

## L'innovazione nelle imprese italiane

### Anni 2006- 2008

*L'Istat diffonde, per il triennio 2006-2008, i principali risultati della rilevazione sull'innovazione nelle imprese industriali e del terziario (Community Innovation Survey). La rilevazione, condotta con frequenza biennale, è inserita in un quadro normativo europeo (Regolamento Ce n. 1450/2004 del 13/08/2004) che ne stabilisce l'obbligatorietà per gli stati membri.*

*La rilevazione rende disponibile un ampio e articolato insieme di informazioni relative alla dimensione e al settore in cui operano le imprese innovatrici, alla tipologia di innovazione introdotta e alle spese sostenute per l'introduzione di innovazioni (incluse le spese per ricerca e sviluppo), agli obiettivi dell'innovazione e al loro impatto sui risultati economici, al sostegno pubblico dell'innovazione e agli accordi di cooperazione.<sup>1</sup> Tra le novità dell'edizione corrente si segnala l'inserimento di alcuni quesiti di approfondimento relativi all'impatto ambientale dell'innovazione e l'aggregazione delle informazioni secondo la Classificazione delle attività economiche Ateco 2007.*

*La rilevazione, campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti e censuaria per quelle con almeno 250 addetti, ha interessato circa 20.000 unità rappresentative dell'universo delle imprese italiane con almeno 10 addetti attive nell'industria, nelle costruzioni e nei servizi. Per le definizioni si rimanda al Glossario, mentre gli aspetti metodologici sono illustrati nelle Note informative.*

### Principali risultati

Nel triennio 2006-2008 le imprese italiane con 10 o più addetti che hanno svolto attività di innovazione sono state 69.017, pari al 33,1% dell'universo considerato. La maggior parte di esse (il 30,7%), quelle a cui si riferisce l'analisi, ha introdotto sul mercato o nel proprio processo produttivo almeno un'innovazione (*imprese innovatrici*); il rimanente 2,4%, invece, è costituito da imprese con attività di innovazione che non si sono tradotte in nuovi prodotti, servizi o processi alla fine del 2008 (Tavola 1). Rispetto al triennio 2004-2006 il numero di imprese innovatrici è aumentato di oltre tre punti percentuali.

A livello settoriale, l'incidenza di imprese innovatrici è stata pari al 41,1% nell'industria, al 20,3% nelle costruzioni ed al 23,9% nei servizi. Considerando la dimensione di impresa, il 28,2% delle imprese nella classe 10-49 addetti ha innovato, così come il 49,8% di quelle con 50-249 addetti e il 65,1% di quelle con 250 addetti e oltre.

<sup>1</sup> Le informazioni relative alle spese e alle quote di fatturato sono riferite all'anno 2008, mentre gli altri dati al triennio 2006-2008



**Istitut  
nazionale  
di statistica**

Direzione centrale comunicazione  
ed editoria  
Tel. +39 06.4673.2243-2244  
Centro di informazione statistica  
Tel. + 39 06 4673.3106

*Informazioni e chiarimenti*  
**Statistiche strutturali  
sulle imprese dell'industria e dei  
servizi**  
Via Tuscolana, 1782  
00173 Roma

Valeria Mastrostefano  
Tel +39 06 4673. 6137  
e-mail [mastrost@istat.it](mailto:mastrost@istat.it)  
Antonella Francescangeli  
Tel +39 06 4673. 6580  
e-mail [anfrance@istat.it](mailto:anfrance@istat.it)



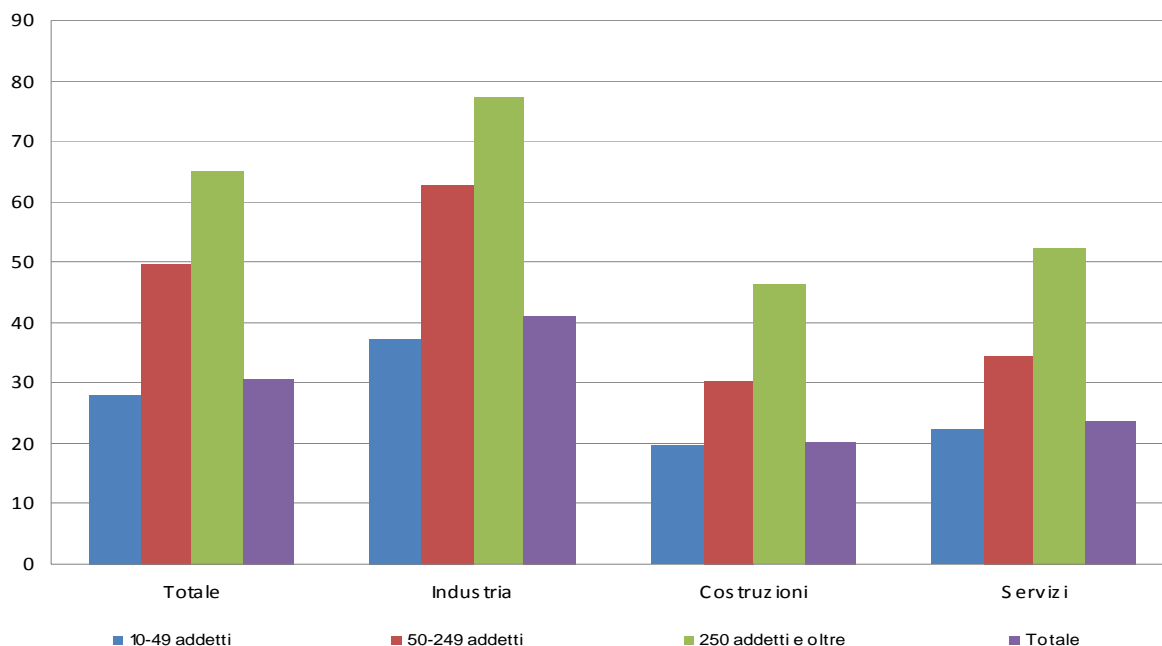
I settori più innovativi nell'industria sono stati le industrie farmaceutiche (75,5%), il settore della fabbricazione di computer e prodotti di elettronica (69,1%), le industrie chimiche (63,4%) e il settore della fabbricazione di autoveicoli (58,4%) (Tavola 2). Nei servizi, le imprese innovatrici sono più frequenti nelle telecomunicazioni (66,3%), nella produzione di software (60,9%) e nella ricerca e sviluppo (60,8%) (Tavola 3).

