



Quale ruolo per l'innovazione nelle aree montane ?

Analisi del progetto Euromountains.net

elaborazione a cura di
ILARIA GOIO

Dipartimento di Economia Università degli Studi di Trento

L'INNOVAZIONE COME FATTORE DI SUCCESSO



Regioni e territori si trovano oggi più che nel passato a competere tra loro in modo sempre più diretto



le loro possibilità di sviluppo futuro sono legate alla loro capacità di **INNOVAZIONE**

che è un processo complesso e richiede un elevato grado di *comunicazione* con il mondo esterno e di *integrazione* interna tra la pluralità di attori e di istituzioni che governano il territorio stesso

QUAL è il SIGNIFICATO del TERMINE INNOVAZIONE



Quello dell'innovazione è un termine ampio e variegato che raggruppa al proprio interno una pluralità di significati e manifestazioni differenti e che richiama concetti quali novità, commercializzazione, implementazione

Molte le definizioni proposte a partire da quella di Schumpeter del 1934:

"INNOVAZIONE è l'introduzione di un nuovo elemento o di una nuova combinazione di vecchi elementi nella produzione o nella consegna di un prodotto/servizio"

Alla base dell'innovazione possono esserci fonti diverse: le conoscenze che derivano dalla scienza, nuove conoscenze che nascono e si sviluppano in seguito a processi di «learning by doing» ma anche dinamiche di natura sociale all'interno dei contesti di produzione o di uso .

LE CLASSIFICAZIONI DI INNOVAZIONE PROPOSTE



INNOVAZIONE:

1. di **PRODOTTO**: elaborazione di un bene o un servizio nuovo o migliore rispetto al passato con riguardo alle sue caratteristiche principali, alle specifiche tecniche, al software incorporato o alle altre componenti immateriali;
2. di **PROCESSO**: include lo sviluppo di nuove o migliori tecnologie di produzione o metodi di fornitura dei servizi o di consegna dei prodotti, si divide in:
 - 2.1. **tecnologica**: connessa allo sviluppo di nuovi macchinari;
 - 2.2. **organizzativa**: ovvero relativa all'adozione di nuovi metodi di organizzazione del lavoro.

LE CLASSIFICAZIONI DI INNOVAZIONE PROPOSTE



INNOVAZIONE:

1. **TECNOLOGICA:** si riferisce alla nuova conoscenza delle componenti, dei collegamenti tra componenti, dei metodi, dei processi e delle tecniche che entrano a far parte di un prodotto o di un servizio, può essere:
 - 1.1. di prodotto: relativa ad un nuovo prodotto o servizio che soddisfi i bisogni di mercato;
 - 1.2. di processo: connessa all'introduzione di nuovi elementi all'interno di un'organizzazione;
2. di **MERCATO:** relativa a nuova conoscenza incorporata nei canali distributivi, nei prodotti, nelle applicazioni, nelle aspettative, nelle preferenze, nei bisogni e nei desideri della clientela;
3. **AMMINISTRATIVA:** include innovazioni relative alla struttura organizzativa ed ai processi amministrativi.

LE CLASSIFICAZIONI DI INNOVAZIONE PROPOSTE



ALTRI TIPI DI INNOVAZIONE:

ISTITUZIONALE: riguarda il modo in cui i governi agiscono ed interagiscono con gli altri attori e può essere soddisfatta attraverso lo sviluppo di nuove forme di diritti di proprietà, di più efficienti istituzioni di mercato o da più evoluti cambiamenti che nascono dal diretto contatto con gli individui a livello di comunità o di impresa.

RADICALE: crea un elevato grado di incertezza nell'organizzazione e si verifica nel momento in cui si hanno cambiamenti rivoluzionari nella tecnologia o sistemi e modelli completamente nuovi rispetto al passato.

INCREMENTALE: è connessa a cambiamenti nei prodotti o nei processi che sono esigui, minori o che non racchiudono in sé un sufficiente grado di novità. Quest'ultima è riferita alle qualità estetiche o ad altre qualità soggettive del prodotto.

