto di vederlo: gli ho proposto di dedicarne una fetta a farne uno spazio di *co-working* per la "seconda fase" di lancio delle nuove società, quando devono passare dall'incubazione all'esplosione». In giro, fra i tavoli affiancati e le lavagne magnetiche stracolme di post-it colorati (eccola, la vera bandiera delle start up), sognano in grande un centinaio di persone di una quindicina



Scuola e lavoro

Uno dei due ponti disegnati a Dublino dall'archistar Santiago Calatrava, il "Samuel Beckett Bridge". Al centro in questa pagina, il Dublin Castle, vicino alla zona turistica di Temple Bar. In basso, Nicola Farronato: di Bassano del Grappa, ha lanciato la sua b-sm@rk, start up nel settore del digital marketing. Con Salvatore Fanara, che ha la scuola d'inglese "itinerante" Travelling Languages, ora organizza anche "full immersion dublinesi" per startupper e investitori italiani.



di imprese, dalla ricerca del personale via web al software di gestione delle e-mail aziendali. Ovviamente non manca il biliardo "stile google" (qui, in versione panno rosso) e il frigo con la birra per meeting conviviali. All'interno, ci sono anche un paio di cabine telefoniche bianche e verde quadrifoglio (irlandese) dove ci si rifugia dall'*open space*, col proprio smartphone, per una chiamata in santa privacy.

Tutto è in accelerazione, a Dublino. Le start up cercano finanziamenti e spazi, pronti a triplicare, quadruplicare o anche decuplicare i ragazzi impiegati in poche settimane. «Strutture

come il Guinness Enterprise Centre sono perfette per chi, come noi, è nel momento della crescita più importante». Nicola Farronato è fra gli italiani arrivati — lui di Bassano del Grappa, diventato ingegnere a Padova — per realizzare un'idea. «La mia l'ho chiamata b-sm@rk e, per semplificare, è una tecnologia che connette chi produce e chi consuma usando le emozioni: permette di capire il livello di soddisfazione del cliente in tempo reale — durante un evento, una degustazione, un acquisto attraverso l'e-commerce — per vendere di più e meglio». Non un'iniziativa qualsiasi: nel 2011 ha vinto — primo team italiano — la locale Start Up Competition. E ora, dopo l'incubazione, è al Gec: un pezzo dell'enorme stabilimento di produzione della birra Guinness destinato, anni fa, al governo perché vi ospitasse le migliori iniziative innovative. Spazi comuni, segreteria, wi-fi, sale riunioni, consulenza legale e manageriale, caffetteria: tutto a 100 euro + Iva a testa. Nei corridoi imbiancati, sulle porte grigie tutte uguali, piccoli bigliettini con i nomi delle società. I ragazzi dei diversi team si confondono, si aggirano e si confrontano. Spesso trovano il modo di collaborare. È una *community* in continuo movimento. Tutti lavorano per sfondare. E allargarsi. Come Farronato: «Nei prossimi mesi dovremo chiedere di spostarci in locali più grandi». Non sarà difficile: basterà buttare giù la parete, i locali sono moduli "a