A livello nazionale emerge la chiara tendenza delle imprese innovatrici a innovare contemporaneamente i prodotti e i processi di produzione (oltre la metà delle imprese ha scelto questa tipologia di innovazione). Gli investimenti innovativi rivolti ai soli processi di produzione hanno interessato il 27,8% delle imprese, mentre quelli diretti ai soli prodotti-servizi hanno riguardato il 20,5% (Tavola 4). La preferenza verso forme di innovazione congiunte di prodotto e processo rappresenta una novità rispetto al passato quando era emerso, invece, un netto orientamento a introdurre innovazioni di solo processo (Tavola 26).

Nel 2008 l'impegno finanziario complessivamente sostenuto dalle imprese per le attività innovative è stato di 28 miliardi di euro (3% in meno rispetto al 2006), per due terzi attribuibile alle imprese industriali. L'incidenza media per addetto è stata di 6.400 euro, con valori più elevati nell'industria (7.900 euro) ed il valore massimo (8.600 euro) nelle imprese industriali con 250 addetti e oltre (Tavola 7).

Riguardo alla composizione della spesa per tipo di attività innovativa, l'acquisto di macchinari, impianti e attrezzature ha rappresentato, in media, la quota più rilevante (39,2%); seguono le attività di ricerca e sviluppo interne (R&S intra-muros), che hanno assorbito il 34% delle risorse destinate all'innovazione delle imprese, mentre un ruolo decisamente minore spetta alle altre fonti dell'innovazione: i servizi di R&S acquisiti all'esterno (9,3%), le altre attività (in marketing connesse al lancio di nuovi prodotti e in formazione del personale) (7,1%), la progettazione industriale (6,4%) e l'acquisto di tecnologia non incorporata in beni capitali, come brevetti, licenze e servizi di consulenza (4%).

Figura 1 - Imprese innovatrici per macrosettore e classe di addetti - Anni 2006-2008  
(in percentuale del totale)



Il 28,7% delle imprese innovatrici ha dichiarato di aver ricevuto nel triennio 2006-2008 un sostegno pubblico per l'innovazione proveniente, per la maggior parte (18,6%), da amministrazioni locali o regionali (Tavola 10). Il ricorso a forme di cooperazione nella gestione dei processi di innovazione ha interessato il 15,6% delle imprese innovatrici (Tavola 12). I principali partner sono stati i fornitori (scelti

dal 58% delle imprese cooperanti) e i consulenti (43,1%), residenti prevalentemente sul territorio nazionale (Tavola 13).

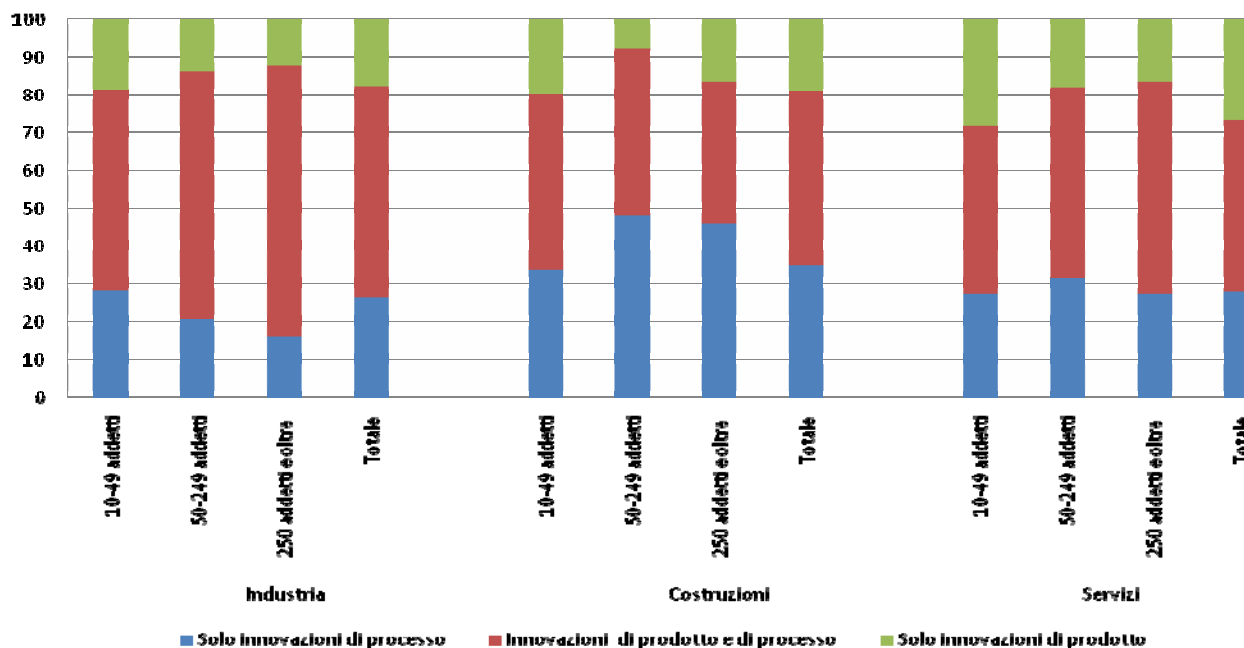
Nel triennio 2006-2008 il 70,4% delle imprese innovatrici ha introdotto anche forme di innovazione organizzativa o di marketing (Tavola 23); tra queste si è registrata una maggiore attitudine all'introduzione di novità in campo organizzativo (55,6%) rispetto all'implementazione di nuove strategie commerciali (48,5%).

Il 44,3% delle imprese ha dichiarato di aver contribuito, con le innovazioni introdotte nel periodo in esame, alla riduzione dell'impatto ambientale e all'ottimizzazione delle risorse naturali in fase di produzione, mentre il 41,8% ha comunicato di aver realizzato interventi innovativi orientati a una maggiore sostenibilità ambientale in fase di consumo e utilizzo dei beni (Tavola 24).

### Tipologia delle innovazioni introdotte

Nel triennio 2006-2008, le imprese italiane hanno scelto come modalità innovativa prevalente l'innovazione contestuale dei prodotti e dei processi di produzione (Figura 2). Il 56% delle imprese dell'industria ha introdotto innovazioni sia di prodotto sia di processo, mentre il 26,4% ha innovato unicamente il processo e il 17,5% esclusivamente i prodotti (Tavola 4).

Figura 2 - Imprese innovatrici per tipologia di innovazione introdotta, macrosettore e classe di addetti. Anni 2006-2008 (composizioni percentuali)



Una tendenza analoga emerge nei servizi, dove il 45,8% delle imprese innovatrici ha svolto attività combinate di innovazione di processo e prodotto, il 27,8% è stato impegnato in attività finalizzate unicamente alle innovazioni di processo e il 26,3% ha innovato i propri servizi senza introdurre alcun cambiamento significativo nei processi produttivi. Nelle costruzioni l'innovazione congiunta ha interessato il 46% delle imprese innovatrici, mentre il 35% ha adottato soltanto i nuovi processi.

