

Le dinamiche evolutive delle imprese a Massa Carrara



Si considera innovazione tecnologica qualsiasi prodotto, servizio o processo nuovo (o significativamente migliorato) rispetto a quelli precedentemente esistenti in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, prestazioni, facilità d'uso, ecc. Un'innovazione tecnologica si realizza nel momento della sua introduzione sul mercato - innovazione di prodotto o servizio - o del suo utilizzo in un processo produttivo o attraverso l'innovazione di processo. Le innovazioni di prodotto e di processo non devono necessariamente consistere in prodotti, servizi o processi totalmente nuovi; è infatti sufficiente che risultino

nuovi per l'impresa che li introduce. Questa ricerca è finalizzata a raccogliere dati sui processi di innovazione delle imprese di vari settori. Le informazioni rilevate riguardano principalmente: - il tipo di innovazione tecnologica introdotta; - la spesa sostenuta per le attività innovative svolte dall'impresa; - la quota di fatturato derivante da prodotti nuovi; - gli effetti dell'innovazione sull'attività delle imprese. La rilevazione prende in considerazione anche altri aspetti del processo innovativo come: i fattori che ostacolano o limitano l'attività innovativa delle imprese; il supporto pubblico all'innovazione; gli accordi di cooperazione e le fonti di informazione sull'innovazione. L'innovazione non riguarda solo il lancio di nuovi prodotti o la tecnologia di processi produttivi: l'innovazione si esplica anche in un radicale cambiamento culturale nel modo di impostare i processi operativi e di supporto, attraverso le tecnologie dell'informazione e della comunicazione all'interno di tutti i processi dell'azienda. Nuovi modi di servire i clienti, nuovi modi di offrire valore ai clienti, nuovi modi di lavorare, nuovi modi di costruire alleanze e di creare risorse e competenze, nuove modalità di posizionarsi rispetto al mercato. Innovazione può voler dire ampliare la quota di mercato e cercarne di nuovi ed individuare nuovi bisogni legati all'ambiente circostante l'attività o tramite sistemi organizzativi che permettono ad una impresa di reagire in modo competitivo ai mutamenti del mercato. Gli imprenditori di alcuni settori si sono mostrati interessati alle fonti energetiche alternative e i contributi per le nuove tecnologie di sostenibilità ambientale. L'obiettivo della ricerca è capire le problematiche delle imprese per quanto riguarda l'innovazione e fare il punto sui risultati ottenuti.

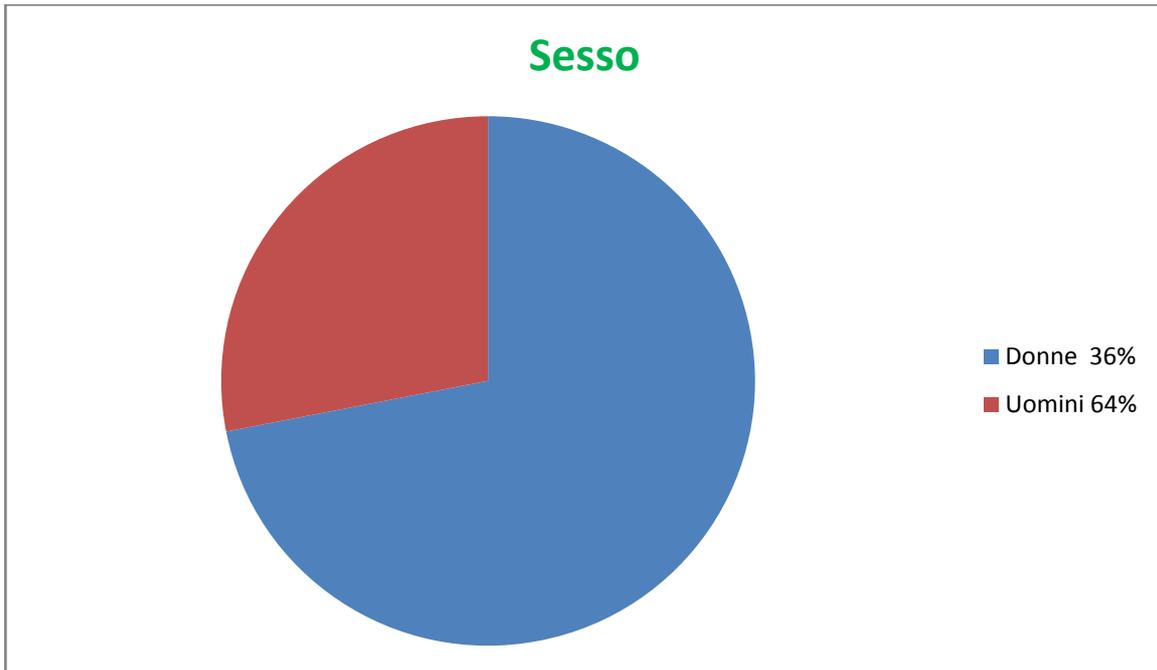
CAMPIONE 212 IMPRESE DELLA PROVINCIA CAMPIONE STRATIFICATO E CASUALE, SELEZIONATO IN BASE AI SEGUENTI SETTORI:

- INFORMATICO
- IMPIANTISTICO
- SERVIZI ALLE PERSONE
- SERVIZI ALLE AZIENDE
- TINTOLAVANDERIE
- MECCANICA
- AUTOCARROZZERIA
- GRAFICA
- TIPOGRAFICO
- FOTOGRAFICO
- LEGNO
- AUTOTRASPORTO
- ALIMENTAZIONE
- MARMO
- MANIFATTURIERO
- OTTICO
- NAUTICO
- TELECOMUNICAZIONE

Esempi di settori per definizione tecnologica

- Articoli di abbigliamento- Bassa Tecnologia
- Macchine ed apparecchi elettrici Medio - Alta Tecnologia
- Mobili e altri prodotti delle imprese manifatturiere - Bassa Tecnologia
- Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali - Medio - Alta Tecnologia
- Macchine ed apparecchi meccanici Medio - Alta Tecnologia
- Prodotti alimentari e bevande - Bassa Tecnologia
- Apparecchi radiotelevisivi e apparecchiature per le comunicazioni -Alta Tecnologia
- Apparecchi medicali, apparecchi di precisione, strumenti ottici e orologi - Alta Tecnologia
- Prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti - Medio - Bassa Tecnologia
- Pasta da carta, carta, cartone e prodotti di carta - Bassa Tecnologia
- Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi - Medio - Alta Tecnologia
- Prodotti dell'editoria e della stampa e supporti registrati - Bassa Tecnologia
- Prodotti della lavorazione del marmo - Medio - Alta Tecnologia
- Macchinari per la lavorazione del marmo - Medio - Alta Tecnologia
- Cuoio, articoli da viaggio, borse, selleria e calzature - Bassa Tecnologia
- Attività di servizi alla persona – Medio- Bassa Tecnologia
- Attività di servizi alle aziende – Medio- Alta Tecnologia

Graf.1 Sesso degli imprenditori intervistati



Graf. 2 Titolo di studio dei titolari delle imprese intervistate



Tab 1-Ragione sociale degli imprenditori intervistati

Ditte individuali	24%
SAS	17%
SNC	15%
SPA	4%
SRL	22%
Consorzi e Cooperative	18%
	100%

Tab. 2 Con riferimento all'ultimo triennio, come risultano gli andamenti medi annui del fatturato dell'azienda

In forte diminuzione	20%
In diminuzione	30%
In Aumento	16%
In forte aumento	5%
Stabili	29%
Totale	100%

Tab.3 Localizzazione delle aree di mercato prevalenti a cui fa riferimento l'azienda per il proprio lavoro

Provincia	56%
Regione	24%
Resto Italia	10%
Europa	8%
Resto del mondo	2%
Totale	100%

Tab.4 Quali sono le figure presenti in azienda con maggiori conoscenze tecnologiche

Titolari	38%
Amministrativi	56%
Tecnici operativi	42%
Altre figure	8%

Tab. 5 Nell'ultimo triennio quali tipi di innovazione sono stati introdotti nell'azienda?

Innovazione per un continuo e periodico processo di miglioramento alla tecnologia esistente	23%
Innovazione nel settore amministrativo	20%
Innovazione dei propri prodotti	15%
Innovazione organizzativa in tutta l'azienda	8%
Innovazione dei servizi esistenti	18%
Innovazione con l'introduzione di nuovi servizi	10%
Nessuna	6%
Totale	100%
Portata dell'innovazione	
Nuova per l'azienda	93%
Nuova per il settore	4%
Nuova per il mercato	3%
Totale	100%

Tab. 6 L'azienda pianifica azioni strategiche e operative per introdurre innovazione?

Le iniziative relative all'innovazione sono a carattere occasionale e non sono pianificate	36%
L'azienda sviluppa singole iniziative relative all'innovazione ma non esiste una vera e propria pianificazione	28%
L'azienda ha un piano per l'innovazione che include: obiettivi, risorse, competenze, rischi, processi, indicatori per un breve periodo	10%
Il piano per l'innovazione è ben definito e completamente integrato con le politiche e le strategie dell'azienda a lungo termine	8%
L'azienda non intende introdurre nessuna innovazione	18%
Totale	100%

Tab.7 Le innovazioni introdotte quali benefici/effetti hanno comportato sull'attività?

Miglior efficienza nell'utilizzo dei materiali e delle materie prime	34%
Miglior efficienza nell'utilizzo del personale	22%
Miglior organizzazione aziendale	12%
Miglior risultato economico	15%
Conquista di nuove quote di mercato	18%
Miglioramento della qualità di prodotti/servizi	24%
Ideazione di nuovi prodotti/servizi	4%
Migliore prestazione ambientale (minori rifiuti, minori consumi, minori emissioni)	14%
Miglioramento dei rapporti nell'ambiente di lavoro	10%
Miglioramento della conciliazione tempi di vita lavorativa e vita familiare del personale	6%
Abbassamento dei costi con miglioramento dei prezzi per il cliente	8%

Tab. 8 Aspetti che hanno favorito i processi di innovazione dell'impresa?

Investimenti/finanziamenti in attrezzature e macchinari	78%
Ricerca e sviluppo svolte all'interno dell'impresa	7%
Collaborazione con fornitori	12%
Collaborazione con clienti	8%
Collaborazione con altre imprese	5%
Collaborazione con Istituzioni	10%
Collaborazione con centri di ricerca o Università locali	3%
Collaborazione con centri di ricerca o Università non locali	2%
Conoscenze apportate dal personale	18%
Imitazione di processi/prodotti da altre imprese	4%
Partecipazione a fiere, convegni	54%
Tramite consultazione stampa specializzata, siti web	6%
Formazione specifica	9%

Tab. 9 Ostacoli incontrati nel momento dell'introduzione di un'innovazione

Difficoltà ad individuare soggetti e/o partner	28%
Resistenza da parte dei clienti/committenti	14%
Scarsa flessibilità delle risorse interne	22%
Adempimento di specifici obblighi di legge	10%
Reperimento delle risorse economiche necessarie	32%
Resistenza da parte dei fornitori	10%
Scarsa conoscenza dei prodotti e/o servizi da innovare	16%
Scarso reperimento informazioni sulle innovazioni da introdurre	18%
La difficoltà a reperire personale/figure competenti	26%
Risorse finanziarie non disponibili	32%
Nessun ostacolo particolare incontrato	2%

Tab.10 In che misura i seguenti aspetti hanno ostacolato i processi di innovazione della vostra impresa?

Rischio economico troppo elevato	molto
Difficoltà di riorganizzazione del processo produttivo	poco
Difficoltà di riorganizzazione aziendale	abbastanza
Difficoltà nel reperire finanziamenti	molto
Difficoltà nel reperire personale qualificato	abbastanza
Mancanza di stimoli interni	poco
Difficoltà strategiche di mercato (conoscenza del mercato, concorrenza con imprese leader)	abbastanza
Mancanza d'informazioni su attività di centri di ricerca/università/centri servizi a cui rivolgersi	abbastanza
Attività di ricerca (svolta da centri di ricerca/centri servizi) non coincidente con i bisogni dell'impresa	abbastanza
Difficoltà nel relazionarsi con centri di ricerca/enti/associazioni di categoria	abbastanza
Difficoltà nel reperire partners	poco

Tab. 11 Quali potrebbero essere, per la vostra impresa, i principali obiettivi dell'innovazione?