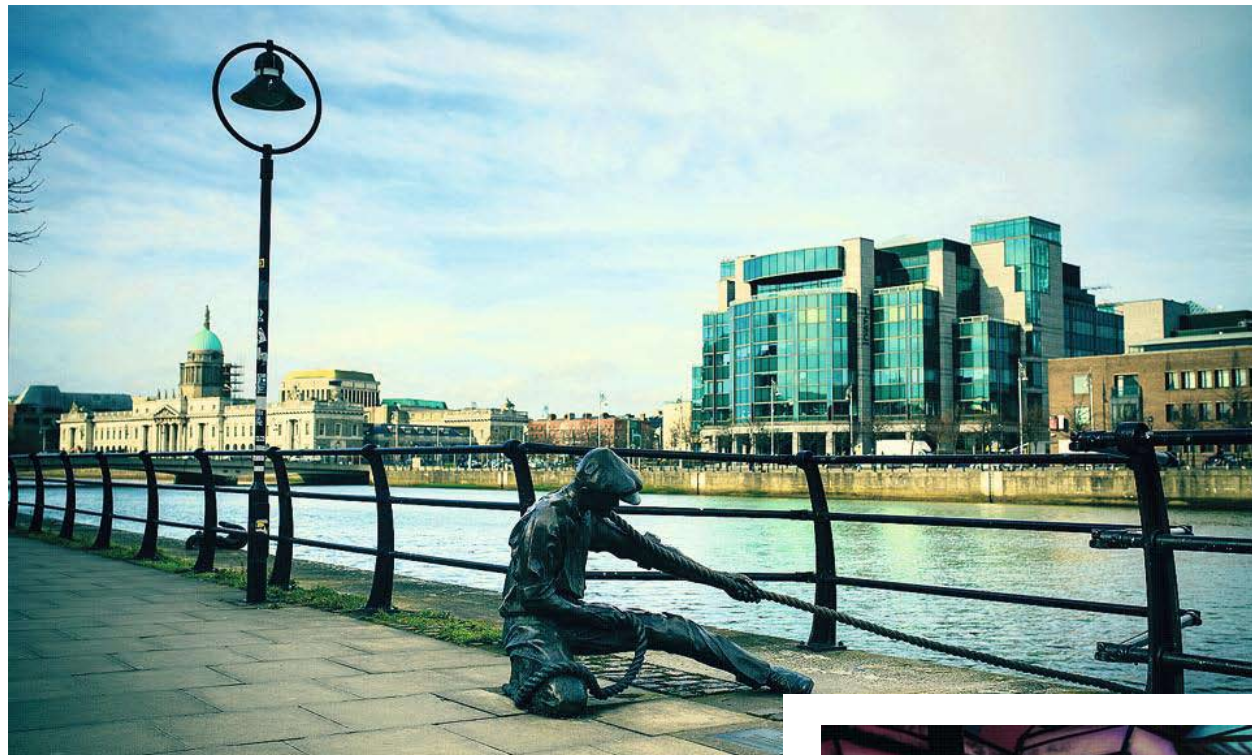


A Dublino si viene anche per le tasse basse. «Ma ciò che più conta è l'ecosistema di talenti che si è creato e non ha pari», spiega Gianni Matera, che investe in aziende innovative

nomi delle società. I ragazzi dei diversi team si confondono, si aggirano e si confrontano. Spesso trovano il modo di collaborare. È una *community* in continuo movimento. Tutti lavorano per sfondare. E allargarsi. Come Farronato: «Nei prossimi mesi dovremo chiedere di spostarci in locali più grandi». Non sarà difficile: basterà buttare giù la parete, i locali sono moduli "a

L'ostello di design

Qui accanto, il fiume Liffey, circondato da uffici vecchi e nuovi. In basso, il Generator, nel distretto trendy di Smithfield Square, vicino alla storica distilleria Jameson: realizzato in pietre, vetro, pezzi di design e installazioni in materiale riciclato, è anche sala cinematografica e ostello.



Autofinanziati

Uno degli ingressi della "cittadella Google" di Dublino. Sotto, da sinistra, Giorgio Amoruso, Davide Barbieri e Andrea Mené: tutti e tre lavorano in vari uffici dublinesi del motore di ricerca americano che ha qui il quartier generale europeo. Si sono autofinanziati per mettere a punto un sito, Altruism, con cui vogliono rendere «trasparente e a "spreco zero" le donazioni alle organizzazioni non profit».

fisarmonica", per ogni esigenza.

