

1.19 RAPPORTO

INNOVAZIONE IN ALTO ADIGE È ...

IL PUNTO DI VISTA DEGLI STAKEHOLDER

IRE | Istituto di
ricerca economica



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO



I rapporti dell'IRE sono brevi analisi orientate alla soluzione di problemi riguardanti aspetti specifici dell'economia altoatesina. Le informazioni fornite sono di immediato interesse pratico.

* Il titolo di questo numero si basa sul rapporto sull'innovazione 2019 della rivista *brand eins Wissen e Statista* "Innovation ist... wenn man's einfach macht."

Publicato in aprile 2019

Autrice

Nina Overhage

Collaborazione

Martin Faustini

Urban Perkmann

Nicola Riz

Ilse Schweigkofler

Citazione consigliata

Overhage, Nina (2019): Innovazione in Alto Adige è... Il punto di vista degli stakeholder. IRE Rapporto 1.19

Informazioni

IRE – Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano

Via Alto Adige 60, 39100 Bolzano

T +39 0471 945 708

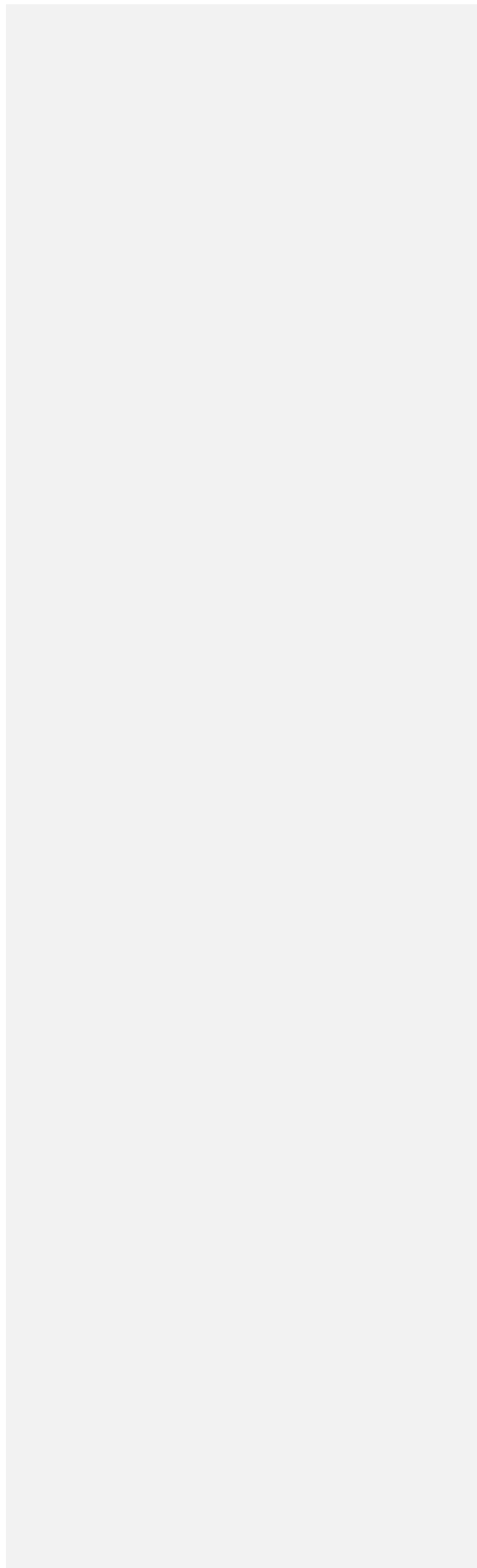
ire@camcom.bz.it

Ulteriori pubblicazioni sul sito web

www.ire.bz.it



Risultati principali	5
Abstract	7
1. Introduzione	9
2. Comprensione del concetto e percezione dell'innovazione	11
2.1 Quanto è innovativo l'Alto Adige?	13
2.2 Quanto è aperto l'Alto Adige all'innovazione?	13
3. La strategia di innovazione altotesina	16
3.1 Contenuto e scopo della strategia dell'innovazione	17
4. L'Alto Adige come luogo di innovazione: Punti di forza e di debolezza	19
4.1 Famiglia e tradizione	19
4.2 Cooperazione attraverso le infrastrutture	20
4.3 Creatività e menti brillanti	22
4.4 Ricerca e sviluppo	24
4.5 Sistemi di finanziamento	25
5. Riepilogo e conclusioni	28
6. Le richieste degli intervistati...	30
Allegato A: Stakeholder intervistati	33
Riferimenti bibliografici	37



Nell'estate del 2018, l'IRE - Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano - ha parlato con 32 stakeholder altoatesini della pubblica amministrazione, della ricerca e delle imprese. Obiettivo di questi colloqui era capire cosa pensano gli stakeholder altoatesini dell'innovazione. La sintesi di tali dichiarazioni e pareri vuole essere quindi un'integrazione ai dati puramente quantitativi che tradizionalmente vengono usati per determinare il grado di innovazione di una regione.

Le risposte alle seguenti domande riassumono i principali risultati del rapporto:

- > **Cosa significa "innovazione"?** Le risposte a questa domanda sono state molto varie, poiché settori e ambiti di attività diversi determinano differenti prospettive su questo tema.
- > **Quanto è innovativo l'Alto Adige?** Anche la percezione rispetto al livello di innovazione nella nostra provincia varia tra i rispondenti: se e in quali aree l'Alto Adige sia innovativo è valutato in modo molto diverso dai vari gruppi d'interesse. I fornitori di servizi pubblici tendono a considerare l'Alto Adige innovativo, mentre le aziende e i ricercatori si mostrano più critici.
- > **Come è vissuta l'innovazione in Alto Adige?** Negli ultimi anni la giunta provinciale altoatesina ha avviato diverse misure per promuovere le attività innovative, attraverso la legislazione sulla promozione dell'innovazione e la strategia RIS 3. Tuttavia, questi documenti sono poco conosciuti al di fuori del settore pubblico. A molti non è chiaro dove si stia dirigendo la politica dell'innovazione e in tanti auspicherebbero un più intenso scambio di informazioni tra i vari attori.
- > **Quali sono i punti di forza e di debolezza del sistema di innovazione altoatesino?** L'alta qualità della formazione e della creatività nell'artigianato e l'ulteriore sviluppo delle infrastrutture sono in genere apprezzati. In questo contesto, grandi speranze sono riposte nel NOI Techpark per quanto riguarda il suo impatto sulla consapevolezza della popolazione circa il livello di innovazione in Alto Adige. Sono emerse invece preoccupazioni per quanto riguarda la carenza di lavoratori qualificati. Soprattutto nei settori tecnici, gli intervistati affermano che mancano cervelli. Critiche sono state infine riservate alla complessità e alla scarsa trasparenza delle procedure di finanziamento.

- > **E le nostre tradizioni?!** Le tradizioni sono importanti per gli altoatesini e devono essere preservate, ma allo stesso tempo essere innovativi è necessario per rimanere sul mercato. Molti degli interlocutori si occupano della questione di come ricondurre ad un equilibrio la presunta contraddizione tra tradizione e innovazione.
- > **Ed ora che si fa?** Come prevedibile, sia la comprensione del concetto, sia la valutazione del grado di innovazione differiscono notevolmente tra gli intervistati. Un altro

aspetto messo in evidenza dal rapporto è che le informazioni sulla strategia provinciale per l'innovazione e sulle misure di finanziamento sono distribuite in modo asimmetrico. Questo crea grande incertezza e ostacola la forza innovativa della nostra regione. Per colmare questa lacuna comunicativa e rafforzare la cooperazione nel campo dell'innovazione le imprese e il mondo della ricerca dovrebbero essere maggiormente coinvolte nella pianificazione strategica.

What defines innovation in South Tyrol? In summer 2018 the IER - Institute for Economic Research of the Bolzano Chamber of Commerce - interviewed 32 stakeholders from public institutions, research centres and private companies in order to find out how they perceive innovation in the region. The summary of the interviewees' statements and opinions therefore adds to the quantitative data traditionally used to determine the degree of innovation in a region.

The answers to the following questions outline the main findings of the report:

- > **What does "Innovation" mean?** The answers by the interviewed provided different perspectives on the topic, depending on the sector and field of activity.
- > **How innovative is South Tyrol?** Whether South Tyrol is innovative or not, and in which areas, is assessed very differently. Throughout the interviews we observed various levels of innovation awareness: Public institutions regard South Tyrol as rather innovative, while companies and researchers tend to be more critical about the region's innovation capacity.
- > **How is innovation lived in South Tyrol?** In recent years, the South Tyrolean government has taken various steps to promote innovative activities by both defining a long-term innovation strategy (RIS 3) and passing legislation regarding innovation promotion. However, these documents are little known outside of the public service sector. Many representatives of companies and research institutes can't tell where the South Tyrolean innovation strategy is heading to and would welcome a more intensive exchange of information.
- > **What are the strengths and weaknesses of the South Tyrolean innovation landscape?** The high-quality vocational training and the creativity in crafts professions as well as the infrastructural development were rated very positively. In this context, great hopes are placed in the NOI Techpark which is expected to increase innovation awareness among the population. On the other hand, there are concerns about a rising skills shortage and a lack of "smart people", especially in technical fields. Furthermore, the complex and non-transparent funding procedures for innovation are criticised.
- > **What about traditions?** Traditions are important to the South Tyroleans and hence are to be preserved, at the same time everyone wants to and has to be innovative. Many of the interview partners are concerned with the

question of how to balance and manage this alleged contradiction between tradition and innovation.

