



**D**al dizionario Treccani: “a) *L'atto, l'opera di innovare, cioè di introdurre nuovi sistemi, nuovi ordinamenti, nuovi metodi di produzione e sim.* b) *In senso concr., ogni novità, mutamento, trasformazione che modifichi radicalmente o provochi comunque un efficace svecchiamento in un ordinamento politico o sociale, in un metodo di produzione, in una tecnica, ecc.*”.

Sono alcuni significati del termine ‘innovazione’. Una parola utilizzata frequentemente nella comunicazione della ricerca tecnologica e scientifica come in quella del marketing aziendale, perché innovare vuol dire progredire e crescere. Per le aziende significa stare al passo con l'evoluzione dei processi tecnologici, in modo da realizzare prodotti che attraggano il consumatore, sempre più attento e informato. Non è solamente la presentazione di una novità: un nuovo prodotto (possiamo per esempio pensare a un integratore alimentare o a un cosmetico naturale, per restare in un ambito conosciuto) deve raccontare una storia, in cui si deve unire ricerca, inventiva, efficacia, sicurezza e non ultima la sostenibilità delle materie prime utilizzate, dei processi di produzione, del materiale che costituisce il packaging, insomma dell'intera filiera. Perché anche questa parola, sostenibilità, è diventata protagonista nel mercato globale, non solo in un ambito ecologico-ambientale, ma il concetto si è ampliato alla sostenibilità economica e sociale, necessarie a garantire un futuro alle prossime generazioni. Le nuove imprese create da giovani, le cosiddette start-up, nascono sulla base di questa consapevolezza, di

una visione innovativa, dinamica e sostenibile del modo di produrre, e su una preparazione tecnico-scientifica che le università offrono con specifici corsi di laurea. Anni di studio che forniscono un ventaglio di strumenti, i quali devono poi essere utilizzati mettendosi in gioco e affrontando le difficoltà oggettive che esistono in tutti i settori lavorativi. Nel settore delle piante officinali possiamo trovare esempi di nuove attività imprenditoriali che attraversano l'intera filiera, partendo dalla coltivazione e dalla sperimentazione agronomica in campo per selezionare cultivar ricche di determinati principi attivi, alla realizzazione di estratti e fitoderivati di qualità, alla formulazione e realizzazione di integratori alimentari e fitocosmetici.

Le conoscenze e le competenze specifiche di professionisti e operatori si possono e si devono integrare, come nel caso della Mela Annurca campana, un bell'esempio di sinergia tra agricoltura, ricerca accademica e produzione che presentiamo in questo numero. Sostenibilità vuol dire utilizzare gli scarti di una produzione agricola, come quella della castagna, dai quali diventa possibile ricavare ingredienti funzionali per l'industria cosmetica. Nessuno spreco ma riutilizzo, o meglio un nuovo utilizzo, e valore aggiunto a quella produzione.

Innovazione è sfida, è cambiamento, è crescita, è evoluzione. Innovazione vuol dire guardare avanti, anche nel rispetto del passato e del sapere acquisito, significa non restare fermi e andare oltre. E si può fare.

**Marco Angarano**