



CONFINDUSTRIA

*Tecnologie, mercati, competitività:
scenari strategici per l'innovazione*

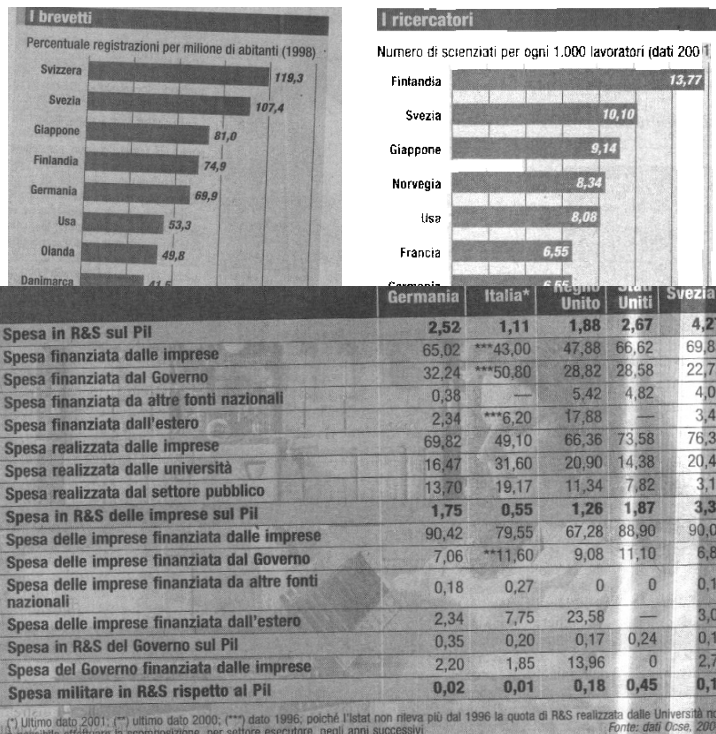
Paolo Garonna
Centro Studi Confindustria



IL PRECEDENTE: GIORNATA CONFINDUSTRIA SULLA RICERCA (settembre 2004)

I limiti e i ritardi del sistema Italia

Le analisi



Le proposte

Ricerca, 6 proposte
di Confindustria

tria

Confindustria presenta un pacchetto di proposte da inserire in finanziaria per aumentare la competitività dell'Italia

Ricerca, un rilancio in sei mosse

Tra gli strumenti individuati, incentivi fiscali strutturali che garantiscano certezza di risorse e sostegni alle start-up nella fi-
ve fare
compa-
bilità, la mia speranza è che
tutti i nostri ragazzi inseriti in



la scommessa della
«Terza giornata della
ricerca» organizzata
da Confindustria
donna e Roma
■ Un «Dossier Ricerca»
del Sole-24 Ore spiega
oggi i temi sul tappeto
per la ricerca italiana:
dagli incentivi fiscali
al rapporto con le
università.

La nuova frontiera della competitività

Confindustria: un Patto per ridare slancio allo sviluppo del Paese



L'innovazione ha 360°: perché fermarsi a 180°? - Parma, 16 novembre 2004



L'ICEBERG DELL'INNOVAZIONE

Ricerca & Tecnologia

Investimenti privati e pubblici in R&S
Settori avanzati, crescita dimensionale delle imprese, *spin-off* tecnologici

Organizzazione

L'uso efficiente delle tecnologie

Capitale umano

La cultura della "qualità totale"

Internazionalizzazione

La leadership dell'innovazione

Sostenibilità

Il capitale sociale e ambientale

L'ambiente regolativo e istituzionale

Concorrenza, mercati e politiche pubbliche





ESEMPIO: Struttura di costo di un progetto ICT (Composizione %)

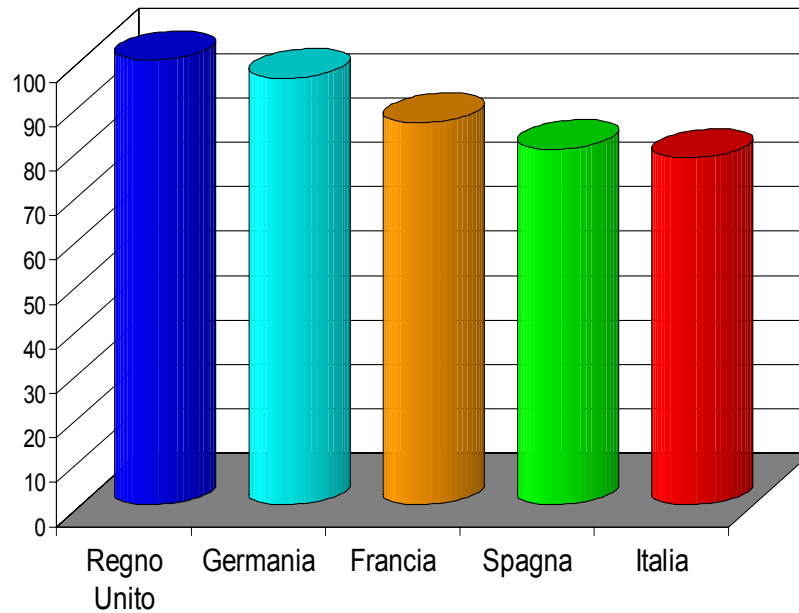
		%
Hardware	Per applicazioni, Web e servers	3.8
Software	<i>Licenze</i> per applicazioni EPR	15.4
	1000 utilizzatori formati, 2000 utilizzatori temporanei	
Implementazioni	9 mesi per completare un sito pilota includendo i processi di engineering, configurazione e testing 30 operatori interni	44.7
Messa a regime e sviluppo del progetto	Consulenti esterni per 9 siti per 3 mesi 9 operatori interni per ogni sito per 6 mesi 5 giorni di <i>training</i> degli utilizzatori 3 operatori di staff a tempo pieno per la formazione	36.1
Costi totali		100

Fonte: E. Brynjolfsson "The Digital Organization", MIT Sloan School.

