

## Dal consorzio Politecnico Innovazione un "Marketing delle tecnologie" al servizio delle imprese

FRANCESCA PRANDI

**N**on teniamo nel cassetto le nostre tecnologie, trasformiamole in business. È il senso dell'iniziativa "Marketing delle tecnologie" che il consorzio Politecnico Innovazione ha presentato a Milano lo scorso 17 marzo nel corso del convegno intitolato "Il marketing delle tecnologie: valorizzare la ricerca industriale in modo innovativo", organizzato nell'ambito della fiera Expo del Capitale umano. "Le piccole e medie imprese hanno spesso dei "tesori tecnologici" nel cassetto - ha osservato Sergio Campodall'Orto di Politecnico Innovazione, lanciando questa nuova attività del consorzio. Con la nostra iniziativa vogliamo aiutarle a valorizzare questi tesori inutilizzati ed aumentare la possibilità di avere un ritorno economico dagli investimenti già effettuati in ricerca e sviluppo, sull'esempio delle grandi imprese multinazionali". Soprattutto

negli ultimi anni, si è visto crescere un vero e proprio mercato delle tecnologie, ha spiegato Andrea Piccaluga, docente di Economia e gestione delle imprese alla Scuola superiore Sant'Anna di Pisa, analizzando le tendenze in atto in quello che è un vero e proprio business dell'innovazione. A livello internazionale è molto aumentata la divisione del lavoro innovativo: la filiera è spezzettata fra tanti attori, sparsi in numerosi paesi, che collaborano su uno stesso progetto. "I costi della R&S sono cresciuti ad un punto tale che neppure una grande impresa può permettersi di condurre internamente una ricerca; e la potenza di calcolo che spesso viene richiesta è così elevata da imporre una suddivisione del lavoro fra più centri". I luoghi dove si svolge la ricerca non coincidono più con le aree geoeconomiche che tradizionalmente si definivano avanzate. "Sono infatti emersi nuovi luoghi dove ci sono signifi-

cative competenze di ricerca, che talvolta sono anche le uniche a livello mondiale". Sia il risultato di ricerca che le tecnologie già pronte per l'incorporazione nei prodotti finali hanno ormai un valore che può e deve essere espresso dal mercato; anche semplicemente per rientrare negli investimenti sostenuti e potere continuare così il processo innovativo, sviluppando nuova ricerca. Sul mercato mondiale agiscono oggi vari soggetti, imprese e università, che comprano e vendono pezzi di tecnologia, codificate in brevetti. Il loro specifico contributo consiste nel superare le asimmetrie informative e mettere quindi in contatto l'offerta con la domanda. "Non è un'attività semplice perché c'è il grosso rischio di lavorare molto per poi scoprire che quello che si è cercato è fuori dagli standard accettati". Non tutti questi attori agiscono in modo etico; c'è chi persegue l'obiettivo di guadagnare svolgendo un'attività

esclusivamente "giudiziale": "sono per lo più imprese americane, ma anche qualcuna europea, che rastrellano brevetti vecchi, prossimi alla scadenza, pronti ad intentare causa a chi li utilizzi senza averne acquistato il diritto".

Sul tema dei brevetti l'Italia è piuttosto arretrata. Le nostre imprese non brevettano molto e non sono dotate di uffici per la gestione strategica della proprietà intellettuale. Là dove esiste un ufficio brevetti, più facilmente si occupa di deposito e tutela degli stessi, seguendo una logica di tipo difensivo. Tuttavia qualche buon esempio c'è anche nel nostro paese. Piccaluga ha ricordato IBM, ABB e STMicroelectronics, che da qualche anno sono attive in questo campo e sanno gestire molto bene le loro tecnologie. Un esempio di "open innovation" si trova al Centro Ricerche Fiat, che accetta anche clienti esterni e che spesso conduce ricerche per conto ed insieme ai suoi stessi fornitori. Questa open innovation può essere praticata anche dalle aziende high tech di piccola e media dimensione, sostiene Piccaluga. Per le imprese italiane è infatti più difficile arrivare sul mercato offrendo beni finali innovati piuttosto che

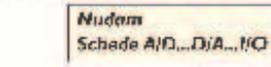
*continua a pagina 16*



**dalla scheda CPU alla Workstation...**  
**le soluzioni più affidabili in fatto di PC industriali**



**PC104  
Little Board™  
Schede Ready Board**



**Mudam  
Scheda A/D...D/A...I/O**



**PC industriali  
Panel PC  
Workstation**

**Da 25 anni, tutte le soluzioni per l'automazione industriale**

rsd@service.it n.12/15  
 Contradata Milano S.r.l.  
 tel. 039 230 1492  
 www.contradata.it  
 info@contradata.it

Piemonte: 011 52200000 - Trentino-Alto Adige: 0461 220000  
 Veneto: 0421 220000 - Friuli: 0432 220000  
 Emilia Romagna: 059 220000 - Toscana: 055 220000  
 Marche: 051 220000 - Contradata: 02 220000

↳ segue da pagina 3

### **Dal consorzio Politecnico Innovazione...**

intervenire come fornitori delle tecnologie che questi inglobano. "Consideriamo che in fondo in tutte le imprese c'è un continuo flusso di conoscenze in entrata e in uscita, secondo questo concetto di open innovation. A volte la tecnologia viene esternalizzata in uno spin off per poi rientrare in seguito alla casa madre, magari leggermente modificata". Le nostre aziende dovrebbero quindi imparare a fare "open innovation", migliorare la loro capacità di leggere/conoscere le tecnologie (spesso non hanno abbastanza ingegneri che si possano dedicare a questa attività), e rafforzare i loro uffici di proprietà intellettuale, nella direzione di uno sfruttamento strategico. In questa attività possono essere oggi validamente supportate dalle università, che si sono ormai dotate di uffici di trasferimento tecnologico, con un livello di competenza decisamente buono.

Conoscono il sistema brevettuale, sanno quali azioni compiere per difendere un brevetto e anche come trasferirlo alle imprese. "Hanno ben chiaro che se la ricerca e la tecnologia non sono 'impacchettate bene' non vengono poi utilizzate".

Il servizio "Marketing delle tecnologie" del consorzio Politecnico Innovazione si inserisce su questo filone. Si occupa dell'individuazione di nuovi utilizzi delle tecnologie già sviluppate dall'impresa, della ricerca di possibili acquirenti operanti in settori diversi o nello stesso settore, ma in posizione non competitiva, e collabora alla gestione dei rapporti per la cessione della tecnologia riconfigurata. ■