IL PROGETTO INTERREG III C



Messa in rete delle regioni di montagna europee per la promozione di uno sviluppo territoriale sostenibile

TRE TEMI:

1. il miglioramento dei servizi pubblici per le popolazioni e per le imprese di montagna (ICT e trasporti, servizi socio-assistenziali e servizi culturali)
2. lo sviluppo e la promozione delle risorse e dei prodotti di qualità della montagna (prodotti agro-alimentari, artigianali e turistici)
3. la difesa e gestione dello spazio rurale fragile, dei paesaggi e delle risorse naturali nelle zone di montagna.

13 PARTNERS (di Francia, Italia, Portogallo, Scozia, Spagna,
Norvegia)
+ EUROMONTANA

IL PROGETTO INTERREG III C



OBIETTIVI dell'ANALISI dell'INNOVAZIONE:

Per ciascuno dei tre temi del progetto:

1. individuare se ed eventualmente in che modo le soluzioni proposte dai partner manifestano caratteri di innovazione;
2. riflettere sulla trasferibilità delle soluzioni proposte;
3. rivedere le soluzioni proposte alla luce delle raccomandazioni elaborate dall'OECD.

I SERVIZI PUBBLICI per le POPOLAZIONI e per le IMPRESE di MONTAGNA



SERVIZI	PARTNER	BUONA PRATICA	INNOVAZIONE
<i>ICT e TRASPORTI</i>	Trento	Trasporto pubblico extra-urbano	di processo
	Palencia	Trasporto a domanda	di prodotto
	Lombardia	Connettività wireless	tecnologica
	Highlands	Connettività, servizi ICT	tecnologica
	Trento	Depurazione delle acque	di processo
	Alto Tamega	Sistema multi-municipale di approvvigionamento idrico	di processo
	Piemonte	Piani di manutenzione ordinaria Val Pellice	organizzativa
	Piemonte	Piani intercomunali di protezione civile Pinerolese	organizzativa
	VdA	Società per lo sviluppo di Chamois	di prodotto

I SERVIZI PUBBLICI per le POPOLAZIONI e per le IMPRESE di MONTAGNA



SERVIZI	PARTNER	BUONA PRATICA	INNOVAZIONI
<i>SOCIO-ASSIST.</i>	Trento	Assistenza domiciliare (SAD)	di prodotto
	Alto Tamegna	Assistenza domiciliare (centri diurni)	di processo
	Piemonte	Foyer di Angrogna	di prodotto
	Piemonte	Per il neonato e la sua famiglia	di prodotto
	Rhône Alpes	Contratto di sviluppo sociale territoriale CDST	organizzativa
	Rhône Alpes	Associatione d'animazione di Beaufortain	organizzativa

I SERVIZI PUBBLICI per le POPOLAZIONI e per le IMPRESE di MONTAGNA



SERVIZI	PARTNER	BUONA PRATICA	INNOVAZIONE
CULTURALI	Trento	Musei ed ecomusei	di prodotto
	Piemonte	Musei ed ecomusei	di prodotto
	Lombardia	Sistema bibliotecario	di prodotto
	Piemonte	Servizio bibliotecario "Centro Rete"	di prodotto
	Lombardia	Consorzio di promozione turistica	di processo
	Piemonte	PRACATINAT:	organizzativa
	Highlands	ICE FACTOR rivalutazione paesaggio industriale	di processo
	Cordoba	Valorizzazione e recupero di servizi multifunzionali	organizzativa

I SERVIZI PUBBLICI per le POPOLAZIONI e per le IMPRESE di MONTAGNA



PRINCIPALI EVIDENZE EMERSE:

Nel sistema:

- dei servizi di trasporto e ICT prevalgono le innovazioni di processo: evidenziano la ricerca di metodologie di gestione e fornitura dei servizi più flessibili e al tempo stesso più organiche e quindi in grado di meglio adattarsi alle specifiche esigenze delle aree montane;
- dei servizi socio-sanitari ed assistenziali quelle **organizzative**: testimoniano da parte delle amministrazioni una crescente attenzione e sensibilità verso nuove forme di sviluppo partecipato che fanno del coinvolgimento degli stakeholder che vivono in montagna il loro punto di forza;
- dei servizi culturali-ricreativi quelle di **prodotto/servizio**: mostrano una certa vitalità delle amministrazioni nella ricerca di soluzioni e prodotti/servizi in grado di rispondere a bisogni nuovi e diversi rispetto al passato, della popolazione e non solo.

