



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



Start Cup “Roma 2006/2007”

Competizione per la creazione di imprese innovative

Mostra – Convegno

Presentazione delle idee di impresa innovativa

“Centri di competenza e reti di innovazione regionali”

Riccardo Cappellin
Università di Roma “Tor Vergata”
cappellin@economia.uniroma2.it

Martedì 20 febbraio 2007 – ore 9.00
Facoltà di Economia
Università di Roma “Tor Vergata”

Obiettivi e prospettive della Start Cup

La Start Cup Roma 2006-2007 è una iniziativa congiunta delle **quattro università romane: Università di Roma Tor Vergata, La Sapienza, Roma Tre, LUISS**, in collaborazione con il **Comune di Roma** svolta nell'ambito del **Premio Nazionale della Innovazione**.

Se la **competitività di un'economia** dipende dalla capacità di creare innovazione più velocemente dei propri concorrenti, il **ruolo delle università** è determinato dalla consapevolezza che **la nuova conoscenza** rappresenta il prerequisito della **innovazione**.

Nel **modello di innovazione aperta**, l'innovazione è il risultato della interazione tra i diversi attori locali e della combinazione delle diverse competenze.

Roma può rappresentare un laboratorio nella transizione dell'economia italiana verso il modello della economia della conoscenza e la Start Cup Roma può rappresentare un momento importante nel **disegno ed avvio di una strategia di competitività e sviluppo basata sulla conoscenza e sull'innovazione nell'economia romana**.

Questa mostra – convegno della Start Cup Roma rappresenta solo la **prima fase di un progetto** che potrà svilupparsi in futuro.

Questo progetto prevede:

- non solo lo **“scouting”** e la **messa a fuoco di idee di impresa innovativa**, che speriamo possano anche raddoppiare come numero nella prossima edizione 2008,
- ma anche **lo sviluppo di progetti di impresa (“business plan”)**, che verranno presentati al Premio Nazionale della Innovazione,
- e quindi la definizione di **nuovi strumenti di una strategia di competitività e sviluppo** basata sulla conoscenza e l’innovazione, che utilizzino i concetti di **cluster e di reti territoriali di innovazione**, tra i quali importante possono essere i “centri di competenza” su specifici comparti tecnologici e un **fondo regionale per il capitale di rischio e il credito** a piccole imprese innovative.

Questa sessione mira a promuovere un confronto di idee e di metodologie e a mettere a punto “best practices” ed obiettivi operativi su come **i quattro Atenei romani** devono organizzarsi nello sviluppare la **III missione: la promozione della innovazione**, che si integra con le altre due missioni tradizionali delle università: la formazione e la ricerca.

In particolare, **questa relazione mira analizzare il rapporto della università con le PMI e il territorio** nell’ambito di una strategia di competitività e sviluppo basata sulla conoscenza e l’innovazione.

L'innovazione è il risultato di diversi fattori:

