

RICERCA APPLICATA, IMPRESA, BUSINESS E MANAGEMENT NEL MASTER DELL'ISIDA

# Il biotech ora parla siciliano

L'obiettivo è quello di fornire competenze specifiche a giovani laureati in discipline scientifiche e mediche. I ricercatori si occuperanno dell'applicazione di nuovi marker

DI CLAUDIO CIRÀ

La Sicilia punta sul settore delle biotecnologie attraverso la formazione di 13 giovani laureati in discipline scientifiche e mediche che matureranno competenze specifiche nel campo della biologia applicata e delle biotecnologie, ma anche nell'ambito del management aziendale, del business, dello sviluppo industriale e del mercato. Si formeranno delle nuove figure professionali richieste dalle biotech company nazionali attraverso il master di II livello in biotecnologie: ricerca applicata, management ed impresa organizzato dall'Isida, l'Istituto superiore per imprenditori e dirigenti d'azienda, presieduto da Gianni Puglisi, dal-

Gianni Puglisi

l'Iom, l'Istituto oncologico del Mediterraneo e dall'università degli studi di Palermo. Il master biennale, presentato ieri allo Steri, riguarda un settore imprenditoriale remunerativo: il biotech nazionale è cresciuto infatti del 18% nell'ultimo anno e conta 163 imprese, di cui il 69% nell'area della salute.

In Sicilia però il settore stenta a decollare, con nove aziende concentrate soltanto nell'area del catanese. «Non sono molte le imprese biotecnologiche in Sicilia», ha ammesso Giacomo De Leo, coordinatore del master e responsabile del dipartimento di biopatologia dell'ateneo del capoluogo. «I ricercatori che lavoreranno nei laboratori», ha aggiunto De Leo, «acquisiranno competenze tecnologiche e manageriali che faciliteranno il trasferimento dei risultati al-

le imprese. La ricerca italiana è priva di queste professionalità che sono richieste dal mercato. I ricercatori diventeranno così ma-

## La formazione sarà articolata tra lezioni d'aula e laboratori

«Questi giovani laureati», ha spiegato il direttore dell'Isida, Salvatore La Rosa, «acquisiranno processi di valutazione non solo di tipo tecnico, ma anche nell'ambito della commercializzazione. Inoltre verificheranno sul campo qual è il mercato potenziale in Sicilia perché l'obiettivo è creare in loco le opportunità di fare impresa». «Il master risponde a diverse esigenze: trasferimento tecnologico, ricerca e formazione, incubatore d'impresa», ha affermato il presidente dell'Isida, Puglisi. Che, in merito alla ricerca, ha aggiunto: «Oggi l'investimento in ricerca e sviluppo non è proporzionale alla spesa sanitaria». L'obiettivo del master è quello di creare un

sistema in cui il ricercatore non operi isolato ma finalizzi i risultati della sua attività alle esigenze di imprese già presenti sul mercato, oppure alla

creazione ex novo di aziende. Ai ricercatori sarà fornito il know-how per elaborare un piano finanziario, gestire una trattativa o definire strategie di marketing. La formazione sarà articolata tra lezioni d'aula in cui si studieranno materie di economia aziendale e la pratica in tre laboratori, due a Palermo e uno a Catania. Il modello del master, che prende spunto dai format dei corsi anglosassoni, è funzionale a una ricerca finalizzata a settori ben precisi. I ricercatori si occuperanno della ricerca e applicazione di nuovi marker, indicatori da utilizzare nel campo della microbiologia, infettivologia, patologia clinica e oncologica, dello sviluppo di tecniche e procedure basate sul sistema di coltura e ibridazione cellulare. (riproduzione riservata)

## Le imprese guardano all'estero con 41 buyer

Prenderà il via il prossimo 7 febbraio il workshop per l'internazionalizzazione delle imprese siciliane. I settori di promozione, di scambi commerciali e di test di qualità andranno, quest'anno, dall'agroalimentare alla pesca, all'artigianato ai marmi e prodotti lapidei e al turismo. La manifestazione, organizzato dall'Isas e dal consorzio Med Europe Export di Confindustria, vede fra gli sponsor istituzionali il Banco di Sicilia. «Per consentire alle 200 aziende dell'Isola iscritte di avere contatti commerciali», si legge in una nota di Confindustria, «le riunioni sono state suddivise in due luoghi: a Catania dal 7 all'8 e dal 9 al 10 a Palermo». In aumento anche il numero dei buyers, che saranno 41. Gli operatori provengono da Australia (3), Repubblica Slovacca (2), Polonia (2), Malta (2), Algeria (1), Cina (1), Russia (1), Canada (1), Germania (1), Belgio (1), Francia (2), Inghilterra (1), Irlanda (1), Spagna (2) e Usa (20).

## CARTA BIANCA

# Passione, progettualità e immagine: ecco la forza del made in Sicily

Questa rubrica intende offrire spunti di dibattito ed è aperta al contributo di quanti credono nello sviluppo della Sicilia e nella modernizzazione dei sistemi imprenditoriali e finanziari.

