



MAG  
05

## A Padova l'università che vende prodotti intellettuali

Il tempo stimato per la lettura di questo post è di 5 minuto\i.



di Gian Paolo Prandstraller

Vi sono indizi d'una rivoluzione che dovrà accadere nelle università italiane, ancora avviluppate nelle pastoie d'un sistema (burocratico) poco attento al fattore fondamentale che serve per **stabilire il valore e la funzionalità d'una università**: ossia la ricerca scientifica che essa sa produrre.

Un caso eterogeneo rispetto alla media attira la mia attenzione, perché prodromico d'una università intesa come "azienda" che produce e vende ricerca scientifica. E' quello dell'**'università di Padova (il BO, una delle più antiche sedi universitarie europee)**.

Durante l'apertura dell'anno accademico 2014 il rettore Giuseppe Zaccaria ha dichiarato che l'università di Padova elegge a propri modelli l'università di Oxford e il MIT e **crea un organo per la vendita dei propri prodotti**, il cui esempio è quello della società ISIS Innovation di Oxford, che ogni anno produce milioni di sterline di ricavo, **aiutando i ricercatori a commercializzare la loro proprietà intellettuale** e a individuare opportunità di consulenza.

*"Ma il progetto guarda anche alla società per l'innovazione del MIT di Boston e all' Imperial Innovation dell'Imperial College di Londra, che comprende un ramo venture capital e cerca opportunità d'investimento esterne all'università di provenienza." (dall'articolo <<Il BO come Oxford e il MIT "Così venderemo ricerca" Trasferimento tecnologico alle imprese: il piano del rettore >>, in Corriere del Veneto 13.03.2014, pag.10).*

Padova ha dunque acquisito la regola: **bisogna vendere un prodotto se si vuole prosperare: vendere idee, brevetti, esiti della ricerca**. E' scoperta (per l'Italia) rivoluzionaria: perché da noi questa ovvia è ancora oscurata dalla presunzione degli atenei di essere fuori del commercio dei prodotti intellettuali e dalla competizione economica.

L'università di Padova ha già raggiunto un importante traguardo, **è in testa nella graduatoria delle università italiane per quanto attiene alla ricerca**. E sembra aver configurato una meta prestigiosa: risalire nella scala degli atenei mondiali fino ad assumervi un rango di rilievo mondiale.

Per quanto ne so, essa **ha già creato un ufficio commerciale** destinato appunto alle transazioni che deriveranno dalla vendita dei suoi prodotti (intellettuali).

*Noto però con stupore che la strategia attuale di questo ateneo è **poco compresa dalla stessa città di Padova** e non è sufficientemente chiara neppure alle istituzioni della Regione Veneto. La cosa mi sembra anacronistica e grave.*

Sento perciò la necessità di sottolineare l'importanza dello **sforzo innovativo** che questo antico ateneo sta compiendo. Si tratta d'un contributo rilevante che viene dato all'economia italiana in questo difficile momento.

Ritengo che il BO stia diventando, senza troppo rumore, un esempio **chedovrebbe essere imitato da altre istituzioni universitarie**, in vista d'un cambiamento generale del sistema accademico del paese e della stessa concezione generale dell'università, inevitabilmente orientata oggi nel mondo **a una funzione economica oltre che culturale**.

[prandstraller@tin.it](mailto:prandstraller@tin.it)

Related Posts:

- [Se la ricetta è creare la superuniversità](#)
- [L'Opinione – L'università-impresa sbarca...](#)
- [Le professioni, la manualità e lo sviluppo dei Paesi](#)
- [A Genova prove di dialogo tra università e industria](#)
- [Giovani e i lavori all'estero, il gap delle...](#)

Tags: [formazione](#), [giovani](#), [il Bo](#), [innovazione](#), [ricerca](#), [studio](#), [Università di Padova](#)

