

**INTERVENTO DEL PRESIDENTE DEI GIOVANI IMPRENDITORI DELLA
CONFINDUSTRIA PIEMONTE, ARCH. BARBARA GALLO, IN
OCCASIONE DEL V FORUM SULL'ECONOMIA PIEMONTESE "LE
INNOVAZIONI NECESSARIE"**

Stresa, 8 luglio 2011

Buon pomeriggio,

un caloroso benvenuto alle autorità, agli ospiti e a tutti i Giovani Imprenditori intervenuti al V° Forum – *Le innovazioni Necessarie*.

Un saluto particolare ai nostri ospiti (russi) che hanno affrontato un così lungo viaggio per lavorare con noi; al presidente regionale Roberto Cota ed all'assessore Giordano, alla nostra presidente Mariella Enoc, al presidente della provincia del Verbano Cusio Ossola Nobili, al presidente Nazionale del Movimento Giovani Imprenditori di Confindustria Jacopo Morelli ed ai componenti della presidenza, che nonostante i loro impegni istituzionali sono qui con noi.

Un ringraziamento a Rena, la Rete per l'Eccellenza Nazionale, che ha collaborato con i Giovani Imprenditori di Confindustria Piemonte per questo evento, a tutti gli sponsor senza i quali non avremmo potuto realizzare questa giornata.

Quello di oggi sarà anche il nostro modo per festeggiare i 150 anni dell'Unità d'Italia, come conferma il logo "Esperienza Italia 150" sul nostro programma: parleremo di futuro promuovendo quella cultura dell'imprenditorialità che ha fatto crescere il Piemonte e l'Italia in questi primi 150 anni di storia. Tra la fine dell'800 e i primi due decenni del '900, il Piemonte fu la culla dell'industria meccanica, automobilistica, aeronautica, cinematografica. Sella, Lancia e Agnelli, solo per citarne alcuni: imprenditori che per primi hanno portato il Made in Italy nel mondo.

Ma l'industria manifatturiera ha svolto (e tuttora svolge) una funzione insostituibile nella modernizzazione *dentro* i confini del Paese. Essa ha generato innovazione, ha aperto la strada al processo di terziarizzazione e, con essa, all'industria dei servizi alle imprese, della conoscenza, dei beni immateriali, dell'ICT, del software e del design.

Ma ora tocca a noi!

Da dove partiamo questo pomeriggio?

Partiamo dalla fine: dalle conclusioni del forum del 2009, da quello che successe in quell'indimenticabile 3 luglio 2009. Si concludeva una giornata storica: avevamo dato vita al I° G8 Giovani Imprenditori, per il quale i nostri colleghi stranieri ci riconoscono il grande merito. Consegnammo con soddisfazione la nostra dichiarazione nelle mani del Ministro Meloni. Ma non potevamo immaginare che, qualche giorno dopo, avremmo scoperto che le nostre idee sull'innovazione erano contenute nientemeno che nella dichiarazione dei Capi di Stato del G8!

Ci sentivamo al settimo cielo per aver contribuito, come cittadini e come imprenditori, alla definizione delle linee guida dello sviluppo.

Così oggi ci celebriamo!

Ma non è tutto. In quelle conclusioni scrivevamo:

“Ci auguriamo che fra due anni, a proposito di innovazione, si potrà parlare di “Modello Piemonte”... sarà il nostro compito, non lasciare cadere quanto è stato detto una volta finito l’evento. Vogliamo incidere negli scenari futuri, dare vita ad un nuovo cambiamento culturale.”

Sul Modello Piemonte

Il significato che avevamo dato all’etichetta “Modello Piemonte” era un mix di aggregazione e accessibilità come valori da sviluppare nell’impresa per promuovere l’innovazione come sistema, come competenza.

Oggi il Modello Piemonte esiste ed è riconosciuto – come conferma Il Sole 24 Ore di pochi giorni fa nell’inserito Nova – come “modello da imitare”.