- > **And now?** As expected, both the understanding of the term “innovation” as well as the perception of the degree of innovation differ widely among the interviewees. A further result of the study is that information on the regional innovation strategy and on funding procedures is asymmetrically distributed. This causes great uncertainty and hinders the region's innovation capacity. To close this communication gap and intensify cooperation in the field of innovation, companies and research institutions should be involved in the strategic planning to a greater extent.

Bolzano: una visione del futuro

Bolzano è tranquilla. Le auto percorrono le strade come se fossero guidate da una mano invisibile, gli aerei silenziosi si dirigono verso l'aeroporto. Su ampie aree verdi si pratica sport: ora i cittadini altoatesini hanno molto tempo libero, perché le procedure burocratiche vengono effettuate online e gli acquisti vengono consegnati direttamente a casa loro. Lo smartwatch memorizza i dati sulla loro salute e li inoltra direttamente al medico di famiglia al termine dell'attività sportiva. Grazie a un'assistenza sanitaria di prima qualità gli abitanti dell'Alto Adige possono ormai invecchiare ben oltre i cento anni. Malattie della vecchiaia e problemi alle ginocchia o alle anche sono ormai solo un lontano ricordo. Fortunatamente, il progresso delle tecnologie mediche ha trasformato la vita dei cittadini altoatesini in un tempio della salute. La registrazione costante dei valori biometrici fornisce un allarme tempestivo se è in arrivo un raffreddore o se il corpo accusa eccessivamente il cambio di stagione. Gli alimenti con cui il corpo viene quotidianamente nutrito sono perfettamente adattati alle esigenze individuali e permettono alle persone di trascorrere la giornata in modo allegro e pieno di energia.

Le navette raccolgono i turisti e li trasportano in montagna. Il continuo flusso di stimoli provenienti da internet e dai social media ha reso l'Alto Adige una destinazione turistica ancora più popolare: qui in campagna gli ospiti sono alla ricerca di una pausa dal trambusto digitale e rimpiangono i giorni dei bagni di fieno, lederhosen e Kastelruther Spatzen. Nelle malghe i richiestissimi canederli vengono ordinati direttamente al tavolo: un piccolo robot immagazzina tutte le ordinazioni degli ospiti e le inoltra alla cucina. Un cameriere rilassato serve poi i clienti. I turisti apprezzano il servizio personalizzato negli alberghi e nelle aziende altoatesine: grazie all'utilizzo di internet e dei robot con funzione vocale, il personale ha molto più tempo da dedicare ai clienti. Nel settore turistico, l'Alto Adige si è affermato anche grazie all'ulteriore sviluppo di impianti di innevamento e di risalita ecologici: gli alti consumi energetici delle stazioni sciistiche e gli impianti di risalita che disturbano la vista sulle montagne sono ormai acqua passata. Tutto ciò è reso possibile dagli elevati investimenti in ricerca e sviluppo, dall'orario di lavoro flessibile e dalle interessanti attività ricreative che hanno attirato ricercatori da tutto il mondo. L'Alto Adige è un leader europeo nei settori della tecnologia alimentare, dell'energia e una regione modello per l'artigianato digitale.¹

¹ Questa futura versione dell'Alto Adige è stata progettata sulla base di ciò che hanno immaginato i vari esperti che hanno accettato di sostenere un colloquio nell'ambito di questo studio. Questa visione del futuro emerge dalle risposte alla domanda su quali saranno i maggiori cambiamenti portati dal progresso tecnologico nei prossimi dieci anni.

Questa visione assomiglia all'Alto Adige che conosciamo noi? Non ancora, ma un giorno potrebbe. L'immagine del futuro appena delineata non rappresenta un modello ideale, essa va interpretata piuttosto come un riassunto dei vari temi emersi durante i colloqui. Tuttavia, le innovazioni di oggi influenzeranno il futuro di tutti i settori - dall'amministrazione al commercio, dalla produzione alla mobilità.

Per questo motivo l'IRE - Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano, in collaborazione con l'Università di Innsbruck, ha esaminato i livelli di innovazione nei tre territori che compongono l'Euroregione Tirolo - Alto Adige -Trentino (IRE 2019). Nell'ambito di questo lavoro sono stati analizzati gli indicatori di innovazione utilizzati dal *Regional Innovation Scoreboard* della Commissione Europea: lo studio ha mostrato che per determinare il livello di innovazione di una regione non basta una semplice misurazione attraverso una manciata di indicatori. Pertanto, viene proposto un approccio che permetta di distinguere i prodotti dell'innovazione (ad esempio domande di brevetto, innovazioni di prodotto o innovazioni di processo) dai fattori di input per l'innovazione (ad esempio la spesa per R&S o il capitale sociale). Diversi fattori di input esercitano effetti differenti sulle varie tipologie di innovazione. Ciò può spiegare l'apparente paradosso per cui, nonostante le basse spese per ricerca e sviluppo, il livello di innovazione altoatesino è abbastanza elevato al confronto con le altre regioni europee.

I primi risultati di questo studio sono stati discussi in un secondo momento con 32 professionisti ed esperti nei mesi di luglio ed agosto 2018, le cui dichiarazioni sono ora riassunte nella presente relazione. L'obiettivo di questo rapporto è quello di integrare i risultati quantitativi e analitici a cui è giunto il lavoro appena citato con i giudizi qualitativi provenienti dall'economia altoatesina. Quali grandi progressi tecnologici si aspettano gli esperti e quanto è preparato l'Alto Adige a prendervi parte? Quali sono i punti di forza e di debolezza dell'Alto Adige, inteso come luogo di innovazione? Esiste una chiara strategia politica per l'innovazione in Alto Adige? Che profilo dovrebbe assumere?

Gli intervistati possono essere divisi in tre gruppi: alcuni di essi operano all'interno di amministrazioni pubbliche fortemente coinvolte nello sviluppo di una strategia provinciale di innovazione o che offrono consulenza in materia di innovazione. Tra queste figurano istituzioni come IDM, NOI Spa, uffici dell'amministrazione provinciale e la Camera di Commercio. Gli altri due gruppi comprendono istituti di ricerca, singole aziende e associazioni di categoria che perseguono attivamente l'innovazione in Alto Adige attraverso il proprio lavoro. La seguente sintesi riunisce quindi le conoscenze e le opinioni di attori che provengono da diversi campi e innovano da diverse prospettive. Essa fornisce quindi una valutazione completa dell'Alto Adige come luogo di innovazione.

Di seguito si chiarirà in primo luogo cosa intendono gli esperti per innovazione e come valutano la performance innovativa dell'Alto Adige. Saranno quindi affrontati i punti di forza e di debolezza della nostra provincia in termini di performance innovativa. Quali sono i motori dell'innovazione, quali fattori invece la ostacolano? Dove si nascondono possibili margini di intervento? Fattori come il capitale umano, la spesa in ricerca e sviluppo, la struttura dell'economia e il sistema di promozione vengono discussi dettagliatamente. Il testo è integrato da citazioni significative e anonime degli intervistati. Le conclusioni riassumono i risultati più importanti dell'indagine condotta tra gli esperti.

Infine, gli intervistati di tutti e tre i gruppi hanno avuto la possibilità di esprimere le proprie aspettative e richieste agli altri attori. Queste sono riassunte in calce al rapporto.

2. COMPrensione DEL CONCETTO E PERCEZIONE DELL'INNOVAZIONE

L'OCSE definisce l'innovazione come l'implementazione di prodotti, servizi, processi e metodi di marketing e organizzativi nuovi o notevolmente migliorati in tutti i settori, industrie e servizi (OCSE 2011). Per la gran parte degli intervistati innovazione significa soprattutto successo sul mercato: "L'innovazione ha avuto successo quando il mercato urla hurrah." E quando il mercato urla hurrah? Quando il cliente stava aspettando proprio quell'innovazione. Quando viene presentata una soluzione inedita in grado di riempire una lacuna nel mercato. Mentre gli amministratori pubblici concentrano l'attenzione sulla "novità", cioè l'invenzione in sè, i rappresentanti delle imprese guardano soprattutto al suo successo sul mercato.

"Non si tratta di inventare qualcosa, si tratta di posizionarla con successo sul mercato." Finché l'innovazione crea un vantaggio sul mercato, essa può anche riguardare esclusivamente il miglioramento di un prodotto già esistente. Questa cosiddetta innovazione incrementale caratterizza l'economia altoatesina, poiché secondo gli esperti molte innovazioni vengono "importate" da altri paesi, come la Germania, e adattate alle esigenze locali. Oltre che per il modo in cui viene introdotta nel mercato, un'innovazione può essere classificata secondo diverse tipologie. Dal punto di vista degli imprenditori altoatesini, le innovazioni di prodotto, di processo e di servizio sono particolarmente rilevanti nella nostra provincia: "Molte persone vedono l'innovazione nel campo tecnologico e materiale. Nel turismo, l'innovazione è una cosa completamente diversa: si lavora con le persone e si fornisce un servizio. Ma è necessario anche qui essere innovativi. Spesso per soddisfare le esigenze sempre diverse degli ospiti, ci vuole un'idea o una concezione innovativa. La tecnologia e l'hardware non fanno molta differenza, ma piuttosto la soluzione che offro agli ospiti."

