

10° FORUM EUROPEO "Manfredo Golfieri"

19 Dicembre 2013

L'innovazione senza ricerca? Limiti e prospettive.

*Inquadramento statistico della propensione
all'innovazione delle imprese italiane e calabresi.*

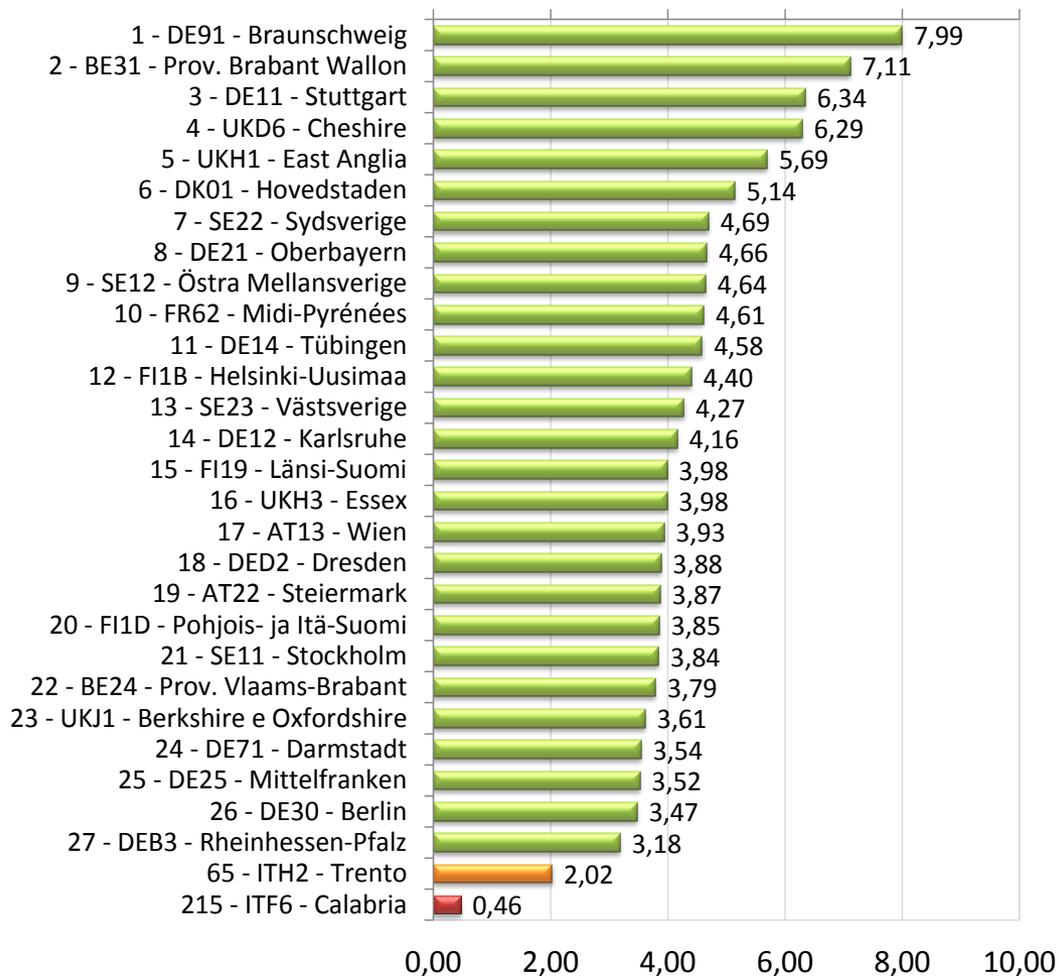
Alessandro Rinaldi

Dirigente Area Studi

CamCom Universitas Mercatorum

Graduatoria delle regioni comunitarie per spesa R&S sul PIL

Anno 2010 (quote sul prodotto interno lordo)



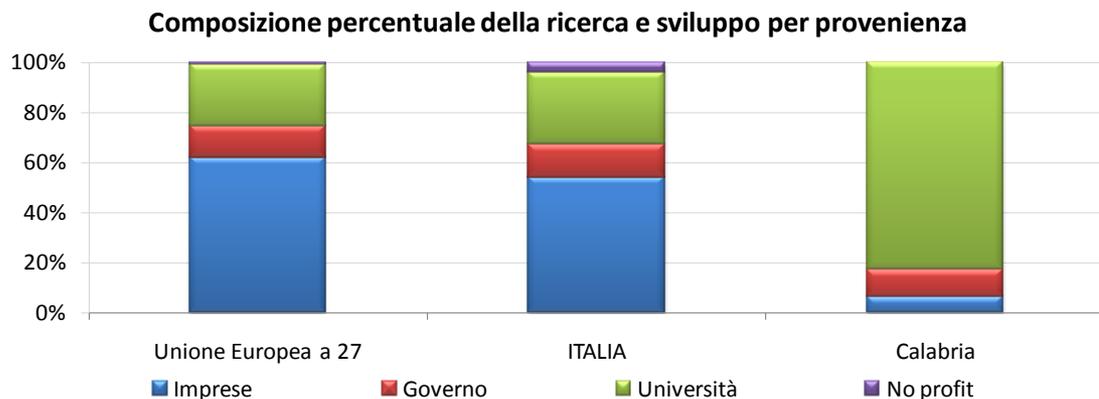
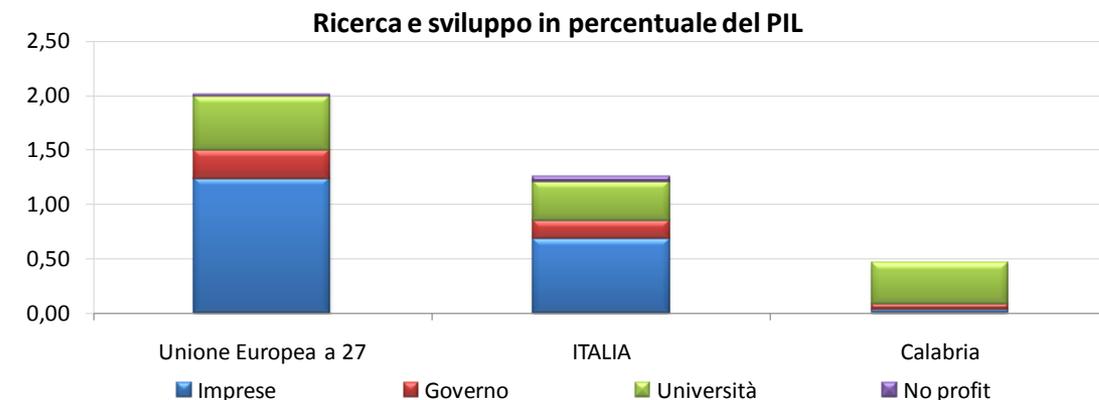
Secondo gli obiettivi comunitari, un'economia non può dirsi competitiva se non raggiunge un'incidenza della spesa in Ricerca e Sviluppo pari ad almeno tre punti percentuali del Pil.

Tra le 27 regioni comunitarie (NUTS2) che già raggiungono l'obiettivo, non compare nessuna realtà italiana. La prima che incontriamo in graduatoria è Trento, 65-esima, con una quota pari al 2,02%.

La Calabria è ultima tra le italiane e 215-esima (su 252 regioni censite) nel panorama comunitario, grazie ad un valore pari ad appena lo 0,46% della ricchezza annualmente prodotta.

Ricerca e sviluppo in percentuale del PIL

Anno 2010 (quote sul prodotto interno lordo e composizioni percentuali)



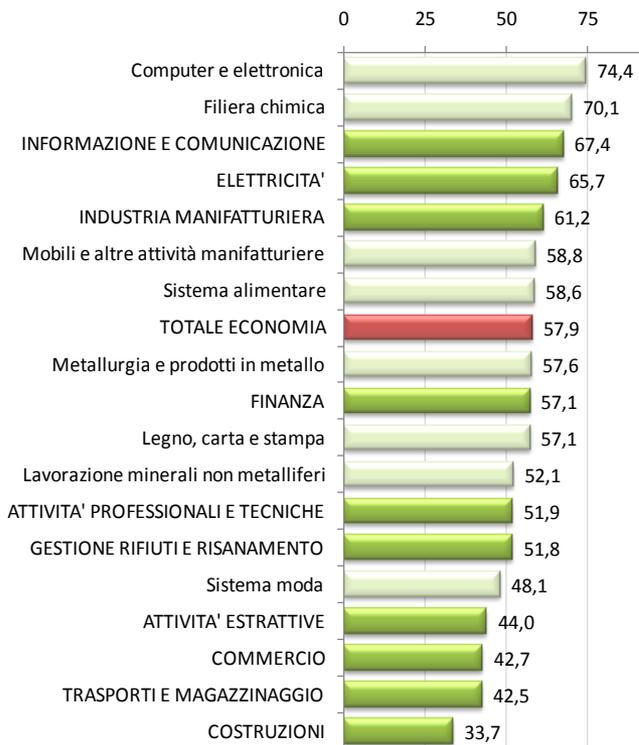
In Italia, nella ripartizione tra origini istituzionali della ricerca, appare evidente il mancato contributo del sistema imprenditoriale.