La compresenza di innovazioni di prodotto e processo è risultata ancora più marcata tra le grandi imprese: nell'industria è stata praticata, infatti, dal 71,5% delle imprese con almeno 250 addetti contro il 53,3% di quelle con meno di 50 addetti.

Nonostante la prevalenza del modello di integrazione, a livello di attività economica si possono riscontrare alcune differenze: nell'industria, i settori con i valori più alti dello sviluppo combinato di innovazione di prodotto e processo sono stati, infatti, la fabbricazione di articoli di gomma e materie plastiche (75,9%), la fabbricazione di autoveicoli (75,4%), la fabbricazione di computer e prodotti di

elettronica (69,8%) e la fabbricazione di apparecchiature elettriche (66,9%) (Tavola 5). I settori con forte vocazione alla sola innovazione di processo sono stati la raccolta, trattamento e fornitura di acqua (79,5%), le industrie estrattive (67,8%), la fornitura di energia elettrica (47,1%). L'orientamento alla sola innovazione di prodotto è stata più frequente nelle industrie chimiche (33,6%), nella fabbricazione di prodotti derivanti dalla raffinazione di petrolio (29,3%), nel settore dell'elettronica (27,9%) e nelle imprese farmaceutiche (27,7%).

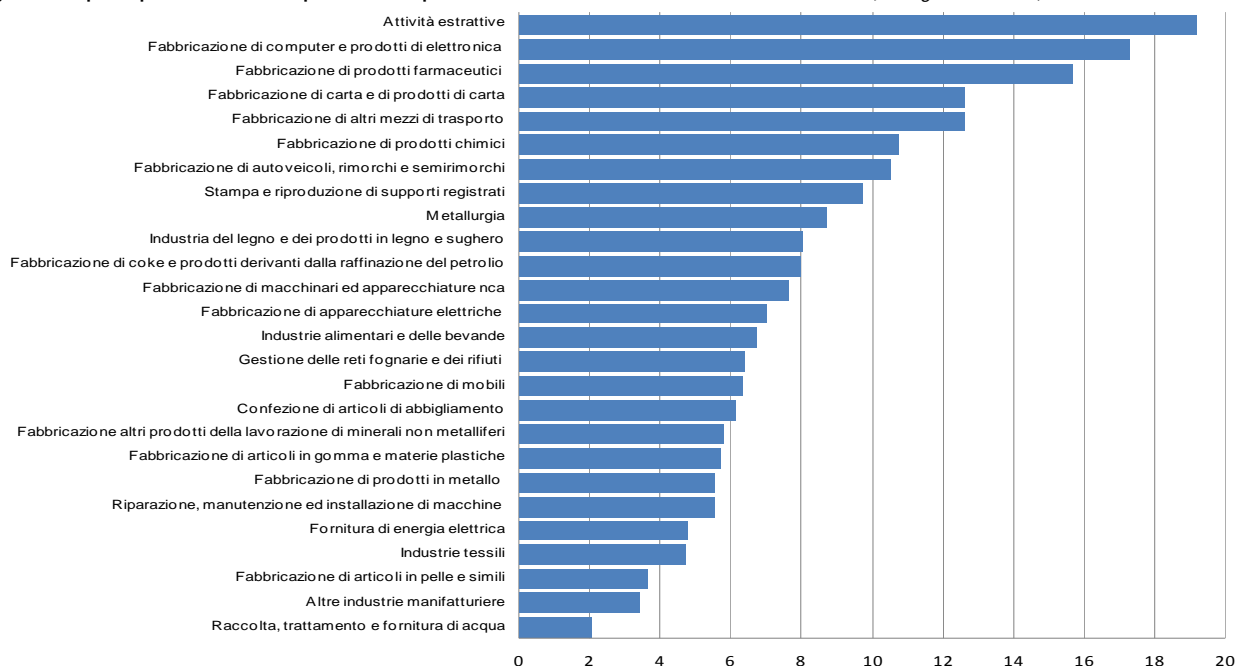
Nei servizi i settori più orientati all'innovazione congiunta di prodotto e processo sono stati l'editoria (68,4%), le assicurazioni (67,5%), la produzione di software e l'informatica (64,1%), i servizi finanziari (61,5%) e i servizi postali (58,2%) (Tavola 6). Tra i settori che hanno mostrato una maggiore attenzione alla sola innovazione di processo si segnalano le attività di magazzinaggio e supporto ai trasporti (53,4%) e quelle immobiliari (45%), mentre le imprese più frequentemente impegnate nella sola innovazione di prodotto sono state le telecomunicazioni (50,8%).

### La spesa per l'innovazione

Nel 2008 l'intensità innovativa, ossia la spesa innovativa per addetto, varia notevolmente tra i settori: al primo posto si trova l'industria con 7.900 euro per addetto, seguita dai servizi, con 4.900 euro per addetto e dalle costruzioni, con 2.200 euro per addetto (Tavola 7). Non sembra esserci un legame diretto tra intensità dell'innovazione e dimensione aziendale, salvo che nell'industria, dove le grandi imprese (250 addetti e oltre) hanno investito 8.600 euro per addetto a fronte di 7.400 euro spesi da quelle con meno di 50 addetti.

I maggiori livelli di spesa per addetto nell'industria sono segnalati per il settore estrattivo (19.200 euro), nell'industria elettronica (17.300 euro) e nel settore farmaceutico (15.700 euro) (Figura 3 e Tavola 8). Una spesa per addetto superiore ai 10.000 euro è stata registrata anche nella fabbricazione di autoveicoli e di altri mezzi di trasporto, nell'industria chimica e in quella della carta. I valori più bassi sono stati rilevati, invece, nelle industrie tessili e nella fornitura di energia elettrica (4.700 euro in entrambi i settori), nella fabbricazione di articoli in pelle (3.700 euro) e nella fornitura di acqua (2.200 euro).

Figura 3 - Spesa per innovazione per addetto per attività economica. Industria - Anno 2008 (in migliaia di euro)



Nei servizi la spesa più alta per addetto è stata sostenuta dal settore di ricerca e sviluppo (94.200 euro), dalle attività degli studi di architettura e ingegneria e attività di collaudo e analisi tecniche (12.800 euro), dalle telecomunicazioni (12.400 euro) e dalla produzione di software (7.700 euro); il minor sforzo

innovativo è stato rilevato nei servizi di alloggio e ristorazione (1.800 euro), nelle attività immobiliari (2.200 euro) e nel commercio al dettaglio (2.300 euro) (Figura 4 e Tavola 9).