Intorno, gli alti muri di mattoncini marroni della birreria nazionale, gli strilli rochi dei gabbiani, palazzine per gli operai costruite negli anni 50, l'odore dell'erba appena tagliata nei giardini. Prima di crescere, b-sm@rk ha visto la luce a cento metri da qui, nei tre piani di un altro ex edificio industriale rinato all'innovazione: quello dell'Ndr, un "early stage investor". Sotto le grandi travi a vista, sui tavolacci di legno del parquet, circondati dagli immancabili post-it gialli (alla faccia dei nativi digitali), in un silenzio carico di aspettativa, decine di ventenni si aggirano brandendo tablet e smartphone. E la loro idea "vincente". Come Orla McCallion, (vedere all'inizio del pezzo), che si entusiasma per una cosa detta da Patrick Walsh: «Se sei brava abbastanza, sei grande abbastanza. L'importante è iniziare!». O Edward M. Elroy, che, accasciato in camicia a quadretti su una poltroncina, ti spiega come da due anni combatta per mettere a punto un programma per campagne di lancio di giochi e simili. Ai muri, a caratteri cubitali, citazioni motivazionali dai guru dell'innovazione (Steve Jobs come Mao in una fabbrica cinese o Fidel in una manifattura cubana di sigari): "La nostra industria non rispetta la tradizione, ma solo l'innovazione", "Lavorare sulla cosa giusta è più importante che lavorare duro".

Certo: a Dublino si viene anche per le tasse sulle imprese, al 12,5%. «Ma questo non è il punto davvero importante», spiega Gianni Matera. «La verità è che qui si è creato un ecosistema di talenti che ha pochi concorrenti». Matera, milanese, bocconiano, è stato in Accenture, poi country manager di Buongiorno in Turchia e brillante fondatore in Italia di Digitouch, il grande player di advertising digitale, prima di partire per l'avventura dublinese, dove ha creato Growing Capital per investire in «start up innovative»: «Un mercato che nel 2014 ha raggiunto quota 400 milioni di euro contro i 100 dell'Italia. Con lo 0,2% di investimento rispetto al Pil, l'Irlanda è pari agli Usa. Io ora sto seguendo quattro iniziative, due irlandesi, una argentina e una ungherese: si va da un robot programmabile attraverso una app a un power meter (misuratore di potenza, ndr) per ciclisti».

Il popolo di Google e Facebook. A dare massa critica, a dire il vero, a questa comunità di giovani high-tech è prima di tutto la presenza dei colossi: Facebook (il posto più ambito, dai ragazzi,

«Da ragazzo, i miei genitori mi hanno detto: vai all'estero a cercare fortuna», dice l'ingegnere Cian Ó Cuilleainín. «Ora sono tornato: è qui che si fanno densità e affari»

al momento), Amazon, Oracle, Twitter, Ibm. Yahoo sta ingrandendo la sua sede, Microsoft ha annunciato 134 milioni di euro d'investimento per il nuovo campus da 1.200 dipendenti. Il gigante, comunque, resta Google, il cui quartier generale — quasi 2.500 persone — occupa tre edifici, di cui uno fra i più alti della città. La vita dei ragazzi — c'è chi conta una comunità complessiva di ottomila "New Dubliners" — spesso si concentra nel quartiere tutt'attorno, fra il fiume e quella specie di darsena che è il Grand Canal Docks, dove l'affitto per un bell'appartamento di 50/70 metri quadri — assai diffusa è la condivisione — costa intorno ai 1.300/1.400 euro (gli stipendi, dai 3.000 euro, possono salire fino a 6/8 mila per i quadri di buon livello). "Il ghetto", chiamano la zona: ci si incontra al mattino da Starbucks, in palestra alla "low cost" Fly@fit (un capannone senza vetri alle finestre), la sera c'è chi va a mangiare aragoste al Mourne Seafood Bar o al teatro Bord Gais Energy per un musical (ora è in scena *Jersey Boys*). Sconfinando, naturalmente, in uno dei mille pub, gloria della capitale irlandese, o in locali come The Church, che quando è nata come chiesa si chiamava



St. Mary e dal 2006 è sconsacrata da balli celtici sui tavoli e succulente bistecche alla griglia.