Diminuire i costi e aumentare il business	38%
Aumentare la produttività	12%
Estendere o sostituire la gamma dei prodotti	6%
Aumentare la flessibilità produttiva	8%
Migliorare l'impiego delle risorse esistenti	10%
Estensione della gamma dei prodotti e/o dei servizi offerti	16%
Migliorare il servizio al cliente	25%
Penetrare in nuovi mercati	18%
Battere la concorrenza	10%
Migliorare la sicurezza dei servizi proposti	12%
Migliorare la qualità dei prodotti	10%
Aumentare la sicurezza di alcuni prodotti commercializzati	14%
Aumentare la sicurezza sul luogo di lavoro	5%
Aumentare la sicurezza dei sistemi informativi	12%
Sviluppare nuove conoscenze del settore	18%
Adeguarsi alle normative in materia ambientale	8%
Adeguarsi a normative particolari di settore	4%
Ridurre l' impatto ambientale	13%
Migliorare il risultato economico	20%
Migliorare le relazioni con la forza lavoro	22%
Aumentare la clientela	16%
Migliorare l'organizzazione in funzione di una maggiore conciliazione tempi di vita lavorativa e vita famigliare del personale	5%

Tab. 12 Aspetti di innovazione applicati dalle imprese interpellate

Acquisizione della certificazione di qualità e innovazione delle proprie strategie organizzative	15%
Stretti accordi con imprese italiane o estere	4%
Utilizzate soluzioni logistiche innovative	13%
Utilizzate modalità commerciali innovative	14%
Adottate modalità di lavoro innovative	5%
Innovazione frequente delle proprie linee di produzione	4%
Realizzazione attività di ricerca	2%
Sperimentazione nuove tecniche produttive	3%
Elaborazione di nuovi prodotti	2%
Effettuazione di servizi innovativi	10%
Effettuazione di investimenti in nuove tecnologie	6%
Cura del design e/o della ricerca stilistica	3%
Utilizzazione materiali innovativi	14%
Realizzazione prodotti innovativi ed utilizzazione processi e tecniche di produzione innovativi	5%
Totale	100%

Tab. 13 Qual è la struttura organizzativa presente in azienda per la gestione dei progetti di innovazione?

Non sono previste particolari soluzioni organizzative per l'innovazione	28%
I progetti relativi all'innovazione si svolgono all'interno di funzioni esistenti (progettazione e sviluppo, produzione, commerciale)	22%
Esiste una struttura direzionale dedicata alla diffusione dell'innovazione e alla gestione dei progetti	8%
Si scelgono soluzioni organizzative di volta in volta	38%
Esiste uno specifico ruolo del personale dedicato al coordinamento dei servizi e sono attivi team funzionali per lo sviluppo dei nuovi prodotti	4%
Totale	100%

Tab. 14 Aspetti di attività in cui le imprese hanno introdotto innovazioni negli ultimi tre anni o intendono farlo nei prossimi tre

Utilizzo di nuovi materiali	22%
Rinnovo del processo produttivo e degli impianti	8%
Miglioramento del contenuto tecnico del prodotto	4%
Nuovo design e ricerca stilistica	2%
Nuovi servizi al consumatore/cliente	15%
Ampliamento gamma, diversificazione delle linee di produzione	2%
Miglioramento delle modalità distributive/logistiche	4%
Rinnovo servizi alla produzione e alla vendita	30%
Miglioramento alla sicurezza nel luogo di lavoro	6%
Maggior rispetto dell'ambiente	7%
Totale	100%

Tab.15 I settori che hanno introdotto innovazioni specifiche negli ultimi tre anni

Autocarrozzerie	18%
Autotrasporto	12%
Meccanica	16%
Legno/ mobilio, metallo	12%
Grafici/fotografi	48%
Informatici	58%
Moda	14%
Tipografie, serigrafie	17%
Nautica	10%
Telecomunicazioni	20%

Tab.16 Tipologie di servizi che hanno introdotto innovazioni specifiche negli ultimi tre anni

Servizi alla produzione e vendita	25%
Servizi al consumatore/cliente	44%
Linee di produzione	9%
Modalità distributive/logistiche	22%
TOTALE	100%

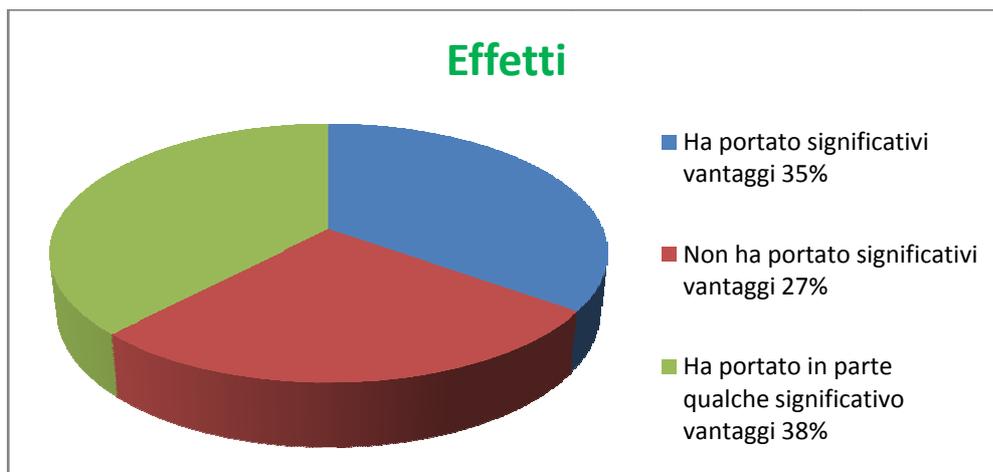
Tab.17 Modalità prevalente in cui si è sviluppata l'innovazione in azienda

Maturata guardando all'esperienza di altre aziende	27%
Suggerita/imposta dal committente/cliente	8%
Frutto dell'attività di sperimentazione e ricerca interna	18%
Nata dall'esigenza di risolvere un problema specifico	35%
Nata partecipando a fiere, consultando riviste di settore, consultando siti specializzati	42%
Nata dall'esigenza di rimanere al passo con i tempi	32%

Tab.18 Attività di ricerca svolta in azienda e modalità di organizzazione

Ricerca di mercato/elaborazione dati sull'andamento del settore	6%
Nuove strategie di mercato	4%
Ricerca/progettazioni/sperimentazioni logistiche, informatiche	26%
Ricerca/sperimentazione per soluzioni di modalità distributive/organizzative	38%
Ricerca/sperimentazione su nuovi materiali	2%
Ricerca stilistica/design/elaborazione modelli	2%
Ricerca/sperimentazione sulle tecniche e sui processi di produzione	4%
Ricerca tecnica sui servizi prestati	18%
Totale	100%

Graf. 3 Effetti dell'innovazione apportata



Tab. 19 Fattori ritenuti determinanti per l'innovazione

Collaborazione con Università/centri di ricerca	4%
Collaborazione con enti e associazione di categoria	26%
La possibilità di utilizzare contributi pubblici	34%
Sviluppo interno della produzione e dei servizi	6%
Conoscenza delle lingue straniere	15%
Il supporto di consulenti, esperti	12%
La volontà di innovarsi totalmente	20%
L'esigenza di adeguarsi agli standard di mercato	22%
La presenza in azienda di competenze/capacità specifiche	28%
La volontà di rispondere a richieste particolari dei clienti	24%
L'esigenza di migliorare le proprie strategie di mercato	32%

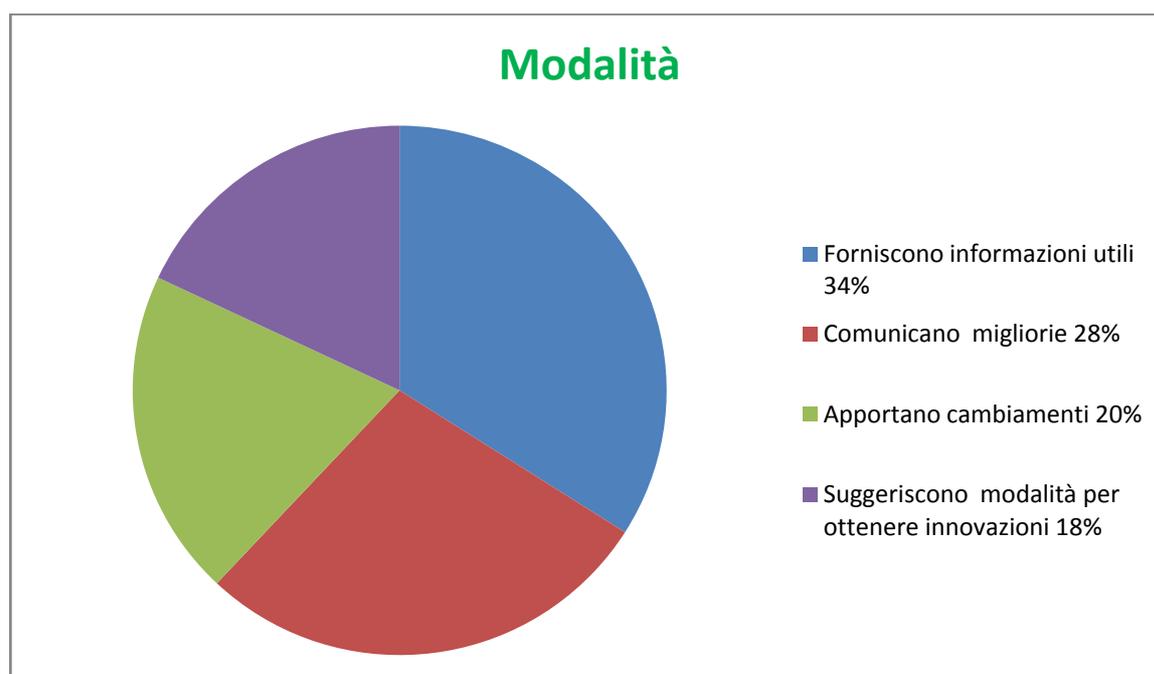
Tab. 20 Risultati conseguiti in seguito all'introduzione di un'innovazione nella produzione e/o distribuzione

Riduzione impatto ambientale	12%
Riduzione costi dei materiali e dell'energia	14%
Riduzione dei costi del processo di produzione/distribuzione	6%
Aumento della produttività	8%
Rafforzamento del legame con i clienti	22%
Miglioramento dell'immagine aziendale	28%
Crescita clientela e mercato di riferimento	14%
Miglioramento della qualità dei prodotti	6%
La crescita dimensionale	16%
Miglioramento dei servizi	18%

Tab. 21 Soggetti e fattori che agevolano l'introduzione di innovazioni e che la promuovono sul territorio

Istituto Studi e Ricerca della Camera di Commercio	4%
Le Associazioni di categoria	16%
I Consulenti	10%
Gli addetti e/o dipendenti dell'azienda stessa	18%
Riviste di settore	16%
Siti web specializzati	12%
I fornitori di materiali, macchinari, prodotti	20%
I clienti	24%
Convegni, fiere, mostre	15%
Incubatori di imprese	6%

Graf. 4 In che modo ?



Tab. 22 Attività con cui si intende continuare ad alimentare l'introduzione di innovazioni

Collaborando con il Centro Studi della Camera di Commercio	12%
Strutturando una specifica funzione aziendale	8%
Confrontandosi sui mercati con nuovi prodotti e/o servizi	15%
Acquistando competenze, professionalità specifiche tramite corsi specialistici	22%
Restando pronti a recepire gli stimoli del mercato	6%
Investendo di più nella tecnologia concernente l'amministrazione	14%
Investendo sulle fonti energetiche alternative e le nuove tecnologie di sostenibilità ambientale	10%
Acquisendo informazioni da riviste e/o siti specializzati	3%
Collaborando con Associazioni di categoria	10%
Totale	100%

Tab. 23 Come l'azienda finanzia l'innovazione?

L'azienda non assegna, o assegna in modo occasionale, risorse finanziarie all'innovazione	24%
L'azienda assegna risorse finanziarie interne adeguate ai piani di sviluppo	12%
L'azienda assegna risorse finanziarie adeguate accedendo anche a opportunità di finanziamento esterno, pubblico o di enti	26%
L'azienda pianifica e utilizza le risorse finanziarie (interne ed esterne) per sostenere l'innovazione per un breve periodo	10%
L'azienda pianifica e utilizza le risorse finanziarie (interne ed esterne) per sostenere a lungo termine l'innovazione	8%
L'azienda misura e gestisce il rischio finanziario dei progetti innovativi, valutando volta per volta, l'efficacia degli investimenti nel campo dell'innovazione	20%
TOTALE	100%

Tab. 24 Costi sostenuti per fonti di finanziamento

Prestiti bancari personali	10%
Prestiti sociali	4%
Finanziamenti pubblici agevolati	19%
Prestiti/finanziamenti azienda/e committente	12%
Credito bancario con garanzia di consorzio fidi	20%
Credito bancario senza garanzia di consorzio fidi	14%
Leasing	16%
Mezzi propri	5%
Totale	100%

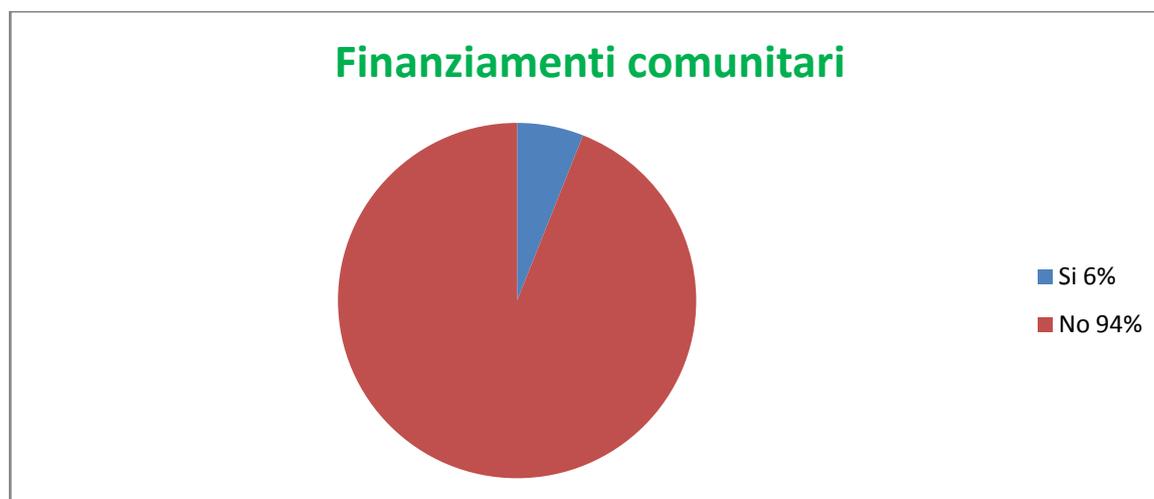
Graf.5 Ha usufruito di finanziamenti agevolati locali e /o regionali per portare innovazione nella sua azienda