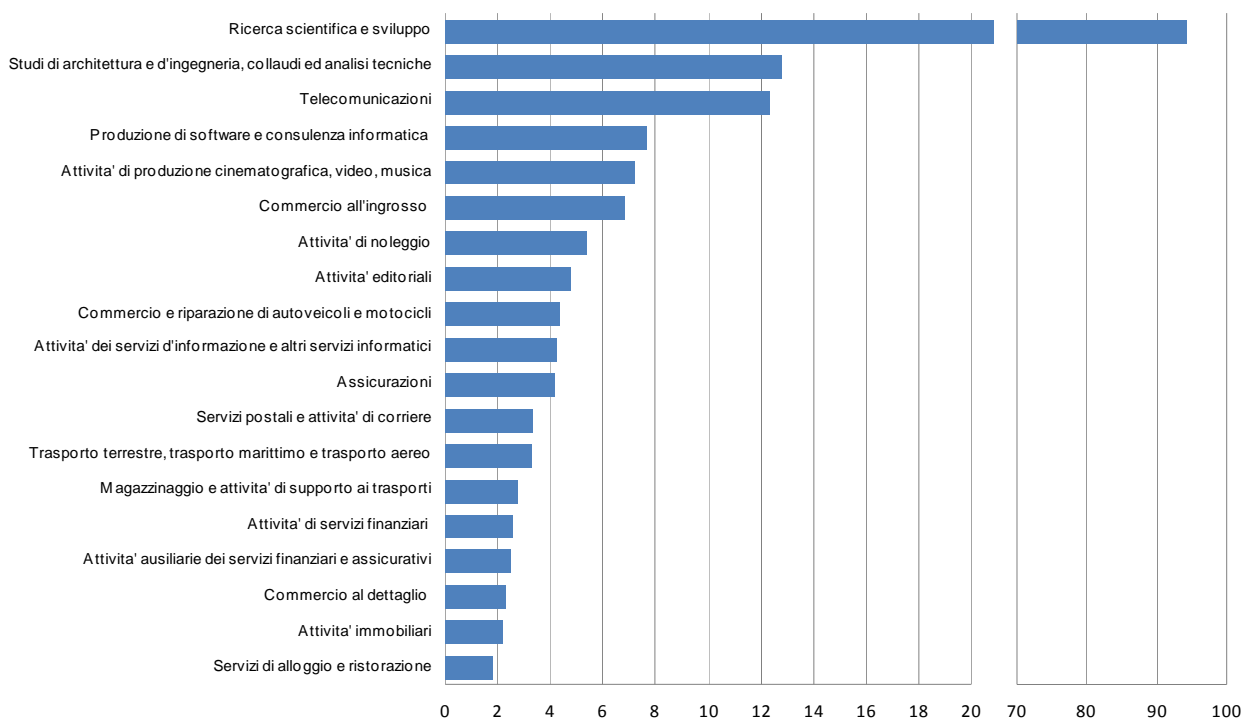
Con il variare delle caratteristiche strutturali delle imprese cambia anche la composizione della spesa (Tavola 7): nell'industria la ricerca e sviluppo interna e la progettazione hanno pesato sulla spesa per innovazione più di quanto è avvenuto a livello generale (rispettivamente il 37,2 e il 7,2%, a fronte del 34% e del 6,4%), mentre hanno inciso meno gli investimenti materiali e le altre spese in marketing e formazione (37,9 e 5,2% rispetto al 39,2% e al 7,1% della media nazionale).

Nelle costruzioni oltre due terzi della spesa sono stati costituiti dall'acquisto di macchinari e attrezzature. Nei servizi sono prevalsi gli investimenti materiali in macchinari (40,3%), ma è stata rilevata anche una quota maggiore di quella media nazionale delle altre spese in marketing e formazione (10,9%) e in tecnologie immateriali (brevetti, licenze, know-how, marchi e servizi di consulenza, 5,7%).

Forti differenze nell'incidenza relativa delle principali fonti d'innovazione emergono in funzione delle dimensioni d'impresa. La tendenza ad acquistare tecnologie "incorporate" (investimenti in macchinari e attrezzature) diminuisce al crescere della dimensione di impresa: nelle imprese con 10-49 addetti hanno rappresentato il 56,1% dell'intera spesa per innovazione (73,6% in quelle delle costruzioni), riducendosi al 26,2% nelle imprese con 250 addetti e oltre (22,5%, nelle grandi imprese industriali).

Al contrario, le spese per R&S interna aumentano al crescere della dimensione aziendale, passando dal 21,5% delle imprese con 10-49 addetti (5% nelle costruzioni) al 42,8% in quelle con 250 addetti e oltre (47,6% nell'industria). L'incidenza delle altre fonti di innovazione, invece, sembra essere meno legata alla dimensione aziendale.

Figura 4 - Spesa per innovazione per addetto per attività economica. Servizi - Anno 2008 (in migliaia di euro)



Nella composizione della spesa per innovazione è confermata l'importanza del settore economico di appartenenza. Tra le imprese industriali, gli investimenti in macchinari, impianti e attrezzature hanno rappresentato la modalità prevalente nella gestione dei rifiuti (77,8%), nella metallurgia (74,9%), nell'industria del legno (74,4%) e della stampa (73%), nella fabbricazione dei mobili (66,7%) e nella raccolta, trattamento e fornitura di acqua (63,7%) (Tavola 8). L'attività interna in R&S risulta, invece, un'attività chiave nella fabbricazione di computer e nell'elettronica (62,7%), nell'industria chimica (57%), nella fabbricazione di articoli in gomma (47,1%) e nella farmaceutica (43,9%).

In alcuni settori industriali, quali la riparazione, manutenzione e installazione di macchine, la fornitura di energia elettrica e le industrie farmaceutiche, assume una rilevanza cruciale la componente esterna di

R&S (acquisizione di servizi di ricerca) che, assieme alla componente interna (ricerca sviluppata direttamente dalle imprese), determina i due terzi della spesa totale. La spesa per la progettazione industriale ha un'incidenza maggiore nei settori della fabbricazione di apparecchiature elettriche (18,8%), della fabbricazione di macchinari (11,9%) e nell'elettronica (10,2%). Riguardo alle altre fonti, le imprese che hanno investito maggiormente nelle tecnologie non incorporate in beni capitali sono state quelle della fabbricazione di altri mezzi di trasporto (il 16,6%), mentre le imprese che hanno riservato una quota importante alle altre spese (marketing e/o formazione del personale) sono state quelle della fabbricazione di prodotti ottenuti dalla raffinazione di petrolio (16,3%) e del settore farmaceutico (10,3%).

