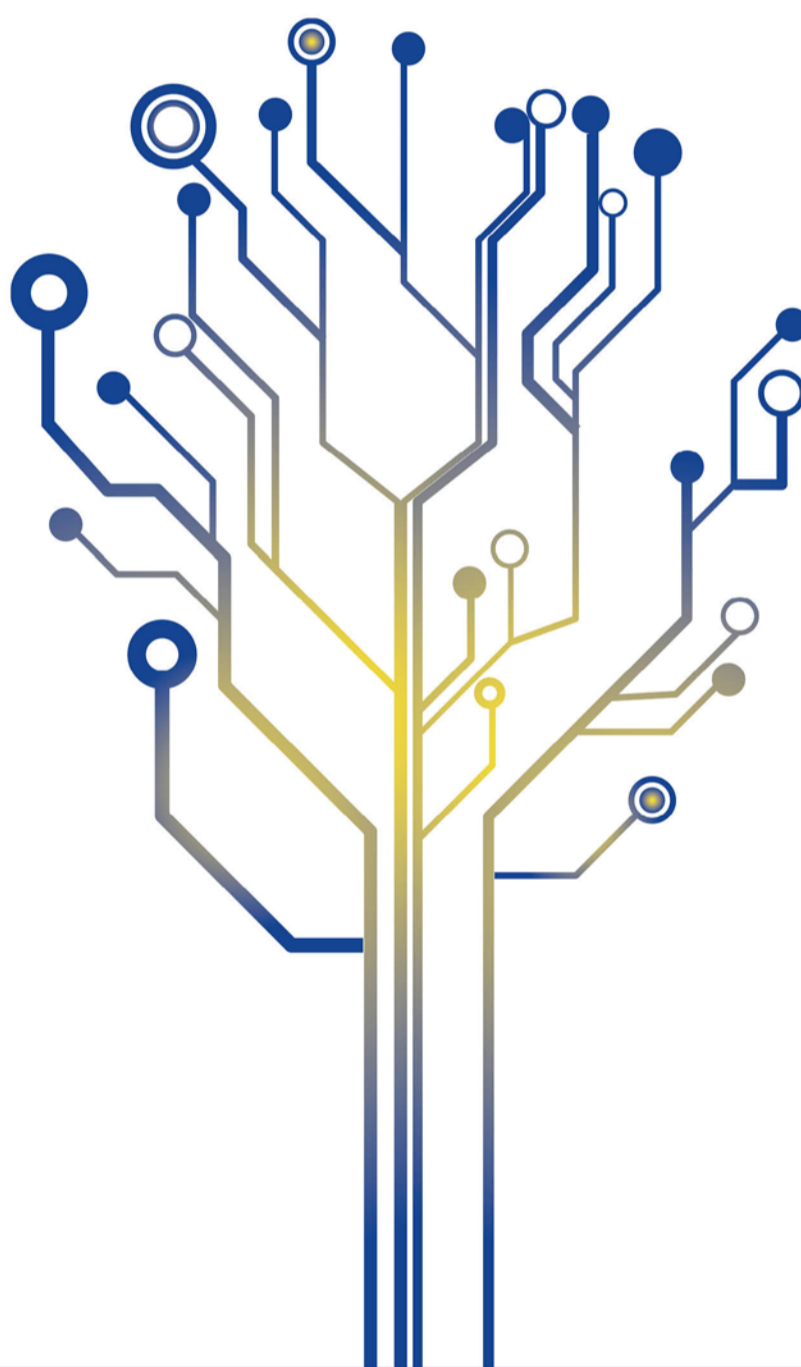


# L'innovazione e lo sviluppo in Europa

A.A. V.V.

A cura di Guglielmo Trupiano



COLLANA EUROPAROLE





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI NAPOLI FEDERICO II

ISBN 9788863211535

© Copyright 2016 Edicampus edizioni – Roma – [www.edicampus-edizioni.it](http://www.edicampus-edizioni.it)

Edicampus è un marchio Pioda Imaging s.r.l. – [www.pioda.it](http://www.pioda.it)

La traduzione, l'adattamento totale o parziale, la riproduzione con qualsiasi mezzo, nonché la memorizzazione elettronica, sono riservate per tutti i Paesi.

Progetto grafico e impaginazione:

Pioda Imaging

Le opinioni espresse in questa pubblicazione sono esclusivamente quelle degli autori.

La Commissione non è responsabile dell'eventuale utilizzo delle informazioni contenute in tale pubblicazione.

Questa pubblicazione è realizzata con il contributo dell'Unione europea.

# Sommario

Innovare per l'Europa

*di Guglielmo Trupiano*

Geografia della Innovazione: il rapporto tra innovazione e territorio in UE

*di Stefano de Falco*

Le politiche per l'innovazione nell'UE: Focus su Manufacturing e Social Innovation

*di Mariarosalba Angrisani*

I sistemi di Innovazione in Europa.  
Una prospettiva meso-sistemica

*di Eva Panetti*

Il ruolo dell'innovazione nelle politiche culturali dell'UE

*di Anna Elvira Arnò*

Influenza, innovazione, consumo e civic engagement nell'ottica europea: spunti di riflessione

*di Mariano Bonavolontà*

Short Bio

# Innovare per l'Europa

di Guglielmo Trupiano

Questo volume nasce nell'ambito delle attività tematiche del Centro Europe Direct LUPT dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, con particolare riferimento alle azioni strategiche e multidisciplinari relative alla tematica dell'Innovazione.

Grazie alla partnership del Centro "Raffaele d'Ambrosio" con l'Associazione Italiana di Cultura del Trasferimento Tecnologico e che ha dato vita al CeRITT - Centro di Ricerca per l'Innovazione ed il Trasferimento Tecnologico, il Centro Europe Direct LUPT dell'Ateneo federiciano ha avuto la possibilità di dotarsi di competenze specialistiche per affrontare il complesso tema dell'innovazione.

Se l'Innovazione è un tematismo la cui centralità è acclarata non solo a livello di letteratura scientifica di settore, bensì soprattutto a livello politico sia sul piano nazionale che europeo, spesso l'innovazione rimane un riferimento privo di contenuti, dando corso alla retorica delle dichiarazioni di intenti spesso paradossalmente prive proprio di carattere innovativo.

In diverse occasioni, i vertici europei hanno posto l'accento sulla necessità di promuovere l'innovazione attraverso interventi strutturali, dotandosi di strumenti finanziari diretti ed indiretti e continuando sulla scia delle programmazioni storiche per l'UE, con un rinnovato e semplificato «Orizzonte 2020», che sostituisce l'antesignano Settimo Programma Quadro, sviluppando bacini di convergenza per i fondi per l'innovazione, come i numerosi programmi operativi finanziari dedicati alle start up, all'innovazione nell'impresa ed abbracciando anche ambiti solitamente esclusi dall'innovazione, com'è il caso della cultura, grazie alla nuova forma acquisita da Creative Europe.

Questo ampio ventaglio di strumenti finanziari rispecchia un indubbio *commitment* degli organismi europei per l'Innovazione, che scaturisce dalla sempre più pressante consapevolezza che l'Europa debba mirare all'incremento strutturale nonché strategico del carattere innovativo del proprio tessuto imprenditoriale, sociale ed anche culturale per affrontare le odierne sfide di un'economia, di una finanza e di una società sempre più interconnesse, complesse e soggette ad un costante ed elevato tasso di mutamento.

Il saliente di innovazione e la capacità innovativa europee sono in indubbio ritardo. Secondo l'Innovation Union Scoreboard 2011<sup>1</sup>, la performance complessiva di EU27 è al quarto posto dopo gli Stati Uniti, il Giappone e la Corea.

La caratteristica principale dell'innovazione è la sua poliedricità. Come termine, "innovazione" può riferirsi ad innovazioni di processo, di prodotto, di servizi; l'innovazione

<sup>1</sup> European Commission, *Innovation Union, A pocket guide on a Europe 2020 initiative*, scaricabile al seguente sito: <http://bookshop.europa.eu/en/innovation-union-pbK13213062/>

pervade praticamente tutti gli ambiti della vita quotidiana: industria, economia, cultura, arte, medicina, trasporti, comunicazione.

Si pensi alla questione relativa alla valutazione della ricerca scientifica e della produttività scientifica del singolo ricercatore, alle problematiche legate all'effettiva necessità di prossimità tra Università e imprese per un adeguato ed efficace trasferimento tecnologico, al mai superato modello della tripla elica ed al concetto di *exploitation university*<sup>2</sup>. L'Innovazione è dunque un meta-concetto dai difficili contorni e come tale tuttavia possiede un valore aggiunto: esso si va ad innestare perfettamente nell'attuale paradigma della complessità<sup>3</sup>, nel quale il pensiero olistico e sistemico sono chiavi multivariabili utili per l'interpretazione e l'adattamento di ciascuna organizzazione alla variabilità del reale.

Tra le righe del documento «Research and Innovation performance in Italy – country profile 2014»<sup>4</sup>, per quanto ci riguarda come “Sistema Italia”, vi sono alcuni punti di riflessione di particolare interesse per il mondo dell'innovazione. Il Report evidenzia che carenze strutturali, una popolazione con un'educazione terziaria ancora insufficiente, una conclamata incapacità nel frenare il *brain drain*, un continuo calo con progressivo invecchiamento del corpo docente ed una burocrazia pervasiva, sono alcune delle caratteristiche negative del sistema competitivo italiano e che rappresentano altrettanti elementi ostativi e frenanti nello sviluppo dell'innovazione.

A fronte di ciò, le PMI sembrano, a detta del Report, reggere bene gli impulsi alle necessarie innovazioni anche se la strutturazione del comparto industriale risente della precipua conformazione imprenditoriale italiana di atomizzazione delle imprese, le cui dimensioni (spesso piccolissime) e modalità di gestione (spesso familiari), creano un contesto non facile per l'innovazione, né un “humus” ad essa favorevole.

L'Italia è particolarmente attiva nel *fundraising* europeo in relazione al campo dell'innovazione, specialmente sul fronte dei finanziamenti diretti; tuttavia, questo dato è fortemente inficiato dalla cronica inefficienza ed inefficacia di spesa dei fondi strutturali, riconosciuta a livello europeo e fonte di una dispersione di risorse economiche di cui le Regioni in “sottospesa” avrebbero estrema necessità per la strutturazione di sistemi integrati di sviluppo e di innovazioni materiali ed immateriali.

Tuttavia è errato confinare il concetto di innovazione in uno sfondo solamente tecnologico. Le attività di livello urbano legate alla *social innovation*, il *mix* tra immateriale e materiale insito nel fenomeno delle *smart cities*, le innovazioni strutturali e funzionali nelle organizzazioni (come le attuali tendenze alla *lean organisation*)<sup>5</sup> e le loro relazioni con il contesto di riferimento dimostrano come l'innovazione può attecchire e prendere corpo in ambiti più disparati.

2 Sulla tematica del trasferimento della conoscenza al territorio è possibile consultare anche Trupiano, G. (2012), “Progetto SURE, valorizzazione dei risultati e trasferimento della conoscenza al territorio”, in Trupiano, G. (2012), *Progetto SURE e trasferimento della conoscenza al territorio*, Giannini, Napoli

3 Si veda, almeno, Morin, E. (1993), *Introduzione al pensiero complesso. Gli strumenti per affrontare la sfida della complessità*, Sperling & Kupfer, Milano

4 European Commission, *Research and Innovation Performance in Italy – Country Profile* [http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2014/iuc\\_progress\\_report\\_2014.pdf](http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2014/iuc_progress_report_2014.pdf)

5 Si veda, a tal proposito, Drucker P.F. (2003), *Il management della società prossima ventura*, ETAS, Milano

Un esempio di politica innovativa nel campo della città è sicuramente rappresentata dalla nuova Politica di Coesione, importantissima leva programmatica, sistemica e finanziaria dell'Unione europea per la gestione del proprio territorio e per raggiungere livelli omogenei tra le diverse Regioni d'Europa, con una conseguente diminuzione delle disparità territoriali.

Tra gli aspetti innovativi di questo dispositivo compare lo strumento dell'ITI – Investimenti Territoriali Integrati<sup>6</sup> - che dimostra l'attenzione all'analisi multifattoriale e multivariata da parte dell'Unione europea rispetto alle problematiche territoriali, con particolare riferimento ad un'innovazione di processo, strategica e programmatica in quanto l'ITI

*«consente agli Stati membri di implementare programmi operativi in modo trasversale e di attingere a fondi provenienti da diversi assi prioritari di uno o più programmi operativi per assicurare l'implementazione di una strategia integrata per un territorio specifico. Come tale, l'esistenza dell'ITI fornisce flessibilità agli Stati membri per quanto concerne la progettazione di programmi operativi e consente l'implementazione efficiente di azioni integrate mediante un finanziamento semplificato»<sup>7</sup>*

Sfruttando gli aspetti sinergici nel quadro di una specifica strategia territoriale integrata e complessiva, lo strumento dell'ITI rappresenta la risposta istituzionale della Commissione alla necessità di disporre di modalità di intervento agevoli e flessibili e soprattutto meno ingabbiate nel contesto istituzionale nazionale di riferimento. Attraverso l'ITI, infatti, si ha la possibilità di giungere ad una strategia integrata ed efficiente per un dato territorio, potendo drenare risorse finanziarie da diversi programmi o assi prioritari, riconducendole ad un disegno unitario, organico e coerente.

L'innovazione di processo e di management nella configurazione della nuova Politica di Coesione si completa, secondo questi vettori, con un'altra novità di territorial management: lo sviluppo locale di tipo partecipativo<sup>8</sup>. Quest'ultimo (in acronimo tecnico inglese CLLD) è frutto di una lunga serie di approcci partecipativi dell'UE sviluppatisi negli anni e chiama a sé le odierne ed innovative metodologie di pianificazione *bottom-up* che sul fronte istituzionale impongono un necessario adeguamento di *policy* e di *framework* alle nuove tendenze nella pratica della pianificazione urbana e sul fronte socioculturale rispondono alle nuove forme di cittadinanza attiva la quale, a sua volta, è fortemente avvertita ed incentivata dall'UE stessa<sup>9</sup>. Lo sviluppo locale di tipo partecipativo è definito come

*«uno strumento specifico da utilizzare a livello subregionale unitamente ad altre misure di sostegno allo sviluppo a livello locale. Tale strumento può mobilitare e coinvolgere le organizzazioni e le comunità locali affinché contribuiscano al conseguimento degli obiettivi della Strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, alla promozione della coesione territoriale e al raggiungimento di obiettivi politici specifici»<sup>10</sup>.*

6 [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/informat/2014/iti\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/iti_it.pdf)

7 lvi

8 [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/informat/2014/community\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/community_it.pdf)

9 Si veda, ad esempio, il programma della Commissione europea "Europe for citizens" [http://eacea.ec.europa.eu/europe-for-citizens\\_en](http://eacea.ec.europa.eu/europe-for-citizens_en)

10 In [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/informat/2014/community\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/community_it.pdf)

Al di là di approfondimenti di natura politica ed istituzionalistica, questi due strumenti, che si incardinano all'interno di un *framework* istituzionale e finanziario piuttosto statico (proprio perché dall'imponente dotazione finanziaria), sono la prova della necessità di adottare, anche in sedi tradizionali e poco propense all'innovazione di scopo, approcci innovativi, denotando come l'innovazione espanda i propri effetti e ricadute in notevoli ambiti di riferimento e di applicazione. In questo volume il Centro Europe Direct LUPT dell'Ateneo federiciano ha tentato di approfondire alcuni aspetti chiave dell'innovazione; quest'ultima è affrontata dal punto di vista geografico/territoriale, istituzionale/settoriale, sistemico, culturale/programmatico e sociale/comunicativo.

I diversi contributi, sono legati fra loro da un fil rouge: la consapevolezza di prendere in considerazione le attuali dinamiche globali, superando dunque una prospettiva puramente nazionale ed andando oltre anche quelli che sono gli stessi confini europei, proponendosi a pieno titolo nella prospettiva ed all'interno della dimensione di un mondo globalizzato che appare sempre più bisognoso di innovazione<sup>11</sup>.

Secondo Rifkin:

*«Il compito principale che ci attende è mettere il capitale pubblico, il capitale privato e soprattutto il capitale sociale dell'umanità al servizio della missione di far transitare il mondo verso un'economia della Terza rivoluzione industriale e un'era post-carbonio.*

*Una trasformazione di tale portata richiederà un concomitante passaggio alla coscienza biosferica. Solo quando cominceremo a pensarci come una estesa famiglia globale, che non include solo la nostra specie ma anche tutti i nostri compagni nel cammino evolutivo della terra, saremo in grado di salvare la nostra comune biosfera e rinnovare il pianeta per le future generazioni»<sup>12</sup>.*

Ecco dunque spiegato (e legittimato) il bisogno condiviso di innovazione, la necessità che la comunità planetaria rinnovi se stessa per rinnovare il mondo. Un futuro sostenibile è quello in cui un processo di innovazione continua, incentrato su un nuovo modello di uso delle risorse e sul superamento dell'uso intensivo dei combustibili fossili, abbia come obiettivo strategico una rinnovata alleanza fra uomo e natura ed una reale solidarietà fra la nostra generazione e quelle future, a cui abbiamo l'obbligo (ed anche la "missione storica") di consegnare un pianeta vivibile, ospitale, bello.

L'innovazione rappresenta e rappresenterà la vera forza motrice di questo cambiamento di natura a carattere epocale.

11 Si vedano a questo proposito Rifkin J. (2011), *La Terza Rivoluzione Industriale. Come il "potere laterale" sta trasformando l'energia, l'economia, il mondo*, Mondadori, Milano; Rifkin J. (2014), *La società a costo marginale zero. L'internet delle cose, l'ascesa del «commons» collaborativo e l'eclissi del capitalismo*, Mondadori, Milano

12 Rifkin J. (2011), già citato, p. 306

# Geografia della Innovazione: il rapporto tra innovazione e territorio in UE

*di Stefano de Falco*

## **Abstract**

Global competition is strengthening more and more the paradigm of knowledge-based economy, on which it is based on the European strategy, and such a scenario has opened up a scientific debate on the theme of dualism between technological development and the role of geographical proximity.

The initial theory, than denied by many authors, that had characterized the debate, concerned the possible decline of the importance of geographical proximity in an era characterized by the wide availability of technologies for transmitting and sharing data. However, if the proposition that the transmission of information is now characterized by a low marginal cost, is true, the same condition will not be reached in the transmission of knowledge, especially with reference to what the taxonomy of innovation ranks as “tacit knowledge”, where the marginal cost is increasing with increasing distance. Therefore it is evident the relevance of the geographical proximity and the role that the location factors in innovation processes take on the territory.

