

MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

FILIERA "CASA" - SOTTOFILIERA "EFFICIENZA ENERGETICA"



Indice

•	METODOLOGIA DI INDAGINE	3
•	PROPENSIONE DELLE IMPRESE ALL'INNOVAZIONE	15
•	L'IMPRESA E LE NUOVE TECNOLOGIE	60
•	I RAPPORTI DI FILIERA	69
•	PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE	77
•	PROFILO DEGLI AMMINISTRATORI	82
•	ANALISI STRATEGICA DELLE RISULTANZE EMERSE	86
•	LA FILIERA NEL CONTESTO NAZIONALE ED EUROPEO	92
•	CONTATTI	139





A yellow pencil is positioned diagonally across the left side of the image, pointing towards the center. The background is a grid of numerical data, likely from a statistical analysis or simulation, with values ranging from 0.0000 to 1.0000. The pencil is pointing to a specific cell in the grid.

0	1.0000	0.9999	0.9990
0	1.0000	1.0000	1.0000
34	0.0047	0.0005	0.0000
02	0.0353	0.0052	0.0005
361	0.1268	0.0271	0.0037
613	0.2969	0.0905	0.017
6865	0.5155	0.2173	0.05
8516	0.7216	0.4032	0.1
.9434	0.8	0.6098	0.7
0.9827	0	0.7869	0
0.9958	8	0.9050	0
0.999	9963	0.9662	
0.9	0.9993	0.9907	
	0.9999	0.9981	
000	1.0000	0.9997	
00000	1.0000	1.0000	
1.0000	1.0000	1.0000	
1.0000	1.0000	1.00	

MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

METODOLOGIA DI INDAGINE

PREMESSA

- ▶ Il presente documento illustra risultanze, metodologie e procedure operative adottate per lo svolgimento del servizio di mappatura dinamica relativa all'innovazione nelle imprese della filiera "Casa" /sottofiliera "Efficienza Energetica" in provincia di Padova.
- ▶ Finalità della mappatura è restituire alla CCIAA valore informativo aggiunto circa la struttura, le dinamiche, le potenzialità competitive e le criticità legate allo sviluppo del sistema imprenditoriale nel settore, per supportare la creazione di una catena dell'informazione a sostegno della qualità dei prodotti, del potenziamento delle relazioni di filiera e della sostenibilità dell'intero processo produttivo.
- ▶ Per tale ragione, oltre all'attività di indagine sul campo è stata condotta un'indagine *on desk*, volta ad indagare i trend relativi all'innovazione a livello più ampio e, per quanto possibile, il posizionamento delle aziende padovane rispetto al contesto livello regionale, nazionale e internazionale. I risultati di tali indagine sono riportati alla fine del presente documento.
- ▶ L'indagine *on desk* sui trend dell'innovazione è stata condotta, primariamente, facendo riferimento al datawarehouse I.stat (tema: Imprese; sottotema: Innovazione nelle imprese) e al Community Innovation Survey, a cura di Eurostat (<https://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/community-innovation-survey>), che aggrega i principali trend dell'innovazione a livello europeo.

PREMESSA

- ▶ In entrambi i casi, si tratta di rilevazioni condotte a cadenza biennale, tramite un'indagine (auto-compilazione on line di un questionario) che è campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti e censuaria per quelle con 250 e + addetti. L'unità statistica di rilevazione è l'impresa: le attività innovative dichiarate sono interamente assegnate alle regioni (nel caso dell'Italia) e/o ai Paesi (nel caso dell'Europa) di residenza delle imprese.
- ▶ I dati più aggiornati sono quelli relativi al periodo 2014/16 e, come già evidenziato, escludono le imprese con meno di 10 addetti. Pertanto, tali documenti devono essere principalmente intesi quali strumenti per tracciare i trend di settore, entro i quali collocare il comportamento delle imprese padovane, così come rilevato dalla mappatura dinamica che è stata realizzata da chi scrive e che riguarda, invece, un arco temporale più recente (anni 2015/18) e che include anche le imprese con 0 addetti.

GLI AMBITI DELLA MAPPATURA

La mappatura è stata condotta su un campione di imprese, rappresentativo della popolazione oggetto di indagine e stratificato per settore principale di attività/sede operativa. Tale campione è stato selezionato con metodo casuale senza ripetizione, a partire dai database forniti dalla CCIAA di Padova. I settori dai quali è stato estratto il campione sono stati:



FABBRICAZIONE E/O
LAVORAZIONE DI MATERIALI
PER L'EDILIZIA E INFISSI



ISOLAMENTO E MESSA IN
OPERA



COSTRUZIONE DI EDIFICI
ATTIVITÀ IMMOBILIARI

84

IMPRESE

INTERPELLATE



FABBRICAZIONE E/O
LAVORAZIONE DI MATERIALI
PER IMPIANTI



ISTALLAZIONE DI IMPIANTI



INFORMATICA
CONSULENZA TECNOLOGICA



ARCHITETTURA, INGEGNERIA
R&S, DISEGNO TECNICO E
PROGETTAZIONE



COMMERCIO ALL'INGROSSO
DI MATERIALI E ARTICOLI
PER L'EDILIZIA



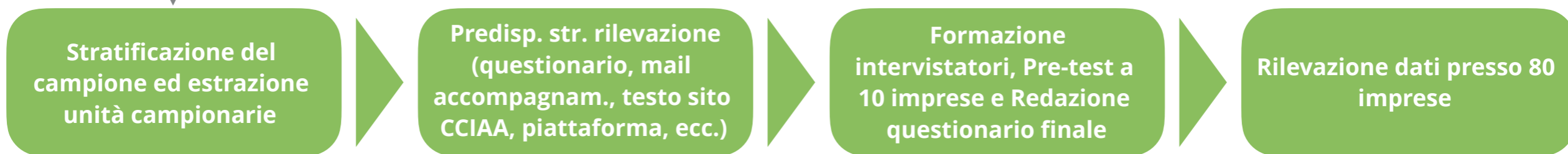
AGRICOLTURA

IL PROCESSO DI MAPPATURA

PIANIFICAZIONE



RILEVAZIONE



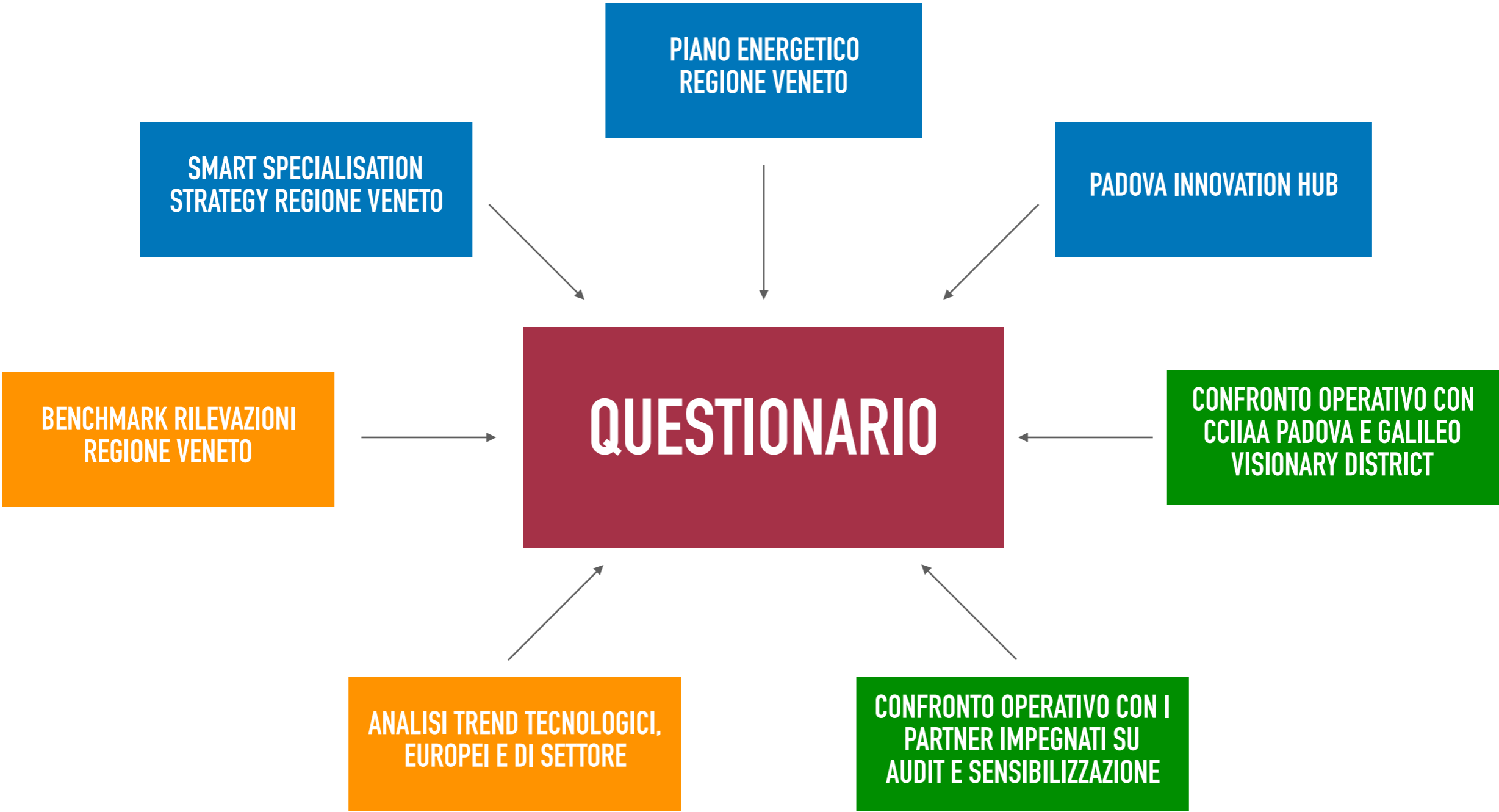
ANALISI E DIVULGAZIONE



MODALITÀ E STRUMENTI DI RILEVAZIONE

- ▶ Le interviste alle imprese selezionate sono state condotte con metodologia CATI, nel periodo compreso tra il 27 settembre e il 22 ottobre 2018, sulla base di un questionario semi-strutturato elaborato ad hoc.
- ▶ Le interviste sono state precedute da un incontro con i rappresentanti del settore, tenutosi presso la sede della CCIAA di Padova il 1 agosto 2018, per informare e sensibilizzare le imprese sull'avvio della rilevazione. Sono stati, inoltre, realizzati dei pre-test presso un campione di imprese, allo scopo di verificare la piena comprensione del significato delle domande.
- ▶ La mappatura è stata condotta avvalendosi di un questionario strutturato elaborato ad hoc, d'intesa con la Committenza.
- ▶ Alla fine del pre-test, il questionario è risultato composto da 36 macro-domande (alcune delle quali personalizzate in funzione delle risposte fornite in precedenza), suddivise in 5 sezioni principali.

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE: FONTI



IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE: CARATTERISTICHE

- ▶ Questionario strutturato, con domande a risposta chiusa
- ▶ Sistema di "filtri" e "salti", in base alle risposte fornite
- ▶ Integrazione tra informazioni fornite dal rispondente e informazioni a disposizione della Camera di Commercio
- ▶ Strumento unitario, per tutte le fasi progettuali
- ▶ Struttura analoga ai questionari utilizzati per la mappatura delle altre filiere

Efficienza della rilevazione

Coerenza della rilevazione

Efficacia della rilevazione

Non-invasività della rilevazione

Comparabilità delle rilevazioni

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE (1/4)

**MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE DELLA FILIERA "SISTEMA CASA",
SOTTOFILIERA "EFFICIENZA ENERGETICA ED ENERGIE RINNOVABILI"**

Gentilissimo/a,
La chiamo da parte della Camera di Commercio di Padova, che ci ha dato il suo contatto.
La Camera di Commercio sta contattando le imprese per conoscere i loro bisogni e capire come fare a soddisfarli. Vorremmo quindi farle alcune domande, di carattere generale.
Le risposte che ci darà saranno trattate nel rispetto della normativa vigente sulla privacy.

Grazie per la collaborazione.

A. PROPENSIONE ALL'INNOVAZIONE

ID	DOMANDA	OPZIONI DI RISPOSTA			
1.	Le elencherò una serie di possibili cambiamenti che può fare un'impresa. Per ognuno di questi cambiamenti, mi dica se è qualcosa che la Sua impresa ha già fatto in passato (dal 2013), se è qualcosa che sta facendo adesso, se è qualcosa che ha intenzione di fare entro il 2020 o se è qualcosa che non le interessa.	L'impresa lo ha già fatto in passato (dal 2013)	L'impresa lo sta facendo adesso	L'impresa ha intenzione di farlo entro il 2020	E' qualcosa che non interessa alla mia impresa
A	Aumentare il numero di prodotti/servizi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	Migliorare la qualità dei prodotti/servizi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C	Sviluppare nuove tecnologie e/o materiali da inserire nei prodotti/servizi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D	Rendere i prodotti/servizi sempre più personalizzabili, efficienti e/o specializzati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E	Abbassare i costi di produzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	Rinnovare spazi, tecnologie, macchinari e/o software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
G	Investire in brevetti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
H	Sviluppare nuovi sistemi di produzione e/o logistica e/o stoccaggio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I	Fidelizzare i clienti attuali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L	Aprirsi a nuovi mercati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
M	Rinnovare immagine, comunicazione e rete di vendita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
N	Assumere nuovo personale e/o far fare corsi di formazione al personale già esistente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O	Aumentare la condivisione delle informazioni all'interno dell'azienda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																							
P	Stringere accordi di collaborazione/partnership con altre imprese/entità	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																							
Q	Raccogliere dati e costruire database su cui basare le decisioni aziendali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																							
2.	Quando deve sviluppare nuovi prodotti o introdurre importanti cambiamenti, come opera di solito la Sua impresa?	<input type="radio"/> La progetta e fa tutto da sola (andare a domanda 4) <input type="radio"/> Guarda quello che hanno fatto altri soggetti e li modifica e/o li adatta in base a quello che le serve (andare a domanda 4) <input type="radio"/> Collabora con altri soggetti e sviluppa queste novità insieme a loro (andare a domanda 3) <input type="radio"/> Si rivolge a consulenti esterni, che le danno direttamente ciò di cui ha bisogno (andare a domanda 4) <input type="radio"/> Nessuno di questi: nel corso degli ultimi anni la mia impresa non ha introdotto importanti cambiamenti (andare a domanda 6)																																																										
3.	Adesso le elencherò una serie di soggetti. Per ognuno di loro, mi dica con che frequenza la sua impresa collabora per sviluppare nuovi prodotti e/o introdurre importanti cambiamenti.	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Sempre</th> <th>Di rado</th> <th>Spesso</th> <th>Mai</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A Fornitori</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>B Partner</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>C Distributori e/o intermediari commerciali</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>D Cliente principale</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>E Altri clienti</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>F Consulenti e/o istituti privati</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>G Università e/o istituti di ricerca e/o spin off</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>H Imprese che operano nel mio stesso settore</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>I Imprese che operano in altri settori</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>L Associazioni di categoria</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table>					Sempre	Di rado	Spesso	Mai	A Fornitori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	B Partner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	C Distributori e/o intermediari commerciali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	D Cliente principale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	E Altri clienti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	F Consulenti e/o istituti privati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	G Università e/o istituti di ricerca e/o spin off	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	H Imprese che operano nel mio stesso settore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I Imprese che operano in altri settori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	L Associazioni di categoria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Sempre	Di rado	Spesso	Mai																																																								
A Fornitori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
B Partner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
C Distributori e/o intermediari commerciali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
D Cliente principale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
E Altri clienti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
F Consulenti e/o istituti privati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
G Università e/o istituti di ricerca e/o spin off	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
H Imprese che operano nel mio stesso settore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
I Imprese che operano in altri settori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
L Associazioni di categoria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																								
4.	Le fonti di finanziamento a cui la Sua impresa di solito ricorre quando deve affrontare importanti cambiamenti sono: (Multirisposta)	<input type="radio"/> Risorse proprie (auto-finanziamento) <input type="radio"/> Capitali acquisiti tramite l'ingresso in azienda di nuovi soci <input type="radio"/> Finanziamento tramite banche <input type="radio"/> Partecipazione a Bandi promossi da Enti Nazionali come Comune, Regione, Ministeri, etc <input type="radio"/> Partecipazione a Bandi promossi su fondi dell'Unione Europea																																																										

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE (2/4)

		<input type="radio"/> Nessuno di questi: nel corso degli ultimi anni la mia impresa non ha introdotto importanti cambiamenti			
5.	Nell'ultimo triennio, ha ceduto a terzi innovazioni sviluppate dalla Sua Impresa?	<input type="radio"/> Sì <input type="radio"/> No			
6.	Generalmente, come si aggiorna sulle novità nel Suo settore? (Multirisposta)	<input type="radio"/> Fiere <input type="radio"/> Internet /web <input type="radio"/> Riviste di settore <input type="radio"/> Conferenze / meeting / seminari <input type="radio"/> Corsi di formazione professionale	<input type="radio"/> Mass media (giornali, tv, radio) <input type="radio"/> Associazioni di categoria <input type="radio"/> Consulenti <input type="radio"/> Rapporti con Università / istituti / centri di ricerca <input type="radio"/> Altro (_____)		
7.	Adesso le elencherò una serie di aree tematiche e di competenze. Per ognuna di esse, mi dica se si tratta di una competenza di cui la Sua impresa dispone già attraverso il proprio personale, o che ha acquisito tramite consulenti esterni, o se è una competenza di cui non si è avvalsa ma che gli farebbe comodo avere, oppure se è un'area che non le interessa.				
		Il mio personale dispone di questa competenza	Mi avvalgo di consulenti esterni	E' una competenza che mi farebbe comodo avere	E' un'area che non mi interessa
A	Sistemi domotici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	Gestione di database / interoperabilità delle banche dati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C	Ricerche di mercato / Statistica / Big Data	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D	Nano/micro tecnologie e/o nano/micro robot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E	Risparmio energetico / Green Technology	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	Ingegneria / Architettura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
G	Marketing e pubblicità	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
H	Management e gestione aziendale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I	Logistica / distribuzione / gestione del magazzino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L	Diritto (ad es. per brevetti, contratti e/o tutela della proprietà intellettuale)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
M	Consulenza per l'accesso a fondi di finanziamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
N	Consulenza fiscale e del lavoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O	Sicurezza informatica e crittografia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P	Progettazione / Design / Sviluppo di prototipi, visualizzazioni, render	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q	Chimica /Nuovi materiali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
R	ICT / sviluppo di software e app	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
S	Matematica / Fisica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
T	Industria 4.0	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8.	Parlando in termini generali, secondo Lei quali sono i maggiori ostacoli all'introduzione di innovazione nelle imprese? (Multirisposta)	<input type="radio"/> Mancanza di risorse finanziarie e/o difficoltà di ricevere finanziamenti <input type="radio"/> Costi troppo elevati <input type="radio"/> Mancanza di collaborazione tra Università e imprese <input type="radio"/> Difficoltà di aprirsi a nuovi mercati, soprattutto se esteri <input type="radio"/> Difficoltà di integrare le nuove tecnologie nei propri processi produttivi / di trasformazione <input type="radio"/> Difficoltà nel reperire personale qualificato <input type="radio"/> Assenza di informazioni sulle ultime novità e/o tecnologie <input type="radio"/> Assenza di corsi di aggiornamento per il personale <input type="radio"/> Scarsa capacità delle imprese di fare network e/o difficoltà di individuare partner affidabili con cui cooperare <input type="radio"/> Scarso supporto di Enti / Organizzazioni di categoria <input type="radio"/> Mancanza di volontà da parte degli imprenditori <input type="radio"/> Altro (specificare _____)
----	---	---

B. L'IMPRESA E LE NUOVE TECNOLOGIE

ID	DOMANDA	OPZIONI DI RISPOSTA		
9.	Nella Sua azienda, sono mai state realizzate iniziative in ambito di Industria 4.0?	<input type="radio"/> Sì, in passato <input type="radio"/> Sì, sono attualmente in corso <input type="radio"/> Non ancora, ma sono in fase di implementazione <input type="radio"/> No, né credo lo saranno nel corso dei prossimi due anni <input type="radio"/> Non so cosa sia l'Industria 4.0		
10.	Adesso Le elencherò una serie di tecnologie. Per ognuna di esse, mi dica se la Sua impresa le utilizza oppure no.			
		La mia impresa le utilizza	La mia impresa NON le utilizza	Non conosco questa tecnologia
A	Stampa 3D / Additive Manufacturing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	Robotica / Sistemi di automazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C	Visione artificiale e sistemi di misura ottici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D	Sistemi automatizzati per la gestione della qualità	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E	Strumenti per il controllo della tracciabilità dei prodotti (ad es. RFID / BarCode)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	Sensoristica e software per la gestione energetica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
G	Logistica e magazzini automatizzati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
H	Internet of Things (IoT)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I	Sistema Enterprise Resource Planning (ERP)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L	Sistema Product Lifecycle Management (PLM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
M	Sistema Manufacturing Execution System (MES)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
N	Sistema di supervisione e controllo della produzione (e.g. DCS / SCADA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE (3/4)

Sistema di Datawarehouse (DWH) e/o Business Intelligence (BI)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.	Dal 2015 ad oggi, in media quanta parte del fatturato la Sua azienda ha investito per acquistare nuovi software o nuove tecnologie, seguire corsi di formazione e/o depositare brevetti?	<input type="radio"/> Meno dell'1% <input type="radio"/> Tra 1,1% e 2% <input type="radio"/> Tra 2,1% e 3% <input type="radio"/> Tra 3,1% e 5% <input type="radio"/> Più del 5% <input type="radio"/> La mia azienda non ha investito per acquistare / sviluppare nuove tecnologie		
12.	Entro il 2020, quanta parte del fatturato la Sua impresa è disposta a spendere per acquistare nuovi software o nuove tecnologie, seguire corsi di formazione e/o depositare brevetti?	<input type="radio"/> Meno dell'1% <input type="radio"/> Tra 1,1% e 2% <input type="radio"/> Tra 2,1% e 3% <input type="radio"/> Tra 3,1% e 5% <input type="radio"/> Più del 5% <input type="radio"/> Non ho intenzione di investire parte del fatturato per acquistare / sviluppare nuove tecnologie		
13.	Secondo Lei, quali sono le tecnologie che nei prossimi 3 anni saranno indispensabili o maggiormente utili per la Sua attività? (Multirisposta)	Stampa 3D / Additive Manufacturing Robotica / Sistemi di automazione Visione artificiale e sistemi di misura ottici Sistemi automatizzati per la gestione della qualità Strumenti per il controllo della tracciabilità dei prodotti (ad es. RFID / BarCode) Sensoristica e software per la gestione energetica Logistica e magazzini automatizzati Internet of Things (IoT) Sistema Enterprise Resource Planning (ERP) Sistema Product Lifecycle Management (PLM) Sistema Manufacturing Execution System (MES) Sistema di supervisione e controllo della produzione (e.g. DCS / SCADA) Sistema di Datawarehouse (DWH) e/o Business Intelligence (BI) Altro (specificare _____)		
14.	Pensando alle tecnologie che ha appena indicato, ritiene che la Sua azienda abbia ad oggi le competenze necessarie ad utilizzarle?	<input type="radio"/> Sì (andare a domanda 16) <input type="radio"/> No		
15.	Se no, come intende acquisire le competenze/tecnologie che ad oggi mancano alla Sua impresa?	<input type="radio"/> Facendo fare corsi di formazione al personale di cui già dispongono <input type="radio"/> Assumendo nuovo personale <input type="radio"/> Stringendo accordi con imprese che già dispongono di queste competenze / tecnologie <input type="radio"/> Altro (specificare _____)		

C. I RAPPORTI DI FILIERA

	DOMANDA	OPZIONI DI RISPOSTA	
16.	La Sua Impresa aderisce ad aggregazioni (ad es. distretti, consorzi, associazioni di categoria, ecc.)?	<input type="radio"/> Sì (andare a domanda 17)	<input type="radio"/> No (andare a domanda 18)
17.	SOLO PER CHI HA RISPOSTO "Sì" A DOMANDA 16] A quali?(Multirisposta) Dopo andare a domanda 19	<input type="radio"/> Associazione di categoria <input type="radio"/> Consorzio <input type="radio"/> Cooperativa <input type="radio"/> Cluster tecnologico nazionale	<input type="radio"/> Distretto industriale <input type="radio"/> Distretto produttivo <input type="radio"/> Rete innovativa regionale
18.	SOLO PER CHI HA RISPOSTO "No" A DOMANDA 16] Perché la sua Impresa non aderisce a forme aggregative? (Multirisposta)	<input type="radio"/> Non saprei a chi rivolgermi per aderire ad un'aggregazione <input type="radio"/> La partecipazione a forme aggregative non dà vantaggi reali alla mia Impresa <input type="radio"/> Le procedure burocratiche per l'adesione sono troppo complesse <input type="radio"/> I costi di adesione sono troppo alti <input type="radio"/> Aderire a forme aggregative limita la mia autonomia decisionale <input type="radio"/> Ne facevo parte in passato, ma ora ne sono uscito	
19.	Quanto è favorevole a progetti che sviluppino le relazioni (ad es: accordi tecnologici, commerciali, partnership, aggregazioni, ecc.) tra le imprese della filiera "casa/efficienza energetica"?	<input type="radio"/> Molto <input type="radio"/> Abbastanza	<input type="radio"/> Poco <input type="radio"/> Per nulla
20.	Quanto è favorevole a progetti che sviluppino relazioni (ad es: accordi tecnologici, commerciali, partnership, aggregazioni, ecc.) tra le imprese del Suo settore e le imprese di altri settori?	<input type="radio"/> Molto <input type="radio"/> Abbastanza	<input type="radio"/> Poco <input type="radio"/> Per nulla (andare a domanda 22)
21.	Con quali settori dovrebbero svilupparsi tali rapporti di	<input type="radio"/> Agricoltura e trasformazione agro-industriale <input type="radio"/> Progettazione e produzione di elettrodomestici <input type="radio"/> Estrazione e lavorazione di materiali lapidei e marmorei <input type="radio"/> Progettazione e produzione di mobili <input type="radio"/> Consulenza nei settori della finanzia agevolata	

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE (4/4)

	collaborazione? (Multirisposta)	<input type="checkbox"/> Produzione, distribuzione e commercio di energia elettrica / gas (anche in co-generazione) <input type="checkbox"/> Raccolta, trattamento e fornitura di acqua <input type="checkbox"/> Raccolta, gestione e riciclaggio dei rifiuti <input type="checkbox"/> Imprese che si occupano della progettazione di software e/o consulenza informatica <input type="checkbox"/> Pubblica Amministrazione <input type="checkbox"/> Altro (specificare _____)
22.	Cosa dovrebbe fare la Camera di Commercio di Padova per supportare la collaborazione tra le imprese?	Informare sulle possibili forme di collaborazione tra le imprese Informare sui reali vantaggi che un'impresa avrebbe potenziando la collaborazione con altre imprese Fornire supporto burocratico per creare aggregazioni tra le imprese Fornire supporto finanziario per fronteggiare i costi legati alla creazione di aggregazioni tra imprese (e.g. spese notarili, spese per consulenze, spese per creazione di marchi comuni, ecc.) Fornire supporto organizzativo e gestionale per la creazione di aggregazioni tra imprese Intervenire presso la Pubblica Amministrazione perché aumentino i benefici fiscali e/o contributivi legati all'adesione a forme di collaborazione Supportare le aggregazioni di imprese nell'intercettare fondi dell'Unione Europea Promuovere la creazione di un marchio unico per le imprese della filiera Favorire la conoscenza su best practices, nuove tecnologie e/o innovazioni tecniche nel settore

		<input type="checkbox"/> Altre province del Veneto <input type="checkbox"/> Altre regioni d'Italia	<input type="checkbox"/> Altri paesi europei, ma extra UE <input type="checkbox"/> Altri Paesi al di fuori dell'Europa
29.	Per i prossimi 3 anni (2018-2020), stima che il fatturato della Sua Impresa sarà	<input type="checkbox"/> In crescita <input type="checkbox"/> Stabile	<input type="checkbox"/> In diminuzione
30.	La Sua Impresa si occupa prevalentemente di:	<input type="checkbox"/> Fabbricazione di materiali per l'edilizia e/o infissi <input type="checkbox"/> Fabbricazione di materiali e componenti per impianti <input type="checkbox"/> Costruzione di edifici <input type="checkbox"/> Installazione di impianti <input type="checkbox"/> Isolamento, posa in opera, rivestimento	<input type="checkbox"/> Commercio (all'ingrosso e/o al dettaglio) di materiali per la casa e/o l'edilizia <input type="checkbox"/> Compravendita, affitto e/o gestione immobiliare <input type="checkbox"/> Architettura e/o ingegneria e/o disegno tecnico <input type="checkbox"/> Ricerca & Sviluppo <input type="checkbox"/> Altro (specificare _____)
31.	Ad oggi (settembre 2018) il numero dei Dipendenti della Sua impresa è	<input type="checkbox"/> L'impresa non ha dipendenti <input type="checkbox"/> Fino a 2 <input type="checkbox"/> Da 3 a 9 <input type="checkbox"/> Da 10 a 19	<input type="checkbox"/> Da 20 a 49 <input type="checkbox"/> Da 50 a 99 <input type="checkbox"/> Oltre 100 <input type="checkbox"/> Non so: non sono io l'amministratore
32.	Ci può dare l'indirizzo email dell'amministratore?	Scrivere l'indirizzo email _____	

D. PROFILO DELL'IMPRESA

ID	DOMANDA	OPZIONI DI RISPOSTA
23.	Per finire, le farò qualche domanda generale sulla Sua impresa. Di solito la Sua impresa realizza prodotti:	<input type="checkbox"/> A catalogo <input type="checkbox"/> Su specifica del cliente <input type="checkbox"/> Fa subfornitura per conto terzi
24.	La Sua Impresa possiede brevetti?	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No
25.	La Sua Impresa possiede certificazioni (ad. Esempio Emas, Iso, ecc.)? [Se sì]	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No (andare a domanda 27)
26.	Che tipo di certificazioni ha la Sua impresa? (Multirisposta)	<input type="checkbox"/> Certificazioni relative alle specifiche di prodotti (e.g. ISO 50001, ecc.) <input type="checkbox"/> Certificazione per la riduzione dell'impatto ambientale (e.g. Emas, Ecolabel, ISO 14001, ecc.) <input type="checkbox"/> Certificazione per la qualità dei processi produttivi (e.g. ISO:9001, ecc.) <input type="checkbox"/> Certificazione per la sicurezza e la salute dei lavoratori (e.g. ISO:45001, ecc.) <input type="checkbox"/> Certificazione per la gestione dell'energia (e.g. ISO 50001, ecc.) <input type="checkbox"/> Certificazione per la sicurezza delle informazioni (e.g. ISO:27001, ecc.) <input type="checkbox"/> Certificazione per l'etica sociale (e.g. SA 8000) <input type="checkbox"/> Altro (specificare _____)
27.	La Sua Impresa ha un sito web?	<input type="checkbox"/> Sì (Scrivere l'indirizzo _____) <input type="checkbox"/> No
28.	La Sua impresa opera prevalentemente in:	<input type="checkbox"/> Provincia di Padova <input type="checkbox"/> Stati membri dell'UE

E. PROFILO DELL'AMMINISTRATORE

[Per "Amministratore" si intende colui/colei che assume le decisioni in Azienda]

DOMANDA	OPZIONI DI RISPOSTA
33 Chi prende le decisioni in azienda è	<input type="checkbox"/> Un uomo <input type="checkbox"/> Una donna
34 Chi prende le decisioni in azienda ha:	<input type="checkbox"/> Tra 18 e 30 anni <input type="checkbox"/> Tra 31 e 45 anni <input type="checkbox"/> Tra 46 e 60 anni <input type="checkbox"/> 61 anni o più
35 Il grado d'istruzione di chi prende le decisioni in azienda è:	<input type="checkbox"/> Licenza elementare <input type="checkbox"/> Licenza media <input type="checkbox"/> Diploma <input type="checkbox"/> Laurea <input type="checkbox"/> Dottorato / Master <input type="checkbox"/> Non so
36 L'Amministratore ha avuto esperienze di studio e/o di lavoro all'estero?	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No

Grazie per la collaborazione! www.troisricerche.it



MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

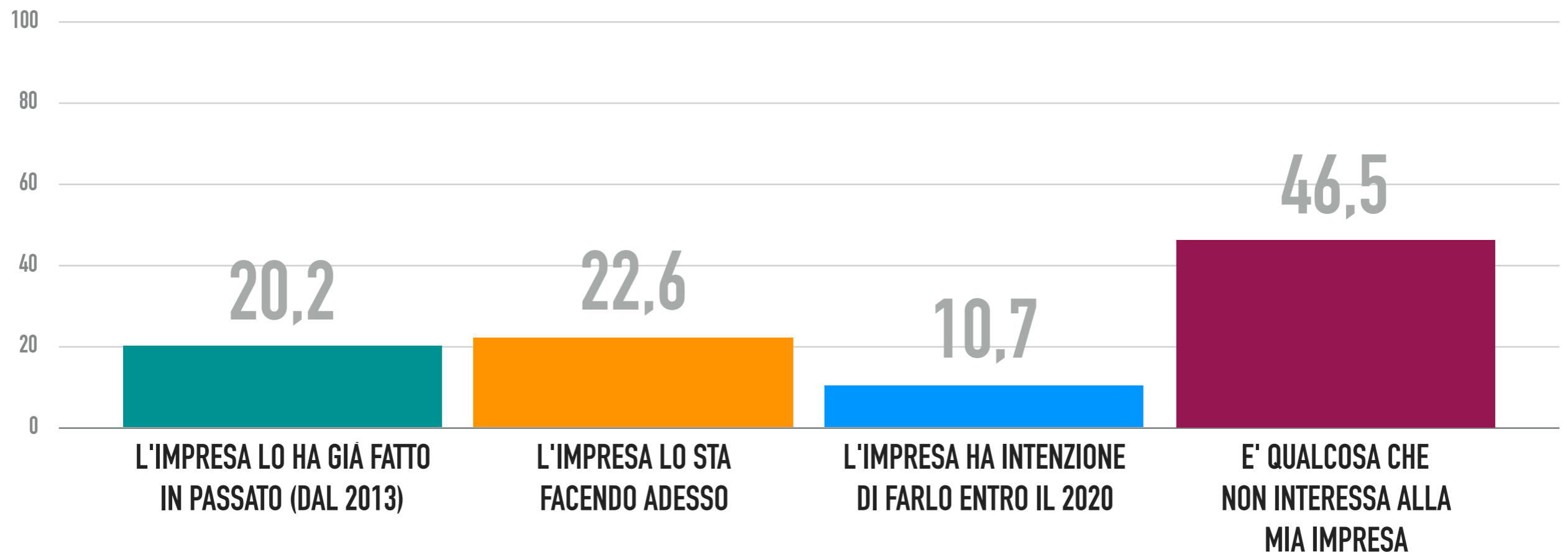
PROPENSIONE ALL'INNOVAZIONE

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (1/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

AUMENTARE IL NUMERO DI PRODOTTI / SERVIZI



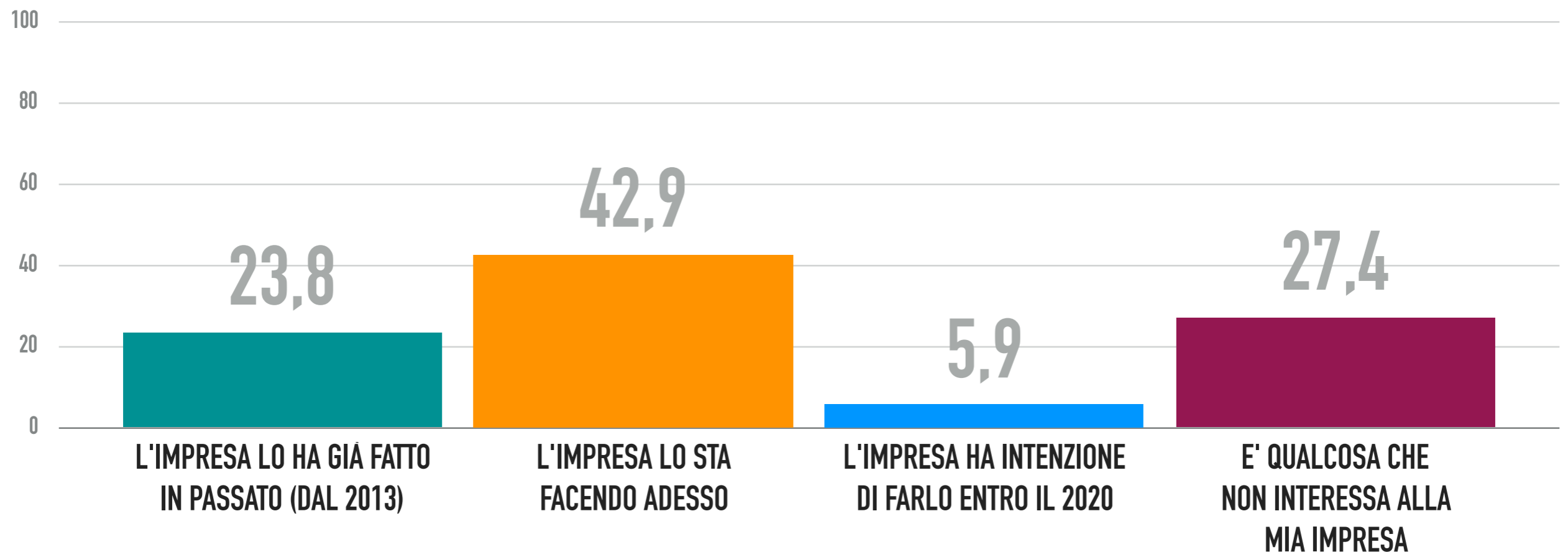
Valori % espressi sul totale dei rispondenti*

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (2/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

MIGLIORARE LA QUALITÀ DEI PRODOTTI / SERVIZI



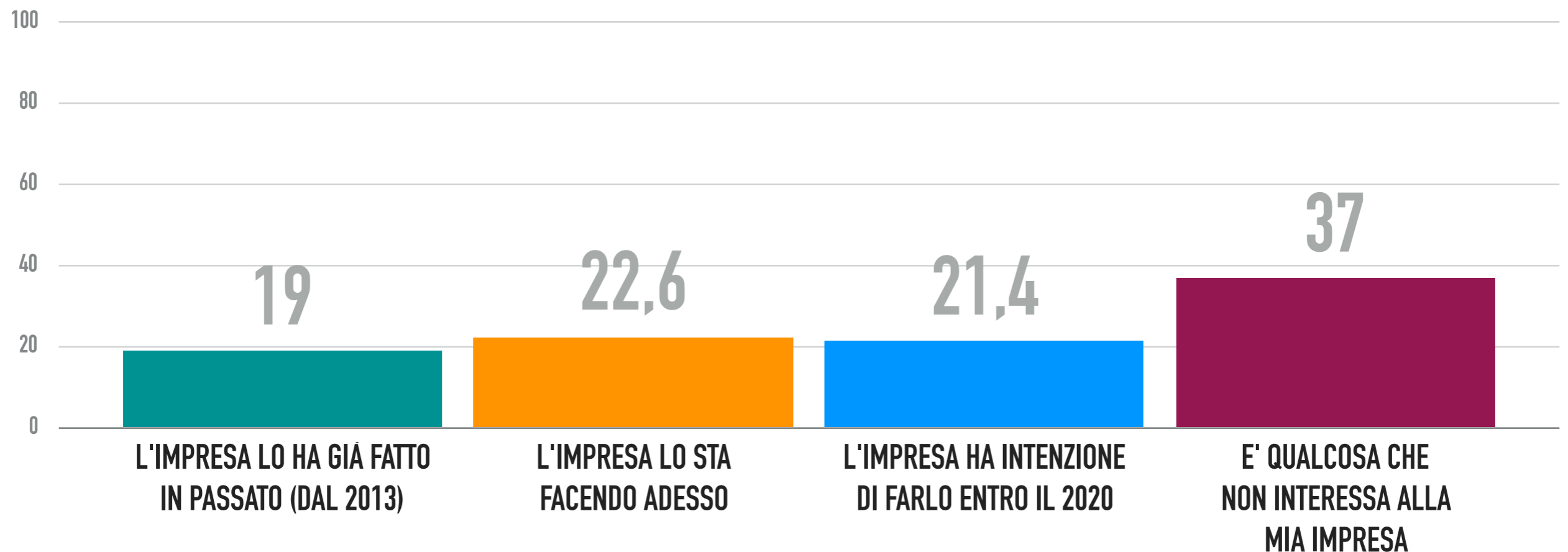
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (3/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

SVILUPPARE NUOVE TECNOLOGIE/ MATERIALI DA INSERIRE NEI PRODOTTI / SERVIZI



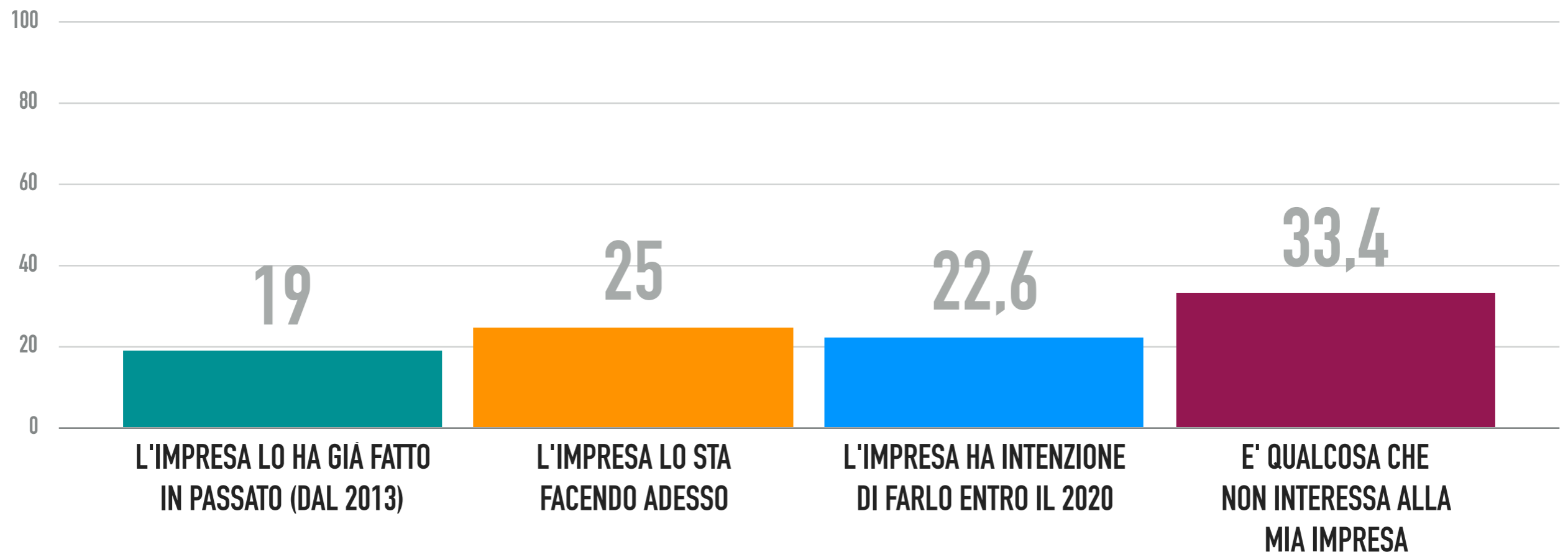
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (4/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

RENDERE I PRODOTTI / SERVIZI SEMPRE PIÙ PERSONALIZZABILI, EFFICIENTI E/O SPECIALIZZATI



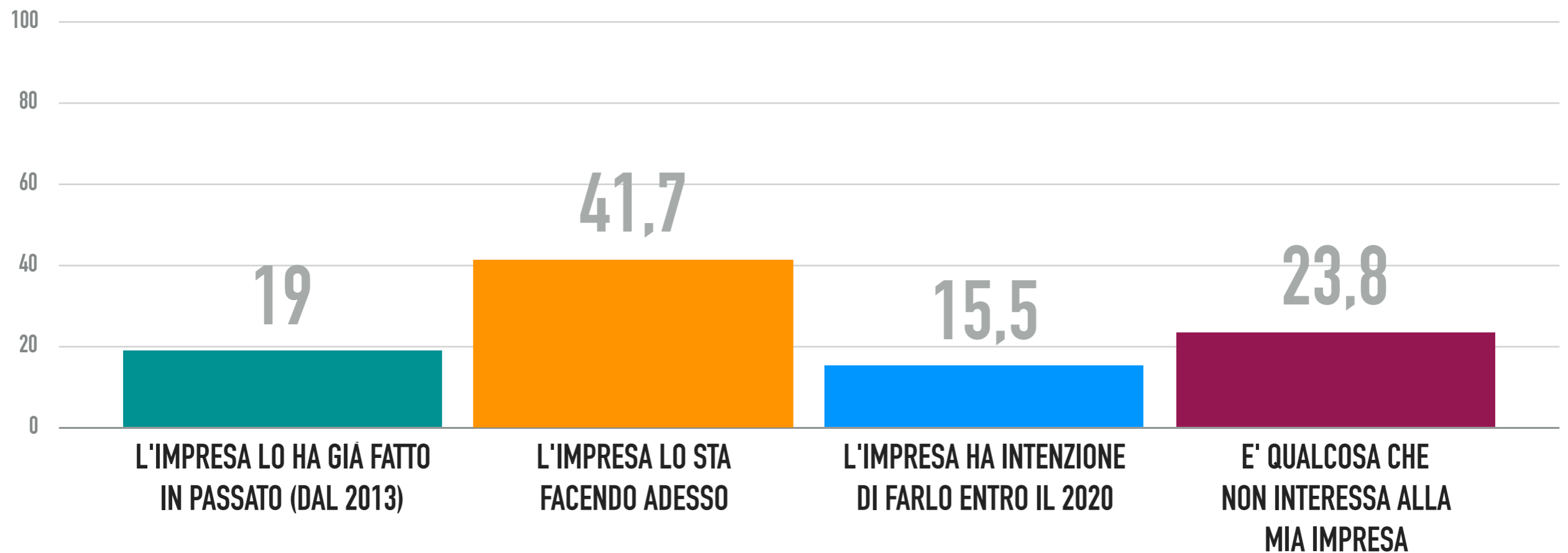
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (5/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

ABBASSARE I COSTI DI PRODUZIONE



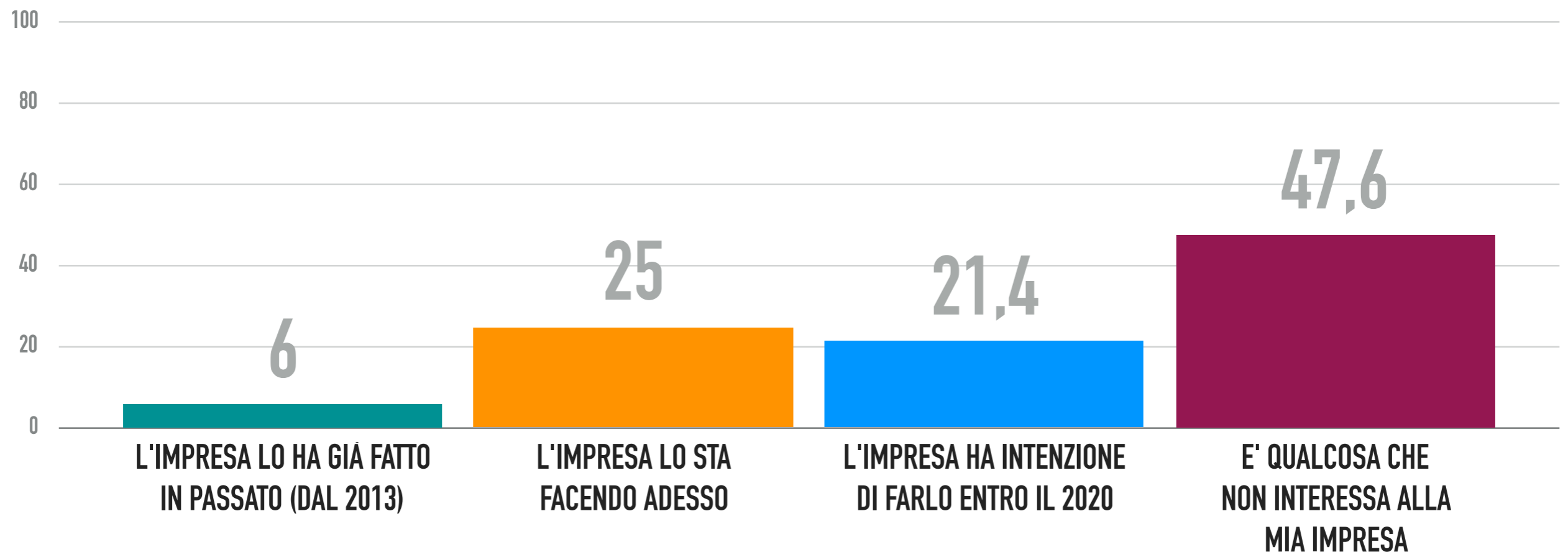
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (6/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

RINNOVARE SPAZI, TECNOLOGIE, MACCHINARI E/O SOFTWARE



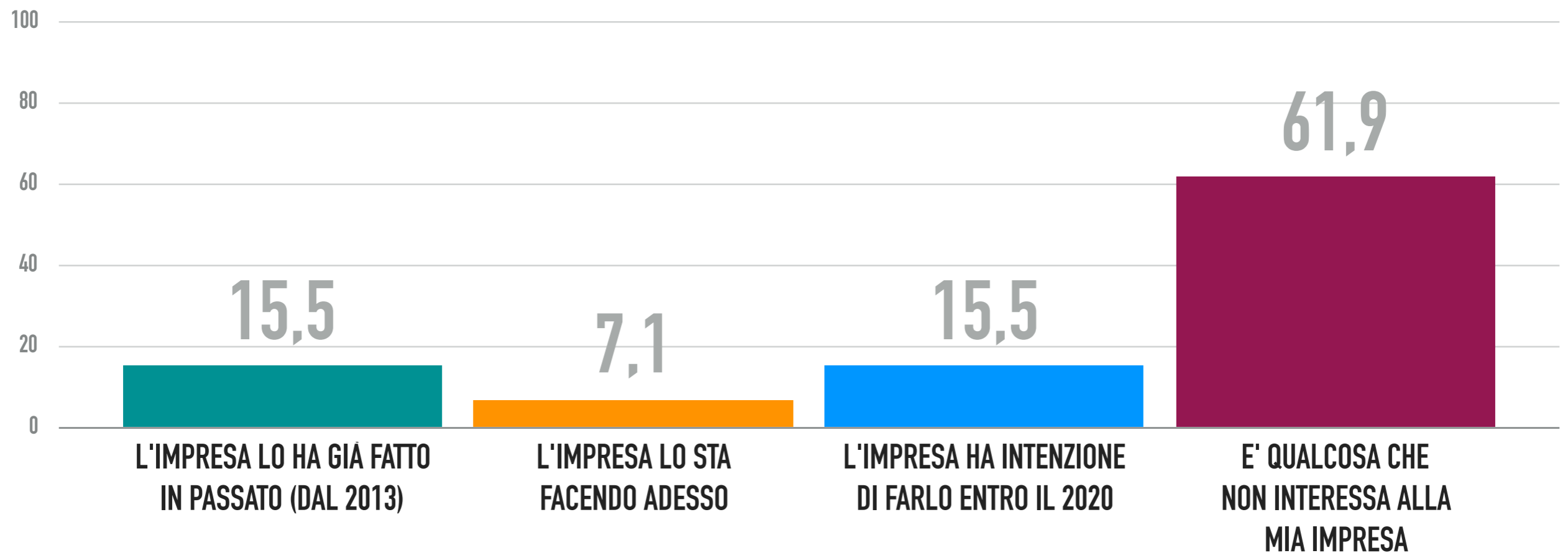
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (7/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

INVESTIRE IN BREVETTI



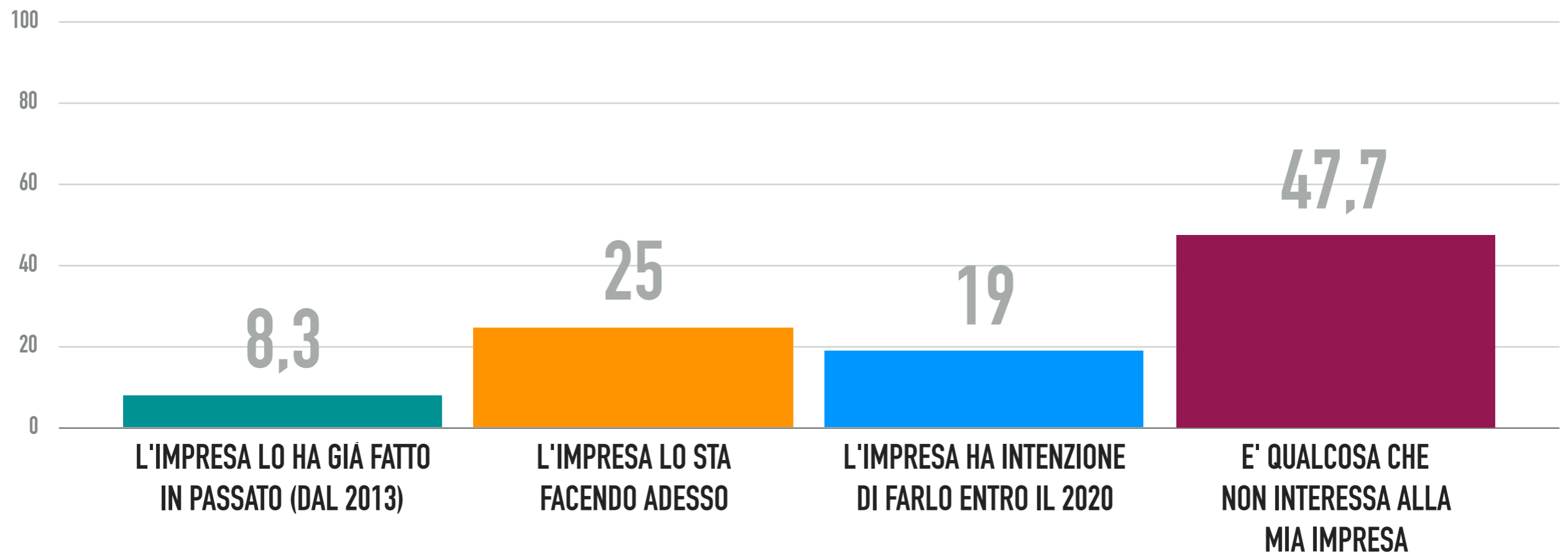
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (8/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

