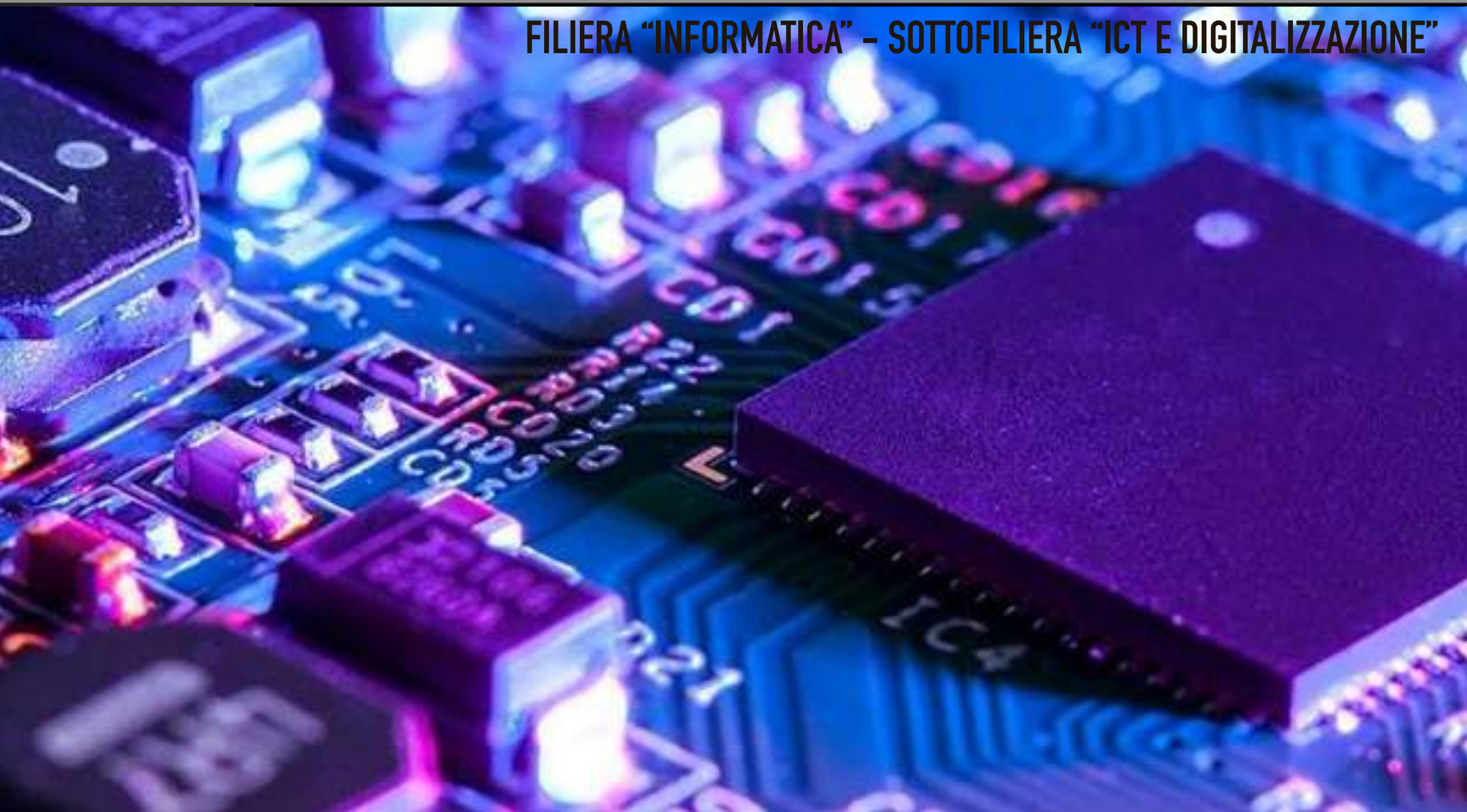


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

FILIERA "INFORMATICA" - SOTTOFILIERA "ICT E DIGITALIZZAZIONE"



Camera di Commercio
Padova



TROISI
RICERCHE

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	134





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 a dynamic mapping of companies. The numbers are arranged in rows and columns, with some values being 1.0000 and others being decimal fractions. The pencil is resting on the table, and its tip is pointing towards the center of the data 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

OBIETTIVI

- ▶ 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 "Informatica" /sottofiliera "ICT e digitalizzazione" 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.

OBIETTIVI

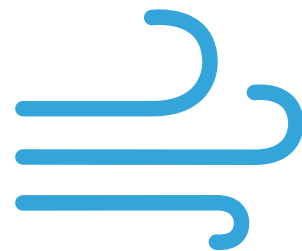
- ▶ In entrambi i casi, si tratta di rilevazioni condotte a cadenza biennale, tramite un'indagine (auto-compilazione on line di un questionario) che è campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti e censuaria per quelle con 250 e + addetti. L'unità statistica di rilevazione è l'impresa: le attività 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 HARDWARE



PROGETTAZIONE SOFTWARE



CONSULENZA E SERVIZI
INFORMATICI

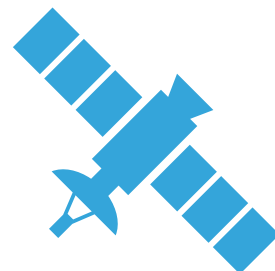
80

IMPRESE *

INTERPELLATE



RICERCA SCIENTIFICA E
SVILUPPO



TELECOMUNICAZIONI



DESIGN



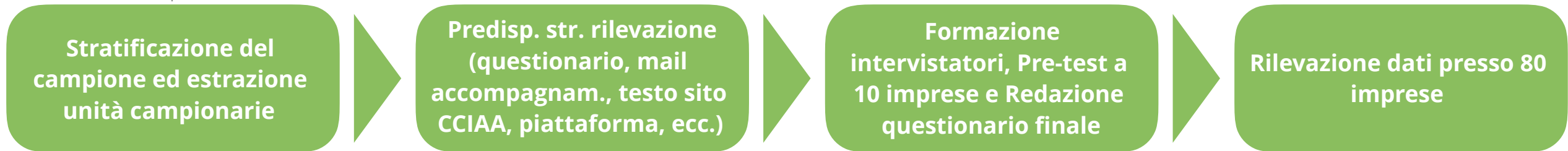
FABBRICAZIONE ALTRI BENI

IL PROCESSO DI MAPPATURA

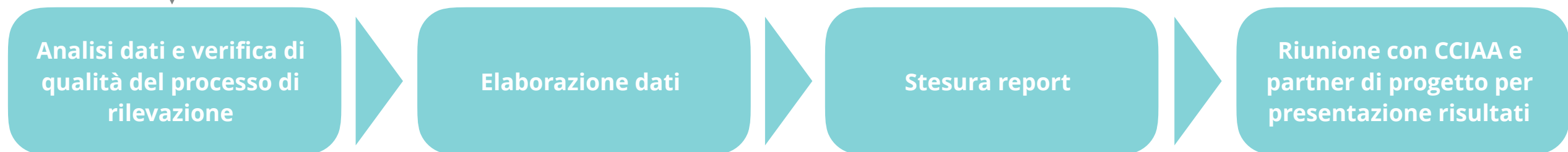
PIANIFICAZIONE



RILEVAZIONE



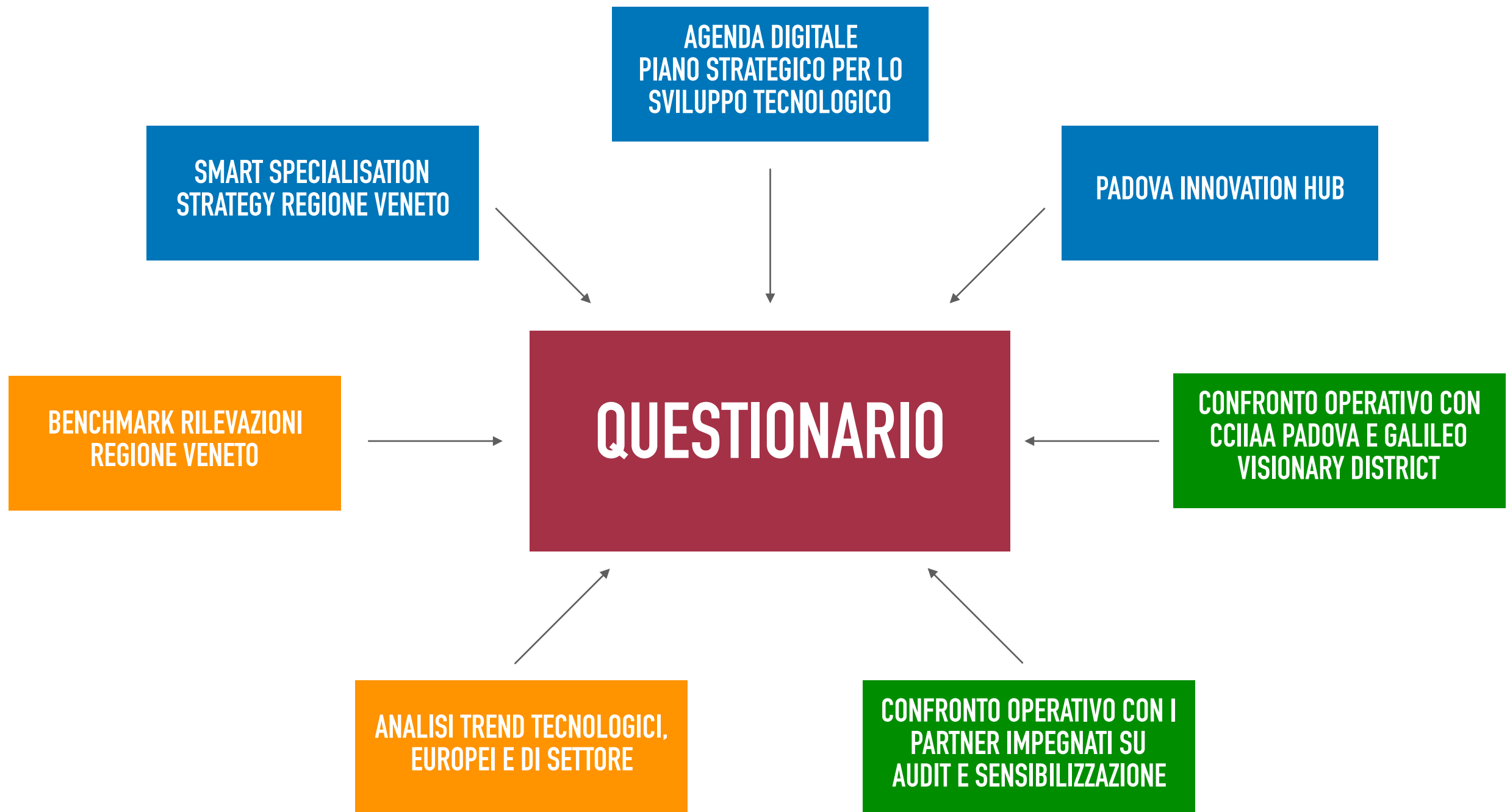
ANALISI E DIVULGAZIONE



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 una comunicazione apparsa sul sito della Camera di Commercio di Padova, per informare e sensibilizzare le imprese sull'avvio della rilevazione, oltre che per fornir loro la possibilità di auto-candidarsi alla fase di rilevazione (<https://www.pd.camcom.it/portale/progetti-innovazione/innopadova/201cpadova-innovation-hub201d-costituzione-di-una-rete-di-eccellenze-per-la-filiera-meccanica/201cpadova-innovation-hub201d-costituzione-di-una-rete-di-eccellenze-per-la-filiera-ict-e-meccanica>).
- ▶ 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 "INFORMATICA",
SOTTOFILIERA "ICT E DIGITALIZZAZIONE"**

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	Aprire 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/enti	<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 dom. 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.	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 <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 (_____)			

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE (2/4)

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	Usabilità / interfaccia uomo-macchina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	Linguistica / copywriting / content management	<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 / Grafica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q	Tutela e valorizzazione dei beni culturali / Turismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
R	Lean Manufactory	<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.	<p>Parlando in termini generali, secondo Lei quali sono i maggiori ostacoli all'introduzione di innovazione nelle imprese? (Multirisposta)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mancanza di risorse finanziarie e/o difficoltà di ricevere finanziamenti <input type="checkbox"/> Costi troppo elevati <input type="checkbox"/> Mancanza di collaborazione tra Università e imprese <input type="checkbox"/> Difficoltà di aprirsi a nuovi mercati, soprattutto se esteri <input type="checkbox"/> Difficoltà di integrare le nuove tecnologie nei propri processi produttivi / di trasformazione <input type="checkbox"/> Difficoltà nel reperire personale qualificato <input type="checkbox"/> Assenza di informazioni sulle ultime novità e/o tecnologie <input type="checkbox"/> Assenza di corsi di aggiornamento per il personale <input type="checkbox"/> Scarso capacità delle imprese di fare network e/o difficoltà di individuare partner affidabili con cui cooperare <input type="checkbox"/> Scarso supporto di Enti / Organizzazioni di categoria <input type="checkbox"/> Mancanza di volontà da parte degli imprenditori <input type="checkbox"/> 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"/>
O	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		

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE (3/4)

		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 dom. 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 "informatica / ICT"?	<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 collaborazione? (Multirisposta)	<input type="radio"/> Attività manifatturiere / produzione di macchinari / Carpenteria industriale / Meccanica di precisione <input type="radio"/> Beni culturali / turismo <input type="radio"/> Pubblica Amministrazione / Servizi al cittadino <input type="radio"/> Biomedicale / sanità <input type="radio"/> Agricoltura e trasformazione agro-industriale <input type="radio"/> Produzione di beni di consumo <input type="radio"/> Produzione di legno/mobili <input type="radio"/> Produzione di sistemi di illuminazione <input type="radio"/> Produzione di biciclette e veicoli a 2 ruote <input type="radio"/> Produzione di filati/maglieria/abbigliamento/calzature <input type="radio"/> Produzione e lavorazione del vetro <input type="radio"/> Produzione e lavorazione della carta <input type="radio"/> Produzione e lavorazione di altre materie prime (e.g. pietra, marmo, gomma, metalli, ecc.) <input type="radio"/> 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	

IL QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE (4/4)

D. PROFILO DELL'IMPRESA

ID	DOMANDA	OPZIONI DI RISPOSTA		
23.	Di solito la Sua impresa realizza prodotti:	<input type="radio"/> A catalogo <input type="radio"/> Su specifica del cliente <input type="radio"/> Fa subfornitura per conto terzi		
24.	La Sua Impresa possiede brevetti?	<input type="radio"/> Sì <input type="radio"/> No		
25.	La Sua Impresa possiede certificazioni (ad. Esempio Emas, Iso, ecc.)?	<input type="radio"/> Sì <input type="radio"/> No (andare a domanda 27)		
26.	[Se sì] Che tipo di certificazioni ha la Sua impresa? (Multirisposta)	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="radio"/> Certificazioni relative alle specifiche di prodotto <input type="radio"/> Certificazione per la riduzione dell'impatto ambientale (e.g. Emas, Ecolabel, ISO 14001, ecc.) <input type="radio"/> Cert. per la qualità dei processi produttivi (e.g. ISO:9001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per la sicurezza e la salute dei lavoratori (e.g. ISO:45001, ecc.) </td> <td style="vertical-align: top;"> <input type="radio"/> Certificazione per la gestione dell'energia (e.g. ISO 50001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per la sicurezza delle informazioni (e.g. ISO:27001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per l'etica sociale (e.g. SA 8000) <input type="radio"/> Altro (specificare _____) </td> </tr> </table>	<input type="radio"/> Certificazioni relative alle specifiche di prodotto <input type="radio"/> Certificazione per la riduzione dell'impatto ambientale (e.g. Emas, Ecolabel, ISO 14001, ecc.) <input type="radio"/> Cert. per la qualità dei processi produttivi (e.g. ISO:9001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per la sicurezza e la salute dei lavoratori (e.g. ISO:45001, ecc.)	<input type="radio"/> Certificazione per la gestione dell'energia (e.g. ISO 50001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per la sicurezza delle informazioni (e.g. ISO:27001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per l'etica sociale (e.g. SA 8000) <input type="radio"/> Altro (specificare _____)
<input type="radio"/> Certificazioni relative alle specifiche di prodotto <input type="radio"/> Certificazione per la riduzione dell'impatto ambientale (e.g. Emas, Ecolabel, ISO 14001, ecc.) <input type="radio"/> Cert. per la qualità dei processi produttivi (e.g. ISO:9001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per la sicurezza e la salute dei lavoratori (e.g. ISO:45001, ecc.)	<input type="radio"/> Certificazione per la gestione dell'energia (e.g. ISO 50001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per la sicurezza delle informazioni (e.g. ISO:27001, ecc.) <input type="radio"/> Certificazione per l'etica sociale (e.g. SA 8000) <input type="radio"/> Altro (specificare _____)			
27.	La Sua Impresa ha un sito web?	<input type="radio"/> Sì (Scrivere l'indirizzo _____) <input type="radio"/> No		
28.	La Sua impresa opera prevalentemente in:	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="radio"/> Provincia di Padova <input type="radio"/> Altre province del Veneto <input type="radio"/> Altre regioni d'Italia </td> <td style="vertical-align: top;"> <input type="radio"/> Stati membri dell'UE <input type="radio"/> Altri paesi europei, ma extra UE <input type="radio"/> Altri Paesi fuori Europa </td> </tr> </table>	<input type="radio"/> Provincia di Padova <input type="radio"/> Altre province del Veneto <input type="radio"/> Altre regioni d'Italia	<input type="radio"/> Stati membri dell'UE <input type="radio"/> Altri paesi europei, ma extra UE <input type="radio"/> Altri Paesi fuori Europa
<input type="radio"/> Provincia di Padova <input type="radio"/> Altre province del Veneto <input type="radio"/> Altre regioni d'Italia	<input type="radio"/> Stati membri dell'UE <input type="radio"/> Altri paesi europei, ma extra UE <input type="radio"/> Altri Paesi fuori Europa			
29.	Per i prossimi 3 anni (2018-2020), stima che il fatturato della Sua Impresa sarà	<input type="radio"/> In crescita <input type="radio"/> Stabile <input type="radio"/> In diminuzione		
30.	La Sua Impresa si occupa prevalentemente di:	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="radio"/> Programmazione / sviluppo / edizione di software e/o app <input type="radio"/> Elaborazione dati, hosting e attività connesse e/o portali web <input type="radio"/> Progettazione, grafica e design <input type="radio"/> Ingegneria / consulenza informatica <input type="radio"/> Gestione / collaudo / manutenzione di strutture informatizzate (e.g hardware, housing, sistemi, ecc.) <input type="radio"/> Telecomunicazioni <input type="radio"/> Ricerca e sviluppo <input type="radio"/> Fabbricazione di computer, periferiche, videogiochi, console </td> <td style="vertical-align: top;"> <input type="radio"/> Fabbricazione e/o installazione di apparecchi elettrici/elettronici (e.g. schede elettroniche, componenti, ecc.), anche per le telecomunicazioni <input type="radio"/> Fabbricazione di supporti magnetici e ottici <input type="radio"/> Fabbricazione di cavi, fili e/o attrezzature per il cablaggio <input type="radio"/> Fabbricazione di articoli / prodotti tessili <input type="radio"/> Fabbricazione di macchine per l'industria <input type="radio"/> Fabbricazione di mobili, parquet, prodotti in legno, ecc. <input type="radio"/> Fabbricazione di biciclette e veicoli a due ruote <input type="radio"/> Altro (specificare _____) </td> </tr> </table>	<input type="radio"/> Programmazione / sviluppo / edizione di software e/o app <input type="radio"/> Elaborazione dati, hosting e attività connesse e/o portali web <input type="radio"/> Progettazione, grafica e design <input type="radio"/> Ingegneria / consulenza informatica <input type="radio"/> Gestione / collaudo / manutenzione di strutture informatizzate (e.g hardware, housing, sistemi, ecc.) <input type="radio"/> Telecomunicazioni <input type="radio"/> Ricerca e sviluppo <input type="radio"/> Fabbricazione di computer, periferiche, videogiochi, console	<input type="radio"/> Fabbricazione e/o installazione di apparecchi elettrici/elettronici (e.g. schede elettroniche, componenti, ecc.), anche per le telecomunicazioni <input type="radio"/> Fabbricazione di supporti magnetici e ottici <input type="radio"/> Fabbricazione di cavi, fili e/o attrezzature per il cablaggio <input type="radio"/> Fabbricazione di articoli / prodotti tessili <input type="radio"/> Fabbricazione di macchine per l'industria <input type="radio"/> Fabbricazione di mobili, parquet, prodotti in legno, ecc. <input type="radio"/> Fabbricazione di biciclette e veicoli a due ruote <input type="radio"/> Altro (specificare _____)
<input type="radio"/> Programmazione / sviluppo / edizione di software e/o app <input type="radio"/> Elaborazione dati, hosting e attività connesse e/o portali web <input type="radio"/> Progettazione, grafica e design <input type="radio"/> Ingegneria / consulenza informatica <input type="radio"/> Gestione / collaudo / manutenzione di strutture informatizzate (e.g hardware, housing, sistemi, ecc.) <input type="radio"/> Telecomunicazioni <input type="radio"/> Ricerca e sviluppo <input type="radio"/> Fabbricazione di computer, periferiche, videogiochi, console	<input type="radio"/> Fabbricazione e/o installazione di apparecchi elettrici/elettronici (e.g. schede elettroniche, componenti, ecc.), anche per le telecomunicazioni <input type="radio"/> Fabbricazione di supporti magnetici e ottici <input type="radio"/> Fabbricazione di cavi, fili e/o attrezzature per il cablaggio <input type="radio"/> Fabbricazione di articoli / prodotti tessili <input type="radio"/> Fabbricazione di macchine per l'industria <input type="radio"/> Fabbricazione di mobili, parquet, prodotti in legno, ecc. <input type="radio"/> Fabbricazione di biciclette e veicoli a due ruote <input type="radio"/> Altro (specificare _____)			
31.	Ad oggi (settembre 2018) il numero dei Dipendenti della Sua impresa è	<input type="radio"/> L'impresa non ha dipendenti <input type="radio"/> Fino a 2 <input type="radio"/> Da 3 a 9 <input type="radio"/> Da 10 a 19 <input type="radio"/> Da 20 a 49 <input type="radio"/> Da 50 a 99 <input type="radio"/> Oltre 100 <input type="radio"/> Non so: non sono io l'amministratore		
32.	Ci può dare l'indirizzo email dell'amministratore?	Scrivere l'indirizzo email _____		

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

Grazie per la collaborazione! www.troisricerche.it



MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

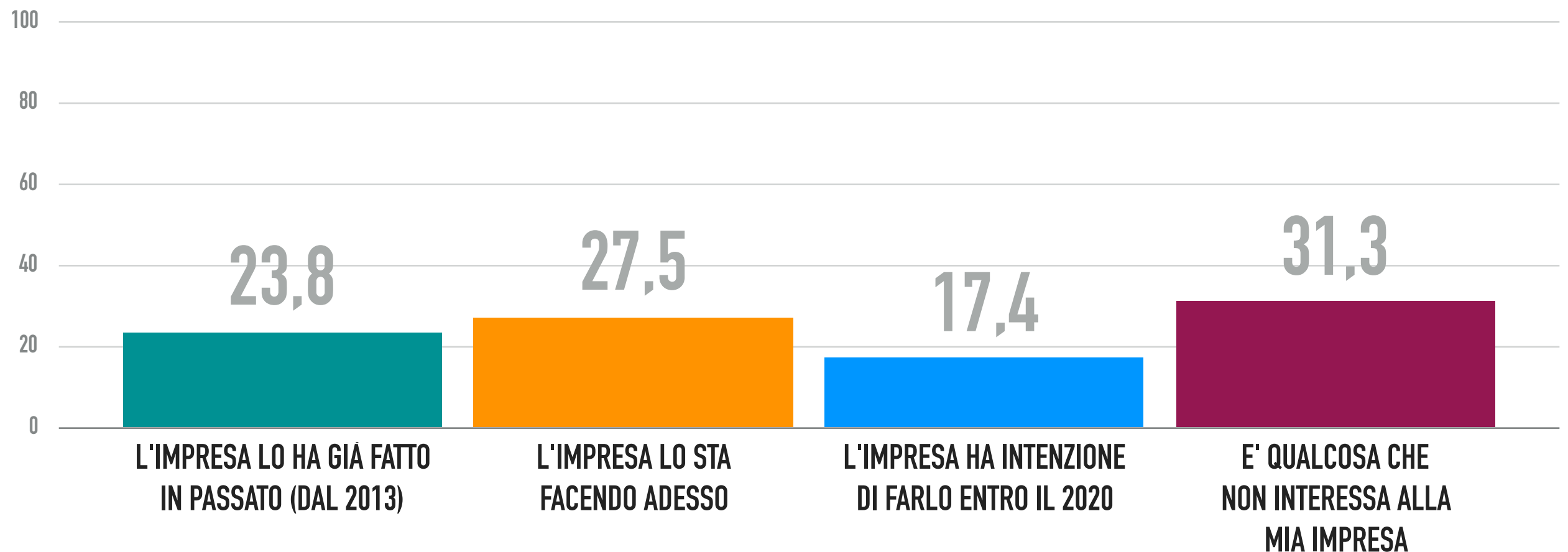
**PROPENSIONE
ALL'INNOVAZIONE**

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



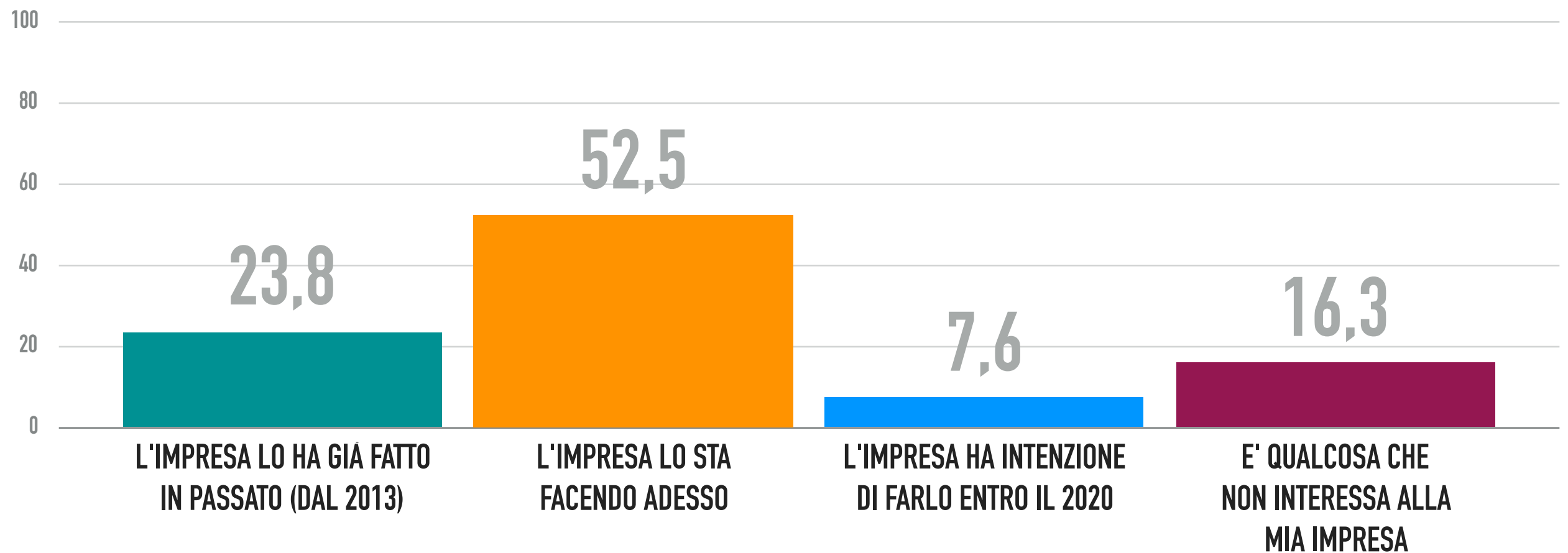
Valori % espressi sul totale dei rispondenti*

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



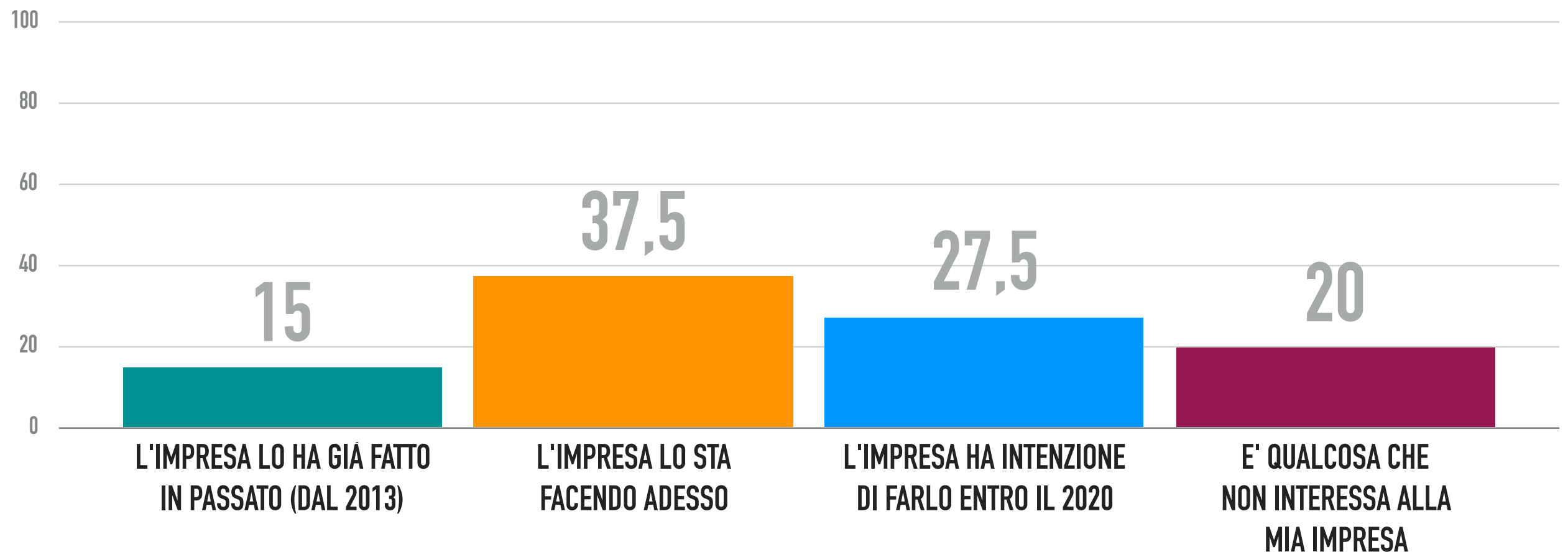
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



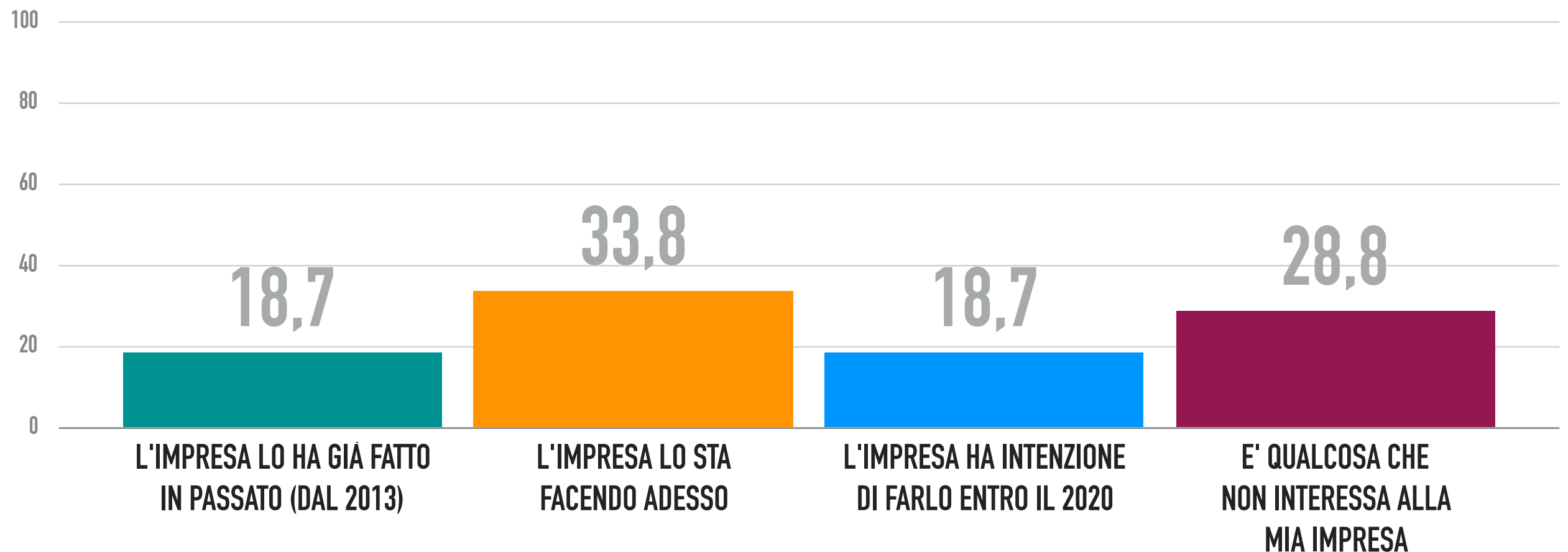
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



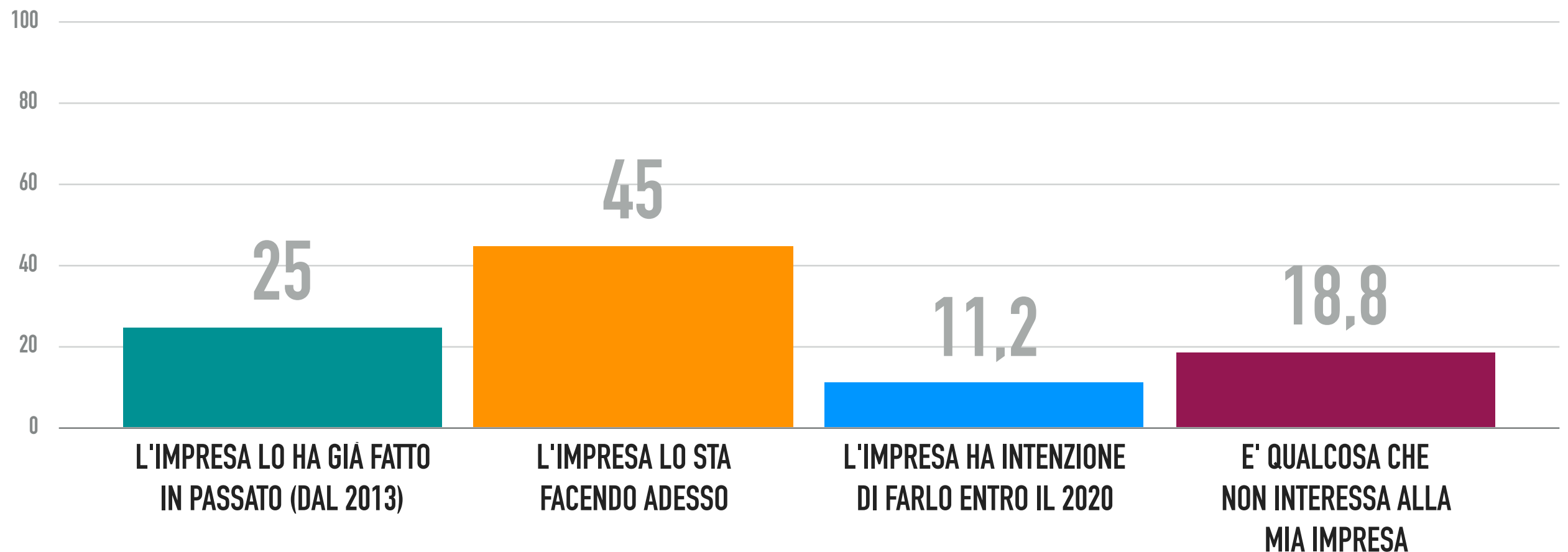
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



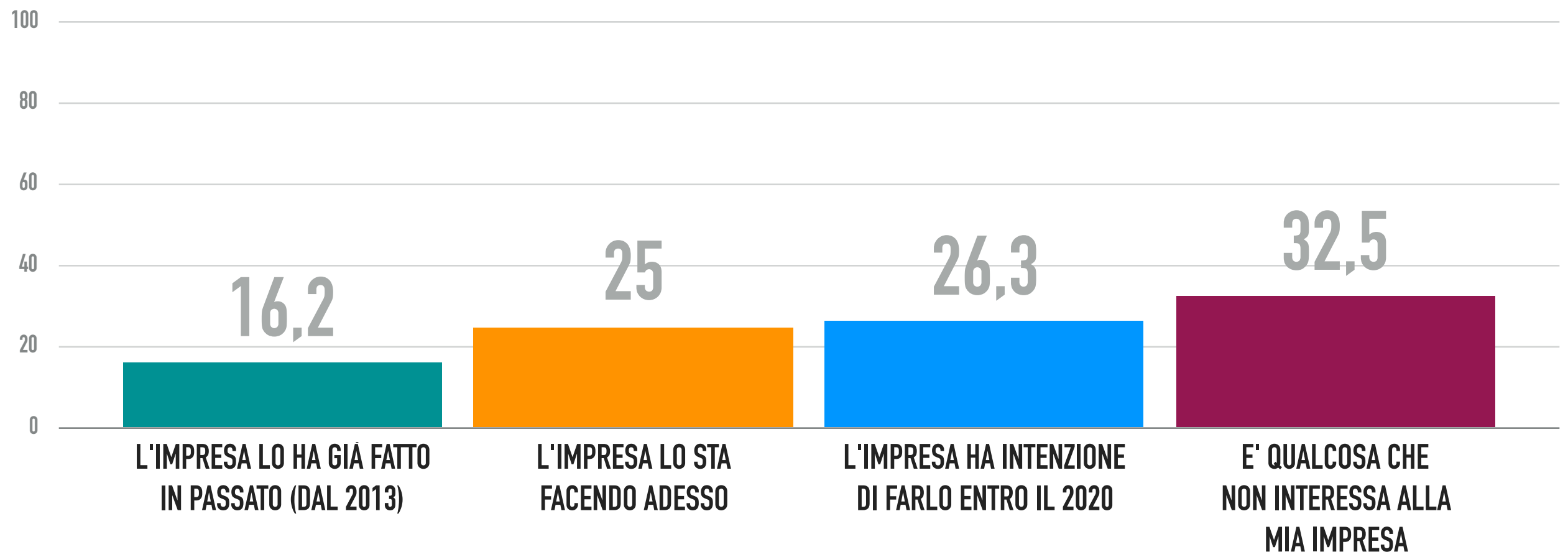
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