In this work an analysis on this subject is proposed.



## 1. Introduzione.

La competizione globale sta rafforzando sempre di più il paradigma di un'economia basata sulla conoscenza, su cui è basata la strategia europea, e tale scenario ha aperto un dibattito scientifico intorno al tema del dualismo tra sviluppo tecnologico e ruolo della prossimità geografica.

Le tesi di partenza, poi alla fine negate, che avevano caratterizzato il dibattito riguardavano la possibile decrescita di importanza della prossimità geografica in un'epoca caratterizzata dalla ampia disponibilità di tecnologie di trasmissione e condivisione. Tuttavia se risulta vero lo statement che la trasmissione dell'informazione risulta ormai caratterizzata da un basso costo marginale, tale condizione non risulta verificata nella trasmissione della conoscenza, soprattutto con riferimento a quella che la tassonomia della innovazione classifica come "conoscenza tacita", dove il costo marginale risulta crescente al crescere della distanza. Pertanto risulta evidente l'attualità della prossimità geografica ed il ruolo che i fattori di localizzazione assumono nei processi di innovazione del territorio.

## 2. Aspetti geopolitici e geoeconomici delle politiche d'innovazione in UE

La letteratura economica è concorde nell'affermare che la ricerca e l'innovazione sono uno dei principali motori dello sviluppo economico.

La capacità di un sistema economico di sfruttare le nuove tecnologie e di adattarsi ad un ambiente tecnologico in rapida trasformazione viene considerata essenziale per assicurare ai cittadini prospettive di miglioramento dello standard di vita e di prosperità.

I canali attraverso i quali l'innovazione è legata alla crescita economica sono molteplici e non lineari. Un economista che ha influenzato significativamente il dibattito sul rapporto tra economia e tecnologia, Joseph Schumpeter, ha operato una distinzione tra crescita e sviluppo: con il primo termine si intende un processo graduale di espansione produttiva basato su beni e tecnologie preesistenti, mentre lo sviluppo economico prevede un processo di "distruzione creatrice" che si manifesta con l'introduzione sul mercato di nuovi prodotti e processi produttivi. Il problema della crescita economica viene affrontato in maniera differenziata a seconda che si analizzino i paesi più sviluppati o quelli in via di sviluppo.

Nelle ultime decadi del XX secolo il divario in termini di crescita e di sviluppo tra i primi ed i secondi è andato complessivamente ampliandosi, con il fallimento dei paesi latinoamericani e con il peggioramento della situazione di quelli africani. Diverso è stato il caso delle "Tigri asiatiche" (Corea, Taiwan, Malesia, Singapore, Hong Kong) che hanno saputo adottare e sviluppare le nuove tecnologie ed hanno conosciuto tassi di crescita estremamente elevati, come pure della Cina e dell'India, che sono diventati temibili competitori dei paesi più sviluppati non soltanto per i bassi costi e la scarsa tutela del lavoro, ma anche in virtù di un accelerato progresso tecnologico (nel 2004 la Cina spendeva per R&S l'1,3% del PIL, percentuale superiore a quella italiana, dell'1,1%).

Un filone di analisi che si è andato affermando negli anni più recenti riguarda i sistemi nazionali di innovazione, intendendo con ciò la rete di istituzioni nel settore pubblico e privato le cui attività e interazioni generano, importano, modificano e diffondono nuove tecnologie e conoscenze. Il concetto di sistema nazionale di innovazione si collega alle teorie evolutive della crescita, che annettono particolare importanza ad alcuni fattori, come “l'apprendimento attraverso il fare” (learning by doing), l'interazione tra vari soggetti, le innovazioni incrementali, che caratterizzano l'innovazione come un fenomeno creativo diffuso nell'intero tessuto produttivo in sinergia con quello scientifico, tecnologico, finanziario ed istituzionale.

Dal confronto tra i sistemi dei paesi più sviluppati e quelli dei paesi in via di sviluppo emergono profonde differenze qualitative e quantitative tra i vari elementi costitutivi: la R&S, il tipo di coinvolgimento delle imprese nelle attività innovative, l'efficacia e l'estensione del sistema educativo, le modalità di interazione tra agenti economici e tra questi e le istituzioni pubbliche, le imprese multinazionali ed il loro ruolo nel sistema economico. Nel caso dei paesi in via di sviluppo, cui anche l'UE ora si rivolge attraverso i suoi numerosi programmi specifici, la debolezza degli attori e la frammentarietà delle interazioni tra di essi mettono addirittura in discussione la stessa applicabilità del concetto di sistema nazionale di innovazione.

Un vasto numero di studi empirici a livello di singola impresa, di settore economico, di intera economia nazionale ha mostrato che l'attività di ricerca genera un impatto positivo sul valore aggiunto e sull'aumento della produttività. In alcuni paesi il tasso di ritorno dell'investimento in R&S a livello di singola impresa, che oscilla tra il 20% ed il 30%, è più che doppio di quello in macchinari e attrezzature. Il tasso di ritorno varia sensibilmente tra innovazioni di prodotto (20-30%) e di processo (58-76%).

Ma il vantaggio per l'intera società è ancora più elevato, giacché la singola innovazione si diffonde in tutto il sistema sociale ed economico (si pensi ai profitti generati dal sistema Windows della società Microsoft ed al suo valore per l'intera economia mondiale).

Il dibattito teorico in sede di politiche pubbliche si è sviluppato non soltanto sulla necessità di interventi pubblici tesi a sostenere e a promuovere l'innovazione tecnologica, ma anche a creare le condizioni di contesto economico più favorevoli alla diffusione delle nuove tecnologie.

Alcuni studi hanno posto l'attenzione sui diversi gradi di rigidità e di flessibilità dei mercati del lavoro dei vari paesi che possono ostacolare o favorire l'introduzione dell'innovazione, con il modello statunitense, da un lato, caratterizzato da elevata flessibilità e disponibilità al cambiamento, da minori garanzie per i lavoratori e da un maggiore potenziale di esclusione sociale per coloro che sono espulsi dal mondo del lavoro e, dall'altro, quello di grandi paesi europei e del Giappone che, in un contesto di welfare state, conferisce maggiore stabilità d'impiego e protezione sociale ma ha maggiori caratteristiche di rigidità che possono non agevolare i mutamenti richiesti dal nuovo e più dinamico contesto economico-tecnologico. Altri autori ritengono tuttavia che sia riduttivo attribuire la scarsa crescita dei paesi europei, nell'ultimo decennio del XX secolo, alle rigidità del mercato del lavoro ed ai suoi supposti effetti di freno allo sviluppo ed all'adozione delle nuove tecnologie.

La crescente importanza dell'innovazione tecnologica nella competitività delle imprese ha imposto alla politica economica di occuparsi in misura sempre maggiore della tecnologia e dei temi ad essa connessi.

Ciò è avvenuto in primo luogo attraverso le classiche politiche di sostegno degli investimenti (contributi ed esenzioni fiscali), indirizzandoli verso un maggior contenuto di innovazione (ad esempio le macchine utensili a controllo numerico ed i robot nei primi anni '80).

Tuttavia, a partire dagli anni '90 i governi europei e la stessa Commissione si sono resi conto della debolezza di tale impostazione, che privilegia le innovazioni di tipo incrementale, a scapito di quelle di tipo radicale, e hanno adottato una vasta gamma di strumenti che hanno di fatto saldato le tradizionali politiche industriali (e cioè le politiche a favore delle imprese) con la politica scientifica (e cioè la politica a favore della ricerca pubblica di base) e che sono oggi genericamente identificati con il termine "politica per l'innovazione".

Si tratta di interventi pubblici che agevolano soprattutto il trasferimento della tecnologia dalle istituzioni scientifiche ai potenziali utilizzatori del sapere: le imprese. Queste ultime trasformano le conoscenze scientifiche in innovazioni, cioè in applicazioni che possono essere industrializzate e vendute sul mercato.

Il nuovo approccio della politica per l'innovazione cerca pertanto di non separare la sua componente scientifica (legata alla ricerca pubblica) da quella più propriamente tecnologica (e quindi più vicina allo sviluppo industriale e alle imprese), separazione tipica del cosiddetto "modello lineare di innovazione". Questo modello prevede fasi successive, separate e consequenziali del processo innovativo: è sufficiente investire in ricerca scientifica di base, per far aumentare il livello del sapere e della conoscenza nel sistema economico e ottenere, come risultato finale, quelle innovazioni che fanno progredire il sistema e garantiscono il vantaggio competitivo delle imprese. La politica economica che derivava da questo modello era molto semplice: investire nella scienza presente nelle università e raccogliere i frutti economici dalle innovazioni sviluppate nelle imprese.

Tale visione di relazioni dirette e causali tra scienza, tecnologia e innovazione è oggi fortemente criticata ed è ormai stata sostituita da modelli interattivi in cui l'innovazione è in realtà il risultato di una interrelazione molto stretta e multidirezionale tra scienza, tecnologia, economia e società. Non basta aver creato conoscenze dentro le Università, ma occorre anche un trasferimento delle stesse nel sistema economico; inoltre, occorre che le istituzioni pubbliche (infrastrutture tecnologiche, scuola, formazione, sistema giuridico e proprietà intellettuale, ecc.) e i mercati (mercato del lavoro, mercato del capitale, ecc.) siano compatibili con il processo innovativo e non ne ostacolino invece lo sviluppo.

Prima dell'affermarsi del modello non lineare, la gran parte dei governi aveva considerato la politica tecnologica come una semplice appendice della politica scientifica e quindi avevano privilegiato il finanziamento delle attività di ricerca e il potenziamento delle strutture connesse (di insegnamento e di ricerca), quasi sempre pubbliche. Anche la politica tecnologica dell'Unione europea negli anni '60 e '70 privilegiava la costruzione di

centri di ricerca: ci sono ben cinque centri comuni di ricerca localizzati a Ispra (Italia), Geel (Belgio), Karlsruhe (Germania), Petten (Olanda), Siviglia (Spagna), e specializzati nelle tecnologie di punta.

La loro mission si è modificata nel corso del tempo proprio per tenere conto dell'evoluzione del concetto stesso di innovazione.

Poiché la realtà più recente, a cominciare da quella statunitense, ha dimostrato la debolezza di questa impostazione, nel corso degli anni si è privilegiata la parte "tecnologica" del processo innovativo a scapito di quella "scientifica", costruendo così una nuova tipologia di politica economica, la "politica per l'innovazione", che influenza le decisioni delle imprese relative allo sviluppo, alla commercializzazione o all'adozione di nuove tecnologie.

Pertanto, l'intervento dei governi europei è oggi quasi esclusivamente rivolto alle imprese e punta attraverso varie misure ad aumentare il collegamento tra mondo delle imprese e ricerca pubblica, ad inserire nelle imprese minori personale di ricerca o comunque di elevata qualificazione, ad incentivare la creazione di nuove imprese ad alta tecnologia.

Tutti questi elementi hanno indotto la Commissione Europea a rimodellare la politica per l'innovazione abbandonando sempre più gli incentivi diretti agli investimenti e creando attorno al sostegno dei progetti innovativi una serie di interventi più articolati, che incidono su tutti gli aspetti del processo innovativo. Tale approccio è stato seguito anche dai governi nazionali o da quelli regionali, che hanno assunto quasi ovunque un ruolo attivo nel sostegno all'innovazione.

L'esperienza recente conferma quindi che non può esistere una politica per l'innovazione isolata dal contesto generale delle politiche economiche e sociali adottate da un governo poiché anche gli strumenti più rigorosi e potenzialmente efficaci di politica scientifica e tecnologica possono fallire miseramente se il contesto in cui operano non è coerente. Il loro successo è infatti legato strettamente all'intervento pubblico nelle infrastrutture tecnologiche, alle caratteristiche della struttura economica e alle caratteristiche dei mercati (De Falco 2013; De Falco, Del Gaudio 2014).

### **3. L'innovazione del territorio nel dualismo prossimità geografica-sviluppo tecnologico**

Con le sempre più potenti e sofisticate tecnologie disponibili da alcuni anni ormai, la condivisione della conoscenza risulta essersi esponenzialmente intensificata e tale scenario ha aperto, ormai da un ventennio, in ambito del dibattito scientifico (Feldman, 1994a, b; Audretsch e Feldman, 1996; Audretsch, 1998; Feldman e Audretsch, 1999), delle questioni ancora aperte sull'attualità dell'importanza della prossimità geografica tra produttori e fruitori di conoscenza, peraltro con il corollario che tali ruoli non risultano più ormai univocamente codificati, ma mutuamente interscambiabili, alla stregua di quanto avvenuto in campo energetico con la possibilità da parte degli utenti fruitori di immettere potenza, in surplus (ad esempio derivante da fonti alternative) in rete.

Eppure i risultati di studi empirici relativi al legame tra innovazione e territorio, risultano spesso non definitivi nelle conclusioni se non addirittura controversi. La principale criticità che caratterizza tali lavori risiede principalmente nella difficoltà di riuscire a identificare i fattori territoriali che guidano il successo dell'innovazione a livello di singola impresa originariamente e poi di intero tessuto produttivo locale, e che quindi possano essere ritenuti e codificati quali reali drivers della innovazione territoriale. Ad esempio in ambito di studi internazionali focalizzati su analisi empiriche condotte in aree geografiche del Regno Unito e dell'Irlanda, autori come Love e Roper (2001 a, b) non identificano l'intensità della R&S, la collaborazione tra industrie ed enti di ricerca e l'incremento di occupazione nelle industrie, quali variabili di influenza nei processi di innovazione territoriale.

In altri autori, invece, fattori esterni all'impresa ed ascrivibili al territorio, plasmano l'innovazione locale (Shefer e Frenkel, 1998). Tra tali fattori di localizzazione ritroviamo quelli che facilitano il trasferimento di conoscenze, in quanto in economie basate sulla conoscenza, la risorsa fondamentale è la conoscenza stessa che può essere generata e trasmessa alle ed attraverso le industrie. Fonti potenziali di trasferimento delle conoscenze comprendono università e istituti di ricerca, ma anche personale qualificato in determinati settori, clienti, fornitori o concorrenti, che in qualità di partner attraverso collaborazioni reali e potenziali generano conoscenza ed esternalità positive per il reparto R&S.

La concentrazione della produzione ed in generale di attività industriali in aree geografiche circoscritte non è un fenomeno recente. Molti esempi di agglomerati industriali che si concentrano in spazi limitati possono essere facilmente trovati. La teoria della localizzazione, in linea di principio consistente del lavoro di Thuenen, Weber, Losch e alcuni altri, ha posto subito l'accento sul ruolo dei trasporti come fattore economicamente (più) importante del costo di produzione in ambito della modellazione di attività economiche regionali. Nei mercati dove il trasporto di materie prime o merci risulta affetto da costi elevati, la posizione dell'attività industriale è pre-determinata dalla posizione delle risorse naturali. Di conseguenza, le opportunità di esportazione derivanti da vantaggi comparativi all'interno della specifica area geografica plasmano le attività economiche nelle regioni. North (1955) analizzò la crescita economica regionale combinando la teoria della localizzazione e la teoria di crescita economica regionale al fine di valutare le differenze nella struttura produttiva, nella concentrazione spaziale delle attività, e nelle prestazioni delle varie regioni attraverso l'analisi delle infrastrutture, delle risorse naturali, e della disponibilità di manodopera. Ne venne fuori una nuova teoria geografica, nella quale si associava la performance economica alla localizzazione.

Dalla breve analisi effettuata si deduce che gli studi precedenti sul tema della "geografia della innovazione" erano volti a spiegare le differenze nella crescita tra le regioni in termini di differenze tra le attività di esportazione, i più recenti contributi della letteratura scientifica di settore si concentrano nel determinare quali fattori di localizzazione favoriscono il successo economico di una regione.

Di conseguenza, l'attenzione si è spostata dall'analisi delle condizioni riferite solo alle risorse naturali ed ai vantaggi commerciali che caratterizzano un territorio, alla ricerca dei fattori che influenzano lo sviluppo del territorio stesso. Un passaggio da un approc-

cio passivo ad uno attivo. La ricerca nel campo dell'economia regionale ha in particolare sottolineato l'importanza dei fattori di localizzazione, come la disponibilità lavoro e capitale, nonché l'efficienza dei sistemi di trasporto, come alcuni di tali fattori di interesse e, recentemente, l'efficienza dei sistemi di comunicazione è stato ritenuto un fattore meritevole di essere aggiunto a tale elenco (Ottaviano e Puga, 1998; Shefer e Frenkel, 1998; Acs, 2000; Fujita e Thisse, 2000; ACS e Varga, 2002).

Per quanto lo sviluppo tecnologico, con particolare riferimento al campo delle comunicazioni, rivesta indubbiamente ruolo chiave nel processo di cambiamento tecnologico della società e nella diffusione dell'innovazione al punto da influenzare la letteratura sulla economia di localizzazione (Audretsch e Feldman, 1996; Autant-Bernard, 2002), tuttavia il dualismo tra prossimità geografica e disponibilità di tecnologie di comunicazione di avanguardia non sembra presentare effetti antitetici. Ossia l'importanza della prossimità geografica non risulta assolutamente in declino. Tale *statement*, benché dedotto dall'ampia serie di contributi presenti in letteratura che lo asseriscono, lo si può anche dedurre logicamente considerando, in una sorta di sillogismo, le seguenti considerazioni da concatenare: la competizione globale amplifica il valore dell'economia basata sulla conoscenza (Audretsch, 1998; Autant-Bernard, 2002; Basevi e Ottaviano, 2002); l'item-informazione, nell'epoca attuale caratterizzata da grandi mezzi tecnologici, può essere trasmessa a costi relativamente bassi, ma ciò, come anticipato nell'introduzione, non risulta estendibile all'item-conoscenza che, soprattutto su lunghe distanze, risulta caratterizzata da bassa efficienza del processo di trasferimento. Infatti, mentre i costi marginali di trasmissione delle informazioni su vaste aree geografiche si sono notevolmente ridotti, i costi marginali di trasferimento della conoscenza, soprattutto con riferimento a quella parte di conoscenza che la tassonomia definisce come conoscenza tacita (De Falco 2015), crescono al crescere della distanza da coprire (von Hippel, 1994; Audretsch, 1998). Pertanto i fattori di localizzazione si rivelano, tuttora, variabili di influenza imprescindibili per il successo della innovazione territoriale (Cohen e Levinthal, 1989; Baptista e Swann, 1998).

