

Università e impresa in Italia: la visione di IBM

FRANCESCA PRANDI

“**U**niversity Relations” è l’unità di IBM che in tutto il mondo promuove i rapporti dell’azienda con il mondo accademico attraverso un consistente impiego di risorse distribuite su una grande varietà di iniziative, che si rivolgono ai docenti e agli studenti. La struttura, nata nel 1999 e pienamente attiva a livello mondiale dall’anno 2000, impiega personale con una lunga esperienza del mondo universitario. Gianfranco Bazzigaluppi è direttore dell’unità in Italia.

Per quale motivo circondate le università di così tante attenzioni?

Con le nostre attività ci prefiggiamo sostanzialmente di raggiungere due obiettivi: evitare lo skill shortage e fare ricerca. “University Relations” è nata proprio all’epoca dello skill shortage. Con le dot.com in auge, la nostra azienda sta-

va perdendo di appeal presso i giovani universitari, che ci vedevano come un’organizzazione troppo burocratica e bloccata. Dovevamo correggere questa immagine che non corrispondeva alla realtà e comunicare la nostra vera natura: quella di una realtà aziendale solida con un’attività più orientata ai servizi che non alla produzione di macchine, come era stato in passato. In questi 5 anni il problema dello skill shortage è cambiato, ma secondo noi non è scomparso. Resta forte negli Stati Uniti, c’è nei paesi dell’Est e c’è meno in Europa. Ma alla prima ripresa il fenomeno riprenderà, torneranno a scarseggiare gli ingegneri, i fisici, i matematici e gli informatici. Per questo abbiamo tutto l’interesse a mantenere la nostra presenza. Ma intanto, per lo meno in Europa, il nostro impegno con l’università è più motivato dalla ricerca.

In che modo intervenite sulla ricerca universitaria?

Diciamo che la nostra struttura agisce da “antenna” per la ricerca: cerchiamo i migliori cervelli essendo pronti ad investire su di loro e sui centri nei quali operano. A differenza del passato, quando la ricerca era proprietaria, oggi si lavora in rete, condividendo i progetti con le migliori università dei vari Paesi. Noi pubblichiamo sul sito Internet i nostri temi di ricerca e lanciamo delle vere e proprie “call for proposal”, come avviene per la ricerca della Comunità Europea.

Il compenso per i centri di ricerca e i ricercatori selezionati comprende donazioni di hardware e di software, borse di studio e contributi economici di vario genere.

Come rispondono le università italiane a queste iniziative?

Sono interessati alle nostre richieste, ma spesso tardano a rispondere. Il problema è che tante università sono poco disponibili per la ricerca molto specialistica che maggiormente interessa ad IBM.

Prova ne è che le università localizzate in aree del territorio nazionale dove c’è meno pressione da parte del mondo imprenditoriale sono a volte più disponibili ad un impegno di ricerca a lungo termine.

Secondo lei come dovrebbe cambiare l’università italiana per rapportarsi sempre meglio col mondo delle imprese?

A mio parere si deve affrontare il problema dell’internazionalizzazione delle nostre università. È un aspetto questo che interessa a noi come azienda, ma che è di estrema importanza anche per agli atenei. La nostra ricerca viene per lo più condotta su scala internazionale, vale a dire che ogni nostro centro di ricerca svolge una parte del lavoro in collaborazione con gli atenei che sono sul territorio. Nel momento in cui io propongo un’università italiana, so di ottenere migliori risultati se i ricercatori sono già conosciuti e hanno dei rapporti avviati a livello internazionale.

Con noi l’università ha l’opportunità di introdursi nella ricerca americana, di concordare degli stage per i propri studenti, di farli partecipare ad esperienze che sono alta-

continua a pagina 15 ➔

➔ segue da pagina 3

Università e impresa in Italia: la visione di IBM

mente formative. Ma l'internazionalizzazione non si improvvisa. Gli atenei devono preoccuparsi di inviare i loro ragazzi all'estero, e di attrarne degli altri, desiderosi di venire a studiare in Italia. L'internazionalizzazione, e lo scambio di saperi e di cultura che ne deriva, apre ed arricchisce l'offerta dell'università.

C'è poi, secondo me, una sfida dimensionale.

Abbiamo molte realtà piccole, che spesso offrono un'ottima didattica, ma non riescono a sostenere anche la ricerca. Talvolta sono dislocate in territori poco ricettivi, dove non hanno relazioni e stimolo da parte delle imprese. Insomma in tanti casi ci troviamo davanti a università troppo provinciali. Per contro esistono anche pochi casi di realtà troppo grandi, assolutamente ingovernabili.