Tab. 25 (Per chi ha risposto no) Per quale motivo non ha usufruito di finanziamenti locale e/o regionali

Non li conoscevo	20%
Non sono convenienti	14%
Troppa burocrazia	34%
Troppo lunghi i tempi necessari allo svolgimento della pratica	32%
Totale	100%

Graf. 6 Ha usufruito dei finanziamenti comunitari per la competitività e l'innovazione



Tab. 26 (Per chi ha risposto no) Per quale motivo non ha usufruito delle agevolazioni comunitarie

Non le conoscevo	28%
Non sono convenienti	12%
Troppo complessa la burocrazia	38%
Troppo lunghi i tempi necessari allo svolgimento della pratica	30%
Troppo complessa la progettazione e lo svolgimento dei progetti	35%
Non ho mai sviluppato progetti di investimento	10%
Eccessive garanzie richieste	16%

Tab. 27 Gli investimenti realizzati hanno riguardato :

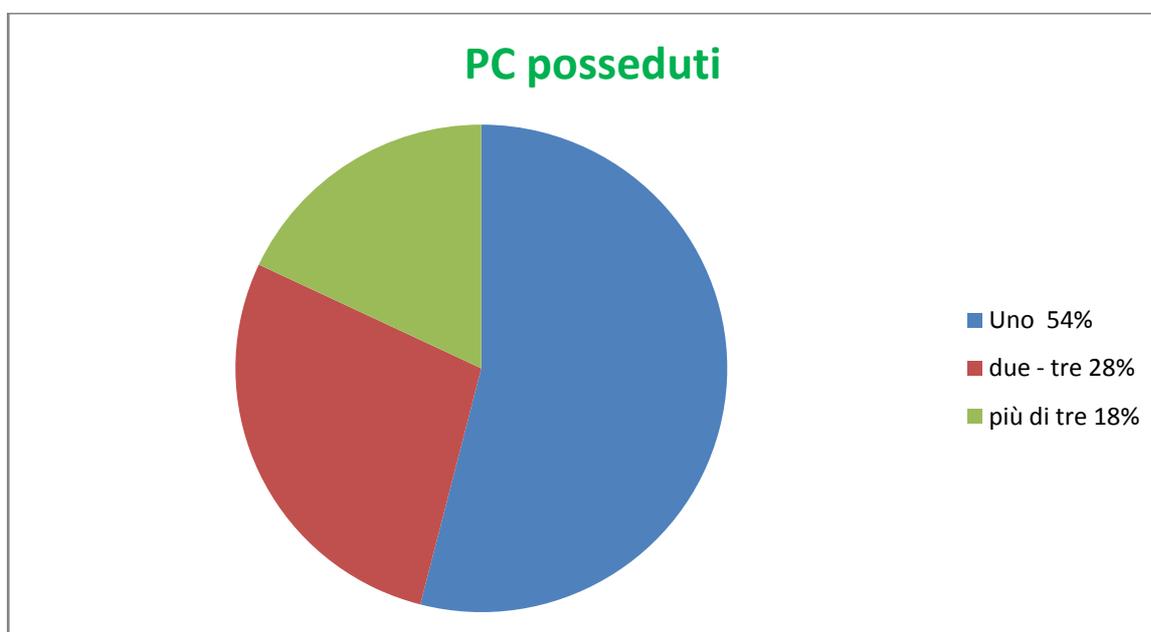
Acquisto servizi/consulenza	12%
Attrezzature/macchinari	28%
Logistica	34%
Internazionalizzazione/export	6%
Opere edilizie	18%
Certificazioni varie	5%
Hardware	18%
Software avanzati	8%
Software gestionali	7%
Applicazioni legate all'e-business	4%
Spese per il personale / formazione	22%
Immobili	15%

Tab. 28 Potete dimostrare, tramite risultati, che, grazie all'innovazione, state offrendo prodotti, servizi e soluzioni che soddisfano i vostri clienti?

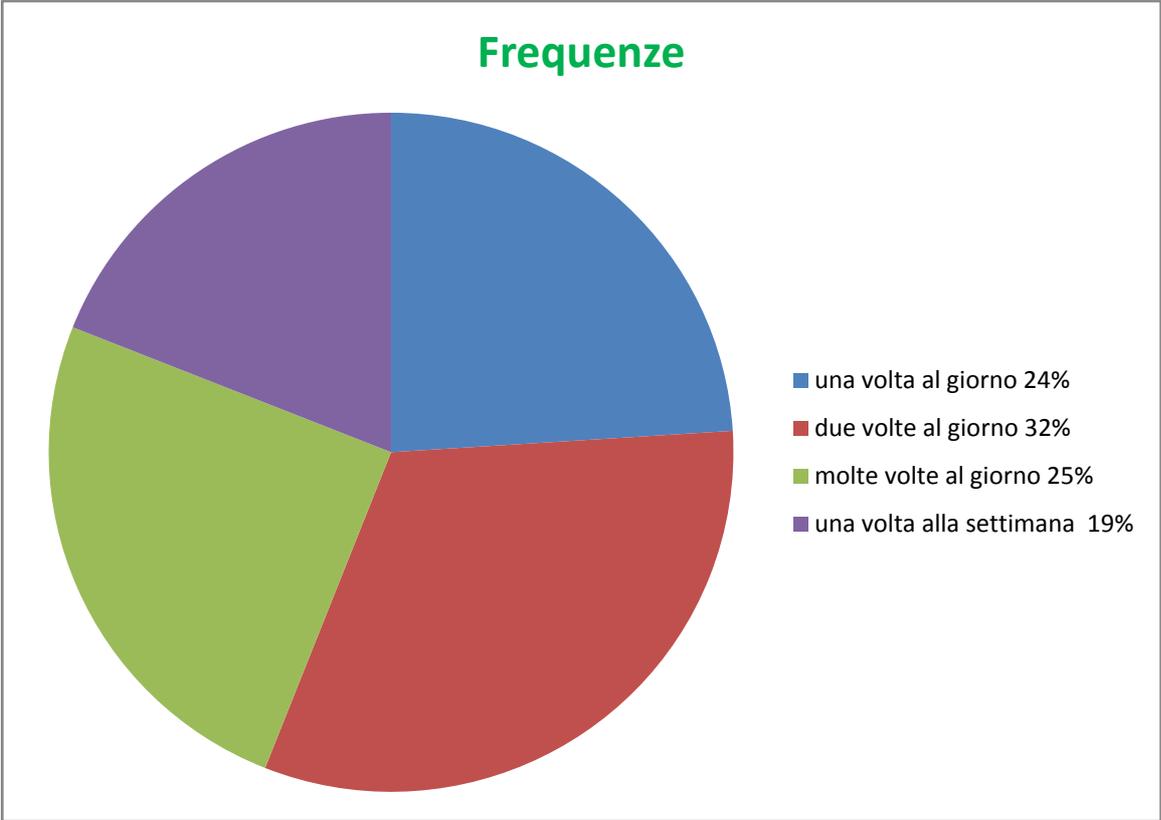
No, non abbiamo indicatori per misurare in termini quantitativi l'offerta di prodotti, servizi e soluzioni innovativi.	30%
Si, abbiamo indicatori e risultati quantitativi per misurare l'offerta di prodotti, servizi e soluzioni innovativi	36%
Solo alcuni risultati presentano trend e confronti con gli obiettivi che volevamo raggiungere	18%
Molti risultati quantitativi relativi agli indicatori per misurare l'offerta di prodotti, servizi e soluzioni innovativi sono in linea con gli obiettivi e hanno un trend positivo già da qualche anno	10%
I risultati quantitativi per misurare l'offerta di prodotti, servizi e soluzioni innovativi sono in linea con gli obiettivi e hanno un trend significativamente positivo e la nostra performance ci posiziona tra le migliori aziende del settore	6%
Totale	100%

Esempi di Indicatori	
Riconoscimenti da parte dei clienti	24%
Innovazione del prodotto	6%
Innovazione nella promozione e commercializzazione	32%
Gamma dei servizi offerti	22%
Innovazione nell'assistenza post vendita	14%
Grado di soddisfazione dei clienti relativamente alla capacità di aver innovato l'organizzazione	18%
Grado di innovazione tecnologica raggiunta	12%
Utilizzazione di sistemi avanzati di ICT nella comunicazione con i clienti	4%
Profilo ambientale del prodotto (risparmio energetico, recuperabilità e riciclabilità)	3%

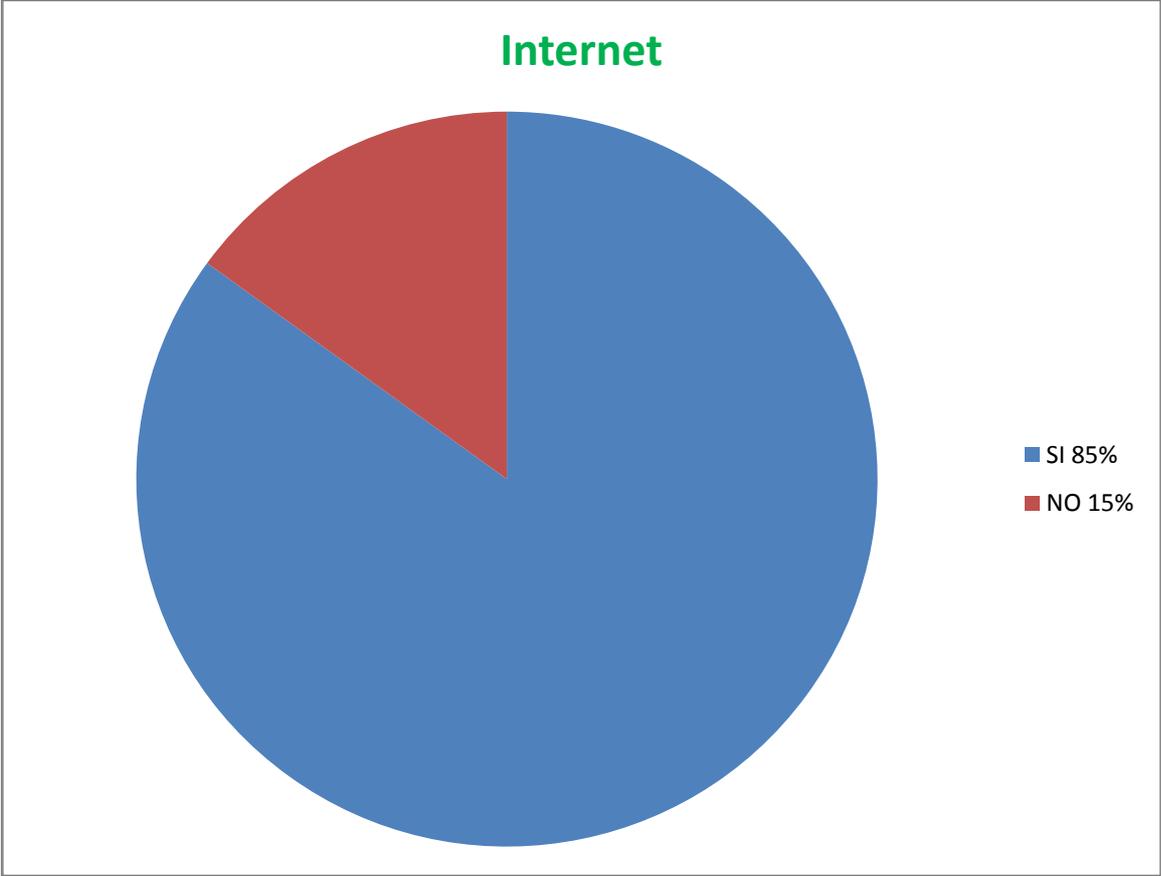
Graf. 7 Numero dei PC posseduti



Graf. 8 Frequenza dell'uso del PC



Graf. 9 Uso di Internet e della Posta elettronica



Tab. 29 I motivi della consultazione di Internet e dell'uso della Posta elettronica

Cercare e ricevere informazioni	40%
Comunicare con clienti e fornitori	28%
Trasferimento di documenti	20%
Effettuare pagamenti	8%
Effettuare corsi specialistici	4%
Totale	100%