Alcuni intervistati si distinguono per avere una definizione particolarmente ampia del concetto di innovazione: essa può essere intesa secondo loro anche come un approccio olistico di cui un'azienda ha bisogno per sopravvivere. L'imprenditore deve capire cosa sta succedendo nel mondo e come questo stia cambiando. L'innovazione può quindi essere vista più in generale come reazione ai continui cambiamenti dell'ambiente esterno. Di conseguenza, il concetto di innovazione non dovrebbe limitarsi al mondo delle imprese e alle innovazioni di prodotto, ma può comprendere anche innovazioni sociali. Nel campo dell'istruzione, ad esempio, un nuovo metodo di insegnamento o di apprendimento può essere un'innovazione.

INFOBOX

Innovazione

Secondo l'OCSE (2018), l'innovazione può essere definita come l'implementazione di prodotti, servizi, processi, metodi di marketing e organizzativi nuovi o significativamente migliorati. L'innovazione va quindi ben oltre le attività di R&S e lo sviluppo di prodotti ad alta tecnologia e può realizzarsi in tutti i settori dell'economia (OCSE 2011). Il Manuale di Oslo pubblicato dall'OCSE (OCSE 2018), che stabilisce le linee guida per misurare l'innovazione, tiene conto della complessità di questo concetto, suddividendo l'innovazione sulla base di vari aspetti quali le diverse tipologie di innovazione, il successo sul mercato e il grado di novità.

Secondo le linee guida dell'OCSE, si distinguono due gruppi principali di innovazioni:

> **Innovazioni tecnologiche:**

- Innovazioni di prodotto
- Innovazioni di servizio
- Innovazioni di processo

> **Innovazioni non tecnologiche:**

- Innovazioni organizzative
- Innovazioni di marketing

L'espressione "innovazione tecnologica" si riferisce all'introduzione o al miglioramento materiale o funzionale di un particolare prodotto, servizio o processo (ad es. catena di montaggio). Le innovazioni non tecnologiche, come il passaggio da una struttura di lavoro gerarchica a una di gruppo o l'applicazione di nuove tecniche pubblicitarie nel marketing, si differenziano dalle precedenti proprio perché non sono caratterizzate da un miglioramento tecnico.

Le innovazioni possono essere infine suddivise in base al loro grado di novità e al loro impatto sul mercato. Da un lato si osservano cambiamenti incrementali, dall'altro alcune innovazioni hanno un forte impatto economico, provocando trasformazioni radicali nel mercato e modificando lo status quo in modo dirompente.

2.1 Quanto è innovativo l'Alto Adige?

Punto di partenza del confronto con gli interlocutori locali sono stati i risultati del *Regional Innovation Scoreboard* della Commissione Europea. Quest'ultimo valuta il livello di innovazione di 220 regioni dell'Unione Europea e colloca l'Alto Adige nel gruppo di territori con moderata capacità innovativa (Commissione Europea 2017).²

Gli intervistati hanno mostrato perplessità di fronte ai risultati del *Regional Innovation Scoreboard* (RIS): esso misura infatti il livello di innovazione di una regione attraverso un'indagine in cui le imprese valutano il proprio grado di innovazione. In questo modo la diversa percezione delle singole imprese può determinare una discrepanza anche notevole tra ciò che esse vedono e la realtà effettiva. Un intervistato spiega che spesso le aziende non sono consapevoli di quanto siano innovative. La valutazione dipende fortemente dalla prospettiva e dai termini di confronto. Formulare un giudizio preciso è difficile anche perché il livello di innovazione dei singoli settori economici è diverso e, di conseguenza, anche la percezione stessa cambia.

Gli intervistati hanno avuto difficoltà a fornire una propria valutazione del livello di innovazione dell'Alto Adige. E giustamente: la nostra provincia si posiziona bene rispetto a molte altre regioni d'Italia. Al contrario, confrontandola con le regioni leader dell'innovazione a livello europeo, emergono margini di miglioramento.

Gli intervistati tendono ad attribuire una performance altamente innovativa ai settori delle tecnologie alpine, alimentari e in parte anche dell'artigianato. Allo stesso tempo molti hanno una percezione più statica dell'Alto Adige considerando i settori economici più tradizionali, come il turismo e l'agricoltura. La percezione del grado di innovazione è inoltre significativamente influenzata dal settore, dall'ambiente e dal background professionale dell'intervistato: ad esempio, gli intervistati del settore pubblico considerano positiva la performance innovativa dell'Alto Adige, che viene visto da loro come una regione piuttosto innovativa. Gli istituti di ricerca e le imprese, invece, vedono ancora un grande potenziale innovativo non sfruttato. In altre parole, ricercatori e imprenditori tendono a vedere nell'Alto Adige un territorio meno innovativo.

2.2 Quanto è aperto l'Alto Adige all'innovazione?

Più una società è aperta e liberale, più essa è capace di innovare, poiché l'accesso a nuove idee è considerato più importante (IRE 2019). In altre parole, la capacità innovativa di un territorio inizia nella mente dei suoi abitanti. La percezione della forza innovativa descritta nella sezione precedente sembra essere fortemente correlata alla valutazione della mentalità di una regione, come dimostrano le risposte dei diversi attori durante le interviste.

Alla domanda sul grado di apertura della società altoatesina, gli amministratori pubblici lodano la mentalità altoatesina, ricordando soprattutto la funzione di ponte che l'Alto Adige funge tra le regioni di lingua italiana e tedesca. "L'Alto Adige è un incrocio tra la vita creativa mediterranea e la disciplina dei paesi nordici. Questa intersezione è destinata a produrre persone innovative." La disciplina tipica delle culture nordiche si materializza nell'alta

² Il grado di innovazione delle regioni viene analizzato sulla base di diversi indicatori. Questi comprendono le domande di marchio, le domande di brevetto e le innovazioni tecnologiche e non tecnologiche. Questi ultimi indicatori sono raccolti attraverso interviste somministrate alle imprese. Cfr. Commissione europea (2017).

motivazione dei sudtirolesi a lavorare. La creatività è visibile nella diffusa ingegnosit : l'altoatesino   furbo. Ha sempre dovuto affrontare le sfide e superarle escogitando soluzioni creative.

Mentre i rappresentanti delle istituzioni pubbliche valutano positivamente il grado di apertura della societ  all'innovazione, gli istituti di ricerca e le imprese vedono ancora margini di miglioramento. I rappresentanti delle aziende sono particolarmente scettici e nessuno di loro descrive la societ  altoatesina come completamente aperta. Una parte della popolazione non ha niente a che fare con la ricerca e lo sviluppo, alcune aziende sono riluttanti ad accettare le novit . Gli intervistati hanno inoltre sottolineato gli aspetti che inibiscono la performance innovativa dell'Alto Adige: la chiusura della societ  nei confronti dell'innovazione si manifesta nella mancanza di una mentalit  del tipo "Trial and Error", perch  il fallimento qui non riesce ad essere accettato. La scarsa disponibilit  a correre rischi   spesso dovuta al forte attaccamento alle tradizioni e alla diffusione di imprese a conduzione familiare. La positiva situazione economica   anch'essa limitante, poich  frena la spinta a cercare nuove soluzioni e fornire servizi. In futuro, tuttavia, gli esperti si aspettano che la societ  si apra a causa della crescente internazionalizzazione e del pi  ampio flusso di informazioni attraverso i media digitali.

CITAZIONI

Quale ruolo svolge l'apertura della societ ?

"Le persone sono creative e aperte alle cose nuove." (ente pubblico)

"La mentalit  in Alto Adige, ma anche in Italia,   piuttosto conservatrice." (azienda)

"I sudtirolesi sono aperti: questo   forse dovuto alle montagne, c'  voglia di guardare oltre e cambiare le cose." (azienda)

"Negli ultimi sette anni, ci sono stati grandi cambiamenti. L'intero ambiente e la cultura della start-up   cambiata sin nelle fondamenta." (ente pubblico).

