

L'innovazione nelle imprese: considerazioni generali e risultati di un'indagine nelle piccole imprese

PAOLO GUBITTA¹ E DANIELE NICOLAI²

Introduzione

In un contesto economico come quello attuale, l'investimento continuo in innovazione in senso lato viene spesso indicato come condizione essenziale per sostenere il vantaggio competitivo: le imprese che non sono in grado di far evolvere il proprio patrimonio di competenze e conoscenze coerentemente con le evoluzioni dell'ambiente esterno rischiano cadute nei livelli di performance economica (Antonioli e Mazzanti 2011).

Gli incentivi all'innovazione che il sistema fornisce alle imprese è uno degli aspetti più critici nel fiorente dibattito sull'economia e sulla gestione dell'innovazione (Grandi e Sombbrero 2005). È evidente che il successo di un processo innovativo dipende dalla capacità delle imprese di integrare la conoscenza interna con quella

¹ Paolo Gubitta, professore straordinario di Organizzazione aziendale all'Università di Padova e Direttore scientifico dell'Area Imprenditorialità del CUOA.

² Daniele Nicolai, Ricercatore di Fondazione Impresa.

esterna, di trasferire tali conoscenze in processi operativi, prodotti e servizi, di sviluppare risorse complementari. Le vie per raggiungere tale obiettivo sono diverse. In alcuni casi, gli investimenti in ricerca e sviluppo generano nuova conoscenza tecnologica, che si trasferisce in prodotti e processi e che viene convertita in valore attraverso il meccanismo del mercato. In altri, gli investimenti sono orientati alla creazione di piattaforme tecnologiche, cioè *cluster* di componenti standardizzate che possono essere combinate per realizzare un set differente di combinazioni. In entrambi i casi, la probabilità di generare nuova conoscenza è influenzata anche dalla capacità dell'impresa di far sviluppare *nuove competenze*, che possono favorire o rimuovere gli ostacoli (spesso cognitivi) all'innovazione.

L'innovazione è così centrale nel dibattito economico moderno, in quanto influenza la competitività delle imprese e dei sistemi economici, le forme organizzative e la loro evoluzione, il capitale umano e l'occupabilità dei lavoratori. Le competenze delle persone assumono particolare rilevanza nella dinamica innovativa. È ormai assodato, infatti, che le organizzazioni e le persone non sono ricettori passivi dei risultati dei processi innovativi. Quanto più l'innovazione pervade i processi operativi, tanto più è opportuno parlare della sua adozione da parte di persone e organizzazioni, piuttosto che del suo impatto su persone e organizzazioni.

Dentro questo quadro, qual è il comportamento delle piccole imprese in tema di innovazione? Quali sono le criticità da affrontare e gestire? E, soprattutto, *innovare rende per davvero?* In una ricerca svolta qualche anno fa (Gubitta 2007) era stato dimostrato che la realizzazione dei processi innovativi non si traduce in modo automatico in incrementi della produttività del lavoro e dell'efficienza dei processi operativi. L'introduzione di un'innovazione, infatti, modifica le dimensioni fondamentali del lavoro (lo spazio decisionale, il grado di autonomia e di discrezionalità), modifica il portafoglio di competenze applicabili nel lavoro (in alcuni casi richiedendo l'acquisizione di nuove competenze, in altri ridefinendo l'importanza relativa di ciascun *cluster* di competenze), modifica



le regole formali e informali che influenzano i comportamenti organizzativi. In generale, infatti, quanto più diffusa è l'innovazione, tanto più pervasivi sono i cambiamenti, tanto maggiori tendono ad essere le inerzie nei comportamenti delle persone coinvolte nei processi operativi.

Questo saggio tenta di rispondere alle domande indicate sopra, a partire dalla propensione all'innovazione registrata nel biennio 2012-2013, ovvero in un periodo di elevata incertezza.

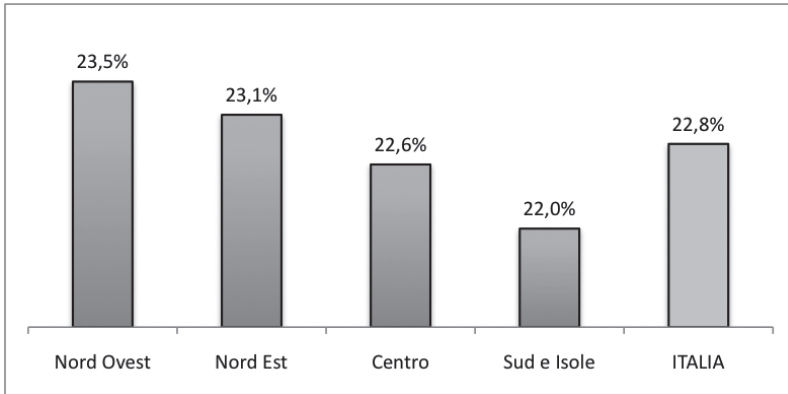
Con la recessione le piccole imprese innovano sempre di meno

Nonostante l'incertezza e il clima economico difficile che sta vivendo l'economia italiana, le piccole imprese manifatturiere (meno di 20 addetti) continuano ad innovare anche se con tassi inferiori rispetto agli anni precedenti. Negli ultimi due anni (biennio 2012-2013) il 22,8% delle piccole imprese ha introdotto almeno un'innovazione, rispetto al 29,3% registrato nel biennio precedente (2010-2011), periodo che si era contraddistinto per una fase di lieve ripresa economica.

Infatti, la crisi sta mettendo a dura prova l'economia italiana e le prospettive future sulla ripresa stentano ad arrivare. La conseguenza è un calo degli investimenti e, di conseguenza, della quota di piccole imprese che innovano.

Si tratta, comunque, di un grado di innovazione interessante e che si contrappone ad un'opinione abbastanza diffusa per la quale i "piccoli" non sarebbero propensi ad innovare.

Figura 1 - Percentuale di piccole imprese che hanno introdotto innovazioni



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

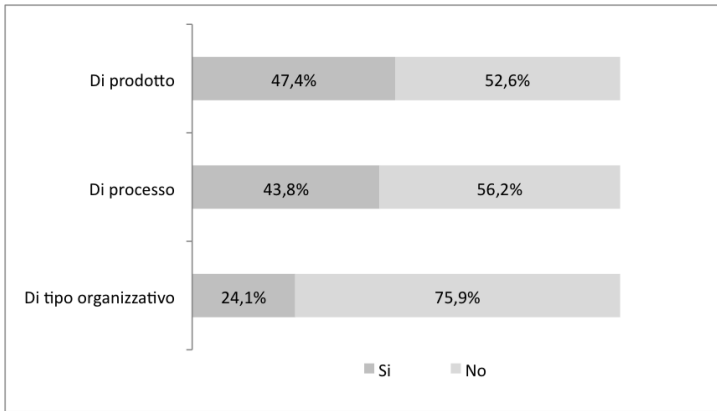
La classifica dell'innovazione nella piccola impresa vede prevalere, anche se di poco, le realtà del Nord Italia: il 23,5% delle aziende nel Nord Ovest ha introdotto innovazioni, il 23,1% nel Nord Est mentre nel caso del resto d'Italia la propensione all'innovazione è stata leggermente inferiore (il 22,6% per il Centro Italia e il 22,0% per il Mezzogiorno).

