

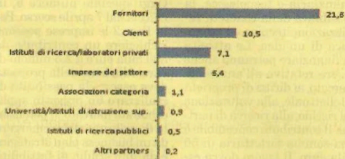
La foto scattata dall'indagine dell'Istituto Tagliacarne per lo studio *Le Luxus Sinacta*

A innovare non sono solo i big

La spesa delle pmi è pari alla metà del totale (7,8 mld)

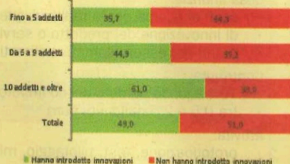
I partner coinvolti

Partner esterni coinvolti per avviare i processi innovativi (Valori percentuali); Fonte: FOCUS PMI 2014)



L'innovazione nelle PMI italiane

Imprese che nel corso del triennio 2011-2013 hanno introdotto innovazioni per dimensione aziendale in termini di addetti (Valori percentuali); Fonte: FOCUS PMI 2014)



Pagina a cura
DI GABRIELE VENTURA

Piccole imprese italiane ai vertici europei

Le piccole e medie imprese puntano sull'innovazione quanto le grandi. Con una spesa, in ricerca e sviluppo, know how, formazione, nuovi macchinari, di 7,8 miliardi di euro. Esattamente la metà degli investimenti complessivi considerate anche le grandi aziende, pari a 15,9 miliardi di euro. Non solo. Le imprese italiane innovano di più rispetto alla media europea: la quota di aziende che investe in ricerca e sviluppo è pari al 56,3%, mentre la media dell'Ue-27 è del 52,3%. Sono alcuni dei dati che emergono dal rapporto «Le tendenze innovative della piccola e media imprenditoria italiana», presentato a Focus pmi 2014, quarta edizione dell'osservatorio annuale sulle piccole e medie imprese italiane, promosso dallo studio legale e tributario *Le Luxus Sinacta*. L'indagine, condotta dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne su un campione di 1.150 aziende e riferita al periodo gennaio-dicembre 2013, si è posta l'obiettivo di verificare la propensione delle pmi a ricercare in modo stabile strategie e processi innovativi, mettendo in risalto alcune tendenze di rilievo. Vediamo i risultati.

Investimenti e settori. Le pmi che svolgono un ruolo trainante nell'innovazione, secondo quanto rilevato dall'indagine, sono quelle di dimensioni maggiori e, per quanto riguarda il settore di attività, quelle a vocazione manifatturiera. In particolare, nel triennio 2010-13 hanno introdotto innovazioni più frequentemente le aziende della meccanica, dell'elettronica e dell'automotive (57% dei casi), seguite dall'alimentare (56,7%). Le imprese che presentano una capacità di innovazione di tipo trasversale, inoltre, rappresentano

il 49,3% di quelle manifatturiere innovative, un dato leggermente inferiore alle medie dell'Unione europea (50,7%). In questi ultimi paesi risultano anche quelle più frequentemente orientate adoperare sui mercati esteri (per il 26,2% rappresenta il mercato prevalente), rispetto a quelle in cui l'innovazione è circoscritta ai soli prodotti o processi (20,5% dei casi), o soltanto all'organizzazione o marketing (13,3%). L'aspetto dimensionale, inoltre, caratterizza la maggiore o minore spinta innovativa: stando all'indagine sono infatti innovatori il 35,7% delle aziende fino a cinque addetti, il 44,9% tra quelle con 6-9 addetti e il 61% tra quelle con almeno 10

addetti. Situazione analoga si conferma sulla base del fatturato aziendale, con le imprese che hanno introdotto innovazioni pari al 30,4% tra quelle con meno di 100 mila euro di ricavi, a fronte del 72,6% tra quelle con un giro di affari superiore ai due milioni di euro.

Crescita e sinergia. L'analisi ha individuato inoltre tre principali categorie di pmi: ad alta (16% circa), media (52% circa) e bassa innovazione (31% del campione). Ed emerge che le pmi più innovative hanno registrato una crescita maggiore rispetto alle altre, con incrementi del fatturato nel triennio 2010-2013 per ben il

29% di queste. Quota che si riduce al 15% per le aziende a media innovazione e al 5% per quelle a bassa innovazione. Lo stesso trend si osserva prendendo in considerazione il parametro dell'occupazione. Inoltre, le aziende a maggior tasso di innovazione tendono in maggior misura a operare in sinergia con altre aziende facendo parte di reti di imprese. Nel complesso, le imprese che fanno parte di reti rappresentano il 15,3% tra quelle a elevato contenuto innovativo, contro il 7,4% e il 6,2% tra quelle, rispettivamente, a media e a bassa innovazione. Entrando nel dettaglio, i partner esterni più coinvolti sono in primo luogo i fornitori (21,6% dei casi). A seguire, le

aziende innovative indicano la clientela (10,5% dei casi), gli istituti di ricerca o laboratori privati (7,1%) e le imprese dello stesso settore (6,4%). Decisamente contenuto è stato invece il coinvolgimento delle associazioni di categoria (1,1%), delle università (0,9%) e infine degli istituti di ricerca pubblici (0,5%). Il settore pubblico non rappresenta quindi un interlocutore privilegiato nei processi di innovazione delle imprese.

Finanziamento pubblico, no grazie. Altro aspetto interessante contenuto nell'indagine svolta dall'Istituto Tagliacarne riguarda i canali di finanziamento utilizzati dalle pmi per sostenere gli investimenti: i principali sono il credito bancario, utilizzato dal 70,1% delle imprese che ha effettuato investimenti, e il capitale proprio (69,3%). Rientrano in quest'ultima categoria, è specificato nel rapporto, il capitale familiare, quello apportato da soci e quello azionario. Decisamente più contenuto è il ricorso ai finanziamenti pubblici, dei quali ne hanno tratto beneficio solo l'8,1% delle imprese, seguiti dai prestiti da parte di altri soggetti (3,9%) e infine dalle obbligazioni o altri titoli emessi dall'azienda (1,8%).

La formazione. Tra le imprese che hanno introdotto innovazioni, infine, quelle che pensano di avviare percorsi di formazione ad hoc risultano poco meno della metà (44,9%). A livello settoriale, le imprese più orientate alla formazione sono quelle dell'alimentare, bevande e tabacco (51,3%), seguite da quelle della meccanica, elettronica e automotive (48,5%). Quanto alle dimensioni, invece, le imprese più grandi risultano più propense alla formazione (53,4%), al confronto di quelle intermedie (42%) e di quelle più piccole (27,8%).

— © Riproduzione riservata —

— © Riproduzione riservata —