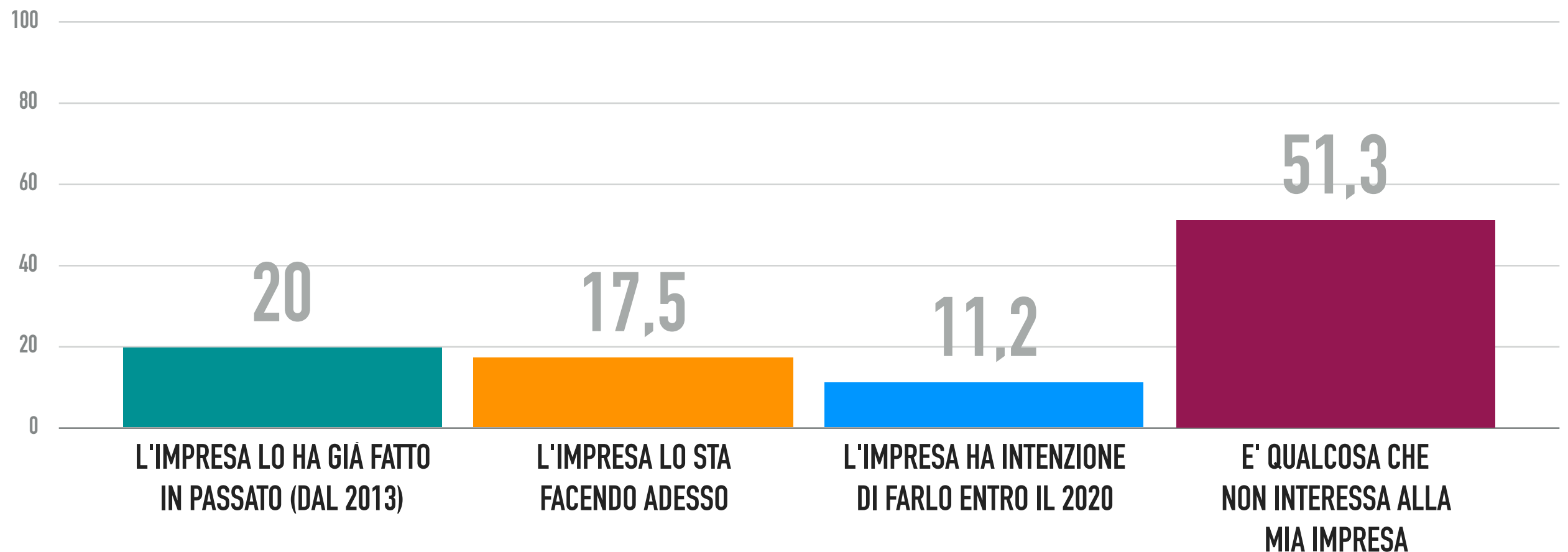
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



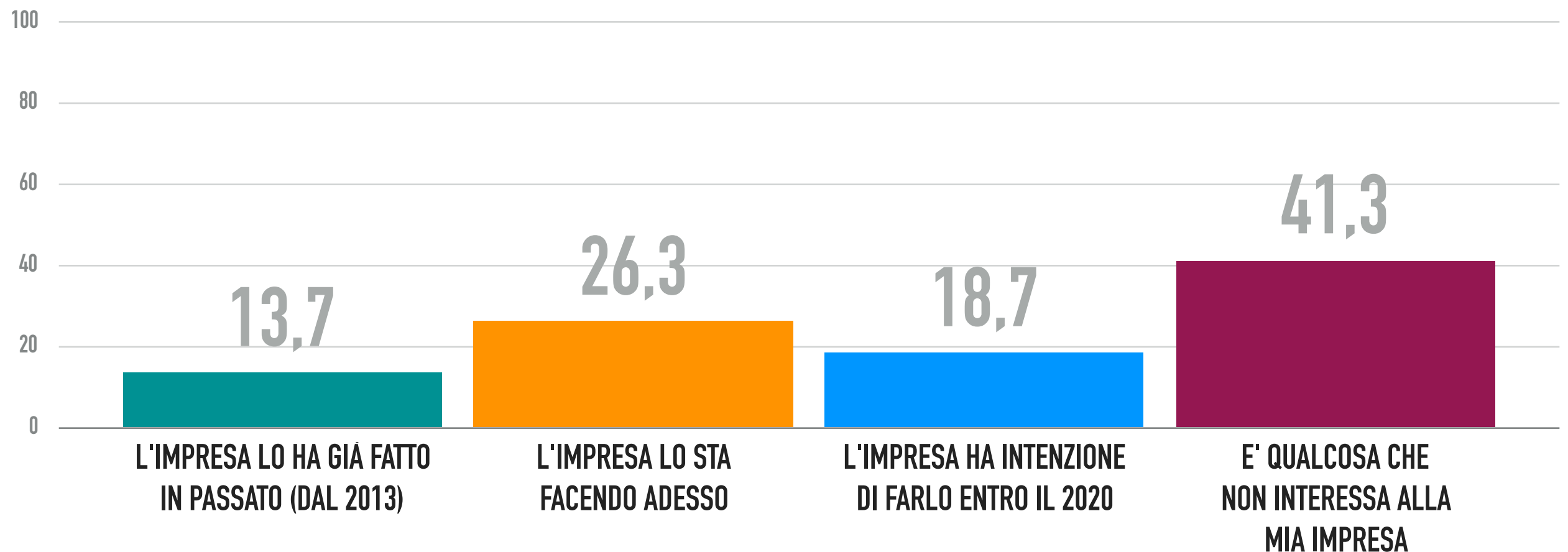
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

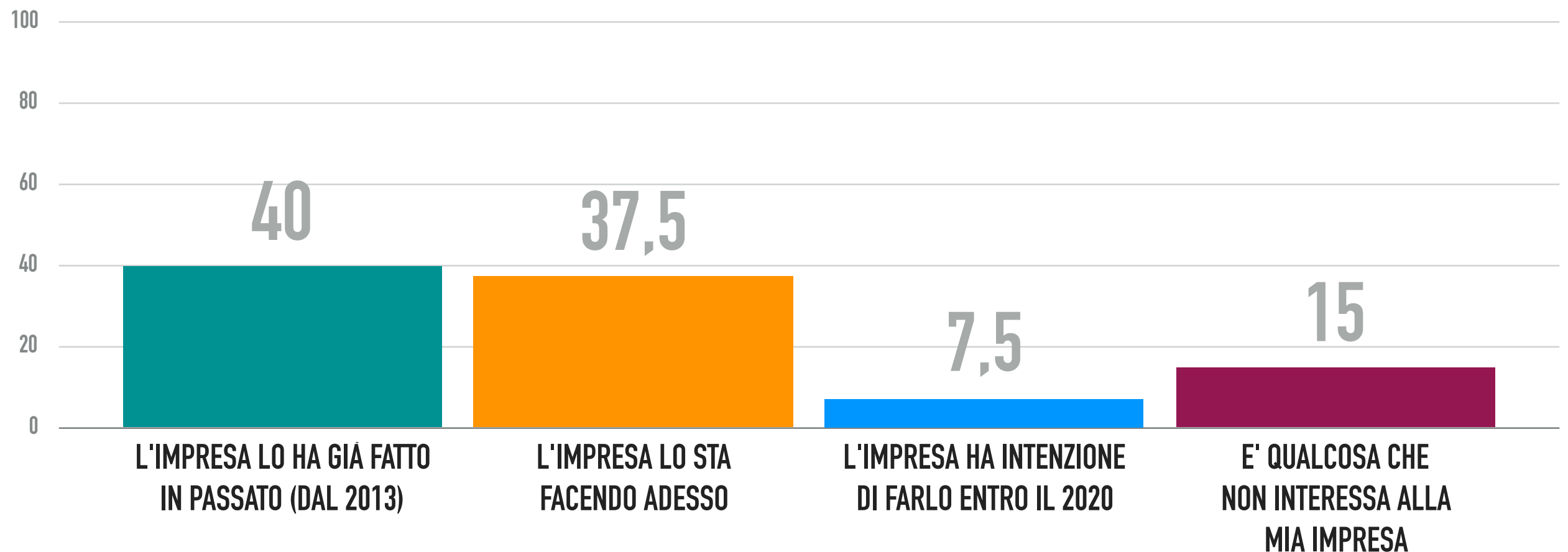


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



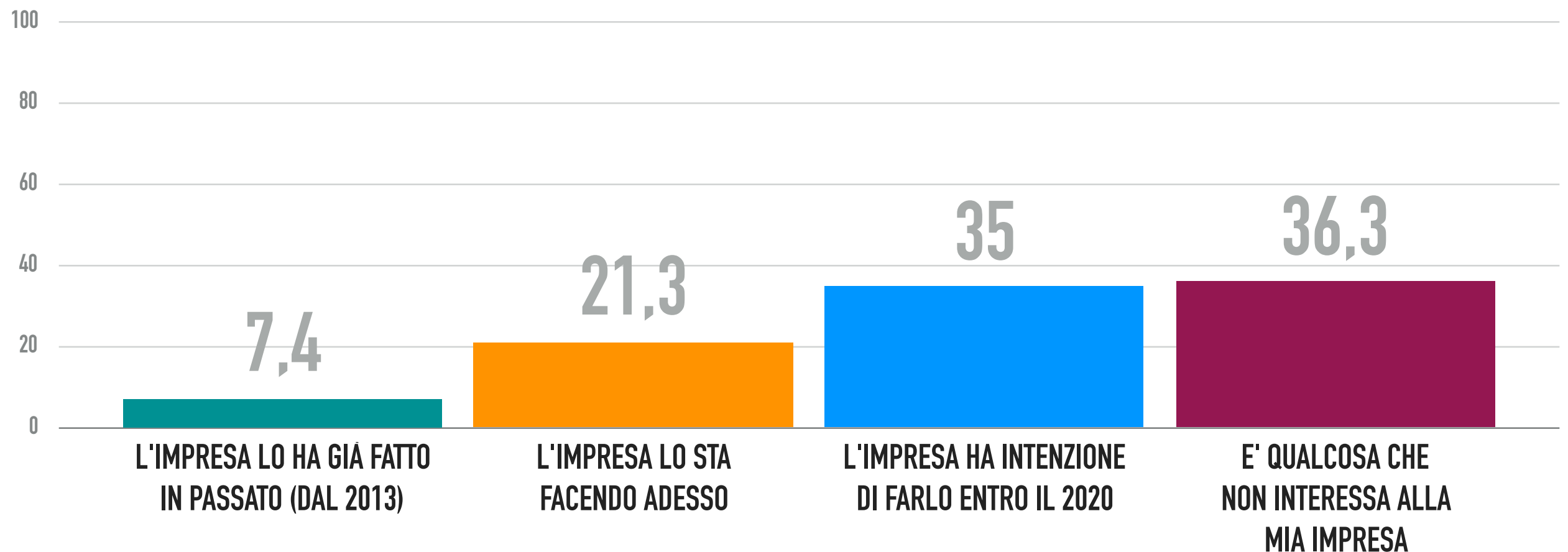
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



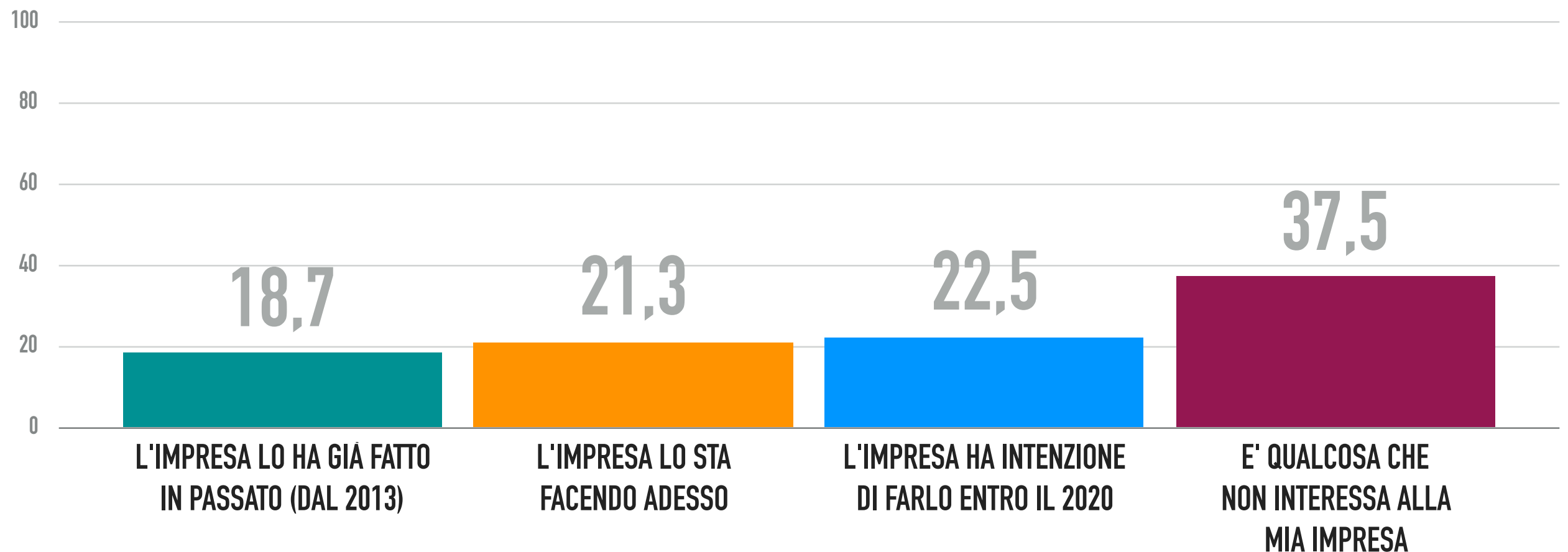
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



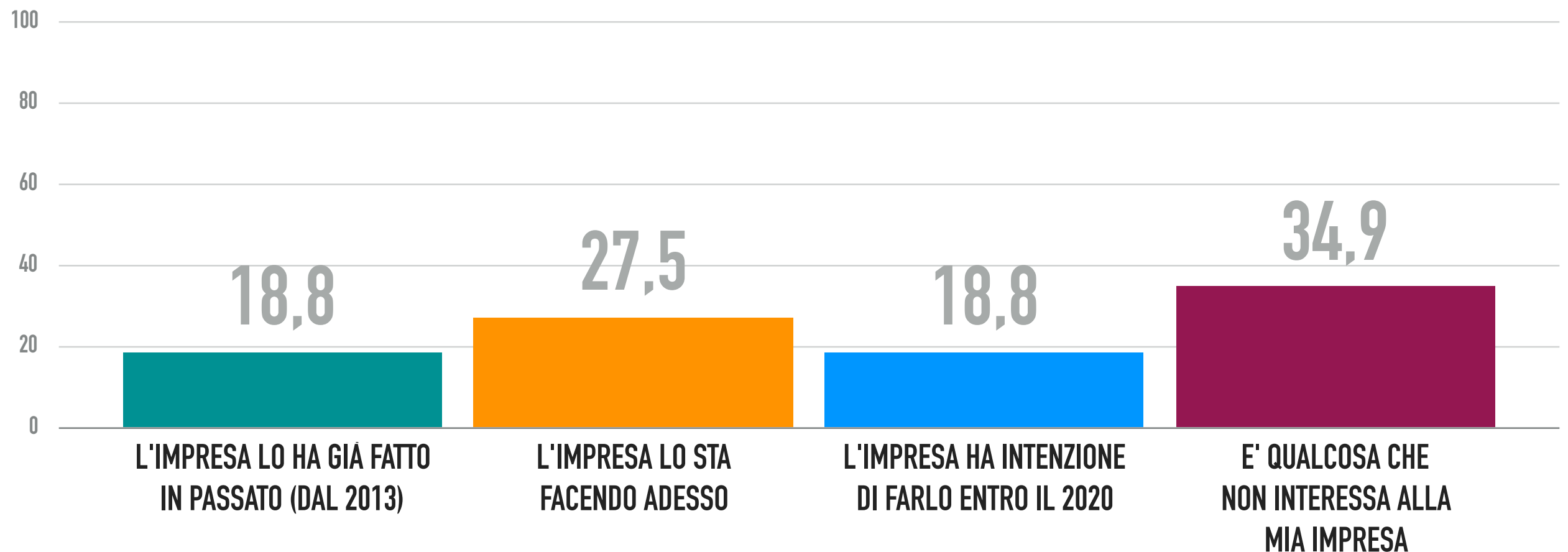
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



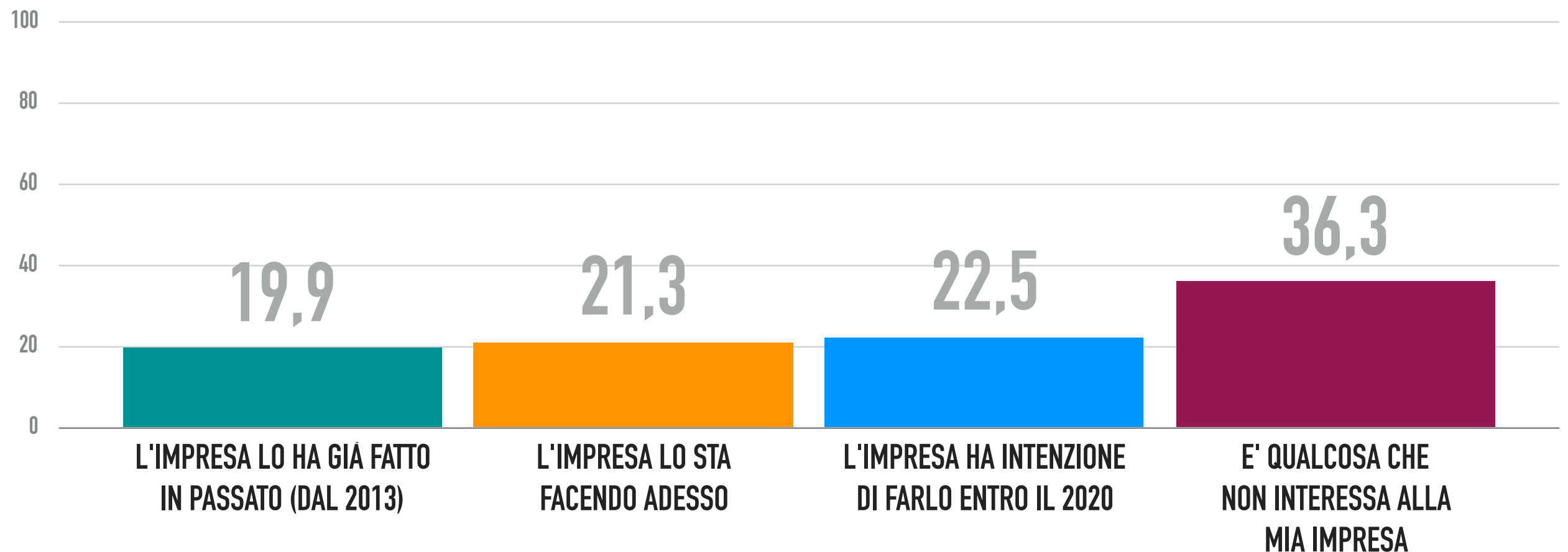
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



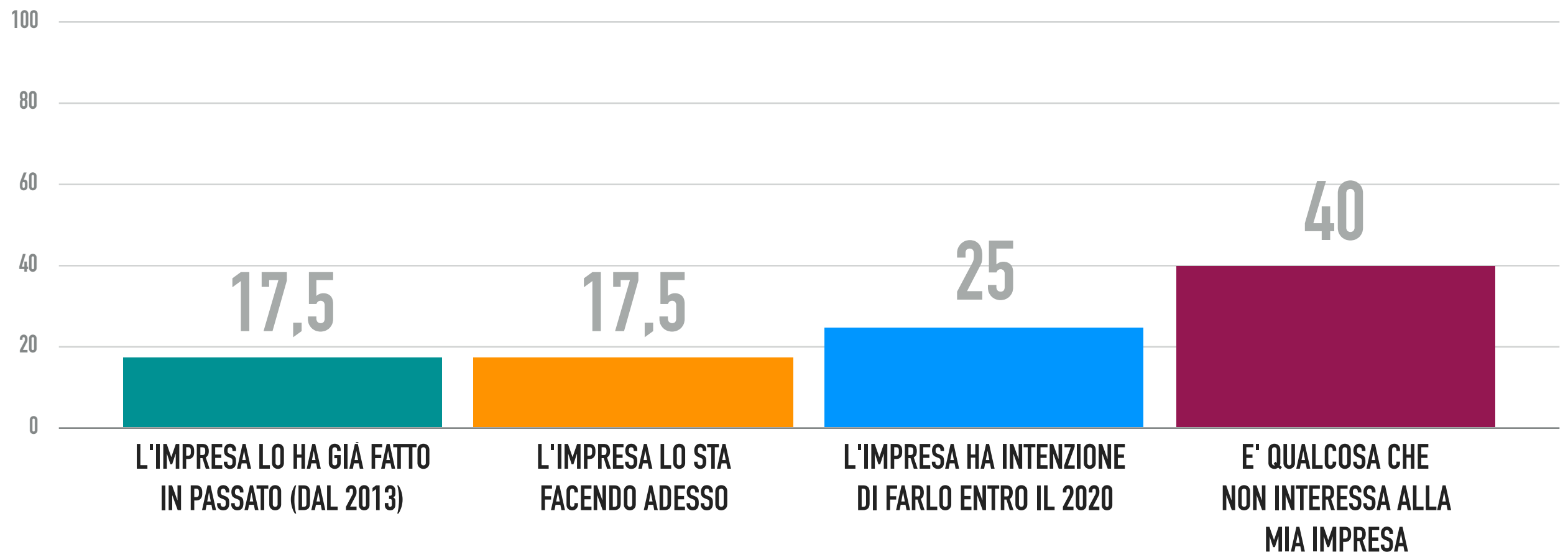
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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



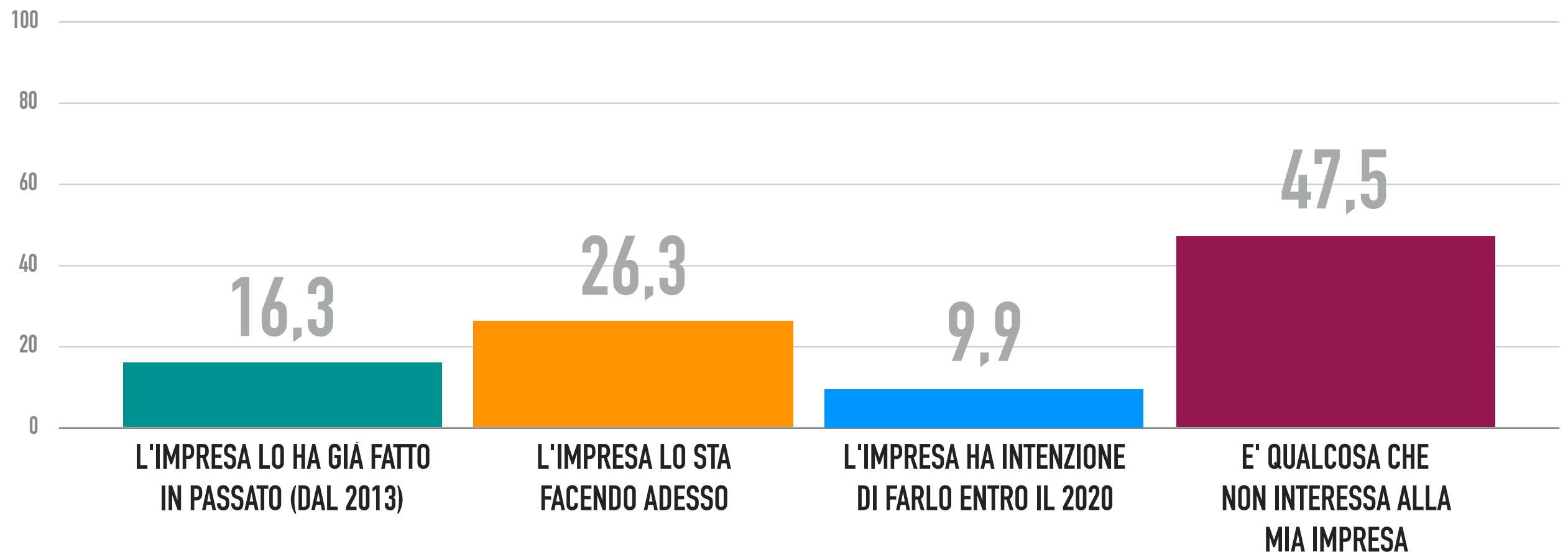
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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.

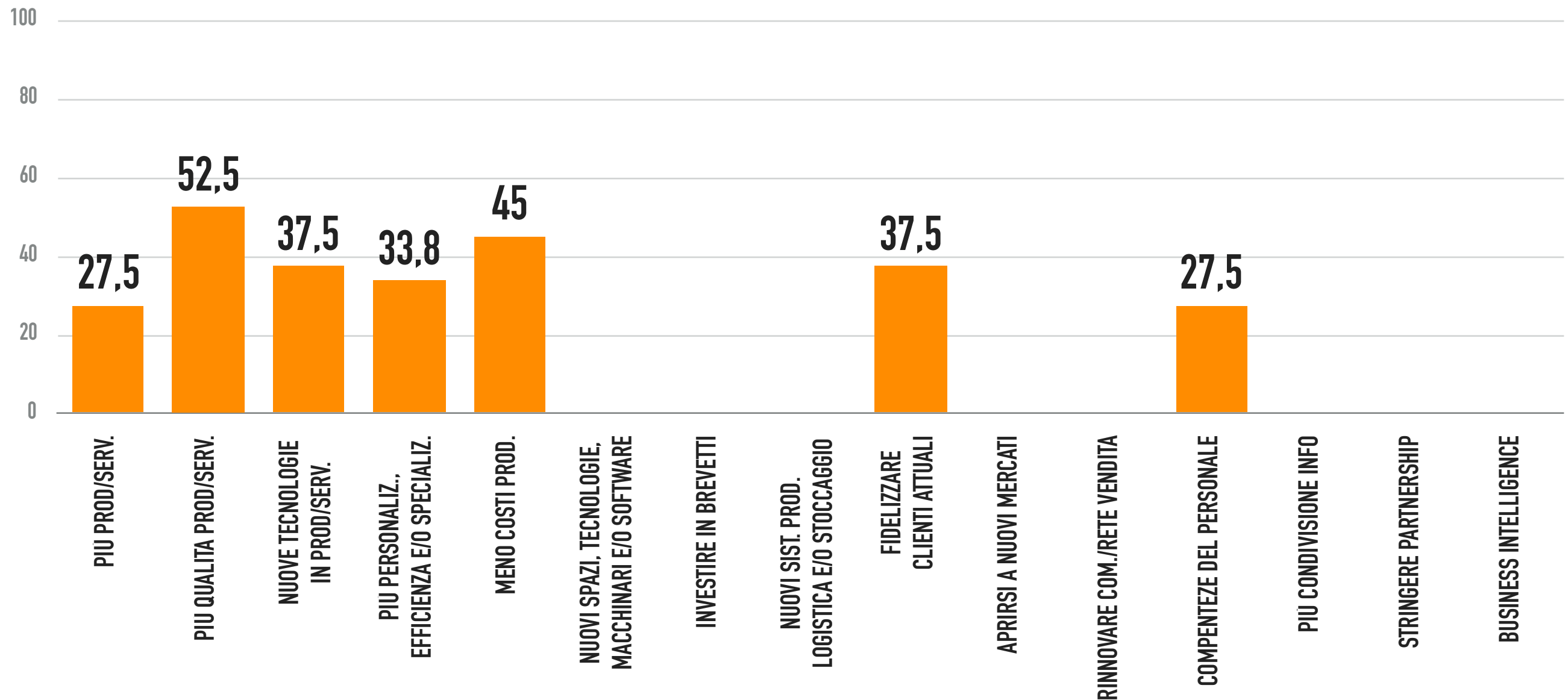
RACCOGLIERE DATI E COSTRUIRE DATABASE SU CUI BASARE LE DECISIONI AZIENDALI



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

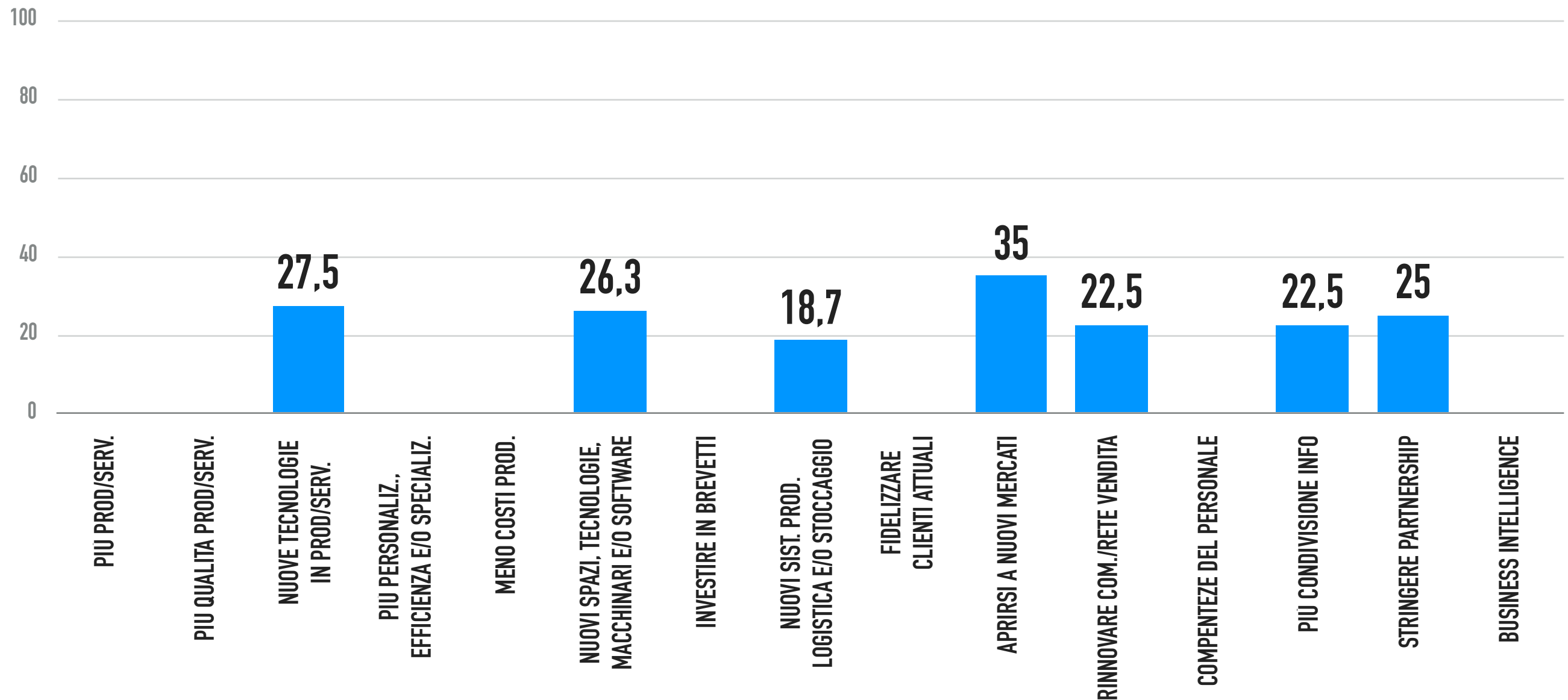
PROSPETTO DI SINTESI

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:

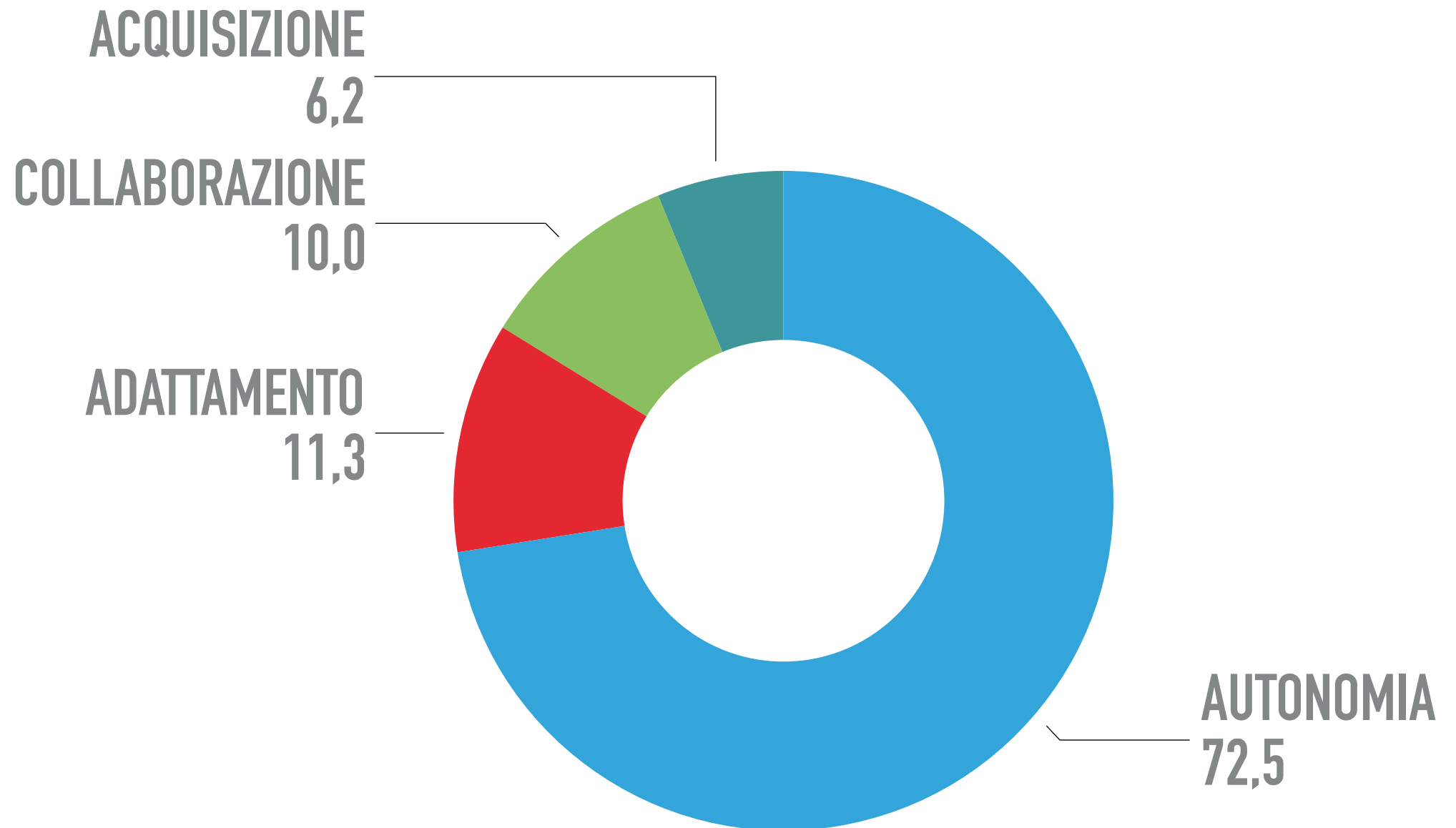
AUTONOMIA: "La progetta e fa tutto da sola"

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"

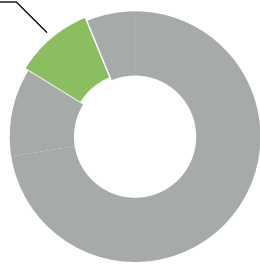
RIFIUTO: "Nessuno di questi: nel corso degli ultimi anni la mia impresa non ha introdotto importanti cambiamenti"



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

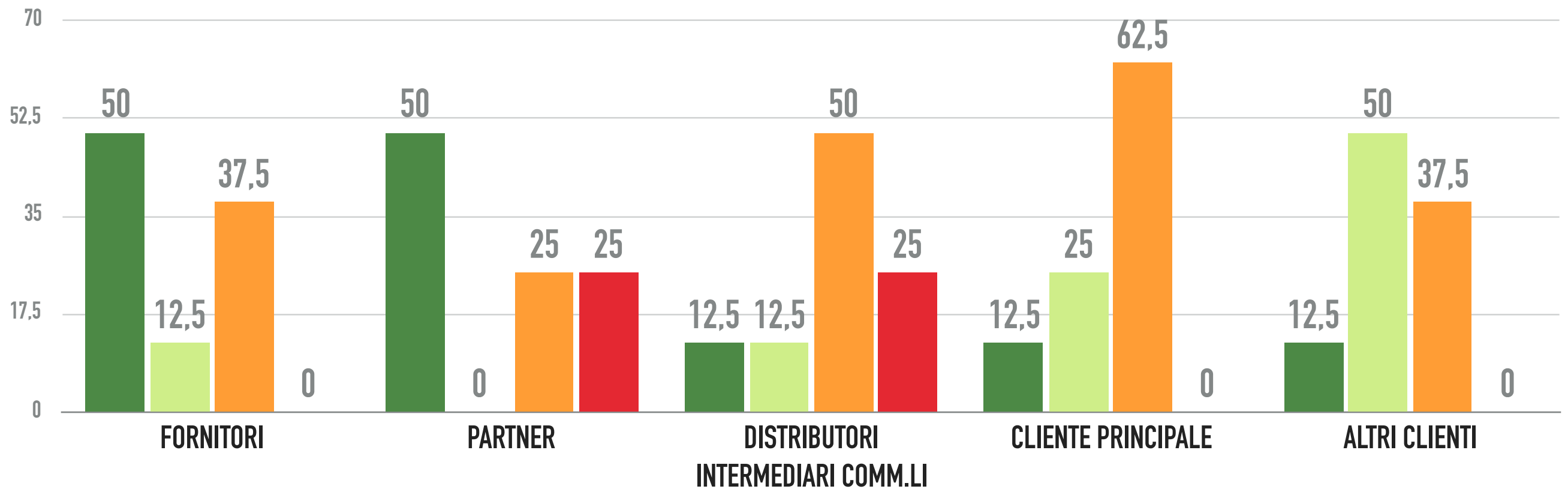
I SOGGETTI CON CUI SI COLLABORA ^(1/2)

COLLABORAZIONE
10,0



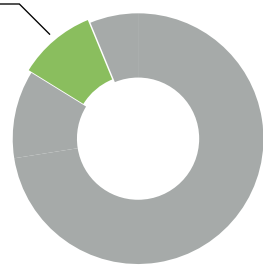
ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI SOGGETTI. PER OGNUNO DI LORO, MI DICA CON CHE FREQUENZA LA SUA IMPRESA COLLABORA PER SVILUPPARE NUOVI PRODOTTI E/O INTRODURRE IMPORTANTI CAMBIAMENTI.