"Le aziende altoatesine sono aperte all'innovazione. La societ  in s  un po' meno." (azienda)

"Una quota della popolazione non ha niente a che fare con la ricerca e lo sviluppo." (ente pubblico)

"Manca solo la capacit  di pensare in grande." (ente pubblico)

"Bisogna anche essere in grado di affrontare i fallimenti. Ci  non riesce molto bene agli altoatesini." (azienda)

INFOBOX

Legge provinciale n. 14/2006

La legge provinciale n. 14 sulla ricerca e innovazione è stata adottata dalla Giunta Provinciale nel 2006 ed è considerata come un primo passo verso la definizione di una strategia di ricerca e innovazione basata su una società fondata sulla conoscenza. A tal fine, la legge riunisce diversi elementi e definisce:

- > un sistema provinciale della ricerca scientifica e dell'innovazione e ne identifica i membri
- > un piano provinciale pluriennale per la ricerca scientifica e l'innovazione, nonché lo sviluppo di un programma provinciale annuale come strumento di pianificazione e organizzazione
- > le azioni provinciali di pianificazione, promozione e valutazione nel campo della ricerca scientifica, dell'innovazione e del trasferimento tecnologico
- > il campo di applicazione degli strumenti previsti e ne definisce soggetti beneficiari
- > il sostegno ai cluster di innovazione, alla cooperazione fra imprese e all'ottimizzazione della consulenza in materia di innovazione per le imprese

Strategia RIS 3

La strategia di specializzazione intelligente RIS 3 è stabilita dalla Commissione europea come condizione preliminare per accedere ai finanziamenti strutturali e individua un numero limitato di priorità per l'innovazione su cui concentrare il sostegno politico. In collaborazione con le istituzioni provinciali, sono state valutate le esigenze dell'Alto Adige rispetto al suo potenziale di ricerca scientifica e innovazione e sono stati individuati specifici vantaggi competitivi. La strategia RIS 3 emersa da queste consultazioni nel 2014 definisce visioni, scenari evolutivi, strategie e strumenti per la politica dell'innovazione. Questa strategia definisce anche le aree di specializzazione su cui dovrebbe concentrarsi l'economia altoatesina. Queste includono:

- > Energia ed ambiente
- > Tecnologie alpine
- > Produzioni agroalimentari
- > ICT ed automation
- > Industrie creative
- > Trattamenti di cura naturali e tecnologie mediche

Queste aree di specializzazione costituiscono insieme "l'ecosistema dell'innovazione e della ricerca" in Alto Adige. L'ecosistema si compone di tutti quegli attori territoriali che giocano un ruolo chiave nello sviluppo economico e nella determinazione dei settori produttivi (cfr. Provincia Autonoma di Bolzano 2014). L'ecosistema dell'innovazione e della ricerca definito nella strategia RIS 3 può essere visto come il successore del sistema provinciale di ricerca e innovazione definito nel 2006 e persegue un approccio più ampio: oltre ai soggetti precedentemente definiti, vengono delineati anche gli elementi costitutivi, quali una struttura di governance e una società aperta, necessari per il funzionamento del sistema di innovazione stesso.

3. LA STRATEGIA DI INNOVAZIONE ALTOTESINA

L'Alto Adige ha sempre tratto un vantaggio dalla sua funzione di ponte tra l'Italia e i paesi di lingua tedesca: qui si incontrano infatti due aree linguistiche e culturali, che consentono alle aziende di servire contemporaneamente due mercati. Aumentare l'internazionalizzazione significa intensificare la concorrenza e accelerare i canali di informazione e comunicazione. Le nuove tecnologie e l'ondata di digitalizzazione rappresenteranno secondo gli intervistati una grande sfida per associazioni, aziende e istituzioni pubbliche. Tuttavia, per prepararsi ai prossimi cambiamenti, c'è ancora molto da fare. Tutti gli interlocutori sono d'accordo su questo punto. "In futuro, ogni azienda diventerà un'impresa tecnologica", conclude un intervistato. Come prepararsi dunque ai cambiamenti attuali e futuri? Sul fatto che possa esistere una strategia comune e, in caso affermativo, come dovrebbe essere ci sono diverse opinioni.

L'indagine tra gli stakeholder ha mostrato che i tre gruppi hanno una percezione diversa rispetto all'esistenza di una chiara strategia politica per l'innovazione in Alto Adige. La maggioranza dei rappresentanti della pubblica amministrazione ritiene non solo che esista, ma che sia addirittura definita nella legge provinciale del 2006 sulla ricerca e innovazione e nei documenti sulla strategia RIS 3 del 2014. Inoltre vengono menzionati singoli documenti strategici come quello per il NOI Techpark e il Piano per il clima (Alto Adige 2050). L'orientamento generale è la promozione dell'innovazione e della competitività, nonché l'ulteriore sviluppo delle cooperazioni tra i vari attori. Alla domanda sugli obiettivi della strategia, i rappresentanti degli enti pubblici hanno indicato in particolare i temi dell'energia e dell'ambiente, delle tecnologie alpine, delle produzioni agroalimentari, dell'ICT e automazione.

Tra le imprese e gli istituti di ricerca emergono invece punti di vista contraddittori: per alcuni intervistati manca una strategia politica chiara, mentre altri auspicherebbero una revisione di quella attuale, e altri ancora ritengono che le decisioni finora prese siano solo parziali e frammentarie. Solo una persona infine è riuscita a identificare i temi di specializzazione.

CITAZIONI

Esiste una strategia politica per l'innovazione in Alto Adige?

"Non saprei dirlo." (istituto di ricerca)

"Spero che abbiano una strategia." (azienda)

"C'è un piano pluriennale provinciale per l'innovazione e la ricerca e sviluppo. È un piano quinquennale. Poi c'è la strategia RIS 3." (ente pubblico)

"Ci sono solo decisioni parziali che non sono definite in maniera strategica." (istituto di ricerca)

"Soprattutto il NOI-Park sembra essere parte di una strategia chiara." (associazione di categoria)

"Nel parco tecnologico, tutto è distribuito ad hoc. Non esiste un piano decennale o altri piani." (istituto di ricerca)

"L'attuale strategia non è sufficiente." (azienda)

"L'innovazione deve essere vissuta. Gli attori principali sono le imprese e i cittadini, che la determinano. La politica stabilisce solo il quadro di riferimento." (istituto di ricerca)

"Non so nemmeno io. Se c'è, non è comunicata chiaramente. Il NOI Park è uno slogan, ma ciò che accadrà in seguito non è dato saperlo." (azienda)

3.1 Contenuto e scopo della strategia dell'innovazione

Alcuni interlocutori giudicano inadeguata la strategia esistente. In particolare essa non è sufficiente per le imprese e per l'economia, in quanto non fornisce una guida allo sviluppo di innovazioni di successo. Tuttavia, come spiega un esperto della pubblica amministrazione, proprio questa è la ratio alla base della preparazione del documento strategico della strategia RIS 3: "La politica può solo fornire le condizioni quadro, ma l'innovazione deve essere vissuta e guidata dalle imprese e dai cittadini. I politici devono creare il quadro giuridico, le parti interessate, le imprese e i cittadini sono chiamati a dare il proprio contributo.

Lo scopo e il contenuto della strategia sono percepiti e definiti in modi diversi, tanto da far sorgere da più parti richieste di una sua revisione. Al contempo, un rappresentante delle istituzioni pubbliche spiega che ogni anno si tengono incontri con gli stakeholder per discutere il tema dell'innovazione e fissare le priorità. Un altro esempio del livello asimmetrico di informazione rispetto alla strategia dell'innovazione è quindi dato dal fatto che una parte degli interlocutori afferma di non conoscerla, altri chiedono una sua revisione, mentre altri ancora sono in grado di descriverne la revisione annuale.

In sintesi, vi è un forte squilibrio nella percezione della strategia provinciale di innovazione e delle prestazioni innovative tra i rappresentanti delle istituzioni e gli altri esperti. Le opinioni sullo scopo e sugli obiettivi del documento, così come la sua regolare revisione, variano notevolmente e, in alcuni casi, sono contrarie. Soprattutto il quadro eterogeneo che hanno imprenditori e ricercatori mostra un alto grado di incertezza e suggerisce che il livello di consapevolezza della strategia politica di innovazione può essere aumentato.

4. L'ALTO ADIGE COME LUOGO DI INNOVAZIONE: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

Quanto riesce ad essere innovativo l'Alto Adige? Dove si incontrano problemi e quali aree devono essere sostenute affinché l'Alto Adige rimanga competitivo? Quali fattori sono particolarmente rilevanti per l'innovazione? I dialoghi hanno permesso di delineare un quadro dei punti di forza e di debolezza, delle opportunità e dei rischi che l'Alto Adige sta incontrando lungo la via per diventare un luogo di innovazione attrattivo. Nelle sezioni che seguono, le valutazioni e le argomentazioni degli esperti sono condensate in cinque componenti:

- > Valori culturali: famiglia e tradizione
- > Infrastrutture: creare la base per progetti di cooperazione
- > Capitale umano: creatività e menti brillanti
- > Investimenti: spesa per ricerca e sviluppo
- > Sistemi di finanziamento

4.1 Famiglia e tradizione

In Alto Adige le tradizioni sono sinonimo di successo consolidato, ad esempio nel turismo e nell'artigianato. L'innovazione non deve necessariamente comportare la perdita delle tradizioni, ma un eccessivo aggrappamento a queste ultime può paralizzare l'innovazione. Come esempio alcuni intervistati citano le aziende a conduzione familiare che vengono consegnate troppo tardi alla generazione successiva. Molte aziende familiari sono ostili al cambiamento perché temono di perdere la tradizione: "Uno non vuole stravolgere ciò che lo ha portato al successo". Questo può essere particolarmente difficile per un'azienda costruita dalla propria famiglia.

