

Andrea Granelli: **L'INDUSTRIA INNOVATIVA CRESCE OLTRE LA TECNOLOGIA**

Per rilanciare l'innovazione nel nostro paese bisogna uscire dall'arido dibattito sul declino dell'Italia e identificare i punti di forza tuttora presenti, verificandone la coerenza con gli ingredienti necessari per competere nella prossima società post-industriale.

L'Italia non ha mai smesso di innovare e ciò è testimoniato dalla sua storia, ricca di invenzioni – spesso non stupefacenti, ma che hanno risolto e continuano a risolvere i problemi del nostro vivere quotidiano. È da questa storia che bisogna partire per rilanciare l'innovazione vista non solo come scoperta tecnologica, ma come processo che coinvolge fattori umani, culturali e sociali.

Il compito di innovare non è più solo dei ricercatori che lavorano nei laboratori: è un fatto corale dove ciascuno deve giocare la sua parte. Si è esaurita la mitologia dell'inventore-scienziato pazzo, che si crogiola nel suo beato solipsismo. L'economia post-industriale premia la leggerezza del virtuale, la personalizzazione, la capacità di integrare componenti altamente differenziati e di dominare la complessità. Richiede inoltre di convivere con una imprevedibilità strutturale. Innovare oggi richiede una lettura continua dei segnali del mercato e la capacità di mettere insieme in maniera creativa e proficua ingredienti sempre più diversificati, costruendo esperienze. L'importante non è più solo dove si produce, ma anche dove e come si fruisce.

Non basta rendere disponibile alla società una tecnologia. Bisogna che la gente la digerisca culturalmente e la faccia propria, attribuendole un senso comprensibile. Una celebre analisi fatta da Scott Cook sfata per esempio l'efficacia immediata dell'invenzione di Gutenberg. I reali benefici avvennero solo diversi secoli dopo la scoperta, quando più invenzioni si composero insieme per ripensare all'intero processo.

L'innovazione che nasce in quanto abilitata da nuove tecnologie spesso rimane nei laboratori. Con la proliferazione delle tecnologie, la vera innovazione deve partire dal mercato; è infatti sempre meno un fenomeno elitario. Per questi motivi anche il linguaggio per descrivere l'innovazione deve uscire dalle pareti anguste del linguaggio tecnico – sia esso economico o scientifico – e aprirsi alle contaminazioni multidisciplinari. Innovazione vuol dire credere nel futuro, e non si può credere nel futuro se non si ha piena consapevolezza del passato. Diceva Fernand Braudel: «Essere stati è una condizione per essere».

L'innovazione è stata continua, e in moltissimi campi; l'inventiva italiana si è esplicitata risolvendo problemi più che inventando formule e teoremi, ha sempre fatto di necessità virtù, inoltre ha spesso costruito il nuovo integrando sistemi più che inventando singoli componenti e questa caratteristica permane oggi nel tessuto delle Pmi. Questa inventiva non si è mai interrotta, anche se, alle volte, scorreva sottoterra e poi riemergeva

inaspettata. È sufficiente evocare alcuni nomi come Fibonacci, Torricelli, Castelli, Galvani, Spallanzani, Volta, Avogadro, Meucci, Pacinotti, per avere subito un'idea del nostro contributo alle scienze. Nell'antichità l'Italia fu una grandissima fucina di innovazione. Anche nel Medioevo, il nostro paese diede contributi nella medicina, nella matematica, nella musica, nella finanza, nei sistemi di produzione e nella strumentazione (dalla bussola agli occhiali).

Nei secoli successivi la storia delle invenzioni è continuata a fasi alterne fino ai recenti premi Nobel italiani: Giulio Natta, Emilio Segré, Salvator Luria, Renato Dulbecco, Rita Levi Montalcini, Carlo Rubbia e Riccardo Giacconi. Fra le molte invenzioni curiose, ma che hanno cambiato il nostro modo di vivere, possiamo ricordare l'istituto della banca (Banco di S. Giorgio a Genova), il brevetto, la burocrazia moderna (ad opera di Federico II), le guide turistiche (il primo itinerario per i pellegrini di Roma per la visita delle catacombe, risale alla metà del VII secolo dopo Cristo).

L'innovazione, più che assente, è quindi rimasta spesso nascosta e sparpagliata, oppure non è stata intercettata dalle metriche correnti. Ad esempio il numero di brevetti registrati o di pubblicazioni scientifiche colgono solo un aspetto dell'innovazione. Società di chiaro successo con una forte matrice tecnologica – TIM, Omnitel/Vodafone ma anche Ferrari, possiedono pochissimi brevetti ma la loro leadership è indiscussa; non sta quindi lì il loro vantaggio competitivo.

Comunque il grande problema oggi non è la scarsa preparazione scientifica quanto la mancanza generalizzata di fiducia che gli italiani hanno nelle loro capacità, la carenza di energia morale e lo schiacciamento delle nuove generazioni sul presente, che impedisce sia la costruzione di ambiziosi progetti per il futuro sia il poter attingere dalla grande miniera del passato.

Il Sole24Ore, 23 luglio 2005