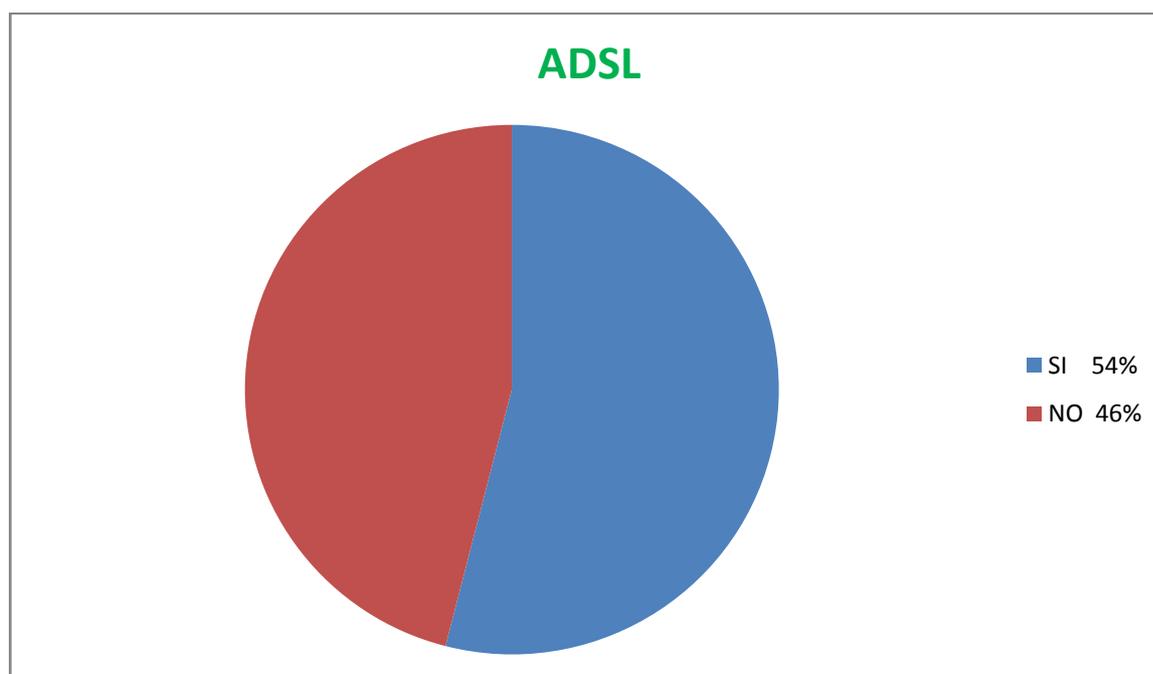
Tab. 30 Da chi è effettuata la consultazione

Titolare	56%
Addetti	44%
Totale	100%

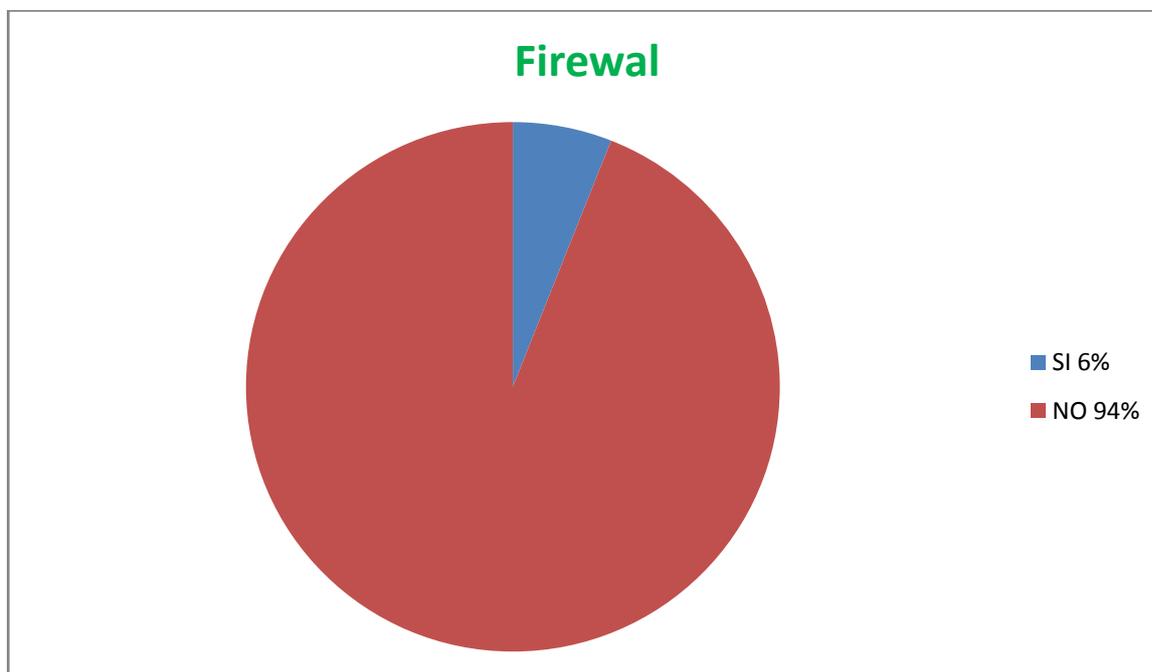
Tab. 31 Siti consultati maggiormente

Enti pubblici	20%
Di informazione	18%
Associazioni di categoria	15%
Siti specifici del settore	10%
Poste	6%
Banche	8%
Camera di Commercio	14%
Altri	9%
Totale	100%

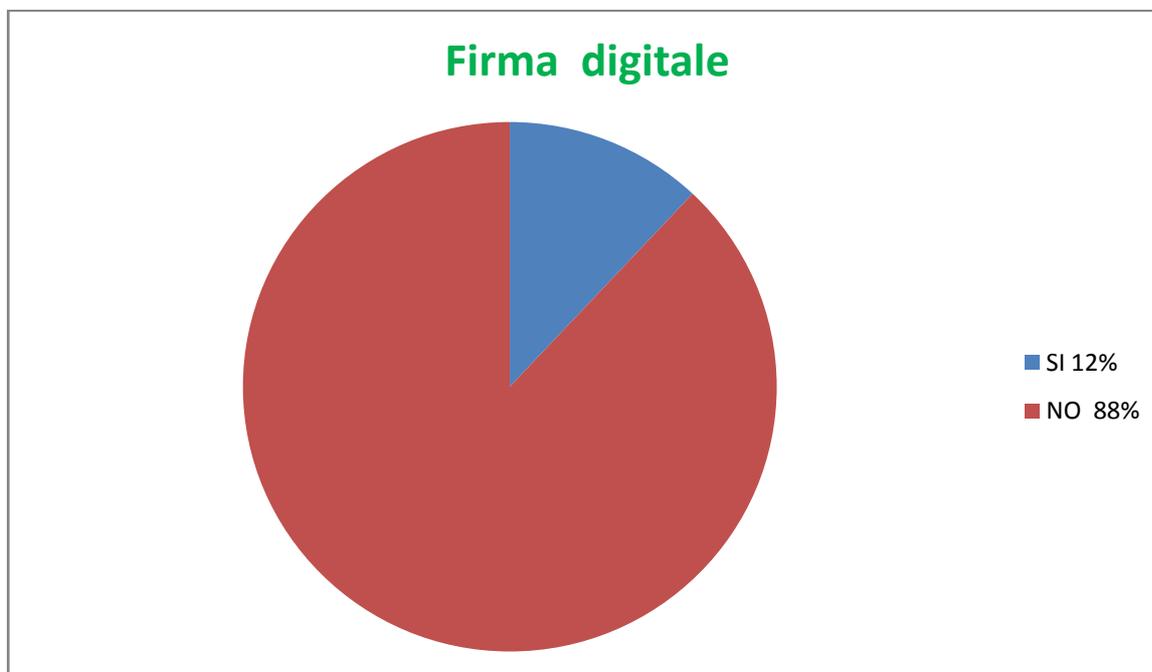
Graf. 10 Disponibilità di connessione ADSL



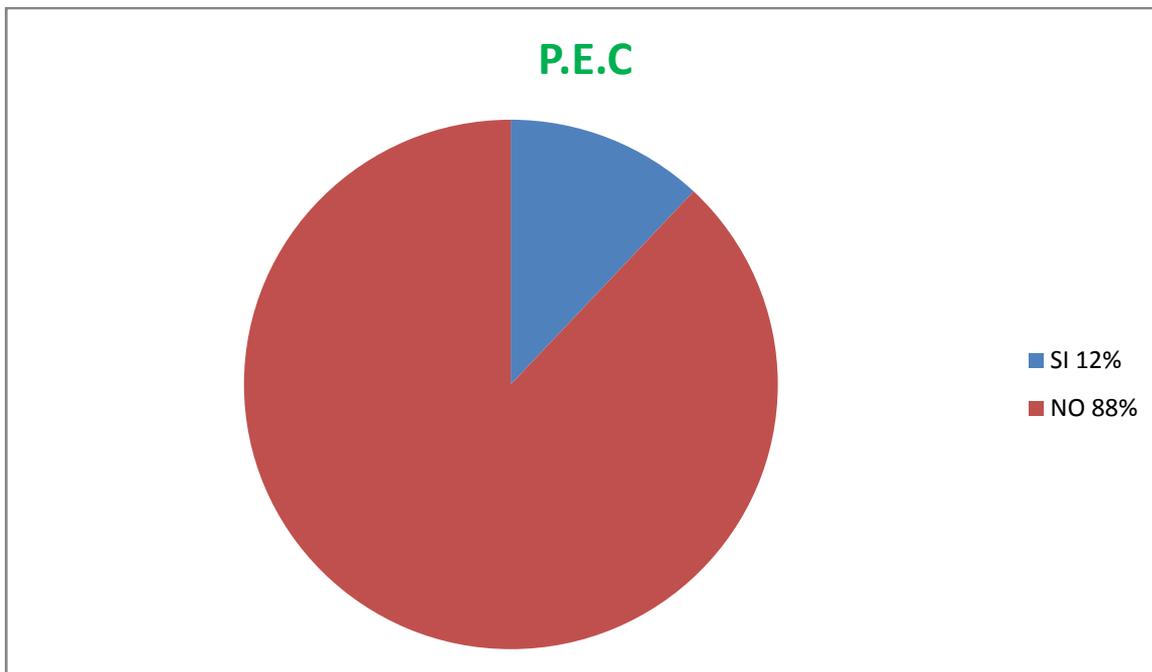
Graf. 11 Disponibilità di soluzioni avanzate per la sicurezza informatica (es: *firewall*, protezione documenti e dati riservati)



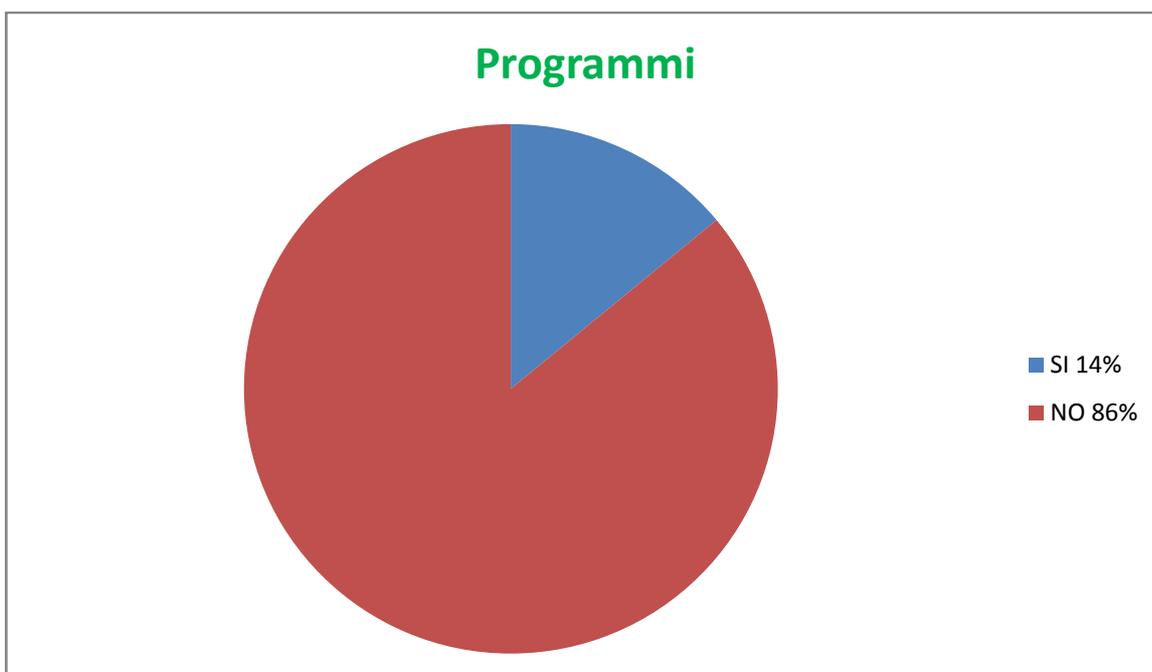
Graf. 12 Uso della firma digitale



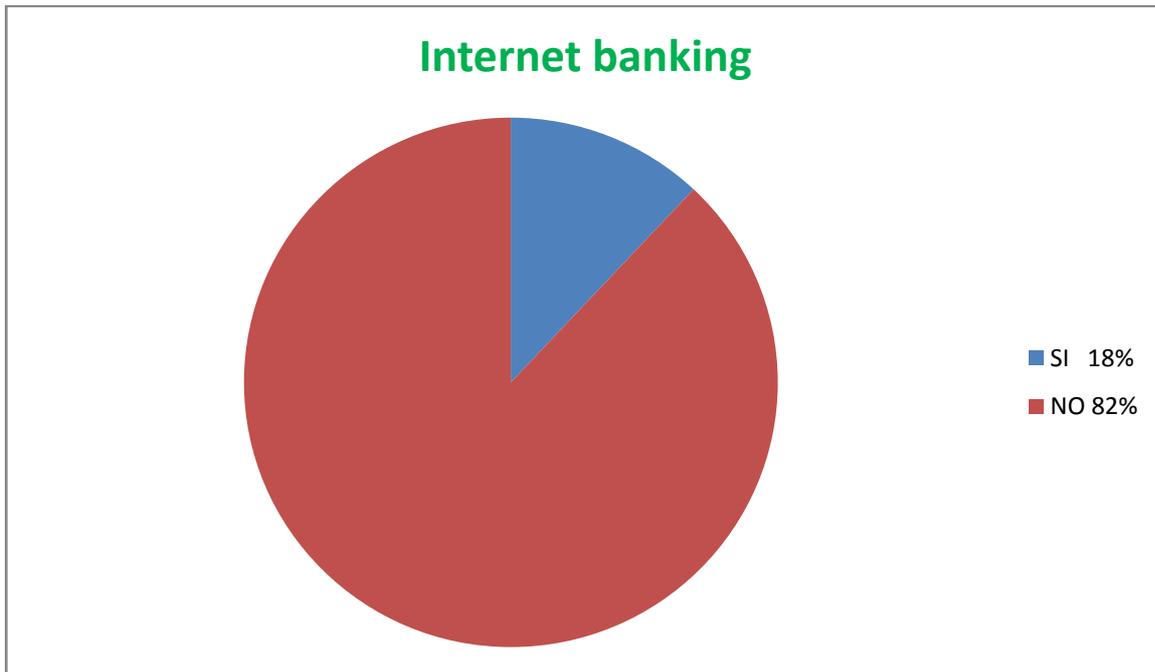
Graf. 13 Uso della Posta Certificata (P.E.C.)



