

Università di Roma La Sapienza
Corso di Laurea Innovazione
Tecnologica dei Prodotti e dei Processi

Economia dell'Innovazione
*L'innovazione nelle imprese italiane:
le analisi dell'Osservatorio Banche-
Imprese (OBI)*

Docente: Massimo Arnone
massimo.arnone@uniroma1.it

a.a. 2018-2019

Definizione di competitività delle imprese

- ▶ Competitività significa da un punto di vista economico “ essere in grado di sostenere la concorrenza del mercato” (Definizione ristretta)
- ▶ Un territorio/settore sarà competitivo se in grado di sostenere lo sviluppo economico, attraendo risorse e producendo beni in maniera competitiva, e garantendo, al contempo, sostenibilità ambientale, economica, sociale e culturale (Definizione estesa)

Competitività delle imprese italiane: alcune evidenze

- ▶ Il sistema produttivo italiano, in termini di competitività percepita dalle imprese, è caratterizzato, nel 2014, da un gruppo consistente di imprese che ritengono di essere abbastanza competitive (oltre il 70% in media nazionale), da un 15% circa di imprese che ritengono il proprio livello di competitività più che adeguato e da circa l'11% di imprese che non ritengono del tutto adeguato il proprio livello competitivo
- ▶ L'11% delle imprese poco competitive è solitamente caratterizzato da modesti tassi di innovazione tecnologica, da scarsa capacità di cooperazione fra le imprese per attivare grandi progetti di natura strategica, e da una diffusione di sistemi di certificazione di qualità ancora del tutto insoddisfacente
- ▶ Gli ultimi mesi del 2014 hanno evidenziato deboli segnali di ripresa per l'economia italiana, in un quadro ancora caratterizzato da tendenze recessive che nel 2012-2013 hanno interessato sia l'industria manifatturiera, sia i settori dei servizi

Competitività delle imprese italiane: alcune evidenze sul settore costruzioni

- ▶ Nel settore delle costruzioni è quello che in cui vengono rilevate le situazioni più critiche del livello di competitività avvertito. In esso, quasi il 3% delle imprese dichiara di avere un livello di competitività del tutto inadeguato, valore che per gli altri settori produttivi non raggiunge mai il punto percentuale
- ▶ In questo settore la competitività percepita della propria azienda è molto diversa da quella dell'intero settore. Quasi il 14% delle imprese del settore costruzioni dichiara il proprio livello di competitività più che adeguato ma solo il 7% circa dichiara il livello di competitività dell'intero settore più che adeguato. Il 71% avverte nella propria azienda un livello di competitività abbastanza adeguato mentre detto valore sale a circa 76 punti percentuali se riferito all'intero settore
- ▶ Italia, il settore delle costruzioni è estremamente frammentato e caratterizzato da una miriade di imprese di piccole e medie dimensioni. Questa struttura rende particolarmente rilevante il problema dello scambio delle informazioni tra gli operatori, a partire dalle fasi di progettazione dell'opera fino alle attività di gestione e di dismissione del costruito

Competitività delle imprese italiane: alcune evidenze sul settore ICT e Manifatturiero

- ▶ Il settore che dichiara i livelli di competitività migliore è quello dell'ICT, seguito dal settore turistico. In entrambi i settori osserviamo come la percezione della competitività della propria azienda non corrisponde in maniera forte alla competitività avvertita rispetto al settore di appartenenza. Infatti, nel settore del turismo detto valore crolla dal 21,6% al 14,4% quando l'ottica dell'intervistato passa dalla sua azienda al settore nell'insieme, mentre nell'ICT si passa dal 19,2% al 16,5%
- ▶ Nel settore manifatturiero, il 72% circa delle imprese ritiene la propria competitività abbastanza adeguata, oltre il 15% la ritiene più che adeguata, quasi l'11% non del tutto adeguata e meno dell'1% del tutto inadeguata

Competitività delle imprese italiane: alcune evidenze

		Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale Imprese
Propria Azienda	Più che adeguato	15,6	13,8	19,2	21,6	15,4
	Abbastanza adeguato	72,7	71,4	74,4	67,5	71,9
	Non del tutto adeguato	10,8	12,0	6,3	10,4	11,0
	Del tutto inadeguato	0,9	2,9	0,0	0,4	1,6
	Non sa/non risponde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Saldo	76,6	70,3	78,4	78,4	74,7
Intero Settore	Più che adeguato	12,2	7,2	16,5	14,4	10,5
	Abbastanza adeguato	76,8	76,0	76,4	72,8	76,2
	Non del tutto adeguato	9,6	14,0	7,1	12,2	11,4
	Del tutto inadeguato	1,5	2,9	0,0	0,7	1,9
	Non sa/non risponde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Saldo	77,9	66,3	85,8	74,3	73,4

Competitività delle imprese italiane: differenze territoriali

- ▶ Non ci sono differenze fortemente significative fra le imprese che dichiarano il proprio livello di competitività *abbastanza adeguato*. Si va da un minimo nel Nord Ovest (70,7%) e un massimo nel comparto Sud e Isole (73,4%) con un valore medio nazionale pari a quasi il 72%
- ▶ Al Centro si registra la presenza del maggior numero di imprese che dichiara la propria competitività del tutto inadeguata (2,7%) e che vede allo stesso tempo la competitività del proprio settore di riferimento come del tutto inadeguata (2,6%)

Competitività delle imprese italiane: differenze territoriali(2)

		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale Imprese
Propria Azienda	Più che adeguato	16,5	15,5	16,8	12,3	15,4
	Abbastanza adeguato	70,7	72,8	71,1	73,4	71,9
	Non del tutto adeguato	11,7	10,8	9,5	12,1	11,0
	Del tutto inadeguato	1,1	0,9	2,7	2,3	1,6
	Non sa/non risponde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Saldo		76,4	76,6	75,7	71,4
Intero Settore	Più che adeguato	9,4	11,9	13,6	7,1	10,5
	Abbastanza adeguato	77,5	76,8	73,7	74,6	76,2
	Non del tutto adeguato	11,4	9,8	10,0	14,9	11,4
	Del tutto inadeguato	1,7	1,5	2,6	2,0	1,9
	Non sa/non risponde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Saldo		73,8	77,4	74,7	66,4

Competitività delle imprese italiane: vantaggi per le grandi imprese

- ▶ **Dimensioni aziendali più grandi permettono di ottenere diversi vantaggi competitivi.** Fra questi, in maniera non esaustiva, si segnalano:
 1. ***Superamento di barriere all'entrata***, cioè delle risorse indispensabili per intraprendere una certa attività economica;
 2. ***Incremento della quota di mercato***: alcune aziende possono trovare conveniente acquisire imprese concorrenti più deboli o in difficoltà per ampliare il proprio peso sul mercato;
 3. ***Riduzione del fabbisogno finanziario*** necessario per l'ampliamento dimensionale;
 4. ***Economie di scala*** che consentono di ridurre i costi medi unitari del processo produttivo

