



Camera di Commercio
Reggio Emilia

Primo rapporto sull'innovazione della provincia di Reggio Emilia

Sintesi dei principali risultati

Tavolo Osservatorio Economico, coesione sociale, legalità

23 Giugno 2011
Camera di Commercio di Reggio Emilia



Centro per l'Innovazione
e lo Sviluppo Economico

AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Forlì-Cesena

Primo rapporto sull'innovazione della provincia di Reggio Emilia

1. Obiettivi

L'**Osservatorio Innovazione Unioncamere** è lo strumento progettato e realizzato dall'Unioncamere Emilia-Romagna per studiare il grado di innovazione delle imprese emiliano-romagnole. Esso consente la mappatura del livello di innovazione, l'analisi dei punti di forza, delle aree di miglioramento ed altresì delle criticità e delle esigenze del sistema delle imprese del territorio.

Con il *primo Rapporto sull'innovazione della provincia di Reggio Emilia* si presenta quanto emerso a livello provinciale dall'indagine dell'Osservatorio per l'innovazione delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna, condotta nel 2010/2011, procedendo al confronto con i dati medi regionali e con quelli di altre province emiliano-romagnole circostanti.

Con il Rapporto, oltre all'approfondimento fino al livello regionale e provinciale, si è proceduto anche alla comparazione dei dati con gli indici di riferimento nazionali ed internazionali definiti da **EIS** (*European Innovation Scoreboard*) e **IUS** (*Innovation Union Scoreboard*); IUS sostituisce EIS dal 2010, rappresentandone un'evoluzione.

L'EIS/IUS costituisce uno strumento delineato dalla Commissione europea nell'ambito della Strategia di Lisbona per rendere possibile una valutazione comparata della *performance* innovativa degli Stati membri della Ue.

2. Metodologia e strumenti di indagine

L'indagine viene realizzata tramite un **questionario** strutturato (attivato per la prima volta nel 2006 e nel corso degli anni via via integrato ed arricchito).

Il questionario è stato sottoposto (fra luglio 2010 e aprile 2011) a un campione di imprese emiliano-romagnole secondo diverse modalità: compilazione cartacea e restituzione del questionario via posta o via fax, interviste telefoniche (CATI) e rilevazione permanente on line, sulla pagina web (<http://www.ucer.camcom.it/portali-tematici/innovazione/osservatorio>) sviluppata dal Cise - Azienda speciale della Camera di commercio di Forlì-Cesena.

La rilevazione regionale ha coinvolto 1.841 imprese distribuite sulle nove province dell'Emilia-Romagna. Il sotto-campione di imprese della provincia di Reggio Emilia ne conta **216**.

2.1 Il questionario

Il questionario è articolato in quattro sezioni:

- la prima sezione è volta a rilevare le informazioni e i dati generali relativi all'impresa: comune sede produttiva, settore economico di attività Ateco, dimensioni in termini di dipendenti e di fatturato, propensione all'export, localizzazione dei fornitori e dei clienti, un sintetico quadro congiunturale degli ultimi tre anni riferito a fatturato, investimenti, occupazione, esportazioni.
- La seconda sezione guarda alle dinamiche dell'innovazione, considerando gli obiettivi che le imprese intendono perseguire attraverso le leve dell'innovazione, ma anche i fattori facilitanti e quelli di ostacolo.
- La terza sezione prende in esame gli strumenti dell'innovazione, concentrandosi in particolare su: strumenti adottati per il reperimento delle informazioni, investimenti in ricerca e sviluppo interna ed esterna, strategie e/o forme di tutela utilizzate, benefici ottenuti, grado di strutturazione dell'impresa, ai fattori competitivi e previsioni d'investimento.
- La quarta sezione rileva specifiche esigenze di innovazione che l'impresa sente necessità di approfondire e, in relazione alla formazione del personale interno, gli ambiti e le tematiche che si ritiene possano produrre maggior stimolo all'innovazione.

Caratteristiche del campione di imprese

1. Dimensioni

Predominanza assoluta nel campione di piccole imprese (a Reggio Emilia ancor più che nel resto della regione).

Tab. 1 – Dimensioni delle imprese intervistate: numero di addetti. Dati provinciali e regionali

	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Piccola	94,4	88,2	91,2	94,1	92,4
Media	4,6	9,8	6,9	5,2	6,3
Grande	0,9	2,0	1,8	0,7	1,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	216	153	217	270	1.839 ^a

Note:

Piccole dimensioni: imprese con meno di 50 addetti; Medie dimensioni: imprese con 50-249 addetti; Grandi dimensioni: imprese con almeno 250 addetti.

^a: per 2 casi non è disponibile il dato.

Relativamente al **fatturato** (anno 2009), si rileva una concentrazione dei casi sulle classi più basse, con il 35,6% delle imprese reggiane attestanti un fatturato annuo inferiore a 0,5 milioni di euro. Il dato risulta superiore a quello medio regionale (33,5%).

Tab. 2 – Fatturato 2009 delle imprese intervistate. Dati provinciali e regionali

Fatturato 2009 (milioni di Euro)	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Meno di 0,5	35,6	34,6	21,9	30,4	33,5
0,5 – 1,9	33,3	30,1	40,0	40,4	37,6
2 – 9,9	25,9	22,9	27,0	22,2	20,9
10 – 49,9	3,2	9,8	7,0	5,2	5,7
50 – 249,9	1,9	2,6	3,7	1,5	1,9
Oltre 250	0,0	0,0	0,5	0,4	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	216	153	215 ^a	270	1.836 ^a

Note:

^a: per 5 casi non è disponibile il dato.

I dati della provincia di Reggio Emilia vengono comparati, oltre che con il livello regionale, anche con quelli delle province di Piacenza, Parma e Modena, perché si tratta di province limitrofe e che per di più le si avvicinano maggiormente anche dal punto di vista del tessuto produttivo ed economico (come si potrà evidenziare anche di seguito).

2. Settore economico

Tab. 3 – Distribuzione % per settore economico delle imprese. Dati provinciali e regionali

Settore di attività	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Agro-alimentare	13,9	17,6	20,7	11,1	13,4
Sistema moda	16,2	5,9	9,2	16,7	12,7
Metallurgia e lavorazioni meccaniche	18,5	30,7	25,3	18,9	21,3
Costruzioni meccaniche	21,8	20,9	20,7	18,9	19,8
Altro manifatturiero	29,2	24,2	22,6	34,1	28,8
Commercio e servizi	0,5	0,7	1,4	0,4	4,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	216	153	217	270	1.839 ^a

I settori maggiormente rappresentati nel campione reggiano e rappresentativi dei segmenti produttivi di punta dell'economia reggiana sono:

- le **costruzioni meccaniche** – fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici, apparecchi elettrici, veicoli e altri mezzi di trasporto – che raccolgono quasi il 22% delle imprese (2 punti sopra la media regionale e in linea con quanto si registra a Parma e Piacenza). In particolare, l'economia reggiana vede all'avanguardia e con un ruolo di primo piano la **meccatronica** (interazione di tre discipline: meccanica, elettronica e informatica).
- Il settore della **metallurgia e delle lavorazioni meccaniche** – in cui rientrano l'estrazione di minerali metalliferi, la metallurgia e la fabbricazione e lavorazione di prodotti in metalli (escluse macchine e impianti) – è al secondo posto con il 18,5%, ma ha un peso notevolmente inferiore rispetto a quanto si rileva mediamente a livello regionale e, soprattutto, a Parma e Piacenza (31%).
- La provincia di Reggio Emilia – insieme a quella di Modena – si caratterizza per un peso più consistente del **tessile** e del **sistema della moda** (industria tessile; confezione di articoli d'abbigliamento, preparazione, pellicce; cuoio, calzature, ecc.), che raccoglie oltre il 16% delle imprese reggiane (a fronte del 12,7% medio regionale), con altresì alcune aziende leader del settore.
- Il territorio reggiano – così come ancor di più quello della limitrofa provincia di Parma ed anche di Piacenza – si caratterizza poi per una forte presenza del **settore agro-alimentare** (agricoltura, silvicoltura, pesca e relativi servizi, industria alimentare e delle bevande), che conta il 14% circa delle imprese intervistate (13,4% per il campione emiliano-romagnolo).