SVILUPPARE NUOVI SISTEMI DI PRODUZIONE E/O LOGISTICA E/O STOCCAGGIO



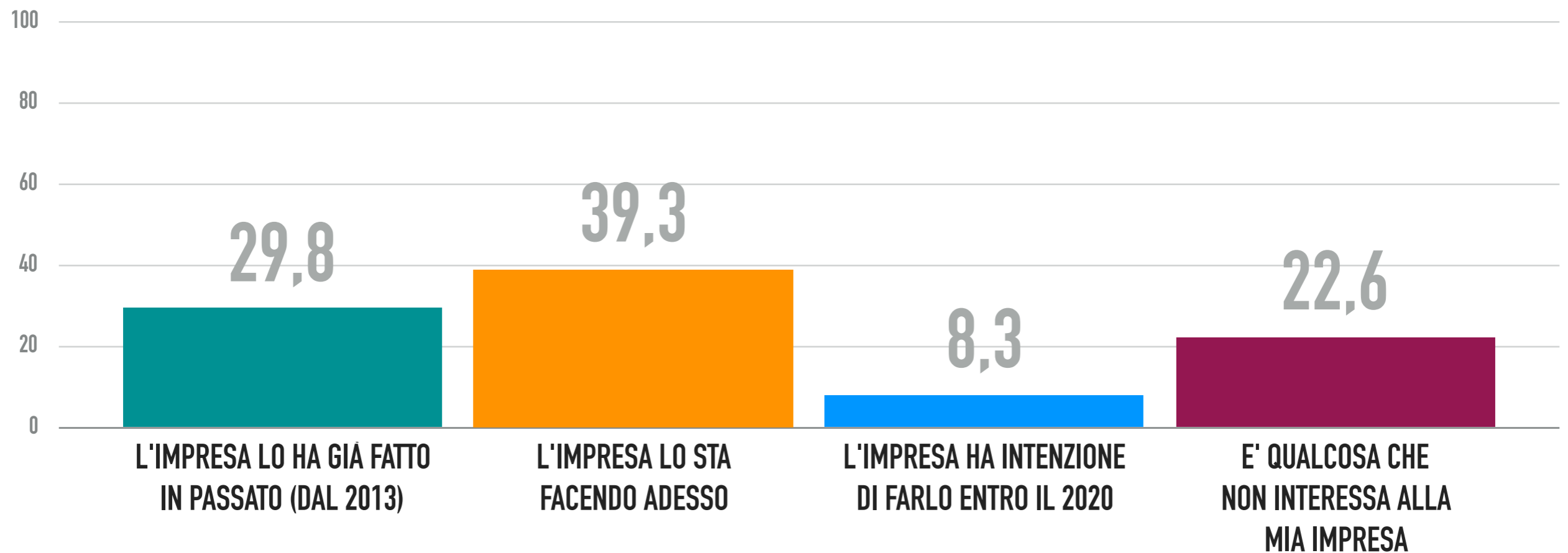
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (9/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

FIDELIZZARE I CLIENTI ATTUALI



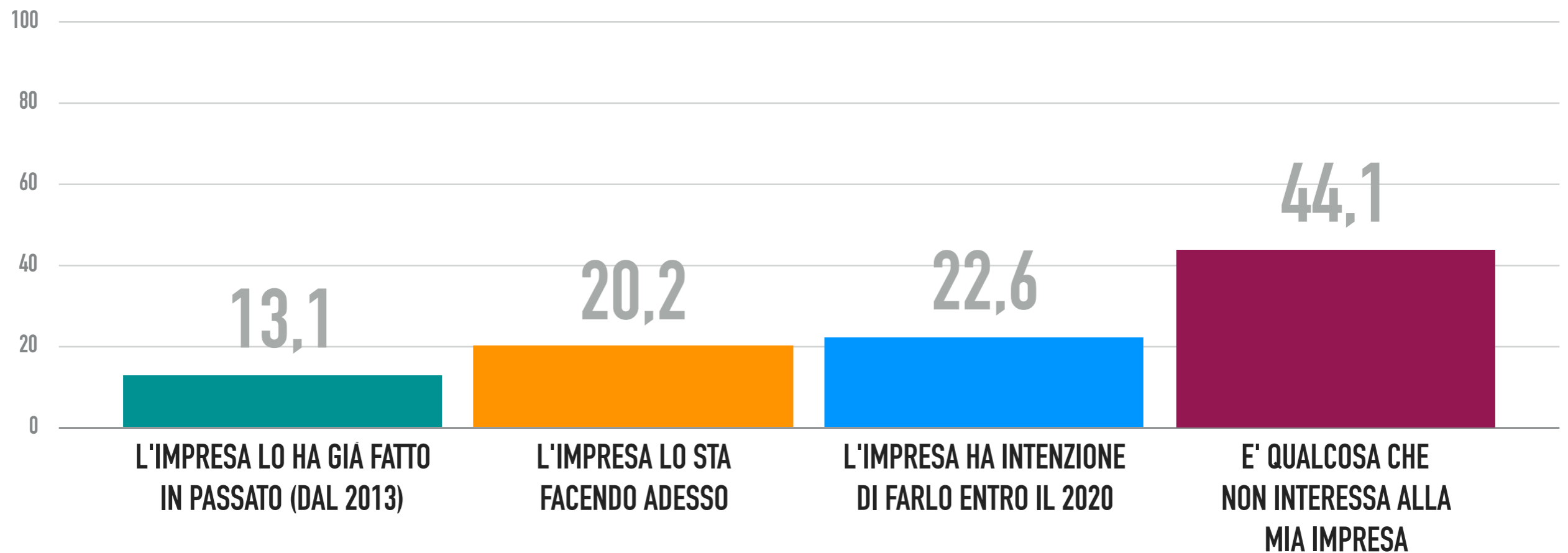
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (10/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

APRIRSI A NUOVI MERCATI



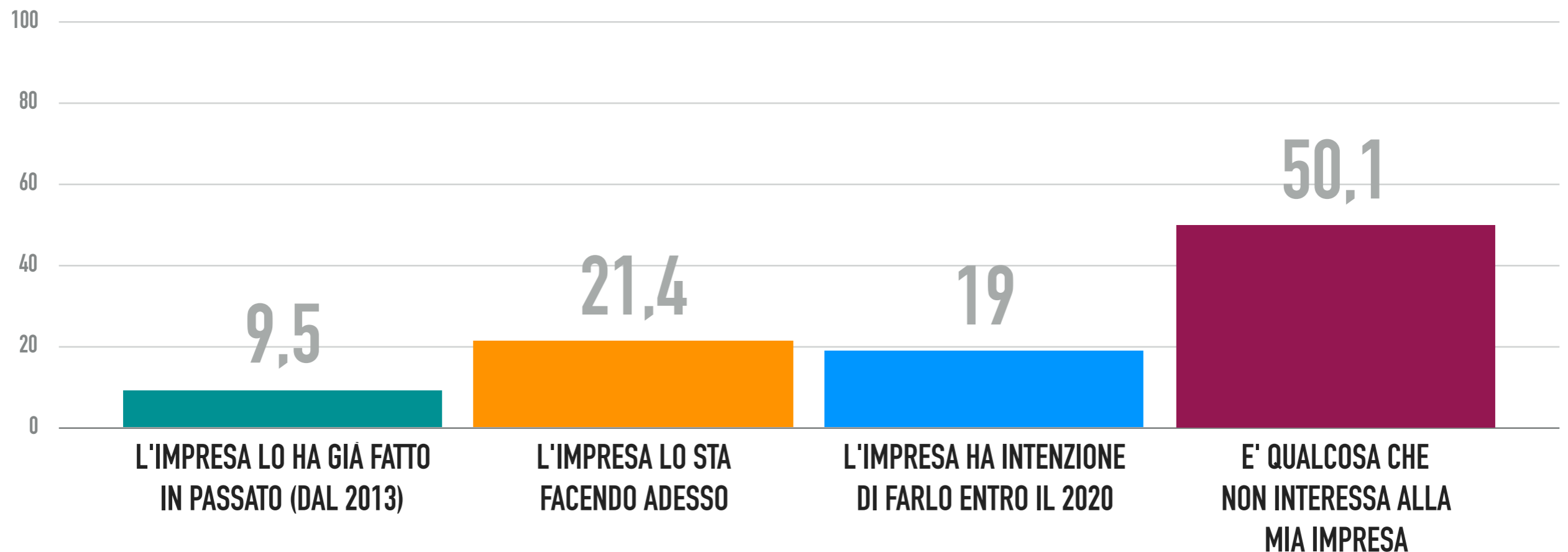
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (11/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

RINNOVARE IMMAGINE, COMUNICAZIONE E/O RETE DI VENDITA



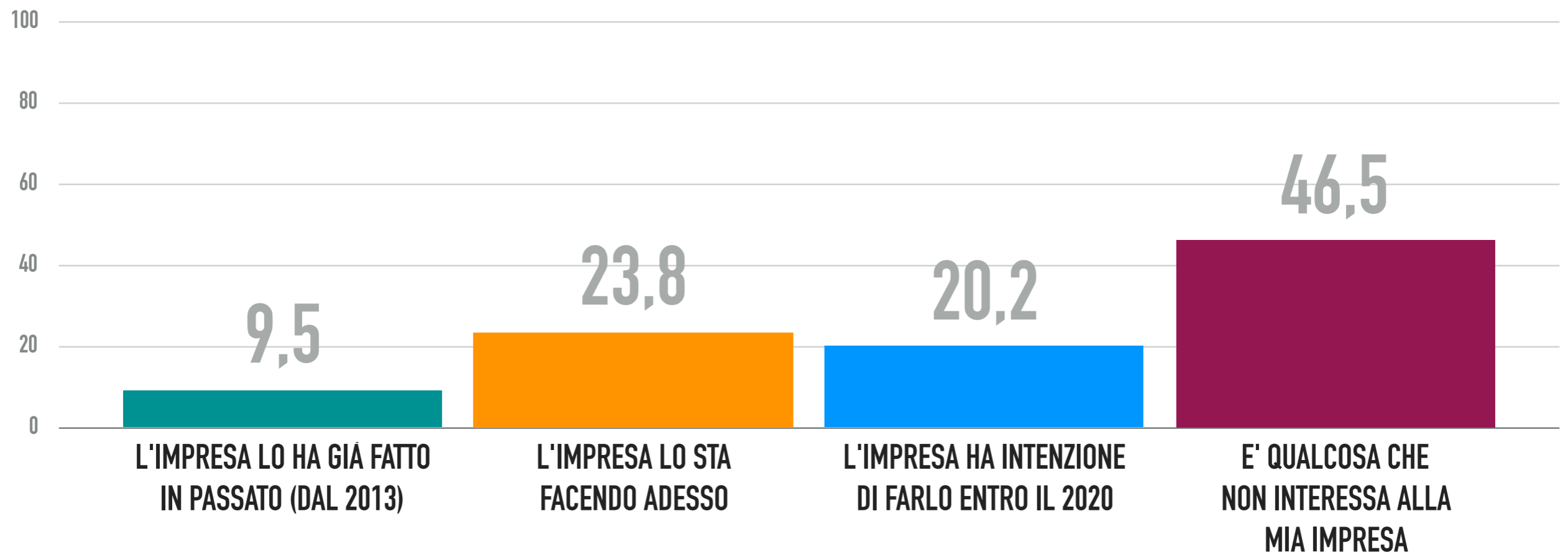
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (12/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

ASSUMERE NUOVO PERSONALE E/O FAR FARE CORSI DI FORMAZIONE AL PERSONALE GIÀ ESISTENTE



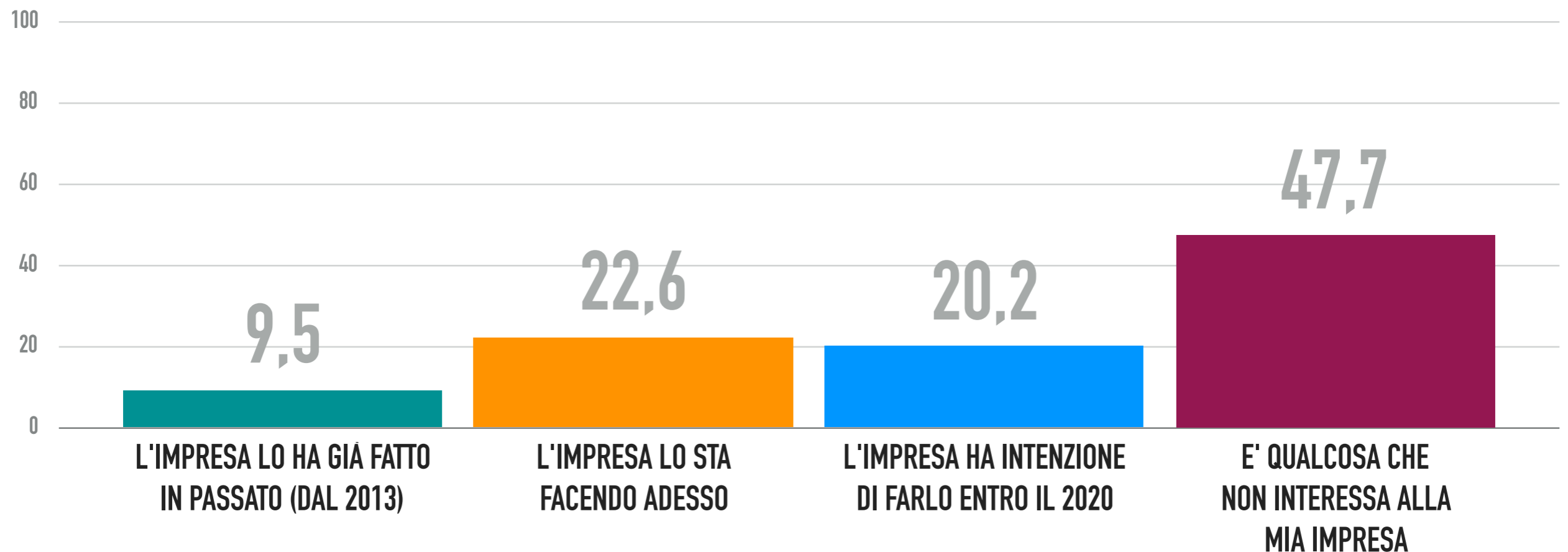
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (13/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

AUMENTARE LA CONDIVISIONE DELLE INFORMAZIONI ALL'INTERNO DELL'AZIENDA



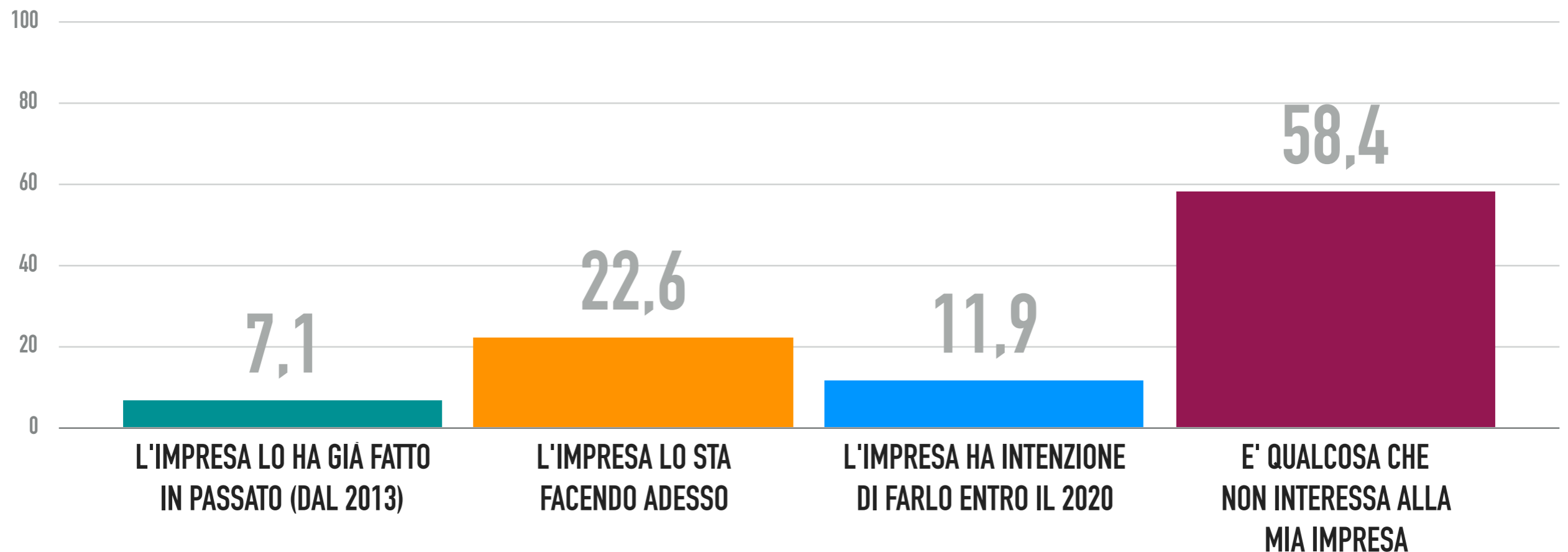
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (14/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

STRINGERE ACCORDI DI COLLABORAZIONE/PARTNERSHIP CON ALTRE IMPRESE/ENTI



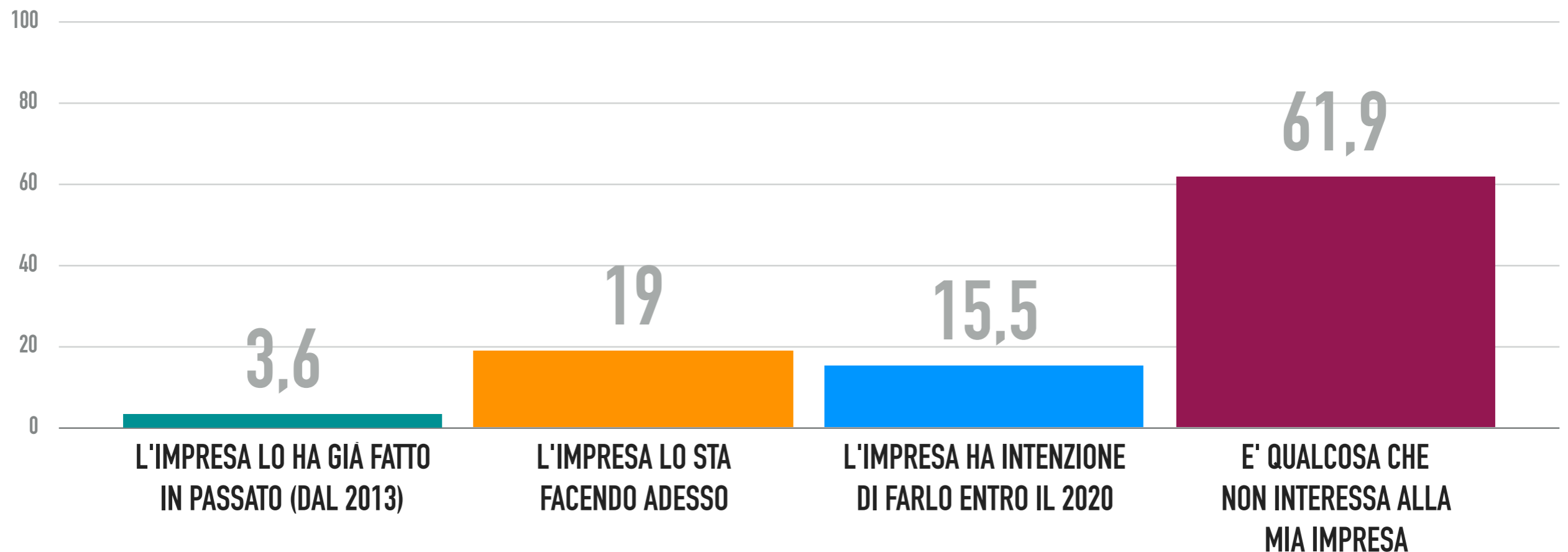
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I CAMBIAMENTI NELLE IMPRESE (15/15)

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI POSSIBILI CAMBIAMENTI CHE PUÒ FARE UN'IMPRESA.

PER OGNUNO DI QUESTI CAMBIAMENTI, MI DICA SE È QUALCOSA CHE LA SUA IMPRESA HA GIÀ FATTO IN PASSATO (DAL 2013), SE È QUALCOSA CHE STA FACENDO ADESSO, SE È QUALCOSA CHE HA INTENZIONE DI FARE ENTRO IL 2020 O SE È QUALCOSA CHE NON LE INTERESSA.

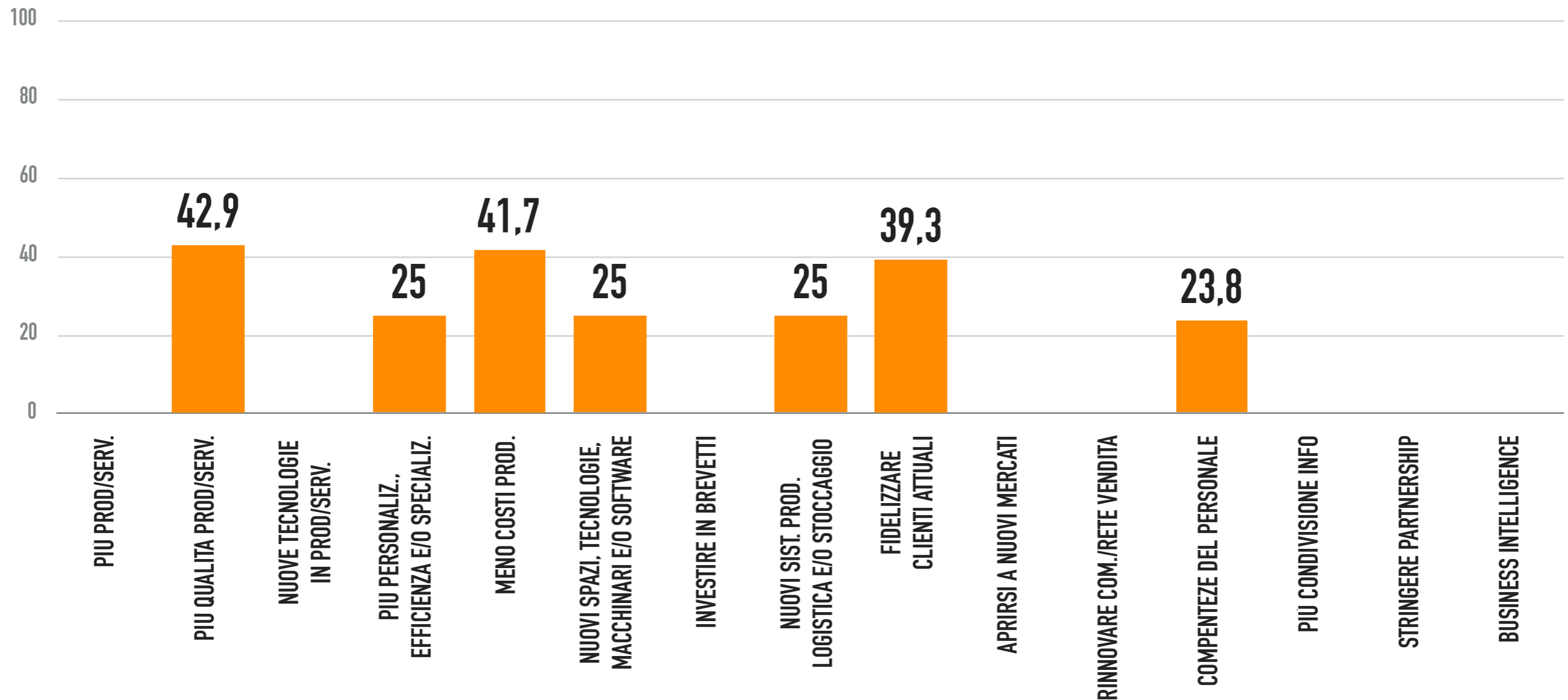
RACCOGLIERE DATI E COSTRUIRE DATABASE SU CUI BASARE LE DECISIONI AZIENDALI



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

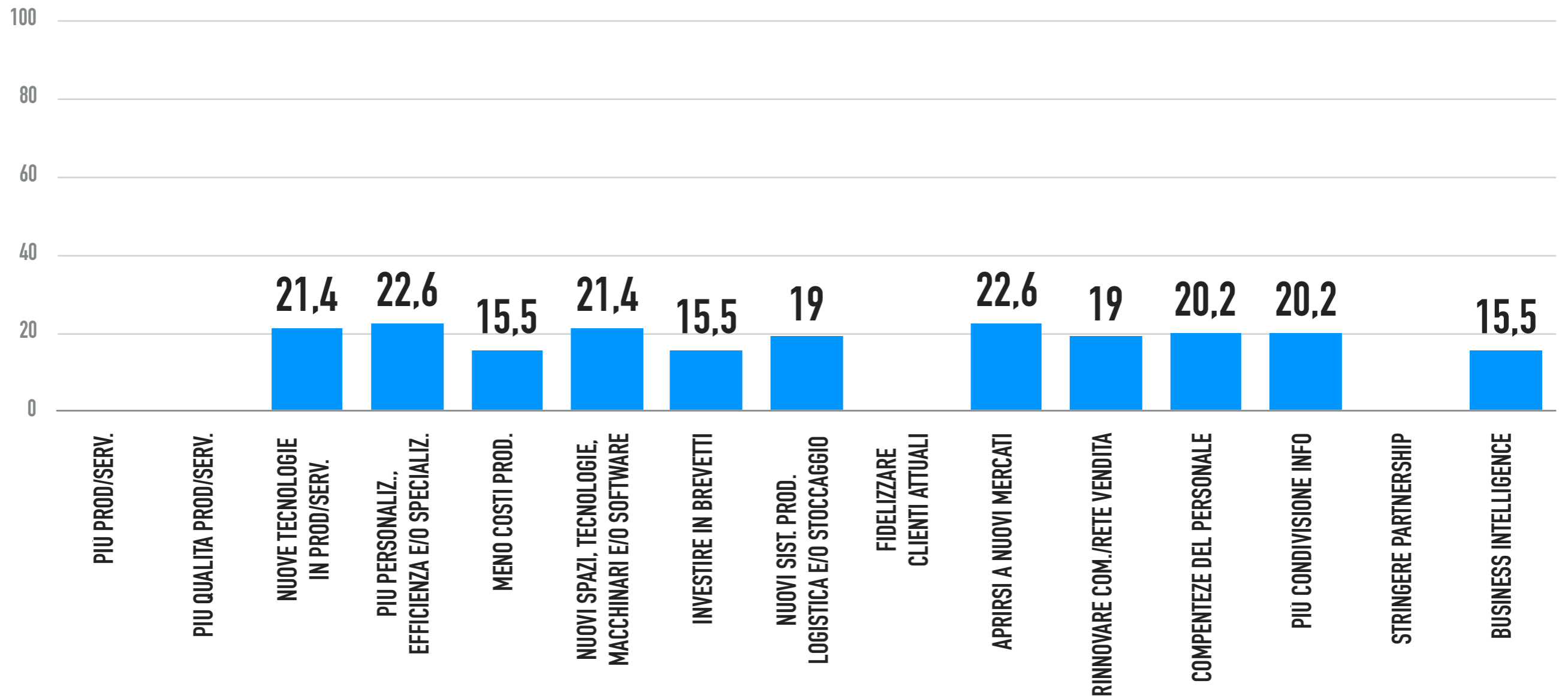
PROSPETTO DI SINTESI

I CAMBIAMENTI CHE, AD OGGI, COINVOLGONO LE IMPRESE



PROSPETTO DI SINTESI

I CAMBIAMENTI A CUI GUARDANO LE IMPRESE PER IL FUTURO



LE MODALITÀ DI SVILUPPO DELL'INNOVAZIONE

QUANDO DEVE SVILUPPARE NUOVI PRODOTTI O INTRODURRE IMPORTANTI CAMBIAMENTI, COME OPERA DI SOLITO LA SUA IMPRESA?

LEGENDA:

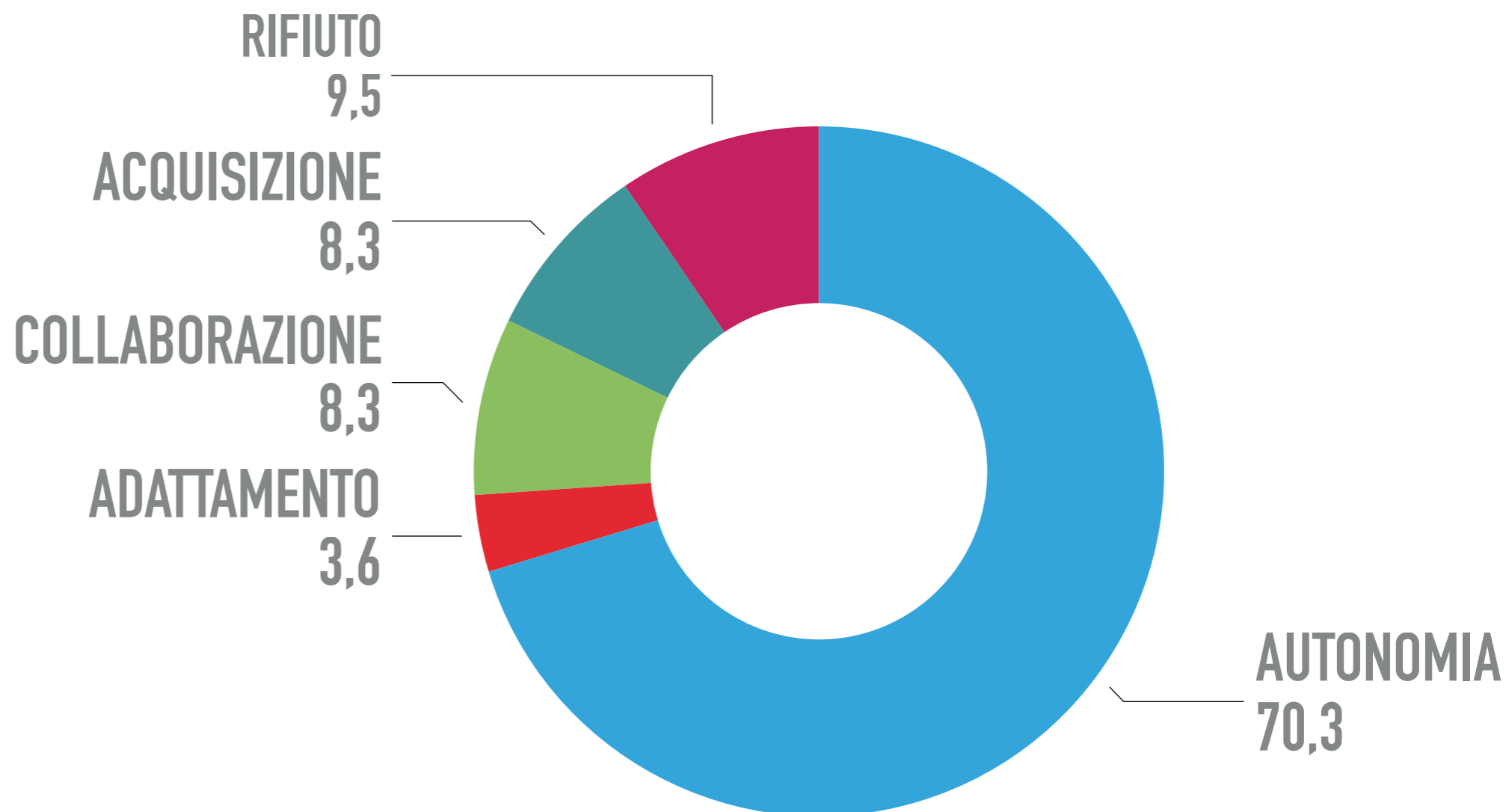
AUTONOMIA: "La progetta e fa tutto da sola"

ADATTAMENTO: "Guarda quello che hanno fatto altri soggetti e li modifica e/o li adatta in base a quello che le serve"

COLLABORAZIONE: "Collabora con altri soggetti e sviluppa queste novità insieme a loro"

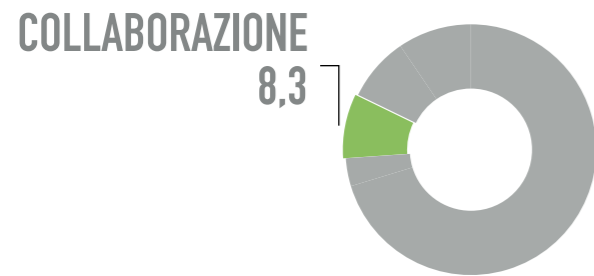
ACQUISIZIONE: "Si rivolge a consulenti esterni, che le danno direttamente ciò di cui ha bisogno"

RIFIUTO: "Nessuno di questi: nel corso degli ultimi anni la mia impresa non ha introdotto importanti cambiamenti"

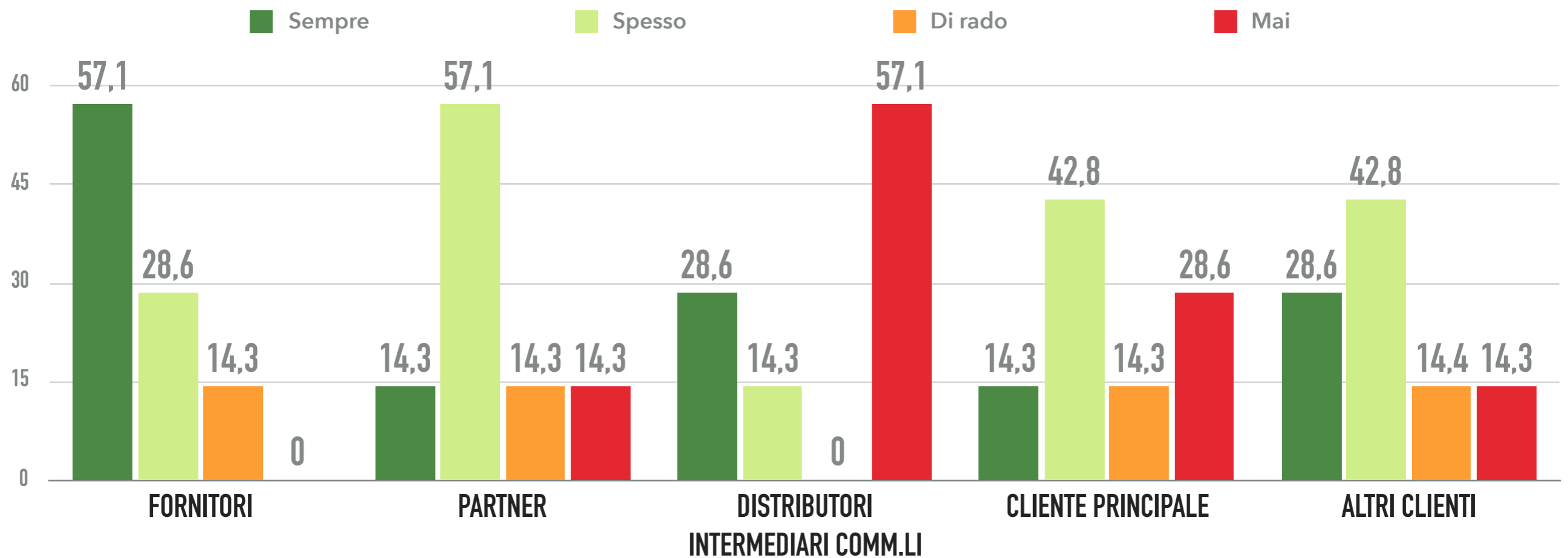


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

I SOGGETTI CON CUI SI COLLABORA ^(1/2)

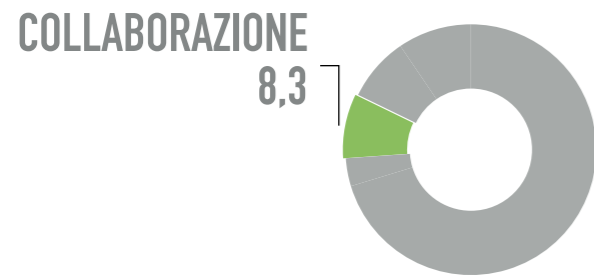


ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI SOGGETTI. PER OGNUNO DI LORO, MI DICA CON CHE FREQUENZA LA SUA IMPRESA COLLABORA PER SVILUPPARE NUOVI PRODOTTI E/O INTRODURRE IMPORTANTI CAMBIAMENTI.

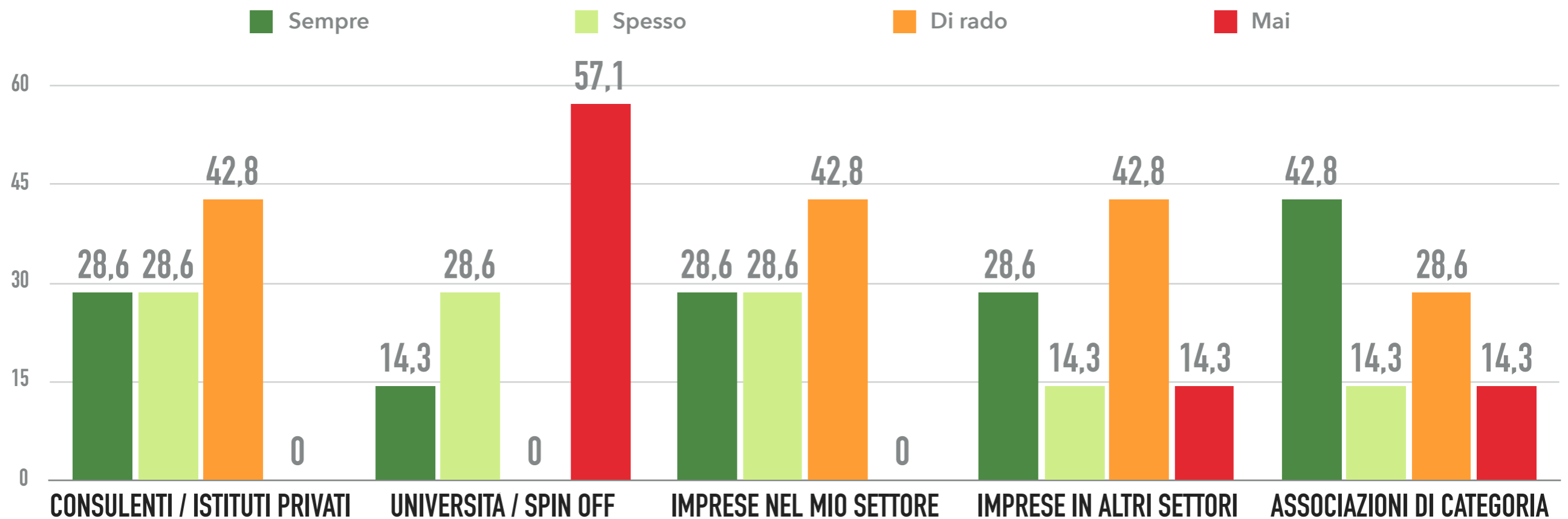


Valori % espressi sul totale di coloro (7) che hanno dichiarato di "Collaborare con altri soggetti e sviluppare novità insieme a loro"

I SOGGETTI CON CUI SI COLLABORA (2/2)

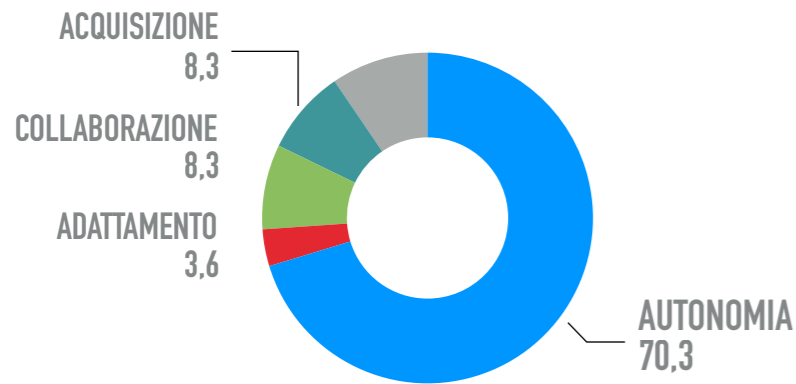


ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI SOGGETTI. PER OGNUNO DI LORO, MI DICA CON CHE FREQUENZA LA SUA IMPRESA COLLABORA PER SVILUPPARE NUOVI PRODOTTI E/O INTRODURRE IMPORTANTI CAMBIAMENTI.

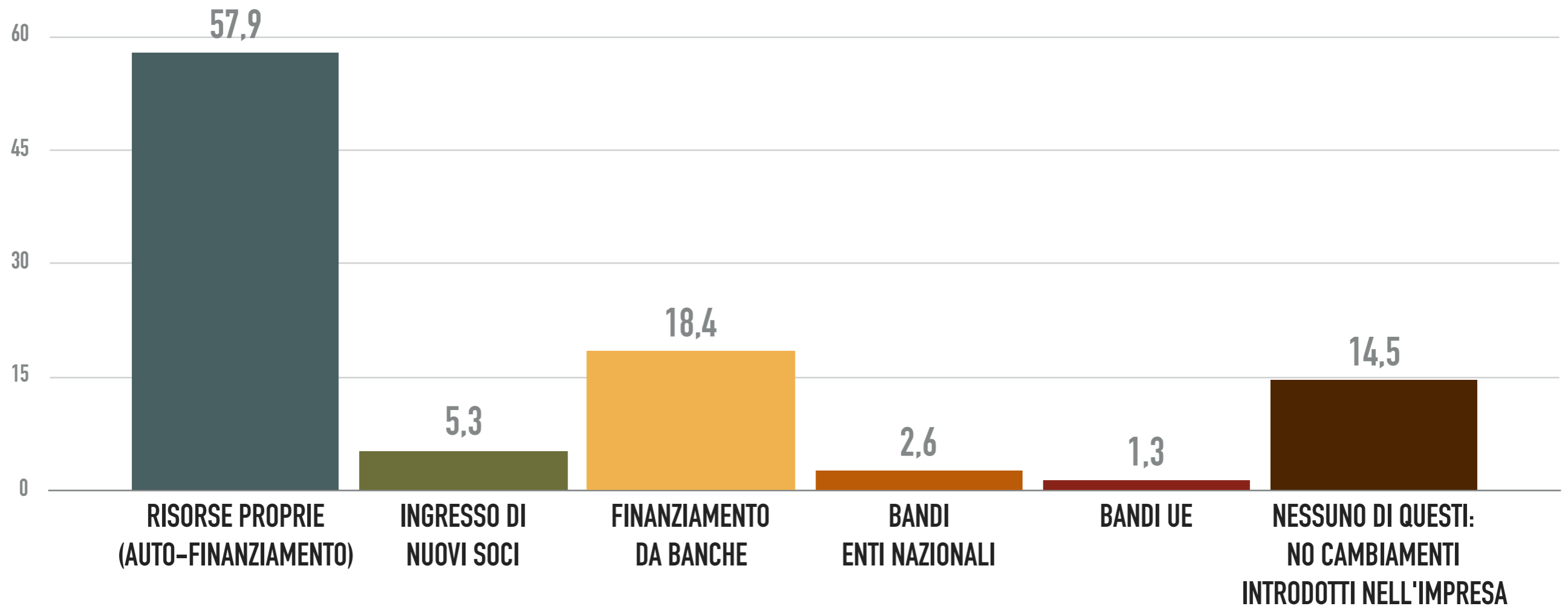


Valori % espressi sul totale di coloro (7) che hanno dichiarato di "Collaborare con altri soggetti e sviluppare novità insieme a loro"

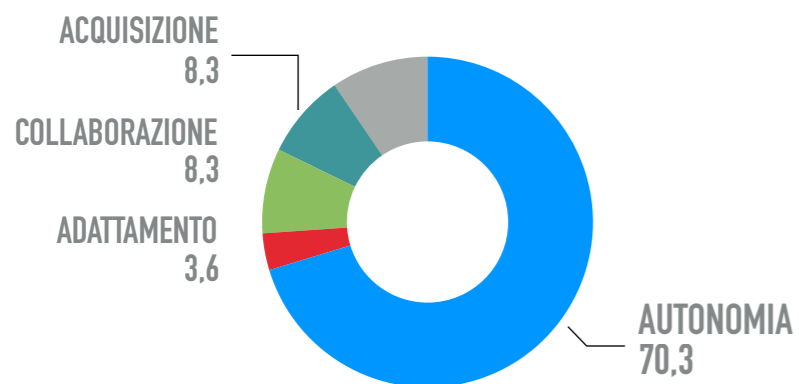
LE FONTI DI FINANZIAMENTO DELL'INNOVAZIONE



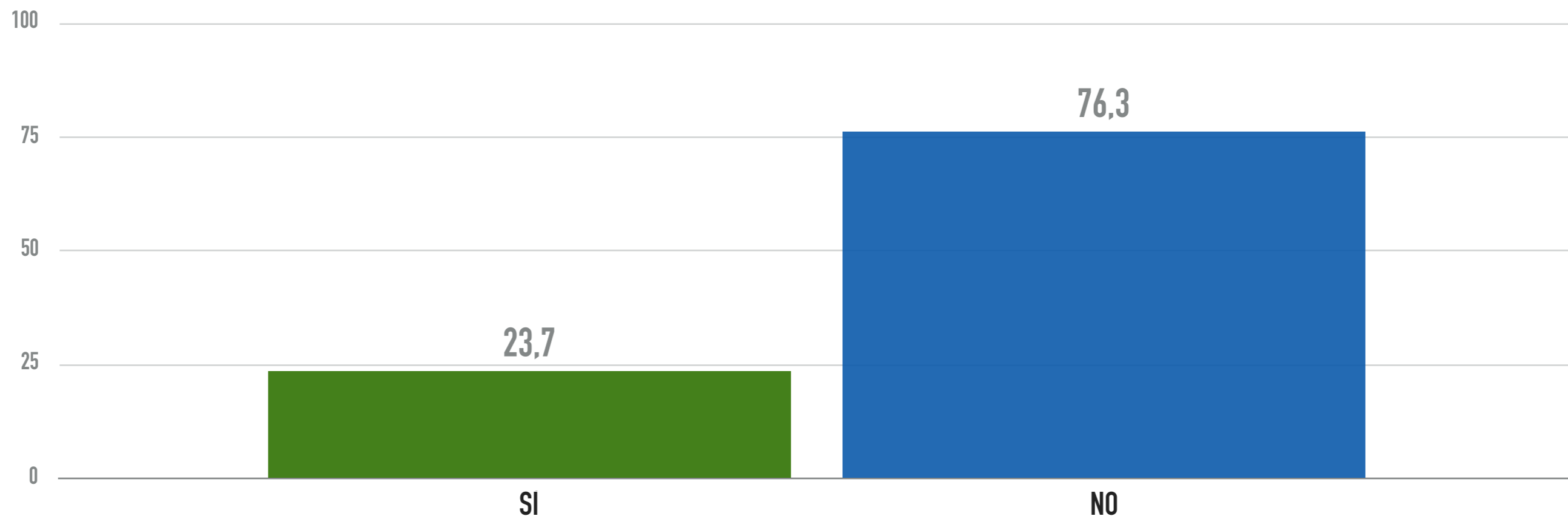
LE FONTI DI FINANZIAMENTO A CUI LA SUA IMPRESA DI SOLITO RICORRE QUANDO DEVE AFFRONTARE IMPORTANTI CAMBIAMENTI SONO:



LA CESSIONE DELLE INNOVAZIONI



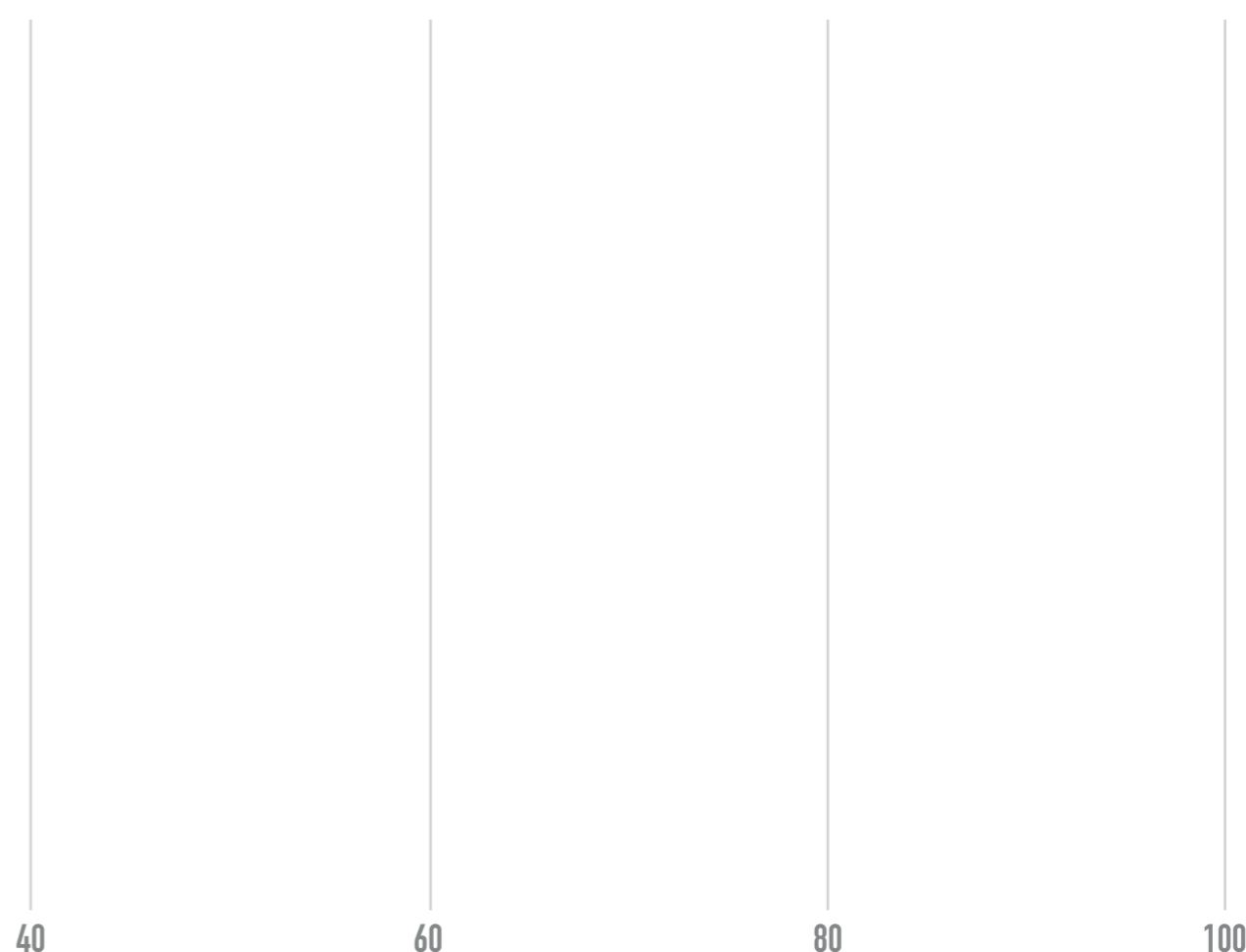
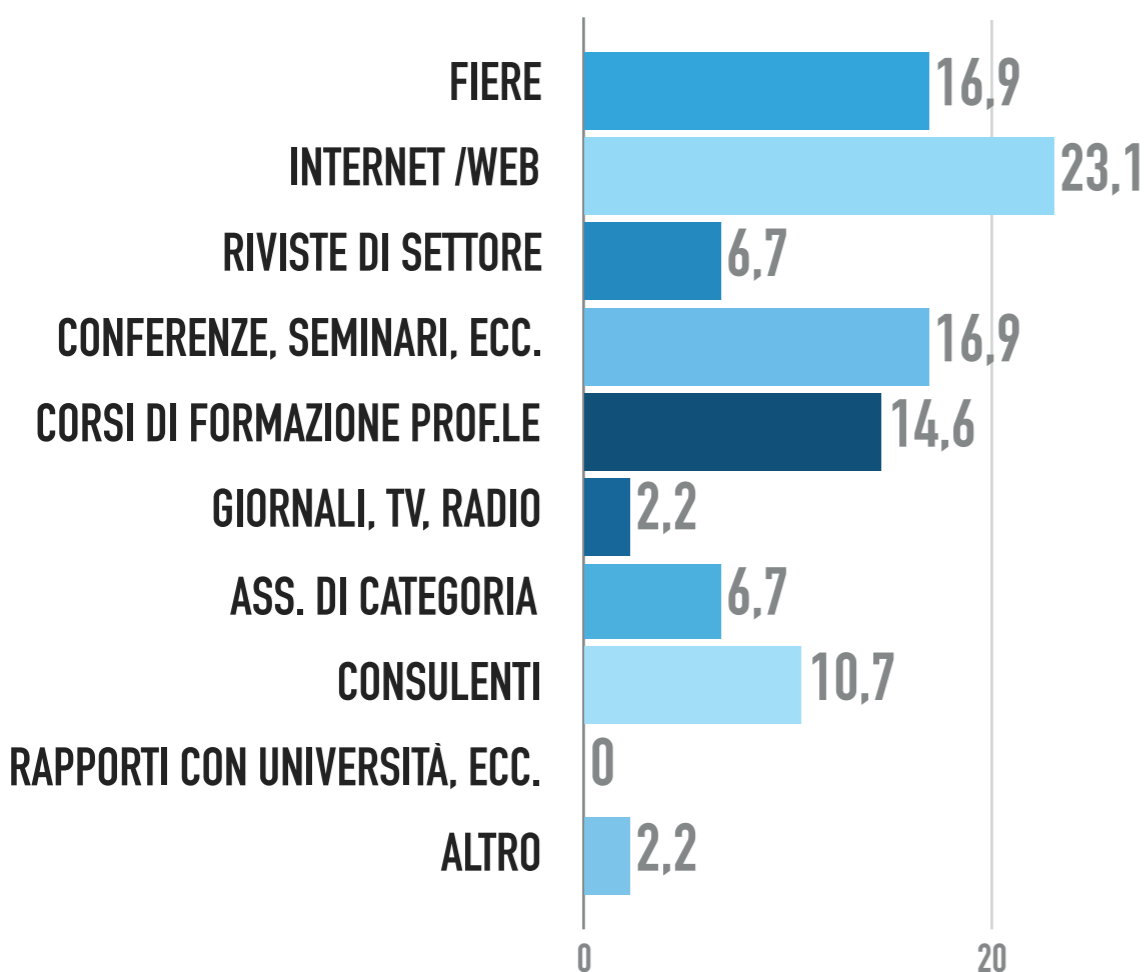
NELL'ULTIMO TRIENNIO, HA CEDUTO A TERZI INNOVAZIONI SVILUPPATE DALLA SUA IMPRESA?