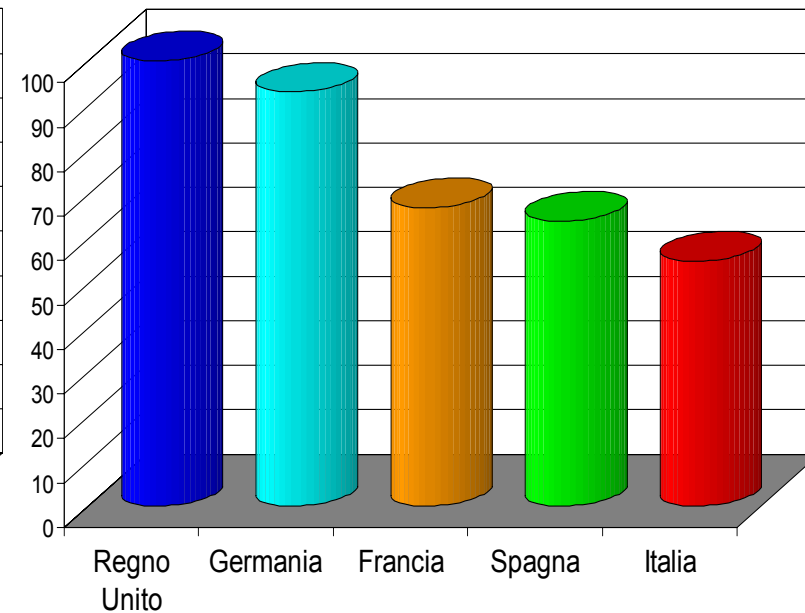




DIFFUSIONE E UTILIZZAZIONE DI TECNOLOGIE



Diffusione delle infrastrutture ICT nelle imprese (a)



Utilizzazione di tecnologie per il business (e-business) (b)

Regno Unito=100

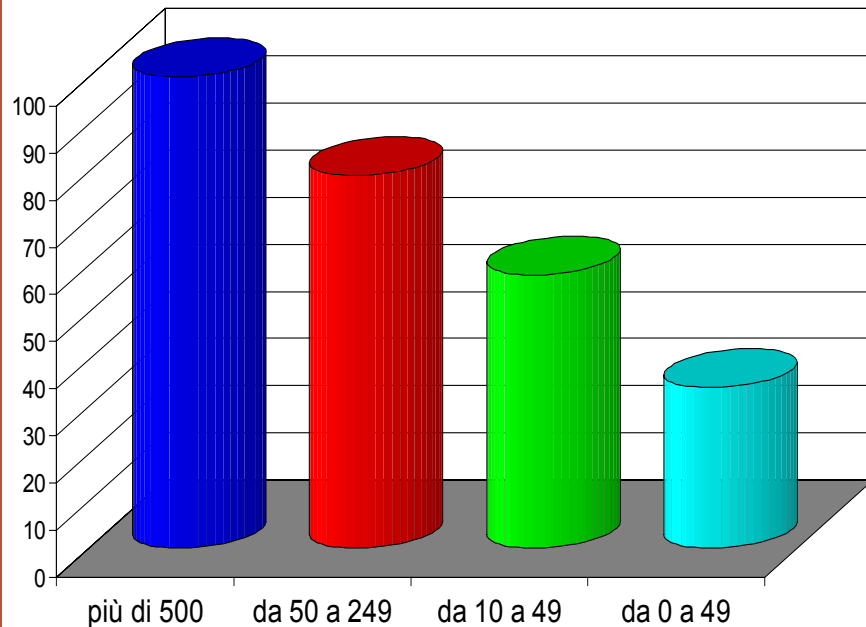
- a) Imprese che hanno: infrastrutture ICT, accesso a internet, un sito web, accesso remoto al sistema informatico, collegamento larga banda; intranet.
- b) Imprese che: svolgono e-business, vendono prodotti on-line, ricevono ordini on-line, usano sistemi integrati per la gestione di ordini e di rapporti con i fornitori, usano *market places* elettronici.

Fonte: Commissione europea, E-business watch, 2004.

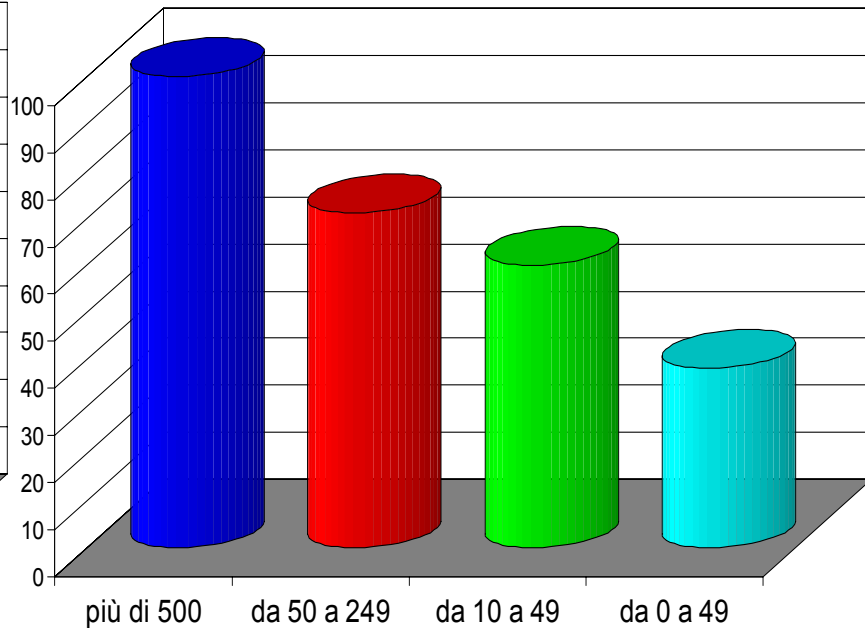




DIFFUSIONE E UTILIZZAZIONE: GRANDI E PICCOLE IMPRESE (Unione europea, 2003)



Diffusione delle infrastrutture ICT nelle imprese (a)



Utilizzazione di tecnologie per il business (e-business) (b)

Più di 500 addetti=100

a) Imprese che hanno: infrastrutture ICT, accesso a internet, un sito web, accesso remoto al sistema informatico, collegamento larga banda; intranet.

b) Imprese che: svolgono e-business, vendono prodotti on-line, ricevono ordini on-line, usano sistemi integrati per la gestione di ordini e di rapporti con i fornitori, usano *market places* elettronici.