Di questo dobbiamo ringraziare i decisori pubblici che hanno lavorato con intelligenza e lungimiranza, dando seguito con azioni concrete all’iniziativa dei Poli di innovazione, nati tre anni fa con la giunta Bresso ed integrati e rifinanziati con ulteriori strumenti dalla nuova giunta del Presidente Cota. L’idea dei Poli – il costituire una rete o filiera attorno a gruppi di ricerca composti da Pmi, grandi imprese e centri di ricerca pubblici – è l’elemento chiave per raggiungere economie di scala altrimenti impossibili. Qui ognuno ha il suo ruolo: le grandi imprese hanno il compito di definire gli ambiti applicativi, l’università ed i centri di ricerca quello di sostenerle con le conoscenze scientifiche e le Pmi quello di disseminare le conoscenze in ambiti applicativi differenti.

Fino a qui ritengo che i risultati siano positivi: portiamo a casa un G8 da cui è nata una grande alleanza tra Giovani Imprenditori di tutto il mondo (gli illustri ospiti di oggi ne sono la testimonianza), ed un Modello di aggregazione/innovazione che piace a molti. Non ci prendiamo il merito di

tutto, ma almeno per aver focalizzato l'attenzione di imprese e pubblica amministrazione sulle giuste priorità.

Se la Regione Piemonte ha avuto il merito di capire che per le Pmi è fondamentale il ruolo di un facilitatore tecnologico, è anche vero che è molto difficile monitorare i risultati delle evoluzioni tecnologiche e delle nuove opportunità di business che da queste possono nascere. Noi Giovani Imprenditori sappiamo cosa vuol dire sostenere l'innovazione nelle nostre imprese: non solo in termini economici diretti, ma in tutti quelle fasi quasi occulte del trasferimento all'interno dell'azienda dei risultati dell'introduzione dell'innovazione, il monitoraggio dei benefici, la riconversione delle attività pre-esistenti, la formazione. Insomma, sappiamo che il cambiamento è un'apertura culturale almeno quanto tecnica.

E se il processo di innovazione entra nella fase sbagliata, quando l'azienda non è matura a sufficienza? Una piccola o media impresa può permettersi di sbagliare in quella fase? Ed in fondo: è sufficiente avere un'idea "geniale"?

Qualche dato per riflettere. In base ai dati del Sondaggio condotto dalla Banca d'Italia nel settembre-ottobre 2010, in Piemonte solo il 38 % delle imprese manifatturiere ha trovato nella crisi uno stimolo all'innovazione, contro il 47% in Italia. L'indagine ha detto anche che sono più propense all'innovazione, intesa come cambiamento nei processi produttivi, nella gamma di prodotti offerti o nei sistemi organizzativi e gestionali, le imprese più orientate ai mercati esteri ed esposte alla concorrenza internazionale. Sempre dalla stessa ricerca, tuttavia, apprendiamo che l'attività di innovazione (misurata solo sul numero di domande di brevetto e sulla spesa delle imprese per ricerca e sviluppo) nel periodo 2000-2007 è salita in Piemonte da 106 a 140, mentre la media del "cluster europeo" (definito da una elaborazione statistica della Banca d'Italia sui dati Eurostat come gruppo

di regioni omogenee con caratteristiche simili per PIL pro capite, tasso di occupazione, struttura produttiva e specializzazione tecnologica delle attività manifatturiere e servizi) è passato da 140 a 161. Dunque, il settore ICT in Piemonte è cresciuto più della media europea, colmando il divario con le regioni di eccellenza. Anche per quanto riguarda le risorse destinate alle attività di ricerca e sviluppo e il contributo dell'impresa alla spesa di R&S in Piemonte il dato è stato più alto rispetto al cluster europeo (rispettivamente 1,8% e 1,4% contro 1,2%).

La prima domanda che facciamo ai nostri relatori è questa: quali passi deve compiere una Pmi quando ha l'idea? Quale metodo può utilizzare nel districarsi all'interno del processo di introduzione dell'innovazione?

Ci sono esempi virtuosi in altri Paesi dove si predilige il supportare un metodo piuttosto che soli strumenti finanziari?

