

Il sostegno pubblico alla cultura d'impresa

Quando l'informazione serve all'innovazione: l'esperienza di un'agenzia creata dalla Regione Veneto

di Alfonsa Martelli

Per molti versi si può affermare che il mondo della documentazione, dell'informazione alle imprese si sovrappone a quello dell'innovazione tecnologica nel quale io opero.

Veneto Innovazione può esserne un esempio. È una società della Regione Veneto e delle associazioni imprenditoriali di categoria che si pone come obiettivo quello di diffondere e agevolare l'innovazione tecnologica all'interno delle piccole e medie imprese per aiutarle a sviluppare prodotti nuovi, progetti nuovi, nuovi modi di finanziarli e di commercializzarli; di aiutare queste imprese a mantenere alti livelli competitivi sul mercato.

Tecno-info-rete-veneta (TIRV) è un network espressione di Veneto Innovazione realizzato con lo scopo di entrare nella singola realtà aziendale ed affiancarsi agli imprenditori per identificare i possibili siti, gli strumenti e le informazioni per innovare. Per la verità non è questa un'attività facile. L'imprenditore veneto, mediamente, lavora molto, si mantiene sul mercato, vende e si ritiene un bravo imprenditore. Fa fatica a comprendere che il salto evolutivo sta nell'innovazione

dell'azienda e nella realizzazione di prodotti innovativi.

Il Veneto, come altre regioni d'Italia, ha nel territorio competenze scientifiche e tecnologiche di altissimo livello ma che restano nei centri specializzati. Esistono infatti numerosi centri di ricerca, quattro università, aziende speciali delle camere di commercio che fanno innovazione tecnologica. Esistono specifiche competenze all'interno delle associazioni di categoria ed interventi concreti che facilitano la convergenza di tutte queste competenze come, ad esempio, i parchi scientifici e tecnologici. Tali competenze vanno trasferite alle imprese.

Per riuscirci abbiamo creato una rete di sportelli di servizio in grado di stimolare la curiosità degli imprenditori attraverso la diffusione di strumenti informativi e documentali direttamente nelle aziende. Abbiamo anche formato "consulenti per la diffusione dell'innovazione" in grado di parlare con dimestichezza di banche dati, di brevetti, di riviste, di informazioni bibliografiche.

A queste figure spetta non solo di identificare il bisogno e di dare ri-

sposte informative conseguenti, ma anche di spiegare l'informazione. Perché l'informazione deve essere spiegata, l'imprenditore va "accompagnato" nella lettura della risposta (bibliografia, brevetto, articolo, etc.) e spesso anche nell'identificazione dei passaggi successivi fino alla soluzione definitiva del problema. Ci siamo accorti infatti che non è sufficiente passare la documentazione come risposta a persone che non hanno familiarità con il mondo della documentazione. Il problema della piccole e medie imprese prima ancora che il non fare innovazione è che non conoscono o non sanno utilizzare gli strumenti per l'informazione e quindi per l'innovazione. Su questo piano va letta a mio avviso la possibilità di integrazione e collaborazione tra realtà come quella che sto presentando e le biblioteche pubbliche. Una collaborazione che andrebbe destinata in particolare alle piccole e medie imprese che, diversamente dalle grandi, non possono sviluppare centri di documentazione al loro interno.

Da parte nostra, concretamente, oggi l'aiuto alle aziende viene offerto attraverso una serie di prodotti-servizio. Uno di questi è la ricerca su banche dati o la produzione di infopackage: pacchetti informativi realizzati su prodotti specifici. Sono prodotti che, come detto, vanno "accompagnati" per superare eventuali difficoltà di lettura che possono essere per esempio, di orientamento all'interno di pacchetti documentali ampi o, in qualche caso, più semplicemente di tipo linguistico.