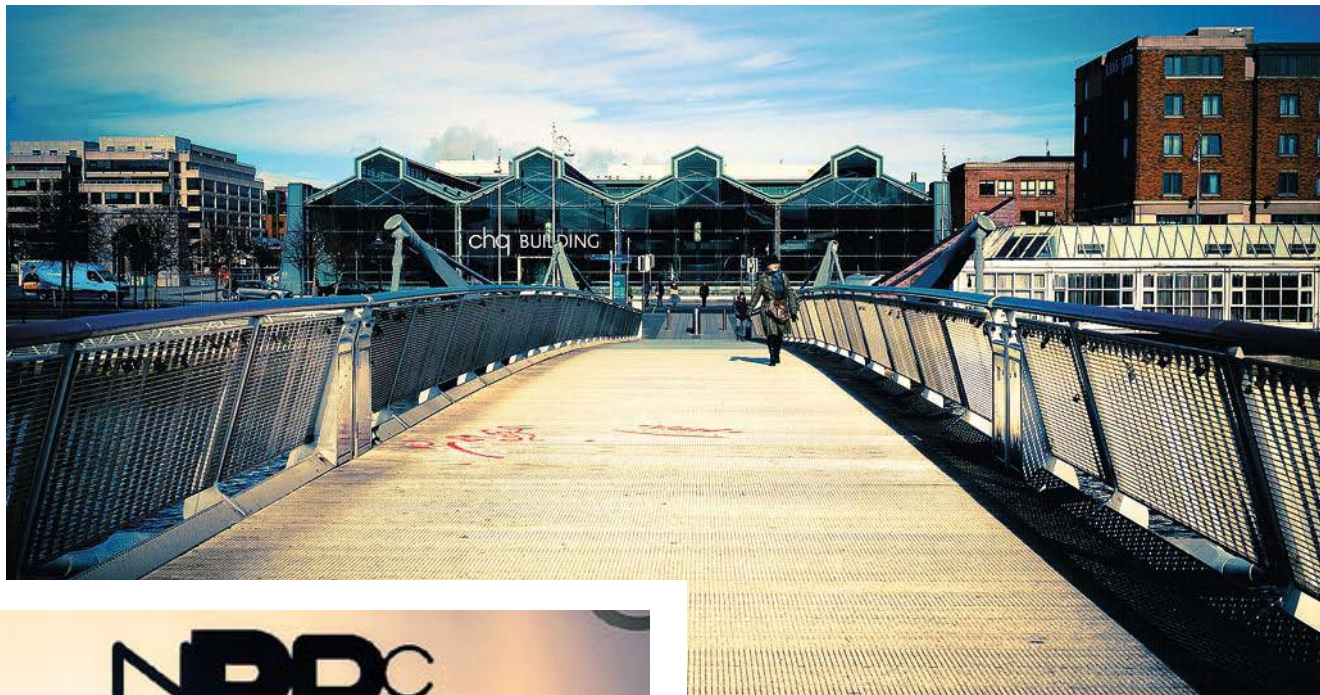
È anche per la qualità della vita che l'ingegner Claire Behar (che ha preso casa pure lei nel "ghetto") è venuta da Parigi. A 24 anni, aveva il mondo ai suoi piedi: master all'Insead della Sorbonne, all'Ecole Polytechnique di Losanna e a Shanghai (per imparare il mandarino), ha deciso per una start up di Dublino, Beautifeye, che «trasforma migliaia di immagini caricate nei social media in informazioni e big data utili alle aziende» — come dice l'italiano Luca Marchesotti che l'ha creata dentro un altro spazio condiviso, Wayra, l'"acceleratore" di proprietà di Telefonica.



«Volevo un'esperienza in un Paese di lingua inglese», spiega semplicemente lei, «e un lavoro in una start up come questa, con le responsabilità che ti porta ad assumere rispetto a ciò che fai in aziende più strutturate, ti fa crescere professionalmente in modo rapido». Lo stesso discorso vale per la dirimpettaia di scrivania, la tedesca Nadja Deininger, 28 anni, computer scientist di Tübingen, capelli azzurri (sopra il biondo), occhiali un po' nerd e anfibio: «Sono qui da un anno, con il mio fidanzato, non credo proprio che tornerò in Germania».