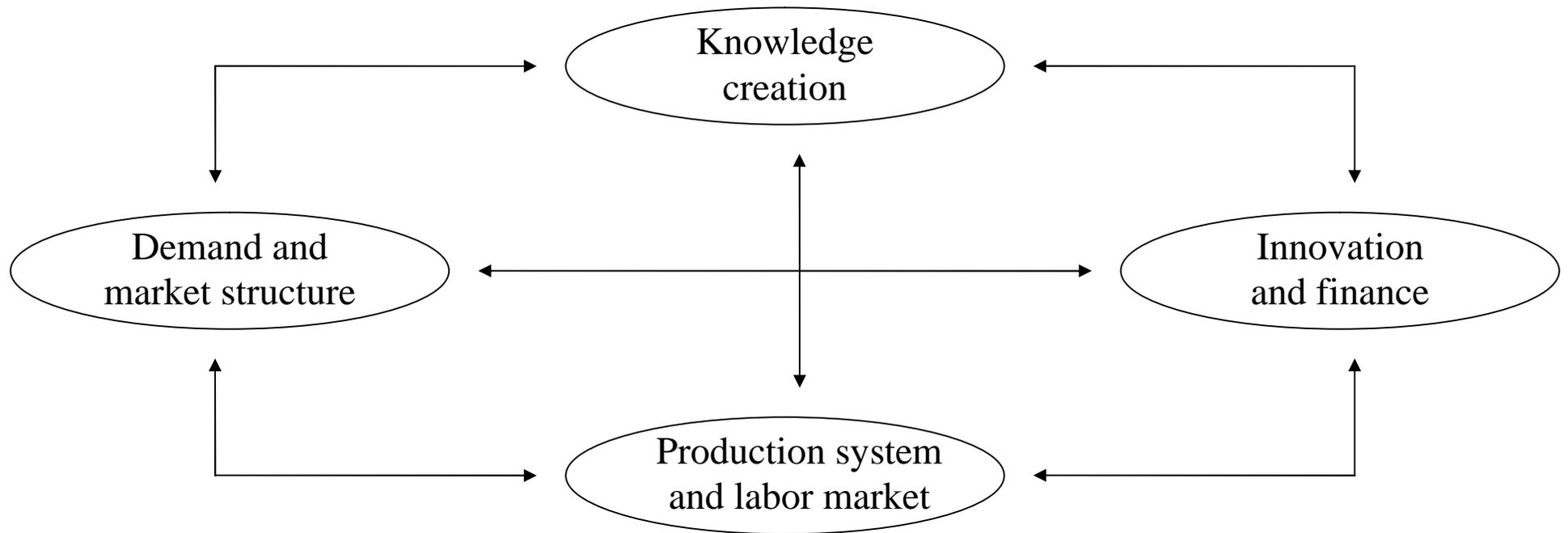
- **Il mercato:** il posizionamento, l'orientamento a nuovi bisogni e individuazione di “lead markets”
- **Il lavoro:** la valorizzazione di competenze specialistiche e l'investimento nella formazione continua
- **I fornitori di beni industriali e servizi:** l'individuazione di tecnologie complementari
- **La finanza:** l'offerta di “early stage financing”, “seed capital” e credito agevolato

Ma anche e soprattutto:

- **La conoscenza:** lo sviluppo della idea e del progetto di impresa e l'investimento in ricerca e progettazione

L'università contribuisce alla valorizzazione di idee innovative latenti nelle imprese, allo sviluppo della idea innovativa con il contributo di risorse umane e competenze qualificate, l'individuazione delle tecnologie complementari necessarie e possibili partnership industriali, alla riduzione del rischio finanziario e a facilitare i rapporti con le istituzioni finanziarie.

Fig. 1 - Il ruolo della conoscenza nel processo di innovazione



Elemento caratteristico del progetto IUnet, coordinato nella Università di Roma Tor Vergata dal Prof. Riccardo Cappellin (settore economico) e Prof. Adelio Salsano (settore tecnologico), è la convinzione che:

- **l'innovazione** è il fattore cruciale della **nascita di una nuova impresa**,
- la creazione di nuove imprese innovative avviene per lo più come **spin-off delle imprese madri**

Di fatto la sopravvivenza ed il successo delle nuove imprese innovative è maggiore nel caso di spin-off di imprese esistenti.

Pertanto, **le università devono innanzitutto promuovere l'innovazione** nelle imprese esistenti aiutando le imprese a valorizzare le loro competenze, individuare nuovi bisogni e risolvere i problemi.

In secondo luogo, le università possono **aiutare lo spin-off di imprese innovative tramite gli incubatori universitari e raccordandosi con altri attori**, come le medie e grandi imprese, il mondo del credito e le istituzioni pubbliche, che assieme possono aiutare l'imprenditore nella creazione di una nuova impresa.

Ogni imprenditore non può fare innovazione da solo e ancora meno creare una nuova impresa da solo.