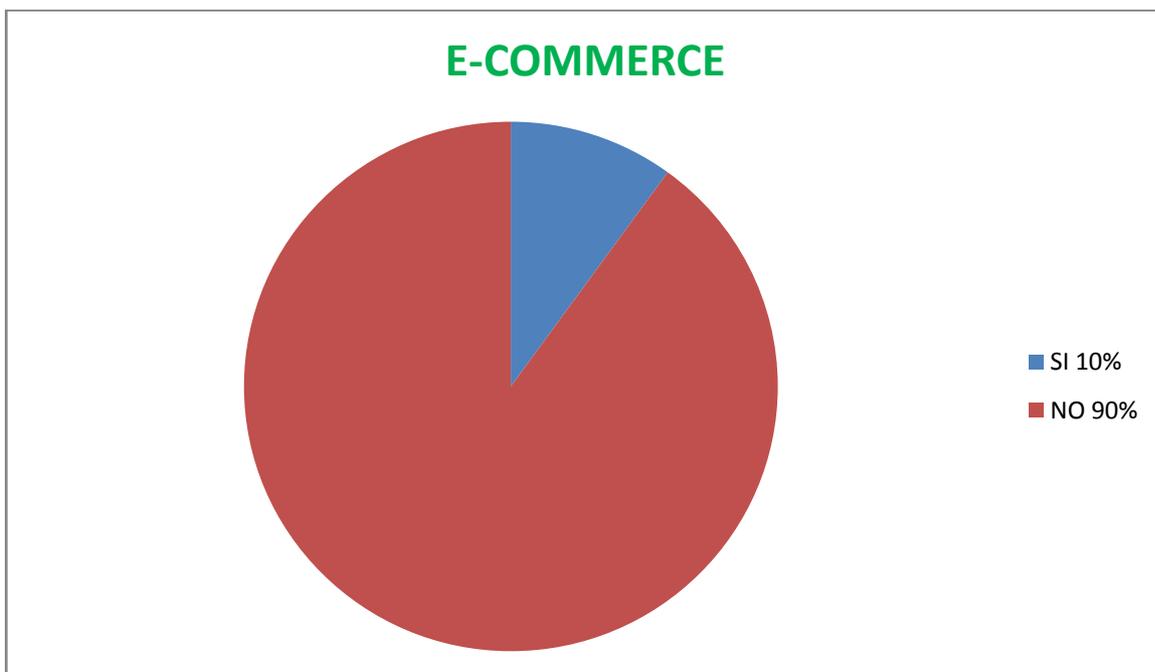
Graf. 14 Uso di programmi specifici per le funzioni tecniche amministrative dell'azienda



Graf. 15 Uso di Internet banking per le operazioni di pagamento



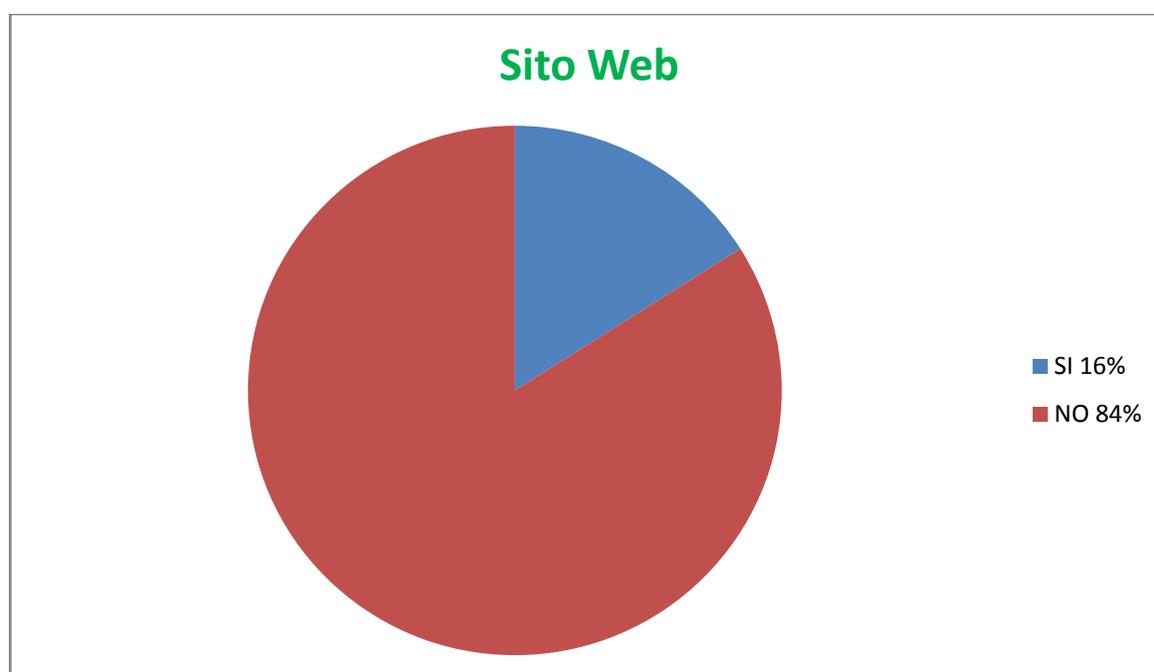
Graf. 16 Uso dell'E-Commerce per la vendita dei prodotti e servizi



Graf. 17 Uso di Internet per la promozione dell'azienda



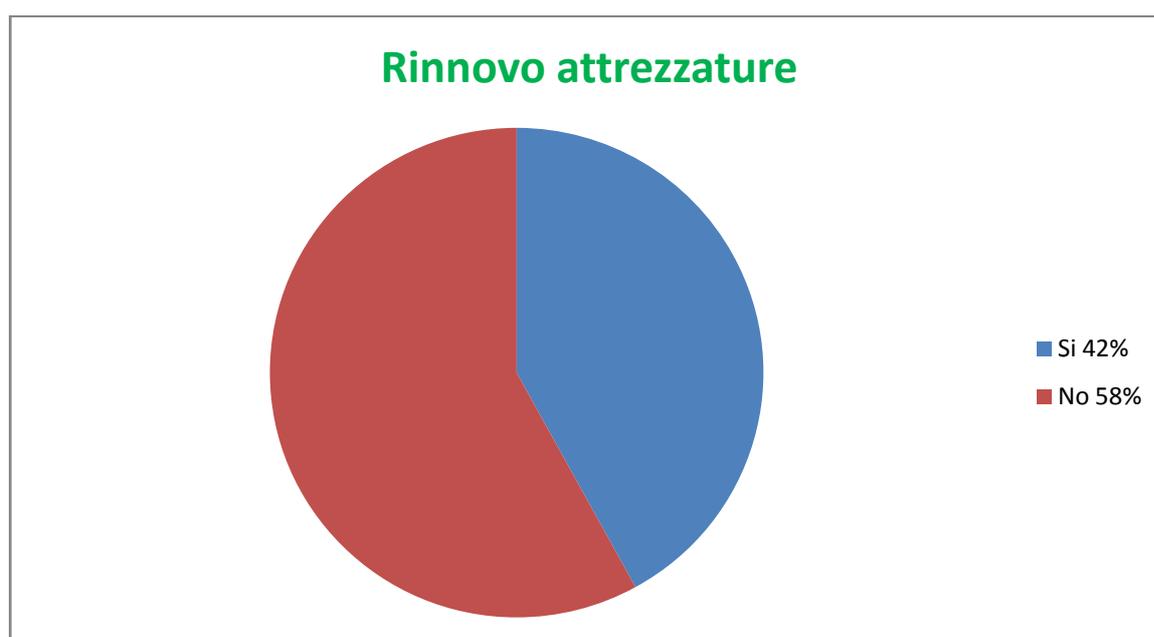
Graf. 18 Disponibilità di un proprio sito Web



Graf. 19 Utilizzo di programmi specifici per l'attività (es: Cad- CAM, navigazione satellitare per gli autotrasportatori, programmi per la contabilità, archiviazione elettronica ecc.)



Graf.20 Investimenti per sostituire o rinnovare attrezzature innovative

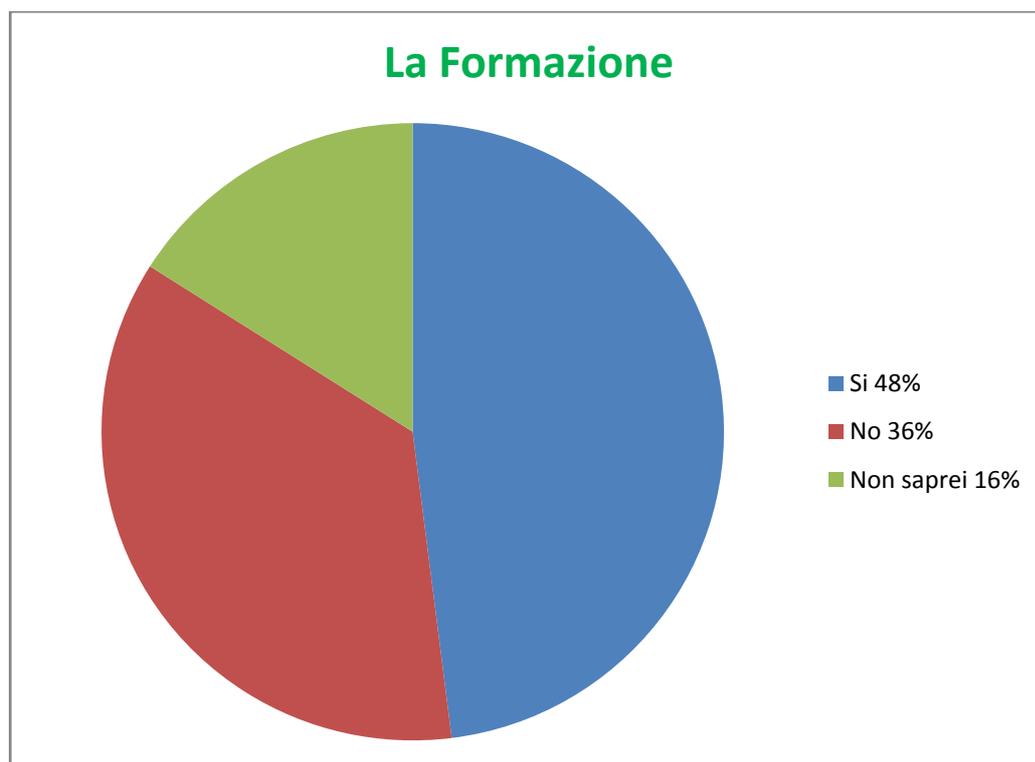


Tab.32 Effetti prodotti dall'investimento in sostituzione/ rinnovo di attrezzature innovative

(solo per il campione che ha investito in sostituzione / rinnovo delle attrezzature)

Ha migliorato l'attività	34%
Ha migliorato gli introiti economici	24%
Ha migliorato l'immagine dell'azienda	20%
Non ha prodotto cambiamenti all'azienda	18%

Graf. 21 Considera la formazione uno strumento che può essere utile per l'innovazione



Tab. 33 Se sì, per quale motivo

Per ottenere più informazioni riguardo l'attività	18%
Per qualificare in modo adeguato i dipendenti	30%
Per conoscere le agevolazioni previste per l'innovazione	20%
Per conoscere gli adempimenti di legge ed evitare sanzioni	24%
Per conoscere le lingue straniere	8%
Per ricevere informazioni tecniche di settore	32%

