

RICERCA APPLICATA ■ Il Piemonte si colloca solo al decimo posto della classifica regionale nell'accesso ai fondi del Dm 593/00

Laboratori e Pmi senza formula magica

Scarso ricorso ai bonus fiscali che incentivano le commesse ai centri pubblici e privati

Dietro a tutte le regioni competitor. Dietro anche alla Calabria e alla Campania. In una delle graduatorie dell'innovazione il Piemonte, che dopo la fine della monocultura Fiat sta cercando faticosamente di ritagliarsi un futuro incentrato sulle nuove tecnologie, mangia la polvere anche da due delle regioni meno avanzate del Paese.

La questione strategica è la capacità delle Pmi di fare davvero network con i centri di ricerca pubblici e privati. Il nodo critico è l'accesso reale ai bonus fiscali e ai contributi in conto capitale previsti dal decreto ministeriale 593/00, strumento attuativo della legge 46/1982, una delle norme che hanno determinato negli ultimi vent'anni il quadro complessivo della ricerca pura e applicata in Italia.

Il ranking

L'accesso ai fondi del Decreto ministeriale n. 593 del 2000



Giampaolo Vitali. Ricercatore Ceris-Cnr

Rank		Fondi erogati (in milioni di euro) totale 2002-2003	Composizione %	N° domande approvate totali 2002-2003	Composizione %	Valore medio (in migliaia di euro) totale 2002-2003
1	Campania	14,1	12,0	96	8,7	147,0
2	Umbria	13,6	11,5	114	10,3	118,9
3	Lombardia	13,1	11,1	156	14,1	84,2
4	Veneto	11,0	9,3	118	10,7	93,3
5	Lazio	9,7	8,2	95	8,6	102,2
6	Emilia	7,5	6,4	78	7,1	96,4
7	Toscana	7,1	6,0	88	8,0	80,6
8	Calabria	6,6	5,6	48	4,4	136,9
9	Marche	6,3	5,3	34	3,1	183,8
10	PIEMONTE	6,1	5,2	78	7,1	77,9
17	Liguria	1,4	1,2	10	0,9	142,0
20	Valle d'Aosta	0,2	0,2	—	—	—
	Altre regioni	21,2	18,0	188	17,0	994,7
	ITALIA	117,8	100	1.103	100	106,8

Fonte: elaborazioni Ceris-Cnr su dati www.assoricerca.it e Miur

possibilità, per l'azienda, di ottenere un contributo a fondo perduto di 5.164 euro e un credito di imposta da 20.658 euro per l'assunzione, anche a tempo determinato, di personale con specializzazione post-laurea.

«Davvero — incalza Vitali — c'è tutto quello che serve a una

piccola e media impresa per essere competitiva. Un rapporto a 360 gradi con il mondo della scienza e della formazione che, però, in Piemonte appare sfilacciato». Basta guardare al valore complessivo dei benefici, fiscali o in conto capitale, a cui hanno avuto accesso i diversi sistemi territoriali nel

2002 e nel 2003. In testa alla classifica, c'è la Campania con 14,1 milioni. Quindi, l'Umbria (13,6 milioni), la Lombardia (13,1 milioni), il Veneto (11 milioni), il Lazio (9,7 milioni), l'Emilia (7,5 milioni), la Toscana (7,1 milioni), la Calabria (6,6 milioni) e le Marche (6,3 milioni).

Soltanto a questo punto, spunta in graduatoria il Piemonte, che ha portato a casa 6,1 milioni: il 5,2% dell'ammontare totale.

Ci sono quindi molti punti critici. «Il problema — sottolinea Vitali — è sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta». In Piemonte i laboratori privati

hanno storicamente operato per la grande impresa: basti pensare al Centro ricerche Fiat e all'ex Csel di Telecom. E il legame fra atenei e sistema produttivo è sempre passato attraverso le grandi aziende. Ecco perché i laboratori pubblici e privati non hanno una adeguata politica di marketing nei confronti delle Pmi. «Ma è altrettanto vero — rincarica l'economista — che queste ultime debbono ancora affrontare in maniera radicale quella mutazione genetica fondata sull'innovazione e sulla competitività che consentirebbe al Piemonte di superare indenne la crisi del modello della grande impresa».

Proprio la storia dell'industria piemontese pone alcune questioni rilevanti. In primo luogo, da un punto di vista scientifico si sa poco della piccola e media industria sopravvissuta alla fine dell'era Fiat. «E questo — afferma l'economista — è un problema serio anche per quanto definiscono e attuano la politica per l'innovazione». Proprio per questo motivo il Ceris-Cnr, su impulso della Regione, ha creato la banca dati online sul sistema innovativo regionale www.progettoceris.it.