Nell'Unione Europea, l'incidenza della spesa delle imprese sul Pil è pari a circa lo 0,68%, ovvero poco più della metà di quanto osservato in ambito comunitario (1,24%). In Calabria, il contributo delle imprese è impercettibile (0,03%), nonostante un sistema universitario che riesce a reggere nel confronto nazionale.

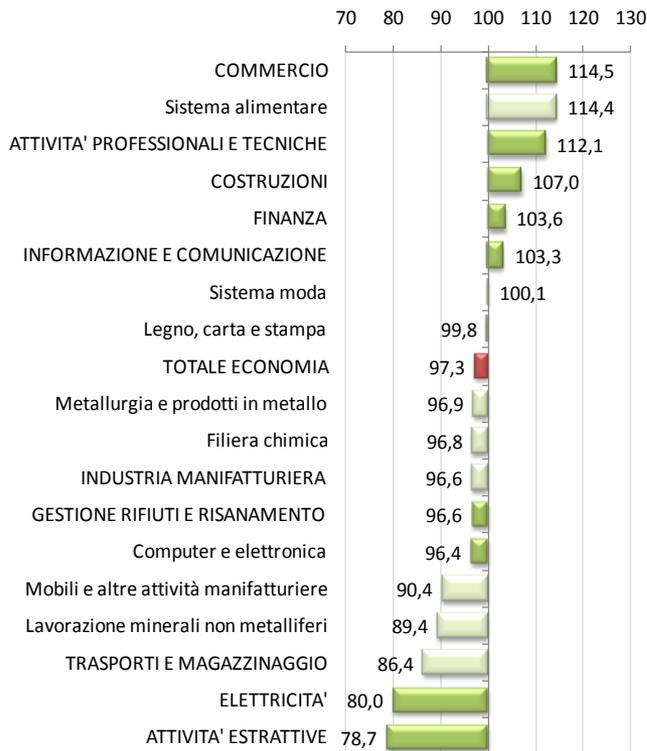
La motivazione è di tipo strutturale. Il sistema imprenditoriale italiano (e ancor più calabrese) è spesso non sufficientemente solido, sul profilo organizzativo e finanziario, per supportare gli elevati rischi che l'approccio scientifico all'innovazione richiede.

La diffusione dei processi innovativi tra i settori di attività economica e nel sistema manifatturiero italiano

Incidenza percentuale imprese italiane oltre dieci addetti che hanno introdotto innovazioni



Rapporto percentuale tra quota di imprese innovatrici italiane e dei grandi Paesi comunitari*



* Italia, Francia, Germania, Spagna e Regno Unito

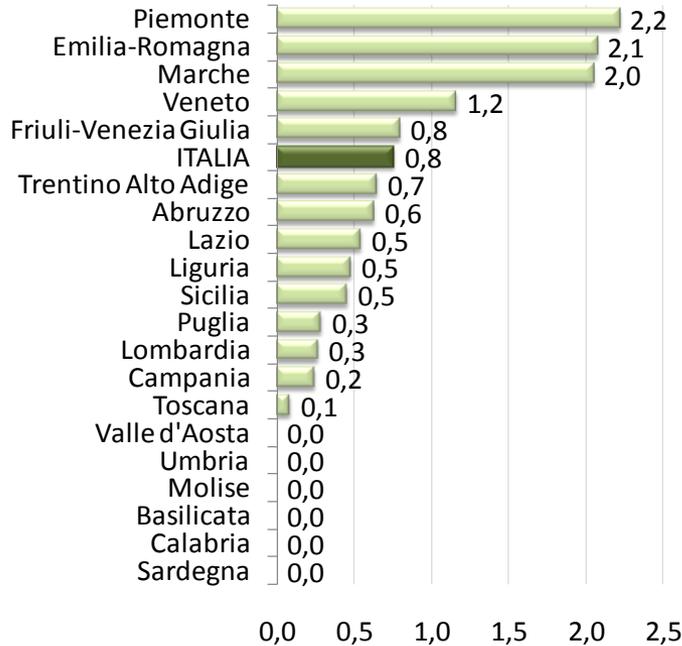
Nonostante la poca ricerca, la quota di imprese con almeno dieci addetti che riesce ad innovare (57,9%; 66mila e 750) è in linea con quanto osservabile nell'Unione Europea e perfino tra le grandi realtà comunitarie (Germania, Francia, Spagna e Regno Unito).

In termini numerici, però, le imprese italiane che rispettano la soglia dimensionale dei 10 addetti sono meno di quanto osservabile nei grandi Paesi comunitari (118 mila).

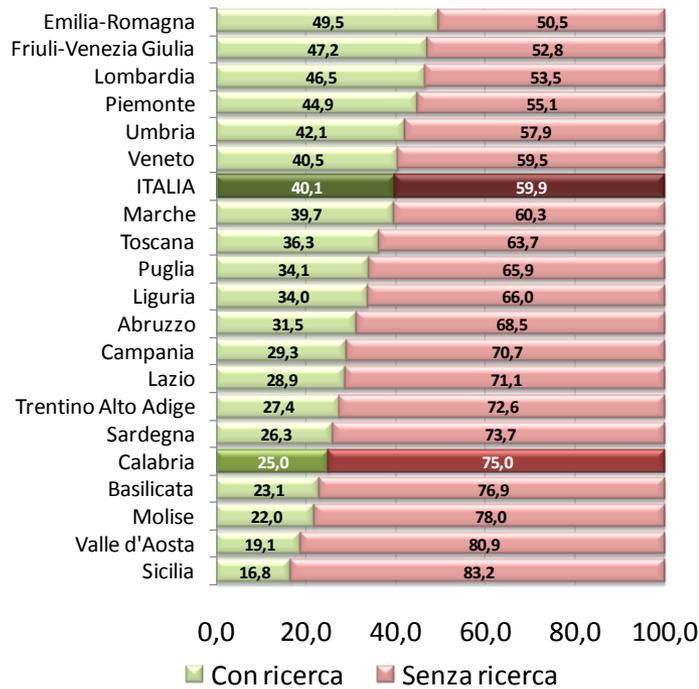
Tra i settori economici e i comparti manifatturieri, la maggior diffusione di imprese innovatrici si rileva nell'elettronica (74,4%), nella filiera chimica (70,1%) e nell'ICT (67,4%). E' nel commercio e nel sistema alimentare che, tuttavia, si riscontrano risultati sensibilmente migliori dei nostri competitor.

Innovazione con e senza ricerca

Quota di imprese che fanno o acquisiscono ricerca senza produrre innovazione (anno 2010; imprese oltre i dieci addetti)



Quota di imprese innovatrici che fanno o acquisiscono ricerca



La ricerca è una condizione sufficiente ma non necessaria affinché l'impresa sia innovatrice.

Tra le imprese che svolgono o acquistano servizi di ricerca, solo nello 0,8% si tratta di imprese non innovatrici.

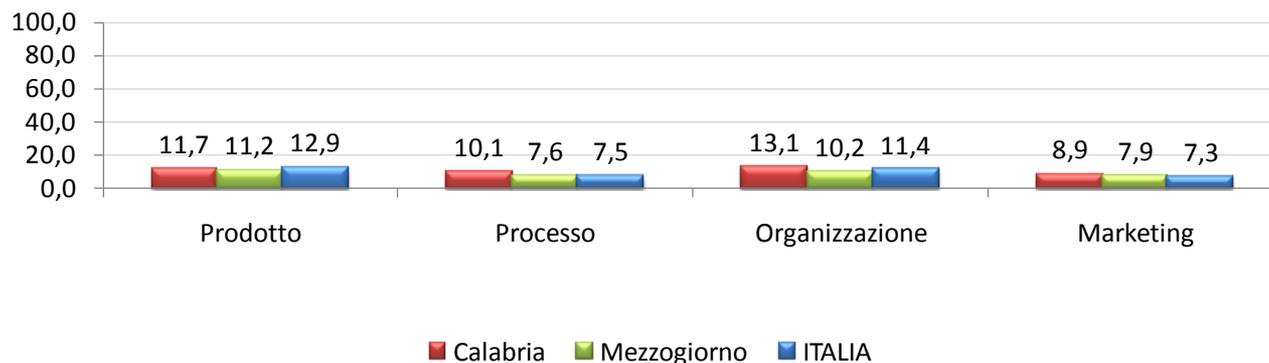
Solo il 40% delle imprese innovatrici italiane fa ricorso alla ricerca. In Calabria, l'incidenza percentuale è ancora più bassa (25%).

