

friuli innovazione, ateneo

Il supporto attraverso il Parco tecnologico «Luigi Danieli» Friuli Innovazione interviene

UDINE

■ L'idea di un polo tecnologico nel comune di Tavagnacco piace non solo all'amministrazione locale e alle aziende, ma anche a Friuli Innovazione. Sul progetto, infatti, il Centro di ricerca e di trasferimento tecnologico è sceso in campo accogliendo, proprio un paio di mesi fa, come socio del consorzio il Comune friulano, con l'obiettivo di favorire l'insediamento di imprese ad alto contenuto hitech.

«Da parte nostra — spiega il direttore di Friuli Innovazione, **Fabio Feruglio**, che nei giorni

scorsi ha incontrato il sindaco di Tavagnacco Pezzetta — c'è la volontà di lavorare insieme, di valutare sinergicamente nuove iniziative, nell'ottica comune e condivisa di favorire le imprese ad alta conoscenza».

Una disponibilità che, in futuro, potrebbe tradursi nell'attivazione di laboratori misti e nel garantire una collaborazione in termini di servizi, strutture, competenze. Del resto — ricorda Feruglio — questa è anche la mission di Friuli Innovazione, che, attraverso il Parco tecnologico Luigi Danieli sta sviluppando e supportando l'insediamento e

l'incubazione (12 solo negli ultimi mesi) di imprese ITC, fornendo, grazie anche all'importante ruolo svolto dall'ateneo friulano, servizi e know how.

Tuttavia, le stesse imprese già insediate nella zona di Tavagnacco stanno dimostrando una forte vocazione alla trasformazione tecnologica e a fare dell'innovazione la chiave di volta del proprio stare sul mercato.

Lo confermano i dati di una ricerca svolta per conto dell'amministrazione locale dall'Ires su un campione di 300 aziende che già puntano sul hi tech nel-

le lavorazioni e i prodotti. Oltre il 26% delle realtà intervistate, a esempio, si è dichiarata "molto coinvolta" nei fenomeni di innovazione, il 25% dice che amplierà nei prossimi anni la gamma dei servizi e dei prodotti, il 28% che farà riferimento alle nuove tecnologie. Una spinta che viene dall'esigenza di competere con gli altri mercati, ma anche dalla consapevolezza di doversi diversificare per raggiungere differenti target di clienti ed ampliare l'ambito della propria offerta. Tecnologia, sì, dunque, ma anche precisa necessità. Non tanto per l'uso di strumenti informatici, l'elaborazione di business plan e le consulenze tecnologiche, quanto bisogno di formazione, soprattutto imprenditoriale e manageriale (29,9%) e finanziaria (31,4%).

M. Baz.