Nei servizi, l'acquisto di macchinari e impianti ha contribuito a oltre i due terzi dell'intera spesa nelle attività di noleggio, nei servizi di alloggio e ristorazione, nei servizi postali e nelle attività ausiliarie dei servizi finanziari (Tavola 9). Altri settori, quali il commercio (all'ingrosso e al dettaglio) e i trasporti, i servizi di informazione e l'editoria, pur riservando più della metà delle risorse all'acquisto di macchinari e impianti per l'innovazione, sono caratterizzati da una ripartizione più diversificata della spesa. Le spese per l'attività interna di R&S rappresentano una voce significativa – oltre che nello stesso settore della ricerca e sviluppo (74,6%) – nei servizi di ingegneria e architettura (45,5%), nelle telecomunicazioni (42,8%) e nella produzione di software (41,9%). I settori della R&S e gli studi di ingegneria e architettura, con il settore dei servizi finanziari, presentano anche le quote più alte di spesa per le attività esterne di R&S. Il peso relativo degli investimenti in licenze, brevetti e altre tecnologie immateriali è maggiore nei servizi postali (23,7%), nei trasporti (15,7%) e nelle assicurazioni (12,3%). I trasporti, insieme all'industria informatica, hanno destinato una parte non marginale delle proprie spese per l'innovazione alla progettazione industriale. Infine, il marketing e la formazione del personale hanno costituito una fonte importante nei settori del commercio (all'ingrosso e al dettaglio), nei servizi alberghieri e di ristorazione, nell'editoria, e nei servizi finanziari e assicurativi.

## Il sostegno pubblico all'innovazione

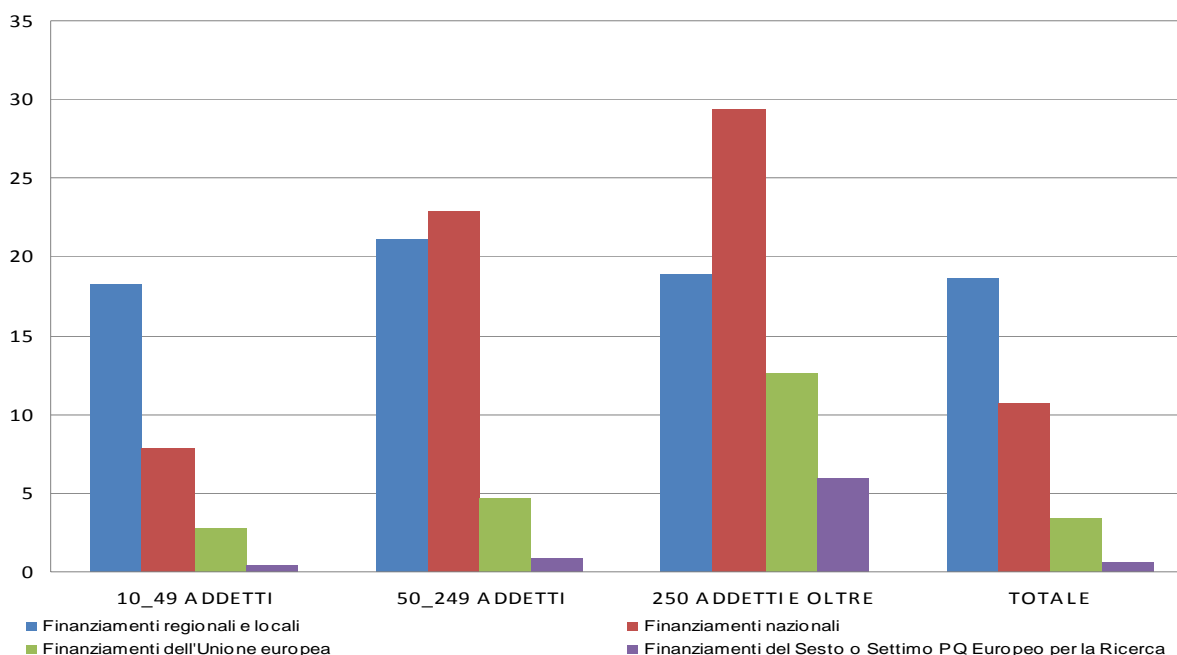
Nel triennio considerato, il 34,5% delle imprese che hanno innovato congiuntamente i processi e i prodotti ha dichiarato di aver beneficiato di almeno una forma di sostegno pubblico per l'innovazione, contro il 21,2% delle imprese che hanno innovato solo i prodotti e il 23,2% di quelle che hanno innovato solo i processi (Tavola 10). A livello settoriale, nell'industria il 35,7% delle imprese ha dichiarato di aver ottenuto un sostegno pubblico, mentre tale percentuale scende al 19,6% nelle costruzioni e al 19,1% nei servizi.

Il supporto pubblico è arrivato principalmente da amministrazioni pubbliche locali o regionali: nel complesso, circa il 18,6% delle imprese innovatrici ha dichiarato di aver ricevuto incentivi da tali istituzioni (22,4% nell'industria, 15,3% nelle costruzioni e 13,1% nei servizi). Solo il 10,7% delle imprese innovatrici ha dichiarato, invece, di aver beneficiato di incentivi nazionali, più frequenti tra le imprese industriali (14,9% contro un 3,9% delle costruzioni e un 5,5% dei servizi). Solo il 3,4% delle imprese ha dichiarato di essersi avvalso di un sostegno europeo e meno dell'1% ha beneficiato di finanziamenti europei nell'ambito del Programma Quadro per la Ricerca.

Anche per gli incentivi, si conferma la maggiore frequenza delle imprese beneficiarie tra coloro che hanno svolto attività combinate di innovazione rispetto a quelle che hanno innovato solo per prodotto o per processo.

La dimensione di impresa ha avuto un ruolo rilevante nell'acquisizione di forme di sostegno da parte del settore pubblico: la percentuale di imprese con almeno un incentivo pubblico passa dal 25,9% delle piccole imprese (meno di 50 addetti) al 44,8% delle grandi (250 addetti e oltre) (Tavola 11). Le differenze sono più marcate con riferimento agli incentivi europei (il 2,8% delle piccole imprese contro il 12,6% delle grandi) e a quelli concessi nell'ambito del Programma Quadro per la Ricerca (0,5% delle piccole contro il 6% delle grandi) (Figura 5).

