

L'innovazione a Milano

di Adriano De Maio

Rettore Politecnico di Milano e Presidente IRER, Istituto Regionale di Ricerca della Lombardia

Ogni area o territorio deve caratterizzarsi per la propria capacità di attrarre soggetti, attività e risorse

In un contesto sempre più competitivo e in cui questa tendenza, nonostante o, forse, anche proprio per la crisi economica in atto, non sembra diminuire, anzi pare accentuarsi, i differenti territori, che vanno dai Comuni alle grandi aree geografiche, entrano in concorrenza sempre più marcata fra loro. Questo anche perché i vincoli alla mobilità, in senso generale, sono diminuiti e, in alcuni casi, addirittura annullati. Tutto ciò significa che, più o meno consapevolmente, i vari territori competono fra loro nell'attrarre persone, attività, risorse finanziarie.

Ogni territorio si caratterizza quindi attraverso la "capacità di attrazione" propria, come capacità sia di spostare da altri siti, sia di mantenere nel proprio persone, attività, risorse.

Una volta che questa consapevolezza sia stata acquisita, il problema "politico", per ogni territorio, diventa su chi e su che cosa tentare di esercitare la propria capacità di attrazione. Per ogni "oggetto" considerato, infatti, diversi sono i fattori che influenzano la attrattività, ed essi variano nel tempo ed in parte dipendono dalle caratteristiche, dalla storia del territorio stesso e dalla sua visibilità.

Pensiamo alle consistenti differenze a seconda del fatto che l'oggetto da prendere in considerazione sia il turismo, la moda, la finanza, l'impresa ad alta tecnologia, il commercio, la ricerca e sviluppo, gli spettacoli, piuttosto che gli studiosi, gli artisti e così via.

Per gli "oggetti" quindi che si considerano interessanti, che cioè si vogliono attrarre, bisogna analizzare quali sono i fattori di attrazione e, rispetto a questi fattori, quali sono gli elementi che determinano il vantaggio competitivo rispetto ad altri territori che si individuano come concorrenti attuali e potenziali.

Un esempio. Da indagini svolte presso investitori in attività di Ricerca e Sviluppo (tipicamente aziende ad alta tecnologia che devono decidere dove localizzare i propri laboratori di ricerca), i fattori che vengono tenuti in conto sono, con pesi diversi caso per caso, i seguenti: vicinanza ad un istituto universitario di eccellenza nel settore specifico, ambiente fisico e servizi di alta qualità, vicinanza ad un centro urbano ricco di interessi di varia natura, dallo sport alla cultura, vicinanza a grandi aeroporti intercontinentali, normative semplici e burocrazia leggera, incentivi finanziari e fiscali, ambiente generalmente "favorevole" allo sviluppo di nuova imprenditoria.

Prendendo in considerazione altri oggetti, il turismo ad esempio, si può facilmente constatare che alcuni dei fattori esposti prima devono ancora essere presi in considerazione, anche se con diverso peso, quali l'ambiente fisico, alcuni servizi, i trasporti, altri non sono più importanti, ed altri ancora si aggiungono.

In generale molti di questi "oggetti" sono compatibili fra loro e, forse con l'unica eccezione riguardante le produzioni manifatturiere "pesanti", Milano rappresenta un territorio che bene si presta ad essere attraente per una molteplicità di persone, di attività, di risorse.

La decisione sulle priorità da dare ad un aspetto piuttosto che ad un altro, che qualificano comunque la città, se Milano vuole essere la città della moda piuttosto che del commercio o della scienza e della tecnologia o altro ancora od una combinazione di tutto ciò è una decisione decisamente politica su cui ciascuno possiede preferenze, ma che non è il caso qui di discutere. Vogliamo mettere in evidenza al contrario un fatto che sembra essere particolarmente significativo: in tutti i casi, qualunque sia quindi la decisione, per essere competitivi con altri territori, bisogna essere capaci di innovare. Perché appunto il contesto è fortemente dinamico e quello che rappresenta un punto di forza oggi, molto probabilmente non lo sarà più domani. Un territorio, una città, ha quindi capacità di attrazione se stimola e favorisce l'innovazione.

Le caratteristiche dell'innovazione

L'attenzione deve perciò concentrarsi sulle caratteristiche e sul significato dell'innovazione, indipendentemente dalle modalità con cui si esprime e dall'oggetto specifico su cui si esercita.

Due sono le caratteristiche che oggi appaiono invariante rispetto alla maggior parte dei processi di innovazione: innanzitutto la presenza di una forte base o comunque di una componente tecnologica ed in secondo luogo la sempre crescente complessità.