■ Sempre
 ■ Spesso
 ■ Di rado
 ■ Mai



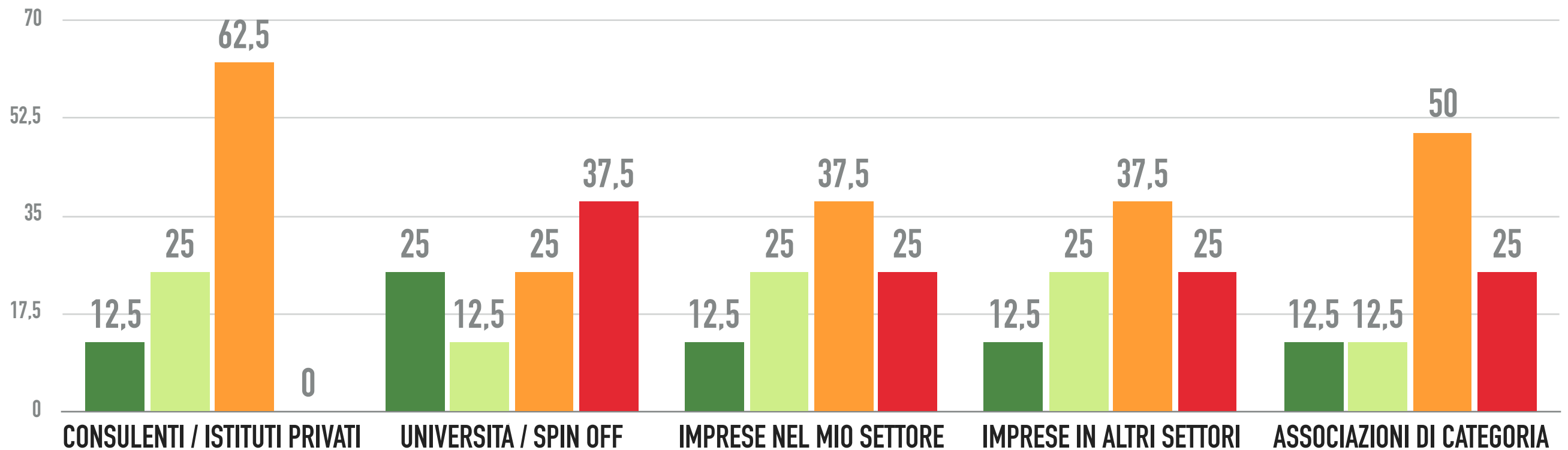
I SOGGETTI CON CUI SI COLLABORA (2/2)

COLLABORAZIONE
10,0

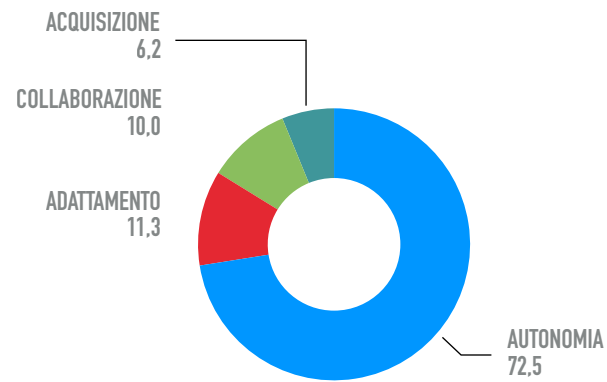


ADESSO LE ELENCHERÒ UNA SERIE DI SOGGETTI. PER OGNUNO DI LORO, MI DICA CON CHE FREQUENZA LA SUA IMPRESA COLLABORA PER SVILUPPARE NUOVI PRODOTTI E/O INTRODURRE IMPORTANTI CAMBIAMENTI.

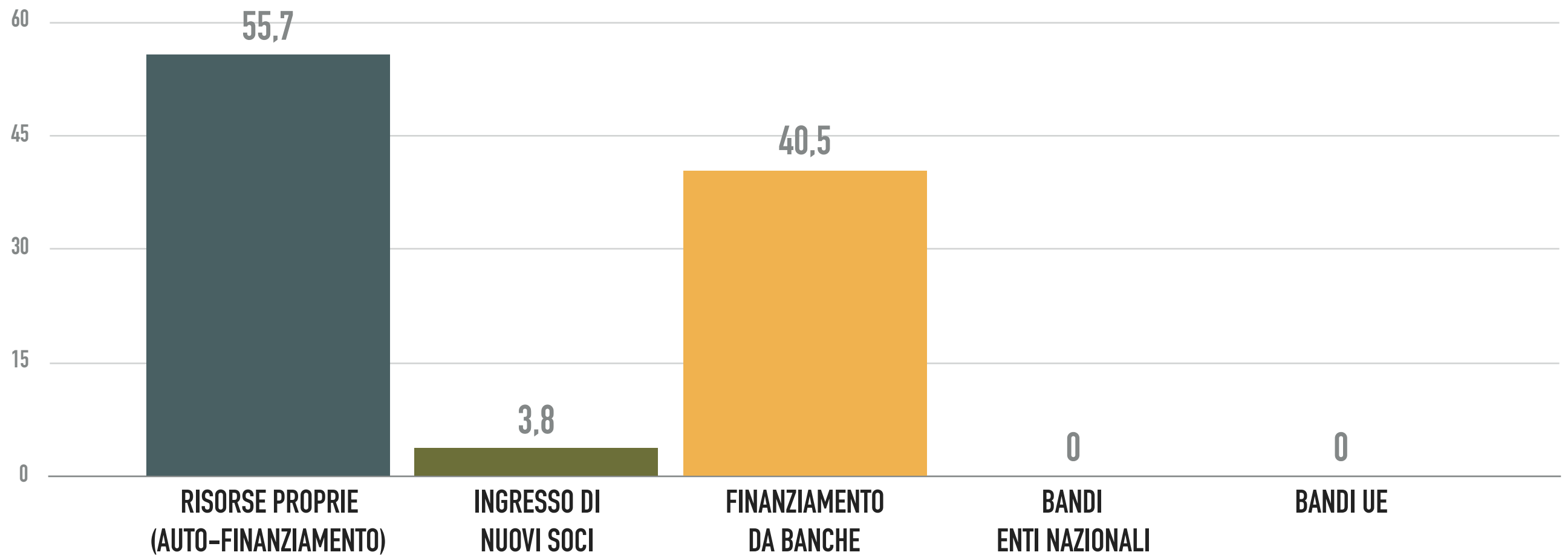
■ Sempre ■ Spesso ■ Di rado ■ Mai



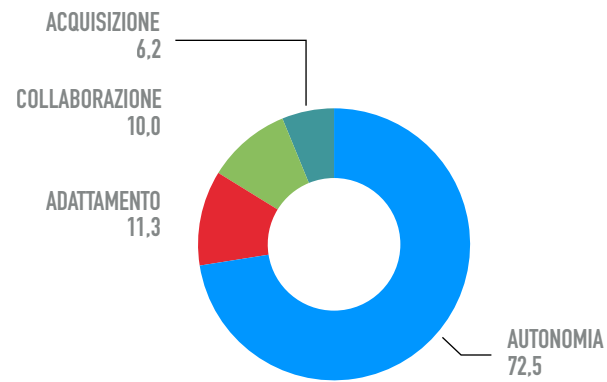
LE FONTI DI FINANZIAMENTO DELL'INNOVAZIONE



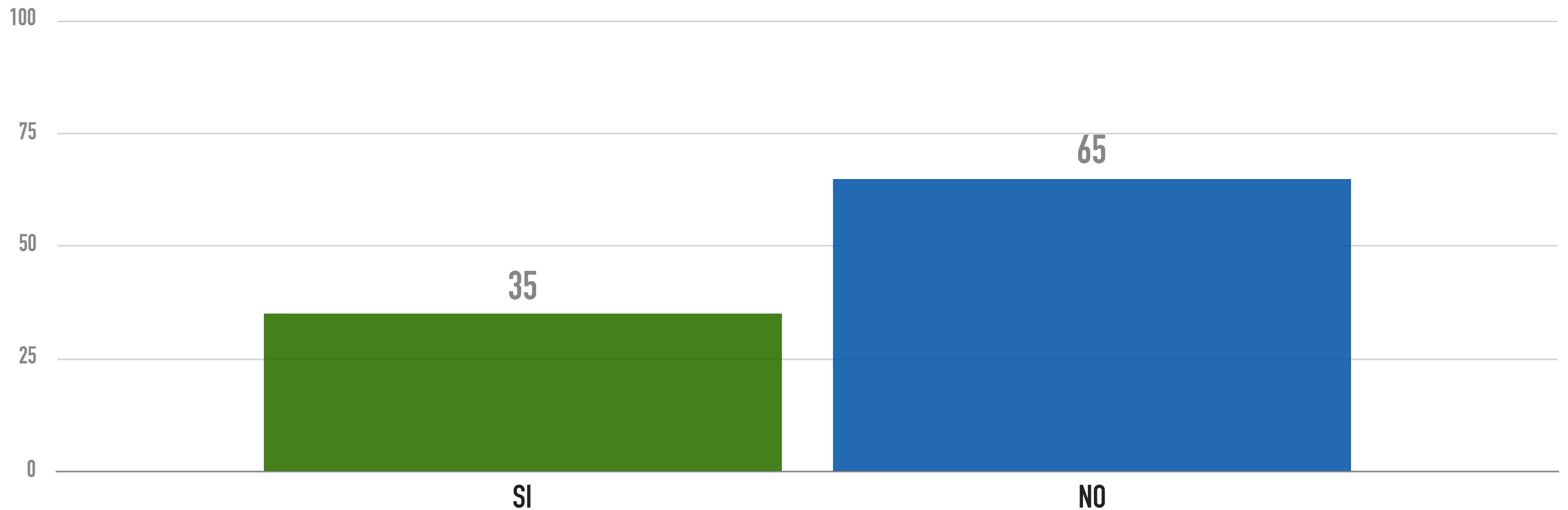
LE FONTI DI FINANZIAMENTO A CUI LA SUA IMPRESA DI SOLITO RICORRE QUANDO DEVE AFFRONTARE IMPORTANTI CAMBIAMENTI SONO:



LA CESSIONE DELLE INNOVAZIONI



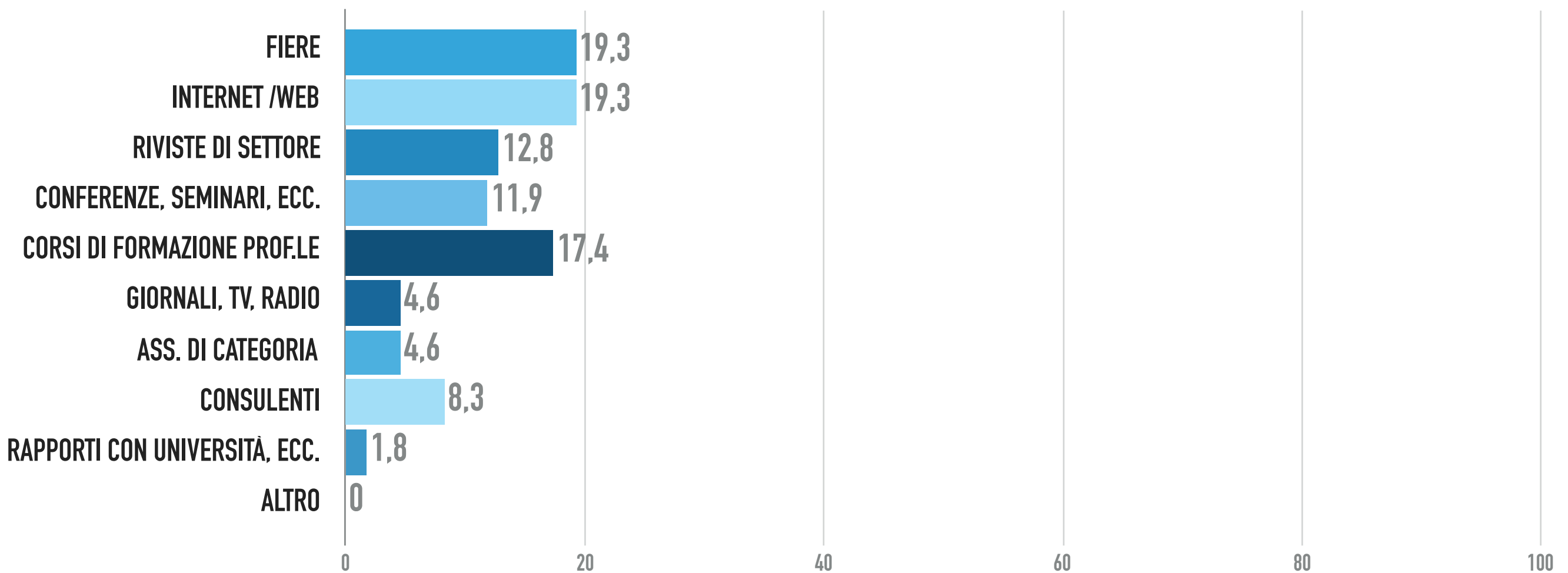
NELL'ULTIMO TRIENNIO, HA CEDUTO A TERZI INNOVAZIONI SVILUPPATE DALLA SUA IMPRESA?



Valori % espressi sul totale di coloro (80) che hanno dichiarato di sviluppare innovazione

LE FONTI INFORMATIVE SULL'INNOVAZIONE

GENERALMENTE, COME SI AGGIORNA SULLE NOVITÀ NEL SUO SETTORE?

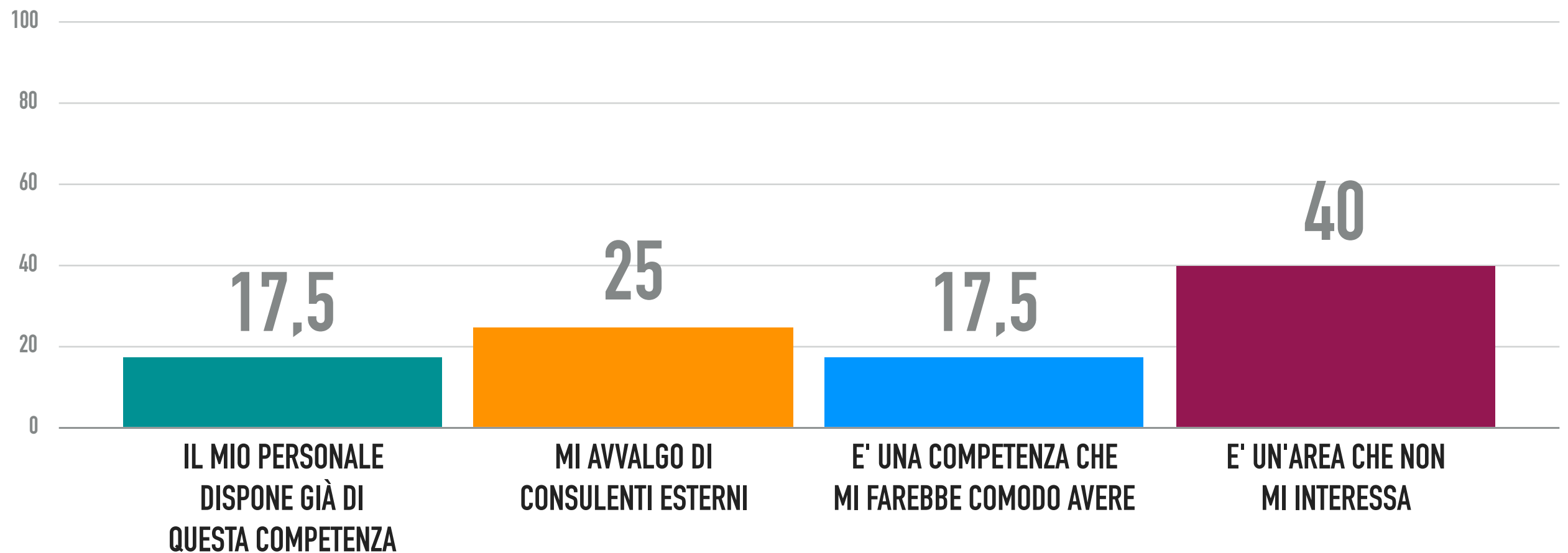


Valori % espressi sul totale dei rispondenti
Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

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

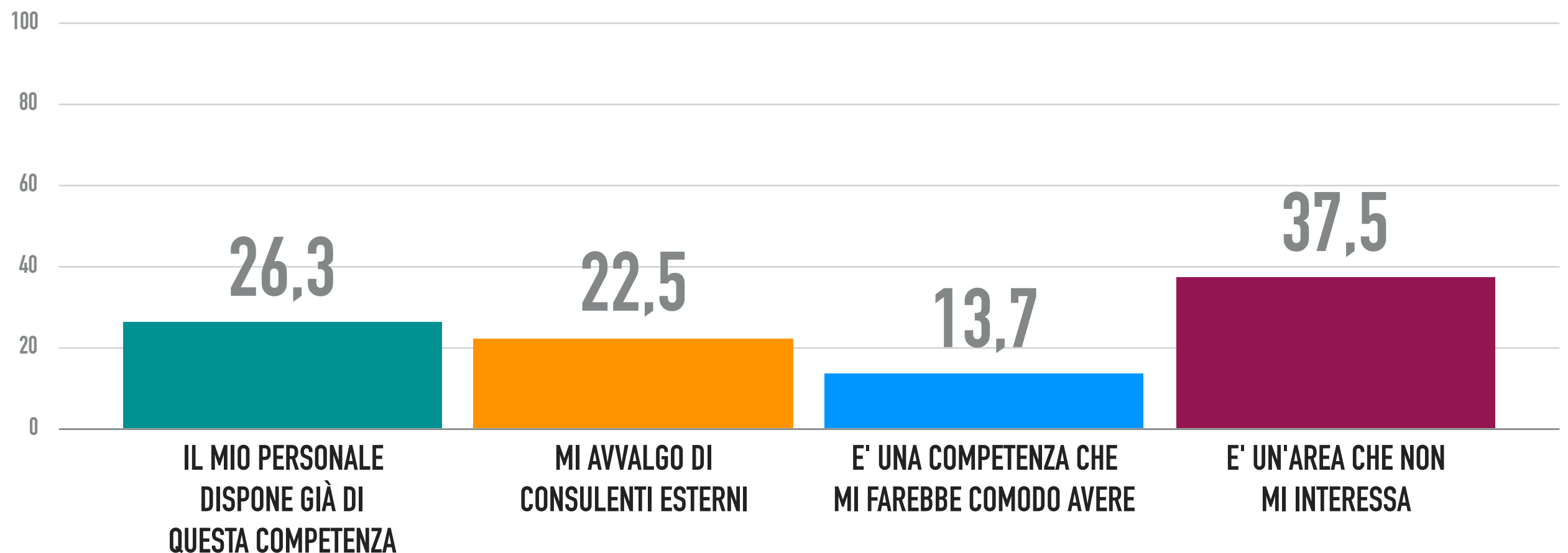


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

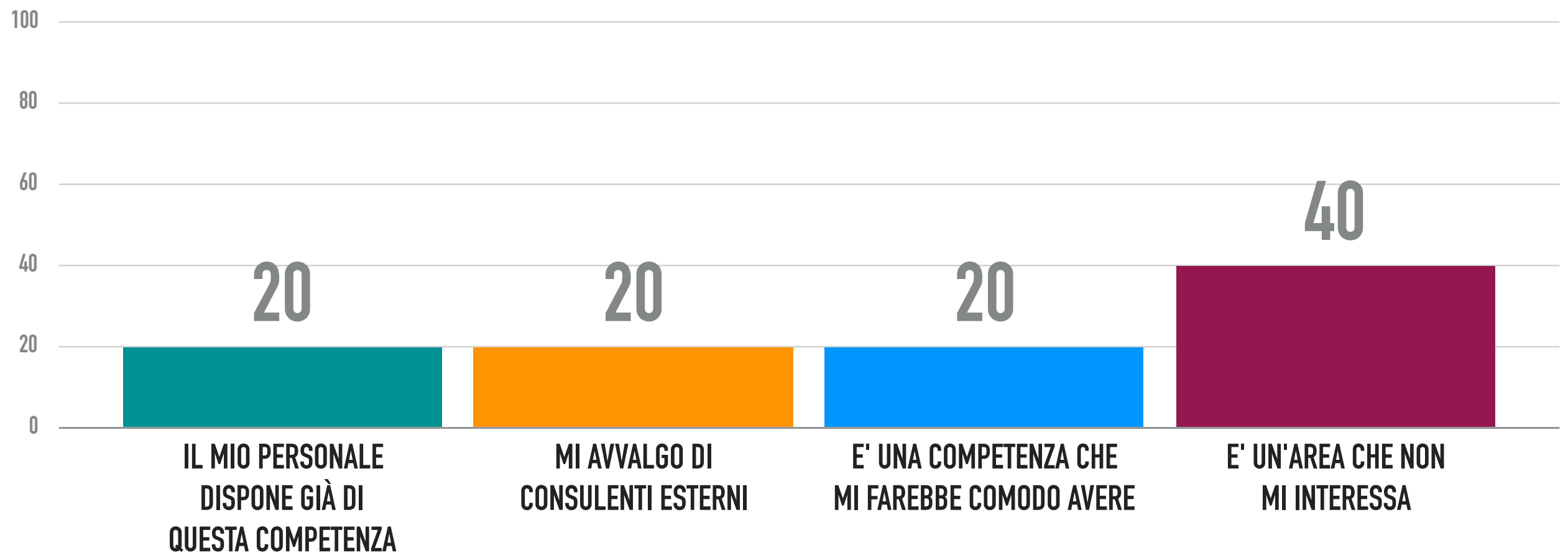


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

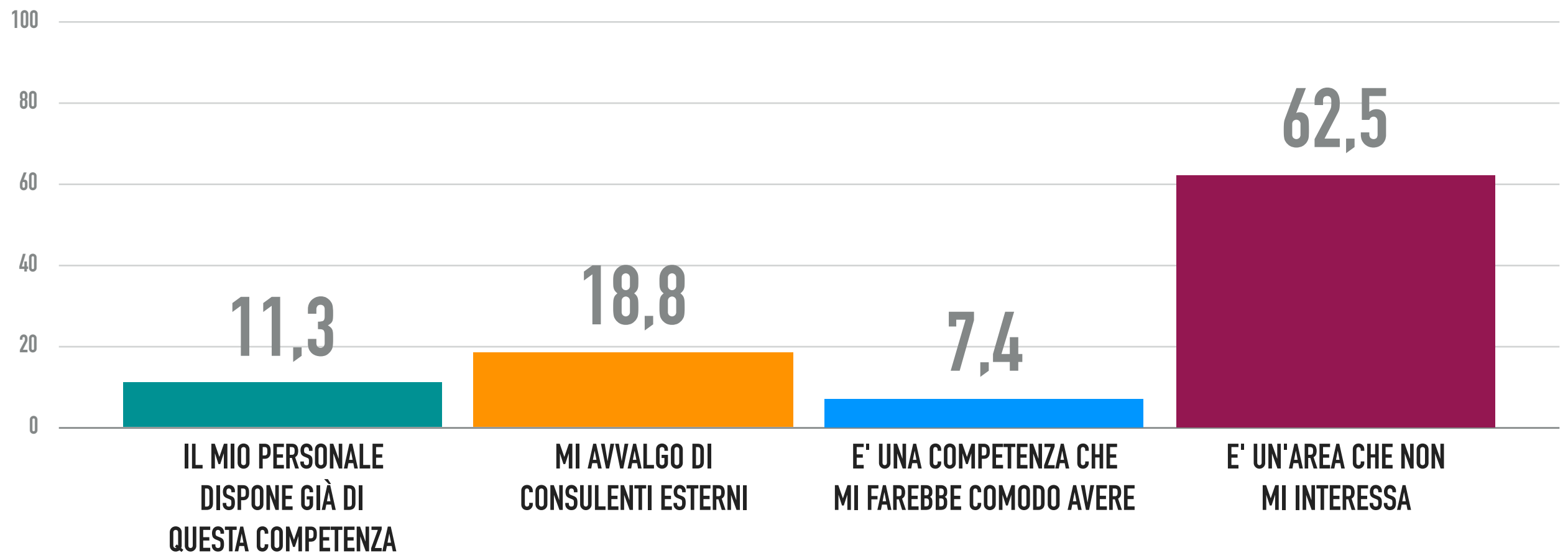


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

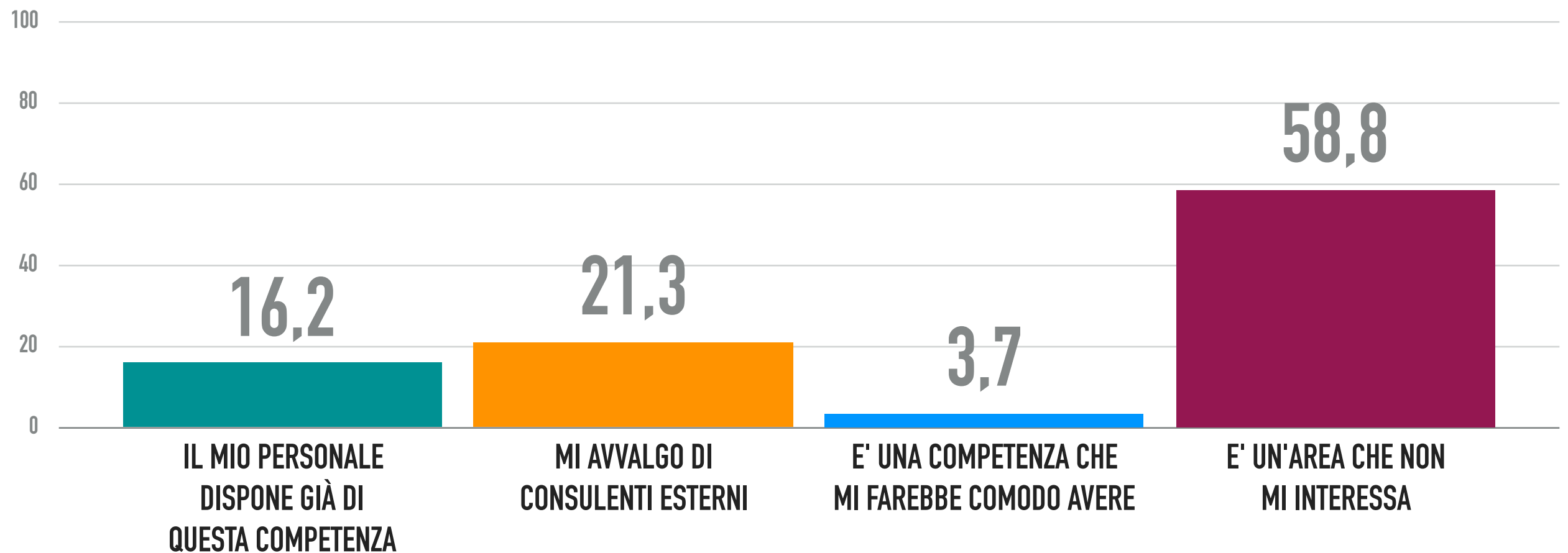


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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.

USABILITÀ / INTERFACCIA UOMO MACCHINA

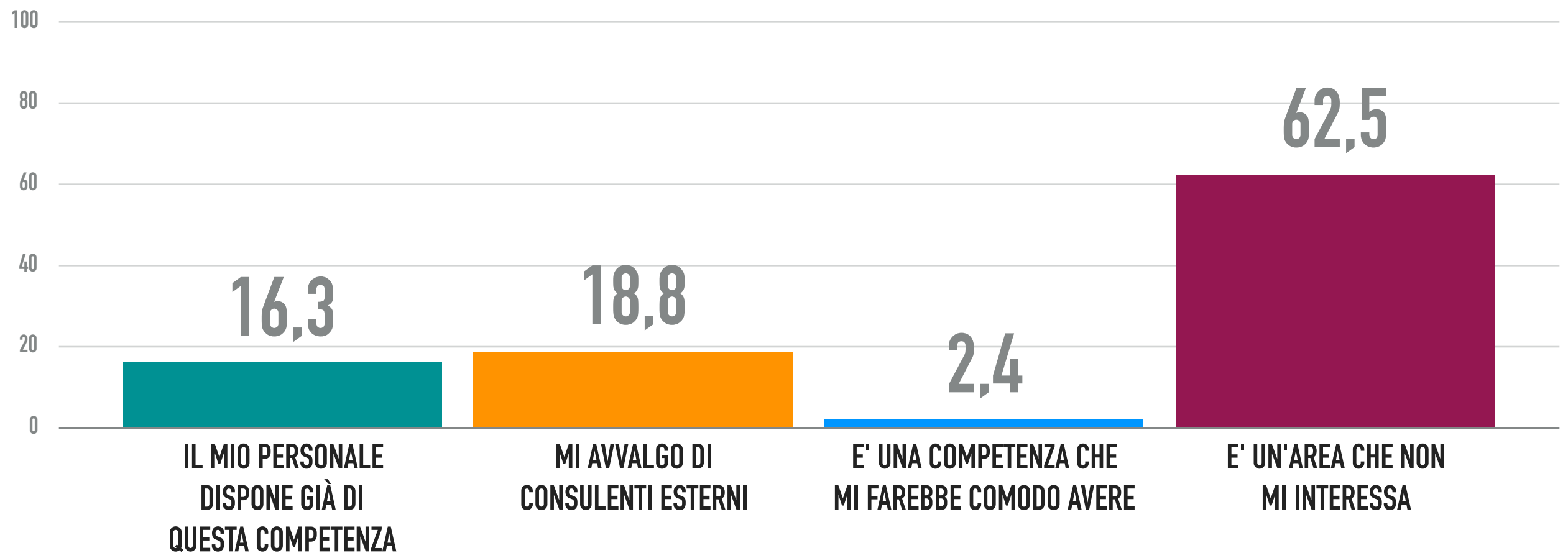


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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.

LINGUISTICA / COPYWRITING / CONTENT MANAGEMENT

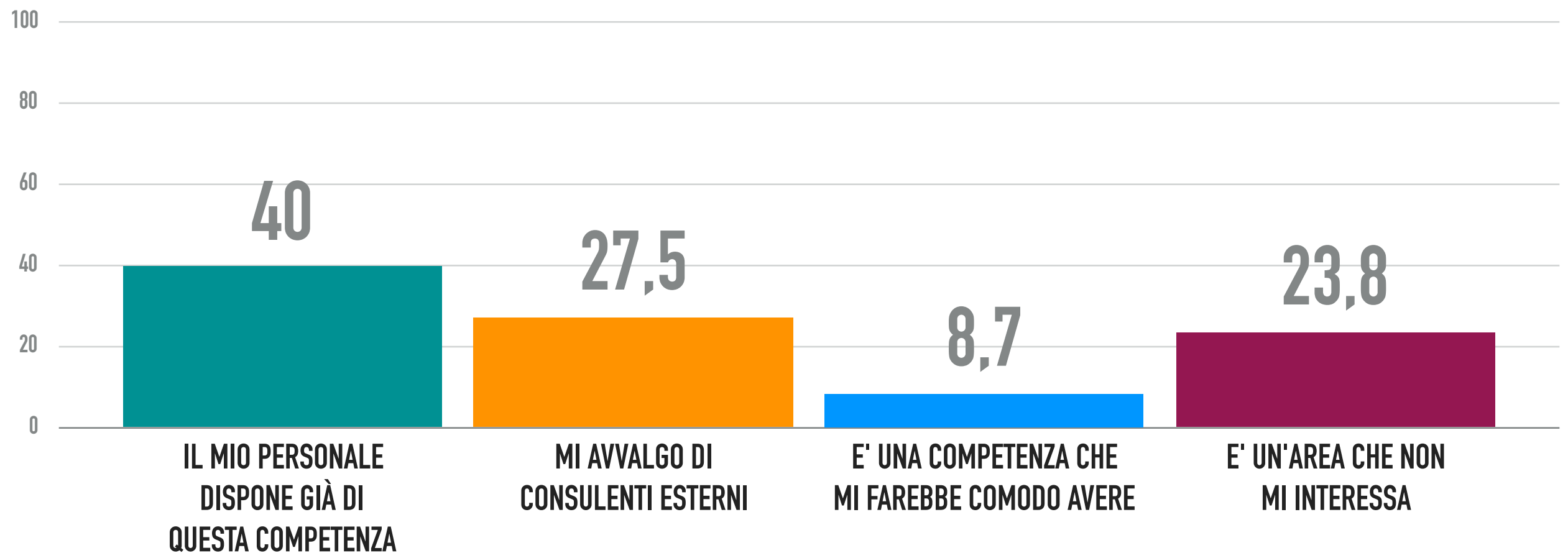


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

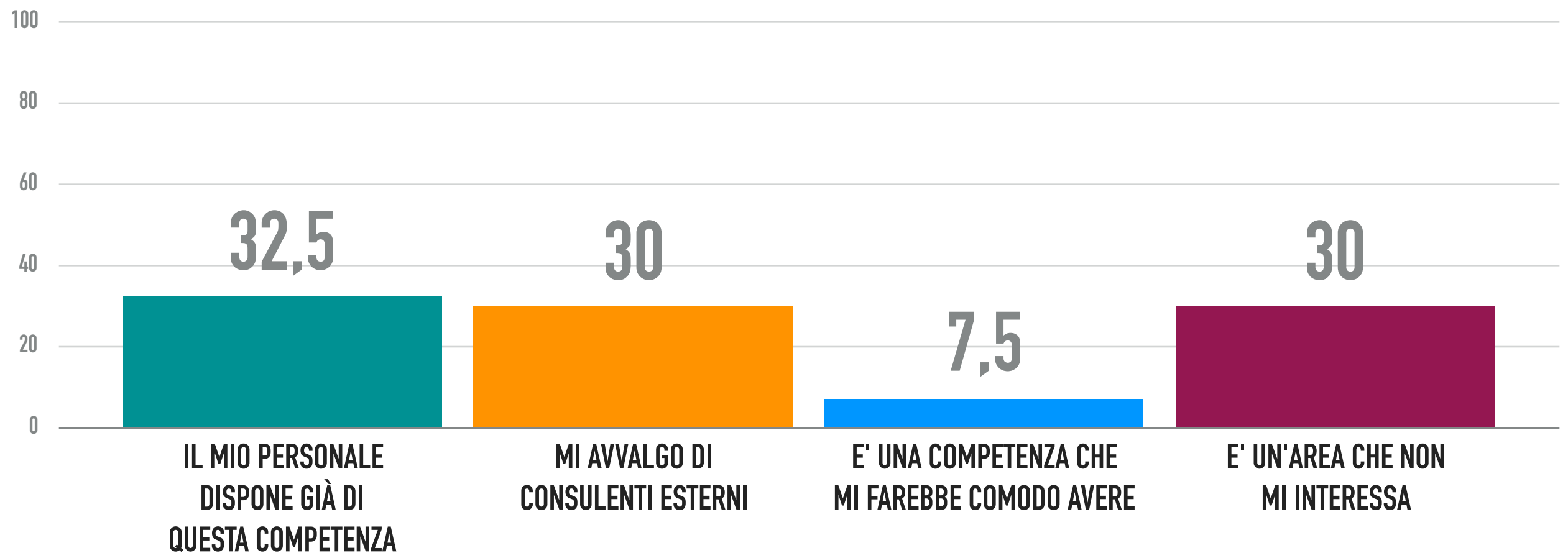


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

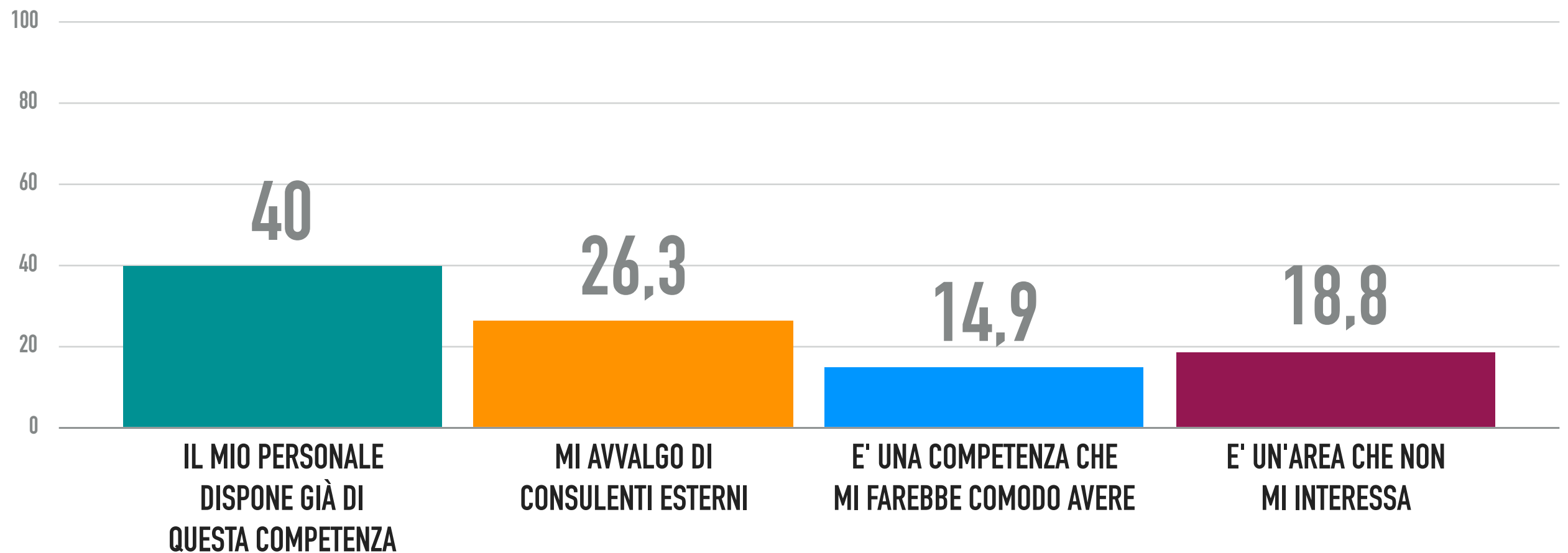


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

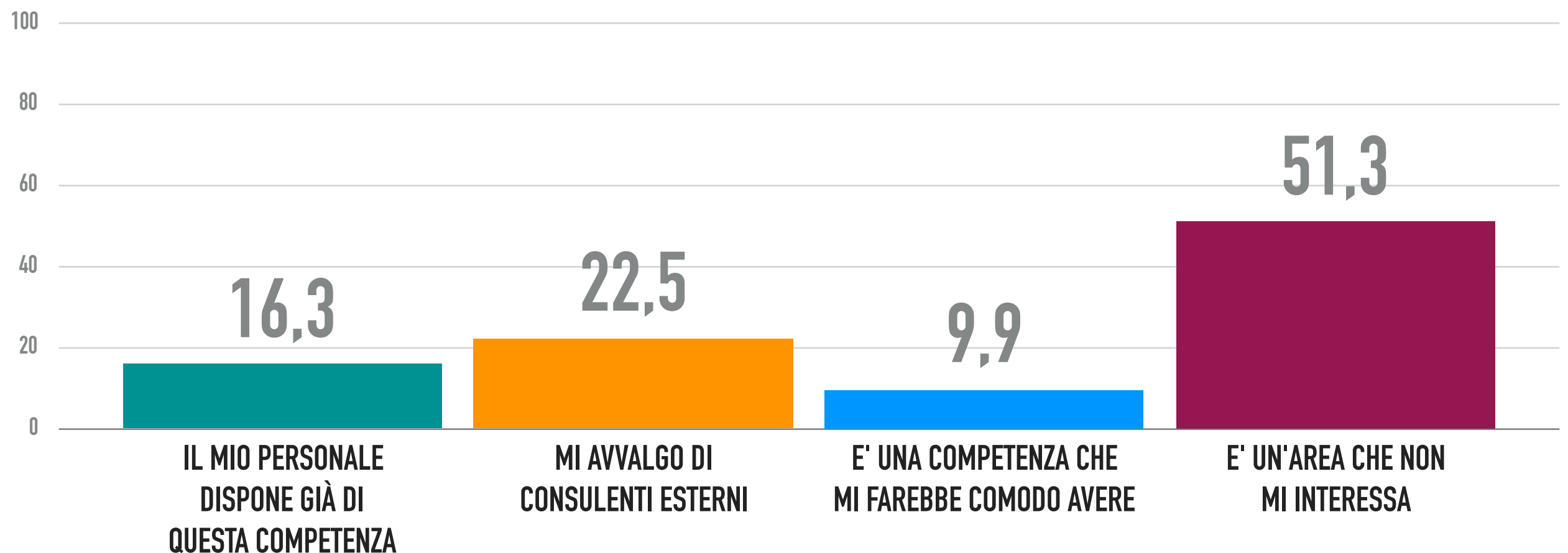


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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)

