

Non basta innovare, serve trasformare le idee in crescita

Al Festival dell'Impresa, in programma a Bergamo dal 6 all'8 novembre, si parlerà anche dell'innovazione nelle filiere industriali e del suo potenziale inespresso

di **FABIANA STORTI**

Che l'Italia sia poco innovativa è diventato quasi un luogo comune. Pochi grandi gruppi tecnologici, investimenti in ricerca inferiori a quelli dei principali concorrenti, difficoltà nel far crescere le imprese. Ma è davvero questa la fotografia del Paese? Oppure i criteri con cui misuriamo l'innovazione non riescono a cogliere quello che avviene nelle fabbriche, nelle filiere industriali e nelle aziende specializzate?

La domanda sarà al centro dell'incontro *L'Italia è il paese dell'innovazione?*, in programma sabato 7 novembre al Festival dell'Impresa di Bergamo. A confrontarsi saranno Gianmario Verona, professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese all'Università Bocconi, Valentina Cogliati, presidente e amministratrice delegata di Elemaster, e Daniele Manca, vicedirettore del *Corriere della Sera*. A condurre il dialogo Luca Barbieri, *managing partner* di Blum.

Il punto di partenza è un paradosso. Se osserviamo brevetti, *venture capital*, dimensioni delle aziende digitali e spesa in ricerca, emergono debolezze conosciute. Se però entriamo nelle imprese manifatturiere, il quadro si complica. Ci sono aziende che riprogettano macchinari, perfezionano materiali, automatizzano linee produttive e sviluppano componenti con i clienti. È innovazione concreta, capace di migliorare qualità e competitività, ma non sempre si traduce in brevetti o in nuove società visibili nelle classifiche internazionali.

La questione è quindi duplice: quanta innovazione italiana sfugge agli indicatori e quanta, invece, non riesce a diventare crescita? Verona studia i processi con cui le organizzazioni generano e gestiscono innovazione. Con Manca ha pubblicato nel 2026 *A casa di Einstein. 6 lezioni nell'era della Superinnovazione*, un libro che invita a distinguere la semplice novità dalla capacità di trasformarla in risultati. Acquistare robot o adottare software e intelligenza artificiale non basta: conta ciò che cambia davvero in produttività, organizzazione, velocità e accesso ai mercati.

La specializzazione è una forza dell'industria italiana, ma può nascondere un limite. Le imprese di dimensioni contenute sanno adattarsi rapidamente, conoscere i clienti e trovare soluzioni su misura; allo stesso tempo possono incontrare difficoltà a sostenere gli investimenti necessari in ricerca, dati, *cybersecurity* e internazionalizzazione. Inventare, insomma, è soltanto l'inizio. Occorre anche finanziare, industrializzare e portare su scala più ampia le idee migliori.

Cogliati porterà la prospettiva di Elemaster, manifattura tecnologica inserita in filiere internazionali, dove competenze ingegneristiche e capacità produttiva devono trasformarsi continuamente in vantaggio competitivo. Manca, insieme a Verona autore del volume sulla superinnovazione, contribuirà a leggere le condizioni organizzative, economiche e culturali che permettono a una tecnologia di generare valore. Il confronto incrocerà così esperienza d'impresa, ricerca accademica e giornalismo economico.

L'intelligenza artificiale rende la domanda ancora più urgente. Può mettere strumenti avanzati alla portata delle piccole e medie imprese, riducendo alcune

barriere all'innovazione. Ma può anche ampliare il distacco da chi dispone già di grandi quantità di dati, capitali e competenze. Il risultato dipenderà non solo dalle tecnologie adottate, ma dalla capacità di integrarle nei processi e nelle decisioni.

Forse, dunque, il problema non è scegliere tra l'immagine di un'Italia immobile e quella di un Paese fatto soltanto di eccellenze. È capire perché tante innovazioni diffuse fatichino a produrre crescita dimensionale e nuovi protagonisti industriali. Da questa diagnosi dipendono le scelte delle imprese e le politiche per sostenerle.



— Gianmario Verona, professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese all'Università Bocconi (Imagoeconomica)