E perché, poi, dovrebbe? È difficile trovare qualche insoddisfatto fra i "New Dubliners", indigeni e d'importazione. È una società in cui anche i costumi, forse proprio per la presenza di una comunità giovane e internazionale come questa, sono in rapida trasformazione: basta guardare alla reazione positiva con cui è stato accolto, nella cattolica Dublino, l'abbraccio gay alto quattro piani, affisso dall'artista Joe Caslin sulla parete di un palazzo della centralissima Georges Street, a sostegno del "sì" per il referendum sui matrimoni omosessuali che va in scena questa domenica.

E se poi hai bisogno di spaziare al di là del lavoro quotidiano, basta mettere a frutto la tua competenza allargando il campo visuale. Come hanno fatto tre ragazzi di Google: Andrea Mené



Immagazzini e il motore di ricerca

In alto, la struttura dei depositi ottocenteschi di vino e tabacco trasformati in spazi di *co-working* nella zona del vecchio porto. Qui accanto, un'area del Ndr, incubatore per nuove iniziative innovative. Sotto, due giovani al lavoro negli uffici di Google, fra i posti più ambiti dai giovani.



(account, milanese, qui in Irlanda da cinque anni), Giorgio Amoruso (solution specialist, padovano) e Davide Barbieri (sales manager, parmense). «Un paio d'anni fa», raccontano, «abbiamo pensato di creare una start up per aiutare le *charities* (organizzazioni di beneficenza, ndr) con una tecnologia che riducesse a zero lo "spreco", cioè la percentuale che sono costrette a lasciare agli intermediari che raccolgono le donazioni, che oggi arriva anche al 25%». Così hanno disegnato Altruism, che sarà presto operativo in Rete. «Ci siamo autofinanziati e non vogliamo guadagnarci nulla. Solo mettere a disposizione questo strumento che rende le donazioni e le organizzazioni benefiche più trasparenti». Anche Fanara, Firenze e Farronato sono andati oltre le attività di partenza: e ogni mese porteranno con Acceltravel — perfetta "sintesi" fra le loro professioni — giovani *startupper*, uomini delle istituzioni e potenziali investitori a esplorare città e opportunità in una *full immersion* guidata.

Intelligenze, idee, business. Talenti. Ecco cosa fa Dublino. Sta cercando di portarsi a casa la "meglio tecno-gioventù" del Continente. Creando una comunità. O, per dirla come questi ragazzi, facendo "networking". «In effetti, è al pub che organizziamo i nostri eventi. Al Mulligan's, al Long Stone, o qui vicino, un gastro-pub tutto rinnovato, The Workshop», spiega Cian Ó Cuilleanáin, 33 anni, co-fondatore di Gravity, l'incubatore che ha aperto sul fiume, alle spalle del Trinity College, in un palazzo molto *high-profile* — ai piani superiori, società di investimenti del peso di Pioneer Investments e Anima Asset Management Ltd — con l'obiettivo di lanciare start up tecnologiche con proiezione internazionale. Cian, che è ingegnere aerospaziale, ha lavorato una decina d'anni fra Stati Uniti, Londra e Australia. «Da giovane i miei genitori mi hanno detto: va in cerca di fortuna.

E poi torna. Ecco, ora ho deciso che è arrivato il momento di tornare a Dublino». È qui, dice usando l'amata fisica, che ora si fa "densità". In effetti, i pub di Dublino pullulano di "meetup" (riunioni) degli *startupper*: c'è quello per imprenditori sociali, quello per imprenditrici, per il digital marketing, per l'e-commerce, perfino per gli esperti di 3D e per hackers. Ci si incontra, all'Arthur's, da Porterhouse, allo storico Brazen Head dove si fa musica dal vivo. Ci si scola qualche pinta, si parla d'affari, di invenzioni, nascono idee, amicizie e imprese. Com'è lontana la gioventù dublinese "in fuga" di James Joyce...

Edoardo Vigna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Giovani europei

Terza puntata del viaggio di Sette per raccontare come vivono i ragazzi nelle città del Vecchio Continente. Le prime due, dedicate a Berlino e Siviglia, sono state pubblicate sui nn. 2 e 10 del 2015. (Online si possono leggere sulla pagina di [corriere.it](http://globalist.corriere.it): <http://globalist.corriere.it>). 3 - *continua*.