Il gran numero di piccole imprese a conduzione familiare è visto come uno svantaggio tra gli intervistati: "Il 90 per cento delle aziende sono piccole imprese, in tali imprese è difficile promuovere l'innovazione". Queste ultime sono in media meno preparate rispetto alle imprese più grandi a fronteggiare sfide quali la digitalizzazione. Uno dei motivi è che il personale ha poco - o proprio non ha - tempo per affrontare l'innovazione in modo strategico. Un'altra ragione è rappresentata dal fatto che nuovi progetti spesso sono ad alta intensità di capitale e possono comportare rischi troppo elevati rispetto alle limitate risorse delle piccole imprese.

Le tradizioni sono un punto di forza dell'economia altoatesina, ma allo stesso tempo il loro ferreo rispetto nelle numerose aziende familiari è una sfida particolare all'innovazione in questo territorio: pertanto proprio queste imprese hanno bisogno di particolare attenzione

e sostegno nel processo di innovazione, attraverso la formazione e adeguati servizi di supporto (cfr. sezione successiva).

4.2 Cooperazione attraverso le infrastrutture

In particolare le piccole imprese, che per mancanza di personale e di tempo tendono a concentrarsi solamente sulla loro attività quotidiana, devono quindi "essere coinvolte in questo sviluppo". Un modo per coinvolgere le PMI nel processo di innovazione è quello di incoraggiare la cooperazione e la creazione di reti tra imprese. Tuttavia, l'integrazione delle imprese situate nelle aree più periferiche è ostacolata dalle difficili condizioni di accessibilità della regione alpina. Inoltre, la cooperazione è ostacolata dalla mentalità chiusa, che si riflette nella tendenza a guardare solo a se stessi, come segnala un esperto. Tuttavia, il mantenimento di queste imprese è indispensabile per salvaguardare la vivacità delle zone rurali, motivo per cui è necessario effettuare investimenti adeguati per fornire un'infrastruttura in grado di coprire tutto il territorio.

Lo sviluppo di infrastrutture come Internet e di centri di innovazione come il NOI Techpark è visto come una misura positiva per promuovere la cooperazione e coinvolgere le piccole imprese. Molti intervistati guardano positivamente allo sviluppo delle infrastrutture e sottolineano che molto denaro è già stato investito e che molto ancora si sta costruendo. I progetti infrastrutturali naturalmente hanno effetti solo a lungo termine. Gli imprenditori sottolineano inoltre l'importanza di sviluppare una connessione veloce e, soprattutto, la copertura totale del territorio, cosa che richiederà diversi anni. "Non sopravviveremmo senza una connessione veloce", ha commentato un intervistato.

INFOBOX

NOI Techpark

Il NOI Techpark è un centro di innovazione a Bolzano Sud, gestito dalla NOI Spa per conto della Giunta provinciale. Esso è stato inaugurato nel 2017 sul sito di una ex fabbrica di alluminio e fa parte della strategia di innovazione provinciale. L'obiettivo è quello di creare le condizioni ottimali per la cooperazione e l'espansione dell'ambiente della ricerca e dell'innovazione, aumentando così il potenziale di innovazione dell'Alto Adige nel lungo periodo (Provincia Autonoma di Bolzano 2018). Il centro serve a mettere in rete aziende, start-up e istituti di ricerca e offre spazio per laboratori, officine e uffici. In questo modo, le aziende possono affittare le strutture esistenti o realizzare i propri progetti di costruzione, mentre l'incubatore di IDM Südtirol - Alto Adige si occupa delle start-up. Le aziende dovrebbero essere attive preferibilmente in uno dei settori di specializzazione della strategia RIS 3 (Tecnologie alpine, Energia ed ambiente, Produzioni alimentari e ICT & Automation).

Anche il NOI Techpark, fondato nel 2017, è stato valutato positivamente dagli intervistati. Questo centro di innovazione situato a Bolzano sostiene le imprese nelle loro attività di ricerca e sviluppo e promuove la cooperazione tra il settore privato e la ricerca scientifica. Inoltre, al momento sono in costruzione laboratori come il Terra X Cube, che continuerà a svilupparsi nei prossimi anni. "Il NOI Techpark è una promessa di eccellenza per il futuro." Gli intervistati approvano la costruzione del NOI Techpark come misura per migliorare le

CITAZIONI

Più cooperazione con i laboratori e il NOI Techpark?

"Per molte aziende, un posto nel parco tecnologico è una sorta di campagna di marketing. Ci sono anche molti laboratori buoni e unici nel parco tecnologico NOI. Tuttavia, queste strutture non sono sempre apprezzate dalla popolazione." (ente pubblico)

"Molte aziende nel raggio di 500 chilometri cercano questo tipo di laboratorio." (ente pubblico)

"I laboratori di cui abbiamo bisogno non esistono in Alto Adige." (azienda)

"La domanda è di quanti laboratori ha realmente bisogno l'Alto Adige." (istituto di ricerca)

"Le aziende devono riconoscere il valore aggiunto di strutture come il parco tecnologico." (associazione di categoria)

"Il parco tecnologico dovrebbe aiutare l'Alto Adige a fare qualche passo avanti." (ente pubblico)

"E poi c'è il NOI-Techpark, che gioca un qualche ruolo. Quale ruolo deve essere ancora capito. Queste sono le sfide dell'Alto Adige." (azienda)

"Qualche anno fa, l'Alto Adige si trovava ancora in una posizione molto debole in termini di laboratori. Negli ultimi anni è stato investito molto." (ente pubblico)

"In Alto Adige c'è attualmente il pericolo che il NOI Techpark venga costruito e che vengano investiti molti soldi in laboratori e istituti di ricerca, ma non si sa se questi saranno necessari." (azienda)

condizioni quadro e le infrastrutture per la cooperazione, ma nutrono anche dubbi sulla futura redditività del parco tecnologico. A causa della difficoltà di prevedere le tendenze future, c'è il rischio di incorrere in grandi spese che potrebbero rivelarsi scelte sbagliate.

Tra gli istituti di ricerca, d'altra parte, molti degli intervistati concordano sul fatto che l'Alto Adige abbia bisogno di più laboratori. "Tali laboratori, in cui abbiamo già un know-how, ingegneri e ricercatori, sono estremamente preziosi." Anche il settore privato ne trarrebbe beneficio. Tuttavia, per quanto riguarda la cooperazione tra industria e scienza, le imprese spesso non hanno il coraggio di condividere i progetti con il mondo della ricerca, afferma un esperto di quest'ultima. Un problema fondamentale nei progetti di cooperazione tra ricerca e industria è il diverso modo di pensare e di lavorare, che è difficile da capire per la controparte. Inoltre, l'accesso al sostegno finanziario per progetti di cooperazione è molto laborioso a causa degli elevati ostacoli burocratici. Affianco agli incentivi meramente finanziari, il NOI Techpark può creare le giuste condizioni quadro. Esso offre infatti una piattaforma attraverso la quale la scienza e le aziende possono scambiare idee e impulsi e lavorare insieme sui prodotti. Gli investimenti nel NOI Techpark rappresentano un passo sulla strada giusta, ma i progetti comuni sono ostacolati anche dalla mancanza di certezza giuridica dei partner cooperanti: ci sono grandi incertezze su come sarà gestito e protetto il know-how generato. In ultima istanza, la redditività del progetto dipende proprio da questo aspetto. Affinché sia i laboratori che le aziende possano beneficiare delle innovazioni, è essenziale disporre di un contratto solido che definisca le regole dei progetti di cooperazione e i diritti e gli obblighi dei partner.

4.3 Creatività e menti brillanti

Nel *Regional Innovation Scoreboard* l'indicatore "capitale umano" è definito come la quota di popolazione di età compresa tra 25 e 64 anni con istruzione terziaria. In Alto Adige essa si attesta al 16,8 per cento della popolazione totale, molto al di sotto della media europea, pari al 31,4 per cento (IRE 2019). Una popolazione altamente qualificata e creativa è considerata un fattore importante che influenza l'innovazione regionale perché genera nuove conoscenze e idee (IRE 2019). Gli esperti altoatesini sono d'accordo con questa affermazione? In parte, perché "le persone altamente qualificate sono diverse dalle persone altamente creative."

Menti creative nell'artigianato, menti mancanti nella tecnologia

Nell'artigianato, ad esempio, dove l'Alto Adige è ben posizionato grazie al sistema di formazione duale e dove la creatività gioca un ruolo importante, questo fattore contribuisce positivamente alla produzione di innovazione. La maggior parte degli intervistati concorda sul fatto che la creatività possa apportare un contributo significativo alle prestazioni dell'innovazione, ma anche che non sia necessariamente legata a un diploma universitario. Al contrario, le persone con occupazioni pratiche, ad esempio nell'artigianato, tendono a generare più progetti di innovazione. "Un buon artigiano, uno sperimentatore, probabilmente porta più innovazione di un impiegato." Le persone che lavorano nell'artigianato si sottopongono di solito a un classico apprendistato o a una formazione duale che gode di buona reputazione in Alto Adige. L'elevata qualità del sistema di formazione duale garantisce la presenza di lavoratori qualificati ben formati, che non sono tuttavia inclusi nell'indicatore "capitale umano" utilizzato nel RIS.