Tra le molteplici innovazioni introdotte quelle di prodotto (ad esempio nuovi prodotti, migliorie a prodotti esistenti, prodotti legati alla riduzione dell'impatto ambientale ecc.), sono tra le più diffuse: sono state sviluppate dal 47,4% delle piccole imprese.

Seguono le innovazioni di processo (nuovi macchinari, miglioramento di logistica-trasporti-gestione ordini ecc.) introdotte dal 43,8% delle aziende mentre le innovazioni di tipo organizzativo sono molto meno frequenti (24,1%).

A livello territoriale si verifica una netta predominanza delle innovazioni di prodotto nel Nord Ovest (57,9%) e nel Centro (58,1%) dove negli ultimi 2 anni 6 imprese su 10 hanno migliorato la propria gamma di prodotti.

Figura 2 - La tipologia di innovazioni introdotte (biennio 2012-2013)



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Nel caso del Nord Est si registra invece un interesse maggiore per le innovazioni di processo (il 54,1% delle piccole imprese innovatrici ha sperimentato tale tipo di innovazione vs il 43,8% del caso Italia, il 41,9% del Mezzogiorno e percentuali inferiori al 40% per Nord Ovest e Centro); nel caso delle innovazioni di tipo organizzativo l'incidenza più elevata spetta alle piccole imprese del Sud d'Italia; si tratta, solitamente di innovazioni meno dispendiose ma comunque funzionali al miglioramento della performance dell'impresa (ottimizzazione delle fasi produttive e minimizzazione dei costi aziendali).

Si fa presente che in alcuni casi sporadici le piccole imprese hanno sviluppato nello stesso tempo più tipologie di innovazioni nell'arco dello stesso periodo: il 12,4% delle imprese che hanno innovato hanno introdotto almeno due tipi di innovazione su tre dimostrando così di essere attive su più fronti.

Tabella 1 - Percentuale di piccole imprese che hanno introdotto innovazioni negli ultimi due anni

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
di prodotto	57,9%	40,5%	58,1%	32,3%	47,4%
di processo	39,5%	54,1%	38,7%	41,9%	43,8%
di tipo organizzativo	23,7%	24,3%	19,4%	29,0%	24,1%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Perché le piccole imprese non innovano? Prevalgono ragioni strategico/operative

Rispetto a quanto già illustrato in precedenza è immediato verificare come negli ultimi due anni una fetta considerevole di piccole imprese non abbia introdotto innovazioni (il 77,2%). Addentrandosi nell'analisi emerge, tuttavia, come la crisi economica non rappresenti la ragione principale della rinuncia all'innovazione.

In effetti, nel 28,0% e nel 29,8% dei casi le ragioni della mancata introduzione di innovazioni riguardano il fatto che queste sono state già introdotte in precedenza e che non sono ritenute necessarie per soddisfare la clientela.

Queste due motivazioni sottointendono dunque il fatto che tra le ragioni della mancata introduzione di innovazioni prevalgono ragioni *strategico/operative* ovvero la momentanea *non necessità* stessa di innovare, piuttosto che la situazione economica. Molto probabilmente si tratta di imprese la cui redditività è sufficiente per garantire performance economiche tali da non giustificare nuovi investimenti, almeno in questo periodo.



Figura 3 - Perché le piccole imprese non hanno adottato innovazioni?
Quali le ragioni?



Non sa / non risponde 6,8%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Unendo questi risultati al quadro più generale dell'indagine sembrerebbe emergere, come forse è abbastanza naturale che sia, che le innovazioni non siano introdotte in modo continuativo ma piuttosto con ciclicità sulla base delle esigenze delle piccole imprese e alle necessità di rafforzare il proprio mercato di riferimento.

La crisi economica è comunque uno degli altri aspetti che non va trascurato in quanto ritenuto responsabile dal 27,8% delle piccole imprese (che non hanno innovato nel biennio 2012-2013) ma si può escludere che rappresenti la prima motivazione, specie se si considera che l'indagine e le interviste sono state effettuate in un periodo di recessione così profondo e mai sperimentato dalle piccole imprese italiane se non durante i conflitti mondiali.

Le tendenze riscontrate a livello nazionale si differenziano solo leggermente a livello territoriale. Nel Nord Ovest, ad esempio, la crisi è ritenuta maggiormente un freno per la mancata introduzio-

ne di innovazioni (il 32,2% delle imprese rispetto al 27,8% del caso Italia). Nel Mezzogiorno la motivazione principale riguarda il fatto che le innovazioni sono state introdotte in precedenza (33,0% vs 28,0% del caso Italia).

Tabella 2 - Le ragioni che hanno frenato le innovazioni per macroarea

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Non necessarie per soddisfare clientela	33,9%	30,6%	21,4%	32,1%	29,8%
Già sviluppate in precedenza	27,3%	30,6%	20,4%	33,0%	28,0%
A causa della crisi	32,2%	29,8%	27,6%	20,8%	27,8%
Difficoltà a reperire risorse finanziarie	12,4%	14,0%	22,4%	15,1%	15,7%
Difficoltà di accesso all'informazione e alla ricerca	0,8%	4,1%	6,1%	3,8%	3,6%
Difficoltà a reperire personale qualificato	0,8%	0,0%	6,1%	0,0%	1,6%

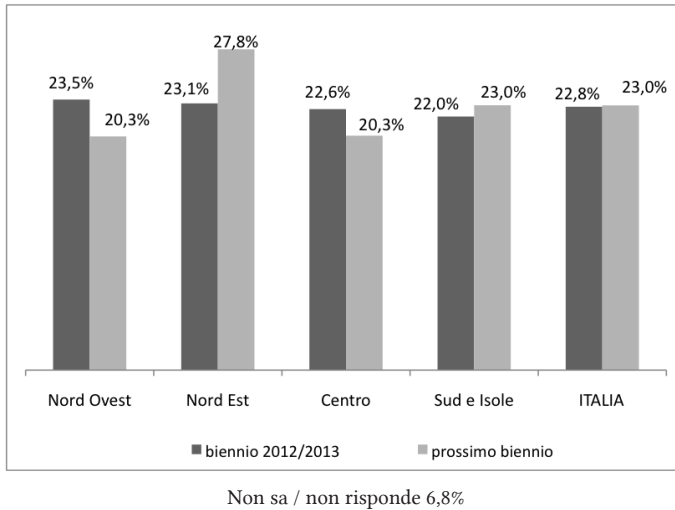
Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Le prospettive di innovazione per il prossimo biennio

Come si accennava in precedenza, la crisi e la fase di incertezza che riversa sull'economia italiana ed internazionale non consentono alle imprese di programmare con certezza nuovi investimenti (quasi il 7% delle piccole imprese intervistate non è stata in grado di rispondere se investirà o meno). E d'altronde se le prospettive di crescita non si materializzano attraverso segnali anticipatori come ordinativi in salita e aumento della domanda aggregata dei settori manifatturieri, la pianificazione di nuovi investimenti è difficile. A

livello generale, le piccole imprese che intendono innovare si posizionano sostanzialmente sugli stessi livelli del biennio 2012-2013.

