



Economia dello Sviluppo Regionale

Lezione 8

Stefano Usai
stefanousai@unica.it

Capitoli da studiare

Introduzione

1. Capitolo 1 (no sezione 4.2)
2. Capitolo 2 (no sezione 2, 3, 4, 5, 6)
3. Capitolo 3 (no sezione 2, 3, 4, 5)
4. Capitolo 4
5. Capitolo 5 (no sezione 2, 3.3, 3.4, 6, no appendice)
6. Capitolo 6 (no sezione 3, 4, 5)
7. Capitolo 7 (no sezione 3, 5, 6)
8. Capitolo 8 (no appendice)
9. Capitolo 9 (no appendice)
10. Capitolo 10 (no 2,3,4)
11. Capitolo 11 (solo lettura)
12. Capitolo 12 (solo lettura)

Il caso studio Tiscali

Il principio di agglomerazione (1)

Economie di scala e scopo

Possibilità di ripartire i costi fissi su un volume di produzione maggiore

Divisione del lavoro e specializzazione

Economie pecuniarie

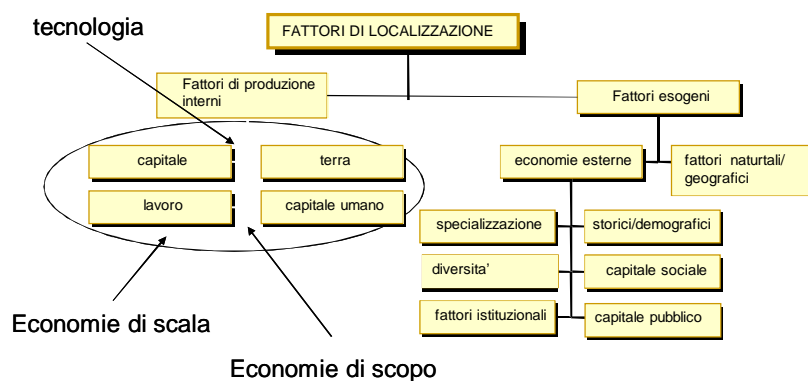
Concentrazione di impianti di grandi dimensioni in pochi punti nello spazio (nodi o poli di agglomerazione)

Il principio di agglomerazione (2)

Economie esterne

- Indivisibilità nella fornitura di alcuni servizi
- Possibilità di sfruttare il capitale fisso sociale
- Possibilità di utilizzare risorse naturali specifiche
- Sinergie legate a fenomeni di accentramento di attività (immagine di mercato, cultura imprenditoriale, capacità professionale)

Fattori di localizzazione (e di performance) delle attività di produzione (e di innovazione)



Fattori produttivi endogeni

- **Terra**
 - risorsa da sfruttare o spazio per l'insediamento
 - qualità: superficie, fertilità
- **Capitale fisico**
 - Macchine e strumenti
- **Lavoro**
 - disponibilità
 - costo
 - qualificazione/produttività
- **Capitale umano**
 - conoscenza tecnica
 - Istruzione
 - Imprenditorialità

Il tutto è miscelato grazie alla tecnologia che indica la ricetta per l'uso dei fattori produttivi, la scala di produzione che determina le economie di scala (interne) mentre la trasversalità della produzione determina le economie di scopo (o di varietà)

7

Fattori naturali/geografici

- Risorse naturali (materie prime, energia, giacimenti minerari, terra fertile)
- Risorse idriche (materia prima, energia, via di comunicazione, raffreddamento, scarico)
- Clima (piovosità, soleggiamento, temperature..)
- Risorse ambientali
- Risorse turistiche primarie
- Risorse storico-culturali

8

Il principio di agglomerazione (3)

Economie esterne

Economie di localizzazione

Possibilità di specializzazione fra imprese

Riduzione dei costi di transazione all'interno dell'area

Formazione di un bacino di manodopera e un'accumulazione di competenze (economie di apprendimento)

Concentrazione di imprese dello stesso settore

Economie di urbanizzazione

Concentrazione nelle aree urbane

Polarizzazione di imprese di settori diversi

Economie di localizzazione/specializzazione (Marshalliane)

- Offerta di manodopera specializzata
- Offerta di beni primari, intermedi e macchinari specifici
- Contatto con i fornitori per capire meglio i loro problemi e risolverli insieme
- Offerta servizi specifici (formazione, finanziari, manutenzione etc.)
- Costi di trasporto bassi
- Costi di transazione bassi
- Infrastrutture ad hoc
- Competenza diffusa (esternalità di conoscenza intrasettoriale)

Economie di diversita' (Jacobiane)

