



CONFINDUSTRIA
Piccola Industria

> L'IMPRENDITORE <

IL NUOVO RINASCIMENTO È L'IMPRESA

MAGGIO 2014

CONFINDUSTRIA

ASSEMBLEA 2014





Innovare un percorso obbligato

Imprese
e
innovazione

L'innovazione è decisiva per la competitività internazionale delle pmi italiane che, in controtendenza rispetto alle classifiche europee, presentano una buona propensione a innovare e una spiccata attitudine a farlo in maniera sempre più trasversale e integrata, a beneficio dell'intero sistema economico nazionale. Tuttavia, esiste un potenziale inesperto: una pmi su quattro non è pienamente consapevole della propria capacità di innovazione, da far emergere per favorire la crescita sui mercati internazionali. È quanto risulta dal rapporto "Le tendenze innovative della piccola e media imprenditoria italiana", presentato al Focus PMI 2014, IV edizione dell'Osservatorio annuale sulle piccole e medie imprese italiane, promosso dallo studio legale LS LexjusSinacta e svoltosi presso la sede di Borsa Italiana a Milano.

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.

Contrariamente a quanto emerge dalle rilevazioni a livello europeo, che spesso non tengono conto delle specificità del sistema paese, l'Italia presenta una capacità di innovazione di tutto rilievo, che deriva in larga misura dal contributo delle pmi e dalla loro propensione a innovare in maniera trasversale e integrata.

A differenza di altre economie europee, dove il contributo delle grandi aziende è preponderante, in Italia si osserva un sostanziale equilibrio tra le risorse investite in innovazione dalle pmi (49%) e dalle grandi aziende (51%). Sul totale

I RISULTATI DEL RAPPORTO **LE TENDENZE INNOVATIVE DELLA PICCOLA E MEDIA IMPRENDITORIA ITALIANA**, PRESENTATO ALLA IV EDIZIONE DELL'OSSERVATORIO ANNUALE SULLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE ITALIANE, PROMOSSO DA LEXJUSSINACTA

della spesa per innovazione delle imprese italiane, superiore a 15,9 miliardi di euro, ben 7,8 sono a carico delle pmi.

Un dato rilevante, soprattutto se paragonato con quello della Germania, dove le pmi hanno investito in innovazione 9,3 miliardi di euro su un totale di 70. Anche in termini di quota di imprese innovative, il sistema produttivo nazionale si posiziona avanti rispetto alla media dell'Unione europea: innova il 56,3% delle imprese italiane, incidenza superiore a quella dell'Ue-27, pari al 52,9%.

In linea con quanto rilevato dall'indagine, questi dati indicano come l'innovazione nel nostro paese venga perseguita dalle imprese non solo e non tanto attraverso gli investimenti nella ricerca e sviluppo, ma anche e soprattutto nella possibilità di acquisire know how e apparecchiature innovative, nella creatività e capacità inventiva delle piccole e medie imprese del territorio.

Un'innovazione trasversale e integrata, che non si limita ai beni e servizi prodotti e commercializzati, ma abbraccia un ambito ben più ampio che va dai prodotti ai processi, dall'organizzazione interna alle relazioni esterne, dalle attività realizzate alle politiche di sviluppo. 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 più frequentemente introdotto innovazioni le aziende della meccanica, dell'elettronica e dell'automotive (57% dei casi), seguite – a sorpresa – dall'alimentare (56,7%).

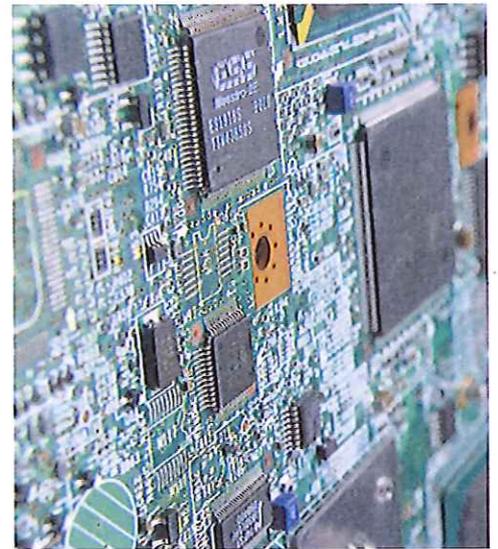
L'analisi ha individuato 3 principali categorie di pmi, ad alta (16% circa), media (52% circa) e bassa innovazione (31% del campione). Pur in

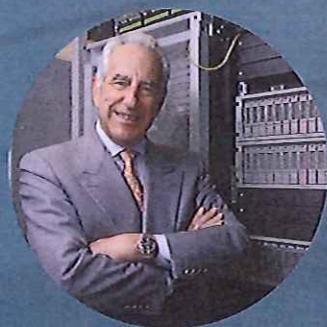
un contesto di contrazione economica, le pmi più innovative hanno registrato una crescita maggiore rispetto alle altre, con incrementi del fatturato nel triennio 2010-13 per ben il 29% di queste; quota che si riduce al 15% per le aziende a media innovazione e al 5% per quelle a bassa innovazione. Lo 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, un fenomeno che evidenzia come l'innovazione sia un concetto ampio che non comprende solo la tecnologia nei prodotti o nei processi produttivi ma che si estende all'intera organizzazione aziendale. Nel complesso le imprese che fanno parte di reti rappresentano il 15,3% tra quelle ad elevato contenuto innovativo, contro il 7,4% e il 6,2% tra quelle, rispettivamente, a media e bassa innovazione.

Le pmi più innovative sono anche quelle che riportano progressi maggiori su fattori strategici per la competitività dell'azienda, quali l'aumento della capacità produttiva e un migliore utilizzo delle risorse umane.