Un altro dei nostri prodotti tesi a fare informazione, e quindi innovazione, fa riferimento alle riviste. Gli imprenditori solitamente sono abbonati alle riviste specifiche del loro settore. Ignorano invece la letteratura dedicata più in generale alla cultura d'impresa, di notevole interesse per chi volesse mantene-

re una gestione innovativa. Per agevolare la diffusione anche di questo tipo di informazioni abbiamo prodotto una rivista "Technology Highlights Information" che contiene recensioni e brevi abstract in italiano, dove vengono trattati sia argomenti specifici (per esempio il management, le norme di sicurezza, i brevetti) che altri argomenti di interesse generale per le imprese (notizie dal CNR, da centri di eccellenza scientifici e tecnici o dalle stesse università, brevetti,

nuove pubblicazioni, ecc.). In questo modo cerchiamo, e speriamo, di offrire la possibilità a quegli imprenditori che non conoscono il mondo della ricerca di stabilire con lo stesso contatti o collaborazioni e contribuire, quindi, a quell'innovazione tecnologica delle aziende che è il nostro obiettivo finale.

Abbiamo detto prima che un altro strumento per innovare è il brevetto, la cui conoscenza va dunque diffusa. Le piccole e medie imprese, nella nostra esperienza, ►



BIBLIOTECHE PUBBLICHE

usano e si interessano poco dei brevetti. In realtà è un interesse che va sviluppato. È opportuno far capire che se, per esempio, si sta pensando ad un nuovo particolare modello di sedia, qualcun altro potrebbe averlo già brevettato nel mondo; potrebbe averlo fatto meglio o anche peggio. Comunque dalla lettura del brevetto della concorrenza si potranno ricavare spunti tecnici o di mercato.

Gli interventi delineati finora sono legati allo sviluppo delle conoscenze ed alla definizione dei progetti di innovazione. Per completare il quadro è necessario sostenere la realizzazione di quest'ultimi, aiutare l'imprenditore nel reperimento di eventuali finanziamenti. In tal senso abbiamo sviluppato un servizio informativo per il reperimento della fonte finanziaria più adeguata. Vi è scarsa conoscenza e quindi un limitato uso degli strumenti finanziari regionali e nazionali. Ciò è ancor più vero per i fondi comunitari producendo oltretut-

to una riduzione nelle tornate successive delle quote a disposizione del paese.

Un ultimo accenno ad un prodotto che abbiamo realizzato in via sperimentale. Si tratta di un cd-rom sulle aziende della subfornitura di due settori specifici: meccanica e plastica-gomma. Convinti dell'importanza che gli strumenti tecnologici hanno per la diffusione anche commerciale delle informazioni dalle aziende ed alle aziende, si voleva verificare il tipo di impatto che poteva avere una tale proposta nel tessuto produttivo in cui operiamo: se le nostre aziende erano in grado cioè di recepire ed inserirsi facilmente in un progetto con queste caratteristiche innovative avendo come motivazione il fatto che inserirsi significava non perdere un'occasione per commercializzare meglio il proprio prodotto. L'indicazione che ne è derivata è che queste aziende in genere non sanno proporsi utilizzando strumenti tecnologici. In sintesi potremmo

dire che anche in questo caso si è potuto verificare come manchi un'evoluta cultura d'impresa.

Questo obiettivo dovrebbe rappresentare il punto di incontro di quanti si muovono, o intendono farlo, a favore di questa parte del mondo del lavoro. È un obiettivo a cui mirare in sintonia e tenendo presenti le peculiarità di ogni soggetto di dialogo, consci che è in gioco la stessa sopravvivenza sul mercato delle imprese. Lo spazio per un intervento delle biblioteche pubbliche c'è tutto. In biblioteca imprenditori, futuri e attuali, possono apprendere ed apprezzare l'uso di una banca dati, di un brevetto, di un'informazione commerciale. Una biblioteca può penetrare nel tessuto produttivo così come lo possono fare università, centri di eccellenza, sportelli per il trasferimento tecnologico ed anche altre realtà culturali che sono quindi in grado di contribuire in modo significativo a sostenere un livello economico elevato nel nostro paese. ■