I SERVIZI PUBBLICI per le POPOLAZIONI e per le IMPRESE di MONTAGNA



PRINCIPALI EVIDENZE EMERSE:

Complessivamente le innovazioni si presentano nel seguente ordine:

1. di prodotto/servizio;
2. organizzative;
3. di processo.

Emerge anche un' *innovazione istituzionale*, ovvero la volontà delle Comunità Montane o delle unioni di comuni di:

- raggiungere una soglia dimensionale sufficiente per gestire efficientemente i servizi, le ridotte dimensioni sono, infatti, avvertite come un ostacolo più che un opportunità;
- svolgere un duplice ruolo: a) di innovatore e di sostegno delle singole istituzioni locali presenti sul territorio; b) di programmazione e indirizzo sia autonomo e in parte sussidiario a quello «superiore» ovvero della regione o della provincia

Lo SVILUPPO e la PROMOZIONE delle RISORSE e dei PRODOTTI di QUALITÀ della MONTAGNA



PRODOTTI	PARTNER	BUONA PRATICA	INNOVAZIONE
<i>AGRO-ALIMENTARI</i>	Trento	Farina di mais	di prodotto
<i>ARTIGIANALI</i>	Trento	Strumenti musicali in legno	di mercato
<i>TURISTICI</i>	Trento	Vacanze in baita	di processo
	Oppland	Attività culturali in fattoria	di prodotto

Lo SVILUPPO e la PROMOZIONE delle RISORSE e dei PRODOTTI di QUALITÀ della MONTAGNA



PRINCIPALI EVIDENZE EMERSE:

Nel complesso si rileva:

- un legame molto forte tra prodotto e territorio e la volontà di favorire attraverso i prodotti locali la sua più ampia promozione;
- le due **innovazioni di prodotto** testimoniano il desiderio di sfruttare, in modo diverso rispetto al passato, prodotti per così dire tradizionali;
- l'**innovazione di mercato** sottolinea l'impegno da parte di una impresa privata di favorire le componenti di marketing-mix di un prodotto certificato che presenta caratteri di elevata qualità;
- l'**innovazione di processo** evidenzia la ricerca da parte degli stessi agricoltori di fare rete al fine di utilizzare e promuovere insieme, a fini turistici, il proprio patrimonio (baite).

La DIFESA e GESTIONE dello SPAZIO RURALE FRAGILE, dei PAESAGGI e delle RISORSE NATURALI nelle ZONE di MONTAGNA



TIPO	PARTNER	BUONA PRATICA	INNOVAZIONE
<i>PIANI</i>	Sogn og F.	Piano per il pascolo in aree protette	organizzativa
	Piemonte	Piani di manutenzione ordinaria del territorio	organizzativa
	Highlands	Contratti di gestione del territorio	organizzativa
<i>GESTIONE SOSTEN.</i>	Buskerud	Promuovere una gara sportiva	di prodotto
	Palencia	Gestione delle risorse geologiche	organizzativa
	Telemark	Utilizzo di una risorsa a fini economici	organizzativa
<i>INTERV. INFRAS.</i>	VdA	Costruzione, ricostruzione e miglioramento delle malghe	di prodotto
	Alto Tamega	Costruzione di 2 centri per l'innovazione e la formazione	di prodotto
	Trento	Agricoltura biologica e turismo rurale	organizzativa

La DIFESA e GESTIONE dello SPAZIO RURALE FRAGILE, dei PAESAGGI e delle RISORSE NATURALI nelle ZONE di MONTAGNA



PRINCIPALI EVIDENZE EMERSE:

Complessivamente le innovazioni si presentano nel seguente ordine:

- 1. organizzative:** testimoniano la ricerca, da parte dei diversi stakeholder (locali e non) che governano il territorio, di nuove soluzioni e nuovi metodi di gestione delle risorse naturali, verso le quali si registra una sempre maggiore attenzione e sensibilità;
- 2. di prodotto/servizio;** puntano sullo sviluppo di un nuovo prodotto (gara sciistica, malghe, coltivazioni) non tanto per rispondere a nuovi bisogni (come si verifica nel tema 1) quanto piuttosto per stimolare e suscitare in via indiretta comportamenti più rispettosi e più attenti all'ambiente e alla qualità delle sue risorse, sia nei produttori che nei potenziali utenti/consumatori.