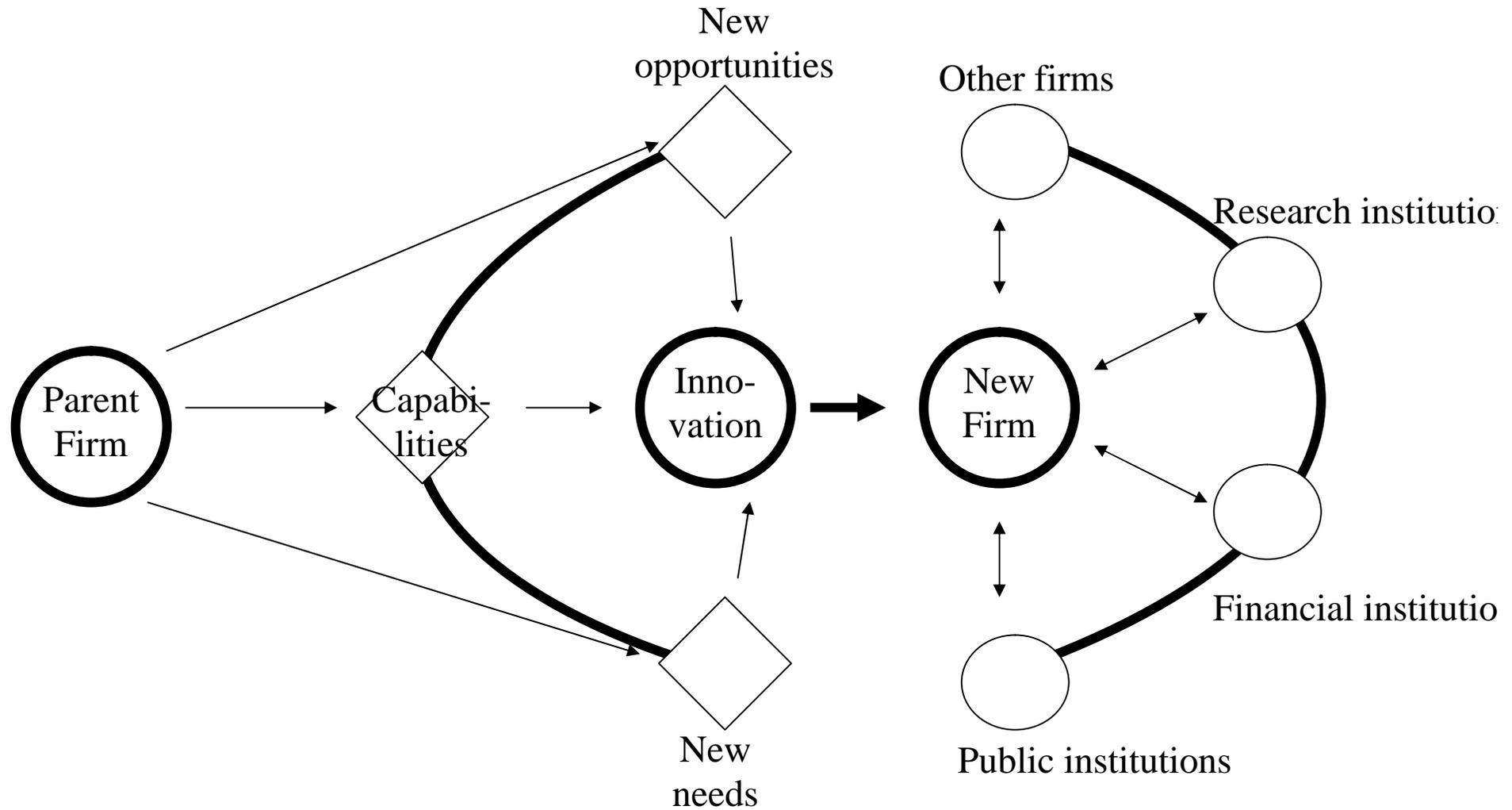


Fig. 2 - La creazione di impresa come processo di innovazione nel sistema di innovazione regionale

Da un approccio lineare ad un approccio interattivo nelle politiche della innovazione

L'evoluzione da un approccio “technology push” ad **un approccio “need pull”**, che da maggiore importanza alla dimensione economica e organizzativa.