Competitività delle imprese italiane: differenze dimensionali

- ▶ **Piccole Imprese:** possono conseguire equilibri in grado di garantire la loro continuità se riescono ad ottenere un peso nei mercati in cui operano, anche attraverso l'avvio di collaborazioni interaziendali
- ▶ **Grandi Imprese:** il 30,6% vede i propri livelli di competitività come più che adeguati, quasi il 58% li osserva abbastanza adeguati, l'11% circa non del tutto adeguati e solo l'1,5% circa inadeguati
- ▶ **Competitività Macro-settoriale:** la percezione dei livelli di competitività "dell'intero settore" mostra differenze significative fra quanto osservato nelle grandi imprese e quanto osservato nelle imprese medie e piccole. Infatti, fra le imprese di grandi dimensioni, il 25% circa vede la competitività dell'intero settore come più che adeguata mentre detto valore scende al 10% fra le imprese di piccola dimensione e a poco meno del 15% fra quelle di dimensioni medie

Competitività delle imprese italiane: differenze dimensionali(2)

- ▶ Il processo di recupero di performance adeguate del sistema produttivo italiano dipende quindi anche dalla crescita delle dimensioni aziendali medie (superamento del fenomeno cosiddetto “nanismo imprenditoriale”)
- ▶ In generale, le imprese più competitive, anche in settori “tradizionali” come quelli del Sistema moda e del Sistema casa, sono caratterizzate da un mix di strategie che ruotano attorno all’innovazione e alla sua valorizzazione attraverso il marketing, nonché a una gestione complessa di una rete internazionale di clienti/fornitori resa possibile da un uso intenso dell’Information & Communication Technology (ICT). Queste strategie sono caratterizzate da notevoli economie di scala e da una forte complementarità, per cui è difficile che si possano estendere in modo completo alla maggioranza delle imprese
- ▶ In particolare, sono le più piccole ad essere maggiormente in difficoltà nell’implementare queste attività (R&S, commercializzazione, diversificazione degli sbocchi commerciali, rapporti con fornitori ed acquirenti etc.), che sono fondamentali per fronteggiare il nuovo contesto competitivo

Competitività delle imprese italiane: differenze dimensionali(3)

		Piccola	Media	Grande	Totale Imprese
Propria Azienda	Più che adeguato	15,0	19,2	30,6	15,4
	Abbastanza adeguato	72,1	71,3	57,9	71,9
	Non del tutto adeguato	11,3	8,2	11,3	11,0
	Del tutto inadeguato	1,7	1,2	0,2	1,6
	Non sa/non risponde	0,0	0,0	0,0	0,0
	Saldo	74,1	81,1	77,1	74,7
Intero Settore	Più che adeguato	10,0	14,9	24,8	10,5
	Abbastanza adeguato	76,5	74,2	58,2	76,2
	Non del tutto adeguato	11,4	10,1	17,0	11,4
	Del tutto inadeguato	2,0	0,8	0,0	1,9
	Non sa/non risponde	0,0	0,0	0,0	0,0
	Saldo	73,1	78,2	66,0	73,4

Competitività delle imprese e specificità del Sistema Italia

- ▶ *Elevato costo del lavoro*
- ▶ *Inefficienza dei servizi alle imprese* (in termini di scarsa componente innovativa)
- ▶ *Difficile accesso al credito*
- ▶ *Ritardo nella modernizzazione dei processi produttivi in senso lato* (qualità, marketing, branding, distribuzione, servizio alla clientela, etc.)

Ostacoli alla competitività delle imprese: differenze settoriali

- ▶ Il principale ostacolo alla competitività delle imprese ICT è l'elevato costo del lavoro che pesa per il 71%, per il 57% sulle imprese manifatturiere e per il 52,2% sulle imprese del settore costruzioni
- ▶ Le difficoltà finanziarie sono lamentate, in modo analogo, dalle imprese manifatturiere e del settore costruzioni (circa 50,9%)
- ▶ Per il settore del turismo sono proprio le difficoltà finanziarie la principale causa limitante la possibilità di aumentare i livelli di competitività (51,3%)

Ostacoli alla competitività delle imprese: differenze settoriali(2)

- ▶ **L'innovazione viene vista come insufficiente** in maniera rilevante nel settore del turismo (17% circa) e manifatturiero (16%) mentre assume valori inferiori al 10% sia nel settore delle costruzioni che in quello dell'ICT
- ▶ Le imprese del manifatturiero e ICT attribuiscono particolare importanza ai ritardi nella modernizzazione dei processi produttivi mentre, nel settore turistico, un particolare peso viene attribuito alla non adeguata struttura e qualità del personale (oltre il 26% delle imprese turistiche rilevano ciò a fronte di una media nazionale di poco superiore al 7%)

Ostacoli alla competitività delle imprese: differenze settoriali(3)

	Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale Imprese
Costo del lavoro troppo elevato	57,2	51,2	71,4	41,7	53,5
Difficoltà finanziarie	45,9	50,9	38,3	51,3	48,6
Insufficiente Innovazione	16,0	10,4	9,8	17,2	13,2
Ritardi nella modernizzazione dei processi produttivi	15,5	7,5	18,9	6,9	11,0
Qualità del personale non adeguata	7,5	4,7	0,0	26,2	7,2
Qualità manageriale non adeguata	1,6	2,7	0,0	0,0	2,0
Altro	5,8	1,4	16,8	4,2	3,7
Non sa/non risponde	0,8	13,8	0,0	3,7	7,5

Circolo vizioso dell'innovazione

- ▶ Circolo vizioso che si è creato tra dimensioni aziendali, specializzazione tecnologica e sistema innovativo italiano
- ▶ Da un lato un sistema basato su ridotte dimensioni aziendali produce una limitata domanda di R&S e innovazione ma dall'altro lato è anche vero che un ambiente istituzionale poco orientato verso la ricerca e le sue applicazioni scoraggia le imprese stesse a muoversi su sentieri tecnologicamente più avanzati e ad accrescere le proprie dimensioni

Leve strategiche per rilancio della competitività(prime evidenze)

- ▶ Questi primi dati ci suggeriscono che, ai fini di migliorare la capacità competitiva dei vari comparti industriali, è necessario agire sulle seguenti leve strategiche:
 1. *un generale abbassamento del costo del lavoro*
 2. *un crescente utilizzo di strumenti finanziari sofisticati*
 3. *maggiori investimenti in Ricerca e Sviluppo (R&S)*
 4. *maggiore diffusione delle nuove tecnologie*
 5. *una maggiore attenzione al marketing, al design ed alla capacità distributiva*

