

RICERCA E COOPERAZIONE UN RAPPORTO ANCORA DIFFICILE, SPECIE PER LE PMI

Imprese-università, esami di riparazione

Si fa un gran parlare dello stato deudente della ricerca in Italia, che si riflette sul ritardo di crescita e di competitività della nostra economia. Con un'incidenza sul prodotto dell'1,2% nel 2008 la spesa in Ricerca e sviluppo (R&S) del Paese è bassa e non cresce. Tra l'altro resta inchiodata a un preoccupante 50% la parte che fa capo alle imprese, riconosciuta come la più dinamica, contro valori anche superiori al 60% altrove. La tenuta del sistema nazionale della R&S, quindi, è garantita dal settore pubblico, e soprattutto dalle università.

I motivi sono noti: le nostre sono imprese piccole, a matrice familiare, capaci di un tipo di «innovazione senza ricerca» che frequentemente non sfocia nella brevettazione; questo modello è entrato in crisi per la concorrenza di nuovi esportatori e il diffondersi di nuove tecnologie. È plausibile, allora, immaginare che le università e i centri di ricerca pubblici si sostituiscano alla (mancata) ricerca (non) condotta dalle imprese vendendo loro i propri prodotti della conoscenza?

Prima della crisi le cooperazioni accademiche interessavano il 22% delle aziende italiane ed erano in veloce aumento; ma soltanto nella metà dei casi si è trattato di una collaborazione con finalità di trasferimento tecnologico. Più diffuso tra le aziende maggiori, soprattutto nell'industria, una volta instaurato il rapporto si è dimostrato stabile nel tempo. Stipulando questi accordi le università ottengono vantaggi economici e beneficiano di aumenti di produttività. E le imprese?

Un primo driver è costituito da quello che potremmo chiamare «saper parlare la stessa lingua»: i rapporti con l'università sono più frequenti per le imprese dotate al proprio interno di un centro di ricerca, anche piccolo, pronte a recepire innovazione da diversi canali e sufficientemente grandi da possedere le competenze necessarie per capire e

sfruttare i risultati della ricerca. L'idea sottostante è che i ricercatori accademici e quelli privati condividano un comune circolo di conoscenze, frequentino gli stessi convegni, leggano la medesima letteratura, instaurino relazioni anche informali da cui possono nascere occasioni di collaborazione.

Il secondo driver che influenza la probabilità delle collaborazioni accademiche è la vicinanza fisica; non basta, però, che l'impresa sia vicina a un ateneo qualsiasi: occorre la prossimità a un'università in grado di produrre ricerca di alta qualità in un campo che gli imprenditori valutino rilevante per il business dell'azienda, in buona sostanza, nelle materie tecnico-scientifiche.

La prossimità geografica gioca un ruolo particolarmente rilevante per la quasi totalità delle imprese, ma soprattutto per quelle piccole. Per le grandi, invece, ha maggiore efficacia l'orientamento commerciale dei singoli atenei (il terzo driver), variamente attivi nelle politiche di valorizzazione della ricerca, che però non riescono ad attrarre efficacemente le imprese minori.

Per gettare un ponte tra il mondo dell'impresa e quello dell'accademia, i diversi fattori entrano in gioco in maniera congiunta. La vicinanza fisica di per sé non basta: né le imprese né le università possono semplicemente attendere di venir prescelte per il ballo dal vicino di casa. Le prime devono farsi carico di colmare il gap di conoscenza che le separa dalla comunità scientifica, anche agendo sulla dimensione; le seconde devono puntare a una ricerca di qualità elevata nei dipartimenti rilevanti, non disgiunta da una certa capacità di marketing. Anche l'intervento pubblico, se vuole sfruttare la sinergia tra imprese e università per aiutare a colmare il deficit di innovazione italiano, non può prescindere da questo.

Il testo anche
su www.lavoce.info

LAVOCE