Figura 4 - Le prospettive di innovazione per i prossimi anni: stabili con alcune sfumature



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Emergono tuttavia differenziazioni territoriali tant'è che il grado di innovazione dovrebbe salire per le piccole imprese del Nord Est (dal 23,1% attuale al 27,8% futuro), scendere nel Nord Ovest e nel Centro Italia (al 20,3% in entrambi i casi) e incrementarsi leggermente nel Sud (da 22% a 23%).

La tabella proposta di seguito illustra, tuttavia, che le innovazioni saranno praticate difficilmente entro la fine di quest'anno (appena il 23,3% delle imprese hanno intenzione di innovare) e che, di fatto, molte imprese preferiranno attendere la ripresa economica spostando gli investimenti al 2014 se non addirittura al 2015.

Tabella 3 - Le prospettive di innovazione per i prossimi anni:
concentrate nel 2014-2015

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Si, entro il 2013	22,6%	28,6%	16,0%	22,6%	23,3%
Si, nel 2014	32,3%	26,2%	48,0%	51,6%	38,0%
Si ma non prima del 2015	45,2%	45,2%	36,0%	25,8%	38,8%
Totale (chi ha intenzione di innovare)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Le prospettive indicano anche come il 77% delle piccole imprese intervistate non investiranno. Tra le ragioni di chi non innoverà, la crisi economica non rappresenta il driver principale anzi: il 75,3% delle imprese non innoveranno nei prossimi anni (58,0% complessivo delle imprese intervistate) perché, di fatto, non interessate all'innovazione stessa. Questo dato come già ricordato in questo lavoro conferma, in primis, che i processi di innovazione nella piccola impresa avvengono con ciclicità piuttosto che a cadenze ripetute nel tempo. In secondo luogo, si evince come la crisi economica influisca fino ad un certo punto sulle scelte di innovazione intraprese dalle imprese, segno che le piccole imprese scelgono di innovare guidate puramente dallo spirito di miglioramento e per rendere più competitive ed efficienti le proprie unità produttive, soddisfacendo così alle esigenze della clientela.



Tabella 4 - Il 58% delle piccole imprese non innoverà perché non interessate

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Piccole imprese che innoveranno	20,3%	27,8%	20,3%	23,0%	23,0%
Piccole imprese che non innoveranno	79,7%	72,2%	79,7%	77,0%	77,0%
No perché la crisi non me lo permetterà	22,2%	19,2%	12,2%	21,5%	19,0%
No, non interessato	57,5%	53,0%	67,5%	55,6%	58,0%

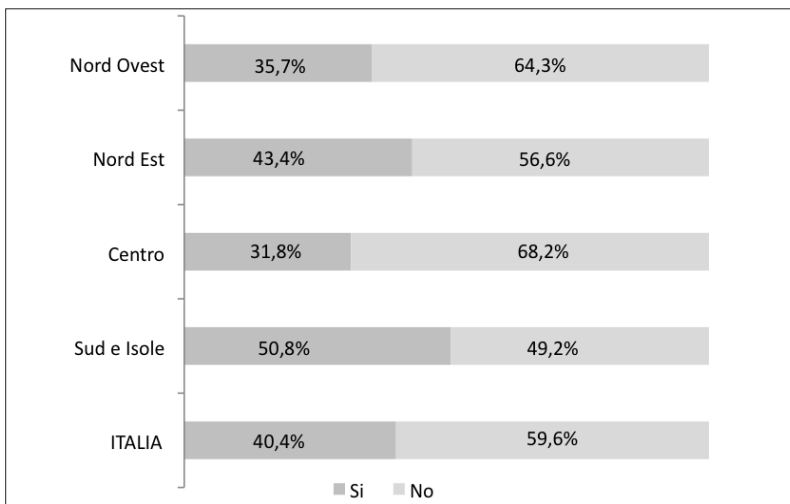
Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Piccole imprese attente ai nuovi incentivi per l'acquisto di macchinari

Con il *Decreto del Fare* (DL 69/2013) il Governo italiano ha previsto alcune misure per incentivare il credito alle piccole e medie imprese per l'acquisto di macchinari e di beni strumentali. Tra l'altro nell'esame dell'iter parlamentare e la successiva conversione in legge le agevolazioni previste dalla *nuova Legge Sabatini* sono state estese anche all'ICT (hardware, software e tecnologie digitali agevolate).

Sulla base di queste nuove agevolazioni (che tuttavia potranno essere utilizzate dal 2014) si è verificato presso il campione di piccole imprese intervistate il grado di conoscenza di questo provvedimento che è direttamente collegato alle innovazioni di processo (nuovi macchinari, impianti e beni strumentali).

Figura 5 - Già 4 piccole imprese su 10 sono a conoscenza delle agevolazioni previste dal Decreto del Fare per l'acquisto di nuovi macchinari



Non sa / non risponde: 7,1%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Il 40,4% delle piccole imprese indagate è già a conoscenza degli strumenti messi in campo dal Governo italiano per favorire l'acquisto di nuovi macchinari. Con riferimento alle aree geografiche il grado di conoscenza è molto elevato nel Mezzogiorno dove più di un'impresa su due (il 50,8%) ha sentito parlare di questa forma di incentivazione, forse grazie ad una maggiore familiarità al ricorso agli incentivi che vengono dedicati con maggiore frequenza nelle aree del Paese più in difficoltà. Seguono i piccoli imprenditori del Nord Est (43,4%) che hanno spesso dimostrato un elevato grado di attenzione verso l'innovazione e le forme di sostegno allo sviluppo aziendale mentre, nel caso del Nord Ovest e del Centro Italia, il grado di conoscenza della *nuova Legge Sabatini* è nettamente inferiore al dato medio nazionale (35,7% e 31,8% vs 40,4% del caso Italia).

