



Cluster Tecnologico Nazionale
Made in Italy

Camera dei Deputati
XIX Legislatura
X Commissione
(Attività produttive, commercio e turismo)

Documento di osservazioni e proposte
nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul "Made in Italy: valorizzazione e sviluppo
dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi"

Febbraio 2023

Indice

Il Cluster Tecnologico Nazionale Made in Italy	3
Linee strategiche per la resilienza, sostenibilità e competitività del sistema Made in Italy	3
Innovazione aperta e digitale: filiere connesse e collaborative	4
Sostenibilità sistemica delle filiere del made in Italy	5
Internazionalizzazione dei prodotti e luoghi del made in Italy	5
Prodotti “tracciati” made in Italy	6
Sinergia tra imprese italiane e Pubblica Amministrazione	6
Formazione connessa e lavoro	6
Istituzione di un fondo Made in Italy	7

Il Cluster Tecnologico Nazionale Made in Italy

Il Cluster Tecnologico Nazionale “Made in Italy” è una associazione riconosciuta dal MUR (Ministero dell’Università e della Ricerca) che opera a livello nazionale per favorire un eco-sistema di trasferimento tecnologico e innovazione capace di generare crescita economica, integrata e sostenibile, per le aziende del Made in Italy.

Fanno parte del cluster circa 70 soci, composti da primari soggetti impegnati nella ricerca, nel trasferimento tecnologico e nello sviluppo di imprese e mercati. Il cluster è stato fondato da alcuni primari poli Universitari e di ricerca, associazioni datoriali, attori di sviluppo territoriale e imprese. Fanno riferimento al cluster MinIT per le attività di disseminazione e per il networking alcune migliaia di soggetti interessati al made in Italy.

Il cluster svolge interventi a favore del made in Italy che si concretizzano in: 1) indagini, mappature ed elaborazioni di roadmap; 2) azioni di disseminazione (workshop ed attività convegnistica); 3) tavoli di lavoro su tematiche prioritarie per le filiere; 4) promozione di progettualità strategiche (favorisce la conoscenza e l’attuazione di progetti finanziati); 5) interfaccia con i policy maker per stimoli sulle policy.

In relazione a questo, il Cluster e il Comitato Scientifico e della formazione ha elaborato e aggiornato di recente un Piano strategico pluriennale 2020-23 che indirizza le attività scientifiche e di ricerca, nonché le ricadute di operativa, attorno a 4 traiettorie di sviluppo identitarie e qualificanti (Capacità creativa; Processi; Materiali; Immateriali) declinate in una Road Map, caratterizzata da azioni di Report, Survey, Case histories, cui seguiranno azioni pilota condotte con imprese.

L’Osservatorio costruito dalla Road Map, che conosce, analizza e interviene nella realtà concrete delle imprese made in Italy, configura una situazione nazionale unica, in grado di fornire strumenti strategici a livello di Sistema Paese. Un importante centro di studi alimentato dal rapporto università e imprese, che si apre alla ricerca e sperimentazione di strumenti tecnologico-digitali, basati su A.I. e Big Data, per la produzione e elaborazione di forme avanzate di conoscenza e possibilità di formazione continua. In questa direzione il network del Cluster ha alimentato e si è collegato al primo dottorato nazionale dedicato al Design per il Made in Italy, presso l’Università Vanvitelli di Napoli.

Linee strategiche per la resilienza, sostenibilità e competitività del sistema Made in Italy

La resilienza del comparto del Made in Italy, settore così strategico per il Sistema Paese, va supportata attraverso strategie capaci di coniugare tecnologie, innovazione avanzata (sia finanziaria che tecnologica) e *humanities* (valori e innovazioni sociali e culturali).

Questi ultimi caratterizzano in modo pregnante il Made in Italy, che veicola nel mondo la complessa identità italiana condensata nell’alta qualità delle sue produzioni.

La sostenibilità ambientale dei prodotti e dei processi è un fattore ormai ineludibile degli scenari industriali contemporanei. Un dato poco noto ai più è che l’Italia presenta dati eccellenti da questo punto di vista: è il paese europeo con la più alta percentuale di rifiuti riciclati (79% sul totale), è

primo tra i big europei nel settore delle energie rinnovabili sul totale del consumo energetico (18,3%); il settore dell'arredamento italiano da anni è all'avanguardia per l'alto contenuto di materiali riciclati nei propri prodotti; oltre il 95% dei rifiuti derivanti dalla lavorazione del legno diviene materia prima per la produzione dei semilavorati (Fonte: Ufficio Studi Federlegno Arredo su dati UN COMTRADE); nel 2018 l'Italia è tra i primi Paesi al mondo per il numero di coltivazioni biologiche con 70.000 produttori agricoli biologici (Fonte: Symbola, Elaborazione Coldiretti su dati Sinab/Eurostat/FIBL-IFOAM); la nostra agricoltura è tra le più sostenibili, con appena il 7,2% di tutte le emissioni nazionali (Fonte: Symbola, Elaborazione Coldiretti su dati Eurostat 2017).

