

innovazione e cultura

di *enrico ercole*, università del piemonte orientale

Lo **sviluppo economico** è oggi il prodotto di una interazione, inedita nella storia dell'umanità, tra i processi di **globalizzazione** economica e le **nuove tecnologie** dell'informazione e della comunicazione. Questi processi, e la loro interazione, producono effetti in tutti i campi dell'economia, ma anche, più in generale, della società e della cultura.

In ambito economico si è assistito alla nascita e crescita di **settori** (come la microelettronica, le telecomunicazioni, le biotecnologie, ecc.) e di **imprese** che nel giro di pochi decenni hanno assunto rilevanza mondiale. In ambito sociale e culturale si sono diffusi comportamenti di consumo e di utilizzo del **tempo libero** (si pensi al turismo short break, alle Tv satellitari, ecc.) che, a loro volta, hanno prodotto conseguenze rilevanti nel campo economico.

Le profonde trasformazioni economiche e sociali in atto, a loro volta, rendono inoltre sempre più **incerto e complesso il processo di sviluppo** ed il suo governo.

L'innovazione nello scenario globale

Il termine globalizzazione indica una serie di **processi** che hanno contribuito alla rapida e profonda trasformazione dell'economia: di **internazionalizzazione**, cioè di progressiva estensione del mercato dei prodotti e dei servizi; di **finanziarizzazione**, cioè di progressiva crescita del capitale finanziario nell'economia; di **concentrazione industriale**, cioè di crescita del numero e delle dimensioni di imprese multinazionali che occupano posizioni dominanti nell'economia mondiale (Sassen, 2000).

Questi processi sono permessi ed accelerati dal ruolo svolto dalle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. La **microelettronica** e le **telecomunicazioni** sono, ad esempio, alla base della finanziarizzazione e dell'internazionalizzazione, in quanto permettono l'elaborazione di grandi quantità di informazioni e la loro trasmissione in tempo reale.

Il livello di complessità insito in uno scenario come quello che si è determinato negli ultimi decenni porta a una situazione di **forte incertezza**, legata allo svilupparsi, ed incrociarsi, delle dinamiche economiche, politiche e sociali, su scala sia mondiale che locale.

La **conoscenza applicata** alla produzione, alla finanza, ai servizi alle imprese, ha svolto un ruolo importante nel determinare la situazione brevemente delineata: da una parte, nel far fronte all'incertezza che caratterizza l'economia e, dall'altra parte, nel fornire strumenti competitivi, sia per quanto riguarda i prodotti e i servizi, sia per quanto riguarda i processi produttivi e le modalità organizzative (Storper, 1997). Il peso della conoscenza nell'economia è cresciuto al punto da far definire la fase attuale come *economia della conoscenza o economia dell'informazione* (Castells, 1996).

La **conoscenza** è dunque diventata (in misura superiore ad ogni altra epoca) un **fattore**

produttivo, in quanto incorporata nei **prodotti** e **servizi** (dalla microelettronica alle telecomunicazioni ai servizi bancari), nei processi produttivi ed organizzativi. Dunque la produzione di conoscenza - la **ricerca** - e la sua diffusione - la **formazione** - giocano un **ruolo crescente** nello sviluppo economico. Ci soffermeremo qui di seguito su due aspetti della conoscenza: l'innovazione e la cultura.

L'**innovazione**, secondo una recente definizione presente in un documento della Commissione Europea (2003), "consiste nella produzione, l'assimilazione e lo sfruttamento con successo delle novità in campo economico e sociale. ... Consente alle imprese di conquistare nuovi mercati e di resistere alla concorrenza. Essa assume **forme molto differenti**, che vanno dall'invenzione derivante dalla ricerca e dallo sviluppo, all'adeguamento della procedura di produzione, lo sfruttamento di nuovi mercati, l'utilizzazione di nuovi approcci organizzativi o la creazione di nuovi concetti in materia di commercializzazione".

