

La contraddittoria realtà riminese, e la sfida che attende le imprese all'uscita dalla crisi

TESSUTO PRODUTTIVO E UNIVERSITA' DEVONO PARLARE LA STESSA LINGUA

Intervista a Luca Signorini, mandatario europeo in brevetti e consulente in trasferimento tecnologico per la Roncuzzi & Associati, membro del direttivo della Compagnia delle Opere di Rimini e partecipante al gruppo di lavoro del piano strategico "imprese innovative e di qualità".



I Forum del Piano Strategico ha insistito nei suoi lavori sull'innovazione nelle imprese. Ma qual è oggi la situazione a Rimini nei vari settori produttivi? Dal suo punto di vista, le aziende del turismo, quelle dei servizi o del manifatturiero sono riuscite in questi anni a fare passi in avanti nel senso dell'innovazione? Ci può riferire dati a sua conoscenza sul fronte dei marchi depositati e dei brevetti?

Nell'anno appena trascorso sono state depositate presso la C.C.I.A.A. di Rimini 100 domande di brevetto e 447 domande di registrazione di marchio segnando quindi un aumento rispettivamente del 25% e del 14% rispetto all'anno precedente. Tale variazione è ben superiore alla crescita media del numero di domande depositate su scala nazionale che si attesta a pochi punti percentuale. Tuttavia ritengo che il mero numero di domande di brevetto o di marchio depositate non sia un indice capace di mostrare l'effettiva propensione all'innovazione delle aziende

della nostra provincia, infatti tale dato non fornisce alcuna informazione relativamente alla qualità dei concetti inventivi e dei segni distintivi di cui si è richiesta la tutela. In particolare, il dato sul numero di domande di brevetto risulta scarsamente significativo in una realtà come quella riminese dove, nel complesso, circa un 65% delle aziende fa riferimento ai settori del turismo, della distribuzione commerciale e dei servizi e dove soltanto un 10% delle aziende locali opera nell'industria manifatturiera che rappresenta il settore che comunemente trae maggior vantaggio dal progresso tecnologico e dall'innovazione di prodotto e di processo produttivo. D'altra parte, lavorando nell'ambito del piano strategico e visitando diverse aziende in veste di consulente, ho potuto percepire chiaramente nelle PMI riminesi, indipendentemente dal settore di riferimento, la presenza di un forte desiderio di cambiamento e d'innovazione spesso dettato dalla necessità di rispondere ai

mutati scenari economici e di mercato portati dall'attuale crisi. Tuttavia tale domanda d'innovazione rimane spesso inespressa o non riesce comunque a concretizzarsi in nuove strategie aziendali o in una più efficiente operatività. In particolare, sembrano essere due le principali cause della difficoltà dell'emergere e del concretizzarsi di questo desiderio d'innovazione delle aziende riminesi: l'assenza di un ambiente culturale fertile in cui idee innovative possano facilmente attecchire e svilupparsi ed in cui sia favorito lo sviluppo di nuove forme d'impresa e di nuove aggregazioni di soggetti imprenditoriali. In seconda battuta, non è possibile non riscontrare un certo timore di abbandonare schemi di business consolidati, che hanno rappresentato la cifra caratteristica della realtà imprenditoriale riminese fino all'avvento dell'attuale crisi. Auspico che proprio le azioni ideate e promosse nell'ambito del Piano Strategico possano rendere Rimini una free-zone dell'innovazione, cioè un ambiente culturale ed imprenditoriale privilegiato capace di attrarre e catalizzare nuove idee inventive e capace quindi di aiutare le imprese locali a superare quelle difficoltà che sembrano oggi frenare lo sviluppo di una reale attitudine all'innovazione.

Incubatori d'impresa, tecnopoli, parco tecnologico sono le proposte del Forum: sono realizzabili, e con quali costi e tempi?

Incubatori d'impresa, tecnopoli e parchi tecnologici sono strumenti, ma per generare innovazione c'è prima bisogno di un soggetto recettivo a tale tematica per cui la priorità è quella di sviluppare una cultura imprenditoriale dell'innovazione e risvegliare e rendere cosciente il desiderio di cambiamento spesso latente in molte aziende, soprattutto nelle micro e piccole imprese che rappresentano più del 95% delle aziende riminesi.