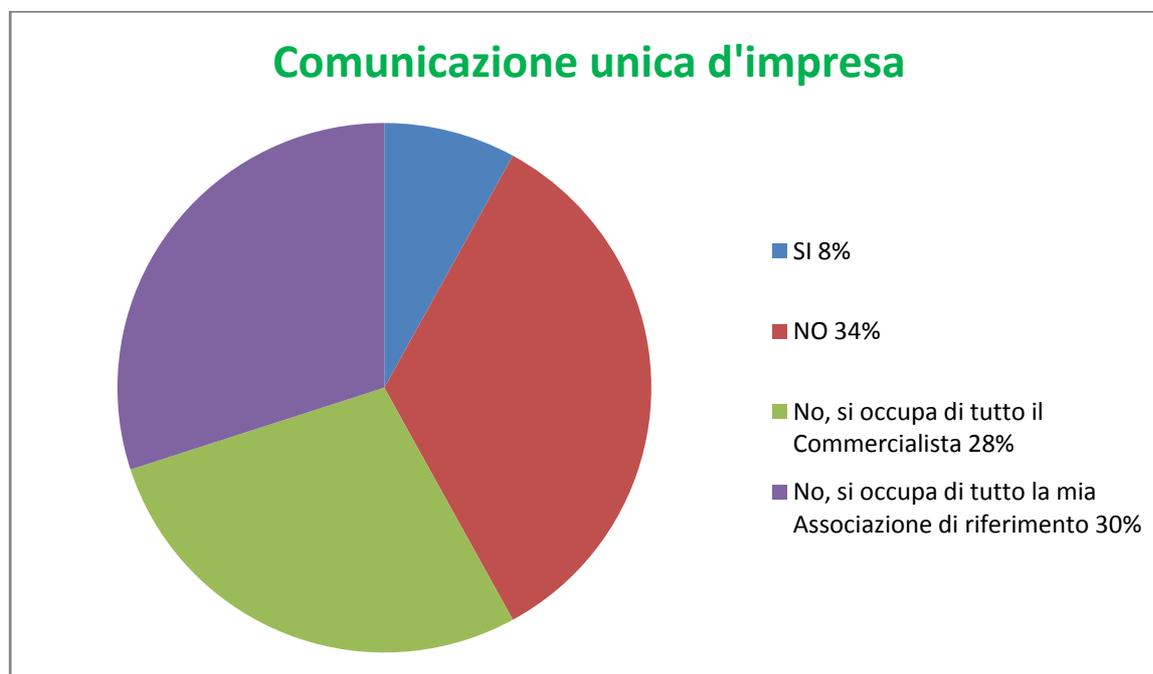
Tab.34 Da quali dei seguenti ambiti di ricerca l'impresa potrebbe ricevere maggiori benefici per aumentare la propria competitività?

Tramite nuovi materiali	15%
Tramite nuovi prodotti e/o servizi	18%
Attraverso l'informatica	24%
Tramite le opportunità offerte dalle telecomunicazioni	20%
Tramite logistiche innovative	28%
Maggior rispetto dell'ambiente	12%
Uso delle energie innovative	16%
Tramite la formazione e l'assistenza tecnico specialistica	32%

Tab. 35 Di quali Certificazioni dispone la sua azienda?

Certificazione ambientale	65%
Certificazione di qualità	78%
ISO 90013	6%
Tracciabilità	8%

Graf.22 Conosce gli adempimenti della Comunicazione Unica di impresa



Tab. 36 Aree funzionali presenti in azienda destinate ad essere cruciali per lo sviluppo della sua azienda?

Sistemi informatici	12%
Commerciale, e marketing	14%
Progettazione	8%
Logistica	23%
Approvvigionamenti/magazzino	18%
Manutenzione	6%
Sicurezza	22%
Qualità dei prodotti e dell'ambiente	36%
Qualità dei servizi proposti	38%

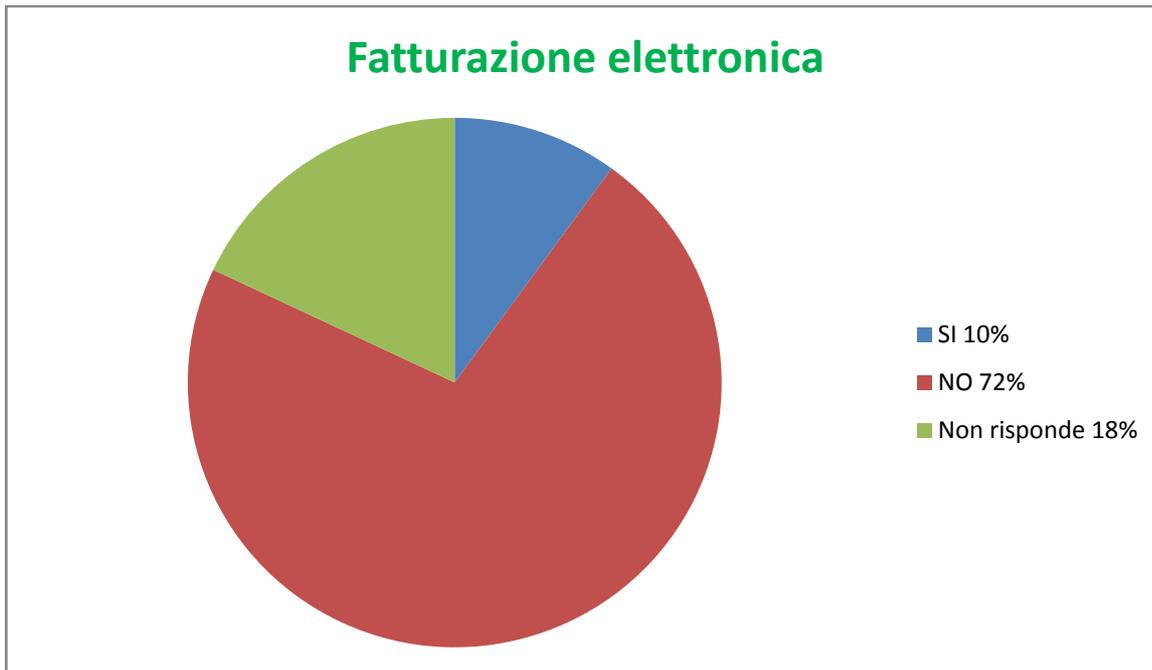
Tab.37 Le tecnologie più diffuse fra le imprese interpellate

Tecnologie energetiche	10%
Tecnologie elettriche, elettroniche	28%
Tecnologie elettroottiche	4%
Tecnologie meccaniche	20%
Tecnologie informatiche	32%
Tecnologie ad uso estetico	6%

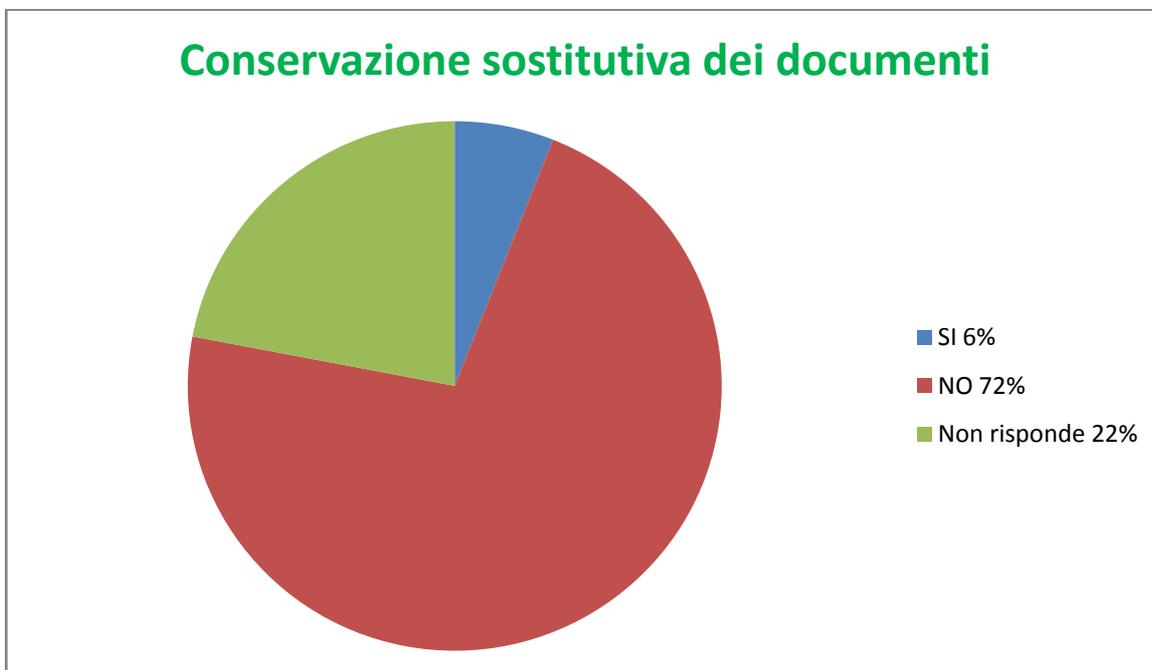
Tab. 38 In quali attività dell'azienda vengono gestite le tecnologie per l'innovazione?

L'azienda utilizza le tecnologie necessarie alle attività correnti	42%
L'azienda gestisce la gamma delle tecnologie utilizzate e sostituisce le tecnologie obsolete. Individua, valuta e acquisisce le tecnologie per l'innovazione dei prodotti e/o servizi già esistenti	34%
L'azienda promuove l'innovazione tecnologica in tutte le sue aree/funzioni (dei prodotti, dei processi, dell'organizzazione, della informatizzazione, dell'ambiente e dell'ottimizzazione dell'uso dell'energia e delle materie prime....)	30%
L'azienda promuove l'innovazione tecnologica in tutte le sue aree/funzioni e utilizza le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (all'interno dell'organizzazione) per supportare l'innovazione e per integrare tecnologie e nuovi processi	23%

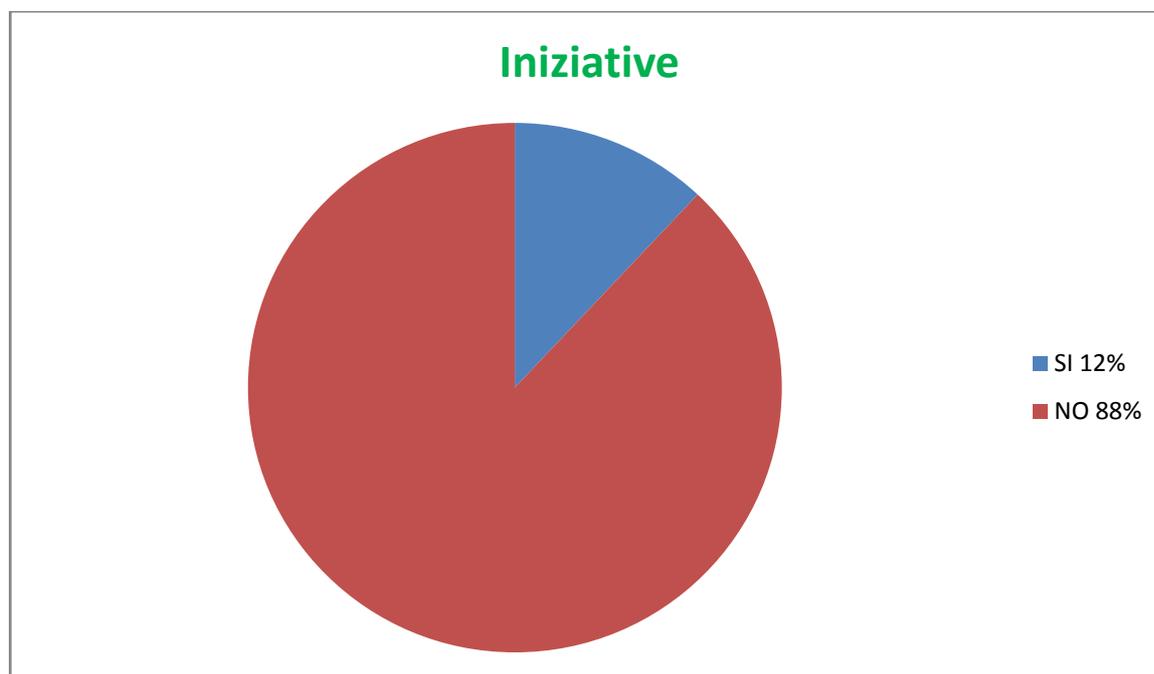
Graf. 23 La azienda fa uso della fatturazione elettronica?



Graf. 24 L'azienda usa la conservazione sostitutiva dei documenti?



Graf. 25 La propria Associazione di categoria svolge iniziative per incentivare le dinamiche evolutive nelle imprese?