3. Tassonomia di Pavitt e altre classificazioni

Altra dimensione utilizzata in sede di analisi è la tassonomia di Pavitt

Tab. 4 – Distribuzione % secondo la tassonomia di Pavitt delle imprese. Dati provinciali e regionali

Settore di attività	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Industria tradizionale	55,1	48,3	54,2	56,3	47,8
Elevate economie di scala	23,1	25,8	20,8	20,7	23,8
Offerta specializzata	19,9	19,2	19,4	17,0	17,8
Alta intensità tecnologica e di R&S	1,4	5,3	3,2	5,6	4,1
Altro (non manifatturieri)	0,5	1,3	2,3	0,4	6,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	216	151 ^a	216	270	1.836

Usata anche altra classificazione, quella Ocse.

4. Il ruolo delle donne nelle imprese

A livello di *quote di capitale*, nel 12,5% delle imprese reggiane le donne detengono oltre due terzi del capitale, a fronte di una percentuale media regionale del 10,5% e nel 21% dei casi circa, fra il 33 e il 66% (20% a livello di campione emiliano-romagnolo). Anche considerando la presenza femminile nei consigli di amministrazione, si perviene a risultati del tutto simili.

Per quanto concerne la presenza di *lavoratrici* fra gli addetti, **oltre il 30% delle imprese intervistate nella provincia di Reggio Emilia presenta una maggioranza assoluta di donne** (23,6% a livello regionale). Ciò probabilmente dipende anche dalla differente caratterizzazione merceologica settoriale di questi territori, con Reggio Emilia maggiormente concentrata nel settore tessile e nella moda.

Tab. 5 – % imprese con almeno 50% di occupate donne su totale imprese per settore economico. Dati provinciali e regionali

50% occupati donne	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Agro-alimentare	36,7	18,5	22,7	40,0	29,0
Sistema moda	74,3	88,9	70,0	64,4	73,0
Metallurgia e lavorazioni meccaniche	10,0	0,0	7,4	3,9	5,5
Costruzioni meccaniche	12,8	3,3	6,7	5,9	10,6
Altro manifatturiero	28,6	11,1	10,2	21,7	19,1
Commercio e servizi	100,0	100,0	33,3	0,0	51,2
Totale	30,6	12,7	17,2	24,4	23,6

Rispetto alla tassonomia di **Pavitt**: maggioranza assoluta di lavoratrici donne per circa il 38% delle imprese manifatturiere tradizionali, 26% per le imprese con elevate economie di scala (ossia aziende di dimensioni medio-grandi operanti in settori caratterizzati dall'impiego di tecnologie consolidate e da processi standardizzati), 14% per quelle caratterizzate da un'offerta specializzata (imprese medio-piccole, operanti nella produzione di macchinari e strumenti di precisione destinati ad altri settori produttivi, quali quelli della componentistica, delle macchine agricole e industriali, strumenti ottici e di precisione, ecc.).

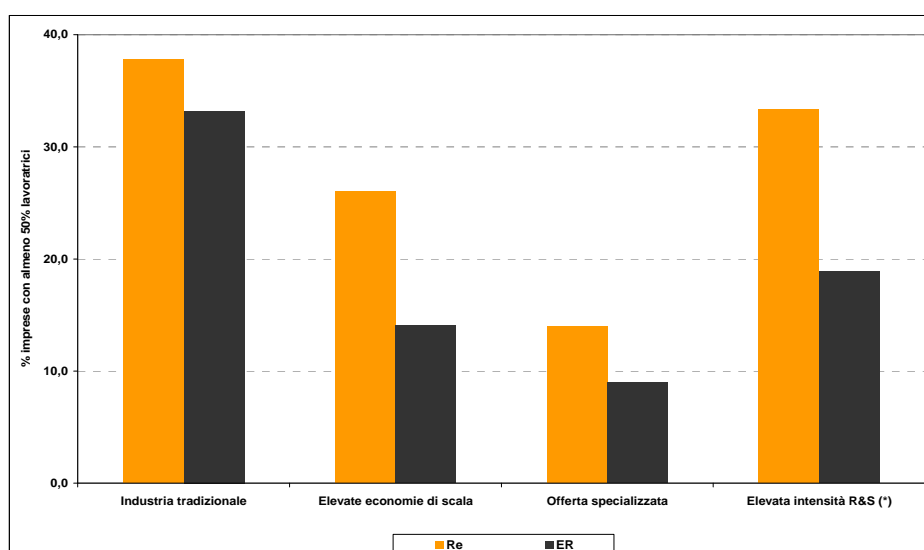


Fig. 1 – % imprese di Reggio Emilia e dell'Emilia-Romagna intervistate con almeno il 50% dei lavoratori costituito da donne, per tassonomia di Pavitt

5. Andamenti medi dell'ultimo triennio e impatto della crisi

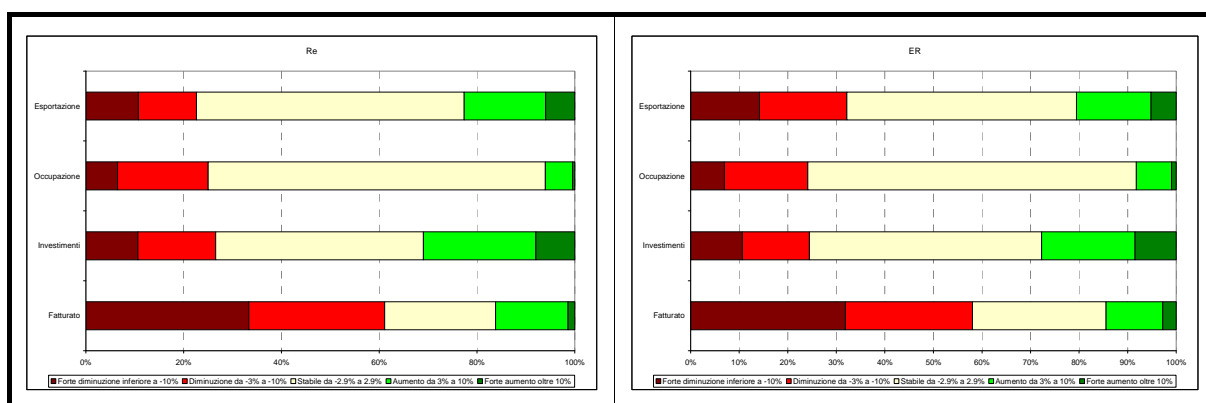


Fig. 2 – Andamento medio degli ultimi tre anni di fatturato, investimenti, occupazione ed esportazioni per le imprese del campione provinciale e regionale. Distribuzioni %

La dimensione su cui maggiore è stato l'impatto della crisi economica mondiale – sia a livello provinciale che regionale – è il **fatturato**: oltre il 60% delle imprese reggiane interpellate (58% di quelle del campione regionale) dichiara di aver subito una flessione, di cui circa un terzo una contrazione consistente, superiore al 10%.

Investimenti: situazione decisamente meno negativa: oltre il 42% delle imprese reggiane (e il 47% di quelle emiliano-romagnole) è riuscita in questi ultimi tre anni a mantenere costante il livello dei propri investimenti e quasi un terzo (32%) li ha invece accresciuti.

Occupazione: dato reggiano in linea con quello regionale, con una contrazione limitata a circa un quarto delle imprese coinvolte nell'indagine (dunque flessione inferiore a quella rilevata per il fatturato). Tuttavia assai limitati i casi, soprattutto a livello provinciale, che mostrano un'espansione.

Esportazioni: elevata stabilità e segnali maggiormente positivi per le imprese di Reggio Emilia (quasi il 59% delle imprese coinvolte nell'indagine attesta una stabilità e il 23% un miglioramento; a livello regionale, invece, la stabilità riguarda meno della metà delle imprese e il miglioramento appena il 20,6% dei casi).