Un ulteriore problema è la diffusione dell'informazione. «In questo specifico caso — dice Vitali — regioni come la Calabria e la Campania non hanno soltanto beneficiato dell'appartenenza all'area Obiettivo 1, che permette la precedenza nell'esame delle domande. Hanno saputo anche sfruttare le maglie larghe di una misura semplice semplice che fa di tutto per convincere le imprese a fare ricerca applicata. In Piemonte le associazioni di categoria e i professionisti, in primis i commercialisti e i consulenti, debbono imparare a comunicare meglio quali opportunità si presentano per le imprese. Perché non creare un albo dei consulenti specializzati in finanziamenti d'impresa per la ricerca?».

PAOLO BRICCO
p.bricco@isole24ore.com

Gli Industriali / Maurizio Cassano (Amma Torino)

«Stringere i rapporti con le università»

«I centri di ricerca debbono cambiare target di clientela. Ma, allo stesso tempo, anche le associazioni imprenditoriali possono fare molto di più: in particolare, diffondendo l'informazione».

Maurizio Cassano, presidente dell'Amma in seno all'Unione industriale di Torino, evidenzia la necessità di muoversi a tutto campo per riuscire a incrementare la ricerca industriale delle piccole e medie imprese. «Anche se — precisa Cassano — il risultato del sistema imprenditoriale piemontese nella "classifica" del Dm 593/00 non va eccessivamente enfatizzato. Esistono infatti misure approvate dal governo locale che vanno nella medesima direzione. Quindi, la domanda delle aziende potrebbe essere stata soddisfatta in altro modo».

Comunque, lo scarso utilizzo di questa norma nazionale non è da collegare ad una sua errata impostazione di fondo. «Anzi — ricorda Luciano Chiappalone, responsabile dell'ufficio economico dell'Unione industriale di Torino — questa misura venne richiesta a suo tempo da Confindustria sull'onda del successo riscontrato in Francia da uno strumento analogo».

Eppure, qualunque sia la ragione del modesto utilizzo di questo mezzo particolare da parte delle aziende subalpine, la necessità generale di trovare maggiori e nuovi punti di contatto fra i centri di ricerca, le università e le aziende è oggi nell'agenda degli imprenditori. «Serve una conoscenza reciproca più approfondita — ammet-

te Cassano — e l'intero apparato dell'Unione industriale sta lavorando in questa direzione. Un esempio è rappresentato dall'incontro programmato per il 30 novembre fra l'Amma e il dipartimento di Matematica del Politecnico di Torino».

Sia i comparti tradizionali che quelli innovativi potrebbero avvantaggiarsi di nuove sinergie. «Lo stampaggio — rileva Cassano — e le energie rinnovabili costituiscono due settori su cui è bene spingere. Nuove competenze sono in via di aggregazione nel nostro tessuto industriale. E fili più robusti nel collegamento con gli atenei e i centri di ricerca risulterebbero estremamente utili».

Non è soltanto il mondo delle imprese che deve muoversi di più. Un'operazione simile va compiuta anche da parte delle università. «I dipartimenti — afferma Marco Mangiantini, consulente specializzato in finanziamenti all'innovazione — debbono aprirsi di più. Esistono competenze e strutture che potrebbero rivelarsi essenziali per la competitività delle imprese».

In cambio, l'accademia potrebbe ricevere stimoli importanti sui reali bisogni tecnologici delle aziende. Oltre che risorse finanziarie collegate alle commesse. «Però — avverte Mangiantini, responsabile dell'Alps Innovation Relay Centre della Camera di commercio di Torino — gli atenei debbono imparare a promuoversi di più. Serve un cambio culturale da tutte e due le parti: mondo della produzione e della scienza».



Maurizio Cassano. Amma To



Marco Mangiantini. Cdc To

L'analisi / «Si è preferito puntare sulla nascita di nuove iniziative imprenditoriali»

Calderini: «Privilegiate altre strategie»

Il Piemonte al decimo posto in questa particolare classifica dell'innovazione non mi stupisce. È la conseguenza di precise scelte di politica industriale».