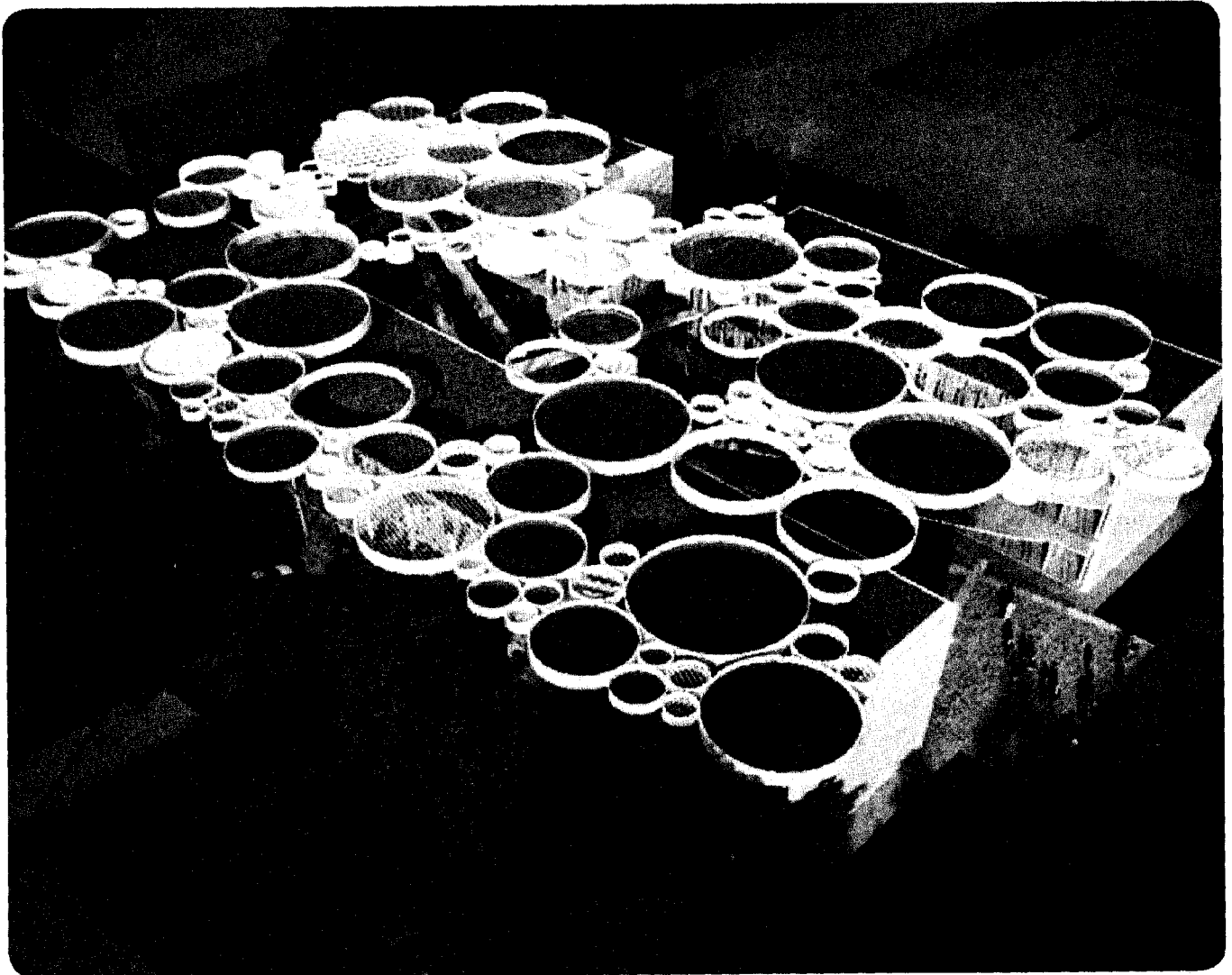
Questo è uno degli scopi che si è proposto il piano strategico riminese con il progetto di creare un Ufficio ed una Task Force per l'Innovazione, composta da esperti in scouting e trasferimento tecnologico, in found raising da progetti di collaborazione nazionali ed europei ed in gestione di titoli di Proprietà Industriale, ed un'Innovation Community, a cui partecipino in primis imprenditori, ricercatori e consulenti, ed in cui sia possibile la genesi, lo scambio e la fertilizzazione incrociata di idee innovative. Con riferimento agli strumenti precedentemente elencati, gli incubatori d'impresa rappresentano una realtà ormai consolidata che è stata testata con successo negli ultimi dieci anni in diversi distretti produttivi dell'Emilia-Romagna. Il costo economico iniziale degli incubatori d'impresa viene normalmente sostenuto dagli enti locali e dalle fondazioni bancarie e trova un'adeguata giustificazione nell'elevato tasso di start-up che, una volta terminata l'"incubazione", riescono a superare il traguardo,

considerato critico, del 5° anno di vita. La sfida interessante per il piano strategico riminese è quella di adattare questo strumento ormai consolidato nel settore manifatturiero anche al settore del turismo e dell'accoglienza. Potremmo dire che quelli di Rimini saranno i primi incubatori d'impresa realizzati in spiaggia e con vista mare. Ben diversa è la sfida che attende i Tecnopoli, progettati dall'Università di Bologna in collaborazione con la Regione Emilia-Romagna e con gli enti locali riminesi, che prevede l'apertura a Rimini di centri di ricerca specializ-

zati nel settore della moda ed delle Tecnologie per l'Ambiente. Il finanziamento istituzionale previsto per l'apertura di questi due tecnopoli è ingente e non dovrebbero esserci problemi per la creazione dei laboratori e l'avvio delle attività di ricerca. Tuttavia i tecnopoli riminesi potranno avere successo e riuscire a sostenersi economicamente nel lungo periodo solamente se si verrà a creare un circolo virtuoso e sinergico fra le risorse messe a disposizione dalla ricerca universitaria e le richieste di studi applicativi e d'innovazione da parte del tessuto

