

Università e territorio

Dalla ricerca scientifica alla creazione d'impresa

Analisi e riflessioni su un possibile processo di "metamorfosi"



21 aprile 2008

di Giuseppe Di Dio

L'azione strategica delle università italiane ha vissuto di recente un intenso processo di rinnovamento specificamente incentrato sullo sviluppo di percorsi di innovazione e diversificazione. Esso è caratterizzato da un primario interesse al trasferimento dei risultati della ricerca scientifica nel sistema economico e sociale. Seguendo tale direzione anche l'Ateneo di Catania sta sviluppando, attraverso l'*Industrial Liaison Office*, una serie di progetti finalizzati al trasferimento e alla valorizzazione economica della ricerca.



Il trasferimento tecnologico e la creazione di aziende ad alto contenuto di innovazione richiedono una lettura adeguata della dinamica dei processi che portano la ricerca scientifica a definire un'idea imprenditoriale che si può concretizzare, attraverso un percorso appropriato, in un sistema aziendale. Tale analisi deve essere supportata e preceduta da un'attenta identificazione delle criticità e delle diverse fasi di sviluppo per la configurazione di modelli organizzativi e gestionali propri delle aziende. Configurazioni che andrebbero formalizzate nella fase progettuale esplicitazione chiara e concreta dei risultati propri della ricerca scientifica, definizione dell'idea imprenditoriale, predisposizione del *business plan*, sviluppo di competenze manageriali e successivamente realizzate nella fase di creazione dell'impresa, con l'eventuale sviluppo e rivisitazione nella fase di *start up*.

Le principali problematiche, che da tempo sono all'attenzione del mondo scientifico internazionale, riguardano la dinamica, complessa e fortemente instabile, degli *intangibile assets* con riferimento al capitale intellettuale, al capitale umano e al capitale relazionale, che originano conoscenza tacita e/o esplicita. Tale dinamica, con tutti i suoi

effetti e la complessità delle sue interazioni, va inquadrata all'interno di una sistema di forze economiche ed energie caratterizzanti, che è espressione di quel organismo "vivente" chiamato azienda. La predisposizione delle combinazioni produttive d'azienda richiede un'attenta analisi delle relazioni sistemiche tra risorse, processi (manageriali, di apprendimento, decisionali) e risultati.



La trasformazione dei "frutti" della ricerca scientifica in un istituto economico "atto a perdurare" (l'azienda appunto), tramite *spin-off* universitari e/o accademici, incubatori d'impresa, ecc. specifica un processo di metamorfosi ad elevata complessità: dalla ricerca all'innovazione, dalle azioni di sviluppo (prototipazione industriale) alla realizzazione del prodotto. Tale processo si concretizza in impresa quando, verificata l'esistenza della fattibilità tecnica ed economica, il prodotto, originato dalla ricerca scientifica, incontra il mercato per soddisfare un bisogno. La modellizzazione di tali processi permette di analizzare le relazioni tra fattori produttivi e modelli di *business*, sviluppo del capitale intellettuale e dinamica competitiva, misurabilità e controllo di *key-driver* strategici. Attraverso la suddetta modellizzazione si ha la possibilità di identificare le correlazioni tra variabili di *business* strategicamente determinanti e di generalizzare e trasferire i processi qualificanti lo sviluppo di imprese tramite la valorizzazione economica dei risultati della ricerca. Un esempio di successo, diffuso soprattutto nei paesi angloamericani, è quello delle *junior consultant: spin-off* nel settore della consulenza (creati in diversi ambiti: manageriale, tecnologico, informatico, ambientale, ecc.) nati da una efficace interazione tra gli studenti e i ricercatori attraverso una valida condivisione di idee, di progetti di ricerca e di cultura imprenditoriale.

La creazione di un'impresa richiede, dunque, un forte investimento nella configurazione di modelli gestionali appropriati attraverso l'ausilio di strumenti e tecniche propri dell'economia aziendale: sistemi di programmazione e controllo, modelli organizzativi, sistemi per il trasferimento e valorizzazione della conoscenza, *networking*, sistemi informativi per le decisioni.

Il ruolo dell'azienda nelle sue specifiche estensioni di carattere sociale, economico, politico e competitivo, ha subito, negli ultimi anni, una profonda "crisi" concettuale. La costante ricerca del benessere individuale e collettivo conduce l'uomo a tracciare dei percorsi di sviluppo e di crescita sociale, avvalendosi di mezzi, tra cui l'azienda, per il raggiungimento dei propri fini. Il rapporto tra uomo ed azienda è, principalmente, un rapporto di reciproca dipendenza, caratterizzato da complesse interazioni e da molteplici contraddizioni. La reciproca dipendenza, come condizione di pura esistenza dell'istituto economico, individua un sottile equilibrio dinamico, che vede nel rapporto mezzi - fini e nell'analisi costi - benefici la legittimazione sociale dell'istituto medesimo.



L'azienda quale "strumento dell'umano operare in campo economico", creata per la soddisfazione dei bisogni umani in una società in cui vige la condizione ineliminabile della scarsità delle risorse, è una invenzione dell'uomo che genera innovazione, la quale si traduce in progresso quando si rispettano le condizioni etiche condivise a livello sociale.

La duplice connotazione dell'istituto aziendale evidenzia alcuni fattori della sua eterogenea identità: il ruolo sociale dell'istituto, creatore di beni e servizi per il soddisfacimento dei bisogni umani; il ruolo economico dello stesso, creatore di ricchezza per l'acquisizione, tramite lo scambio, dei suddetti beni e servizi; il rapporto tra le risorse

e i risultati, come legame imprescindibile tra la socialità e l'economicità dell'istituto.

Ma come tutti gli organismi che godono di vita propria anche l'azienda è una struttura sistemica complessa e dinamica, per cui il percorso di trasformazione dei risultati della ricerca scientifica in impresa non può prescindere da un adeguato supporto consulenziale, da una precisa formalizzazione del piano di impresa e dallo sviluppo di un'adeguata cultura imprenditoriale; per affrontare nel migliore dei modi la complessità del mercato: universo instabile di relazioni dinamiche, di tendenze, di contraddizioni, di mondi latenti e mutevoli caratterizzazioni, espressione manifesta di processi di socializzazione delle coscienze umane.

[Credits](#)