

## *Le istituzioni della new economy*<sup>1</sup>

*Paolo Perulli\**

La ricerca di cui si presentano qui alcuni risultati è stata condotta, per conto delle Camere di Commercio di Milano e di Bologna e delle Unioncamere della Lombardia e dell'Emilia-Romagna, per individuare chiavi di lettura e proposte di policy nei confronti dell'emergente ma incerto fenomeno della new economy.

Infatti, nella discussione in corso sul possibile ruolo delle istituzioni nello sviluppo della new economy, il quadro delle conoscenze disponibili è scarno e le ricette spesso superficiali. I tentativi di risposta principali oscillano tra il privilegio del mercato come fattore propulsivo, e una più attenta considerazione dell'economia della conoscenza come fattore di supporto delle imprese impegnate nella nuova economia.

Nel primo caso, si tratterebbe di ridurre ogni intralcio al libero dispiegarsi delle relazioni di mercato tra le imprese facilitando così la natalità di nuove imprese ICT e l'adozione di tecnologie flessibili di rete da parte delle imprese di ogni settore e dimensione. L'evidenza empirica mostra però che l'adozione di ICT è selettiva e tende a creare una struttura ampiamente polarizzata tra imprese "adottanti" e "non adottanti" sulla base di mere opportunità e segnali di mercato. Inoltre una più attenta analisi delle economie occidentali più avanzate in questi settori, come gli USA e la Gran Bretagna, hanno messo in eviden-

1. La ricerca, realizzata dall'Irso di Milano, è stata promossa dalle Camere di Commercio di Bologna e di Milano e da Unioncamere dell'Emilia Romagna e della Lombardia. Hanno collaborato: Gisella Introzzi e Enzo Rodeschini – Unioncamere Lombardia, Giada Grandi – Camera di Commercio di Bologna, Sandro Lecca – Camera di Commercio di Milano, Giampaolo Montaletti – Unioncamere Emilia Romagna. Gli autori della ricerca Irso: Sara Albolino, Maurizio Catino, Paolo Perulli e, per i casi stranieri, Elizabeth Gamsey, Valeria Aniello e Patrick Le Galès, Gerhard Fuchs.

\* Professore Straordinario di "Sociologia Economica" presso la facoltà di Scienze Politiche dell'Università Piemonte Orientale di Alessandria.

za la presenza di fattori non di mercato (*untraded*) che supportano lo sviluppo delle imprese della new economy. Si tratta di fattori che chiamiamo in senso lato “istituzionali”, che sono alla base della economia della conoscenza prodotta e diffusa in questi sistemi.

Tali fattori non sono prodotti automaticamente dal mercato, ma sono resi disponibili da relazioni non esclusivamente commerciali tra imprese (*untraded interdependencies*) e da istituzioni che offrono idee, capacità di ricerca, informazione, skills, strutture di offerta e servizi alle imprese stesse. Occorre anche considerare che per dimensione (l’impresa californiana del multimediale ha in media 9 addetti) e per età media (che è di circa 3-4 anni) queste imprese sembrano bisognose di forme di coordinamento.

I paesi (e al loro interno le regioni) più sviluppati nella new economy sono quindi caratterizzati sì da forti mercati, ma anche da una “densità istituzionale” che assume la forma (a seconda dei contesti) di reti interconnesse di organizzazioni e istituzioni che includono istituzioni finanziarie e di risk capital, Fondazioni, Camere di commercio, Università, agenzie formative, associazioni commerciali, organizzazioni professionali, governi locali, agenzie di sviluppo tecnologico, centri per l’innovazione, agenzie di promozione e di valorizzazione, organizzazioni che offrono servizi alle imprese, fino ad espressioni più informali e “volontaristiche” di club e di associazioni tra imprese.

La letteratura europea, e in particolare i case-studies qui presentati, mostrano come questi processi di istituzionalizzazione siano avvenuti e abbiano comportato una crescita dell’apprendimento collettivo localizzato su cui si basa la new economy. Anzi, nel caso europeo si può ipotizzare che il particolare carattere dei sistemi produttivi territoriali abbia accentuato la natura istituzionale delle economie locali.

In altri termini, questa conoscenza non è solo veicolata dal mercato o incarnata (*embodied*) nella singola impresa, ma circola entro tessuti di relazioni istituzionalizzate sia locali che globali.