Il modello di sviluppo della Penisola è incentrato su settori tradizionali in cui l'Italia presenta indubbi vantaggi che derivano dalla storia e dalla sedimentazione culturale che essa ha prodotto. L'approccio artigianale alla manifattura e all'industria ha indotto le imprese italiane a specializzarsi nell'**innovazione incrementale**, tipica delle aree distrettuali, che si differenzia dall'innovazione radicale, dove la ricerca e il rischio connesso sono spesso necessari. I risultati economici dell'approccio radicale, però, sono indubbiamente superiori, garantendo monopoli temporanei sui mercati di riferimento.

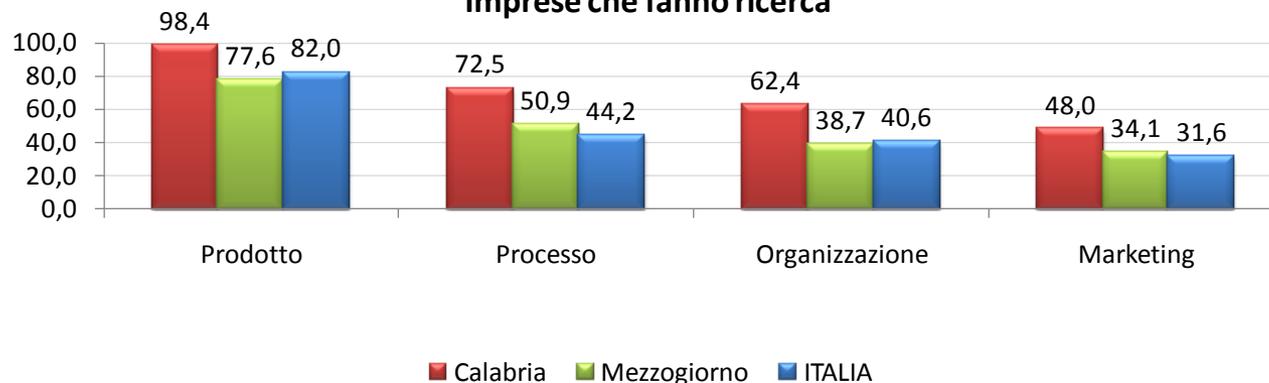
Incidenza delle imprese innovatrici per tipologia di innovazione e impegno nella ricerca

Anno 2011 (incidenze percentuali sul totale imprese con o senza attività di ricerca)

Imprese che non fanno ricerca



Imprese che fanno ricerca

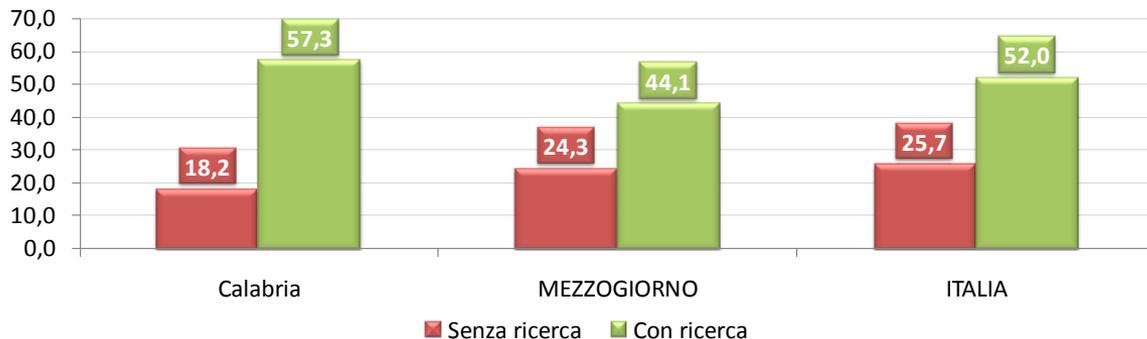


Nonostante sia possibile innovare senza ricerca, chi riesce a sopportare costi e rischi dell'approccio scientifico al miglioramento competitivo ha maggiori probabilità di successo.

Ciò vale soprattutto in Calabria. Le poche imprese che fanno ricerca o l'acquistano dall'esterno, nella quasi totalità dei casi sono innovatrici di prodotto, fermo restando riscontri notevoli, e superiori a quelli medi nazionali e del Mezzogiorno, anche sugli altri fronti.

Incidenza delle innovatrici radicali con o senza ricerca

Anno 2011 (imprese che introducono prodotti nuovi per il mercato sul totale imprese innovatrici)



L'incidenza delle innovatrici radicali è pari al 52% tra quelle che fanno o acquisiscono ricerca e al 25,7% tra chi invece rinuncia al rischio pur riuscendo a innovare.

In Calabria, il divario è ancor più netto, con il 57,3% delle innovatrici che fanno ricerca che possono essere definite innovatrici radicali.

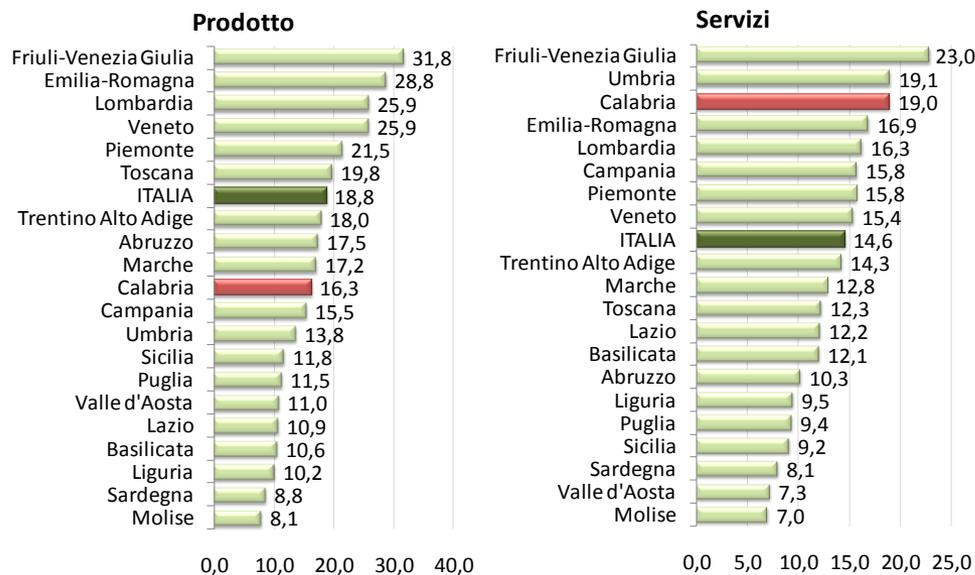
Nel complesso, le imprese che innovano radicalmente il mercato, introducendo prodotti nuovi per i competitor, sono pari al 16,3% in termini di prodotto e 19% in relazione ai servizi.

I dati finora riportati analizzano gli aspetti quantitativi di diffusione dell'innovazione.

L'approccio radicale all'innovazione, qui individuato attraverso la distinzione tra innovazioni di prodotto originali e innovazioni che recepiscono quanto già presente sui mercati, evidenzia il ruolo strategico della ricerca.

Imprese oltre i dieci addetti innovatrici radicali di prodotto

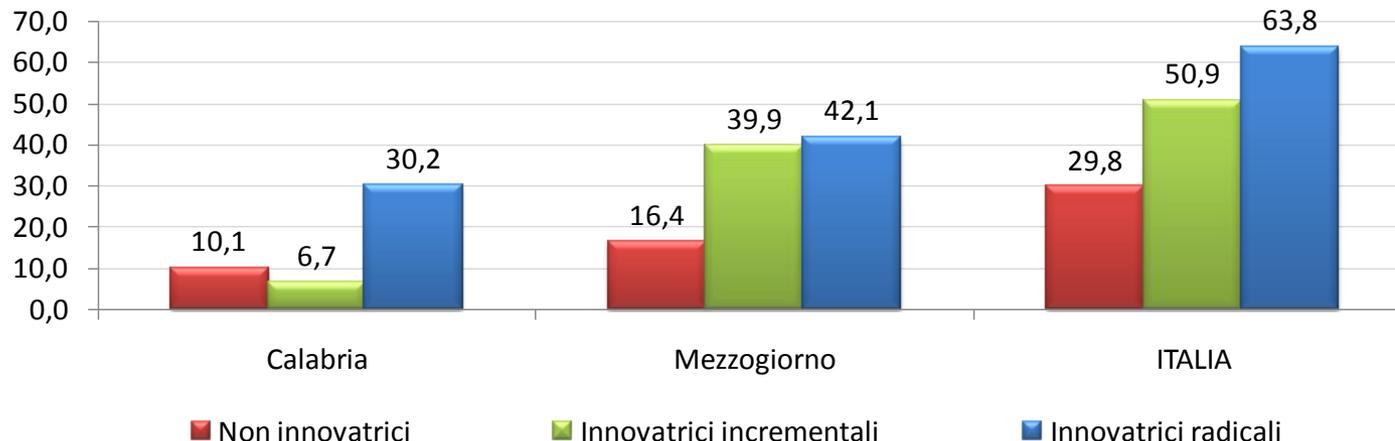
Anno 2010 (incidenze % sul totale imprese con almeno dieci addetti)



Quale innovazione per competere sui mercati: è possibile esportare senza la ricerca?