- Concentrazione di input differenziati
- Mercato del lavoro flessibile e diversificato
- Vasto mercato per i beni finali
- Contatto con i consumatori per scoprire/capire meglio i loro bisogni
- Concentrazione degli interventi pubblici più importanti
- Terziario per imprese e famiglie
- Competenze diversificate (esternalità di conoscenza intersettoriali)
- Presenza delle tre T (tecnologia, talento e tolleranza)

11

Fattori storici/demografici

- Popolazione come manodopera e mercato
- La conoscenza accumulata
- Saper fare (*know how*)
- Apprendimento attraverso il fare (*learning by doing*)
- La capacità imprenditoriale
- La conoscenza dei mercati
- La reputazione e l'immagine

12

Fattori istituzionali

- Legislazione sul diritto di proprietà
- Legislazione finanziaria e creditizia e funzionamento del mercato del credito
- Legislazione del lavoro
- Legislazione sull'ambiente
- Fiscalità
- Pianificazione territoriale e urbanistica
- Livello e efficienza della burocrazia

13

Capitale sociale/culturale

- Mix di concorrenza e cooperazione
- Propensione all'associazionismo
- Alto livello di fiducia
- Basso livello criminalità
- Valori, stili di vita
- il tutto si traduce in un basso livello dei cosiddetti costi di transazione ponendo le basi per lo sviluppo dei cosiddetti distretti industriali

14

Capitale pubblico

- Infrastrutture materiali (strade, porti, ferrovie, smaltimento rifiuti, gestione risorse idriche, offerta energetica)
- Infrastrutture immateriali:
 - Conoscenza di base e ricerca pubblica
 - Servizi pubblici (per le famiglie e per le imprese)
 - Livello e efficienza (e onestà) della pubblica amministrazione
 - Livello e efficienza della spesa pubblica

15

Diseconomie (esternalità negative)

- Prezzo dei fattori
 - Terra
 - Lavoro
 - Capitale
- Maggiore concorrenza
 - dal lato dell'offerta
 - dal lato della domanda
- Inquinamento
- Congestione: maggiori tempi di trasporto con maggiori costi
- Altre esternalità ambientali e sociali

16

Tiscali a Cagliari, come mai?

- è un caso (leggi “colpo di fortuna”)
- è il risultato della strategia regionale
- il prodotto finale di un percorso storico
- Il risultato di un imprenditore di successo che si è fatto da solo
- qualcos'altro...
- Tutte queste cose...

17

Tiscali a Cagliari, come mai?

• **Fattori di produzione endogeni**

- Lavoro e Capitale umano (grazie a capitale pubblico)
- Capitale fisico grazie a capitale finanziario (interno e esterno)
- La tecnologia giusta (telecom e internet, oltre i pop)
- L'imprenditore schumpeteriano

18

Tiscali a Cagliari, come mai?

- **Esternalità marshalliane**

- Microimprenditorialità "artigianale" nel settore informatico
- Contesto di conoscenza diffusa nel settore
- Minima dotazione infrastrutturale (cavi, centrali, aeroporto)
- Mercato a monte e a valle "immateriale"

- **Esternalità jacobiane**

- Servizi per l'impresa: marketing, commerciali, finanziari
- Servizi alle famiglie: contesto urbano metropolitano
- Università
- Qualità della vita
- un po' delle tre T?

19

Tiscali a Cagliari, come mai?

- **Altri fattori:**

- La storia (CRS4, Video on line...czech on line, sarda telecomunicazioni)
- La rete di relazioni dell'imprenditore (esterna)
- La liberalizzazione
- Il momento giusto...
- La quotazione: molti soldi a disposizione (...forse troppi?)
- L'apertura al mercato sia dal lato dell'offerta che della domanda
- Scarsa dipendenza dal settore pubblico

- /

20



Renato Soru at TechCrunch Italy 2013

Altre info:

- <http://storiaefuturo.eu/1994-1996-un-biennio-cruciale-nella-storia-di-internet-e-del-giornalismo-on-line>
- Alfredo Franchini "Tiscali: una storia tutta italiana", Frilli Editore
- Luca Ferrucci e Daniele Porcheddu "La new economy nel Mezzogiorno", Il Mulino, Bologna, 2004
- <http://www.distretti-tecnologici.it/distretti/Cagliari.htm>

21

Sardegna Ricerche - ex consorzio 21

- [Sardegna Ricerche](#)
Sardegna Ricerche è stata istituita dalla Regione Sardegna nel 1985 con il nome "Consorzio Ventuno" e ha assunto l'attuale denominazione nel gennaio 2007. Con la Legge Regionale n. 20 del 5 agosto 2015 è stata trasformata in agenzia regionale.
- [Organizzazione](#)
Come stabilito dalla Legge Regionale 5 agosto 2015, n.20, Sardegna Ricerche è un'agenzia regionale guidata dal direttore generale che dirige e coordina le attività e verifica il raggiungimento degli obiettivi. L'agenzia è parte integrante delle politiche regionali di promozione della ricerca scientifica e dell'innovazione tecnologica in Sardegna.