Valori % espressi sul totale di coloro (76) che hanno dichiarato di sviluppare innovazione

LE FONTI INFORMATIVE SULL'INNOVAZIONE

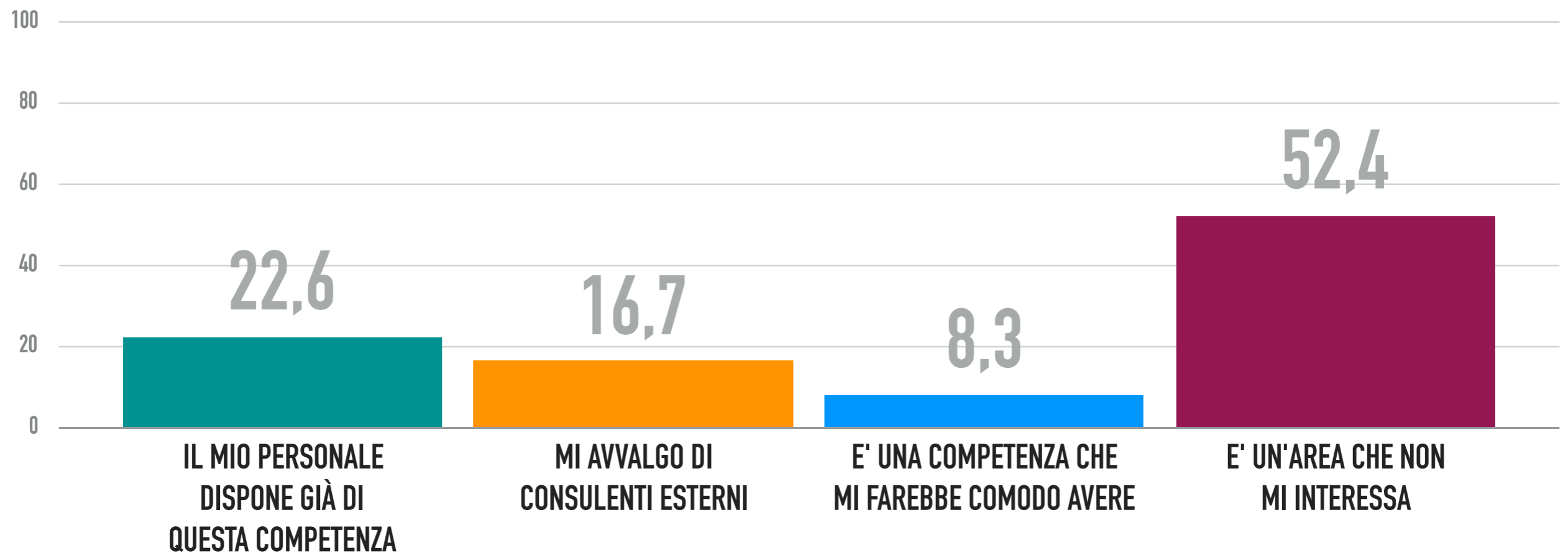
GENERALMENTE, COME SI AGGIORNA SULLE NOVITÀ NEL SUO SETTORE?



LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (1/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

SISTEMI DOMOTICI

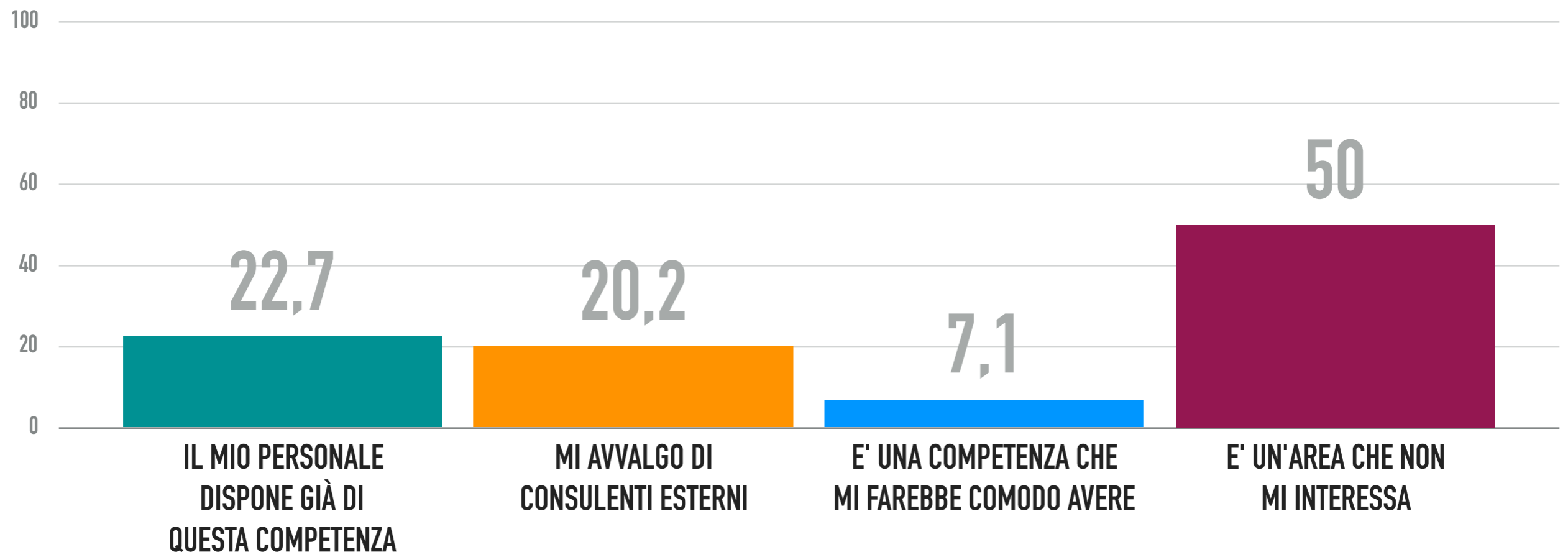


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (2/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

GESTIONE DI DATABASE / INTEROPERABILITÀ DELLE BANCHE DATI

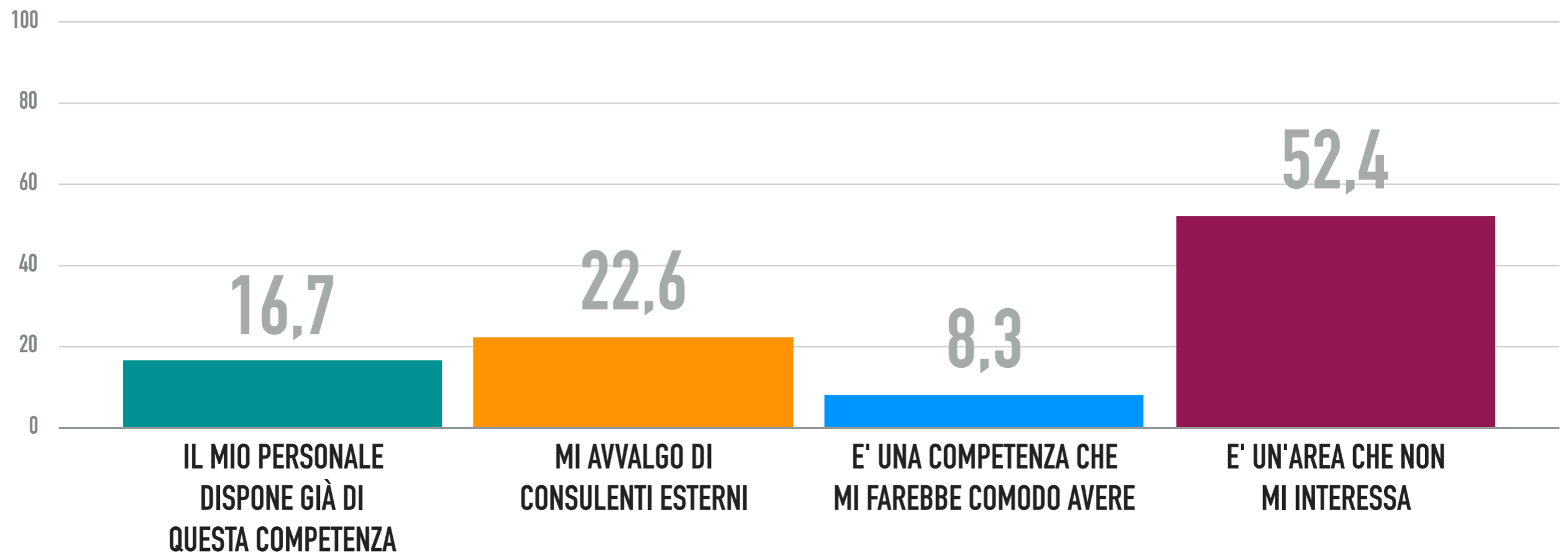


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (3/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

RICERCHE DI MERCATO / STATISTICA / BIG DATA

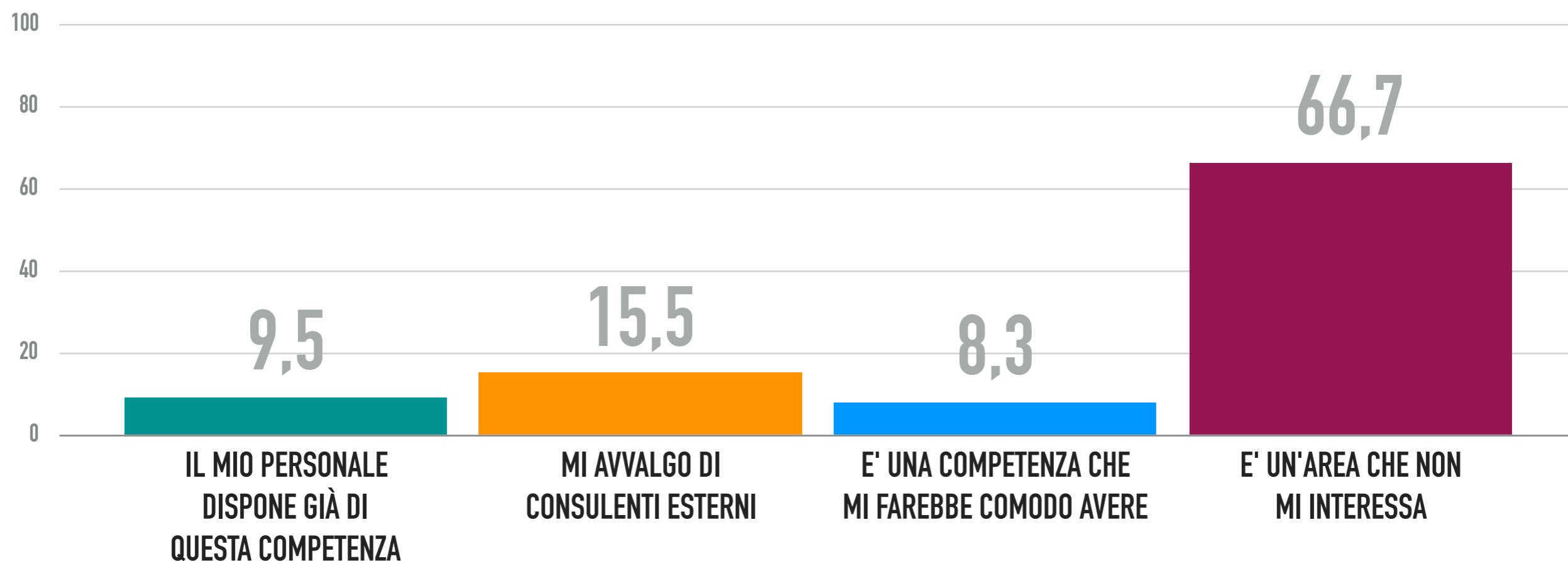


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (4/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

NANO/MICRO TECNOLOGIE E/O NANO/MICRO ROBOT

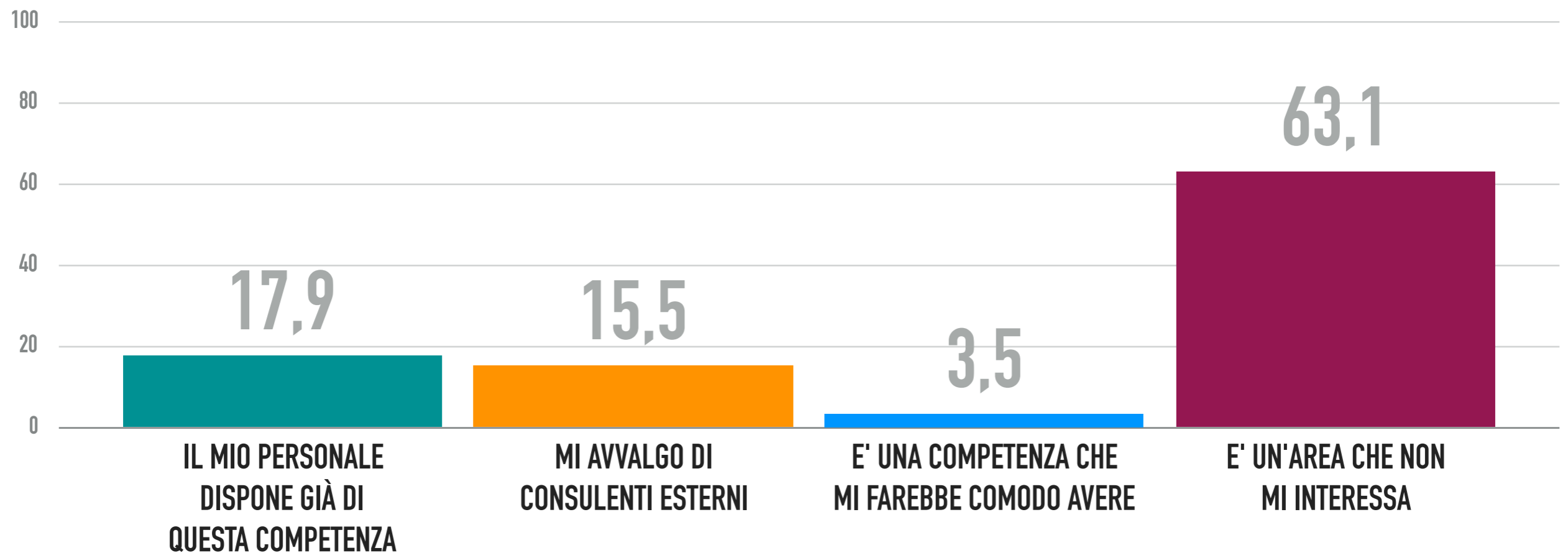


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (5/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

RISPARMIO ENERGETICO / GREEN TECHNOLOGY

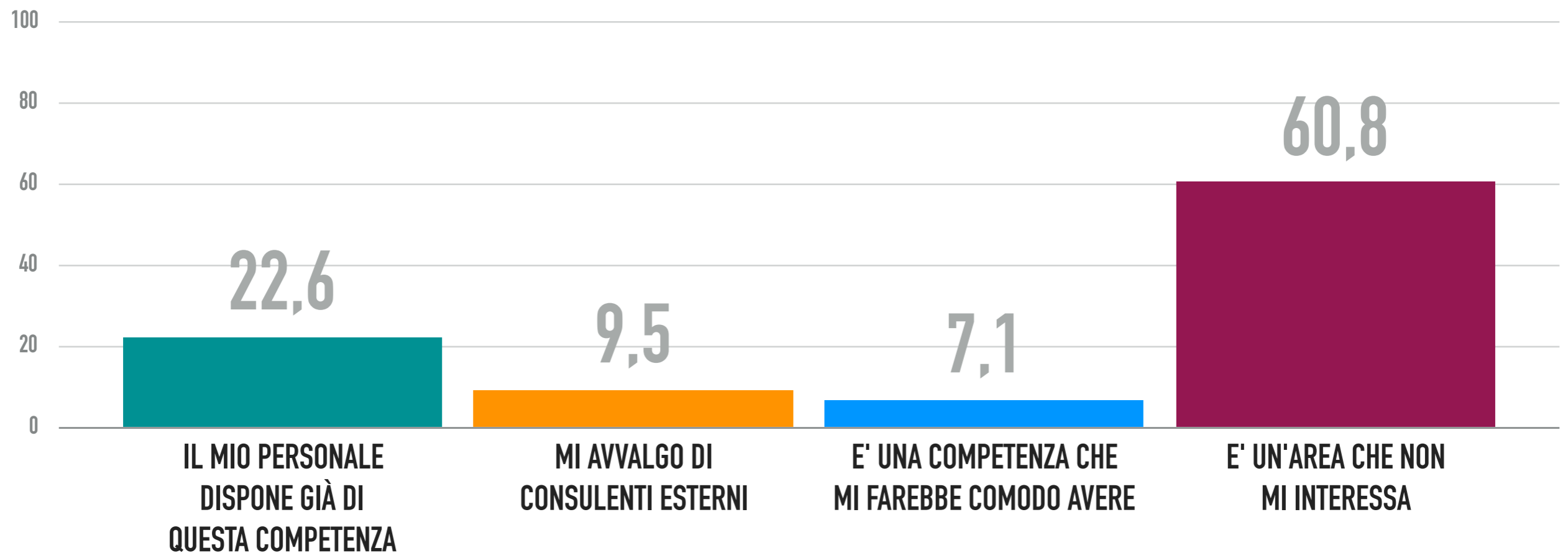


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (6/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

ARCHITETTURA / INGEGNERIA

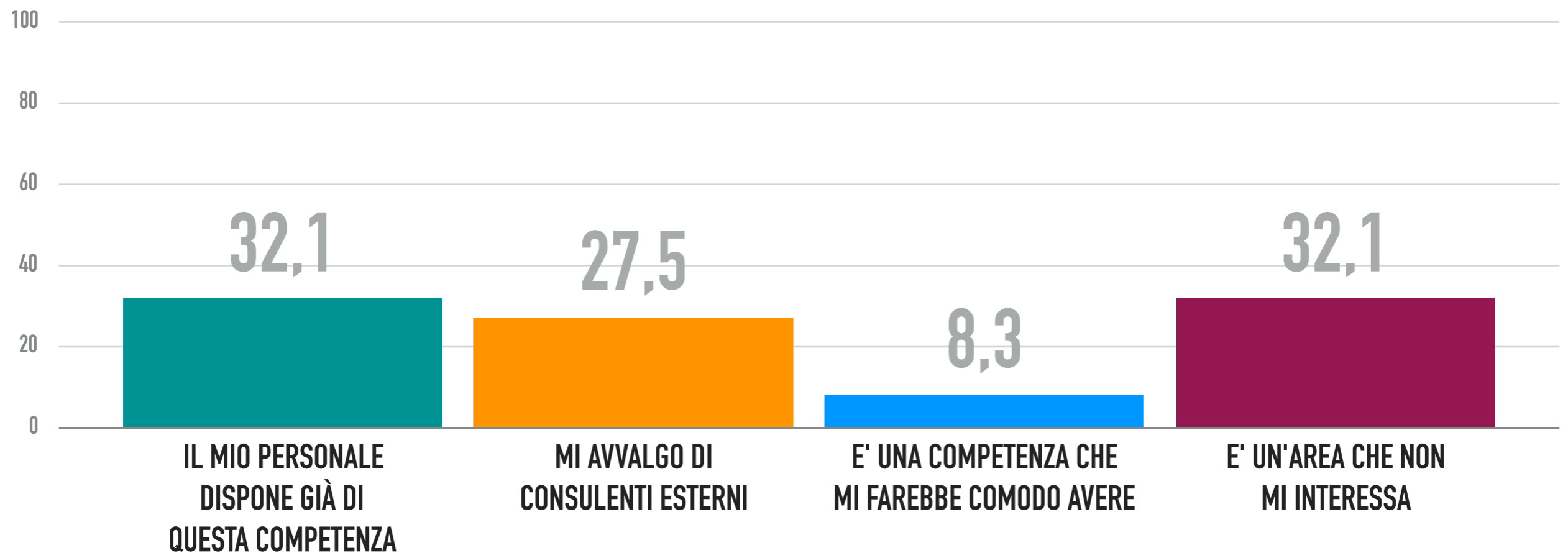


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (7/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

MARKETING / PUBBLICITÀ

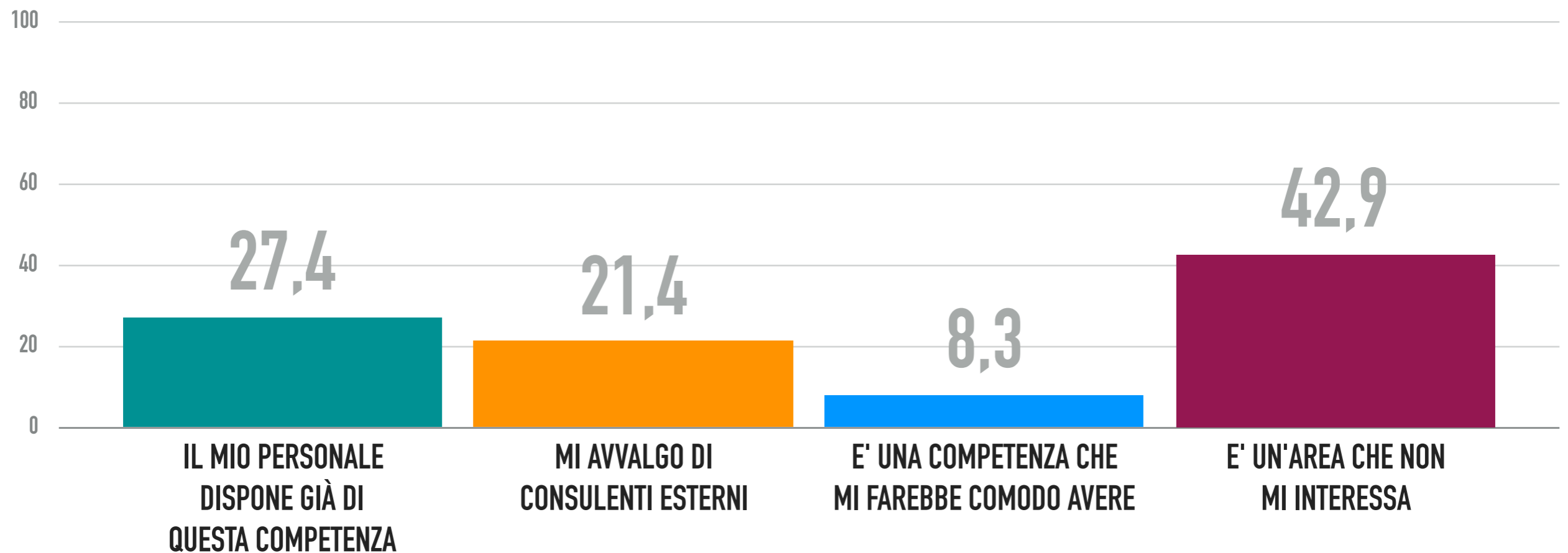


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (8/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

MANAGEMENT / GESTIONE AZIENDALE

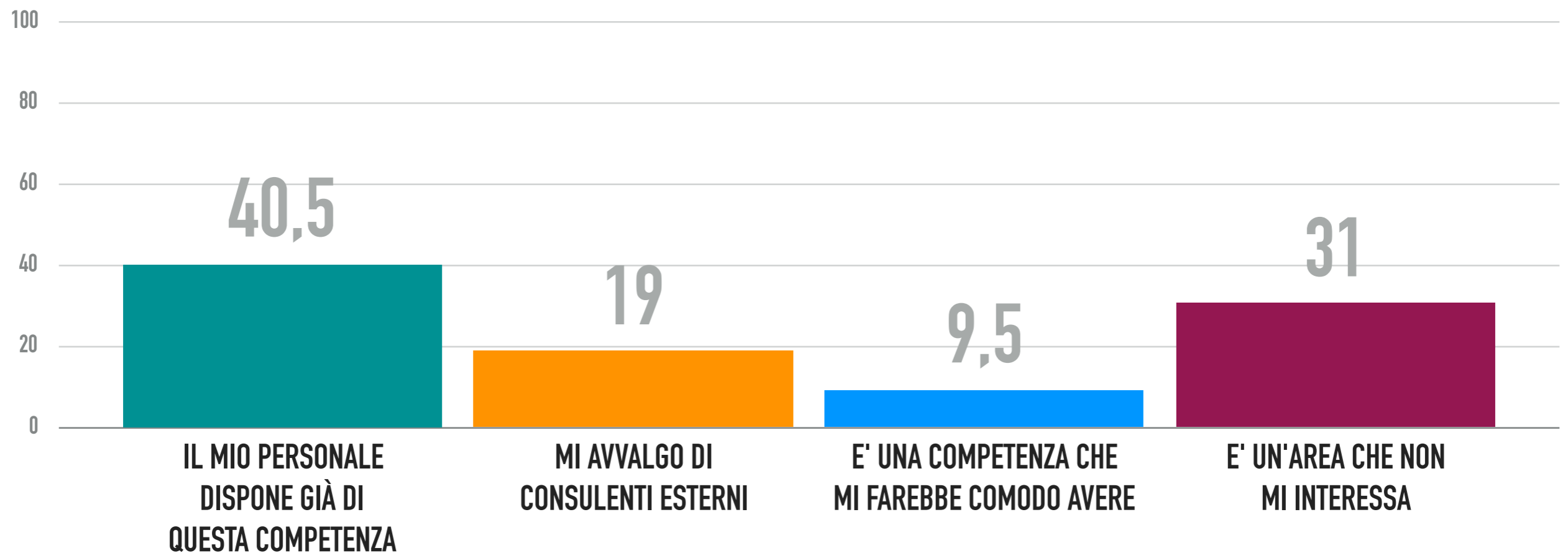


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (9/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

LOGISTICA / DISTRIBUZIONE / GESTIONE DEL MAGAZZINO

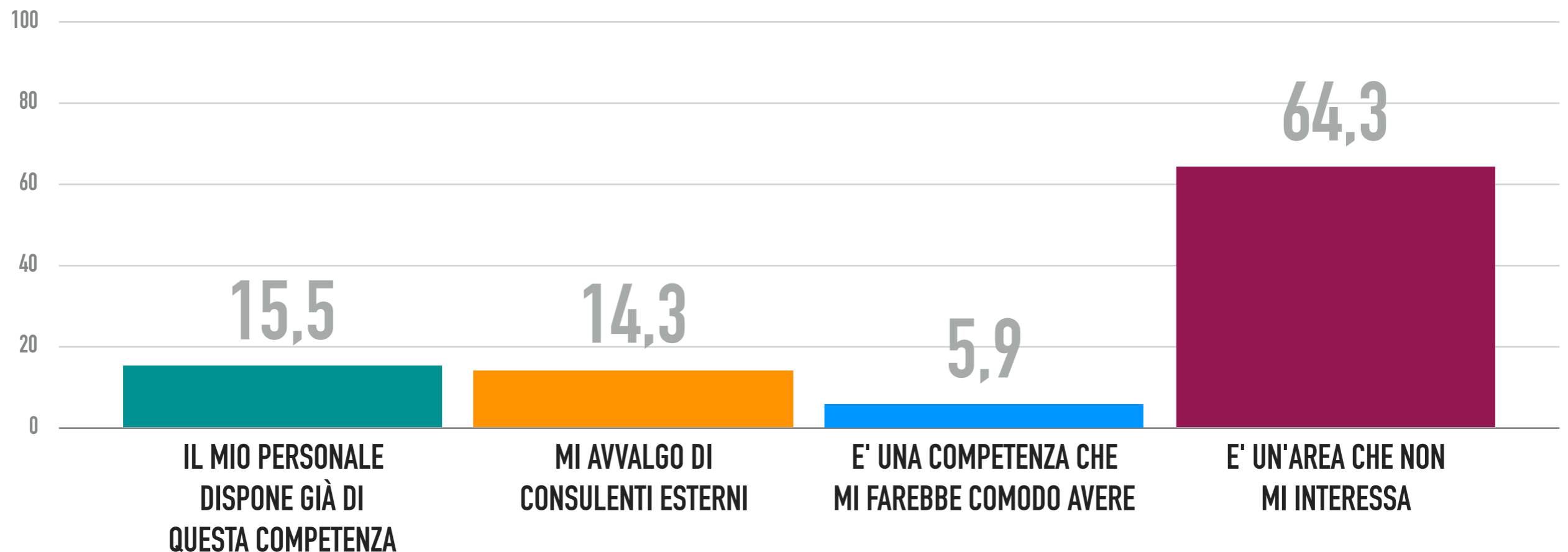


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (10/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

DIRITTO (AD ES. PER BREVETTI, CONTRATTI, TUTELA PROPRIETÀ INTELL.LE)

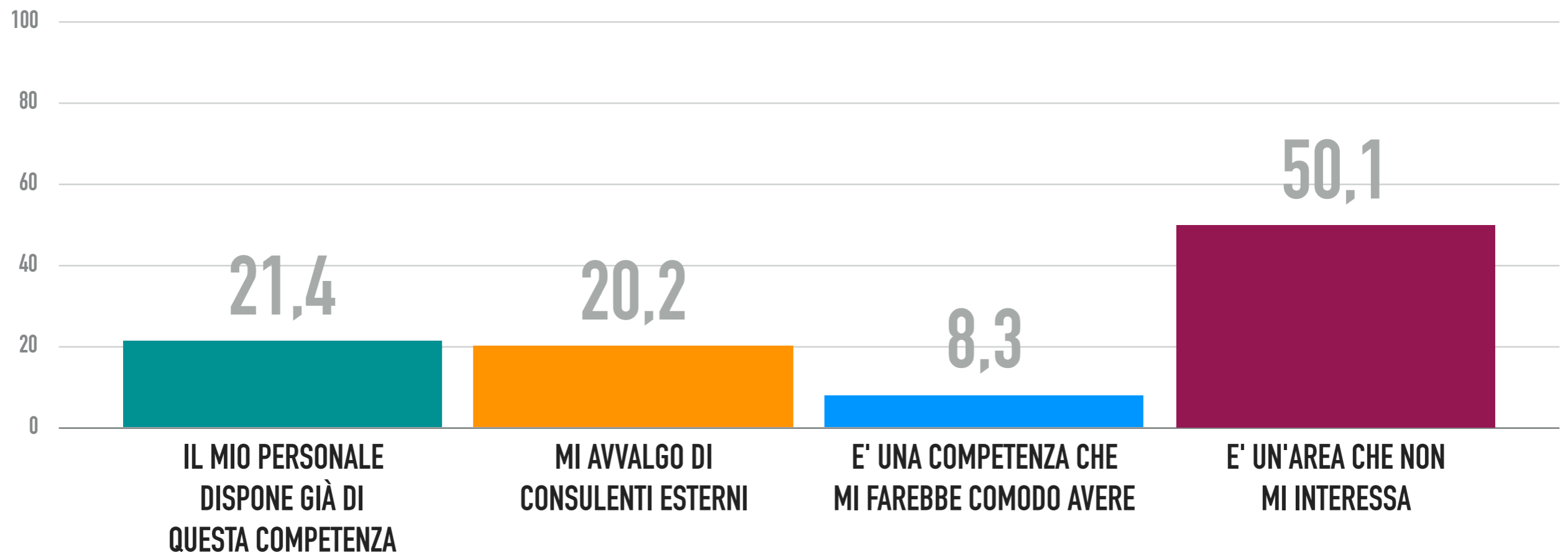


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (11/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

CONSULENZA PER L'ACCESSO A BANDI DI FINANZIAMENTO

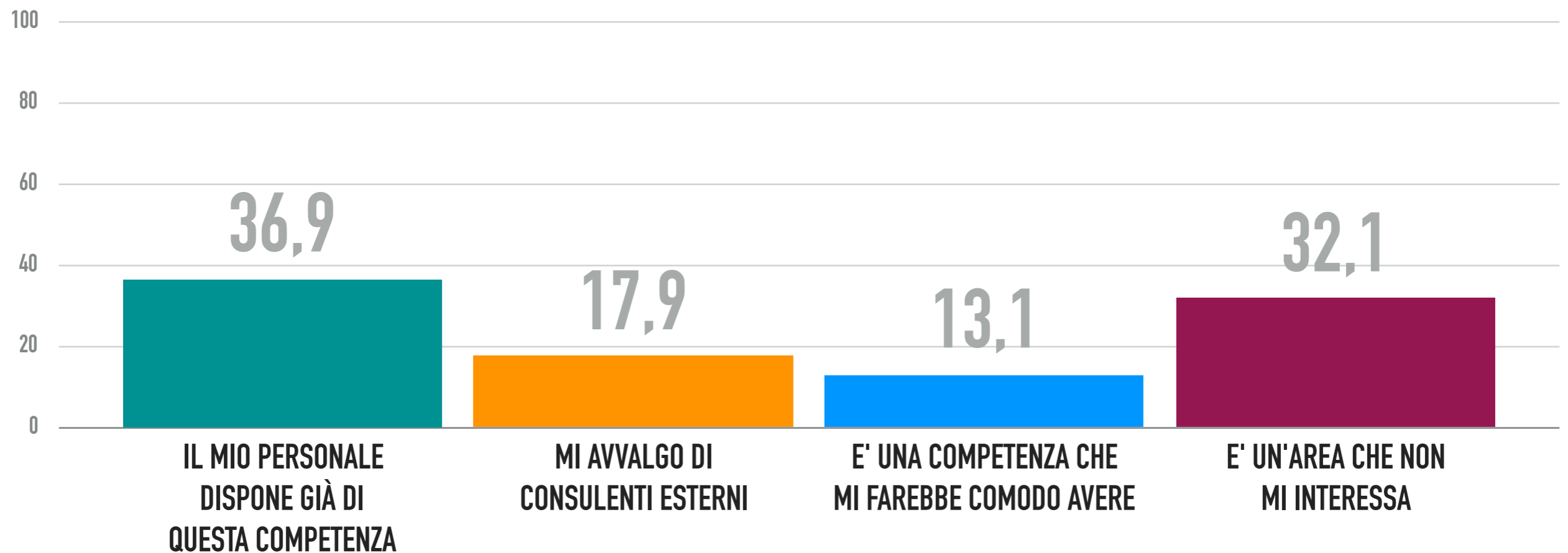


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (12/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

CONSULENZA FISCALE E DEL LAVORO

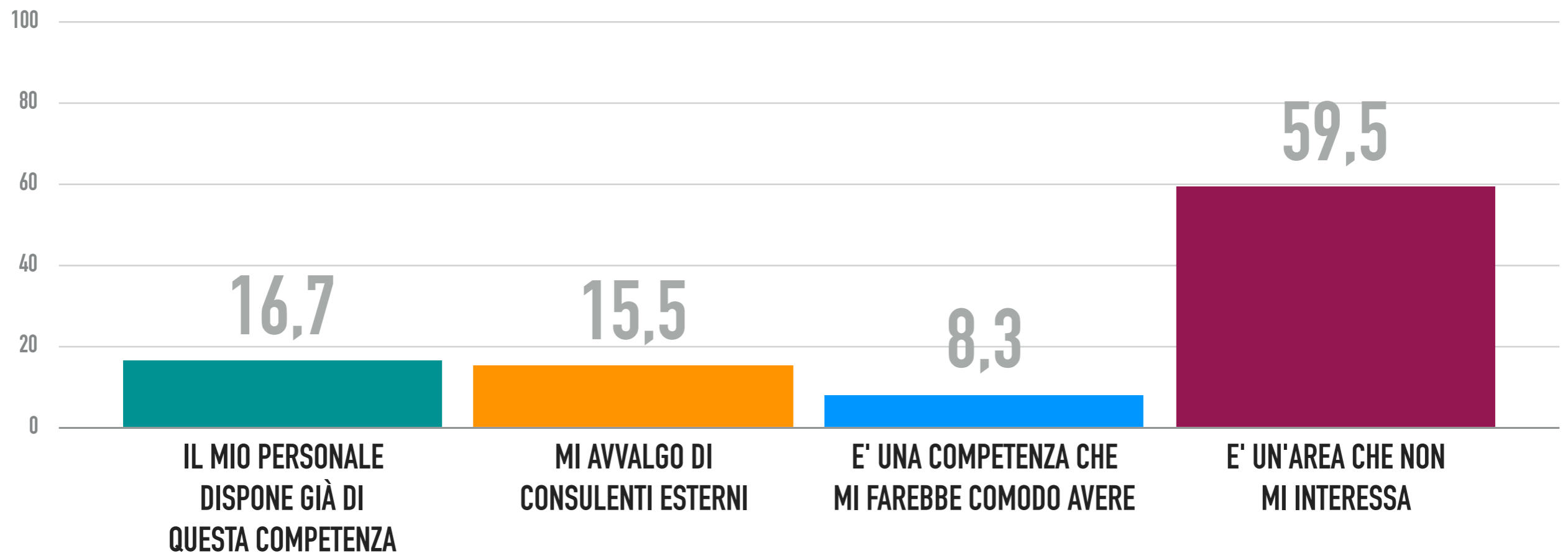


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (13/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

SICUREZZA INFORMATIVA E CRITTOGRAFIA

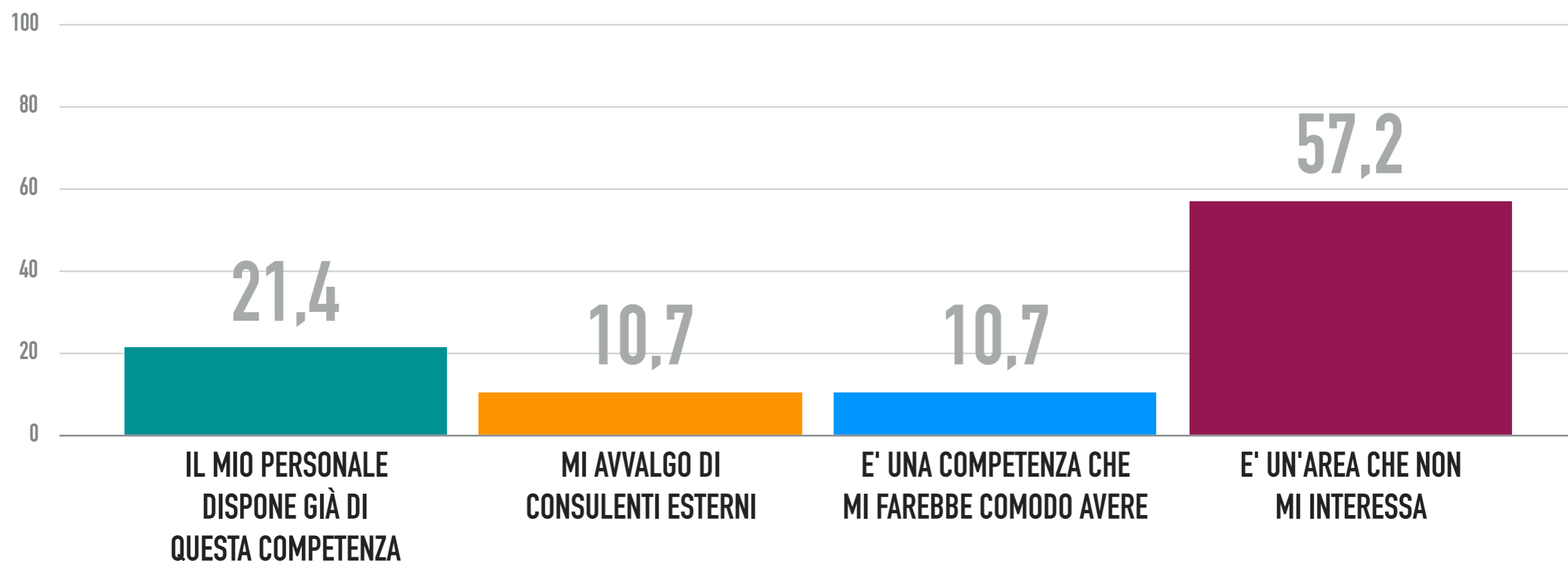


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (14/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

PROGETTAZIONE / DESIGN / SVILUPPO DI PROTOTIPI, RENDER, VISUALIZZAZIONI

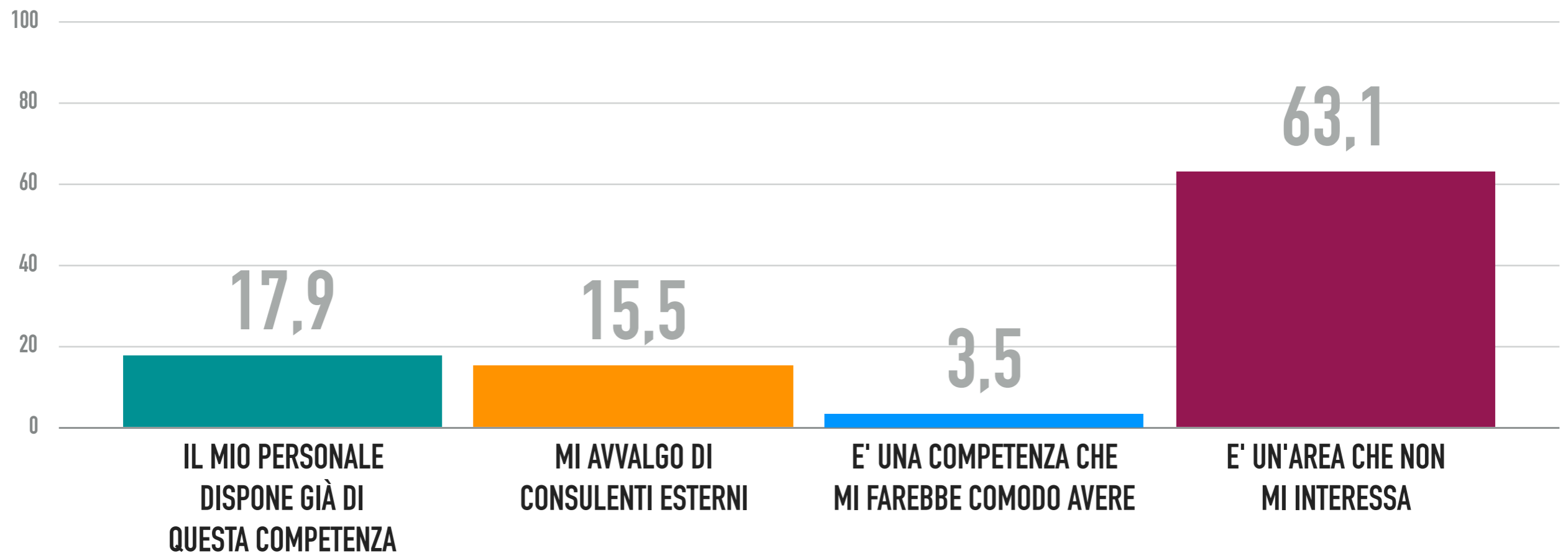


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (15/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

CHIMICA / NUOVI MATERIALI

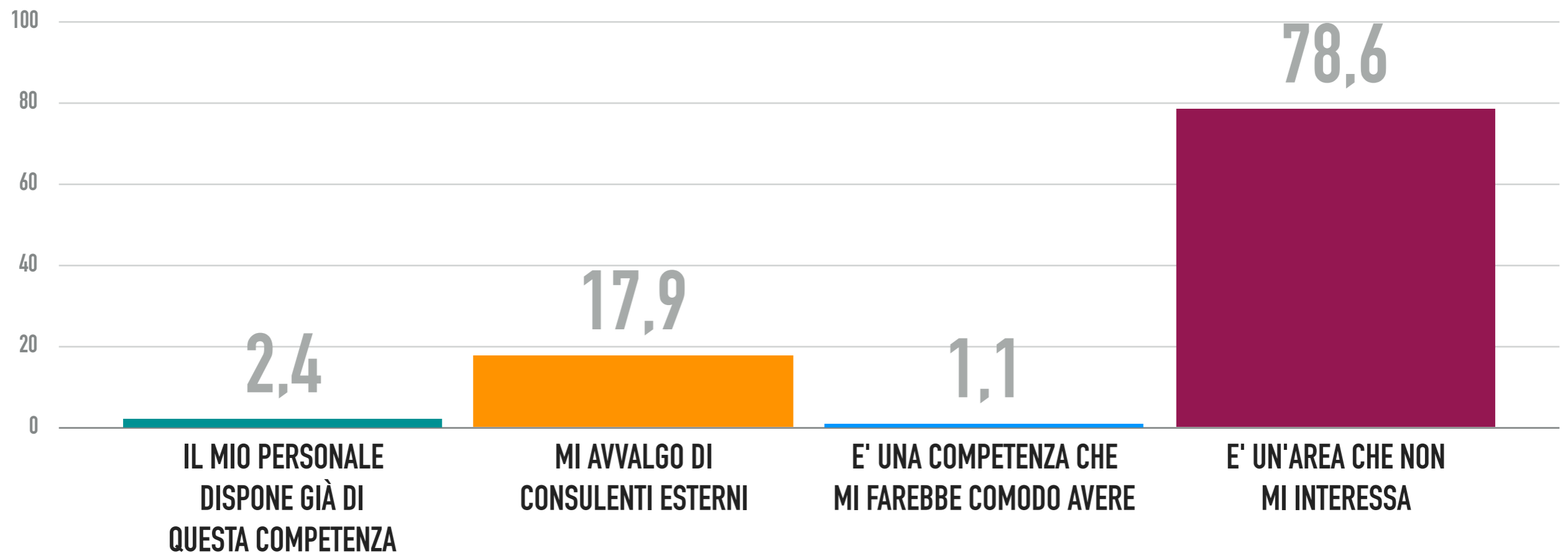


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (16/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

ICT / SVILUPPO DI SOFTWARE E APP

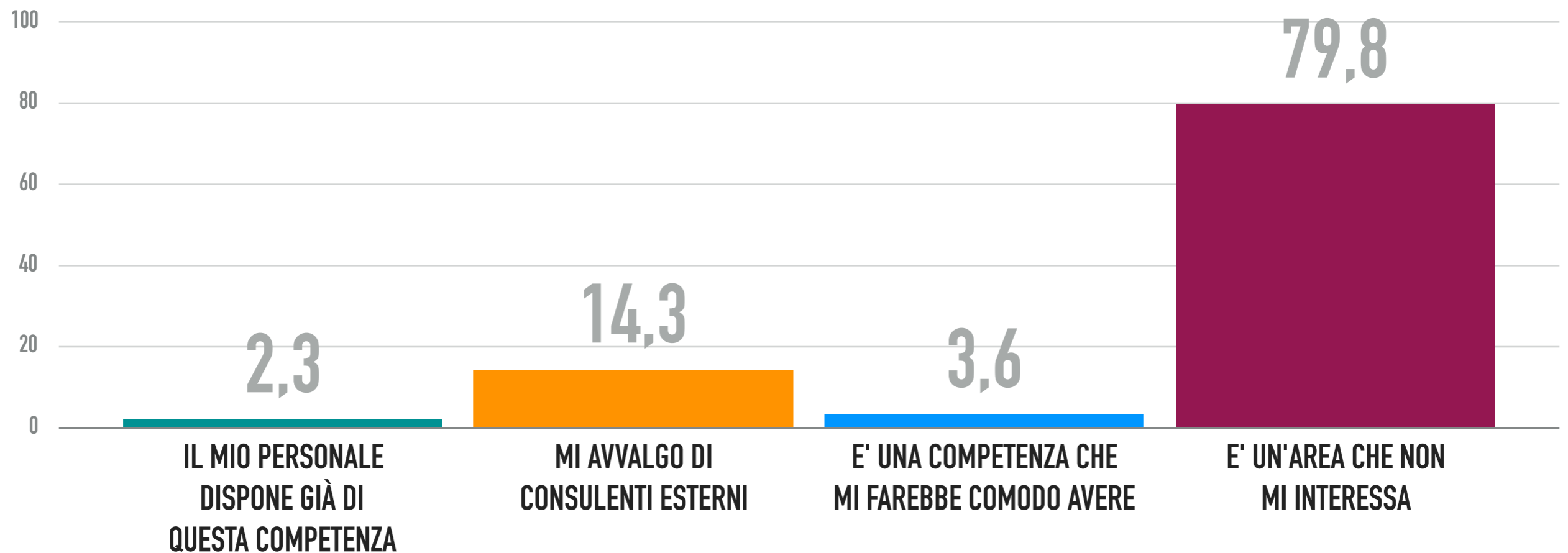


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (17/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

MATEMATICA / FISICA

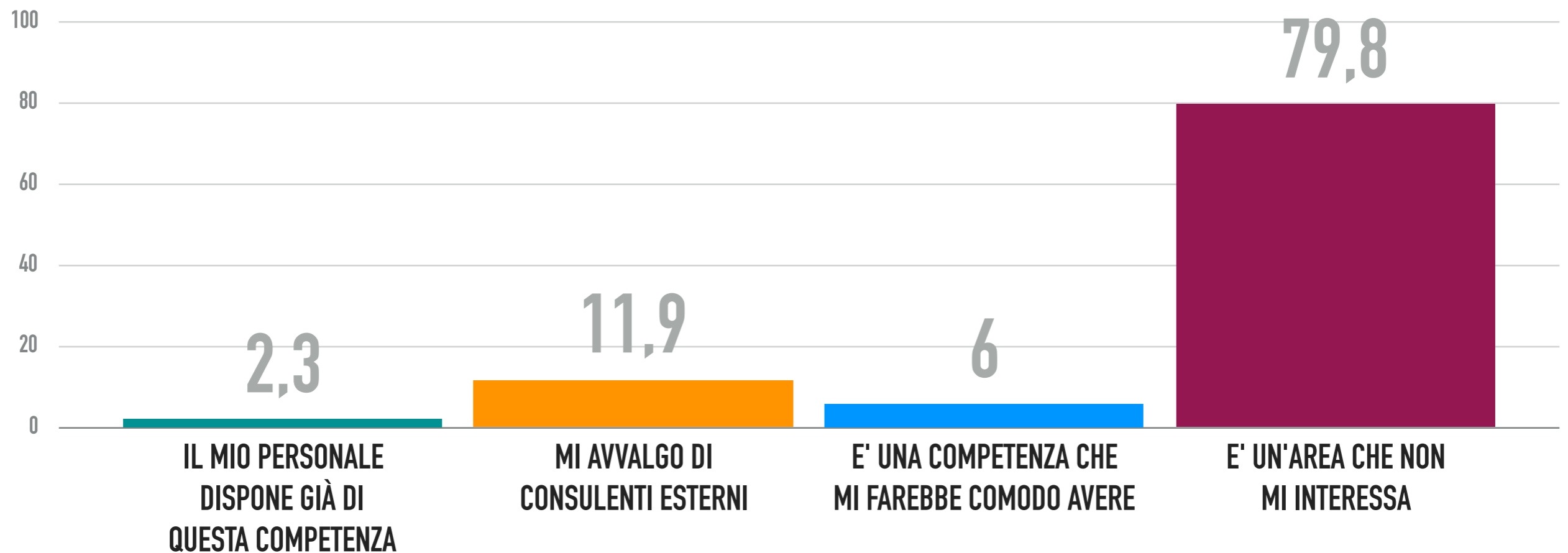


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE COMPETENZE NELLE IMPRESE (18/18)

ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI AREE TEMATICHE E DI COMPETENZE. PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE SI TRATTA DI UNA COMPETENZA DI CUI LA SUA IMPRESA DISPONE GIÀ ATTRAVERSO IL PROPRIO PERSONALE, O CHE HA ACQUISITO TRAMITE CONSULENTI ESTERNI, O SE È UNA COMPETENZA DI CUI NON SI È AVVALSA MA CHE GLI FAREBBE COMODO AVERE, OPPURE SE È UN'AREA CHE NON LE INTERESSA.