Fatturato

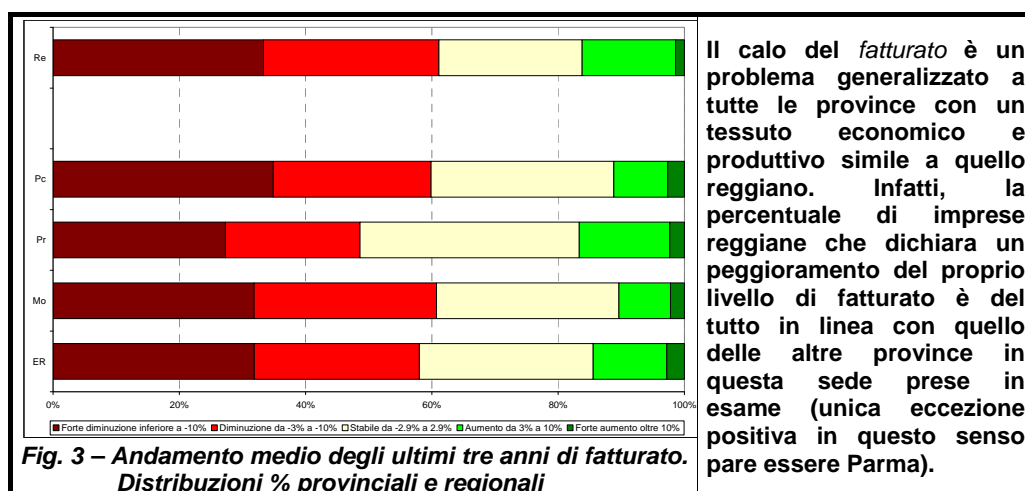


Fig. 3 – Andamento medio degli ultimi tre anni di fatturato. Distribuzioni % provinciali e regionali

6. Dotazioni funzionali e organizzazione interna

Tab. 6 – Assetto delle principali funzioni organizzative delle imprese del campione provinciale e regionale. % di riga

	Presidio interno		In <i>outsourcing</i>		Intende dotarsene		Senza alcun presidio	
	Re	ER	Re	ER	Re	ER	Re	ER
Acquisti	86,0	87,9	3,3	2,8	0,5	0,6	10,2	8,6
Progettaz, R&S, ufficio tecnico	56,7	57,4	8,4	7,2	0,0	0,7	34,9	34,7
Produzione	91,6	86,6	3,7	4,2	0,5	0,2	4,2	9,0
Logistica e trasporti	58,1	51,3	29,3	29,7	0,9	0,8	11,6	18,2
Vendita/commercializzazione	80,0	76,0	6,5	6,6	0,0	0,3	13,5	17,0
Marketing	55,8	53,2	3,7	5,0	0,5	1,2	40,0	40,5
Qualità prodotto, sistema qualità	73,5	69,9	6,0	6,8	0,9	1,9	19,5	21,4
Sicurezza, Ambiente	61,4	63,1	34,0	30,3	0,0	0,7	4,7	5,9
Informatica-telematica	59,1	57,0	26,5	26,9	0,5	0,7	14,0	15,3

Le funzioni più presenti sono quelle abituali della **produzione** (91,6% delle imprese reggiane con presidio interno, cinque punti percentuali in più della media emiliano-romagnola, cui aggiungere un 3,3% che l'ha affidato in *outsourcing*), degli **acquisti** (86% a livello provinciale; 88% nel campione regionale), della **vendita e commercializzazione**. Poi - leggermente distanziate - le funzioni legate alla **qualità del prodotto e al sistema di qualità** (con valori prossimi al 74%).

Maggior ricorso all'**esternalizzazione** per **logistica e trasporti, informatica e telematica e sicurezza/ambiente**.

Alcune funzioni sono proprie delle aziende con un forte ruolo della ricerca e sviluppo (come nel caso, scontato, dell'ufficio tecnico, della progettazione e R&S, ma anche della qualità del prodotto e del sistema di qualità, nonché della sicurezza/ambiente). All'opposto, altre funzioni e ruoli sono maggiormente presidiate da imprese ad offerta specializzata o, soprattutto, con forti economie di scala (logistica e dei trasporti, vendita e commercializzazione).

Confronto dati rilevazione 2010 con dati rilevazione 2009

Tab. 6bis – Assetto delle principali funzioni organizzative delle imprese del campione provinciale e regionale
Dati 2010 e 2009

	Presidio interno + <i>outsourcing</i>			
	Re 2010	Re 2009	ER 2010	ER 2009
Acquisti	89,3	84,9	90,7	87,2
Progettazione, R&S, uff. tecnico	65,1	67,2	64,6	65,2
Produzione	95,3	85,9	90,8	87,4
Logistica e trasporti	87,4	76,0	81,0	74,9
Vendita/commercializzazione	86,5	79,2	82,6	81,7
Marketing	59,5	46,4	58,2	51,8
Qualità prodotto, sistema qualità	79,5	71,9	76,7	67,6
Sicurezza, ambiente	95,4	91,7	93,4	90,0
Informatica-telematica	85,6	80,7	83,9	78,7

Fra il 2009 e il 2010, sia a livello provinciale che regionale, aumenta la quota di imprese che presidia, *in house* o in *outsourcing*, le funzioni elencate in tabella. L'unica su cui si registra un leggero calo – sia per Reggio Emilia che per l'Emilia-Romagna – è la funzione di progettazione, R&S e ufficio tecnico.

7. Il grado di apertura

La localizzazione dei principali fornitori e dei principali clienti delle imprese coinvolte nell'indagine fornisce un'importante indicazione del loro grado di apertura verso l'esterno e, dunque, di inserimento nel mercato e nell'economia globale.

Il questionario chiedeva di indicare la localizzazione dei tre principali fornitori (in ordine di rilevanza) e dei tre principali clienti (stessa provincia in cui ha sede l'impresa; altre province dell'Emilia-Romagna; altre regioni; Paesi europei; Paesi extra-europei).

Le risposte concernenti la localizzazione dei fornitori hanno permesso la costruzione di un **indice di apertura a monte** e quelle relative ai clienti un **indice di apertura a valle**.

Indice di apertura a monte: le imprese reggiane si pongono, assieme a quelle della provincia di Modena, sopra la media regionale, quasi il 7% di aziende attestanti un elevato grado di apertura a fronte del 4,8% medio regionale (cfr. tab. 7a).

Tab. 7a – Indice di **apertura a monte** (fornitori) delle imprese. Dati provinciali e regionali (distribuzioni %)

	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Nulla	50,3	45,4	53,6	57,0	54,6
Marginale	43,0	49,0	42,6	37,2	40,6
Significativa	6,7	5,6	3,8	5,8	4,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	163	108	183	223	1.469

Indice di apertura a valle. Situazione del tutto simile: rispetto a una media regionale del 15,9%, le imprese reggiane che mostrano un'elevata apertura a valle sono il 17,8%, il valore percentuale più elevato¹ fra le province in questa sede prese in esame².

Tab. 7b – Indici di **apertura a valle** (clienti) delle imprese. Dati provinciali e regionali (distribuzioni %)

	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Nulla	54,6	48,1	49,2	52,5	52,7
Marginale	27,6	35,2	35,0	31,4	31,4
Significativa	17,8	16,7	15,8	16,1	15,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	163	108	183	223	1.469

Sia le imprese reggiane che quelle della regione mostrano una ben più spiccata apertura in termini di clienti che non in termini di fornitori.

- *Dimensioni aziendali:* al crescere del numero di addetti aumenta anche la propensione ai rapporti con clienti lontani e alla penetrazione di mercati sempre più ampi.
- *Settore economico:* sia a livello provinciale che regionale imprese impegnate nella produzione meccanica esibiscono la più elevata apertura verso l'esterno: il 32,5% di imprese di questo segmento manifatturiero mostra una significativa apertura a valle sia per il campione reggiano che per quello emiliano-romagnolo, a fronte di una media complessiva del 16-18%.
- *Tassonomia di Pavitt:* minor internazionalizzazione delle imprese manifatturiere tradizionali (quelle di RE con valori leggermente superiori a quelli medi regionali). La vocazione all'apertura a valle aumenta considerevolmente fra le aziende che utilizzano forti economie di scala e, soprattutto, fra quelle con una offerta altamente specializzata.