Su entrambi questi aspetti Milano sembra godere di una posizione interessante per cui vale la pena di valutare come rafforzare questo potenziale vantaggio competitivo.

Per quanto concerne la innovazione a base tecnologica, bisogna distinguere due ruoli differenti: quello di “produttore” di innovazione, distinto da quello di “utilizzatore” o “consumatore” di innovazione. Milano un tempo giocava entrambi i ruoli, mentre adesso sembra aver perso la capacità di generare nuova tecnologia, se non in modo marginale o su limitati settori. L'utilizzo in modo intelligente delle innovazioni prodotte da altri richiede comunque una notevole capacità e conoscenze non banali, in quanto si tratta da un lato di tenere sotto controllo costante quanto di nuovo si produce nel mondo, da un altro lato di selezionare le innovazioni potenzialmente più interessanti quando non sono diventate ancora di pubblico dominio, il che comporta pur sempre un'elevata dose di rischio, ed infine di pensarne l'utilizzazione in campi anche lontani rispetto a quelli verso cui sono nate e di disegnarne l'applicazione in modo efficace.

Tutto ciò è tanto più possibile quanto più esistono su un territorio centri di formazione di alto livello e, contemporaneamente, quanto più risulta possibile sviluppare nuove iniziative ad alto rischio e promuovere e diffondere l'innovazione da un punto di vista produttivo e commerciale.

D'altra parte, se si esaminano i casi di successo industriale e i grandi miglioramenti nella qualità della vita nei suoi molteplici aspetti, si può verificare che il più delle volte si è trattato di utilizzazione intelligente di innovazioni generate altrove.

Ciononostante il salto da utilizzatori a produttori di innovazione tecnologica è notevole, soprattutto perché oltre ad acquisire un ruolo di *leader* è possibile un continuo miglioramento nel tempo di vantaggi competitivi.

Il motivo è facile da spiegare. Se un territorio, nelle sue dimensioni più varie, viene percepito come fonte di innovazione, molti talenti, molte organizzazioni che basano la loro strategia sull'innovazione e anche capitali di rischio prendono in considerazione questo territorio. I talenti si trasferiscono, le imprese cambiano la loro localizzazione o in tutti i casi cercano alleanze sul territorio, aumentano gli investimenti e le disponibilità di risorse.

Tutto questo rende più elevata la probabilità che si generino ulteriori innovazioni, che si creino nuove imprese, che le imprese esistenti aumentino la loro competitività, in un circolo “virtuoso” che si interrompe soltanto quando nasce un altro centro con caratteristiche migliori. Se poi consideriamo quanto detto nell'esempio fatto precedentemente sui fattori di scelta di localizzazione di imprese *hi-tech*, questo desiderio di aumentare la propria capacità di attrazione spinge anche a migliorare i fattori complementari, dallo snellimento burocratico alla qualità dell'ambiente e dei servizi, in un processo continuo di “rincorsa a far sempre meglio”. Da questo punto di vista si può affermare che un territorio, e quindi Milano, vista oltretutto nella sua caratteristica di città-regione, ha comunque la necessità, se vuole mantenere alta la sua capacità di attrazione, di dedicare attenzione, energie, risorse a potenziare la produzione e non solo l'utilizzo di innovazione a base tecnologica. Milano e la Lombardia hanno le risorse e le caratteristiche necessarie: dalle Università ai centri di ricerca, da alcune industrie ancora presenti alla cultura ed allo spirito imprenditoriale. Basta crederci seriamente.

Se poi passiamo all'altro aspetto che abbiamo messo in evidenza, cioè la complessità, si può dire in modo molto sintetico che Milano è una città che è culturalmente adatta a gestirla: non è mai stata una città “monosettoriale”, né nelle tecnologie, né nelle attività produttive, né negli approcci culturali, ha dimostrato notevole capacità di integrare provenienze diverse, facendo della diversità una ricchezza. Forse tutto questo negli ultimi tempi si è un poco ridotto ma sicuramente non si è spento: basta ridare una visione di grande respiro, basta consolidare l'identità ed il senso di appartenenza, basta far rinascere l'orgoglio e la consapevolezza di poter ancora giocare un ruolo di *leadership* non più soltanto in Italia ma in Europa, perché rinasca anche il “gusto della complessità”, la voglia di considerare i problemi secondo una molteplicità di aspetti, di non banalizzare, di stare attenti contemporaneamente alle piccole e grandi cose.

Se la competizione fra territori si basa fundamentalmente sulla capacità di attrazione di forze vivaci e di talenti e se questa attrattività si basa soprattutto sulla innovazione, allora Milano ha chiara la sua missione: essere la città dell'innovazione.