Dalle dichiarazioni degli esperti si può desumere che la comprensione del capitale umano è legata alla composizione e alle esigenze dell'economia locale e si adatta intuitivamente alla

comprensione della struttura economica locale. Per gli intervistati, il termine "capitale umano" non è definito unicamente dalla percentuale di popolazione altamente qualificata. L'economia altoatesina si caratterizza per la forte presenza di settori quali l'artigianato, il turismo e l'agricoltura. Nella maggior parte dei casi non è necessario svolgere un'educazione terziaria per lavorare in questi comparti. Molti intervistati ritengono pertanto che l'indicatore "capitale umano", così come definito nel *Regional Innovation Scoreboard*, sia inadatto per misurare la produttività dell'innovazione.

D'altra parte, diversi intervistati testimoniano la carenza di personale qualificato in settori tecnici altamente specializzati, come quello delle tecnologie alpine. Anche questo fenomeno ostacola la produzione di innovazione. Una delle cause di scarsità è l'emigrazione di ingegneri qualificati all'estero, dove vengono meglio retribuiti. Anche l'assenza per lungo tempo di un'università ha contribuito a questa situazione. La carenza di personale qualificato nei settori altamente tecnologici aumenterà nei prossimi anni a causa della crescente importanza delle nuove tecnologie. Ciò è emerso in particolare dai colloqui con esperti di settori quali elettronica, automotive, biotecnologia, tecnologia dell'informazione, mecatronica e ingegneria meccanica. Anche le competenze richieste ai futuri dipendenti cambieranno di conseguenza. "In futuro, la digitalizzazione e l'automazione avranno bisogno di competenze e abilità che provengono fortemente dall'istruzione accademica. L'Alto Adige deve prendere coscienza di questo."

In questo contesto, secondo gli esperti la capacità di attirare personale con esperienza professionale all'estero sarà di grande importanza in futuro. Ciò non vale solamente per il settore tecnologico: questi collaboratori sono preziosi per le aziende, poiché grazie ad essi è possibile stabilire un legame tra le aziende altoatesine e i cluster internazionali di innovazione e trasferire in questo modo il know-how in Alto Adige. L'esperienza internazionale, soprattutto nel campo della promozione dell'innovazione, è importante anche nell'amministrazione pubblica: l'esperienza all'estero è indispensabile per chi deve progettare strategie di innovazione, affinché egli possa imparare i vari sistemi di promozione e cooperazione e portare le best practices in Alto Adige.

Soluzioni per la carenza di personale qualificato

Come si può evitare di incorrere nella carenza di personale qualificato e attrarre persone creative? È difficile secondo un intervistato, perché rispetto alle grandi città mancano le infrastrutture necessarie per attrarre persone altamente creative che amano vivere in aree urbane. Tuttavia, l'elevata qualità della vita è vantaggiosa per l'Alto Adige, motivo per cui gli sforzi devono concentrarsi sulla qualità dell'offerta di lavoro, sia in termini di mansioni, sia di prospettive di carriera. Affinchè l'Alto Adige possa essere considerato da personale altamente qualificato, esso deve aumentare la propria visibilità internazionale attraverso il collegamento con ecosistemi attivi a livello globale. Anche in questo senso il parco tecnologico NOI ha aiutato, offrendo un ambiente adeguato alle esigenze di menti innovative. "Lo scopo principale del parco dell'innovazione è quello di attrarre talenti." sottolinea un interlocutore. Infatti, gli operatori del NOI Techpark lo descrivono sulla propria homepage come un luogo di lavoro per professionisti altamente qualificati.³ Il secondo aspetto importante per aumentare l'attrattività dell'Alto Adige come luogo in cui

³ Vedi la sezione News del NOI Techpark Alto Adige. Disponibile su https://noi.bz.it/novita/news/il-noi-techpark-festeggia-il-suo-primo-compleanno?set_language=it (25.10.2018).

lavorare citato durante i colloqui è l'adattamento del livello salariale al costo della vita. Per sostenere le imprese ed evitare carenze di competenze in settori ad alto potenziale di innovazione, gli esperti sostengono che i costi del personale nel settore innovativo dovrebbero essere sovvenzionati. Alcuni intervistati hanno anche sottolineato il problema della mancanza e dell'elevato costo dell'alloggio, per il quale è necessario trovare una soluzione a lungo termine.

In sintesi, nei settori tradizionali non mancano lavoratori qualificati e le imprese ritengono che i essi in generale siano ben formati. Tuttavia, ci sono molte piccole imprese in questi settori che trarrebbero maggiori benefici da un trasferimento di conoscenze da parte di personale qualificato con competenze tecniche. A causa della loro elevata incidenza, esse rappresentano una quota rilevante di posti di lavoro. Al contrario, gli intervistati segnalano la carenza di lavoratori qualificati in settori altamente specializzati. Esistono imprese più grandi in settori tecnici che non solo hanno un maggiore potenziale di innovazione, ma anche la capacità di creare un gran numero di posti di lavoro. Sia la dimensione che il settore in cui un'impresa opera svolgono quindi un ruolo importante per aumentare la competitività e la forza innovativa del territorio.

4.4 Ricerca e sviluppo

Secondo gli esperti, la bassa spesa per la ricerca e sviluppo in Alto Adige (di seguito R&S) può essere ricondotta al gran numero di piccole imprese. Uno degli indicatori utilizzati dal *Regional Innovation Scoreboard* per misurare il grado di innovazione nelle regioni europee è la quota di spesa in R&S sul PIL. Con una spesa per R&S pari allo 0,75 per cento del PIL (al 2015), l'Alto Adige non solo è al di sotto della media nazionale, ma è lontano dall'obiettivo concordato per la strategia Europa 2020, pari a circa il 3 per cento del PIL (IRE 2019). Le spese pubbliche e private in R&S promuovono e incoraggiano l'innovazione in una regione. Le risorse finanziarie disponibili per le attività innovative sono considerate un fattore significativo che influenza l'innovazione (IRE 2019).

Dalle discussioni con gli esperti sono emerse due spiegazioni per il basso livello di spesa in R&S in Alto Adige: la struttura ridotta delle imprese e il sistema di ricerca scientifica piuttosto recente.

La struttura economica altoatesina è caratterizzata da piccole imprese, che presentano nei loro bilanci solo limitate spese in ricerca e sviluppo. Gli esperti hanno addotto diverse ragioni per questo fatto: spesso le imprese non hanno la capacità di svolgere esplicitamente attività di R&S e non hanno un proprio dipartimento di ricerca. Tuttavia, in alcuni casi le imprese decidono di non indicare le attività di innovazione per ragioni fiscali e/o perché non sono coscienti di esse. Ciò porta alla cosiddetta "innovazione nascosta", in cui la spesa per la R&S e l'innovazione non è indicata come tale. I rappresentanti degli istituti di ricerca e delle imprese spiegano il basso livello di spesa sostenendo che in Alto Adige i pochi fondi esistenti vengono utilizzati in maniera più efficiente. Poiché in alcuni casi i bilanci non corrispondono all'effettiva attività di innovazione, gli intervistati ritengono che la valutazione delle spese di R&S possa fornire un quadro distorto del grado di innovazione di una regione.

Il secondo motivo per cui in Alto Adige si osserva una limitata spesa in R&S è che il sistema della ricerca qui è relativamente recente: gli istituti di ricerca e le attività di ricerca dell'università locale sono ancora in fase di creazione. Rispetto alle due Università di Innsbruck e Trento, la Libera Università di Bolzano è ancora agli inizi: fondata nel 1669, l'Università Leopold Franzens di Innsbruck, considerata il più grande istituto di formazione e ricerca dell'Austria occidentale, ha quasi 330 anni di più di quella di Bolzano. Ciò ha conseguenze sull'intensità delle collaborazioni di ricerca e della ricerca interna che determinano la spesa per la ricerca e lo sviluppo.

INFOBOX

Ricerca e Sviluppo

R&S è definita come lavoro sistematico e creativo per ampliare le conoscenze esistenti. La misurazione dell'intensità di R&S, vale a dire la quota della spesa per la R&S sul PIL, è armonizzata tra i paesi OCSE ed è calcolata separatamente per la spesa pubblica e universitaria nonché del settore privato (OCSE 2015). Con una media del 69 per cento delle spese totali, le spese aziendali ricoprono la parte del leone (CWS 2018). Esse comprendono gli oneri finanziari per il capitale di ricerca e sviluppo, i contratti assegnati e le spese per il personale. Le università svolgono principalmente attività di ricerca scientifica di base e mirano a conseguire nuove conoscenze scientifiche con obiettivi a medio e lungo termine. Le imprese, invece, tendono a svolgere ricerca applicata e sperimentale a breve termine per migliorare prodotti, processi o servizi attraverso conoscenze tecniche o scientifiche.

4.5 Sistemi di finanziamento

Per quanto riguarda il finanziamento delle attività di innovazione, l'opinione generale è positiva. Gli esperti del settore pubblico sottolineano l'importanza della legge provinciale n. 14 del 2006 e il seguente raddoppio dei sussidi occorso tra il 2006 e il 2016. L'abolizione del principio dell'annaffiatoio, che va di pari passo con questa legge, è stata valutata positivamente dagli imprenditori.