Fonte: Commissione europea, E-business watch, 2004.





DIFFUSIONE E UTILIZZAZIONE: LA SITUAZIONE ITALIANA

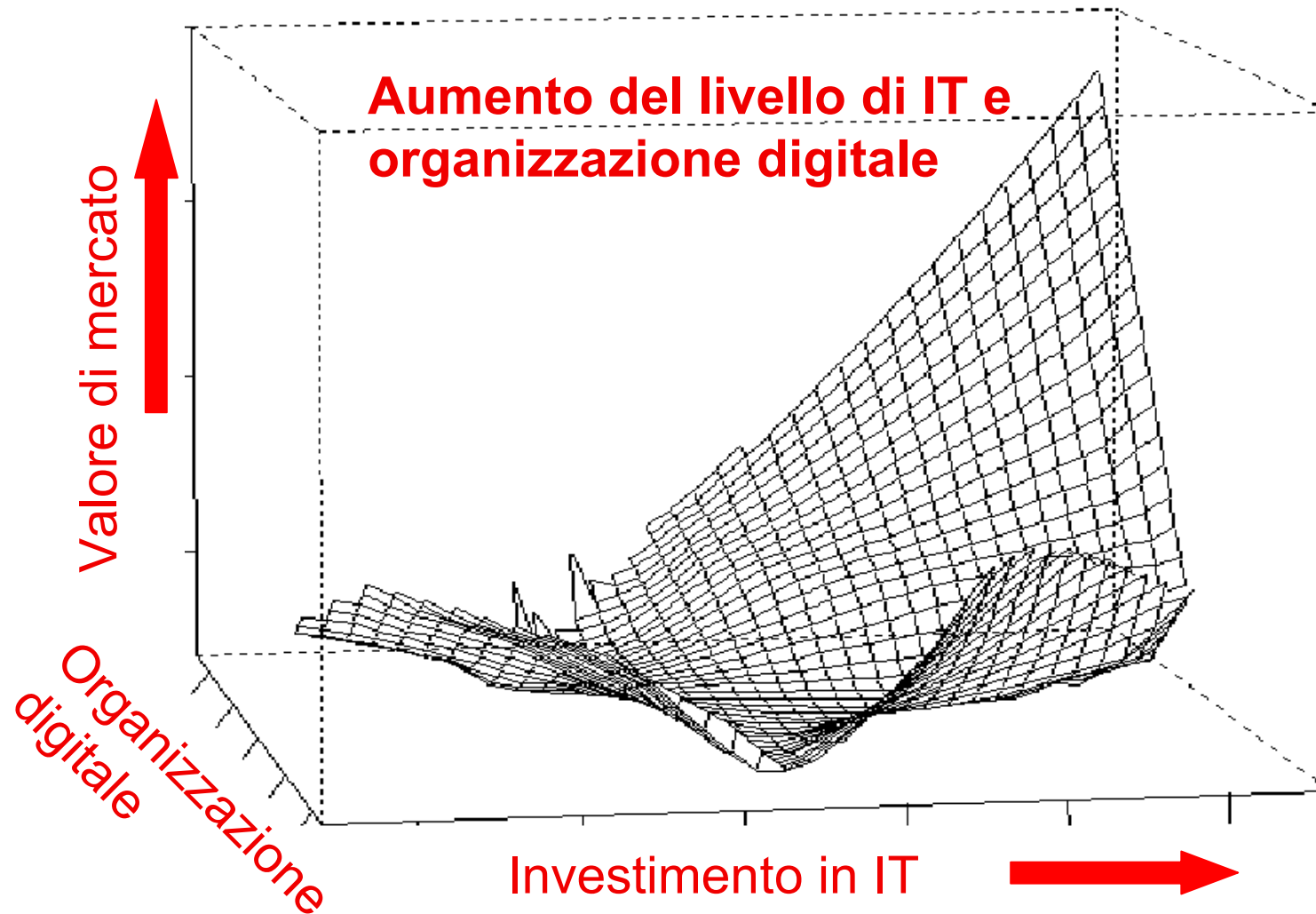
- ▶ Le 3.020 imprese con più di 250 addetti (pari allo 0,07 % del totale) finanziano il 56,2% della spesa in IT
- ▶ Le medie imprese tra i 50 e i 249 addetti (pari allo 0,5 % del totale) contribuiscono con il 24,3% alla spesa IT
- ▶ Le piccole imprese sotto i 50 addetti, pur rappresentando il 99,5% delle aziende italiane, contribuiscono solo per il 19,5% alla spesa IT
- ▶ La spesa media annua per IT delle piccole imprese è pari ad appena 1.200 euro
- ▶ 1 milione e 600mila piccole imprese (circa il 1/3 del totale) non sono ancora informatizzate

Fonte: Elaborazioni su dati Assinform ed ISTAT.