Incidenza delle imprese esportatrici per tipologia di innovazione di prodotto

Anno 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese)

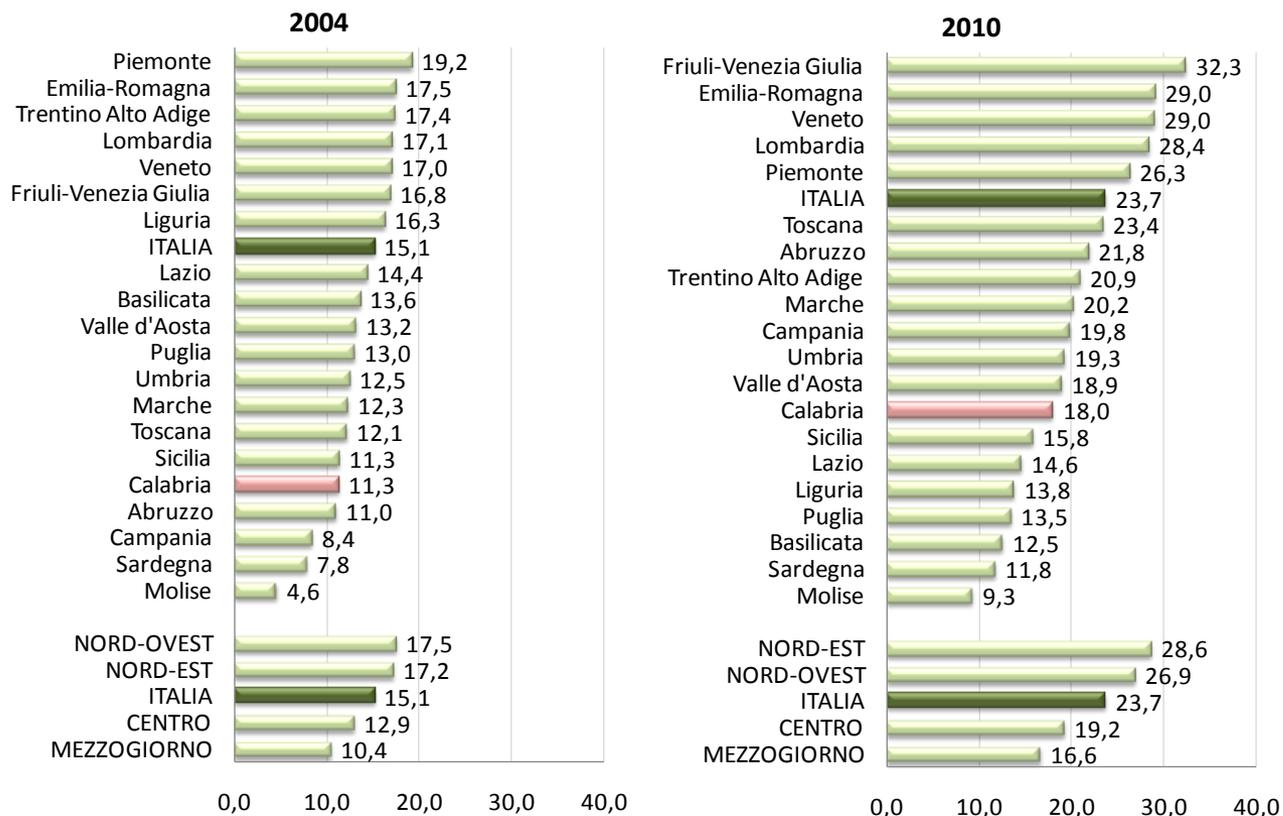


Non tutta l'innovazione permette di accedere ai mercati esteri. L'incidenza di coloro che esportano cresce con il cambiamento del paradigma innovativo, tra chi innova per imitazione e chi introduce novità radicali sui mercati.

Chi innova radicalmente ha più possibilità di vincere la sfida competitiva. In Italia, le innovatrici radicali che esportano sono quasi i due terzi, contro poco più della metà delle innovatrici per incrementali. In Calabria il divario è ancora più evidente, pur partendo da valori inferiori a quelli italiani. Quasi un'impresa su tre, tra quelle che innovano radicalmente, ha infatti accesso ai mercati esteri.

Innovazione di prodotto o servizio

Innovazione di prodotto o servizio nelle imprese con almeno dieci addetti per regioni e macroregioni
Anni 2004 e 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese con almeno dieci addetti)



Prendendo a riferimento l'ultimo triennio, l'incidenza percentuale delle imprese italiane che hanno introdotto almeno un'innovazione di prodotto o servizio è stata pari al 23,7%.

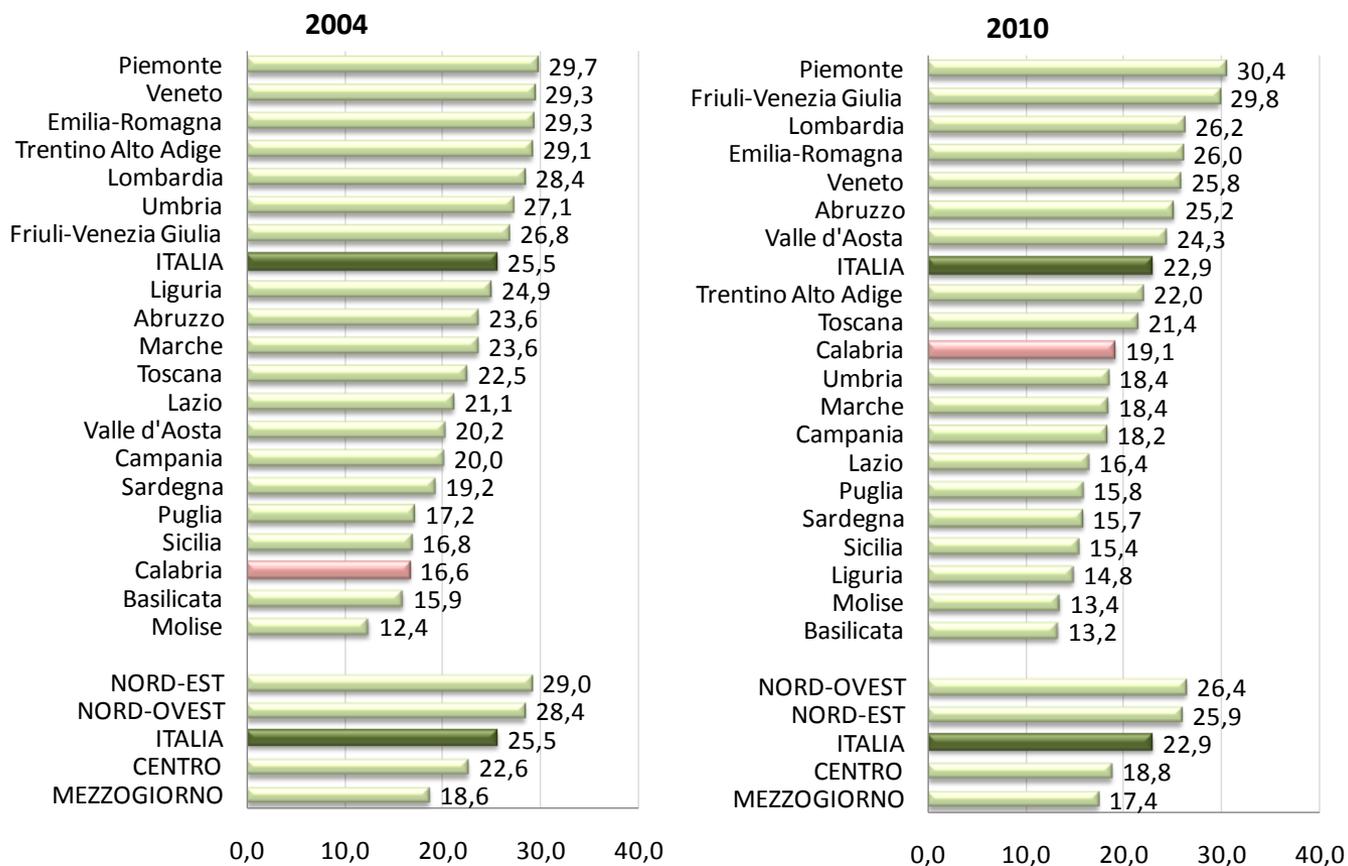
La Calabria sperimenta una evidente crescita della quota (dall'11,3% del 2004 al 18% del 2010) e un leggero recupero sulla media nazionale, superando peraltro il valore complessivo del Mezzogiorno (16,6%).

In termini assoluti, però il fenomeno dell'innovazione di prodotto incide poco sull'economia locale (si stimano poco più di 400 imprese), stante il numero ristretto di imprese con almeno 10 addetti.