L'evoluzione da un modello di tipo “top down” ad **un modello basato sullo scambio e la collaborazione**.

Un nuovo **approccio di tipo “interattivo”** si differenzia per diversi aspetti dall'**approccio “lineare”**, tipico dei **concetti tradizionali** di “trasferimento tecnologico” o di “diffusione della innovazione”.

Il ruolo della università nella promozione della innovazione e della creazione di imprese innovative dipende dalla consapevolezza di **nuovi concetti chiave** come quelli di:

- creazione e valorizzazione della conoscenza
- orientamento al mercato
- processi interattivi di apprendimento
- processi di innovazione incrementali e continui
- multilevel governance e cooperazione pubblico-privato

Fig. 3 - L'evoluzione negli approcci alle politiche della innovazione

	Linear approach	Interactive approach
Key word	Technology	Knowledge
Stimulus	Cost competition Supply - New equipment	Market orientation Demand - User needs
Process	In house R&D	Interactive learning
Outcome	Productivity increase	Continuous innovation
Policies	Public finance Public regulation	Multi-level governance Public-private partnership

Il governo delle reti di conoscenza e di innovazione: il Territorial Knowledge Management

La creazione di nuova conoscenza e la scoperta e definizione della idea di impresa innovativa e del relativo “business plan” è il risultato non dello sforzo isolato del singolo inventore ma di **un processo interattivo tra diversi attori**.

Il Territorial Knowledge Management è un approccio al **management dei cluster di attività basate sulla conoscenza**.

Secondo l’approccio del Territorial Knowledge Management, **l’università aiuta l’imprenditore potenziale** a:

1. **individuare i nuovi bisogni** emergenti e l’analisi delle potenzialità in nuovi “lead markets”,
2. **lo sviluppo dell’accessibilità** e la creazione di collegamenti mancanti e di reti di cooperazione con altri attori locali, come associazioni, gruppi di imprese e istituzioni finanziarie,
3. **aumentare la ricettività** all’innovazione delle imprese tramite l’analisi delle loro potenzialità e problemi, l’uso di competenze specialistiche di ricercatori e laureati e l’investimento nella formazione continua,
4. **individuare obiettivi comuni** con altri partner, come altre imprese e le strutture di ricerca della università,
5. **creare assieme soluzioni innovative** tramite la combinazione di conoscenze complementari di attori diversi,
6. **il disegno di un nuovo contesto istituzionale e di procedure** e iniziative come la Start Cup Roma o i cluster di attività produttive basate sulla conoscenza, che mettano in rete i diversi attori del sistema di innovazione regionale e avviano collegamenti anche a scala nazionale