DI RICCARDO PATERNI\*

Da anni mi dedico ad aiutare aziende nel compito di identificare, gestire e sviluppare un capitale che è sempre più fondamentale: quello umano. Talento, professionalità, creatività e anche un costruttivo «spirito di arrangiamen-



Riccardo Paterni

to» fanno la differenza nella vita di aziende piccole, medie e grandi inserite nel dinamico contesto globale. Per alimentare creatività e praticità nel mio lavoro, apprezzo moltissimo l'opportunità di viaggiare e confrontarmi (soprattutto ascoltando e osservando) con i protagonisti (imprenditori, operai, manager, impiegati) di varie realtà aziendali. Sono agevolato in questo dal fatto che per buona parte dell'anno vivo e lavoro negli Stati Uniti con frequenti viaggi di lavoro in Europa. La mia formazione professionale è di stampo nordamericano: un pragmatismo deciso, basato su fatti e osservazioni più che su luoghi comuni o parole sterili polemiche.

anche negli Stati Uniti), per anni avevo catalogato la Sicilia in un contesto economico e produttivo relativamente spento e amorfo. E questo soprattutto perché non mi ero mai degnato di approfondire di persona, preferendo pigramente affidarmi a sporadiche letture e a serie televisive e film che tristemente dipingono l'Isola con colori scuri e dalla monotonia ormai scontata. Una volta atterrato all'aeroporto di Catania ho fatto molto in fretta a ricredermi e si è subito attivato il mio spirito professionale: ascoltare e osservare. Anche attraverso alcuni progetti svolti con aziende siciliane, ho iniziato a farmi un'idea dei punti di forza e degli aspetti da migliorare dell'imprenditoria siciliana. Brevemente ne condivido alcuni. I punti di forza imprenditoriali che ho osservato sono legati ad alcuni valori chiave, valori che non sono degli slogan ma sono cose concrete, riscontrati in comportamenti e azioni, al momento li ho distinti con tre nomi: passione, progettualità, immagine. Passione istintiva o ereditata ma totalmente coinvolgente e soprattutto basata sull'umiltà di conoscere nel dettaglio il proprio lavoro partendo da esperienze dirette anche nei ruoli più operativi. Una prospettiva questa che rende pratica e spicciola una innata cura per la qualità del prodotto o del servizio e che inevitabilmente finisce con il contagiare collaboratori, clienti e fornitori.

Progettualità che si manifesta innanzi tutto con un senso di visione volto a trasmettere le radici di volontà, di intelligenza e di sacrificio del passato nei contesti più complessi e intricati del presente e del futuro. Progettualità nell'alimentare continuamente la crescita aziendale reinvestendo gli utili prodotti allo scopo di assicurare l'esistenza dell'azienda e la sua redditività anche a lungo termine. Immagine: più il contesto sociale e territoriale è difficile e complesso, maggiore è l'importanza della cura della propria immagine nei confronti di collaboratori, clienti, fornitori e della comunità locale in genere. Tutto questo serve a creare un senso di credibilità, fiducia e positività nei confronti dell'azienda stessa: una reputazione solida nel tempo. Ho notato che questo è curato soprattutto nell'ambito locale con un attivo coinvolgimento in attività pubbliche; mentre si può sicuramente fare di più nel valorizzare le aziende in un ambito geograficamente più esteso e soprattutto sfruttando al meglio moderne tecniche di comunicazione. Ho notato la variegata presenza di tutti questi aspetti lavorando ed incontrandomi con numerosi imprenditori responsabili di aziende piccole, medie e grandi. Di fronte alle mie positive considerazioni mi è stato risposto che ho avuto la fortuna di incontrare realtà che sanno affermarsi nonostante un contesto burocratico e sociale non certo facile, ma non tutti sono così. Condivido l'osservazione sulla burocrazia e anche sul contesto sociale dif-

ficile, al tempo stesso questo mi porta a riflettere su alcuni punti di debolezza dell'imprenditoria siciliana: il rischio di cadere in un vittimismo sterile; una mancanza di reale consapevolezza della ricchezza storica e culturale dell'isola da valorizzare per distinguere a livello globale i propri prodotti e servizi; un ingiustificato senso di soggezione nei confronti dell'imprenditoria e del management continentale (da notare che non sono pochi i manager siciliani di successo alla guida di grandi aziende del Nord e all'estero); infine, come ho già evidenziato, una carenza nel valorizzare in modo professionale, appropriato e geograficamente più esteso, il proprio lavoro. La Sicilia imprenditoriale ha un reale potenziale per il confronto con l'economia globale. La sua ricchezza più importante è di natura storica e sociale: sta nelle persone, nella loro creatività frutto di un mix storico di idee, cultura, civiltà ed esperienze. È su questo fattore umano che dobbiamo lavorare con rispetto, pazienza e passione (stimolando consapevolezza, metodo, organizzazione); possiamo costruire su basi teorizzate dai grandi guru del management americano che nella pratica sono naturalmente presenti in questa bellissima isola. Il tutto parte dal concentrarsi sui fattori positivi e sui punti di forza. Il mio approfondimento e confronto con questi temi continua. (riproduzione riservata)

## La capacità imprenditoriale è legata a dei valori chiave

\*consulente e formatore co-fondatore di Professione Lavoro ©