

# Le strategie dell'Ateneo

DARIO BRAGA (\*)

Nei prossimi anni la partita dello sviluppo si gioca sulla capacità delle istituzioni pubbliche della Regione (enti locali, università), delle imprese e del terziario di adottare strategie che trascendano i tradizionali confini della politica. Occorrono obiettivi di sistema e capacità di coordinare lo sforzo per raggiungerli. Vincerà chi capirà che «siamo sulla stessa barca» e che abbiamo esigenze non conflittuali. Quali sono queste esigenze? L'Ateneo ha, e avrà sempre più bisogno, di procurarsi risorse per finanziare la ricerca di base e per garantire un livello sostenibile di turn-over e carriere in tutte le sue aree. Dovrà sfruttare tutti i propri talenti creando, inter alia, relazioni sinergiche con il mondo delle imprese. Le imprese avranno sempre più bisogno di competenze elevate e di laboratori dove poter allocare attività di ricerca finalizzata non più sostenibili «in-house» perché divenute troppo costose o sporadiche. Avranno bisogno inoltre di quelle professionalità che stanno diventando difficili da reperire sul mercato del lavoro anche a causa del calo degli studenti nel settore scientifico/tecnologico. Ecco alcune azioni possibili per l'Università.

Primo, intercettare la domanda di ricerca che proviene dalle imprese. Nel nostro territorio le piccole e medie imprese fanno poca ricerca anche perché hanno difficoltà ad entrare in relazione con il sistema universitario. I contatti scaturiscono più da rapporti personali (ex compagni di studio, conoscenze e intermediazioni) che da strutture di collegamento della domanda e dell'offerta. La rapida individuazione delle disponibilità nei diversi settori va assistita creando uno «sportello delle competenze» (anche virtuale) a cui le imprese possano rivolgersi. Bisogna che il numero di progetti di ricerca stipulati con le aziende diventi una misura del suc-

cesso dell'università, non una misura della sua povertà. Con un *caveat* però: la ricerca commissionata deve avere un orizzonte culturale e temporale che giustifichi l'impegno dell'Università stessa, al di là del mero ritorno economico.

Secondo, trasferimento di conoscenze e posti di lavoro dalla ricerca scientifica. Non è cosa da poco. Trasferire conoscenze vuole dire mettere in comunicazione culture diverse, due diverse visioni del mondo è spesso difficile. Occorre un ufficio di creazione di impresa. Esso, tuttavia, non deve essere in Ateneo.

Terzo, il livello di ricchezza del territorio dipende in maniera crescente dalla circolazione «di genti e di merci e di cultura». UniBo, grazie alla sua fama e al suo vastissimo network di collaborazioni può non solo fungere da mezzo di comunicazione internazionale per le imprese del territorio verso i mercati esteri, ma anche attrarre immigrazione intellettuale dall'estero. Le città universitarie del Nord Europa hanno compreso da tempo che l'offerta di formazione di alta qualità e di respiro internazionale porta risorse materiali e intellettuali e alimenta lo scambio e la nascita di nuove idee. Essa è anche in grado di modificare il tessuto sociale dell'immigrazione extracomunitaria. Non potendo agire sui salari, largamente sotto gli standard europei, occorre investire sulla ricettività, cosa che l'Ateneo non può fare da solo. Ecco di nuovo la necessità di un progetto strategico condiviso per il «sistema» emiliano-romagnolo che ne accresca innovazione e capacità di attrazione. Occorre progettare insieme i prossimi anni condividendo gli obiettivi. Il momento è difficile, ma nei momenti difficili il nostro sistema è sempre stato in grado di dare il meglio di sé.

(\*) Direttore dell'Istituto di Studi Avanzati e Candidato Rettore