L'enfasi posta sul ruolo della conoscenza e dell'innovazione quali drivers della crescita dei territori, come già evidenziato all'interno di vari contributi schumpeteriani evolutivi (Fagerberg, 2003), ha di fatto determinato la proliferazione di ampi contributi al dibattito sulla convergenza regionale<sup>1</sup>, in particolare nel contesto europeo (Rodríguez-Pose e Fratesi, 2004. Ramajo et al, 2008).

I contributi influenti di Jaffe (1986, 1989) e Griliches (1990), hanno fornito robusta evidenza del ruolo chiave, per dirla con un'analogia chimica, della capacità, che deve caratterizzare i territori, di trasformare i reagenti della conoscenza (quali ad esempio, le spese di R&S) in prodotti della conoscenza (ad esempio brevetti) (per un approccio regionale, vedere tra i molti altri Crescenzi, 2005; Rodríguez-Pose e Crescenzi, 2008; Sterlacchini, 2008; Marrocu, Paci, e Usai, 2013). È importante sottolineare che essi hanno confermato l'asimmetria della distribuzione spaziale relativa alla generazione di conoscenza sul territorio (Jaffe, Trajtenberg, e Henderson, 1993; Acs, Audretsch e Feldman, 1994; Audretsch

<sup>1</sup> S'intende per convergenza il processo di progressivo avvicinamento in termini economici (in modo particolare del Pil) di due o più entità messe a confronto.

e Feldman, 1996; Anselin, Varga, e Acs, 2000; Autant-Bernard, 2001; Moreno, Paci, e Usai, 2005; Fritsch e Slavetch, 2007; Breschi e Lissoni, 2009; Capello e Caragliu, 2012).

La capacità di generare conoscenza locale, e di trasformare tale conoscenza in crescita, è stata a lungo identificata con la presenza di specifiche condizioni territoriali ed il ruolo di alcuni drivers quali ad esempio l'interazione, la sinergia e la cooperazione tra gli attori locali, è stato ritenuto un elemento fondamentale nello sviluppo di processi di apprendimento collettivo che si traducono poi nella crescita del livello di innovazione locale.

L'interazione, la creatività, il capitale sociale, e l'agglomerazione sono indicati come fattori necessari per l'identità di un territorio dal punto di vista della creazione di conoscenza (Camagni, 1991; Perrin, 1995; Capello, 1999; Keeble e Wilkinson, 1999, 2000).

Analogamente, gli approcci ai sistemi di innovazione regionale hanno spesso evidenziato l'importanza di una combinazione efficiente tra un sottosistema di generazione della conoscenza e della diffusione (infrastruttura della conoscenza) con un sottosistema di fruizione della conoscenza (dimensione territoriale) e di sfruttamento (dimensione aziendale), ad opera delle imprese operanti nel territorio di riferimento dove tali interazioni e la circolazione della conoscenza, del capitale umano, e delle risorse all'interno dei sottosistemi, diventano le condizioni di successo per l'innovazione locale (Tripl, 2010).

È interessante notare che tutti questi contributi in modo coerente sottolineano il ruolo cruciale della conoscenza quale fattore catalizzatore dei processi di crescita regionale e promuovono l'idea che tanto maggiore risulta essere il patrimonio locale di conoscenze, tanto maggiore si rivela la performance economica locale (Capello, Lenzi 2014).

#### 4. Conclusioni

Dall'analisi effettuata sul tema della innovazione territoriale, gli spunti proposti confermano la correttezza della strategia dell'Europa 2020 relativa ad una "crescita intelligente" basata sulla conoscenza e l'innovazione (EC, 2010a, 2010b, 2010c, 2011). Tuttavia occorrono elementi di approfondimento e di ulteriore analisi quando la strategia Europa 2020 si traduce in un contesto regionale. In particolare, alcuni studi (Capello, Lenzi, 2014) mostrano che gli obiettivi politici basati sul "one-size-fits-all" non sono né convincenti né efficienti se applicati a livello regionale.

Tale visione risulta strettamente in linea con l'attuale dibattito sulla specializzazione intelligente (Foray, 2009; McCann e Ortega-Argilès, 2011; Barca, McCann, e Rodríguez-Posa, 2012; Camagni e Capello, 2013) che auspica politiche di innovazione integrate nelle realtà locali, nelle attività locali, e che siano in grado di esprimere capacità di progettazione strategica e di garantire il raggiungimento della conoscenza esterna attraverso legami virtuosi con il mondo esterno (McCann e Ortega-Argilès, 2011).

## Bibliografia

Acs, Zoltan J. 2000. *Regional Innovation, Knowledge, and Global Change*. London: Pinter.

Acs, Zoltan J. and Attila Varga. 2002. "Geography, Endogenous Growth, and Innovation," *International Regional Science Review*, 25(1), 132-148.

Anselin, Luc, Attila Varga, and Zoltan J. Acs. 2000. "Geographic and Sectoral Characteristics of Academic Knowledge Externalities," *Papers in Regional Science*, 74(4), 435-443.

Audretsch, David B. 1998. "Agglomeration and the Location of Innovative Activity," *Oxford Review of Economic Policy*, 14(2), 18-29.

Audretsch, David B. and Maryann P. Feldman. 1996. "R&D Spillovers and the Geography of Autant-Bernard, Corinne. 2001. "Science and Knowledge Flows: Evidence from the French Case," *Research Policy*, 30(7), 397-422.

Autant-Bernard, Corinne. 2002. "The Geography of Knowledge Spillovers and Technological Proximity," in M. Feldman & N. Massard (eds.), *Institutions and Systems in the Geography of Innovation*. Boston, MA: Kluwer Academic Publisher.

Baptista, Rui and Gavin Peter Swann. 1998. "Do Firms in Clusters Innovate More?," *Research Policy*, 27(5), 525-540.

Barca, Fabrizio, Philip McCann, and Andrés Rodríguez-Pose. 2012. "The Case for Regional Development Intervention: Place-Based versus Place-Neutral Approaches," *Journal of Regional Science*, 52(1), 134-152.

Basevi, Giorgio and Gianmarco I.P. Ottaviano. 2002. "The District and the Global Economy: Exportation Versus Foreign Location," *Journal of Regional Science*, 42(1), 107-126.

Breschi, Stefano and Francesco Lissoni. 2009. "Mobility of Inventors and Networks of Collaboration: An Anatomy of Localised Knowledge Flows," *Journal of Economic Geography*, 9, 439-468.

Camagni, Roberto and Roberta Capello. 2013. "Regional Innovation Strategies and the EU Regional Policy Reform: Towards Smart Innovation Policies," *Growth and Change*, 44(2), 355-389.

Camagni, Roberto. 1991. "Technological Change, Uncertainty and Innovation Networks: Towards Dynamic Theory of Economic Space," in Camagni, R. (ed.), *Innovation Networks: Spatial Perspectives*. London: Belhaven-Pinter, pp. 121-144.

Capello Roberta 1999. "Spatial Transfer of Knowledge in High-Technology Milieux:



Learning vs. Collective Learning Processes,” *Regional Studies*, 33(4), 353–365.

Capello, Roberta and Andrea Caragliu. 2012. “Proximities and the Intensity of Scientific Relations,” Paper Presented at the International Tinbergen Institute Workshop 2012, Amsterdam.

Capello, Roberta and Camilla Lenzi. 2013b. “The Knowledge-Innovation Nexus in European Regions,” in Capello Roberta and Lenzi Camilla (eds.), *Territorial Patterns of Innovation. An Inquiry on the Knowledge Economy in European Regions*. Oxford: Routledge, pp. 93–126.

Capello, Roberta and Camilla Lenzi. 2013a. “Territorial Patterns of Innovation and Economic Growth in European Regions,” *Growth and Change*, 44(2), 195–227.

Capello, Roberta and Camilla Lenzi. 2014, “Spatial heterogeneity in knowledge, innovation, and economic growth nexus: conceptual reflections and empirical evidence” *Journal of Regional Science*, vol. 54, no. 2, 2014, pp. 186–214

Cohen, Wesley M. and Daniel A. Levinthal. 1989. “Innovation and Learning: The Two Faces of R&D,” *The Economic Journal*, 99(3), 569–596.

Crescenzi, Riccardo. 2005. “Innovation and Regional Growth in the Enlarged Europe: The Role of Local Innovative Capabilities, Peripherality, and Education,” *Growth and Change*, 36(4), 471–507.

De Falco S. 2015, *Territori, governance, sviluppo sostenibile prospettive italiane ed europee Studi per lo sviluppo sostenibile a cura e con introduzione di Guglielmo Trupiano* ISSN: 2421-0064 ISBN: 978-88-6647-121-9

De Falco S., Del Gaudio I., 2013, *Innovazione d'impresa I*. Diogene Edizioni (Editore) Anno 2013 ISBN: 9788866470625.

European Commission. 2010a. “Europe 2020: A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth,” COM (2010) 2020 Final, Brussels, March 3, 2010.

European Commission. 2010b. “Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions,” SEC(2010) 1161, COM(2010) 546 Final, October 6, 2010.

European Commission. 2010c. “Regional Policy Contributing to Smart Growth in Europe, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions,” SEC(2010)1183, COM(2010)553 Final, Brussels, October 6, 2010.

European Commission. 2011. “Horizon 2020: The Framework Programme for Re-

search and Innovation, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions," SEC(2011)1427 Final, COM(2011) 808, Brussels, November, 2011.

European Commission. 2012. "Knowledge-intensive business services in Europe," Directorate-General for Research and Innovation. Available at: europe\_2011.pdf. Accessed 1/29/2013.

Fagerberg, Jan E. 2003. "Schumpeter and the Revival of Evolutionary Economics: An Appraisal of the Literature," *Journal of Evolutionary Economics*, 13, 125–159.

Feldman, Maryann P. 1994 a. *The Geography of Innovation*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Feldman, Maryann P. 1994b. "The University and Economic Development: The Case of Johns Hopkins University and Baltimore," *Economic Development Quarterly*, 8(1), 67–76.

Feldman, Maryann P. and David B. Audretsch. 1999. "Innovation in Cities: Science-Based Diversity, Specialization and Localized Competition," *European Economic Review*, 43(2), 409–429.

Foray, Dominique. 2009. "Understanding Smart Specialisation," in D. Pontikakis, D. Kyriakou, and R. van Bavel (eds.), *The Question of R&D Specialisation*, JRC, European Commission. Brussels: Director General for Research, pp. 19–28.

Frenkel, Amnon and Daniel Shefer. 1997. "Technological Innovation and Diffusion Models: A Review," in C.S. Berluglia, S. Lombardo, P. Nijkamp (eds.), *Innovative Behaviour in Space and Time*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Fritsch, Michael and Oliver Falck. 2007. "New Firm Formation by Industry Over Space and Time: A Multidimensional Analysis," *Regional Studies*, 41(2), 157–172.

Fujita, Masahisa and Jacques-François Thisse. 2000. "Cities and Agglomeration," in J.-M. Huriot and J.-F. Thisse (eds.), *Economics of Cities: Theoretical Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.

Griliches, Zvi. 1990. "Patent Statistics as Economic Indicators: A Survey," *Journal of Economic Literature*, 28(4), 1661–1707.

Innovation and Production," *The American Economic Review*, 86(3), 630–640.

Jaffe, Adam B. 1986. "Technological Opportunity and Spillovers of R&D: Evidence from Firms' Patents, Profits, and Market Value," *American Economic Review*, 76, 984–1001.

Jaffe, Adam B. 1989. "Real Effects of Academic Research," *American Economic Review*, 79(5), 957–970.

Jaffe, Adam B., Manuel Trajtenberg, and Rebecca Henderson. 1993. "Geographic Localization of Knowledge Spillovers as Evidenced by Patent Citations," *The Quarterly Journal of Economics*, 108(3), 577–598.

Keeble, David and Frank Wilkinson. 1999. "Collective Learning and Knowledge Development in the Evolution of Regional Clusters of High-Technology SMEs in Europe," *Regional Studies*, 33(4), 295–303.

Keeble, David and Frank Wilkinson. 2000. *High Technology Clusters, Networking and Collective Learning in Europe*. Ashgate: Aldershot.

Losch, August. 1938. "The Nature of Economic Regions," *Southern Economic Journal*, 5(1), 71–78.

Love, James H. and Stephen Roper. 2001a. "Outsourcing in the Innovation Process: Locational and Strategic Determinants," *Papers in Regional Science*, 80 (3), 317–336.

Marrocu, Emanuela, Raffaele Paci, and Stefano Usai. 2013. "Productivity Growth in the Old and New Europe: The Role of Agglomeration Externalities," *Journal of Regional Science*, 53(3), 418–442.

McCann, Philip and Raquel Ortega-Argilès. 2011. "Smart Specialisation, Regional Growth and Applications to EU Cohesion Policy," Document de treball de l'IEB 2011/14, Institut d'Economia de Barcelona.

Moreno, Rosina, Raffaele Paci, and Stefano Usai. 2005. "Spatial Spillovers and Innovation Activity in European Regions," *Environment and Planning A*, 37(10), 1793–1812.

North, Douglass C. 1955. "Location Theory and Regional Economic Growth," *The Journal of Political Economy*, 63(3), 243–258.

Ottaviano, Gianmarco I.P. and Diego Puga. 1998. "Agglomeration in the Global Economy: A Survey of the 'New Economic Geography'," *The World Economy*, 21(6), 707–731.

Perrin Jean, Claude. 1995. "Apprentissage collectif, territoire et milieu innovateur: un nouveau paradigme pour le développement," in Ferrao Joao (ed.), *Políticas de inovação e desenvolvimento regional et local*. Edicao do Instituto de Ciencias Sociais de Universidade de Lisboa. [Republished in Camagni Roberto and Maillat Denis (eds.) (2006), *Milieux innovateurs*, Paris, *Economica-Anthropos*, p. 99–128.].

Ramajo, Julian, Miguel M. M´arquez, Geoffrey J. D. Hewings, and Maria.M. Salinas.

2008. "Spatial Heterogeneity and Interregional Spillovers in the European Union: Do Cohesion Policies Encourage Convergence Across Regions?" *European Economic Review*, 52(3), 551-567.

Rodríguez-Pose, Andrés and Riccardo Crescenzi. 2008. "Research and Development, Spillovers, Innovation Systems, and the Genesis of Regional Growth in Europe," *Regional Studies*, 42(1), 51-67.

Rodríguez-Pose, Andrés and Ugo Fratesi. 2004. "Between Development and Social Policies: The Impact of European Structural Funds in Objective 1 Regions," *Regional Studies*, 38(1), 97-113.

Roper, Stephen, James H. Love, Brian Ashcroft, and Steward Dunlop. 2000. "Industry and Location Effects on UK Plants' Innovation Propensity," *The Annals of Regional Science*, 34(4), 489-502.

Schumpeter J. A. (1934), "The Theory of Economic Development, Cambridge.

Shefer, Daniel and Amnon Frenkel. 1998. "Local Milieu and Innovations: Some Empirical Results," *The Annals of Regional Science*, 32(1), 185-200.

Sterlacchini, Alessandro. 2008. "R&D, Higher Education and Regional Growth: Uneven Linkages among European Regions," *Research Policy*, 37, 1096-1107.

Trippel, Michaela. 2010. "Developing cross-Border Regional Innovation Systems: Key Factors and Challenges," *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geographie (TESG)*, 101(2), 150-160.

Von Hippel, Eric. 1994. "Sticky Information and the Locus of Problem Solving: Implications for Innovation," *Management Science*, 40(4), 429-439.

# Le politiche per l'innovazione nell'UE: Focus su Manufacturing e Social Innovation

*di Mariarosalba Angrisani*

## **Abstract**

The EU has been increasingly aware of the fact that innovation is becoming vital to European competitiveness in the global economy. Thus, the Commission is currently implementing policies and programmes that support innovation in order to increase investments in research and development, as well as to convert research into improved goods, services, or processes in a better way.

The rising attention paid by the EU towards the development of innovations by manufacturing SMEs represents a further demonstration of the affirmation of the “local (and social) development paradigm”. According to such perspective, mainly due to the latest economic crisis, the classical development paradigm, based on wide scale industrial production, has left the pace to the valorisation of manufacturing production, characterised by customisation and exclusivity of its supply.

Considering the “social” function that manufacturing and artisanal sectors are potentially able to provide, the EU has decided to address part of its efforts to the promotion of Social Innovation, in compliance with the European Union law regulatory framework.

Starting from an integrated and cross-sector vision of the innovation and focusing on SMEs needs, this paper aims to stress the analogies with the Triple Helix model conceived to put into a single system the diverse stakeholders involved in the innovation process, namely: research, industry and government.

## 1. Manufacturing e orientamenti strategici dell'UE

Nel contesto attuale, in cui occorre fronteggiare dinamiche competitive su scala globale, investire in innovazione si rivela essere l'unica alternativa perseguibile per la crescita economica nello spazio europeo. Pertanto, l'Unione Europea (UE) è fortemente impegnata nell'attuazione di politiche e programmi atti a supportare lo sviluppo dell'innovazione al fine di incrementare gli investimenti in ricerca e sviluppo e, altresì, per convertire in maniera appropriata i risultati della ricerca in prodotti, servizi o processi migliorati per il mercato.

Tale trend ha, inoltre, promosso la crescente attenzione dell'UE nei confronti dello sviluppo dell'innovazione declinata per le PMI (piccole e medie imprese) prettamente orientate al manufacturing, fenomeno che costituisce un'ulteriore dimostrazione dell'affermazione del paradigma dello sviluppo locale (e sociale). In tale prospettiva, in gran parte dovuta alla crisi economica subita su scala globale, il paradigma classico dello sviluppo economico, basato sulla produzione industriale di larga scala, ha ceduto il passo alla valorizzazione della produzione artigianale, ontologicamente votata alla personalizzazione e all'esclusività dei prodotti (o servizi) offerti. Alla luce di questa nuova visione, e in considerazione della funzione "sociale" che il settore manifatturiero è potenzialmente in grado di generare, sia in termini di valorizzazione delle risorse locali, sia nel senso di un possibile recupero sociale nel territorio di appartenenza, l'UE ha inteso dedicare particolare attenzione alla promozione della *social innovation*.

L'orientamento strategico della Commissione Europea, concernente la realizzazione di azioni di supporto all'imprenditoria e alle PMI, risulta prettamente incentrato su politiche di investimento in innovazione, nell'industria manifatturiera di importanza strategica e in tecnologie digitali, ciò al fine di rafforzare le potenzialità competitive, dare nuovo impulso agli investimenti e, conseguentemente, creare nuovi posti di lavoro. Siffatti obiettivi costituiscono le priorità di intervento dell'UE, come si evince dal documento programmatico "A new start for Europe. My agenda for Jobs, Growth, Fairness and Democratic Change (July 2014)" emanato dal Presidente della Commissione Europea Jean-Claude Juncker.