Per fare crescere la new economy di una regione occorre pertanto creare o rafforzare le istituzioni che aiutino le nuove imprese a nascere, espandano l’educazione e i saperi tecnici, assistano le imprese nella adozione di ICT e nell’accesso al Web, costruiscano collegamenti con altre regioni per una “fertilizzazione incrociata” reciprocamente vantaggiosa.

Al fine di individuare i fattori di successo, ma anche la varietà istituzionale presente nelle diverse aree, sono stati condotti i tre studi di casi di regioni eccellenti nella new economy, da cui trarre stimoli e suggerimenti anche per lo sviluppo e la progettazione nelle realtà italiane. Si tratta dei casi di Cambridge (UK), Grenoble e Stoccarda.

Nei primi due casi, si tratta di aree di eccellenza sorte negli anni Settanta sotto lo stimolo, rispettivamente, delle Università inglesi decise a muoversi in ottica imprenditoriale, e dello Stato francese che svolge la regia e la promozione di aree industriali e di ricerca di punta. Nel caso tedesco si tratta invece della recente tendenza promossa dai governi locali a introdurre elementi di new economy in aree a forte tradizione industriale in settori come l’automobile.

Dai tre casi emerge una comune tendenza alla recente moltiplicazione di tessuti istituzionali locali, e alla creazione di reti di tipo regionale sia imprenditoriali che di ricerca, che possano favorire la soluzione di problemi di tipo sistemico (dalle infrastrutture alla formazione, dal capitale di rischio allo sviluppo di progetti complessi). Nei tre casi gli esiti sono differenziati, e se nel caso inglese la tendenza è alla ulteriore crescita delle imprese della new economy, in quello francese emergono dubbi sulla direzione da seguire e in quello tedesco si assiste a un ritorno alla centralità della old economy.

Le indicazioni da trarre valgono, e come, per l'Italia? La ricerca che è stata contestualmente condotta sulle realtà dell'Emilia Romagna e della Lombardia e in particolare sulle due aree metropolitane di Milano e Bologna, ha dimostrato il consistente sviluppo dei settori dell'ICT sia in termini di numero di aziende presenti sul territorio che di nuovi addetti. Il tasso di variazione annuale del numero di imprese degli ultimi dieci anni è molto significativo (+15% per Milano e +10% per Bologna).

Nonostante in entrambe le aree sia prevalente la presenza di distributori di soluzioni system integrator, è nell'area milanese molto più significativa la presenza di imprese fornitrici di consulenza informatica e servizi di supporto; nell'area bolognese, che si trova in una fase precedente di sviluppo, prevalgono le piccolissime e piccole imprese. Ma manca in primo luogo una possibilità di leggere le tendenze entro una griglia che riclassifichi le imprese a scala territoriale e di cluster, e non solo di comparto.

Una prima indicazione che emerge dalla ricerca è quella di dotarsi di appropriati sistemi di analisi e monitoraggio del nuovo fenomeno imprenditoriale della new economy che consentano di leggere con maggiore attenzione la differenziazione interna ai settori della nuova economia, per poter quindi promuovere a scala territoriale politiche e servizi adeguati ai diversi segmenti e tipologie di impresa.

Una seconda tendenza da affermare è che si diffonda e si generalizzi il modello della partnership pubblico-privato su un ventaglio di policies, che vanno dalla introduzione di forme di sostegno allo start-up, alla circolazione delle informazioni e all'assistenza tecnologica, al training, al sostegno alla ricerca, alla guida e al supporto finanziario alle imprese, in un'ottica territoriale e di sviluppo di ciascun "milieux" innovativo.

La terza raccomandazione è che si generalizzino nuove politiche di distretti digitali o multimediali non scollegate dal contesto, ma sulla base di un'attenta valutazione delle effettive integrazioni con la domanda finale: in cui le imprese sfruttino le economie di prossimità, sviluppino progetti di digitalizzazione del territorio, di servizi on-line per l'economia produttiva e la società locale, di consorzi per la fornitura dei nuovi servizi.

Si rende infine prioritaria la costituzione di integratori della conoscenza, riconosciuti e autorevoli, che compiano il delicato ruolo di interfaccia tra i diversi "luoghi" di produzione della conoscenza codificata e tacita (imprese della new economy, Università, laboratori di ricerca, associazioni etc.) e il mondo produttivo di ciascun territorio.