Per quanto riguarda poi le politiche per promuovere l'innovazione, la complessità dell'innovazione in generale e la diversità di ogni specifica innovazione, comportano delle difficoltà di comprensione e di intervento e richiedono un **approccio sistemico** che possa rendere conto di tutti gli elementi che intervengono nell'innovazione. "Ad esempio, la formazione del personale in materia di spirito imprenditoriale consentirà di sfruttare meglio le opportunità offerte dal mercato. La cooperazione con altre imprese e le pubbliche autorità impone la creazione di «grappoli d'impres» complementari, geograficamente concentrati, interdipendenti e concorrenti. Anche le condizioni del mercato e la domanda dei consumatori svolgono un ruolo importante. Ai fini dello sviluppo di processi innovatori sono altresì necessari alcuni **altri parametri** come la concorrenza, l'apporto di capitali, il contesto regolamentare più flessibile, l'esistenza di manodopera qualificata e mobile. Tenuto conto di tutti questi aspetti, l'attuazione della politica d'innovazione riveste un carattere delicato. Le amministrazioni comunitarie, nazionali e regionali devono pertanto affrontarla con un massimo di **flessibilità**".

Per quanto riguarda la **cultura**, essa è diventata un **settore economico** rilevante. Si pensi alla crescita di fatturato e profitti della cosiddetta **industria del tempo libero**, che comprende al suo interno la televisione, l'industria cinematografica e discografica, l'editoria multimediale, il **turismo**. Ma anche settori quali la **pubblicità**, il **design**, la **moda**, sono interessanti in misura crescente da aspetti simbolici e "culturali" in senso ampio: è arduo tracciare il confine tra questi e altri campi economici analoghi e il settore culturale in senso stretto. Questi fenomeni sono stati studiati nelle grandi città come New York, Parigi, Milano, Barcellona, che costituiscono veri e propri "campi creativi" nei quali le attività sopra ricordate si localizzano e si rinforzano a vicenda (Scott, 2001).

L'innovazione e lo sviluppo locale

Passando dal livello globale a quello locale, emerge come le **società locali**, siano esse città o ambiti territoriali (regioni, province, distretti ...) diventino sempre più complesse, e quindi **difficili da governare**, perché sempre più complesse sono le relazioni tra

le diverse funzioni economiche e sociali che si realizzano in ogni ambito territoriale. Le trasformazioni economiche sopra ricordate si ripercuotono a livello locale, dove le società locali sono sfidate a riformulare la propria economia e a reagire in modo pro-attivo ai cambiamenti. Esse devono costruire **nuove identità** quando le vecchie si indeboliscono; definire nuovi ruoli e funzioni nell'ambito della nuova economia mondiale e della nuova divisione internazionale del lavoro; aumentare la competitività delle attività locali e al tempo stesso l'attrattività per attività esterne che possono venire a localizzarsi; nel fare ciò utilizzare la qualità della vita come fattore competitivo.

Per questa ragione le **amministrazioni locali** sono chiamate a svolgere una **funzione** affatto **nuova** in uno scenario turbolento. Per rispondere a queste sollecitazioni negli ultimi decenni si sono sviluppate **forme nuove di governo del territorio**, dalla *governance* alla pianificazione strategica.

Nel perseguimento di ciò si sono rivelati cruciali aspetti come la qualità, l'efficienza e l'identità territoriale.

La **qualità** riguarda le condizioni di lavoro ma anche di vita (ambiente, accessibilità ai servizi, loro livello), che diventa un fattore competitivo. L'**efficienza** fa riferimento a una nuova accezione del termine, nel quale acquistano importanza strategica caratteristiche quali l'**accessibilità**, la **mobilità**, l'**uso dei suoli**, l'**energia**, ecc. L'**identità territoriale**, infine, fa riferimenti alle vocazioni produttive e alle competenze, talora tacite, ad esse legate, al capitale sociale, alla capacità associativa, a valori e modelli di comportamenti condivisi, alla fiducia e, in misura crescente, alla diffusione e circolazione di conoscenza, alla capacità innovativa, alla visione strategica condivisa.

Per quanto riguarda le **relazioni di innovazione e cultura** (intesa, come sopra ricordato, sia come prodotto sia come fattore di sviluppo economico) con lo **sviluppo locale**, emergono una serie di quesiti.

Un primo quesito riguarda il ruolo della formazione e della ricerca in ambito locale (Ercole, 2006): può esistere un **modello "distrettuale"** per l'alta formazione e la ricerca? Se sì, quali sono le sue caratteristiche? Ad esempio, come può essere un **modello "a rete"** in cui si possa inserire in modo non subalterno la ricerca locale?