Non è sorpreso Mario Calderini, docente di Strategia e innovazione al Politecnico di Torino e coautore con Roberto Verganti del volume "L'impresa dell'innovazione" (Edizioni Il Sole-24 Ore). «Occorre — spiega — fare una valutazione preliminare. È vero che gli ottimi risultati conseguiti da Umbria e Calabria sono spiegabili con le maglie larghe che hanno permesso l'iscrizione all'albo dei centri autorizzati del Miur a molte strutture di non altissimo profilo. Ma, se c'è stata una manica ampia, questa è valsa anche per il Piemonte, dove si contano ben 130 centri di

questo tipo, nella maggior parte di livello europeo. Quindi, le ragioni profonde di un simile fenomeno sono da ricercare altrove».

In particolare, secondo Calderini contano molto le scelte di fondo di un sistema territoriale, che poi si riflettono su ranking come questo: «Il Piemonte — chiarisce — ha deciso di puntare soprattutto sulla nascita di nuove iniziative imprenditoriali e meno sulla diffusione dell'innovazione nel tessuto produttivo che già esiste. I parchi tecnologici e gli incubatori rispondono a questa precisa logica». Una formula simile induce inevitabilmente i player pubblici e il sistema territoriale nel suo insieme a concentrare gli sforzi su grandi iniziative finalizzate alla nuova imprenditoria. Altre regioni, invece, hanno scel-

to di battere strade diverse. «Un esempio — specifica il docente del Politecnico — è la Campania, dove gli enti pubblici hanno spinto molto sulle imprese già esistenti perché collaborassero con gli atenei e i centri accreditati».

C'è, poi, il nodo della domanda reale. «Un dato tanto basso — osserva Calderini — non può non indicare una scarsa propensione delle piccole e medie imprese piemontesi a usufruire degli apparati di ricerca pubblici e privati. Per la cultura imprenditoriale e legislativa italiana, la parola innovazione ha un'accezione molto ampia. Proprio per questo, una performance così scadente deve destare preoccupazione».

P.A.B.

dal Piemonte

PROTOCOLLO D'INTESA

Patto Regione-Sviluppo Italia

La Regione Piemonte ha firmato un protocollo d'intesa con Sviluppo Italia, l'agenzia nazionale per lo sviluppo dell'impresa e l'attrazione di investimenti, che già opera in altre 13 regioni italiane. L'intesa, siglata dal presidente della Regione Enzo Ghigo e dall'ad di Sviluppo Italia, Massimo Caputi (nella foto), ha validità biennale e ha «l'obiettivo di accelerare le dinamiche dello sviluppo regionale e i programmi di investimenti».



Tra le azioni prioritarie previste nell'accordo, che potenzialmente ha un valore di 375 milioni, ci sono il supporto allo sviluppo del sistema imprenditoriale, con un particolare riguardo ai programmi di innovazione tecnologica, tra cui il distretto Torino Wireless, le imprese giovani e l'industria agro-alimentare. «Questo accordo — commenta Ghigo — crea ulteriori condizioni al sostegno delle imprese, aggiungendosi ad altre iniziative come l'Itp e ai fondi strutturali. Sviluppo Italia potrebbe essere anche un interlocutore per affrontare il futuro della Fiat».

CONVEGNO

Esperti di gallerie al Politecnico

Specialisti internazionali a convegno al Politecnico di Torino. Fino al 19 novembre, la Sala del Consiglio di facoltà ospita il congresso internazionale "Scavo meccanizzato di gallerie: challenging case histories". Al raduno partecipano oltre 300 esperti del settore provenienti da tutto il mondo che presenteranno esempi significativi di lavori eseguiti in Cina, Svizzera, Taiwan, Spagna, Svizzera, Russia, Venezuela, Paesi Bassi, Malaysia.

TRIMESTRALE

Pininfarina, risultato a 12,3 mln

Il Cda presieduto da Sergio Pininfarina (nella foto) ha approvato la trimestrale del gruppo Pininfarina. I primi nove mesi del 2004 sono stati influenzati dal calo della produzione di autovetture, dovuto al cambiamento in atto della gamma, e dallo start up delle attività facenti capo a Matra Automobile Engineering e Open Air Systems. Sotto il profilo contabile, il valore della produzione è stato pari a 453,2 milioni (-22,8% rispetto allo stesso periodo del 2003).



Il risultato operativo è di 12,3 milioni contro i 22,1 milioni del corrispondente periodo del 2003; la sua incidenza sul valore della produzione è pari al 2,7% (3,8% un anno prima). Le difficoltà sono state in parte compensate dalla crescita di attività nei settori design ed engineering (+85%).