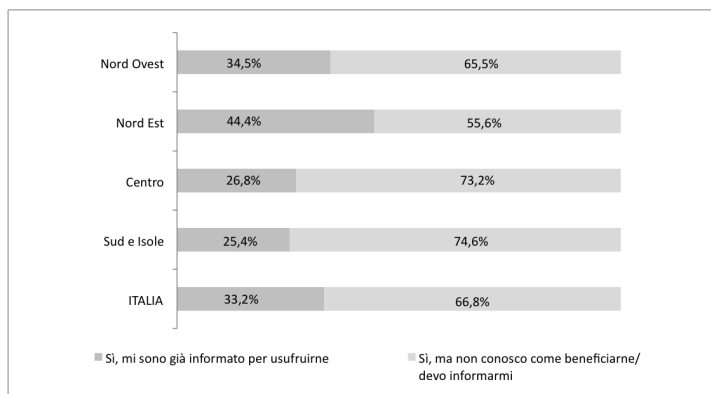
Il grado di conoscenza di uno strumento di agevolazione non



garantisce tuttavia che le piccole imprese lo utilizzeranno e quindi, in un certo senso, è poco indicativo del grado di successo dell'iniziativa. Dall'analisi dei dati emergono tuttavia spunti interessanti:

- in primis, che al grado di interesse fa seguito una certa propensione ad approfondire lo strumento (e probabilmente ad adottarlo); in effetti, tra le piccole imprese che hanno dichiarato di essere a conoscenza dell'introduzione delle agevolazioni per l'acquisto di macchinari, 1 su 3 (il 33,2%) si è già informata su come fare per usufruirne con percentuali molto elevate nel Nord Est (44,4%) e molto più basse nel Centro e nel Mezzogiorno (rispettivamente 26,8% e 25,4%);
- in secondo luogo, il fatto che una larga fetta di piccole imprese (il 47,7%) non sia di fatto interessata alle agevolazioni in questione. Questo aspetto potrebbe, a prima vista, condurre a ritenere che queste agevolazioni non siano praticabili per le piccole imprese. In realtà tale dato va letto insieme a quanto già visto in precedenza, ricordando che, in realtà, il 58,0% delle piccole imprese ha dichiarato che non è interessata ad introdurre innovazioni nei prossimi anni (principalmente perché non necessarie per soddisfare la clientela o perché già sviluppate in precedenza). E di conseguenza è ovvio come non essendo interessate all'innovazione stessa (in questo momento) non siano nemmeno interessate ai meccanismi di incentivazione;
- infine, riprendendo quanto indicato già sopra e considerando la questione da un altro punto di vista è probabile (così come dovrebbe essere) che l'introduzione degli incentivi spingerà maggiormente il grado di innovazione delle piccole imprese rispetto a quanto stimato dalle stesse per i prossimi anni. La questione sembra, almeno in parte, trovare conferma dai dati in quanto il grado di *disinteresse per gli incentivi* (47,7% delle imprese) è inferiore al grado di *disinteresse per l'innovazione stessa* (58,0% delle imprese) e quindi almeno una fetta di piccole imprese potrebbe essere stimolata ad accedere agli incentivi per l'acquisto di macchinari innovando di fatto (innovazioni di processo) anche se non era inizialmente disposta a farlo.

Figura 6 - Una piccola impresa su tre si è già informata su come ottenere le agevolazioni previste dal Decreto del Fare per l'acquisto di nuovi macchinari



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Tabella 5 - Il grado di conoscenza delle nuove agevolazioni per l'acquisto di nuovi macchinari

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Si, mi sono già informato per usufruirne	12,3%	19,3%	8,5%	12,9%	13,4%
Si, ma non conosco come beneficiarne/devo informarmi	23,4%	24,1%	23,3%	37,9%	27,0%
Totale Si	35,7%	43,4%	31,8%	50,8%	40,4%
No, perché ritengo si tratti di procedure troppo complicate	11,0%	13,8%	10,9%	12,1%	12,0%
No, non mi interessa	53,2%	42,8%	57,4%	37,1%	47,7%
Totale No	64,3%	56,6%	68,2%	49,2%	59,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Non sa / non risponde: 7,1%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa



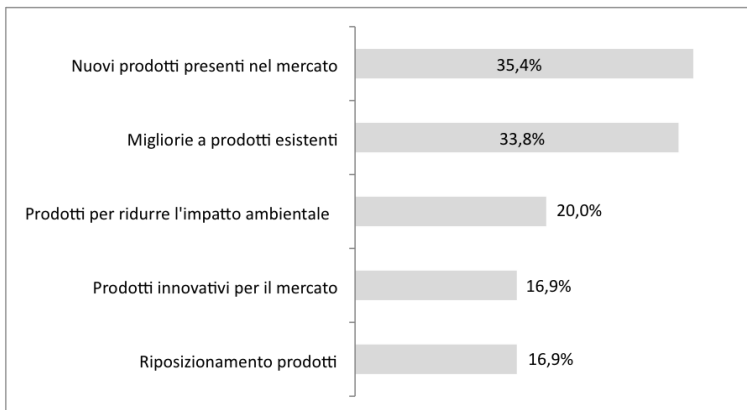
Innovazioni di prodotto: prevale l'ampliamento della gamma

Tra le innovazioni di prodotto introdotte dalle piccole imprese manifatturiere italiane prevale l'*ampliamento della gamma di prodotti* (35,4%) ovvero l'introduzione di prodotti fino a prima non sviluppati ma che sono comunque presenti nel mercato. Una piccola impresa su tre (33,8%) ha invece apportato migliorie a prodotti già esistenti.

Nel caso dell'introduzione di *prodotti completamente nuovi* (che rappresentano cioè una novità per il mercato) si verifica una riduzione delle frequenze rispetto ai casi precedenti ma il 16,9% delle piccole imprese ha comunque percorso questa strada ad alta innovazione.

Le piccole imprese del Centro Italia si confermano attente all'ambiente e hanno introdotto prodotti che riducono i consumi e l'impatto ambientale con frequenza molto più elevata rispetto al caso italiano (33,3% vs 20,0%). Le piccole imprese del Nord Est spiccano per l'ampliamento della gamma dei prodotti e migliorie ai prodotti esistenti (40,0%) mentre a Nord Ovest e nel Mezzogiorno si registra una quota elevata di imprese che hanno realizzato prodotti completamente innovativi (22,7% e 30,0%).

Figura 7 - Le innovazioni di prodotto sviluppate dalle piccole imprese (biennio 2012-2013)



Non sa / non risponde: 3,1%

Tabella 6 - Le innovazioni di prodotto per ripartizione geografica

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Nuovi prodotti presenti nel mercato	31,8%	40,0%	33,3%	40,0%	35,4%
Migliorie a prodotti esistenti	36,4%	40,0%	27,8%	30,0%	33,8%
Prodotti per ridurre l'impatto ambientale	13,6%	13,3%	33,3%	20,0%	20,0%
Prodotti innovativi per il mercato	22,7%	6,7%	11,1%	30,0%	16,9%
Riposizionamento prodotti	9,1%	20,0%	22,2%	20,0%	16,9%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Innovazioni di processo: domina l'automazione dei processi

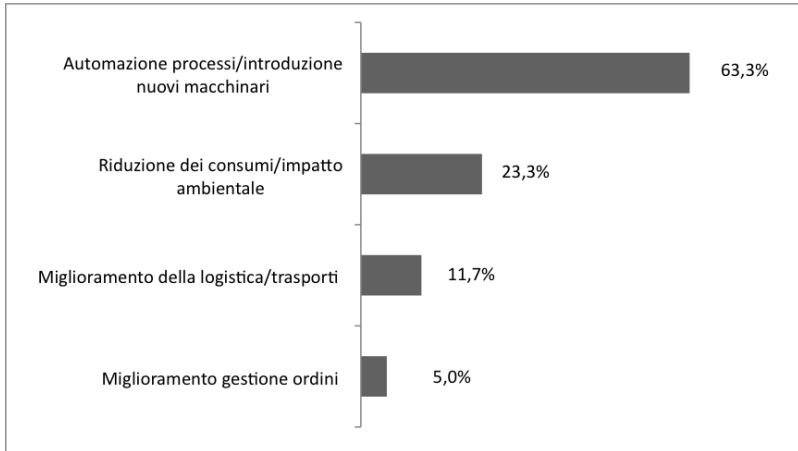
Tra le innovazioni di processo domina l'*automazione dei processi/introduzione di nuovi macchinari* condotta da più di 6 imprese su 10 che hanno innovato (il 63,3%).