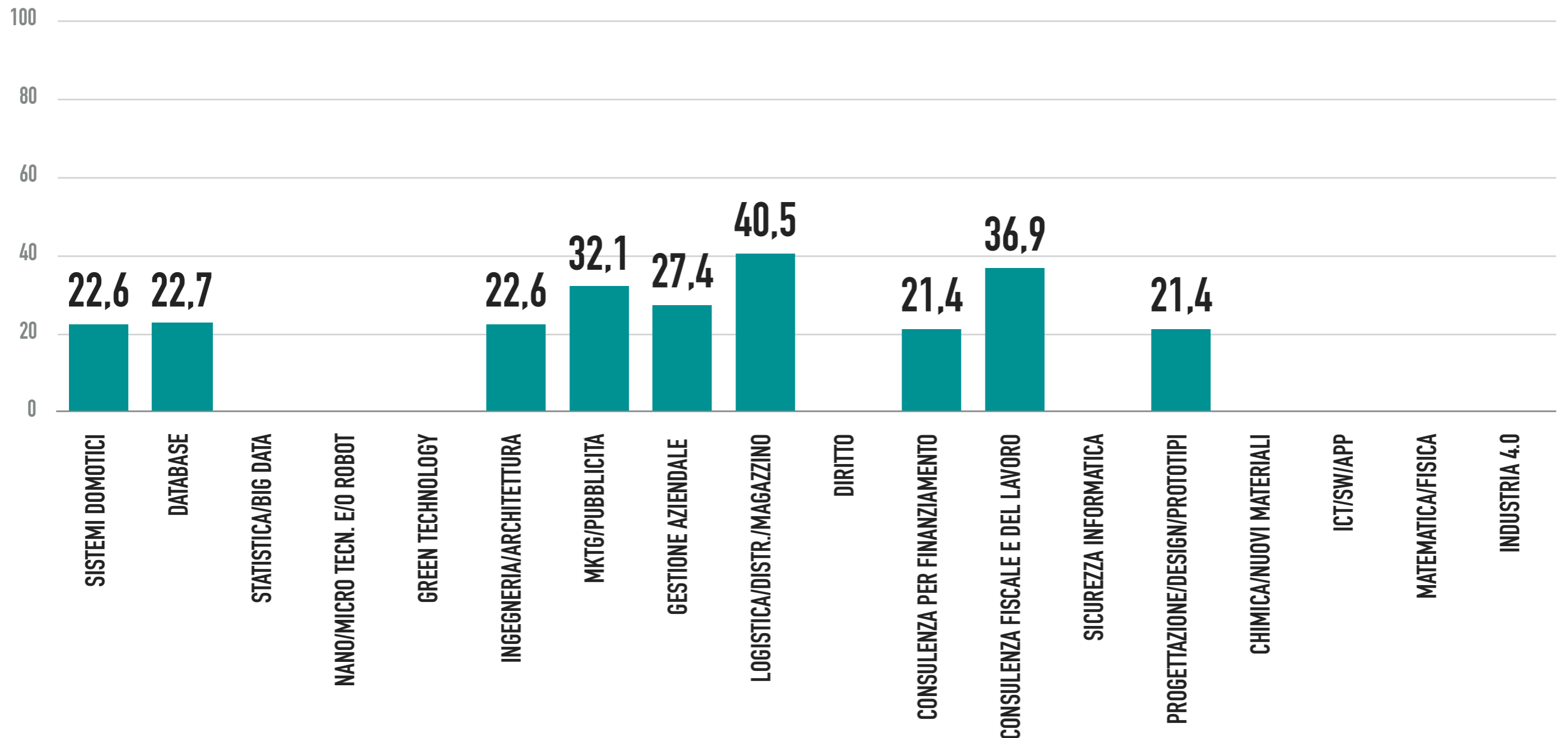
INDUSTRIA 4.0



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

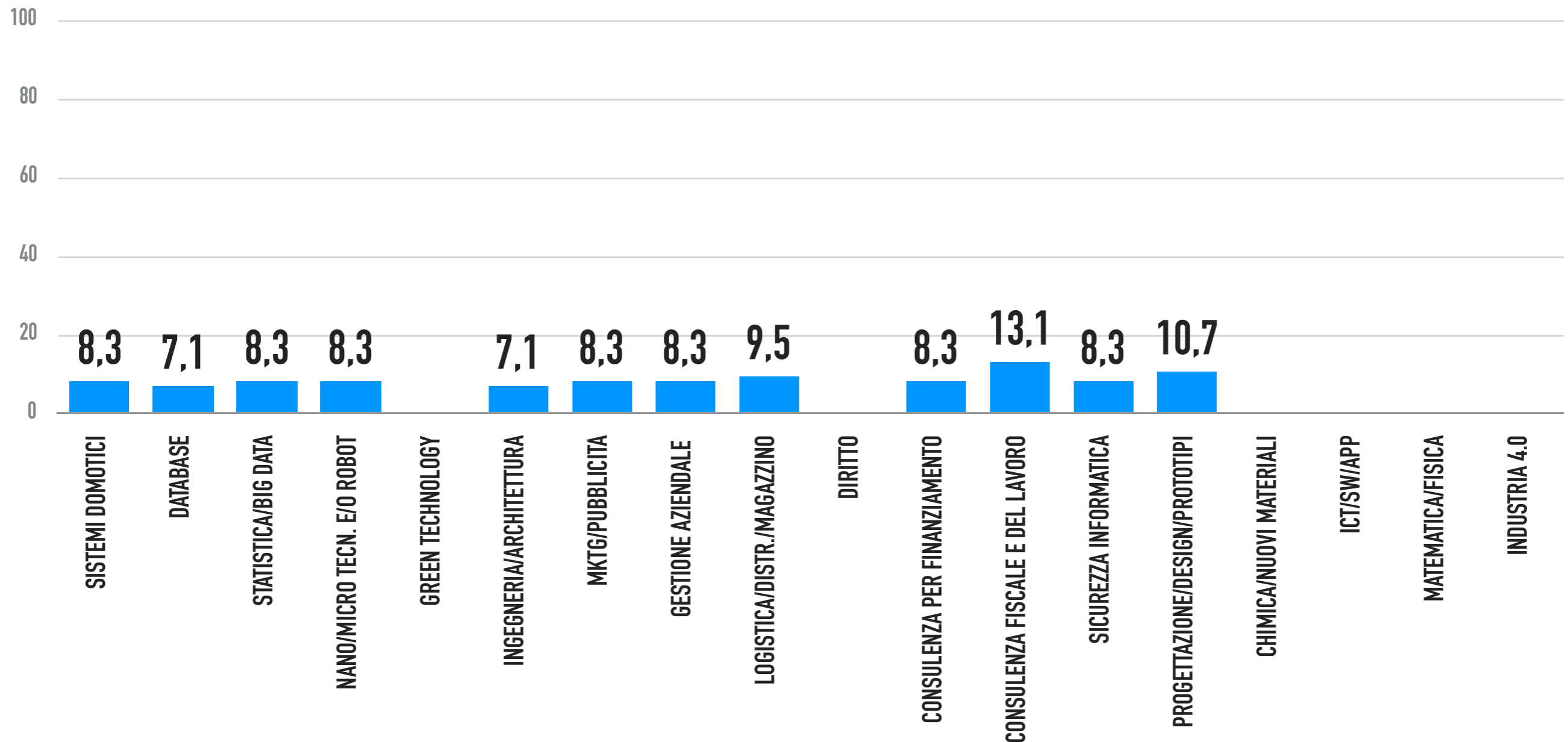
PROSPETTO DI SINTESI

LE COMPETENZE INTERNE ALLE IMPRESE



PROSPETTO DI SINTESI

I FABBISOGNI DI COMPETENZE DELLE IMPRESE

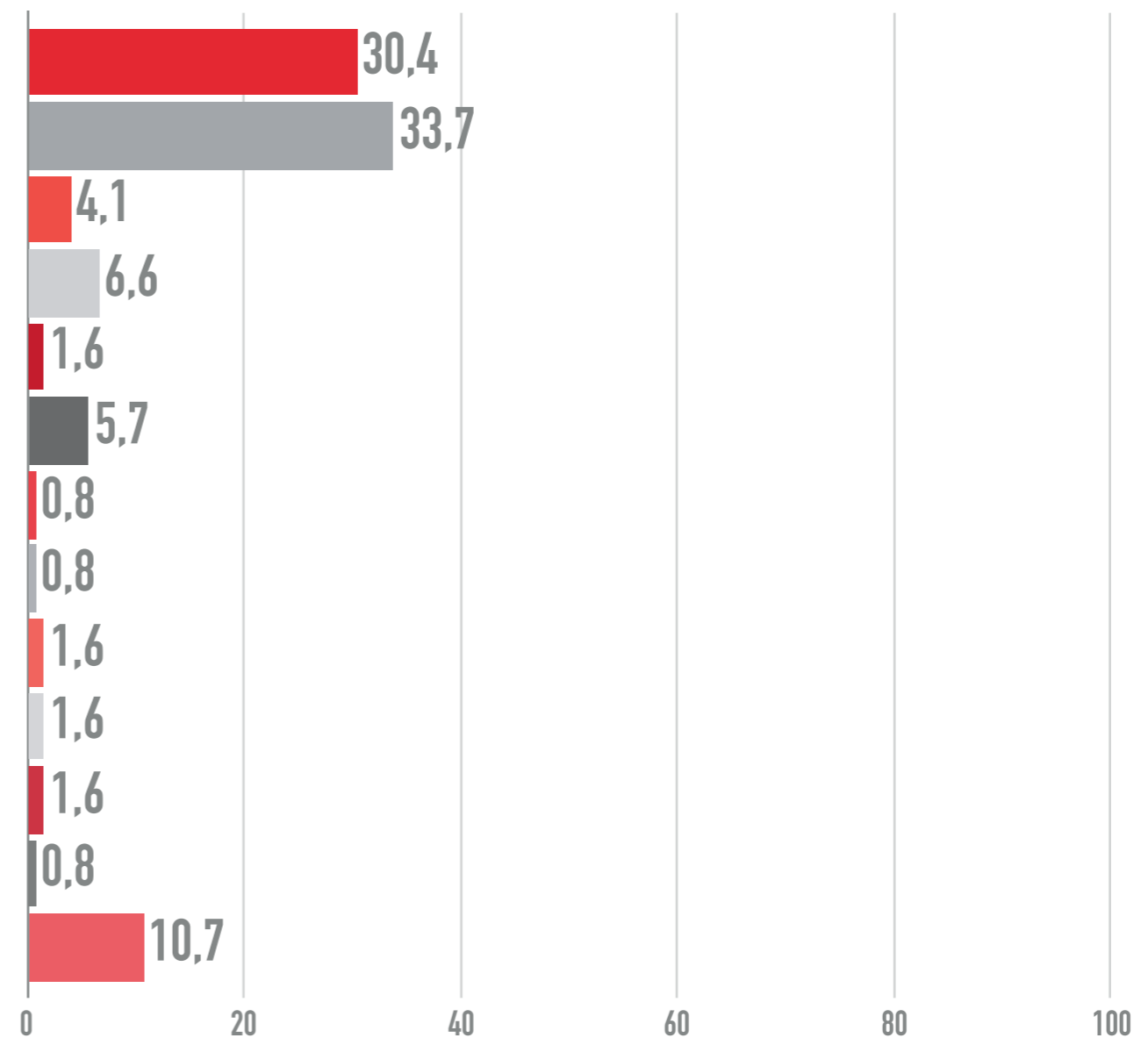


GLI OSTACOLI ALL'INNOVAZIONE

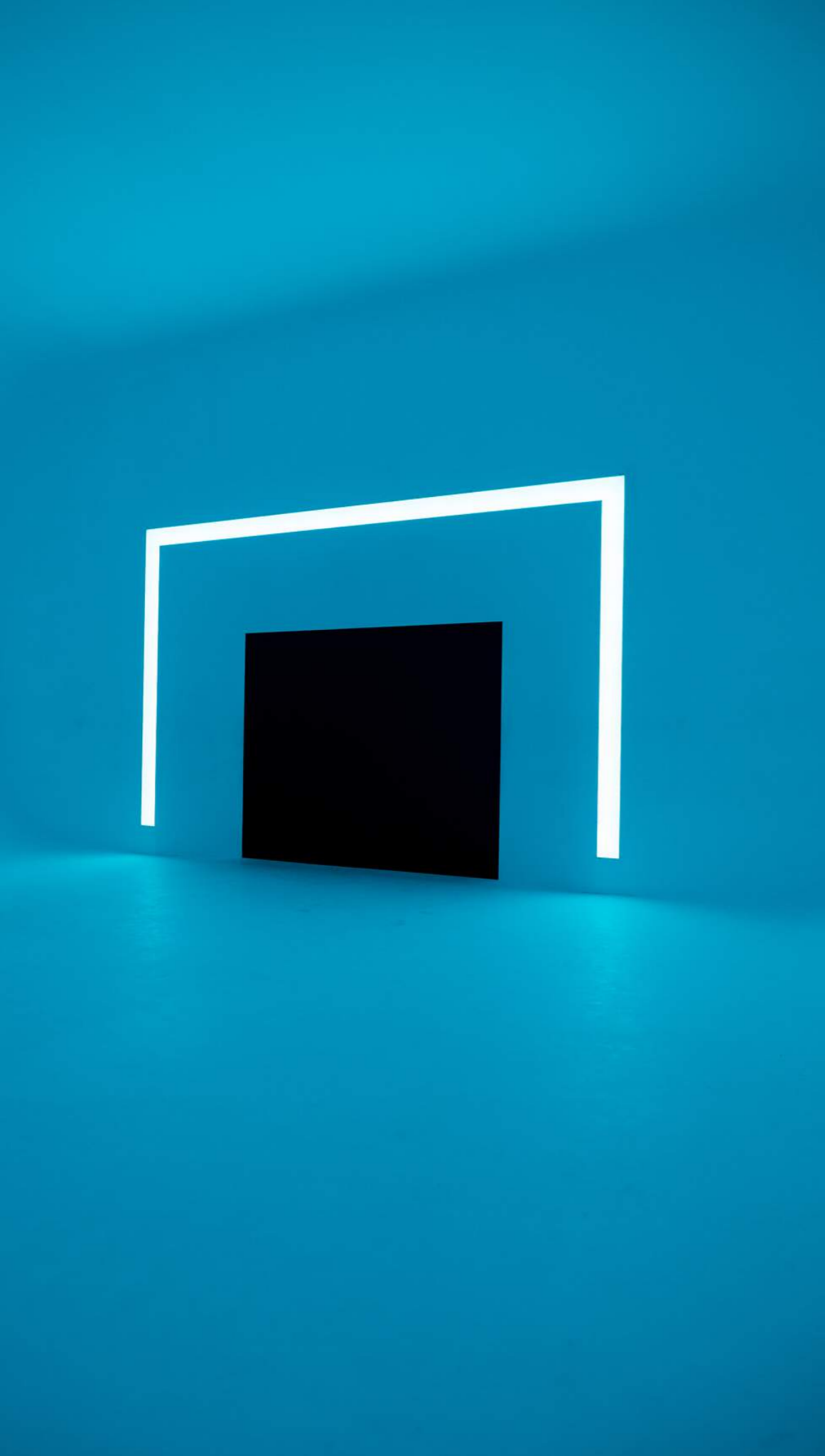
PARLANDO IN TERMINI GENERALI, SECONDO LEI QUALI SONO I MAGGIORI OSTACOLI ALL'INTRODUZIONE DI INNOVAZIONE NELLE IMPRESE?



- NO RISORSE FINANZIARIE
- COSTI TROPPO ELEVATI
- NO COLLABORAZIONE TRA UNIV. E IMPRESE
- DIFFIC. APERTURA NUOVI MERCATI, SOPRAT. ESTERI
- DIFFICOLTA DI INTEGRARE LE NUOVE TECNOLOGIE
- DIFFICOLTA NEL REPERIRE PERSONALE QUALIFICATO
- ASSENZA DI INFORMAZIONI
- ASSENZA DI CORSI DI AGGIORNAMENTO
- NO CAPACITA IMPRESE DI FARE NETWORK/NO PARTNER AFFIDABILI
- SCARSO SUPPORTO DA ENTI/ORG. DI CATEGORIA
- NO VOLONTA' DA PARTE DEGLI IMPRENDITORI
- BUROCRAZIA
- NON SA / NON RISPONDE



Valori % espressi sul totale dei rispondenti
Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

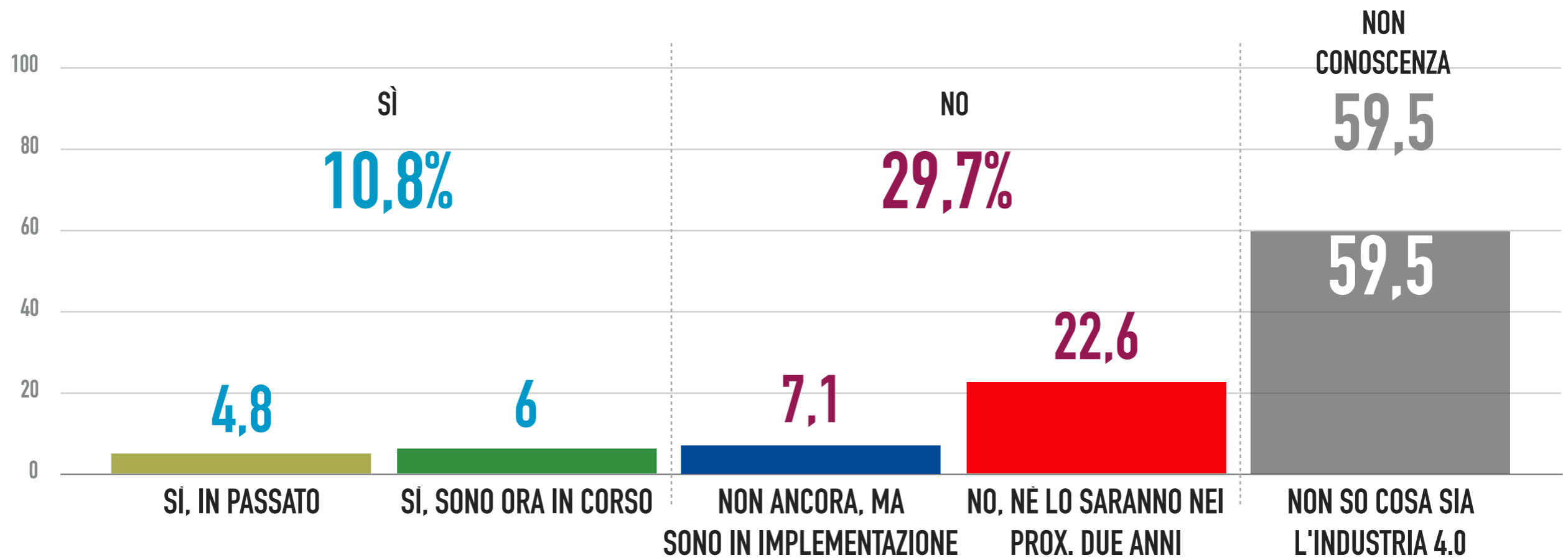


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

**L'IMPRESA E LE NUOVE
TECNOLOGIE**

INDUSTRIA 4.0

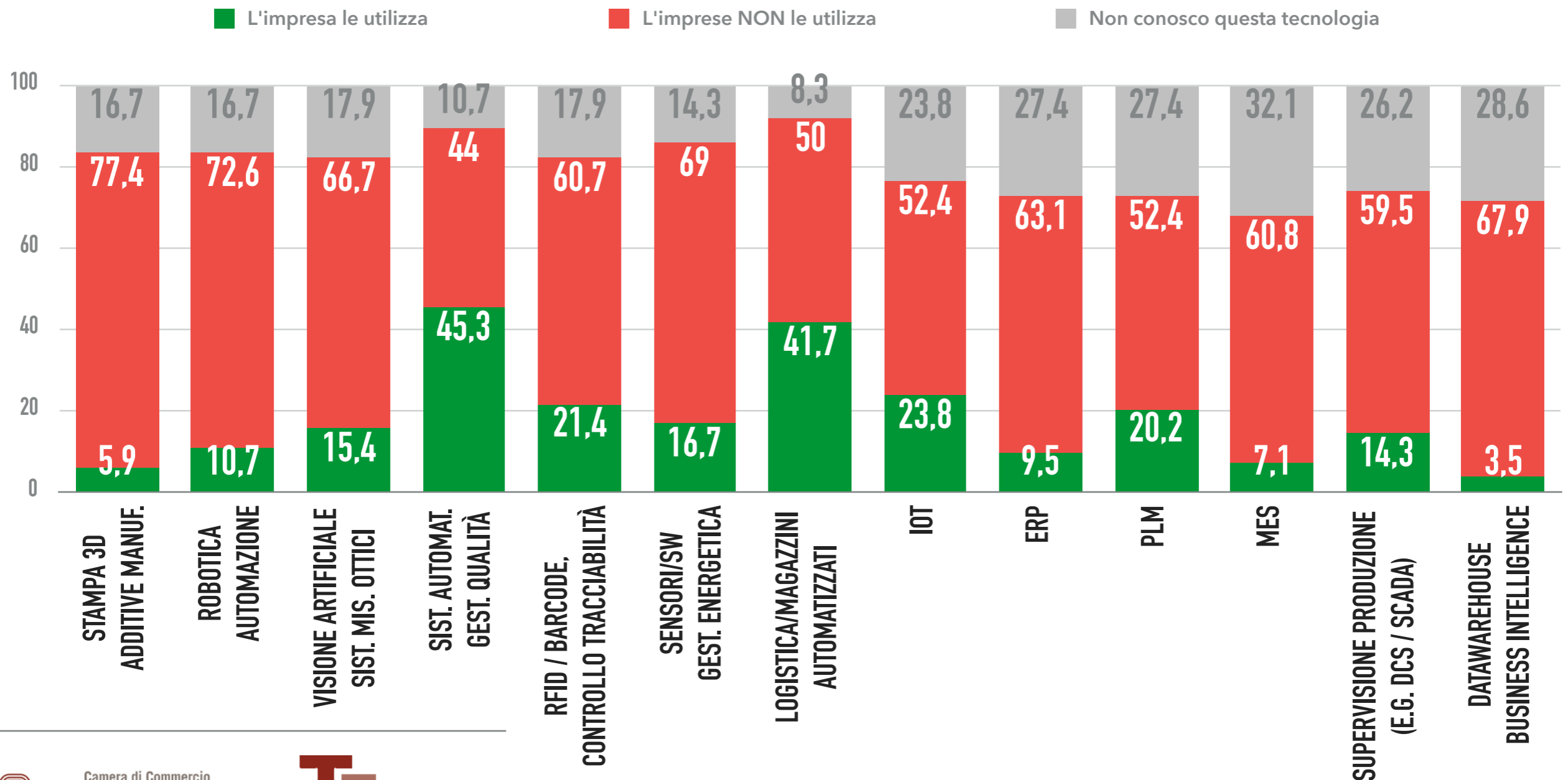
NELLA SUA AZIENDA, SONO MAI STATE REALIZZATE INIZIATIVE IN AMBITO DI INDUSTRIA 4.0?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE TECNOLOGIE ADOTTATE DALLE IMPRESE

LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI TECNOLOGIE.
PER OGNUNA DI ESSE, MI DICA SE LA SUA IMPRESA LE UTILIZZA OPPURE NO

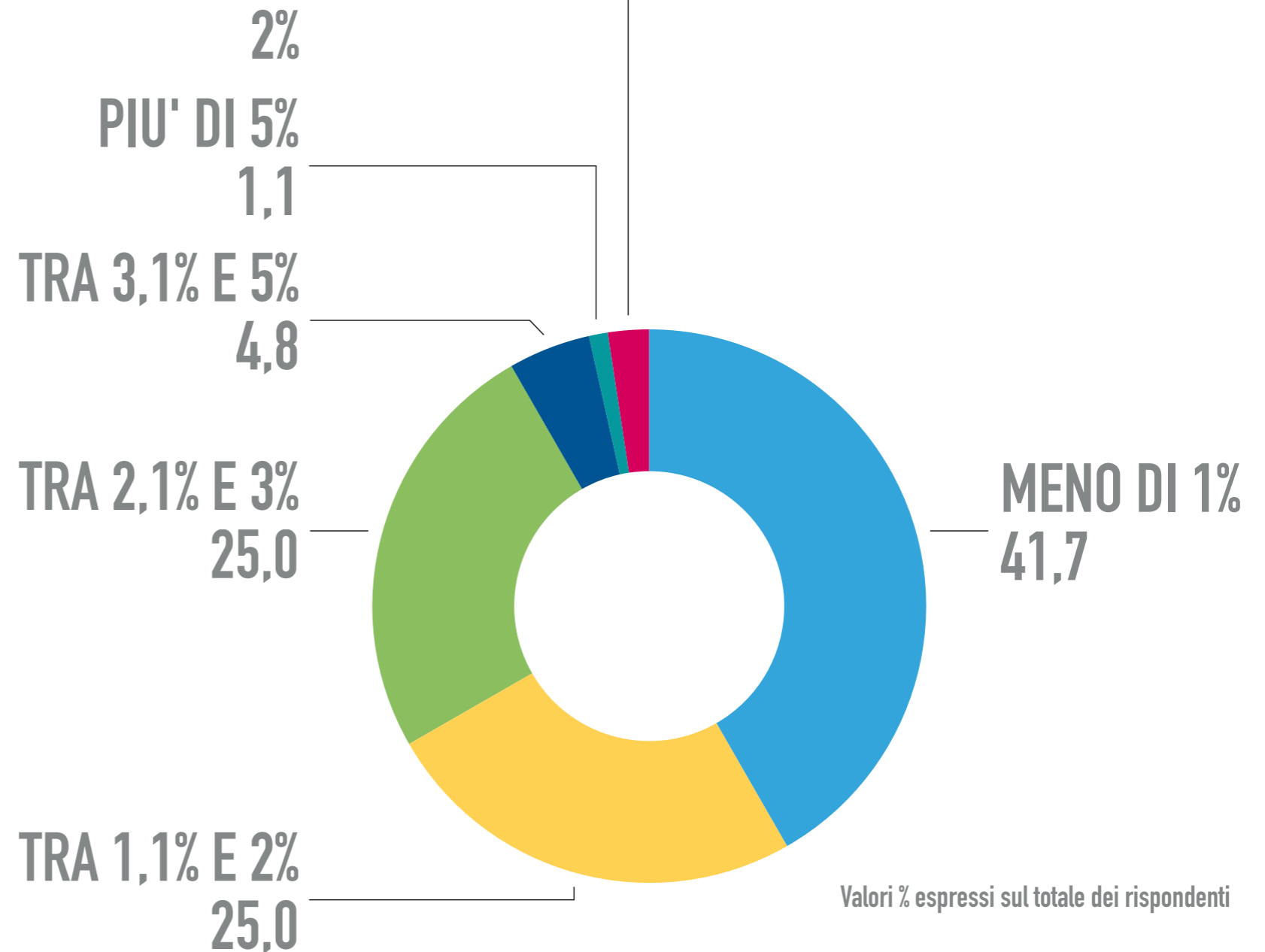


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

GLI INVESTIMENTI EFFETTUATI

DAL 2015 AD OGGI, IN MEDIA QUANTA PARTE DEL FATTURATO LA SUA AZIENDA HA INVESTITO PER ACQUISTARE NUOVI SOFTWARE O NUOVE TECNOLOGIE, SEGUIRE CORSI DI FORMAZIONE E/O DEPOSITARE BREVETTI?

NO INVESTIMENTI
IN NUOVE TECNOL.

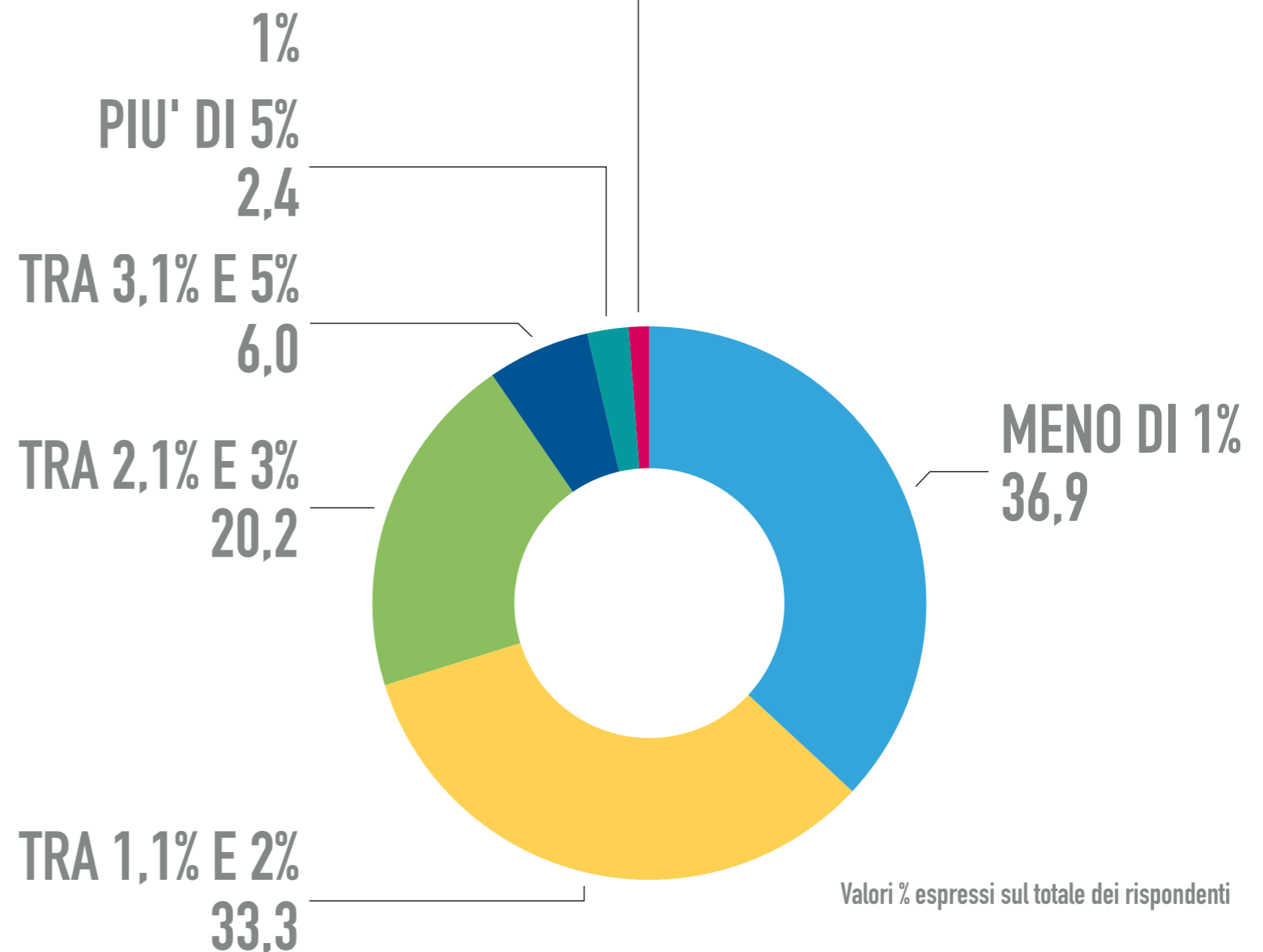


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

GLI INVESTIMENTI DA EFFETTUARSI

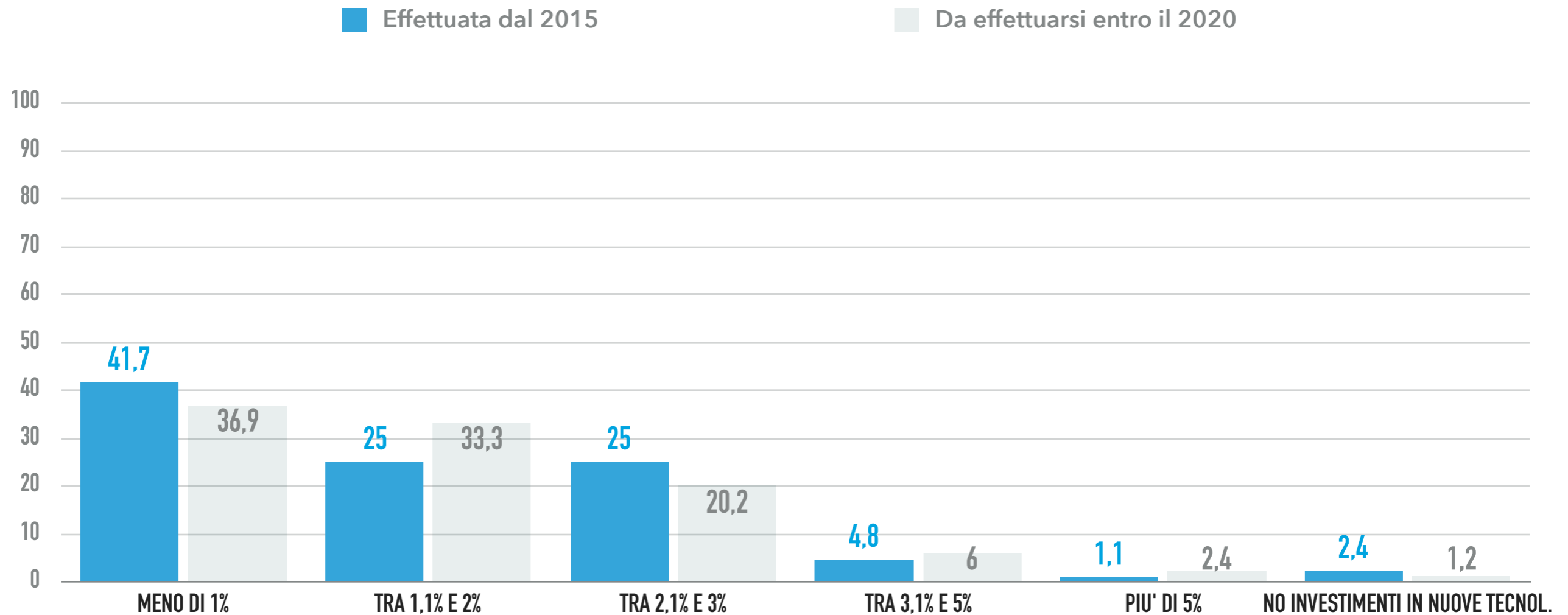
ENTRO IL 2020, QUANTA PARTE DEL FATTURATO LA SUA IMPRESA È DISPOSTA A SPENDERE PER ACQUISTARE NUOVI SOFTWARE O NUOVE TECNOLOGIE, SEGUIRE CORSI DI FORMAZIONE E/O DEPOSITARE BREVETTI?

NO INVESTIMENTI
IN NUOVE TECNOL.



PROSPETTO DI SINTESI

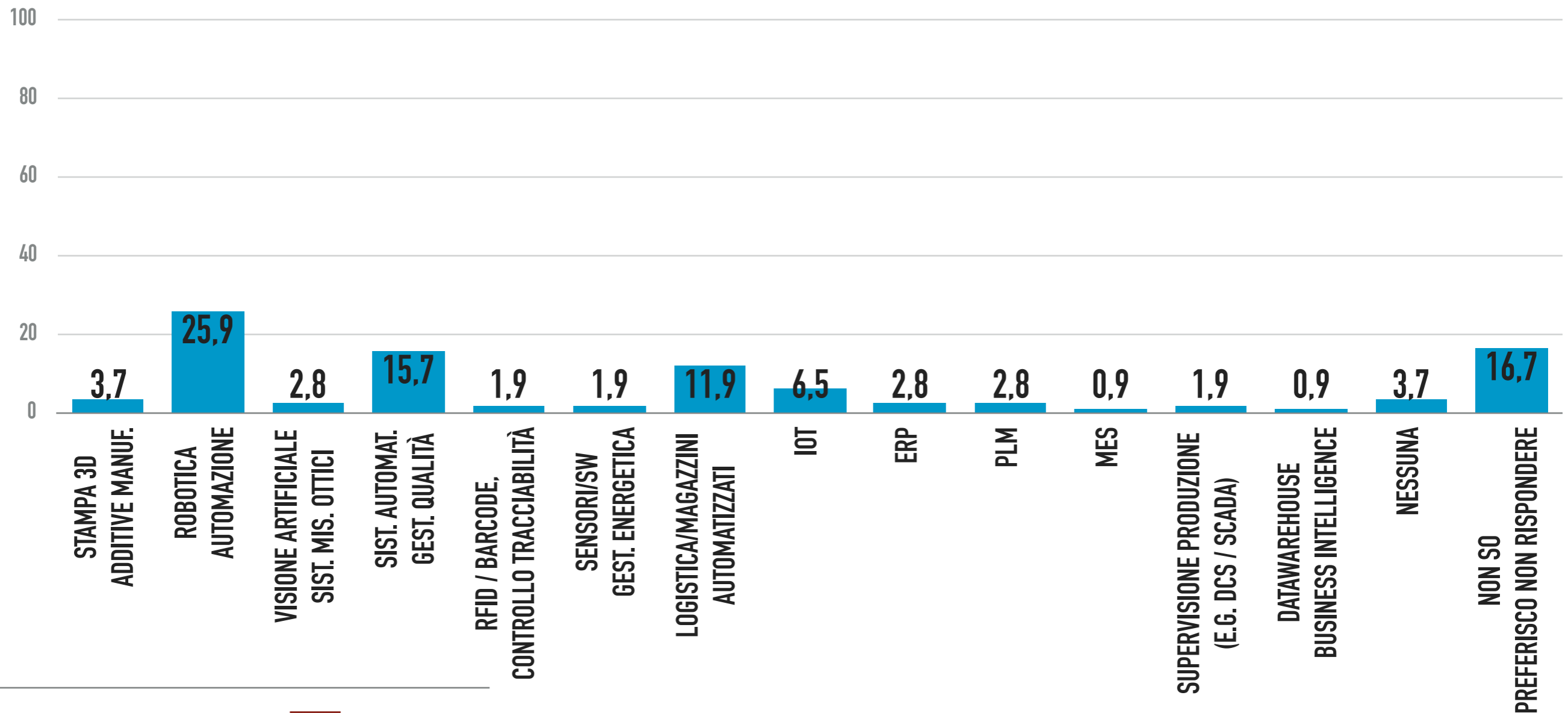
LA MOLE DI INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE, CORSI DI FORM. E/O BREVETTI



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE TECNOLOGIE STRATEGICHE PER IL FUTURO

SECONDO LEI, QUALI SONO LE TECNOLOGIE CHE NEI PROSSIMI 3 ANNI SARANNO INDISPENSABILI O MAGGIORMENTE UTILI PER LA SUA ATTIVITÀ?



IL POSSESSO DELLE TECNOLOGIE STRATEGICHE

RITIENE CHE LA SUA AZIENDA ABBA AD OGGI LE COMPETENZE NECESSARIE AD UTILIZZARE LE TECNOLOGIE CHE HA APPENA INDICATO COME "STRATEGICHE" PER IL FUTURO DELLA SUA ATTIVITÀ?

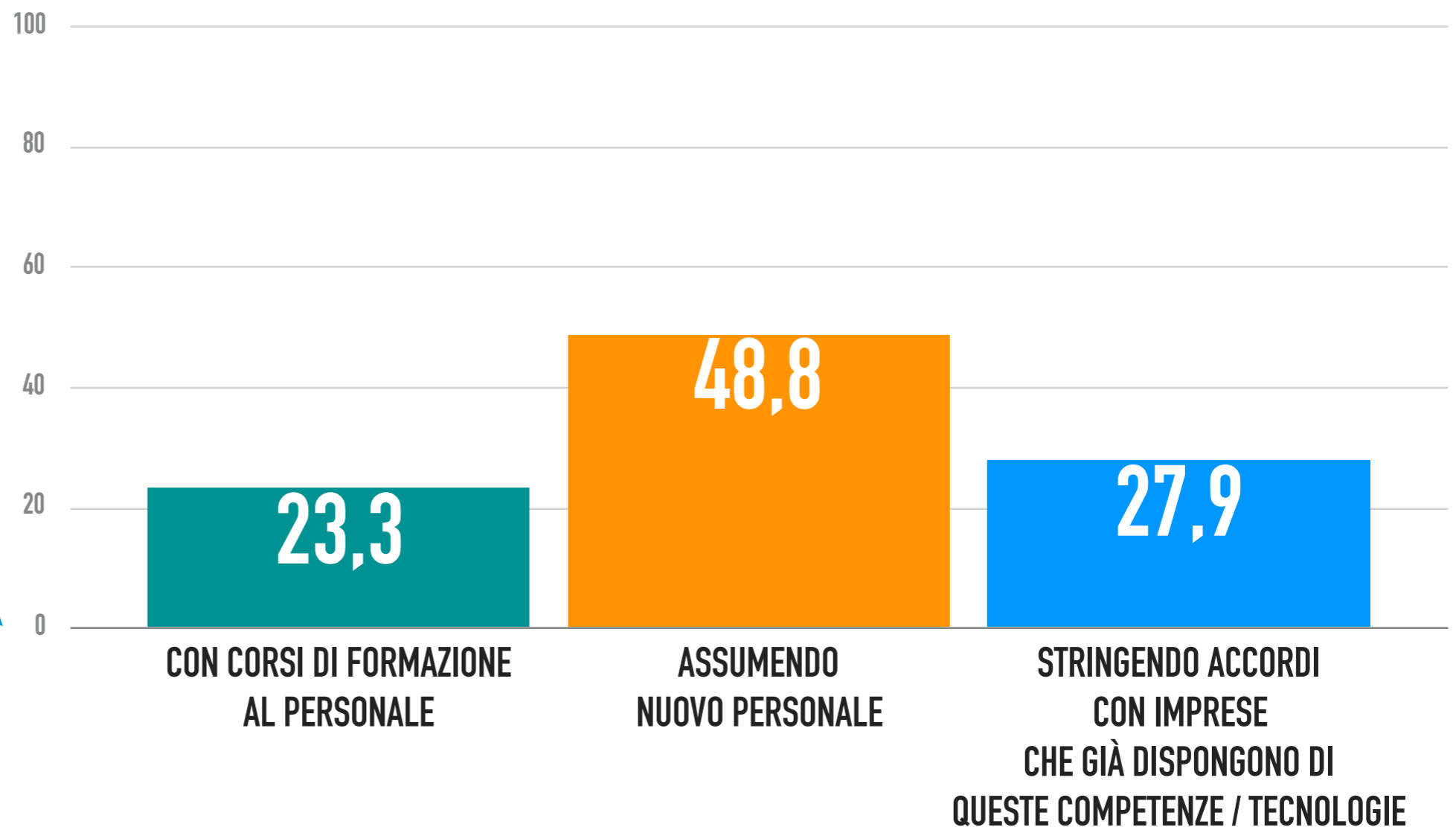
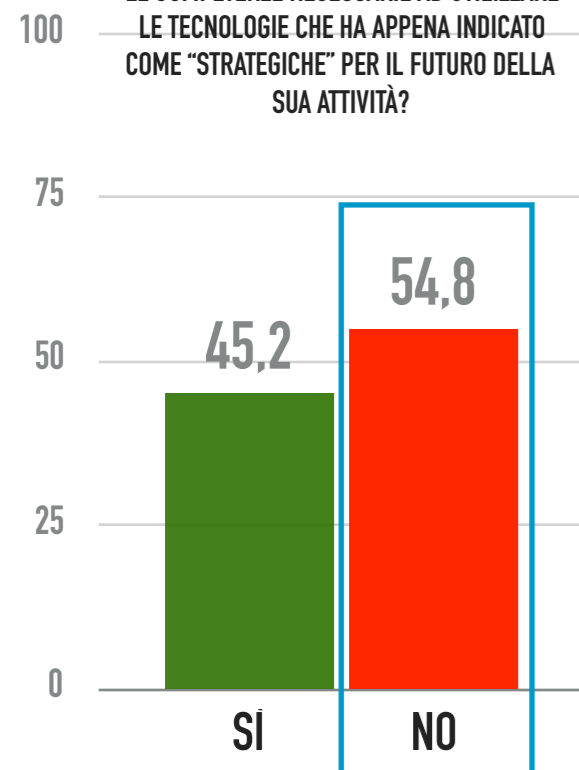


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

LE MODALITÀ DI ACQUISIZIONE DELLE COMPETENZE MANCANTI

RITIENE CHE LA SUA AZIENDA ABBA AD OGGI LE COMPETENZE NECESSARIE AD UTILIZZARE LE TECNOLOGIE CHE HA APPENA INDICATO COME "STRATEGICHE" PER IL FUTURO DELLA SUA ATTIVITÀ?

COME INTENDE ACQUISIRE LE COMPETENZE/TECNOLOGIE CHE AD OGGI MANCANO ALLA SUA IMPRESA?



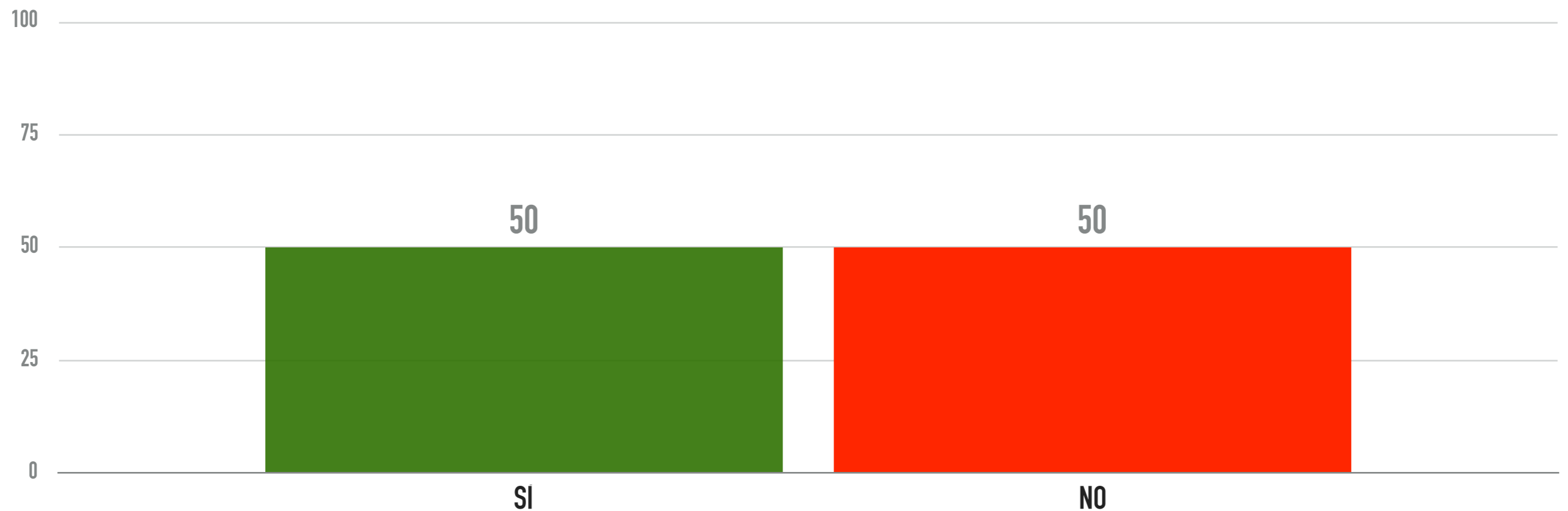


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

I RAPPORTI DI FILIERA

ADESIONE AD AGGREGAZIONI

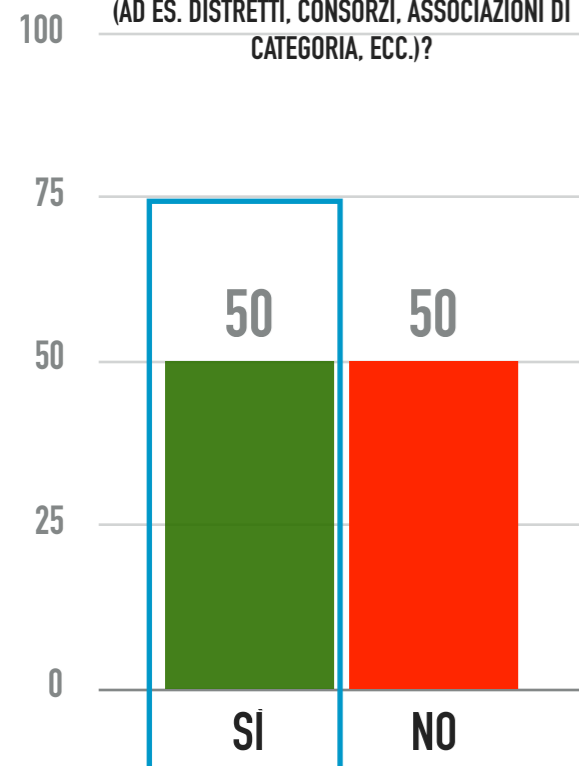
LA SUA IMPRESA ADERISCE AD AGGREGAZIONI (AD ES. DISTRETTI, CONSORZI, ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA, ECC.)?



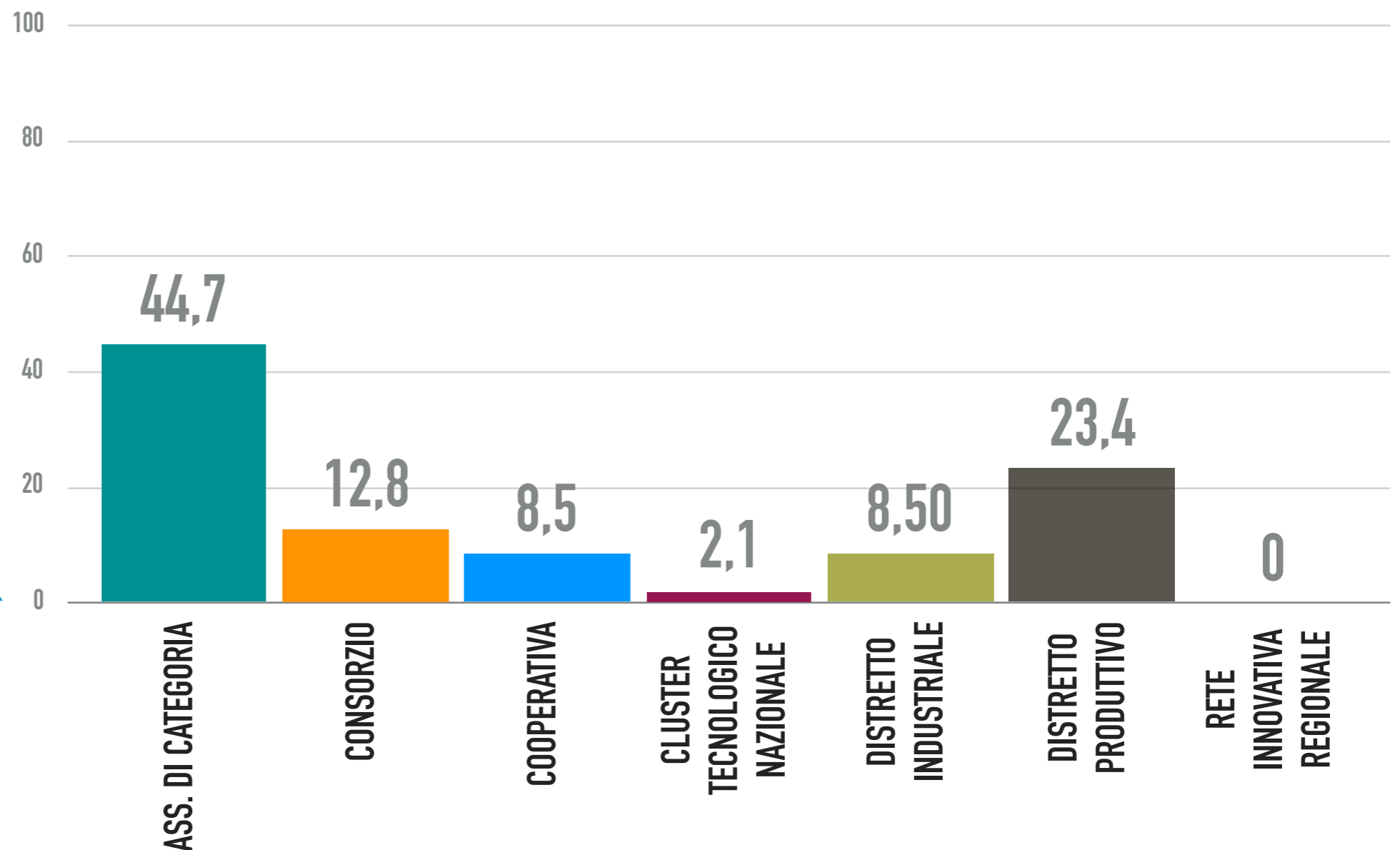
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

ADESIONE AD AGGREGAZIONI: TIPOLOGIE

LA SUA IMPRESA ADERISCE AD AGGREGAZIONI
(AD ES. DISTRETTI, CONSORZI, ASSOCIAZIONI DI
CATEGORIA, ECC.)?