produttivo locale. È chiaro a tutti che la creazione di tale collaborazione fra ricerca pubblica ed imprenditoria locale rappresenta una sfida impegnativa poiché si tratta di due mondi molto distanti che spesso parlano lingue diverse. La creazione di un Ufficio e di una Task Force per l'innovazione proposta dal piano strategico vorrebbe proprio andare in questa direzione e fornire un ponte di collegamento fra questi due monti finora così lontani. Infine, la creazione di un parco Scientifico-Tecnologico rappresenta la naturale evoluzione fra 5-10 anni dei tec-

nopoli riminesi nel caso che questo esperimento avviato da Regione ed Università ottenga i risultati sperati. È ancora troppo presto per parlare di costi o di progetti di fattibilità, tuttavia, alla luce di esempi di successo come il polo tecnologico toscano del Navacchio o del nascente parco scientifico-Tecnologico lombardo di Como-NExT, risulta evidente che un parco tecnologico è una realtà che può nascere e sostenersi economicamente solamente in un ambiente culturalmente fertile in cui siano presenti un numero significativo di aziende che presentino





un'elevata e dinamica propensione alla ricerca e allo sviluppo di prodotti e processi innovativi. Pertanto solo tra qualche anno, quando i tecnopoli avranno superato il rispettivo periodo di "rodaggio", sarà possibile verificare se nel territorio riminese saranno presenti i presupposti per avviare lo sviluppo di un parco tecnologico.

Due aspetti di fondo sottolineati dal Piano Strategico sono la centralità della persona anche nell'impresa, e la capacità di fare sistema. Nella realtà riminese c'è sempre stato un forte individualismo, ma non certo la capacità di essere compatti nel cercare di raggiungere gli obiettivi. Qual è il suo commento in proposito?

La realtà riminese è molto sfaccettata ed a tratti contraddittoria.

La recente crisi ha messo a dura prova molte imprese e ha avuto spesso come conseguenza antropologica quella di far vacillare la fiducia nel prossimo e di mettere in crisi partnership imprenditoriali e rapporti cliente-fornitore. Tale mancanza di fiducia ha rappresentato chiaramente l'anticamera dell'individualismo, ha fatto riaffiorare antiche partigianerie e ha scoraggiato la creazione di nuove aggregazioni d'impresa.

Tuttavia, risultano evidenti i segni della marcata capacità di collaborare che da sempre caratterizza la realtà imprenditoriale riminese. Tale propensione alla cooperazione, che negli anni '80 ha portato alla nascita di una realtà come Promozione Alberghiera, che sin dalle sue origini mette insieme più di 200 operatori del settore turistico, oggi si concretizza nella diffusione dei Club di

Prodotto o nella creazione di consorzi per la tutela e la promozione delle tipicità ambientali ed alimentari locali. Inoltre non è possibile ignorare la crescita numerica sempre più marcata che ha contraddistinto in questi ultimi anni le associazioni imprenditoriali e di categoria che testimoniano una reale esigenza delle aziende riminesi di fare rete.

Infine, la modalità sussidiaria e collaborativa che ha portato negli ultimi due anni allo sviluppo dell'attuale piano strategico riminese è una dimostrazione lampante di come sia possibile una collaborazione fattiva rivolta al bene comune fra soggetti apparentemente così diversi come le associazioni di categoria, gli albi professionali, le cooperative sociali, le associazioni ambientaliste, il volontariato cattolico e la pubblica amministrazione. È proprio su questo ultimo

aspetto che vorrei porre l'accento a conclusione di queste riflessioni: la genesi e lo sviluppo del Piano Strategico di Rimini e del suo Territorio rappresentano una reale "innovazione" nella storia e nel panorama culturale riminese ed un unicum nell'ambito dei diversi piani strategici che sono stati sviluppati da diverse città italiane. In particolare, l'elemento di novità è rappresentato dalla logica sussidiaria che ha messo in primo piano le persone e le aggregazioni di persone e che si è contrapposta alla logica dirigistica ed un po' ingessata che ha caratterizzato l'amministrazione di Rimini negli ultimi 40 anni. Inoltre, lo sviluppo del Piano Strategico ha fatto emergere con chiarezza un'idea di responsabilità reciproca e condivisa finalizzata al bene comune che ritengo rappresenti anche l'anima più profondamente autentica dell'attività imprenditoriale. Infatti, esattamente come l'individualismo ed il "localismo" rappresentano per le imprese dei paradigmi ormai desueti che impediscono lo sviluppo di idee innovative capaci di far fronte all'odierna realtà economica, così il dirigismo e l'approccio ideologico rappresentano dei limiti che non permettono di sviluppare un reale progetto strategico che, per sua natura, deve guardare al lungo periodo.

Pertanto mi auguro che l'attuazione del piano strategico possa rappresentare l'inizio di una svolta non solo per l'imprenditoria locale, ma anche per ogni realtà del tessuto sociale riminese.

L'iniziativa è stata sostenuta anche con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Rimini