La TRASFERIBILITÁ delle SOLUZIONI PROPOSTE



Il processo di trasferimento delle buone pratiche è lungo e complesso ed i risultati di ogni intervento variano a seconda delle caratteristiche della zona geografica e del momento.



REPLICABILITÁ in funzione dei contenuti (tecnici, informativi e gestionali) che potrebbero costituire, di volta in volta, l'oggetto dello scambio delle esperienze:

- INNOVAZIONI di **PRODOTTO** e INNOVAZIONI di **PROCESSO**: il trasferimento sarà «informativo», dovrà cioè riguardare idee, nel primo caso, e soluzioni nel secondo;
- INNOVAZIONI **TECNOLOGICHE** e di **MERCATO**: il trasferimento sarà necessariamente «tecnico», ovvero attinente l'adozione di tecnologie e strumenti connessi ad applicazioni e processi;
- INNOVAZIONI **ORGANIZZATIVE**: il trasferimento si riferirà ai sistemi dei processi decisionali e dei processi di allocazione delle risorse e sarà quindi «gestionale»

OECD: il NUOVO PARADIGMA di SVILUPPO delle AREE RURALI



Obiettivi	Competitività delle aree rurali, valorizzazione delle risorse locali, sfruttamento di risorse non utilizzate
Settori chiave	Vari settori dell'economia rurale (turismo rurale, industria manifatturiera, ICT...)
Strumenti	Investimenti
Attori chiave	Tutti i livelli di governo (sovra-nazionale, nazionale, regionale e locale) ma anche diversi stakeholder locali (pubblici, privati, ONG...)

OECD e il PROGETTO INTERREG III C



Tipologia di innovazioni rilevate:

	Tema 1	Tema 2	Tema 3	Totale
di processo	6	1		7
di prodotto	9	2	3	14
organizzativa	7		6	13
tecnologica	2			2
di mercato		1		1

Le 2 tipologie innovazioni prevalenti (di prodotto e organizzative) sono in linea con il nuovo paradigma di sviluppo delle aree rurali proposto dall'OECD:

- le prime perché puntano alla diversificazione delle attività attraverso la promozione di settori complementari o alternativi a agricolo;
- le seconde perché confermano la volontà e l'impegno delle amministrazioni locali di elaborare forme di sviluppo integrato e di governo partecipato e di coinvolgere quindi tutti i livelli di governo ed i diversi stakeholder locali nello sviluppo del territorio.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE



Le principali conclusioni emerse sono le seguenti:

1. La valorizzazione e l'investimento in capitale umano devono rappresentare il fulcro di ogni strategia di sviluppo a livello locale e conseguentemente anche di qualsiasi considerazione legata all'innovazione. Infatti, a rendere possibile il proliferare delle idee prima e delle azioni concrete dopo, è la presenza, in ciascun particolare contesto, di un idoneo e specifico capitale umano, vale a dire di un capitale umano in grado di sviluppare un approccio positivo al cambiamento, alla creatività e alle novità e, soprattutto, capace di motivare, stimolare ed incoraggiare l'elaborazione di una visione comune e condivisa del futuro del proprio territorio

2. Nei Paesi partner del progetto, il capitale sociale (la presenza di reti di soggetti diversi) occupa una posizione di notevole rilevanza perché favorisce la partecipazione e suscita negli attori locali un senso di appartenenza alla propria comunità, è essenziale nello sviluppo di progetti che interessano il territorio montano, agevola il confronto, lo scambio e la diffusione di soluzioni innovative. Le reti visto il potenziale dimostrato vanno incoraggiate e sostenute favorendo lo sviluppo delle condizioni che sono alla base delle loro possibilità di successo: la presenza di comunità locali e regionali caratterizzate da fiducia, diffusione del rischio, apprendimento comune, imitazione e interazione sociale. Un ruolo "speciale" deve essere attribuito "alle autorità pubbliche grazie alla loro profonda conoscenza dell'economia e degli attori locali (Millard, 2005)".