

Con «Progetto più» la Camera di commercio di Bologna e l'Università si alleano per trasferire le conoscenze accademiche alle aziende del territorio

# L'asse Ateneo-imprese per l'innovazione tecnologica

Andrea Bonzi Giulia Gentile

**BOLOGNA** Unire le conoscenze dei ricercatori alle richieste delle imprese. È l'obiettivo che si pone il gruppo di lavoro creato dalla Camera di commercio di Bologna e dall'Università, presentato ieri in piazza della Mercanzia dal rettore Pier Ugo Calzolari e dal presidente della Cciao, Giancarlo Sangalli.

Con «Progetto più» le due istituzioni provano a dare corpo alla necessità di trasferimento della conoscenza del territorio bolognese. Come? Le aziende inoltrano le loro idee di innovazione al gruppo di lavoro paritetico composto da membri dell'Ateneo e della Camera di commercio e presieduto da Bruno Riccò: i progetti che vengono approvati saranno finanziati al 50% dalla Cciao, con il limite massimo di 15 mila euro per azienda. Toccherà invece all'Università individuare le competenze necessarie per svilupparle: i dipartimenti,

i laboratori per la ricerca e i consulenti.

Se il gruppo riterrà positiva la collaborazione di parti dell'Università, si attiverà per mettere in contatto le persone più adatte (ricercatori e professori). A pagare sarà la Camera di commercio, che ha messo in bilancio 150 mila euro quest'anno (e altri 40 mila trasferiti dal 2003) per supportare borse di studio e corsi specifici per i ricercatori che rendano più robusta questa interfaccia. «Bologna non è un ambiente economico decotto e assopito - osserva Sangalli -, ci sono 288 brevetti per abitante, contro i 77 della media nazionale. Ma dobbiamo vincere questa sfida dell'innovazione e della ricerca superando le difficoltà di natura culturale e finanziaria». Entusiasta anche il rettore Calzolari: «In Italia produciamo grande ricerca, bisogna però aumentare gli scambi tra chi la produce, cioè l'Ateneo, e chi la utilizza, le imprese. Fermo restando che l'Università non è e non deve diventare un'azienda».

Intanto, un altro tassello importante per rendere competitive le

aziende è stato messo a punto: «Osservatorio Asia» ([www.osservatorioasia.com](http://www.osservatorioasia.com)) nasce dalla stretta collaborazione tra esponenti del mondo imprenditoriale e accademico (fra i partner ci sono anche l'Università di Bologna e quella di Ferrara), con l'intento di promuovere e finanziare le ricerche accademiche, proporre corsi di formazione e organizzare convegni. Con l'obiettivo di stimolare gli imprenditori ad acquisire una maggiore consapevolezza dei mercati asiatici.

«Molto spesso i nostri imprenditori si trovano disorientati quando vanno in Asia - spiega Romeo Orlandi, responsabile dei corsi di formazione dell'osservatorio -, il nostro approccio è quindi quello di eliminare il disorientamento attraverso la conoscenza». Per questo «Osservatorio Asia» ha già in programma tre corsi di formazione dedicati al mercato cinese, e un «business and educational trip» nel più grande paese asiatico. Infine, la sede di «Almaweb», in via degli Scalini 18, ospiterà l'11 novembre un convegno organizzato dall'associazione, dal titolo «La questione cinese».