¹ Anche considerando l'incidenza dell'export sul fatturato, per le imprese reggiane si nota un valore particolarmente elevato: esportazioni con un peso superiore al 50% del fatturato si registrano per il 21,4% delle imprese di Reggio Emilia e per il 18,4% di quelle dell'aggregato complessivo regionale.

² I dati risultano in considerevole aumento rispetto a quelli della rilevazione 2009, che mostrava una elevata apertura a valle per il 7,8% delle imprese reggiane e per il 13,5% di quelle del campione emiliano-romagnolo.

Innovazione

1. Gli ambiti per il miglioramento della competitività

Tab. 8 – Ambiti di innovazione e competitività. % risposte Molto+Abbastanza per le imprese. Dati provinciali e regionali (ordine decrescente Re)

	Molto + Abbastanza				
	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Materiali	59,4	58,9	50,2	62,5	58,2
Informatica	46,2	49,6	43,2	46,1	45,2
Energia	37,4	48,2	42,6	43,4	41,5
Ingegnerizz.processo produttivo/automazione /robotica	32,7	39,3	35,8	35,7	32,9
Impatto ambientale	28,0	30,4	26,6	32,0	29,3
Telecomunicazioni	25,1	25,7	26,2	27,3	25,4
Logistica	20,4	17,3	18,7	20,2	21,0
Salute/Wellness	15,7	10,4	12,4	17,8	15,5
Nanotecnologie	14,0	10,1	10,1	14,4	12,7
Bioingegneria	8,2	12,5	13,4	12,6	11,5
Medicina	2,8	4,4	5,0	5,6	5,6
Altro	2,6	3,3	2,4	5,6	4,8

L'ambito cui le imprese interpellate guardano con maggiore attenzione per migliorare la propria performance competitiva è quello dei **materiali**, giudicato molto o abbastanza rilevante da circa il 55-60% dei casi di tutti i quattro campioni provinciali e dal campione regionale. La percentuale più elevata si registra per le province di Reggio Emilia (59,4%) e Modena (62,5%).

Seguono gli ambiti dell'**informatica** e dell'**energia**. Rispetto a quest'ultima, i giudizi del campione locale risultano i meno elevati delle province prese in esame ed anche, di conseguenza, del dato medio regionale (37,4% a fronte del 41,5%).

Altra dimensione valutata con notevole interesse per la competitività è l'ingegnerizzazione dei processi produttivi, l'automazione e la robotica.

Stessa graduatoria si è ottenuta dalla **rilevazione 2009**.

Attraverso il calcolo delle correlazioni (r) si è potuto osservare che:

- le due dimensioni maggiormente correlate fra loro risultano essere quelle relative all'energia e all'impatto ambientale ($r = + 0,63$),
- seguite da un'altra coppia di *item*: l'informatica e le telecomunicazioni (+0,62).
- relazione positiva piuttosto nitida fra medicina e bioingegneria.
- ruolo centrale dell'*item* relativo ai materiali, ambito a cui in generale viene attribuita la più alta rilevanza e interesse, e che risulta positivamente correlato con buona parte delle altre dimensioni.

Rispetto alla **sostenibilità ambientale** (oggetto di specifico quesito):

l'aspetto ritenuto più rilevante da perseguire tramite il processo di innovazione, senza differenze di rilievo fra i diversi aggregati, è la **riduzione dei consumi di energia elettrica**.

Circa la metà delle imprese intervistate reputa poi altrettanto centrale l'aumento dell'**efficienza energetica** di impianti, macchinari ed edifici (i valori percentuali di Reggio sono i più alti insieme a quelli di Piacenza, probabilmente per il maggior peso che in questi territori ha l'industria produttiva meccanica).

La terza dimensione più rilevante riguarda la **valutazione di qualità dei consumi energetici**.

Al quarto posto le **fonti di energia rinnovabili**.

2. Le previsioni di investimento

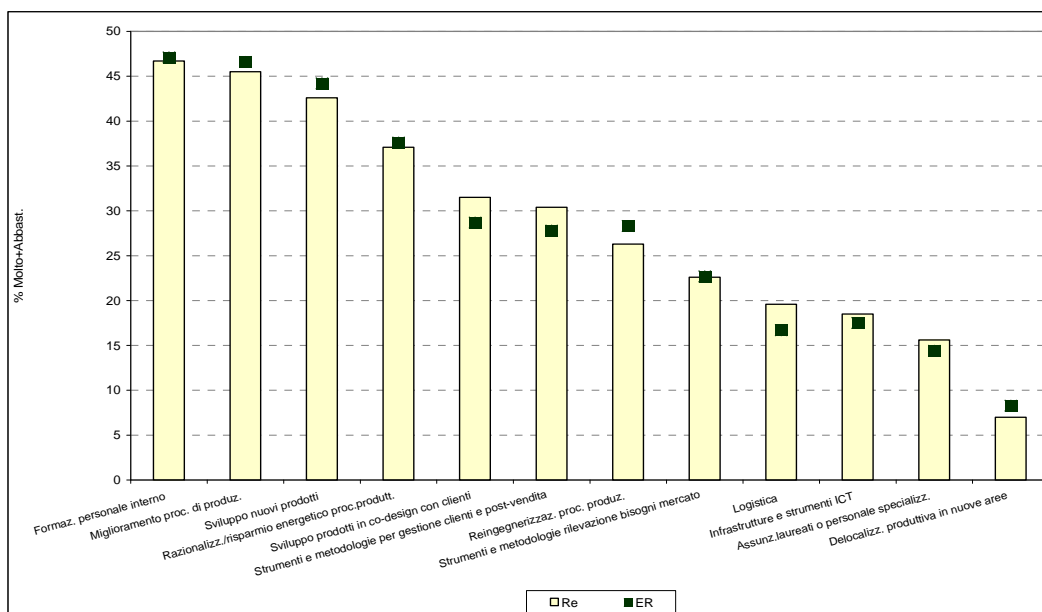


Fig. 4 – Previsione d'investimento nei fattori di competitività. % risposte Molto+Abbastanza in ordine decrescente. Confronto campione provinciale e regionale

L'aspetto su cui maggiormente le aziende intendono investire è il fattore umano, impegnandosi nella **formazione del proprio personale interno** (per il campione di Reggio Emilia la quota di risposte positive è del 46,7%, in linea con il dato medio regionale).

Gli altri due fattori competitivi su cui le aziende puntano maggiormente sono il **miglioramento dei processi di produzione** (indicato dal 45,5% dei casi reggiani e dal 46,6% di quelli emiliano-romagnoli) e lo **sviluppo di nuovi prodotti** (miglioramento di un prodotto già realizzato o creazione di una nuova linea di prodotto).

La ricerca di una nuova e maggiore competitività pare dunque seguire principalmente due direttrici: da una parte quella legata al capitale umano già presente in azienda (cui aggiungere il 15,6% di imprese che intendono assumere nuovo personale, laureato o comunque altamente specializzato); dall'altra, la dimensione strettamente produttiva, con l'introduzione di miglioramenti nel processo produttivo o la ricerca di nuovi prodotti. Strettamente connessa a questa seconda direttrice è anche la volontà di giungere a una reingegnerizzazione degli stessi processi produttivi.

