

LA STRATEGIA DI RICERCA E INNOVAZIONE PER LA SPECIALIZZAZIONE INTELLIGENTE DELLA REGIONE UMBRIA

RESOCONTO SEMINARIO ON LINE RIS3 UMBRIA

AREA DI SPECIALIZZAZIONE

“MADE IN ITALY, DESIGN & CREATIVITA”

27 luglio 2020

PARTECIPANTI	ENTE/IMPRESA
1. Claudio Tiriduzzi	Regione Umbria
2. Paolo Belardi	Università degli Studi di Perugia
3. Valeria Menchetelli	Università degli Studi di Perugia
4. Giovanni Gentili	Regione Umbria
5. Paolo Desinano	INCIPIIT CONSULTING
6. Gianluca Reali	Università degli Studi di Perugia
7. Luigi Torre	Università degli Studi di Perugia
8. Francesco Galli	Università degli Studi di Perugia
9. Paola Sorbi	CNA Umbria
10. Federico Tagliolini	FIAVET Umbria, Agenzie di Viaggi
11. Rolando Fioriti	CONFCOMMERCIO
12. Roberta Datteri	Azienda Mezzaluna
13. Stefano Martucci	Federalberghi
14. Roberto Palazzetti	Assintel Umbria
15. Aldo Pascucci	TeamDEV srl
16. Silvia Piccioni	NET vALUE
17. Enrico Cenci	
18. CUI KEREN	
19. Giovanni Rubeca	
20. JangDan	
21. Wang Yu	
22. Pier francesco	
23. WENG YATING	
24. Noemi Bellini Baldella	
25. Qingrao Liu	

26. Enrico Valentini	
27. Valeria Galli	
28. DAIYLING	
29. Francesco Pellicoro	
30. MA HAOYU	
31. Luciano Riccini	
32. DAN NIE	
33. Marina Piergentili	
34. Valeria Gattavilla	
35. Meli.zhou	
36. Ettore Mencaroni	
37. Giovanni Trombetta	
38. Luca Angelini	Confindustria
39. Guo Chen	
40. Elisabetta Furlin	
41. LU LI	
42. Francesco Vestrelli	CNA UMBRIA
43. Manuela Crescini	Assistenza Tecnica POR FESR Umbria
44. Ilaria Trovati	Assistenza Tecnica POR FESR Umbria

Claudio Tiriduzzi, Regione Umbria, introduce i lavori del seminario e spiega ai presenti le modalità con cui si svolgerà l'incontro. Specifica che questo è il sesto seminario RIS3 che è stato organizzato dalla Regione Umbria nell'ambito del processo discoperta imprenditoriale in vista dell'elaborazione della futura RIS3. Questo seminario differisce dai precedenti finora organizzati in quanto è stato previsto di fare un focus sul tema del turismo. Il motivo alla base di questo approfondimento risiede nel fatto che è emersa da parte del partenariato economico e sociale una proposta di ampliare le aree di specializzazione previste dalla RIS3 introducendo una nuova area dedicata al turismo.

La prima parte del seminario è dedicata all'analisi, approfondimento e al dibattito con le imprese partecipanti relativamente all'area di specializzazione "Made in Italy, Design e creatività". L'analisi delle caratteristiche e delle traiettorie e linee di ricerca relative a quest'ambito è stata condotta dal Prof Belardi, Università degli Studi di Perugia, che ha introdotto l'analisi sviluppata poi dal Prof. Luigi Torre e dalla ricercatrice Valeria Menchetelli. Le presentazioni hanno riguardato le linee di ricerca: "Sviluppo ed impiego di materiali innovativi e performanti anche con l'ausilio delle nanotecnologie" "Tecnologie e servizi per la personalizzazione, valorizzazione, tracciabilità e anticontraffazione dei prodotti". La Dott.ssa Menchetelli ha approfondito alcuni aspetti relativi alla linea di ricerca "Tecnologie, soluzioni innovative, piattaforme e sistemi ICT per la conservazione, promozione, fruibilità, accessibilità e valorizzazione del patrimonio naturale, artistico.

Il prof. Belardi conclude con una riflessione sull'analisi condotta: l'offerta turistica umbra è molto cristallizzata sulle opere relative al medioevo e rinascimento, ma in Umbria abbiamo anche opere e architetture strepitose relative alla seconda metà dell'800 e del 900, sarebbe molto utile divulgare una guida sulle architetture contemporanee in Umbria.