Per quanto riguarda i dati sull'agroalimentare e il settore enogastronomico i prodotti Made in Italy sono leader al mondo per qualità e sicurezza, con la minore quantità di residui chimici oltre i limiti di legge (Fonte: Symbola, Bonifiche Ferraresi, Coldiretti su dati EFSA 2019). All'interno del comparto della moda italiana, sempre più imprese sono sensibilizzate in tal senso, anche attraverso gli studi e le azioni da parte delle associazioni di categoria (Cfr. "Manifesto sulla Sostenibilità", Camera Nazionale della Moda Italiana; "Viaggio verso la sostenibilità della filiera", Sistema Moda Italia). Tali risultati sono espressione soprattutto delle piccole e medie imprese italiane, che trasformano la loro apparente fragilità di sistema in flessibilità al cambiamento.

Anche nel settore delle tecnologie avanzate accade lo stesso fenomeno: il 18,6% delle imprese che si muovono in ambiente 4.0 sono piccole aziende, dimostrando che non sempre la componente dimensionale è la causa della mancata adozione di nuove tecnologie, quanto piuttosto l'assenza di strategie e visioni aziendali (Fonte: da un'indagine di Marco Bettiol ed Eleonora di Maria, Fabbrica Futuro, 2019). Un dato importante è la crescita delle installazioni di robot in Italia, che tra il 2017 e il 2018, ha segnato +27,3%, più che negli altri Paesi europei: negli ultimi tre anni i robot in azienda sono aumentati del +48% nell'industria alimentare, +27% nella moda; +21% nel legno-arredo, +23% nella metalmeccanica (Fonte: Symbola, IFR, World Robotics, 2019).

Questi dati dimostrano che, allo scopo di delineare soluzioni e linee strategiche per la competitività del settore, fondamentale è *la visione generale e sistemica in cui queste sono inserite, soprattutto rispetto alle tante opportunità che in questo momento sono già presenti a livello europeo e italiano (PNRR, PNR 2021-27). Ciò che appare necessario è la convergenza di tutte le proposte e le azioni, così come una stretta connessione tra ricerca, imprese e formazione avanzata e continua.*

Alla luce di queste brevi note si ritiene indispensabile l'attuazione di una regia del Made in Italy per mettere in campo una dimensione realmente sistemica di tutte le iniziative volte a valorizzare e rafforzare l'intero complesso creativo, produttivo, economico e sociale.

Tale regia, volta alla realizzazione di un vero e proprio **Laboratorio Italia**, dovrebbe essere volta ai seguenti obiettivi/azioni:

Innovazione aperta e digitale: filiere connesse e collaborative

Gli obiettivi sono: la promozione della diffusione della conoscenza, della scienza aperta e della collaborazione sistemica tra ricerca e impresa attuando la transizione dell'industria verso modelli collaborativi, anche attraverso il digitale; lo sviluppo di approcci incentrati sulle competenze diffuse promuovendo il trasferimento tecnologico, l'inclusività, responsabilizzando i giovani, riducendo le disuguaglianze economiche e territoriali, di genere e di capitale culturale.

Il Cluster Tecnologico Nazionale “Made in Italy” sta concependo, in relazione agli obiettivi e attività del Piano Pluriennale, un modello per agevolare il trasferimento delle competenze, consentire l'accesso alle tecnologie e ai beni strumentali.

Azioni

- *Promozione, anche in via sperimentale, di una prima **piattaforma collaborativa**, connessa ed intelligente, un cyber-physical system, dedicato alla produzione made in Italy avanzata.*

Sostenibilità sistemica delle filiere del made in Italy

Allo scopo di sostenere le piccole e medie imprese nel cammino verso la produzione sostenibile già in larga parte intrapresa, è necessaria una politica di accompagnamento continua e strutturale alle imprese.

Per questo è necessario stimolare culturalmente, anche nelle ricadute socio-tecniche ed economiche, il passaggio da Made in Italy 1.0 (centrato su bello e ben fatto) a Made in Italy 2.0 (centrato su bello, ben fatto e sostenibile).

Azioni

- *Promozione e accompagnamento delle imprese, attraverso un **marchio italiano** – sviluppato in relazione ad una dimensione identitaria-storico-culturale e a una declinazione collegata ai nuovi sistemi tecnologici-digitali - **che certifichi la sostenibilità** durante tutto il ciclo di vita delle produzioni made in Italy e attraverso opportune misure economiche e fiscali, in un percorso capace di rafforzare ed implementare, progressivamente, i risultati già raggiunti a livello europeo ed internazionale.*

Internazionalizzazione dei prodotti e luoghi del made in Italy

Tale aspetto va inquadrato all'interno dei mutamenti determinati dallo scenario economico e sociale, nell'ambito anche delle nuove strategie di vendita e consumo. Come i dati confermano, la stabilità della domanda e la competitività in momenti di grande variabilità ed incertezza, viene rafforzata da nuovi sistemi di vendita, supportati anche dalla continua analisi e dall'aggiornamento dei dati legati agli stili di vita, a nuove modalità di commercio, a mega e micro-trends.

