

Come fare bene l'Innovazione

Pubblicato: Mercoledì 13 Maggio 2009

Innovare le attività, i prodotti, i processi delle piccole e medie imprese attraverso collaborazioni esterne, in outsourcing. Un fenomeno in crescita, anche il provincia di Varese.

Proprio per questo è stato organizzato questa mattina, all'Università Carlo Cattaneo – LIUC, un convegno intitolato **“L’Outsourcing nelle attività di innovazione e i servizi di sviluppo nuovo prodotto”**, seconda tappa del ciclo di seminari per le imprese **“Laboratorio d’Innovazione”** organizzato dall’Unione degli Industriali della Provincia di Varese, in collaborazione con l’Unità di Studi su Tecnologia, Innovazione e Sostenibilità dell’Università LIUC.

Due realtà che hanno svolto nel 2008 un’indagine per capire quale sia sul territorio varesino e nell’Alto Milanese il ricorso delle imprese al contributo di soggetti esterni alle aziende per fare innovazione al proprio interno. “Quello che è emerso – ha spiegato **Stefania Morosini**, responsabile Area Ricerca, Innovazione e Qualità dell’Unione Industriali – è che il 50% delle industrie di quest’area si rivolge all’esterno per le proprie attività di sviluppo”. Un dato che conferma e, anzi supera, lo scenario regionale. “Un’altra ricerca svolta su tutta la Lombardia su un campione di imprese manifatturiere con più di 10 addetti – ha proseguito Stefania Morosini – ha fatto emergere che **le realtà che esternalizzano queste attività di innovazione siano ormai il 40%**”. Non è tutto oro ciò che luccica, però.

Collaborare con soggetti esterni può comportare delle criticità: “Le più frequenti – ha messo in guardia Stefania Morosini – consistono in costi e in tempi maggiori di quelli preventivati”. Le statistiche dicono, ha fatto da eco Raffaella Manzini, professore associato della Facoltà di Ingegneria dell’Università LIUC, che **“il 50% delle collaborazioni finisce con un insuccesso”**. Come gestire, dunque, l’innovazione portata avanti in outsourcing? “L’approccio operativo delle imprese – è stato il suggerimento proposto da Raffaella Manzini – deve basarsi su alleanze giuste, istituite con un processo di individuazione ottimale del partner”. Iniziare un processo di innovazione aperto all’esterno, infatti, “deve comportare una conseguente attività dedicata alla gestione del rapporto con la realtà con cui ci si allea. Se si improvvisa il rischio è di portarsi in casa solo problemi”. Come dire: si esternalizza l’innovazione da una parte, per internalizzare dall’altra le criticità. Proprio per questo, ha sostenuto Raffaella Manzini, “prima di partire bisogna avere le idee chiare su come aprire i propri laboratori e le proprie attività all’esterno. Il network di innovazione va sempre tenuto sotto controllo perché l’innovazione è per sua natura incerta”.

Per un’impresa il primo passo da fare è quello di guardarsi attorno. Puntando lo sguardo sul territorio e sul mercato delle tecnologie. “La maggior parte delle aziende, infatti – ha spiegato **Emanuele Pizzurno**, ricercatore della Facoltà di Ingegneria dell’Università LIUC – si rivolge per l’innovazione in outsourcing ai propri clienti o fornitori”. Esiste, però, anche in provincia di Varese, un più ampio spettro di opportunità: a partire dalle Università e dai loro centri di ricerca. Ma non solo. “Anche andando oltre il Varesotto ci si può rivolgere ad incubatori d’impresa, parchi scientifici”, sono stati gli esempi forniti da Emanuele Pizzurno, insieme “alle imprese di servizio”.

Tra queste, la case history proposta dal convegno: la **MR&D Institute** di Gallarate, realtà che ha, proprio come core business, la realizzazione di nuovi prodotti a contenuto altamente innovativo, per altre imprese. Un’attività di sviluppo di nuovo prodotto per “conto terzi”, in outsourcing che va dalla ricerca, al design, fino alla realizzazione di business ad elevata redditività.

“La nostra società – ha spiegato **Ilaria Tagliavini**, marketing & industrial design manager della MR&D

– ha come mission la gestione del processo di innovazione per i nostri clienti”. Che spaziano tra i più vari settori: “Solo per fare qualche esempio: l’elettrotecnica, l’home e building automation, gli elettrodomestici, l’elettronica di consumo, il medicale, l’illuminotecnica”.

Tutte realtà che stanno maturando sempre nuove esigenze. “Le richieste che il mercato richiede ad un’impresa come la nostra – ha spiegato Ilaria Tagliavini – sono oggi soprattutto due: la conoscenza e la ricerca di nuovi mercati per il proprio business, con la necessità, per le aziende stesse, di uscire dal proprio seminato, con il conseguente bisogno di nuove competenze chiave, soprattutto sul fronte della commercializzazione dei prodotti. L’altra è il time to market, la realizzazione dell’innovazione in tempi stretti, anticipando il proprio concorrente”.

Non basta una buona idea. Occorre anche arrivare tempestivamente sul mercato e con le giuste strategie.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it