Innovazioni di processo per regione

Innovazione di processo nelle imprese con almeno dieci addetti per regioni e macroregioni

Anni 2004 e 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese con almeno dieci addetti)



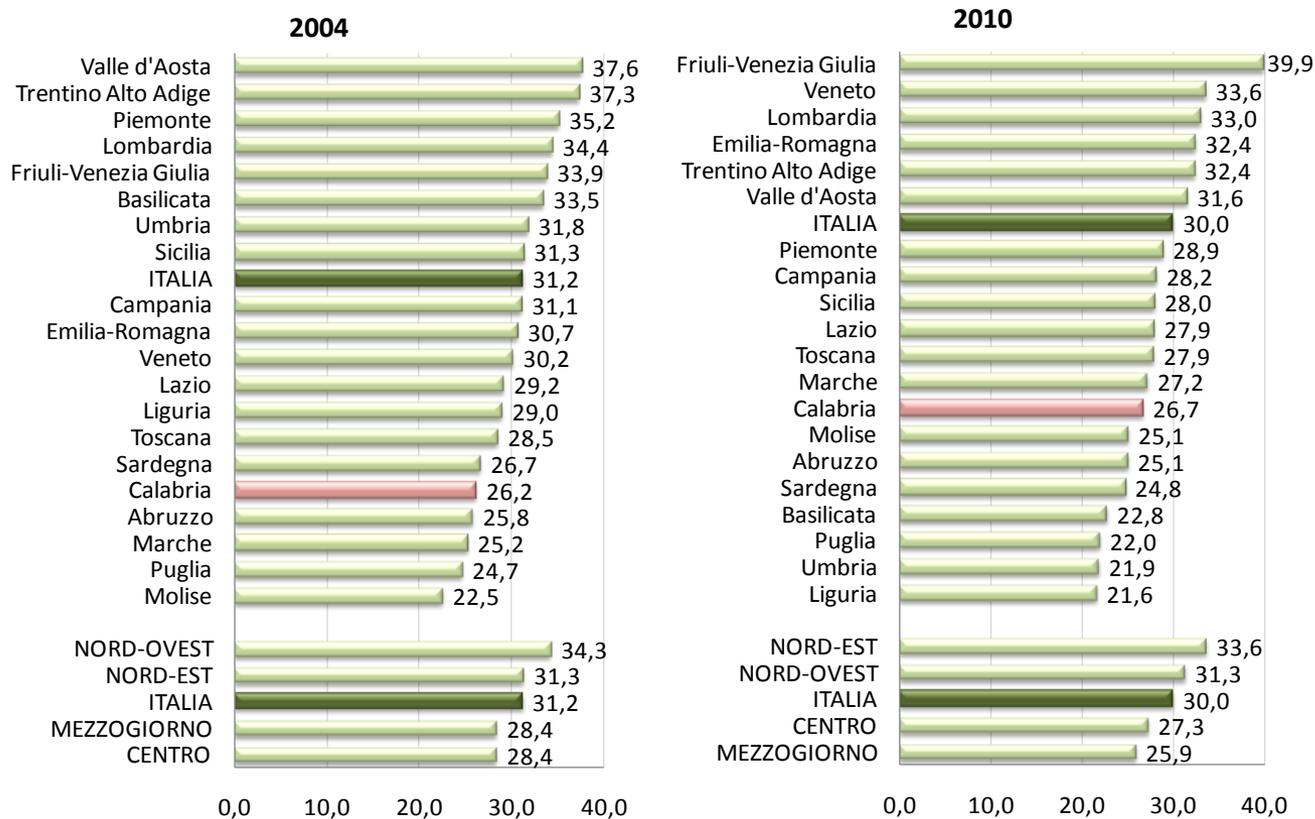
Anche sui processi (produttivi e logistici in primis) la Calabria recupera terreno rispetto all'Italia.

In regione, la quota di imprese innovatrici cresce dal 16,6% al 19,1%, in controtendenza con la dinamica media nazionale (dal 25,5% al 22,9%) e del Mezzogiorno (dal 18,6% al 17,4%).

Dopo l'Abruzzo, la regione calabrese è la prima, tra le regioni del Mezzogiorno e a partire dai dati più recenti a disposizione, per incidenza percentuale di imprese innovatrici di processo.

Innovazione organizzativa nelle imprese con almeno dieci addetti per regioni e macroregioni

Anni 2004 e 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese con almeno dieci addetti)



La Calabria sconta un ritardo in termini di diffusione delle nuove modalità organizzative. La percentuale di coloro attivi in tal senso è infatti stabile a circa il 26%, in linea con il dato medio del Mezzogiorno.

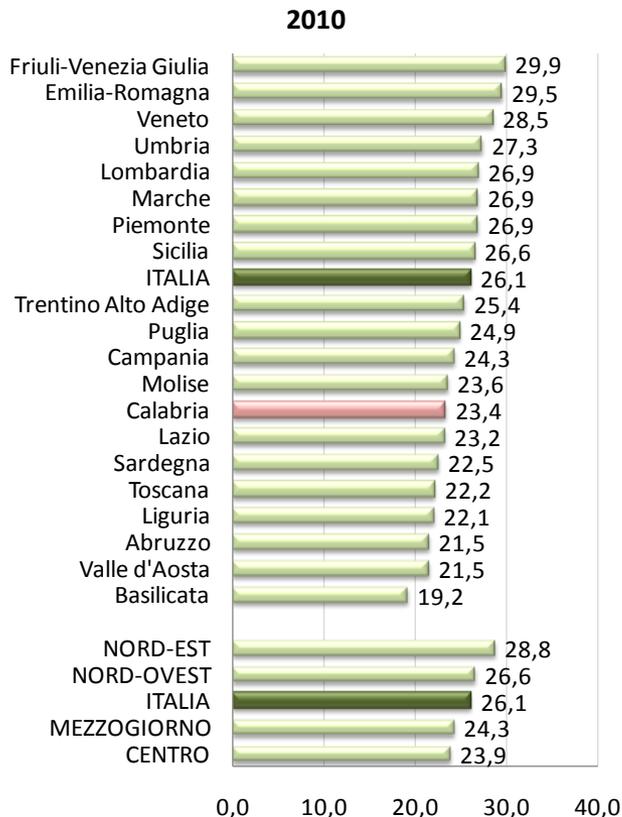
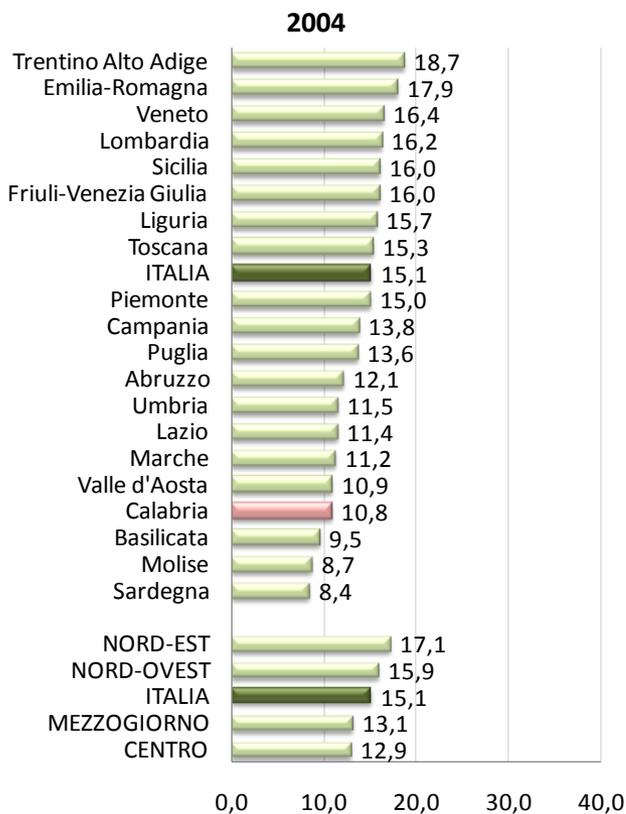
Le innovazioni di prodotto e processo riguardano aspetti centrali del modello di un'azienda.

Tuttavia, gli aspetti organizzativi (dell'impresa, del lavoro o delle relazioni pubbliche) hanno preso sempre più piede, decretando spesso il risultato della sfida competitiva.

Il cambiamento organizzativo, a sua volta frutto di innovazioni radicali su altri mercati (si pensi ad internet o ai metodi alternativi di produzione energetica), interessa quasi un'impresa italiana su tre, tra quelle con almeno dieci addetti.