Inoltre le politiche di internazionalizzazione devono rivolgere lo sguardo anche alla valorizzazione dei luoghi italiani che storicamente hanno comunicato la produzione italiana nel mondo, come ad esempio Milano e Firenze per il design e la moda, Genova per il settore nautico, ecc.

Azioni

- *Creazione di una piattaforma digitale avanzata e intelligente attiva a livello internazionale per la comunicazione ed il commercio, nel rispetto delle differenti esigenze di mercato, centrale nell'attuale fase di mutamento dei modelli distributivi e di vendita.*

- *Valorizzazione in chiave strategica con opportune politiche economiche dei luoghi italiani tradizionalmente deputati alla comunicazione e valorizzazione delle produzioni italiane*

- *Rafforzamento di reti di collaborazione e cooperazione anche a livello internazionale, anche ripensando e sostenendosi sulle realtà istituzionali esistenti*

Prodotti “tracciati” made in Italy

Come sottolineato da più parti, l'acquisizione dei marchi italiani da parte di investitori stranieri può essere una conferma del valore sul mercato di questi ultimi e della reputazione del nostro Paese, ma recenti importanti sviluppi che hanno portato a filiere produttive in sostanza estranee al nostro Paese, con progetti svuotati dal valore identitario del brand, rischiano di indebolire la nostra economia.

In questa direzione si rileva perciò l'esigenza di policy per incentivare e accrescere modelli di tracciabilità che, fra l'altro, favoriscano pratiche di reshoring o la riproposizione in chiave identitaria e strategica di una dimensione locale in grado di affrontare in modo differente l'attuale fase di crisi e transizione del modello globalizzato.

Azioni

- Considerare i brand italiani di rilievo come patrimoni e risorse da accompagnare con una normativa adeguata, che non limiti i diritti proprietari, ma ponga alcuni vincoli soprattutto rispetto alla tracciabilità italiana del prodotto.

Sinergia tra imprese italiane e Pubblica Amministrazione

Promuovere e sostenere le industrie creative e culturali quale settore strategico del Paese è un'azione sottolineata sia a livello europeo che nazionale (PNRR, PNR 2021-27). Il design italiano nel mondo rappresenta un'eccellenza culturale e produttiva; sostenerlo negli acquisti della Pubblica Amministrazione per l'allestimento di spazi di prestigio equivale a valorizzare anche le nostre città e gli spazi pubblici.

Azioni

- Sostenere i prodotti italiani di eccellenza e storicizzati negli acquisti delle PA.

Formazione connessa e lavoro

Allo scopo di sostenere competenze innovative in relazione alle trasformazioni sociali, ambientali ed economiche, è necessario promuovere una formazione continua, a più livelli, che possa contribuire all'innovazione strategica nel cuore delle imprese del Made in Italy. Il Cluster Tecnologico Nazionale “Made in Italy”, insieme a 15 università italiane, ha costituito il Dottorato di interesse nazionale "Design per il Made in Italy. Sostenibilità, Innovazione e Inclusività" allo scopo di formare figure di *research manager* in connessione con le imprese italiane e di favorire il trasferimento tecnologico e di competenze al tessuto delle PMI del settore.

Collegato a questo aspetto, in relazione alla necessità di sostenere diversi livelli della formazione, vanno ripensate e sostenute forme di collaborazione fra Università e ITS e la possibilità di stimolare una piattaforma di connessione domanda-offerta di competenze formate.

Azioni

- *Sostenere le iniziative di formazione innovative a livello nazionale ed interdisciplinare nel settore del Made in Italy.*
- *Sostenere progetti di connessione (anche in forma sperimentale) tra offerta formativa e domanda formativa per i settori del Made in Italy.*

Istituzione di un fondo Made in Italy

In sostegno all'innovazione delle filiere produttive del Made in Italy, allo scopo di attuare le azioni volte al rafforzamento di un quello che abbiamo definito un "Laboratorio Italia", ed anche per garantire un adeguato trasferimento delle attività di ricerca verso le imprese del settore (tradizionalmente PMI) è necessaria l'istituzione di un fondo dedicato all'attuazione di strategie d'innovazione continuative nel tempo.

In questo senso si rileva l'utilità di un fondo a favore del tech e knowledge transfer per il made in Italy.

Azioni

- *Istituzione immediata di un fondo per azioni strategiche e sistemiche rivolte all'innovazione del Made in Italy.*