3. Le fonti informative

Tab. 9 – Modalità di reperimento delle informazioni relative all'innovazione. % risposte Sempre+Spesso per le imprese. Dati provinciali e regionali (ordine decrescente % Re)

Strumenti reperimento informazioni	Sempre + Spesso				
	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Fonti interne all'impresa	44,3	47,1	41,4	35,0	40,4
Fornitori	42,7	53,5	47,8	40,4	45,1
Clienti (direttamente o attraverso agenti)	37,7	44,9	36,6	38,4	38,2
Associazioni di categoria	32,6	27,5	35,0	24,5	33,5
Fiere, mostre	29,8	28,0	28,4	25,7	28,6
Formazione tecnica	19,1	12,9	13,4	16,5	17,2
Studi di mercato, pubblicazioni, riviste scientifiche	18,6	14,2	10,3	10,8	14,5
Consulenti, centri di ricerca o laboratori privati	15,4	13,4	17,2	13,4	13,9
Imprese concorrenti o imprese dello stesso settore	13,1	17,1	7,9	16,2	13,7
Camere di Commercio	9,8	8,6	10,8	10,4	11,1
Conferenze, seminari e convegni	8,8	8,6	7,9	8,9	9,1
Università/centri di istruzione superiore/istituti di ricerca pubblici	4,2	5,0	5,4	3,7	3,8

Gli interlocutori privilegiati dalle aziende sono le **fonti interne all'impresa** stessa, utilizzati sempre o spesso da oltre il 44% dei casi della provincia di Reggio Emilia e dal 40,4% di quelli del campione emiliano-romagnolo (a livello regionale prevale il ricorso ai **fornitori**, che invece a Reggio Emilia si collocano al secondo posto).

Ad ogni modo, per tutti gli aggregati presi in esame sono queste le due principali fonti informative indicate dalle imprese,

In tutti i casi segue poi, come terza fonte, i **clienti**.

Di rilievo, seppur secondario, il peso delle associazioni di categoria (più a livello regionale che provinciale), in crescita rispetto a quanto emerso dalla rilevazione 2009, ed anche il ruolo delle fiere e delle mostre.

Per il caso reggiano si rileva poi un maggior peso per alcune fonti che si potrebbero considerare a "elevato carattere specialistico": la formazione tecnica, gli studi di mercato e le pubblicazioni di carattere scientifico, i consulenti e centri di ricerca privati.

Tab. 9bis – N. di interlocutori con cui le imprese hanno rapporti per il reperimento delle informazioni relative all'innovazione. Dati provinciali e regionali

Fonti relative all'innovazione	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Nessuna fonte	18,5	15,7	21,2	21,5	23,1
1-2	31,9	41,2	37,8	37,8	32,8
3-5	38,0	30,7	30,0	32,2	34,1
6 o più fonti	11,6	12,4	11,1	8,5	10,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	216	153	217	270	1.841

Da ulteriori analisi si è rilevato un più ampio network per le imprese di medio-grandi dimensioni e per le imprese legate al settore metallurgico, delle lavorazioni e delle costruzioni meccaniche.

4. La portata dell'innovazione

Tab. 10 – Innovazione introdotta nell'ultimo triennio nelle imprese. Dati provinciali e regionali

Tipo di innovazione	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Innovazione di prodotto di tipo incrementale	14,8	15,7	15,7	15,2	15,3
Innovazione di prodotto di tipo radicale	5,1	4,5	7,4	6,7	6,7
Innovazione di processo di tipo incrementale	18,1	17,6	13,8	13,7	16,1
Innovazione di processo di tipo radicale	6,5	3,3	5,1	5,6	5,7
Innovazione organizzativa	8,8	8,5	11,1	10,0	10,7
Innovazione di marketing	0,0	3,3	3,7	0,0	2,4
Nessuna innovazione introdotta	57,4	60,2	61,8	60,0	57,9

Note: Valori % calcolati sui rispondenti e non sulle risposte, che non essendo mutuamente esclusive potevano anche essere più di una per rispondente (di conseguenza la somma delle percentuali supera il valore di 100%).

- Oltre il **57% delle imprese reggiane intervistate dichiara di non avere introdotto alcuna innovazione in azienda negli ultimi tre anni** (valore in linea con quello medio regionale: 57,9%)³.
- Per l'anno **2009**, si erano rilevati valori percentuali inferiori, rispettivamente 54,7% e 51,1%.
- Quasi il **15%** dei casi ha invece introdotto **innovazioni di prodotto di tipo incrementale** (15,3% a livello regionale); una percentuale superiore al **18%** (16,1% a livello regionale) ha introdotto **innovazioni di processo**, sempre **di tipo incrementale**.
- **Innovazioni radicali** – sia di prodotto che di processo – **riguardano una ristretta minoranza** di casi: il 5% delle imprese reggiane ha introdotto innovazioni di prodotto considerevoli (6,7% a livello regionale) e il 6,5% innovazioni altrettanto radicali di processo (5,7% a livello regionale). La provincia di Reggio Emilia è al primo posto sotto questo punto di vista rispetto alle province prese in esame.
- **8,8%** di aziende della provincia di Reggio Emilia dichiara di aver introdotto **innovazioni a livello organizzativo** (10,7% a livello regionale).
- Per le imprese di Reggio non si registra alcuna innovazione in termini di marketing (media regionale di 2,4%).
- Al crescere delle **dimensioni delle imprese** aumenta il grado di innovazione di prodotto e/o di processo.
- Il settore economico sembra avere una influenza limitata, anche se per il campione reggiano si notano valori più elevati per le aziende dell'agro-alimentare.
- L'innovazione è stata generata principalmente all'**interno** dell'azienda (considerando complessivamente qualsiasi tipo di innovazione introdotta, la percentuale di innovazione interna è superiore all'82% per il campione reggiano e al 72% per quello regionale); per circa un quarto delle imprese reggiane e per il 20% di quelle dell'aggregato regionale, invece, l'innovazione è avvenuta grazie anche alla collaborazione con altre imprese e/o con istituzioni. Soltanto nel 2,4% dei casi di Reggio e nel 7,8% di quelli regionali si tratta di innovazione generata esternamente all'azienda.
- Interessante notare che il ricorso all'esterno aumenta nel momento in cui si tratta di innovazioni di tipo radicale, in particolare di processo.

³ Per un approfondimento al riguardo, cfr. successiva tab. 11.

Tab. 11 – % imprese che **non** hanno introdotto alcuna innovazione nell'ultimo triennio. Confronto campione provinciale e regionale per le principali variabili indipendenti

	RE	ER	Differenza
Dimensioni (n. addetti)			
Piccola	59,8	60,4	- 0,6
Media	20,0	32,2	- 12,2
Grande	100 ^a	8,7	+ 91,3
Settore di attività			
Agroalimentare	53,3	62,6	- 9,3
Sistema moda	65,7	65,8	- 0,1
Metallurgia e lavorazioni meccaniche	52,5	56,8	- 4,3
Costruzioni meccaniche	59,6	50,7	+ 8,9
Altro manifatturiero	55,6	57,4	- 1,8
Commercio e servizi	100 ^a	65,8	+ 34,2
Tassonomia Pavitt			
Manifatture tradizionali	57,1	64,5	- 7,4
Elevate economie di scala	56,0	51,7	+ 4,3
Offerta specializzata	55,8	49,7	+ 6,1
Alta intensità tecnologica e di R&S	100 ^a	42,7	+ 57,3
...			
Classificazione Ocse			
Manifatturiere ad alta tecnologia	100 ^a	42,7	+ 57,3
Manifatturiere a medio/alta tecnologia	59,6	50,3	+ 9,3
Manifatturiere a media tecnologia	50,0	57,9	- 7,9
Manifatturiere a bassa tecnologia	60,4	62,6	- 2,2
...			
Indice di apertura a valle (clienti)			
Apertura nulla	66,3	67,4	- 1,1
Apertura marginale	51,1	49,1	+ 2,0
Apertura significativa	37,9	36,1	+ 1,8
Totale	57,4	57,9	- 0,5

Note:

^a: La bassa numerosità rende il dato non significativo.

^b: Nessun caso presente.