Un secondo quesito riguarda la possibilità di costituirsi di un **"campo creativo"** in ambito locale: può esserci a questo livello una "massa critica" tale da innescare e mantenere un modello di questo tipo? Ad esempio, nel campo del turismo culturale, nel quale Asti viene riconosciuta dai turisti per alcune caratteristiche di eccellenza quali l'unicità di un mix di *friendliness*, arte, cultura e "cultura del mangiare e del bere", la dimensione "a misura d'uomo" (Ercole, 2007), l'essere inserita in una rete di destinazioni turistiche facilmente accessibili (Torino, Langhe, Monferrato, ma anche, soprattutto per i turisti stranieri, Milano, Bologna e Firenze) (Ercole, 2005). Si può costruire, su questa specificità, un "campo creativo", a sua volta legato alla formazione e alla ricerca? Entrambi gli esempi rimandano alla **scala dell'intervento**: locale, ma anche regionale e internazionale. E a **strumenti** specificamente attivabili come la pianificazione strategica locale, la *governance* di settore a livello regionale, le reti di internazionali di *best practices* con soggetti al tempo stesso concorrenti e cooperanti.

Al fine di studiare come gli aspetti sopra delineati sono presenti, e con quali caratteristiche, nel **territorio astigiano**, sono state raccolte una serie di informazioni per proporle a una riflessione collettiva (una prima riflessione sulla situazione astigiana è contenuta nel numero 12 dell'aprile 2006 di *culture* dedicato alle *Oasi nel deserto*).

A ragione della complessità dell'oggetto di studio, si è deciso di procedere non tanto in modo sistemico, quanto piuttosto raccogliendo **informazioni su alcune "tessere" del mosaico**. Uno scenario generale in cui collocare le "tessere" è fornito da un'analisi di carattere statistico-quantitativo, volta a delineare l'entità del fenomeno nell'Astigiano. Successivamente si è proceduto a comporre il mosaico individuando:

- il ruolo svolto dalle **amministrazioni locali** (la "visione" del fenomeno da parte degli amministratori e gli strumenti messi in campo dalle amministrazioni);
- i comportamenti e le strategie delle **imprese innovative** (attuale utilizzo di personale qualificato e previsione di utilizzo in futuro, attività di ricerca, brevetti, utilizzo di *NTI*, rapporto tra impresa e territorio);
- l'attività degli organizzatori di **eventi culturali** di vario tipo: dagli eventi musicali a quelli teatrali, espositivi, di intrattenimento colto, ecc. (indagando gli stessi aspetti indagati per le imprese);
- le **attività turistiche innovative** e di eccellenza (indagando gli stessi aspetti indagati per le imprese);
- la percezione presente negli **opinion leader** del rapporto tra cultura e sviluppo economico nel territorio astigiano e del ruolo svolto dal sistema locale nei riguardi delle attività innovative (sia economiche che culturali).

Il risultato che emerge è un mosaico, necessariamente incompleto, di aspetti certamente difficili da quantificare ma cruciali per lo sviluppo futuro di un'area territoriale. Viene tratteggiata a grandi linee le **risorse del territorio**, quanto sia presente e condivisa una visione su questi aspetti, quali strategie siano immaginate per concretizzarla, quali azioni ad esse ispirate siano messe in campo.

Bibliografia

- Castells M. (1996), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Blackwell, Oxford.
- Commissione Europea (2003), *Comunicazione della Commissione dell'11 marzo 2003, «Politica dell'innovazione: aggiornare l'approccio dell'Unione europea nel contesto della strategia di Lisbona»*, COM(2003) 112 def.
- Ercole E. (2005), *La domanda turistica nella provincia di Alessandria*, Rapporto di ricerca, Dipartimento di Ricerca Sociale, Università del Piemonte Orientale, Alessandria.
- Ercole E. (2006), "Innovazione e produzione", *Culture*, n.12.
- Ercole E. (2007), *Asti fa gol@ ... Passaparola. Cultura, eventi, turismo, marketing: ricerca e interventi a partire dal Palio di Asti e dalla Fiera del Tartufo – Cucina & Cantina*, Diffusione Immagine, Asti.
- Sassen S. (2000), *Cities in a World Economy*, Pine Forge Press, London.
- Scott A. (2000), *The Cultural Economy of Cities*, Sage, London.
- Storper M. (1997), *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*, University Press of Kansas, Kansas City.