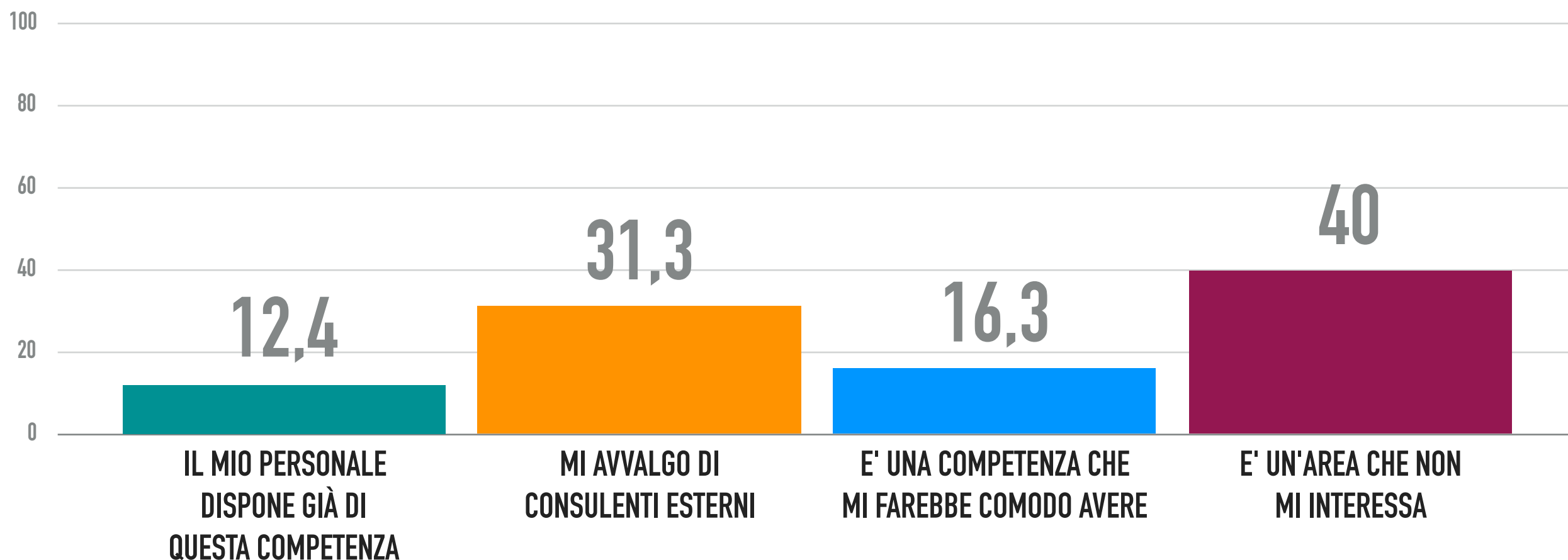


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

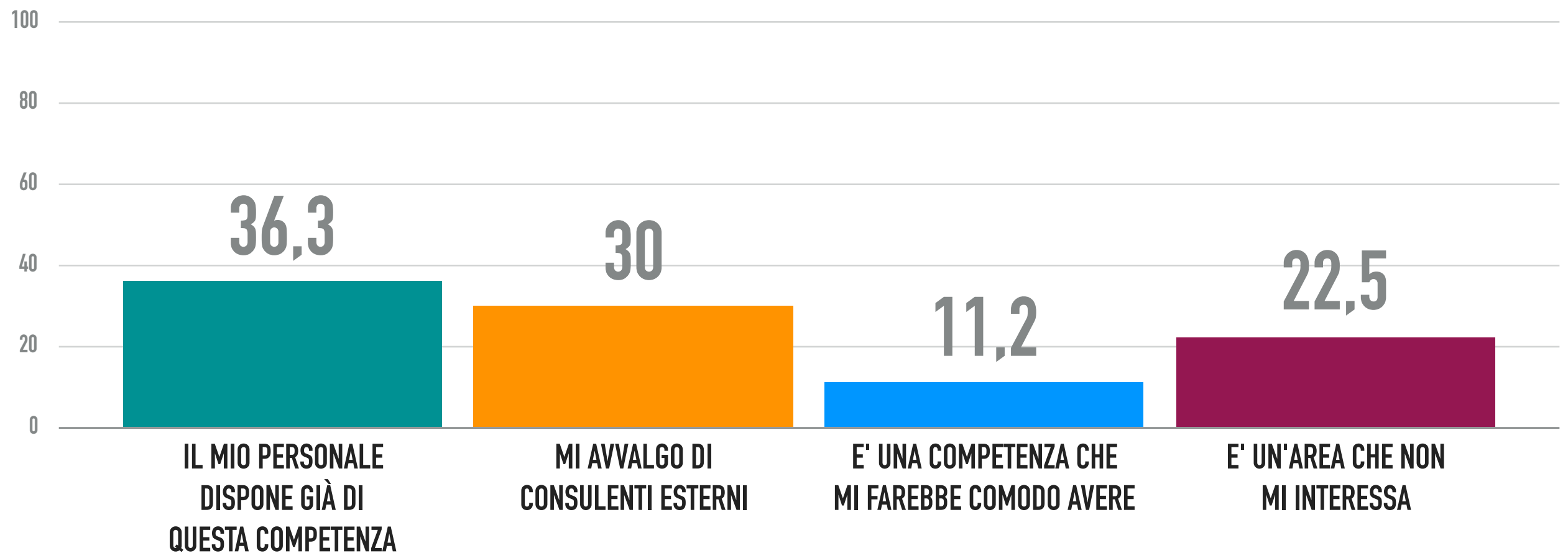


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

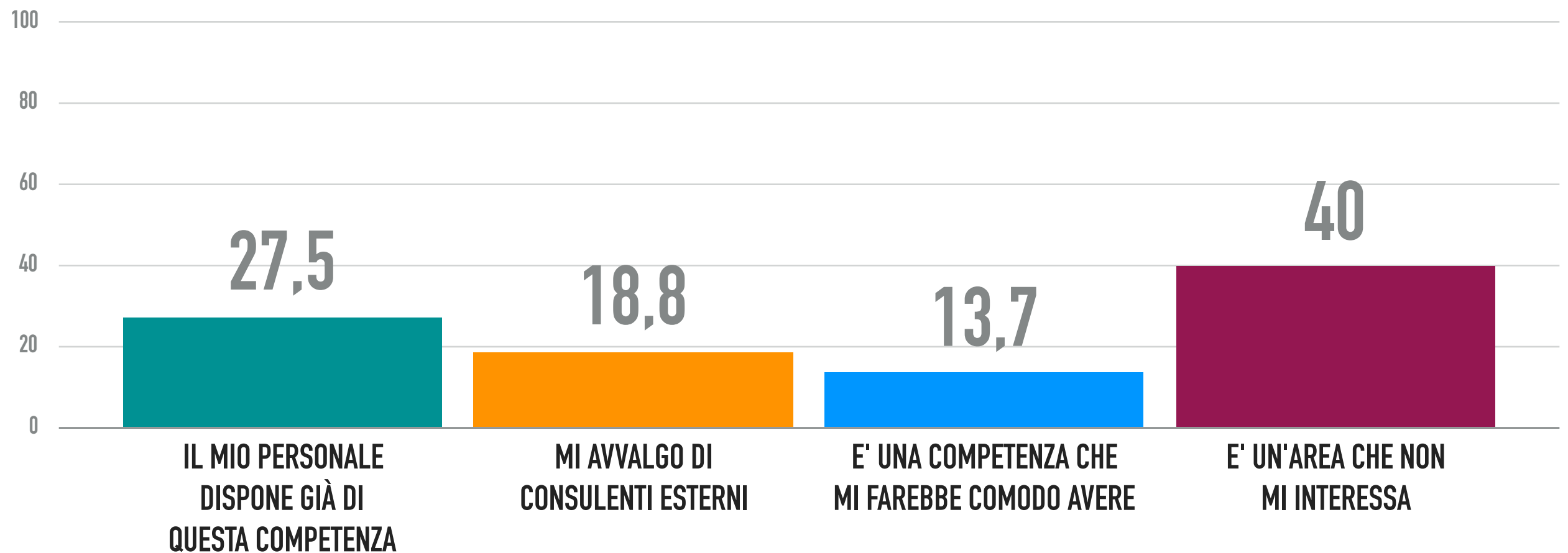


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

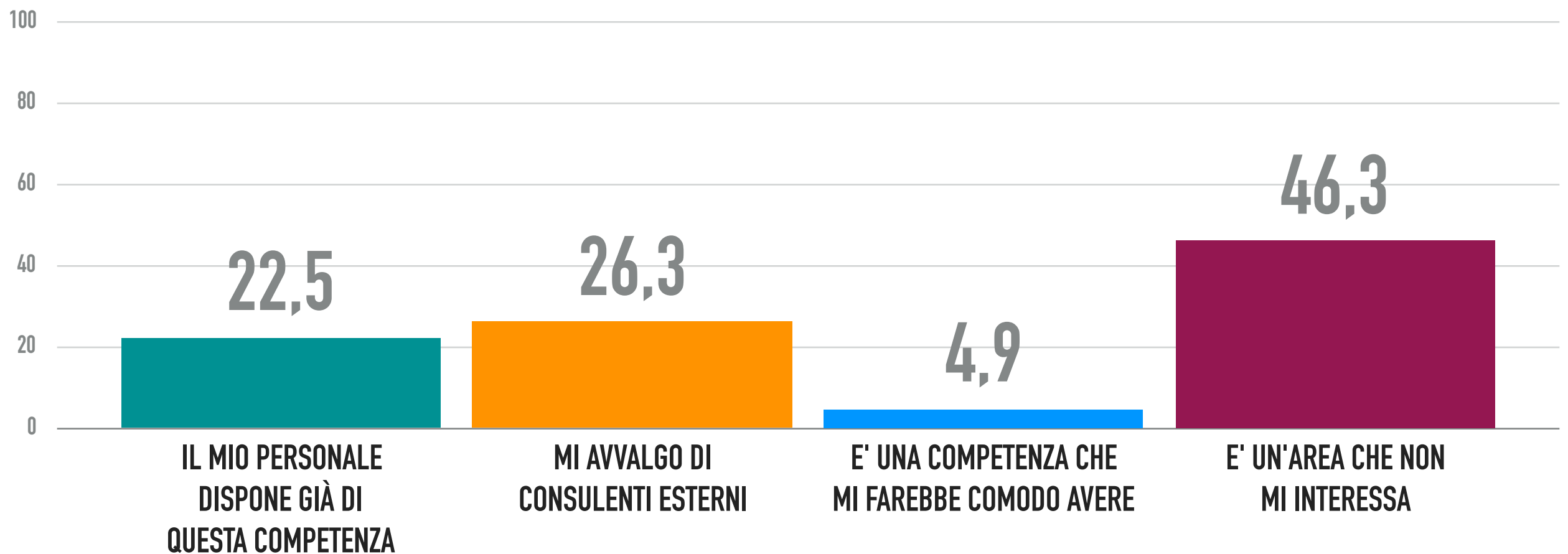


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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 / GRAFICA

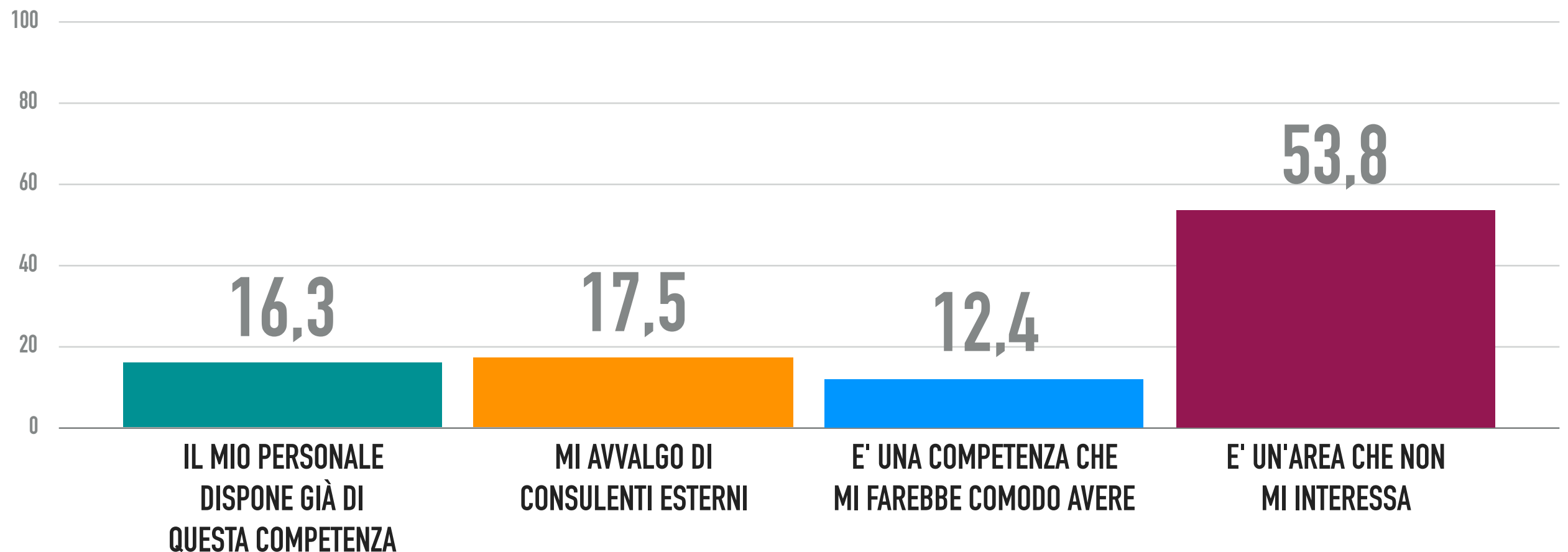


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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.

TUTELA E VALORIZZAZIONE BENI CULTURALI / TURISMO

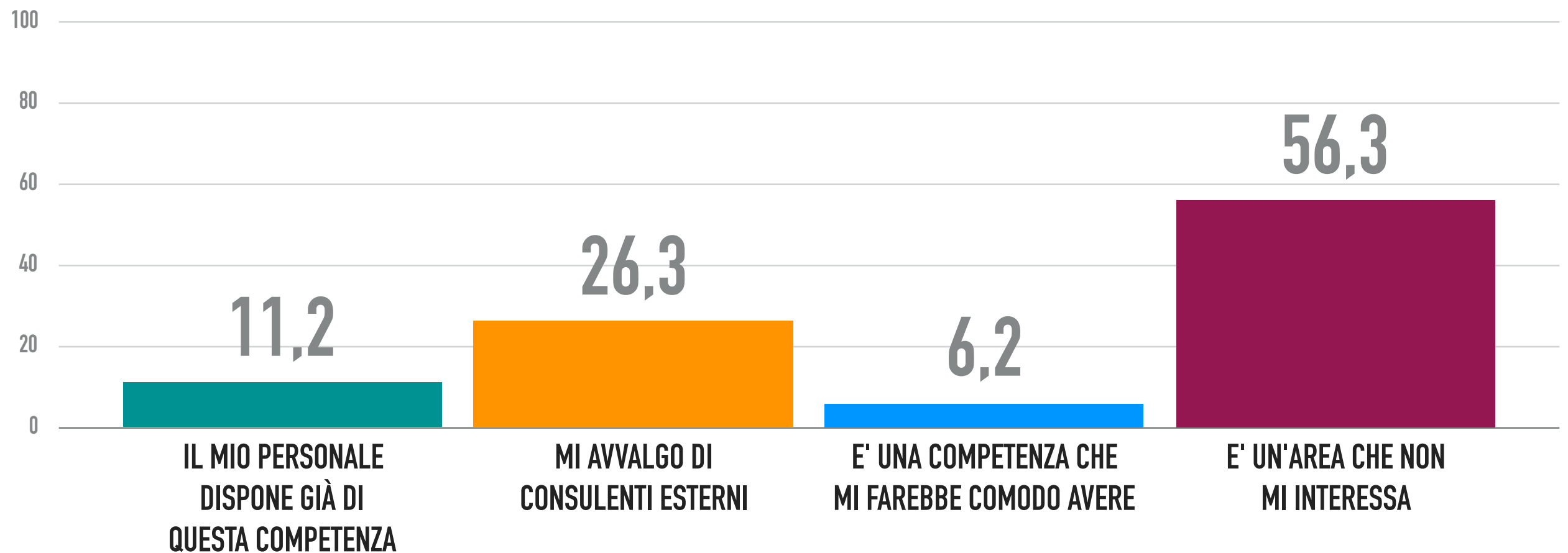


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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.

LEAN MANUFACTORY

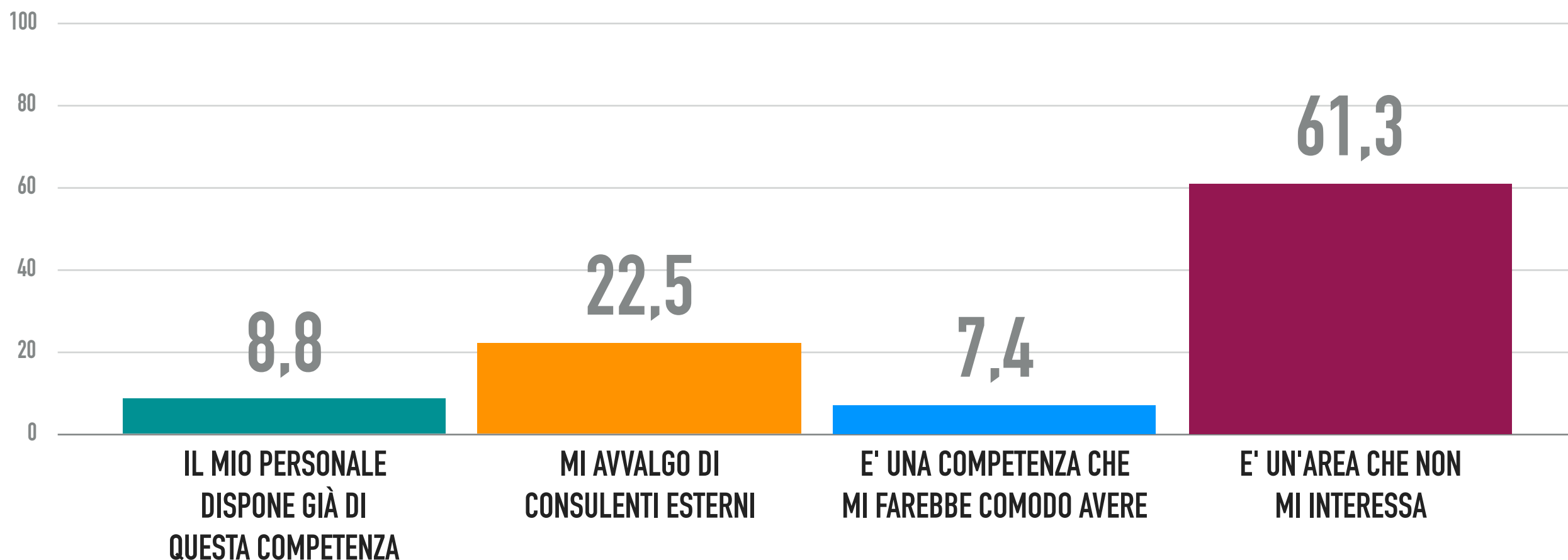


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

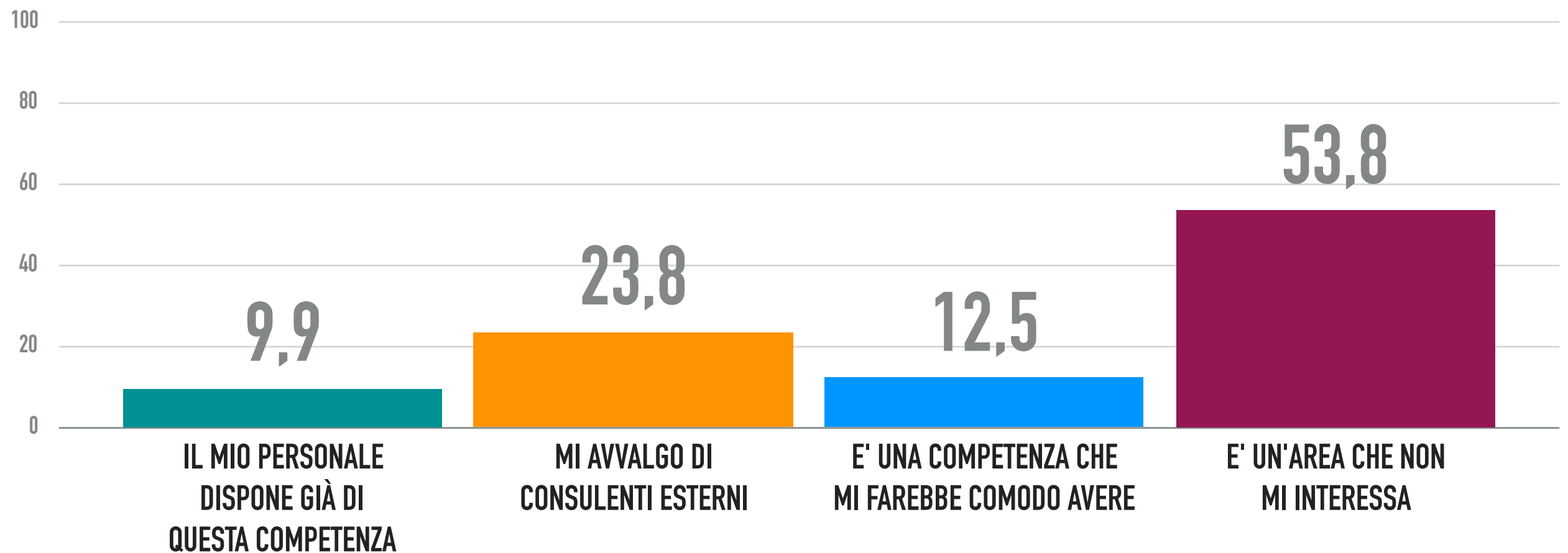


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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.

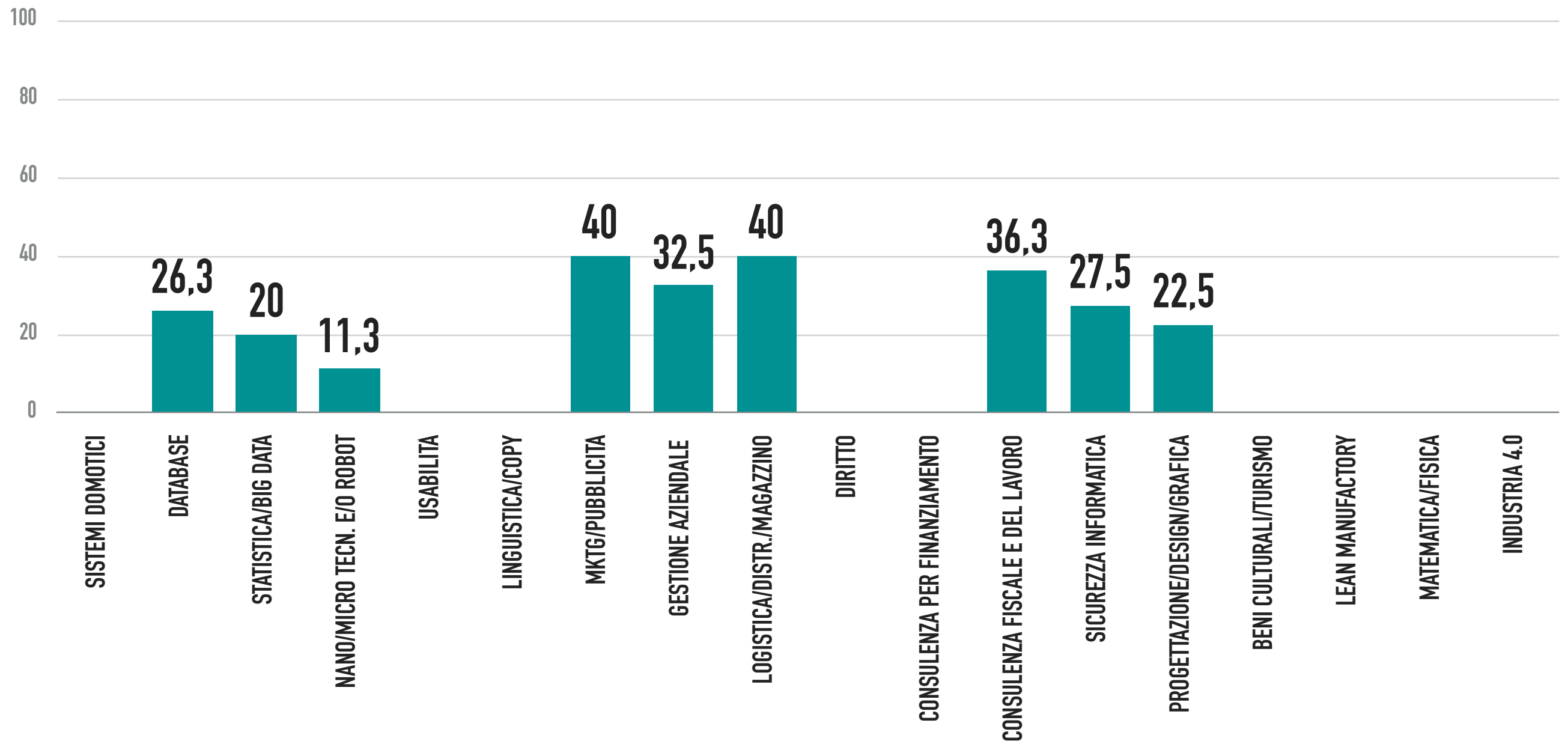
INDUSTRIA 4.0



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

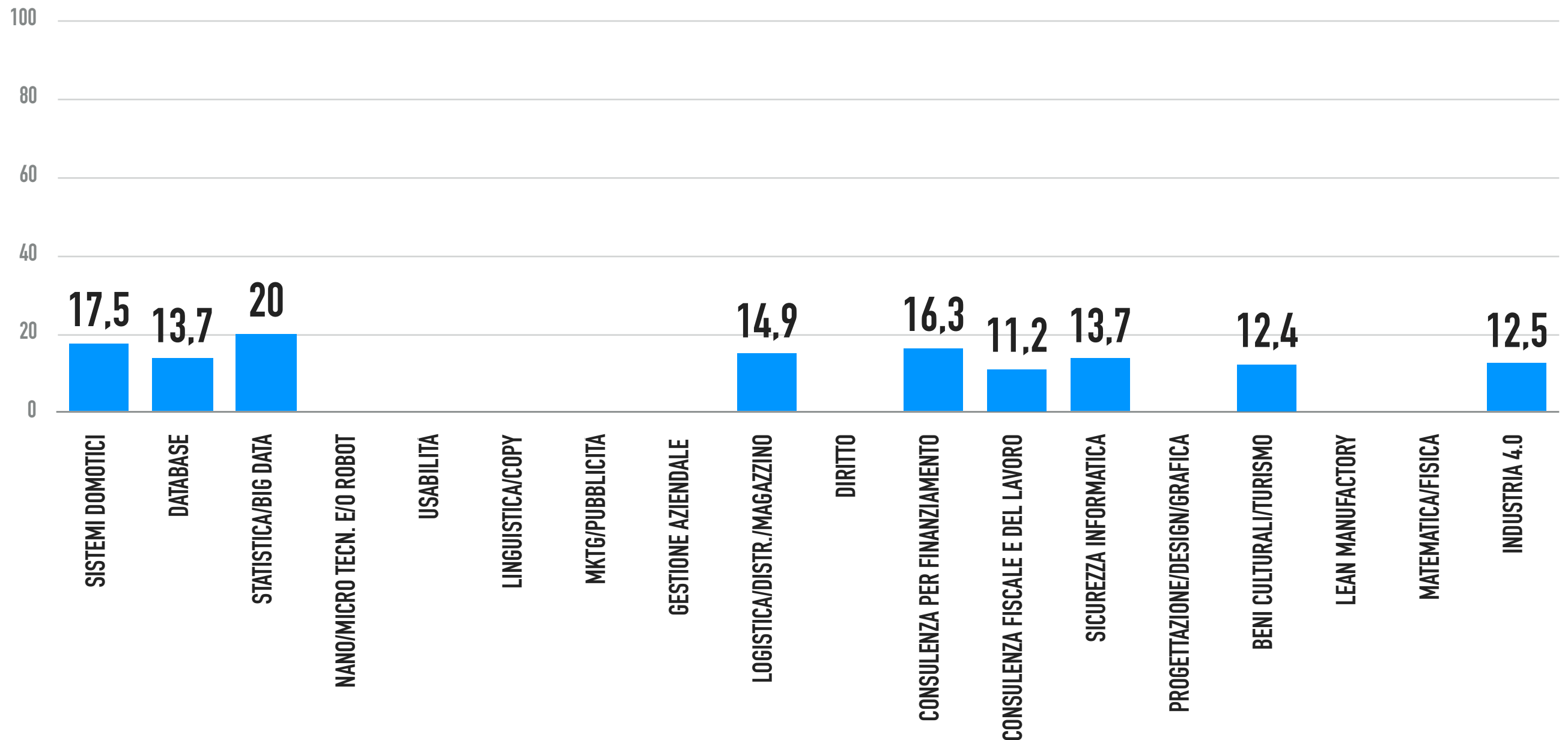
PROSPETTO DI SINTESI

LE COMPETENZE INTERNE ALLE IMPRESE



PROSPETTO DI SINTESI

I FABBISOGNI DI COMPETENZE DELLE IMPRESE

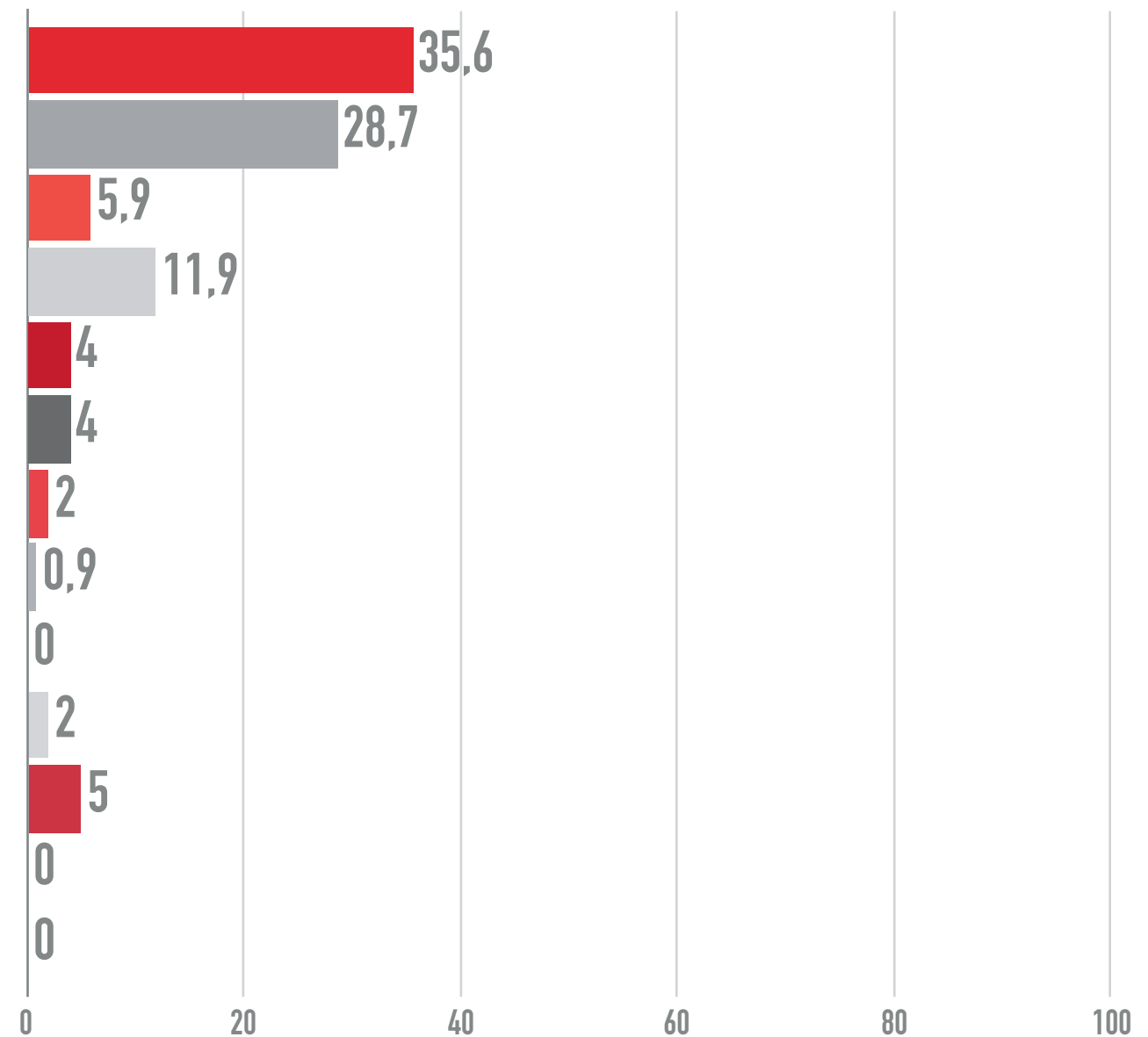


GLI OSTACOLI ALL'INNOVAZIONE

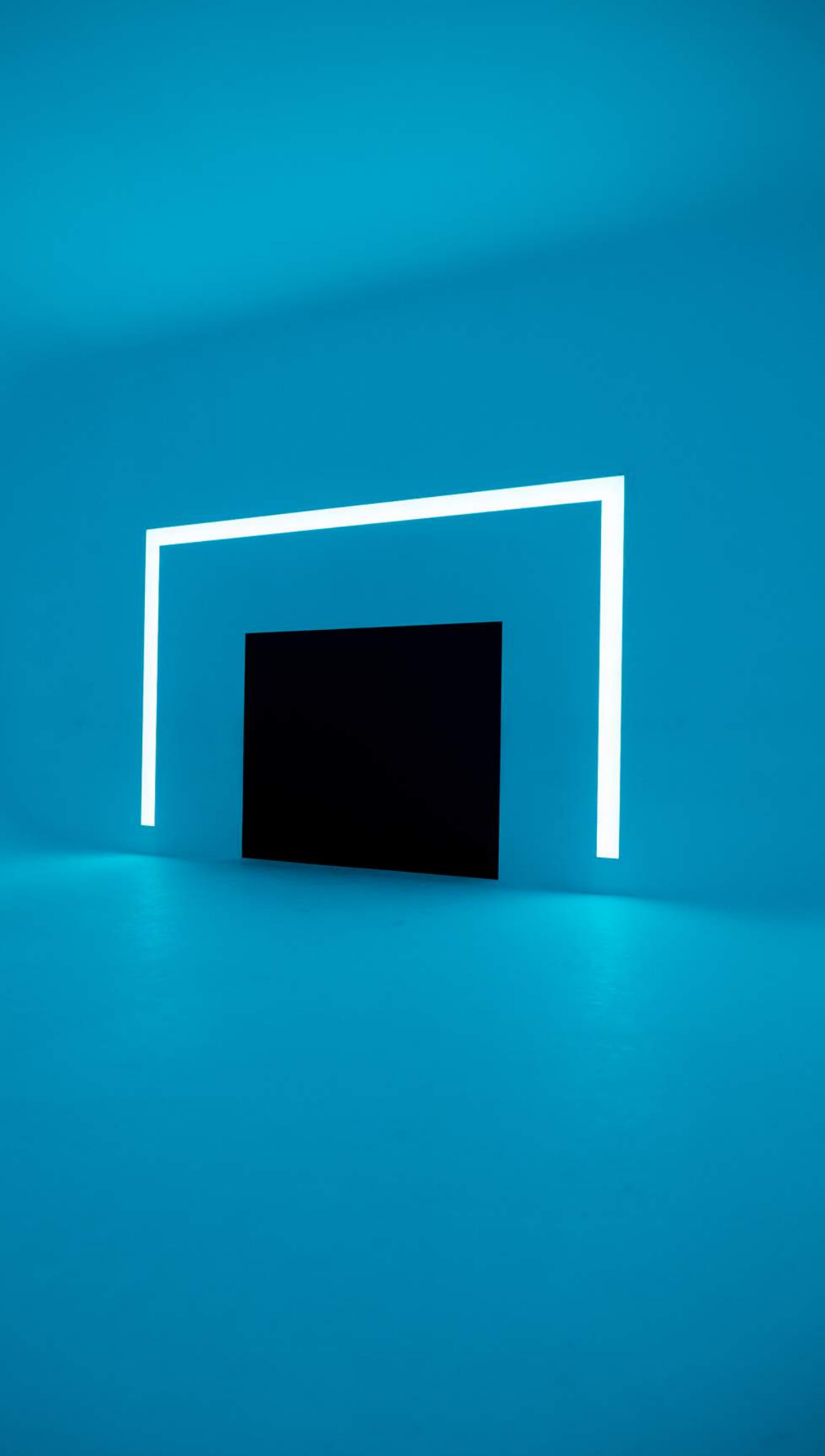
PARLANDO IN TERMINI GENERALI, SECONDO LEI QUALI SONO I MAGGIORI OSTACOLI ALL'INTRODUZIONE DI INNOVAZIONE NELLE IMPRESE?



