

Gli investimenti in progetti di innovazione nelle PMI italiane

FRANCESCA PRANDI

Le imprese italiane sapranno approfittare della congiuntura economica, che nel momento in cui scriviamo sembra essere lievemente più favorevole per il nostro Paese? Oseranno utilizzare l'investimento come arma d'elezione per innovare e competere? Sono le domande che molti si pongono, nella consapevolezza che solo questo tipo di scelte potrebbe guidarci fuori da un ormai lungo periodo di sostanziale stagnazione, in cui l'Italia non ha fatto che perdere posizioni competitive.

Intanto, le imprese che nel periodo 2005-2006 stanno continuando ad investire sono quelle che per motivi di mercato sono più sottoposte alla concorrenza internazionale, come viene accuratamente documentato dall'ultimo Rapporto della School of Management del Politecnico di Milano dal titolo "PMI: innovare e competere con le ICT", presentato

prima dell'estate. La ricerca è stata condotta realizzando due survey statisticamente significative che hanno coinvolto più di 1000 PMI italiane, con un numero di addetti fra i 2 e i 500, operanti nei settori manifatturiero, delle costruzioni, del commercio e dei servizi, ad esclusione di quelli finanziari. Investono mediamente il 19% del fatturato il 72% delle imprese che operano in business di nicchia, dotati di una buona attrattività, caratterizzati da mercati in crescita, dove esse detengono una posizione competitiva di rilievo. Impiegano il 18% del fatturato in investimenti circa il 57% delle aziende che lavorano in aree di mercato attrattive, in competizione con aziende di dimensione maggiore, come grandi gruppi multinazionali. Complessivamente solo il 41% delle PMI italiane ha intenzione di effettuare investimenti significativi nel 2006, con valori decisamente infe-



riori (media del 38%) nelle microimprese con 2-9 dipendenti, e superiori (60% e oltre) nelle aziende che superano i 50 addetti.

La strategia che guida gli investimenti delle imprese e il ruolo che gioca l'ICT nei progetti di innovazione sono i due obiettivi con cui si è misurata la ricerca. L'entità degli investimenti nelle diverse tipologie, ICT, innovazione di prodotto, di processo, valorizzazione del marchio e internazionalizzazione, mostra chiaramente come le tecnologie

ICT non rientrino tra le priorità strategiche.

Gli imprenditori che investono puntano prevalentemente ad ammodernare le tecnologie produttive e quindi impiegano mediamente il 16% del fatturato sull'innovazione di processo, e il 13% sull'innovazione di prodotto. Le tecnologie ICT sono l'area d'investimento segnalata dalla maggior parte delle imprese (il 20%), ma solo il 5% del fatturato viene impiegato su progetti di questo ambito.

L'innovazione 'radicale' di prodotto, quella con maggiore valenza competitiva, è perseguita solo dal 6% delle imprese che si dice intenzionato ad investire in Ricerca e Sviluppo.

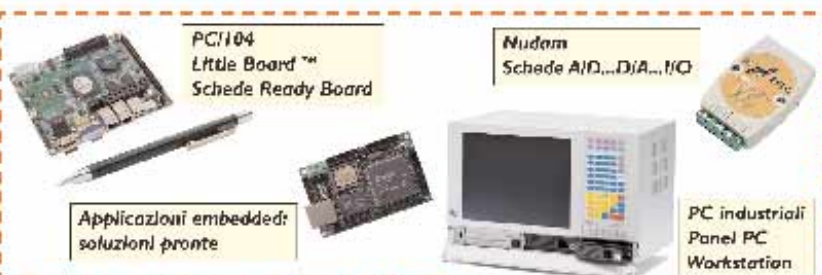
La valorizzazione del brand e l'internazionalizzazione, sono aree di scarso rilievo, su cui si impegneranno rispettivamente il 3% e l'1% delle imprese. Tutti questi dati evidenziano bene come le dinamiche innovative appaiano ancora alquanto bloccate.

L'analisi della dotazione ICT nelle imprese del settore manifatturiero mostra una buona penetrazione informatica, basti dire che esiste in media una piattaforma informatizzata ogni due dipendenti. Non

continua a pagina 22 ➡



dalla scheda CPU alla Workstation...
le soluzioni più affidabili in fatto di PC industriali



Da 25 anni, tutte le soluzioni per l'automazione industriale

readerservice.it n.12/13
Contradata Milano S.r.l.
tel. 039 230 1492
www.contradata.it
info@contradata.it

Piemonte: Contradata S.p.A. - Trentino Alto Adige: Contradata S.p.A.
Veneto: Contradata S.p.A. - Friuli Venezia Giulia: Contradata S.p.A.
Emilia Romagna: Contradata S.p.A. - Toscana: Contradata S.p.A.
Marche: Contradata S.p.A. - Umbria: Contradata S.p.A.

➡ segue da pagina 3

Gli investimenti in progetti di innovazione nelle PMI italiane

si può parlare invece di maturità qualitativa, quando nelle imprese di maggiori dimensioni si osserva la presenza dominante di infrastrutture stratificate nel tempo, come effetto di scelte d'acquisto contingenti. È interessante la crescita del Voice over IP, le cui opportunità in termini di riduzione dei costi sono ben percepite dalle aziende. Infatti "già oggi una PMI del settore manifatturiero su 5 utilizza sistemi VoIP mentre il 18% delle PMI intende adottarli in futuro".

Sotto il profilo delle applicazioni, la ricerca riscontra una significativa penetrazione dell'open source: il 20% delle PMI utilizza almeno un software open source.

Sono ancora poco diffuse le applicazioni di eBusiness: il 12% delle imprese ha una Intranet rivolta ai dipendenti, il 7% una Extranet verso i clienti, e il 3% verso i fornitori/terzisti, mentre si sta diffondendo anche presso le PMI l'utilizzo delle aste online.

Secondo gli estensori della ricerca, una maggiore diffusione delle applicazioni di eBusiness dipende fortemente dalla maturità ICT dell'impresa. Per quanto riguarda le applicazioni mobile & wireless, la crescita è sensibile all'aumentare delle dimensioni aziendali e si arriva a una penetrazione del 50% nelle PMI con un numero di dipendenti compreso fra 250 e 500. Le applicazioni più diffuse vedono l'utilizzo del WiFi nella logistica di magazzino, della rete cellulare per le attività 'sul campo' della forza vendita e più in generale di quelle appartenenti all'area di mobile & wireless office. ■