- La quota percentuale di imprese che **non ha introdotto alcuna innovazione** nell'ultimo triennio è più elevata fra la *piccola impresa*.
- Non si rilevano, né a livello provinciale né regionale, relazioni nitide rispetto al *settore economico* di attività.
- Soprattutto per il complesso delle imprese emiliano-romagnole, si registra un'incidenza più elevata di casi che non hanno introdotto alcuna innovazione fra le aziende del *manifatturiero tradizionale*. Questa relazione è assai debole per la provincia di Reggio Emilia.
- Sempre considerando il campione regionale, si nota una progressiva riduzione del peso percentuale delle imprese che non hanno avviato alcun processo di innovazione via via che aumenta il livello di *dotazione tecnologica*.
- Molto rilevante la relazione con l'*indice di apertura a valle*: la percentuale di imprese che non ha introdotto alcuna innovazione nell'ultimo triennio è superiore al 66% fra le aziende con grado di apertura nullo sia a livello provinciale che regionale; si riduce al 50% circa per quelle con un grado di apertura limitato, per attestarsi infine attorno al 36-37% per le imprese con un livello di internazionalizzazione elevato.

5. Le aree di investimento

Tab. 12 – % imprese che hanno investito nelle seguenti aree/ambiti. Dati provinciali e regionali (ordine decrescente per Re)

Aree di investimento	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Acquisto di nuovi macchinari e attrezzature	24,1	26,8	26,3	25,4	25,3
Sviluppo/Design nuovi prodotti effettuato internamente	22,7	13,7	12,9	18,3	16,9
Acquisto nuovo software	13,9	12,4	14,7	11,9	13,4
Acquisto di servizi informatici (consulenza, assistenza, ecc.)	13,4	17,6	15,7	16,7	15,5
Acquisto nuovo hardware informatico	12,0	15,7	17,1	15,9	15,2
Sviluppo nuovi macchinari effettuato internamente	9,7	11,1	5,1	7,0	8,7
Marketing per nuovi prodotti/servizi	8,3	4,6	5,8	8,1	5,7
Sviluppo/Design nuovi prodotti commissionato all'esterno	6,0	4,6	3,7	7,4	5,5
Sviluppo di nuovo software effettuato internamente	6,0	6,5	4,6	7,8	6,6
Assunzione/formazione personale per nuovi processi/prodotti/servizi	5,1	7,2	5,5	5,2	4,6
Acquisto di nuove tecnologie (brevetti, marchi, invenz., licenze, ecc.)	2,8	1,3	2,3	1,9	2,3
Assunzione/formazione personale R&S	2,3	5,2	3,2	6,7	4,6
Sviluppo nuovi macchinari in collaboraz. con altre aziende o istituz.	0,9	3,3	2,3	1,9	2,3

- **Circa un quarto delle aziende** di Reggio Emilia e dell'Emilia-Romagna ha proceduto all'**acquisto di nuovi macchinari e attrezzature** nel corso del 2009.
- La seconda area su cui si sono concentrati gli interventi – quantomeno in termini di numerosità di imprese che hanno proceduto a investimenti in tal senso – è costituita dallo **sviluppo/design di nuovi prodotti realizzato all'interno** dell'azienda (22,7% del campione reggiano, valore decisamente più elevato di quello registrato per le altre province e a livello medio regionale). Questa differenza tra l'aggregato reggiano e quello regionale è certamente da attribuire alla più elevata incidenza a livello provinciale del **settore moda** e tessile, maggiormente impegnato su questo fronte rispetto ad altri ambiti del manifatturiero (infatti, la seconda provincia su cui maggiore è il peso di questo ambito di investimento è Modena).
- La terza e la quarta posizione sono occupate dall'**acquisto di software** e di **servizi informatici** di consulenza, assistenza, ecc., cui si aggiunge una quota del 12% di casi che ha acquistato **hardware** informatico. Per la provincia di Reggio Emilia si rilevano valori percentuali tendenzialmente meno elevati di quelli medi regionali.
- Più in generale, si nota come le **realizzazioni interne all'azienda** (prodotti/design, software, macchinari, ecc.) siano state generalmente più numerose di quelle affidate all'esterno.

5.1. Portata degli investimenti in termini di effettiva spesa sostenuta

Tab. 12bis – Distribuzione % dell'ammontare degli investimenti effettuati nelle seguenti aree/ambiti dal campione provinciale e regionale

Aree di investimento	Re	ER	Differenza
Sviluppo/Design nuovi prodotti effettuato internamente	40,3	23,6	+ 16,7
Acquisto di nuovi macchinari e attrezzature	17,7	40,4	- 22,7
Sviluppo di nuovi macchinari effettuato internamente	14,8	9,0	+ 5,8
Sviluppo/Design nuovi prodotti commissionato all'esterno	7,8	8,2	- 0,4
Acquisto di servizi informatici (consulenza, assistenza, ecc.)	4,1	2,6	+ 1,5
Sviluppo di nuovo software effettuato internamente	3,3	2,0	+ 1,3
Acquisto di nuovo software	3,1	3,2	- 0,1
Acquisto nuovo hardware informatico	2,6	2,3	+ 0,3
Marketing per nuovi prodotti/servizi	2,2	2,7	- 0,5
Assunzione/formazione personale per nuovi processi/prodotti/servizi	2,2	1,1	+ 1,1
Assunzione/formazione personale R&S	1,4	1,3	+ 0,1
Acquisto di nuove tecnologie (brevetti, marchi, invenz., licenze, know-how)	0,4	1,1	- 0,7
Sviluppo nuovi macchinari in collaborazione con altre aziende o istituzioni	0,3	2,5	- 2,2
Totale	100	100	-

Graduatoria in parte differente rispetto a quella sopra illustrata con la tabella 11.

Innanzitutto, al primo posto non si trova più l'acquisto di macchinari e attrezzature, ma lo **sviluppo /design di nuovi prodotti**, che assorbe **oltre il 40% degli investimenti** effettuati dalle imprese reggiane nell'ultimo anno. In termini di mole di investimento, pertanto, la distanza rispetto al dato medio regionale si amplifica considerevolmente, dato che questa dimensione assorbe appena un quarto del totale degli investimenti effettuati dalle imprese del campione emiliano-romagnolo (che hanno destinato, invece, oltre il 40% degli investimenti all'acquisto di macchinari e attrezzature).

5.1.1. Portata degli investimenti e caratteristiche delle imprese

A differenza della relazione palese che si evidenzia a livello regionale (elevato grado di investimenti soprattutto da parte delle imprese impegnate nella R&S e, di converso, minori elevati investimenti soprattutto da parte delle imprese del manifatturiero tradizionale), a livello provinciale la più alta incidenza di casi che hanno effettuato investimenti elevati si registra fra le imprese del manifatturiero tradizionale (33%), seguite da quelle con economie di scala (27,8%) e al terzo posto da quelle ad elevato grado di specializzazione (17% circa).

6. I fattori abilitanti l'innovazione

Tab. 13 – Fattori abilitanti l'innovazione. % risposte Molto+Abbastanza per le imprese. Dati provinciali e regionali (ordine decrescente Re)

Fattori abilitanti l'innovazione	Molto + Abbastanza				
	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Ricerca&Sviluppo all'interno dell'impresa	74,7	70,7	69,1	65,4	66,6
Collaborazione con clienti	74,2	73,2	68,8	63,3	67,8
Collaborazione con fornitori	67,7	60,7	68,4	67,9	61,5
Investimenti/finanziamenti	67,4	61,8	62,2	54,2	60,0
Conoscenze apportate dal personale	62,4	55,8	54,5	56,5	52,5
Fiere, convegni, stampa specializzata	30,1	38,9	22,1	34,3	30,7
Collaborazione con altre imprese	24,7	33,3	34,6	38,3	29,6
Imitazione processi/prodotti altre imprese	20,4	21,6	15,8	20,4	17,6
Collaboraz. con ricerca o Università locali	16,1	7,5	16,7	11,1	10,9
Collaborazione con istituzioni	12,0	11,3	19,2	12,0	14,8
Collaborazioni con ricerca o Università non locali	6,5	9,4	5,2	3,7	5,3
Altro	7,4	13,3	3,6	7,4	9,6