Nel caso delle altre innovazioni di processo si verifica una netta riduzione delle frequenze rispetto al caso dell'automazione ma comunque più del 23% delle imprese ha sviluppato processi per ridurre i consumi e l'impatto ambientale mentre l'11,7% ha migliorato la logistica/trasporti.

A livello territoriale spicca l'elevatissima propensione all'automazione registrata dalle piccole imprese del Mezzogiorno (92,3%) mentre i processi di riduzione dei consumi e dell'impatto ambientale sono molto diffusi nelle imprese del Centro (33,3%) e del Nord Ovest (40,0%), rispetto ad una media per l'Italia di poco superiore al 23%.



Figura 8 - Le innovazioni di processo sviluppate dalle piccole imprese (biennio 2012-2013)



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Tabella 7 - Le innovazioni di processo per ripartizione geografica (biennio 2012-2013)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Automazione processi/ introduzione nuovi macchinari	53,3%	55,0%	58,3%	92,3%	63,3%
Riduzione dei consumi/ impatto ambientale	40,0%	15,0%	33,3%	7,7%	23,3%
Miglioramento della logistica/ trasporti	6,7%	20,0%	16,7%	0,0%	11,7%
Miglioramento gestione ordini	0,0%	10,0%	0,0%	7,7%	5,0%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

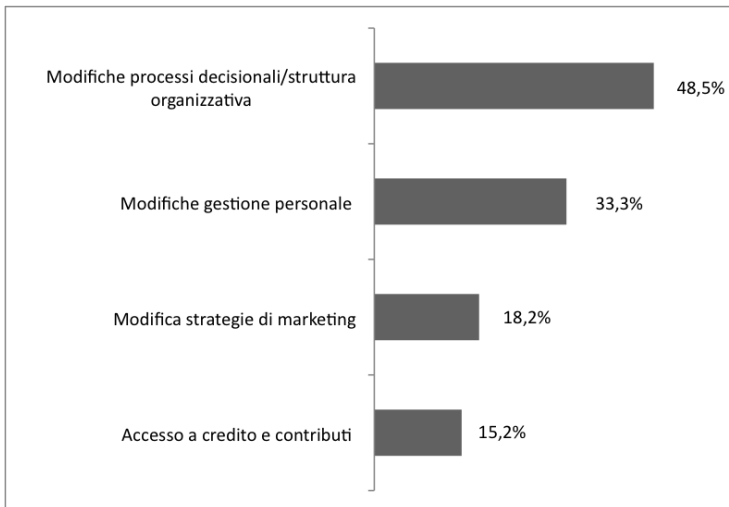
Innovazioni di tipo organizzativo: si prediligono le modifiche dei processi decisionali/struttura organizzativa

Le innovazioni di tipo organizzativo sono state meno sfruttate rispetto a quelle di processo e di prodotto ma, comunque, sono state sviluppate dal 24,1% delle piccole imprese che hanno innovato. Quasi 5 piccole imprese manifatturiere su 10 (48,5%) ha prediletto le innovazioni organizzative connesse alla modifica dei processi decisionali e della struttura organizzativa mentre nel 33,3% dei casi le piccole imprese hanno apportato delle modifiche alla gestione del personale.

Tra le piccole imprese del Mezzogiorno prevalgono proprio le modifiche alla struttura organizzativa delle aziende (83,3%, una percentuale quasi doppia rispetto alla media: 48,5%).

Le innovazioni che riguardano l'accesso al credito e ai contributi (effettuate dal 15,2% delle piccole imprese) sono molto meno praticate e il dato nazionale è influenzato e sostenuto dalle piccole imprese del Nord Ovest e del Nord Est (22,2% in entrambi i casi).

Figura 9 - Innovazioni organizzative sviluppate dalle piccole imprese (biennio 2012-2013)



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Tabella 8 - Le innovazioni organizzative per ripartizione geografica
(biennio 2012-2013)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Modifiche processi decisionali/ struttura organizzativa	44,4%	33,3%	83,3%	44,4%	48,5%
Modifiche gestione personale	33,3%	11,1%	50,0%	44,4%	33,3%
Modifica strategie di marketing	11,1%	44,4%	0,0%	11,1%	18,2%
Accesso a credito e contributi	22,2%	22,2%	0,0%	11,1%	15,2%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

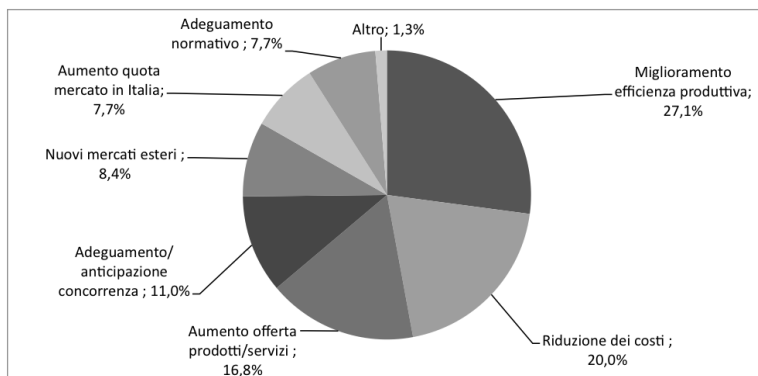
La spinta all'innovazione? Migliorare l'efficienza produttiva, ridurre i costi e aumentare l'offerta di prodotti/servizi

Le ragioni che hanno spinto le piccole imprese manifatturiere ad introdurre innovazioni negli ultimi due anni sono molteplici. Si delinea tuttavia una prevalenza di casistiche collegate al miglioramento dell'efficienza produttiva (27,1%), alla riduzione dei costi (20,0%) e all'aumento dell'offerta di prodotti/servizi (16,8%).

In questo senso l'innovazione è motivata da ragioni interne ed orientate al miglioramento della produttività complessiva aziendale e a politiche di *cost saving*.

Solo nell'11,0% dei casi le motivazioni delineate dalle piccole imprese riguardano l'adeguamento/anticipazione della concorrenza mentre nell'8,4% e nel 7,7% dei casi le piccole imprese hanno innovato per accedere a nuovi mercati esteri o per aumentare la quota di mercato in Italia.