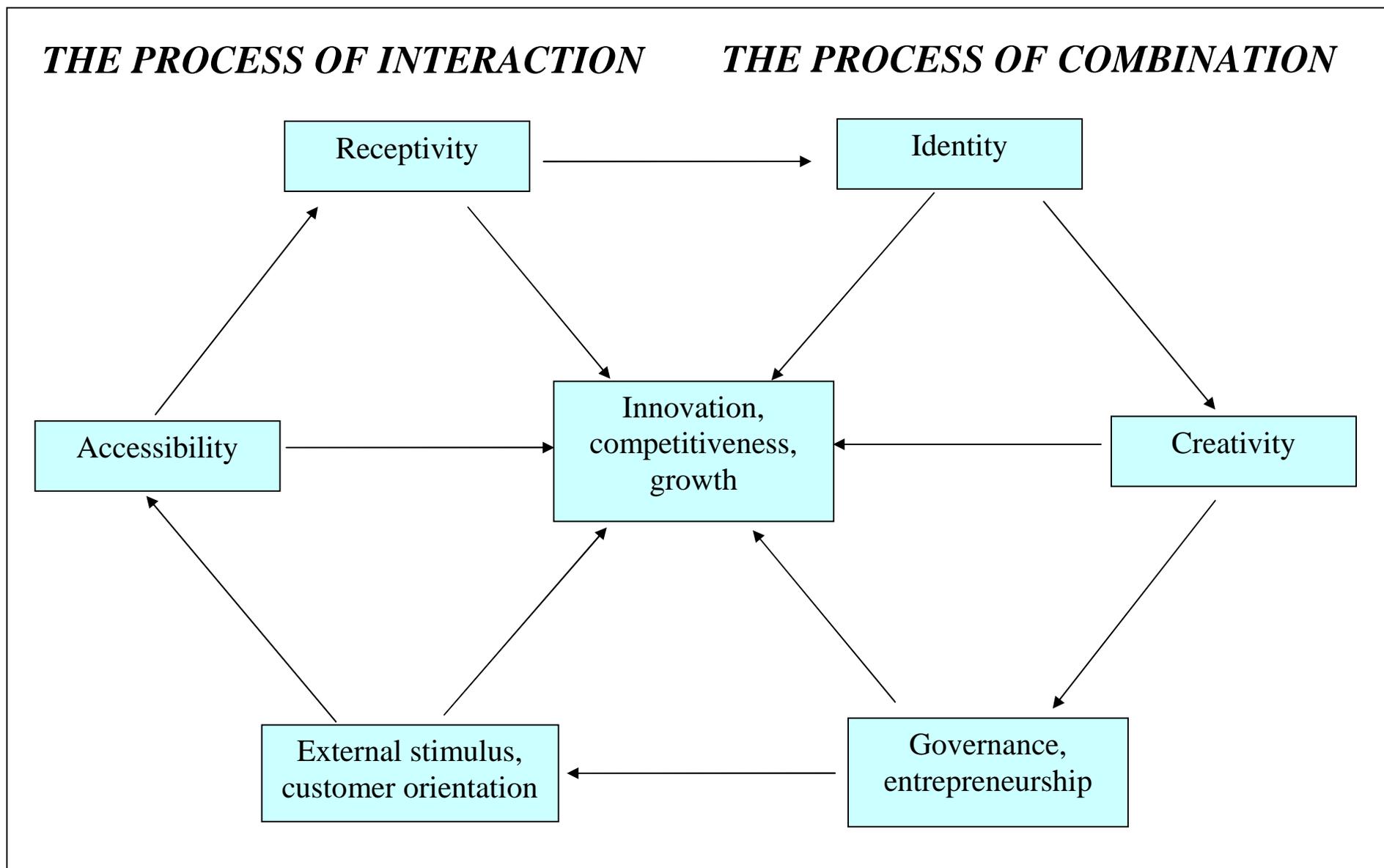


Fig. 4 – L’approccio del Territorial Knowledge Management nelle politiche regionali della innovazione

L'integrazione degli attori in un sistema regionale di innovazione

Le imprese

- La **creazione di una nuova impresa** è il risultato di un **processo di innovazione** che valorizza le **reti di innovazione** all'interno di un **sistema di innovazione regionale**,

Le università

- Un **incubatore universitario** è strettamente integrato con l'azione della Università nel campo dello **sviluppo delle relazioni con il sistema produttivo locale e nazionale** (adozione del modello della "entrepreneurial university") e con le **funzioni di insegnamento e di ricerca** tradizionali della Università

Le banche e gli intermediari finanziari

- Il **credito e il capitale di rischio** risultano cruciali fin dalla **fase ("early stage") della definizione del progetto di impresa** assieme alla strutture di ricerca universitarie e altri partner industriali

Le istituzioni regionali e locali

- Il sostegno alla creazione di imprese innovative fa parte di una **strategia di sviluppo locale** che mira alla diffusione della **innovazione nel sistema produttivo locale** e alla creazione di **nuovi comparti produttivi a media e alta tecnologia**.