- Il modello innovativo fatto proprio dalle imprese di Reggio Emilia, delle altre province e, più in generale, dall'aggregato emiliano-romagnolo, è quello basato sulla **ricerca e sviluppo all'interno dell'azienda** (giudicato molto o abbastanza rilevante da tre quarti delle imprese reggiane, valore decisamente superiore al 66,6% regionale), cui si deve aggiungere una valutazione altrettanto positiva da parte di oltre il 60% delle imprese interpellate per le «**conoscenze apportate dal personale**» interno, fortemente aperto però alla **collaborazione con i clienti e con i fornitori**. I rapporti con i primi sono giudicati rilevanti da circa tre quarti delle imprese di Reggio Emilia e da circa due terzi di quelle del campione regionale, mentre quelli con i secondi vengono visti come rilevanti dal 67% circa delle imprese reggiane e dal 61,5% di quelle complessive emiliano-romagnole.
- Completano lo schema, naturalmente, gli **investimenti e i finanziamenti**, al quarto posto, giudicati rilevanti da circa due imprese su tre dei diversi aggregati.
- Le leve giudicate **meno utili** al fine della facilitazione di un processo di innovazione – ma che comunque un terzo circa delle imprese giudica molto o abbastanza importanti – sono le collaborazioni con le istituzioni, con i centri di ricerca e le università non locali.
- Le imprese reggiane attribuiscono una minor importanza relativa alla **collaborazione con le altre imprese** (24,7% contro 29,6%) e, parallelamente, una maggiore alla collaborazione con **centri di ricerca e università locali** (16,1% contro 10,9%).

6.1. Le politiche pubbliche che possono favorire l'innovazione

Tab. 14 – Politiche pubbliche facilitanti l'innovazione. Dati provinciali e regionali (ordine decrescente Re)

Politiche pubbliche	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Semplificazione procedure e burocrazia P.A.	47,7	44,5	43,7	51,8	46,4
Credito di imposta per R&S	32,9	34,7	30,5	31,5	31,9
Programmazz. medio/lungo periodo stanziam. per innovaz.	19,0	23,5	21,6	22,1	21,3
Piani locali/regionali per innovazione	11,6	15,7	14,4	16,7	14,9
Agevolazioni per accesso a servizi consulenza tecnica	9,7	13,7	12,4	10,1	10,1
Banda larga su territorio regionale	8,4	5,2	5,5	8,9	7,5
Supporto all' internazionalizzazione	7,5	7,1	6,5	7,8	7,1
Digitalizzazione P.A. locale	6,5	3,9	7,9	7,8	6,1
Progetti nazionali ricerca e innovazione	5,5	9,8	9,7	8,5	7,2
Creazione tavoli a livello locale	3,7	6,6	4,7	5,1	5,3
Agevolazioni per accesso a servizi consulenza finanziaria	0,0	3,9	4,7	0,0	2,2
Altro	0,0	0,7	0,0	0,0	0,2

Note: Imprese che hanno indicato la corrispondente politica pubblica su 100 rispondenti; la somma delle percentuali supera il valore di 100% in quanto ciascuna impresa rispondente poteva fornire più risposte, fino a un massimo di tre.

- Quasi un'impresa su due ritiene fondamentale il superamento dell'attuale grado di **burocratizzazione dell'amministrazione pubblica** per favorire la propensione all'innovazione da parte delle imprese, senza particolari differenze fra una provincia e l'altra (comunque il valore percentuale sopra la media per Reggio Emilia e Modena).
- Questi valori percentuali inoltre sono ulteriormente rafforzati da quel 6,5% di imprese reggiane (6,1% a livello emiliano-romagnolo) che sottolinea la questione della **digitalizzazione della pubblica amministrazione** a livello locale.
- Circa un terzo delle imprese indica poi, come misura in grado di favorire l'introduzione di processi innovativi nelle imprese, il **credito di imposta per la ricerca e sviluppo**.
- Si è notata una certa **influenza delle dimensioni aziendali**, con alcuni aspetti - come lo snellimento della burocrazia della pubblica amministrazione - maggiormente sentiti dalla piccola impresa. Anche i piani locali e/o regionali per l'innovazione sono ad esempio sentiti come importanti in primo luogo dalla piccola imprenditoria.
- Altre politiche – come il credito d'imposta, i progetti nazionali per la ricerca e l'innovazione e la programmazione di medio/lungo periodo – vedono invece l'accento posto in particolare dall'impresa di medio-grandi dimensioni.

7. Gli ostacoli all'innovazione

- Ciò che sembra accomunare le dichiarazioni della quasi totalità delle imprese interpellate sia a livello provinciale che regionale è il giudizio in merito all'**eccessiva pressione fiscale** come principale ostacolo all'innovazione aziendale⁴.
- Secondo principale ostacolo all'innovazione è l'**elevato rischio d'impresa percepito**, sentito particolarmente dalle imprese reggiane e modenesi⁵.
- Come terzo elemento frenante i processi di innovazione viene poi segnalata, più a livello locale che a livello regionale (rispettivamente, 42,9% e 38,9% di risposte «Molto» e «Abbastanza»), la **difficoltà a livello di strategie di mercato**, dunque una scarsa conoscenza del mercato e del settore, la concorrenza di grandi imprese leader nel comparto, ecc.
- Altro punto giudicato di particolare rilievo è la **difficoltà a reperire personale qualificato**, indicato come ostacolo da oltre il 41% delle imprese reggiane e da quasi il 40% di quelle del complessivo campione emiliano-romagnolo.

Tab. 15 – Ostacoli all'innovazione. % risposte Molto+Abbastanza. Dati provinciali e regionali (ordine decrescente % Re)

Ostacoli all'innovazione	Molto + Abbastanza				
	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Eccessiva pressione fiscale	78,6	82,9	74,3	79,8	78,7
Rischio percepito troppo elevato	51,6	49,3	46,0	51,9	47,8
Difficoltà strategiche di mercato (conoscenza del mercato, concorrenza con imprese leader)	42,9	40,8	33,7	41,0	39,8
Difficoltà nel reperire personale qualificato	41,4	48,6	37,4	36,8	39,9
Difficoltà nel reperire finanziamenti	37,4	44,8	34,7	36,9	36,1
Difficoltà di riorganizzazione del processo produttivo	25,8	28,1	27,1	29,2	27,7
Difficoltà di riorganizzazione aziendale	25,6	23,7	22,5	26,2	25,0
Mancanza di stimoli interni	24,9	17,9	19,1	19,9	21,1
Difficoltà nel reperire partner	18,2	15,1	14,0	16,8	17,0
Mancanza d'informazioni su attività di centri di ricerca/università/centri servizi	11,7	14,5	10,7	15,5	13,1
Attività di ricerca non coincidente con i bisogni dell'impresa (svolta da centri di ricerca/università/centri servizi)	10,4	13,3	10,2	8,7	10,5
Difficoltà nel relazionarsi con centri di ricerca/università	8,5	12,5	9,5	9,5	9,3
Altro	22,7	29,7	12,7	23,9	23,1

- L'**elevato rischio** d'impresa è percepito soprattutto dalla piccola imprenditoria, più dalle imprese di Reggio Emilia che da quelle dell'intero campione regionale (oltre 3 punti percentuali di differenza) e soprattutto dai settori della metallurgia e del sistema moda.
- Le **difficoltà strategiche sul mercato** in cui l'impresa opera sono segnalate come ostacolo all'innovazione soprattutto dalla micro e piccola impresa, più nel settore industriale della metallurgia e della moda che in quello delle costruzioni meccaniche e dell'agro-alimentare. E anche in particolare dalle imprese che operano con elevate economie di scala (tassonomia di Pavitt) e, rispetto alla classificazione Ocse, non soltanto per quelle con bassa e medio bassa dotazione tecnologica, ma anche per quelle ad elevato grado di specializzazione e tecnologia.
- Il difficile **reperimento del personale qualificato** è a sua volta segnalato *in primis* dalle imprese del settore moda e della metallurgia e da quelle ad elevata dotazione tecnologica e specializzazione.

⁴ Questo *item* non era previsto dal questionario adottato per la precedente rilevazione del 2009.