L'ORGANIZZAZIONE DIGITALE

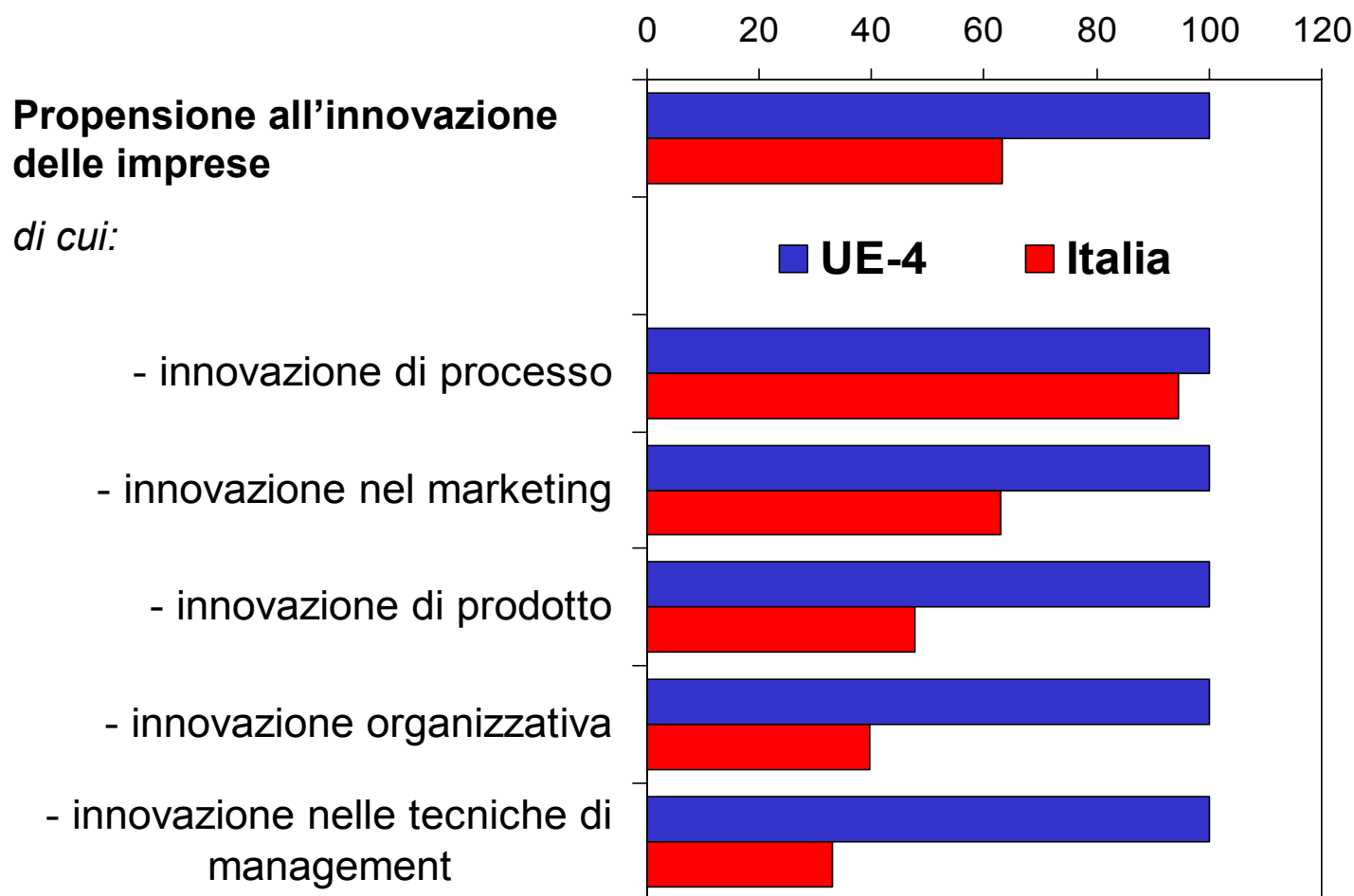


Fonte: E. Brynjolfsson "The Digital Organization", MIT Sloan School.





ORGANIZZAZIONE: IL GAP ITALIA-EUROPA (UE4*=100)



* I primi quattro paesi per la quota di imprese innovatrici sono Germania, Belgio, Austria e Svezia.

Fonte: Elaborazioni CSC su dati EUROSTAT, CIS-3.





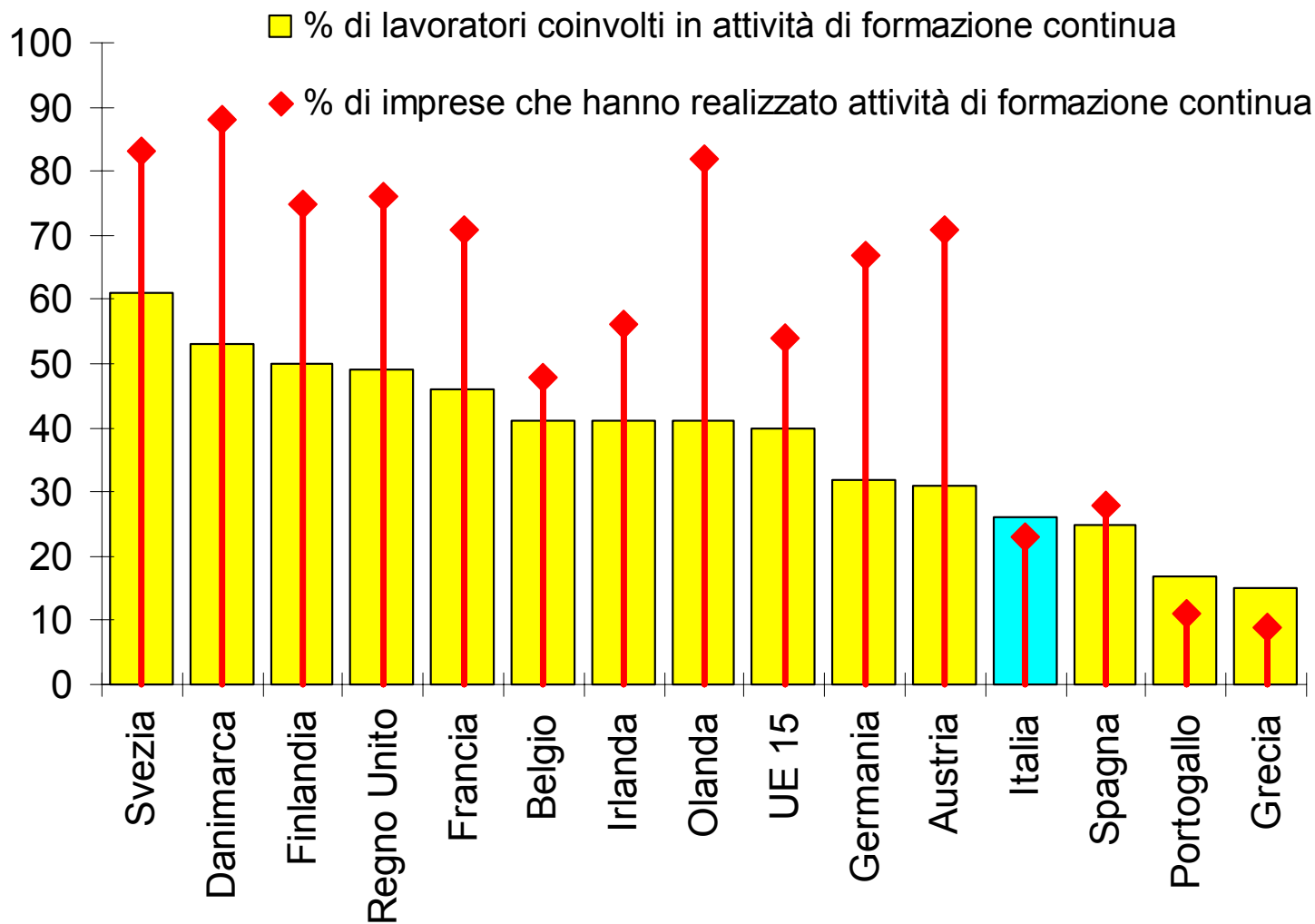
I MODELLI ORGANIZZATIVI PER L'INNOVAZIONE