- 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

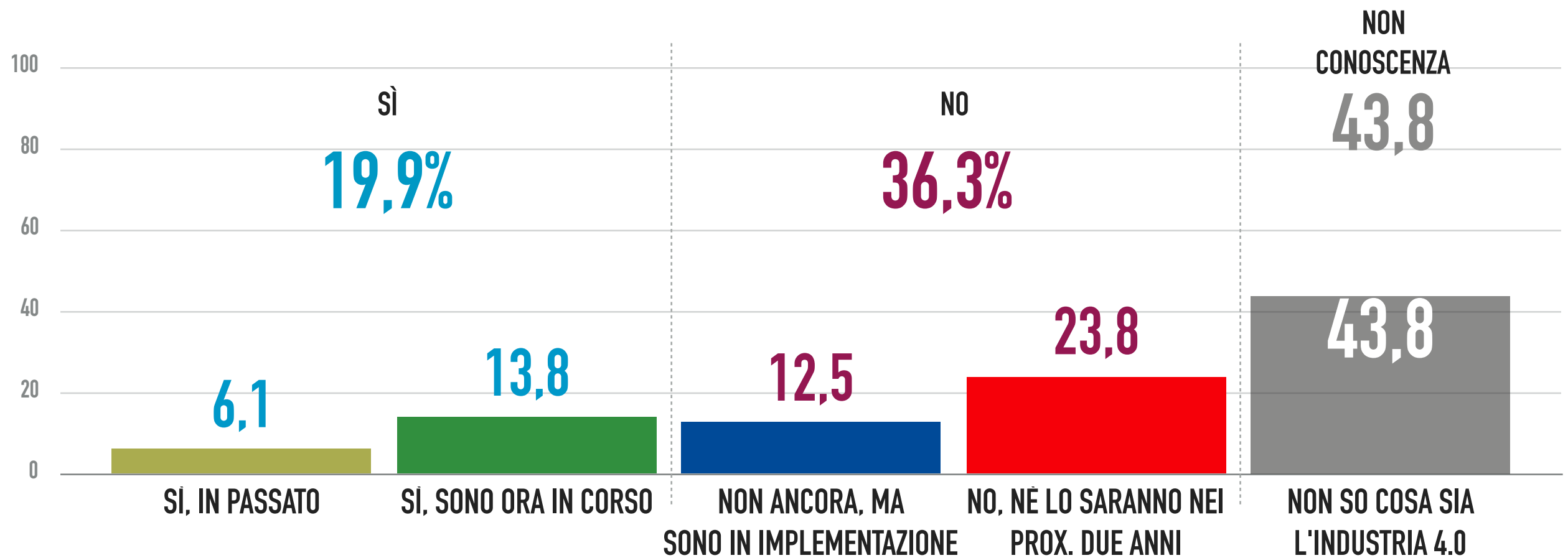


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

L'IMPRESA E LE NUOVE TECNOLOGIE

INDUSTRIA 4.0

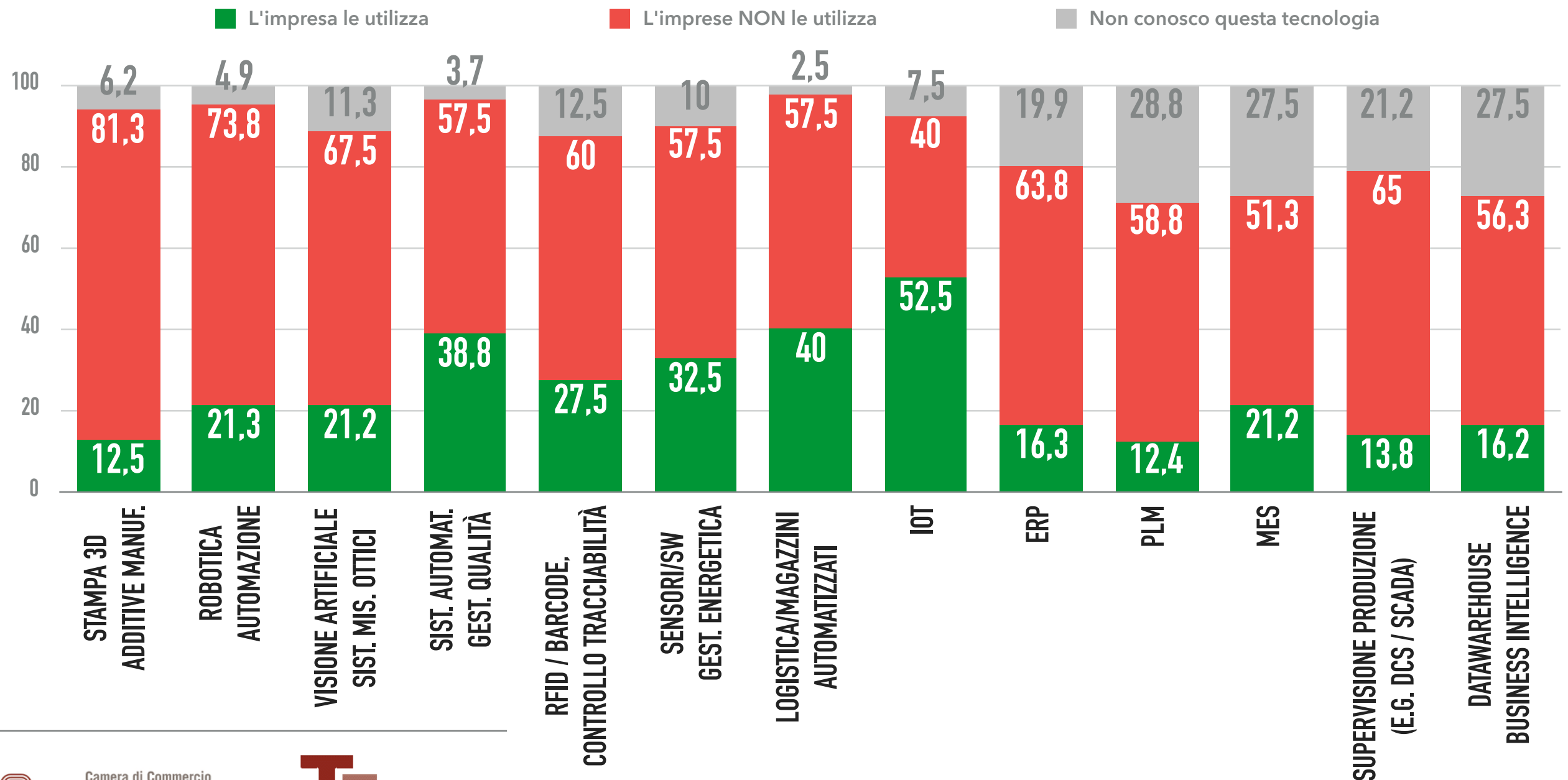
NELLA SUA AZIENDA, SONO MAI STATE REALIZZATE INIZIATIVE IN AMBITO DI INDUSTRIA 4.0?



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

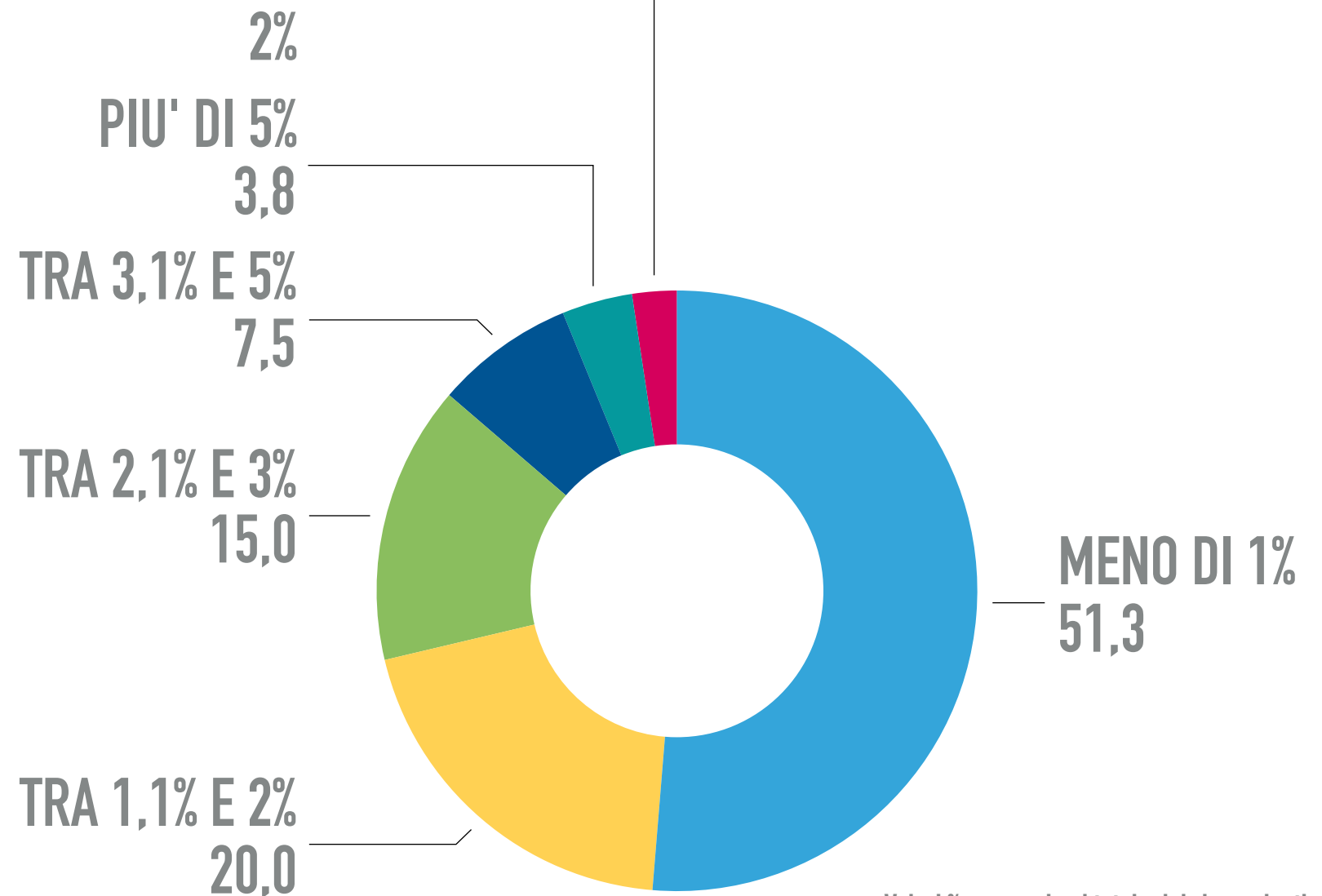


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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.

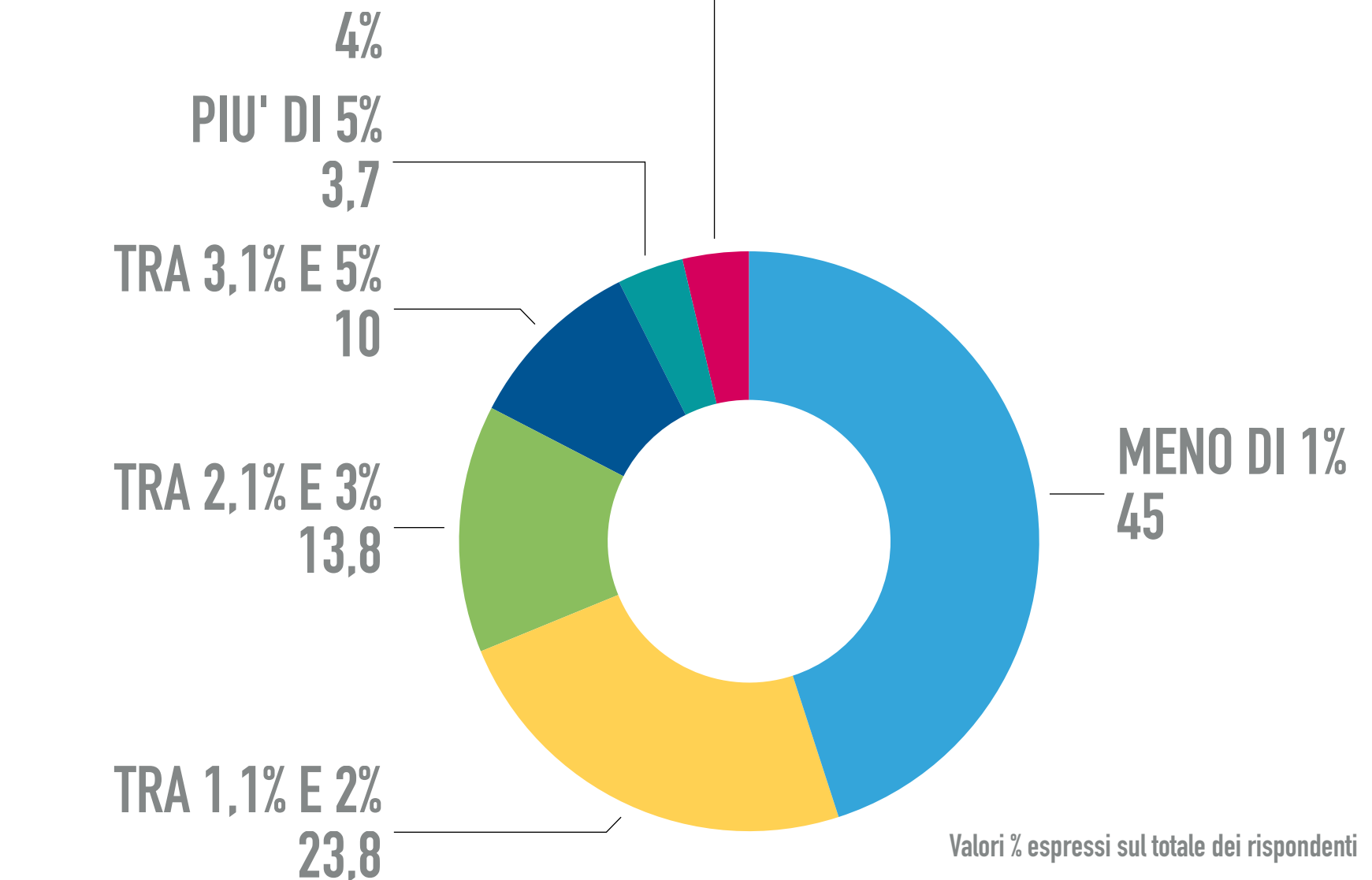


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

GLI INVESTIMENTI DA EFFETTUARSI

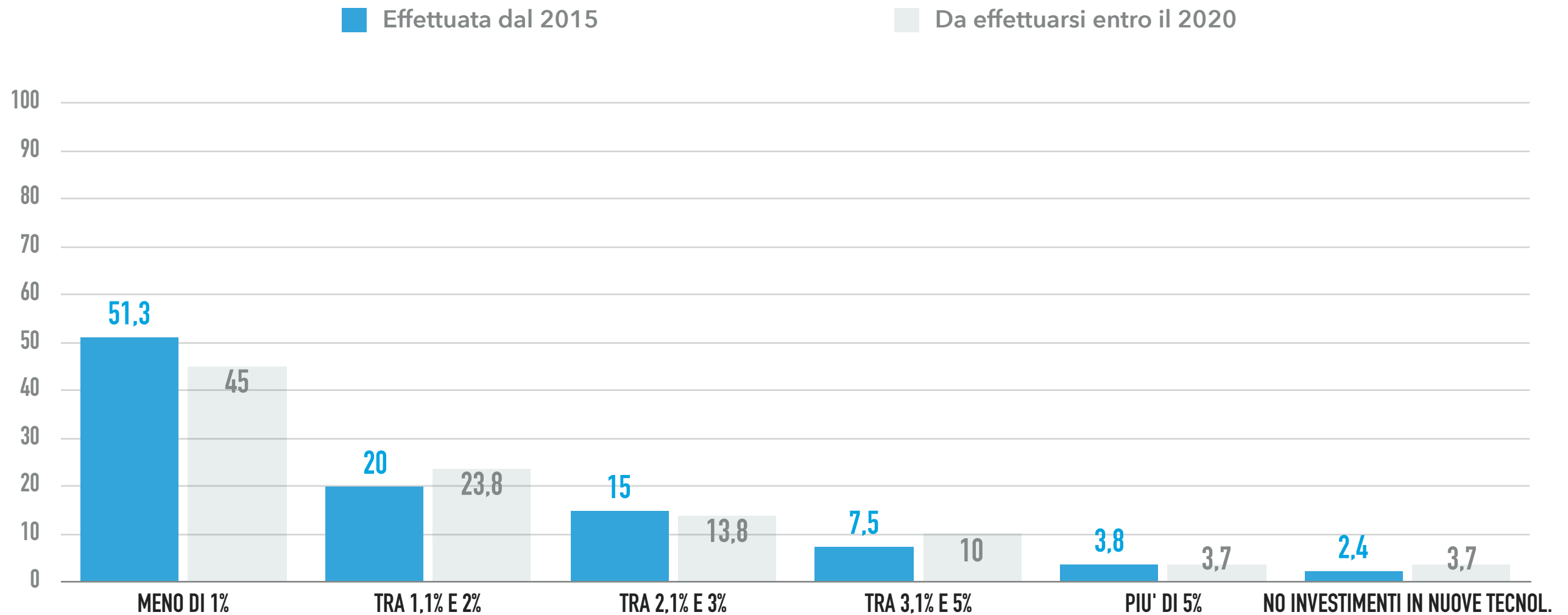
ENTRO IL 2020, QUANTA PARTE DEL FATTURATO LA SUA IMPRESA È DISPOSTA A SPENDERE PER ACQUISTARE NUOVI SOFTWARE O NUOVE TECNOLOGIE, SEGUIRE CORSI DI FORMAZIONE E/O DEPOSITARE BREVETTI?

NO INVESTIMENTI
IN NUOVE TECNOL.



PROSPETTO DI SINTESI

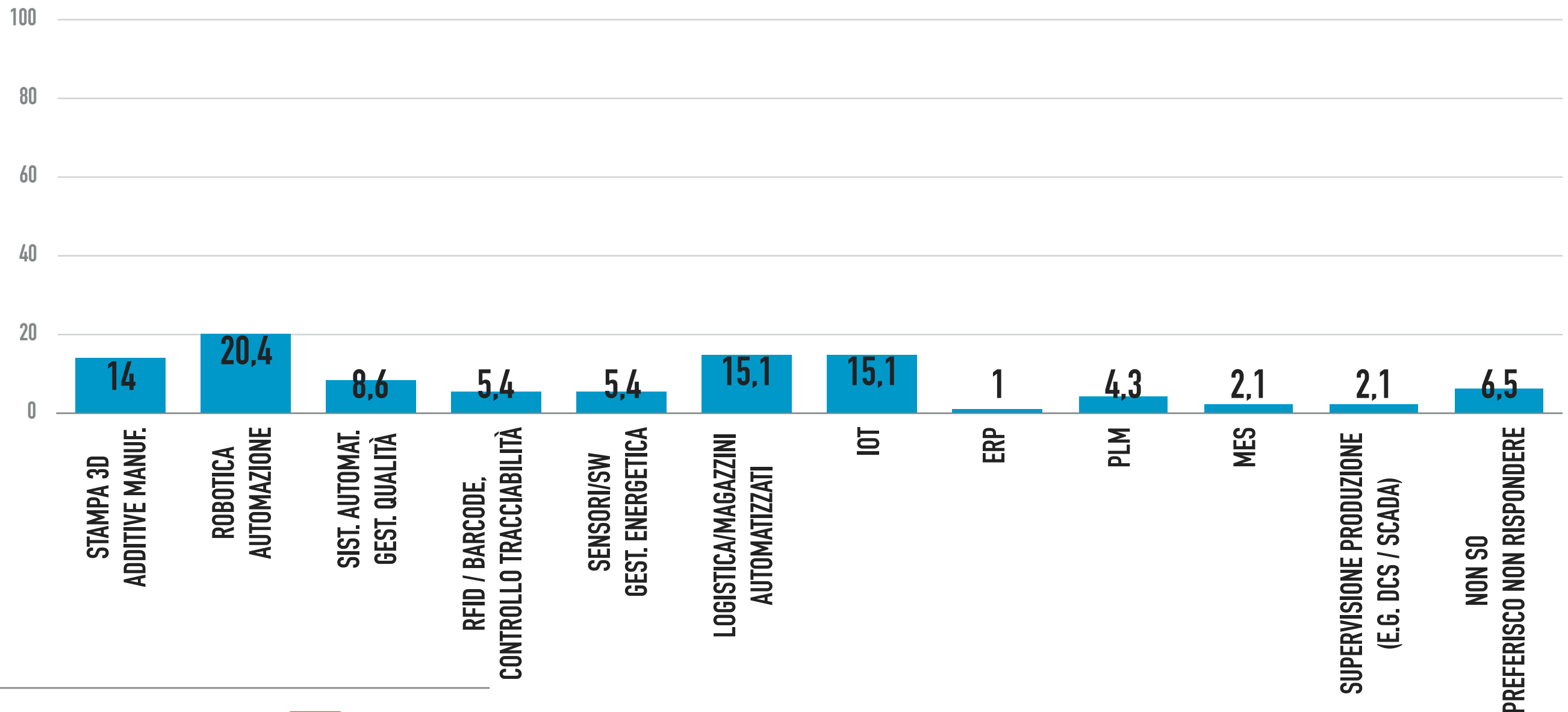
LA MOLE DI INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE, CORSI DI FORM. E/O BREVETTI



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

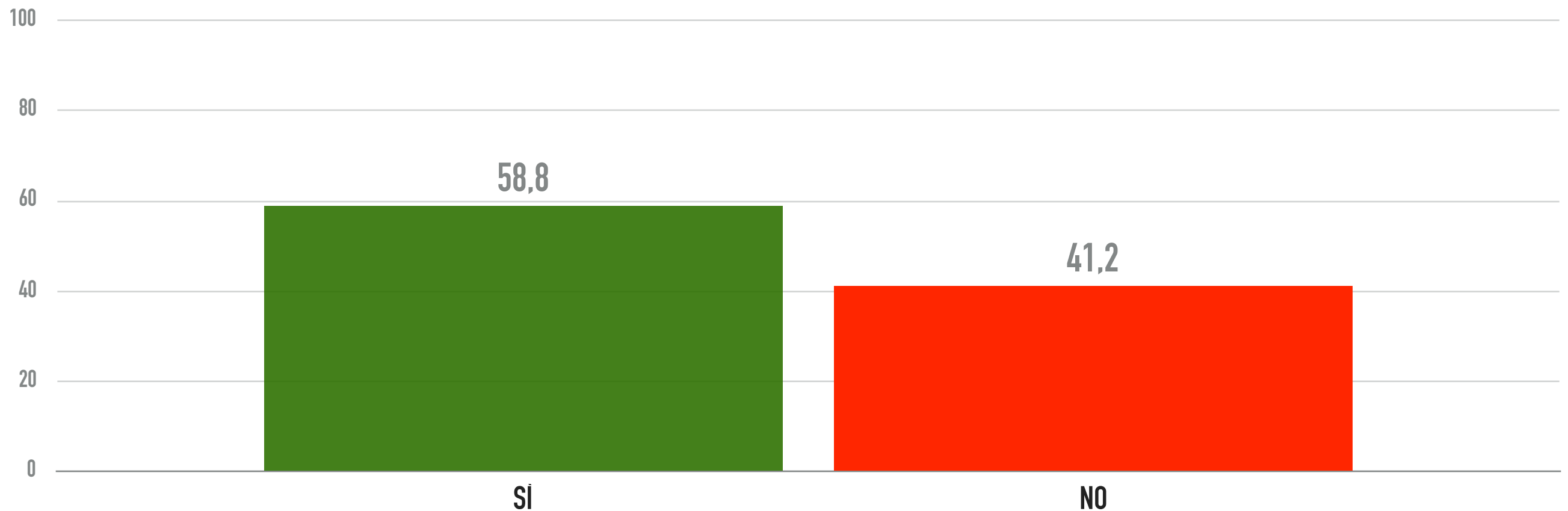
LE TECNOLOGIE STRATEGICHE PER IL FUTURO

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?

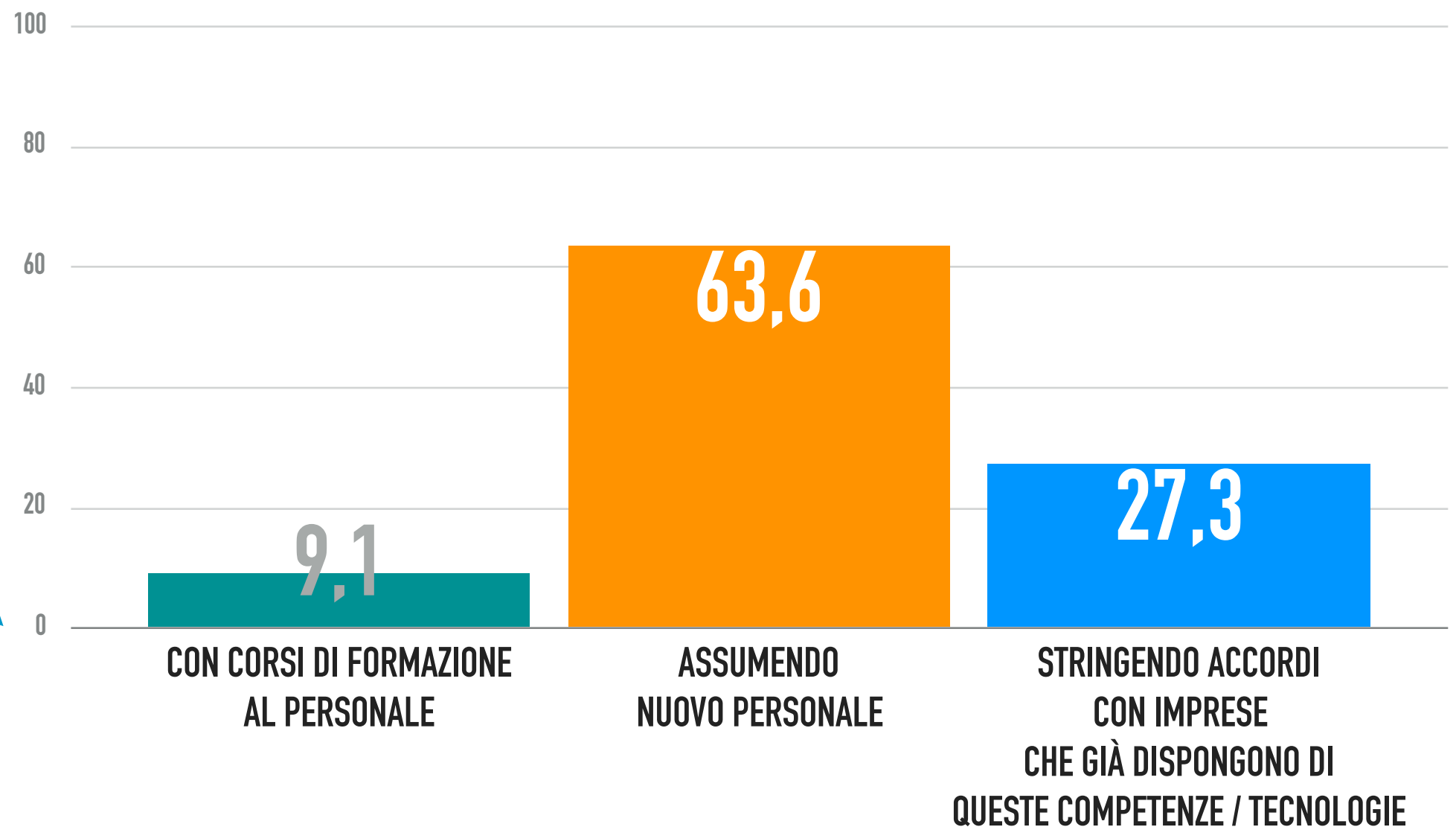
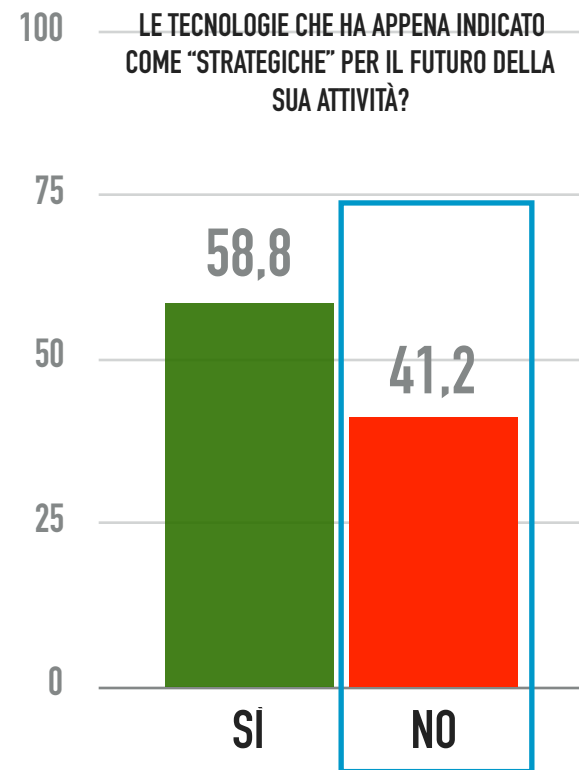


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

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

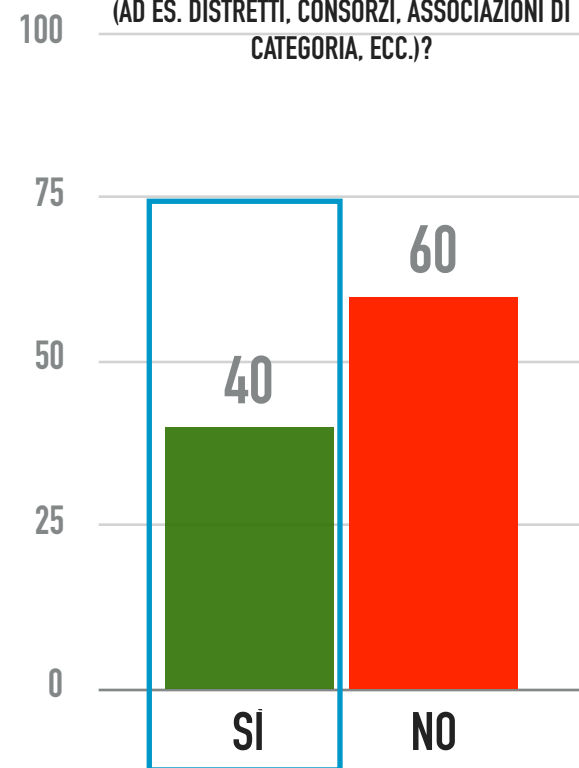
LA SUA IMPRESA ADERISCE AD AGGREGAZIONI (AD ES. DISTRETTI, CONSORZI, ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA, ECC.)?



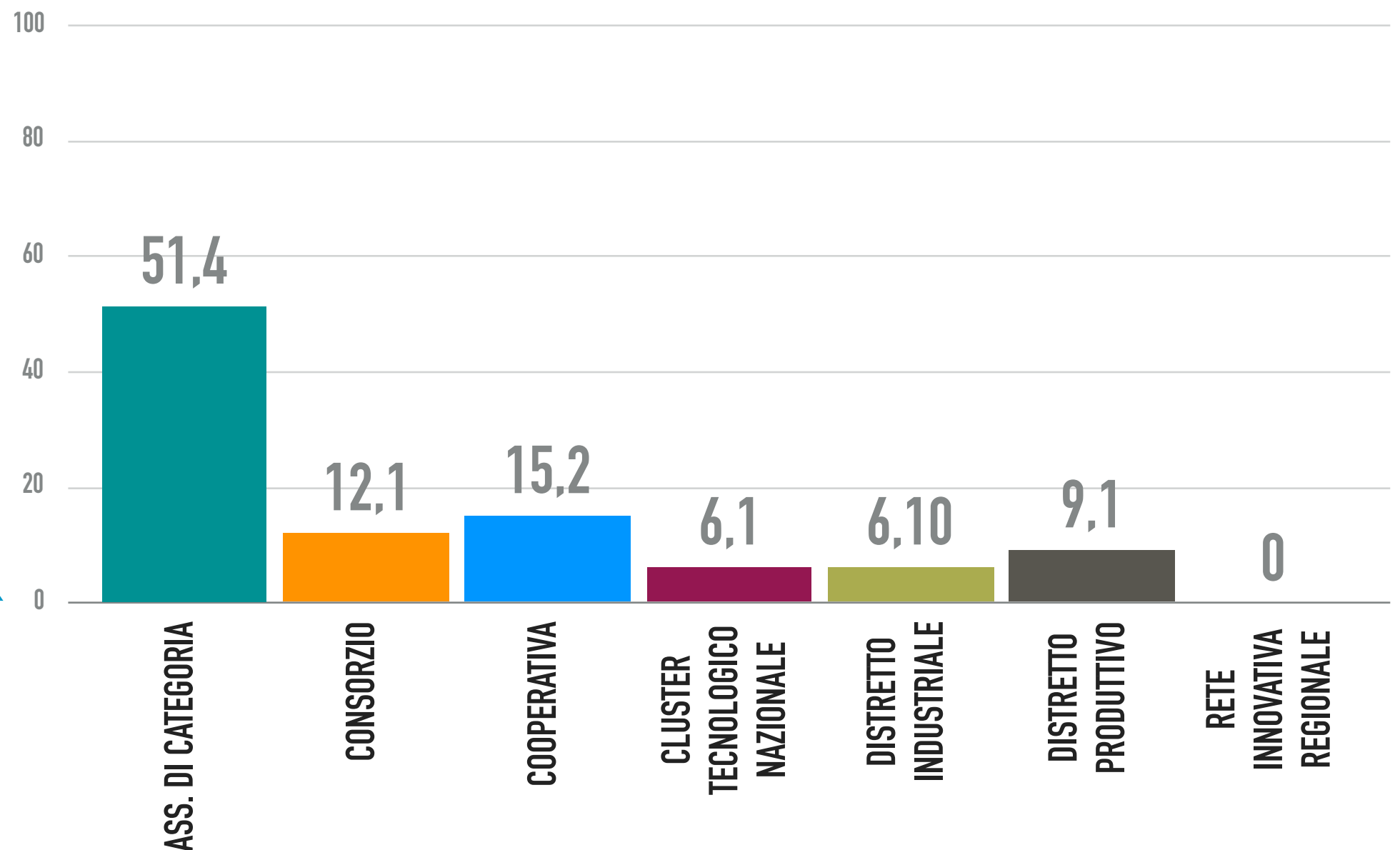
Valori % espressi sul totale dei rispondenti

ADESIONE AD AGGREGAZIONI: TIPOLOGIE

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



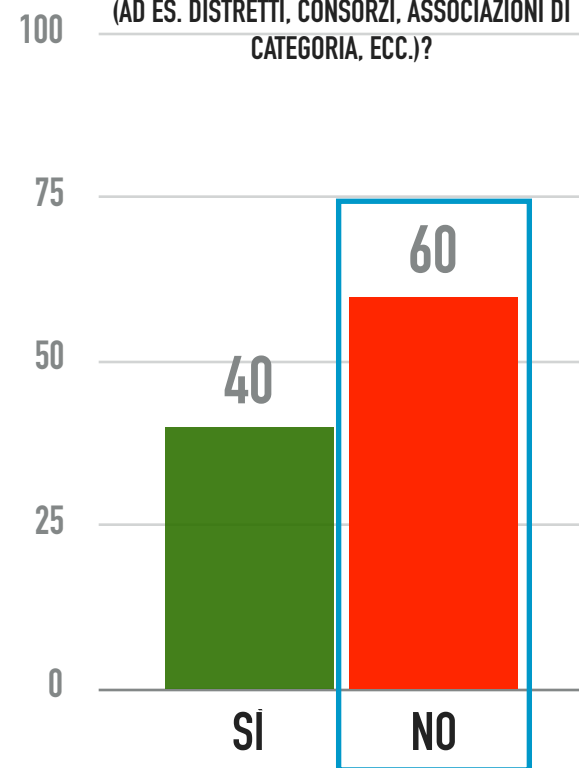
A QUALE/I AGGREGAZIONE/I ADERISCE LA SUA IMPRESA?



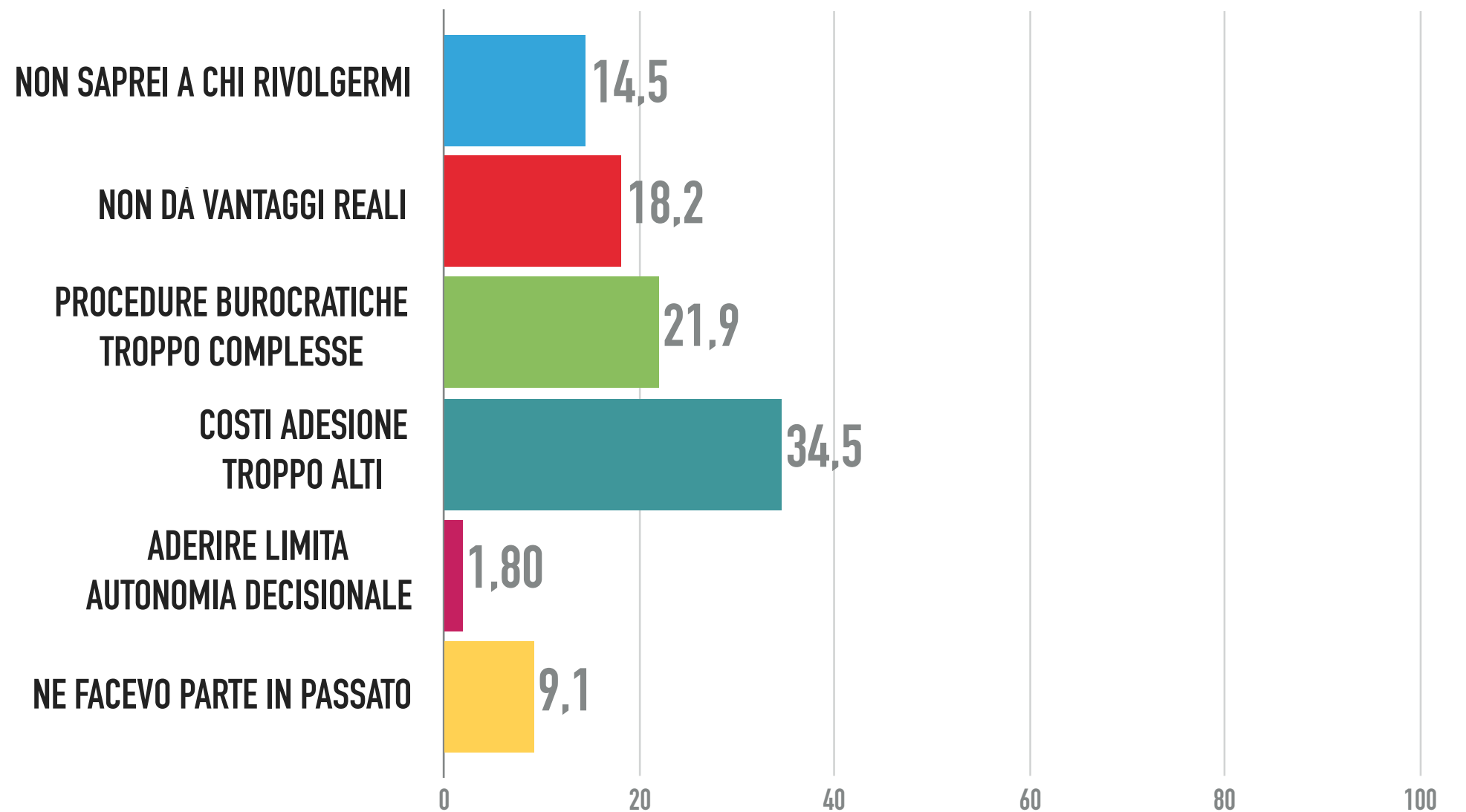
Valori % espressi sul totale di coloro (32) che hanno dichiarato di aderire ad associazioni di impresa
Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

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?