Parco Tecnologico POLARIS

SardegnaRicerche



RICERCA E SVILUPPO TECNOLOGICO IN SARDEGNA

Chi siamo

Strutture collegate

Parco tecnologico

Sportelli

Distretti

Argomenti

Servizi

Appalti e selezioni

Agenda

sardegnaRicerche > [parco tecnologico](#)







PARCO TECNOLOGICO

- Profilo
- Sedi e strutture
- Piattaforme e servizi
- Organizzazioni insediate
- Insedarsi nel Parco
- FabLab
- Biblioteca
- Convegnistica
- 10Lab
- Contatti

Il Parco tecnologico della Sardegna



Il Parco tecnologico della Sardegna

Nato dall'impegno comune della Regione Sardegna e dell'Unione Europea, il Parco scientifico e tecnologico regionale è un sistema di infrastrutture avanzate e servizi per l'innovazione tecnologica e la valorizzazione della ricerca.

Profilo

CRS4

- Il CRS4 è un centro di ricerca interdisciplinare privato (Srl uninominale), fondato dalla Regione Autonoma della Sardegna nel 1990, il cui socio unico è l'agenzia regionale Sardegna ricerche[1] [2].
- Il Centro promuove lo studio, lo sviluppo e l'applicazione di soluzioni innovative a problemi provenienti da ambienti naturali, sociali e industriali. Tali sviluppi e soluzioni si basano principalmente sulla Scienza e Tecnologia dell'Informazione e sul Calcolo Digitale ad alte prestazioni. L'obiettivo principale del Centro è l'Innovazione.
- Dal 2003 il CRS4 è situato nel Parco Scientifico e Tecnologico (Polaris), luogo di attrazione per la ricerca high-tech, nel Comune di Pula, a circa 40 km da Cagliari.
- Il Centro, inizialmente guidato dal Premio Nobel per la Fisica Carlo Rubbia (1990 - 1999), ha avuto i seguenti Presidenti: Nicola Cabibbo (2000 - 2003), Carlo Rubbia (2003 - 2006), Paolo Zanella (2006 - 2014), Luigi Filippini (2014).
- Il CRS4, nella sua storia, si è distinto per alcuni primati connessi a Internet: ha realizzato nell'Agosto 1993 il primo sito web italiano (www.crs4.it), ha contribuito a creare nel 1994 il primo quotidiano su web europeo (L'Unione sarda) e uno dei primi Internet Service Provider (Video On Line).
- Attualmente il Centro occupa circa 150 persone e le sue linee di attività si dividono in sei settori di ricerca e sviluppo:
 - Biosciences
 - Data-Intensive Computing
 - HPC per Energia e Ambiente
 - Reti e Sistemi ad Alte Prestazioni
 - Società dell'Informazione
 - Visual Computing

Video on Line

- La storia di Video On Line inizia ufficialmente il 4 dicembre 1994, ma le sue origini vanno ricercate nel forte legame con il centro di ricerche CRS4, allora guidato dal premio nobel Carlo Rubbia che era stato direttore del CERN dove lo stesso World Wide Web è nato. Con la collaborazione del CRS4 infatti l'editore Nicola Grauso mise online il quotidiano locale L'Unione Sarda nel marzo 1994, primo giornale in Europa.
- Nei mesi seguenti alla messa online ebbe luogo una massiccia campagna di marketing e promozione, con la diffusione del dischetto di accesso a Internet in omaggio con vari periodici, tra cui Panorama, Topolino, Il Sole 24 Ore e l'offerta di accesso completamente gratuito ad internet per alcuni mesi tramite numero verde. In particolare quest'ultima offerta generò numerose polemiche perché per avere diritto all'accesso gratuito occorreva rispondere a un questionario che chiedeva informazioni personali e sulla propria attività lavorativa[2]. La campagna pubblicitaria ebbe comunque il successo sperato e nel 1995 Video On Line era già il principale fornitore di accesso ad Internet con circa 15.000 abbonati, equivalente al 30% degli utenti italiani.
- Il progetto attirò anche l'attenzione di Nicholas Negroponte, direttore famoso centro di ricerche MediaLab al Massachusetts Institute of Technology, che volle firmare un contratto di ricerca con Video On Line, per progetti innovativi relativi all'elaborazione del linguaggio naturale e allo sviluppo di agenti intelligenti. Nonostante questi risultati incoraggianti, lo stesso Grauso ammise di non avere un chiaro mercato o modello di business, operando più come inventore che come innovatore: "Non stavo facendo del business ma esplorando"[3].
- L'utopica conduzione degli investimenti da parte di Grauso portò in breve tempo Video On Line vicino al dissesto finanziario. Il debito principale era nei confronti di Telecom Italia, allo stesso tempo concorrente e fornitore principale (della struttura di telecomunicazioni e delle linee a numero verde per la connessione gratuita). L'allora monopolista delle telecomunicazioni, che in pochi mesi si era ritrovata nella scomoda posizione di secondo Internet Provider, cancellò il rischio della competizione portata avanti in modo aggressivo e dinamico in un settore di frontiera come quello di Internet, acquisendo Video On Line nel giugno 1996. L'operazione si realizzò tecnicamente attraverso la fusione di Video On Line con Telecom On Line (divisione di Telecom Italia), dalla quale nacque l'unità business Tin.it. La fusione fu consentita dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato sotto diverse condizioni.