Figura 10 - Le ragioni per le quali le piccole imprese hanno innovato (biennio 2012-2013)



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Tabella 9 - Le ragioni dell'innovazione per ripartizione geografica (biennio 2012-2013)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Miglioramento efficienza produttiva	37,2%	18,6%	23,7%	29,0%	27,1%
Riduzione dei costi	11,6%	23,3%	18,4%	29,0%	20,0%
Aumento offerta prodotti/servizi	20,9%	14,0%	21,1%	9,7%	16,8%
Adeguamento/anticipazione concorrenza	11,6%	9,3%	13,2%	9,7%	11,0%
Nuovi mercati esteri	4,7%	9,3%	10,5%	9,7%	8,4%
Aumento quota mercato in Italia	7,0%	9,3%	7,9%	6,5%	7,7%
Adeguamento normativo	7,0%	14,0%	5,3%	3,2%	7,7%

Non sa / non risponde: 1,3%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa



- A livello territoriale si riscontrano alcuni scostamenti più ampi:
- tra le piccole imprese del Nord Ovest spicca, il miglioramento dell'efficienza produttiva (37,2% contro il 27,1% della media registrata a livello nazionale);
 - nel Mezzogiorno si verifica una prevalenza di ragioni collegate al contenimento dei costi aziendali (29,0% vs 20,0% del caso Italia);
 - per le piccole imprese del Nord Est invece si evince, rispetto alla media italiana, una vocazione maggiore per l'adeguamento normativo (14,0% rispetto al 7,7%).

Le innovazioni nella piccola impresa nascono e si sviluppano all'interno

Da cosa sono state sollecitate e da chi sono state sviluppate le innovazioni nelle piccole imprese? Si tratta di un aspetto molto interessante.

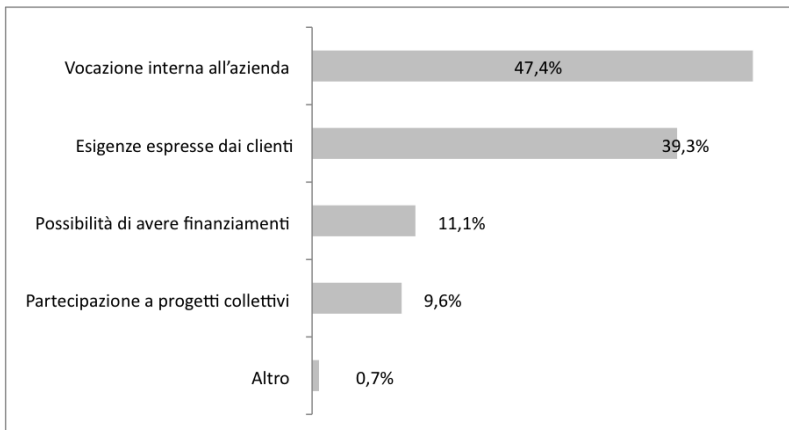
Nella maggioranza dei casi le innovazioni scaturiscono da una vocazione interna all'azienda (47,4%); in sostanza, le piccole imprese innovano con spirito proattivo e tale spinta prevale rispetto alle sollecitazioni provenienti dai clienti (39,3%) che esigono sempre più spesso prodotti innovativi oppure il miglioramento della qualità dei prodotti già forniti.

Le altre opzioni indicate dai piccoli imprenditori intervistati nella ricerca sono abbastanza residuali. La possibilità di ottenere finanziamenti (quindi agevolazioni) è stata indicata solamente nell'11,1% dei casi e tale aspetto conferma come le piccole imprese italiane innovino sostanzialmente perché intravedono prospettive di sviluppo e di miglioramento: dunque per convinzione piuttosto che per pressione o per tentativi. Tra le altre opzioni che rammentano la provenienza della spinta all'innovazione, la partecipazione a progetti collettivi risulta altrettanto minoritaria (9,6% delle risposte); tale aspetto mette in luce, tra l'altro, come le piccole imprese siano poco inclini a praticare progetti condivisi che, in taluni casi, potrebbero ritornare utili, almeno per quelle imprese che non han-

no sperimentato l'innovazione per carenza o limitata disponibilità di risorse.

A livello territoriale nel Nord Ovest l'introduzione delle innovazioni risulta ancora più imputabile alle spinte interne (il 52,6% delle risposte indicate dalle piccole imprese "nord-occidentali" si concentra nella casistica "vocazione interna all'azienda"). In riferimento alle altre opzioni individuate dalle piccole imprese non si verificano scostamenti molto significativi tra le macroaree geografiche, salvo il caso del Nord Est laddove si rafforza la necessità di soddisfare le esigenze espresse dai clienti (45,9% vs 39,3% del caso Italia).

Figura 11 - Da dove provengono le innovazioni? (biennio 2012-2013)



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

La sensazione che le piccole imprese siano sostanzialmente autonome nello sviluppo delle innovazioni viene confermata dal fatto che la larga maggioranza delle piccole imprese (più di 3 su 4, pari al 77,4%) ha sviluppato le innovazioni attraverso l'ingegno dei titolari/soci e del proprio personale.

Tabella 10 - La sollecitazione all'innovazione per macroarea

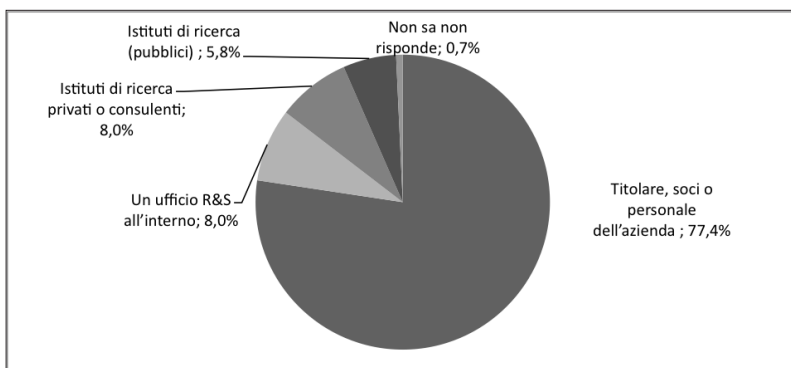
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Vocazione interna all'azienda	52,6%	43,2%	46,7%	46,7%	47,4%
Esigenze espresse dai clienti	31,6%	45,9%	43,3%	36,7%	39,3%
Possibilità di avere finanziamenti	7,9%	10,8%	13,3%	13,3%	11,1%
Partecipazione a progetti collettivi	13,2%	16,2%	3,3%	3,3%	9,6%
Altro	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	0,7%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Come prevedibile, per lo sviluppo delle innovazioni vengono utilizzati solo in casi sporadici (8,0%) uffici di ricerca e sviluppo appositamente dedicati (solitamente presenti nelle medie-grandi unità aziendali).

Risulta altrettanto scarso il ricorso ad istituti di ricerca privati o consulenti (8,0%) e pubblici come università e altri enti (5,8%). In quest'ultimo caso si nasconde forse anche una criticità più generale che si sostanzia nella scarsa rete di relazioni tra le imprese e le università italiane e dunque la necessità di incrementare i contatti per aumentare le attività di trasferimento tecnologico.

