



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

UMBRIA

LA STRATEGIA REGIONALE DI RICERCA E INNOVAZIONE PER LA SPECIALIZZAZIONE INTELLIGENTE

**OSSERVAZIONI A SEGUITO DELLA RIUNIONE DEL
TAVOLO TECNICO DEL 14.4.2014**

APRILE 2014

Confcommercio intende rappresentare alcune brevi riflessioni scaturite dalla riunione del tavolo tecnico del 14 aprile u.s.

Preme innanzitutto sottolineare l'ottimo lavoro di analisi svolto nel delineare il quadro programmatico regionale che deve rappresentare un punto di partenza prima della definizione delle azioni concrete da attuare.

Siamo ancora ad una fase iniziale del lavoro perché mancano le azioni specifiche in cui vengono declinati gli obiettivi (o, meglio, le "leve"), nonché gli indicatori (ovvero i risultati attesi dalle azioni individuate), secondo il modello proposto dall'Unione Europea.

Concordando con quanto espresso nel documento ovvero che la strategia per la specializzazione intelligente riguarda tutti i segmenti della filiera produttiva regionale intendendo quindi l'innovazione nell'accezione più ampia possibile, va sottolineato come oltre **un terzo delle risorse complessive provenienti dal FESR, circa 120 milioni di euro, andranno su questo tema**. Dal momento che a breve le strategie verranno determinate, Confcommercio intende esprimere alcune perplessità riguardo allo spirito alla base della redazione di questo documento sottolineando che proprio la dotazione ingente delle risorse presuppone necessariamente **un attento monitoraggio ex ante ed ex post delle leve sulle quali investire in termini di risultati attesi**. In ultima analisi: non si disconosce l'importanza dei clusters e dei poli dell'innovazione sui quali sembra che si stia orientando l'attenzione della Regione, ma occorre verificare quali di questi effettivamente portano un valore aggiunto al sistema regionale (e, quindi, è opportuno puntarci) e quali invece attraversano un momento di difficoltà sotto molteplici aspetti tale da indurre la Regione a studiare soluzioni alternative.

Ribadendo come il testo sia permeato da una matrice di stampo manifatturiero nell'individuazione dei criteri attraverso i quali è stilata la graduatoria del "Regional Competitive Index" che di fatto svuota quanto espresso a parole sull'importanza dell'innovazione tout court, emergono alcune zone d'ombra nell'individuazione delle azioni strategiche da attuare. Infatti si nota chiaramente come due temi fondamentali come quello delle città, nell'accezione innovativa delle **smart cities, e del turismo** restino ai margini delle strategie di programmazione regionale. Confcommercio da tempo su questi temi ha fornito contributi come ad esempio il **Progetto Pollicino** inserito nell'Agenda Digitale Regionale, alcune riflessioni sulla propria visione delle smart cities nonché sul bando sui **centri commerciali naturali di Perugia e Terni** di recente uscita. Innanzitutto le posizioni alla base dell'Agenda digitale dove città e turismo sono considerati pilastri per la programmazione regionale dovrebbero essere del tutto sovrapponibili a quelle espresse nella "Specializzazione Intelligente", altrimenti il rischio è che si possano creare due filoni di pensiero paralleli nella programmazione regionale e questo non può assolutamente accadere. Mettere insieme città, imprese e cittadini significa migliorare la qualità della vita attraverso soluzioni integrate, fortemente basate sull'uso della tecnologia e in grado di attivare forme sostenibili di sviluppo. Questo si traduce, solo per citare alcuni aspetti in innovazione nell'e-government e nell'e-procurement, in maggiore capacità di pianificazione, in un approccio partecipativo da parte dei cittadini, in un'elevata efficienza energetica, in migliori soluzioni di trasporto e in un uso intelligente dell'ICT. Sul fronte del turismo, vanno tenuti presenti i recenti intendimenti del Governo nella stesura dell'Accordo di Partenariato, dove questo segmento produttivo assume un ruolo decisamente privilegiato al centro delle principali azioni strategiche da porre in atto. Se il turismo è veramente un motore autonomo dell'economia non può essere relegato ad un ruolo ancillare. Già le previsioni di dotazione delle risorse nel bilancio regionale del 2014 non

sono assolutamente rosee, se per di più nel documento che declina la "Specializzazione Intelligente" il turismo viene solo trattato superficialmente, gli obiettivi di valorizzazione del comparto resteranno solo enunciati sulla carta. Il turismo nel 2014 vive di innovazione e tecnologia e solo un suo concreto inserimento nelle politiche della specializzazione intelligente possono restituire a questo settore il ruolo centrale che merita.

Va tenuto in debita considerazione anche il tema del **capitale umano**, perché ricerca e innovazione, specie in alcuni settori, passano quasi esclusivamente per la crescita di imprenditori e addetti: il testo invece sembra non attribuire valenza strategica alla sensibilizzazione del tessuto produttivo che per il 95% è costituito da micro e piccole imprese che mostrano una certa difficoltà nell'approcciarsi a questi temi non percependone immediatamente i risvolti positivi. In questo quadro Confcommercio già da tempo sta mettendo in campo azioni per superare questo "**divario culturale**" e a breve replicherà un progetto con il supporto della Confederazione, della Camera di Commercio di Perugia e di alcune personalità di spicco a livello nazionale sul tema, che mira appunto a far comprendere alle imprese le opportunità e i vantaggi dell'uso del digitale e dell'innovazione tecnologica mettendo in diretto contatto le imprese che producono soluzioni tecnologiche innovative (offerta) con quelle potenzialmente interessate alla crescita competitiva (domanda).