- Distribuire i poteri e le responsabilità di decisione
- Rafforzare informazione, comunicazione e coinvolgimento strategico
- Legare gli incentivi alla *performance*
- Centralità delle risorse umane (*team-work*, mobilità, motivazione, reclutamento, ecc.)
- Investire sulla *cultura dell'innovazione*
- Qualità dell'ambiente di lavoro, tecnologie di rete, applicazioni tecnologiche ai processi produttivi





I VINCOLI DI CAPITALE UMANO: LA FORMAZIONE CONTINUA



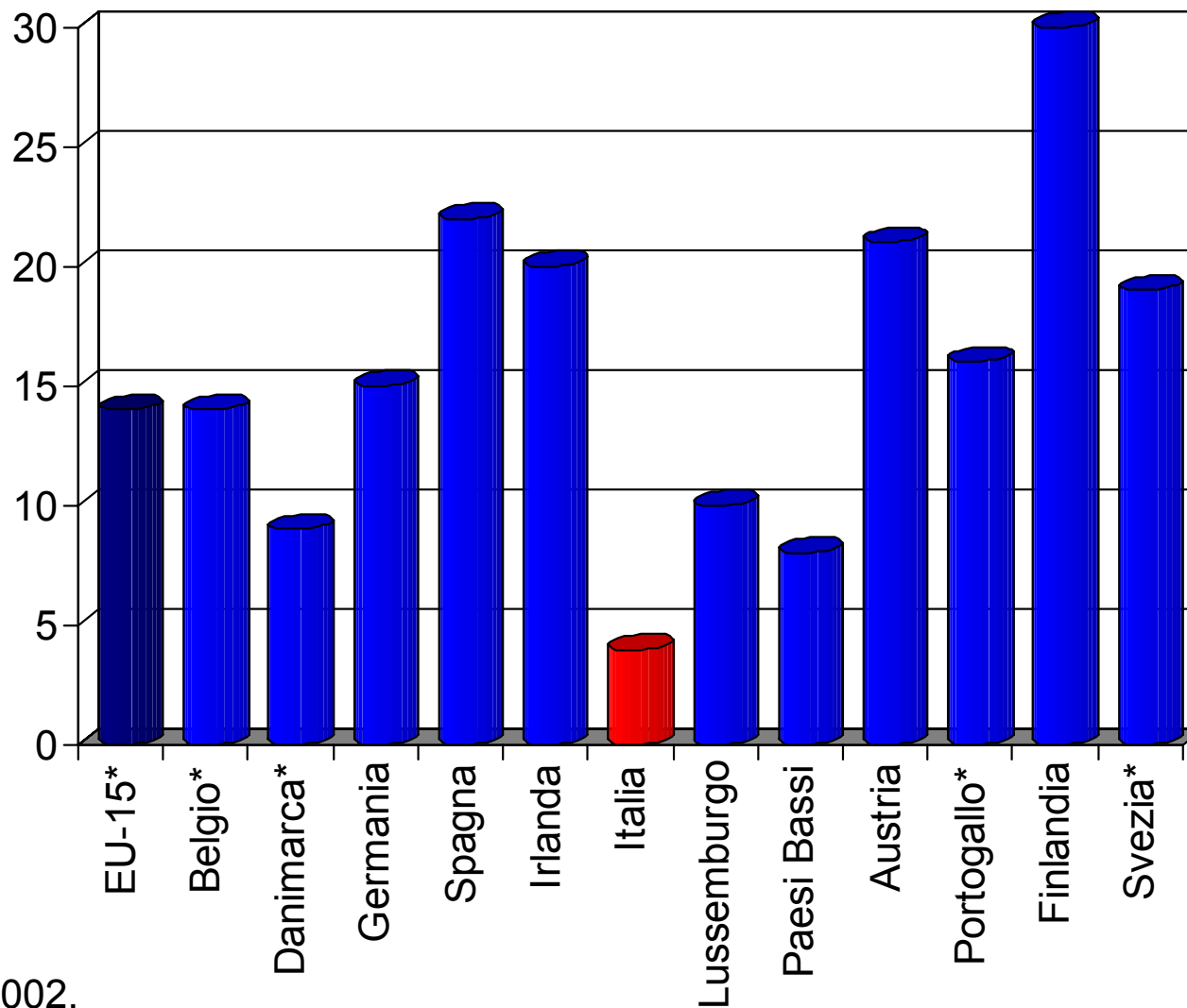
Fonte: Elaborazioni CSC su dati EUROSTAT, 1999.





L'E-LEARNING NELLE IMPRESE, 2003

(% di imprese che adottano l'e-learning per la formazione del personale)



*2002.

Fonte: EUROSTAT.





LA RICERCA DELLA “QUALITÀ”: EFFICIENZA E SODDISFAZIONE DEL CONSUMATORE

(Quali fattori incentivano l'impresa a innovare?, valori %)

	bisogni dei consumatori	concorrenza di prezzo e prodotto	miglioramenti di produttività	maggiore efficienza dei macchinari	altro
EU-15	35	25	13	13	14
Danimarca	46	24	14	7	9
Regno Unito	36	26	11	9	18
Irlanda	35	28	11	10	16
Spagna	35	20	14	19	12
Svezia	34	24	15	17	10
Finlandia	30	30	10	9	21
Italia	16	27	11	33	13

Campione di 3010 imprese.