Figura 12 - Chi si occupa dello sviluppo dell'innovazione (biennio 2012-2013)



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Le analisi territoriali evidenziano che i contatti con le Università non sono ritenuti validi soprattutto dalle piccole imprese del Mezzogiorno ma anche nel Nord Est, aree nelle quali, i soggetti deputati all'innovazione sono nella grande maggioranza dei casi le persone che operano all'interno dell'azienda (nel 87,1% dei casi per il Sud d'Italia e nel 81,1% dei casi nel Nord Est).

Tabella 11 - Chi si occupa di sviluppare l'innovazione - analisi per macroarea (biennio 2012-2013)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Titolare, soci o personale dell'azienda	76,3%	81,1%	64,5%	87,1%	77,4%
Un ufficio R&S all'interno	10,5%	5,4%	16,1%	0,0%	8,0%
Istituti di ricerca privati o consulenti	7,9%	8,1%	9,7%	6,5%	8,0%
Istituti di ricerca (pubblici)	5,3%	2,7%	9,7%	6,5%	5,8%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa



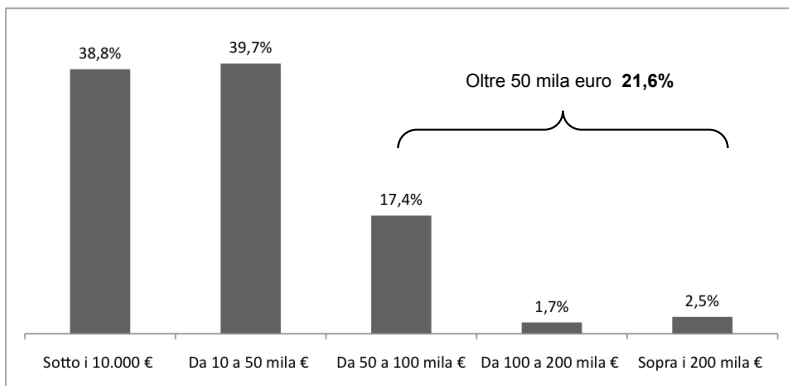
Piccole imprese innovano a costi contenuti e con buoni risultati

I costi stimati dalle piccole imprese per la realizzazione della principale innovazione si concentrano, per la larga maggioranza dei casi nelle fasce più basse (al di sotto di 50 mila euro per il 78,5% delle piccole imprese intervistate). Quasi quattro piccole imprese su 10 (il 38,8%) hanno innovato nel biennio 2012-2013 addirittura con meno di 10 mila euro.

Le piccole imprese del Nord Est si caratterizzano per investimenti più elevati rispetto alle aziende delle altre realtà territoriali. Il 34,4% delle piccole imprese del Nord Est ha investito più di 50 mila euro per l'innovazione principale contro un 21,6% della media italiana (addirittura il 6,3% delle piccole imprese del Nord Est ha speso più di 200 mila euro).

Nel caso delle piccole imprese del Centro Italia si registra un'elevata concentrazione di innovazioni a minor costo: nel 57,7% dei casi il costo per l'investimento principale è stato inferiore a 10 mila euro.

Figura 13 - Stima dei costi del principale investimento legato all'innovazione (biennio 2012-2013)



Non sa / non risponde: 11,7%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Tabella 12 - Stima dei costi dell'innovazione per macroarea (biennio 2012-2013)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Sotto i 10.000 €	47,1%	31,3%	57,7%	20,7%	38,8%
Da 10 a 50 mila €	26,5%	34,4%	42,3%	58,6%	39,7%
Da 50 a 100 mila €	20,6%	25,0%	0,0%	20,7%	17,4%
Da 100 a 200 mila €	2,9%	3,1%	0,0%	0,0%	1,7%
Sopra i 200 mila €	2,9%	6,3%	0,0%	0,0%	2,5%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Le piccole imprese innovatrici sono pienamente soddisfatte dei risultati ottenuti attraverso l'introduzione delle innovazioni. In effetti, l'82,9% delle piccole imprese manifatturiere ritengono di essere soddisfatte; in particolare:

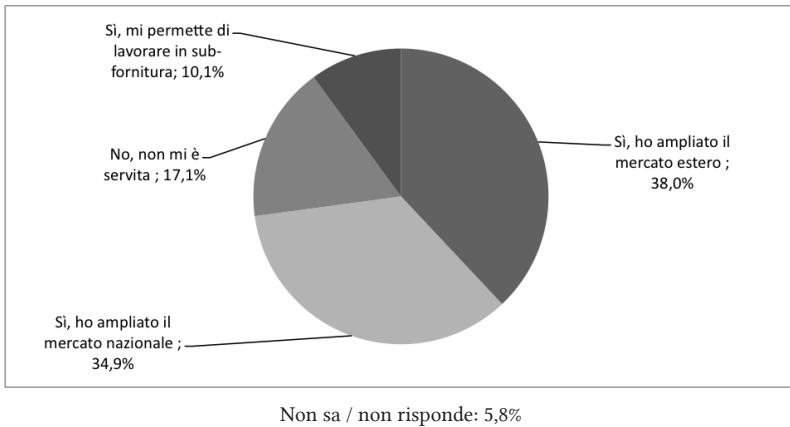
- nel 38,0% dei casi perché hanno incrementato il mercato estero;
- nel 34,9% dei casi perché hanno ampliato il mercato nazionale;
- e nel 10,1% dei casi perché le innovazioni consentono di lavorare in sub-fornitura.

Questi dati sono incoraggianti e segnalano come gli sforzi innovativi ripaghino anche le "piccole" realtà manifatturiere che riescono così a migliorare la propria performance in termini di efficienza e di competitività.

A livello territoriale si verificano alcune differenze: in primis l'elevato successo per le innovazioni delle piccole imprese del Nord Ovest che nel 44,4% dei casi hanno ampliato il mercato nazionale e nel 41,7% dei casi quello estero. In secondo luogo, emerge un dato interessante per la piccole imprese del Mezzogiorno che, attraverso le innovazioni, sono riuscite nel 43,3% dei casi ad ampliare il loro mercato estero "mitigando" così la performance meno positiva del Mezzogiorno (rispetto al Nord) in termini di export che vede il Sud Italia generalmente poco presente sui mercati internazionali.



Figura 14 - I risultati delle innovazioni: piccole imprese soddisfatte (biennio 2012-2013)



Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Tabella 13 - Grado di soddisfazione dell'introduzione di innovazioni per macroarea (biennio 2012-2013)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	ITALIA
Si, ho ampliato il mercato estero	41,7%	36,4%	30,0%	43,3%	38,0%
Si, ho ampliato il mercato nazionale	44,4%	33,3%	26,7%	33,3%	34,9%
No, non mi è servita	8,3%	21,2%	23,3%	16,7%	17,1%
Si, mi permette di lavorare in sub-fornitura	5,6%	9,1%	20,0%	6,7%	10,1%

Fonte: Indagine Fondazione Impresa

Conclusioni

I risultati dell'indagine Fondazione Impresa ci consegnano un'Italia delle piccole imprese che sa di essere di fronte a un bivio «*O innovazione, o morte*». Questa consapevolezza si traduce in una rilevante spinta all'innovazione che, pur con a volte marcate differenze regionali, ha queste caratteristiche: segue la gerarchia innovazione di prodotto, di processo, di tipo organizzativo (Figura 2); tra le innovazioni di prodotto, privilegia l'introduzione di nuovi prodotti e il miglioramento di quelli esistenti (Figura 7); tra le innovazioni di processo, mantiene un'elevata focalizzazione sull'automazione dei processi (Figura 8); tra le innovazioni organizzative, pone enfasi sulle modifiche dei processi decisionali (Figura 9); ha come obiettivo principale il miglioramento dell'efficienza produttiva (e solo in seconda battuta la riduzione dei costi, Figura 10) ed è spinta soprattutto dall'interno (Figura 11).