Figura 5 - Imprese innovatrici beneficiarie di finanziamenti pubblici per classe di addetti e tipo di finanziamento. Anni 2006-2008 (valori percentuali)



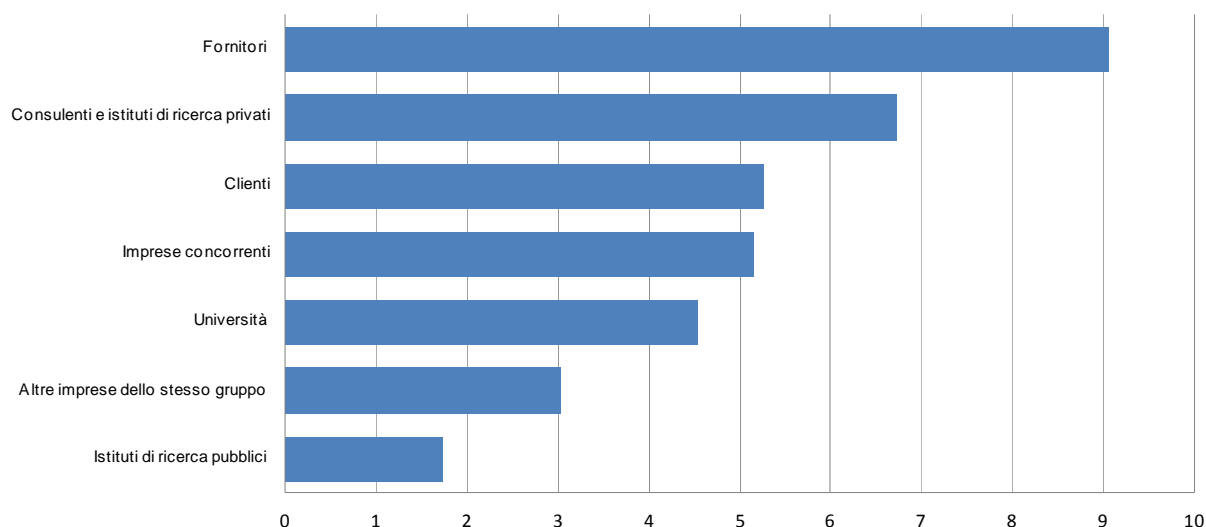
### Gli accordi di cooperazione per l'innovazione

La maggiore diffusione degli accordi di cooperazione (19,5% delle imprese) si ritrova nei servizi, la minore (12,7%) nelle costruzioni (Tavola 12). Nelle loro attività di innovazione le imprese hanno cooperato con soggetti sia privati (imprese appartenenti allo stesso gruppo industriale, operanti nello stesso settore, consulenti o clienti) che pubblici (università e istituti pubblici di ricerca). In queste iniziative sono stati coinvolti principalmente i fornitori (con i quali ha collaborato il 9,1% delle imprese), mentre una percentuale inferiore di imprese ha sviluppato forme di cooperazione con la comunità scientifica (il 4,5% con le università e appena l'1,7% con gli istituti di ricerca pubblici) (Figura 6).

Rispetto alla localizzazione dei soggetti coinvolti, sono prevalsi gli accordi stipulati con soggetti operanti in Italia, che hanno riguardato il 14,3% delle imprese innovatrici (pari al 91,9% delle imprese con accordi di cooperazione) (Tavola 13). Le alleanze con partner europei hanno costituito una modalità complessivamente poco diffusa (4%, pari al 25,4% delle imprese con accordi di cooperazione), mentre molto rari sono stati gli accordi con altri soggetti internazionali.

La propensione a sviluppare forme di cooperazione per l'innovazione tecnologica è fortemente correlata alla dimensione di impresa: la percentuale di imprese innovatrici che ha scelto di cooperare è passata dal 13% delle imprese con 10-49 addetti al 44,2% di quelle con 250 addetti e oltre. Le differenze sono state più marcate per gli accordi stipulati con le università e gli istituti di ricerca pubblici e con le altre imprese del gruppo (Tavola 14). Risulta, infine, evidente il legame tra dimensione di impresa e localizzazione geografica dei partner con cui si coopera; indipendentemente dalla localizzazione dei partner, la percentuale di imprese con accordi di cooperazione è aumentata al crescere della dimensione aziendale (Tavola 15).

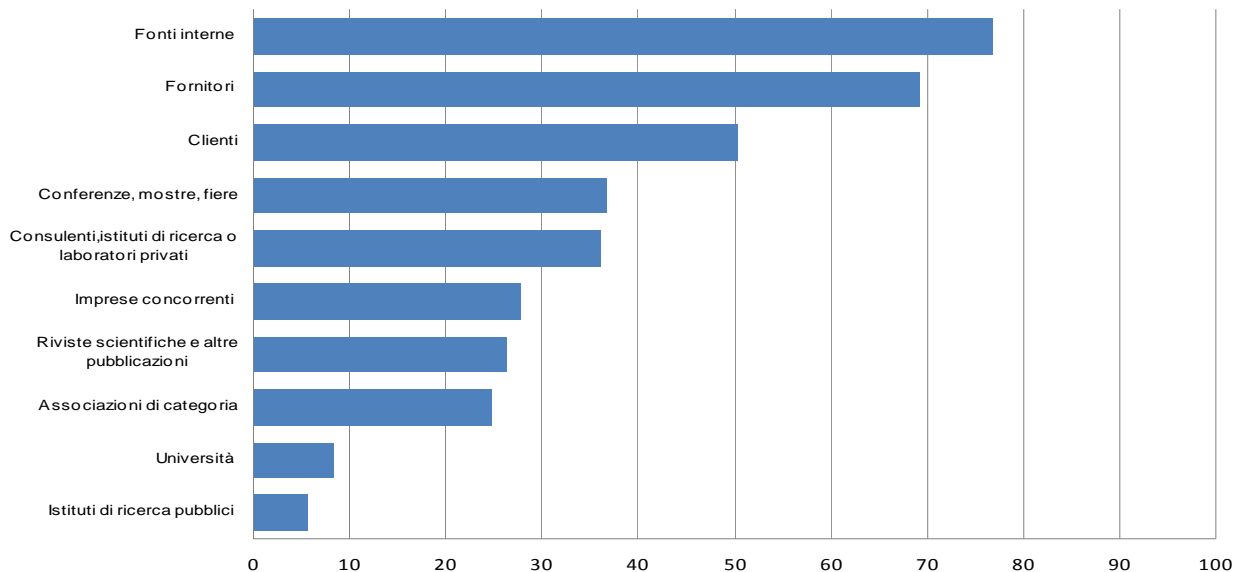
Figura 6 - Imprese innovatrici con accordi di cooperazione per tipologia di partner – Anni 2006-2008 (valori percentuali)



### Le fonti informative dell'innovazione

Il principale canale informativo impiegato dalle imprese per lo sviluppo dei loro processi innovativi è costituito dalle fonti interne, ritenute importanti per oltre tre quarti delle imprese innovatrici (Figura 7). Tra le fonti informative esterne è risultato decisivo per le scelte innovative delle imprese l'insieme di relazioni che si instaurano lungo la filiera tecnologico-produttiva: più di due terzi considera importante i rapporti con i fornitori e un'impresa su due giudica rilevanti le informazioni provenienti dai clienti.