Tab. 39 Se si, quale tipo di iniziative svolge la propria Associazione di riferimento per incentivare le dinamiche evolutive nelle imprese del territorio

Progetti specifici	10%
Consulenza	24%
Formazione	46%
Informazione	20%
	100%

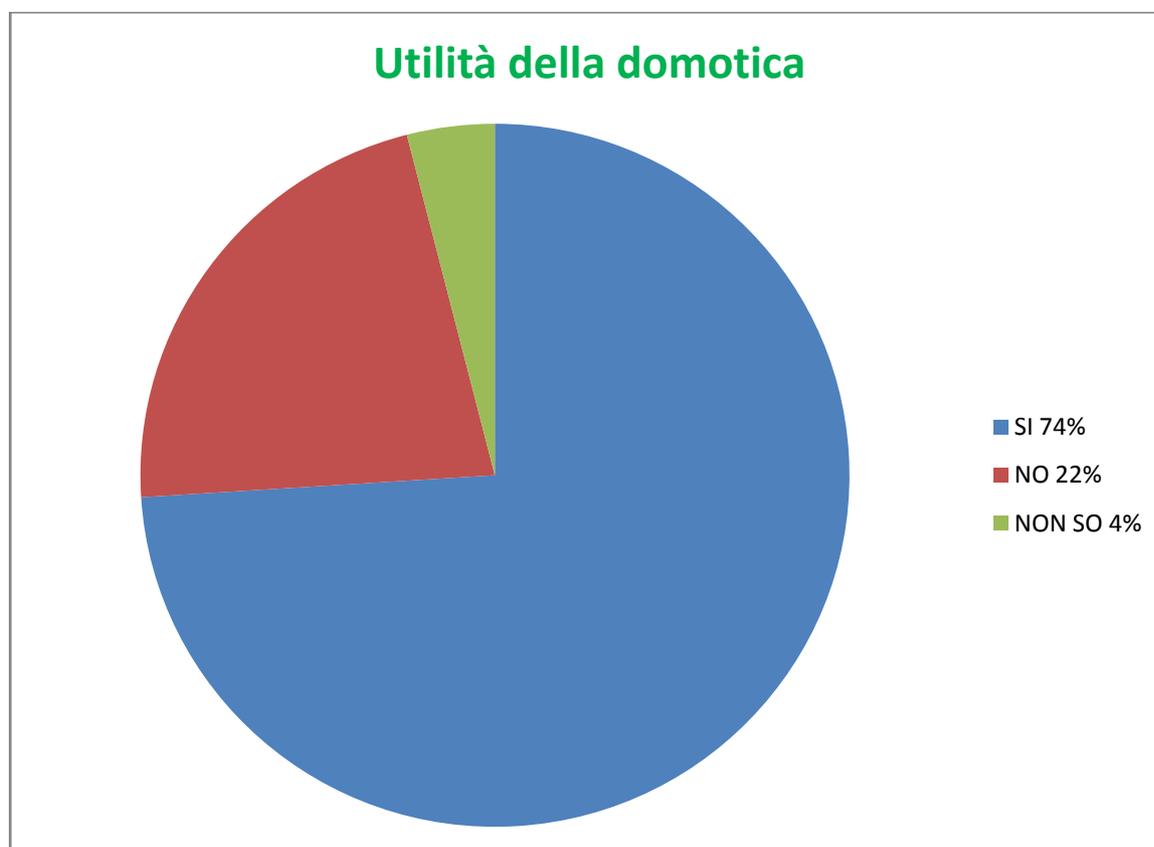
Graf. 26 E' nata l'azienda speciale della Camera di Commercio PROMOS per la promozione delle aziende locali, pensa sia utile allo sviluppo delle attività del territorio?



Tab. 40 Se sì, perché?

Potrebbe facilitare la presenza sui mercati esteri dell'impresa	35%
Potrebbe attuare attività di marketing	24%
Può promuovere il territorio e le aziende	30%
Potrebbe favorire l'accesso ai finanziamenti agevolati per le imprese	22%

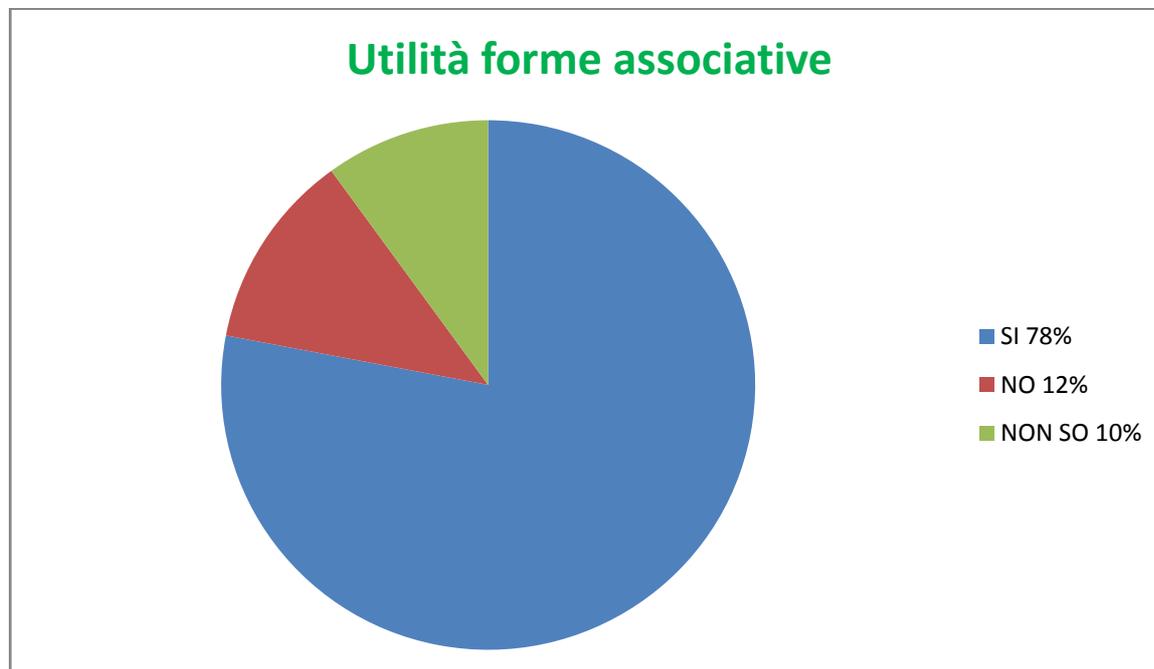
Graf.27 La domotica può considerarsi uno strumento utile per migliorare la qualità di alcune attività ?



Tab. 41 Se sì, perché?

- Può migliorare la sicurezza;
- Può far risparmiare energia;
- Può semplificare la progettazione, l'installazione, la manutenzione e l'utilizzo della tecnologia;
- Può ridurre i costi di gestione;
- Può convertire i vecchi ambienti e i vecchi impianti;
- Può rendere “intelligenti” apparecchiature, impianti e sistemi;
- Può permettere la gestione coordinata, integrata e computerizzata degli impianti tecnologici

Graf. 28 Forme associative fra imprese (consorzi, cooperative, associazioni ecc.) potrebbero agevolare l'innovazione delle aziende?



Tab. 42 Se sì, perché?

Con maggiori investimenti si possono ottenere servizi avanzati e nuove tecnologie	42%
Insieme le aziende possono riuscire ad avere nuovi assetti produttivi in linea con l'evoluzione degli scenari economici	34%
Le imprese insieme possono partecipare alla realizzazione di progetti per l'innovazione	25%
Possono nascere nuovi sistemi collaborativi tra aziende con il miglioramento dei prodotti e servizi offerti	22%
Le imprese associate potrebbero ottenere maggiori finanziamenti	40%
Le varie forme di raggruppamenti consente alle imprese di partecipare a gare d'appalto e diminuire i costi	38%

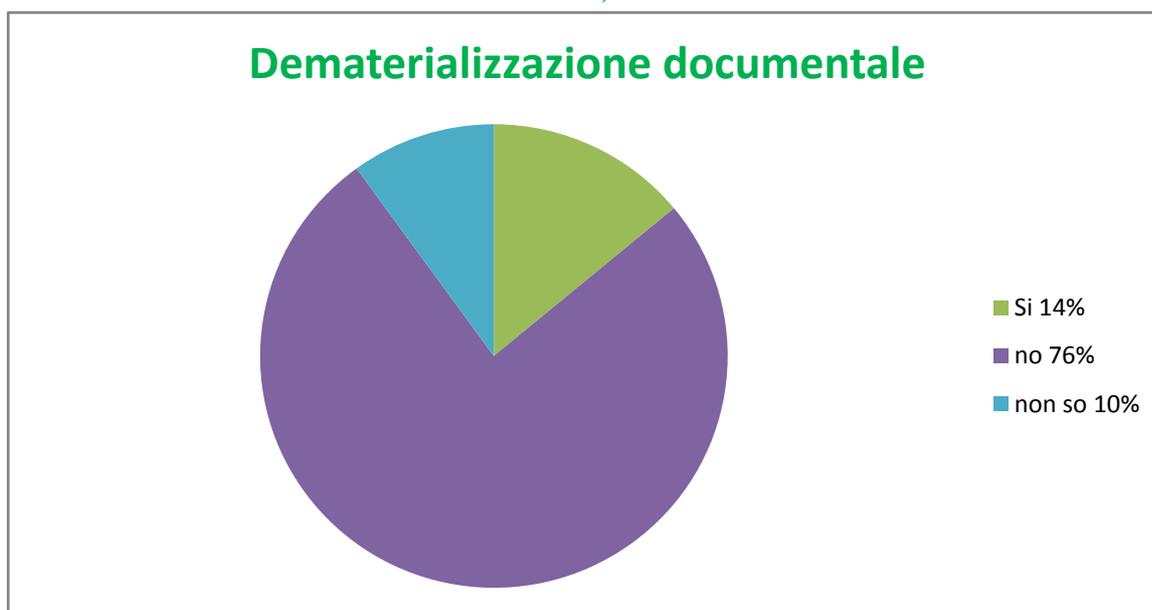
Graf. 29 Interesse delle imprese ad associarsi per l'attuazione di progetti innovativi



Graf. 30 Il grado di utilità attribuito alle informazioni ricevute dagli Enti in rapporto alle esigenze di evoluzione dell'impresa



Graf. 31 La disponibilità delle imprese ad avviare la dematerializzazione documentale (fatturazione elettronica, conservazione sostitutiva ecc.)



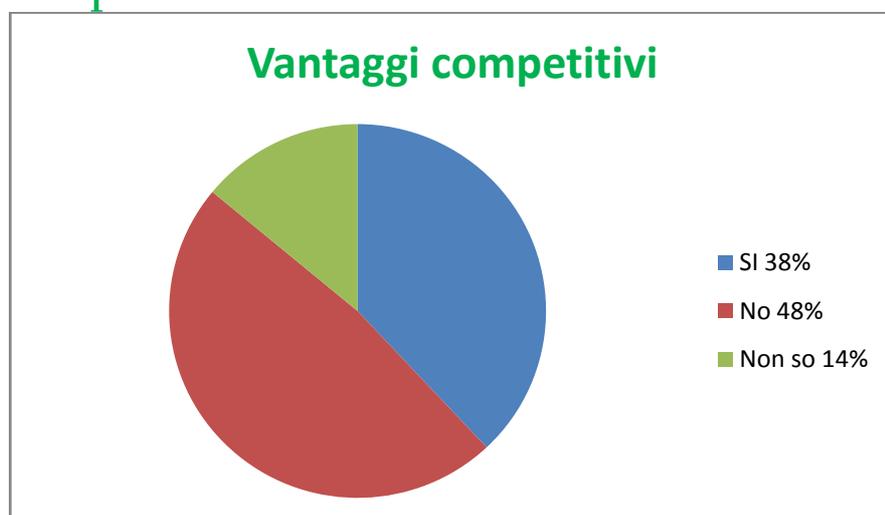
Tab. 43 Benefici che potrebbero derivare dalla dematerializzazione documentale per le imprese

Obblighi di legge	19%
Riduzione dei costi	26%
Maggiore efficienza operativa	45%
Eliminazione della carta e dello spazio	10%

Tab. 44 Quali sono i documenti che le imprese vorrebbero dematerializzare tramite l'archiviazione ottica con maggiore urgenza

Fatture clienti	27%
Fatture fornitori	26%
Libri contabili e sociali	15%
Dichiarazioni dei redditi	16%
Cedolini paga	10%
Altri documenti	6%
Totale	100%

Graf.32 Tramite le capacità tecnologiche e organizzative raggiunte dalla sua impresa,ha ottenuto maggiori vantaggi competitivi



CONCLUSIONI

Abbiamo iniziato la ricerca citando i settori interpellati, dividendoli in base all'indice tecnologico. Abbiamo intervistato in maggioranza imprenditori di sesso maschile (64%), i quali possiedono per il 40% un diploma professionale e sono soprattutto titolari di ditte individuali (22%).

Dall'analisi dei risultati emerge che con riferimento all'ultimo triennio, gli andamenti medi del fatturato delle aziende interpellate risultano essere stabili (29%), Tab.2. Le imprese contattate hanno rivelato di operare in prevalenza nel territorio provinciale (56%). Nella Tab.4 sono indicate le figure presenti in azienda con conoscenze tecnologiche, il 56% ha dichiarato che sono gli amministrativi ad avere maggiori competenze, seguiti dai tecnico professionali con il 42%.

Nell'ultimo triennio le aziende hanno introdotto soprattutto innovazioni ai servizi esistenti (23%) Tab.5. L'innovazione introdotta risulta nuova per l'azienda (93%) e solo per una bassissima percentuale, il rinnovamento è nuovo per il settore e per il mercato. Le aziende solitamente non pianificano azioni strategiche e operative per l'innovazione come risulta dalla Tab.6 e solo il 12% ha un piano ben definito. Le innovazioni introdotte nell'impresa hanno prodotto benefici/effetti nell'utilizzo delle materie prime (34%) come si vede nella Tab.7, il 22% dichiara una maggior efficienza nell'utilizzo del personale. Gli aspetti che hanno favorito i processi di innovazione delle imprese sono stati principalmente gli investimenti effettuati in tal senso(78%), ma anche la partecipazioni a convegni specialistici (54%),Tab.8. Nella Tab. 9 sono elencati gli ostacoli incontrati nell'introduzione di un'innovazione, nella Tab.10 la misura in cui l'ostacolo impedisce l'introduzione dell'innovazione ed è risultato soprattutto la difficoltà nel reperire i finanziamenti(molto) e il rischio economico troppo elevato per l'impresa.