Il ruolo e gli strumenti della università nelle politiche di innovazione

L'università ha tre diverse missioni istituzionali: 1) la formazione, 2) la ricerca e 3) la promozione dell'innovazione.

Diversi strumenti possono essere utilizzati in questa terza missione delle università.

- 1. Lo strumento “industry liason office”:** l'università non è tanto uno sportello tecnologico, per la commercializzazione di tecnologie precedentemente elaborate all'interno delle università stessa,
- 2. Lo strumento “incubatore di imprese”:** l'università non è solo un centro di servizi, come gli incubatori tradizionali, per la fornitura di spazi attrezzati e consulenze specialistiche a imprese “knowledge based”,
- 3. Lo strumento “management della conoscenza”:** L'università in modo sistematico monitora le **capacità di innovazione delle imprese locali, valorizza potenzialità imprenditoriali** innovative latenti e **facilita lo sviluppo stesso della idea di impresa** innovativa promuovendo l'interazione tra i diversi attori e una combinazione creativa di diverse conoscenze nel sistema regionale di innovazione.
- 4. Lo strumento “network di conoscenza e di innovazione”:** l'università è anche un' “istituzione ponte” (“bridging institution”) che contribuisce alla creazione di **“cluster” di nuove produzioni innovative.**

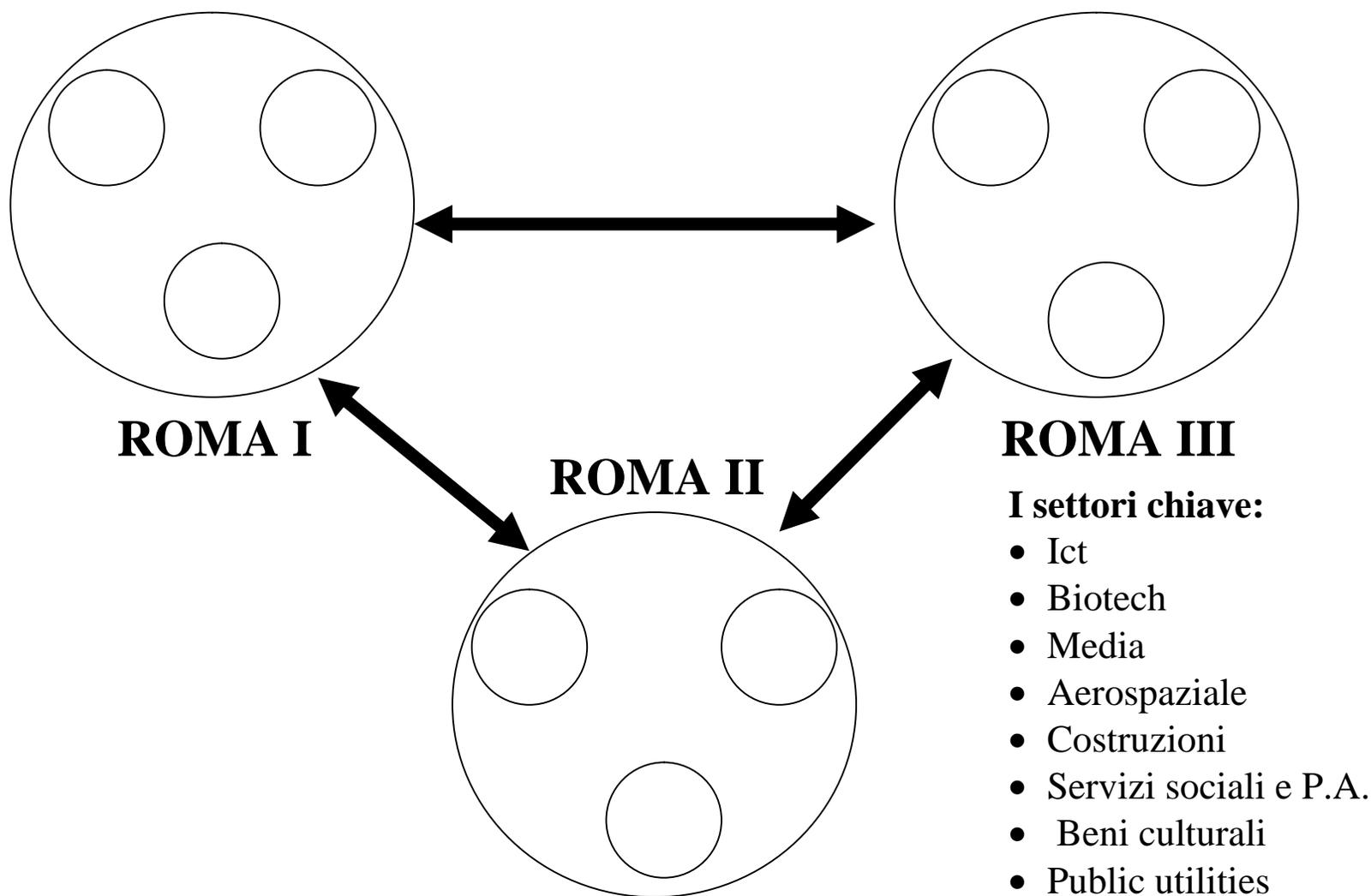
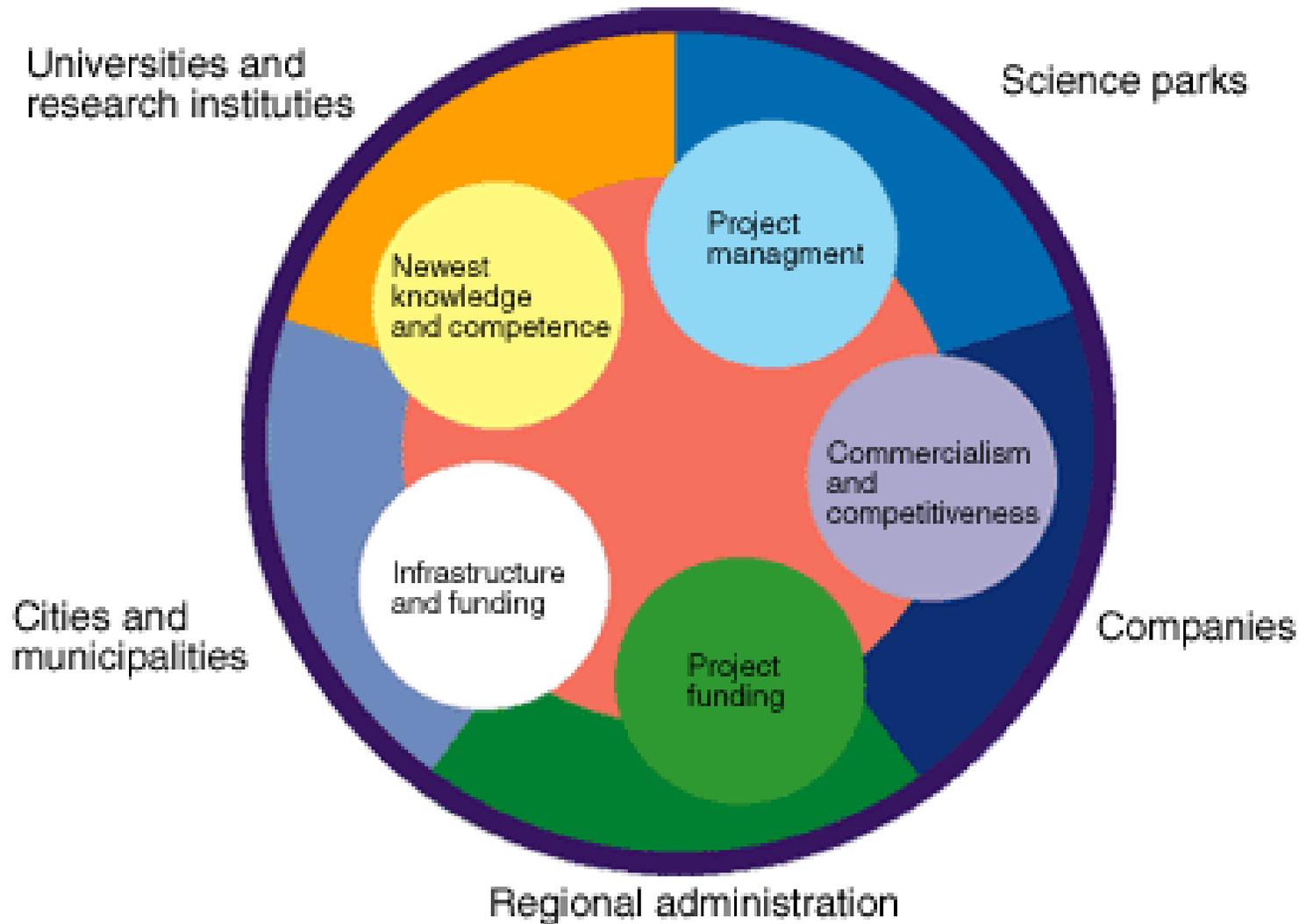