Sui beni intangibili

Il PIL in Italia è cresciuto prima della crisi dell'1,1% contro la media UE di 2,2%, ed anche il Piemonte ha fatto peggio del suo cluster di riferimento, aumentando dello 0,8% contro l'1,9% del cluster. Banca d'Italia attribuisce questo divario alla dinamica negativa della produttività media del lavoro, scesa nella nostra regione a - 0,4% contro il + 0,9% medio del cluster europeo.

Partendo da questo dato, concentriamo la nostra attenzione su un ambito in cui c'è ancora molto da fare: quello dei beni intangibili.

Nel 2009 dicevamo:

“Oggi sappiamo che l'organizzazione e le strategie dipendono dalla cultura, non il contrario: le risorse fondamentali dell'impresa sono il capitale umano, la

conoscenza e i soggetti che la generano. Le imprese devono pensare percorsi formativi che aumentino l'orientamento all'internazionalizzazione, alla sperimentazione e alla tecnologia; devono stimolare il cambiamento culturale intervenendo sulla quotidianità del lavoro, sull'organizzazione, sulla gestione dei conflitti, sulla motivazione e sul coinvolgimento. Il clima sociale e culturale sollecita i talenti, l'organizzazione deve supportarli e non costringerli a operare in solitudine.”

Non facciamo voli pindarici, analizziamo qualche altro dato.

Sempre nello stesso periodo 2000-2007, nelle attività a medio-alta tecnologia la dotazione di capitale umano è inferiore al cluster europeo di riferimento: i laureati piemontesi si aggirano intorno al 10% contro il 18% del cluster europeo, mentre l'impiego degli stessi come dirigenti o professionisti a elevata specializzazione è del 10% contro il 14%. Il clima sociale e culturale deve favorire l'inserimento dei giovani talenti nei gangli produttivi, promuovere logiche di merito che ne esaltino le attitudini.

La media italiana di laureati è del 26,5%, quando l'Europa stabilito per il 2020 l'obiettivo del 40%. L'Italia è al 26°, nonché ultimo posto del ranking. Il Piemonte potrebbe diventare un modello nell'incremento di laureati, nonché nella collaborazione tra Università e imprese per il loro inserimento nelle aziende. Il Protocollo siglato tra Confindustria Piemonte e Politecnico di Torino vuole contrastare la scarsità di interazione tra il mondo produttivo ed il mondo universitario. Andando oltre, si potrebbe pensare ad uno scambio, anche temporaneo, di personale tra università, centri di ricerca e settore privato. Ma anche ad incentivare l'inserimento in azienda di ricercatori/personale universitario proveniente da altre aree d'Italia e d'Europa.

Investire nei beni immateriali, nel capitale umano, nell'organizzazione interna all'azienda, nelle competenze specifiche per la soluzione dei problemi e per la prevenzione degli errori è fondamentale nella crescita della produttività, chiave della crescita economica di lungo periodo. Lavorare sul clima aziendale, stimolare emozioni positive, celebrare i successi, consapevolizzare i collaboratori del vero significato del lavoro e del suo valore, focalizzarsi sulla gestione dei progressi di gruppo e sulla gestione delle risorse umane è una necessità per le imprese piemontesi ed italiane che vogliono avere successo nelle attività di internazionalizzazione e concorrenza globale.

Queste competenze devono far parte di una formazione continua e riguardante tutto l'arco della vita di una persona: il Modello Piemonte 3.0, non solo partecipativo, ma multilivello, sia orizzontale che verticale, che potremmo costruire insieme ai decisori politici, alle università ed alle Pmi.

Così la seconda domanda che vorremmo porre all'attenzione dei nostri relatori è: il sostegno dell'innovazione per gli imprenditori ed i decisori pubblici consisterà nell'investire nel capitale intangibile? Quali suggerimenti si possono cogliere dalle vostre esperienze?

Sull'internazionalizzazione

Non mi soffermerò sulle proposte più volte presentate da Confindustria Piemonte al decisore pubblico riguardo la riorganizzazione o evoluzione del CEIP, la funzionalità del Contratto d'Insediamento, i Consorzi Export o le infrastrutture reali o digitali.

