



Modellizzazione di un osservatorio per il monitoraggio dell'ecosistema innovativo presente sul territorio di Chieti e Pescara e mappatura delle competenze manageriali ad alto tasso innovativo

SCENARIO DI RIFERIMENTO

Ad oggi la classificazione Ateco 2007 è il principale riferimento per capire cosa fanno le imprese. Tale classificazione, seppure consolidata e utilizzata per le rilevazioni statistiche sulle attività economiche, mostra alcuni limiti. Le descrizioni adottate sono troppo sintetiche. I codici stessi, per quanto numerosi, sono insufficienti a rappresentare la varietà delle attività economiche esistenti. La classificazione Ateco risulta talvolta obsoleta e non al passo con l'evoluzione tecnologica. Talvolta, per evitare di rimanere 'confinati' a specifiche attività o ambiti, le imprese optano in fase di costituzione per codici residuali più ampi. Senza tenere conto del fatto che le aziende si trasformano e rinnovano continuamente: il codice scelto ieri, può rispecchiare solo parzialmente cosa l'azienda fa oggi.

TARGET

Oggi, nell'era dei big data, le aziende mettono a disposizione moltissime informazioni che possono essere raccolte ed elaborate per descrivere in maniera più ricca e dettagliata le attività e le traiettorie innovative intraprese dalle imprese. Capire cosa fanno le imprese e quali traiettorie hanno intrapreso è un'informazione fondamentale. Una volta che si è riusciti a descrivere l'azienda attraverso parole-chiave, le informazioni possono essere caricate su una web app disponibile online e consultabile attraverso query (interrogazioni) puntuali. L'utente azienda può consultare la web app per

individuare potenziali partner, avviare collaborazioni, sfruttare sinergie, investire in innovazione. Da qui la funzione di «matching» incorporata nel tool, oltre a quella di «mapping» sul territorio.

Nell'attuale momento storico, le aziende devono essere messe nelle condizioni di conoscere dove sta andando la tecnologia e i vantaggi che la stessa porta, di confrontarsi con fornitori e clienti, di cogliere le opportunità che si presentano. I nuovi scenari richiedono conoscenza e risorse, che tanto più facilmente possono essere reperite se si è bravi a 'fare squadra', in un percorso di crescita che accompagni il sistema economico territoriale.

OBIETTIVI

Capire cosa fanno le imprese è un task anche molto complesso, perché richiede tempo ed expertise, e necessità di continuo monitoraggio. L'informazione è tanto più difficile da raccogliere quanto più l'attività di indagine che si intende condurre è su larga scala, su centinaia di realtà aziendali a livello locale.

L'obiettivo dell'Iniziativa Strategica di Fondirigenti è quello di promuovere un'attività di R&S funzionale a creare algoritmi, procedure e tool replicabili in diversi contesti geografici e ambiti settoriali per l'analisi di altre realtà a livello nazionale. In questo senso, tale progetto



può rappresentare il punto di partenza di un programma di ricerca più vasto.

L'idea di base è che tentare di 'dire qualcosa di più' sull'attività di impresa rispetto all'informazione veicolata dai codici Ateco, permetta di conoscere meglio il target di riferimento, di caratterizzarlo in maniera più dettagliata e, quindi, di supportarlo con policy mirate.

ATTIVITÀ CORE

Si parte da diverse fonti di dati di testo (tra le quali: l'oggetto sociale dell'azienda, alcune descrittive sintetiche dell'attività, il sito web aziendale), e si utilizzano algoritmi di semantica, oltre all'expertise dei ricercatori dello spin-off, per estrarre informazione (tag) e classificarla.

Sulle fonti di dati, si sottolinea l'importanza dei siti web che descrive l'azienda e aiuta a far passare il messaggio di quali attività offre la stessa.

L'oggetto sociale, seppure è la dichiarazione della mission dell'azienda, non sempre aiuta. Capita spesso di trovare oggetti sociali troppo ampi che hanno come unico motivo quello di 'lasciare aperto' alle aziende possibili future strade. In caso di contrasto si privilegia il sito web, la fotografia più aggiornata dell'attività di impresa.

Talora, gli oggetti sociali sono aderenti alla mission aziendale. Il caso delle start-up innovative e delle PMI innovative ne è la testimonianza. Non a caso si deve passare l'esame della Sezione delle start-up innovative alla Camera di Commercio per riuscire a

registrarsi. In questo caso l'oggetto sociale rappresenta la fonte di informazione utilizzata.

Una volta estratti, dopo un lavoro accurato di revisione, i tag si assegnano a diversi livelli: settori, specializzazioni e competenze.

RISULTATI

L'Osservatorio di Chieti e Pescara parte dalla ricerca svolta nei dipartimenti per offrire un output concreto. Un'applicazione web per la funzione di «matching», oltre a quella di «mapping» di georeferenziazione sul territorio.

Oltre all'utilità per l'utente azienda, è l'utente policy-maker ad essere messo nelle condizioni di osservare e monitorare l'ecosistema locale, sapere qualcosa di più sulle specializzazioni e competenze delle aziende, rilevare trend tecnologici, individuare distretti, reti e cluster di aziende più o meno specializzate in specifici ambiti settoriali o tecnologici.

Tale applicazione, oltre a report semi-automatizzati per il monitoraggio continuo dell'ecosistema, offre informazione aggiornata e di dettaglio sulle attività delle imprese, fondamentale a nostro modo di vedere per supportare gli attori del territorio di riferimento, in primis le aziende, a fare sistema sviluppando reti di conoscenza e collaborazione.

Rimane il punto che è necessario prevedere la possibilità che l'output sia continuamente curato e mantenuto, arricchendo e aggiornando il profilo delle aziende, così da renderlo più utile e funzionale.