Ostacoli alla competitività delle imprese: differenze territoriali

- ▶ Una sostanziale omogeneità fra i contesti territoriali di riferimento relativamente alle difficoltà finanziarie (valori compresi fra il 47,6% del Sud e il 49,4% del Nord Ovest con media nazionale pari al 48,6%) mentre relativamente al costo del lavoro troppo elevato, le imprese localizzate nel Centro la ritengono una causa importante nel 47% circa delle rilevazioni a fronte di una media nazionale del 53,5% e picchi del 57% circa registrati nel Nord Ovest e nel Sud e Isole
- ▶ Le imprese del Nord Ovest attribuiscono all'innovazione insufficiente (15% circa) e al ritardo nella modernizzazione dei processi produttivi (10%) una importanza significativa sulla scarsa competitività. Nel Nord Est queste due cause sono importanti in maniera quasi uguale per circa il 12% delle imprese, nel Centro assume più importanza relativa la modernizzazione dei processi produttivi (14% circa) rispetto all'innovazione (11% circa) mentre al Sud e Isole si osserva una situazione relativa a queste due componenti molto simile a quella del Nord Ovest

Ostacoli alla competitività delle imprese: differenze territoriali(2)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale Imprese
Costo del lavoro troppo elevato	57,5	50,8	46,9	57,2	53,5
Difficoltà finanziarie	49,4	48,7	48,5	47,6	48,6
Insufficiente Innovazione	14,9	12,9	10,9	13,4	13,2
Ritardi nella modernizzazione dei processi produttivi	9,9	11,0	14,3	9,5	11,0
Qualità del personale non adeguata	7,1	9,3	7,8	4,7	7,2
Qualità manageriale non adeguata	3,0	1,5	2,0	1,4	2,0
Altro	1,3	4,6	5,5	4,0	3,7
Non sa/non risponde	8,2	8,9	5,6	6,8	7,5

Azioni per migliorare la competitività: differenze settoriali

- ▶ **Manifatturiero:** oltre il 36% delle imprese ritiene necessario aumentare l'efficienza dei processi produttivi e quasi il 33% agire unicamente sul costo del lavoro. Le imprese del settore, ritengono rilevante spostarsi su prodotti di qualità elevata, innovativi e a più alto valore aggiunto (20% circa), migliorare il livello di specializzazione del personale (18% circa) e attivare l'attività di ricerca in azienda (18% circa)
- ▶ **Turismo:** Oltre la metà delle imprese (57%) ritiene fondamentale migliorare l'efficienza dei processi produttivi puntando in maniera particolare su personale molto più qualificato e adeguatamente formato e sull'attività di ricerca e sviluppo effettuata in azienda (27% circa per entrambe le categorie). Anche per le imprese turistiche una riduzione del costo del lavoro è vista come misura efficace nel 32% dei casi considerati
- ▶ **Costruzioni:** la riduzione del costo del lavoro come modalità unica per migliorare la competitività è visto in maniera più rilevante (oltre il 41% delle imprese) ed è anche il settore che, rispetto agli altri, mette in evidenza come la delocalizzazione possa fornire un impatto di efficacia nel miglioramento della competitività aziendale (10% circa dei casi a fronte di una media del 6,5% e valori inferiori al 5% per tutti gli altri settori produttivi)
- ▶ **ICT:** più degli altri, si fa riferimento ad ampliare la collaborazione con strutture esterne di ricerca quali Università, enti di ricerca pubblici e privati, altre aziende (quasi l'11% delle imprese a fronte di un valore medio nazionale di circa il 6%)

Azioni per migliorare la competitività: differenze settoriali(2)

	Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale Imprese
Predisporre piani aziendali di lungo periodo (Business plan)	13,3	12,5	21,3	15,4	13,4
Aumentare l'efficienza dei processi produttivi	36,4	25,0	25,9	57,0	33,0
Spostarsi su prodotti di qualità elevata e innovativi (beni a più alto V.A.)	19,3	14,6	21,5	11,8	17,0
Attivare/ampliare l'attività di ricerca interna in azienda	17,8	10,7	25,1	26,6	15,9
Attivare/ampliare la collaborazione con strutture esterne di ricerca (università ecc--)	4,8	7,9	10,9	3,6	6,1
Elevare il livello di specializzazione del personale	17,9	27,7	32,2	26,9	22,8
Agire solo sul costo del lavoro	32,7	41,7	27,5	31,7	35,9
Produrre beni di gamma bassa	2,6	0,0	1,3	0,0	1,3
Delocalizzare	4,9	9,7	2,4	2,7	6,5
Altro	0,0	0,1	1,9	0,7	0,2
Non sa/non risponde	9,5	4,7	6,2	1,4	7,0

Azioni per migliorare la competitività: differenze territoriali

- ▶ Le principali differenze vengono osservate sulla necessità di aumentare l'efficienza dei processi produttivi. Infatti, detto valore raggiunge il suo massimo fra le imprese del Centro (40%), il minimo nel Sud e Isole (25%) e valori vicino alla media nazionale (33%) per il Nord Ovest (30%) e il Nord Est (36% circa)
- ▶ Una variabilità simile viene osservata sulla necessità di attivare o ampliare l'attività di ricerca in azienda (Centro 20% Sud circa 10%, valore media nazionale 16% circa). Il che è preoccupante, perché indica il persistere di una difficoltà, in termini di cultura competitiva, nell'assimilare il ruolo fondante dell'innovazione, nel Centro e Sud del nostro Paese

Azioni per migliorare la competitività: differenze territoriali(2)

	Nord Est	Nord Ovest	Centro	Sud e Isole	Totale Imprese
Predisporre piani aziendali di lungo periodo (Business plan)	11,5	14,5	14,7	14,1	13,4
Aumentare l'efficienza dei processi produttivi	30,0	35,9	40,1	25,8	33,0
Spostarsi su prodotti di qualità elevata e innovativi (beni a più alto V.A.)	19,0	17,7	15,0	14,6	17,1
Attivare/ampliare l'attività di ricerca interna in azienda	15,9	16,2	20,0	10,9	15,9
Attivare/ampliare la collaborazione con strutture esterne di ricerca (università ecc--)	7,9	5,7	4,6	5,9	6,1
Elevare il livello di specializzazione del personale	22,2	24,6	21,5	22,8	22,8
Agire solo sul costo del lavoro	37,4	35,1	32,4	38,9	35,9
Produrre beni di gamma bassa	1,3	2,4	0,6	0,9	1,3
Delocalizzare	7,4	6,3	6,5	5,5	6,5
Altro	0,1	0,1	0,0	0,5	0,2
Non sa/non risponde	8,2	7,3	5,7	6,2	7,0

Fonte: Dati Osservatorio Banche - Imprese (2014)

Fattori strategici per la competitività delle imprese

1. *il sistema finanziario* (e i rapporti fra sistema finanziario e imprese)
2. *il sistema burocratico* (e il ruolo della Pubblica Amministrazione nel supportare i processi di crescita competitiva)
3. *il sistema fiscale*
4. *il ruolo delle Università e dei centri di Ricerca*
5. *la fruibilità delle infrastrutture*
6. *la disponibilità di servizi ad alto valore aggiunto*

Fattori strategici per la competitività delle imprese(2)