Mentre gli enti pubblici tendono a definire l'accesso alle sovvenzioni come privo di problemi, vi sono alcuni intervistati tra le imprese che criticano l'elevato livello di burocrazia ad esse connesso. Molti interlocutori mostrano comunque comprensione per le complesse e dettagliate procedure di finanziamento: dopo tutto, lo stanziamento di fondi pubblici deve essere il più trasparente e corretto possibile. Anche nel caso di un investimento interno dall'impresa è necessario presentare un progetto convincente prima che il finanziamento venga approvato. Tuttavia, l'onere burocratico rappresenta un

ostacolo per le piccole imprese: soprattutto per le aziende con meno di 25 dipendenti spesso non conviene redigere una domanda di contributo, dal momento che il costo delle risorse investite in tale attività assorbirebbe i benefici generati dall'assegnazione del finanziamento. Alcuni intervistati concludono pertanto che i costi del personale per lo sviluppo del progetto dovrebbero essere sostenuti dai programmi di finanziamento.

Altri propongono un approccio di finanziamento alternativo, basato sul modello austriaco: "Nel complesso, si dovrebbe esaminare in che modo i centri di innovazione potrebbero migliorare le loro prestazioni in termini di sviluppo di progetti per le imprese." Gli uffici che erogano i fondi e gli enti pubblici non dovrebbero limitarsi a stanziare risorse, ma dovrebbero anche fungere da centri di innovazione e di servizio, fornendo consulenza aggiuntiva alle imprese, ad esempio, offrendo assistenza nella preparazione di progetti di sviluppo.

CITAZIONI

Come si posiziona l'Alto Adige in termini di finanziamenti per l'innovazione?

„Questo è un sistema molto generoso, unico in Europa. Sia nell'ammontare dei contributi che nell'iter relativamente semplice della richiesta." (ente pubblico)

"Il sistema dei finanziamenti e la struttura dell'innovazione devono diventare molto meno complicati." (aziende)

"Gli attuali sussidi dell'industria 4.0 sono molto buoni." (ente pubblico)

"L'accesso ai finanziamenti è ancora relativamente difficile." (aziende)

"I processi richiedono troppo tempo." (istituto di ricerca)

"Molte aziende aprono la loro sede in Alto Adige solo per poter usufruire di queste sovvenzioni. Non tutte le regioni hanno un sistema di finanziamento così sofisticato." (ente pubblico)

"I progetti di innovazione devono sempre essere realizzati, i sussidi sono del tutto irrilevanti." (istituto di ricerca)

"I fondi sarebbero certamente disponibili in Alto Adige, ma mancano programmi." (istituto di ricerca)

"La promozione delle infrastrutture è quasi più importante della promozione di una singola impresa. Le infrastrutture attualmente in costruzione sono un buon punto di partenza." (istituto di ricerca)

"Ridurre le tasse e dare piccoli sussidi va bene." (azienda)

"Se l'azienda abbia o meno successo, dipende più che altro dal lavoro che ci metti e non dalle sovvenzioni. Il progetto dovrebbe essere affrontato sempre, anche senza finanziamenti." (azienda)

"Il procedimento deve essere il più semplice possibile." (associazione di categoria)

"I vari canali di finanziamento in Alto Adige sono ben utilizzati." (ente pubblico)

5. RIEPILOGO E CONCLUSIONI

Innovazione in Alto Adige è ...

Complessivamente negli ultimi dieci anni in Alto Adige sono cambiate molte cose: l'innovazione è un processo continuo ma non può stare in piedi da sola, per questo motivo vale la pena riflettere sulla situazione esistente e raccogliere diverse opinioni.

Dall'indagine è emerso che la percezione del livello di innovazione e la comprensione del termine che hanno gli enti pubblici diverge significativamente da ciò che pensano le imprese e il mondo della ricerca. Oltre a ciò, la ricerca, le imprese e le associazioni di categoria non riescono a definire chiaramente la strategia di innovazione perseguita dall'amministrazione provinciale, segno di una diffusione asimmetrica delle informazioni tra le parti interessate.

Lo sviluppo di strumenti di finanziamento e infrastrutture per l'innovazione dimostra come le attività di innovazione ormai da alcuni anni siano sempre più percepite come veri e propri driver economici. Dal 2008, al più tardi dal 2014, l'amministrazione provinciale persegue una strategia che si concentra chiaramente su alcune aree di specializzazione con un grande potenziale di innovazione: Le agenzie di sviluppo, i centri di consulenza per l'innovazione e gli operatori del NOI Techpark orientano le loro attività ai settori di specializzazione definiti nella strategia RIS 3. La Provincia ha sviluppato una strategia di innovazione che prevede grandi progetti infrastrutturali e l'accorpamento di sovvenzioni. Nei prossimi anni, gli intervistati si aspettano grandi progressi nel settore delle infrastrutture attraverso la crescita dell'università, l'espansione della banda larga e del NOI Techpark, e un miglioramento degli indicatori per misurare le prestazioni dell'innovazione. L'impatto di questi grandi progetti non potrà che manifestarsi nella sua interezza in futuro, per cui la percezione che l'Alto Adige ha di se stesso come luogo di innovazione potrebbe migliorare nei prossimi anni.

Dai colloqui sostenuti emergono tuttavia alcune sfide da superare: per promuovere il processo di innovazione è essenziale in generale un maggiore grado di cooperazione tra i diversi attori. Attualmente il potenziale innovativo non è ancora completamente sfruttato a causa della tendenza a guardare solo al proprio tornaconto. Particolare attenzione dovrebbe essere riservata al coinvolgimento delle piccole e medie imprese e ad una maggiore cooperazione tra aziende e istituti di ricerca per riunire sviluppo e imprenditorialità. Un altro problema sentito è quello della carenza di lavoratori qualificati: per rimanere competitivi a lungo termine deve essere incrementato il capitale umano, promuovendo l'istruzione universitaria in campo tecnico. Gli intervistati hanno anche sottolineato l'importanza dell'esperienza professionale internazionale e suggerito di attrarre professionisti dall'estero per importare il know-how necessario alle imprese.

Anche la qualità dell'amministrazione pubblica può svolgere un ruolo importante nella creazione di una cultura dell'accoglienza per l'innovazione. Da un lato, l'innovazione può

essere promossa migliorando l'apparato amministrativo stesso, ad esempio riducendo la burocrazia e incentivando la deregolamentazione. Dall'altro gli intervistati chiedono all'amministrazione di attivarsi al fine di ampliare le possibilità di finanziamento e/o di assisterle maggiormente durante la presentazione della domanda di richiesta di contributi.

L'indagine ha mostrato che in Alto Adige esiste una grande varietà di punti di vista, problemi e soluzioni proposte. Tuttavia, da tutte queste opinioni possono essere tratti pochi semplici messaggi: l'innovazione inizia nella mente delle persone. L'apertura alle nuove idee, un vivace scambio con i cluster di innovazione situati al di fuori dell'Alto Adige e l'esperienza internazionale maturata dai dipendenti giocano un ruolo importante nello sviluppo dell'innovazione a livello locale. Per risolvere a lungo termine la carenza di manodopera qualificata, l'Alto Adige deve diventare un luogo attraente non solo come meta di vacanza e di vita, ma anche come luogo di lavoro. A tal fine occorre portare avanti diversi progetti a lungo termine, come la creazione di nuovi spazi abitativi, la creazione di reti internazionali con gli ecosistemi dell'innovazione e un ripensamento della politica del personale nelle imprese. L'espansione dell'università e l'assunzione di personale internazionale, misure richieste da molti interlocutori, possono avere successo solo se le aziende saranno disposte a riconoscere gli anni di studio supplementari o a investire maggiormente sugli immigrati.

L'economia piccola e differenziata della nostra provincia rende difficile seguire un percorso chiaro. È necessario agire per creare una consapevolezza comune in materia di innovazione sia tra le istituzioni pubbliche, sia tra gli imprenditori. C'è un divario comunicazionale tra l'amministrazione provinciale e gli attori economici che deve essere colmato. La politica si trova di fronte alla sfida di tenere conto delle esigenze dei singoli settori economici, fornendo al tempo stesso una direzione comune per la strategia di innovazione provinciale, la cui attuazione richiede di considerare sia le implicazioni per le imprese che quelle politiche.

Per colmare il divario comunicazionale occorre coinvolgere maggiormente gli attori economici nel processo di innovazione. In particolare le piccole imprese devono essere sensibilizzate alla cultura dell'innovazione, in modo da suscitare un atteggiamento più aperto alla digitalizzazione e al nuovo. I punti di forza dell'Alto Adige non sono solo le tecnologie verdi e alpine, ma anche i settori più tradizionali: agricoltura, turismo e artigianato. È proprio in questi settori che l'idea di innovazione è meno radicata o le nuove idee non vengono percepite come innovative. È necessario agire per a) preparare questi settori alle tecnologie del futuro e b) promuovere l'immagine dell'Alto Adige come terra di innovazione. Poiché l'intera infrastruttura locale è orientata all'agricoltura e al turismo, l'innovazione deve essere particolarmente forte in questi campi. L'idea che l'agricoltura, il turismo e l'artigianato da un lato e l'innovazione dall'altro siano realtà e concetti che non possono coesistere deve essere superata. Allo stesso tempo, le imprese che operano in settori tradizionali devono comprendere che la digitalizzazione non implica la morte delle tradizioni. Alle imprese tradizionali dovrebbero essere mostrati i vantaggi della digitalizzazione, mentre le imprese innovative potrebbero trarre beneficio dallo snellimento delle modalità di accesso ai finanziamenti. Sarebbe inoltre auspicabile incoraggiare un dialogo più intenso tra ricerca e imprenditorialità, come si augurano tutte le parti interessate.

