

# Non solo incentivi

## INNOVAZIONE

# La vera sfida è sociale

D

urante i venti anni di vita del Corriere del Veneto il tema dell'innovazione ha acquisito sempre maggiore centralità per il mondo delle imprese e per la società in senso più ampio, anche nel Nordest. «Innovazione» è divenuto un termine diffuso nel linguaggio della politica e in quello mediatico, anche se spesso purtroppo utilizzato in modo piuttosto limitato e generico.

Una delle lezioni più significative - e talvolta perfino più dure - di questi venti anni è proprio che intendere l'innovazione solo come nuova tecnologia, o ancor più limitatamente come ricerca spasmodica e superficiale della nuova App o piattaforma di successo, è estremamente miope e rischioso. Peggio ancora è usare l'innovazione come parola vuota, obiettivo aziendale e politico dato per scontato, taumaturgica soluzione di tutti i problemi.

Si pensi solo a quante tendenze in questi anni hanno portato al centro, più che il nuovo in quanto tale,

la «riscoperta»: di prodotti territoriali, di luoghi e spazi legati a precedenti epoche sociali e produttive, di abitudini e tecnologie ritenute morte e sepolte (si pensi al disco in vinile o al vintage nel mondo della moda). Un'interpretazione azzeccata di questa tendenza è stata la chiave che ha consentito ad alcune aziende di attraversare con successo le gravi crisi di questi due decenni.

L'innovazione è un processo sociale collettivo che funziona bene e

porta benefici alla collettività quando è condotto con consapevolezza, lungimiranza, visione e rispetto per la tradizione. Quando queste mancano, abbiamo immediatamente sotto gli occhi gli effetti negativi di un'innovazione superficiale e non regolata, dai monopattini incentivati coi soldi pubblici alle piattaforme di affitto degli alloggi nelle città d'arte.

Si può fare innovazione anche con tecnologie poco sofisticate ma non si può fare buona innovazione senza una corrispondente innovazione sociale che accompagni la tecnologia, ne sappia valutare costi e benefici, ne attenui le (inevitabili) implicazioni negative.

La pandemia è stata, in questo senso, un colossale processo di innovazione sociale in cui cittadini, istituzioni e imprese hanno dovuto ripensare le proprie abitudini, dando nuovi significati a tecnologie già disponibili (dalle videochiamate alle mascherine), trovandosi costretti ad apprendere velocemente nuove funzioni e comportamenti.

Anche il cambiamento climatico è una grande sfida per l'innovazione. Ma non solo nel senso di immettere sul mercato (e incentivare) nuove tecnologie come i veicoli elettrici o ibridi; anche nel senso di mettere in discussione le nostre abitudini. I nuovi dati dell'Osservatorio Scienza Tecnologia e Società di Observa lo confermano. Quasi il 90% degli italiani percepiscono ormai chiaramente la gravità del cambiamento climatico, con un incre-



Peso: 94%

mento significativo negli ultimi anni. A fronte di questa percezione, tuttavia, molti non hanno intenzione di cambiare le proprie abitudini, a partire dall'uso del mezzo privato (cresciuto ulteriormente durante gli anni della pandemia; solo un italiano su cinque utilizza abitualmente i mezzi pubblici per gli spostamenti quotidiani).

Sarà questa una delle grandi sfide nei prossimi anni per la società e la politica. L'incentivo (nella forma di contributo o di sgravi fiscali) è spesso l'unico linguaggio che la politica sembra ormai in grado di parlare su questi temi. Ma l'incentivo incoraggia in alcuni consumatori comportamenti ritenuti virtuosi, scaricando il costo del cambiamento sul resto dei contribuenti. Per avere effetti significativi occorre trovare altri modi di incoraggiare un cambiamento che è culturale nel senso più

profondo del termine. Il terreno più concreto su cui questo cambiamento può avvenire è proprio quello locale.

Un'altra lezione di questi anni è infatti che, a dispetto di diffusi stereotipi, l'innovazione non è un processo standardizzato che si dispiega con eguali effetti (economici e sociali) indipendentemente dal contesto. Al contrario, è solo in un contesto specifico che si può giudicare il valore di un'innovazione. Si prendano ad esempio tecnologie come il riconoscimento facciale per scopi di sicurezza. Possono essere utili in un aeroporto per velocizzare i controlli; ma se le caliamo in un contesto politico come quello cinese, il loro utilizzo estensivo evoca subito preoccupanti scenari di rigido controllo del dissenso.

Parlare di innovazione significa inevitabilmente parlare di valori, di ciò che riteniamo giusto e sbagliato

come comunità; di aspettative, speranze e preoccupazioni per il futuro; di tradizione, nel senso di esperienze, lezioni apprese dal passato, saperi caratteristici di quella comunità.

Anche per questi motivi ha senso ed è importante raccontare e discutere criticamente l'innovazione sul territorio. Come fa da vent'anni il Corriere del Veneto.

**L'INNOVAZIONE**

**Startup @ Expo**  
Il mercato è il mondo

Una settimana di presentazioni e talk a Casa Coriene per le giovani imprese innovative: le iniziative degli incubatori I3I3I, H-Farm e Premio M&M&M. I progetti, i sogni, le difficoltà, le esperienze e la passione con le aziende partner.

**La lezione**  
Un'altra lezione di questi anni è che, a dispetto di diffusi stereotipi, l'innovazione non è un processo standardizzato che si dispiega con eguali effetti (economici e sociali) indipendentemente dal contesto. Al contrario, è solo in un contesto specifico che si può giudicare il valore di un'innovazione. Parlare di innovazione significa parlare di valori, di ciò che riteniamo giusto e sbagliato



Peso: 94%

20  
NETO ANNI



### L'autore

Massimiano Bucchi, docente a Trento, collabora con il Corriere della Sera, il Corriere del Veneto e Corriere Imprese Nordest, dove cura la rubrica «Io & Tech». Sul tema ha pubblicato Per un pugno di idee. Storie di innovazioni che hanno cambiato la nostra vita (Bompiani, 5 edizioni)

di **Massimiano Bucchi**



#### **Virtuale è reale**

Tra le moltissime innovazioni tecnologiche apparse negli ultimi decenni, i visori per la realtà virtuale e quindi per la realtà aumentata hanno trovato applicazione sempre più vasta



Peso:94%