Figura 7 - Imprese innovatrici che considerano importanti le diverse fonti informative – Anni 2006-2008 (valori percentuali)



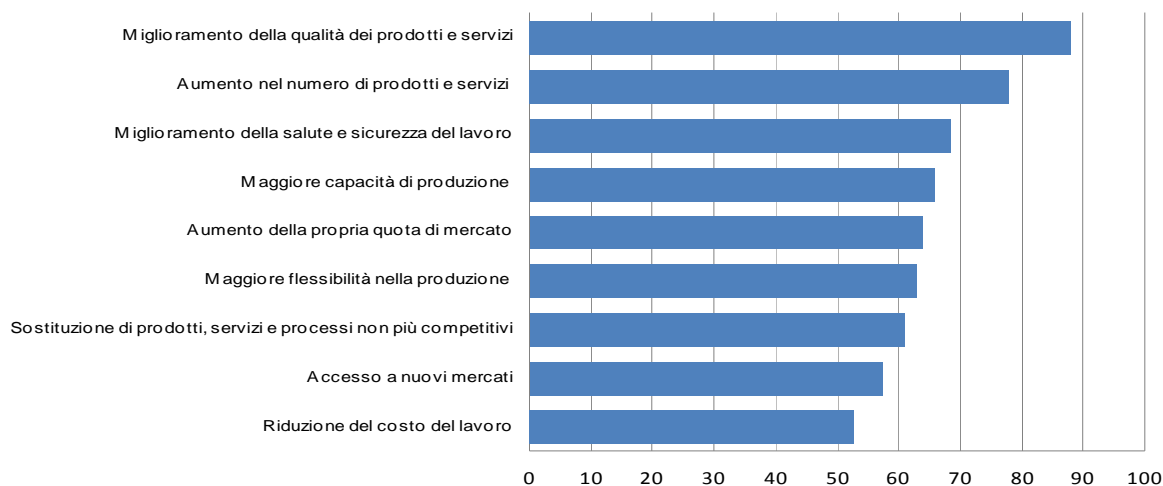
Si conferma, infine, marginale il contributo della comunità scientifica: l'8,3% delle imprese valuta determinanti nei loro percorsi innovativi i rapporti con le università e solo il 5,5% quelli con gli istituti di ricerca pubblici (Tavola 16). A livello settoriale va evidenziato il ruolo relativamente più importante dei consulenti per le imprese delle costruzioni e quello delle associazioni di categoria per costruzioni e servizi. L'importanza delle diverse fonti, salvo i rapporti con i fornitori, varia al crescere della dimensione di impresa: in particolare, differenze significative tra piccole e grandi imprese sono state rilevate nei rapporti con le università e gli istituti pubblici di ricerca (Tavola 17).



## Gli obiettivi dell'innovazione

Le imprese italiane hanno innovato principalmente con l'obiettivo di migliorare la qualità dei prodotti e dei servizi (88%), considerando altrettanto importante l'obiettivo di ampliamento della gamma di prodotti e dei servizi offerti alla clientela (78%) (Figura 8 e Tavola 18). Inoltre, per due imprese su tre è necessario innovare per incrementare la propria capacità produttiva e migliorare le condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro. Solo un'impresa su due ha dichiarato, invece, di innovare soprattutto per ridurre il costo del lavoro per unità di prodotto.

Figura 8 – Imprese innovatrici che considerano importanti i diversi obiettivi dell'innovazione per tipo di obiettivo - Anni 2006-2008 (valori percentuali)



La stessa tendenza è confermata a livello settoriale, anche se nell'industria acquisisce un'importanza maggiore (rispetto alla media nazionale) la flessibilità nella produzione (68,1%) e l'accesso a nuovi mercati (62,8%) ed è risultato più frequente il numero di imprese che giudica l'innovazione un'attività decisiva per la riduzione del costo del lavoro (58,2%). Nelle costruzioni, invece, rilevanza maggiore è data all'innovazione realizzata per migliorare le condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro (80,1% a fronte del 68,3% della media nazionale), mentre sono ritenuti meno importanti gli obiettivi di ampliamento della gamma dei prodotti e di accesso o aumento della propria quota sul mercato. Nei servizi è confermato il ruolo fondamentale dell'innovazione nel consolidamento della propria presenza sul mercato (con l'aumento del numero dei prodotti, la sostituzione con prodotti più competitivi o l'ampliamento della quota di mercato), mentre meno importanti appaiono gli obiettivi di miglioramento della capacità e flessibilità produttiva, di riduzione del costo del lavoro e di miglioramento della salute e sicurezza sul lavoro.

A livello dimensionale, le grandi imprese attribuiscono una rilevanza di gran lunga maggiore (rispetto alla media nazionale) all'aumento della propria quota di mercato, alla sostituzione dei prodotti superati e alla riduzione del costo del lavoro, mentre le imprese con meno di 50 addetti percepiscono, in generale, una minore rilevanza di questi obiettivi (Tavola 19).

## L'impatto dei prodotti innovativi sul fatturato delle imprese

La rilevazione permette di misurare l'incidenza sul fatturato dei prodotti-servizi "nuovi per l'impresa" ma già presenti sul mercato di riferimento delle imprese interessate e dei prodotti-servizi "nuovi per il mercato", quelli introdotti per la prima volta sul mercato di riferimento.

Nel 2008, il fatturato attribuito dalle imprese innovatrici alla vendita di prodotti e servizi nuovi (sia per l'impresa sia per il mercato) è stato il 17,5% del loro fatturato totale, di cui circa la metà (l'8,3%) associato ai prodotti "nuovi per il mercato" (Tavola 20).

Nell'industria, l'incidenza di tutti i nuovi prodotti sul fatturato è risultata inferiore (16%) a quella dichiarata nelle costruzioni (22,4%) e nei servizi (19,3%). Anche la quota di fatturato relativa ai prodotti

“nuovi per il mercato” è stata più contenuta nell’industria (7,8%) rispetto alle costruzioni (8,1%) e ai servizi (9,2 %). Non sembrano, infine, emergere relazioni a livello dimensionale: in media la quota di fatturato che le grandi imprese hanno fatto risalire ai prodotti nuovi è stata del 16,4% contro il 20,3% stimato dalle imprese di medie dimensioni e il 17,8% dalle piccole imprese.