Le opportunità di sviluppo che la Commissione intende supportare sono rintracciabili in un crocevia di ambiti differenti, sebbene necessariamente complementari, che spaziano dalla *social innovation*, all'open source ICT e al manufacturing.

Il presupposto sotteso alle politiche di intervento ipotizzate riguarda le modalità attraverso le quali i principi che disciplinano la *social innovation* e l'open source possono effettivamente influenzare positivamente il settore manifatturiero. Tale positiva contaminazione dovrebbe manifestarsi in un maggior impulso alla produzione, nella creazione di posizioni di lavoro più remunerative e, più in generale, nella creazione di valore nel settore pubblico così come nel privato, assimilando nuove pratiche democratiche all'interno del processo di produzione industriale. In riferimento al trend innovativo nel manufacturing<sup>1</sup> appena descritto, sono state evidenziate tre possibili dimensioni per questa tipologia di innovazione, più specificamente:

<sup>1</sup> Anche definito "maker manufacturing", cfr. EU Commission Policy Paper "Making Good our Future Exploring the New boundaries of Open & Social Innovation in Manufacturing", May 2015, p. 5.

1) Una dimensione “orizzontale”, definita “Democratisation of making”, che si esplica in una combinazione di movimenti “values-based” (i *makers*), nuove istituzioni professionali (i “FabLabs”), strumenti di *open innovation* (stampanti 3D) e protocolli di *open source*, attraverso i quali il manufacturing si sta trasformando in un processo partecipativo in cui tutti gli attori coinvolti (con)dividono rischi e benefici, incrementando così il valore della produzione. Un network di *cluster* regionali altamente connessi fornisce le infrastrutture necessarie per la comunicazione e la collaborazione.

2) Una dimensione “verticale”, consistente nella catena di approvvigionamento di beni. Una completa trasparenza delle fonti dei materiali usati nella manifattura e le condizioni di produzione nella catena di fornitura rivelano le reali impronte di un’azienda e il suo effettivo coinvolgimento nei confronti dell’ambiente e della società. L’osservazione di tali componenti costituisce un *driver* semplice ma efficace per modificare le strategie delle imprese e orientare, altresì, le scelte dei consumatori.

3) Una dimensione trasversale, detta “Corporate Citizenship”. La nuova frontiera della responsabilità sociale di impresa (CSR) considera l’impatto sociale e ambientale nel suo rapporto con le strategie di business e con i processi di *decision-making* delle aziende. Appare, dunque, evidente come il raggiungimento di risultati positivi in termini di impatto socio-ambientale, oltre ad essere perfettamente compatibile con la capacità di generare profitti, nel medio termine si rivela essere una pre-condizione per la stessa generazione di margini di guadagno. La visione di *Corporate Citizenship* richiede all’impresa di considerare il proprio impatto sull’ambiente e la società in ogni fase della catena del valore. La disponibilità di talenti, la protezione della proprietà intellettuale, il valore delle disposizioni normative e l’impiego di forza lavoro locale, sebbene siano fattori esterni al perimetro d’azione dell’impresa, possono avere un impatto effettivo sulle performance di quest’ultima e rappresentano punti strategici di intervento in ambito di CSR.

## 2. Social innovation e PMI

Le PMI sono il target privilegiato delle politiche UE poiché, quanto più un’impresa è piccola, tanto maggiori saranno gli ostacoli che potrebbe incontrare nella fase di realizzazione dell’innovazione, ovvero di commercializzazione della stessa.

A dimostrazione di quanto appena affermato è stato verificato che il 63% delle imprese con meno di 10 dipendenti ha dichiarato di aver introdotto almeno un’innovazione dal 2011, a fronte dell’85% delle imprese con più di 500 dipendenti; parallelamente, il 71% delle imprese con meno di 10 impiegati ha incontrato difficoltà nella commercializzazione delle proprie innovazioni a causa della mancanza di risorse finanziarie, a fronte del 48% delle imprese con più di 500 addetti (Innobarometer 2015).

I dati enunciati sono forniti dall’Innobarometer 2015, un’indagine annuale effettuata dalla Commissione proprio al fine di ricavare, grazie al feedback delle imprese degli stati membri coinvolte nel *survey*, quali sono le criticità e i maggiori problemi di ordine pratico riscontrati da queste ultime.

Il concetto di “social innovation” esprime l’insieme di nuove idee che nascono per soddisfare nuovi bisogni sociali, creare relazioni sociali e nuove forme di collaborazione<sup>2</sup>. Le inno-

<sup>2</sup> Come si evince dal primo report sul tema della social innovation, realizzato dal Bureau of European Policy Ad-

vazioni possono riguardare prodotti, servizi o modelli atti a soddisfare in maniera più efficace bisogni che non hanno ancora trovato adeguata collocazione.

Obiettivo precipuo della Commissione UE, perseguito attraverso l'iniziativa di Innovation Union (2010), è quello di incoraggiare l'adozione, da parte del mercato, di soluzioni innovative così da stimolare l'occupazione.

Il campo della social innovation è in rapida crescita, ricomprendendo un cospicuo numero di networks, fondi, istituzioni e dipartimenti governativi orientati alla promozione della stessa e sollecitati dalla Commissione. A partire dal 2008, infatti, il tema della social innovation ha trovato uno spazio sempre più ampio nell'agenda politica dell'UE ed è stato promosso nell'ambito di molteplici politiche, programmi e iniziative.

Poiché, come affermato in prima istanza dal Bureau of European Policy Advisers (BEPA), le social innovations costituiscono anche un volano per potenziare le capacità di azione della società, i metodi applicati per la loro valorizzazione si concentrano su una serie di tematiche cruciali che spaziano dal multi-stakeholder co-design, al co-funding, co-delivery e alla co-validazione di idee, processi, prodotti e servizi mirati a preservare e, al contempo, favorire la crescita del bene comune. Pertanto, la maggior parte della ricerca e delle applicazioni pratiche inerenti alle social innovations hanno riguardato nuovi modelli di fornitura di servizi pubblici, spesso basati sulla collaborazione tra pubblica amministrazione e terzo settore e sull'utilizzo di ICT (Information and Communication Technologies). In tale contesto, il ruolo delle imprese è ritenuto complementare al ruolo del settore pubblico, considerando la social innovation quale mezzo per fornire servizi nuovi o migliori atti ad incontrare i bisogni sociali che non sono (o non sufficientemente) coperti dai servizi offerti dagli enti pubblici locali o nazionali.

### 3. Un approccio integrato all'innovazione

Partendo da una visione integrata e trasversale dell'innovazione e della centralità delle PMI e valutando, al contempo, la portata degli interventi e delle azioni poste in essere dall'UE, in conformità con il framework normativo e istituzionale di riferimento, appare plausibile riscontrare analogie con il modello della tripla elica teorizzato proprio per mettere a sistema gli interlocutori coinvolti nel processo innovativo: centri di ricerca, industria e autorità governativa.

La teorizzazione del ruolo delle università nei sistemi di innovazione regionali si è evoluta negli ultimi venti anni, partendo dall'approccio orientato all'innovation system, che evidenziava l'importanza delle ricadute positive della conoscenza prodotta dalle attività formative e di ricerca fornite dalle università negli spazi di conoscenza regionali, verso lo sviluppo di un terzo ruolo svolto dalle università consistente nel favorire lo sviluppo economico e sociale a livello regionale (Etzkowitz & Leydesdorff, 1997, 1999; Goddard & Chatterton, 1999; Etzkowitz, 2002a, b).

Il modello della tripla elica (Etzkowitz & Leydesdorff, 1997) ha permesso di porre l'accento sul ruolo di università e, più in generale, centri di ricerca nelle economie regionali,

visers (BEPA), in cui per social innovations si intendono: "innovations that are social in both their ends and their means. Specifically, we define social innovations as new ideas (products, services and models) that simultaneously meet social needs (more effectively than alternatives) and create new social relationships or collaborations".



puntando sull'anticipazione di realtà ibride composte da relazioni tra università, industria e istituzioni, implicando la moltiplicazione di risorse e progetti incentrati, ad esempio, sullo sviluppo del settore immobiliare applicato a parchi scientifici, ovvero sulla creazione di impresa all'interno di incubatori universitari (Etzkowitz, 2002b, p. 14).

Questo modello ha reso possibile la concezione di un approccio integrato e non-lineare all'innovazione, considerata quale sovrapposizione ricorsiva di interazioni e negoziazioni tra centri di ricerca, settore industriale ed enti governativi, le tre eliche alla base della costruzione del modello (Etzkowitz & Leydesdorff, 1997), evidenziandone la natura ibrida, ricorsiva e trans-istituzionale delle relazioni tra le stesse.

Pertanto, la sfera degli enti statali governativi, quella della ricerca e quella dell'industria, in un primo momento entità separate che interagivano attraversando frontiere fortemente difese, stanno subendo un processo di integrazione e coesione tale da permettere agli individui e alle organizzazioni presenti e attivi all'interno delle eliche di appropriarsi di ruoli diversi da quelli tradizionalmente ascritti loro (Etzkowitz & Leydesdorff, 1997, 1999, p. 113; Sutz, 1997). Tale processo riconduce al concetto stesso di social innovation che, come affermato in autorevoli contesti, tende a riferirsi, ormai, ad una solida strategia di business capace di risolvere alcuni dei problemi di ordine sociale più complessi, in ambito regionale, nazionale e globale (CSR EUROPE, 2012).

## Bibliografia

BEPA (2010), *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union* ([http://www.net4society.eu/\\_media/Social\\_innovation\\_europe.pdf](http://www.net4society.eu/_media/Social_innovation_europe.pdf)).

BEPA (2014), *Social Innovation. A decade of changes* ([http://espas.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/social\\_innovation\\_decade\\_of\\_changes.pdf](http://espas.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/social_innovation_decade_of_changes.pdf)).

CSR EUROPE (2012), *Enterprise 2020 - The Power of Collaboration* ([http://www.csreurope.org/sites/default/files/Enterprise2020%20The%20Power%20of%20Collaboration%20-%20CSREurope%202012\\_0.pdf](http://www.csreurope.org/sites/default/files/Enterprise2020%20The%20Power%20of%20Collaboration%20-%20CSREurope%202012_0.pdf)).

EUROPEAN COMMISSION (2002), *Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*, COM (2002) 347 final.

EUROPEAN COMMISSION (2010), *EUROPE 2020- A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, COM(2010) 2020 final.

EUROPEAN COMMISSION (2011), *Social Business Initiative. Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation*. COM(2011) 682 final.

EUROPEAN COMMISSION (2011b), *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*, COM(2011) 681 final.

EUROPEAN COMMISSION (2012), *Trade, growth and development*, SEC(2012) 87 final.

EUROPEAN COMMISSION (2013), *Towards Social Investment for Growth and Cohesion - including implementing the European Social Fund 2014-2020*, COM(2013) 83 final.

EUROPEAN COMMISSION (2013b), *Building the Single Market for Green Products Facilitating better information on the environmental performance of products and organisations*, COM/2013/0196 final.

EUROPEAN COMMISSION (2014), *An Investment Plan for Europe*, COM(2014) 903 final.

EUROPEAN COMMISSION (2014b), *For a European Industrial Renaissance*, COM/2014/014 final.

EUROPEAN COMMISSION (2015) *Policy Paper "Making Good our Future Exploring the New boundaries of Open & Social Innovation in Manufacturing"*, May 2015, p. 5.

ETZKOWITZ H. (2002a), *Incubation of Incubators: Innovation as a Triple Helix of University-Industry-Government Networks*, in "Science and Public Policy" 29 (2), 115-128.

ETZKOWITZ H. (2002b), *MIT and the Rise of Entrepreneurial Science*, London, Routledge.

ETZKOWITZ H., & LEYDESDORFF L. (1997), *Introduction: Universities in the Global Knowledge Economy*, in ETZKOWITZ H., & LEYDESDORFF L. (eds.), *Universities and the Global Knowledge Economy: a Triple Helix of University-Industry-Government Relations*, London and Washington, Pinter, pp. 1-8.

ETZKOWITZ H., & LEYDESDORFF L. (1999), *The Future Location of Research and Technology Transfer*, in "Journal of Technology Transfer" 24, 111-123.

INNOBAROMETER 2015, *The Innovation Trends at EU Enterprises*, September 2015

GODDARD J. & CHATTERTON P. (1999), *Regional Development Agencies and the Knowledge Economy: Harnessing the Potential of Universities*, in "Environment and Planning C Government and Policy" 17, 685-699.

McELHANEY K. (2009), *A strategic approach to CSR*, in "Leader to Leader", Vol. 2009, Issue 52.

SUTZ J. (1997), *The New Role of the University in the Productive Sector*, in ETZKOWITZ H., & LEYDESDORFF L. (eds.), *Universities and the Global Knowledge Economy: A Triple Helix of University-Industry-Government Relations*, London and Washington, Pinter, pp. 11-20.

# I sistemi di Innovazione in Europa. Una prospettiva meso-sistemica

*di Eva Panetti*

## **Abstract**

The processes of production and diffusion of knowledge, traditionally entrusted to individual innovative companies, appear to be characterized by a progressive spatial concentration as well as the presence of a network of heterogeneous actors interrelated. This paper provides a systematization of some of the major contributions which adopt a meso-systemic perspective in the study of innovation processes by collecting useful empirical evidence from the European experience. The study provides a systematic review originating from the concept of innovation as an open process until the notion of system of innovation, by analysing the evolution of this research field from the traditional National Systems of Innovation until the more recent Local Innovation Systems.

## 1. Introduzione

I processi di produzione e diffusione della conoscenza, tradizionalmente affidati alle singole imprese innovative, sono sempre più caratterizzati da una progressiva concentrazione spaziale in riferimento alle attività ad alto contenuto tecnologico. Questo fenomeno ha dato origine ad una varietà di sistemi di innovazione che si distinguono per

- (i) prossimità geografica;
- (ii) tipologia degli attori coinvolti;
- (iii) modelli di *governance*.

Inoltre, se la concezione classica del processo di innovazione era tradizionalmente caratterizzata da un andamento lineare lungo il quale le fasi comprese tra l'ideazione e la commercializzazione (Mansfield et. Al. 1982) si succedevano scandite da un rigido ordine gerarchico, allo stato attuale, a causa dell'intensificarsi della concorrenza e dell'abbreviarsi del ciclo di vita dei prodotti, si tende a considerare il processo in chiave più dinamica, delineando così una maggiore integrazione della ricerca e sviluppo con altre le fasi del processo innovativo.

Tale andamento ha determinato l'affermarsi di una visione più estesa del processo che, a sua volta, ne mette in luce il carattere interattivo caratterizzato da una natura non più lineare bensì "*network-shaped*".

Ciò risponde alle esigenze di un'economia dinamicizzata da flussi di informazione, di conoscenza, di competenze e *capabilities* che rendono fuorviante un approccio focalizzato esclusivamente sulla singola impresa o sull'economia nazionale.

Da qui la necessità di una prospettiva sistemica per l'analisi e la gestione del processo di innovazione in grado di cogliere i seguenti aspetti:

- (i) un processo di apprendimento adattivo e cumulativo;
- (ii) un sistema di interazione tra agenti e gruppi prossimi;
- (iii) un processo di coordinamento delle interazioni e della fase di apprendimento.

## 2. L'innovazione come *learning result*

L'innovazione è definita come l'introduzione di nuova conoscenza o di nuove combinazioni di conoscenze già esistenti in un'economia. Pertanto, l'innovazione si configura come un processo riferito non solo all'introduzione di uno stock di conoscenze ma, soprattutto, alla sua successiva diffusione. L'innovazione si configura quindi come risultato dell'apprendimento (cd *learning result*). La capacità di utilizzare la conoscenza esistente è un aspetto fondamentale della cd *learning economy* (Lundvall, 1994) che coinvolge diversi attori e, in alcuni casi, può essere aiutato dalla prossimità geografica. La concentrazione territoriale non solo permette una più facile gestione del *direct learning* (processo deliberatamente organizzato attraverso università, istituti, divisioni di Ricerca e Sviluppo) da parte delle istituzioni, ma agevola i processi di *indirect learning*, ovvero i percorsi di apprendimento involontario derivanti dalla conduzione di normali attività economiche (Gregersen, Johnson, 1997).

### 3. I sistemi di innovazione

I sistemi di innovazione rappresentano un *framework* concettuale per l'analisi dei processi di innovazione. L'idea di fondo risiede nell'ipotesi per cui la performance dei territori (Regioni o Paesi) dipenda non solo dall'andamento economico delle aziende, ma anche dal modo in cui esse interagiscono tra loro e con il settore pubblico nell'ambito della creazione e diffusione della conoscenza. Tale visione sistemica enfatizza il ruolo delle istituzioni nel processo d'innovazione (Edquist and Johnson, 1997).

Un sistema di innovazione può essere considerato come un insieme di attori o altre entità quali imprese, organizzazioni e istituzioni che interagiscono nell'ambito della generazione, dell'uso e della diffusione di nuova conoscenza. A prescindere dall'ambito territoriale di riferimento, un sistema di innovazione risulta caratterizzato da (Ferretti, Parmentola, 2015):

- (i) la concentrazione spaziale di specifici attori e la natura localizzata del processo di innovazione, tale che l'innovazione si origini e si sviluppi nell'ambito dello stesso territorio;
- (ii) la coesistenza nel singolo territorio di imprese, istituzioni governative e di ricerca, che rappresentano le tre tipologie di attori che partecipano equamente al processo di innovazione;
- (iii) l'esistenza di relazioni tra gli attori, che stimolano un processo di apprendimento attraverso l'interazione e quindi favorendo lo sviluppo dell'innovazione.

L'importanza della variabile territoriale affonda le sue radici nella letteratura *marshalliana* sulle economie di agglomerazione la quale enfatizza i benefici derivanti dalla concentrazione di imprese nello stesso territorio (riduzione dei costi di produzione e maggior grado di specializzazione). A partire dagli anni '80, la letteratura ha introdotto il concetto di Sistema Nazionale di innovazione (Freeman, 1987) per definire un network di istituzioni pubbliche e private le cui attività ed interazioni avviano, importano, modificano e diffondono nuove tecnologie. L'approccio si focalizza sullo studio del processo di apprendimento (Lundvall, 1992) a partire dalle istituzioni, integrando diversi contributi, primo tra tutti, il modello della tripla elica avanzato da Etzkowitz e Leydesdorff (1995) che identifica e descrive le modalità di interazione di tre attori ritenuti fondamentali nell'ambito del processo innovativo: imprese, università e/o istituti di ricerca e istituzioni governative.