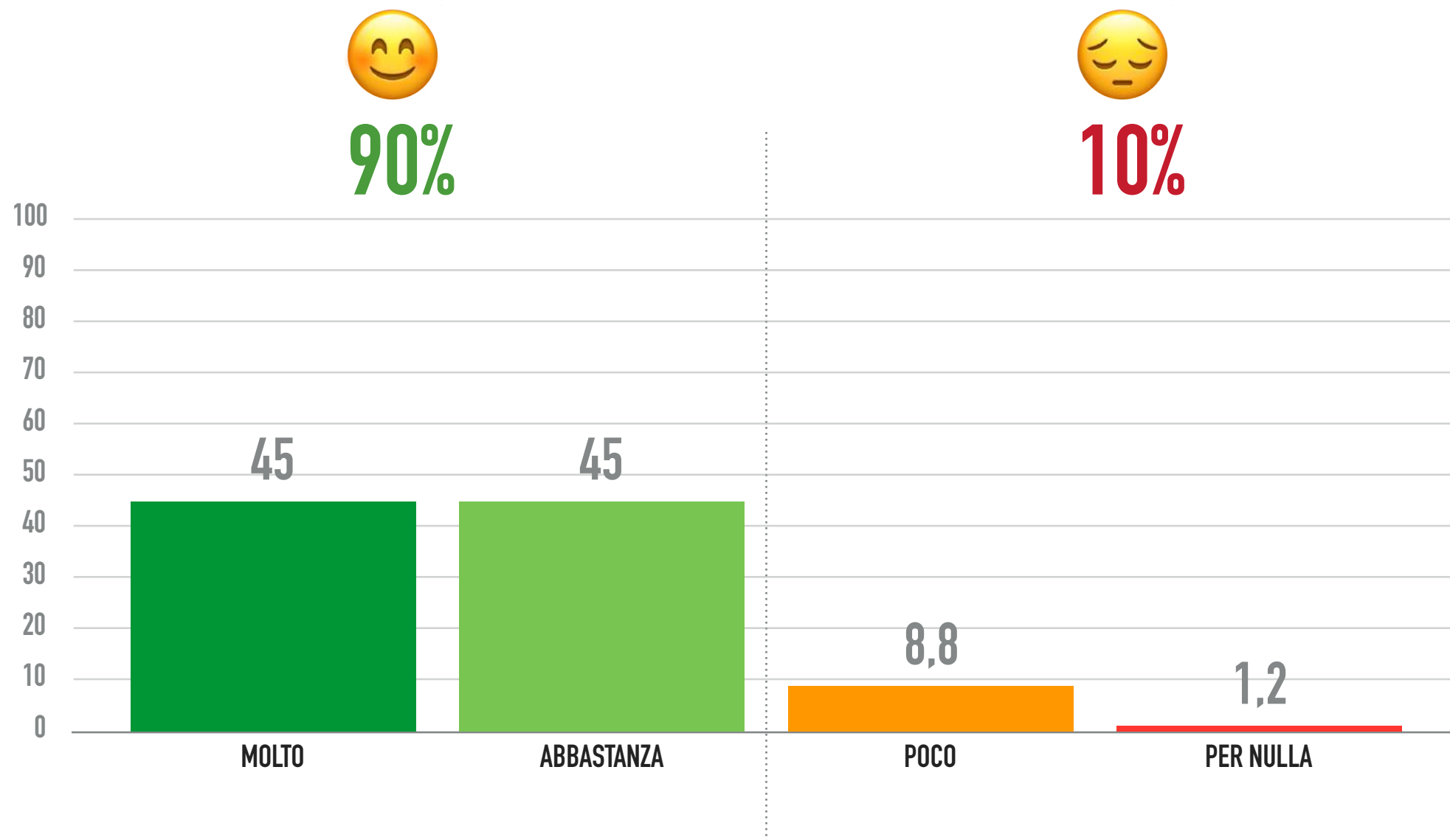


Valori % espressi sul totale di coloro (48) che hanno dichiarato di NON aderire ad associazioni di impresa

Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

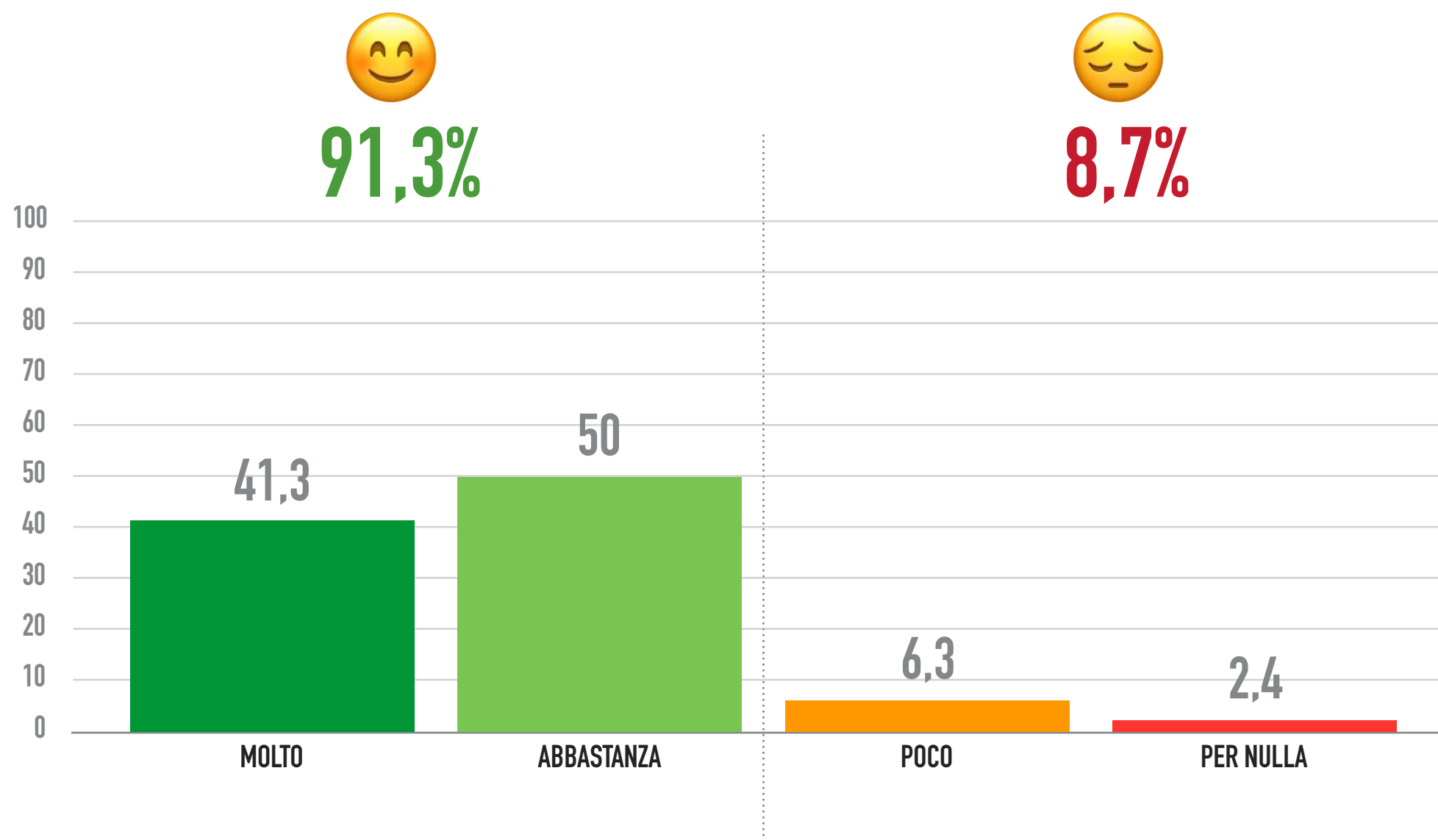
PROPENSIONE A RELAZIONI INTRA-SETTORIALI

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



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?

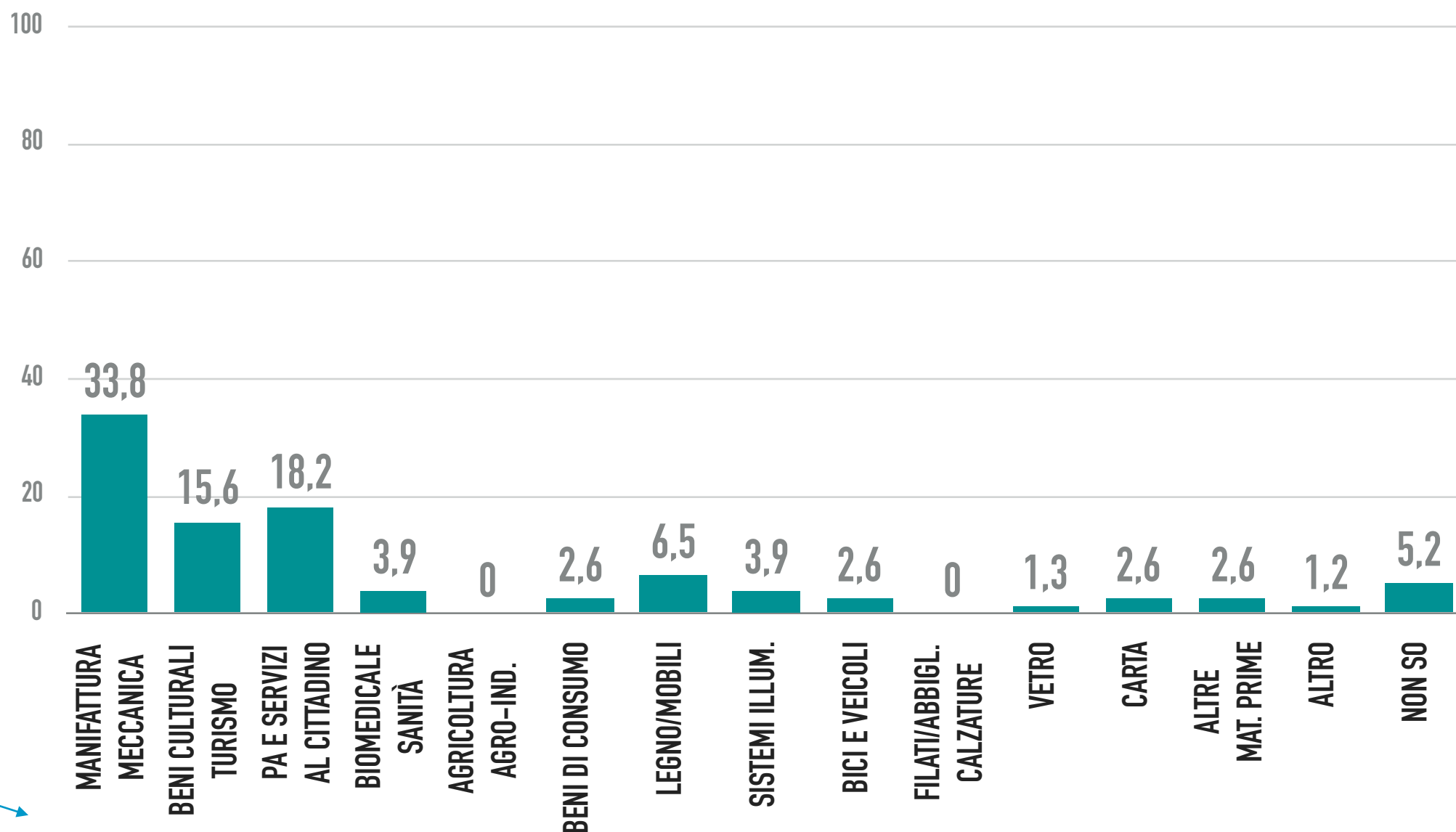
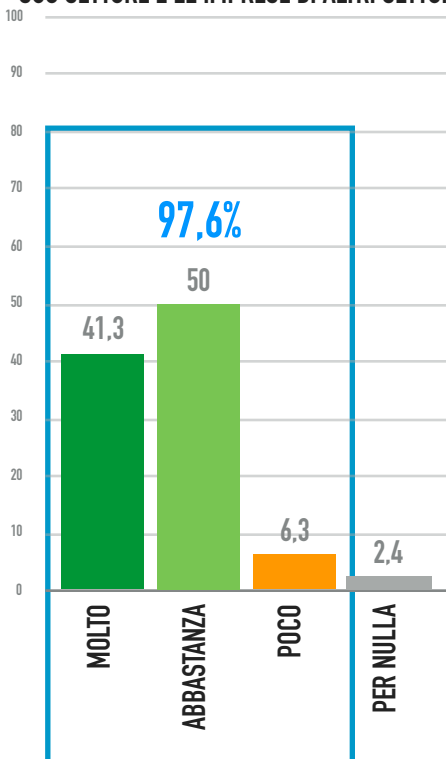


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

SETTORI DI INTERESSE

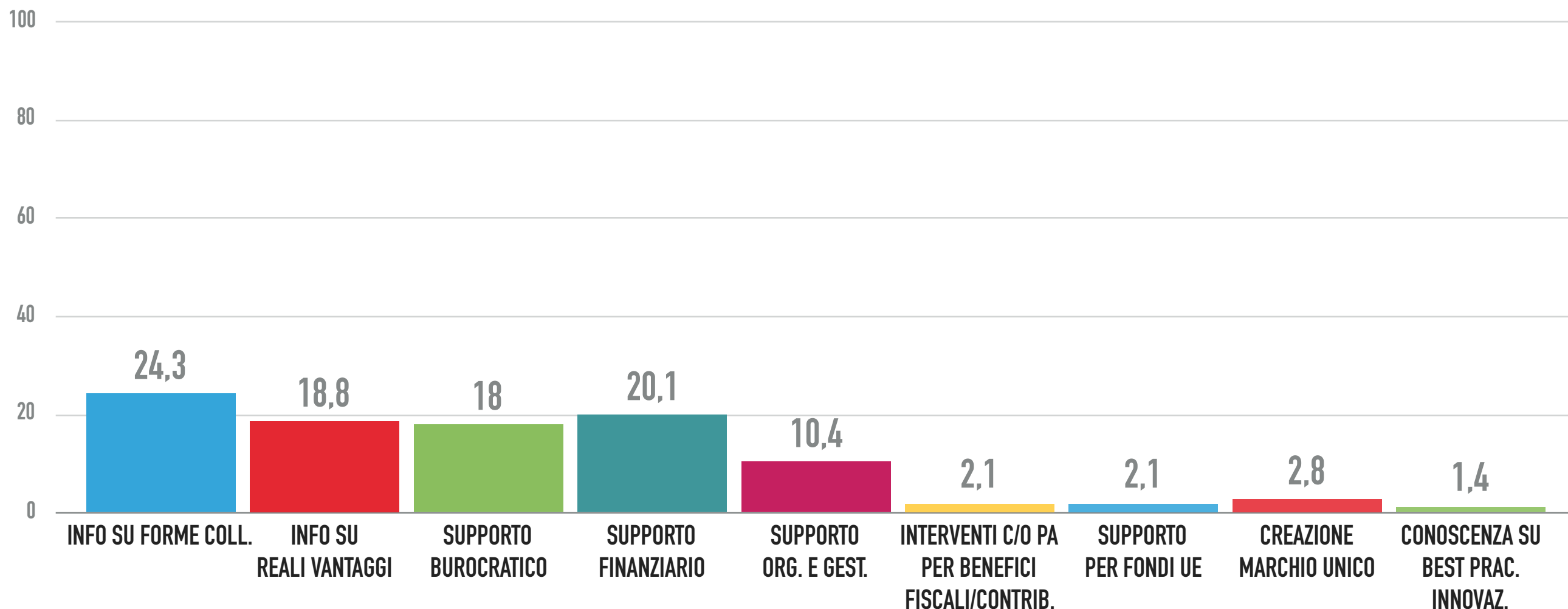
CON QUALI SETTORI DOVREBBERO SVILUPPARI TALI RAPPORTI DI COLLABORAZIONE?

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

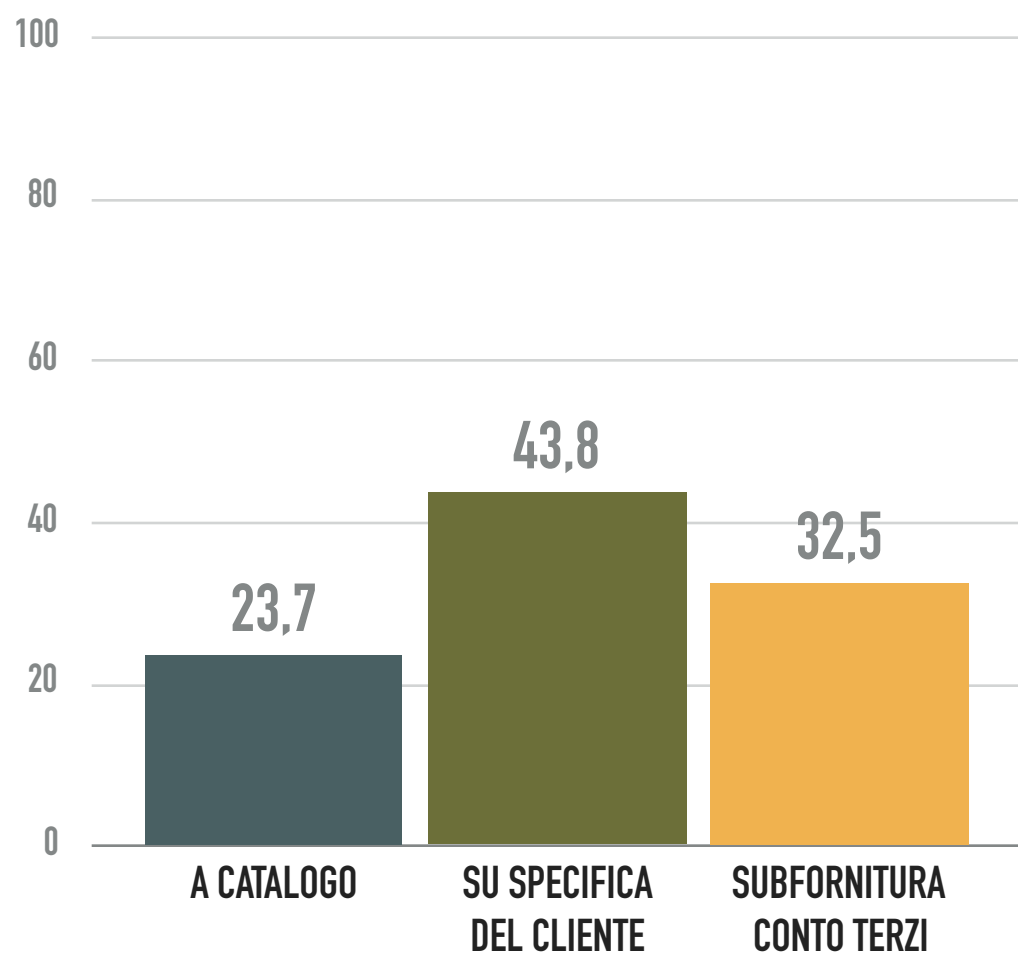


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

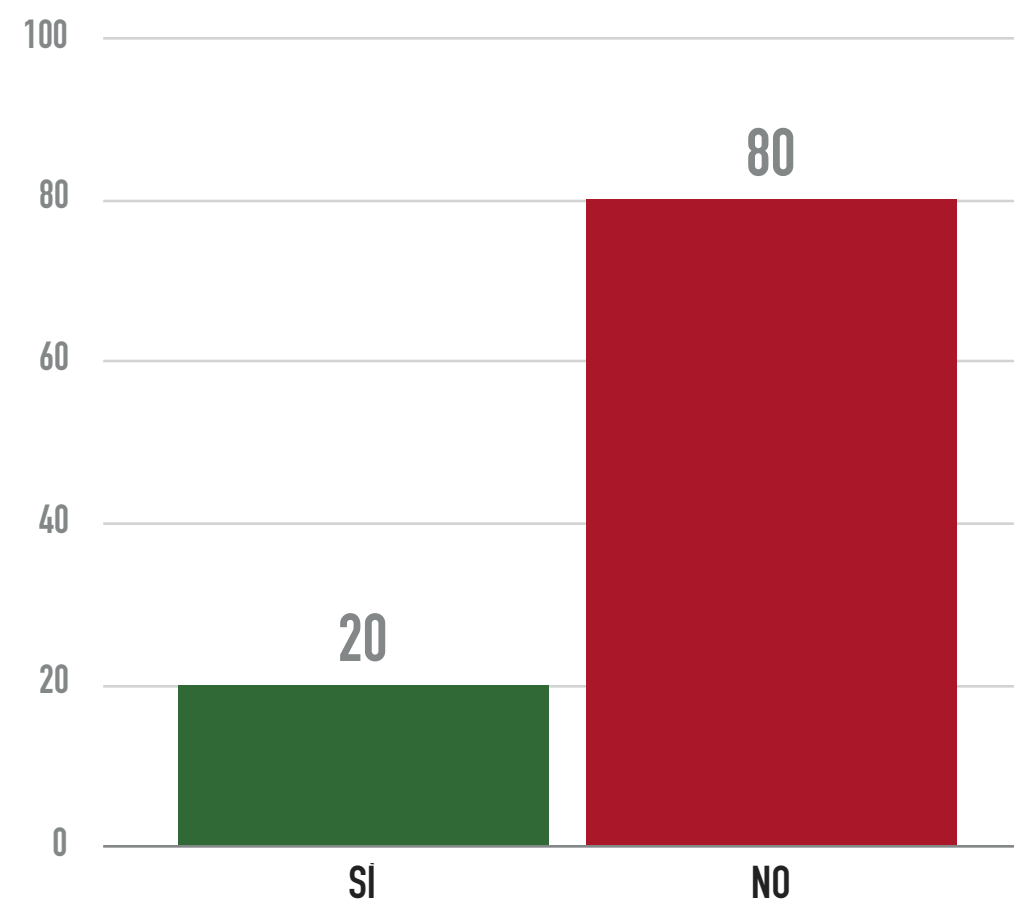
**PROFILO DELLE IMPRESE
INTERPELLATE**

PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELATE (1/5)

DI SOLITO LA SUA IMPRESA REALIZZA PRODOTTI:



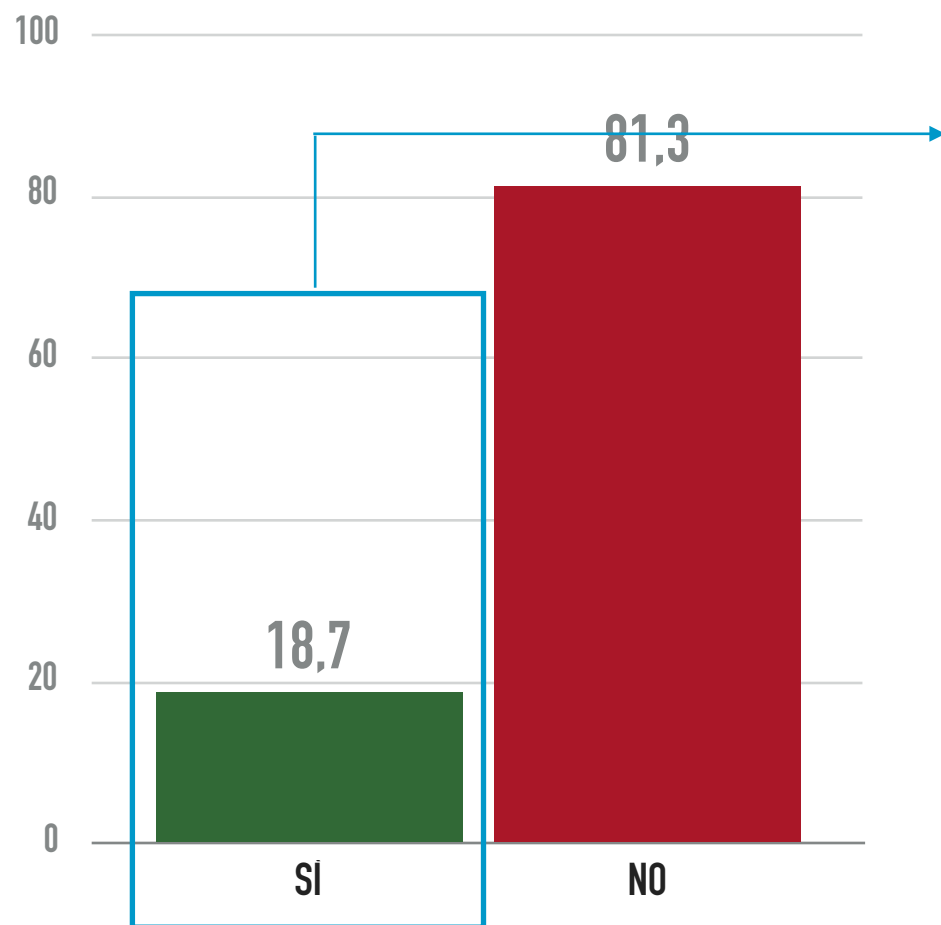
LA SUA IMPRESA POSSIEDE BREVETTI?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

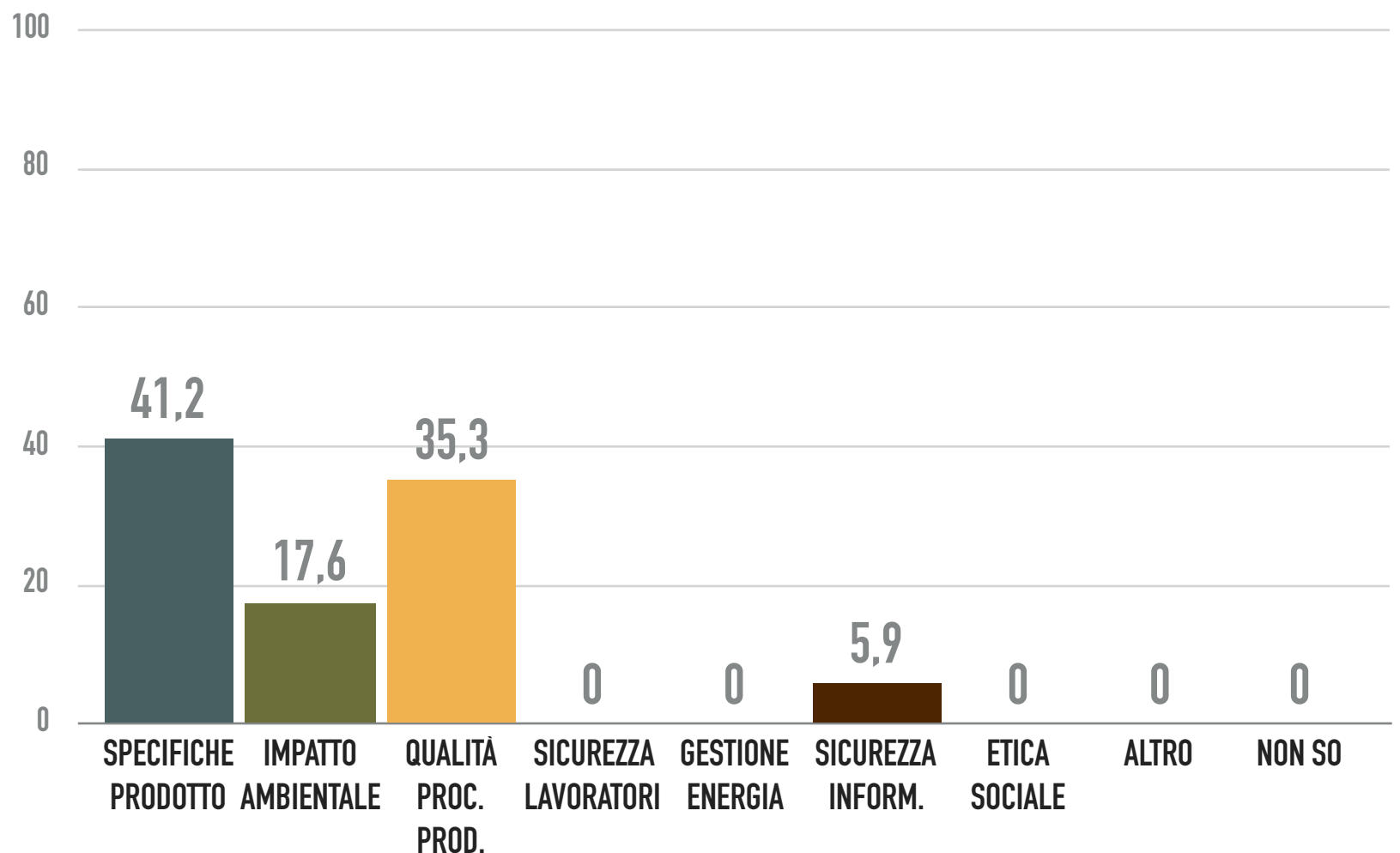
PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELATE (2/5)

LA SUA IMPRESE POSSIEDE CERTIFICAZIONI?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

SE SÌ, DI CHE TIPO?

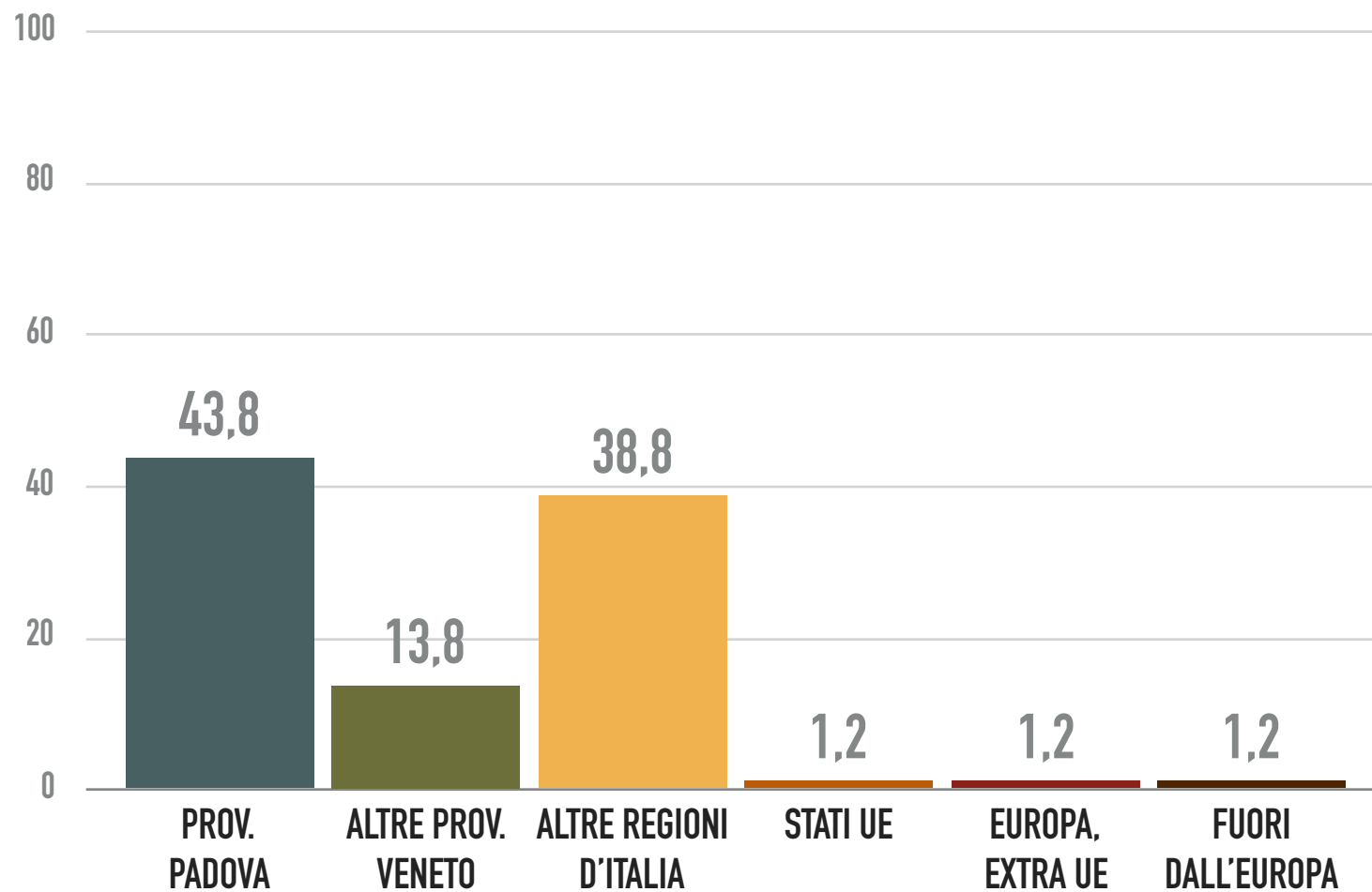


Valori % espressi sul totale di coloro (15) che hanno dichiarato di possedere certificazioni

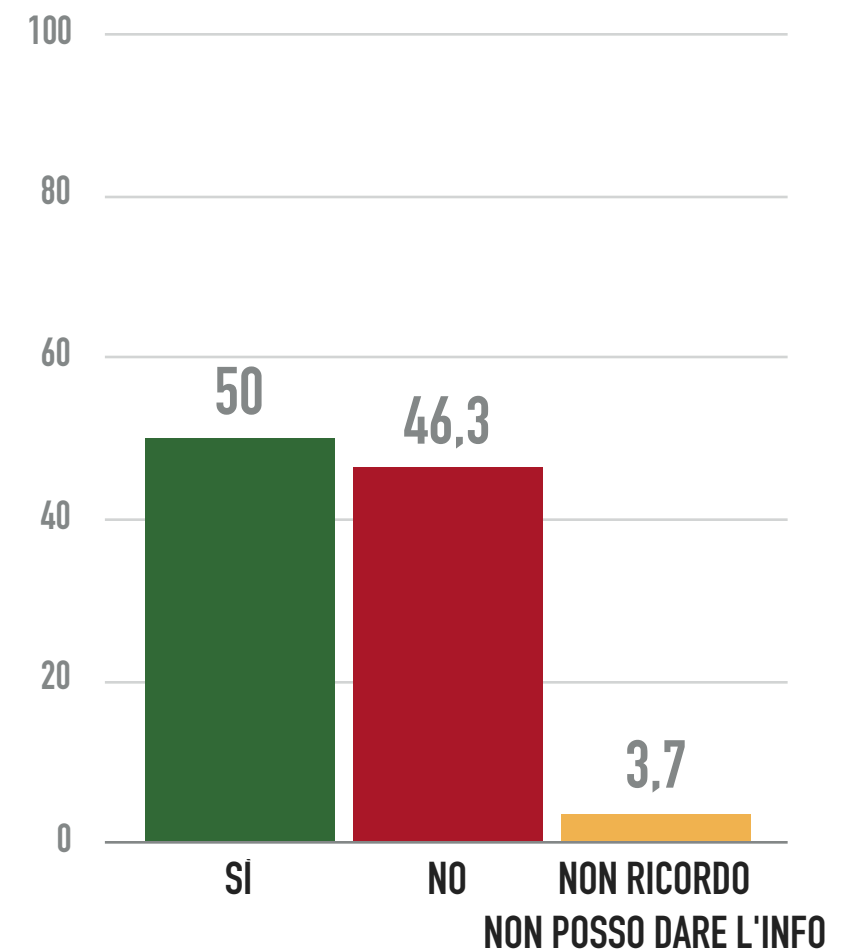
Domanda con possibilità di risposta multipla | % arrotondate a 100

PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE (3/5)

LA SUA IMPRESA OPERA PREVALENTEMENTE IN:



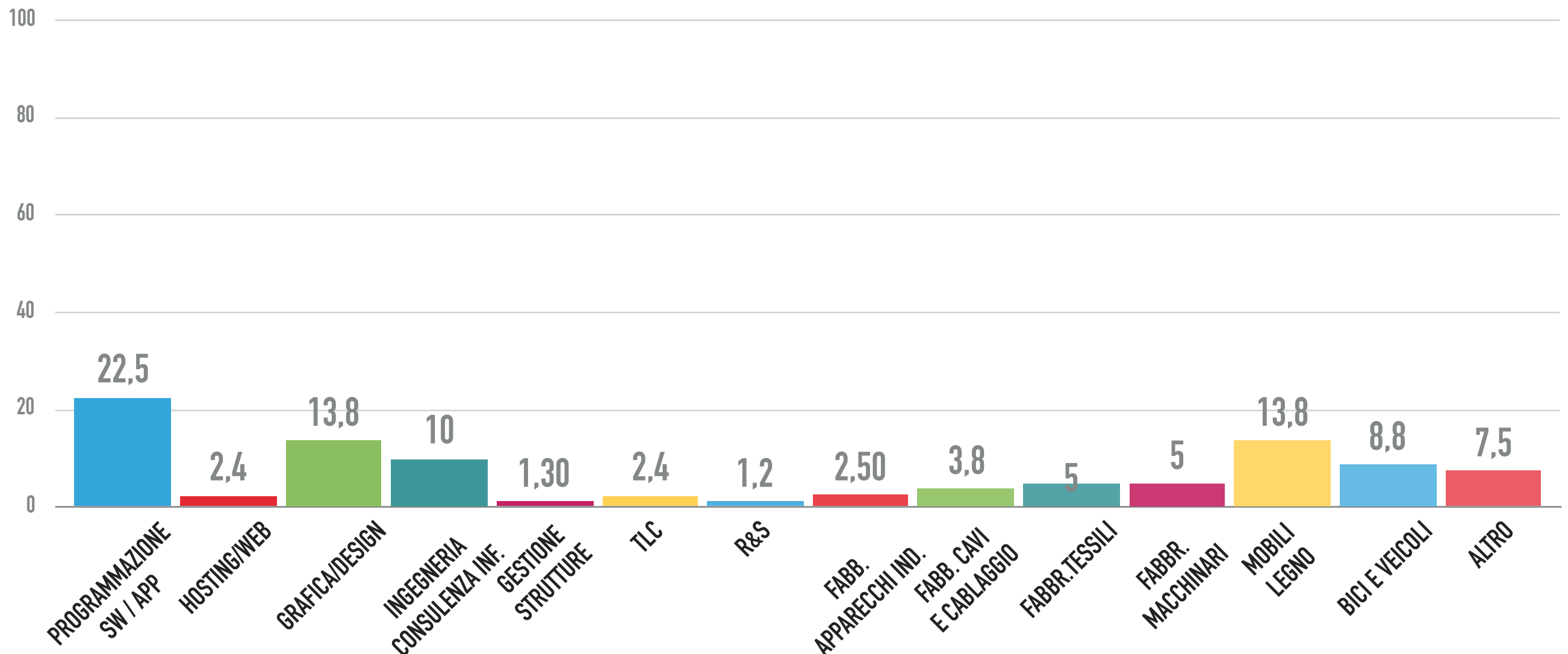
LA SUA IMPRESA HA UN SITO WEB?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELLATE (4/5)

LA SUA IMPRESA SI OCCUPA PREVALENTEMENTE DI:

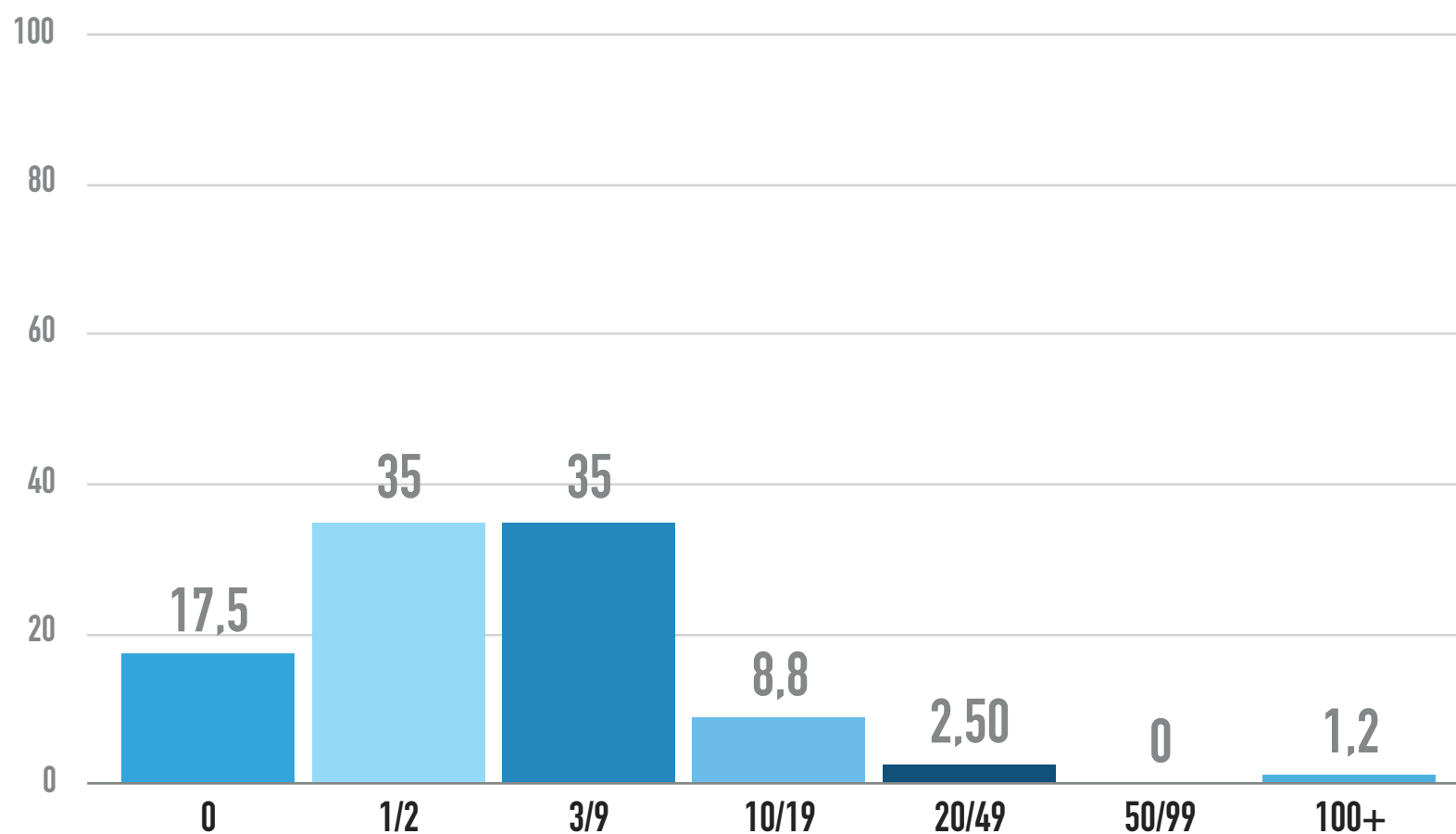
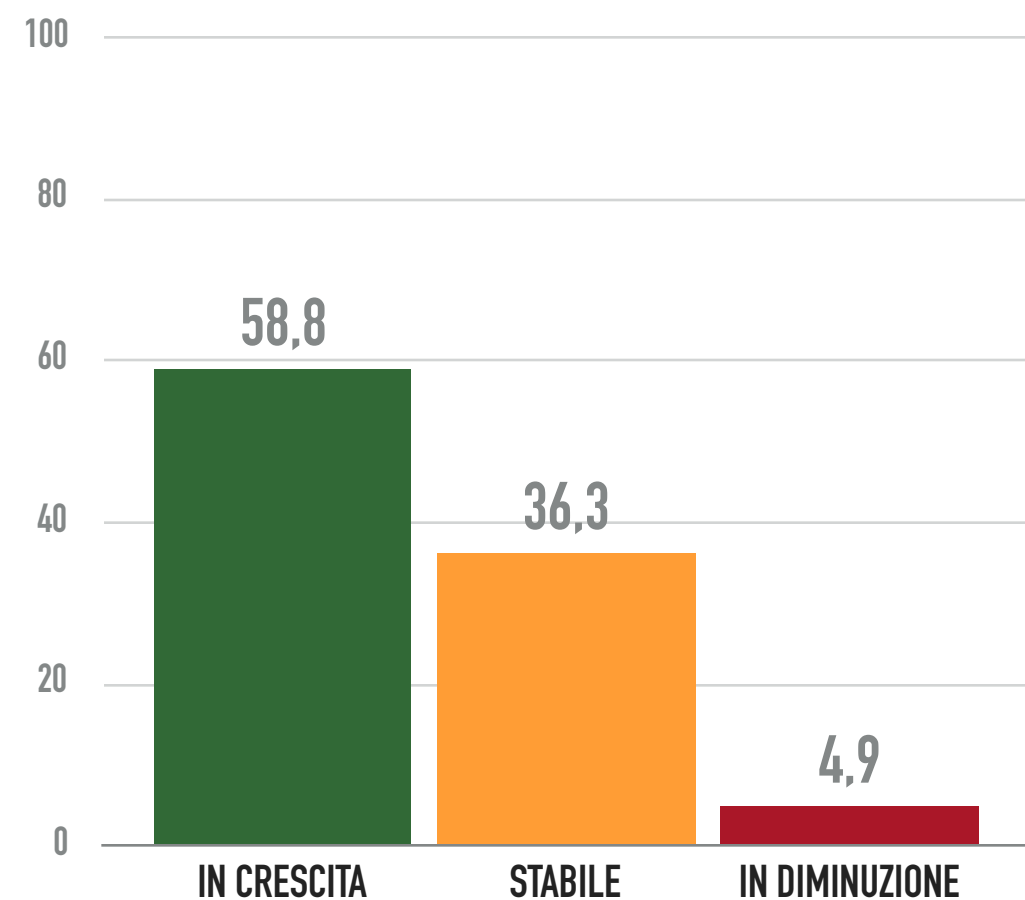


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

PROFILO DELLE IMPRESE INTERPELATE (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:



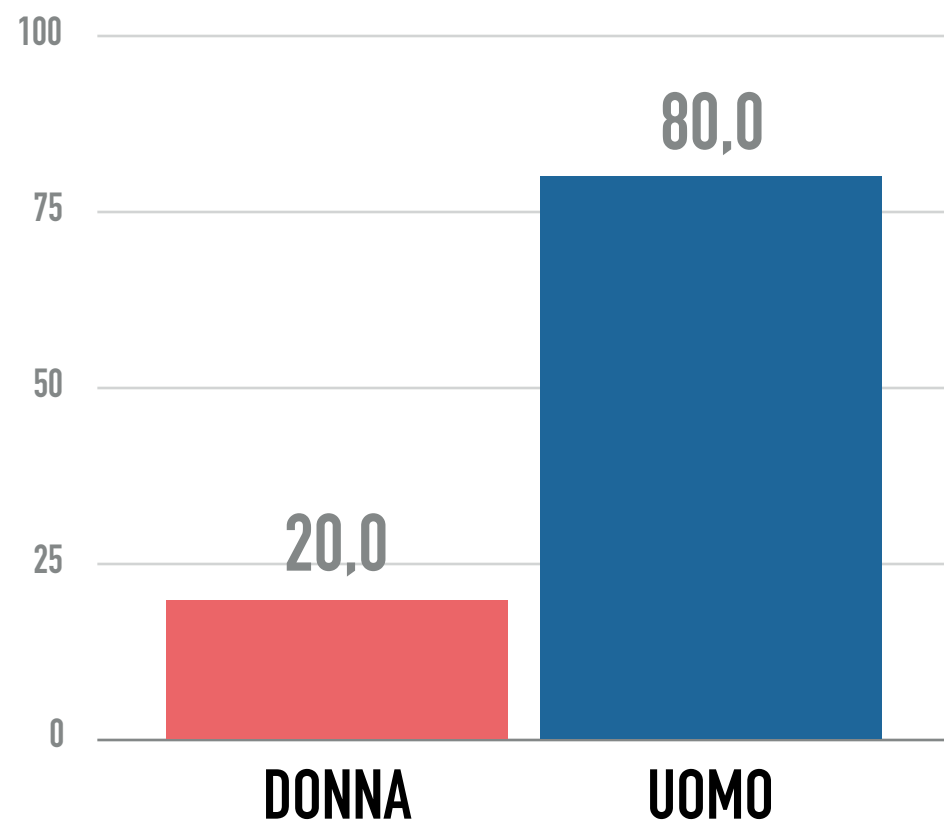


MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

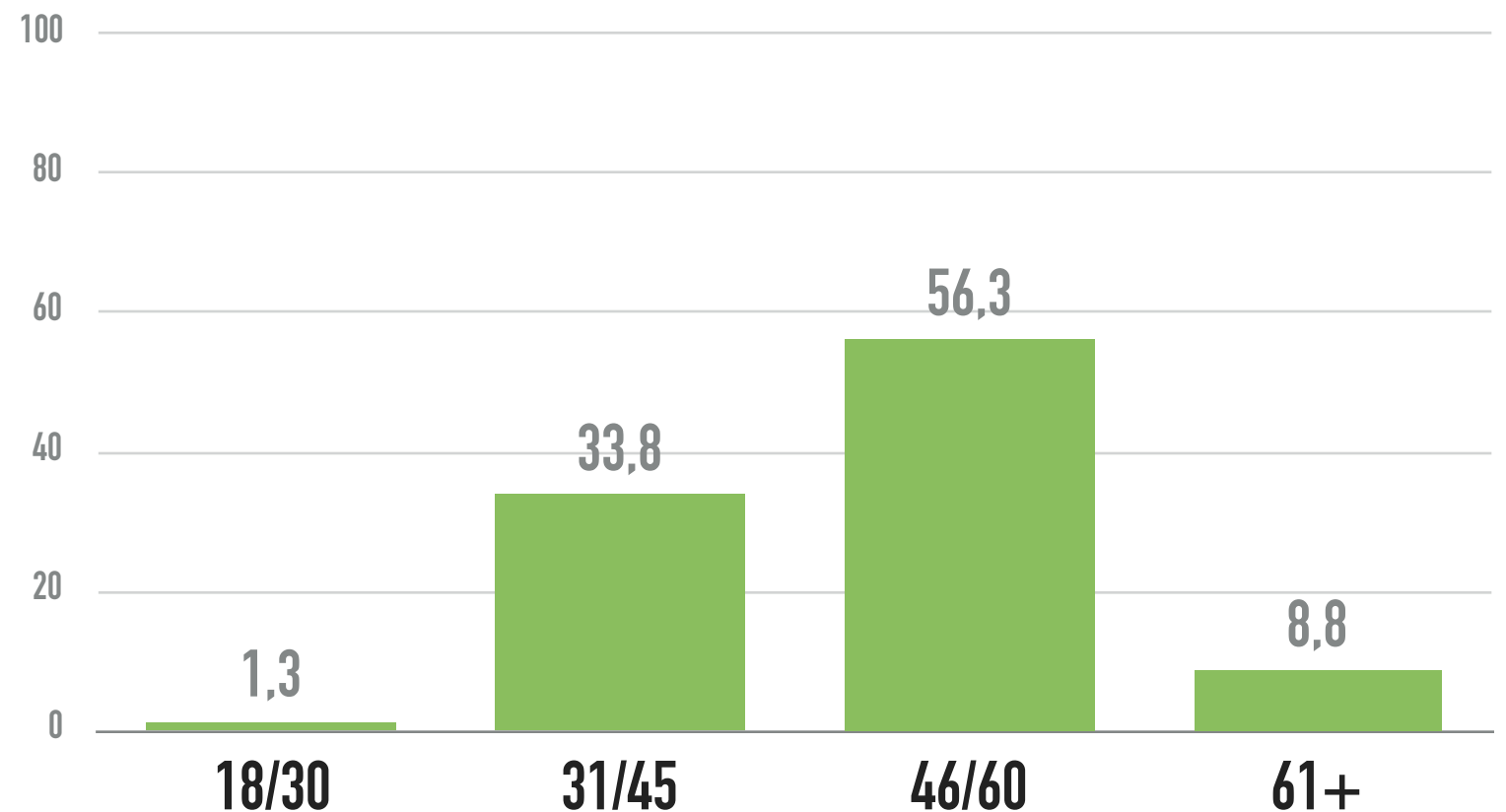
PROFILO DELL'AMMINISTRATORE

PROFILO DELL'AMMINISTRATORE (1/2)

GENERE



ETÀ

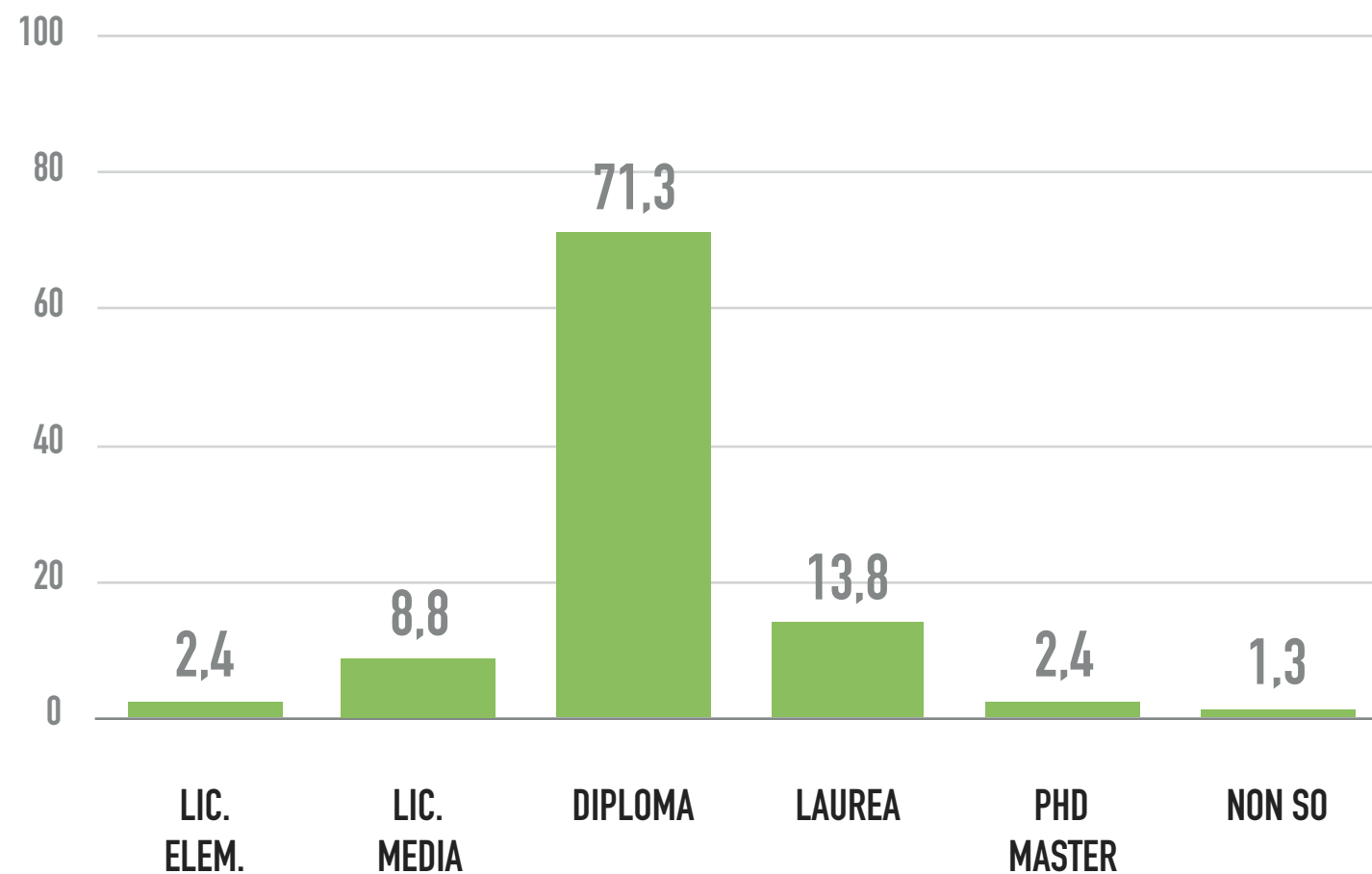


Valori % espressi sul totale dei rispondenti

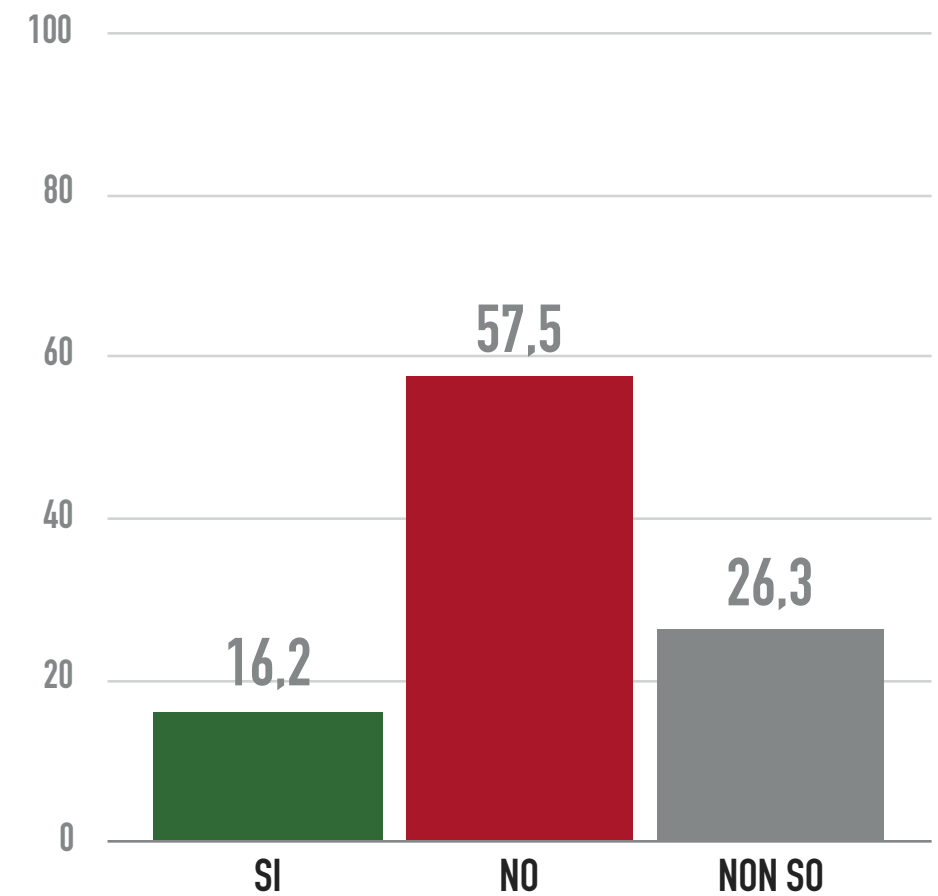
Per "Amministratore" si intende colui/colei che prende le decisioni in azienda

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**

LA TENSIONE VERSO IL MIGLIORAMENTO

- ▶ Stimolate anche dalla natura stessa delle attività di cui si occupano, le imprese della filiera Informatica / sottofiliera ICT mostrano una **forte e costante spinta al miglioramento**. Molto opportunamente, inoltre, tale tendenza viene perseguita con modalità variegata, dimostrando la **volontà di adeguarsi ai cambiamenti del mercato**: se, infatti, in un passato non molto remoto le imprese concentravano i propri sforzi sulla fidelizzazione dei clienti attuali e sull'abbassamento dei costi di produzione (cfr. rispettivamente pag. 23 e 19 del presente documento), oggi preferiscono migliorare la qualità dei propri prodotti/servizi, prevalentemente mediante l'introduzione di nuova tecnologia (cfr. pag. 16). Un orientamento, quest'ultimo, che viene mantenuto anche per il futuro (cfr. pag. 31), soprattutto ai fini dell'ingresso in nuovi mercati.
- ▶ Eppure, nonostante ciò sembra manifestarsi, latente, una certa **"diffidenza" all'apertura al di fuori del proprio gruppo di lavoro**: la "condivisione di informazioni all'interno dell'azienda" (cfr. pag. 27), l'"attivazione di accordi di collaborazione/partnership" (cfr. pag. 28) e lo sviluppo di datawarehouse a sostegno della business intelligence (cfr. pag. 29) sono, infatti, tuttora ampiamente indicati come ambiti di rinnovamento che "non interessano" le imprese interpellate.

L'APPROCCIO "CONVENZIONALE"

- ▶ L'opposizione tra tensione al rinnovamento da un lato e **sostanziale "convenzionalità" delle forme con cui viene perseguita** dall'altro è ravvisabile anche nell'analisi delle modalità attraverso cui le imprese della filiera sviluppano innovazione (cfr. pag. 32), nella scelta delle fonti di finanziamento necessarie a supportarla (cfr. pag. 35), nelle competenze/tecnologie di cui esse dichiarano di aver bisogno per il futuro (cfr. pag. 57 e 66) e nella valutazione delle forme aggregative a cui le imprese aderiscono (cfr. pag. 70).
- ▶ Relativamente al primo aspetto, infatti, se da un lato nessuna impresa ha dichiarato di non aver introdotto significativi cambiamenti al proprio interno nel corso degli ultimi anni, dall'altro ciascuna di esse ha proceduto in sostanziale autonomia, ovvero senza coinvolgere altri soggetti esterni alla propria struttura. E anche nel caso raro in cui lo si sia fatto (cfr. pag. 33), si è scelto di guardare sempre a monte della catena del valore, preferendo quindi interfacciarsi con fornitori e/o partner già consolidati, piuttosto che coinvolgere clienti e/o intermediari commerciali.
- ▶ Tale atteggiamento di chiusura si "radicalizza" ancor di più nel caso di enti di ricerca quali **Università e spin-off, altre imprese** (non rileva se del proprio settore o di settori complementari) e **associazioni di categoria**: soggetti che non vengono presi in considerazione né per lo sviluppo di innovazione né, ancora prima, quali fonti funzionali ad informarsi sulle novità in atto nel settore (cfr. pag. 37).

IL "COLLO DI BOTTIGLIA" FINANZIARIO

- ▶ Anche per tale ragione, non sorprende (ma nemmeno risparmia un certo rammarico) la circostanza che le imprese della filiera **non** abbiano finora fatto **ricorso a bandi nazionali e/o comunitari** per acquisire la liquidità necessaria ad introdurre innovazione. Ciò rafforza ancora di più la percezione che la filiera dell'ICT sia, in provincia di Padova, un settore con **enormi potenzialità ancora non pienamente espresse**, nonostante i ragguardevoli risultati strutturali già conseguiti dalle imprese che ne fanno parte.
- ▶ In tale scenario appare, tuttavia, confortante che la "consulenza per l'**accesso a fonti di finanziamento**" sia tra le competenze di cui le imprese dichiarano di aver maggior bisogno, insieme alla statistica e all'analisi dei big data, all'implementazione di sistemi domotici e al potenziamento della sicurezza informatica (cfr. pag. 57).
- ▶ Un potenziamento su tale fronte, inoltre, potrebbe agire da propulsore all'introduzione di innovazione e all'adesione a forme aggregative, in considerazione del fatto che i maggiori ostacoli allo sviluppo di entrambe sono individuati, per oltre la metà delle imprese interpellate, proprio in aspetti di natura finanziaria (cfr. pag. 58 e pag. 71).

IL RUOLO DELLA CCIAA

- ▶ Per raggiungere tale risultato si suggerisce quindi, nel breve periodo, di potenziare e dare maggiore visibilità agli **strumenti operativi** (quali l'Innovation Hub) che la Camera di Commercio ha già attivato **per fornire supporto amministrativo, finanziario e/o organizzativo** allo sviluppo di aggregazioni tra le imprese, come del resto chiesto dalle imprese medesime (cfr. pag. 75).
- ▶ Ciò che, tuttavia, sarà realmente cruciale per definire le sorti competitive future del settore è la **capacità, da parte degli operatori locali, di compiere un vero e proprio "salto di mentalità"** relativamente a ciò che può intendersi per "filiera informatica".
- ▶ Sarebbe opportuno, cioè, che gli stessi imprenditori acquisiscano la consapevolezza che, a tutti gli effetti, l'ICT a Padova può trasformarsi dall'essere un "filiera" all'essere un "fattore abilitante" trasversale a tutte le filiere (come, dal resto, la stessa Smart Innovation Strategy della Regione Veneto ha più volte auspicato).

LE OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO FUTURO

- ▶ Se si compisse questo ribaltamento nel modo di considerare l'informatica, si vedrebbe come le **potenzialità di collaborazione** per le imprese che oggi si occupano di ICT sono **pressoché illimitate**, estendendosi da settori già radicati in ambito territoriale (come, ad esempio, la meccanica di precisione o la produzione/lavorazione di materiali quali carta, legno e pietra) ad altri che stanno maggiormente drenando, a livello nazionale ed europeo, consistenti capitali (quali il turismo, lo sviluppo di servizi per la PA, lo sviluppo di software per la sostenibilità delle produzioni agricole).
- ▶ E' evidente che si tratta di attivare un complesso di interventi nel lungo periodo, ma tutti dovrebbero svilupparsi a partire da una intensificazione dell'**azione di informazione/sensibilizzazione** da parte della CCIAA, non solo sulle forme e sui vantaggi attraverso cui le aggregazioni tra imprese si possono configurare (cfr. pag. 75), ma soprattutto sul concetto stesso stesso di "filiera" e sulle enormi potenzialità competitive che, anche in virtù della già solida base competitiva che esprime a livello regionale e nazionale, la provincia di Padova può esprimere in tali ambiti.

```
contextmenu dblclick drag drage  
function() {  
  logHumanRan) { return; }  
  logHumanRan = true;  
  = document.createElement('scri  
  e = 'text/javascript';  
  ync = true;  
  c = url + '&r=' + Math.random(  
  nt.getElementsByTagName('head',  
  ar i = 0; i < evts.length; i++)  
  veEvent(evts[i], logHuman);  
  ar i = 0; i < evts.length; i++)  
  yts[i], logHuman);  
  ordfence_1h
```

MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

LA FILIERA NEL CONTESTO NAZIONALE ED EUROPEO

I TREND NAZIONALI ^(1/3)

- ▶ Il rapporto sull'Innovazione nelle imprese pubblicato dall'Istat il 24 settembre 2018 (<https://www.istat.it/it/archivio/221303>), dimostra come i settori dell'informatica, dell'elettronica e della produzione di apparecchiature elettriche siano stati quelli in cui, nel biennio, 2014-2016, si è registrata, rispetto agli altri comparti, sia una maggiore tendenza all'innovazione sia una maggiore tendenza ad aggregarsi per sviluppare innovazione. *Cfr. Grafico pagina 94.*
- ▶ Così come rilevato per le altre filiere si tratta, prevalentemente, di 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%). Quest'ultima tuttavia rappresenta una modalità di innovazione relativamente più diffusa in settori quali la produzione di computer e industria elettronica (24,5% del totale di imprese che intrattengono rapporti di collaborazione con i propri clienti) e l'informatica (13% del totale di imprese che intrattengono rapporti di collaborazione con i propri clienti).
- ▶ La dimensione aziendale incide sia sulle modalità attraverso cui tali accordi di collaborazione si sviluppano (sono prevalentemente informali nel caso delle PMI; sono, invece, veri e propri rapporti di collaborazione inquadrati in accordi e/o contratti nel caso delle grandi imprese), sia sulla propensione a collaborare, che aumenta 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). *Cfr. Grafico pagina 95.*

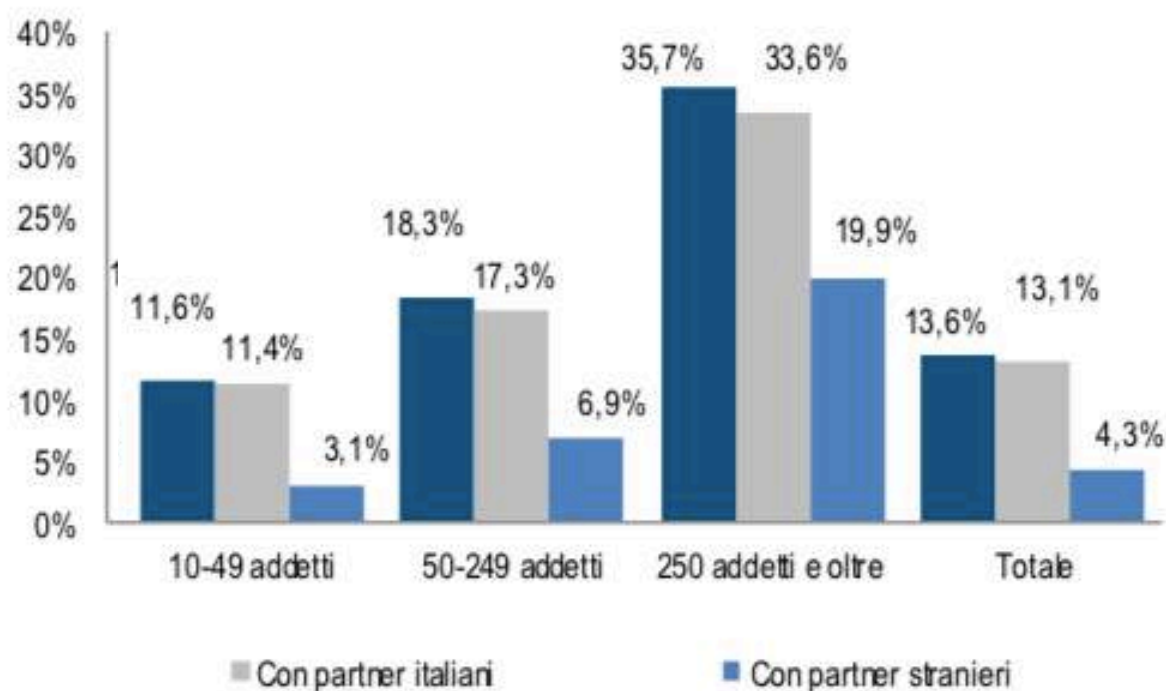
I TREND NAZIONALI (2/3)

L'INNOVAZIONE NEL COMPARTO DELL'ICT IN ITALIA

ATECO 2007		FABBRICAZIONE DI COMPUTER E PRODOTTI DI ELETTRONICA E OTTICA; APPARECCHI ELETTROMICEDICALI, APPARECCHI DI MISURAZIONE E DI OROLOGI	SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	TELECOMUNICAZIONI	PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	ATTIVITÀ DEI SERVIZI D'INFORMAZIONE E ALTRI SERVIZI INFORMATICI	TOTALE INDUSTRIA E SERVIZI (B-F, G, H, K, 58, 61-63, 70-74)
IL COMPARTO	totale imprese	1387	6583	277	3540	1678	157826
	imprese con attività innovative	1300	4033	198	2663	743	76895
	imprese con attività innovative (percentuale sul totale imprese)	93,7	61,3	71,5	75,2	44,3	48,7
TIPONLOGAZIONE	imprese con attività innovative di prodotto/processo	1280	3317	152	2313	611	60138
	imprese che hanno introdotto innovazioni beneficiarie di un sostegno pubblico per l'innovazione	773	1375	46	1078	160	19075
	imprese che hanno introdotto innovazioni beneficiarie di un sostegno pubblico per l'innovazione (percentuale sulle imprese con attività innovative di prodotto/processo)	60,4	41,5	30,3	46,6	26,2	31,7
	imprese che hanno realizzato innovazioni organizzative e/o di marketing	1007	3162	193	2055	517	57627
ACCORDI DI COOPERAZIONE	imprese con accordi di cooperazione per l'innovazione	509	1020	35	827	139	8157
	imprese con accordi di cooperazione per l'innovazione (percentuale sulle imprese con attività innovative di prodotto/processo)	39,8	30,8	23	35,8	22,7	13,6
SPESA PER INNOVAZ.	spesa per innovazione (in migliaia di euro)	822768	4428364	1950027	2034331	163671	30561452
	spesa per innovazione per addetto (in migliaia di euro)	12,4	16,8	26,1	14,7	7,1	7,8

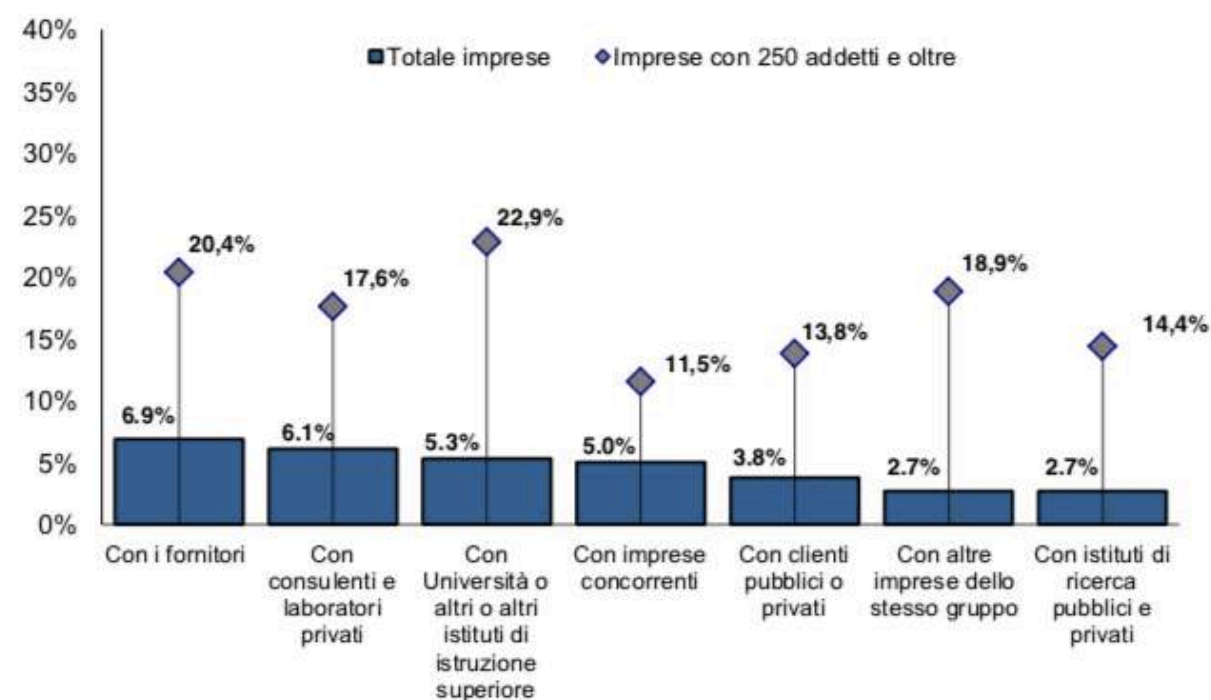
I TREND NAZIONALI (3/3)

IMPRESE CON ACCORDI DI COOPERAZIONE PER L'INNOVAZIONE



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

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



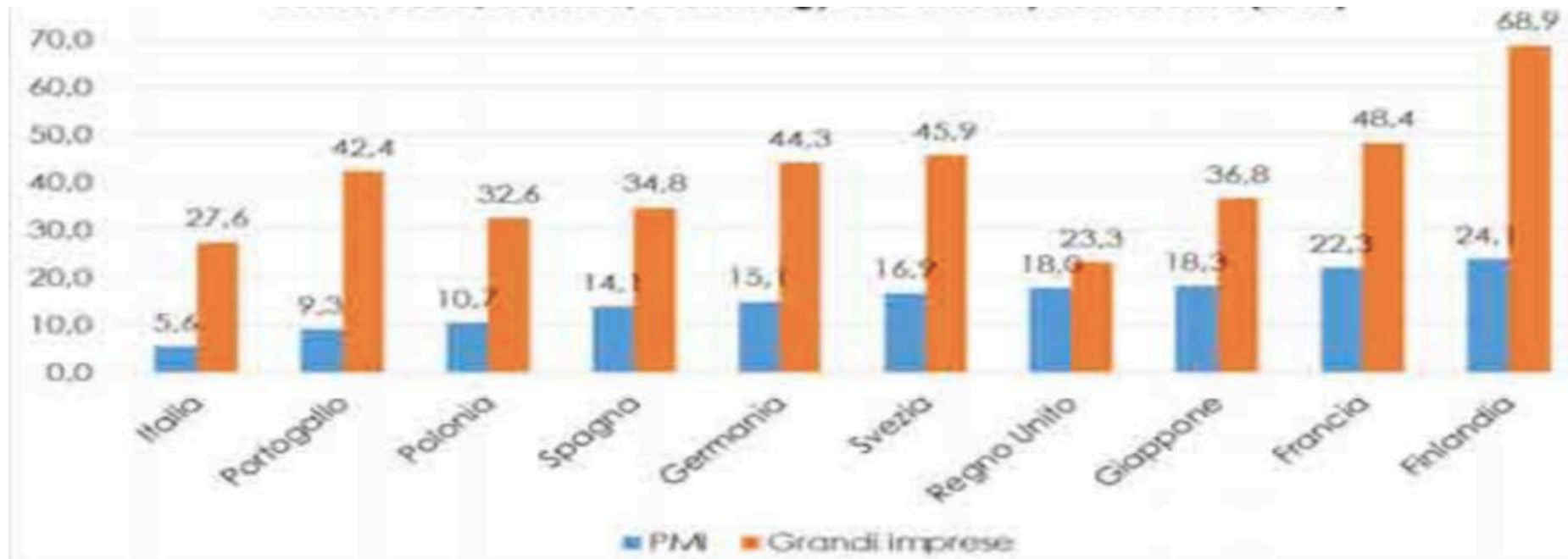
Anni 2014- 2016, valori percentuali sul totale delle imprese innovatrici in senso stretto. Fonte: Istat, 2018.

I TREND EUROPEI ^(1/3)

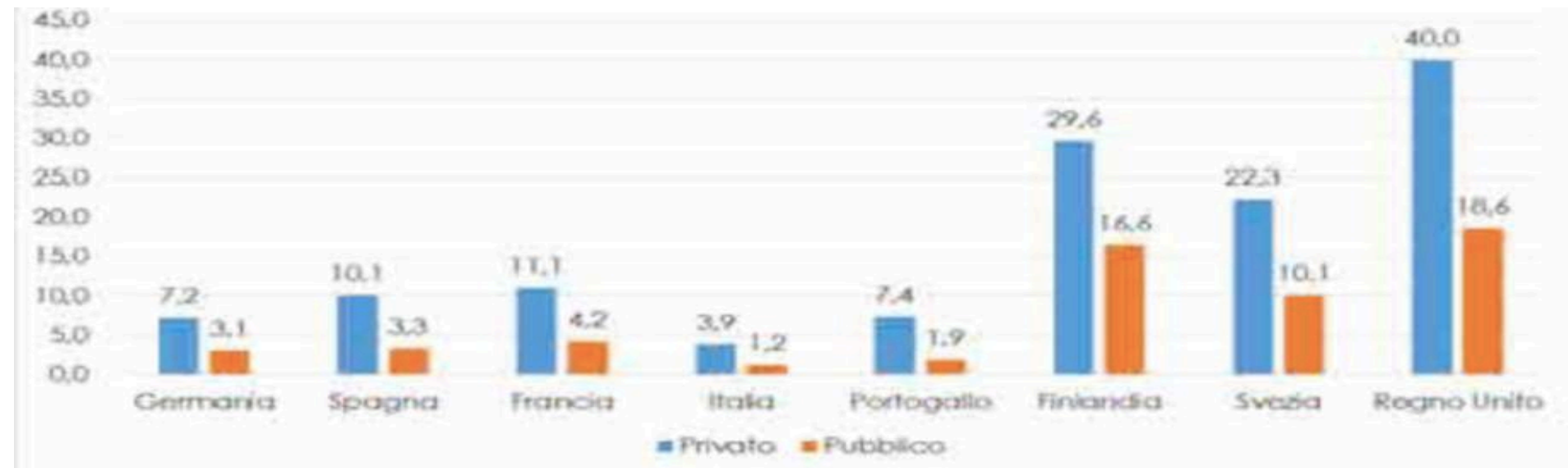
- ▶ Nonostante il consolidamento delle attività di R&S, il comparto italiano presenta ancora dei livelli di innovazione che si pongono al di sotto della media europea.
- ▶ Secondo quanto riportato dall'ultima edizione del Community Innovation Survey (2014), infatti, solo 3,9% delle imprese innovative italiane attiva collaborazioni con operatori privati e solo 1,2% con operatori pubblici. Il Regno Unito presenta le percentuali maggiori di collaborazioni 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**

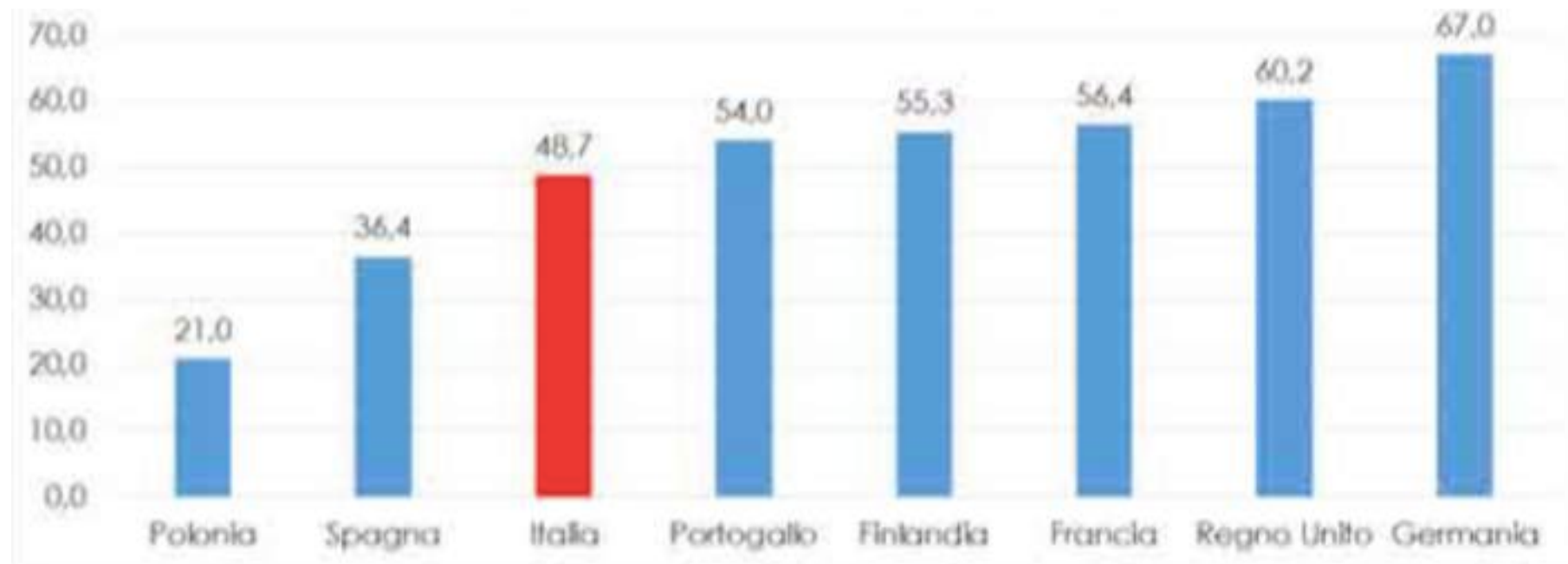


Valori espressi in % sul totale delle imprese innovative, per classe di addetti. Fonti: OECD Science, Technology and Industry Scoreboard e EUROSTAT Community Innovation Survey, 2015

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, in netto distacco da Germania e Regno Unito, che sono invece i Paesi europei dove si innova di più.