- ▶ Il problema non è soltanto quello di una finanza adeguata a un sistema industriale composto per la maggior parte di piccole imprese ma è soprattutto quello di finanziarne la crescita, di superare il “modello del nanismo “ che non regge alla prova di una concorrenza sempre più incisiva e globale
- ▶ Una burocrazia più snella consentirebbe interventi mirati all’eliminazione degli “scalini” che rendono meno conveniente il salto dimensionale o di interventi che rendono più fluidi e semplici le procedure amministrative per l’apertura, la ristrutturazione e/o l’ampliamento degli impianti
- ▶ Lo strumento fiscale potrebbe essere utile a ripensare agli incentivi verso una maggiore patrimonializzazione delle imprese che, rafforzando le strutture patrimoniali, appare come un prerequisito alla possibilità di crescere. Si può, inoltre, pensare di rafforzare ed estendere alcuni strumenti già esistenti (programmi integrati di agevolazione, contratti di investimento) o modulare diversamente il carico fiscale nelle diverse fasi di sviluppo, ad esempio introducendo una riduzione dell’IRAP per le imprese che crescono

Fattori strategici per la competitività delle imprese: differenze settoriali

- ▶ **il sistema finanziario:** viene visto come un fattore esterno strategico utile ai fini di un migliore successo competitivo dal 46% circa delle imprese del settore manifatturiero, da quasi il 50% delle imprese del settore delle costruzioni, e dal 43,5% dei settori ICT e turismo
- ▶ **Il sistema burocratico:** quasi il 44% delle imprese Manifatturiere, oltre il 49% di quelle appartenenti al settore edile, quasi il 49% di quelle ICT (costruzioni ed Ict lavorano infatti spesso come fornitori della PA) e il 44% circa di quelle Turistiche
- ▶ **Il sistema fiscale:** è quello che maggiormente viene segnalato come rilevante ai fini di un miglioramento della competitività. Nei settori ICT, costruzioni e turismo le imprese che rilevano ciò sono oltre il 55% del totale mentre, nel manifatturiero, detto valore è pari a circa il 43%

Fattori strategici per la competitività delle imprese: differenze settoriali(2)

	Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale Imprese
Sistema finanziario	45,8	49,5	43,2	43,7	47,0
Sistema burocratico	43,8	49,5	48,8	40,2	46,0
Sistema fiscale	42,7	57,4	55,5	62,5	50,2
Ricerca ed Università	14,0	4,1	12,1	1,4	9,3
Fruibilità delle infrastrutture	15,5	12,3	8,7	22,0	14,5
Disponibilità di servizi a valore aggiunto	14,4	9,6	14,2	15,8	12,6
Non sa(non risponde)	11,0	4,2	0,7	2,2	7,4

Fonte: Dati Osservatorio Banche - Imprese (2014)

Fattori strategici per la competitività delle imprese: differenze territoriali

- ▶ Il sistema finanziario sembra essere molto più rilevante al Centro (53% circa) così come quello burocratico (Centro 51%)
- ▶ Il sistema fiscale, a dispetto di un possibile utilizzo delle autonomie impositive delle singole Regioni in maniera più o meno diversificata, viene visto in maniera abbastanza omogenea su tutto il territorio nazionale (valore medio 50,2% a fronte di un minimo registrato nel Nord Ovest - 48% circa - e un massimo nel Nord Est - 52,5%)
- ▶ La ricerca e le Università sembrano avere maggiore rilevanza per le imprese localizzate al Centro (13% circa a fronte di un valore medio del 9,3%) mentre la fruibilità delle infrastrutture è importante per le imprese operanti nel Nord Est (19%) sollevando un tema che non è soltanto tipico del Mezzogiorno

Fattori strategici per la competitività delle imprese: differenze territoriali(2)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale Imprese
Sistema finanziario	47,3	46,6	52,8	40,4	47,0
Sistema burocratico	47,8	46,6	51,0	39,3	46,0
Sistema fiscale	48,3	52,5	50,4	49,9	50,2
Ricerca ed Università	8,5	7,6	13,1	8,2	9,3
Fruibilità delle infrastrutture	10,3	19,0	13,7	15,7	14,5
Disponibilità di servizi a valore aggiunto	12,1	15,0	11,2	11,2	12,6
Non sa(non risponde	9,1	5,4	6,6	8,5	7,4

Fonte: Dati Osservatorio Banche - Imprese (2014)

Investimenti produttivi e Innovazione

► Per tutte le imprese intervistate, indipendentemente dal loro macro settore di specializzazione, gli investimenti condotti rispondono ai seguenti obiettivi in ordine di importanza:

1. *rinnovare i locali e le attrezzature*
2. *introduzione di innovazioni di processo ed organizzative*
3. *ampliamento dell'offerta formativa da destinare ai dipendenti*

Investimenti produttivi e Innovazione: differenze settoriali

- ▶ In particolare i primi due obiettivi sono quasi assenti nel settore ICT che quindi si connota per una condizione di obsolescenza tecnologica che rallenta la ripresa alla crescita di questa categoria di imprese
- ▶ Le imprese del settore costruzioni manifestano la volontà di intensificare la presenza sul territorio mediante l'apertura di ulteriori stabilimenti
- ▶ Sono invece le imprese manifatturiere a registrare un maggior volume di investimenti finalizzato al rinnovo degli impianti e stabilimenti e all'innovazione di processo/organizzativa
- ▶ La formazione degli addetti rappresenta una priorità per le imprese edili e ICT
- ▶ La diversificazione dei prodotti esistenti, l'ottimizzazione della gestione della logistica sono esigenze particolarmente sentite dalle imprese turistiche nel tentativo di rendere i territori più attraenti per i flussi di turisti

Investimenti produttivi e Innovazione: differenze settoriali

	Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale Imprese
Rinnovo locali e attrezzature	68,5	52,2	42,8	77,6	64,6
Innovazione dei processi produttivi	32,3	18,6	16,5	9,9	26,8
Innovazione organizzativa e gestionale	8,5	3,6	22,9	8,0	7,7
Apertura nuovi stabilimenti in Italia	2,3	19,5	5,5	4,1	6,6
Delocalizzazione	8,0	1,7	0,0	0,0	1,0
Introduzione di prodotti innovativi	10,5	1,5	4,2	10,4	8,2
Diversificazione dei prodotti esistenti	5,9	2,8	1,2	9,2	5,3
Ulteriori misure per la sicurezza del lavoro	8,1	6,1	5,1	9,9	7,7
Formazione degli addetti	9,2	17,3	15,3	12,8	11,6
Ottimizzazione della gestione logistica	7,4	3,4	20,7	21,8	8,0
Altro	6,9	6,1	15,8	0,0	6,4
Non sa/non risponde	0,0	0,4	6,8	0,0	0,3

Fonte: Dati Osservatorio Banche - Imprese (2014)

Investimenti produttivi e innovazione: strategie adottate dalle imprese per settore e macroregione