L'Unione europea ha palesato il desiderio di dare attuazione concreta alle indicazioni di policy implicitamente contenute nel modello stesso, attraverso la strategia di Lisbona e l'istituzione dell'Istituto Europeo per l'Innovazione e la Tecnologia nel 2008.

A partire dagli anni '90, alcuni autori iniziarono a dubitare dei vantaggi derivanti dall'adozione di una prospettiva nazionale durante lo studio del processo innovativo, ed introdussero il concetto di Sistemi Regionali di Innovazione (*Regional systems of innovation, RIS*) (Cooke et al. 1997).

Il sistema regionale di innovazione è un sistema sociale caratterizzato da relazioni sistematiche tra diversi gruppi di attori pubblici e privati, finalizzato all'aumento e al miglioramento delle capacità di apprendimento localizzate in una determinata regione (Doloreux, 2002).

Franz Todtling (1999) nell'ambito di uno studio comparato tra sette diverse regioni europee<sup>1</sup>, evidenzia come le istituzioni svolgano un ruolo fondamentale all'interno dei sistemi regionali di innovazione nella risoluzione di due problemi legati al processo innovativo: l'incertezza (rispetto alla tecnologia e ai mercati) e i regimi di appropriabilità. Le istituzioni intese come le "regole del gioco" (es. regolamentazione dei brevetti), le organizzazioni (es. agenzie per il trasferimento tecnologico), valori comportamentali e *routines* (es. attitudine verso il rischio e il cambiamento) sarebbero in grado di:

- (i) ridurre le incertezze, ad esempio attraverso la predisposizione di standard o la fornitura di informazioni;
- (ii) regolare i conflitti tra i vari attori e stabilire le regole per la cooperazione;
- (iii) fornire incentivi all'innovazione garantendo ricompense economiche o di altro tipo (per esempio, attraverso la protezione dei brevetti per un dato periodo di tempo)

L'autore inoltre mette in luce l'importanza degli attori lungo la catena del valore ai fini del processo innovativo. Da un lato, i clienti forniscono idee per modificare il prodotto originale secondo le proprie esigenze, dall'altro i fornitori sono in grado di incentivare l'innovazione attraverso, ad esempio, la fornitura di componenti con migliori funzionalità o nuovi materiali. Queste relazioni non sono di mercato e quindi non destinate ad esaurirsi nel breve periodo, ma sono più interattive e durature (*network-type*).

Gli altri interlocutori individuati sono i consulenti e le università. I primi forniscono *know-how* in campi rilevanti (dagli aspetti legali di *patenting* e *licensing* alla consulenza per l'accesso alla tecnologia, management dell'innovazione, marketing e distribuzione), le università rappresentano fonte ed interfaccia di nuove idee, partner nel processo di Ricerca e Sviluppo e fonte di forza-lavoro altamente qualificata.

Uno studio condotto nel 2007 ha identificato cinque fattori critici di successo nell'ambito degli otto sistemi di innovazione regionali ritenuti più virtuosi<sup>2</sup> in Europa:

- **Talento:** si riferisce alla presenza di persone con capacità di avanzare idee innovative. Non si tratta solo degli imprenditori che riconoscono e sfruttano le opportunità di mercato ma anche studenti e ricercatori che sviluppano nuova conoscenza. Le autorità politiche regionali possono influenzare lo stock di talento disponibile nella regione attraverso politiche orientate al supporto dei talenti;
- **Ricerca e Sviluppo:** la presenza di università e istituti di ricerca nella regione. Queste strutture sono identificabili nei luoghi di generazione di conoscenza;
- **Sistemi di investimento:** questo fattore indica la presenza di fornitori di capitali per start-up tecnologiche, comprendendo sia organizzazioni private come *business angel* e *venture capital*, sia organizzazioni pubbliche (attraverso finanziamenti e borse di studio);
- **Strutture imprenditoriali:** gli imprenditori hanno bisogno di luoghi nei quali tradurre la nuova conoscenza in prodotti da posizionare sui mercati. Esempi di questo

<sup>1</sup> Le regioni selezionate dallo studio Baden Württemberg (Germania), Styria (Austria), Tampere (Finlandia), Wales (Regno Unito) e i Paesi Baschi (Spagna).

<sup>2</sup> Le regioni sono state selezionate sulla base della classificazione del *European Regional Innovation Scoreboard* (2006) Final Report: "Exploring successful regional innovation systems in Europe", Technopolity Network, October 2007

tipo sono assimilabili agli incubatori o ai parchi scientifici. All'interno di queste strutture è possibile acquisire le competenze tecniche e imprenditoriali necessarie. Inoltre i network rappresentano un modo per gli stessi imprenditori di entrare in contatto tra loro e dare avvio allo scambio di esperienze e conoscenze. I governi regionali possono stimolare la creazione di parchi scientifici e reti di imprenditori.

- Capacità organizzativa: questo fattore si riferisce al modo in cui le attività dei diversi attori sono coordinate. Non si tratta necessariamente di un approccio top-down, è infatti possibile che le attività a livello regionale vengano gestite attraverso un processo di coordinamento dal basso guidato da tutti gli attori coinvolti.

La letteratura più recente si è spinta oltre il concetto di RIS, considerando la prospettiva regionale non adeguata a descrivere la natura localizzata dei sistemi di innovazione. Se da un lato alcuni autori sostengono che la regione, o la nazione, siano da considerarsi entità troppo grandi ai fini dell'osservazione dei sistemi di innovazione, che in realtà tendono a dispiegarsi su aree più circoscritte (Rantisi, 2002), altri studiosi ritengono che il concetto di sistema regionale di innovazione non sia sufficiente ad includere le relazioni extra-regionali, considerate cruciali nella formazione del processo di innovazione.

Pertanto, alcuni autori, hanno introdotto il concetto di Sistema Locale di Innovazione (*Local Innovation System, LIS*) al fine di identificare una rete di imprese, istituzioni ed università o istituti di ricerca specializzati e localizzati in uno stesso territorio, coinvolti in un processo di apprendimento collettivo (de la Mothe and Paquet, 1998; Cooke 2001; Asheim and Coenen 2005).

## Conclusioni

Ciò che si evince dallo studio della letteratura in materia di sistemi di innovazione è la prevalenza di una meso - prospettiva nello studio dei processi. Il meso-sistema, interposto tra i sistemi nazionali e i singoli attori, si configura come l'unità d'analisi più adatta alla comprensione del processo di apprendimento adattivo e cumulativo, del sistema di interazione tra agenti dello stesso territorio e del relativo coordinamento che, insieme, rappresentano i fattori che modellano e vincolano i processi di innovazione e le opportunità di crescita.

## Bibliografia

BENGT-ÅKE LUNDVALL, BJÖRN JOHNSON, The learning economy in "Journal of industry studies", I, 2, 1994, pp. 23-42.

BIRGITTE GREGERSEN, BJÖRN JOHNSON, Learning economies, innovation systems and European integration in "Regional studies", XXXI, 5, 1997, pp. 479-490.

BJORN T. ASHEIM et Al., Regional innovation system policy: A knowledge-based approach, in "CIRCLE" (Centre for Innovation, Research and Competence in the Learning Economy) Working Paper, 13, 2005.

BJORN T. ASHEIM, LARS COENEN, Knowledge bases and regional innovation systems: Comparing Nordic clusters, in "Research policy", XXXIV, 8, ottobre 2005, pp.1173-1190.

CHARLES EDQUIST, BJÖRN JOHNSON, Institutions and organizations in systems of innovation. Univ., 1997.

CHRISTOPHER FREEMAN, Technical innovation, diffusion, and long cycles of economic development. The long-wave debate, Springer Berlin Heidelberg, 1987, pp. 295-309.

DAVID DOLOREUX, SAEED PARTO, Regional innovation systems: Current discourse and unresolved issues in "Technology in society", XXVII, 2, 2005, pp.133-153.

DAVID DOLOREUX, What we should know about regional systems of innovation, in "Technology in society", XXIV, 3, 2002, pp. 243-263.

EDWIN MANSFIELD, Technology transfer, productivity, and economic policy, Norton, 1982.

FRANZ TÖDTLING, ALEXANDER KAUFMANN, Innovation systems in regions of Europe—a comparative perspective in "European Planning Studies", VII, 6, 1999, pp. 699-717.

HENRY ETZKOWITZ, LOET LEYDESDORFF, The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university–industry–government relations in "Research policy", XXIX, 2, 2000, pp.109-123.

HENRY ETZKOWITZ, LOET LEYDESDORFF, The Triple Helix--University-industry-government relations: A laboratory for knowledge based economic development in "Easst Review", XIV, 1, 1995, pp. 14-19.

JOHN DE LA MOTHE, GILLES PAQUET, Local and regional systems of innovation as learning socio-economies, in "Local and regional systems of innovation", Springer US, 1998, pp. 1-16.

MARCO FERRETTI, ADELE PARMENTOLA, The Firm-Driven LISs. The Creation of Local Innovation Systems in Emerging Countries, Springer International Publishing, 2015, pp. 61-89.

NORMA M. RANTISI, The local innovation system as a source of 'variety': openness and adaptability in New York City's garment district, in "Regional Studies", XXXIV, 6, 2002, pp. 587-602.

PHILIP COOKE, MIKEL GOMEZ URANGA, GOIO ETXEBARRIA, Regional innovation systems: Institutional and organisational dimensions in "Research policy", XXVI, 4, 1997, pp. 475-491.

PHILIP COOKE, PATRIES BOEKHOLT, FRANZ TÖDTLING, The governance of innovation in Europe: regional perspectives on global competitiveness, London, Cengage Learning EMEA, 2000.

PHILIP COOKE, Regional innovation systems, clusters, and the knowledge economy, in "Industrial and corporate change", X, 4, 2001, pp. 945-974.



# Il ruolo dell'innovazione nelle politiche culturali dell'UE

*di Anna Elvira Arnò*

## **Abstract**

Cultural and creative sectors generate added value contributing to economic growth, skills development and employment, innovation and social cohesion.

Since the Maastricht Treaty today, the Union has put culture at the centre of its policies, it promotes actions to safeguard and dissemination, development and cooperation between cultural operators to enhance the common cultural heritage in accordance with the national and regional diversity.

2009 was the European Year of Creativity and Innovation, underlining the importance of innovation together with the creativity in all its forms: artistic, cultural, social, technological, skills and capabilities, education and training, Creativity goes through cultural expression and innovation.

UE promotes the practical use of knowledge and ideas, it supports cultural and creative sectors directly and indirectly by funding programs, scientific research projects, cooperation with partners inside and outside Europe.

## 1. La cultura in Europa

Il terzo Forum mondiale per la cultura e le industrie culturali “*Cultura, Creatività e Sviluppo Sostenibile. Ricerca, Innovazione, Opportunità*” tenutosi ad ottobre 2014 ha ribadito il “valore della cultura e delle industrie culturali: non solo come fonti di creatività e innovazione per lo sviluppo sostenibile ma anche quale opportunità per le generazioni future”.

La cultura è il principio ispiratore delle politiche di sviluppo nell’Agenda per lo sviluppo post-2015, quale facilitatore e motore dello sviluppo sostenibile.

I settori culturali e creativi contribuiscono alla crescita economica, allo sviluppo delle competenze e all’occupazione, all’innovazione, al risanamento urbano e regionale, ed alla coesione sociale in Europa<sup>1</sup>. Essi generano valore aggiunto, sociale e reale<sup>2</sup>, in molti Paesi questi settori fanno registrare tassi di crescita superiori alla media europea, con ricadute positive su altri settori dell’economia strettamente collegati come il turismo e lo sviluppo del territorio, fornendo contenuti per le tecnologie dell’informazione e della comunicazione.

Il patrimonio culturale, i settori culturali e creativi sono al centro delle politiche comunitarie dell’Unione europea, che dal trattato di Maastricht ad oggi ha promosso azioni per la salvaguardia, la divulgazione e lo sviluppo della cultura in Europa, nonché, azioni di cooperazione tra gli operatori culturali dei vari Stati membri ed iniziative volte a contribuire all’evoluzione delle rispettive culture, nel rispetto della diversità nazionale o regionale al fine di valorizzare il patrimonio culturale comune.

Il Titolo XIII – CULTURA<sup>3</sup>, articolo 167 (ex articolo 151 del TCE) contempla una azione dell’Unione intesa ad incoraggiare la cooperazione e l’integrazione tra Stati nei seguenti settori:

- miglioramento della conoscenza e della diffusione della cultura e della storia dei popoli europei,
- conservazione e salvaguardia del patrimonio culturale di importanza europea,
- scambi culturali non commerciali,
- creazione artistica e letteraria, compreso il settore audiovisivo.

Per contribuire alla realizzazione degli obiettivi dell’articolo 167, il Parlamento europeo e il Consiglio, secondo la procedura legislativa ordinaria e previa consultazione del Comitato delle regioni, deliberano azioni di incentivazione, mentre il Consiglio, su proposta della Commissione, adotta le raccomandazioni.

Nel 2009 la Commissione ha riconosciuto l’importanza dell’innovazione unitamente alla creatività (*Anno europeo della creatività e dell’innovazione*) promuovendo un ambiente favorevole a tutte le forme di creatività e di innovazione di qualsiasi tipo: artistico, culturale, sociale, tecnologico, lo sviluppo di competenze e capacità ritenute chiave attraverso

<sup>1</sup> Tale comparto comprende diversi settori come il patrimonio culturale, l’architettura, gli archivi e biblioteche, l’artigianato d’arte ed artistico, il design (compresa la moda), i festival, il cinema, la televisione, la musica, le arti visive, le arti dello spettacolo, l’editoria e la radio.

<sup>2</sup> Nonostante la crisi la cultura rappresenta circa il 4,5 % del prodotto interno lordo europeo e impiega il 3,8 % della forza lavoro (8,5 milioni di persone) in Le politiche dell’Unione europea, “*Cultura e settore audiovisivo*”, Commissione europea, novembre 2014.

<sup>3</sup> Trattato sull’Unione europea e Trattato sul funzionamento dell’Unione europea.

l'istruzione e la formazione e l'utilizzazione pratica delle conoscenze e delle idee.

La creatività passa per l'espressione culturale e l'innovazione, è una risorsa unica che porta alla creazione di nuovi prodotti, la ricerca di soluzioni di sviluppo innovative e più efficienti, nuovi stili di vita, di organizzazione e di percezione della società e dell'ambiente, modi nuovi di affrontare le sfide globali come il cambiamento climatico ed il turismo sostenibile.

La cultura può proporre modelli di produzione e di consumo nuovi e sostenibili. Le industrie culturali fulcro dell'economia creativa, devono sfruttare le proprie potenzialità per stimolare un'innovazione che sia al servizio della crescita economica, della piena occupazione.

I settori culturali e creativi fronteggiano numerose sfide derivanti dalla transizione digitale, dalla globalizzazione, dalla frammentazione del settore e dalla frammentazione culturale e linguistica dei mercati, dalla difficoltà di accedere ai finanziamenti e dalla mancanza di investimenti privati. Tali problematiche e sfide devono essere affrontate a livello europeo.

## 2. L'innovazione nelle politiche e nei piani di lavoro per la cultura

La cultura e l'innovazione sono temi centrali tanto *nell'Agenda politica dell'Unione Europea (2007)* che nelle linee guida dei nuovi programmi di intervento. Con *l'Agenda europea per la cultura in un mondo in via di globalizzazione* è stata delineata la strategia europea per accrescere la cooperazione culturale nell'Unione Europea, ispirata a tre principi:

1. diversità culturale e dialogo interculturale per favorire l'apertura nonché gli scambi fra le culture
2. la cultura come catalizzatore della creatività e dell'innovazione nel quadro della strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione
3. la cultura quale elemento delle relazioni internazionali, conformemente alla Convenzione dell'Unesco sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali

La cultura viene sempre più considerata come fattore strategico di importanza politica, sociale ed economica che contribuisce agli obiettivi di politica estera.

Le politiche comunitarie per la cultura 2014-2020 sono state delineate dalla Commissione Europea nella Comunicazione *Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita economica e l'occupazione nell'Unione europea del 2010*<sup>4</sup>, con cui si dà un seguito al *Libro verde sulle industrie culturali e creative* pubblicato nel 2010 e alla consultazione pubblica che ne è seguita nel 2011. Le raccomandazioni seguite hanno l'obiettivo di creare condizioni favorevoli allo sviluppo dei settori della cultura relativamente a:

1. lo sviluppo delle competenze
2. l'accesso ai finanziamenti

4 COM(2012) 537 final, Bruxelles, 26.9.2012.

3. la diffusione di nuovi modelli d'impresa
4. l'allargamento dell'audience
5. l'accesso ai mercati internazionali
6. il rafforzamento dei legami con gli altri settori.

L'Unione sostiene i settori culturale e creativo direttamente ed indirettamente con programmi, finanziamenti, progetti di ricerca scientifica, cooperazione con partner all'interno e all'esterno dell'UE. Inoltre, attua politiche connesse alla cultura come l'istruzione, la ricerca, le nuove tecnologie informatiche, le politiche sociali e di sviluppo regionale che si riflettono in ambito culturale.

Per dare attuazione all'Agenda europea per la cultura ed alla strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva *Europa 2020*, sono stati adottati già tre Piani di lavoro che hanno definito le iniziative da attuare nel campo della cultura a livello nazionale e comunitario.

Il *piano di lavoro 2008-2010* è stato focalizzato sulle iniziative prioritarie di mobilità degli artisti, l'accesso alla cultura, l'elaborazione di statistiche nel settore, la promozione delle industrie culturali e creative e l'attuazione della convenzione UNESCO sulla protezione e promozione della diversità delle espressioni culturali.