Come si vede dalla Tab. 11, i principali obiettivi dell'innovazione risultano essere la diminuzioni dei costi (38%) e il risultato economico (25%) e migliori servizi ai clienti, poca sensibilità è stata espressa per la riduzione dell'impatto ambientale. Dalla lettura della Tab. 12 si evince che sono soprattutto le imprese certificate ad essere spinte ad innovarsi(15%).

Relativamente alle strutture organizzative presenti in azienda, risulta esservi per la maggiore, una organizzazione fatta di volta in volta e non pianificata(38%).Vi sono anche situazioni (28%) dove non esiste proprio nessuna organizzazione come si può notare nella Tab.13. Il tema dell'indagine ha consentito di mettere a fuoco le attività in cui le imprese hanno introdotto innovazioni negli ultimi tre anni e intendono farlo nei prossimi tre e riguardano soprattutto il miglioramento nei servizi alla produzione e alla vendita dei prodotti e nell'utilizzo dei materiali(Tab.14). Mentre nella Tab.15 vi sono descritti i settori che hanno introdotto innovazioni specifiche negli ultimi tre anni, in prevalenza sono quelli che operano nell'informatica seguiti da grafici e fotografi e nella Tab.16 sono

illustrati i servizi che hanno introdotto innovazioni specifiche. Le modalità prevalenti in cui si è sviluppata l'innovazione in azienda è nata partecipando a fiere, o consultando siti specifici (42%) ma anche in occasione di dover risolvere un problema dell'azienda(35%) Tab.17.

Circa le attività di ricerca svolta nelle aziende e le modalità di organizzazione attraverso la tecnologia , come si può vedere nella Tab. 18, sono quelle relative all'organizzazione e alle nuove modalità informatiche introdotte.

Il Graf. 3 illustra i risultati ottenuti dell'innovazione apportata e si vede che il 38% ha portato, in parte, qualche vantaggio.

Nella Tab. 19 sono illustrati i fattori ritenuti dagli imprenditori determinanti, per l'innovazione ; per il 34% è importante la possibilità di utilizzare contributi pubblici, per il 32% il fattore più importante è stato l'esigenza di migliorare le strategie di mercato dell'azienda. Circa i risultati conseguiti in seguito all'introduzione di un'innovazione si è ottenuto soprattutto il miglioramento dell'immagine dell'azienda(Tab.20).

Nella Tab.21 vi sono elencati i soggetti che agevolano l'introduzione di innovazioni e la promuovono sul mercato secondo gli imprenditori intervistati ; per il 24%sono i clienti stessi oppure i consulenti e le associazioni di categorie(16%). Nel Graf. 4 si spiega il modo, cioè i soggetti indicati che introducono miglioramenti o li suggeriscono (34%). Nella Tab. 22 vi sono elencate le attività con cui si intende continuare ad alimentare l'introduzione di innovazioni , il 24% dichiara attraverso nuovi investimenti, il 22% attraverso l'acquisizione di nuove professionalità tramite corsi specialistici. Nelle Tab. 23-24 si spiega come l'azienda finanzia l'innovazione ed i costi sostenuti e le relative fonti di finanziamento. Nel Graf.5 e 6 si chiede se gli imprenditori abbiano usufruito delle agevolazioni regionali e comunitarie e i motivi del non utilizzo. (Tab.25- 26). Nella Tab. 27 sono indicati a cosa sono stati indirizzati gli investimenti realizzati .

Agli imprenditori interpellati abbiamo chiesto anche se possono dimostrare che l'innovazione apportata contribuisca al miglioramento con concreti risultati a soddisfare i clienti e abbiamo elencato degli indicatori. Il 36% ha dichiarato di poter dimostrare che le nuove tecnologie applicate hanno dato riscontri positivi, il 30% ha risposto di non avere riscontri concreti da dimostrare che le innovazioni introdotte abbiano soddisfatto la loro clientela (Tab.28).

Agli imprenditori abbiamo chiesto il numero dei PC posseduti, per renderci conto perlomeno se le aziende interpellate siano dotate delle strumentazioni di base; la maggioranza ha risposto di possederne uno solo (Graf.7) e la frequenza che usano il PC (Graf.8)è di uno o due volte al giorno. Circa l'uso di internet e della posta elettronica è abbastanza diffuso , infatti, l'85% afferma di farne uso (Graf.9). Gli imprenditori usano Internet e la posta elettronica soprattutto per cercare informazioni (40%); un bassa percentuale usa la rete per effettuare pagamenti (8%). Per 56% l'uso è effettuato dal titolare (Tab.30).

I siti consultati maggiormente sono quelli degli Enti pubblici (20%)(Tab.31).

Una buona percentuale dispone di connessione ADSL (54%), come è indicato nel Graf.10. Circa le soluzioni avanzate per la sicurezza informatica (es: *firewall*, protezione documenti e dati riservati) viene usata solo dal 6% Graf.11. L'adeguamento tecnologico delle aziende interpellate procede a rilento come si può vedere dall'uso della firma digitale, usata solo dal 12% degli imprenditori interpellati (Graf.12). Il 12% (Graf.12) fa uso della firma digitale. Nel Graf.13 vi è indicato l'uso della Posta Certificata (P.E.C.) registra una discreta diffusione (12%) e il 14% afferma di far uso di programmi specifici per le funzioni tecniche amministrative dell'azienda.

Anche i pagamenti tramite Internet banking per le operazioni di banca non sono molto diffusi, infatti solo il 12% fa ricorso alla rete per effettuare operazioni bancarie(Graf.15). Il Graf. 16 fa vedere che il 10% usa l'E-Commerce per la vendita dei propri prodotti e servizi. Non è molto alta neanche la promozione effettuata tramite la rete (10%), infatti solo il 16% possiede un proprio sito(Graf.17). Solo il 10%, utilizza programmi specifici per la sua attività (es: Cad-CAM, navigazione satellitare per gli autotrasportatori, programmi per la contabilità,archiviazione elettronica ecc.) (Graf.19). Nelle Tab.32 Abbiamo chiesto se gli imprenditori hanno effettuato cambiamenti di attrezzature innovative e quali effetti ne hanno ricavato (Per il campione che ha investito in sostituzione / rinnovo delle attrezzature) il 32% ha avuto dei miglioramenti dell'attività. Graf. 20 indica la percentuale di chi ha rinnovato le attrezzature il 52% ha risposto di non averlo fatto. Nel Graf. 21 l'imprenditore considera la formazione uno strumento che può essere utile per l'innovazione, infatti, il 48% ha dato risposta positiva. Nella Tab. 33 abbiamo chiesto i motivi, la maggioranza degli imprenditori (il 46%) ha risposto che la formazione serve soprattutto per l'ottenimento di informazioni, il 34% per qualificare i dipendenti, il 24% per conoscere gli adempimenti di legge, e il 20% per conoscere le agevolazioni previste. Nella Tab.34 vi sono elencate gli ambiti con cui l'attività dell'imprenditore potrebbe ricevere maggiori benefici per aumentare la propria competitività. Nella Tab. 35 vi sono indicate le Certificazioni di cui dispone l'azienda. Nel Graf.22, abbiamo chiesto agli imprenditori se conoscono la nuova modalità telematica con cui si inoltrano i dati agli Enti interessati per l'inizio attività o ogni altra variazione, la maggioranza ha risposto negativamente e gli imprenditori del campione hanno affermato di delegare tutto al Commercialista e alla propria Associazione di categoria. Graf.23 Solo il 10% conosce la fatturazione elettronica i il 72% non la conosce affatto. Nel Graf. 24 Più del 72% ammette di non sapere o perlomeno di saperne poco della conservazione sostitutiva, l'uso dell'archiviazione ottica è ancora ritenuta marginale. Nel Graf 25 abbiamo chiesto se le imprese conoscono la nuova modalità telematica con cui si inoltrano i dati agli Enti interessati per l' inizio attività o ogni altra variazione, la maggioranza ha risposto negativamente e gli imprenditori del campione hanno affermato di delegare tutto al Commercialista e alla propria Associazione di categoria. Nella Tab.36 sono

elenca le aree funzionali presenti nell'azienda cruciali per la crescita. La Tab.37 illustra le tecnologie più diffuse possedute dalle imprese e il 38% ha risposto quelle informatiche, seguite dal 28% da quelle elettriche ed elettroniche. Nella Tab. 38 si leggono le attività dell'azienda in cui vengono gestite le tecnologie per l'innovazione, il 42% ha risposto che l'azienda utilizza le tecnologie necessarie alle attività correnti. Nel Graf. 25 viene chiesto agli imprenditori se la propria Associazione di categoria svolge iniziative per incentivare le dinamiche evolutive delle imprese, l'88% ha risposto no. Alle imprese dell'indagine che hanno risposto sì, è stato chiesto quali sono le iniziative svolte dalle Associazioni per incentivare le dinamiche evolutive delle imprese e la maggioranza (36%) ha risposto che viene fatta soprattutto formazione(Tab.39). Nel Graf. 26 abbiamo chiesto l'utilità per le imprese del territorio dell'azienda speciale della Camera di Commercio PROMOS, il 48% ha risposto che non servirà molto, il 28% ha risposto che sarà utile soprattutto alle imprese per facilitarne l'entrata nei mercati esteri(35%)Tab.40. Nel Graf.27, abbiamo chiesto se la domotica può considerarsi uno strumento utile per migliorare la qualità delle attività aziendali e il 74% ha risposto sì e nella Tab.41 sono elencate le motivazioni. Nel Graf. 28 abbiamo chiesto se le imprese associandosi potrebbero trarre benefici ai fini di migliorare l'innovazione, il 78% ha risposto affermativamente. Soprattutto perché i vari raggruppamenti di imprese possono ottenere maggiori finanziamenti (42%), partecipare a gare d'appalto importanti (40%) e con maggiori investimenti, ottenere nuove tecnologie (38%)(Tab.42). Come si può vedere nel Graf.29 le imprese intervistate hanno interesse ad associarsi ai fini di attuare progetti innovativi(46%). Nel Graf. 30 si può vedere il grado di utilità attribuito alle informazioni ricevute dagli Enti in rapporto alle esigenze di evolutive dell'impresa. Nel Graf. 31 si vede la disponibilità delle imprese ad avviare la dematerializzazione documentale, quelli favorevoli sono il 14%, i contrari 76% e il 10% non sa rispondere. Il dato più interessante che emerge dalla rilevazione è la consapevolezza dei benefici che potrebbero derivare dalla dematerializzazione: la motivazione principale delle piccole imprese non consiste, infatti, né negli obblighi di legge (19,%), né nella riduzione dei costi (25,%), bensì nella maggiore efficienza operativa (45%)come si vede nella Tab.43. Fra i documenti che le imprese vorrebbero trasformare con l'archiviazione ottica con maggiore urgenza ci sono le fatture clienti e fornitori(Tab.44). Nel Graf.32 abbiamo chiesto alle imprese se tramite le capacità tecnologiche e organizzative raggiunte hanno ottenuto maggiori vantaggi competitivi, il 38% ha risposto positivamente.



CONSIDERAZIONI

Il quadro generale conferma dunque uno scenario di scarsa propensione alla tecnologia. Nelle imprese prevale una situazione di assenza o di poco utilizzo delle possibilità garantite dalle tecnologie anche per disinformazione dell'utilità. Comunque è una strada da incentivare e diffondere anche alle imprese che finora non hanno trovato una adeguata informatizzazione. Dalla ricerca risulta esservi un buon numero di imprenditori consuetudinari, legato alle formule tradizionali per portare avanti la propria attività; e una parte di imprenditori in grado di tenere il passo dell'innovazione spinti anche dalle nuove normative che di fatto obbligano ad adeguarsi. Le aziende devono essere sempre più qualificati anche attraverso la formazione, la crescita professionale, l'innovazione e lo sviluppo della competitività per affrontare con successo le sfide di oggi e di domani ed è compito degli enti e delle associazioni accompagnare le imprese in questo cammino. Il grande sforzo quindi che l'intero sistema (pubblica amministrazione, legislatore, associazioni di categoria, commercialisti e produttori e distributori di software) dovrà produrre nei prossimi mesi, è quindi di tipo informativo e formativo, con l'intento di creare nuovi interlocutori nelle aziende in grado di dare valore a investimenti per l'innovazione, poiché è una risorsa indispensabile del Paese per uscire dalla crisi e conservare una posizione di eccellenza a tutti i livelli. Sarà utile individuare criteri e modalità tecniche per la conservazione in formato digitale delle diverse tipologie di documenti amministrativi, che sostituiranno progressivamente quelli su supporto cartaceo; si dovrà suggerire, agli addetti, le regole tecniche per la trasmissione e l'esibizione dei documenti su supporto informatico, in modo da garantirne l'integrità, la conformità e la provenienza. Si dovrà proporre iniziative per razionalizzare, modificare o integrare la normativa vigente, al fine di favorire sempre di più, la gestione della documentazione digitale. Sarà importante la possibilità di raccordo sulla materia con gli Enti territoriali e locali.

