

POLEMICHE Il grande storico dell'innovazione su brevetti e legge Bayh-Dole

Università-azienda?

«Un grave errore»

Paul David: «Europei, state copiando male la formula americana»

Attenzione a non interpretare e copiare male un modello americano che non esiste, così come se l'immaginarono molti europei. L'università — azienda che promuove l'innovazione brevettando le scoperte dei suoi ricercatori e avviandone lo sfruttamento commerciale — non è il segreto del successo e della produttività del sistema economico Usa. Ed è comunque sbagliato che i frutti della ricerca universitaria finanziata da fondi pubblici diventino proprietà intellettuale degli istituti accademici: devono invece essere liberamente disponibili, patrimonio di tutti. L'avvertimento, forte e chiaro, l'ha lanciato uno dei massimi esperti di storia dell'innovazione, l'americano Paul David, docente di Economia all'università di Stanford, in California e di Storia economica all'università di Oxford, Inghilterra, intervenendo la settimana scorsa al quinto convegno internazionale sulla «Tripla elica» organizzato a Torino dalla Fondazione Rosselli.

La «Tripla elica» è un modello di interazione fra ricerca universitaria, intervento pubblico e imprenditoria privata, finalizzato a promuovere l'innovazione tecnologica. «Si pensa che questo modello spieghi la crescita economica americana e che anche l'Europa debba cambiare in questa direzione — osserva David —. Sono d'accordo fino a un certo punto. Credo che in Europa ci sia troppo entusiasmo nel voler trasformare le università in aziende e renderle più attive nello sfruttamento commerciale della ricerca con le garanzie dei diritti della pro-

prietà intellettuale, la vendita di licenze, la fornitura di consulenza alle imprese, la promozione di

start-up o spin-off in cui la stessa università è azionista». È un grave errore, secondo David, perché si basa sulla non comprensione dei veri motivi del successo made in Usa e perché nel lungo termine danneggia la ricerca scientifica. «Le università hanno due missioni sociali di base — ricorda David —. La prima è educativa: conservare e trasmettere la conoscenza, e richiede che le università siano realtà aperte, non legate alla logica del profitto. La seconda è la missione della ricerca, che è eccellente se resta legata all'insegnamento, soprattutto nelle scienze e nell'ingegneria. Ma l'idea dell'università-azienda, dove la ricerca è finalizzata al profitto, è in conflitto con gli scopi di lun-

go termine delle istituzioni accademiche».

Negli Stati Uniti risale al 1980 la legge Bayh-Dole che ha permesso alla università di ottenere brevetti con i risultati della ricerca finanziata dall'amministrazione pubblica. «Le università americane però avevano già molti contatti con il mondo del business, per esempio attraverso i programmi di ricerca sponsorizzati da aziende, che permettono lo scambio di conoscenze fra le due realtà — ricorda David —. Di fatto quella legge non si è rivelata così importante per l'innovazione e l'economia Usa, anzi, ha avuto meno successo di quello che si pensi in Europa. Centinaia di università hanno ottenuto brevetti, ma pochi di questi sono stati così importanti da generare un fatturato consistente. Il problema è che gran parte del-

le università non ha molta esperienza nel valutare le potenzialità commerciali di una scoperta, né le economie di scala necessarie».

Certo, ci sono alcuni casi di grande successo e uno è Stanford, a due passi dalla Silicon Valley. Ma anche

questa storia va letta con cautela. Il fatto che Stanford sia azionista di due fra le Internet-company più famose e profittevoli, Yahoo! e Google, non dipende dall'applicazione della legge Bayh-Dole. «I fondatori di Yahoo! e Google hanno studiato a Stanford ed è lì che hanno sviluppato le proprie idee — precisa David —. Cercando di far partire il proprio business, hanno chiesto un aiuto all'università, che non ha investito direttamente nelle loro imprese, ma li ha messi in contatto con *venture capitalist*. Create le società, i fondatori hanno regalato un pacchetto di azioni per gratitudine all'*alma mater*, che aveva fornito l'ambiente adatto e l'incoraggiamento a sviluppare le loro intuizioni».

Proprio questo esempio mostra, secondo David, come l'interazione negli Usa fra università, business e settore pubblico sia molto più complessa e sottile di quello che si vorrebbe fare in Europa per direttiva. «Negli Usa l'interazione è innanzitutto sociale — spiega il docente di Stanford —. Le università sono più aperte verso le comunità in cui operano e le aziende sono più generose, spinte dai benefici fiscali a regalare soldi per la ricerca. Le università poi invitano le aziende-sponsor a partecipare a seminari, dove possono incontrare promettenti giovani ricercatori e reclutarli per i loro laboratori. Sono insomma rapporti che nascono dal basso, anche perché molte università sono statali, e gli stati incentivano fiscalmente i programmi che possono far bene all'economia locale».

L'Europa ha già dei buoni modelli da perseguire, sottolinea David: alcune istituzioni, per esempio in Germania e Belgio, sono un ponte fra ricerca accademica e laboratori aziendali, perché permettono ai ricercatori di lavorare insieme per un periodo, imparare gli uni dagli altri e poi ritornare arricchiti alle proprie sedi. «È la strada giusta», conclude David.

Maria Teresa Cometto