Il secondo *piano di lavoro 2011-2014* è stato incentrato sul ruolo delle istituzioni culturali finanziate con fondi pubblici, sulla promozione dell'accesso alla cultura, sulle buone pratiche delle istituzioni pubbliche operanti nei settori dell'arte e della cultura e sulla promozione della diversità culturale e del dialogo interculturale, con le seguenti priorità:

- Priorità A - diversità culturale, dialogo interculturale e cultura accessibile e inclusiva
- Priorità B - industrie culturali e creative
- Priorità C - competenze e mobilità, per identificare gli ostacoli ai programmi di sostegno per la mobilità e superamento degli ostacoli.
- Priorità D - patrimonio culturale, compresa la mobilità delle collezioni per semplificare i processi di mobilità delle opere e elaborazione di un kit di strumenti (digitalizzazione del patrimonio culturale, lotta al traffico illecito di beni culturali e sistemi per la stima delle opere d'arte)
- Priorità E - cultura nelle relazioni esterne
- Priorità F - statistiche culturali e nuove metodologie

L'ultimo *piano di lavoro per la cultura 2015-2018* propone quattro priorità per la collaborazione europea e per le politiche culturali:

- Priorità A - cultura accessibile e aperta a tutti
- Priorità B - patrimonio culturale

- Priorità C - settori culturali e creativi: economia creativa e innovazione
- Priorità D - promozione della diversità culturale, della cultura nelle relazioni esterne dell'UE e della mobilità.

Il Consiglio dell'Unione Europea nel piano di lavoro quadriennale "ritiene di dover garantire l'eccellenza, l'innovazione e la competitività dei settori culturali e creativi promuovendo il lavoro di artisti, creatori e professionisti della cultura e riconoscendo il contributo dei settori agli obiettivi della strategia Europa 2020 per la crescita e l'occupazione, con particolare attenzione alle sfide del passaggio al digitale".

La Priorità C riguarda proprio l'economia creativa e l'innovazione e soddisfa tanto l'obiettivo strategico 3.2 dell'Agenda Europa per la cultura (la cultura quale catalizzatore della creatività) quanto le priorità 1 e 2 della Strategia Europa 2020 (crescita intelligente e sostenibile).

Tale priorità si concentrerà sulle seguenti tematiche:

C1) Accesso ai finanziamenti – l'obiettivo è individuare programmi di finanziamento e pratiche di investimento innovativi come fondi pubblico-privato, investitori informali, capitale di rischio, crowdfunding, sponsorizzazione, donazioni e filantropia

C2) Ruolo delle politiche pubbliche nello sviluppo del potenziale in termini di imprenditorialità e di innovazione dei settori culturali e creativi. Saranno prodotte raccomandazioni e buone prassi per misure di sostegno a imprenditori culturali e creativi favorendo:

- Scambi culturali e creativi per stimolare l'innovazione, la sostenibilità economica e l'inclusione sociale, promuovendo sinergie fra i settori culturali e creativi, da un lato, e altri settori rilevanti, dall'altro,
- Individuare misure innovative per promuovere l'imprenditorialità e nuovi modelli d'impresa nei settori culturali e creativi.

C3) Turismo culturale sostenibile.

Gli esperti mapperanno metodi e strumenti per rendere il patrimonio culturale europeo accessibile al sistema di promozione e commercializzazione. L'obiettivo è creare un'offerta di turismo europea basata sul patrimonio culturale materiale e immateriale come fattore competitivo al fine di attrarre nuove forme di turismo sostenibile. Sarà verificato come la digitalizzazione dei contenuti culturali e i servizi digitali promuovono l'espansione delle reti turistiche transeuropee e lo sviluppo di itinerari, unitamente a attività, festival ed eventi culturali legati all'arte contemporanea.

### **3. I finanziamenti per la cultura**

Il maggiore sostegno dell'Europa ai progetti culturali è derivato indirettamente dai fondi strutturali (FESR, FSE) finalizzati alla promozione della coesione politica e sociale, laddove eventualmente si riverberino in ambito culturale. I Fondi strutturali infatti offrono opportunità rilevanti di finanziamento per la cultura, la creazione e l'innovazione in seno

all'Unione, considerato che gli investimenti nel settore culturale possono ricevere finanziamenti a titolo di tutti e tre gli obiettivi della politica di coesione (convergenza, competitività regionale e occupazione).

Il supporto ai settori culturali e creativi, derivato dall'esperienza dei programmi e azioni Cultura, MEDIA e MEDIA Mundus, è confluito nel *Programma Europa creativa (2014-2020)*<sup>5</sup>.

Il programma ha una dotazione finanziaria complessiva di 1,801 miliardi euro e prevede un sistema di garanzie dei prestiti per incoraggiare le banche a concedere prestiti alle piccole imprese attive nel settore culturale. Il Bilancio è così ripartito: 15% per la sezione transettoriale, 30% per la sezione Cultura, 55% per la sezione MEDIA.

Il Programma è destinato alle piccole e medie imprese ed alle organizzazioni operanti nei settori culturali e creativi. Esso mira a proteggere e promuovere la diversità culturale e linguistica europea, a rafforzare la competitività del settore<sup>6</sup> e suscitare interesse per le opere europee dando un sostegno alle attività volte alla costruzione del pubblico (obiettivo trasversale).

Il programma in particolare intende:

- sostenere la capacità dei settori culturali e creativi europei di operare a livello transnazionale anche mediante il rafforzamento dei rapporti e delle reti tra operatori, reti transfrontaliere, collaborazioni e attività di apprendimento<sup>7</sup>,
- promuovere la circolazione transnazionale delle opere e degli operatori culturali e creativi e raggiungere nuovi pubblici in Europa e nel mondo,
- rafforzare la capacità finanziaria dei settori culturali e creativi, con uno strumento finanziario di garanzia per agevolare l'accesso al credito delle piccole imprese e delle organizzazioni; tale strumento di debito per le PMI si affianca agli strumenti previsti per le imprese di Orizzonte 2020 (programma europeo per la ricerca e sviluppo) e COSME (programma per la competitività delle imprese e delle PMI),
- sostenere la cooperazione politica transnazionale in modo da favorire lo sviluppo di politiche, l'innovazione, la costruzione del pubblico e nuovi modelli di business,
- sostenere misure per l'internazionalizzazione del settore.

Oltre che salvaguardare e promuovere la diversità culturale e linguistica, il programma sostiene la cultura nelle sfide dell'era del digitale e della globalizzazione creando nuovi mercati, opportunità e pubblico a livello internazionale.

I programmi e gli strumenti proposti dalla Commissione nell'ambito del nuovo quadro finanziario pluriennale 2014-2020, offrono opportunità di finanziamento più diversificate.

<sup>5</sup> Europa creativa sostiene il piano di lavoro per la cultura che giungerà a scadenza alla fine del 2018.

<sup>6</sup> In tal modo il programma darà il suo contributo alla strategia Europa 2020 e alle sue iniziative faro.

<sup>7</sup> Il nuovo bando del Programma Europa Creativa per la cultura - Reti europee attive nei settori culturali e creativi con scadenza 7 ottobre 2016, prevede sovvenzioni per azioni delle reti europee attive nei settori culturali e creativi con l'obiettivo di rafforzare la capacità di tali settori di operare a livello transnazionale e internazionale, nonché di adattarsi ai cambiamenti allo scopo di facilitare e stimolare la diversità culturale e linguistica oltre che di rafforzare la competitività del settore attraverso interventi di promozione dell'innovazione.

Altri programmi che contribuiscono al settore cultura e creatività	
Erasmus +	favorisce lo sviluppo delle competenze settoriali attraverso l'istruzione e la formazione e il rafforzamento delle conoscenze e le partnership mediante apposite alleanze
EuropeAid	favorisce e sostiene la cooperazione internazionale e l'attuazione della cooperazione allo sviluppo, il programma è finanziato dal bilancio della UE e dal Fondo europeo per lo sviluppo regionale
Europa per i cittadini	favorisce l'avvicinamento dei cittadini europei all'Unione Europea ed alle sue istituzioni, si pone l'obiettivo di rafforzare la memoria e promuovere la partecipazione attiva dei cittadini e delle associazioni della società civile alla vita democratica dell'Unione
Horizon 2020	promuove la ricerca e l'innovazione nel settore della cultura e del patrimonio culturale
COSME	programma per la competitività delle imprese e le piccole e medie imprese, sostiene l'imprenditorialità e l'accesso al credito e ai mercati da parte delle piccole e medie imprese
Employment and Social Innovation programme (EASI)	mira a promuovere un elevato livello di occupazione sostenibile e di qualità, garantire una protezione sociale adeguata e dignitosa, combattere l'emarginazione e la povertà e migliorare le condizioni di lavoro
Erasmus for Young Entrepreneurs	aiuta l'imprenditore ad acquisire importanti competenze e ad estendere la propria attività a livello europeo

## Premi e riconoscimenti europei in ambito culturale

### CAPITALI EUROPEE DELLA CULTURA

l'azione comunitaria contribuisce ad avvicinare gli abitanti dell'Europa tra loro, e celebra la ricchezza, la diversità e gli aspetti comuni delle culture europee.

### PREMIO UE PER IL PATRIMONIO CULTURALE

Europa Nostra viene assegnato ogni anno ai progetti migliori che salvaguardano, studiano e valorizzano il patrimonio

### PREMIO «MEDIA» DELL'UE

viene assegnato al film con il maggior potenziale d'incassi presentato per ottenere un sostegno allo sviluppo dal programma MEDIA

### PREMI EUROPEI «BORDER BREAKERS»

celebrano gli artisti (musicisti) europei che riescono ad affermarsi all'estero con il loro primo album, premiando il talento musicale dell'Europa, inco-

raggiando gli artisti a condividere la loro musica in tutta l'UE

**PREMIO DELL'UNIONE EUROPEA PER LA LETTERATURA**

mira a dare risalto alla qualità e diversità della letteratura contemporanea europea promuovendo una maggiore circolazione delle opere letterarie in Europa e stimolando l'interesse dei lettori per le opere di autori di altri paesi

**MARCHIO DEL PATRIMONIO EUROPEO**

viene attribuito ai siti con un valore emblematico per il processo di integrazione europea

**N.I.C.E. AWARD – Premio Europeo per Innovazioni in Cultura e Creatività**

l'edizione 2015 del premio tematico "Risolvere le principali sfide" favorisce le innovazioni sorprendenti e sperimentali come soluzioni a problemi globali, con particolare attenzione alle innovazioni digitali

**INIZIATIVA "BERLINALE TALENTS"**

Opportunità di incontro per giovani emergenti per condividere esperienze e imparare dagli esperti del settore, tra sceneggiatori, produttori, registi, compositori, editori e giovani critici cinematografici



## Bibliografia

COMMISSIONE EUROPEA DG Comunicazione Informazioni per i cittadini, *Celebrare la diversità culturale dell'Europa in Cultura e settore audiovisivo*, novembre 2014

10° Rapporto annuale Federculture, *Cultura l'alternativa alla crisi per una nuova idea di progresso 2014*

COM/2010/390 – *Comunicazione sull'attuazione dell'Agenda europea per la cultura*

COM/2007/0242 def., *Comunicazione su un'agenda europea per la cultura in un mondo in via di globalizzazione*

Dichiarazione del Terzo Unesco Forum per la cultura *Cultura, creatività e sviluppo sostenibile. Ricerca, innovazione, opportunità Firenze*, ottobre 2014

C463/I, *Conclusioni del Consiglio sulla governante partecipativa del patrimonio culturale*

2014/C-463/02, *Conclusioni del Consiglio su un piano di lavoro per la cultura 2015-2018*

Conferenza delle Nazioni Unite, *Il futuro che vogliamo*, giugno 2012

Congresso dell'Unesco *Mettere la cultura al centro delle politiche di sviluppo sostenibile*, maggio 2013

COM/2010/2020 def., *EUROPA 2020 - Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e solidale*

2010/C - 325/01 - *Conclusioni del Consiglio e dei Rappresentanti dei governi degli Stati membri, riuniti in sede di Consiglio, sul piano di lavoro per la cultura 2011-2014*

COM/2012/537 def. – *Comunicazione - Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita e l'occupazione nell'UE*

# Influenza, innovazione, consumo e *civic engagement* nell'ottica europea: spunti di riflessione

di Mariano Bonavolontà

## Abstract

The article acknowledges the centrality of a sound civic engagement among EU citizens, meant as the only way to proceed towards a full integration process, as demonstrated by briefly-presented institutional theories. The starting point of the paper is the multilevel link among influence, innovation and civic engagement. Firstly, influence and innovation are clearly interconnected with civic engagement because the theories of influence spreading have been reviewed by a certain ambit of sociological theories, presented in the article, that demolished the opinion leaders hegemony and partially reconsidered their role within the diffusion of influence and innovation. This creates an important repercussion on civic engagement dynamics also within the current environment, which is made by new forms of democracy, unusual institutional and political rhetoric and new shapes the National State has acquired, far from the classical ones. Secondly, innovation and civic engagement are linked because of the current surfacing of new phenomena of civic engagement practices, mediated and carried out by social networks. Within the literature, this new kind of civic engagement has produced opposite reactions. The paper deepens this phenomenon by highlighting its main features. SNS-mediated civic engagement cannot be meant as equipollent to the classical civic engagement because it owns idiosyncratic characteristics and, moreover, it underlines an interesting trend: the shaping power of the consumption habits on SNS mediated civic engagement. Indeed, presented theories demonstrate that the SNS consumption behaviour has conformed and moulded this type of civic engagement, which results more ephemeral and superficial but also more emotional and impulsive. These features of emotionality and impulsivity could be strategically used in the emotional communication style the EU has been using for years, as keys to stimulate the debate and dialogue and as ways to overcome the (un)witting bias the national media mainstreams present. Thus, even if with scientific prudence, these new forms of civic engagement could be used as keys to tickle the EU citizenship participation into the EU institutional life by reaching an actual, real and true *motus animi*.

## 1. Premessa

La partecipazione alla vita istituzionale europea appare una sfida che, nelle molteplici tradizioni scientifiche che spaziano dalla comunicazione alla sociologia e alle scienze politiche, l'Unione europea deve abbracciare. Le innovazioni intrecciano connessioni con la tematica della partecipazione dei cittadini: è necessario dipanare questo intricato e non scontato reticolo, per tentare di comprendere quali siano i *trend* da circoscrivere per giungere alla piena partecipazione civica nell'attuale e complessa società.

## 2. Dalla diffusione dell'innovazione all'engagement civico: connessioni

L'analisi della diffusione dell'innovazione nella società è un tematismo tanto affascinante quanto complesso che può essere analizzato da diverse prospettive, ognuna delle quali fa obiettivamente risaltare alcune traiettorie di diffusione.

“Innovazione”, a sua volta, è un termine multifaccettato e multidimensionale: esso può essere facilmente applicato al settore industriale, aprendo le grandi porte del Trasferimento Tecnologico e della trasmissione e traduzione del sapere teorico, solitamente generato dalle Università, alle aziende che, poi, devono tradurlo in risultati economicamente tangibili.

L'innovazione impatta fortemente anche nella società: in questa ottica l'innovazione si sposa con il comportamento umano ed ha una sua forte connotazione visibile nei fenomeni di consumo. Qui, l'innovazione di prodotto può ingenerare fenomeni di consumo che suscitano fenomeni sociali che sono intercettati dalle aziende e che, a loro volta, spingono verso ulteriori innovazioni<sup>1</sup>.

Non è un caso che una pietra miliare nella letteratura dell'innovazione, ovvero la celeberrima teoria della diffusione dell'innovazione ad opera di Everett Rogers<sup>2</sup> il quale ha proposto il famoso modello campanulare, abbia radici sociologiche. L'idea di Rogers, che sfrutta una prospettiva epidemiologica (il contagio), afferma che la diffusione dell'innovazione tecnologica nella società avviene attraverso o contatti personali o attraverso mezzi di comunicazione di massa; in entrambi i casi, seppur con diversi livelli di efficacia, l'innovazione viene adottata nella società e, con il suo grafico campanulare, è anche possibile definire gli strati della società che l'adottano.

Andando oltre le critiche che sono state mosse alla teoria rogersiana, è altamente improbabile che i meccanismi di diffusione dell'innovazione nella società non abbiano una grande componente comunicativa. In altri termini, sia a livello teorico, sia a livello empirico, è difficile ipotizzare meccanismi di diffusione dell'innovazione nella società e nei comportamenti sociali, a prescindere dalle variabili comunicative e di trasmissione, dunque, di messaggi.

<sup>1</sup> In questa sede non è possibile approfondire l'interessante relazione che lega consumo ed innovazione. La letteratura d'ambito si è espressa da diversi punti di vista multidisciplinari in maniera diretta o differita. Adottando la prospettiva dell'innovazione come qualcosa di estremamente dinamico e cangiante, è necessario approfondire partendo da un classico della letteratura, ovvero Simmel G. (2001), *La moda*, Mondadori, Milano. Per una carrellata sui fenomeni di consumo si consigliano Codeluppi V. (2005), *Manuale di sociologia dei consumi*, Carocci, Roma e Sassatelli R. (2004), *Consumo, cultura e società*, Il Mulino, Bologna. Infine, per i processi di innovazione a partire dal consumo è necessario fare appello a Fabris G. (2009), *Societing*, EGEA, Milano.

<sup>2</sup> Rogers E. (2003), *Diffusion of innovations*, V edizione, Free Press, New York

Grandi assonanze sono intercettabili tra il modello epidemiologico di diffusione dell'innovazione nella società ad opera di Rogers ed un classico della letteratura sulla comunicazione, ovvero la *Two-Steps Flow of the media influence* ad opera di Lazarsfeld e Katz i quali, nel 1955, pubblicano *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. Secondo Sorice,

«[...] Katz e Lazarsfeld affermano che non esiste un flusso unitario di informazioni (o comunque non è l'unico) che si muove dai media ai destinatari finali; in realtà il flusso comunicativo segue un percorso in due fasi: la prima dai media agli opinion leaders, la seconda dalla mediazione operata dagli opinion leaders al gruppo sociale di riferimento»<sup>3</sup>.

La teoria dell'influenza a due step, ha dato il "la" a numerose scie di ricerca ed è stata il paradigma leader nel settore della comunicazione; in aggiunta, da un punto di vista scientifico, ha avuto il merito di contribuire a scardinare altre teorie della comunicazione di massa fino ad allora dominanti, quali la teoria dell'ago ipodermico, che contestualizzava il processo di trasmissione dell'informazione in maniera estremamente semplicistica – e forse anche ideologizzata per alcune sue varianti – che mal si conciliava con i successivi apporti di altre discipline, *in primis* la linguistica e, soprattutto, la semiotica, la quale non poteva procedere senza il concetto di decodifica che era in contrasto con l'idea di un ricevente completamente inerte e rispondente agli stimoli secondo un'ottica pavloviana<sup>4</sup>.

Da più parti (come in Sorice<sup>5</sup>), si nota che la teoria dei due step non è l'unica a prevedere la presenza di un'entità che si frappone tra l'emittente ed il ricevente, come dimostra, ad esempio, l'intuizione di Kurt Lewin dei *gatekeepers*, ovvero degli step che, all'interno della costellazione dei canali di comunicazione, fungono da entità che filtrano la comunicazione, avendo dunque un potere particolarmente influente. La teoria dei *gatekeeper* ha dunque assonanze con quella della *two-steps flow of communication* anche se poi ha costruito la base per ulteriori filoni di ricerca sulla comunicazione, *in primis* la sociologia del *newsmaking*<sup>6</sup>.