Fig. 5 – La rete dei cluster knowledge based e dei centri di competenza

Fig. 6 - Main partners within an “Innovation Platform” at the regional level



Un nuovo approccio nelle politiche della innovazione

Le politiche tradizionali della innovazione: spesa pubblica in R&S and sussidi pubblici alla R&S privata, domanda pubblica di prodotti e servizi innovativi, IPR per assicurare un potere di monopolio agli innovatori.

L'approccio della “governance” o del “coordinamento dinamico” alla economia della conoscenza indica invece nuovi strumenti:

- **creare nuovi nodi nelle reti della conoscenza**, come la creazione di spin-off innovative da imprese esistenti, il riconoscimento del ruolo particolare delle università come nuovo attore nelle reti di innovazione, la promozione della diversità e l'attrazione di nuove imprese, imprenditori e ricercatori,
- **creare i legami mancanti**, definendo **nuove procedure e organizzazioni** nelle relazioni tra gli attori locali. La creazione di **istituzioni ponte** e di infrastrutture soffici possono aumentare l'accessibilità e ridurre le distanze cognitive tra i nodi esistenti delle reti di innovazione.
- **promuovere i collegamenti internazionali**, in modo da evitare fenomeni di **chiusura** localistica e di **lock-in** delle imprese locali,
- **investire nelle risorse umane, nella formazione di base e nella formazione continua specialistica**, in modo da aumentare la **ricettività** alla nuova conoscenza,

• **promuovere il consenso e la costruzione di identità comuni**, definendo **progetti comuni di lunga durata** e una strategia di competitività comune. La creazione di istituzioni intermedie e del capitale sociale promuovono la disponibilità degli attori locali alla cooperazione.

• **accelerare i tempi del cambiamento**, riducendo i **costi di aggiustamento** (“switching costs”) determinati da cambiamenti rilevanti nell’organizzazione del lavoro, nelle tecniche produttive e nelle forme del coordinamento tra le imprese, in modo da **aumentare la flessibilità delle PMI** e dei cluster di imprese innovative.

• **definire ed adottare nuovi regolamenti**, che difendano interessi deboli e dispersi e determinino le condizioni per **aggregare nuovi bisogni latenti e una domanda individuale dispersa** (ad esempio: nei campi della sicurezza, assistenza e ambiente), in modo da **creare nuovi mercati** (“lead markets”) per prodotti e servizi innovativi.

Il sistema universitario romano può svolgere un ruolo cruciale nel sistema di innovazione dell'area romana, non come sommatoria di centri di ricerca in concorrenza tra loro, ma come comunità scientifica, composta da **nodi**, che hanno **competenze in campi disciplinari** molto vari, **interconnessi** tra loro e fortemente **inseriti in reti di ricerca a livello internazionale e nazionale**.