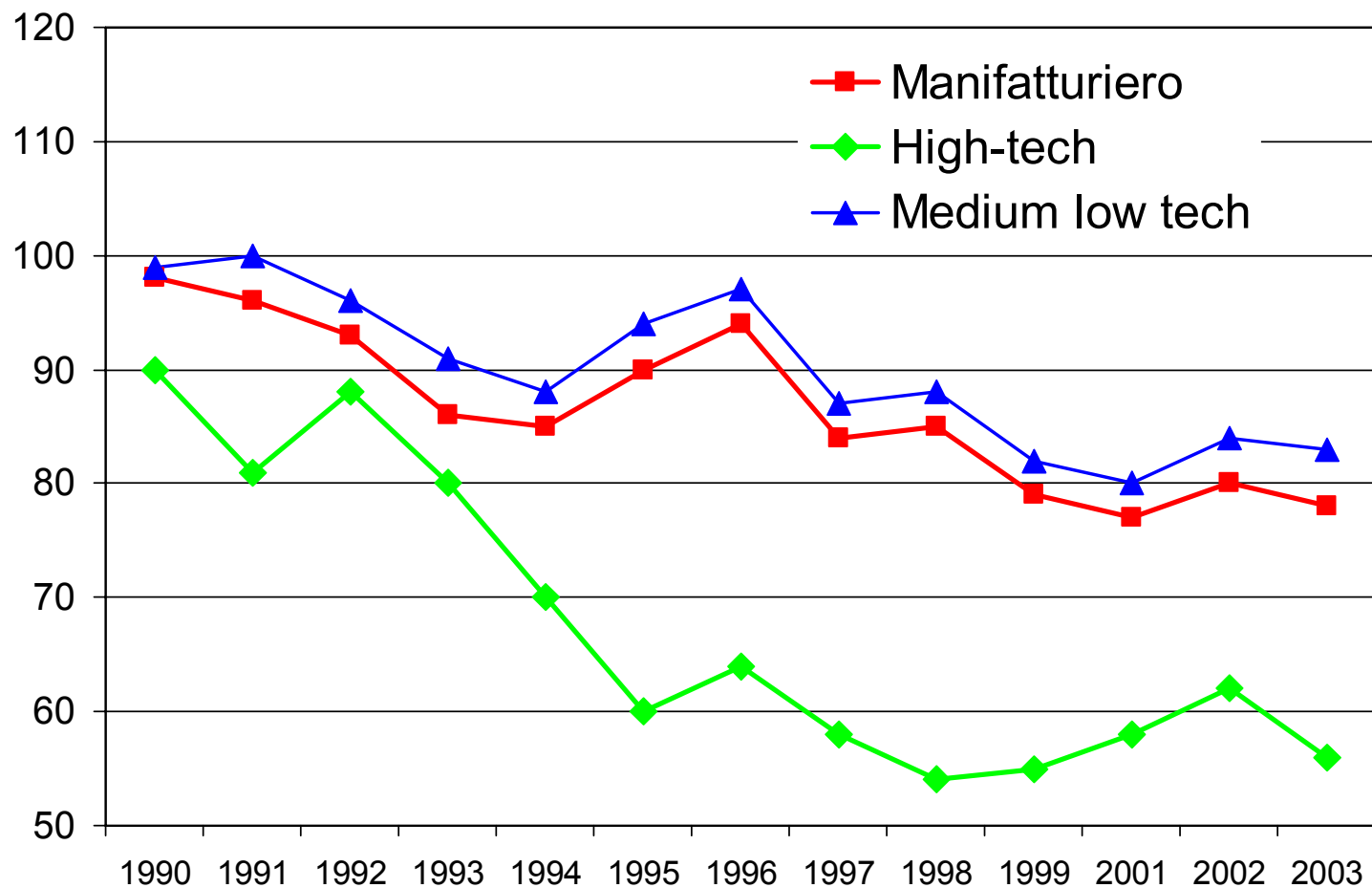
Fonte: Commissione europea, Innobarometer, 2004





ITALIA: QUOTE DI MERCATO MONDIALE

(Indici: 1980=100)



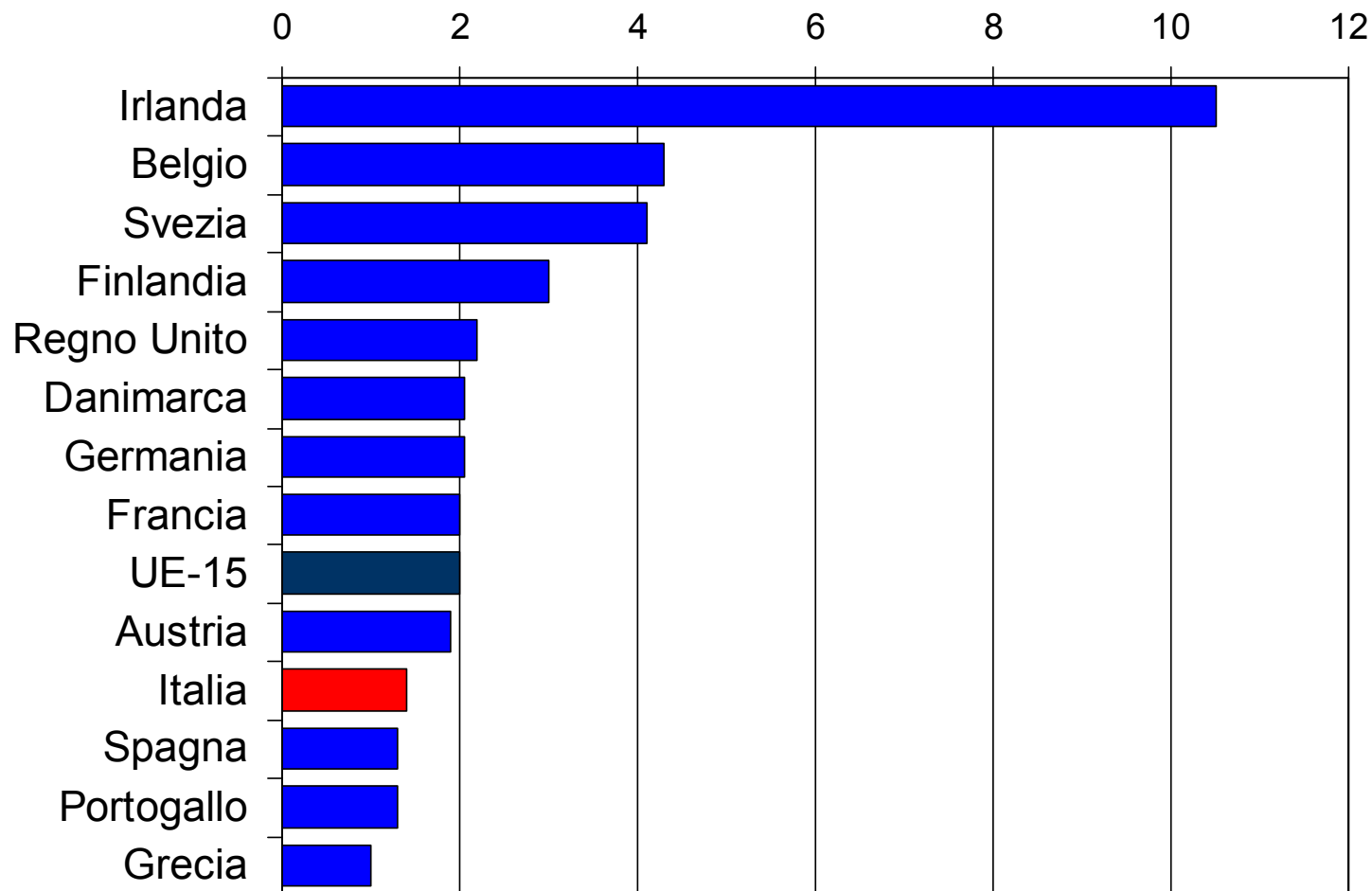
Fonte: Elaborazioni Osservatorio ENEA su dati CeRem World Trade.