Le imprese coinvolte nella ricerca sembrano essere attratte dalle innovazioni incrementali (o di routine), rispetto a quelle radicali. Questo atteggiamento “è un bene” sia per le piccole imprese sia per il Paese. Prestare attenzione anche alle innovazioni “di routine” è utile, perché è stato dimostrato che i maggiori benefici economici e sociali dei processi innovativi sono generati dai miglioramenti incrementali e dalle piccole migliorie e modifiche tecniche di prodotti e processi preesistenti, piuttosto che dalle innovazioni radicali (Baumol 2002, p. 37 ed. it). Si tratta di risultati che permettono di valorizzare la conoscenza tacita acquisita e sintetizzano complessi processi di apprendimento *by doing, by using o by interacting*. Per tali motivi, l'innovazione non può essere ridotta al mero risultato delle attività e degli investimenti in ricerca e sviluppo (R&S). Pertanto, la più bassa intensità di R&S tipica dei settori industriali italiani rispetto ad altri Paesi europei può essere la conseguenza del fatto che le spese per R&S rappresentano un indicatore della ricerca più formalizzata, e in particolare di quella che ha luogo nei laboratori di ricerca. In molti dei settori nei quali è specializzata l'Italia, invece, la ricerca formalizzata rappresenta solo una parte delle attività innovative alla base della competitività tecnologica e della capacità di introdurre nuovi prodotti. In questi settori le

attività non formalizzate e, quindi, difficilmente misurabili come il *design*, la progettazione, l'introduzione di nuovi materiali e nuove prestazioni nei prodotti stessi, possono ricoprire addirittura un ruolo più importante della ricerca di laboratorio (Foresti 2002).

La ricerca, però, ci mostra anche due potenziali *limiti* derivanti dall'atteggiamento delle piccole imprese nei confronti dei processi innovativi.

Il primo riguarda la tendenza a sviluppare i processi innovativi internamente. I ritmi accelerati del cambiamento tecnologico e le pressioni indotte dalle trasformazioni globali hanno conferito alle relazioni tra imprese un'importanza decisiva per la creazione e l'utilizzo della conoscenza e la realizzazione di innovazioni, spesso con considerevoli impatti competitivi e anche sociali. In realtà, aprirsi ai flussi di nuova conoscenza è funzionale ai processi di esplorazione di nuove traiettorie tecnologiche, attraverso l'acquisizione di conoscenze da fonti esterne e la loro integrazione. L'apertura ai flussi in uscita è invece un processo che si riferisce alla commercializzazione della conoscenza tecnologica sviluppata all'interno dell'organizzazione (Chesbrough, Vanhaverbeke, West, 2008).

Il secondo riguarda la bassa propensione allo sviluppo di innovazioni delle pratiche manageriali, e conseguentemente delle forme organizzative delle imprese e delle competenze delle persone. Ne consegue che l'impatto sulla competitività di questi pur lodevoli sforzi rischia di essere inferiore a quello potenzialmente ottenibile.

Bibliografia

- Antonoli B., Mazzanti M. (2011). Strategie di innovazione e risultati economici. Un'indagine sulle imprese manifatturiere dell'Emilia Romagna. FrancoAngeli, Milano.
- Baumol W. 2002. The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism, Princeton University Press, Princeton (t.i. La macchina dell'innovazione. Tecnologia e concorrenza nel capitalismo, Università Bocconi Editore, Milano).
- Chesbrough H., Vanhaverbeke W., e West J. (Eds.). (2008). Open Innovation: Researching a New Paradigm, Oxford University Press.
- Foray D. 2002. "Ciò che l'economia trascura o ignora nell'analizzare l'innovazione", in Ardrizzo G. (a cura di), Ragioni di confine. Percorsi dell'innovazione, Il Mulino, Bologna.
- Foresti G. 2002. Specializzazione produttiva e struttura dimensionale delle imprese: come spiegare la limitata attività di ricerca dell'industria italiana, Centro Studi Confindustria, Working Paper n. 32.
- Grandi A., Sobrero M. (a cura di). 2005. Innovazione tecnologica e gestione d'impresa, Il Mulino, Bologna.
- Gubitta P. 2007. La formazione continua nelle piccole e medie imprese. Rapporto tra formazione e innovazione, in Pellegrini C., Frigo F. (a cura di), La formazione continua in Italia. Indagini nazionali e internazionali a confronto, FrancoAngeli, Milano, pp. 335-352.

Metodologia d'indagine

L'indagine è stata realizzata da Fondazione Impresa, con l'esecuzione delle interviste da parte di Panel Data.

L'indagine è stata condotta per via telefonica, con metodo CATI (*Computer Assisted Telephonic Interviewing*), nel corso dei giorni lavorativi compresi tra il 15 e 25 luglio 2013 contattando, con l'ausilio di intervistatori esperti ed adeguatamente formati sui



contenuti dell'indagine, 600 imprese manifatturiere nell'universo della piccola impresa in Italia (<20 addetti).

La verifica telefonica, effettuata attraverso "domande filtro" ha consentito di escludere tutte le imprese che non rispettavano i parametri che definiscono l'appartenenza alla popolazione oggetto d'indagine, ovvero cessazione / inattività dell'azienda, dimensione superiore a 19 addetti.

Sono state campionate un numero significativo di imprese per macroarea di localizzazione (Nordest, Nordovest, Centro, Sud-Isola) in modo da riuscire a dare delle indicazioni territoriali.

Per ottenere una maggiore coerenza è stata effettuata un'analisi della qualità dei dati rilevati; infatti, oltre alle normali attività di controllo e di uniformità con il campione, sono stati opportunamente corretti i valori anomali e imputati eventuali valori mancanti (non risposte a singoli items).

È importante sottolineare che per accertarsi che i rifiuti si distribuiscano in modo casuale e non provengano invece da una popolazione selezionata, è stata studiata la loro distribuzione in base alle informazioni che si possedevano a priori. Da tale analisi non si sono rilevate differenze significative e conseguentemente è per tanto ragionevole ipotizzare la casualità della distribuzione dei rifiuti e dunque un errore trascurabile apportato da questi nelle stime finali.

La metodologia di registrazione utilizzata e il software adottato garantiscono il controllo della qualità e della coerenza delle risposte, predisponendo a priori i "flussi" che debbono essere seguiti nella compilazione del questionario. Non si possono pertanto verificare errori derivanti da risposte non dovute.