Per quanto riguarda le linee di ricerca e innovazione il prof. Belardi conferma la validità delle traiettorie e linee di ricerca previste dalla Strategia. Propone di integrare la linea di ricerca "Tecnologie, soluzioni innovative, piattaforme e sistemi ICT per la conservazione, promozione, fruibilità, e valorizzazione del patrimonio naturale, artistico e culturale" introducendo e valorizzando il concetto dell'accessibilità e interattività del patrimonio. Nella tabella seguente l'integrazione è riportata in colore rosso.

AREE DI SPECIALIZZAZIONE	TRAIETTORIE TECNOLOGICHE	LINEE DI RICERCA E INNOVAZIONE
Made in Italy Design Creatività	Materiali, tecnologie e soluzioni innovative per progettazioni creative	Sviluppo e implementazione di metodologie per processi creativi includenti il disegno di piattaforme informatiche per i processi produttivi
		Design e tecnologie innovative di prodotto/processo per i settori del made in italy
		Sviluppo ed impiego di materiali innovativi e performanti anche con l'ausilio delle nanotecnologie
	Soluzioni e tecnologie per nuovi modelli di business	Tecnologie e servizi per la personalizzazione, valorizzazione, tracciabilità e anticontraffazione dei prodotti
		Digitalizzazione dei processi di vendita
	Tecnologie per la conservazione, valorizzazione e fruizione del patrimonio naturale, artistico e culturale	Tecnologie, soluzioni innovative, piattaforme e sistemi ICT per la conservazione, promozione, fruibilità, accessibilità e valorizzazione del patrimonio naturale, artistico e culturale

Al termine della presentazione interviene la **Dott.ssa Roberta Datteri**, Azienda Mezzaluna e rappresentante CNA: il legame tra arte- scienza -sostenibilità e social media marketing sta diventando un legame imprescindibile. Per valorizzare il patrimonio del Made in Italy le aziende artigiane umbre stanno creando prodotti complessi e stanno sviluppando percorsi che mettano in stretta connessione l'arte e la scienza per costruire un prodotto complesso. Questo processo si dimostra molto difficile per le piccole e microaziende artigiane. Bisogna dare opportunità alle PMI di accedere alla ricerca ricordandoci che alla base di un progetto di rilancio del Made in Italy/ Umbria c'è la valorizzazione del patrimonio artigianale. Relativamente al turismo ribadisce che è un aspetto che interessa le imprese artigiane che vivono di relazioni con il territorio e con il turismo del territorio. Dobbiamo però ripensare ad una valorizzazione del territorio in termini più "attuali": la cultura può essere ancora appetibile per i giovani, dipende dal linguaggio con cui si propone.

Prende la parola il **Prof. Reali**, Dipartimento di Ingegneria, dell'Università degli studi di Perugia, facendo notare che anche in questa area di specializzazione si fa riferimento estensivo alle tecnologie ICT sia per la creazione dei contenuti che per la fruizione dei contenuti, ciò testimonia che le tecnologie ICT sono diventate un fattore abilitante e trasversale per tutte le aree di interesse e di

specializzazione della RIS3. Occorre sfruttare questa situazione, sviluppare e sfruttare le stesse nuove tecnologie ICT per favorire i vari ambiti (salute, turismo, energia- smart energy, smart health). Questa modalità si rivelerà vincente e rivoluzionario. Diversamente non avrebbe senso replicare le stesse tecnologie sui vari ambiti.

Tiriduzzi accoglie l'osservazione del Prof. Reali specificando che l'applicazione di nuove tecnologie è trasversale per tutte le aree di specializzazione della RIS3. In ragione di ciò sarebbe utile, in vista della futura strategia RIS3, ricondurre le specificità di tutte le aree alle nuove tecnologie. Infine ricorda che lo scopo della RIS è di individuare non solo specifiche traiettorie e linee di ricerca ma anche quello di mettere nelle condizioni che tali traiettorie e linee di ricerca possano creare nuove attività e dunque essere fonte di business.

Il Prof. Belardi conclude specificando che le tecnologie sono al servizio dei contenuti. Il salto di qualità da fare è quello di ampliare il *parterre* sia dei prodotti che dei beni culturali. Per quanto riguarda la valorizzazione di beni culturali, le tecnologie, anche le più sofisticate, non valorizzano niente se non c'è una scoperta, se non c'è un pensiero, una storia dietro. In Umbria abbiamo l'intero *parterre* della storia dell'arte e dell'architettura. Dovremo lavorare per valorizzare questo patrimonio (seconda parte dell'ottocento e novecento) che non si conosce

Interviene rispondendo Claudio Tiriduzzi, se la valorizzazione viene affrontata dal punto di vista territoriale, ogni territorio può esprimere le proprie peculiarità e le fasi storiche e caratteristiche del territorio possono essere messe in evidenza. Con i fondi comunitari la regione finanzia interventi volti a valorizzazione specifici attrattori culturali; in questo senso ben vengano tutte quelle azioni che vogliono valorizzare le espressioni del territorio, relative anche alla valorizzazione di alcuni particolari aspetti sociali e storici di piccola entità che possono rappresentare un aspetto importante.