LA SPECIALIZZAZIONE TECNOLOGICA DELL'EXPORT

(Rapporto tra quote di mercato *high-tech* e quote di Pil mondiale, medie 1996-2001)



Fonte: Elaborazioni Osservatorio ENEA su dati CeRem World Trade.





ITALIA: LE POSIZIONI DI LEADERSHIP NEL COMMERCIO MONDIALE

(Settori in cui l'Italia ha il miglior saldo commerciale a livello mondiale)

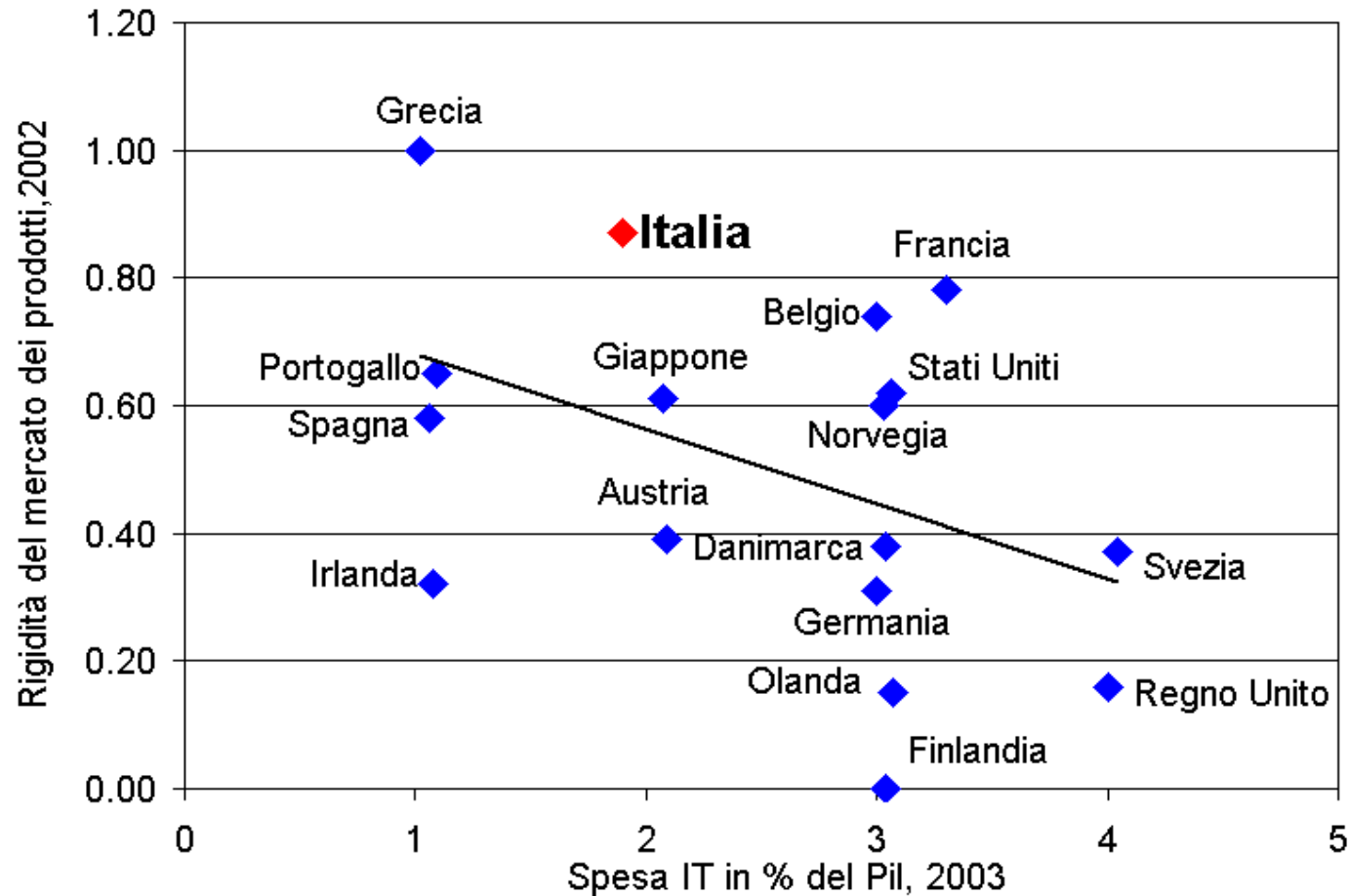
Settori	Principali concorrenti	
	1° posto Italia	2° posto
Filati di lana	Cina	Taiwan
Tessuti di lana	Germania	Regno Unito
Tessuti di seta	Cina	Corea del Sud
Calze	Corea del Sud	Stati Uniti
Maglioni e pullover	Cina	Portogallo
Occhiali	Taiwan	Cina
Oreficeria-gioielleria	Cina	Svizzera
Cravatte e scialli	Corea del Sud	Cina
Pelli conciate	Corea del Sud	Argentina
Calzature	Cina	Spagna
Pietre ornamentali	Cina	Spagna
Piastrelle ceramiche	Spagna	
Sedie e divani	Cina	Taiwan
Mobili e cucine	Danimarca	Taiwan
Lampade e illuminotecnica	Cina	Taiwan
Rubineria-valvolame	Germania	Giappone
Macchine pelli-calzature	Taiwan	Corea del Sud
Macchine per marmi	Giappone	Svizzera
Macchine alimentari	Germania	Danimarca
Lucchetti, ferramenta	Taiwan	Cina
Stufe, fornelli	Cina	Giappone
Radiatori, boilers	Germania	Stati Uniti
Frigoriferi e congelatori	Stati Uniti	Danimarca
Lavatrici	Germania	Corea del Sud