6. LE RICHIESTE DEGLI INTERVISTATI...

Durante i nostri colloqui con i rappresentanti della pubblica amministrazione, delle aziende private e della ricerca abbiamo dato agli intervistati l'opportunità di esprimere le proprie aspettative e richieste agli altri attori. Di seguito le riportiamo per punti:

...agli enti pubblici

- > **Consulenza in materia di innovazione:** offrire alle imprese consulenza in materia di innovazione e supporto allo sviluppo di progetti.
- > **Strumenti di finanziamento:** gli esperti si aspettano che vengano fissate le priorità per l'assegnazione dei contributi. Le imprese apprezzerebbero incentivi per gli investimenti privati nella forma di incentivi fiscali per la ricerca o per ammortizzare progetti imprenditoriali ad alto rischio.
- > **Infrastrutture:** gli intervistati vorrebbero vedere una riduzione degli ostacoli burocratici in modo da agevolare la partecipazione ai bandi anche per le piccole imprese. Inoltre, per creare una cultura dell'innovazione in Alto Adige, sono necessari servizi efficaci e tempi di risposta più rapidi da parte dell'amministrazione. Una chiara specificazione delle condizioni quadro giuridiche per il trasferimento delle conoscenze tra industria e ricerca sarebbe utile per supportare la cooperazione tra questi due mondi in materia di ricerca e sviluppo.
- > **Sensibilizzazione dell'opinione pubblica:** gli esperti chiedono misure adeguate per creare una cultura dell'innovazione, al fine di sviluppare un atteggiamento positivo nei confronti dell'innovazione e della digitalizzazione tra la popolazione e tra le imprese. In questo contesto, sarebbe inoltre auspicabile includere il tema dell'innovazione nei programmi scolastici secondari.

...alla Libera Università di Bolzano

- > **Espansione:** è auspicabile un ampliamento dell'università con particolare attenzione ai punti di forza definiti nella strategia RIS 3, soprattutto nel campo dell'ingegneria.
- > **Cooperazioni:** una più stretta cooperazione tra l'università e le imprese dovrebbe essere agevolata da tempi di risposta più rapidi e dalla semplificazione delle regole sui cui si basa la collaborazione. L'università dovrebbe operare una chiara distinzione tra ricerca di base indipendente e ricerca a contratto per le imprese. Per questi ultimi sarebbe di grande aiuto lo sviluppo di contratti tipo per diversi modelli di cooperazione che offrano certezza giuridica e allo stesso tempo consentano un avvio rapido e semplice del progetto.

...agli altri istituti di ricerca

- > **Ricerca applicata:** le imprese si aspettano che gli istituti di ricerca focalizzino le proprie attività sui settori individuati nella strategia di innovazione. L'oggetto della ricerca deve essere definito in modo tale che le aziende altoatesine possano ottenere un valore aggiunto da questa attività e fare riferimento alle attività industriali vicine e delle zone circostanti. Occorre inoltre che persone con spirito imprenditoriale vengano inserite nelle attività di ricerca, in modo da aumentarne il valore aggiunto e la redditività per le aziende.
- > **Ricerca di base:** gli istituti di ricerca dovrebbero continuare a svolgere la ricerca di base, mantenendo così la loro indipendenza.
- > **Cooperazione e coordinamento:** è auspicabile un maggiore coordinamento tra istituzioni come ASTAT, Eurac, Laimburg ed IRE. Le istituzioni pubbliche e le imprese sperano una più stretta collaborazione tra aziende e istituti di ricerca.
- > **Mediazione:** gli esperti chiedono agli istituti di ricerca e alle imprese di mostrare maggiore apertura e comprensione per le reciproche esigenze e metodi di lavoro. Il NOI Techpark dovrebbe quindi fungere da piattaforma di interazione per imprenditori e ricercatori, un luogo dove poter scambiare opinioni e impulsi.

...alle imprese

- > **Investimenti:** Le imprese dovrebbero investire nella ricerca e nelle nuove tecnologie. Dovrebbero avere inoltre il coraggio di commissionare ricerche.
- > **Cultura dell'innovazione:** manca una mentalità "Trial and Error" tra gli imprenditori, motivo per cui gli esperti vorrebbero che essi fossero più disposti ad assumersi dei rischi. Gli esperti si aspettano maggiore apertura e meno scetticismo nei confronti delle innovazioni e delle nuove tecnologie.
- > **Cooperazioni:** è sempre necessario creare reti e promuovere la cooperazione tra scienza e imprese (cfr. Aspettative degli istituti di ricerca).

ALLEGATO A

STAKEHOLDER INTERVISTATI

Tabella A-1

Stakeholder intervistati		
In base alle tematiche		
	Persona	Funzione
Enti pubblici	Franz Schöpf	Direttore d'Ufficio Innovazione e tecnologia
	Ulrich Stofner	CEO NOI AG e Direttore dipartimento Europa, Sport, Innovazione e Ricerca
	Irmgard Lantschner	Direttrice dell'ufficio Innovazione, Tutela della proprietà industriale e Sviluppo d'impresa, Camera di commercio di Bolzano
	Karin Pichler	Deposito brevetti e marchi, ricerche su brevetti e marchi, Camera di commercio di Bolzano
	Johannes Brunner	Head of Unit Automotive Automation, NOI AG
	Andreas Winkler	Head of Unit Sales, NOI AG
	Stefano Dal Savio	Head of Unit Green Technologies, NOI AG
	Patrick Ohnewein	Head of Unit Digital Technologies ICT, NOI AG
	Petra Seppi	Head of Unit Consulting, NOI AG
	Hubert Hofer	Director of Services/ Deputy CEO, NOI AG
	Ulrich Santa	Direttore dell'Agenzia per l'Energia dell'Alto Adige – CasaClima
Istituti di ricerca	Alfredo De Massis	Direttore del Center for Family Business Management, Libera Università di Bolzano
	Angelika Peer	Professore presso la Facoltà di Scienze e Tecnologie della Libera Università di Bolzano
	Harald Pechlaner	Direttore del Center for Advanced Studies, Eurac Research
	Anja Marcher	Ricercatrice del Center for Advanced Studies, Eurac Research
	Timon Gärtner	Direttore Astat – Istituto provinciale di statistica
	Dominik Matt	Direttore Fraunhofer Italia e Coordinatore dell'Area "Industrial Engineering & Automation", Libera Università di Bolzano
	Massimo Biasin	Professore ordinario di Economia degli Intermediari Finanziari, Università Macerata
	Michael Oberhuber	Direttore Laimburg

	Persona	Funzione
Aziende e associazioni di categorie	Heiner Oberrauch	Presidente del Gruppo Oberalp (Salewa, Dynafit, Wild Country, Pomoca)
	Matthias Polig	CEO Vertical Life
	Michael Reifer	Innovation manager, Frener & Reifer
	Harald Oberrauch	Presidente Durst ed Alupress, Fondatore e CEO Tyrolean Business Angel
	Patrick Danielsson	CEO Technoalpin Holding
	Gernot Nischler	Responsabile R&S, Technoalpin Holding
	Sandra Kainz	Coordinatrice Innovazioni & nuovi mercati, apa
	Astrid Weiss	Caporeparto Innovazione & Energia, SBB
	Thomas Gruber	Direttore HGV
	Günther Sommia	Amministratore unione commercio turismo servizi
	Eberhard Hofer	Amministratore MirSarner Consorzio
	Hans-Jörg Vienna	Sostituto dell'Amministratore MirSarner Consorzio

© 2019 WIFO

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Provincia Autonoma di Bolzano (2014)

Smart Specialisation Strategy per la Provincia Autonoma di Bolzano

Provincia Autonoma di Bolzano (2006)

Legge provinciale 13 dicembre 2006, n. 14

CWS (2018)

Studien zum deutschen Innovationssystem. Hannover: Center für Wirtschaftspolitische Studien des Instituts für Wirtschaftspolitik, Leibniz Universität Hannover. Disponibile su: https://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2018/StuDIS_02_2018.pdf (24.10.2018).

Commissione Europea (2017)

Regional Innovation Scoreboard 2017. Disponibile su: http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_en (29.10.2018).

OCSE (2011)

Regions and innovation policy. Paris: OECD Publishing.

OCSE (2015)

Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development. Paris: OECD Publishing.

OCSE/Eurostat (2018)

Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition. Paris/Eurostat, Luxembourg: OECD Publishing.

IRE Studio (2019)

Schatzer T., Siller M.: Le tante facce della competitività. Innovazione e produttività nell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino. IRE Studio 1.19. Camera di commercio di Bolzano (Ed.)

IRE

Istituto di
ricerca economica

IRE – Istituto di ricerca economica

I-39100 Bolzano

Via Alto Adige 60

T +39 0471 945 708

www.ire.bz.it

ire@camcom.bz.it



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