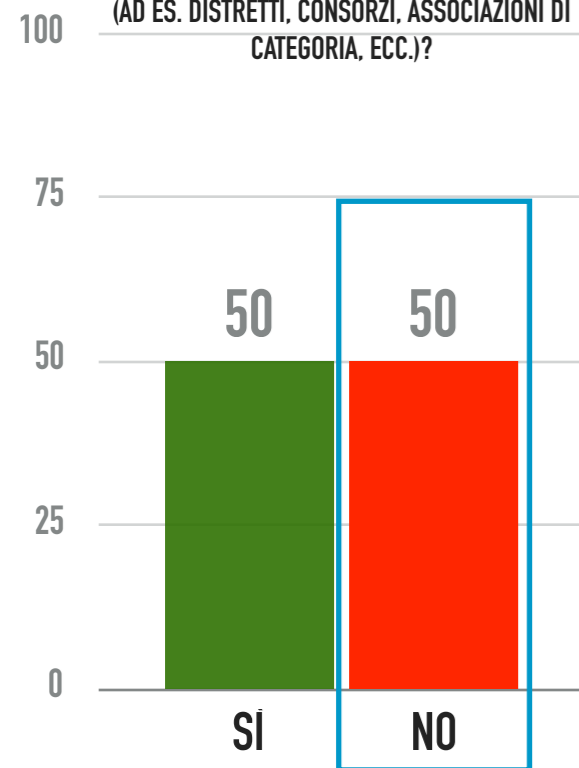
A QUALE/I AGGREGAZIONE/I ADERISCE LA SUA IMPRESA?



Valori % espressi sul totale di coloro (42) che hanno dichiarato di aderire ad associazioni di impresa
Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

LA NON ADESIONE AD AGGREGAZIONI: MOTIVI

LA SUA IMPRESA ADERISCE AD AGGREGAZIONI
(AD ES. DISTRETTI, CONSORZI, ASSOCIAZIONI DI
CATEGORIA, ECC.)?



PERCHÉ LA SUA IMPRESA NON ADERISCE A FORME AGGREGATIVE?

NON SAPREI A CHI RIVOLGERMI



NON DÀ VANTAGGI REALI



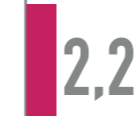
PROCEDURE BUROCRATICHE
TROPPO COMPLESSE



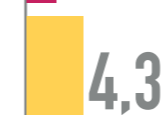
COSTI ADESIONE
TROPPO ALTI



ADERIRE LIMITA
AUTONOMIA DECISIONALE



NE FACEVO PARTE IN PASSATO

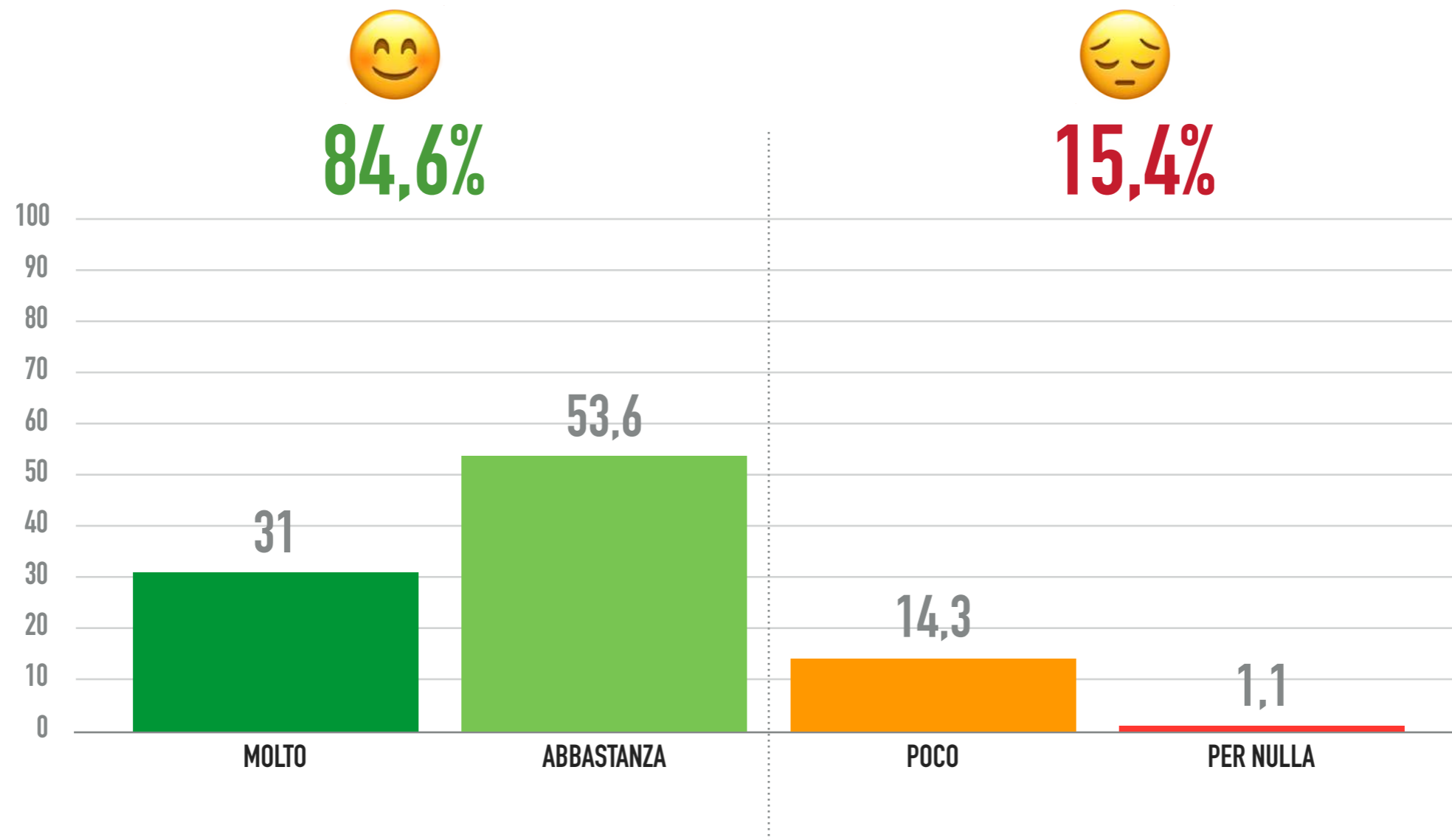


Valori % espressi sul totale di coloro (42) che hanno dichiarato di NON aderire ad associazioni di impresa

Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

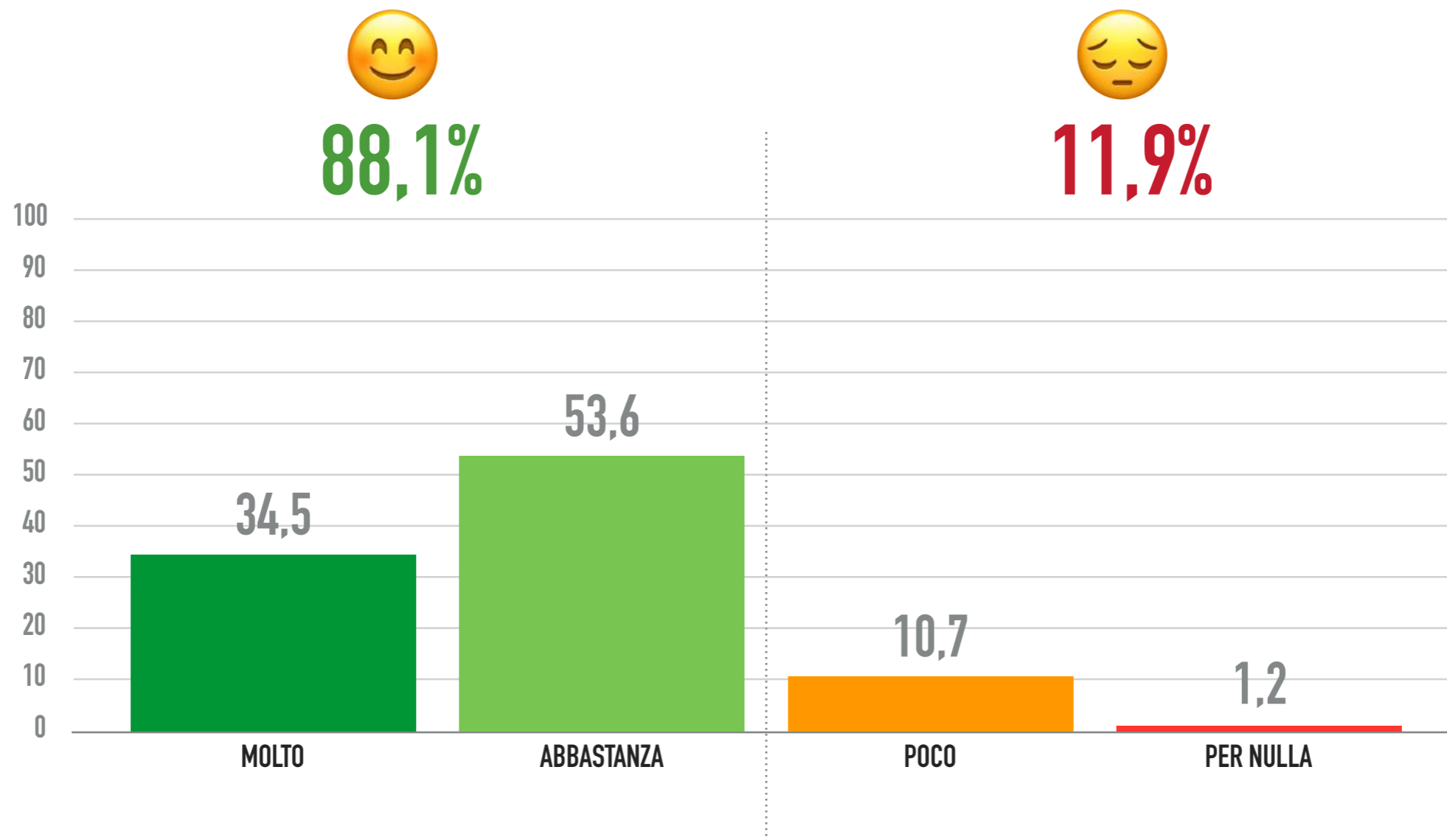
PROPENSIONE A RELAZIONI INTRA-SETTORIALI

QUANTO È FAVOREVOLE A PROGETTI CHE SVILUPPINO LE RELAZIONI (AD ES: ACCORDI TECNOLOGICI, COMMERCIALI, PARTNERSHIP, AGGREGAZIONI, ECC.) TRA LE IMPRESE DELLA FILIERA "CASA/EFFICIENZA ENERGETICA"?



PROPENSIONE A RELAZIONI CROSS-SETTORIALI

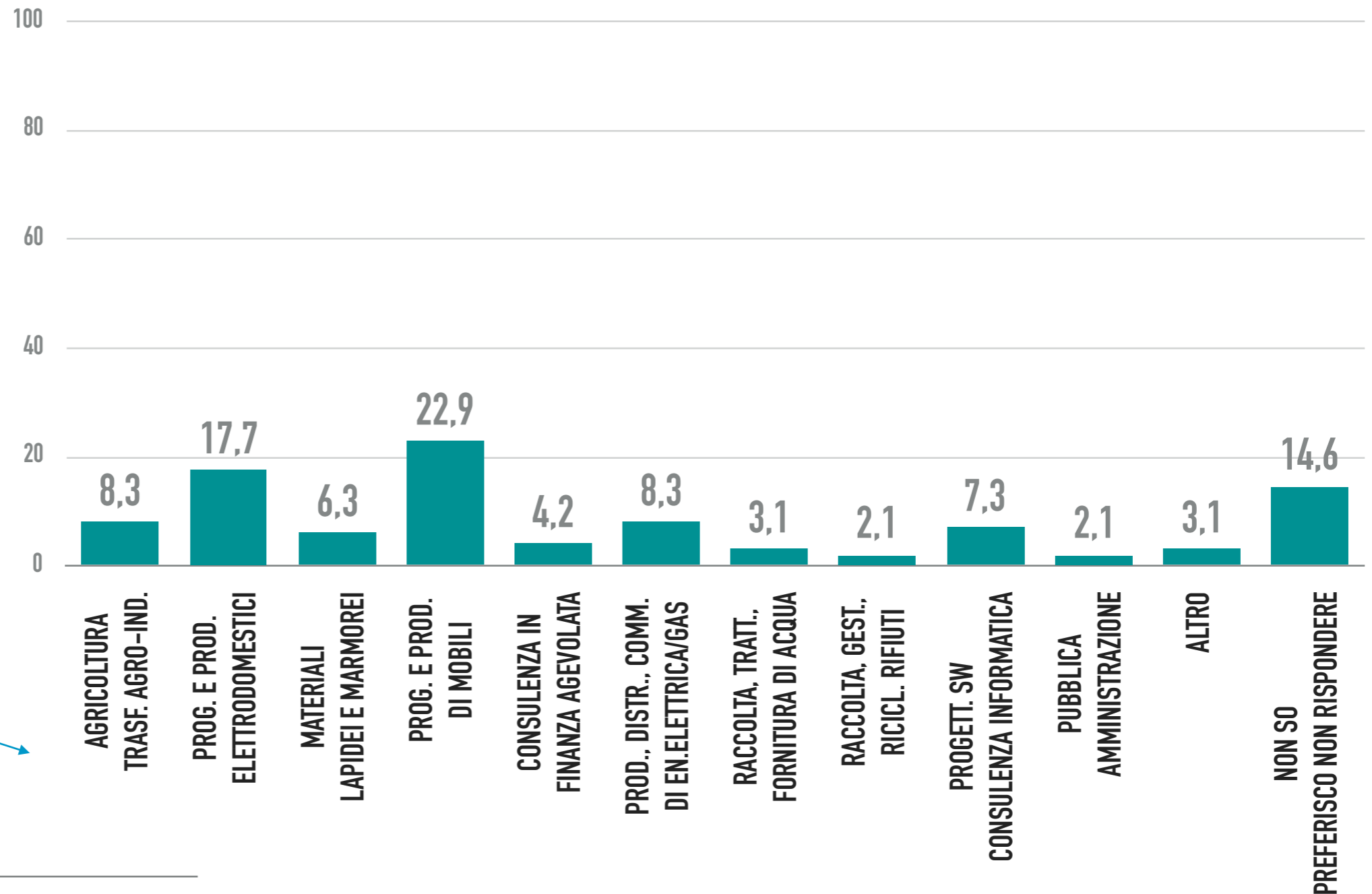
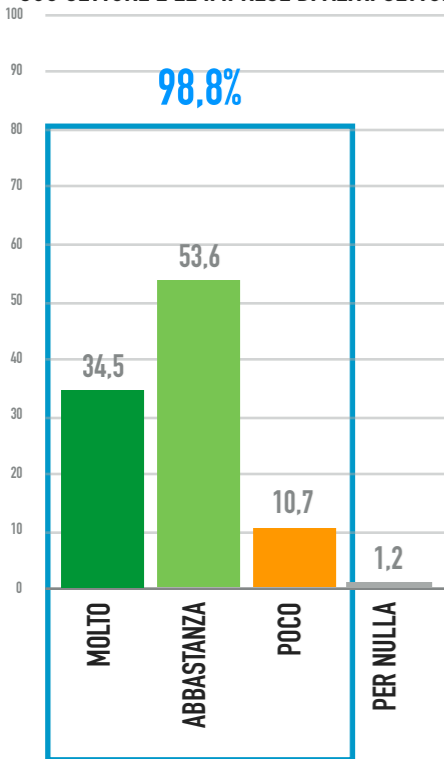
QUANTO È FAVOREVOLE A PROGETTI CHE SVILUPPINO LE RELAZIONI (AD ES: ACCORDI TECNOLOGICI, COMMERCIALI, PARTNERSHIP, AGGREGAZIONI, ECC.) TRA LE IMPRESE DEL SUO SETTORE E LE IMPRESE DI ALTRI SETTORI?



SETTORI DI INTERESSE

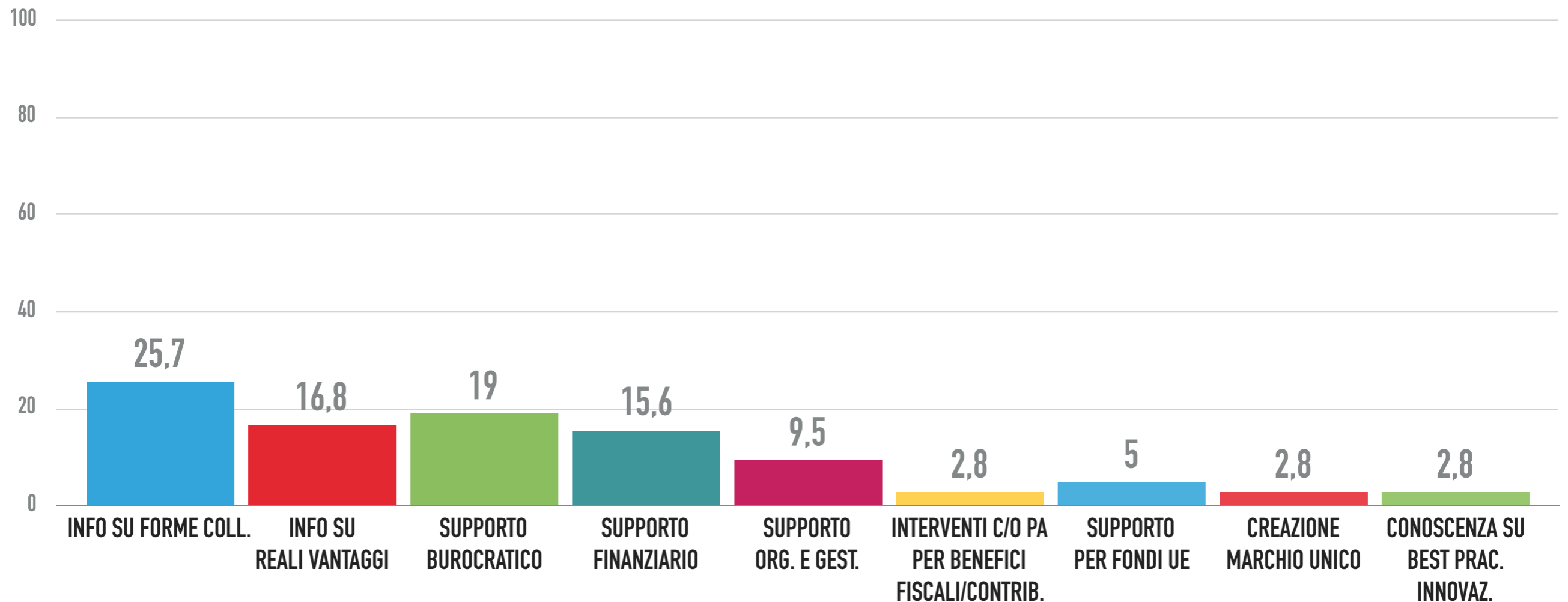
CON QUALI SETTORI DOVREBBERO SVILUPPARI TALI RAPPORTI DI COLLABORAZIONE?

QUANTO È FAVOREVOLE A PROGETTI CHE SVILUPPINO LE RELAZIONI (AD ES. ACCORDI TECNOLOGICI, COMMERCIALI, PARTNERSHIP, AGGREGAZIONI, ECC.) TRA LE IMPRESE DEL SUO SETTORE E LE IMPRESE DI ALTRI SETTORI?



IL RUOLO DELLA CCIAA

COSA DOVREBBE FARE LA CAMERA DI COMMERCIO DI PADOVA PER SUPPORTARE LA COLLABORAZIONE TRA LE IMPRESE?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti | Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

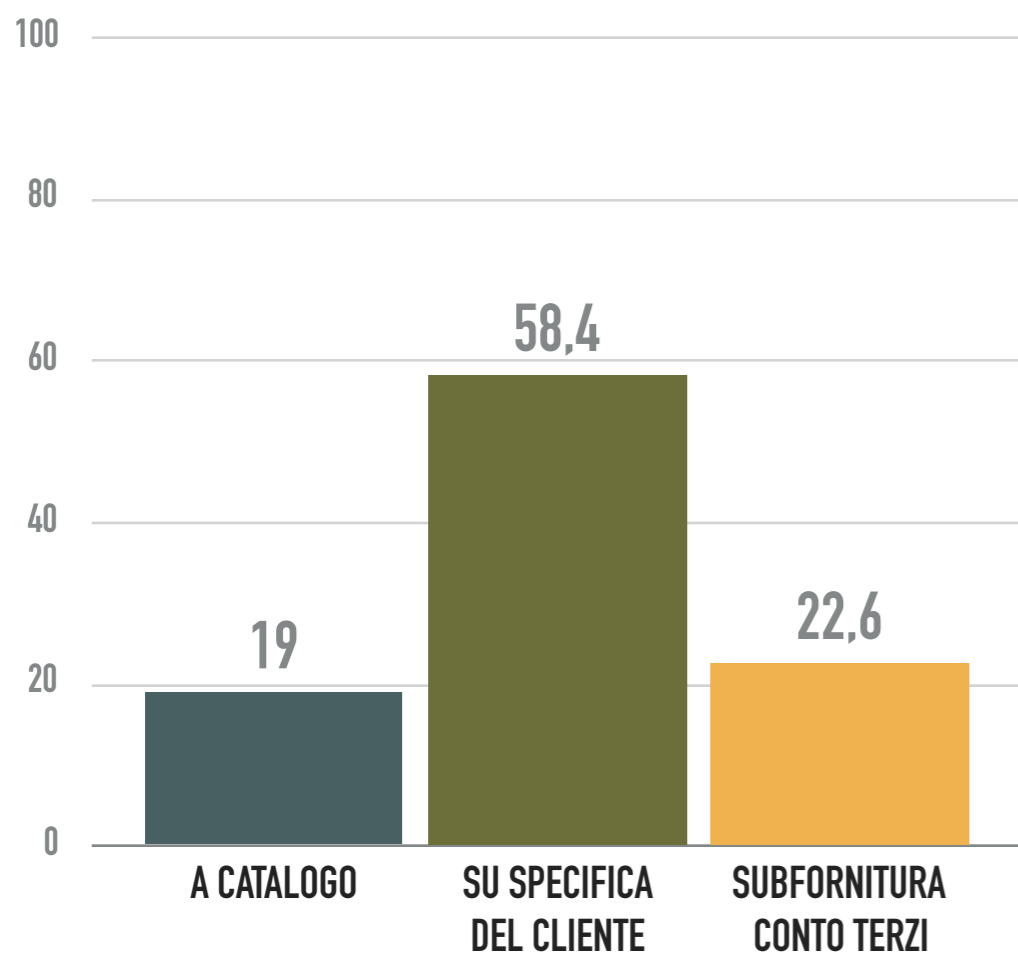


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

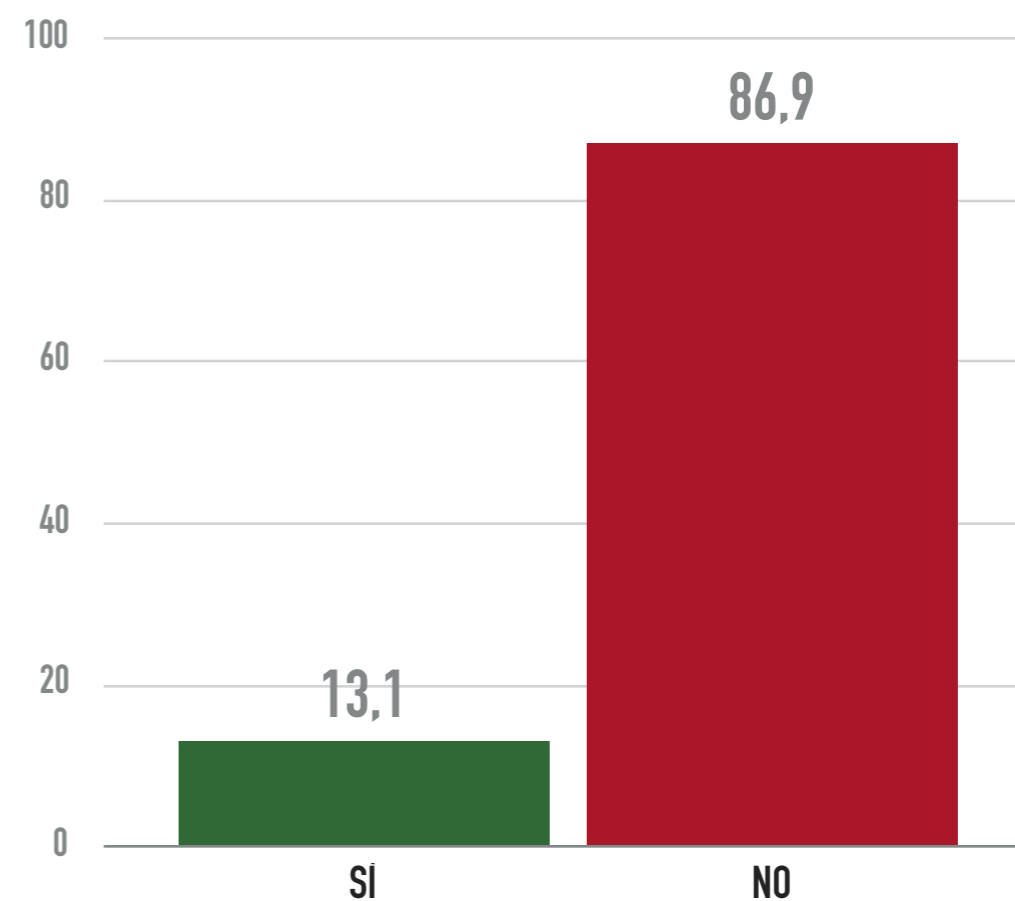
**PROFILO DELLE IMPRESE
INTERPELLATE**

PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE (1/5)

DI SOLITO LA SUA IMPRESA REALIZZA PRODOTTI:



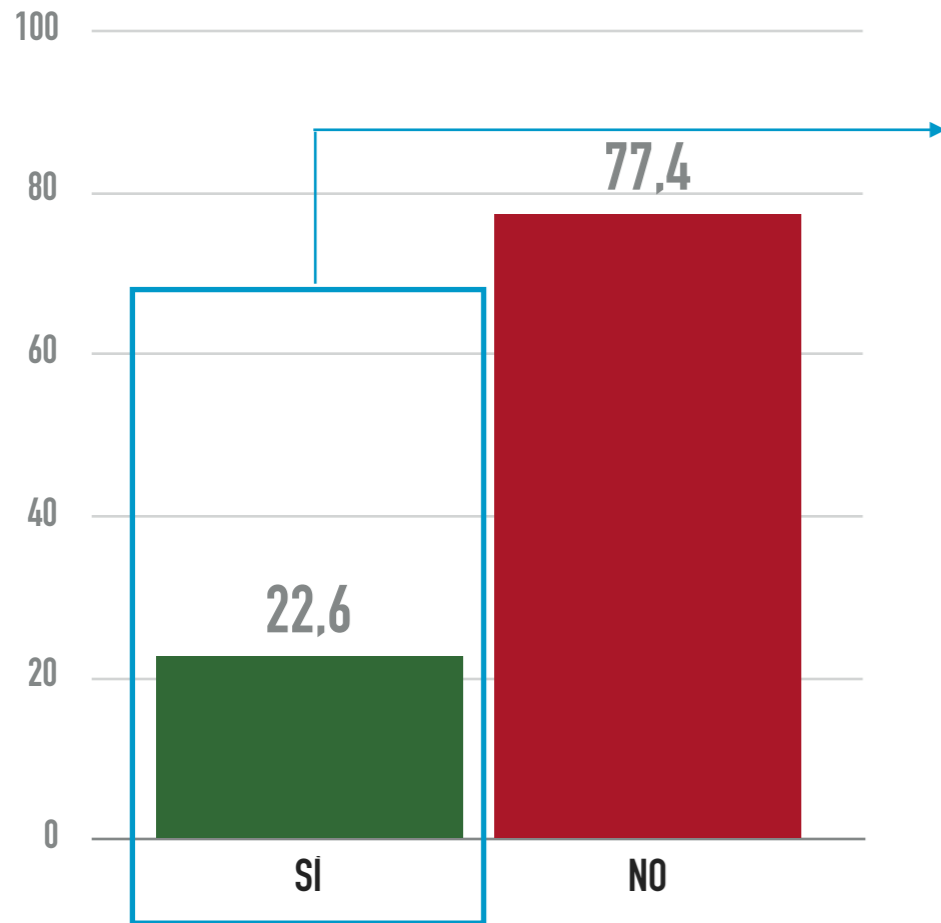
LA SUA IMPRESA POSSIEDE BREVETTI?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

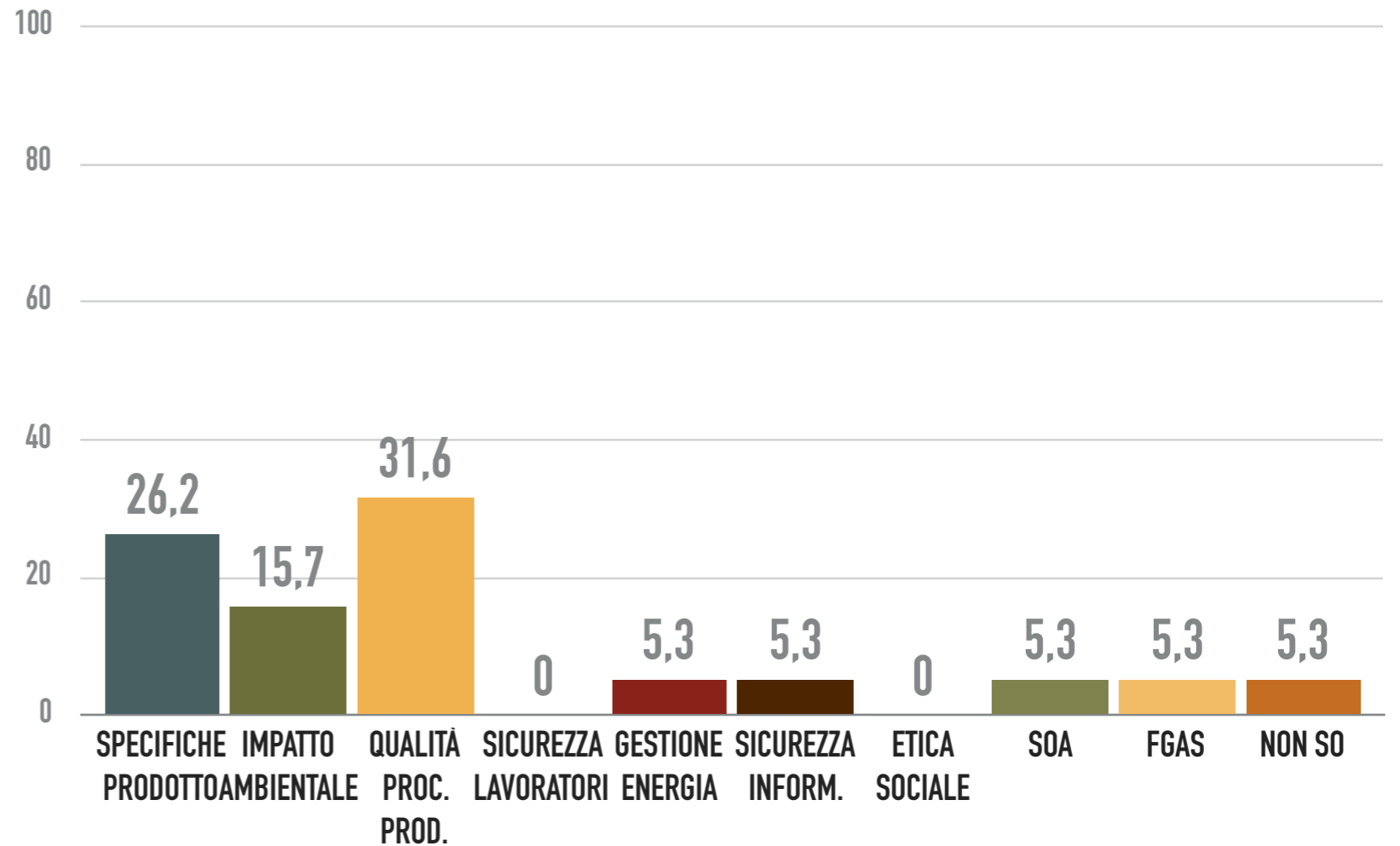
PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE (2/5)

LA SUA IMPRESE POSSIEDE CERTIFICAZIONI?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

SE SÌ, DI CHE TIPO?

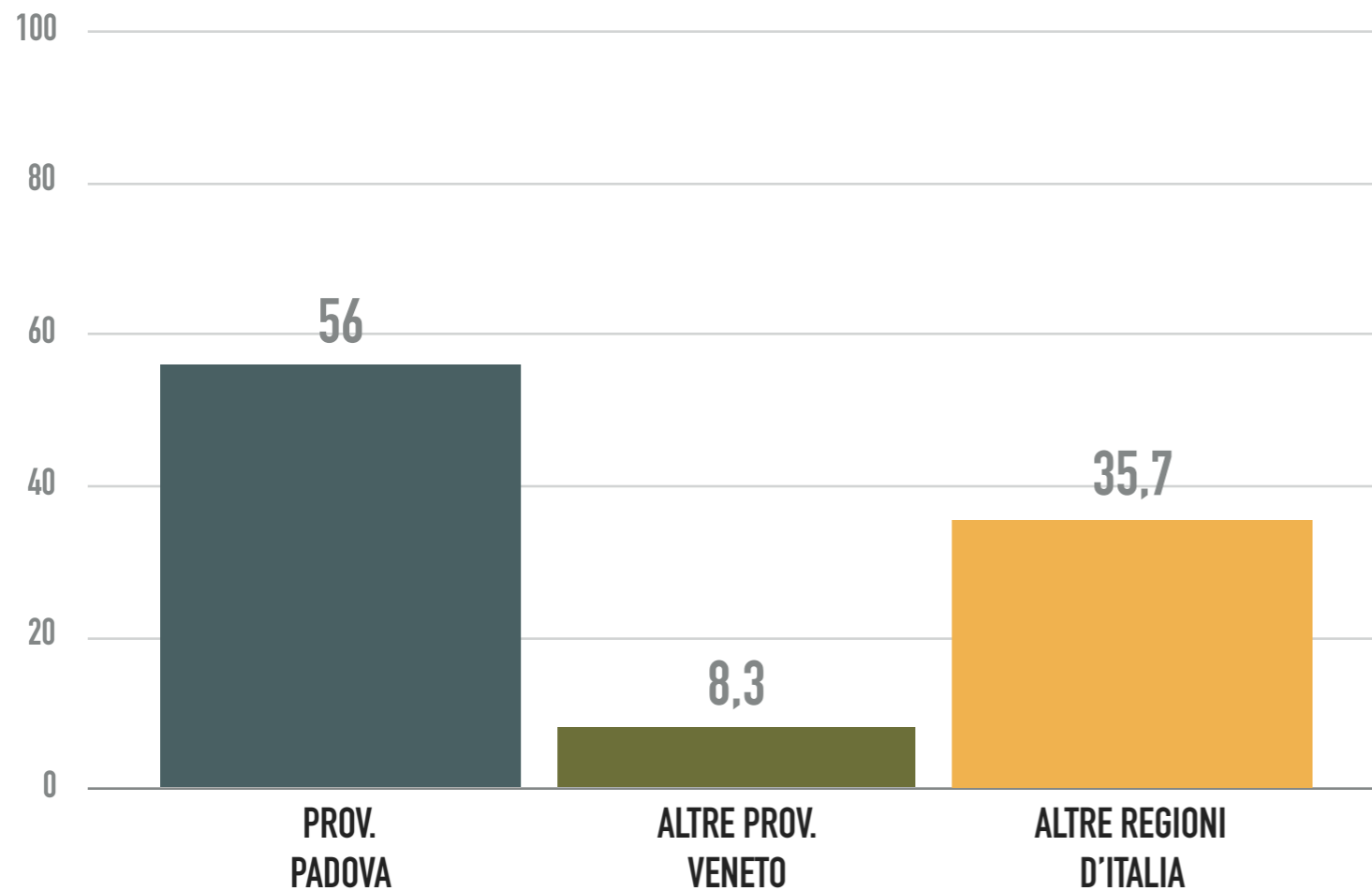


Valori % espressi sul totale di coloro (19) che hanno dichiarato di possedere certificazioni

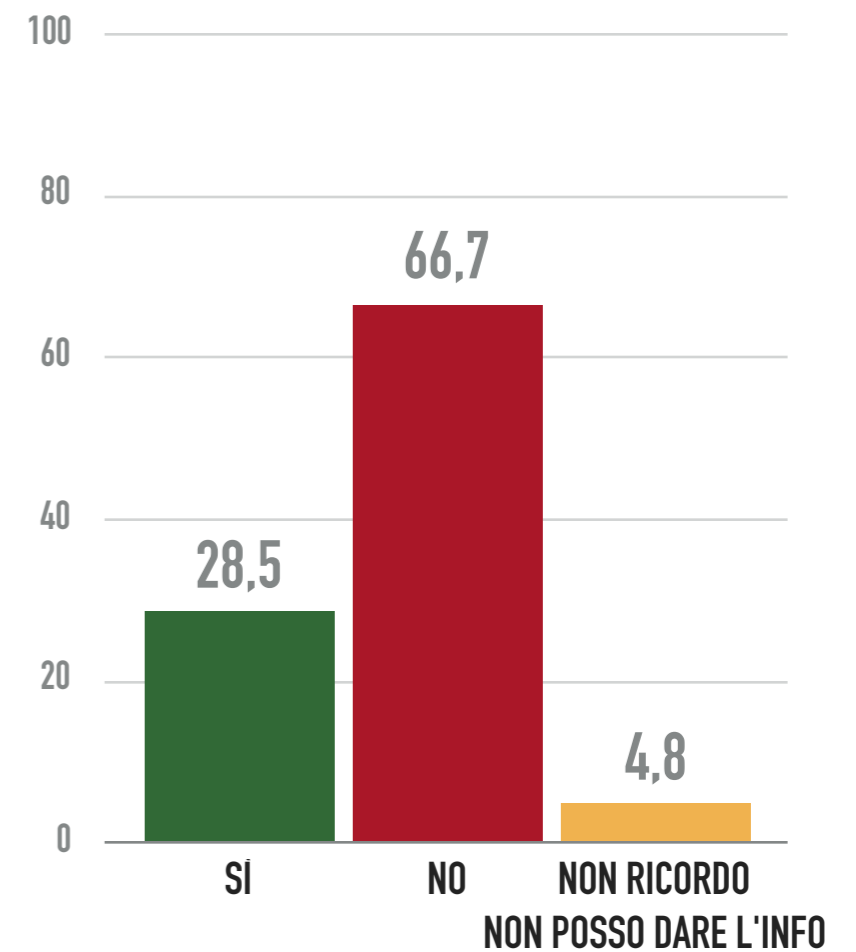
Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE (3/5)

LA SUA IMPRESA OPERA PREVALENTEMENTE IN:

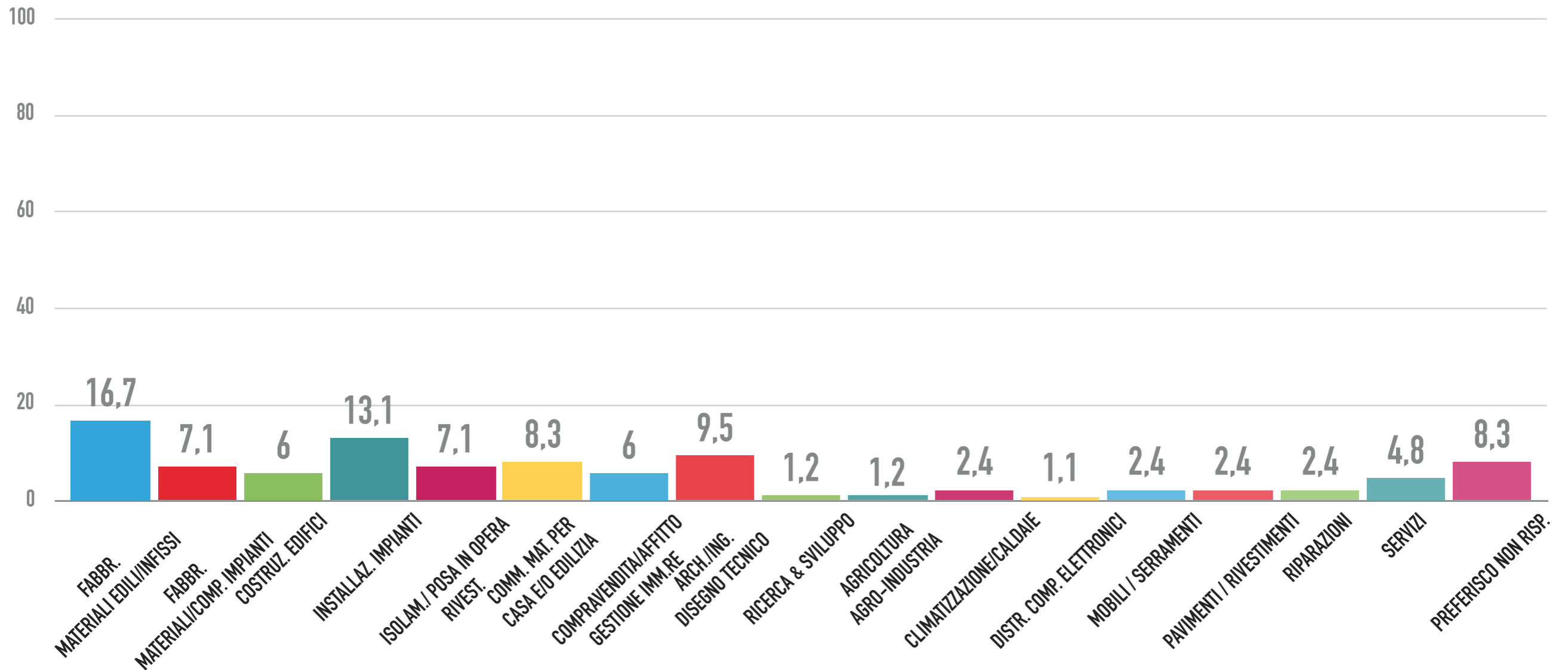


LA SUA IMPRESA HA UN SITO WEB?



PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE (4/5)

LA SUA IMPRESA SI OCCUPA PREVALENTEMENTE DI:

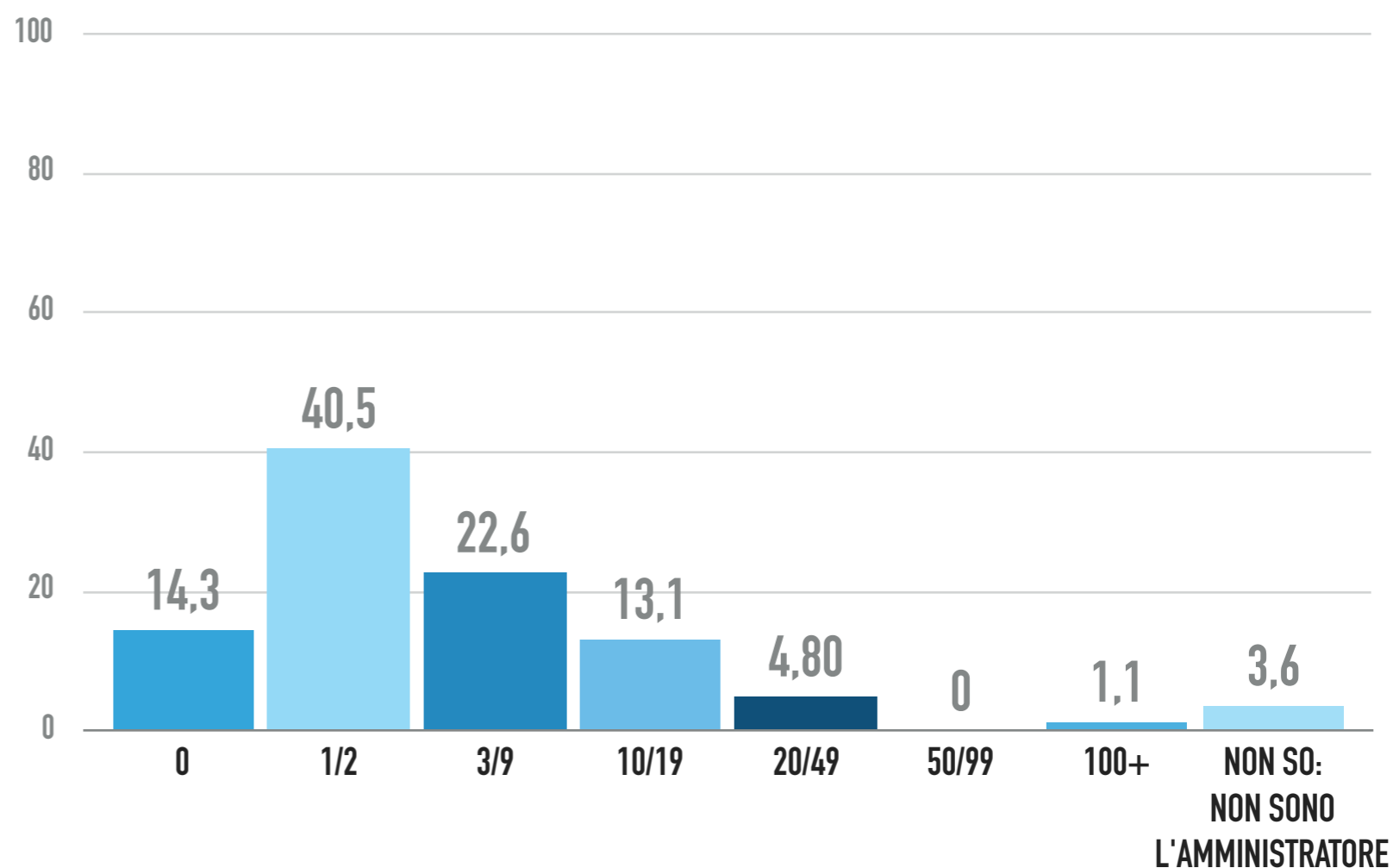
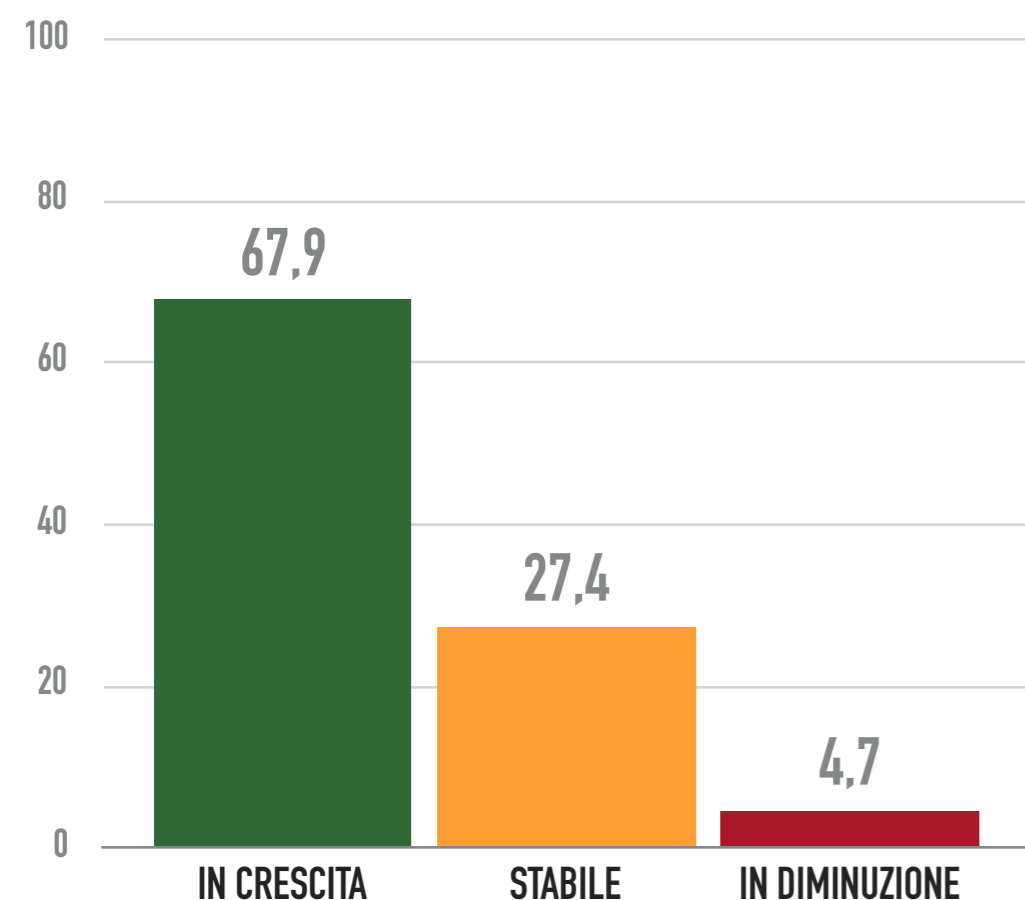


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE (5/5)

PER I PROSSIMI 3 ANNI (2018-2020), STIMA CHE IL FATTURATO DELLA SUA IMPRESA SARÀ:

AD OGGI (SETTEMBRE 2018) IL NUMERO DEI DIPENDENTI DELLA SUA IMPRESA È:



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

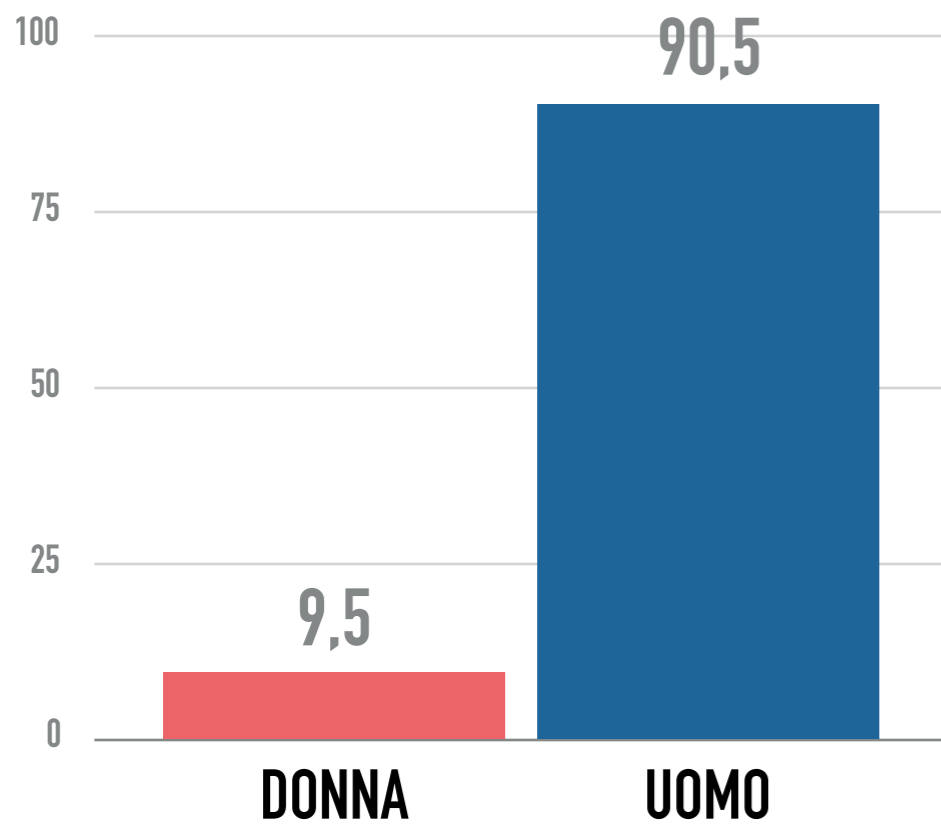


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

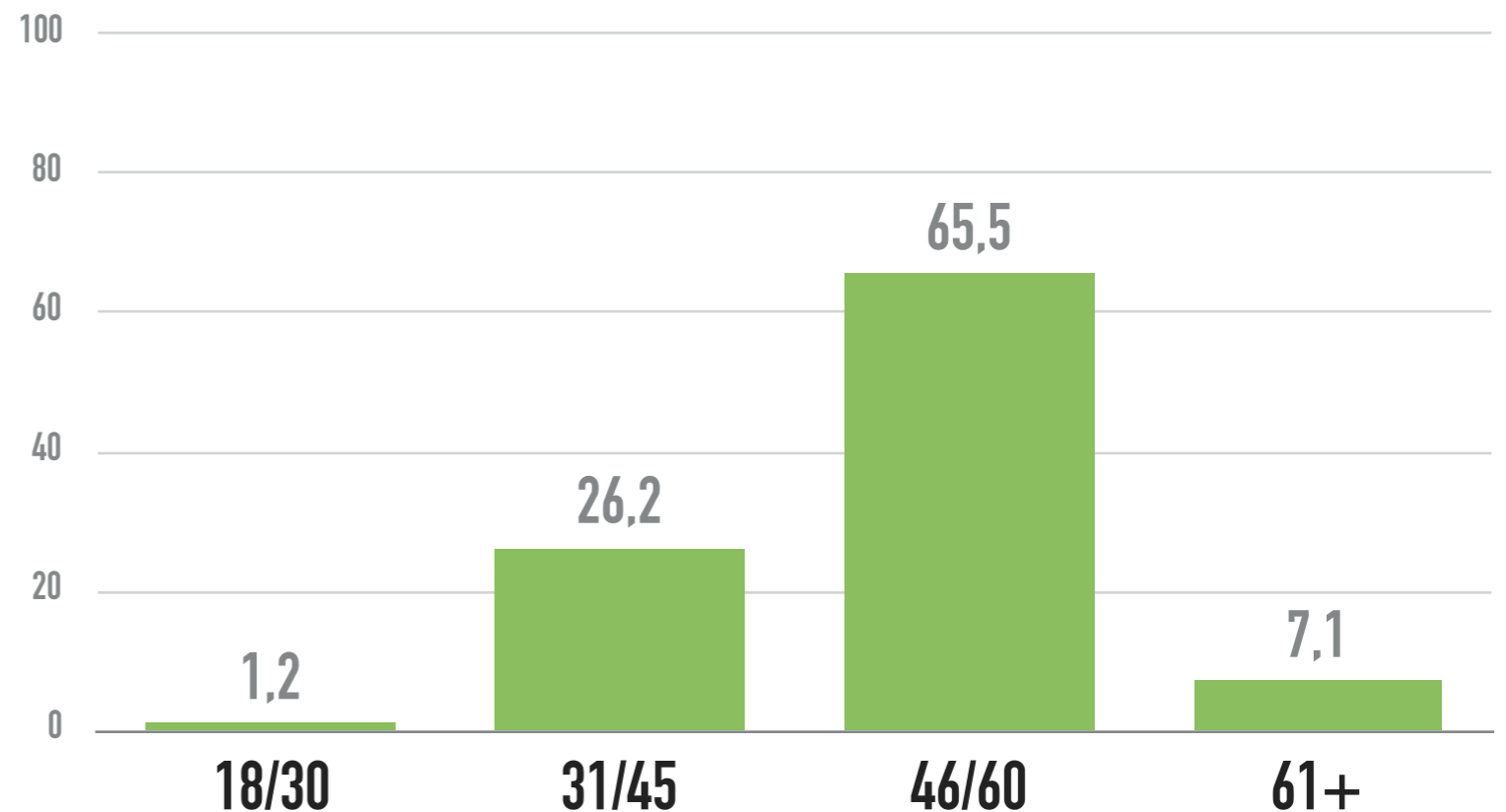
PROFILO DELL'AMMINISTRATORE

PROFILO DELL'AMMINISTRATORE (1/2)