Video on Line

The screenshot displays the Video On Line website interface. At the top, there are banners for "INTERNET for BUSINESS 24 ORE" and "Abbonamenti e Attivazione". The central logo features a stylized bird and the text "Video On Line". Below the logo, it says "Fai click sul marchio per gli altri Servizi di VOL". The interface is organized into several columns of service icons and labels:

- Top Row:** "Ricerca" (Search), "Offerte Servizi Web" (Web Services Offers), "Vetrina delle Aziende" (Company Showcase), "Forum Chat Line" (Forum Chat Line).
- Left Column (International Reach):** Maroc, Jordan, Bulgaria, Czech Republic, 中国/中國, Danmark, Deutschland, España, France, Ελλάδα, 日本, Israel/IDM/ישראל, Italia.
- Right Column (International Reach):** Lebanon, Malta/ENI/Malta/MT, Egypt, Polska, Shaperi, Singapore, South Africa, Suomi, Svizzera/Schweiz/Svizzera, Tunisie, Turkiye, U.S.A., United Kingdom.
- Bottom Row:** "Collegati per Abbonarti" (Connect to Subscribe) with "NUMERO VERDE 119-012321", "Turismo" (Tourism), "Arte & Musei" (Art & Museums), "Informatica" (IT), and the "VOL" logo.

Le innovazioni di VOL

- Tra le innovazioni di Video On Line è da ricordare il browser web Tiber (di cui VOL era il distributore), sviluppato dalla società californiana Teknema, uno dei pochi presenti all'epoca sul mercato, nonché quello disponibile in più lingue.
- Il sito di Video On Line era un portale generalista ante litteram: dalla home page dava accesso ad un motore di ricerca, ad un catalogo di aziende in rete, a forum, chat, siti informativi legati all'arte, ai musei, al turismo. Il sito era tradotto in 26 lingue diverse, incluso l'arabo, il greco e altre lingue non indoeuropee, primato quasi mai raggiunto in seguito. La tendenza multilingue e multinazionale faceva parte della visione di Grauso, implementata attraverso il VOL Case, ovvero una valigetta contenente tutti i servizi necessari per attivare un provider Video On Line offerta ad altre nazioni, tra i cui acquirenti ci fu anche «Czech On Line», il provider ceco creato esportando le tecnologie di VOL.
- Tra i servizi introdotti da Video On Line vanno ricordati VOLmail, la prima Webmail commerciale (cioè al di fuori del circuito delle università) disponibile sul web, il motore di ricerca VOLume, Rete! il più completo sito sul calcio, e VOLftp, il servizio FTP che, in concorrenza con l'americano Tucows, permetteva di scaricare migliaia di software gratuiti. VOLftp disponeva di una redazione nutrita, guidata da Franco Saiu, e fu il punto di riferimento per il software freeware e shareware in Italia attraverso rubriche, newsletter e l'area di promozione dei programmatori italiani.
- VOLftp, con il servizio Cargo, scaricava software da server stranieri su richiesta degli utenti di Video On Line e li rendeva disponibili dai propri server per consentire il massimo della velocità agli utenti (al tempo ancora a 14.400, 28.800 e 33.600 kpb). VOLftp non venne ceduto a Telecom ma restò alla società Exol SpA; nel corso del tempo, fino ad oggi, ha vissuto acquisizioni e cessioni dapprima con Arnaldo Mondadori Editore e poi con Tiscali.

