

ATLANTIDE

Periodico
della
Fondazione
per la Sussidiarietà

Direttore
Giorgio Vittadini

Anno VI
1.2010
numero 19
€ 5,00

19

un mondo
che fa parlare
altri mondi

onomia
rità
iversità

FONDAZIONE
sussidiarietà



**GUERINI
& ASSOCIATI**



Trasformare la ricerca in impresa

di **Giampio Bracchi**

Presidente
della Fondazione
Politecnico di Milano

Nell'attuale scenario di perdurante difficoltà economica, che sta mettendo in discussione i modelli di sviluppo tradizionali, l'università, luogo precipuo di produzione e trasmissione della conoscenza, ha anche l'opportunità e il compito di svolgere un nuovo ruolo di propulsore della creazione di imprese innovative.

141

Imprenditorialità come percorso di conoscenza

Ma cosa significa fare impresa? Si tratta solo di creare valore economico o piuttosto di un percorso creativo in cui la persona è implicata nella sua totalità? L'imprenditorialità, infatti, mette in gioco la fantasia, l'abilità e il valore dell'individuo (anche con i suoi limiti), che trasforma le conoscenze e le competenze in valore tangibile.

Per fare questo, l'imprenditore è costretto a confrontarsi costantemente con la realtà, e cioè con il mercato, il luogo in cui incontra "l'altro", a cui deve prestare ascolto e le cui esigenze deve cercare di soddisfare.

Si può allora affermare che l'imprenditorialità è non solo un atto creativo, ma soprattutto un percorso di conoscenza e paragone con la realtà, che impegna la ragione, l'emozione e implica una costante verifica fatta di sperimentazioni, messe a punto, errori, successi, crescita.

Per questo, l'università e i centri di produzione della conoscenza, a livello internazionale, si avvicinano sempre più al tema dell'imprenditorialità. Esiste infatti un legame naturale tra l'attività scientifica in senso stretto e il suo trovare uno sbocco attraverso percorsi imprenditoriali: il fare impresa innovativa comporta di per sé sviluppo tecnologico e avanzamento scientifico. In quanto protagonisti della "tripla elica" dell'innovazione - università insieme a istituzioni pubbliche e imprese -, gli atenei riconoscono che, oltre alla ricerca e alla didattica, la messa a punto e l'attuazione di nuovi percorsi di trasferimento della conoscenza verso la società costituiscono sempre più parte integrante della propria missione.

Questo è soprattutto evidente per le facoltà a carattere scientifico, tecnologico ed economico, ma interessa anche molte discipline delle scienze umane. Il sostegno alle tematiche legate all'imprenditorialità, in effetti, costituisce un'attività interdisciplinare, perché coinvolge diversi ambiti tecnologici, ma è anche multidisciplinare, perché richiede svariate competenze, da quelle tecnologiche a quelle più prettamente umanistiche.

Imprenditorialità e innovazione

Le sfide poste dalla globalizzazione al sistema produttivo italiano, la cui validità si è tradotta in importanti risultati nella seconda metà del Novecento in molti ambiti in prevalenza industriali, si sono fatte via via più ardue nell'ultimo decennio, e stanno sottoponendo a una forte pressione competitiva sia le singole imprese, sia interi settori industriali "maturi".

È, però, ancora possibile arrestare il declino e ritrovare il cammino dello sviluppo, avviando da un lato un percorso di rinnovamento e crescita basato sulle esperienze vive e sulle conoscenze del sistema industriale, che ancora sono rilevanti, e dall'altro investendo su fattori, quali le infrastrutture materiali e immateriali, che mirano a rendere più attraente e competitivo l'intero contesto.

Fra gli strumenti a disposizione si distinguono, per potenziale e attuale efficacia anche alla luce di esperienze analoghe già avviate a livello internazionale: il sostegno alla nuova imprenditorialità, soprattutto a base tecnologica; la disseminazione e la diffusione delle conoscenze scientifiche e tecnologiche; l'attività di ricerca volta a promuovere le dinamiche di sviluppo imprenditoriale; lo studio strategico dei settori emergenti e dei settori maturi, per metterne in luce i singoli fattori di sviluppo e sostegno.

È utile chiarire perché il sostegno all'imprenditorialità si rivela sempre più uno strumento privilegiato per produrre innovazione.