I settori dell’industria che hanno dichiarato un’incidenza dei prodotti nuovi sul fatturato superiore alla media sono stati la fabbricazione di apparecchiature elettriche (29,5%), di macchinari (28%) e di altri mezzi di trasporto (26,9%) (Tavola 21). Gli stessi settori, insieme al settore dell’elettronica e della fabbricazione di articoli in gomma, hanno registrato anche le percentuali più elevate di fatturato dovute a prodotti nuovi per il mercato.

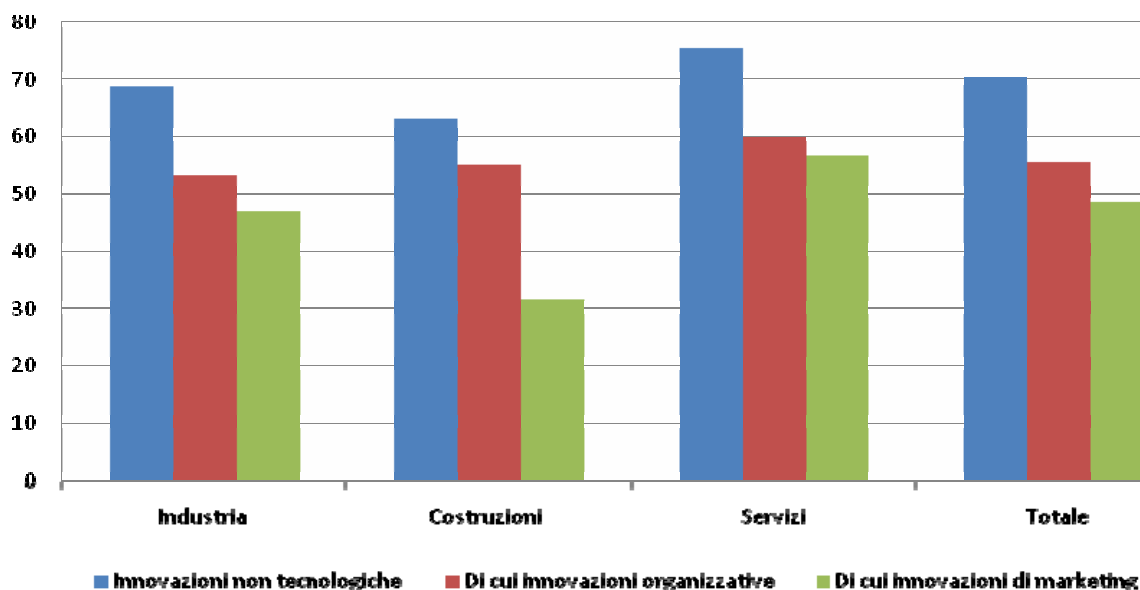
Nei servizi, le imprese innovatrici con la quota più elevata di fatturato derivante da prodotti nuovi (sia per l’impresa sia per il mercato) sono state quelle della ricerca e sviluppo (dove nel complesso i prodotti nuovi hanno inciso sul fatturato in misura del 40,9% e quelli nuovi per il mercato hanno contribuito per il 25,1%). Quote più elevate del fatturato derivanti da prodotti nuovi per il mercato sono emerse anche nelle imprese innovatrici delle telecomunicazioni (18,6%), dell’informatica (18,9%) e degli altri servizi informatici (15%) (Tavola 22).

### Le innovazioni organizzative e di marketing

Per tutte le imprese coinvolte nell’indagine, vengono rilevate anche informazioni sulle attività di innovazione non propriamente tecnologica (di prodotto e di processo), ossia quelle attività che implicano innovazioni di tipo organizzativo (che interessano le pratiche di gestione aziendale, l’organizzazione interna del lavoro o le relazioni con l’esterno) e innovazioni introdotte nel campo del marketing (in relazione sia alle strategie di commercializzazione che al miglioramento delle caratteristiche estetiche e del design dei prodotti).

Un primo aspetto da osservare è la rilevante diffusione di queste forme di innovazione nelle imprese che hanno introdotto innovazioni tecnologiche (Figura 9). Complessivamente oltre due terzi di queste imprese hanno introdotto altre forme di innovazione nel triennio 2006-2008; tra queste, si è registrato una maggiore attitudine all’introduzione di novità in campo organizzativo (55,6%) rispetto all’implementazione di nuove strategie commerciali (48,5%).

Figura 9 - Imprese con innovazioni tecnologiche e non per tipo di innovazione e macrosettore - Anni 2006-2008  
(valori percentuali)



Una maggiore propensione all’innovazione di marketing sembra aver interessato le imprese innovatrici dei servizi rispetto a quelle dell’industria e delle costruzioni (Tavola 23). La dimensione di impresa

gioca un ruolo decisivo nell'adozione di innovazioni non tecnologiche: infatti, le grandi imprese sono quelle che più frequentemente hanno adottato nuove soluzioni nel campo dell'organizzazione e del marketing.

#### L'innovazione e la tutela ambientale

Nell'industria il 46,6% delle imprese considerate ha dichiarato di aver implementato nell'attività di produzione innovazioni che hanno ridotto l'impatto ambientale o contribuito a un uso più responsabile ed efficace delle risorse naturali (Tavola 24). L'orientamento a una maggiore sostenibilità ambientale è stato realizzato, invece, nel 44,9% delle imprese delle costruzioni e nel 39,9% di quelle dei servizi. Gli interventi più frequenti hanno riguardato la riduzione dell'inquinamento, seguiti, nell'industria e nei servizi, dal riutilizzo di scarti di processo, da una migliore gestione dei rifiuti e dal riciclo dell'acqua e, nelle costruzioni, dall'uso di materiali eco-compatibili in sostituzione di quelli tradizionali. Più di un quarto delle imprese ha adottato pratiche innovative che hanno migliorato l'efficienza energetica, limitato l'inquinamento in fase di utilizzo dei beni e migliorato le pratiche di riciclo dei prodotti a fine vita.

Gli interventi di tutela ambientale sono stati dettati prevalentemente dalla necessità di rispettare la normativa e gli impegni fiscali vigenti in materia ambientale: in particolare, il 26,4% delle imprese ha introdotto soluzioni innovative per far fronte ai vincoli normativi e fiscali vigenti (Tavola 25). Meno frequente è risultata l'adozione di strategie innovative sostenibili in previsione di nuove norme o tasse in materia ambientale, per disponibilità di incentivi finanziari, per l'esistenza di una domanda (corrente o attesa) di innovazioni eco-compatibili o di accordi volontari e altri processi di negoziazione volontaria.