Innovazione di marketing nelle imprese con almeno dieci addetti per regioni e macroregioni

Anni 2004 e 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese con almeno dieci addetti)



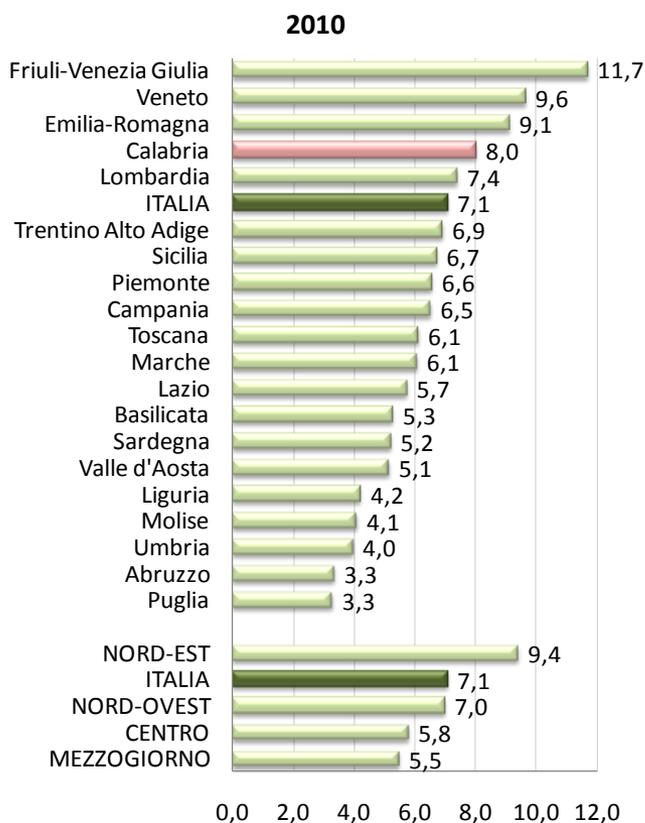
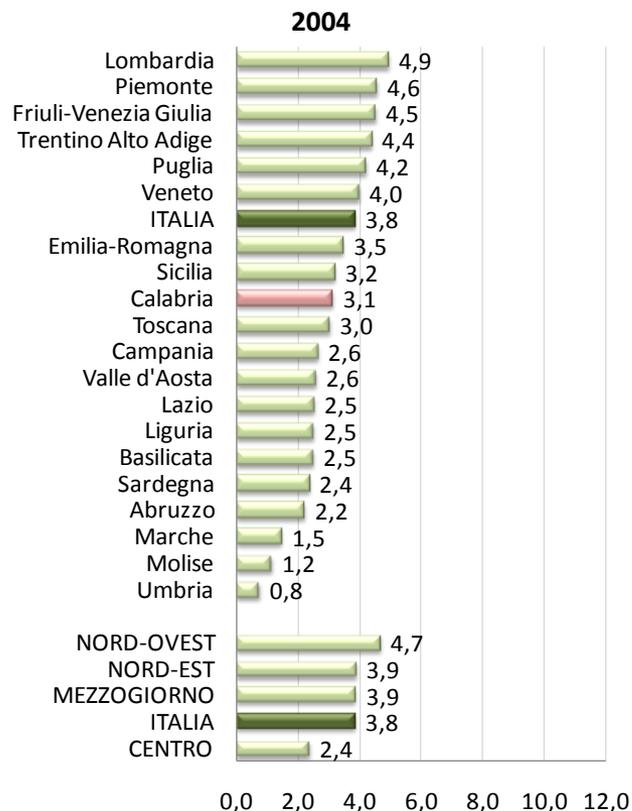
Le innovazioni di marketing (modifiche puramente estetiche al prodotto, promozione pubblicitaria, commercializzazione e politiche dei prezzi) rappresentano l'anello meno rischioso della catena innovativa.

E' proprio per questo che, soprattutto in un momento di crisi, le poche imprese disposte ad investire in innovazione puntano su tale ramo.

In Calabria, la quota di innovatrici è cresciuta sensibilmente (dal 10,8% al 23,4%), recuperando gran parte del divario con la media nazionale (ora ferma al 26,1%).

Innovazione integrata nelle imprese con almeno dieci addetti per regioni e macroregioni

Anni 2004 e 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese con almeno dieci addetti)



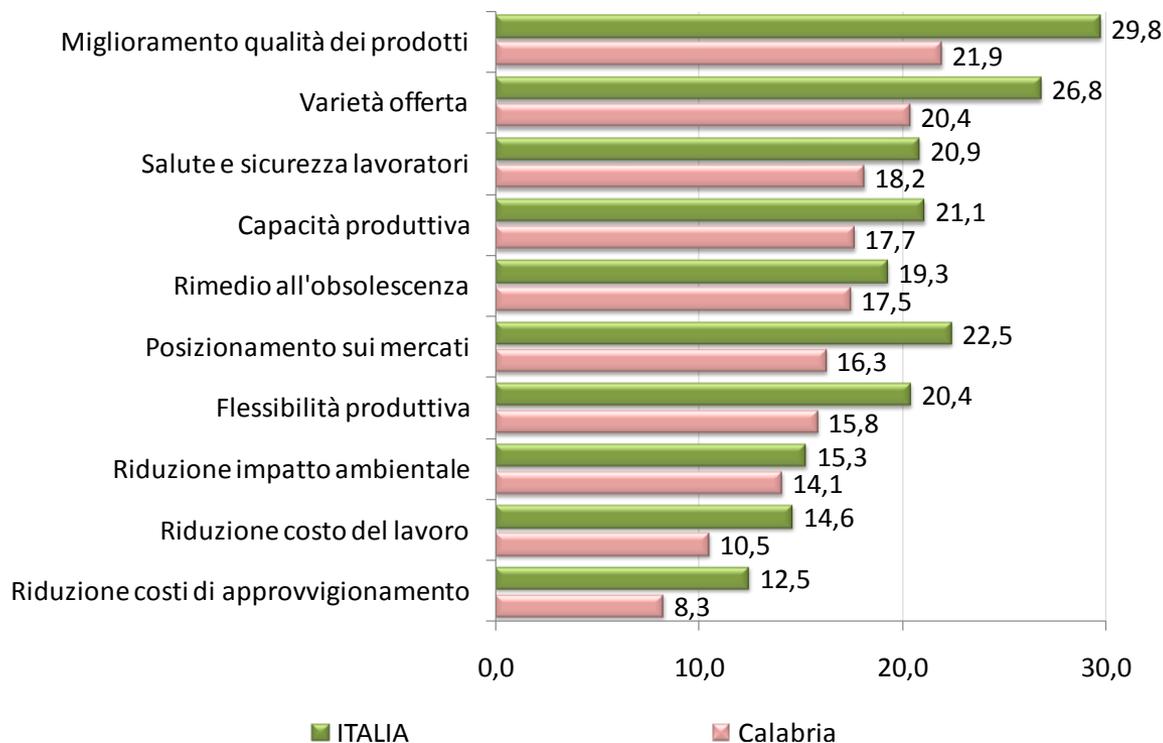
Ma anche in Calabria esiste un nucleo solido di imprese che ha compreso l'importanza dell'innovazione come strumento per la competitività.

Sul totale delle imprese con almeno dieci addetti, esiste un 8% di aziende (circa 180) che hanno introdotto innovazioni su tutti i fronti (prodotto, processo, organizzative e di marketing).

Si tratta di una quota sensibilmente cresciuta (era 3,1% a livello regionale; 3,8% a livello nazionale) che colloca la regione al pari delle realtà del Nord-Est.

Obiettivi dei processi di innovazione per regioni e macro-ripartizioni

Anno 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese con almeno dieci addetti)



Le motivazioni e gli obiettivi che spingono ad approcciare al tema dell'innovazione sono molteplici.

In Italia, tuttavia, particolare attenzione merita il tema della qualità produttiva (indicata dal 29,8% delle imprese che innovano).

Anche in Calabria, la spinta all'upgrading qualitativo appare predominante (21,9%), mentre ridotta è la stima di coloro che inseguono una riduzione dei costi (8,3%; 12,5% in Italia).