GENERE



ETÀ

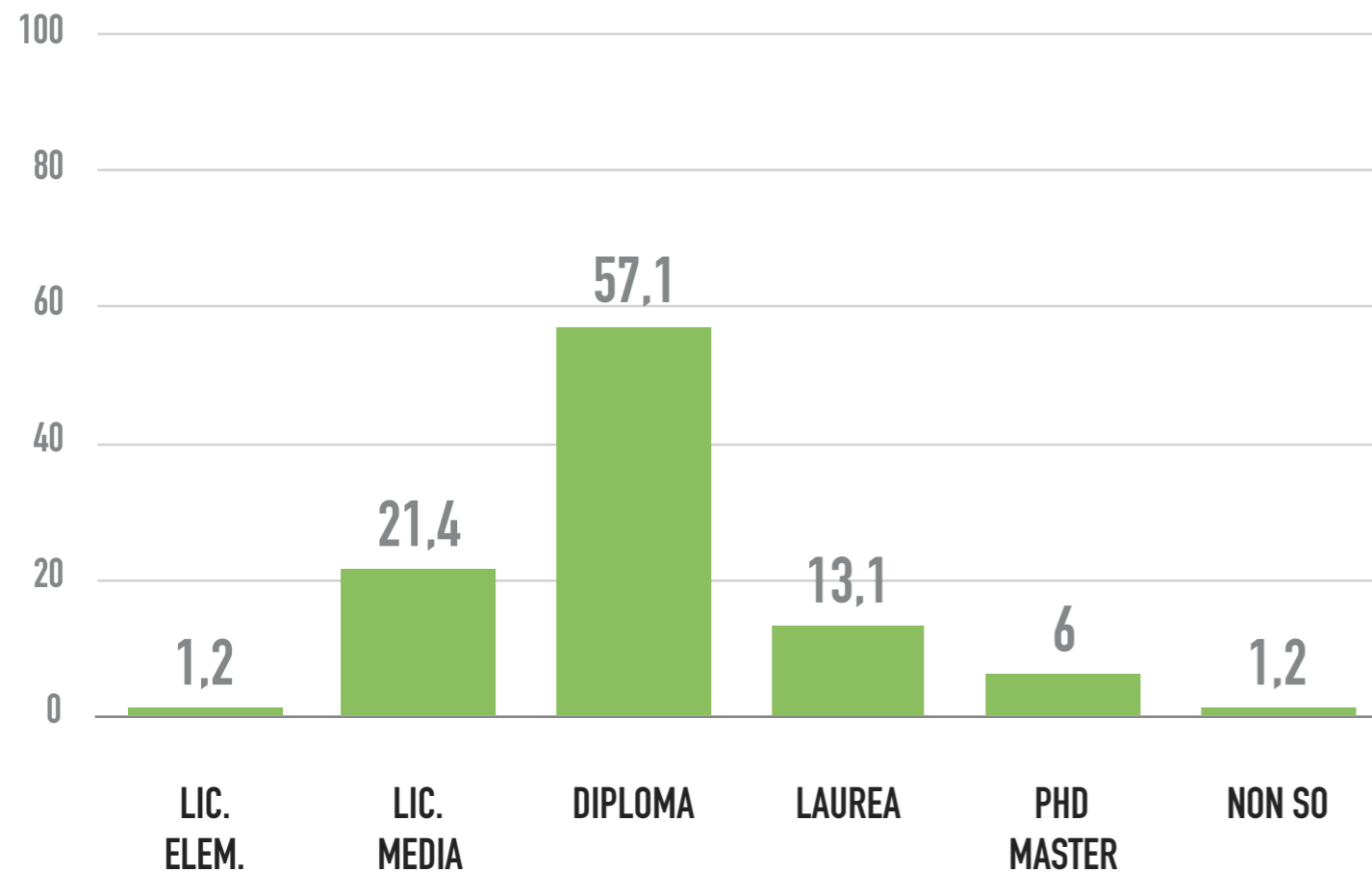


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

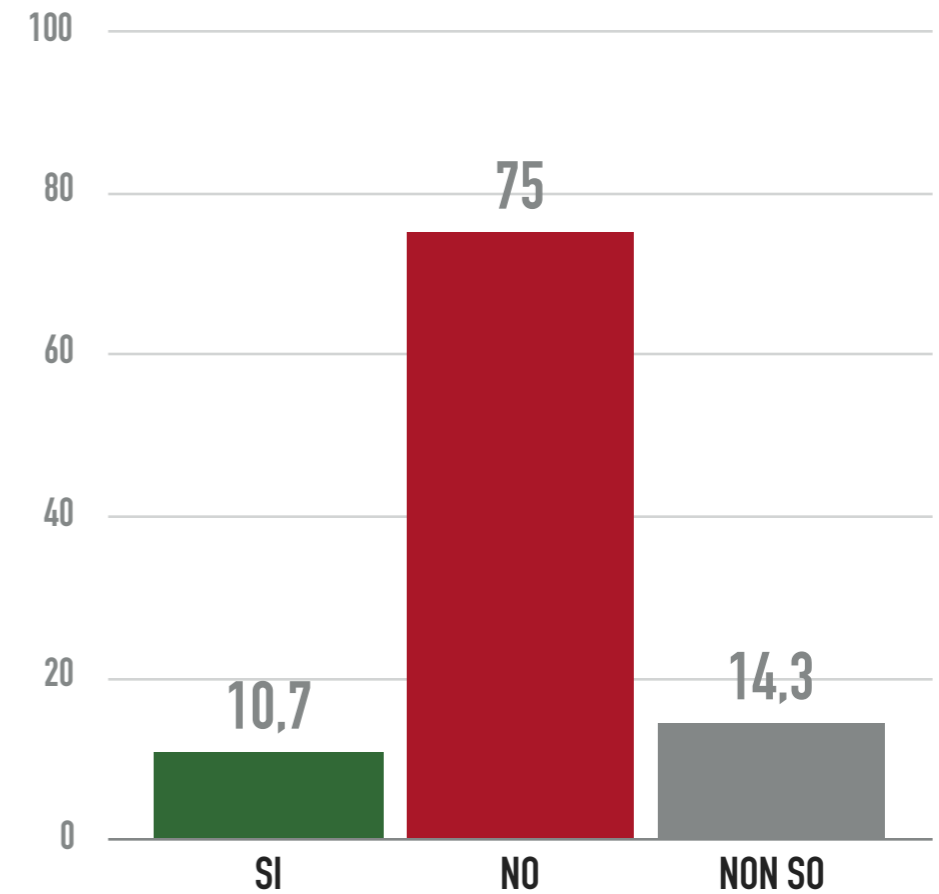
Per "Amministratore" si intende colui/colei che prende le decisioni in azienda

PROFILO DELL'AMMINISTRATORE (1/2)

GRADO DI ISTRUZIONE



ESPERIENZE DI STUDIO ALL'ESTERO



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

Per "Amministratore" si intende colui/colei che prende le decisioni in azienda



MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

**ANALISI STRATEGICA DELLE
RISULTANZE EMERSE**

L'APPROCCIO ALL'INNOVAZIONE

- ▶ Le rilevazioni condotte indicano come le imprese della filiera abbiano, fino ad oggi, mantenuto un **approccio "tradizionale" all'innovazione**: ciò si evince dall'analisi delle attività in cui esse dichiarano di essere al momento impegnate (cfr. pag. 30) (che sono, prevalentemente, volte ad "aumentare la qualità dei prodotti/servizi", "abbassare i costi di produzione" e "fidelizzare i clienti attuali"), a discapito di attività quali gli investimenti tecnologici, lo sviluppo / il potenziamento della business intelligence, la condivisione di informazioni sia all'interno della azienda sia al suo esterno, ad esempio mediante l'attivazione di partnership.
- ▶ Tale approccio emerge anche dallo scarso grado di adozione delle nuove tecnologie nei processi aziendali (cfr. pag. 61) - con l'unica eccezione di quelle dell'automazione, applicate ai "sistemi per la gestione della qualità" e alla "logistica/magazzino" - sia dalla **scarsissima conoscenza dell'Industria 4.0** (cfr. pag. 60), sia dall'incapacità di indicare quali siano le tecnologie strategiche (cfr. pag. 65) o esprimere un chiaro fabbisogno di competenze (cfr. pag. 57) per il futuro della propria impresa: elementi, questi ultimi, che potrebbero stare ad indicare una sorta di "sconforto" e/o "atteggiamento inerziale" da parte delle imprese della filiera e su cui la CCIAA dovrebbe, invece, intervenire con decisione, ad esempio sensibilizzando sui temi della coopetizione, oppure potenziando le attività informative circa gli strumenti messi a disposizione per il sostegno alle attività d'impresa.

IL RESPIRO DELLE IMPRESE

- ▶ Utile sarebbe, anche, intraprendere azioni volte ad **aumentare il "respiro internazionale" delle imprese** della filiera: ad oggi, infatti, nessuna di loro commercializza i propri prodotti/servizi al fuori dell'Italia (cfr. pag. 79), mentre pochissime sono quelle che posseggono brevetti (cfr. pag. 77), certificazioni (cfr. pag. 78) e/o che sono guidate da un Amministratore che ha avuto esperienze all'estero (cfr. pag. 84).
- ▶ Aiuterebbe, in tale direzione, anche la creazione di un sito web (posseduto al momento solo dal 28,5% del campione) o, almeno, di una pagina/vetrina di presentazione dedicata a ciascuna impresa: uno spazio, cioè, in cui essa possa farsi conoscere (non solo ai propri potenziali clienti, ma anche a potenziali nuovi partner) e presentare i propri ambiti di specializzazione. Ciò sarebbe utile anche in considerazione del fatto che la filiera è composta prevalentemente da micro-impresе, spesso di natura unipersonale e prive di una mole finanziaria tale da sostenere significativi investimenti.

L'ORIENTAMENTO AL FUTURO

- ▶ Interpellate sugli ambiti dell'innovazione a cui intendono guardare per il futuro (cfr. pag. 31), le imprese della filiera dimostrano una chiara **volontà di adeguare sempre di più i prodotti/ servizi offerti alle** specifiche **esigenze dello specifico cliente**, anche se attraverso una serie di leve tra loro molto differenziate (si rilevi, a tal riguardo, come diminuiscono le percentuali di risposta ove si comparino le pag. 30 e 31 del presente documento).
- ▶ Ulteriori elementi di **moderato ottimismo** si ravvisano nell'aumento dichiarato della quota di investimenti futuri (anche in virtù di una stima al rialzo del fatturato per gli anni a venire - cfr. pag. 81) destinati all'acquisizione di nuove tecnologie, alla frequenza di corsi di formazione / al deposito di brevetti (cfr. pag. 63), così come nella volontà di assumere nuovo personale o stringere rapporti di collaborazione con le imprese che già dispongono di una maggiore maturità tecnologica (cfr. pag. 67).

L'ORIENTAMENTO ALLA COLLABORAZIONE

- ▶ E', quest'ultimo, un dato particolarmente significativo: **fino ad oggi**, infatti, le imprese interpellate hanno, al contrario, dimostrato una **scarsa tendenza alla collaborazione**, che emerge anche dall'analisi delle modalità (cfr. pag. 32) e delle fonti di finanziamento (cfr. pag. 35) attraverso cui si è sviluppata innovazione.
- ▶ Appare preoccupante, infine, lo **scollamento tra il mondo delle imprese e quello della ricerca**: università e spin-off, infatti, non sono considerati né in qualità di partner con cui sviluppare innovazione (cfr. pag. 34) né in qualità di referenti a cui guardare per informarsi sulle novità nel proprio settore (cfr. pag. 37).
- ▶ Fortunatamente, tale dato viene in parte compensato dal ruolo che i soggetti interpellati riconoscono alle **associazioni di categoria**, sia per l'introduzione di innovazioni in azienda (il 42,8% delle imprese interpellate dichiara di collaborare «Sempre» con la propria associazione di categoria di riferimento), sia più marginalmente (6,7%) per l'aggiornamento sulle novità nel settore. Elemento che va letto anche alla luce della volontà delle imprese (cfr. pag. 37) di avere informazioni dal carattere spiccatamente pratico, già pre-adattate alla propria realtà aziendale e territoriale, per tutto ciò che concerne il "nuovo".

LE SFIDE PER LA CCIAA DI PADOVA

- ▶ La CCIAA, quindi, è chiamata a responsabilità molto specifiche:
 - ▶ Da un lato, incrementare **azioni di natura informativa e/o divulgativa** sulle nuove tecnologie che le imprese possono adottare nei propri processi produttivi, strutturandoli però con le caratteristiche appena delineate
 - ▶ dall'altro, **raccogliere e valorizzare la volontà delle imprese di potenziare la collaborazione** tra loro, vincendo se possibile le "sacche di resistenza" che ancora permangono nei confronti dei propri colleghi (si considerino, al riguardo, gli scostamenti percentuali tra la propensione alle aggregazioni cross-settoriali rispetto a quelli intra-settoriali rappresentati alle pagg. 72 e 73).
- ▶ Anche in quest'ultimo caso, l'azione informativa sembrerebbe essere la più efficace (cfr. pag. 75), anche se non può essere ignorato il ruolo che **costi** percepiti come **«elevati» e «complessità burocratiche»** ancora svolgono come **barriere** sia allo sviluppo di innovazione (cfr. pag. 58) sia all'adesione a forme collaborative (cfr. pag. 71). Barriere che, necessariamente, la CCIAA non può non impegnarsi ad abbattere.



MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

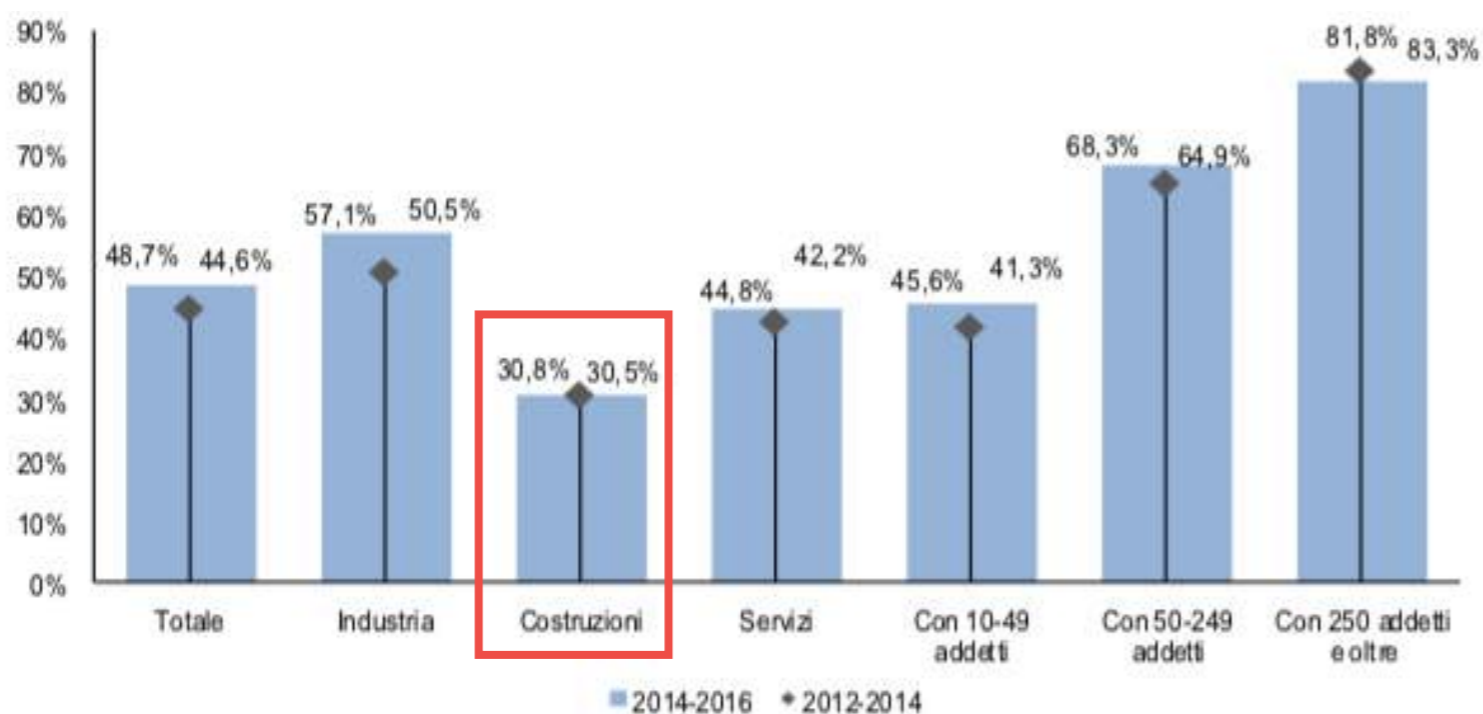
**LA FILIERA NEL CONTESTO
NAZIONALE ED EUROPEO**

I TREND NAZIONALI ^(1/5)

- ▶ Secondo il rapporto sull'Innovazione nelle imprese pubblicato dall'Istat il 24 settembre 2018 (<https://www.istat.it/it/archivio/221303>), la propensione innovativa è stata, nel biennio 2014-2016, in netta ripresa fra le piccole e medie imprese (+4,3 punti percentuali per le prime e +3,4 punti per le seconde): i settori più dinamici, sotto questo punto di vista, sono stati quelli dell'informatica, dell'elettronica, della chimica e farmaceutica, della produzione di apparecchiature elettriche, macchinari e mezzi di trasporto, della gomma e delle materie plastiche, della carta e della metallurgia.
- ▶ I settori del legno, della lavorazione di minerali non metalliferi e gli articoli in pelle esprimono minore propensione ad innovare, sebbene in alcuni casi (+7,6 punti percentuali nel settore della pelle) si registri una sensibile ripresa degli investimenti in innovazione. Più inerziale, invece, è il comportamento delle imprese che operano nel comparto delle costruzioni, dove si registrano le percentuali più basse di innovazione (cfr. grafico pagina seguente).

I TREND NAZIONALI (1/5)

IMPRESSE CON ATTIVITÀ INNOVATIVE DI PRODOTTO, PROCESSO, ORGANIZZATIVE O DI MARKETING PER SETTORE ECONOMICO E DIMENSIONE AZIENDALE



Valori percentuali sul totale delle imprese. Fonte: Istat, 2018.

PRINCIPALI INDICATORI DI INNOVAZIONE DELLE IMPRESE PER MACROSETTORE E CLASSE DI ADDETTI

MACRO-SETTORI E CLASSI DI ADDETTI	Imprese con attività innovative *	Imprese con attività innovative di prodotto-processo*	Imprese che hanno introdotto almeno una innovazione di prodotto o servizio*	Spesa per l'innovazione per addetto (mgl euro)**. Anno 2016	Imprese innovatrici che cooperano con l'esterno** *
Industria	57,1	49,5	46,3	9,6	13,2
Costruzioni	30,8	19,5	18,2	4,9	9,0
Servizi	44,8	31,1	29,3	6,0	15,1
10-49 addetti	45,6	35,0	32,8	8,9	11,6
50-249 addetti	68,3	57,6	53,9	7,1	18,3
250 addetti e oltre	81,8	74,9	70,0	7,7	35,7
Totale	48,7	38,1	35,7	7,8	13,6

(*) % sul totale delle imprese

(**) Fa riferimento alle imprese che hanno svolto attività innovative di prodotto-processo

(***) % sul totale delle imprese con attività innovative di prodotto-processo

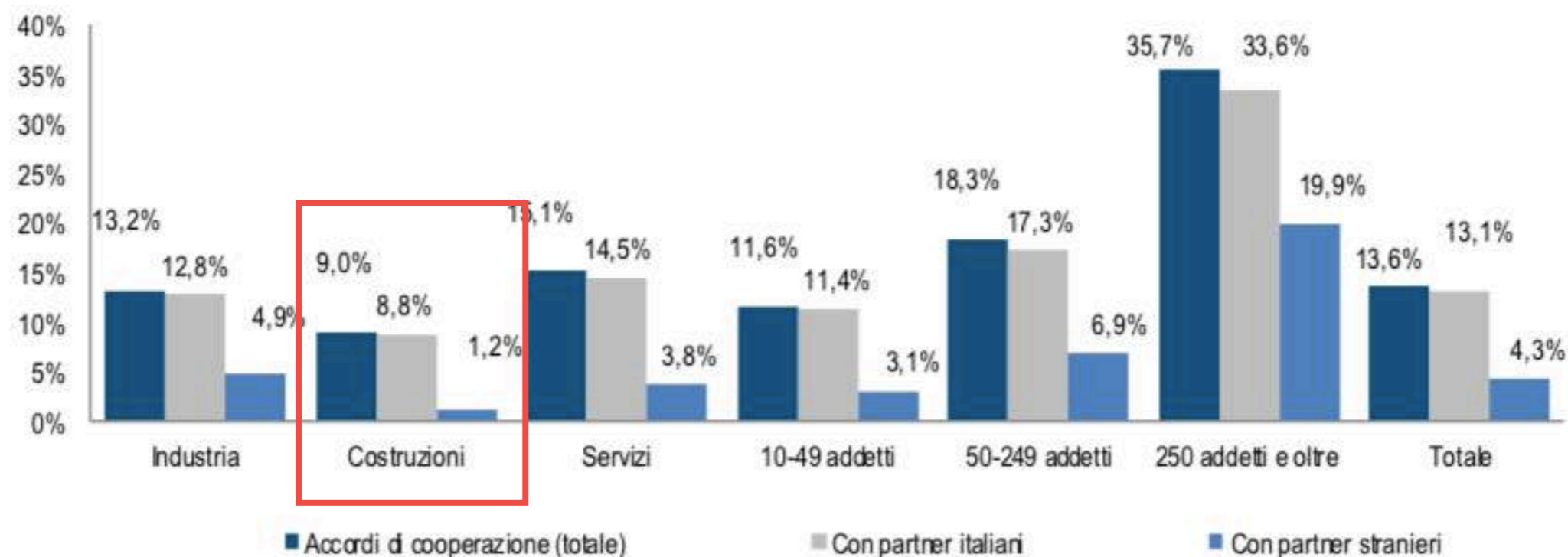
Anni 2014-2016, valori percentuali (salvo diversa indicazione)
Fonte: Istat, 2018.

I TREND NAZIONALI ^(3/5)

- ▶ Tale scarsa tendenza ad innovare si accompagna ad un certa ritrosia nell'avviare rapporti di collaborazione per lo sviluppo di innovazione. Un atteggiamento, questo, che pone le PMI del territorio padovano in linea con quanto rilevato a livello nazionale.
- ▶ Solo il 13,6% delle imprese innovatrici in senso stretto, infatti, nel periodo compreso tra il 2014 e il 2016 ha stipulato accordi di cooperazione per l'innovazione contro il 19,8% del periodo precedente (anni 2012-2014).
- ▶ Analizzando il numero di imprese innovative per settore, il primato spetta al comparto dei servizi (15,1%), con punte massime nella ricerca e sviluppo (59,3%; un dato che è comunque se in netto calo contro il 72,2% del periodo precedente) e nell'informatica (35,8%).
- ▶ Nell'industria (che nel suo complesso registra il 13,2% di imprese innovative) tra le imprese che innovano più frequentemente cooperando con altri soggetti compaiono quelle attive nella produzione di computer e prodotti di elettronica (39,8%), mentre le imprese che operano nel settore delle costruzioni sono quelle che innovano meno frequentemente (9%).
- ▶ *Cfr. Grafico a pagina seguente*

I TREND NAZIONALI (4/5)

IMPRESE CON ACCORDI DI COOPERAZIONE PER L'INNOVAZIONE



Anni 2014- 2016, valori percentuali sul totale delle imprese innovatrici in senso stretto. Fonte: Istat, 2018.

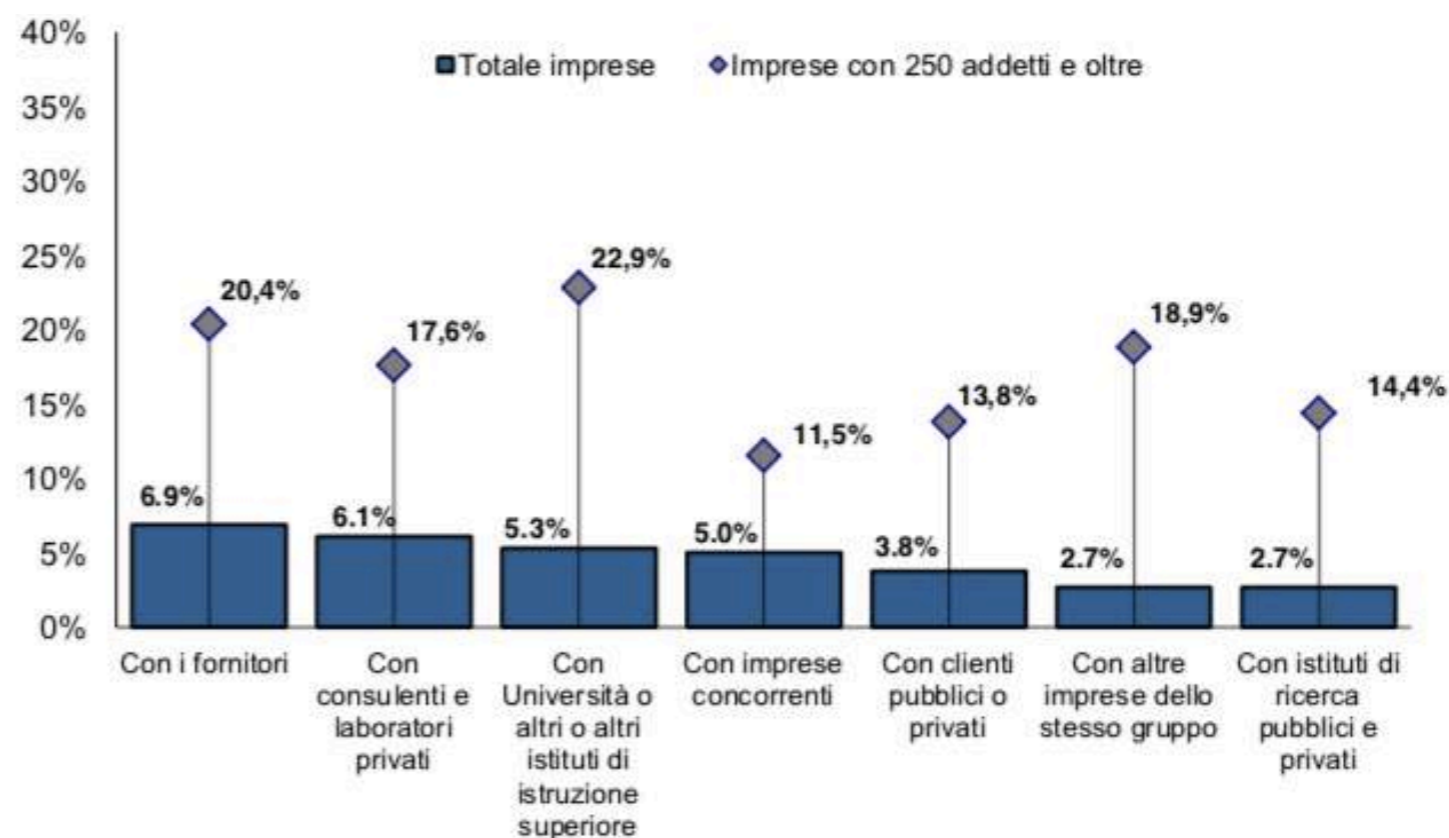
- Da tale prospetto è altresì possibile rilevare come la propensione a cooperare aumenti al crescere della dimensione aziendale: la percentuale di imprese che cooperano passa, infatti, dall'11,6% delle piccole imprese (con 10-49 addetti) al 35,7% delle grandi (250 addetti e oltre).

I TREND NAZIONALI (5/5)

- ▶ La collaborazione ai fini dello sviluppo di innovazione è, ancora oggi, pressoché limitata agli scambi di know-how che le aziende hanno con i propri fornitori (6,9%), i consulenti e laboratori privati (6,1%) e, più marginalmente, con i propri clienti (3,8%).
- ▶ Si tratta di relazioni prevalentemente informali nel caso delle PMI, di rapporti di collaborazione inquadrati in accordi e/o contratti nel caso delle grandi imprese.

IMPRESE CON ACCORDI DI COOPERAZIONE PER L'INNOVAZIONE PER TIPOLOGIA DI PARTNER - TOTALE E GRANDI IMPRESE

Anni 2014- 2016, valori percentuali sul totale delle imprese innovatrici in senso stretto. Fonte: Istat, 2018.

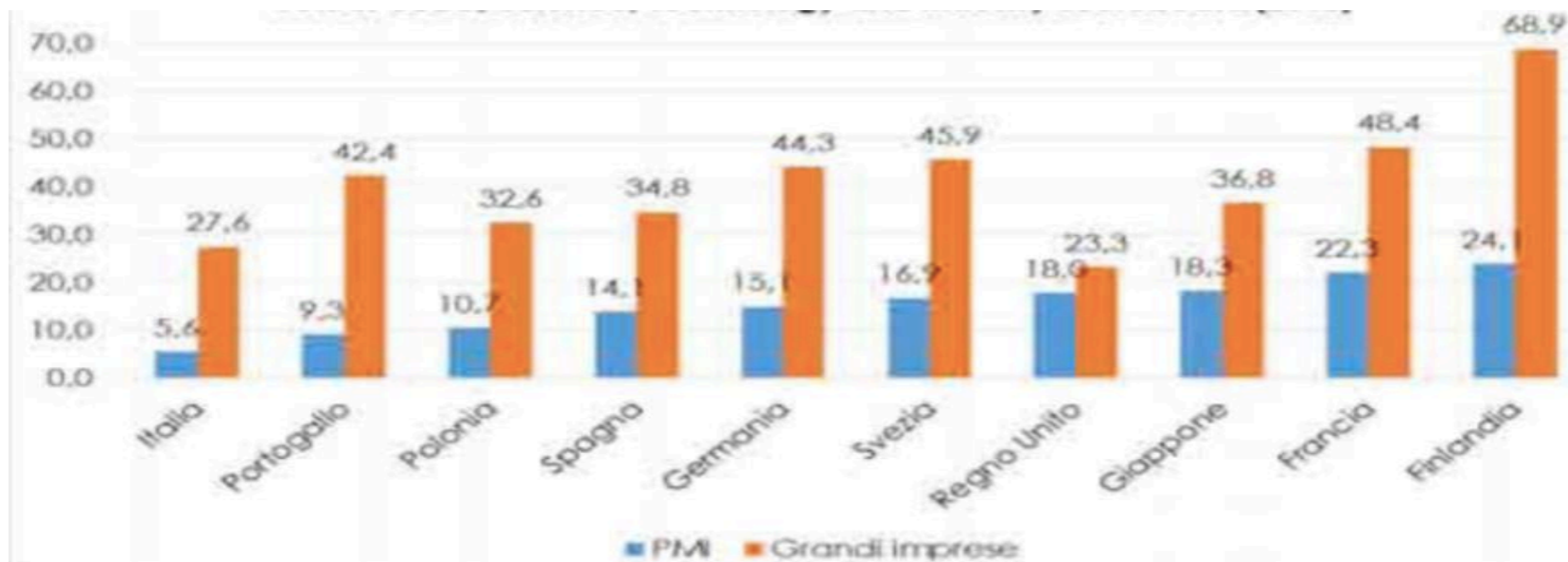


I TREND EUROPEI ^(1/3)

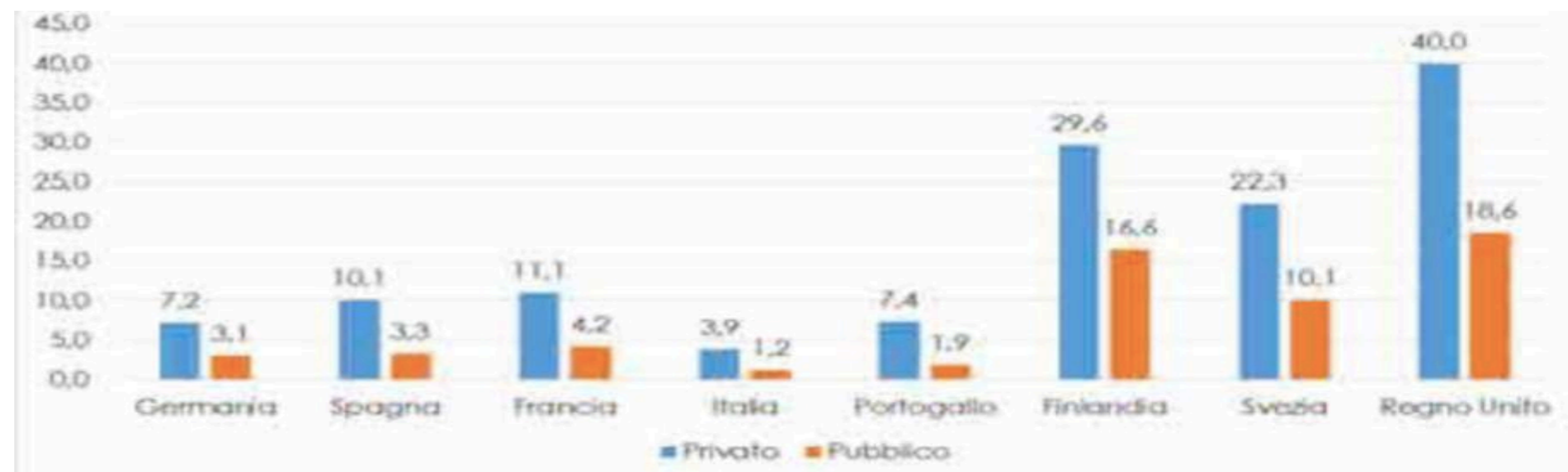
- ▶ Marginale, invece, la collaborazione con le Università e/o da altri soggetti pubblici: è vero che, in termini aggregati, essa rappresenta il 5,3% del totale (*cf. Grafico a pagina precedente*), ma bisogna considerare che gli accordi con le Università interessano prevalentemente le grandi imprese (22,9%), le quali spesso cooperano anche con altre imprese del gruppo (18,9%) e con i propri clienti (pubblici o privati).
- ▶ Tali dati vengono ulteriormente ridimensionati ove si consideri non la prospettiva nazionale, ma quella comunitaria.
- ▶ Secondo quanto riportato dall'ultima edizione del Community Innovation Survey (2014), infatti, solo 3,9% delle imprese innovative italiane attiva collaborazioni con operatori privati e solo 1,2% con operatori pubblici. Il Regno Unito presenta le percentuali maggiori di collaborazione delle imprese innovative sia con il settore privato (40%), sia con il settore pubblico (18,6%), seguito dalla Finlandia, dove si registrano il 29,6% delle collaborazioni con il settore privato e il 16,6% con il settore pubblico, e dalla Svezia (22,3% con il settore privato e 10,1% con quello pubblico). *I grafici sono riportati alla pagina seguente.*

I TREND NAZIONALI ED EUROPEI (2/3)

**% DI IMPRESE INNOVATIVE
IMPEGNATE IN COLLABORAZIONI
CON UNIVERSITÀ O IST. DI
RICERCA**



**% DI IMPRESE INNOVATIVE
IMPEGNATE IN COLLABORAZIONI
CON CLIENTI E FORNITORI DEL
SETTORE PUBBLICO E PRIVATO**

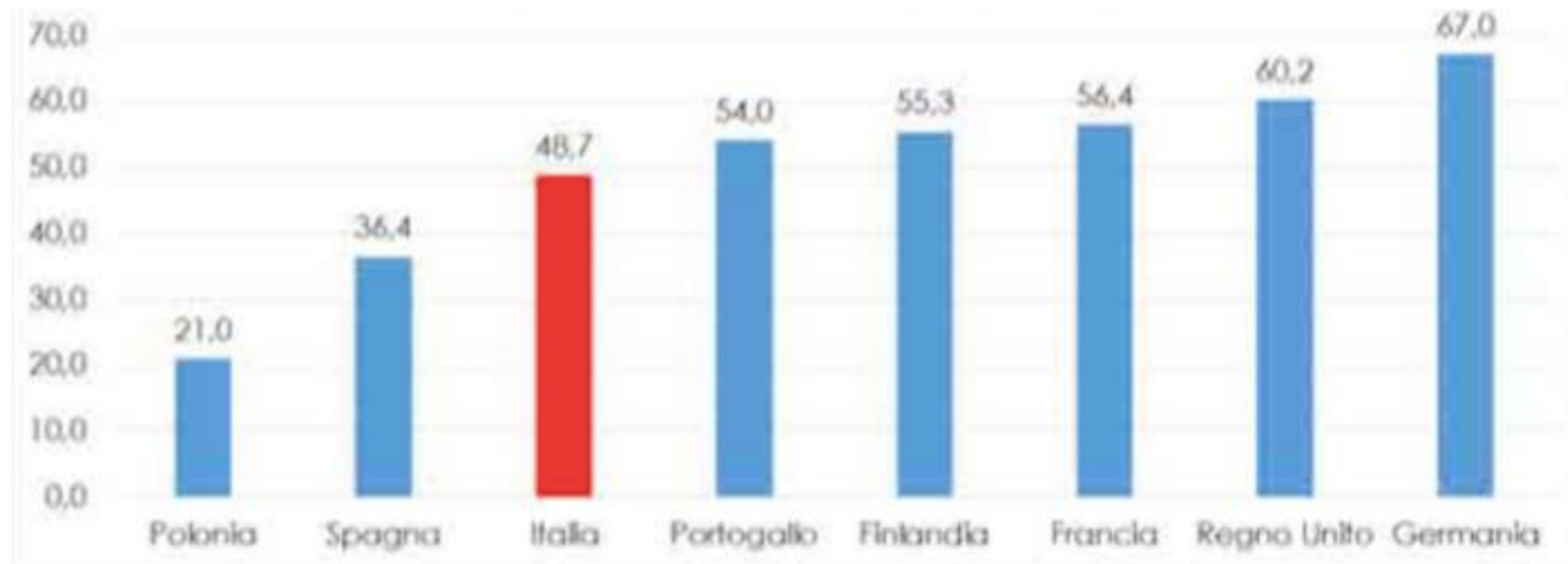


Valori espressi in % sul totale delle imprese innovative, per classe di addetti. Fonti: OECD Science, Technology and Industry Scoreboard e EUROSTAT Community Innovation Survey, 2015

I TREND NAZIONALI ED EUROPEI (3/3)

- ▶ In termini generali, l'Italia è la terzultima in classifica per valore percentuale di imprese sul totale che hanno realizzato almeno una innovazione (48,7%), in netto distacco da Germania (67%) e Regno Unito (60,2%), che sono invece i Paesi europei dove si innova di più.

IMPRESE INNOVATRICI NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI

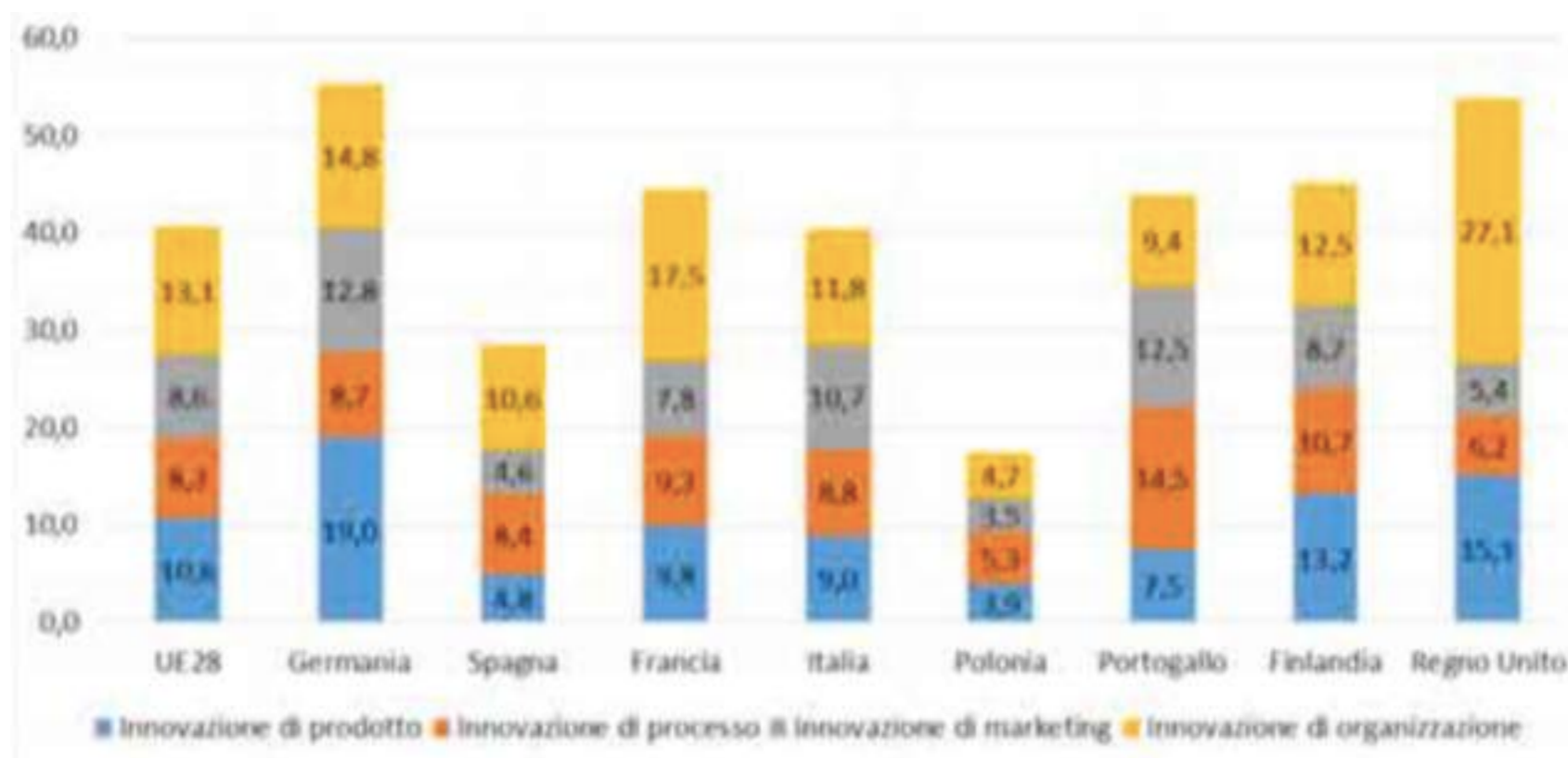


Valori espressi in % sul totale delle imprese, settori "Innovation Core Activities" reg. UE 995/2012. Fonte: EUROSTAT, Community Innovation Survey, 2014

LE TIPOLOGIE DI INNOVAZIONE (1/3)

Analizzando il campo di attuazione dell'innovazione in Europa, l'innovazione di prodotto è la tipologia più frequente in Germania (19%) e in Finlandia (13,2%); in Spagna (10,6%), Francia (17,5%), Regno Unito (27,1%), invece, la percentuale più alta si registra per l'innovazione organizzativa, analogamente alla media UE (13,1%). Infine, in Polonia (5,3%) e Portogallo (14,5%) le innovazioni maggiormente sviluppate sono quelle di processo. Se si guarda all'Italia, infine, la maggioranza delle imprese realizza innovazione organizzativa (11,8%), seguita dall'innovazione nel marketing (10,7%), da quella di prodotto (9%) e da quella di processo (8,8%).

IMPRESE INNOVATRICI NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI PER TIPOLOGIA DI INNOVAZIONE



Valori espressi in % sul totale delle imprese, settori "Innovation Core Activities" reg. UE 995/2012.

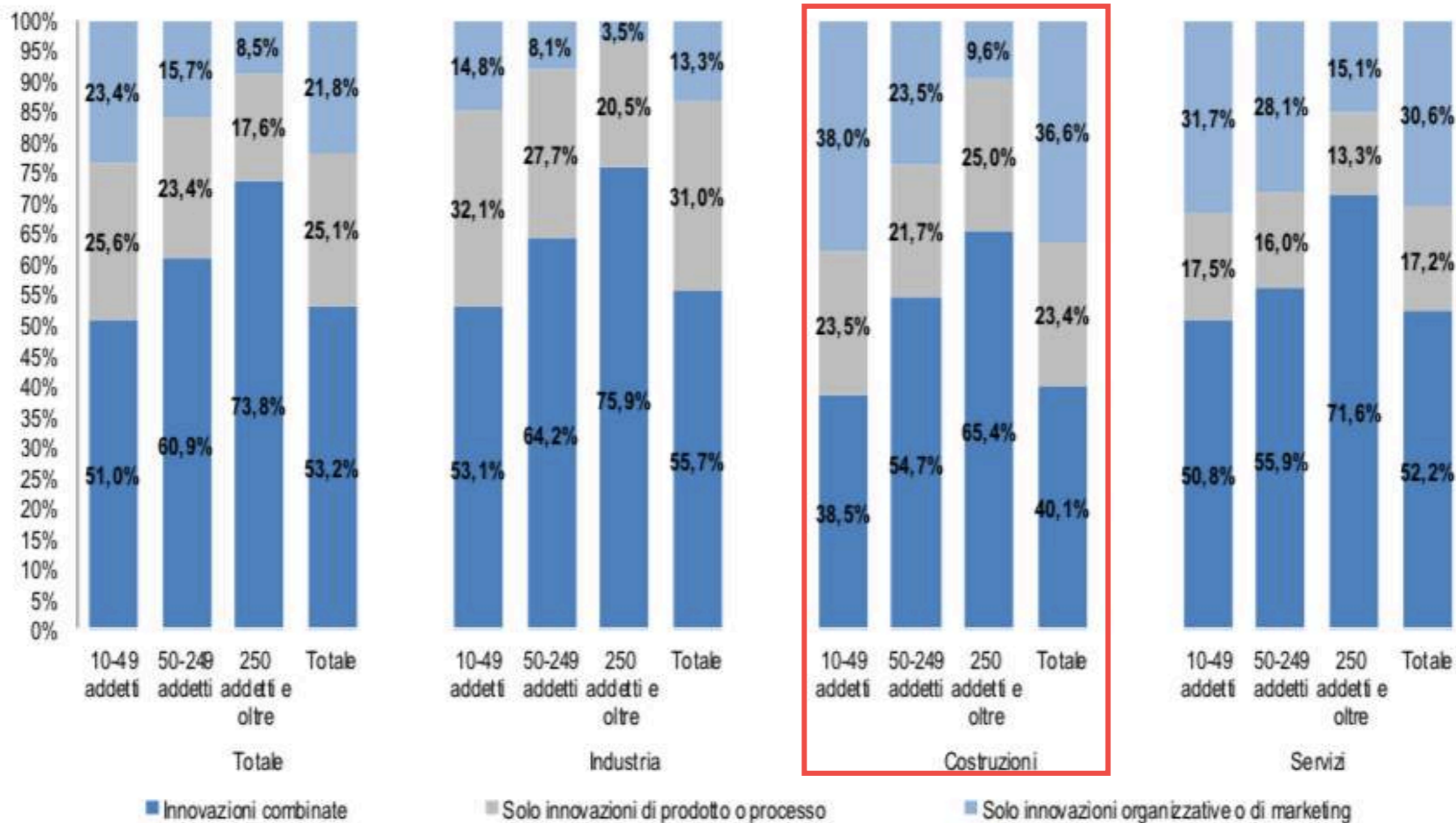
Fonte: EUROSTAT, Community Innovation Survey, 2014

LE TIPOLOGIE DI INNOVAZIONE ^(2/3)

- ▶ Le imprese innovative italiane si stanno, comunque, orientando verso lo sviluppo di soluzioni sempre più complesse, che combinano cioè tipologie differenti di innovazione: un comportamento in aumento rispetto al triennio 2012- 2014 (+8,2 punti percentuali).
- ▶ L'attitudine ad adottare contestualmente pratiche innovative differenti muta tuttavia al variare delle caratteristiche strutturali delle imprese. Nel comparto delle costruzioni, infatti, essa cresce sensibilmente nelle imprese più grandi (interessa il 65,4% delle imprese con 250 addetti e oltre), per poi diminuire nelle imprese con meno di 50 addetti (54,7%) e calare ulteriormente nel caso delle piccole imprese (38,5%), che si attestano al di sotto del valore medio di settore (40,1%).
- ▶ Tra i principali investitori di soluzioni complesse di innovazione sono da segnalare l'industria elettronica, le telecomunicazioni e le assicurazioni: in questi settori, tre quarti delle imprese innovatrici realizzano innovazioni di prodotto/processo combinate ad altre forme più soft non strettamente collegate alle tecnologie, quali le innovazioni organizzative e di marketing.
- ▶ Più orientati alla sola innovazione di processo sono, invece, i settori ad elevate economie di scala e quelli maturi (quale è, appunto, il comparto delle costruzioni), mentre tra i settori che scelgono più frequentemente di investire in nuovi prodotti senza innovare i processi vi sono quelli a più alta intensità di conoscenza (R&S, elettronica e informatica).
- ▶ *Cfr. Grafico a pagina seguente*

LE TIPOLOGIE DI INNOVAZIONE (3/3)

IMPRESSE CON ATTIVITÀ INNOVATIVE PER TIPOLOGIA DI INNOVAZIONE INTRODOTTA, MACROSETTORE E CLASSE DI ADDETTI



Anni 2014- 2016, valori percentuali sul totale delle imprese innovatrici in senso stretto. Fonte: Istat, 2018.

