

cerca

[Ricerca avanzata](#)
i commenti

 I fatti, le idee e le opinioni del Denaro. **Entra...**
il giornale
- Visualizza prima pagina

- Agenda
- Affari nazionali
- Affari mediterranei
- Affari europei
- Affari internazionali
- Leggi & Fisco
- Campania
- Napoli
- Avellino
- Benevento
- Caserta
- Salerno
- Borsa & Risparmio

supplementi
Inseriti

- Soldi & Imprese
- Enti Locali & Cittadini
- Cultura
- Comunicazione/Marketing
- Viaggi & Turismo
- Motori
- Sanità mese
- Professioni *settimanale*
- Commercio & Logistica **NEW**
- Denaro Estate
- Spia al Diritto

Speciali

- Federfarma Napoli
- House Hospital Onlus
- Claii
- Vita di Club
- Speciale Api Napoli
- Unione Industriali Napoli
- Citthef

Arcipelago campano
commercio estero

 Notizie e strumenti per l'import e l'export
 - **Settembre 2004**
e-marketing

 Le interviste alle aziende di successo. Una guida al web marketing
 - **Ferrero: sapori, sorprese e regali da più generazioni**

Commenti

Ricerca, alle imprese non chiedete di più

di Marco Zigon

E' vero, le fortune dell'industria italiana — e segnatamente di quella meridionale — sono misurabili col metro della capacità di "innovare senza investire". Sta in questo requisito, il flessibile adattamento allo scopo, gran parte del miracolo italiano. L'inventiva degli italiani e dei meridionali è proverbiale. Abbiamo insegnato al mondo come introdurre migliorie nei processi di fabbricazione delle merci tali da conseguire un significativo incremento della produttività o una ragguardevole compressione dei costi. Siamo campioni a cambiare un tantino le funzioni o il design di un prodotto, per poi scovare nicchie di mercato in cui posizionarlo. "Ma di qui — dicono analisti ed osserbatori economici - a chiedere all'impresa italiana, e a quella del Sud in particolare, di impiegare risorse consistenti nella ricerca di alto profilo strategico, ne corre". L'Italia è ancora al primo posto, fra i Quindici Paesi dell'Unione, per quota di fatturato derivante da prodotti di nuova commercializzazione, ma all'undicesimo per numero di brevetti ad alta tecnologia per milione di abitanti. Un primato ormai poco invidiabile. Nel frattempo, comincia ad alitarci sul collo il fiato di Cina, Messico, India e Taiwan: alcuni fra i sistemi economici emergenti rispetto ai quali l'Italia ha perduto, tra il 1990 e il 2001 e in tredici settori produttivi, più di quattro punti di quote sul mercato mondiale. E quindi torniamo punto e a capo a stigmatizzare la scarsa propensione delle imprese per la ricerca e l'innovazione. Sono considerazioni che ormai fanno parte di un linguaggio comune, quasi un leit motiv caro ai mezzi di comunicazione. E tuttavia, chiedo: "E' possibile, è giusto, chiedere agli imprenditori di tutto, di più?" Provo a spiegare portando ad esempio il caso Getra, il gruppo di cui sono amministratore delegato. In azienda venti dipendenti su cento sono impegnati prioritariamente nella progettazione e nello sviluppo tecnologico. Il dato è rimarchevole: un quinto delle unità produttive impiegate nella ricerca è caso piuttosto raro nel panorama imprenditoriale del Sud. La propensione alla innovazione è testimoniata, ancora, da un progetto d'avanguardia che l'azienda persegue con Ansaldo Cris e Consorzio Create, da concludere a fine 2004. Si tratta di realizzare un prototipo di trasformatore elettrico che utilizza cavi superconduttori al posto di quelli attuali, per ottenere una riduzione dell'energia, oggi dissipata dal rame, che va dal 30 al 50 per cento. I trasformatori di nuova generazione, una volta installati sulla rete attualmente in esercizio, consentiranno di annullare il rischio di incendio e di dispersione nell'ambiente dell'attuale lubrificante: sono impianti che producono energia senza impiego di olio. Cosa ancora più importante, permetteranno il recupero di circa 2000 megawatt al fabbisogno nazionale: l'equivalente di tre centrali elettriche di media potenza, proprio quelle la cui realizzazione risulta dispendiosa e, per vari aspetti, improba.

Quale insegnamento possiamo trarre da questa esperienza? La ricerca scientifica — qui sta il punto decisivo - richiede sforzi e sacrifici rispetto ai quali non è possibile indovinare tempi e modi di recupero. I suoi benefici sono ben lunghi. L'iniziativa Getra-Ansaldo-Create, tanto per dare un po' di cifre, prevede un investimento economico variabile tra 1 miliardo e mezzo e 2 miliardi di vecchie lire. In risorse umane saranno messe in campo, per la sola quota Getra, di circa quindicimila ore/lavoro di ingegneri, tecnici di fabbricazione e tecnici di sala prova). A fronte di questo impegno certo, chi può giurare su tempi sicuri di introduzione dei nuovi trasformatori nella rete in esercizio?

Torniamo quindi alla domanda di partenza. Perché le imprese del Sud non "credono" nella ricerca? Per il motivo evidente che, alla dimensione medio-piccola della maggior parte delle aziende meridionali, non è tollerabile un livello di incognita e incertezza quale quello che comporta un progetto di ricerca applicata. Non è senza significato che la ricerca sia divenuta, nei Paesi avanzati, un settore il cui costo per unità di prodotto manifatturiero è mediamente quadruplicato rispetto a venticinque anni fa.

Il nodo è delicato, e non riguarda solo la nostra regione ma l'intero Mezzogiorno. La questione di come valorizzare il "petrolio" del Sud va al di là della volontà e, purtroppo, anche delle possibilità della sola classe imprenditoriale.

2-03-2004


[torna indietro](#)

[stampa](#)

[segnala questo articolo](#)