Diversi settori industriali emergenti, come l'informatica, le telecomunicazioni, i nuovi materiali o le biotecnologie, stanno vivendo trasformazioni radicali che creano nuove e importanti opportunità di mercato, che proprio le giovani imprese innovative (o *start-up*), per loro natura più flessibili rispetto alle grandi aziende, riescono a sviluppare efficacemente.

D'altronde, nell'attuale contesto economico e industriale, un ruolo di primo piano è svolto dalla conoscenza, e sono innanzitutto le *start-up* il luogo in cui si applica e valorizza la conoscenza, coinvolgendo in questo processo la scienza, la tecnologia, l'organizzazione e tutto ciò che contribuisce a creare valore e crescita economica senza soluzione di continuità.

Nella *start-up* trovano spazio, infatti, i fattori che generano valore: la motivazione individuale, le nuove idee e l'assunzione del rischio.

Il sostegno dell'università alla creazione d'impresa

È in quest'ottica che l'università sostiene l'innovazione, svolgendo un ruolo chiave non solo di generatore e diffusore di conoscenza (tecnologia e, più in generale, know-how: è il *trasferimento tecnologico*), ma anche di cerniera verso le attività di valorizzazione economica della ricerca, avvalendosi di nuove strutture, quali gli incubatori di *start-up* basate su brevetti o prototipi sviluppati nel contesto universitario.

Un esempio italiano di questa nuova missione è la Fondazione Politecnico di Mi-

lano, nata proprio per favorire l'innovazione delle imprese e incentivare la loro competitività a livello internazionale, dare impulso alla creazione e alla diffusione di nuove conoscenze e al loro trasferimento alle realtà produttive e del terziario.

Negli ultimi tre anni le opportunità di sinergie sono state raccolte da quasi 500 imprese ed enti per un totale di 200 progetti condotti dalla Fondazione, dal valore complessivo di circa 90 milioni di euro.

La Fondazione Politecnico gestisce anche l'"Acceleratore d'Impresa" del Politecnico di Milano, l'incubatore dell'ateneo, aggiungendo così il tassello della giovane imprenditoria; la struttura conta oggi 24 aziende incubate, che operano nei settori dell'ICT, dell'energia e dell'ambiente e della bioingegneria.

Importante per lo sviluppo dell'iniziativa è stato il sostegno ottenuto dalle istituzioni, e in particolare dal Comune di Milano nell'ambito del progetto "Milano Crea Impresa - La Rete degli Incubatori della Città di Milano", nato proprio per sostenere lo sviluppo degli incubatori e la crescita imprenditoriale nei settori ad elevata tecnologia, un'iniziativa unica a livello nazionale che coinvolge cinque incubatori presso università e centri di ricerca milanesi.

L'università, quindi, si sta facendo anche in Italia attenta a valorizzare l'innovazione che scaturisce dalla ricerca e dallo sviluppo di conoscenze, sulla scorta di quanto hanno fatto già dal secondo dopoguerra le principali università statunitensi, con la creazione di uffici di collegamento industriale e di supporto alla brevettazione, e di quanto hanno attuato negli ultimi venti anni anche molte università europee: ad esempio, a Cambridge attorno al contesto universitario, sono nate oltre mille nuove imprese tecnologiche.

Gli incubatori d'impresa sostengono lo sviluppo delle *start-up* tecnologiche attraverso l'offerta di servizi e di infrastrutture per un periodo predeterminato. Fra le principali attività di un incubatore universitario si ricordano:

- la brevettazione e il sostegno alla difesa della proprietà intellettuale;
- la valorizzazione sul mercato dell'idea imprenditoriale, anche attraverso *business plan competition* che ne fanno emergere le potenzialità, la fattibilità e le prospettive di successo commerciale;
- i servizi a valore aggiunto per la crescita imprenditoriale quali la ricerca di partner industriali, che sono spesso indispensabili per l'affermazione di una *start-up* in un mercato globalizzato e al tempo stesso frammentato e specializzato, e il sostegno alla ricerca di finanziamenti nelle varie fasi di crescita;
- la formazione rivolta ai neo-imprenditori, finalizzata non solo alla valorizzazione e al rafforzamento delle competenze tecniche e manageriali, ma anche allo sviluppo della capacità di costruire un team e di lavorare in squadra.