MERCHANDISING

Juventus Store a Caselle

È stato inaugurato sabato scorso, all'interno dell'aeroporto di Caselle, il nuovo Juventus Store, il negozio monomarca in cui si possono acquistare tutti i prodotti ufficiali della squadra bianconera. «È una tappa importante nella strategia commerciale che stiamo portando avanti con il nostro sponsor tecnico Nike — commenta il responsabile commerciale e marketing della Juventus, Romy Gai (nella foto) —. Siamo la prima squadra europea ad aprire un punto vendita ufficiale all'interno di un aeroporto».



Il negozio si trova all'interno dell'area Partenze dello scalo torinese subito dopo la barriera doganale e si sviluppa su una superficie di 75 metri quadrati. Si tratta del quarto negozio ufficiale che si aggiunge a quelli di Torino, Tokio e Palermo. «Il nostro progetto retail prevede l'apertura di altri negozi per offrire nuove opportunità ai nostri tifosi. L'obiettivo futuro è di uno sviluppo all'estero» sottolinea Paolo Parmeggiani, general manager di Juventus Merchandising, la società creata ad hoc dalla Nike per la commercializzazione di prodotti e servizi ufficiali.

Nel primo trimestre dell'esercizio 2004-2005, i proventi commerciali e da sponsorizzazioni della Juventus sono stati di 13,2 milioni (+6,4% rispetto ai 12,4 milioni dello stesso periodo dello scorso esercizio) mentre i ricavi totali ammontano a 36,7 milioni. (F.Bon.)

INCUBATORE

Trenta idee innovative all'I3P

La II edizione della «Coppa dei campioni delle idee imprenditoriali innovative», organizzata quest'anno dall'incubatore universitario I3P del Politecnico di Torino in partnership con il gruppo Giovani imprenditori di Confindustria e la sponsorizzazione di Compagnia di San Paolo, Regione Piemonte e Fiat Spa, ha già individuato i 30 progetti finalisti. Si collocano nei settori medico, farmaceutico, alimentare, distribuzione, Ict, ambiente, energia, industria, turismo, logistica, conservazione e valorizzazione beni culturali.

AGROALIMENTARE

Rilancio e promozione per il riso

Far conoscere e apprezzare nei ristoranti di Torino e dintorni il riso di Vercelesse e Biellese. È questo lo scopo della "Settimana del riso", organizzata da Asfim con l'associazione Donne & riso e la Provincia di Vercelli. Dal 22 al 28 novembre alcuni ristoratori del Torinese (Al gufo bianco, Au lapin agile, Ca' mia, Con calma, La Verna, Lo zero, Osteria del corso, Sileno, Solferino, Tropicana) proporranno un menù a base di riso, con indicazioni sulla sua tracciabilità e quindi sulle aziende vercellesi e biellesi da cui proviene, e offriranno alcuni omaggi messi a disposizione dai produttori. Info: tel.0161.598236. (L.Car.)

2004 RAPPORTO SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE

Dati socioeconomici per orientare lo sviluppo regionale sui mercati internazionali

Torino - Martedì 23 novembre 2004, ore 11.00

Bit International Training Centre - International Labour Organization
Sala Cinema, Padiglione L - Viale Maestri del Lavoro, 10

PROGRAMMA

- ore 11.00 Saluti**
 - > DARIO ARRIGOTTI, Direttore aggiunto Itc-Ilo
 - > ON. ENZO GHIGO, Presidente Regione Piemonte
 - > RENATO VIALE, Presidente Unioncamere Piemonte
 - > MARIO SANTORO, Presidente Ires Piemonte
- ore 11.30 Internazionalizzazione economica e sociale del Piemonte**
 - > ROBERTO STROCCO, Unioncamere Piemonte
 - > VITTORIO FERRERO, Ires Piemonte
- ore 12.15 Esperienze di internazionalizzazione**

Competitività e attrazione di investimenti

 - > MARCO BOGLIONE, Presidente Itp Investimenti Torino Piemonte

Sfide e strategie per l'estero

 - > FRANCESCO DEVALLE, Presidente Centro Estero Camere Commercio Piemontesi

La formazione internazionale post-universitaria a Torino

 - > AMB. LUIGI GUIDOBONO CAVALCHINI, Presidente Advisory Board, Masters & Postgraduate Programmes, University of Turin / Itc-Ilo
- ore 13.00 L'indice sintetico di internazionalizzazione e spunti di riflessione conclusivi**
 - > MASSIMO DEANDREIS, Direttore Unioncamere Piemonte

Seguirà aperitivo

PER PARTECIPARE È NECESSARIO DARE ADESIONE SCRITTA

Segreteria organizzativa: Ufficio Studi e Statistica Unioncamere Piemonte
Fax 011 5119144, E-mail: studi@pie.camcom.it