⁵ Era questo il problema più di frequente indicato come ostacolo all'innovazione dalle imprese rispondenti alla rilevazione 2009)

8. I benefici dell'innovazione introdotta

- Si rileva una profonda differenziazione fra quanto indicato dal campione reggiano (in linea con quello modenese e parmense) e da quello emiliano-romagnolo. Il primo considera come principale beneficio dell'innovazione il **miglioramento del risultato economico**, determinato da una crescita della performance su una qualche componente (riduzione dei costi, aumento della produttività, maggiore efficienza, crescita del fatturato, ecc.); il campione regionale, invece, indica *in primis* un miglioramento della qualità dei prodotti e/o dei servizi, solo al terzo posto nella graduatoria stilata dalle imprese reggiane. Anche nel **2009** è questo il risultato più frequentemente indicato.
- Al secondo posto, per entrambi gli aggregati, si trova la **conquista di quote di mercato**, che da una parte può essere letta come un effetto di un aumento della qualità dei prodotti e dall'altra come un fattore in grado di produrre un miglioramento del risultato economico. La conquista di nuovi mercati ha invece riguardato appena il 10% delle imprese reggiane, a fronte di una media regionale del 16,7%.
- Rilevante poi il **miglioramento della qualità dei prodotti/servizi** (al secondo posto nel **2009**) e la **maggior efficienza nell'utilizzo di materiali e/o di materie prime**.
- Si nota una chiara collinearità fra gli obiettivi ipotizzati a monte dall'impresa e quanto poi effettivamente ottenuto dal processo innovativo: tra gli obiettivi da perseguire tramite l'innovazione al primo posto si trovavano la riduzione dei costi e l'aumento della produttività (due dimensioni che possono essere ricondotte al raggiungimento di un miglior risultato economico); seguiva il miglioramento della qualità dei propri prodotti/servizi.

Tab. 16 – Benefici e ricadute positive derivate dall'innovazione introdotta. % risposte su totale rispondenti. Dati provinciali e regionali (ordine decrescente % Re)

Benefici	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Miglior risultato economico	31,5	24,2	30,1	32,1	28,7
Conquista di quote di mercato	29,2	34,5	27,6	37,8	29,1
Miglioramento della qualità di prodotti/servizi	29,2	39,7	41,2	37,8	37,2
Miglior efficienza nell'uso di materiali e materie prime	19,1	20,8	26,2	11,6	20,3
Miglior organizzazione aziendale	16,8	20,8	27,6	16,5	22,9
Riduzione energia per output di produzione	16,8	15,5	23,8	16,5	15,9
Miglior efficienza nell'utilizzo del personale	15,8	10,3	16,3	12,7	18,1
Conquista di nuovi mercati	10,1	22,4	24,9	14,5	16,7
Miglioramento rapporti bilaterali e/o del clima aziendale	1,2	1,8	1,4	0,9	1,6
Miglioramento tempi di lavorazione	0,0	6,9	3,8	0,0	3,4
Migliore prestazione ambientale	0,0	5,2	2,5	2,0	4,2
Migliore conciliaz. tempi vita lavorativa e familiare	0,0	0,0	1,4	0,9	1,2
Altro	2,2	0,0	0,0	0,0	2,0
N	89	58	80	103	723

Note: Imprese che hanno indicato il corrispondente beneficio su 100 rispondenti; la somma delle percentuali supera il valore di 100% in quanto ciascuna impresa rispondente poteva fornire più risposte, fino a un massimo di tre.

La portata dell'innovazione introdotta in termini di **incidenza** determinata da nuovi prodotti/servizi **sul fatturato** è considerevole; infatti, per circa il 30% delle imprese reggiane i prodotti o servizi innovativi introdotti nell'ultimo triennio hanno una incidenza elevata (superiore al 25%) sul fatturato complessivo. Il 19% indica invece un'incidenza medio-alta (> 10% del fatturato). Dato medio regionale decisamente inferiore (24,5% dei casi indica un'incidenza elevata e il 18,2% una medio-alta)⁶.

⁶ Si precisa che le percentuali riportate fanno riferimento alle sole imprese che hanno introdotto innovazioni e che hanno risposto al quesito; esiste poi una ampia quota di imprese che non hanno avviato alcun processo innovativo.

8.1. I benefici per la collettività di appartenenza

Quasi un quarto del campione reggiano (24,7%) e il 30,7% di quello emiliano-romagnolo ritiene che le innovazioni introdotte in azienda abbiano portato a benefici (di tipo ambientale, economico e sociale) per la collettività e il territorio di riferimento.

Queste ricadute positive per la collettività possono essere ricondotte a due macro-aree:

- l'area più rilevante è quella dell'**ambiente** e della **sostenibilità**: minor impatto ambientale, in termini di misure e accorgimenti che permettono una riduzione dei consumi di energia, efficienti sistemi di stoccaggio dei rifiuti pericolosi, un maggior ricorso alla raccolta differenziata, ecc.
- Un secondo gruppo guarda alle **ricadute socio-economiche** per il territorio, in primo luogo in termini occupazionali.

Forme e strategia di tutela adottate

Tab. 17 – Strategie e forme di tutela adottate. % di imprese. Dati provinciali e regionali (%ordine decrescente Re)

Strategie e forme di tutela adottate	Re	Pc	Pr	Mo	ER
Domini web registrati	25,1	21,3	24,8	30,5	27,4
Marchi registrati	10,2	10,6	9,2	10,0	10,7
Brevetti italiani	9,8	12,1	7,3	9,3	9,4
Licenze acquistate e/o in uso	7,4	7,1	5,3	5,9	7,1
Accordi di segretezza	6,0	5,7	5,8	9,7	6,7
Prodotti a elevato grado di complessità	4,7	5,0	4,4	10,8	5,7
Brevetti europei o internazionali	4,2	8,5	3,4	4,8	5,1
Copyright	1,4	0,0	1,5	2,6	2,4
Creative commons	0,9	0,0	0,5	1,1	0,5
Altro	0,5	0,7	1,0	1,1	0,9

Note: La percentuale indica, per ciascuna strategia/forma di tutela, la percentuale di imprese che la ha adottata sul totale delle imprese rispondenti dei campioni provinciali e regionale.

Il quesito prevedeva per l'impresa rispondente di indicare il numero di adozioni di ciascuna forma/strategia di tutela (Nessuna, 1, ..., 4, Più di 4). A fini di presentazione, le risposte sono state dicotomizzate distinguendo fra 0 (chi non ha adottato la corrispondente strategia/forma) e le altre risposte, attestanti un ricorso a quella strategia/forma di tutela.

- Al primo posto la **registrazione di domini web**, cui ha fatto ricorso oltre il 25% delle imprese reggiane e il 27,4% di quelle emiliano-romagnole.
- Al secondo posto si trova la **registrazione di marchi** (10% circa sia a livello provinciale che regionale) e, appena sotto, il deposito di **brevetti italiani**.
- La medesima graduatoria si è osservata con la precedente rilevazione dell'anno **2009**.
- Un certo peso, superiore al 7% sia a livello provinciale che emiliano-romagnolo, per le **licenze acquistate o in uso**, seguito dalla **produzione ad "elevato grado di complessità"**⁷.

31 imprese reggiane delle 78 rispondenti (circa il 40%) in questo caso al quesito dichiara di non aver ottenuto alcun beneficio dalle forme di tutela adottate. Percentuale assai inferiore a quella media regionale (48,7%)

Il 18% delle imprese reggiane (13,7% per il campione emiliano-romagnolo) evidenzia i riconoscimenti di natura economica derivanti dai meccanismi di protezione adottati.

Un ulteriore 11,5% di imprese reggiane – e oltre il 15% di quelle del campione regionale – riconosce i vantaggi derivanti dall'assenza di prodotti simili, e dunque concorrenziali, sul mercato. Minor rilievo avrebbero invece gli introiti derivanti dalla vendita di licenze o di brevetti.

⁷ In questo caso la tutela è legata alla complessa articolazione intrinseca del progetto o delle procedure previste e dipende pertanto dall'elevato grado di specializzazione raggiunto.