- ▶ L'aumento della produttività, particolarmente avvertito dalle imprese manifatturiere soprattutto al Nord Italia
- ▶ Piuttosto rilevante anche la riduzione dei costi di produzione al Nord Est e Centro
- ▶ L'aumento del valore aggiunto unitario del prodotto è particolarmente sentito dalle imprese del Centro Italia
- ▶ Il rispetto delle norme di tutela ambientale e la maggiore apertura ai mercati internazionali per le imprese turistiche sono strade seguite soprattutto al Centro e Sud Italia

Investimenti produttivi e innovazione: strategie adottate dalle imprese per settore e macroregione(2)

	Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale imprese	
Interventi	Rinnovo locali e attrezzature	68,5	52,2	42,8	77,6	64,6
	Innovazione dei processi produttivi	32,3	18,6	16,5	9,9	26,8
	Innovazioni organizzative e gestionali	8,5	3,6	22,9	8,0	7,7
	Apertura nuovi stabilimenti in Italia	2,3	19,5	5,5	4,1	6,6
	Delocalizzazione	0,8	1,7	0,0	0,0	1,0
	Introduzione di prodotti innovativi	10,5	1,5	4,2	10,4	8,2
	Diversificazione dei prodotti esistenti	5,9	2,8	1,2	9,2	5,3
	Ulteriori misure per la sicurezza sul lavoro	8,1	6,1	5,1	9,9	7,7
	Formazione degli addetti	9,2	17,3	15,3	12,8	11,6
	Ottimizzazione della gestione logistica	7,4	3,4	20,7	21,8	8,0
	Altro	6,9	6,1	15,8	0,0	6,4
	Non sa /Non risponde	0,0	0,4	6,8	0,0	0,3
Strategie	Contenimento dei costi di produzione	27,1	15,5	11,6	42,3	25,1
	Aumento della produttività	64,5	48,4	45,1	35,3	57,8
	Aumento del valore aggiunto unitario del prodotto	20,0	5,9	15,8	27,8	17,2
	Adeguamento agli standard di settore	17,4	22,5	40,7	15,2	19,1
	Adeguamento a norme di tutela ambientale	10,2	12,1	5,2	26,0	11,8
	Certificazione di qualità	12,7	8,6	21,3	8,6	11,6
	Apertura verso nuovi mercati esteri	13,5	11,8	2,8	16,9	13,1
	Miglioramento assistenza pre e post vendita	8,9	7,7	5,1	n.d.	7,8
	Altro	9,8	12,9	20,3	12,2	11,0
	Non sa /Non risponde	0,0	0,1	9,1	0,0	0,3

Investimenti produttivi e innovazione: strategie adottate dalle imprese per settore e macroregione (3)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale imprese	
Interventi	Rinnovo locali e attrezzature	63,9	67,8	64,4	60,0	64,6
	Innovazione dei processi produttivi	28,5	26,4	24,1	27,5	26,8
	Innovazioni organizzative e gestionali	7,5	10,4	4,3	7,5	7,7
	Apertura nuovi stabilimenti in Italia	4,5	6,2	8,8	9,2	6,6
	Delocalizzazione	0,8	0,7	1,6	0,9	1,0
	Introduzione di prodotti innovativi	5,8	8,9	12,8	5,0	8,2
	Diversificazione dei prodotti esistenti	5,3	5,2	5,8	4,7	5,3
	Ulteriori misure per la sicurezza sul lavoro	5,0	11,2	6,2	8,7	7,7
	Formazione degli addetti	8,9	15,9	9,0	12,0	11,6
	Ottimizzazione della gestione logistica	6,9	12,5	6,5	3,2	8,0
	Altro	8,0	7,4	4,5	3,8	6,4
	Non sa /Non risponde	0,6	0,0	0,4	0,1	0,3
Strategie	Contenimento dei costi di produzione	23,2	28,9	27,4	18,4	25,1
	Aumento della produttività	60,2	59,1	55,9	52,5	57,8
	Aumento del valore aggiunto unitario del prodotto	12,5	19,1	23,3	14,8	17,2
	Adeguamento agli standard di settore	14,8	23,2	21,1	16,7	19,1
	Adeguamento a norme di tutela ambientale	9,4	11,7	13,8	14,3	11,8
	Certificazione di qualità	13,0	6,4	13,6	16,4	11,6
	Apertura verso nuovi mercati esteri	10,5	11,8	18,3	13,7	13,1
	Miglioramento assistenza pre e post vendita	5,7	6,3	12,2	8,9	7,8
	Altro	12,0	10,7	6,0	16,8	11,0
	Non sa /Non risponde	0,6	0,1	0,1	0,1	0,3

Investimenti produttivi e innovazione: strategie adottate dalle imprese per settore e macroregione (4)

- ▶ Soprattutto i primi due obiettivi (*riduzione dei costi di produzione e aumento del valore aggiunto unitario di prodotto*) evidenziano l'impegno delle imprese di porre rimedio alla caduta dei margini di profitto che si è verificata negli ultimi anni di profonda crisi
- ▶ Sono prevalentemente i settori del manifatturiero, contrassegnato da una maggiore propensione all'internazionalizzazione e quello dei beni strumentali a soffrire di queste recessioni. Inoltre, dai dati Bankitalia si evince che, la contrazione degli investimenti e delle esportazioni (pari a quasi il 26% e al 24%) hanno penalizzato maggiormente le imprese dalle piccole dimensioni (20-49 addetti) nel biennio 2008-2009

Motivi dei mancati investimenti produttivi

- ▶ **La contrazione degli investimenti, insieme al peggioramento della situazione finanziaria e al crollo della domanda interna, sembrano rappresentare un freno alla ripresa soprattutto per le imprese del Mezzogiorno.** Secondo le analisi di Bankitalia (2014) le principali determinanti della caduta degli investimenti, negli anni delle crisi internazionale, sono: il crollo della domanda, il clima di sfiducia e di incertezza generale, l'elevata onerosità degli investimenti (a causa degli alti tassi di interesse reali), i minori risultati raggiunti in termini di produttività e la stretta creditizia
- ▶ **Anche Cristadoro et al. (2009) sottolineano che la crisi internazionale ha assunto per le imprese italiane la fisionomia di una crisi di domanda** (per il 79,6% delle imprese industriali e circa il 60% delle imprese di servizi). Altre possibili aggravanti sono state le difficoltà nella riscossione dei pagamenti da parte dei clienti (per il 64% delle imprese e soprattutto di piccole dimensioni) e nell'ottenimento del credito soprattutto al Mezzogiorno (31,1%). I rapporti con i fornitori invece non sembrano causare particolari problematiche per le nostre imprese

Cristadoro R., Bugamelli M., Zevi G. (2009), *“La crisi internazionale del sistema produttivo italiano: un'analisi sui dati a livello di impresa”*, *Questioni di Economia e Finanza, Banca d'Italia n.58*

Motivi dei mancati investimenti produttivi(2)

Tabella 3.5 - *Motivi per non aver effettuato e/o programmato investimenti produttivi*

	Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale imprese
Non necessitano investimenti	65,3	41,3	68,3	65,5	55,0
Peggioramento della situazione finanziaria impresale	18,4	32,0	17,3	25,9	24,8
Calo della domanda	20,4	32,7	17,3	24,0	25,9
Tempi di rientro troppo elevati	3,3	6,8	5,9	3,6	4,9
Carenza di credito bancario	4,7	11,9	6,1	5,0	7,9
Altro	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0
Non sa /Non risponde	0,1	2,6	0,6	1,3	1,3

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale imprese
Non necessitano investimenti	56,7	60,4	58,2	42,7	55,0
Peggioramento della situazione finanziaria impresale	22,2	25,3	22,0	30,9	24,8
Calo della domanda	26,2	21,2	23,5	33,4	25,9
Tempi di rientro troppo elevati	5,3	3,5	6,3	4,5	4,9
Carenza di credito bancario	5,3	6,0	7,4	14,4	7,9
Altro	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Non sa /Non risponde	1,5	0,7	1,8	1,1	1,3

Sistema Italia: ambiente ideale per l'innovazione?