LE MICRO/PICCOLE IMPRESE INNOVATRICI

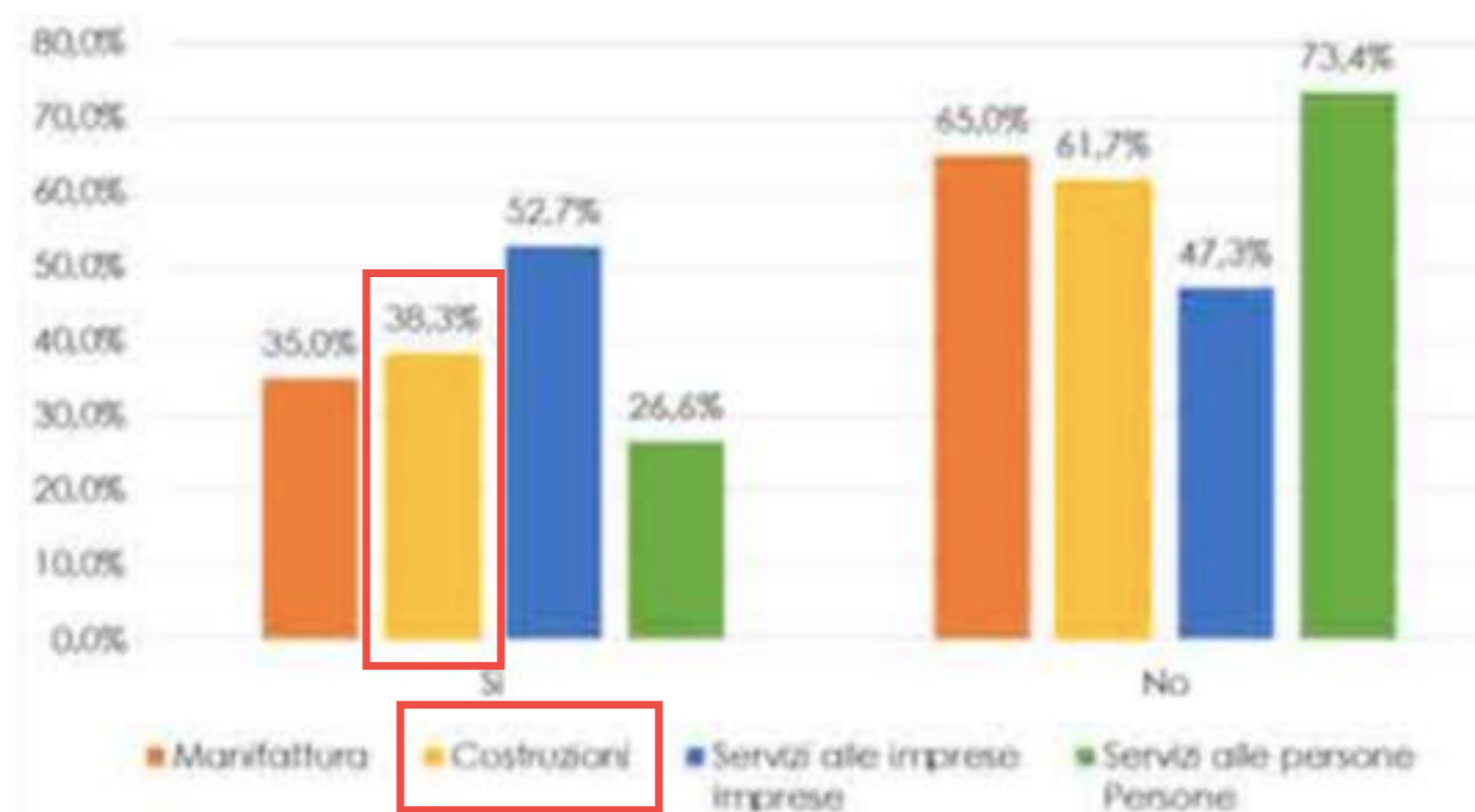
- ▶ Come rilevato, i dati presentati nel rapporto Istat prendono in considerazione i comportamenti delle imprese con un numero di addetti superiori a 10. Per verificare, tuttavia, la presenza di eventuali differenze sul piano delle strategie e delle risorse (professionali, finanziarie, organizzative) disponibili per l'innovazione tra Micro-Piccole Imprese (MPI) ed ottenere, così, un quadro di conoscenza che permetta più puntuali comparazioni tra le realtà nazionale e quella del tessuto produttivo padovano, si riportano di seguito le principali risultanze emerse da un'indagine a cura di Fondazione Cotec e CNA (2017), che ha preso in considerazione il comportamento di MPI attive nei settori manifatturiero, delle costruzioni e dei servizi alle persone relativamente al biennio 2014-2016.
- ▶ L'indagine monitora l'introduzione di tre differenti tipologie di innovazione:
 - ▶ Di prodotto/di servizio
 - ▶ Di processo
 - ▶ Di organizzazione / di marketing

INNOVAZIONI DI PRODOTTO/SERVIZIO ^(1/3)

- ▶ Relativamente alle innovazioni di prodotto/servizio è emerso che:
 - ▶ la percentuale di MPI che nel triennio 2014-2016 hanno realizzato prodotti o servizi tecnologicamente innovativi è pari, in media, al 38,1%. Il settore delle costruzioni è in linea con tali trend (38,3%), facendo registrare performance superiori a quelle rilevate nel comparto manifatturiero (35%) e dei servizi alle persone (26,6%), ma nettamente inferiore alle comparto dei servizi B2B (52,7% di imprese innovatrici).

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE CHE HANNO SVILUPPATO INNOVAZIONI DI PRODOTTO PER SETTORE DI ATTIVITÀ

Fonte COTEC - CNA, 2017

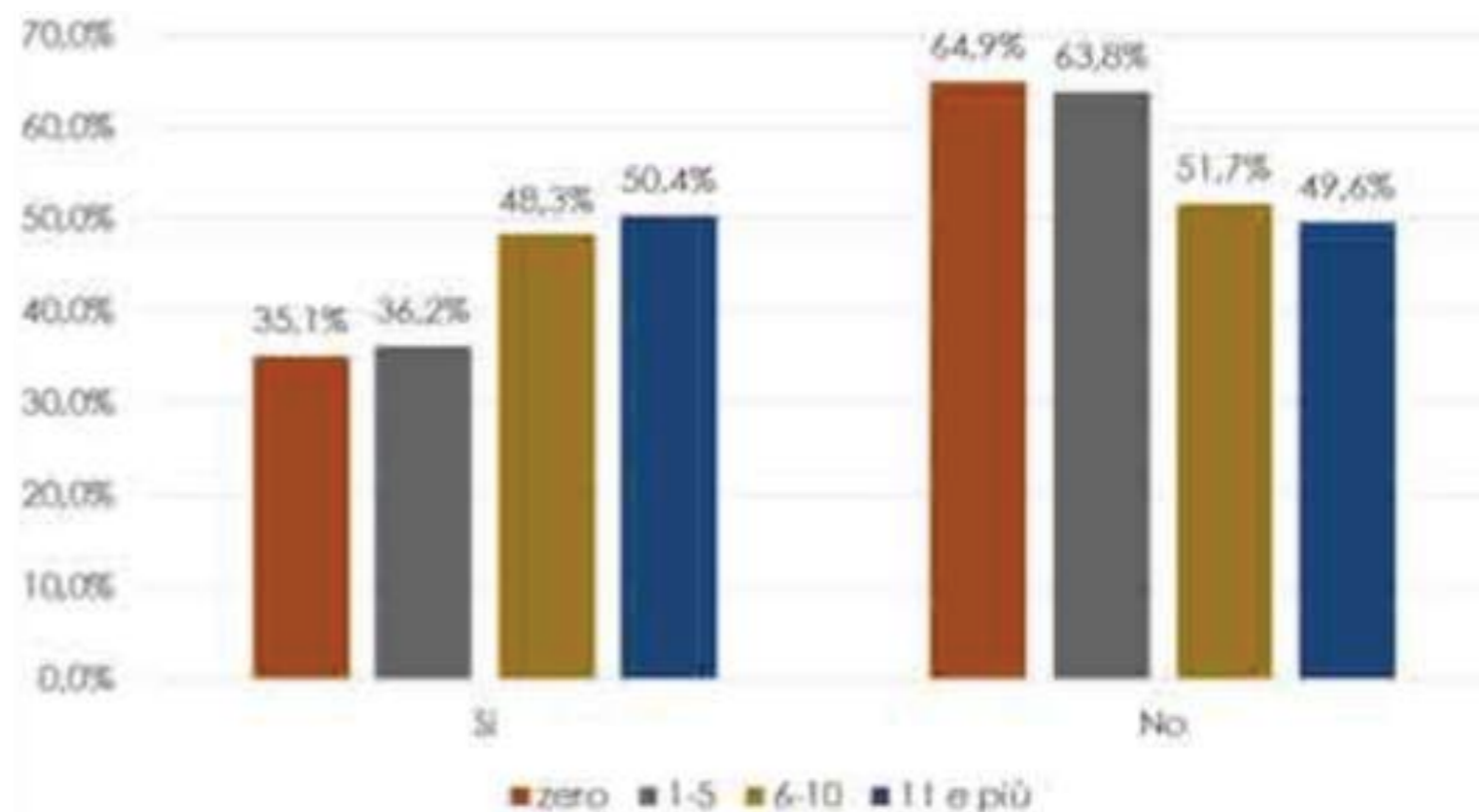


INNOVAZIONI DI PRODOTTO/SERVIZIO ^(2/3)

- ▶ Relativamente alle innovazioni di prodotto/servizio è emerso che:
 - ▶ la dimensione aziendale è influente: la percentuale più alta, pari al 50,4%, si registra infatti nel segmento di imprese con più di 10 addetti; seguono con un distacco, peraltro poco significativo, (48,3%) le imprese del segmento 6-10 addetti, mentre quelle dei segmenti 1 - 5 e 0 addetti, registrano percentuali nettamente inferiori (rispettivamente 36,2% e 35,1%).

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE CHE HANNO SVILUPPATO INNOVAZIONI DI PRODOTTO PER SETTORE DI ATTIVITÀ E CLASSI DI ADDETTI

Fonte COTEC - CNA, 2017

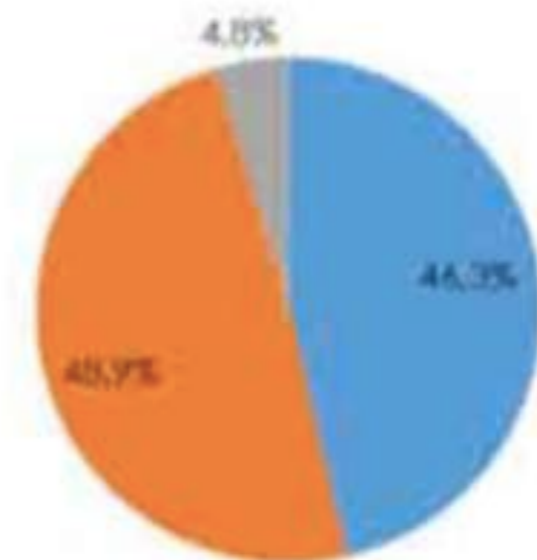


INNOVAZIONI DI PRODOTTO/SERVIZIO (3/3)

- ▶ Relativamente alle innovazioni di prodotto/servizio è emerso che:
 - ▶ Il 48,9% delle imprese intervistate ha realizzato innovazione in collaborazione con altre imprese (un dato, questo, in controtendenza rispetto a quanto rilevato per il territorio della provincia di Padova); una percentuale di poco inferiore, pari al 46,3%, ha sviluppato le innovazioni al proprio interno senza alcun tipo di collaborazione; solo il 4,8%, invece, delle imprese ha realizzato le innovazioni in collaborazione con enti pubblici di ricerca e/o università: un valore inferiore rispetto a quanto rilevato per il contesto padovano.

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE CHE HANNO SVILUPPATO INNOVAZIONI DI PRODOTTO PER MODALITÀ DI SVILUPPO DELLE INNOVAZIONI MEDESIME

Fonte COTEC - CNA, 2017



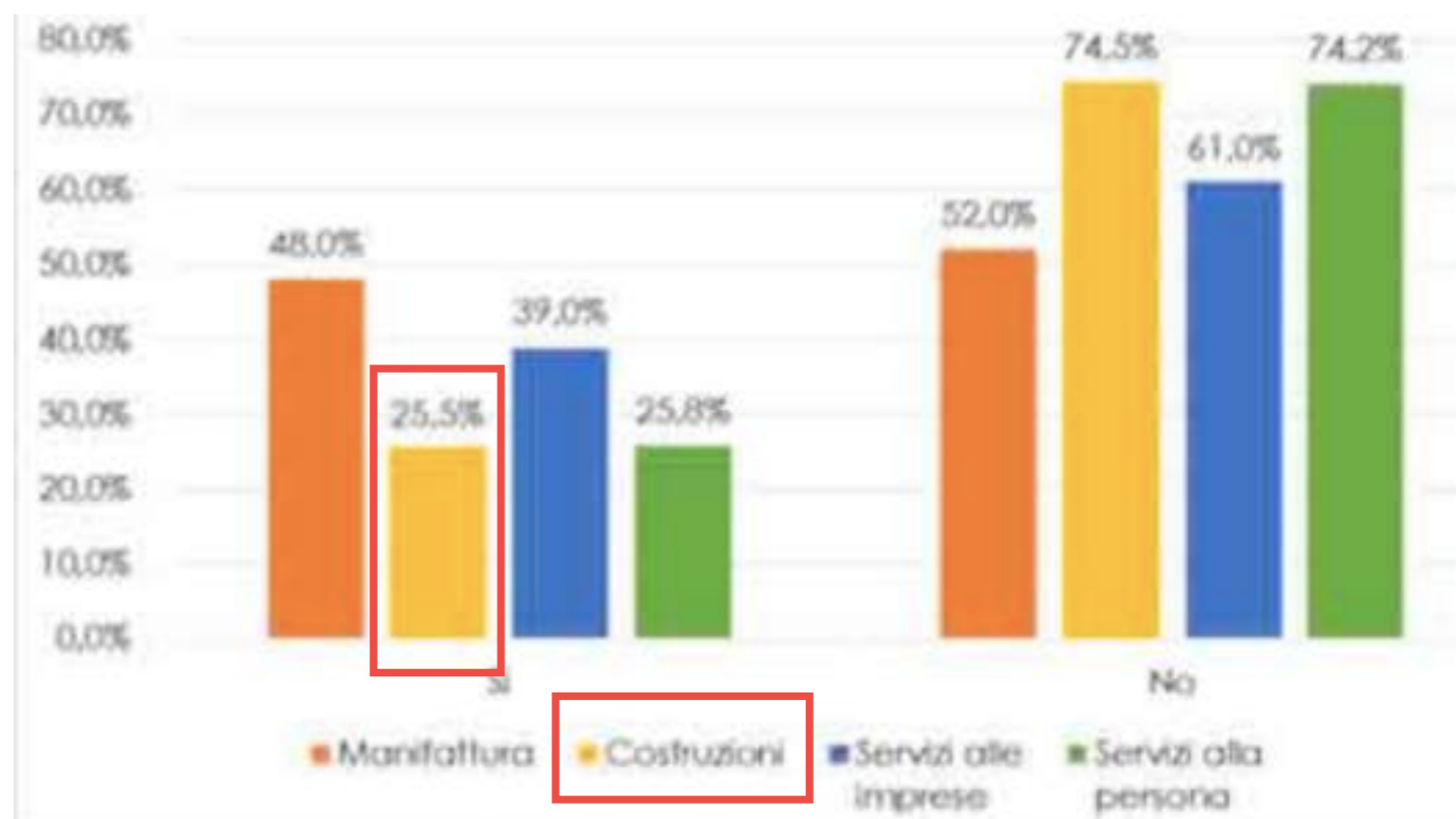
- All'interno dell'impresa senza alcuna collaborazione esterna
- In collaborazione con altre imprese e/o altri soggetti privati
- In collaborazione con enti di ricerca pubblici e/o università

INNOVAZIONI DI PROCESSO (1/4)

- ▶ Riguardo alle innovazioni di processo, invece, è emerso che:
 - ▶ Il settore delle costruzioni è quello in cui meno si è innovato (25,5%): un dato, questo, che conferma quanto già rilevato dal rapporto Istat.

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE CHE HANNO SVILUPPATO INNOVAZIONI DI PROCESSO PER SETTORE DI ATTIVITÀ

Fonte COTEC - CNA, 2017

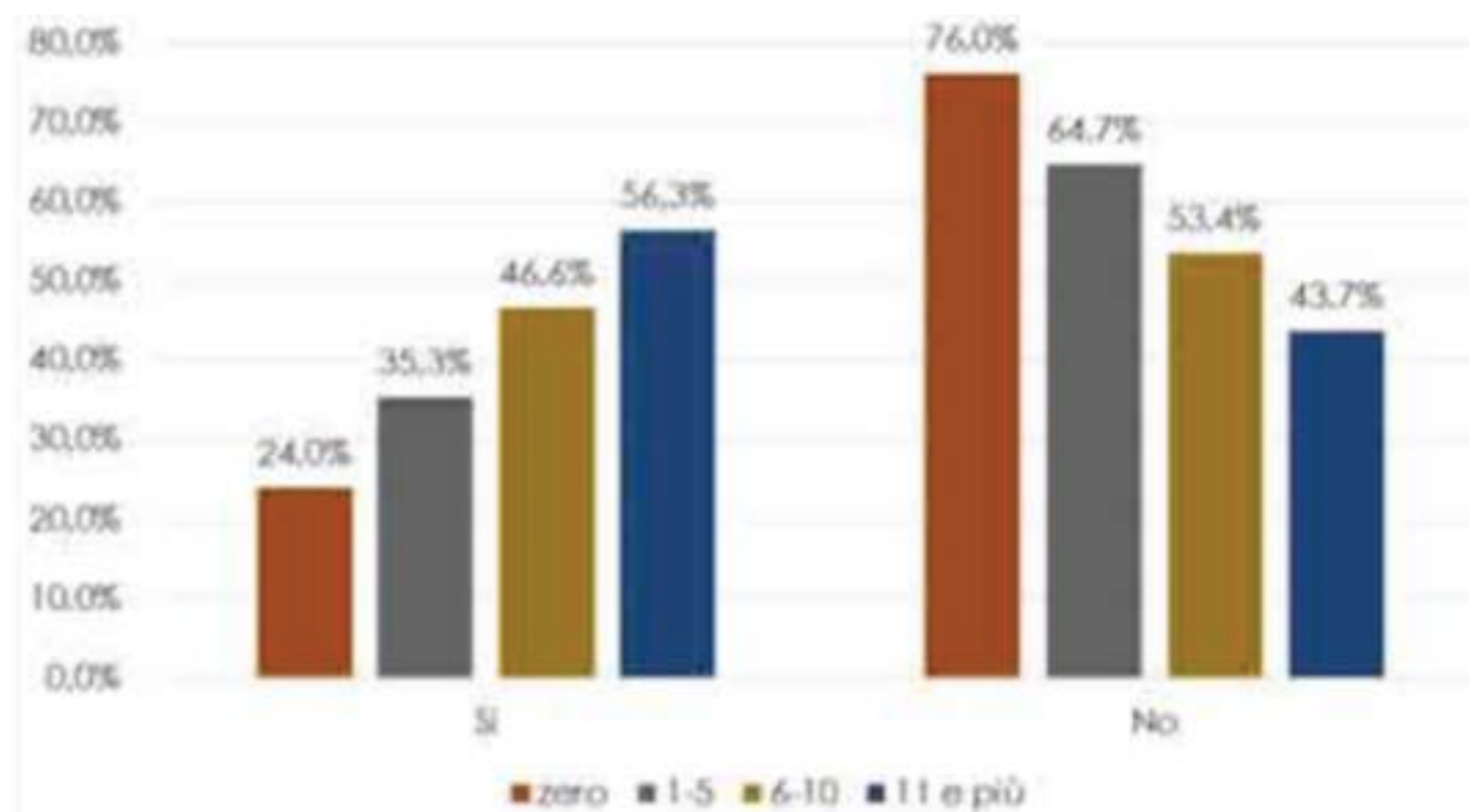


INNOVAZIONI DI PROCESSO (2/4)

- ▶ Riguardo alle innovazioni di processo, invece, è emerso che:
 - ▶ Ancora un volta, significative differenze si registrano in base alla dimensione aziendale. È degna di nota la percentuale di imprese con "0" addetti che hanno realizzato innovazioni di processo, pari al 24%, mentre la percentuale sale al 56,3% e al 46,3% rispettivamente nelle classi di più di 10 addetti e di 6 - 10 addetti, attestandosi, invece, al 35,3% nella classe 1 - 5 addetti.

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE CHE HANNO SVILUPPATO INNOVAZIONI DI PROCESSO PER CLASSI DI ADDETTI

Fonte COTEC - CNA, 2017

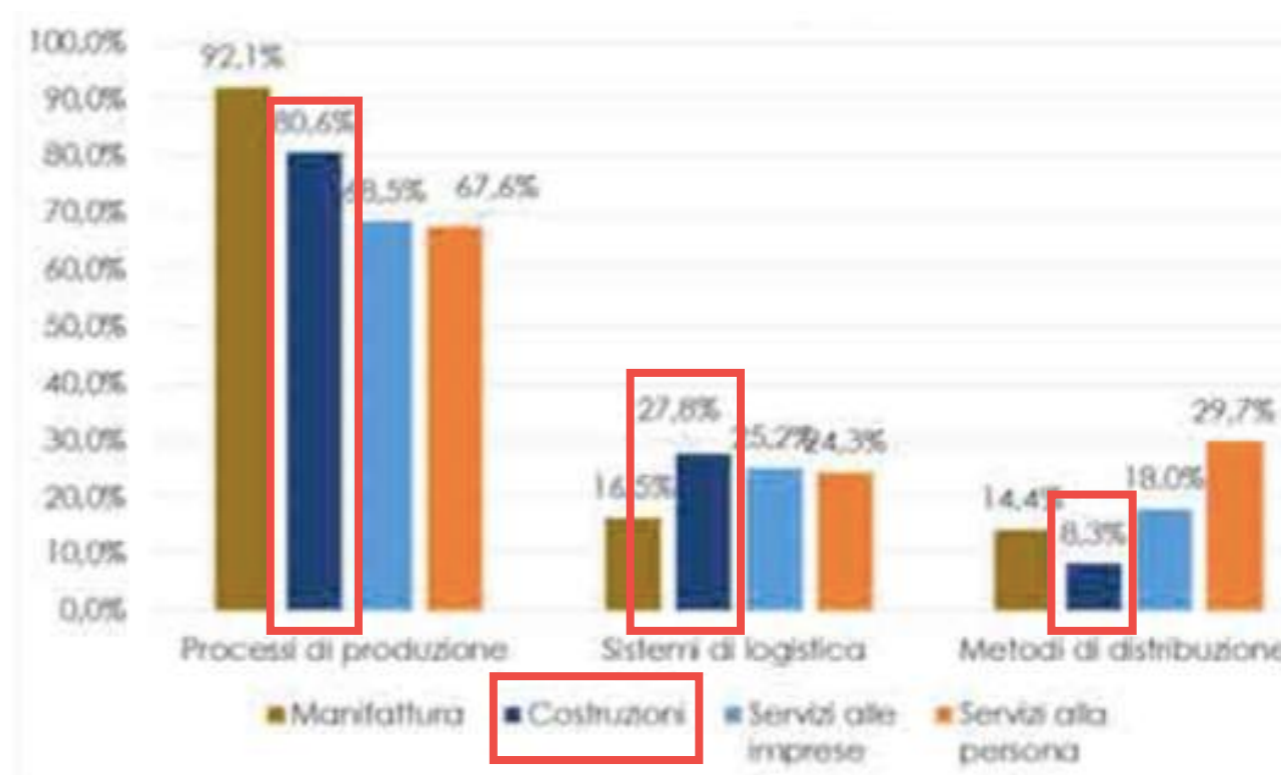


INNOVAZIONI DI PROCESSO (3/4)

- ▶ Riguardo alle innovazioni di processo, invece, è emerso che:
 - ▶ Dal punto di vista della tipologia di innovazioni realizzate, una percentuale di imprese nettamente maggiore rispetto alle altre, pari al 79.9%, ha innovato i processi di produzione, contro il 21,7% che ha realizzato anche innovazioni di tipo logistico e il 16,7% che ha innovato i propri metodi di distribuzione.
 - ▶ Dal punto di vista settoriale le proporzioni non cambiano, essendo le innovazioni dei processi di produzione quelle maggiormente realizzate in tutti i settori, con un picco del 92,1% tra le imprese manifatturiere (a fronte dell'80,6% nel comparto edile). Il settore delle costruzioni, invece, è quello che ha fatto registrare la percentuale maggiore di innovazioni relative ai sistemi di logistica (27,8%) e la minore di innovazione relative ai metodi di distribuzione (8,3%).

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE PER TIPOLOGIA DI INNOVAZIONE DI PROCESSO REALIZZATA E SETTORI DI ATTIVITÀ

Fonte COTEC - CNA, 2017

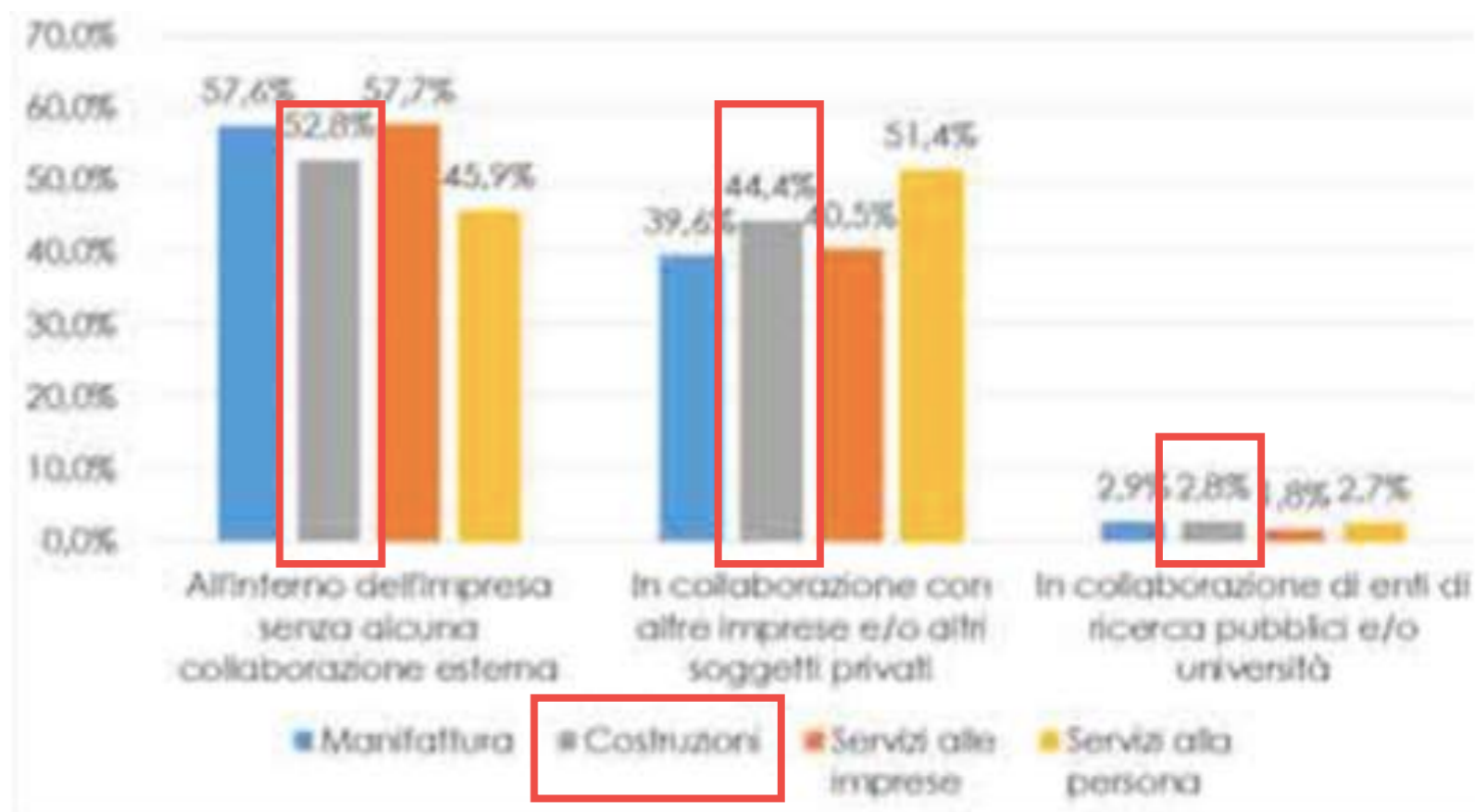


INNOVAZIONI DI PROCESSO (4/4)

- ▶ Riguardo alle innovazioni di processo, invece, è emerso che:
 - ▶ Oltre la metà delle MPI interpellate, pari al 53,3% (valori medi, a fronte del 52,8% del comparto edile), ha realizzato tali innovazioni internamente, senza cioè ricorrere ad alcun tipo di collaborazione con l'esterno. Nel 43,9% dei casi le imprese hanno fatto ricorso alla collaborazione con altre imprese (44,4% nel settore delle costruzioni). Anche in questo caso, la percentuale di imprese che hanno collaborato con enti pubblici di ricerca o università è bassissima, pari al 2,5% (2,8% nel settore delle costruzioni).

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE PER MODALITÀ DI SVILUPPO DELLE INNOVAZIONI DI PROCESSO E SETTORE DI ATTIVITÀ

Fonte COTEC - CNA, 2017

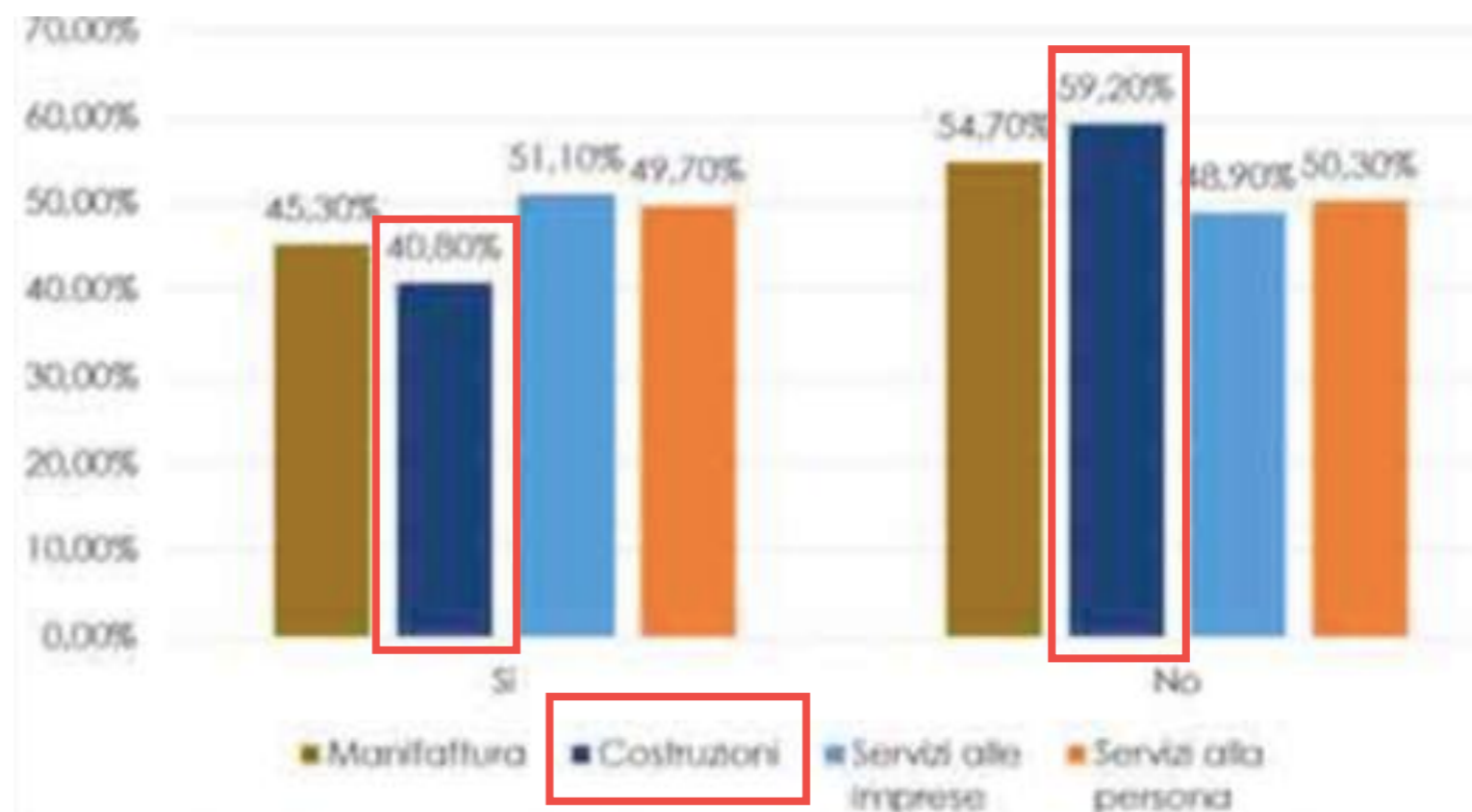


INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE/DI MARKETING ^(1/3)

- ▶ Riguardo alle innovazioni organizzative/di marketing, infine, è emerso che:
 - ▶ la percentuale di MPI che, nel triennio 2014-2016, ha introdotto innovazioni organizzative o di marketing, è alta, attestandosi al 46,7% (valore medio). Tali imprese operano prevalentemente nei settori dei Servizi alle imprese (51,1%) e dei Servizi alle persone (49,7%); più basso, invece, il dato relativo al comparto delle costruzioni (40,8%).

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE CHE HANNO SVILUPPATO INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE/DI MARKETING PER SETTORE DI ATTIVITÀ

Fonte COTEC - CNA, 2017

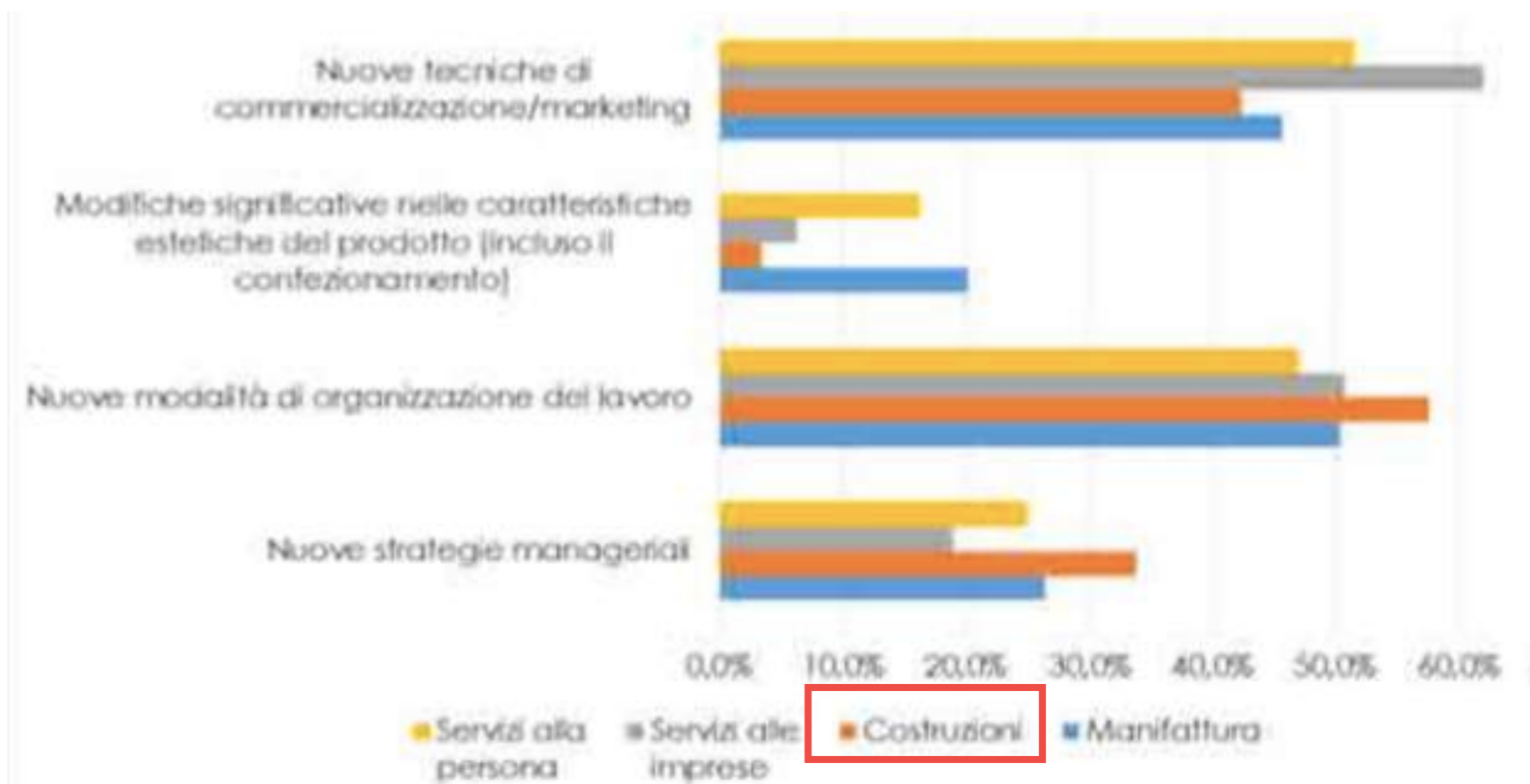


INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE/DI MARKETING (2/3)

- ▶ Riguardo alle innovazioni organizzative/di marketing, infine, è emerso che:
 - ▶ relativamente alla tipologia di innovazioni realizzate, le imprese del settore delle costruzioni hanno preferito modificare le modalità di organizzazione del lavoro e introdurre nuove tecniche di commercializzazione, ritenendo più marginale l'adozione di nuove strategie manageriali e/o l'introduzione di modifiche significative nelle caratteristiche estetiche del prodotto.

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE CHE HANNO SVILUPPATO INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE/DI MARKETING PER TIPOLOGIA E PER SETTORE DI ATTIVITÀ

Fonte COTEC - CNA, 2017

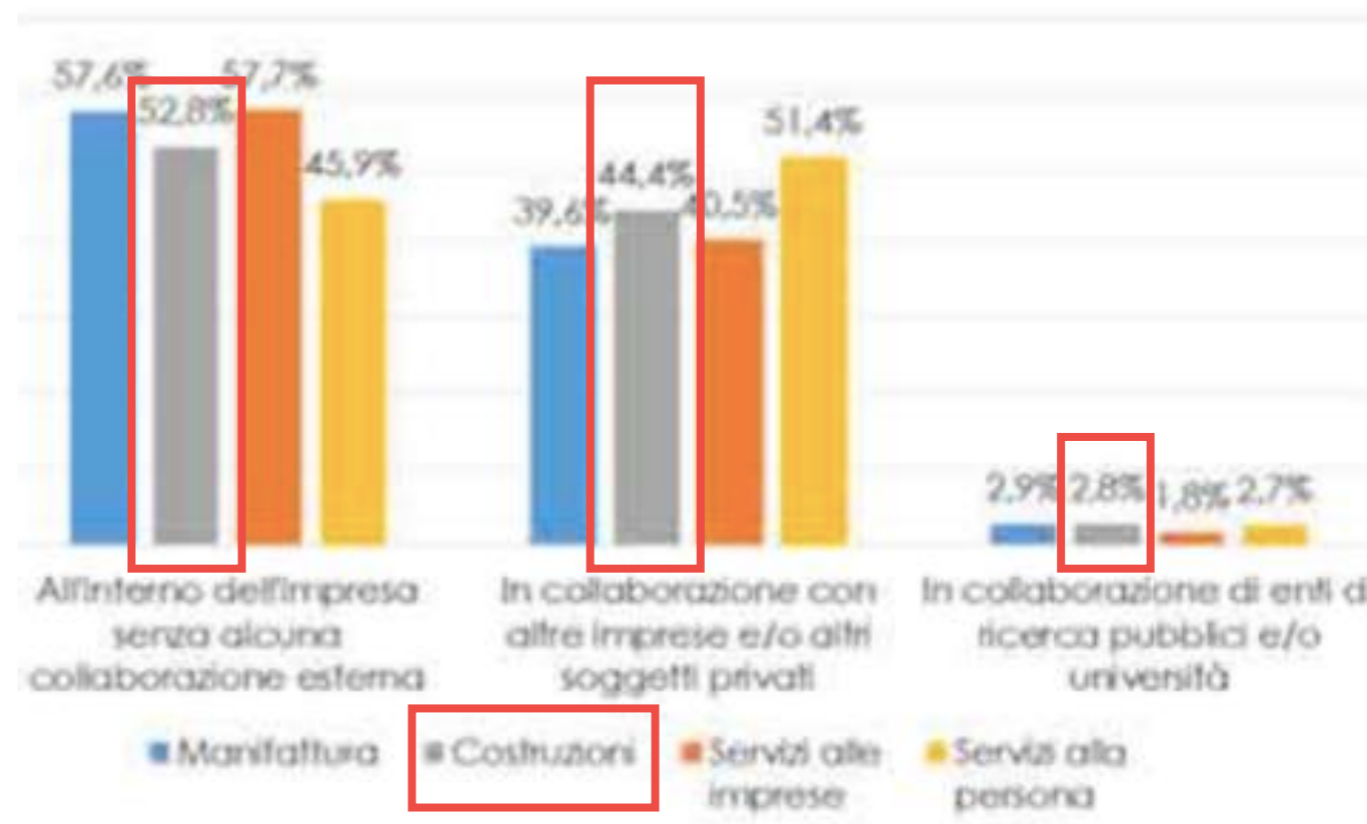


INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE/DI MARKETING (3/3)

- ▶ Riguardo alle innovazioni organizzative/di marketing, infine, è emerso che:
 - ▶ A livello di comparto, il 52,8% delle MPI del settore delle costruzioni interpellate ha dichiarato di sviluppare innovazione internamente; il 44,4% di farlo in collaborazione con altri soggetti pubblici/privati; il 2,8% con università e centri di ricerca.
 - ▶ Analizzando il dato per classi dimensionali, dai dati raccolti da CNA si evince come più l'impresa è piccola, più tende a sviluppare le attività innovative di organizzazione o di marketing in proprio, con un 61,3% di imprese con "0" addetti che ha fatto innovazione senza ricorrere ad alcun tipo di collaborazione.

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE PER MODALITÀ DI SVILUPPO DELLE INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE/DI MARKETING E SETTORE DI ATTIVITÀ

Fonte COTEC - CNA, 2017



L'INDUSTRIA 4.0

- ▶ Interessanti differenze tra il contesto padovano e quello nazionale si rilevano nel caso in cui l'attenzione si concentri sul tema dell'adozione di tecnologie che caratterizzano la "quarta rivoluzione industriale", ovvero: automazione e fabbrica intelligente, tecniche di produzione additive, simulazione e realtà aumentata, tecnologie cloud e gestione integrata dei dati di produzione, digitalizzazione dei processi interni.
- ▶ Sebbene, infatti, in entrambi i casi sia ancora sostanzialmente bassa la percentuale di imprese che adotta e/o ha già adottato tale paradigma produttivo, a livello nazionale lo standard più diffuso risulta essere quello relativo all'adozione di una connessione Internet a velocità di Internet (sino a 100 Mbps) che garantisca la funzionalità di tutte le applicazioni online operanti in un'impresa. Si tratta, tuttavia, di un processo che non è intascato dalle Imprese, bensì dai Comuni, che spesso intercettano fondi comunitari funzionali al raggiungimento degli obiettivi europei in tema di digitalizzazione della PA.

I GAP DA COLMARE

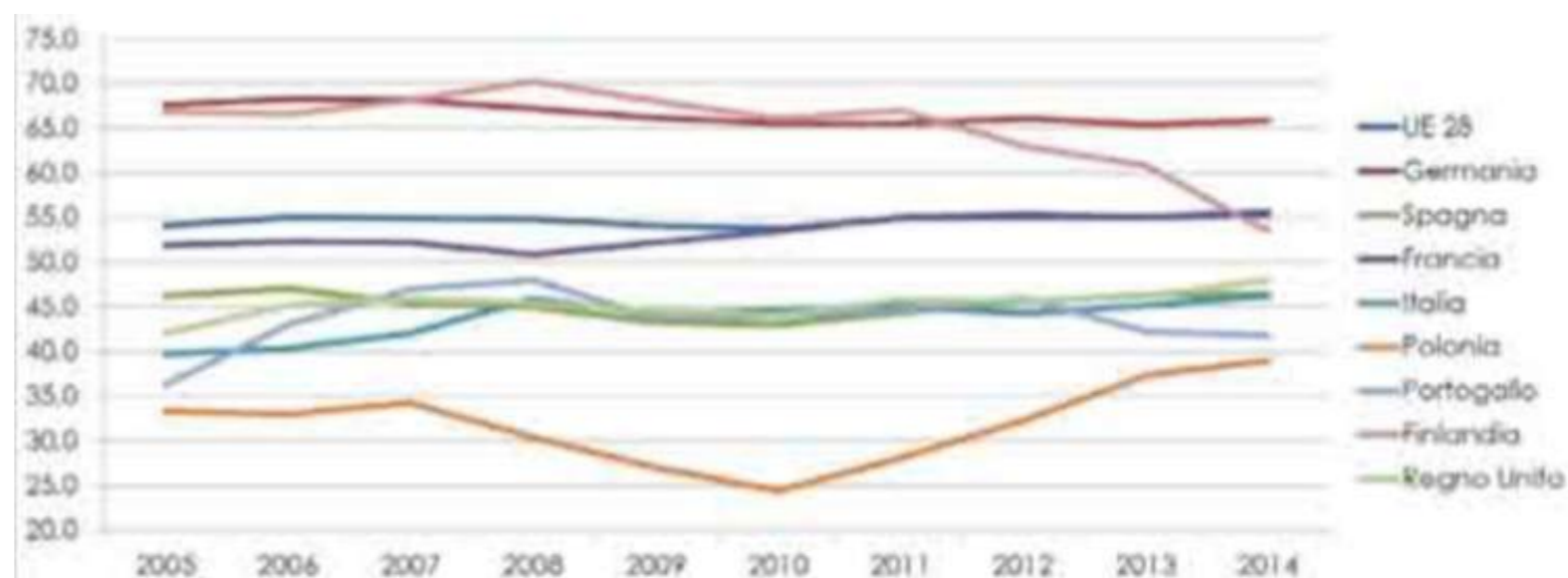
- ▶ Appare evidente, però, che oltre a tali investimenti infrastrutturali per l'adeguamento delle reti di comunicazione ai flussi crescenti di dati, sia necessario intervenire potenziando la formazione di personale specializzato per la transizione digitale e supportare la costruzione di una rete di consulenza e assistenza adeguata ai bisogni dell'industria del futuro.
- ▶ Tutto ciò implica nuove esigenze di professionalità, conseguibili attraverso profonde innovazioni dei processi formativi in termini sia di contenuti tematici sia di modalità di trasferimento delle conoscenze. Come già rilevato dalle rilevazioni condotte nel territorio padovano, tuttavia, oltre all'acquisizione di nuove conoscenze e competenze le imprese richiedono professionisti con una spiccata capacità di applicazione di tali nozioni nella specifica realtà aziendale, così da trasformare la "conoscenza" in "soluzione dei problemi aziendali".
- ▶ Si tratta, sostanzialmente, di sviluppare un nuovo modo di considerare le tecnologie e il modo in cui esse possono essere applicate al lavoro nelle organizzazioni produttive; una tendenza, del resto, che è già diffusa nei paesi più avanzati della Comunità Europea.

GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN EUROPA

Assumendo, infatti, un punto di vista più ampio e considerando la percentuale della spesa in R&S finanziata dalle imprese nei principali Paesi europei tra il 2005 e il 2014, si rileva come forti siano gli investimenti in Germania (65,8%) e Francia (55,7%), che superano il valore medio europeo (55,3%), con trend confermati in crescita anche per gli anni a venire. I medesimi valori, invece, risultano inferiori alla media per Spagna (46,4%), Italia (46,2%) e Portogallo (41,8%) e molto inferiori per Polonia (39%). Anche la Finlandia mostra valori non rilevanti (53,5%), che seguono un calo molto evidente (-12,6%) registratosi a partire dal 2010.

QUOTA DI SPESA IN R&S FINANZIATA DALLE IMPRESE NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI

Dati riferiti agli anni 2005 - 2014; valori espressi in %.
Fonte: Eurostat, Science and Technology Database,
2017

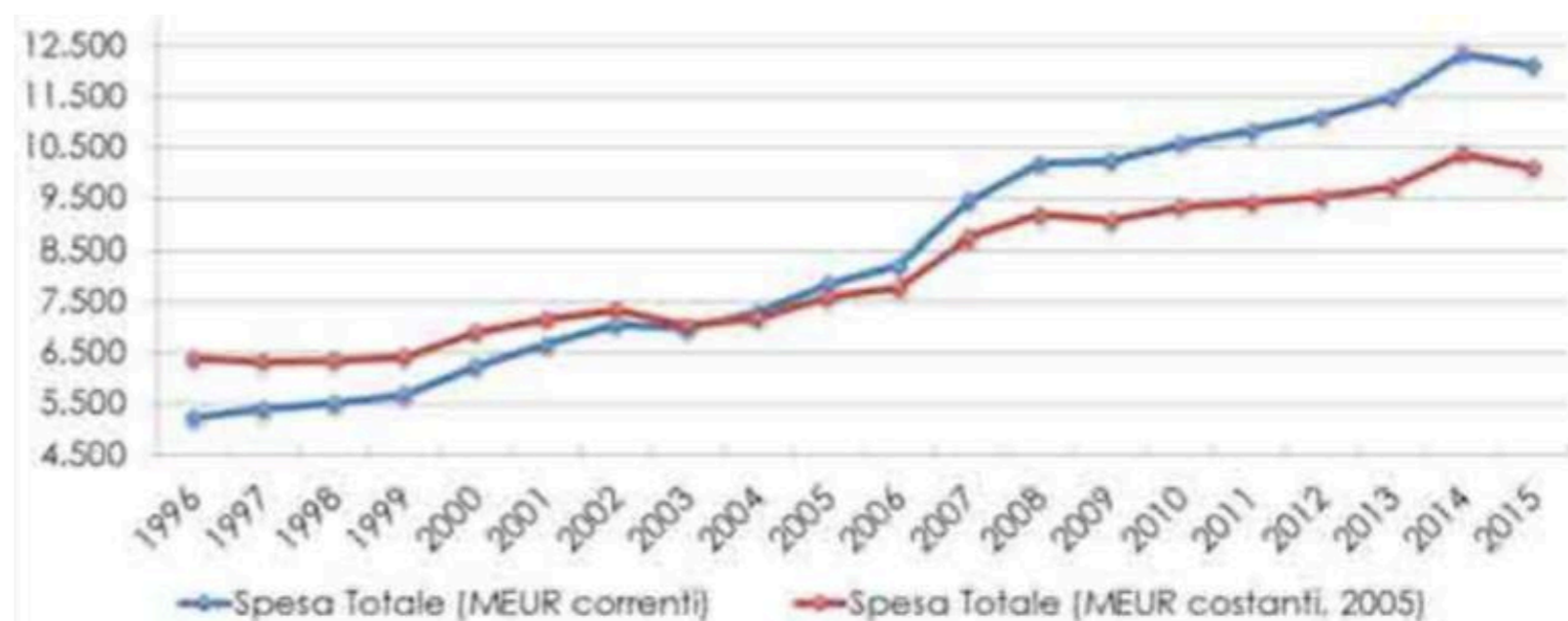


GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN ITALIA ^(1/3)

Approfondendo tale dato con riferimento alle imprese italiane, l'andamento storico mostra che a prezzi costanti l'aumento in termini percentuali è pari a 58,1%, con un trend generalmente positivo, escludendo gli anni: 2003 (in cui si è verificato un calo rispetto all'anno precedente a prezzi sia correnti sia costanti), 2009 e 2015, anni in cui la spesa a prezzi costanti risulta in evidente contrazione.

QUOTA DI SPESA IN R&S FINANZIATA DALLE IMPRESE IN ITALIA

Dati riferiti agli anni 2005 - 2014; valori espressi in %.
Fonte: Eurostat, Science and Technology Database, 2017

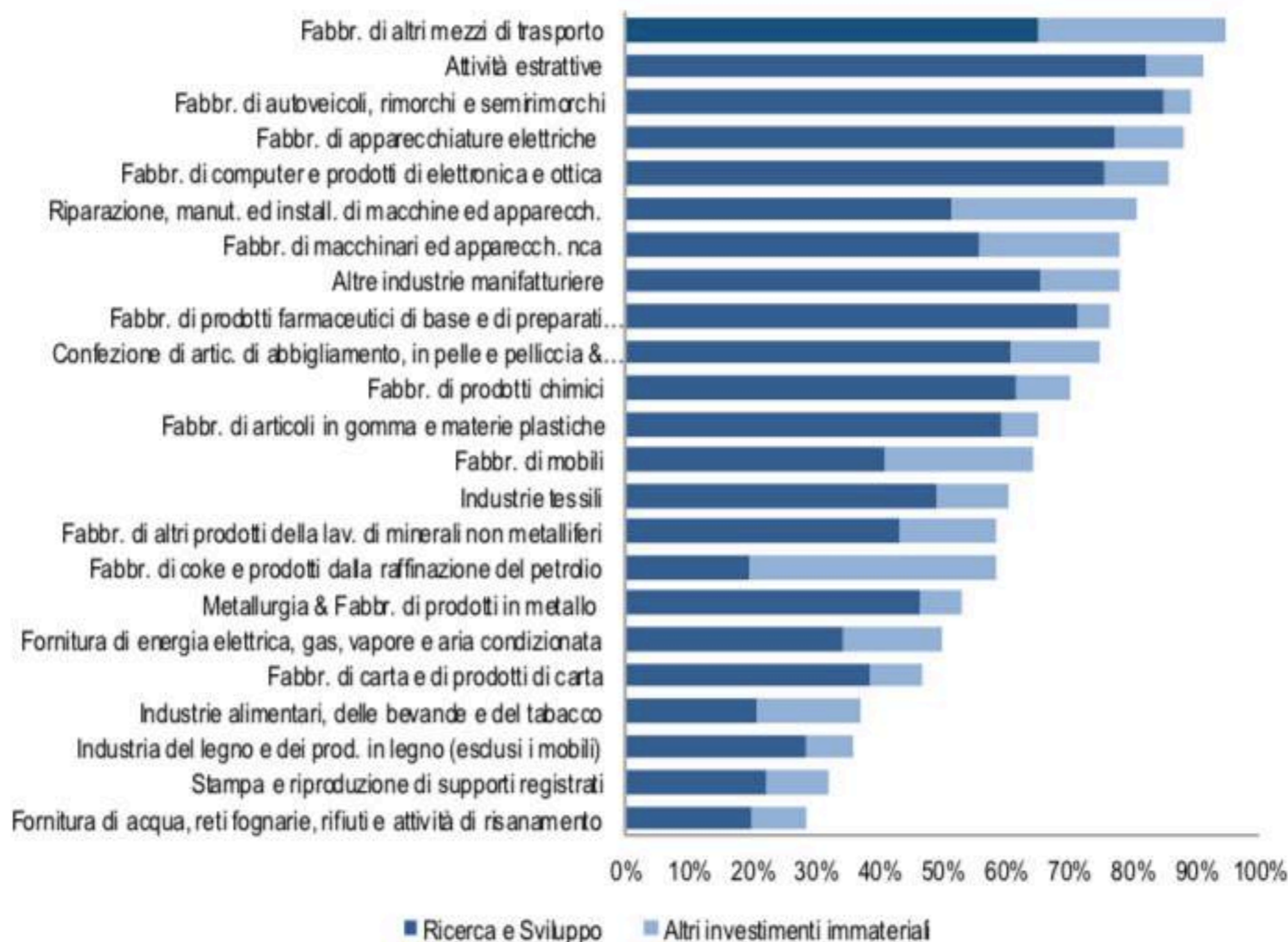


GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN ITALIA ^(2/3)

- ▶ Per l'anno 2016, la R&S rappresenta quasi la metà della spesa complessiva (con il 42,0% relativo alle attività intra-muros e il 9,0% relativo all'extra-muros) in innovazione, mentre gli investimenti in macchinari e altre tecnologie materiali di altro tipo (cioè, senza alcuna componente di R&S) coprono appena il 27,3%.
- ▶ La parte restante della spesa è composta da investimenti immateriali, quali il marketing per il lancio di nuovi prodotti e la formazione del personale mirata all'innovazione (complessivamente l'11,5%); il design (5,5%), l'acquisto di brevetti, licenze, know-how e servizi di consulenza (4,7%).
- ▶ In media, l'incidenza della R&S e degli altri investimenti intangibili aumenta al crescere della dimensione aziendale, passando complessivamente dal 55,8% delle imprese con 10-49 addetti all'83,0% in quelle con 250 addetti e oltre.

GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN ITALIA (3/3)

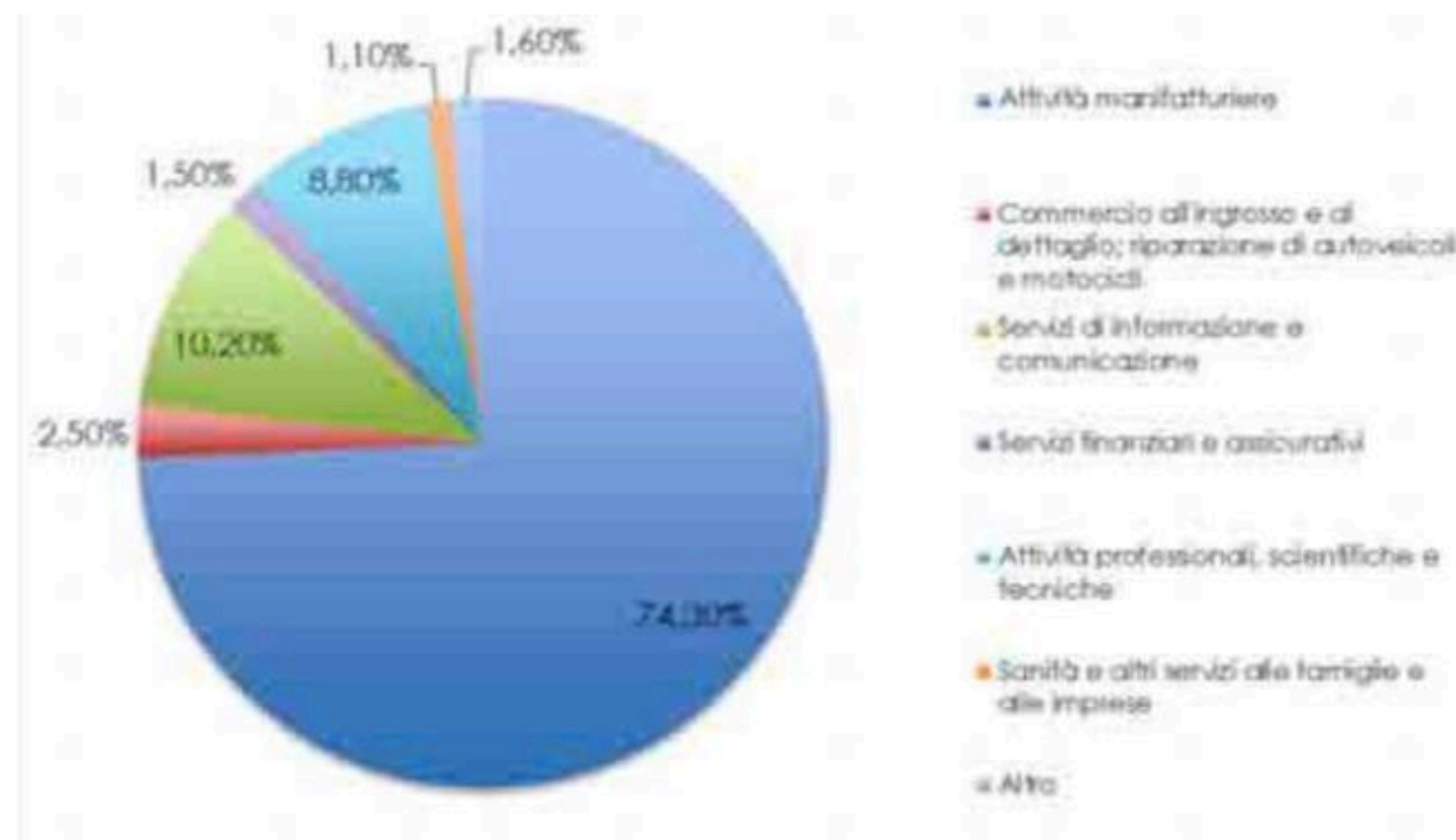
SPESA PER INNOVAZIONE PER TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ SVOLTA E ATTIVITÀ ECONOMICA (INDUSTRIA)



LA SPESA PER SETTORE DI ATTIVITÀ

Se si analizza la spesa in R&S in Italia per settore di attività, si rileva come la maggiore concentrazione ricada nel settore "Manifatturiero" (74,3%), seguito da quello dei "Servizi di informazione e comunicazione" (10,20%) e da quello delle "Attività professionali, scientifiche e tecniche" (8,80%). La restante quota percentuale viene suddivisa tra "Commercio all'ingrosso e al dettaglio", "Riparazione di autoveicoli e motocicli" (2,50%), "Servizi finanziari e assicurativi" (1,50%), "Sanità e altri servizi alle famiglie e alle imprese" (1,10%), e "Altre attività" (1,60%).

SPESA IN R&S FINANZIATA DALLE IMPRESE IN ITALIA
PER SETTORE DI ATTIVITÀ

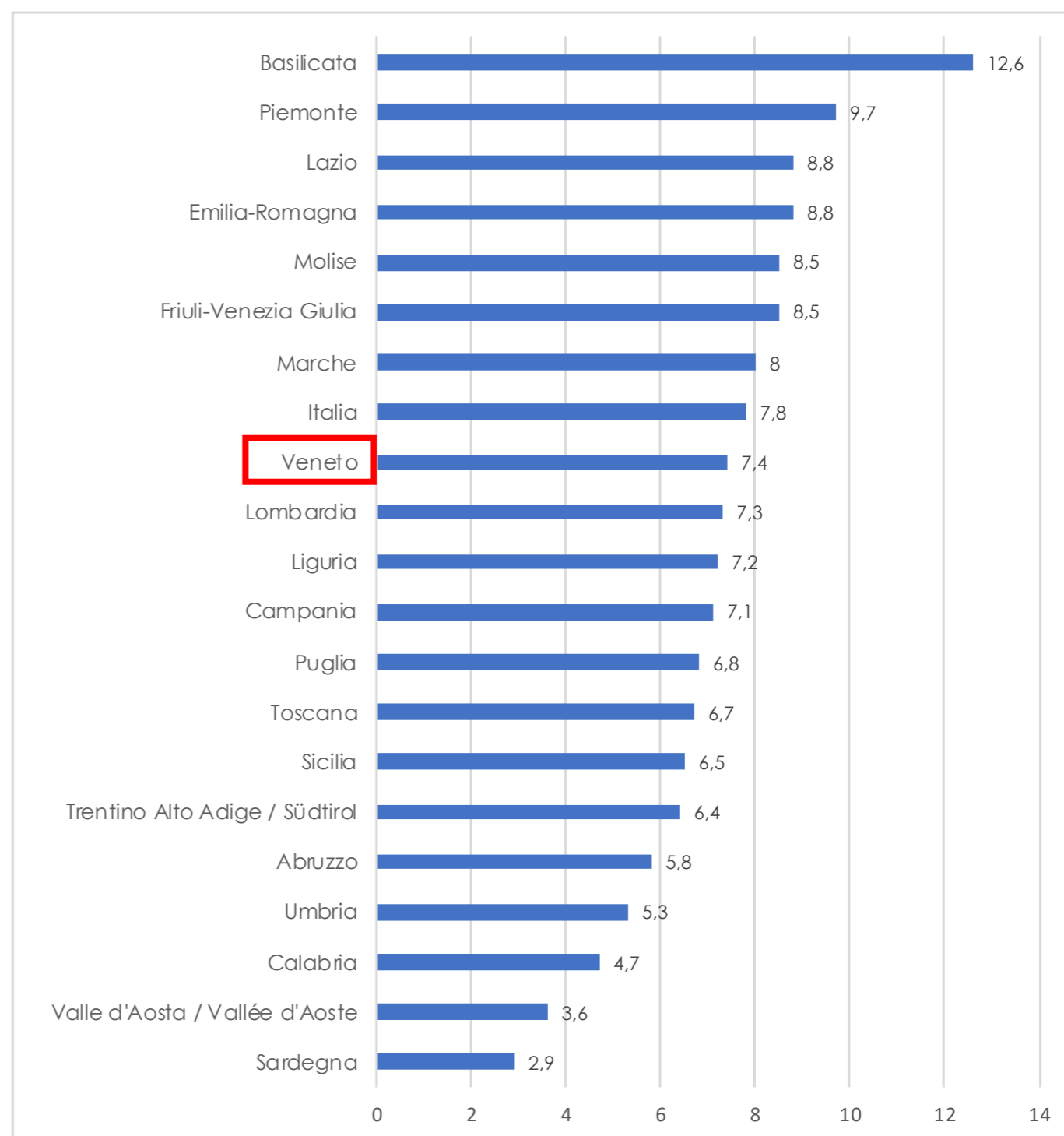


Dati riferiti all'anno 2016. Fonte: Istat, Rapporto su Ricerca e Sviluppo in Italia

GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO PER REGIONE (1/2)

Analizzando la spesa per innovazione per addetto per l'anno 2016, il Veneto risulta porsi lievemente al di sotto della media nazionale (7,4 migliaia di euro, a fronte del 7,8 del dato nazionale).

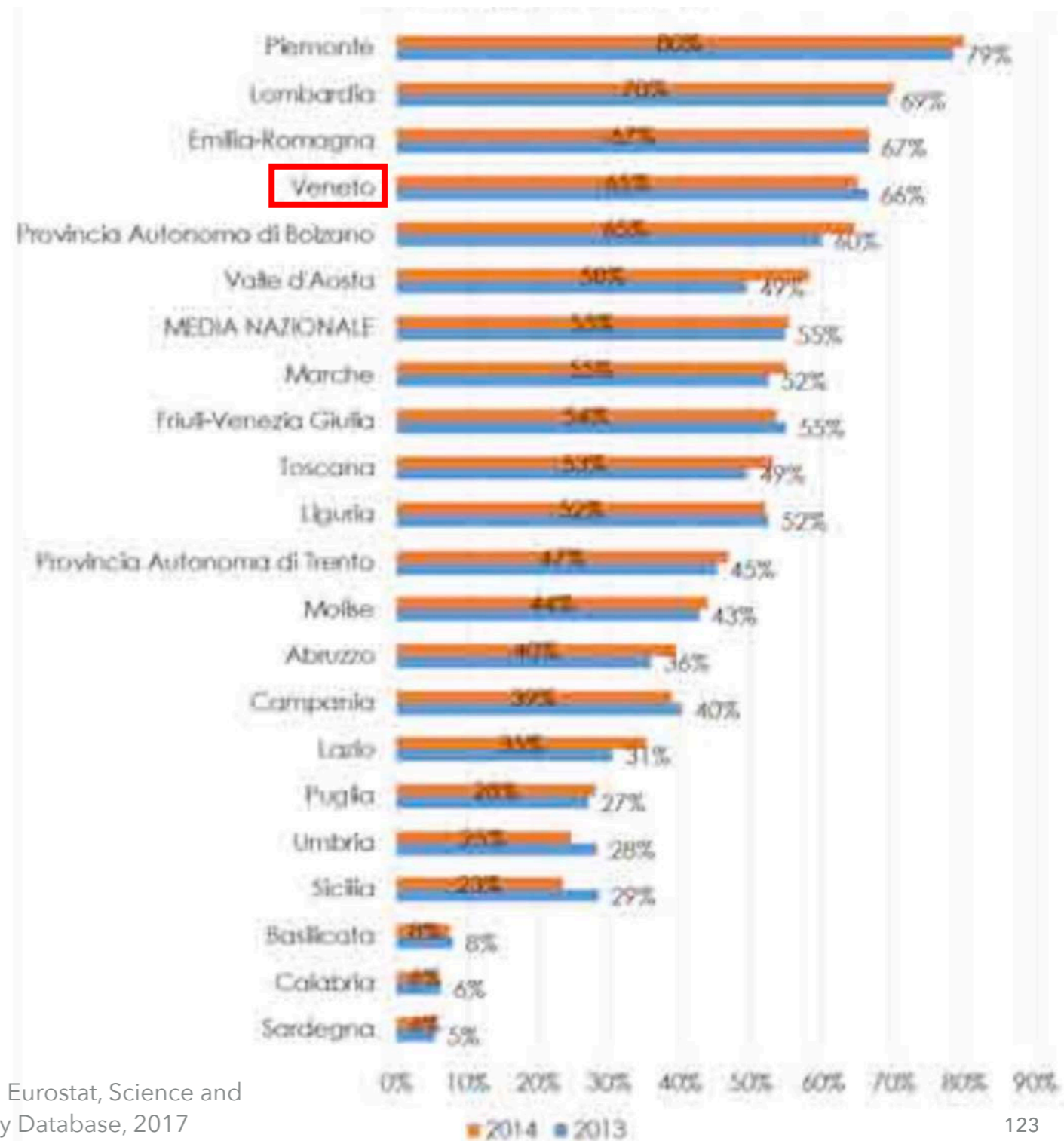
In termini assoluti, la spesa per l'innovazione in Veneto è risultata essere pari 3,4 milioni di euro, su un totale nazionale di 30,5 milioni



GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO PER REGIONE (2/2)

INCIDENZA DEGLI INVESTIMENTI IN R&S DELLE IMPRESE SUL TOTALE DELLA REGIONE

- ▶ La contrazione degli investimenti in Veneto emerge ove si consideri l'incidenza della spesa delle imprese sulla spesa totale della regione, dove si registra un calo dell'1% tra il 2014 e il 2013.
- ▶ In termini generali, tale indicatore mette tuttavia in evidenza il divario tra Nord e Sud del Paese: in tutte le regioni del Nord, infatti, ad esclusione della Provincia Autonoma di Trento (47%), tale percentuale supera il 50%, mentre è inferiore in tutte le regioni del Centro-Sud, ad eccezione delle Marche (55%) e della Toscana (53%) della Toscana al 6% di Sardegna e Calabria).



L'UTILIZZO DEI FONDI COMUNITARI ^(1/2)

Il ritardo delle imprese italiane nell'adozione di processi innovativi emerge inoltre ove si prenda in considerazione l'utilizzo dei fondi comunitari, confermando, anche in questo caso, l'allineamento tra il territorio padovano e il contesto nazionale.

I dati relativi alla distribuzione dei Fondi di Coesione per priorità di intervento, in percentuale del totale dei fondi assegnati a ogni Paese, nel periodo 2014-2020, evidenziano come la percentuale maggiore venga destinata dalla maggioranza dei Paesi a "Ricerca, Innovazione" e "Competitività PMI".

Per l'Italia, invece, la quota maggiore è riservata a "Competitività PMI" (11,9%), seguita da "Ricerca e Innovazione" (11,2%) e "ICT" (6,1%).

La tabella è riportata alla pagina seguente

L'UTILIZZO DEI FONDI COMUNITARI (2/2)

	RICERCA E INNOVAZIONE	ICT	COMPETITIVITA' PMI	TOTALE FONDI 2014-2020 (mln €)
Austria	21,9%	n.d	17,5%	2.877,5
Belgio	13,7%	n.d	12,7%	10.015,3
Bulgaria	6,9%	n.d	8,4%	24.184,3
Cipro	10,5%	11,%	10,5%	27.672,3
Croazia	8,2%	3,8%	12,%	1.391,1
Danimarca	22,2%		17,3%	3.526,1
Estonia	18,8%	2,5%	8,8%	20.106,6
Finlandia	25,%	n.d	20,4%	38.011,9
Francia	11,1%	7,4%	11,5%	26.350,2
Germania	21,7%	n.d	13,4%	11.187,2
Grecia	6,4%	5,4%	9,2%	43.790,0
Irlanda	15,1%	8,%	6,8%	5.620,6
Italia	11,2%	6,1%	11,9%	8.499,6
Lettonia	10,9%	4,%	6,9%	160,3
Lituania	10,5%	3,8%	8,2%	25.400,3
Lussemburgo	24,7%	n.d	n.d	846,6
Malta	8,4%	4,5%	8,4%	2.113,1
Paesi Bassi	34,1%	n.d	n.d	5.180,2
Polonia	13,5%	4,2%	7,6%	89.039,4
Portogallo	11,3%	1,4%	22,2%	25.915,3
Regno Unito	13,4%	2,3%	19,3%	14.663,2
Repubblica	11,6%	4,9%	4,3%	4.416,8
Romania	4,5%	2,4%	3,4%	31.177,9
Slovacchia	16,%	6,1%	3,%	3.937,4
Slovenia	16,%	2,4%	18,2%	15.897,7
Spagna	16,6%	7,5%	10,6%	3.920,6
Svezia	15,8%	5,8%	18,%	3.971,2
Ungheria	10,1%	3,2%	9,7%	907,6

ALLOCAZIONE DEI FONDI DI COESIONE UE PER PRIORITÀ DI INTERVENTO, 2014-2020
(VALORI PERCENTUALI SUL TOTALE DEI FONDI ASSEGNATI)

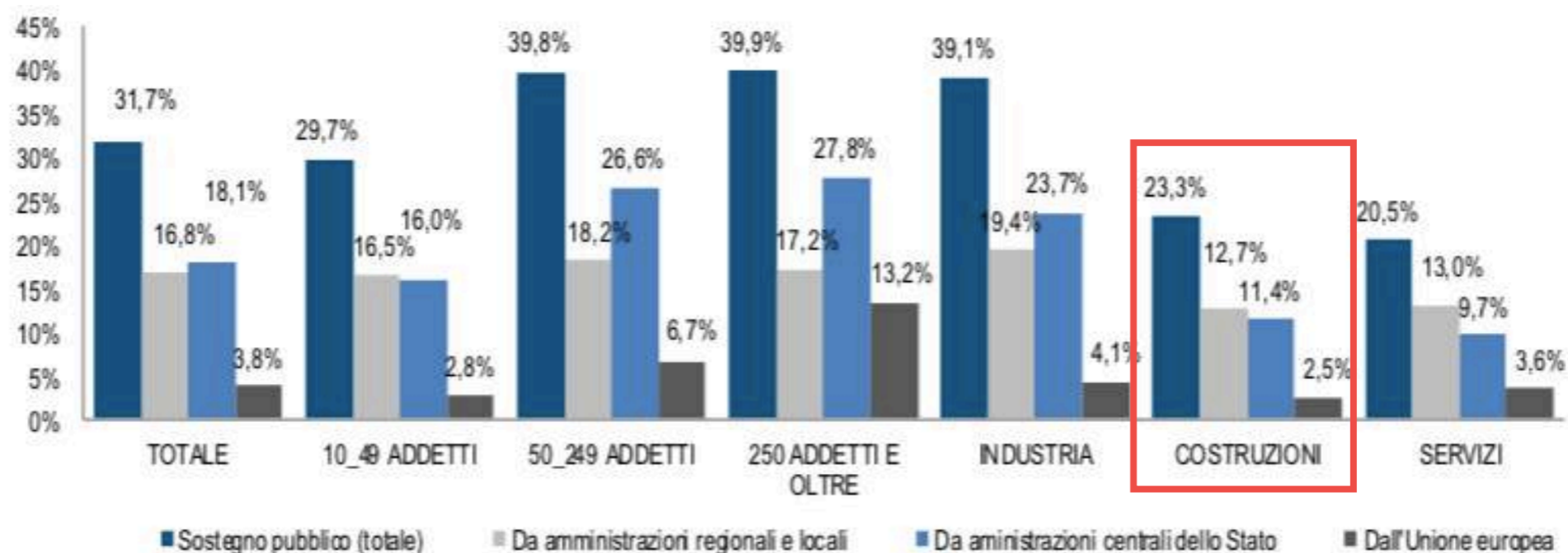
Fonte: Commissione Europea, Cohesion Policy Data (2015)

L'UTILIZZO DEI FONDI NAZIONALI ^(1/2)

Nel triennio 2014-2016 è aumentata, invece, la quota di imprese innovatrici italiane che ricorrono al sostegno pubblico: è il 31,7% contro il 23,6% del biennio 2012-2014.

A livello dimensionale, la frequenza delle imprese beneficiarie di una qualche forma di sostegno pubblico aumenta, indipendentemente dal settore economico di appartenenza, tra le grandi imprese. Il settore che più frequentemente si rivolge ad aiuti pubblici è l'industria con dove il 39,1% di imprese beneficiarie contro il 23,3% nelle costruzioni e il 20,5% nei servizi.

IMPRESSE BENEFICIARIE DI UN SOSTEGNO PUBBLICO PER L'INNOVAZIONE PER TIPO DI FINANZIAMENTO



Anni 2014-2016, valori percentuali sul totale delle imprese innovatrici in senso stretto.

Fonte: Istat, 2018

L'UTILIZZO DEI FONDI NAZIONALI (2/2)

Il sostegno pubblico è fornito soprattutto dalle amministrazioni territoriali e centrali: nel complesso, il 18,1% delle imprese innovatrici ha dichiarato di aver ricevuto incentivi da amministrazioni pubbliche centrali, il 16,8% da amministrazioni regionali o locali e solo il 3,8% ha ottenuto un sostegno da parte dell'Unione europea.

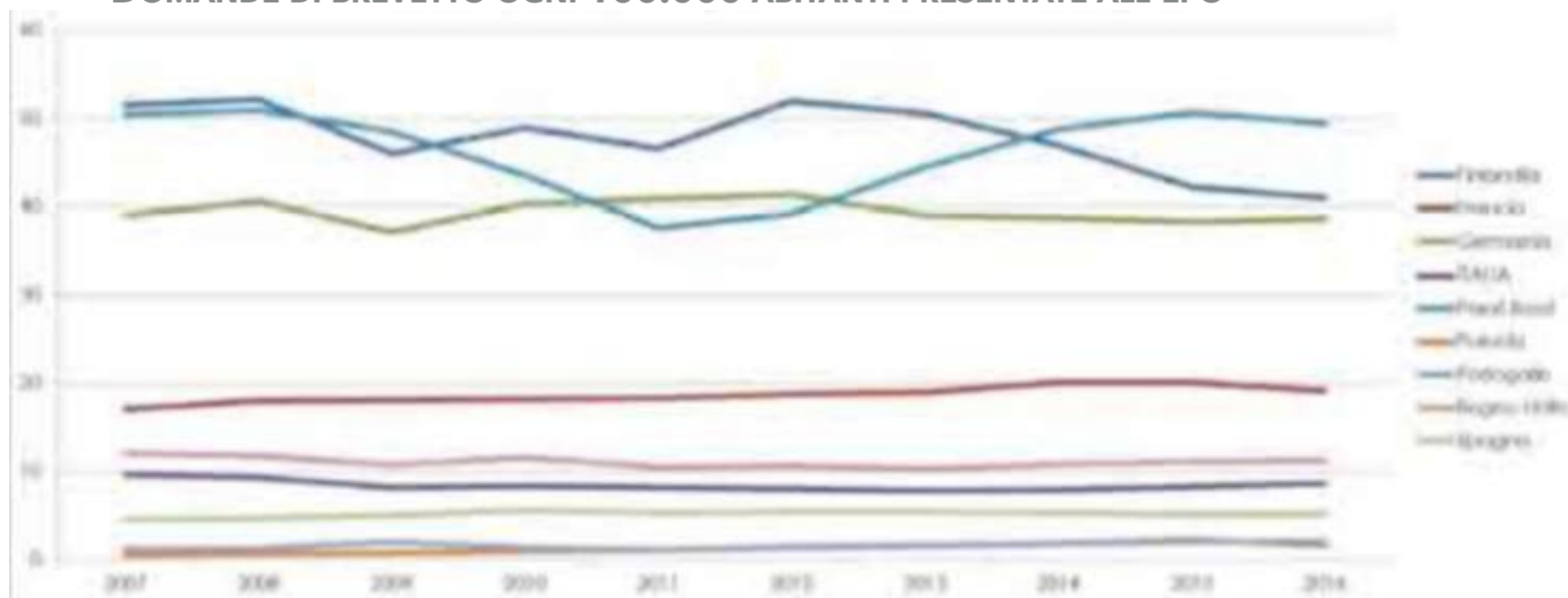
In generale, le piccole imprese sono quelle che stentano a beneficiare di una qualche forma di sostegno proveniente dalle amministrazioni centrali (16,0% contro il 26,6% di quelle di media dimensione e il 27,8% delle grandi).

A livello settoriale ricorrono più frequentemente a forme di sostegno pubblico europeo alcune delle industrie storicamente più innovative, quali la fabbricazione di altri mezzi di trasporto (11,9%) e la fabbricazione di computer e prodotti di elettronica (10,5%), i servizi ad alta intensità di conoscenza, quali la ricerca e sviluppo (44,0%) e l'informatica (11,7%), i settori ad elevate economie di scala, quali la fornitura di energia elettrica (11,0%) e l'estrattivo (8,0%).

I BREVETTI EPO

I dati relativi alle domande di brevetto depositate presso l'European Patent Office (EPO) tra il 2007 e il 2016 mostrano come i valori più elevati, per tutti gli anni presi in esame, sono quelli di Paesi Bassi, Finlandia e Germania, che fanno registrare rispettivamente 49.45, 40.92 e 38.62 brevetti ogni 100.000 abitanti. L'Italia presenta, invece, valori ridotti (8,64), superiori solo a quelli di Spagna (5,17), Portogallo (2,07) e Polonia, (1,61) evidenziando un calo del numero di brevetti ogni 100.000 abitanti tra il 2007 (9,67) al 2016 (8,64).

DOMANDE DI BREVETTO OGNI 100.000 ABITANTI PRESENTATE ALL'EPO



Dati riferiti agli anni 2007 - 2014. Fonte: Elaborazioni su dati European Patent Office (2017)

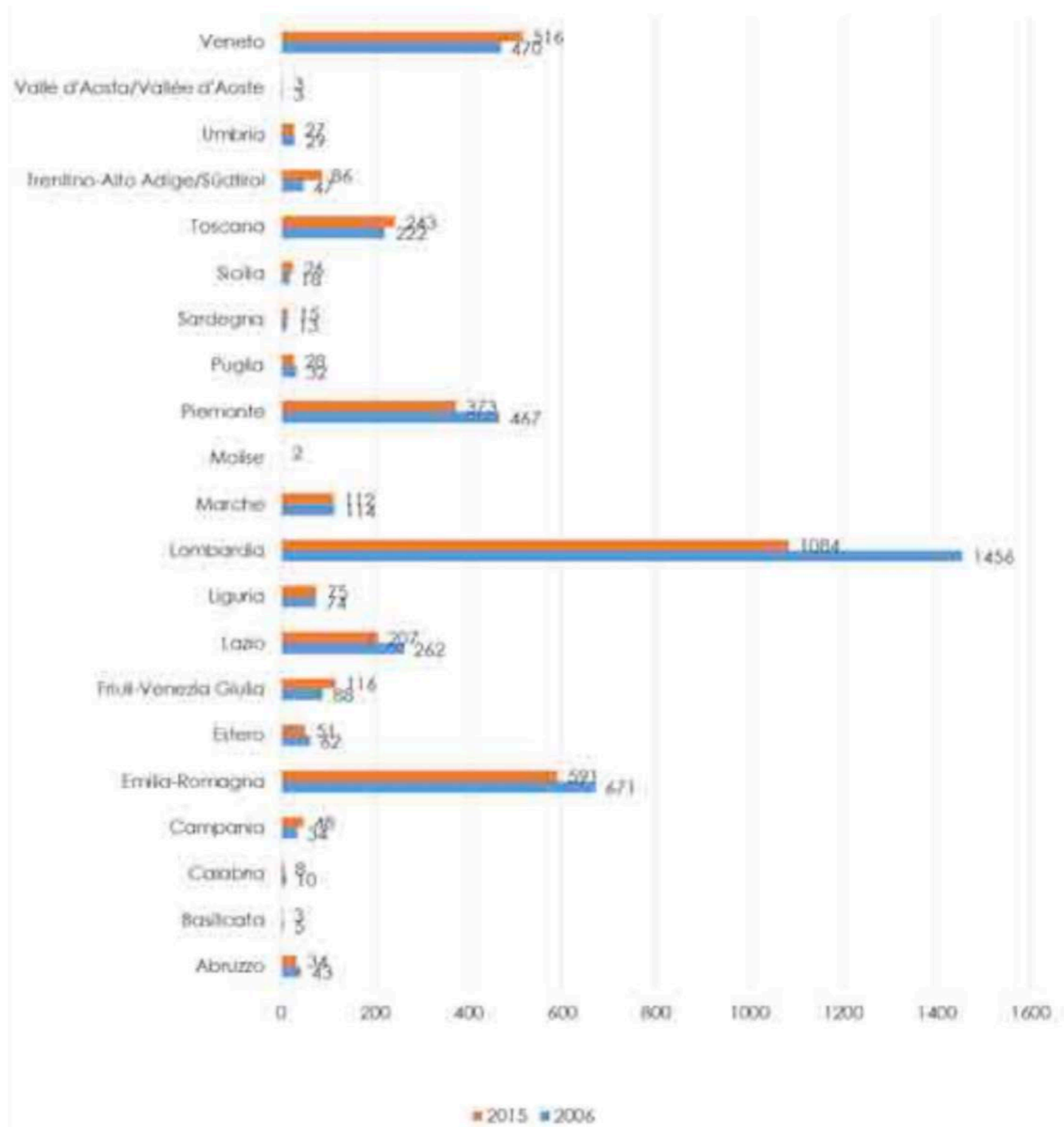
I BREVETTI EPO: DISTRIBUZIONE PER REGIONE ^(1/2)

Analizzando il dato nazionale relativo ai brevetti EPO per regione di provenienza, emerge come le regioni del Nord-Ovest rappresentino il motore dell'innovazione italiana, confermando la loro leadership rispetto alle altre aree del Paese ed avendo però anche un ruolo chiave nel calo generalizzato della brevettazione italiana in Europa (-23% in 10 anni).

Nel complesso, tali regioni fanno registrare, tra il 2006 e il 2015, 26.000 brevetti europei depositati, contro 19.000 circa del Nord Est, 9.000 del Centro e poco più di 2.000 del Mezzogiorno. La regione con più brevetti nel 2015 è la Lombardia (1.456), seguita da Emilia-Romagna (591), Veneto (516) e Piemonte (373). Ultime in classifica il Molise con 2 brevetti, Valle d'Aosta e Basilicata con 3 brevetti.

I BREVETTI EPO: DISTRIBUZIONE PER REGIONE (2/2)

BREVETTI CON REGISTRAZIONE DI DEPOSITO ALL'EPO DI CO-TITOLARI ITALIANI PER REGIONE



Dati riferiti agli anni 2006 - 2015. Fonte: Elaborazioni Unioncamere - DINTeC su dati EPO (2017)

I BREVETTI EPO: DISTRIBUZIONE PER PROVINCIA

A livello provinciale, confrontando il numero dei brevetti pubblicati nel 2006 con quelli del 2015, la provincia più innovativa è quella di Treviso con 140 brevetti nel 2015 (41 in più rispetto al 2006), seguita da quelle di Firenze (+37) e di Parma (+30). Sul fronte opposto, a risentire maggiormente della congiuntura economica negativa del decennio, si posizionano le province di Monza Brianza, i cui brevetti pubblicati all'EPO nel 2015 sono stati 53, contro i 247 del 2006, Milano (-126) e Torino (-88).

LE 15 PROVINCE CON LA MIGLIORE PERFORMANCE DEI BREVETTI REGISTRATI ALL'EPO

	Provincia	2006	2015	Differenza	Variazione %
1	TV	99	140	41	42%
2	FI	63	100	37	59%
3	PR	56	85	30	53%
4	BZ	22	43	22	101%
5	AR	7	24	17	236%
6	AN	56	72	16	29%
7	RA	17	33	16	91%
8	CO	41	54	14	33%
9	TN	11	24	14	129%
10	AL	33	44	11	35%
11	NA	7	18	11	154%
12	VE	13	24	11	85%
13	UD	44	54	10	23%
14	CR	18	27	9	47%
14	CR	18	27	9	47%
15	NO	31	39	8	26%

Dati riferiti agli anni 2006 - 2015. Fonte: Elaborazioni Unioncamere - DINTEC su dati EPO (2017)

I BREVETTI PCT^(1/3)

Il dato incoraggiante, relativamente al nostro Paese, è che tra il 2007 e il 2016 l'Italia ha fatto registrare un aumento del numero di domande presentate di brevetti PCT (Patent Cooperation Treaty) ogni 100.000 abitanti, passato da 2.949 a 3.363. Tale incremento, pari a 14%, è superiore a quello di Regno Unito, che perde quasi un punto percentuale, Germania (+2,7%) e Paesi Bassi (+5,8%), ma è inferiore a quello che si registra in Francia (+24,7%) e Spagna (+16,2%).

I Paesi UE con il maggior numero di domande depositate nel 2016 sono Germania, Francia e Regno Unito, rispettivamente con 18.305, 8.188 e 5.492 domande di brevetto PCT.

La tabella è riportata a pagina seguente

I BREVETTI PCT^(2/3)

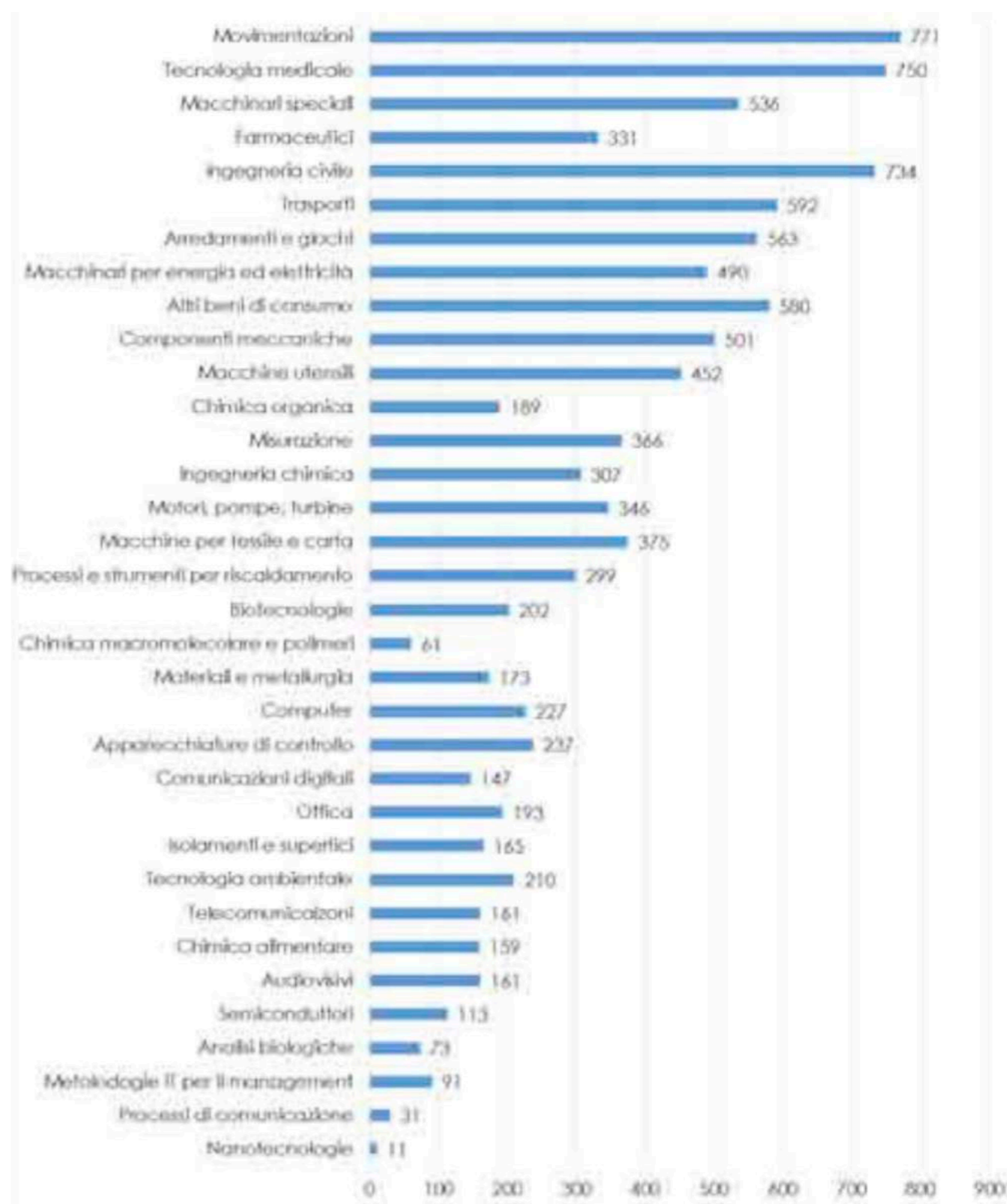
DOMANDE DI BREVETTO PCT (PATENT COOPERATION TREATY) NEI PRINCIPALI PAESI INDUSTRIALIZZATI

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Canada	2844	2907	2509	2689	2914	2738	2846	3072	2821	2331
Cina	5455	6119	7900	12301	16398	18620	21515	25548	29839	43128
Corea del Sud	7064	7902	8040	9604	10357	11787	12381	13119	14564	15554
Finlandia	1994	2212	2123	2136	2075	2312	2095	1811	1584	1524
Francia	6566	7076	7217	7231	7406	7802	7905	8261	8421	8188
Germania	17825	18857	16793	17560	18846	18750	17920	17983	18004	18305
Giappone	27743	28763	29810	32216	38864	43523	43771	42381	44053	45221
Israele	1743	1902	1555	1475	1449	1374	1607	1581	1685	1838
ITALIA	2949	2884	2653	2657	2686	2845	2868	3059	3072	3363
Paesi Bassi	4421	4361	4420	4011	3511	4078	4188	4206	4334	4676
Polonia	107	128	179	206	237	251	332	348	439	343
Portogallo	92	98	163	117	89	126	144	159	161	184
Regno Unito	5540	5479	5039	4892	4876	4917	4848	5268	5290	5492
Spagna	1295	1391	1563	1769	1732	1705	1705	1705	1530	1505
Stati Uniti	54062	51668	45659	45093	49210	51862	57459	61483	57123	56535
TOTALE	159935	163242	155408	164354	182442	195345	205305	214333	217233	232832

Fonte: WIPO, Statistics database (2017)

I BREVETTI PCT (3/3)

Per i brevetti PCT pubblicati nel 2016 per l'Italia per settore di attività, si registra una prevalenza di quelli del settore "Movimentazioni" (771), seguito da quello dalla "Tecnologia medica" (750) e da quello dei "Macchinari speciali" (536). I valori più bassi si registrano per i settori "Nanotecnologie" (11), "Processi di comunicazione" (31) e "Metodologie IT per il management" (91).



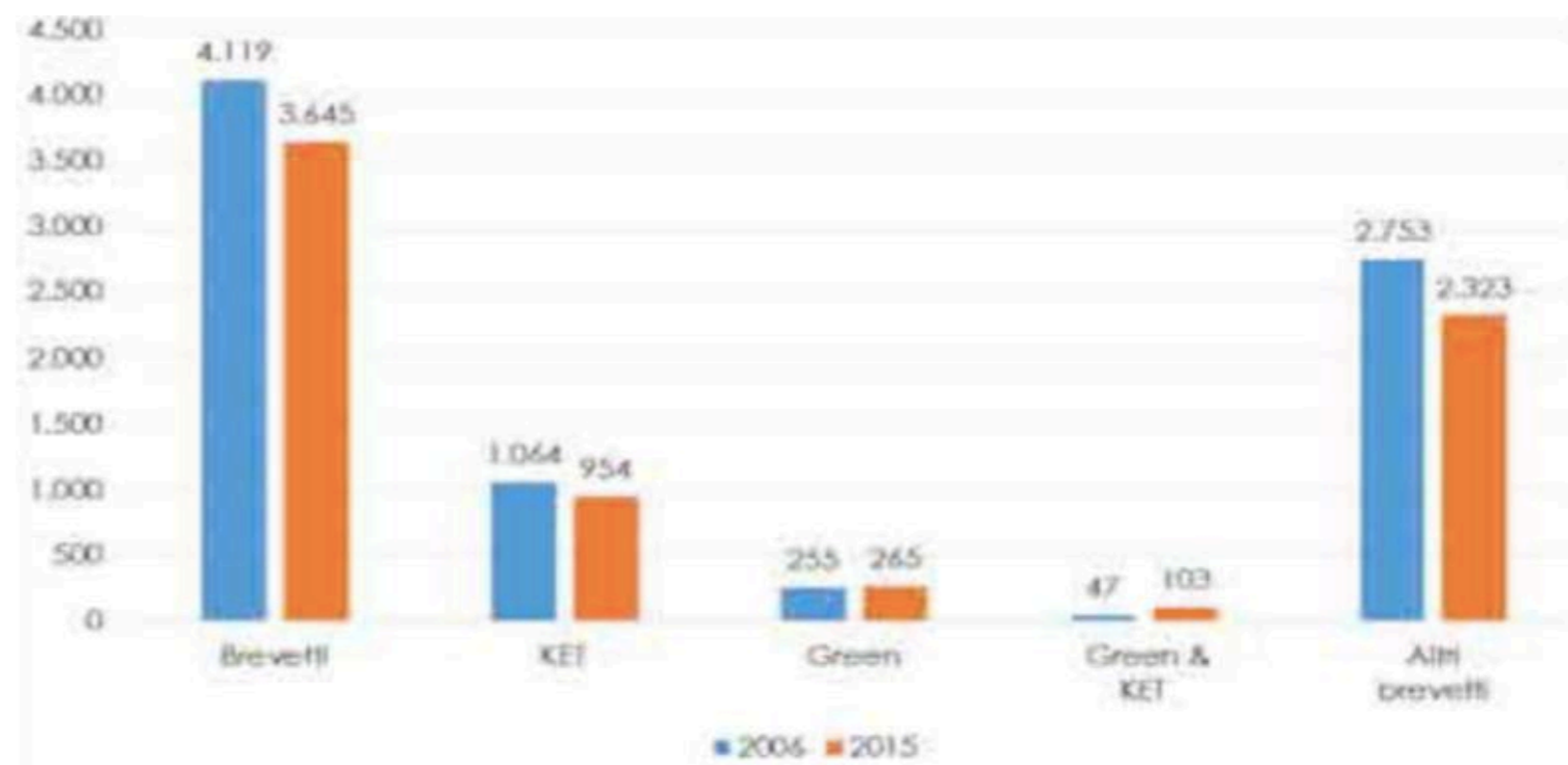
BREVETTI PCT PUBBLICATI IN ITALIA PER SETTORE DI ATTIVITÀ

L'INNOVAZIONE NEL SETTORE GREEN

Il numero dei brevetti per il settore "Green" con registrazione di deposito all'EPO di co-titolari italiani è complessivamente aumentato, tra il 2006 e il 2015, del 22%, andando a rappresentare il 10% delle 3.645 domande di brevetto totali registrate nel 2015.

Si tratta di oltre 3.500 invenzioni registrate tra il 2006 e il 2015, che introducono innovazioni a basso impatto ambientale nei processi o nei prodotti realizzati. Si mantiene pressoché costante e sull'ordine dei mille brevetti l'anno, il trend delle innovazioni legate alle cosiddette KET (Key Enabling Technology), le tecnologie abilitanti a più alta intensità di conoscenza associate alla ricerca applicata e allo sviluppo sperimentale, che richiedono investimenti elevati e lavori altamente specializzati. Le KET (biotech, fotonica, manifattura avanzata, materiali avanzati, nano/micro-elettronica e nanotech) rappresentano il 29% circa del totale dei brevetti italiani pubblicati dall'EPO nel 2015.

BREVETTI EPO CON CO-TITOLARI
ITALIANI NEL SETTORE GREEN



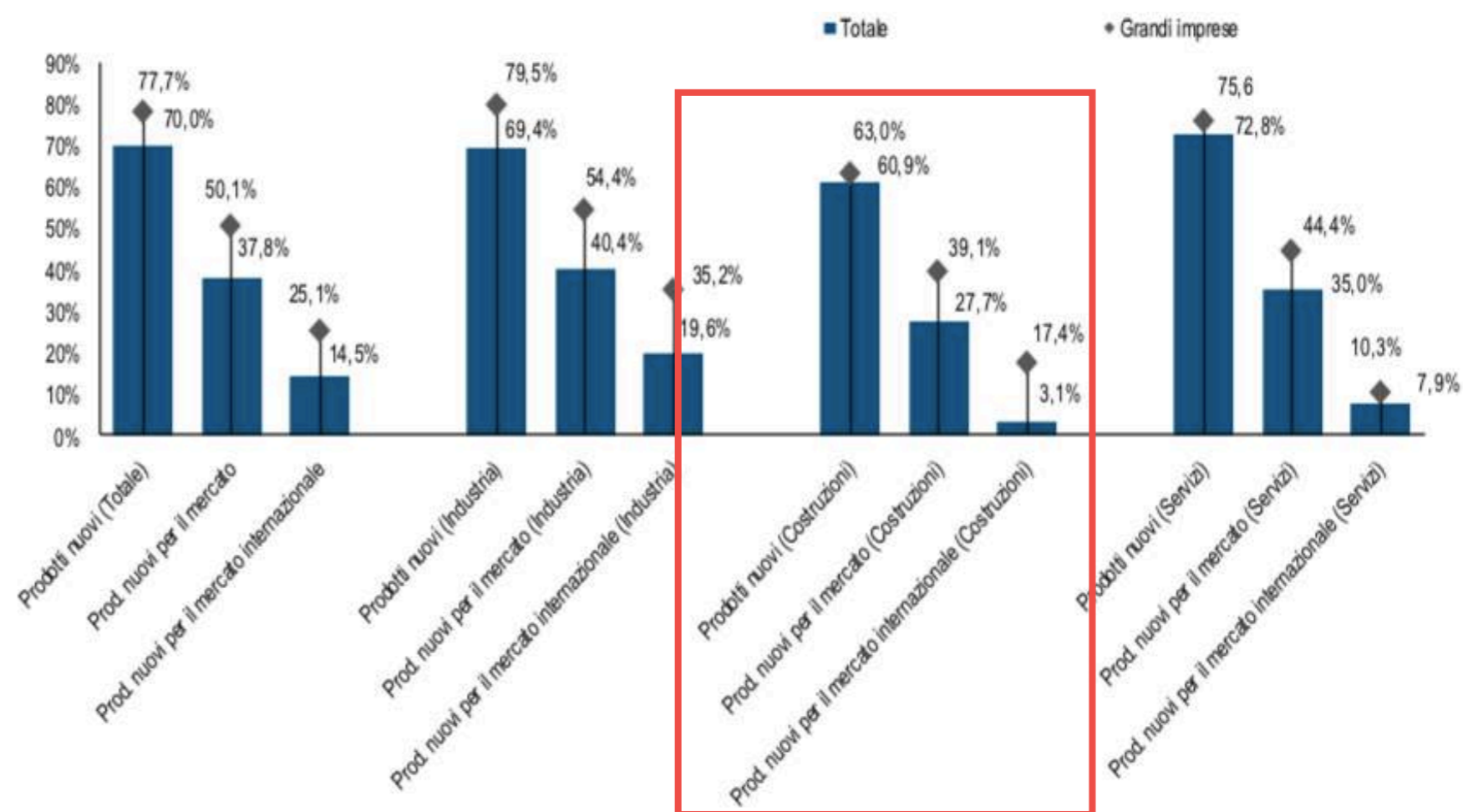
Fonte: elaborazioni Unioncamere - DINTEC su dati EPO, 2017

I MERCATI A CUI GUARDANO LE IMPRESE INNOVATRICI

Si riduce, invece, sia la percentuale di imprese innovatrici che hanno introdotto innovazioni per il proprio mercato di riferimento (che passa dal 40,0% del 2012-2014 al 37,8% del 2014-2016), sia la percentuale di imprese innovatrici che hanno introdotto prodotti nuovi per il mercato internazionale (Ue o extra Ue) che scende al 14,5% rispetto al 19,3% del triennio precedente.

Protagoniste di queste innovazioni restano, indipendentemente dal settore economico di appartenenza, le grandi imprese: in particolare, il 25,1% delle imprese con 250 addetti e oltre ha introdotto prodotti nuovi sul mercato internazionale, con valori massimi nell'industria, dove in media il 35,2% delle grandi imprese ha lanciato prodotti innovativi sul mercato internazionale.

IMPRESE CHE INNOVANO I PRODOTTI PER MACROSETTORE, TOTALE E GRANDI IMPRESE



Anni 2014-2016, valori percentuali sul totale delle imprese innovatrici in senso stretto.

Fonte: Istat, 2018

LE PAROLE CHIAVE PER LO SVILUPPO DEL SETTORE ^(1/2)

La rassegna dei trend innovativi a livello nazionale ed europeo ha, altresì, permesso di individuare alcune parole chiave che caratterizzeranno, verosimilmente, lo sviluppo futuro del comparto. Tali parole chiave sono:

- ▶ **Convergenza.** Tutti i settori del sistema energetico stanno diventando sempre più interdipendenti. Energia, reti distributive, edifici, trasporti sono ormai legati a sistemi idrici, flussi di materiali, prodotti di scarto, e mercati finanziari dell'energia. Se correttamente sintonizzati ed integrati, i settori energetici e i sistemi tecnologici hanno tutto il potenziale per migliorare le loro operazioni, aumentare la loro efficienza e consentire lo sviluppo di nuovi modelli e concetti nella struttura dell'economia energetica.
- ▶ **Confluenza.** La confluenza dei vari progressi compiuti in diverse aree tecniche e scientifiche (software, modelli di calcolo, analisi di dati,.ecc) sta inaugurando una nuova era di "sistemi di progettazione" per materiali e prodotti chimici, sempre più interessati anche ai progressi rilevati nelle scienze biologiche. L'intento è quello di replicare, a livello edile, i sistemi adattivi messi in atto da alcuni rettili, come le lucertole, per l'immagazzinamento dell'energia solare o aumentare la leggerezza e la resistenza delle strutture, assumendo a modello il comportamento dei ragni e la costruzione delle ragnatele.

LE PAROLE CHIAVE PER LO SVILUPPO DEL SETTORE ^(2/2)

- ▶ **Efficienza ovunque.** Il raggiungimento di una maggiore efficienza è l'unico mezzo per raggiungere la sicurezza energetica e per abbattere costi e impatto ambientale. Per raggiungere risultati importanti è necessario agire su ciascun anello della catena del valore, perché in ogni singolo passaggio è possibile perdere (o guadagnare) parte dell'energia (e dei costi ed emissioni nocive) che contribuiscono all'esito finale.

Le trasformazioni in atto stanno, in sostanza, portando allo sviluppo di sistemi complessi che consentono di gestire e controllare, in maniera integrata, una serie di aspetti finora impensabili. Di tali parole chiave le imprese padovane e la Camera di Commercio non possono non tener conto, ove esse intendano mantenere e consolidare il proprio posizionamento competitivo e sviluppare forme aggregative. Oltre ad una interpretazione più estensiva del concetto di "filiera", quindi, sarà indispensabile attivare collaborazioni cross-settoriali, a partire dall'agro-industria (ad esempio, per la valorizzazione della canapa come isolante termico) e dall'ICT che, in linea con quanto già ipotizzato dalla strategia di sviluppo della Regione Veneto e dall'Agenda Digitale, deve trasversalmente integrare tutta la catena del valore delle imprese del comparto.



MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

CONTATTI



RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI E SONDAGGI DI OPINIONE

SEDE DI BARI

via De Rossi, 57
70122 Bari (BA)
tel: +39 080.321.06.01

SEDE DI ROMA

Via Dodecaneso, 3
00144 Roma (RM)
tel: +39 06.211.28.531

SEDE DI MILANO

Via Montenapoleone, 8
00144 Roma (RM)
tel: +39 02.871.777.29

info@troisiricerche.it
www.troisiricerche.it

TROISI RICERCHE SRL UNIPERSONALE

Cap. Soc. 10.000,00 € (i.v.)
REA BA - 541094
P.IVA 07216100722



AZIENDA CERTIFICATA
UNI EN ISO 9001:2015
CERTIFICATO N. 50 100 10808