

Torino, 26 gennaio 2014

© copyright 2014 di Maurizio Merlo

## **PRESENTAZIONE PROGETTO "TERRITORI E INNOVAZIONE",**

1

**Target** : dedicato al mondo delle MPMI, al rapporto imprese/territorio, all'associazionismo diffuso, al mondo della cultura e agli enti locali competenti.

**Temi** : Network del sapere, dei linguaggi e delle imprese / Territorial marketing / Lobbying pubblico e privato / Brand innovation.

**Proponente e coordinatore del progetto** : Maurizio Merlo - [www.mauriziomerlo.net](http://www.mauriziomerlo.net) - [maurizio.merlo53@gmail.com](mailto:maurizio.merlo53@gmail.com) - 335 5795469.

La crisi economica mette a nudo la fragilità delle MPMI italiane nel loro rapporto con i mercati e i territori d'insediamento. La crisi di rappresentanza della politica e dell'associazionismo intermedio impone l'emergenza di un intervento progettuale sui singoli territori, in particolare su quelli più colpiti dalla crisi, dalla depressione e dall'assenza di strategie per la crescita.

Sul piano dell'intervento pubblico le Regioni hanno in materia specifiche competenze nonché specifiche responsabilità politico-amministrative e di governo. Esse possono/devono impegnarsi, dunque, in politiche specifiche tese allo sviluppo dei territori e al miglioramento dei servizi e delle infrastrutture.

In quest'ambito di ricerca e approfondimento, il presente progetto, pur enucleato in ambito privatistico, libero-professionale, imprenditoriale, trova non pochi addentellati pubblicistici.

Esso è in fase di declinazione in diverse aree territoriali, in Italia, prendendo spunto dal rapporto con nuclei informali d'impres e/o con amministratori pubblici locali sensibili ai temi.

**Gli obiettivi** che si perseguono sono i seguenti :

1. estensione e organizzazione dei networks all'interno di uno specifico ambito territoriale : del linguaggio e del sapere, delle imprese e delle professioni, della ricerca scientifica;
2. eventuale coinvolgimento di realtà pubbliche, a partire dai Comuni;

3. costituzione di un Comitato promotore all'interno del quale : costruire una soggettività territoriale protesa al cambiamento; realizzare una sede riconosciuta territorialmente di discussione e di iniziative; risolvere i problemi di autofinanziamento;
4. realizzazione di uno studio di marketing territoriale teso alla focalizzazione dei punti di forza e di debolezza del territorio, di rielaborazione della "vocazione territoriale", anche alla luce delle trasformazioni globali, e di "opportunità" di investimenti e/o di progetti d'internazionalizzazione;
5. perfezionamento di eventuali azioni di lobbying pubblico e privato con forte impatto territoriale; aprire tavoli di discussione con gli enti territoriali e le Regioni competenti; esaminare e proporre soluzioni infrastrutturali, di servizio, normative e finanziarie;
6. a sostegno degli investimenti : ricerca investitori su mercati esteri; partecipazione e/o promozione bandi europei e regionali per ricerca opportunità contributive e di finanziamento;
7. creazione di reti d'impresa attorno a progetti innovativi e brand innovation;
8. identificazione delle più opportune politiche di comunicazione;
9. realizzazione di progetti di formazione finanziata;
10. valutazione di semplificazione e razionalizzazione nella gestione dei servizi comuni, ad es. costruendo un Consorzio dei servizi utile al perseguimento di questi obiettivi, favorendo economie di scala a favore del territorio; riflessione sull'adeguatezza di strategie e risorse degli attuali Consorzi in essere;
11. elaborazione di un progetto giovani che aggredisca sul territorio i nodi del rapporto scuola/mercato del lavoro e che sviluppi alcuni profili di formazione professionale dedicati ai giovani;
12. studio di eventuali altri progetti aggregativi e propulsivi.

Il **modello del progetto** "Territori e innovazione" è per sua natura estremamente flessibile, sia riguardo alla partogenesi che è interpretata e declinata in modo originale nel singolo territorio, sia allo spartito dei tempi di realizzazione e crescita, non predefinibile, sia alla identificazione dei protagonisti privati e pubblici.

La flessibilità del progetto è interpretata e coordinata da un professionista *process facilitator* portatore di esperienza e dimestichezza con le complessità delle varie fasi di processo e con la delicatezza dei meccanismi motivazionali e aggregativi. Il primo obiettivo virtuoso per la realizzazione di un progetto "Territori e innovazione" è quello di creare tra i protagonisti una tensione al cambiamento, in particolare di passaggio strategico da una cultura individuale a una cultura plurale e solidaristica.

La gestione del progetto avrà alcuni effetti significativi : il rilancio economico, civile e culturale del territorio; una nuova capacità di rappresentanza degli interessi del territorio rispetto ai poteri pubblici; l'aprirsi di nuove opportunità professionali/imprenditoriali. La stessa gestione del

progetto richiede, prima ancora che gli effetti esterni di sviluppo si producano, l'utilizzo di *expertises* decisive (comunicatori, manager di reti, esperti di marketing territoriale, project manager, giuristi, ecc.).

Il presente progetto è proposto al mondo manageriale, all'associazionismo dei settori interessati. Penso alle associazioni con cui ho rapporti più stretti o più naturali (Obiettivo50, Assoretipmi, Il Chiostro, Federmanager) ma anche ad altre.

La squadra che gestisce il progetto è formata inizialmente da un coordinatore process facilitator e da tre professionisti : un comunicatore innovativo e esperto in brand innovation, un esperto di marketing territoriale, un giurista esperto in tutela della proprietà intellettuale e in forme aggregative d'impresе (Comitati, Società, Consorzi, Associazioni, Joint venture, Reti d'impresе). Sarà mia cura segnalare i professionisti idonei, ottenuta l'adesione al progetto. In una seconda fase la platea dei professionisti/imprenditori impegnati allo sviluppo del progetto si allargherà fisiologicamente ai vari settori di iniziativa.

Grazie per l'attenzione e a presto, **Maurizio Merlo**.