I mercati delle tecnologie hanno oggi estensione mondiale, e quindi le diverse attività degli incubatori devono essere necessariamente svolte con una prospettiva internazionale, attivando reti di collaborazione, per consentire alle iniziative locali di emergere e creare le condizioni per la crescita.



Nell'attuale contesto economico e industriale, un ruolo di primo piano è svolto dalla conoscenza, coinvolgendo in questo processo la scienza, la tecnologia, l'organizzazione e tutto ciò che contribuisce a creare valore e crescita economica senza soluzione di continuità.

L'internazionalizzazione è, infatti, di per sé sviluppo, perché implica competizione, accelerazione e permanenza sulle frontiere tecnologiche globali.

Da un punto di vista del percorso imprenditoriale dei nuovi imprenditori tecnologici, l'internazionalizzazione è la principale strada per una crescita sostenibile e significativa, e diventa quindi fondamentale per le *start-up* passare da una concezione incentrata sul mercato domestico a uno sguardo verso la massa critica dei mercati globali.

In questa direzione, ad esempio, l'Acceleratore d'Impresa del Politecnico di Milano ha stretto un accordo con la Fondazione "Mind the Bridge", organizzazione non profit californiana che si propone di promuovere una nuova imprenditorialità italiana tramite la creazione di canali che possano facilitare l'accesso al mercato dei capitali statunitensi da parte delle nostre *start-up*.

Il modello seguito mira a conservare l'italianità dell'azienda per ciò che riguarda le attività di ricerca e sviluppo, ma consente di aprire una finestra privilegiata per la crescita di mercato e l'attrazione degli investimenti in un ecosistema imprenditoriale particolarmente avanzato quale è quello nordamericano.

Scenari di sviluppo

L'attività imprenditoriale, così sostenuta dall'università, emerge con tutte le sue caratteristiche di percorso di conoscenza. Ma, ancora di più, l'università valorizza le persone, svolgendo un ruolo, oltre che formativo, educativo.

Da un punto di vista formativo e dei servizi alla persona, sorge la necessità di definire nuovi percorsi e approcci: è ormai riconosciuto, in particolare, che l'imprenditorialità possa essere anche insegnata, attraverso strumenti *ad hoc* e corsi multidisciplinari e innovativi.

Sia le università, dal punto di vista dei percorsi curricolari, sia le Business School per ciò che concerne la formazione manageriale, sono alla ricerca di questa nuova frontiera formativa.

Proponendo poi a studenti, laureati e dottori di ricerca un percorso professionale alternativo a quello tradizionale (sia esso nella grande azienda o all'interno dell'università stessa), attraverso la messa a disposizione di strumenti di formazione e accompagnamento reale e continuativo alla creazione d'impresa, l'università può sostenere ulteriormente i giovani talenti nello sfruttare al meglio le proprie capacità per affrontare il mercato internazionale.

Le iniziative di sostegno alla creazione d'impresa messe in atto dall'università vanno incontro, in questo momento di ristrettezze economiche, a una sfida evidente: la loro sostenibilità. Se infatti favorire l'innovazione e l'imprenditorialità delle giovani generazioni va visto di per sé come un importante investimento sul futuro, nel medio e lungo periodo è necessaria un'attenta valutazione dell'opportunità e fattibilità di tutto questo in base al risultato che può essere garantito e alle risorse che possono essere impegnate.

Il vero nodo cruciale è, quindi, che l'università trovi un riconosciuto e incentivato

posizionamento strategico nel processo della valorizzazione della conoscenza. Le istituzioni e gli attori del mercato sono chiamati a valutare la potenzialità di questo processo, con le ricadute positive e a catena che genera, e a fare la loro parte, sostenendolo per quanto di loro competenza.

Resta in ogni caso determinante, perché il sostegno alla valorizzazione della conoscenza e alla creazione d'impresa divenga diffusamente e stabilmente una terza e nuova missione dell'università, accanto alle due missioni tradizionali relative alla formazione e alla ricerca, il concepire l'attività imprenditoriale come un vero percorso culturale e di conoscenza che coinvolge totalmente la persona, pena la riduzione della rilevanza e dell'attenzione per questa nuova funzione accademica, sotto la spinta delle contingenze e nel confronto con le altre funzioni da svolgere.

Uomo
Presen
New Yo



Aiap
Poster
Milano

...

.....

....

..

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Mother
Marchi
Londra



Pietro
Immag
Roma