Due anni fa proponemmo come innovazione necessaria "L'internazionalizzazione delle persone e dei manager, dei ricercatori e dei territori", come strumento per sviluppare interrelazioni e scambi che

alimentano di conseguenza la ricchezza e la produttività. Portavamo l'esempio di come la Multinazionale Tascabile aiuti la PMI a salire di scala dimensionale e superare l'elemento principe di criticità per Rete Distributiva, Ricerca & Sviluppo e Internazionalizzazione. Questo tema riguarda molto da vicino l'apertura culturale, lo sviluppo di una fiducia e di una trasparenza nei rapporti tra imprese e forse anche di preparazione dell'imprenditore.

Ci piacerebbe poter individuare uno strumento come il Voucher: non l'ennesimo appesantimento burocratico, ma uno strumento snello e veloce per l'accesso a servizi per l'Internazionalizzazione (quali: la valutazione della maturità dell'impresa/prodotto o l'incremento delle competenze aziendali atte ad affrontare l'internazionalizzazione; il tutoring all'imprenditore per affrontare i mercati esteri; l'assistenza nelle pratiche amministrative relative all'ingresso ad un mercato estero; le spese per sostenere la distribuzione organizzata di prodotti anche diversi tra loro; l'affrontare, anche insieme ad altri in una sorta di rete o filiera, aree irraggiungibili per un singolo imprenditore). In fondo bisogna cercare di posizionarsi in quei mercati dove ci desiderano o ci imitano: Francesco Morace, sociologo e presidente di Future Concept Lab, sostiene che il problema non è di comunicazione ma di logistica e di organizzazione. Dunque, il voucher potrebbe supportare il posizionamento logistico di una azienda al di fuori dei confini nazionali, aiutarla ad essere più presente sui mercati esteri, nell'ottica di portare sul nostro territorio commesse più interessanti e di maggior valore aggiunto.

Conclusioni

L'innovazione e la ricerca, anche secondo lo studio dell'OCSE, in Piemonte fanno fatica a tradursi in attività che portino benefici reali e crescita.

Ma cosa intendiamo veramente per innovazione? La ricerca, quella dei laboratori universitari, le tecnologie avanzate e quelle che hanno una potenzialità per i prossimi 5 o 10 anni, la digitalizzazione delle reti e l'informatizzazione dei processi, il deposito di brevetti? Molto spesso "Innovazione", per tante PMI, è semplicemente fare qualcosa in modo diverso: adattare prodotti o servizi per un potenziale utilizzo al di fuori del mercato o ambiente in cui sono stati progettati.

Dobbiamo usare le nostre idee, promuoverle, fare sì che l'innovazione aiuti le nuove generazioni ad affrancarsi da quelle precedenti. Il Piemonte è la regione italiana fortemente industrializzata in cui la disoccupazione giovanile ha subito il più severo e preoccupante aumento (dal 14,9% del 2008 al 24,1% del 2009). Tutti devono intervenire velocemente per invertire questa tendenza.

Arrivati in conclusione, ci piace sottolineare due proposte che Rena ha fatto nel suo documento per l'Innovazione. Prima, la costruzione di acceleratori di impresa privati, come strutture capaci di lanciare aziende nei settori ad alta crescita e come nido e rete per l'infrastruttura ai servizi digitali abilitanti per i processi di open innovation di queste nuove aziende. Seconda, di cui ci parlerà in modo più approfondito Michele Visciola più tardi, la sensibilizzazione al ruolo più alto che le nostre imprese avranno: le complessità verso cui ci dirigiamo determineranno un approccio non più basato soltanto sulla tecnologia, ma anche sul design, cioè quell'innovazione utile a migliorare la vita delle persone.

I Giovani Imprenditori continueranno a spendere tempo e passione per favorire un clima di collaborazione tra imprese, cittadini e decisori pubblici, affinché l'innovazione dalla sfera produttiva si rifletta, migliorandola, alla qualità della vita delle persone. Si potranno attivare gruppi di lavoro tra

pubblico e privato, cittadini e decisori al fine di promuovere soluzioni nuove e condivise: sembra un'utopia, ma è sufficiente creare un piano strategico insieme per darsi obiettivi, tempi, priorità e responsabilità.

Insieme lo possiamo fare!