- ▶ **Il sistema Italia purtroppo non è l'ambiente ideale per lo sviluppo dell'innovazione.** Infatti, il **Global Innovation Index nell'edizione del 2015** pone l'Italia al **30° posto** con un punteggio pari a quello del Portogallo. Meglio dell'Italia fanno Paesi quali Malta, Estonia e Slovenia mentre le prime posizioni sono occupate da Svizzera, Regno Unito e Svezia con gli Stati Uniti d'America ad occupare la quinta posizione e la Cina la ventottesima piazza
- ▶ **Dati analizzati dall'OBI:** investimenti effettuati nel 2014 e previsti nel 2015; Incidenza media degli investimenti in innovazione sul fatturato

Propensione ad innovare delle imprese italiane e incidenza media degli investimenti

- ▶ Nel complesso nel 2014 il 51,5% delle imprese che hanno effettuato investimenti produttivi ha introdotto innovazioni, percentuale che sale al 64% per le previsioni per il 2015
- ▶ Al contempo, aumenta anche l'incidenza media che gli investimenti produttivi in innovazione hanno sul fatturato: dal 23,8% del 2014 al 25,2% previsto per il 2015
- ▶ **Carattere strutturale e non sporadico degli investimenti produttivi in innovazione** da parte delle imprese, come dimostra il fatto che il 79,1% delle imprese che hanno effettuato investimenti produttivi in innovazione nel 2014 hanno previsto di effettuarli anche nel 2015

Propensione ad innovare delle imprese italiane e incidenza media degli investimenti(2)

- ▶ Un altro aspetto importante da sottolineare è il **carattere più innovativo che caratterizza le imprese che esportano** rispetto a quelle focalizzate solo sul mercato interno
- ▶ Nel 2014 il 60,4% delle imprese che esportano ha effettuato investimenti in innovazione contro il 38,9% delle imprese che non esportano. Le previsioni per il 2015 evidenziano una crescita delle suddette percentuali ed un parziale recupero delle imprese che non esportano per cui si prevede che la propensione ad innovare raggiunga il 53,8% contro il 70% delle imprese che esportano
- ▶ Nel 2014, l'incidenza media degli investimenti è risultata pari al 25% per le imprese esportatrici contro il 21% per le imprese non esportatrici e le previsioni per il 2015 evidenziano ancora il gap a favore delle imprese esportatrici (con un'incidenza media pari al 26%) rispetto alle imprese non esportatrici (caratterizzate da un'incidenza media del 23%)

Propensione ad innovare delle imprese e incidenza media degli investimenti: differenze settoriali

- ▶ Tra i settori emerge quello del manifatturiero caratterizzato dalla propensione ad innovare maggiore il 61,3% per il 2014 ed il 69,3% per le previsioni per il 2015
- ▶ Nel 2014 le imprese edili presentano una propensione minima ad innovare pari al 27,8% e beneficiano di un deciso recupero per le previsioni per il 2015 pari al 48,1%. Un deciso recupero si registra anche per l'incidenza degli investimenti produttivi in innovazione sul fatturato aziendale, incidenza che dal 9,3% del 2014 sale al 15,1% del 2015
- ▶ Per le imprese del settore dell'ICT se da un lato gli investimenti produttivi in innovazione si sono diffusi tra le imprese (dal 47,7% del 2014 al 58,4% del 2015) dall'altro lato si registra, a differenza degli altri settori, una diminuzione della loro importanza in termini di fatturato (dal 25% del 2014 al 19,1% del 2015)
- ▶ Nel settore del turismo nel tempo è stato caratterizzato da stabilità sia in termini di percentuale di imprese che investono in innovazione (pari al 42,4% del 2014 al 48,6% del 2015) che in termini di incidenza degli investimenti in innovazione sul fatturato aziendale (pari al 20,2% ed al 20,5% rispettivamente per il 2014 ed il 2015)

Propensione ad innovare delle imprese e incidenza media degli investimenti: differenze settoriali

		Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale Imprese
2014	Si	61,3	27,8	47,7	42,4	51,5
	No	34,7	68,6	50,9	53,8	44,6
	Non sa/non risponde	4,1	3,6	1,4	3,8	3,9
	Incidenza media	26,4	9,3	25,0	20,2	23,8
2015	Si	69,3	48,1	58,4	48,6	64,0
	No	29,0	43,5	38,6	45,6	32,9
	Non sa/non risponde	1,7	8,4	3,0	5,7	3,1
	Incidenza media	28,0	15,1	19,1	20,5	25,2

Fonte: Dati Osservatorio Banche - Imprese (2014)

Propensione ad innovare delle imprese e incidenza media degli investimenti: differenze territoriali

- ▶ Nel 2014 le imprese del Nord Est e quelle del Nord Ovest hanno registrato una propensione ad innovare leggermente superiore alla soglia del 50% (rispettivamente pari al 54,9% ed al 50,8%)
- ▶ Per il 2015 si prevede un deciso aumento della propensione ad innovare che raggiungerà il valore massimo per le imprese del Nord Ovest (pari al 74,5%) seguite da quelle del Sud ed Isole caratterizzate dalla crescita più ampia (pari al 62,5%)
- ▶ Di contro, nel Nord Ovest e nel Sud ed Isole vi sarà una diminuzione dell'incidenza media degli investimenti produttivi in innovazione sul fatturato aziendale, incidenza che passerà dal 25,4% del 2014 al 22,3% del 2015 per le imprese del Nord Ovest e dal 22,6% al 22,5% per le imprese del Sud ed Isole. Più elevata ed in crescita risulta al contrario l'incidenza degli investimenti produttivi in innovazione sul fatturato delle imprese del Nord Est e del Centro Italia: dal 22,6% del 2014 al 28,1% del 2015 per il primo gruppo di imprese e dal 24% del 2014 al 27,8% del 2015 per il secondo gruppo di imprese

Propensione ad innovare delle imprese e incidenza media degli investimenti: differenze territoriali(2)