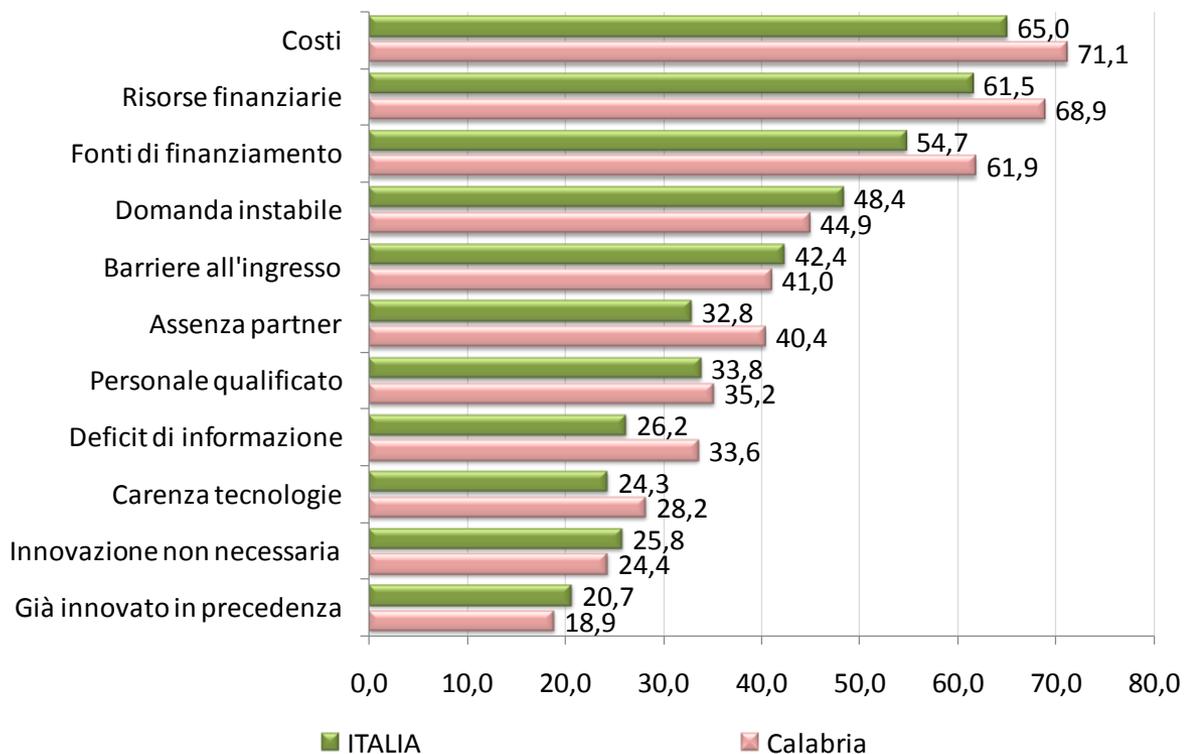
Gli studi condotti dal sistema camerale indicano che è sulla qualità che il nostro sistema produttivo ha deciso di puntare per competere sui mercati esteri.

Lo confermano i dati, che parlano di oltre il 47% del Pil prodotto dalla qualità, o la crescita dei Valori Medi Unitari esportati, pari al 10,7% tra il 2007 ed il 2011 (6,1% a livello UE).

Agire sulla rischiosità dell'innovazione e i costi per sostenerla per favorire la competitività e l'internazionalizzazione

Ostacoli ai processi di innovazione per regioni e macro-ripartizioni

Anno 2010 (incidenze percentuali sul totale imprese con almeno dieci addetti)



Sono i limiti finanziari a mostrare maggior attinenza con le imprese che non innovano.

Il 71,1% delle imprese italiane non innovatrici e il 65% di quelle calabresi indica i costi della ricerca e dell'innovazione come causa dominante.

Allo stesso modo, le risorse finanziarie e le fonti da cui attingere sembrano mostrare un certo rilievo, ancor più della dinamica della domanda, ora più che mai instabile per colpa della crisi.

Per accrescere la diffusione innovativa del nostro sistema produttivo si deve puntare sull'aggregazione e la messa a rete delle nostre risorse imprenditoriali, per superare gli alti costi di accesso e l'elevata rischiosità che bisogna sostenere per accedere agli strumenti della ricerca applicata.

L'Innovazione delle micro-imprese I primi risultati censuari sul target 3-9 addetti

Incidenza delle imprese innovative tra i 3 e 9 addetti per tipologia di innovazione

Anno 2011 (incidenze percentuali sul totale imprese con 3-9 addetti)



Fino ad ora, si è analizzato il ruolo dell'innovazione nelle strategie delle imprese con almeno dieci addetti.

Ma anche le imprese più piccole, come dimostrano i nuovi dati censuari, possono introdurre forme semplificate di innovazione.

Le imprese calabresi da tre a nove addetti hanno un'intensa attività innovativa. Il 43,2 (si stimano) introduce infatti un qualche elemento innovativo, con un'incidenza comunque superiore ad un terzo per le imprese calabresi e del Mezzogiorno.

La Calabria sconta un ritardo con il resto della Penisola in tre dei quattro ambiti dell'innovazione. Solo nei processi si mostra una maggior diffusione delle pratiche innovative (16,3% contro 15,2%).

Sono comunque le attività organizzative a mostrare, a livello regionale (19,1%) e nazionale (22,3%), la maggior diffusione tra le imprese.

Individuare le imprese potenzialmente innovatrici

In un recente progetto realizzato da Unioncamere Calabria è stato **utilizzato un approccio di stima del potenziale innovativo delle imprese a partire dai microdati Istat relativi alle principali indagini sull'attività imprenditoriale.**

Questa scelta ha permesso di massimizzare sia il dettaglio informativo (spesso fino a livello di singola impresa), sia la varietà e tempestività delle informazioni utilizzabili (le indagini presentano un *time-lag* mediamente inferiore rispetto ai dati ricavabili tramite valutazioni indirette).

Rilevazione sulle PMI e sull'esercizio di arti e professioni (Istat; 2010; 100.000 imprese)

Rilevazione statistica sull'innovazione nelle imprese (Istat, 2010; 45.000 imprese)

Rilevazione sulle tecnologie dell'ICT nelle imprese (Istat, 2010; 21.000 imprese)

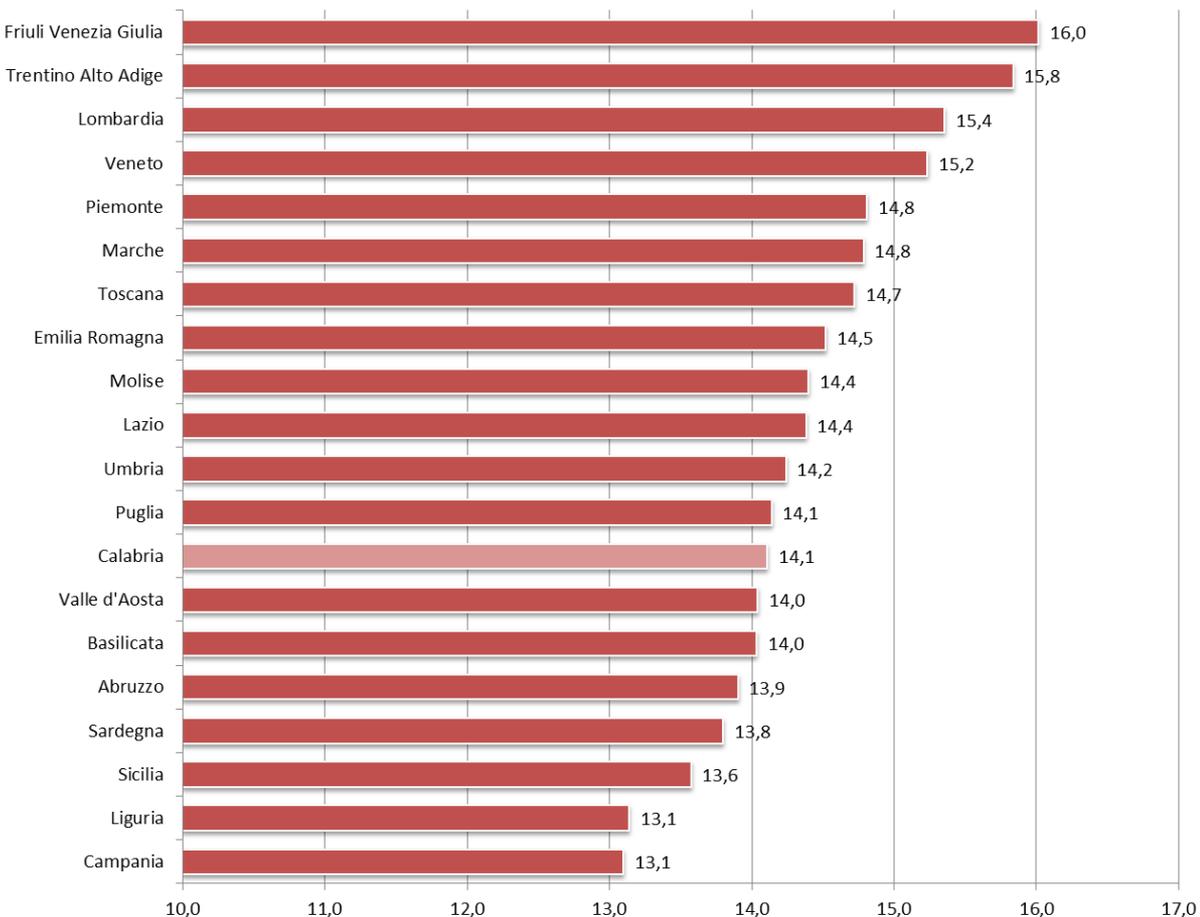
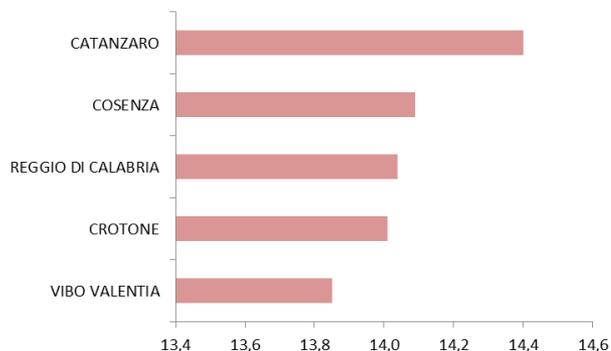
Sistema dei Conti delle Imprese (Istat; 2010; 11.000 imprese circa)

