

Università impegnata a sostenere e promuovere nuove imprese

Didattica e ricerca sono le due missioni storiche dell'Università. Gli atenei sono però chiamati anche a essere motori dello sviluppo territoriale attraverso il trasferimento tecnologico dei risultati della ricerca al mondo produttivo. Di ciò si occupa a Trieste l'Ufficio Ilo e Placement dove l'acronimo Ilo sta per "Industrial Liaison Office". Proprio per l'alto livello di competenza di questa branca «il nostro ateneo - afferma Giorgio Sulligoi, delegato del rettore per le Politiche territoriali e rapporti con le attività produttive - si inserisce tra i primi cinque in Italia». Prin-

cipali attività: deposito di brevetti e sviluppo di imprenditorialità innovativa, attraverso la creazione di spin-off. Un'attività che si realizza attraverso la consulenza, sostegno e promozione di nuove imprese, valorizzando e realizzando idee tecnologiche e non da ultimo che si prefigge di formare e diffondere la cultura imprenditoriale in senso più ampio. Per la parte brevettuale invece l'ufficio "Ilo" si occupa di fare anche formazione e promuovere il tema della conoscenza e della gestione della proprietà intellettuale. Un ufficio che opera in rete an-

che con Università di Udine, Sissa e parchi scientifici e che vuole crescere sempre di più.

Come?

«Coinvolgendo tutti i nostri 20 mila studenti» spiega Sulligoi. A capo dell'ufficio Ilo e Placement, c'è Giovanni Cristiano

Piani, che tipo di brevetti depositate soprattutto?

«I principali settori di brevetto riguardano scienze della vita, ingegneria in senso lato - dalla meccanica alla robotica - e chimica farmaceutica».

Ci sono tante aziende che comprano i vostri brevetti?



Cristiano Piani, del dipartimento di Scienze della vita

«Per le aziende acquisire tecnologie tramite brevetti universitari è sicuramente promettente in quanto l'ateneo non è un competitor diretto, ma soprattutto i nostri gruppi di ricerca sono molto trasversali. Per un brevetto in Ingegneria, per

esempio, l'ateneo può essere partner anche per ulteriori step tecnologici. Non molte aziende però sono in grado di fare tutti questi passaggi».

Perché?

«Diverse aziende non hanno questo tipo di cultura basata

Ma anche motore dello sviluppo e trasferimento tecnologico dei risultati della ricerca al mondo produttivo

sulla protezione della proprietà industriale. E poi un po' c'è la "sindrome NIH", cioè "not invented here", per cui se il brevetto non nasce all'interno dell'azienda, si pensa non sia buono nel momento in cui la tendenza storica è quella di fare ricerca e sviluppo interna. Il nostro obiettivo è quello di coinvolgere il più possibile le aziende in una nuova chiave, la "open innovation"».

Benedetta Moro