Il tema della valorizzazione dei beni culturali, storici e ambientali deve essere collegato con il settore turistico. Claudio Tiriduzzi introduce l'intervento del Prof. Desinano che riguarderà una proposta di un potenziamento del settore turistico all'interno della Strategia di specializzazione Intelligente della Regione Umbria.

Il Prof. **Paolo Desinano** introduce l'analisi delle caratteristiche delle componenti e del prodotto turistico specificando che *il turismo costituisce un asset decisivo per lo sviluppo socio-economico dell'Umbria nonostante, da lungo tempo risulti fondamentalmente incompreso e sottovalutato. Il turismo non è un settore economico ma è all'incrocio di più settori e, proprio in ciò risiede la sua elevatissima specificità. Spesso tale specificità contribuisce a renderlo difficilmente classificabile, al punto da risultare quasi invisibile, rispetto alle tradizionali rilevazioni economiche e, quindi, alle conseguenti analisi e valutazioni.* Il suo intervento mira a sostenere l'introduzione di un nuovo modello di business che, facendo leva sulle specificità del business turistico (irriducibili a quelle di altri business) ne consenta la compiuta espressione in termini di efficacia ed efficienza. L'aspetto fondamentale della relazione del prof. Desinano punta sul passaggio da un modello di turismo basato sulla destinazione ad un turismo basato sulla motivazione. Per trasformare il modello di business della destinazione dal focus territoriale a quello di prodotti, il Prof. Desinano propone dunque di fare riferimento alle traiettorie tecnologiche/linee di ricerca e innovazione indicate nella seguente tabella.

TRAIETTORIE TECNOLOGICHE	LINEE DI RICERCA E INNOVAZIONE
Soluzioni per nuovi modelli collaborativi di business	<ul style="list-style-type: none"> · Sviluppo e implementazione di metodologie a supporto delle interazioni collaborative di destinazione · Sviluppo e implementazione di soluzioni digitali collaborative

Soluzione tecnologiche di business management turistico	<ul style="list-style-type: none"> · Sviluppo e implementazione di metodologie a supporto dell'innovazione di prodotto/processo nelle imprese · Sviluppo e implementazione di soluzioni digitali per l'innovazione di prodotto/processo
Soluzione tecnologiche di destination governance	<ul style="list-style-type: none"> · Sviluppo e implementazione di metodologie a supporto di destination governance model innovativi · Sviluppo e implementazione di soluzioni digitali per la destination governance

La prima traiettoria tecnologica è parzialmente mutuata dall'area **Made in Italy Design Creatività** mentre circa le altre due, evidentemente simmetriche, se ne suggerisce l'introduzione.

Roberto palazzetti – Assintel Umbria-Confcommercio: Da ottobre l'Associazione e le imprese appartenenti stanno conducendo una sperimentazione per capire la capacità d'uso delle imprese legate al modo del turismo con la facilità di accedere al mondo dell'informazione. Diventa fondamentale dare un quadro di visione in tempo reale, lavorando sui dati con l'obiettivo di informare gli operatori turistici in tempo reale per cambiare strategie turistiche e adattarle alle esigenze delle persone. Stll turismo è un settore complesso, un ecosistema e dunque in quanto tale dovrebbe avere la possibilità di essere inserito in un a strategia di crescita come la RIS3.

Il **Prof.Galli**, in qualità di osservatore della Terza Missione dell'Ateneo perugino, sottolinea e fa notare anche a seguito di questa presentazione che le tecnologie ICT digitali sono tecnologie abilitanti e che rappresentano la sfida per il futuro . Questo dovrebbe essere il primo punto su cui sviluppare le future strategie regionali.

Federico Tagliolini, FIAVET Umbria, Agenzie di Viaggi la creazione di piattaforme di dati analitici e puntuali (open dati) è fondamentale per gli operatori turistici per creare un prodotto turistico adeguato. Ad oggi i dati disponibili sono frutto delle esperienze passate. Oggi abbiamo bisogno di profilazione delle aziende del territorio per creare percorsi e dare un passo diverso alle offerte turistiche.