Gli indicatori utilizzati nella definizione della potenzialità innovativa

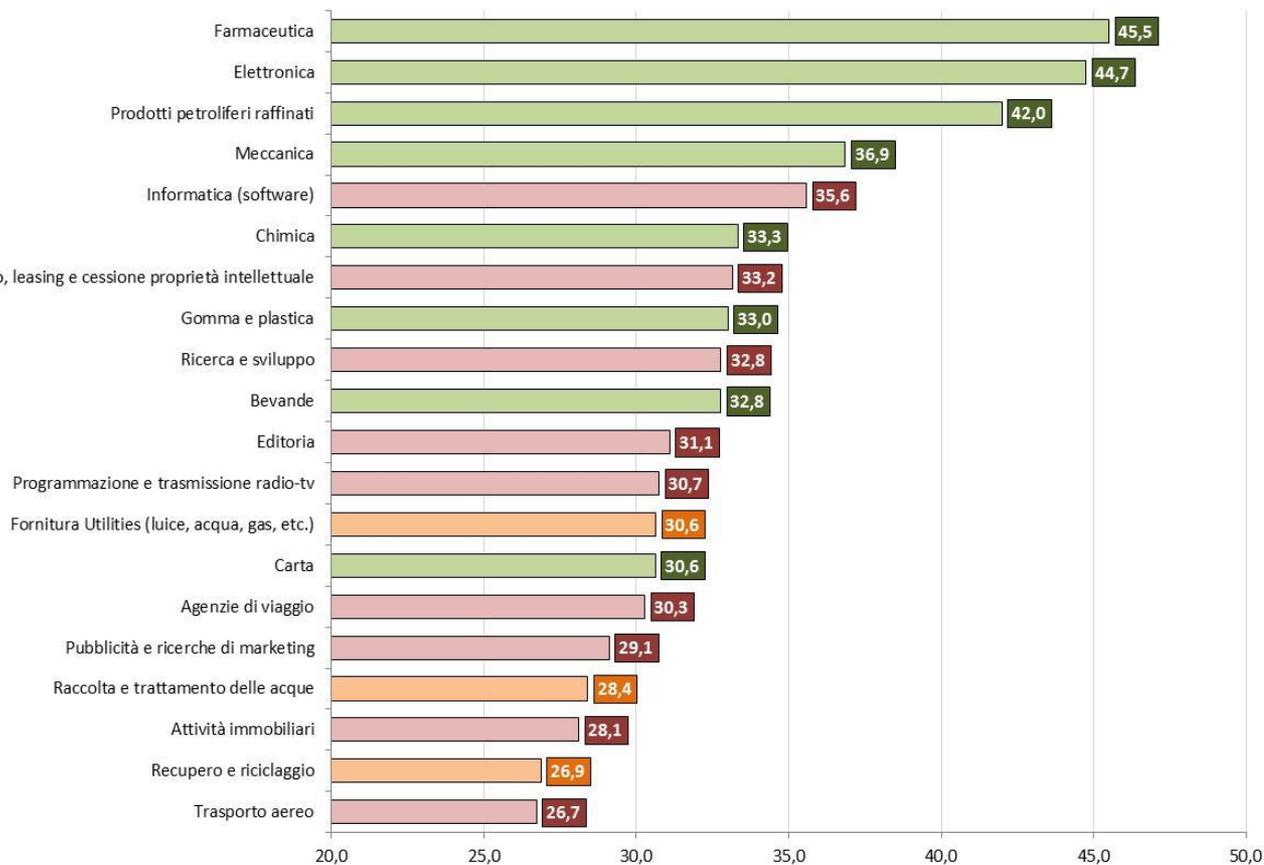
Processi e prodotti	Grado di utilizzo ICT	Qualità imprenditoriale
<ol style="list-style-type: none"> 1. Innovazioni di processo 2. Innovazioni di prodotto/servizio 3. Innovazioni organizzative 4. Innovazioni di marketing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grado di utilizzo PC 2. Disponibilità connessione internet 3. Utilizzo connessione banda larga 4. Disponibilità di un sito web 5. Acquisti on line 6. Vendite on line 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acquisti – Informazione economica 2. Acquisti - Formazione del personale 3. Acquisti – Servizi informatici 4. Acquisti – Brevetti e licenze 5. Acquisti – Protezione per l’ambiente 6. Investimenti - Macchinari e impianti 7. Investimenti – Trasmissione dati 8. Investimenti - Software 9. Investimenti - Brevetti e licenze 10. Ampiezza del mercato di riferimento 11. Premi e incentivi alla produttività 12. Incidenza impiegati donne

Una volta normalizzati gli indicatori semplici sono stati aggregati in **tre indicatori di sintesi.**

Poste le cautele per una operazione di questo tipo, **la media complessiva regionale degli indici pone la Calabria al 13° posto tra le regioni italiane.** Le province calabresi non mostrano grandi differenze, con Catanzaro ad occupare la posizione più elevata e Vibo Valentia in leggero ritardo.



L'indice di potenzialità innovativa: non solo manifatturiero



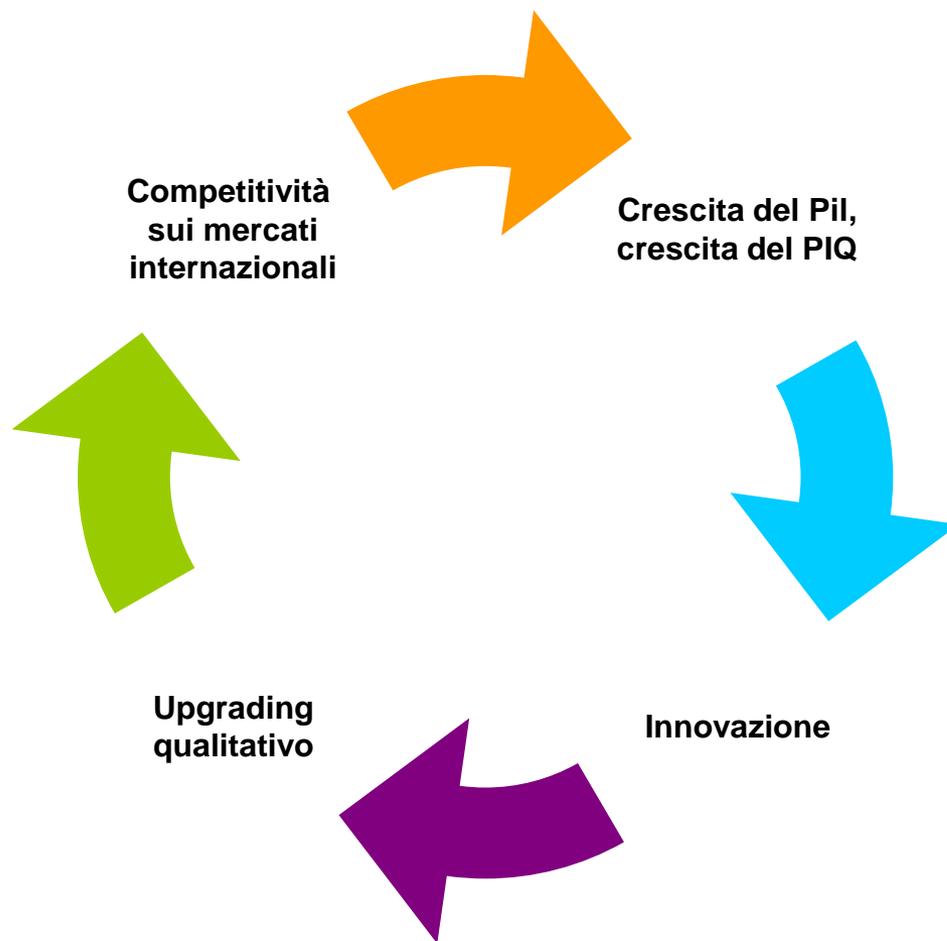
I settori a maggior potenzialità innovativa sono quelli in cui, non a caso, maggiore è l'approccio alla ricerca.

La farmaceutica, l'elettronica, la trasformazione petrolifera e la meccanica sono tutti ambiti del manifatturiero in cui elevato è il livello medio di potenzialità.

Ma l'innovazione non è solo manifatturiera. Alcune attività terziarie, tra cui l'informatica, la ricerca e sviluppo e l'editoria, presentano elevati valori medi.

Tra i comparti tradizionali del made in Italy, spiccano le bevande, sospinte dall'upgrading qualitativo del vino.

In sintesi: innovare per competere sul fronte della qualità



grazie

alessandro.rinaldi@camcom-um.it
www.camcom-um.it



UNIVERSITAS MERCATORUM