		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale Imprese
2014	Si	50,8	54,9	49,2	49,0	51,5
	No	44,9	42,7	45,0	47,7	44,6
	Non sa/non risponde	4,3	2,4	5,7	3,4	3,9
	Incidenza media	25,4	22,6	24,0	22,6	23,8
2015	Si	74,5	58,6	57,8	62,5	64,0
	No	23,3	36,8	39,3	32,8	32,9
	Non sa/non risponde	2,2	4,6	2,9	1,8	3,1
	Incidenza media	22,3	28,1	27,8	22,5	25,2

Fonte: Dati Osservatorio Banche - Imprese (2014)

Propensione ad innovare delle imprese e incidenza media degli investimenti: differenze dimensionali(addetti)

- ▶ La dimensione condiziona la propensione ad innovare delle imprese italiane
- ▶ Nel dettaglio, le imprese di piccola dimensione che hanno effettuato investimenti produttivi, nel 47,4% dei casi nel 2014 hanno introdotto forme di innovazione (contro il 75,5% per le imprese di medie dimensioni e il 72,2% per le imprese grandi). Il gap a sfavore delle piccole imprese permane anche se in misura meno ampia per le previsioni relative al 2015, anno in cui investimenti produttivi in innovazione sono previsti per il 60,8% delle piccole imprese contro il 76,7% e l'84% rispettivamente per le imprese medie e grandi
- ▶ Nel 2014, gli investimenti produttivi in innovazione hanno avuto un'incidenza media sul fatturato aziendale pari al 20,8% per le piccole imprese rispetto al 34,8% delle imprese medie e al 31,1% delle imprese grandi. Le previsioni per il 2015 registrano una lieve diminuzione per le imprese di medie dimensioni (34,5%) mentre aumenta decisamente l'incidenza media che caratterizza le imprese grandi (38,2%) così come aumenta, anche se in misura contenuta, l'incidenza media sul fatturato aziendale degli investimenti produttivi in innovazione per le piccole imprese che raggiungono il 22,1%

Propensione ad innovare delle imprese e incidenza media degli investimenti: differenze dimensionali (addetti)

		Piccola	Media	Grande	Totale Imprese
2014	Si	47,4	75,5	72,2	51,5
	No	48,5	22,1	25,7	44,6
	Non sa/non risponde	4,0	2,3	2,0	3,9
	Incidenza media	20,8	34,8	32,1	23,8
2015	Si	60,8	76,7	84,0	64,0
	No	35,5	23,3	12,5	32,9
	Non sa/non risponde	3,7	0,0	3,5	3,1
	Incidenza media	22,1	34,5	38,2	25,2

Fonte: Dati Osservatorio Banche - Imprese (2014)

Propensione ad innovare delle imprese e incidenza media degli investimenti: differenze dimensionali(fatturato)

- ▶ Le imprese con un fatturato pari o superiore ai 10 milioni di euro evidenziano una propensione ad innovare decisamente più ampia rispetto alle imprese con un fatturato più modesto. La propensione ad innovare più diffusa caratterizza inoltre le imprese di più grandi dimensioni: tra le imprese che hanno effettuato investimenti produttivi nel 2014, ben il 72,9% delle imprese con un fatturato oltre i 40 milioni di euro ha introdotto un'innovazione, percentuale che sale all'80,9% per le previsioni per il 2015

Propensione ad innovare delle imprese italiane: differenze per livello di istruzione del titolare

- ▶ Tra le imprese manifatturiere condotte da un titolare con licenza media inferiore il 41,5% ha investito in innovazione, contro il 59,6% per le imprese condotte da un titolare con un titolo di licenza media superiore ed il 76,8% per le imprese condotte da un titolare in possesso di una laurea. Le previsioni per il 2015 evidenziano un aumento della propensione ad innovare per tutti i sottogruppi delle imprese del settore manifatturiero con il valore massimo che si registra per le imprese condotte da un titolare in possesso di una laurea (pari al 77,8%) a cui seguono le imprese condotte da un titolare con licenza di scuola media superiore (pari al 66,1%) e successivamente le imprese condotte da un titolare con licenza media inferiore (pari al 64,3%)
- ▶ L'effetto positivo del titolo di studio emerge anche con riferimento all'incidenza media che gli investimenti produttivi in innovazione hanno sul fatturato aziendale delle imprese del settore manifatturiero. Infatti, per gli investimenti produttivi in innovazione effettuati nel 2014 l'incidenza media è risultata pari al 16,3% per le imprese condotte da un titolare con licenza media inferiore, pari al 27,1% per le imprese condotte da un titolare con licenza media superiore ed infine pari al 28,7% per le imprese condotte da un titolare in possesso di una laurea. Rispetto al 2014, per il 2015 si prevede un aumento dell'incidenza media sul fatturato degli investimenti produttivi in innovazione fino al 27,4% ed al 28,1% rispettivamente per le imprese condotte da un titolare con licenza media inferiore e per le imprese condotte da un titolare con licenza media superiore mentre una lieve flessione al 28,4% caratterizzerà le imprese condotte da un titolare in possesso di una laurea

Propensione ad innovare delle imprese italiane: differenze per livello di istruzione del titolare(2)

- ▶ Per il settore delle costruzioni, le imprese condotte da un titolare con licenza media inferiore sono caratterizzate dalla propensione ad innovare relativamente più elevata sia per il 2014 (pari al 29,4%) che in previsione per il 2015 (pari al 63,5%). Anche per il settore delle costruzioni le previsioni per il 2015 evidenziano un deciso aumento della propensione ad innovare rispetto a quanto registrato per il 2014. In termini di incidenza media degli investimenti in innovazione sul fatturato aziendale, le imprese del settore delle costruzioni condotte da un titolare con licenza media superiore per il 2015 registrano il valore più elevato e pari al 26,4% mentre in diminuzione risulta l'incidenza media per le imprese condotte da un titolare con in possesso una laurea (dal 10% del 2014 al 5,5% del 2015)
- ▶ Gli investimenti produttivi in innovazione rispetto al fatturato aziendale assumono un peso maggiore per le imprese del settore dell'ICT condotte da un titolare con la licenza media superiore anche se le previsioni per il 2015 registrano una lieve flessione: al 32,2% dal 35,9%. La flessione dell'incidenza media caratterizzerà anche le imprese condotte da un titolare in possesso di una laurea: dal 17% del 2014 al 13,8% previsto per il 2015. Per le imprese condotte da un titolare con licenza media superiore la propensione ad innovare per il 2015 è prevista in diminuzione al 54% rispetto al 56,4% del 2014 mentre per le imprese condotte da un titolare in possesso di una laurea la propensione ad innovare sale dal 50,8% del 2014 al 68,9% previsto per il 2015

Propensione ad innovare delle imprese italiane: differenze per livello di istruzione del titolare(3)