Giovanni Trombetta, CONFCOMMERCIO presenta un progetto realizzato per la Regione Sicilia relativo ad una piattaforma per il turismo al servizio delle imprese del territorio e dei turisti della Sicilia, per valorizzare le destinazioni e il territorio, promuovendone l'offerta turistica.

Marina Gasparri, CNA Umbria: Accogliere l'elemento tecnologico e degli Open Data nel comparto del turismo è indispensabile ma non bisogna dimenticare l'attenzione al prodotto e ai contenuti. Il processo di transizione da un turismo della destinazione ad un turismo della motivazione richiede la capacità di fare squadra con tutti gli attori del territorio. Questo rappresenta una sfida per le istituzioni, le associazioni e le imprese del territorio. CNA ha l'obiettivo di ricostruire una filiera del territorio in cu accanto alla ricettività ci sia tutto il sistema delle eccellenze del Made in Italy del territorio e tutto il sistema dei servizi, a "servizio" del territorio e dei turisti.

Luciano Riccini, imprenditore, sottolinea l'esigenza di includere nella progettazione delle strategie turistiche, gli attori principali del territorio che sono a contatto con i turisti (esercenti, imprenditori...).

In conclusione, **Claudio Tiriduzzi** chiede ai partecipanti, ma soprattutto ai membri dello Steering Group, di valutare e riflettere se sia necessario accogliere la richiesta di spacchettare l'Area "Made in Italy, design e creatività" e individuare una nuova area di specializzazione dedicata al Turismo. Tiriduzzi sottolinea e ricorda che la RIS3 non deve essere pensata come una strategia settoriale perchè questo

non favorisce lo sviluppo di una strategia di ricerca e innovazione efficace e accettabile da parte anche della Commissione Europea.

Interviene **Manuela Crescini**, assistenza Tecnica del POR FESR, la quale ribadisce e conferma quanto sostenuto da Tiriduzzi, sottolineando quanto sia pericoloso dare visibilità ad un settore rispetto ad un altro. Le richieste della Commissione per la RIS3 sono di specializzare le risorse su nicchie, aree specifiche in cui la regione manifesta un valore aggiunto in termini di ricerca e innovazione. Specifica inoltre che le traiettorie individuate dal Prof. Desinano possono essere ricondotte ad alcune traiettorie e linee di ricerca già presenti nella RIS3 relativa all'area di specializzazione "Smart Secure and Inclusive Communities". Tuttavia, la comprensibile richiesta di dare visibilità al settore turistico, pesantemente colpito anche dalla crisi epidemiologica in corso, potrebbe essere recepita inserendo alcuni riferimenti al turismo nell'ambito delle linee di ricerca già previste. Questo è un aspetto su cui lo Steering Group della RIS3 è chiamato a riflettere e decidere.

Prende la parola **Federico Tagliolini, FIAVET** replicando che il turismo è un settore trasversale che rappresenta più del 17% del PIL regionale e per questo bisognerebbe avere una visione più grande del settore.

Stefano Martucci, Federalberghi, ritiene che sia necessario dare una considerazione notevole al settore turistico ed avalla l'ipotesi di inserire una area di specializzazione dedicata al Turismo.

Claudio Tiriduzzi interviene per ricordare agli astanti che occorre distinguere in questa sede gli aspetti di innovazione da quelli di sostegno al settore, che sebbene siano necessari e indispensabili, esulano dalla RIS3, in quanto l'obiettivo di questi seminari RIS3 è di capire quali potrebbero essere le strategie in termini di ricerca e innovazione per sostenere il sistema produttivo, e in questo momento, riprendersi dalla crisi.

A tal proposito, **Elisabetta Boncio, Sviluppo Umbria**, invita i membri dello Steering Group a rileggere le traiettorie e le linee di ricerca della RIS3 per riflettere e individuare, soprattutto da parte delle associazioni di categoria quali sono i progetti che le imprese che rappresentano hanno intenzione di sviluppare nell'arco di tre anni? I progetti si riflettono nelle traiettorie esistenti oppure ci sono traiettorie nuove da proporre?

Paola Sorbi, CNA, accoglie l'invito a rileggere le traiettorie tecnologiche e in qualità di membro dello Steering Group, si riserva di valutare e dare una risposta ufficiale allo Steering Group in merito alla richiesta di una nuova area di specializzazione.

Claudio Tiriduzzi ringrazia tutti i partecipanti e specifica che la decisione relativa alla proposta o meno di inserire un'area di specializzazione dedicata al Turismo verrà valutata all'interno dello Steering Group che rappresenta, secondo la governance della RIS3 dell'Umbria, l'organismo responsabile della elaborazione ed eventuale revisione e aggiornamento della Strategia.