Watts e Dodds, due studiosi, sociologo e matematico, sono una delle ultime punte di diamante della messa in discussione critica e propositiva del paradigma di Katz e Lazarsfeld: entrambi partono da questa base teorica e la mettono in discussione, grazie a dei modelli di simulazione matematica<sup>7</sup>. Rimandando al loro principale lavoro su questa tematica, in questa sede preme sottolineare alcuni punti di questa teoria: i due studiosi notano che, per quanto riguarda la famosa teoria dei due step, utilizzata come base di studio da altre discipline come il marketing, la comunicazione e le teorie di diffusione dell'innovazione, se è vero che la teoria rogersiana prevede la presenza di *opinion leader*, come tutta la vasta serie di teorie da loro menzionate, è anche vero che non sono necessari gli *opinion leader* per avere delle curve ad S, così come altrettanti modelli di diffusione non richiedono la presenza di questi influenzatori. Iniziando dalla domanda di come questi *opinion leader* operino, i due studiosi propongono un'ipotesi sulla base della quale, stanti diverse condi-

3 Sorice M. (2005), *I media*, Carocci, Roma, p. 58

4 Per un'indagine sull'evoluzione scientifica in questo senso si vedano, almeno Morcellini M., Fatelli G. (2003), *Le scienze della comunicazione*, Carocci, Roma e Wolf M. (1985), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano

5 Sorice, M. (2005), già citato.

6 Cfr. Wolf M. (1985), già citato, pp. 180 e ss.

7 Watts D.J., Dodds P.S. (2007), *Influentials, Networks and Public Opinion Formation*, *Journal of Consumer Research*, Vol. 34

zioni da loro specificate, l'influenza non avviene attraverso gli *opinion leader*, bensì attraverso una massa critica di individui; lo schema dell'influenza e della diffusione di Watts e Dodds differisce dunque da quello di Katz e Lazarsfeld: mentre nella teoria dei due step, l'influenza appare avere un unico senso (ovvero medium-opinion leader-soggetto influenzato), nella loro teoria la traiettoria dell'influenza può avere diverse direzioni; mentre nella teoria classica i passaggi intermedi sono essenzialmente pochi (con al centro l'*opinion leader*), nel loro modello, i passaggi possono essere molteplici e ciò può portare alla generazione di cascate di influenza di diversa scala. In definitiva, la loro ipotesi non vuole assolutamente eliminare l'importanza degli *opinion leader*, ma rivalutarla.

Tale teoria è particolarmente interessante all'interno del dibattito sull'*engagement* civico. Diffusione dell'innovazione ed *engagement* civico sono connessi attraverso due link: il primo è legato allo scardinamento dell'idea tradizionale di un processo di influenza a due step in quanto, con la crisi corrente dell'*engagement* civico, la verticalizzazione dell'influenza non sembra avere più la forza cogente anteriore; in seconda istanza, l'innovazione opera all'interno della società con l'adozione di nuovi stili di consumo: in primis il consumo e la fruizione mediale, che modificano il rapporto tra i cittadini e le fonti di *engagement* civico, sdoganando nuove dinamiche e nuovi vettori e traiettorie di *engagement*.

In un panorama contraddistinto dalla crisi della politica e dell'impegno istituzionale e civico, i *pattern* di comunicazione e, più in generale, di coinvolgimento civico appaiono mutati: l'*endorsement* si fa diverso, più *random* e non più pilotato secondo le dinamiche *bottom-up* che tutt'ora resistono ma che hanno perso terreno, tanto da portare studiosi come, ad esempio, Rosanvallon a parlare addirittura di controdemocrazia<sup>8</sup> o, in maniera più classica, Habermas a proporre il suo felice concetto di "democrazia deliberativa"<sup>9</sup>. In realtà, tale dinamica si sviluppa a partire da un'ulteriore evoluzione dei sistemi istituzionali e di cittadinanza che hanno spinto studiosi a proporre nuove forme di concettualizzazione dello stesso Stato. Già Fioravanti<sup>10</sup> ha ripercorso, con colta precisione storica, l'evoluzione del concetto di Stato intrecciando quest'ultima con le problematiche dell'integrazione europea ed ha proposto la teoria di Ackerman in base alla quale è necessario, per una piena integrazione, il raggiungimento di due obiettivi: un effettivo ruolo della voce democratica e l'applicazione uniforme del diritto sovranazionale; attualmente, quest'ultimo punto è stato raggiunto, al contrario del primo, che stenta ancora ad affermarsi, specialmente nel "dibattito europeo"<sup>11</sup>, sviluppando dunque effetti contraddittori inghiottiti dal mostro del deficit democratico. In aggiunta, il contesto istituzionale, nel quale si opera, è mutevole ed è fondamentalmente cambiato, intercettato da Castells<sup>12</sup> come "stato-network", strumento ermeneutico molto utile perché, nel dibattito sull'esistenza o meno del popolo europeo, permette di superare le posizioni dicotomiche vigenti<sup>13</sup>. Su altri fronti, bisogna anche considerare come il *civic engagement* debba scontrarsi anche con nuove forme di cittadinanza o di "ipercittadinanza", identificate da Pitasi<sup>14</sup>.

8 Rosanvallon P. (2012), *Controdemocrazia. La politica nell'era della sfiducia*, Castelvecchi, Roma

9 Habermas J. (2013), *Fatti e norme*, Laterza, Roma-Bari

10 Fioravanti M. (2009), *Costituzionalismo*, Laterza, Roma-Bari

11 Cfr. ibidem, p. 139

12 Castells M. (2000), *Volgere del millennio*, Egea, Milano

13 Cfr. Parito M. (2012), *Comunicare l'Unione Europea*, Franco Angeli, Milano

14 Pitasi A. (2012), *Ipercittadinanza*, Franco Angeli, Milano

Dunque, il punto di partenza è la *liaison* che connette diffusione dell'innovazione, teorie dell'influenza e *civic engagement* all'interno di un panorama che è profondamente cambiato ma che deve essere compreso nell'ottica del rafforzamento dell'*engagement* per scardinare il deficit democratico.

### 3. L'ambito europeo, l'innovazione ed il *civic engagement*

Nell'ambito europeo, la tematica del coinvolgimento dei cittadini è un'istanza chiave nelle *policy* dell'Unione europea e, più in particolare, della Commissione.

Nel corso degli ultimi anni, si è assistito ad una sempre maggiore focalizzazione delle attenzioni sul tema della cittadinanza: nel 2013, l'Anno europeo dei cittadini ha puntato i riflettori dell'attenzione istituzionale proprio sulle questioni della cittadinanza che, a loro volta, coinvolgono il grande quadro dell'identità dell'Europa. Il 2014 è stato consacrato interamente alle elezioni del Parlamento europeo, istituzione che, per antonomasia, è chiamata a rappresentare i cittadini, solleticando l'*humus*, a volte cronicamente sopito, della cittadinanza attiva. Con la nuova Commissione, presieduta da Jean-Claude Juncker, sembra attivarsi il meccanismo, tanto atteso, di specularità tra elezioni democratiche del Parlamento e Commissione europea. Anche la nuova Commissione è fortemente incentrata sulle dinamiche di salvaguardia dei cittadini europei, come dimostrano le propulsioni iniziali verso la tutela della privacy o, ancora, nei confronti di una rinforzata trasparenza a favore della cittadinanza. All'interno di queste parabole e traiettorie istituzionali, una miriade di iniziative a favore della cittadinanza hanno invaso il territorio europeo, con il fiorire di grandi eventi in loco, del nuovo format dei "*Citizens dialogues*" e l'utilizzo serrato dei social media per garantire dibattiti e presenze virtuali.

In aggiunta, l'UE si è da sempre mossa a favore della stimolazione della partecipazione dei cittadini nella vita istituzionale e nelle scelte di *policy*, grazie a schemi di coinvolgimento classici come le consultazioni pubbliche o attraverso architetture istituzionali *ad hoc*, come la presenza del Mediatore europeo, l'istituzione del Diritto di Iniziativa dei Cittadini Europei o la rete di prossimità dei Centri Europe Direct.

Parallelamente, sul fronte della partecipazione passiva, qui intendibile come accessibilità e trasparenza, oltre alle recenti iniziative relative al potenziamento della trasparenza, degni di nota sono gli sforzi dell'UE nel regime linguistico e della comunicazione scritta che seguono schematismi ormai consolidati e che perseguono la volontà della piena comprensione degli atti dell'UE<sup>15</sup>.

Nel suo atteggiamento innovatore nel campo della comunicazione pubblica ed istituzionale, l'Unione europea ha, in maniera incrementale e definitivamente coraggiosa, puntato sui social media come strumenti di informazione e comunicazione, talvolta in maniera anche piuttosto inusuale e strategica<sup>16</sup>.

15 Per un'introduzione sulla relazione tra comunicazione istituzionale ed istanze del multilinguismo è possibile confrontare Bonavolontà M. (2013), *Cittadinanza europea e Comunicazione Interculturale in CIVES - Cittadini Italiani Verso l'Europa*, di Trupiano G. (con prefazione ed a cura di), La Scuola di Pitagora Editrice, Napoli

16 Per l'analisi dell'evoluzione delle *policy* di comunicazione e dell'uso dei *social media* ed altri strumenti di comunicazione online è utile far riferimento a Parito M., già citato.

È dunque lecito chiedersi quale sia il rapporto che corre tra questi nuovi media e, in generale, il fenomeno del *civic engagement*, l'innovazione nella loro adozione e l'UE, tenendo conto che: 1) come visto, il rapporto tra influenza, diffusione dell'innovazione e *civic engagement* è piuttosto stretto; 2) il *civic engagement* è una priorità nella prospettiva europea perché corrisponde anche ad una *condicio sine qua non*, il buco nero del *deficit* democratico venga estinto.

Come spesso avviene nel campo della comunicazione, l'introduzione delle innovazioni desta, quasi sempre, opinioni tendenzialmente polarizzate, forse su *imprinting* della Scuola di Francoforte. Anche l'uso dei social media come mezzi per il coinvolgimento della cittadinanza ha suscitato facili entusiasmi. Dall'inizio, si è tendenzialmente guardato ai social media come una panacea capace di svegliare ed irrorare le coscienze degli *user* troppo addormentate e secche o, molto più probabilmente, completamente disilluse dal dibattito istituzionale e politico<sup>17</sup>.

In realtà, è difficile, nella comunicazione, che un solo *medium* riesca a generare profonde rivoluzioni per cui la letteratura d'ambito specializzata tende a rivalutare, in generale, il ruolo dei social media nell'*engagement* civico, ponendosi in una posizione mediana in base alla quale le forme di comunicazione innovativa sicuramente svolgono un ruolo chiave in quanto «*abilitatori della partecipazione*»<sup>18</sup>; dall'altro, la letteratura tende ad essere cauta in quanto la specularità e l'equivalenza tra partecipazione mediata e partecipazione effettiva, non sono affatto scontate.

#### 4. *Civic engagement*, consumi culturali e sfera privata

L'innovazione diffusa ed ormai acclarata dei social media ha comportato una modificazione delle teorizzazioni circa le pratiche di socialità<sup>19</sup>.

Difatti, uno dei tratti più interessanti sul dibattito tra l'innovazione nella comunicazione, l'innovazione nelle nuove forme di socialità e le pratiche di *civic engagement*, è una sempre più marcata e sottile linea di demarcazione tra sfera pubblica e sfera privata che si avvicinano sempre più. In aggiunta, le forme di *civic engagement* mediate dai social media rendono palese l'idea, già citata e derivante da diverse tradizioni di pensiero, che le abitudini di consumo e di fruizione abbiano dunque un effetto conformante le pratiche di partecipazione civica e, dunque, anche degli stili di coinvolgimento delle stesse istituzioni.

In altri termini, se non ci fosse stato il boom nella fruizione mediale dei social media, in primis nell'ambito della sfera privata e come prodotti/mezzi di consumo mediale e di *loisir*,

17 Scrive Marinelli: «La valutazione dell'impatto dei media rispetto all'attivazione di forme di *civic engagement* ha dato origine a prese di posizione fortemente contrapposte [...]. A partire dalla metà degli anni novanta dello scorso secolo, la crescente diffusione della rete internet e la sua integrazione nella vita quotidiana – nel lavoro e nel tempo libero, nell'accesso autonomo all'informazione e nella gestione dei network relazionali – ha suscitato una serie di entusiastiche affermazioni rispetto alla possibilità che nei processi di *governance* dei sistemi democratici si fosse arrivati ad un punto di svolta [...]»: cfr. Marinelli A. (2013), *Le culture partecipative e la sfida del civic (political) engagement*, p. 117 e ss. in Bartoletti F, Faccioli F (2013), *Comunicazione e civic engagement*, Franco Angeli, Milano

18 Bartoletti F, Faccioli F (2013), *Comunicazione e civic engagement*, già citato, p. 7

19 Cfr. Marinelli A. (2011), *Socievolezza 2.0. I legami sociali nella network society*, Sociologia della Comunicazione 41-42, Franco Angeli, Milano

sarebbe difficilmente immaginabile la traslazione tra l'uso per *loisir* dei media sociali ed il loro uso per una più o meno veritiera partecipazione alla vita ed al dibattito pubblico.

Parallelamente, se non ci fosse stata tale traslazione, a prescindere dalla partecipazione reale o meno, le istituzioni non avrebbero captato la necessità di operare su questi canali innovativi, come ad esempio l'UE che ha subito attivato i canali sociali anche per cavalcare l'onda del 2.0 e per entrare in contatto con i cittadini abbattendo le barriere territoriali.

Anche a livello di stile di comunicazione, le istituzioni che scelgono di entrare nell'arena delle discussioni del pubblico online hanno, gioco-forza, dovuto modificare i propri toni di voce, adeguandosi alle abitudini di fruizione mediale dei cittadini.

Marino Livolsi prende le mosse dalla decadenza della borghesia che non è più in grado di controllare la salvaguardia del bene pubblico e dalla «*diversa realtà*» nella quale «*ogni soggetto vive le sue esperienze reali o mediali senza riuscire a tenerle separate*»<sup>20</sup>, mettendo dunque in evidenza il parallelismo tra consumi culturali e nuove tipologie di partecipazione e giungendo al nuovo concetto di «*shared intimacy*» intesa come nuova e cogente forma di partecipazione:

«*La soggettività (che si costruisce in un sistema relazionale insieme reale e virtuale) è un mettere in comune e confrontare i significati che si traggono dalle esperienze vissute, in cui i sentimenti e le emozioni giocano un ruolo fondamentale*»<sup>21</sup>.

All'interno di questa struttura nella quale l'influenza delle nuove modalità di fruizione mediale sono così pervasive da modificare le forme stesse di socialità, Livolsi nota come, nell'arco dei mezzi di comunicazione di massa (la TV), la sfera del dibattito politico abbia finito per regredire ad un ben determinato genere mediatico chiamato «*politainment*» il quale risulta «*costruito con determinate regole di genere. I politici sembrano personaggi dei reality, anche se meno affascinanti*»<sup>22</sup> in quanto la narrativa politica tradizionale sembra aver rinunciato alla retorica classica per abbracciare delle nuove *agorà* massmediali<sup>23</sup>. Bisogna sottolineare che questi nuovi generi di narrazione della realtà politica provocano modificazioni nei criteri classici di notiziabilità. In questo caso, l'innovazione comunicativa e redazionale ingenera nuovi *framing* che sono difficilmente gestibili, come, ad esempio, dall'apparato media dell'UE, con una conseguente creazione di *unwitting bias* le quali remano contro la penetrazione delle notizie dell'UE nel bacino mediale nazionale<sup>24</sup>.

Sul fronte dell'online, Livolsi pone l'accento sulla capacità di aumentare e conformare la partecipazione nella sfera privata dei nuovi media, facendo particolare riferimento al mondo *mobile*<sup>25</sup>.

In definitiva, la partecipazione sulla base delle indicazioni di Livolsi equivale all' «*accezione più generale dell' "appartenenza", vale a dire un'identificazione (prevalentemente affettiva) che porta ad esprimere un continuo consenso a quanto viene considerato soggettivamente signifi-*

20 Livolsi M. (2013), *La partecipazione solitaria*, in Bartoletti F, Faccioli F (2013), *Comunicazione e civic engagement*, già citato, pp. 40-41

21 Ibidem, p. 41

22 Ibidem, p. 44

23 Commenta Livolsi: «È la deriva della comunicazione politica: dove le piazze sono diventate "virtuali" e il rapporto con i cittadini – loro rappresentanti è sul punto di ridursi a spettacolo della politica»: cfr. Livolsi, già citato, p. 39

24 Per una rassegna delle problematiche dei fenomeni di newsmaking per l'UE si veda, almeno, Parito, già citato.

25 Livolsi, già citato, pp. 46-47



*cativo»<sup>26</sup>. Si tratta di una forma di «partecipazione solitaria» propria «di coloro che si sentono obbligati a ridisegnare individualmente il sociale in cui realizzarsi: il che vuol dire trovare “da soli” i temi su cui impegnarsi e i partner con cui collaborare»<sup>27</sup>.*

Si rimarca il duplice filo che contraddistingue i processi di *civic engagement*: da un lato la commistione sempre più palese tra pubblico e privato e tra stili di consumo culturale e mediale con le forme di partecipazione e, dall'altro, si assiste alla conferma del carattere volontaristico e di *self-activation*. Da questa concezione volontaristica viene confermato il già menzionato carattere abilitante dei social media. Non a caso, Marinelli sottolinea che «*La pulsione verso l'attivazione è sempre autonoma e fa perno su una decisione volontaria e individuale*»<sup>28</sup>.

Durante l'epoca del web 1.0, nota Marinelli, i media di massa iniziarono ad avere un altro *competitor*, indipendente dal *media mainstream*, ovvero il *web*, che iniziò a popolarsi di siti e di pagine web politiche ed istituzionali e, in questo contesto, la modalità di fruizione di questi contenuti era pur sempre autonoma<sup>29</sup>.

