

Pochi obiettivi, una sola regia per il decollo della nuova impresa

La ricetta: attirare i migliori. Ed evitare che l'innovazione diventi un business

di GIOVANNI COSTA

Sulla necessità di aumentare la capacità d'innovazione del sistema delle imprese c'è un generale accordo. Non altrettanto su come perseguire questo obiettivo. Quello dell'innovazione è un problema multidimensionale che non può essere affrontato in un solo punto. Si devono trovare molti punti di attacco. Come sempre, sarebbe saggio partire dall'esistente. E' vero che le piccole e medie aziende della regione non hanno le dimensioni per sostenere staff di ricerca e sviluppo adeguati e che i settori ad alta tecnologia non sono particolarmente presenti. Ma sarebbe un errore sottostimare la quantità d'innovazione che quotidianamente si realizza nelle nostre imprese, anche in quelle che operano nei settori così detti tradizionali. L'economia industriale ha da tempo messo in discussione la distinzione tra settori innovativi e settori tradizionali, tra settori maturi e settori emergenti. Anche il settore più maturo e tradizionale può essere portato a una nuova infanzia (*neo-infant industry*). Nel Veneto le enormi potenzialità d'innovazione delle Ict e dei nuovi materiali non hanno ancora indotto tutti i cambiamenti in teoria possibili anche nei settori tradizionali. Tali cambiamenti riguardano prodotti e processi ma anche la stessa gestione dell'impresa. Per questo tipo d'innovazione molte conoscenze sono già incorporate in macchine, software, servizi di consulenza, formazione tecnica e così via. E' sufficiente che gli stimoli del mercato

e della concorrenza trovino un ambiente ricettivo e ben disposto, che le infrastrutture siano adeguate (possibile che ci siano ancora zone del Veneto dove non arriva la banda larga?). Interventi più complessi e mirati sono necessari per facilitare e indurre innovazioni radicali. Tuttavia avendo risorse scarse, è necessario scegliere con accortezza i settori in cui intervenire (industria o servizi, piccole e medie imprese esistenti o nuove imprese), le modalità d'intervento (credito d'imposta, progetti esplorativi, Ict e nuovi materiali, trasferimento tecnologico, ricerca di base), i parametri di valutazione e controllo dei

risultati (occupazione, profitti, numero di nuove imprese, export) e l'orizzonte temporale da adottare (breve o medio-lungo periodo). Bisogna evitare che l'innovazione si trasformi in un business in sé che è la morte dell'innovazione, evitare cioè che si formino imprese specializzate nel catturare risorse pubbliche destinate alla promozione dell'innovazione vivendo e prosperando con queste piuttosto che con la vendita dei loro prodotti e servizi (che troppo spesso non superano mai lo stadio del prototipo). Business plan competition, selezioni di start up, premi all'innovazione e simili sono importanti ma il loro pro-

liferare disordinato (se ne contano ormai a decine anche nella nostra regione), senza controllo della qualità delle iniziative, senza alcun coordinamento, senza la messa in comune dell'esperienza e delle informazioni potrebbe indurre effetti perversi. E' l'insieme del sistema regionale che deve diventare una piattaforma per l'innovazione in grado di attivare e coordinare tutti gli opportuni facilitatori. Si tratta di investire in infrastrutture e politiche territoriali capaci di favorire, attirare e trattenere imprese e risorse umane innovative. Una politica dell'innovazione per il Veneto dovrebbe muoversi a tutto campo dalla ricerca e dalle nuove tecnologie (per quanto è realisticamente possibile) all'assetto gestionale delle imprese.

Dovrebbe mobilitare risorse pubbliche regionali, nazionali e comunitarie, coordinare iniziative delle associazioni imprenditoriali, delle fondazioni ex-bancarie, dei parchi tecnologici, delle università e delle agenzie di ricerca e di formazione manageriale degli enti locali e delle stesse imprese, concentrando gli sforzi su pochi obiettivi fattibili. Nonostante i tagli alla ricerca cui è sperabile si metta presto rimedio, la vera risorsa scarsa resterà in ogni caso la capacità delle imprese di dialogare con i risultati che la ricerca ha già prodotto e di combinare tecnologia, utilizzatori, sviluppatori con modalità che diano risposte nuove a bisogni esistenti o ne facciano emergere di nuovi.

© Riproduzione Riservata



