

Tra l'innamorarsi e l'amare c'è molta differenza. Quando una persona si innamora non lo fa appositamente, succede. Ma per amarsi bisogna sudare, soffrire, ridere, stare svegli, donarsi. L'amore non succede. L'amore si fa. (Antonio De Napoli\_Presidente di ItaliaCamp)



Letta sulla lavagna di uno stabilimento balneare, senza virgolette, la frase è di Francesco Roversi. Virgolette o meno, il pensiero mi piace perchè in associazione ripetiamo spesso che seguire un progetto ora è cosa ben diversa da come lo facevamo quando abbiamo fondato [ItaliaCamp](#) nel 2010, da freschi laureati quali eravamo.

Tenendo sempre a mente la regola non scritta del non prendersi mai troppo sul serio, altrimenti si diventa innovatori di professione, categoria da cui stare alla larga. Mi è capitato qualche mese fa, in un appuntamento pubblico a cui erano presenti numerosi studenti universitari, di assistere a questa scena: un ragazzo domandava "Scusate un po' la figura da persona poco informata, ma che cosa è esattamente questa innovazione sociale?". Giuro, è andata così. Ho i testimoni. E il professionista dell'innovazione, sfogliando qualche slide, si è arrampicato sul racconto della nascita della sua organizzazione... non esattamente il massimo per una domanda chiara. Per le definizioni rimando al [secondo rapporto sull'innovazione sociale del Ceriis](#) e eviterò anche di raccontare [le diverse attività dell'associazione ItaliaCamp](#). Credo valga solo la pena dire che ciò che ci sforziamo di fare è rappresentare l'innovazione con un volto e un luogo attraverso i nostri progetti e le nostre attività, in giro per l'Italia, condividendo percorsi e sperimentazioni con i nostri

partner. Perché la diversità degli attori è il vero valore aggiunto delle reti, nazionali e dunque necessariamente territoriali. Cerchiamo di promuovere un modello leggero e concreto, fondato sulle energie dei nostri soci e dei nostri partner, per far sì che le buone idee e le opportunità di successo emergano, a prescindere da chi e da dove vengano proposte.

Perché l'innovazione, quella buona, quella che ha soluzioni da offrire in modo diretto, corrisponde ad una esperienza nuova che prima non esisteva. Semplicemente perché non era stata cercata abbastanza, con la giusta dose di sudore, sofferenze, risate e la giusta misura di dono.

Credo intimamente che l'innovazione serva davvero quando cambia la vita delle persone. A me è capitato diverse volte di incontrare le contaminazioni di ItaliaCamp in giro, senza cercarle, toccando con mano l'impatto e il cambiamento che avevano generato. Quando ho comprato le sei sedie del salone - che mi guardano lucide nel loro bianco lucido mentre digito sulla tastiera - nell'intestare l'assegno, il timbro del negozio riportava la dicitura srls. Srls, alias della celeberrima "srl ad un euro", amatissima e contestatissima, supportata anni fa con convinzione dalla prima call for ideas che ha lanciato la nostra associazione. E vale la pena dedicare qualche riga al pranzo nel quale il dilagante entusiasmo di un giovane papà ha portato ad invitarmi alle iniziative dell'[Alveare](#) di Centocelle a Roma, progetto che abbiamo sostenuto nel momento della nascita!

Cose concrete, che risolvono bisogni. E che speriamo facciano felici le persone. Come l'amore.