Con il *web 2.0*, sicuramente il panorama è andato modificandosi ma, il richiamo al consumo culturale ed al suo effetto di *shaping* sull'*engagement* è sempre presente: se, nota Marinelli, le tecnologie 2.0 (SNS e *mobile*) permettono di commentare, aderire a gruppi, seguire personaggi, perorare cause, è anche vero che tutto ciò avviene all'interno di un *frame* di consumo mediale al quale il consumatore mediale è abilitato ed abituato e, dunque, non è lecito né corretto ipotizzare una equipollenza tra *engagement* effettivo ed *engagement* attraverso i *social media*. In altri termini,

*«Queste forme embrionali di civic/political engagement assumono, infatti, modalità molto semplici, assimilabili e quasi intercambiabili con altre forme espressive proprie delle culture partecipative: condividere un link, cambiare l'immagine del profilo, commentare o esprimere un like, diventare “amico” o “fan” di un personaggio che ha un forte rilievo politico o civile»<sup>30</sup>.*

Marinelli riprende infatti la letteratura sul tema del *fandom*, notando come i fenomeni di *fandom* attraverso i social media abbiano trovato nuovi canali di definizione e di potenziamento e come essi, parimenti, siano entrati ormai all'interno delle abitudini di fruizione mediale in maniera così cogente e quotidiana, da far applicare gli stili di consumo *fandom* non solo all'industria culturale ma anche a *topic* precipui del *civic engagement*:

*«Queste espressioni di engagement (online), che sono molto distanti dalle modalità e dalle culture politiche, con cui viene normalmente classificato l'impegno civico (offline), stanno progressivamente transitando – quasi senza soluzione di continuità, soprattutto per le generazioni dei più giovani – dai prodotti (e dai protagonisti) delle industrie culturali a temi (e attori sociali) che presidiano aree profondamente diverse: dal consumerismo alle tematiche ambientali; dalle espressioni più o meno embrionali di partecipazione politica al coinvolgimento nel supporto ad altri cittadini o a attività istituzionali»<sup>31</sup>.*

26 *Ibidem*, p. 51

27 *Ibidem*, p. 53

28 Marinelli A. (2013), *Le culture partecipative e la sfida del civic (political) engagement*, già citato, p. 117

29 Cfr. *Ibidem*, p. 118 e ss

30 *Ibidem*, p. 120

31 *Ibidem*, p. 121

Ulteriori caratteristiche desumibili dall'analisi condotta da Marinelli sono: a) scarsa stabilità nella dimensione temporale; 2) scelta autonoma da parte dell'utente dell'argomento; 3) stile di comunicazione completamente diverso da quello tradizionale; 4) forti connessioni con rappresentazioni mediali<sup>32</sup>.

Dalle considerazioni dello studioso, emerge l'idea per la quale la partecipazione al dibattito pubblico – politico – istituzionale attraverso i SNS, avvenga in un contesto comunicativo nel quale la sfera pubblica e, soprattutto, la sfera privata tendono a fondersi, con la conseguente dinamica per la quale gli atti comunicativi di *civic engagement*, che avvengono in un siffatto *milieu*, si verificano sempre racchiusi nel proprio *network* privato e ciò sicuramente «*rassicura i soggetti rispetto al mantenimento dell'autonomia personale, della libertà di espressione della propria opinione, della gestione del tempo del proprio profilo di civic engagement*»<sup>33</sup>.

Ovviamente, con ciò non è possibile sostenere la sostituzione della sfera pubblica con una nuova sfera privata allargata dai SNS, ma, sicuramente, nota Marinelli, da un lato questa dinamica offre la possibilità di erodere i fenomeni di *agenda setting* del *mainstreaming* comunicativo; dall'altro lato, anche se un atto comunicativo in questo contesto non ha lo stesso valore di un atto comunicativo di *engagement* puro perché può essere spesso più leggero ed impulsivo, proprio per questo è anche carico di un (seppur effimero), *motus animi*<sup>34</sup>. Ciò è particolarmente interessante per il dibattito sul *civic engagement* dell'Unione europea perché:

1. sul primo fronte, data la particolare difficoltà legata anche a ragioni di distorsioni volontarie ed involontarie, l'UE fronteggia particolari resistenze nel campo della penetrazione in bacini mediali e, dunque, queste tipologie di *civic engagement* costituiscono comunque delle forme di comunicazione da stimolare per superare le barriere all'ingresso del panorama massmediale nazionale;
2. sul fronte dell'impatto emotivo, queste forme di comunicazione «*possono contribuire a recuperare il distacco sempre più forte tra governanti e cittadini/elettori nelle democrazie contemporanee*»<sup>35</sup> e ciò è ancora più significativo per un contesto istituzionale quale quello europeo.

## 5. Conclusioni

In questa breve parabola, il concetto di innovazione e di sfera di influenza per la sua adozione è stata connessa con la tematica del *civic engagement*. Le teorie della diffusione delle innovazioni e dell'influenza hanno visto, a fronte di una copiosa letteratura, lo scardinamento dell'idea classica della presenza di opinion leader nei fenomeni di influenza e di creazione dell'opinione pubblica, così come nelle dinamiche di adozione delle innovazioni. Tali teorie sono state molto caute nell'eclissare gli opinion leader in quanto mirano, tendenzialmente, solo a riassetarne il loro ruolo imperante nelle teorie classiche. Ciò vuol dire che, anche nel percorso dell'influenza, i fenomeni di influenza e di retorica istituzionale e politica devono essere rivalutati alla luce di nuove forme di democrazia. Queste sono intercettate anche dalle teorie istituzionalistiche che concordano, seppur

32 Cfr. *ibidem* p. 121 e ss.

33 *Ibidem*, p. 126

34 Cfr. *ibidem*, p. 127

35 *Ibidem*, p. 127

con diverse prospettive, con la modifica dell'idea classica di Stato Nazione.

Tuttavia, innovazione e *civic engagement* sono anche connessi dal punto di vista dell'emersione di nuove forme partecipative attraverso i nuovi mezzi di comunicazione, frutto dell'invasione delle innovazioni tecnologiche verso il 2.0 e la proliferazione, inarrestabile, dei SNS che hanno generato nuove forme di socialità. Tralasciando effimeri entusiasmi e posizioni altrettanto negative, la partecipazione civica attraverso i SNS ha sollevato non pochi problemi e, le teorie qui presentate, sono molto prudenti nel considerare come prettamente equipollente la partecipazione civica online con la partecipazione civica classica. Quel che emerge e che è interessante in questa sede è la contrazione tra sfera pubblica e sfera privata ed il tangibile potere di conformazione da parte degli stili di consumo mediale, maturati proprio grazie alla fruizione di SNS, nei confronti della partecipazione. Questa opera su un livello altro che, anche se più superficiale ed effimero, è contraddistinto da una forte componente emotiva, la quale appare essere una delle scruzature che l'odierna comunicazione dell'UE sta abbracciando dal punto di vista dello stile di comunicazione, specialmente attraverso determinati media sociali che permettono una comunicazione narrativa e, soprattutto, estetica.

Dunque, nonostante le numerose accortezze necessarie per non cadere in facili entusiasmi o in scarni stereotipi, le modalità di *civic engagement* mediate dalle innovazioni sempre più veloci dei SNS sono un'ottima occasione anche per le istituzioni europee per «riannodare il dialogo e ricostruire relazioni di reciprocità»<sup>36</sup>.

Come è ovvio, sarebbe improduttivo ricondurre tutto il discorso alla tecnologia: quest'ultima è solo un mezzo che *abilita* all'emissione di un determinato messaggio composto di contenuti.

È necessario carpire le potenzialità insite in questi nuovi ambienti comunicativi, come l'UE sta facendo da tempo, al fine di istituzionalizzare sempre più momenti di contatto e di dialogo, riscoprendo il vero volto della comunicazione pubblica.

## Bibliografia

- Bartoletti F., Faccioli F. (2013), *Comunicazione e civic engagement*, Franco Angeli, Milano
- Bonavolontà M. (2013), *Cittadinanza europea e Comunicazione Interculturale in CIVES - Cittadini Italiani Verso l'Europa*, di Trupiano G. (con prefazione ed a cura di), La Scuola di Pitagora Editrice, Napoli
- Castells M. (2000), *Volgere del millennio*, Egea, Milano
- Codeluppi V. (2005), *Manuale di sociologia dei consumi*, Carocci, Roma
- Fabris G. (2009), *Societing*, EGEA, Milano
- Fioravanti M. (2009), *Costituzionalismo*, Laterza, Roma-Bari
- Habermas J. (2013), *Fatti e norme*, Laterza, Roma-Bari

<sup>36</sup> *Ibidem*, p. 129

- Livolsi M. (2013), *La partecipazione solitaria*, in Bartoletti F., Faccioli F. (2013), *Comunicazione e civic engagement*, Franco Angeli, Milano
- Marinelli A. (2011), *Socievolezza 2.0. I legami sociali nella network society*, Sociologia della Comunicazione 41-42, Franco Angeli, Milano
- Marinelli A. (2013), *Le culture partecipative e la sfida del civic (political) engagement*, in Bartoletti F., Faccioli F. (2013), *Comunicazione e civic engagement*, Franco Angeli, Milano
- Morcellini M., Fatelli G. (2003), *Le scienze della comunicazione*, Carocci, Roma
- Parito M. (2012), *Comunicare l'Unione Europea*, Franco Angeli, Milano
- Pitasi A. (2012), *Ipercittadinanza*, Franco Angeli, Milano
- Rogers E. (2003), *Diffusion of innovations*, V edizione, Free Press, New York
- Rosanvallon P. (2012), *Controdemocrazia. La politica nell'era della sfiducia*, Castelvecchi, Roma
- Sassatelli R. (2004), *Consumo, cultura e società*, Il Mulino, Bologna
- Simmel G. (2001), *La moda*, Mondadori, Milano
- Sorice M. (2005), *I media*, Carocci, Roma
- Watts D.J., Dodds P.S. (2007), *Influentials, Networks and Public Opinion Formation*, Journal of Consumer Research, Vol. 34
- Wolf M. (1985), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano

# Short Bio

## **MARIAROSALBA ANGRISANI**

Tecnico scientifico presso l'Ufficio di Trasferimento Tecnologico l'Università degli Studi Napoli "Federico", è Dottore di ricerca in Ordine Internazionale e Diritti Umani presso l'Università di Roma "La Sapienza" e, dal 2014, anche dottoranda in Management presso l'Università degli Studi Napoli "Federico II". E' membro del comitato tecnico-scientifico del CeR.I.T.T. (Centro di Ricerca su Innovazione e il Trasferimento Tecnologico) dell'Università degli Studi Napoli "Federico II" e dell'A.I.C.T.T. (Associazione Italiana Cultura Trasferimento Tecnologico) e collabora con il Centro Interdipartimentale di Ricerca Laboratorio di Urbanistica e di Pianificazione Territoriale L.U.P.T "Raffaele d'Ambrosio", anch'esso afferente all'Ateneo Federiciano, in qualità di membro del Comitato di gestione dell'Osservatorio Permanente sull'Innovazione e del Comitato Editoriale della rivista "RISE", Rivista Internazionale di Studi Europei. Considerando il percorso formativo trasversale, i suoi interessi di ricerca spaziano dall'analisi delle politiche di intervento dell'UE, specialmente in materia di promozione dell'innovazione e dell'imprenditorialità, ad ambiti più prettamente gestionali, relativi alla gestione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico in una visione sistemica, che consideri le ricadute sul territorio in termini di responsabilità sociale e di creazione di valore.

## **ANNA ELVIRA ARNÒ**

Laureata in Economia del Commercio internazionale e dei mercati valutari con indirizzo aziendale, Anna Elvira Arnò ha maturato una vasta esperienza nei campi della progettazione complessa, project management ed accounting, amministrazione e rendicontazione progettuale, gestione di progetti complessi da libera professionista e collaborando con organizzazioni private e pubbliche, con particolare riferimento a Centri di Ricerca ed Università, per oltre quindici anni, assistendo nella progettazione e nella gestione di progetti a valere su fondi diretti ed indiretti in molteplici ambiti, tra cui il trasferimento tecnologico, marketing aziendale, divulgazione scientifica, pari opportunità, settore agroalimentare, sviluppando anche azioni di consulenza nella progettazione della didattica e come formatrice su svariati temi. È Direttore Tecnico del Laboratorio di Innovazione e Trasferimento Tecnologico dell'Agenzia per la Ricerca, l'Innovazione e lo Sviluppo nel Mediterraneo del Centro di Ricerca LUPT dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, per il quale è anche coordinatore dell'Ufficio Rapporti Internazionali dell'Agenzia. Relatrice ed organizzatrice di eventi, attualmente è anche coordinatore del partnership agreement tra il Centro Europe Direct LUPT ed il Conservatorio di Latina "O. Respighi", di cui è Direttore dell'Ufficio di Ragioneria ed è anche Direttore del Coordinamento attività di Innovation and Culture Management e Direttore tecnico dell'Antenna culturale, nel medesimo Centro. Sempre nell'EDIC LUPT è Strategic Advisor del Direttore per la tematica "Politiche europee, coesione territoriale e politiche di innovazione e sviluppo" e Direttore Tecnico dell'Antenna culturale. Nel CeRITT, in quanto membro del comitato tecnico-scientifico, è responsabile della linea di ricerca dedicata al Cultural Innovation Management.

**MARIANO BONA VOLONTÀ**

Responsabile della Comunicazione del Centro Europe Direct LUPT dell'Università degli Studi di Napoli Federico II e dottorando in *Comunicazione, Ricerca, Innovazione* presso il Dipartimento di *Comunicazione e ricerca sociale* dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", ha lavorato nel campo della comunicazione e delle relazioni pubbliche in diversi ambiti. È membro del comitato per la Programmazione e lo Sviluppo di nomina A.I.C.T.T. nell'ambito dell'Accordo di Cooperazione Strategica tra l'Associazione Italiana Cultura e Trasferimento Tecnologico e Centro interdipartimentale di ricerca Laboratorio di Urbanistica e di Pianificazione Territoriale "Raffaele d'Ambrosio" (L.U.P.T.) dell'Università degli Studi di Napoli Federico II. Relatore su tematiche legate alle politiche di comunicazione, i suoi campi di interesse ricadono nella sociolinguistica, nella comunicazione organizzativa ed innovativa, nelle tecniche di creatività innovativa applicata, nella pragmatica, nella sociologia della comunicazione, nella comunicazione pubblica per i cittadini, nelle tecniche di scrittura persuasiva, nella CSR, nella stakeholder analysis, nelle relazioni pubbliche e nella Comunicazione Non Verbale. All'interno del CeRITT, Centro di Ricerca per l'Innovazione ed il Trasferimento Tecnologico è vice direttore e membro del comitato tecnico scientifico, responsabile per la linea di ricerca in *Innovation in communication and humanities*.

**STEFANO DE FALCO**

Velista, Ingegnere, Dottore di Ricerca in Ingegneria Elettrotecnica, è stato Responsabile per il Sud Italia di importanti progetti nella Wind Telecomunicazioni spa, è stato ideatore ed Advisor di una nuova rivista italiana "TT" sul trasferimento tecnologico. Attualmente è responsabile dell'Ufficio "Trasferimento Tecnologico di Ateneo" dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, Direttore del CeRITT, Centro di Ricerca per l'Innovazione ed il Trasferimento Tecnologico, Presidente della AICTT, Associazione Italiana Cultura per il Trasferimento Tecnologico, Resp. Scientifico della Collana "Innovazione e Trasferimento Tecnologico" della Casa Editrice Diogene Napoli, Direttore Scientifico del "Laboratorio di Innovazione e Trasferimento Tecnologico" dell'Agenzia per la Ricerca, L'innovazione e lo Sviluppo nel Mediterraneo - A.R.I.S.M presso il centro di ricerca "Raffaele d'Ambrosio - L.U.P.T.", ed è autore di numerosi testi a carattere scientifico didattico e di numerose pubblicazioni scientifiche nazionali ed internazionali.

**EVA PANETTI**

Lureata in Relazioni Internazionali è dottoranda in Management presso il Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni dell'Università degli Studi Federico II di Napoli e collabora come ricercatrice presso il Centro di Ricerca Interdipartimentale L.U.P.T. "Raffaele d'Ambrosio". Membro della Task Force on Industry and Innovation e coordinatrice delle missioni scientifiche per la rete genderSTE nell'ambito del Programma per la Cooperazione Scientifica e Tecnologica Europea COST. E' membro del C.E.R.I.T.T (Centro di Ricerca per l'Innovazione e il Trasferimento Tecnologico) e del comitato di gestione dell'Osservatorio Permanente per l'Innovazione (O.P.I.) dell'Università Federico II di Napoli.. I suoi interessi di ricerca includono management dell'innovazione, marketing, sistemi urbani di innovazione e internazionalizzazione delle imprese.

**GUGLIELMO TRUPIANO**

È Direttore del Centro interdipartimentale di Ricerca Laboratorio di Urbanistica e di Pianificazione Territoriale “Raffaele d’Ambrosio” (L.U.P.T.) dell’Università degli Studi di Napoli Federico II, Direttore del Centro Europe Direct LUPT della Rete Europe Direct della Commissione europea e Professore Associato di tecnica e pianificazione urbanistica (ICAR/20): i suoi campi di insegnamento e di ricerca ricadono nella pianificazione urbana, nell’organizzazione territoriale, nello sviluppo sostenibile territoriale, nello urban management, nella geografia urbana, nelle metodologie e tecniche della ricerca sociale per l’organizzazione del territorio, nelle teorie delle scelte pubbliche per l’organizzazione territoriale, nell’economia urbana e regionale. Presidente del Consiglio Tecnico-Scientifico del Consorzio Sannio Tech – Polo dell’innovazione al servizio del Mezzogiorno di cui è anche Componente del Comitato di Valutazione Strategica e Direttore dell’Alto Osservatorio per le Politiche d’Europa (H.O.P.E.) del Centro Interdipartimentale di ricerca “Raffaele d’Ambrosio” (L.U.P.T.) nell’ambito del Partenariato Quadro tra il Parlamento europeo ed il Centro Interdipartimentale di ricerca “Raffaele d’Ambrosio” (L.U.P.T.). Relatore, panellist ed organizzatore di numerosi eventi a livello nazionale, europeo ed internazionale, è responsabile di partnership europee ed internazionali, tra cui il Partenariato Quadro con l’Unione europea relativa al Centro Europe Direct LUPT dell’Università degli Studi di Napoli Federico II ed il Memorandum of Understanding tra il Centro Interdipartimentale di ricerca “Raffaele d’Ambrosio” (L.U.P.T.) e l’Agenzia delle Nazioni Unite UN-Habitat. È Delegato del Rettore dell’Università degli Studi di Napoli Federico II per molteplici progetti di ricerca e formazione gestiti dall’Ateneo.