- ▶ Nel settore del turismo sono le imprese condotte da un titolare con licenza media inferiore ad evidenziare la propensione ad innovare maggiore e prevista in crescita nel 2015, fino a raggiungere il 100% dal 68,9% del 2014. Decisamente più contenuta ma ugualmente in crescita è la propensione ad introdurre innovazioni sia per le imprese condotte da un titolare con licenza media superiore che per le imprese condotte da un titolare in possesso di una laurea: dal 37,8% al 39,2% per le prime e dal 46,9% al 58,6% per le seconde
- ▶ Ragionando in termini di incidenza media degli investimenti produttivi in innovazione sul fatturato aziendale, le imprese del settore del turismo condotte da un titolare con licenza media inferiore evidenziano un incremento (dal 15% del 2014 al 33,8% previsto per il 2015) mentre si riduce l'incidenza media che caratterizza le imprese condotte da un titolare con licenza media superiore (dal 20,6% al 18,7%). In lieve crescita risulta infine l'incidenza media che caratterizza le imprese del settore del turismo condotte da un titolare con in possesso una laurea (dal 21,7% del 2014 al 22,4% delle previsioni per il 2015)

Propensione ad innovare delle imprese italiane: differenze per livello di istruzione del titolare(3)

Tabella 4.3 - Investimenti produttivi in innovazione effettuati (2014) e previsti (2015) ed incidenza media sul fatturato per grado d'istruzione del titolare (valori percentuali)

		Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	
Licenza media	2014	Si	41,5	29,4	0,0	68,9
		No	52,0	68,7	86,9	31,1
		Non sa /Non risponde	6,5	1,8	13,1	0,0
		incidenza media	16,3	10,6	n.d.	15,0
	2015	Si	64,3	63,5	0,0	100,0
		No	31,4	25,6	85,8	0,0
incidenza media		27,4	9,7	n.d.	33,8	
Scuola superiore	2014	Si	59,6	26,8	56,4	37,8
		No	37,6	68,3	43,6	58,3
		Non sa /Non risponde	2,8	4,8	0,0	3,9
		incidenza media	27,1	8,1	35,9	20,6
	2015	Si	66,1	36,8	54,0	39,2
		No	32,7	56,2	44,4	57,4
incidenza media		28,1	26,4	32,2	18,7	
Laurea	2014	Si	76,8	27,9	50,8	46,9
		No	17,8	69,0	49,2	49,0
		Non sa /Non risponde	5,4	3,1	0,0	4,0
		incidenza media	28,7	10,0	17,0	21,7
	2015	Si	77,8	54,1	68,9	58,6
		No	21,1	37,8	29,0	29,9
incidenza media		28,4	5,5	13,8	22,4	

I canali dell'innovazione

- ▶ **Esterni:** acquisto di macchinari e/o procedure avanzate
- ▶ **Interni:** R&S interno dell'impresa a cui si affianca in secondo luogo l'organizzazione di corsi di formazione per il personale dell'impresa
- ▶ **Altri canali:** progetti in collaborazione con le altre imprese o l'attività di ricerca in collaborazione con gli enti pubblici di ricerca (in primis Università)

I canali dell'innovazione: differenze settoriali

- ▶ Le imprese del settore manifatturiero ricorrono principalmente all'acquisto di macchinari e/o procedure avanzate ed alla ricerca e lo sviluppo all'interno dell'impresa, canali utilizzati in misura preponderante anche dalle imprese del settore dell'ICT
- ▶ Leggermente differente è il quadro per le imprese del settore delle costruzioni e del settore del turismo, che come le altre ricorrono principalmente all'acquisto di macchinari e/o procedure avanzate ma a cui si affianca l'organizzazione di corsi di formazione per il personale dell'impresa mentre decisamente minoritario è il peso della ricerca e dello sviluppo all'interno dell'impresa

I canali dell'innovazione: differenze settoriali(2)

Tabella 4.4 - *Metodi/canali utilizzati o da utilizzare per l'introduzione delle innovazioni produttive e/o gestionali (valori percentuali, risposta multipla)*

	Manifatturiero	Costruzioni	ICT	Turismo	Totale imprese
Ricerca e Sviluppo all'interno dell'Impresa	45,2	5,6	61,7	5,7	37,1
Ricerca in collaborazione con Università enti pubblici di ricerca	7,1	4,8	16,5	0,0	6,6
Progetti avviati e/o gestiti in collaborazione con altre imprese	7,6	9,3	17,3	6,9	8,0
Progetti sviluppati attraverso la partecipazione a Distretti Tecnologici Consorzi di ricerca	3,4	2,6	16,6	0,0	3,4
Acquisto di brevetti/ licenze tecnologiche	3,4	2,2	8,4	4,4	3,4
Acquisto di macchinari/procedure avanzate	48,0	38,9	56,8	42,1	46,5
Organizzazione di corsi di formazione per il personale dell'Impresa	19,0	23,0	36,2	28,8	20,8
Implementazione di metodologie di riorganizzazione dei cicli di lavoro interni all'impresa	7,0	7,9	27,7	12,8	8,1
Altro	0,2	0,0	7,2	0,0	0,3
Non sa /Non risponde	18,3	32,1	3,6	22,4	20,3

I canali dell'innovazione: differenze territoriali

- ▶ Il canale utilizzato in misura maggiore per l'introduzione dell'innovazione risulta l'acquisto di macchinari e/o procedure avanzate. Segue poi la ricerca e lo sviluppo all'interno dell'impresa con qualche distinguo tra le quattro macro-aree, essendo il canale più frequentemente utilizzato dalle imprese del Centro Italia rispetto alle imprese del Sud e delle Isole. Infine, tra i diversi canali utilizzati per l'introduzione delle innovazioni si posiziona al terzo posto l'organizzazione di corsi di formazione per il personale dell'impresa, corsi utilizzati con più frequenza dalle imprese del Nord Est e del Centro Italia rispetto alle imprese del Nord Ovest e del Sud ed Isole

I canali dell'innovazione: differenze territoriali(2)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale imprese
Ricerca e Sviluppo all'interno dell'Impresa	34,6	43,2	40,6	25,6	37,1
Ricerca in collaborazione con Università enti pubblici di ricerca	4,6	9,1	7,8	4,2	6,6
Progetti avviati e/o gestiti in collaborazione con altre imprese	8,7	11,0	4,2	5,7	8,0
Progetti sviluppati attraverso la partecipazione a Distretti Tecnologici Consorzi di ricerca	2,9	4,6	3,8	1,5	3,4
Acquisto di brevetti/ licenze tecnologiche	2,4	2,0	7,2	3,5	3,4
Acquisto di macchinari/procedure avanzate	47,9	54,8	30,4	47,8	46,5
Organizzazione di corsi di formazione per il personale dell'Impresa	14,5	25,6	26,4	17,3	20,8
Implementazione di metodologie di riorganizzazione dei cicli di lavoro interni all'impresa	4,6	10,7	7,0	12,2	8,1
Altro	0,0	0,0	0,0	2,1	0,3
Non sa /Non risponde	23,6	16,5	15,1	27,2	20,3

Osservatorio Banche e Imprese: per saperne di più

- ▶ <http://www.bancheimprese.it/>