Fonte: M. Fortis, *Il made in Italy*, Università Cattolica di Milano, 1998.





LA RELAZIONE TRA REGOLAMENTAZIONE E INNOVAZIONE



Grado di rigidità: 0=basso; 1=alto.

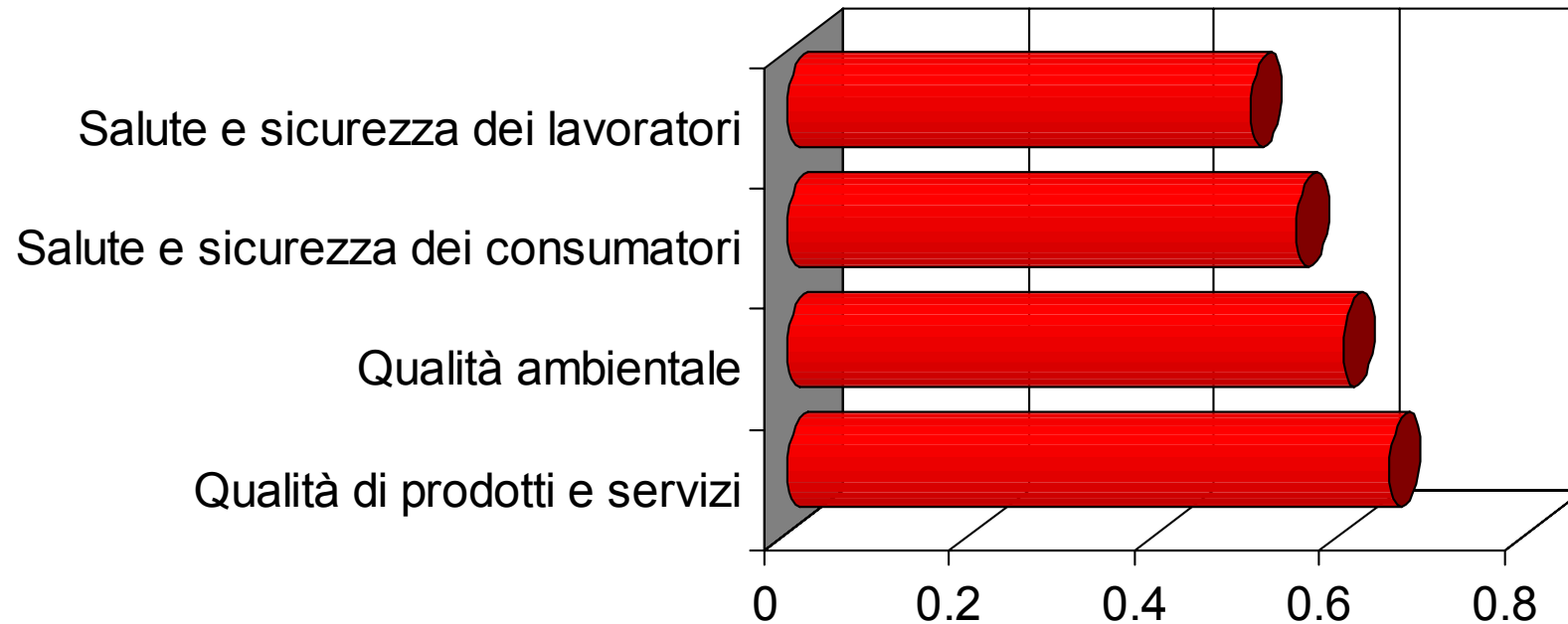
Fonte: F.L. Pryor, *Quantitative notes on the extent of governmental regulations in various OECD nations, 2002*; EUROSTAT.





GLI STANDARD COME STIMOLO ALL'INNOVAZIONE

(Da -1= impatto negativo a +1= impatto positivo)



*Campione: 260 imprese operanti in sei settori: ambiente, alimentare, farmaceutico, meccanica, elettronica, trasporti e tlc. in Francia, Germania, Italia, Spagna, Svezia e Regno Unito.

Fonte: EUROSTAT.





E-STRATEGY: STRATEGIE NAZIONALI PER L'INNOVAZIONE

◆ G-8: Genova (DOT. FORCE)

◆ Vertice mondiale delle Nazioni Unite sulla Società dell'Informazione:

Ginevra: dicembre 2003

Tunisi: novembre 2005

Costruire la Società dell'Informazione: una sfida globale nel nuovo millennio, Ginevra 9 dicembre 2003. La dichiarazione conclusiva:

“Riconosciamo l'immenso impatto delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (ICT) su tutti gli aspetti della vita dei cittadini...

Queste tecnologie possono essere uno strumento potente per aumentare la produttività, generare crescita economica, creare posti di lavoro e migliorare la qualità della vita di tutti. Le tecnologie possono anche promuovere il dialogo tra popoli, nazioni e civiltà...”

◆ Esempi di e-strategy: Canada, Estonia, Sud-Africa, Corea del Sud, Austria.





CONFINDUSTRIA

*Tecnologie, mercati, competitività:
scenari strategici per l'innovazione*

Paolo Garonna
Centro Studi Confindustria