Al contrario, a minori livelli di innovazione, le imprese puntano in maggior misura su fattori di più basso profilo, quali il contenimento dei costi, l'adeguamento agli standard qualitativi internazionali e le possibilità di accesso ai mercati. In particolare, l'investimento in capitale umano, elemento strategico su cui puntare per i processi di innovazione, non è sufficientemente considerato tale in Italia: l'80% circa di imprese assume al massimo il 9% di personale high-skills sul totale delle assunzioni, rispetto a casi come la Germania, dove il 67% delle imprese assume meno del 10% di personale >





NON POSSIAMO RESTARE A GUARDARE

di Ennio Lucarelli, Presidente Confindustria Servizi innovativi e Tecnologici

L'iniziativa di tenere un Focus periodico sulla pmi è un'esperienza di grande interesse per la media e piccola impresa del made in Italy, che va tuttavia inquadrata nell'ambito europeo e nazionale, ancora oggi alle prese con una crisi che ha messo a nudo le debolezze strutturali dei sistemi paese. In questo difficile contesto è necessario: impegnarsi per innovazione, ricerca e Agenda digitale, trasversale a cittadini, imprese e Pubblica amministrazione, valorizzando le piattaforme tecnologiche comuni a imprese e università per facilitare l'accesso ai fondi europei; creare valore per il manifatturiero, attraverso le sinergie fra servizi ed industria; sviluppare servizi per la cultura, il turismo; costituire condizioni comuni in Europa per fare impresa e perseguire l'attuazione delle riforme necessarie quali liberalizzare i mercati fra gli Stati e al loro interno, rafforzare l'innovazione e l'integrazione europea, diminuire il peso fiscale sul lavoro e sulle imprese e, comunque, il peso pubblico nell'economia, tagliando ogni spreco.

È in atto la rivoluzione digitale che sta cambiando radicalmente il modo di produrre, vendere e distribuire di tutti i settori tradizionali siano essi servizi o manifattura. I business service sono quindi, grazie al digitale, ancora di più al cuore della competitività delle imprese in tutti i paesi avanzati e anche in quelli emergenti. L'Italia non può restare a guardare.

Di questi temi si è studiato nell'High Level Group on Business Services insediato nel 2013 presso la Commissione europea. Le sue conclusioni confermano il ruolo fondamentale del business service come motore di innovazione in tutti gli ambiti dell'economia e della società.

I temi centrali identificati dall'High Level Group per facilitare la crescita sono: completamento del mercato interno, appalti pubblici da rendere capaci di comprare qualità, innovazione, tecnologia, istruzione e formazione. La partita delle policy industriali per i servizi è di grande rilevanza se, secondo stime dell'Ocse, sarà possibile rimuovere tutti i vincoli di mercato esistenti nel settore dei servizi, l'Unione raggiungerebbe infatti un aumento della crescita dell'1,8%, e la creazione di 2,5 milioni di posti di lavoro. In Italia questo stesso processo potrebbe portare a una maggiore crescita del Pil nell'ordine del +2% (quasi quello che paghiamo di interessi ogni anno per il debito pubblico). Concludo, con la raccomandazione per favorire la crescita e lo sviluppo, di porre la massima attenzione a innovazione e piattaforme tecnologiche d'impresa e università; alle imprese creative per il turismo, la cultura e l'industria; al contrasto ai monopoli pubblici in campo dei servizi. Un grande presidente americano, John Fitzgerald Kennedy diceva della crisi: "Scritta in cinese la parola crisi è composta di due caratteri. Uno rappresenta il pericolo e l'altro rappresenta l'opportunità". Come imprenditore mi riconosco a pieno nella parola opportunità che deve aiutarci a batterci con grande convinzione giorno dopo giorno per puntare senza riserve sull'innovazione.



skillato, e la Spagna, con il 46% di casi. Tra le pmi che si autopercepiscono come altamente innovative, quelle che hanno effettivamente introdotto innovazioni sono il 79,8%; il 60,7% tra quelle posizionate a metà e il 14,3% tra quelle che, invece, si dichiarano poco innovative. Nonostante il livello di innovazione di un'azienda sia determinato da numerosi fattori, circa una su cinque tra quelle che si definisce molto innovativa di fatto nel triennio 2011-2013 non ha introdotto innovazioni, un aspetto che fa presupporre una perdita di competitività e di capacità innovativa. Al tempo stesso, tra le aziende che si sono definite con bassa propensione ad innovare, si rileva un sottogruppo pari al 25% del totale che appare propenso, pur non essendone pienamente consapevole, a operare nella direzione dell'innovazione, destinando risorse umane e finanziarie, realizzando specifiche attività, effettuando investimenti per la crescita dell'azienda e ricercando collaborazioni con altre imprese per creare quelle sinergie necessarie alla crescita competitiva. In particolare, una pmi su sette tra quelle che si definiscono meno innovative ha di fatto introdotto all'interno della propria azienda innovazioni significative, un fattore molto importante che potrebbe consentire di spostarsi verso aree di mercato in grado di offrire maggiori opportunità.

L'indagine ha così rilevato la presenza di numerose aziende propense a operare nella direzione dell'innovazione, ma non pienamente consapevoli del proprio potenziale, che necessitano di un supporto affinché l'innovazione si integri in tutti i processi aziendali. È quindi possibile favorire la crescita e la competitività del sistema facendo emergere il potenziale di innovazione ancora "sottotraccia" nelle pmi, attraverso meno tasse, export e soprattutto open innovation: puntando cioè non soltanto sulla ricerca e sviluppo tradizionale, ma anche sull'attrarre talenti dall'esterno, in un processo creativo di co-generazione delle idee.

R.d.C.