IMPRESSE INNOVATRICI NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI

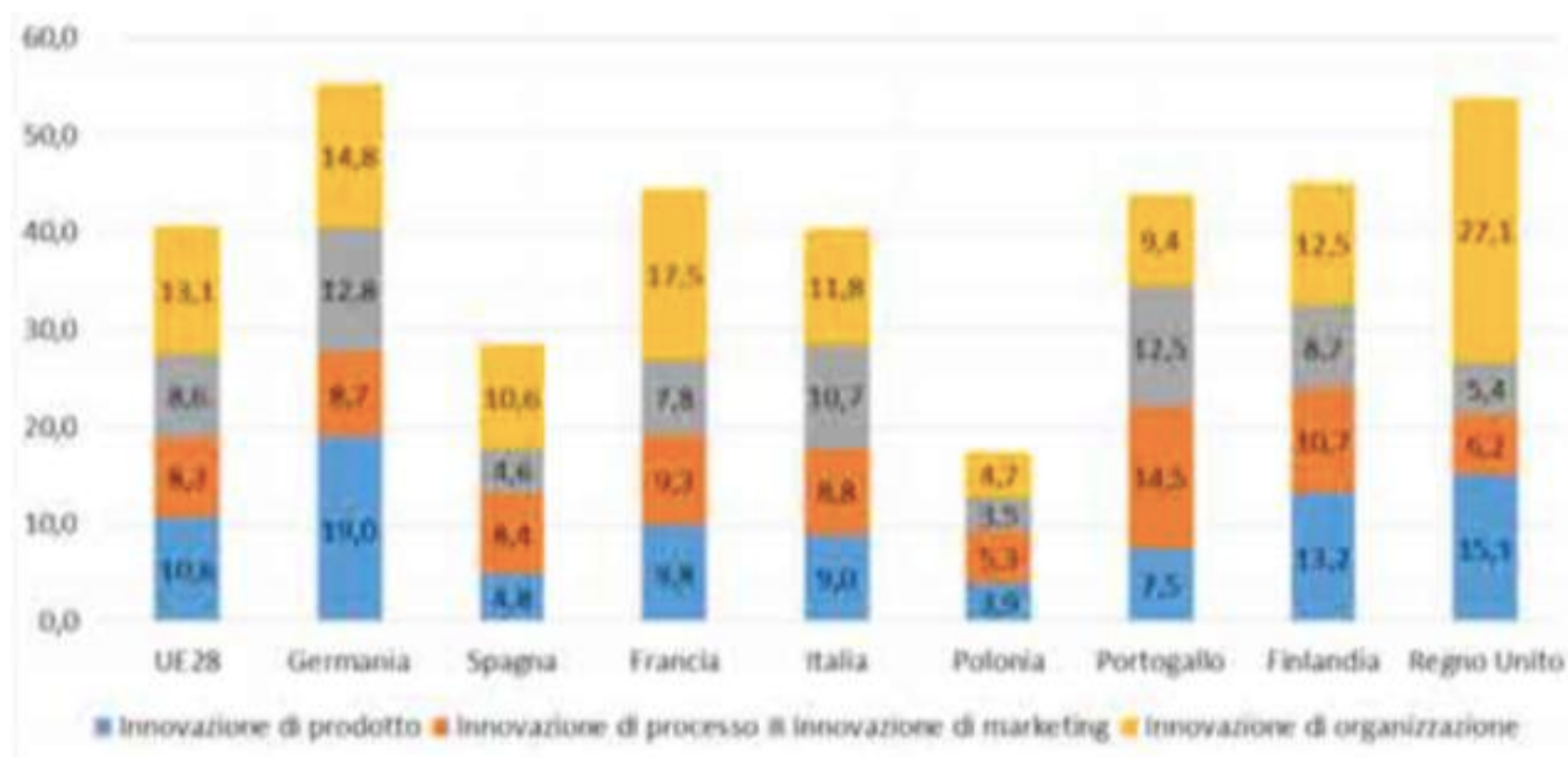


Valori espressi in % sul totale delle imprese, settori "Innovation Core Activities" reg. UE 995/2012. Fonte: EUROSTAT, Community Innovation Survey, 2014

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.

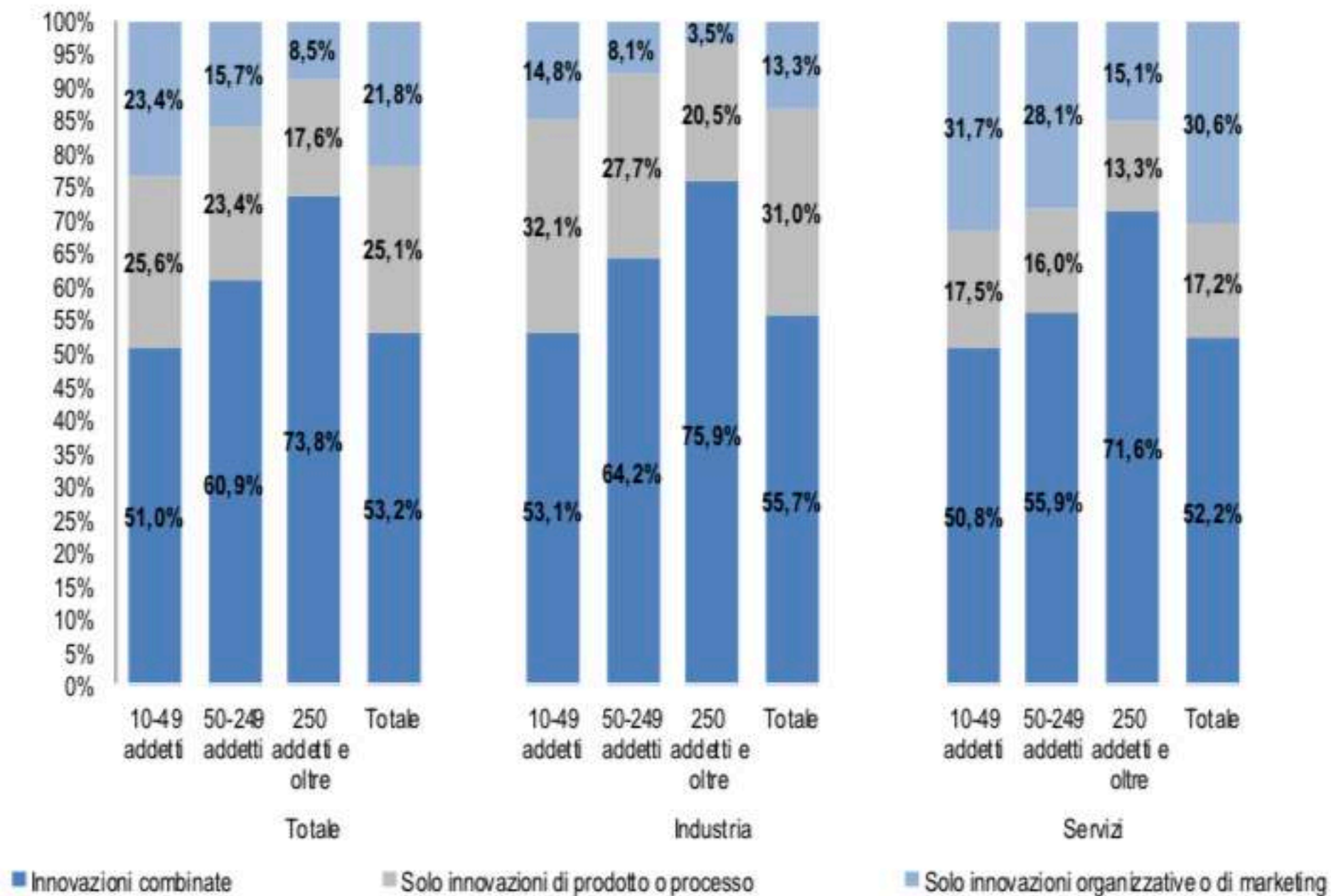
Fonte: EUROSTAT, Community Innovation Survey, 2014

LE TIPOLOGIE DI INNOVAZIONE ^(2/3)

- ▶ Le imprese innovative italiane si stanno, comunque, orientando verso lo sviluppo di soluzioni di innovazione 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. Cresce infatti sensibilmente nelle imprese più grandi (interessa il 73,8% delle imprese con 250 addetti e oltre contro il 51,0% di quelle con meno di 50 addetti) ed è una tendenza che interessa meno intensamente i servizi (52,2%) rispetto all'industria (55,7%).
- ▶ 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, 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.

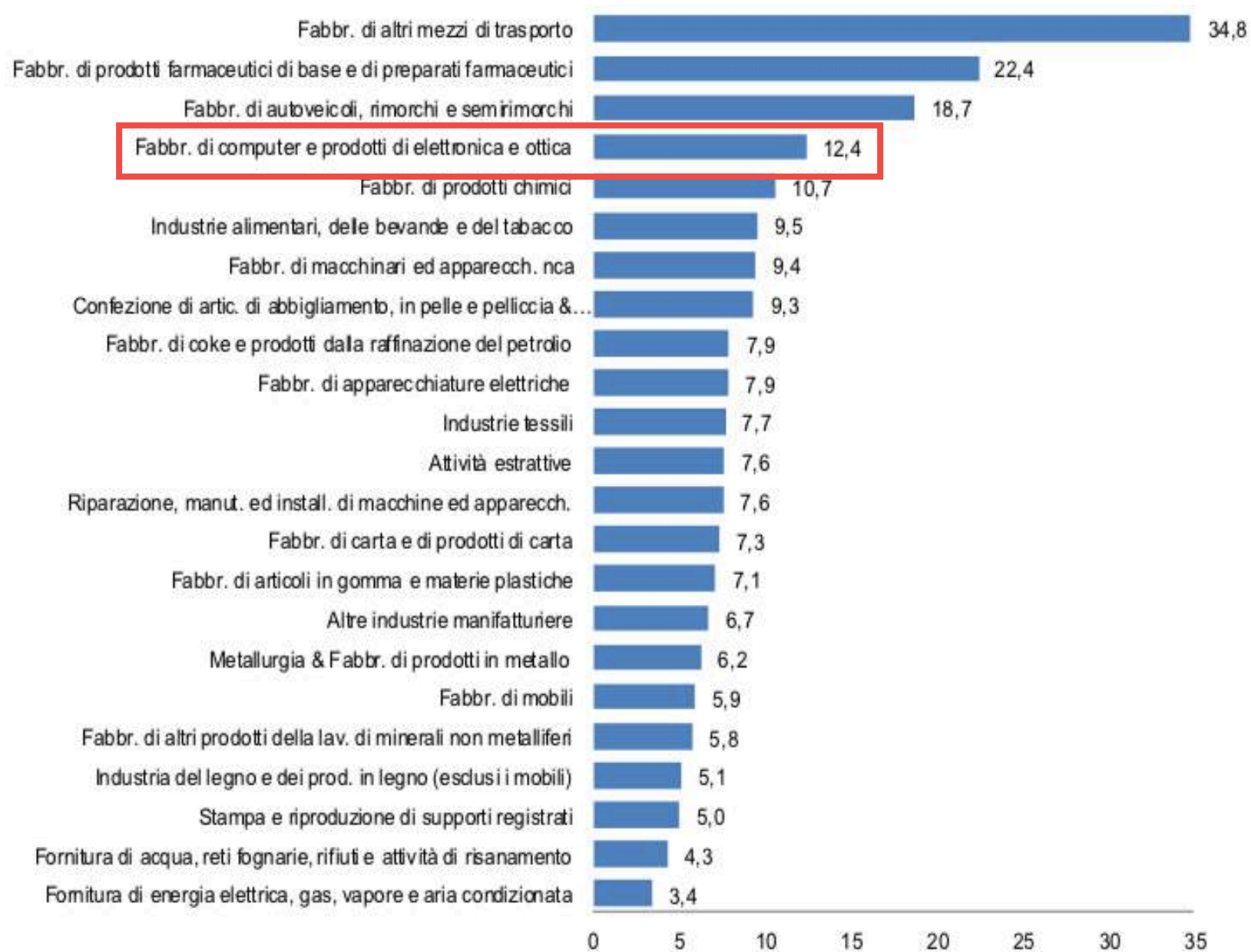
LA SPESA PER SETTORE DI ATTIVITÀ ^(1/3)

Nel 2016 le imprese con almeno 10 addetti hanno investito complessivamente 30,6 miliardi di euro per l'innovazione. La spesa media per addetto, pari a 7.800 euro, è in aumento rispetto al 2014 (6.200 euro per addetto). Aumenta in misura significativa nelle piccole imprese (8.900 euro contro i 6.600 nelle imprese con 10-49 addetti) e nelle grandi (7.700 euro contro i 5.900 del periodo precedente).

L'industria si conferma al primo posto (9.600 euro per addetto contro gli 8.000 del 2014). I valori di spesa più elevati si registrano nella fabbricazione di altri mezzi di trasporto (34.800 euro), nell'industria farmaceutica (22.400 euro) e nella fabbricazione di autoveicoli (18.700 euro); più lontane da tali vette i valori delle imprese del comparto ICT in senso stretto, come ad esempio la produzione di computer e prodotti di elettronica e ottica (12.400 euro). *Cfr grafico a pagina seguente.*

LA SPESA PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2/3)

SPESA PER INNOVAZIONE PER ADDETTO PER ATTIVITÀ ECONOMICA (INDUSTRIA)

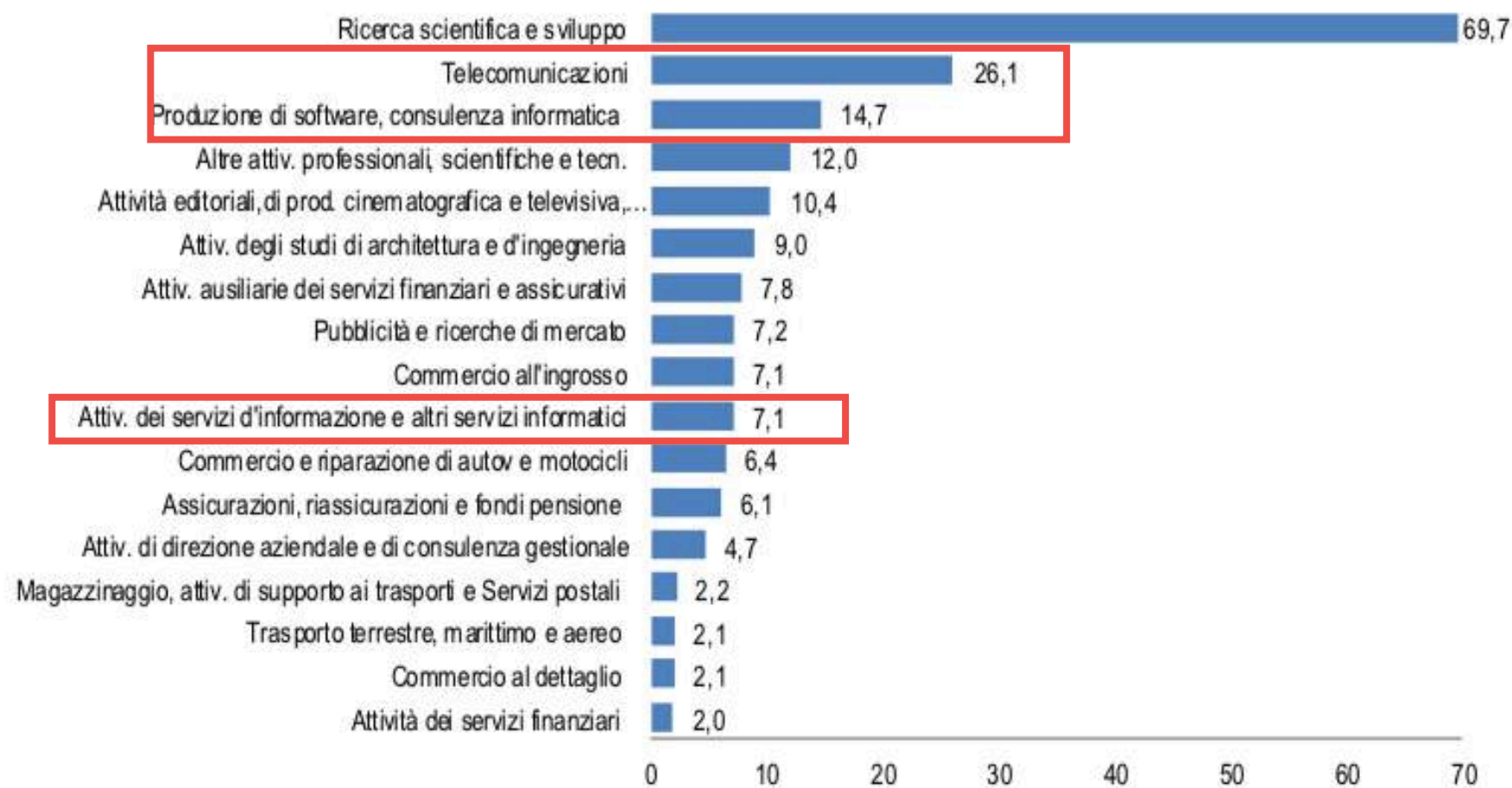


Dati riferiti all'anno 2016. Valori espressi in migliaia di euro. Fonte: Istat, Rapporto su Ricerca e Sviluppo in Italia

LA SPESA PER SETTORE DI ATTIVITÀ ^(1/3)

Nel comparto dei servizi, invece, la spesa media si è attestata ad un valore di 6.000 euro per addetto (contro i precedenti 4.300): la maggiore spesa è sostenuta dalla Ricerca e Sviluppo (69.700 euro), dalle telecomunicazioni (26.100 euro) e dalla produzione di software e informatica (14.700 euro).

SPESA PER INNOVAZIONE PER ADDETTO PER ATTIVITÀ ECONOMICA (SERVIZI)

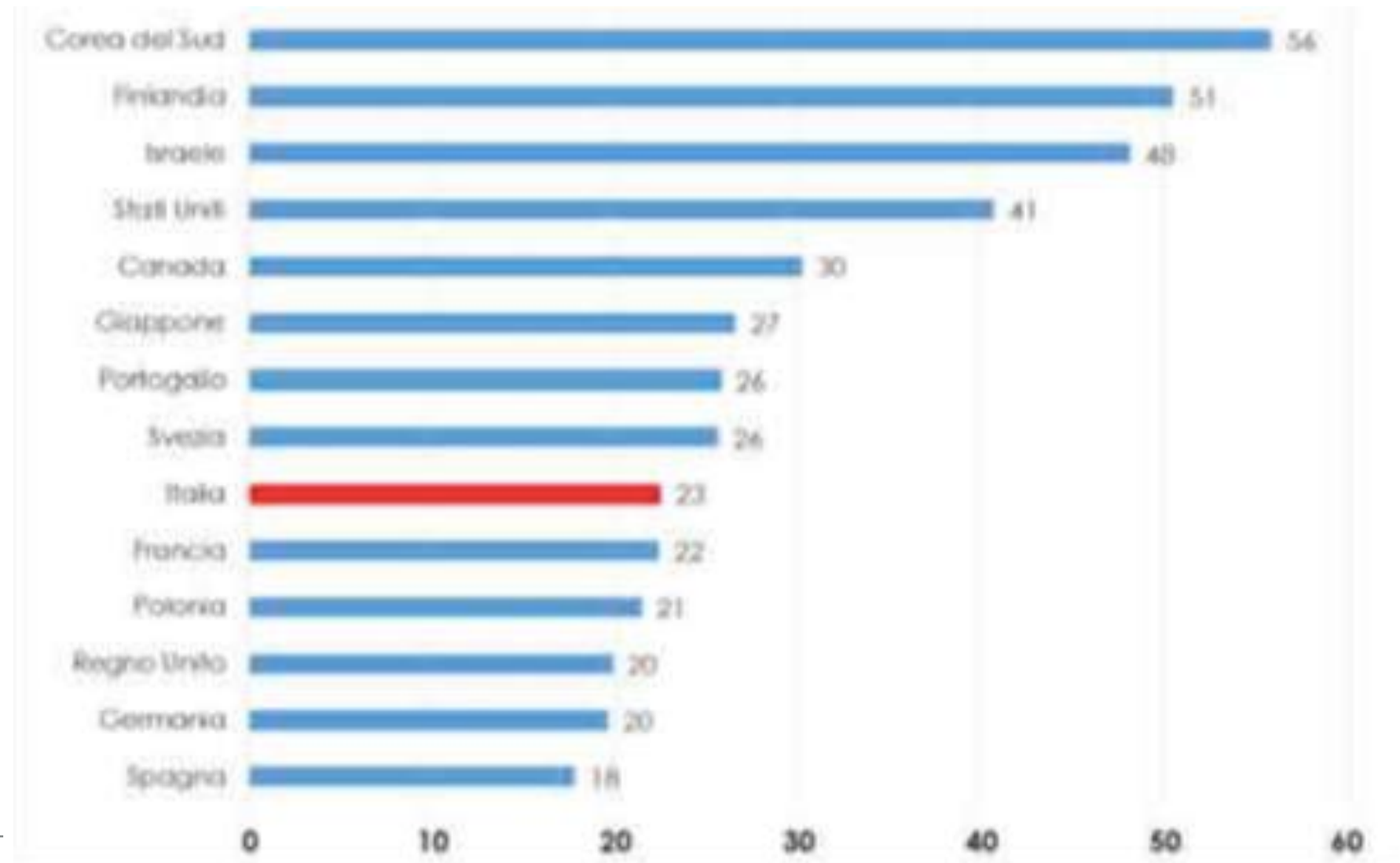


Dati riferiti all'anno 2016. Fonte: Istat, Rapporto su Ricerca e Sviluppo in Italia

GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO

Nel settore ICT la quota maggiore di spesa in R&S rispetto al totale della spesa in R&S delle imprese dei Paesi industrializzati è registrata da Corea del Sud (56%), seguita da Finlandia (51%) e Israele (48%). L'Italia si colloca in 9° posizione con una percentuale pari al 23%, che è superiore a quella dei principali Paesi europei: Francia (22%), Regno Unito (20%), Germania (20%) e Spagna (18%)

**QUOTA DI SPESA IN R&S DELLE
IMPRESE DEL SETTORE ICT NEL
MONDO**

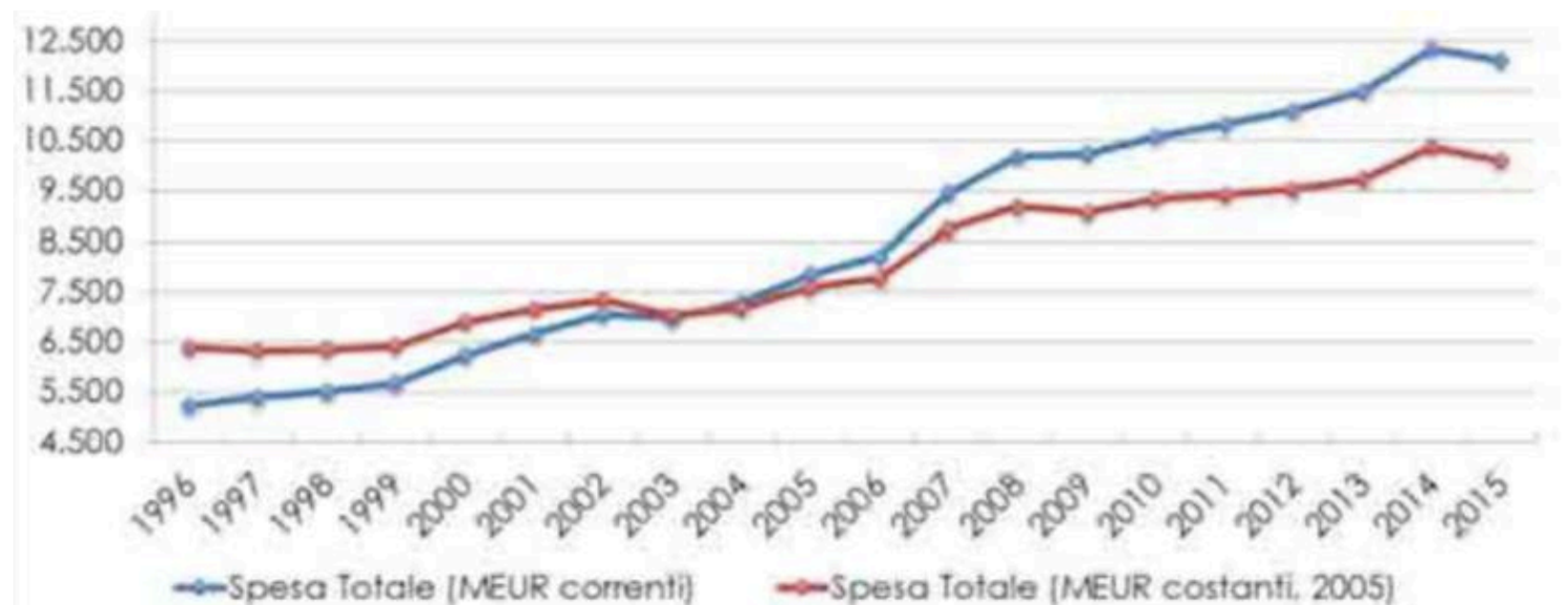


GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN ITALIA (1/4)

Non a caso, l'andamento storico delle imprese italiane mostra che, in un decennio (2005-2014) a prezzi costanti l'aumento in termini percentuali è stato 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

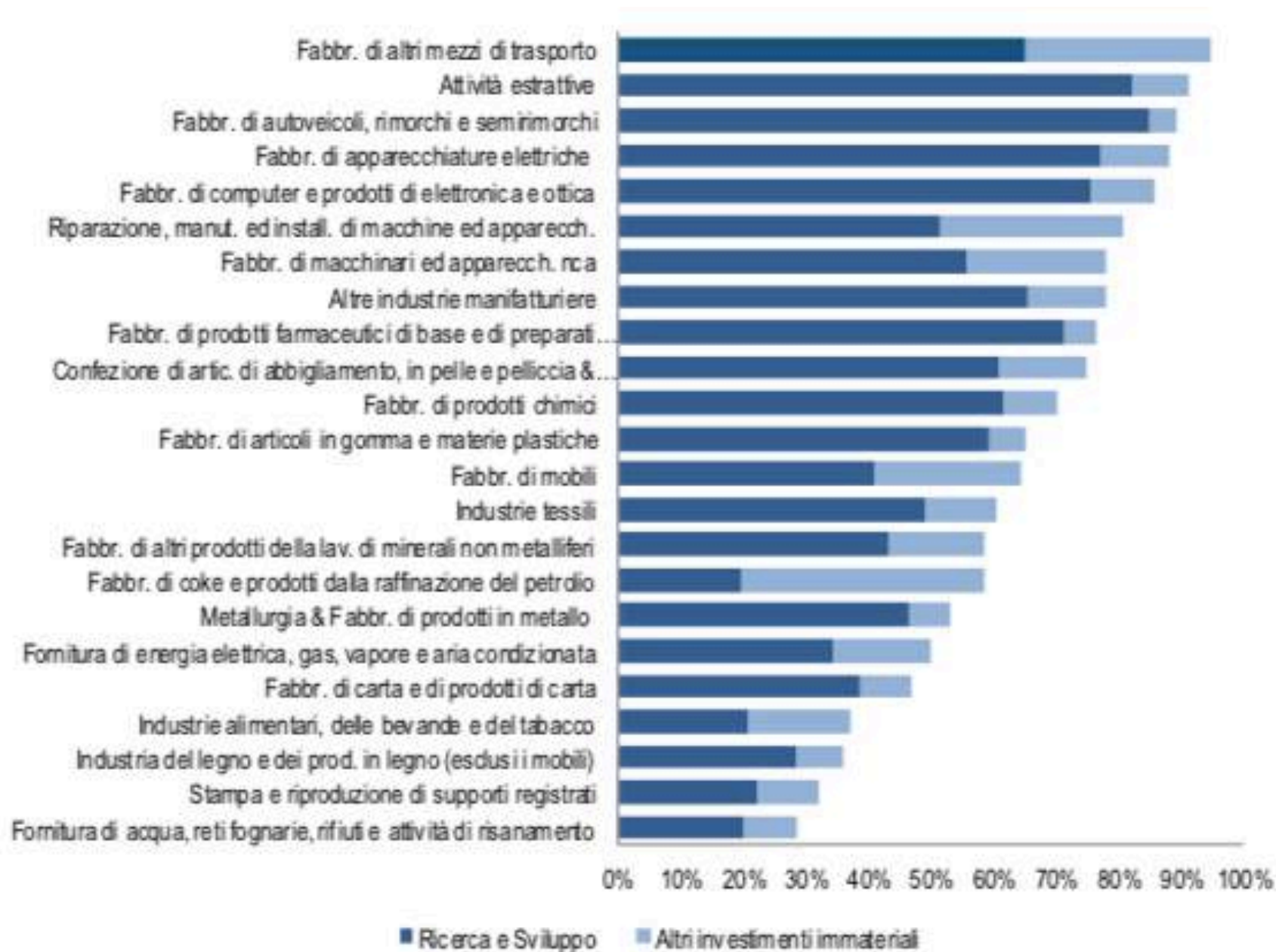


GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN ITALIA ^(2/4)

- ▶ La Ricerca & Sviluppo (R&S) si conferma la voce principale degli investimenti per l'innovazione, rappresentando quasi la metà della spesa complessiva (con il 42,0% relativo alle attività intra- muros e il 9,0% relativo all'extra-muros); gli investimenti in macchinari e altre tecnologie materiali di altro tipo (cioè, senza alcuna componente di R&S) coprono appena il 27,3%, mentre 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%).
- ▶ Nel complesso, rispetto al 2014 aumentano sia la R&S (+1,4 punti percentuali) sia gli altri tipi di investimenti in tecnologie immateriali (+4,3 punti). Tuttavia, questa tendenza non si rileva in tutti i settori economici. I principali investitori in R&S e altre tecnologie immateriali sono i settori dell'industria, dove in media oltre il 70% della spesa per innovazione è destinata a tali attività. Nei servizi, gli investimenti in R&S e altro capitale intangibile superano il 90% della spesa nel settore della ricerca, nelle telecomunicazioni, nelle altre attività professionali, scientifiche e tecniche.
- ▶ Differenze importanti emergono anche a livello dimensionale. 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.

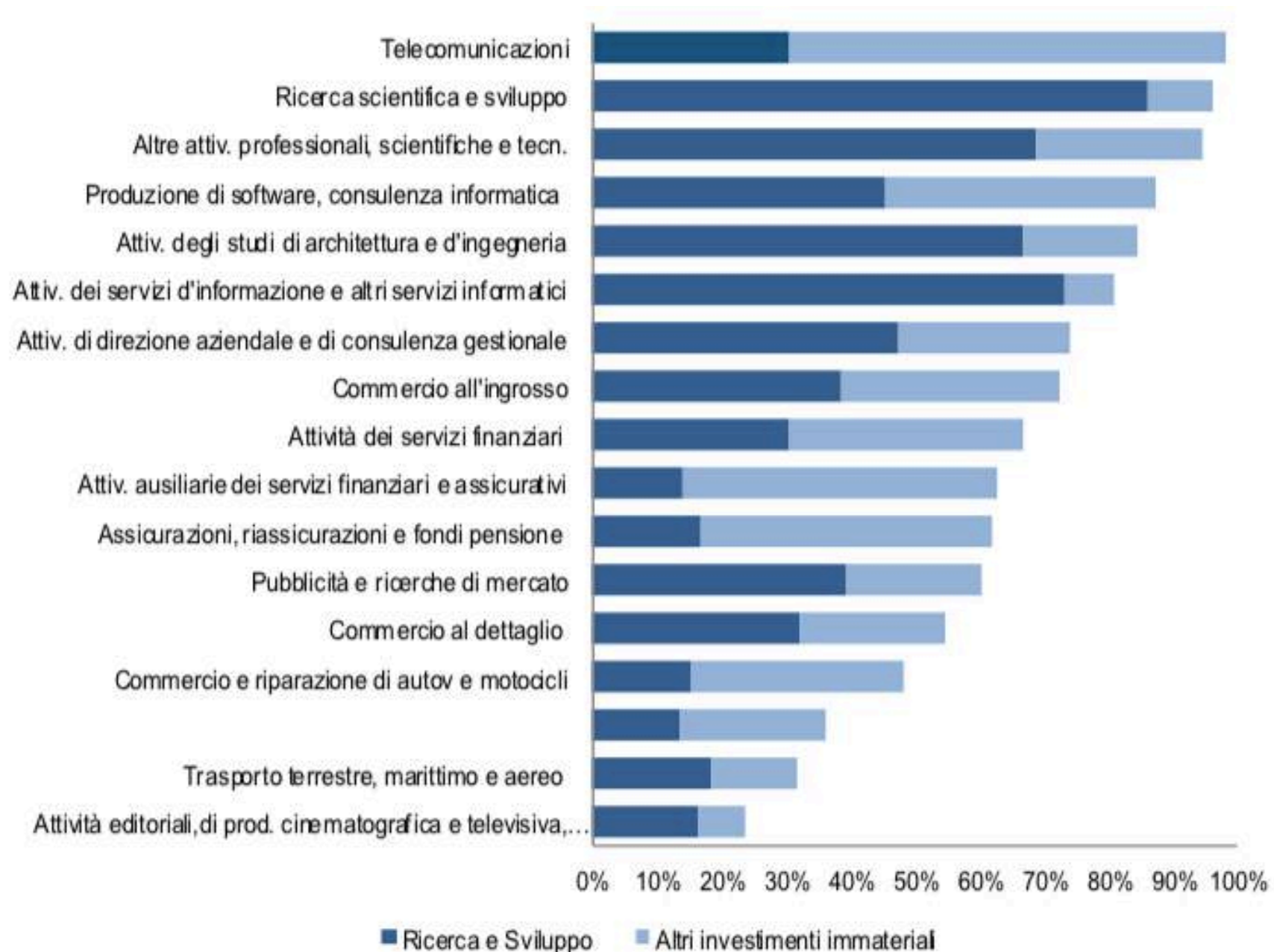
GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN ITALIA (3/4)

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



GLI INVESTIMENTI IN RICERCA & SVILUPPO IN ITALIA (4/4)

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

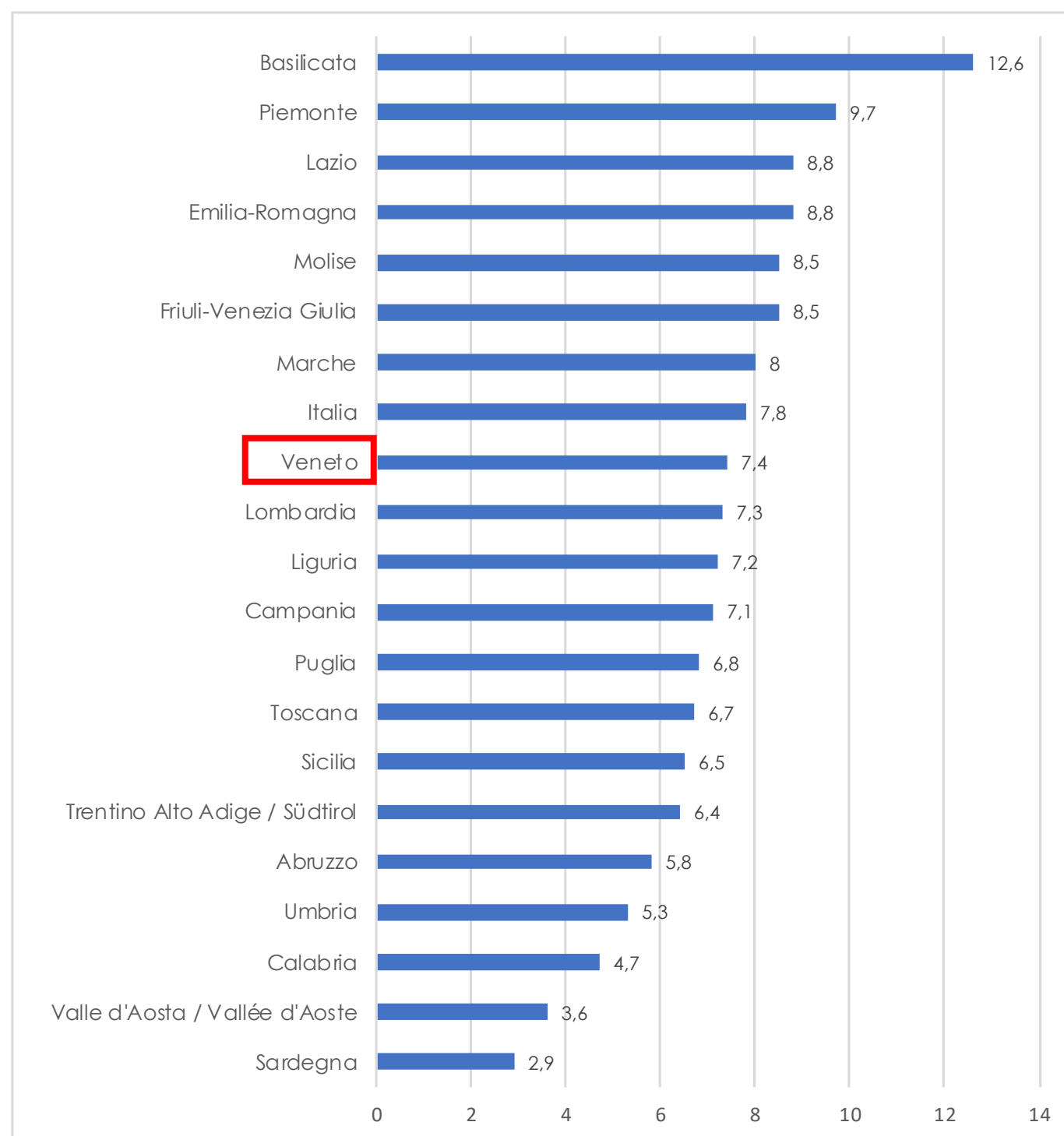


Anno 2016, valori percentuali. Fonte: Istat, 2018.

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).

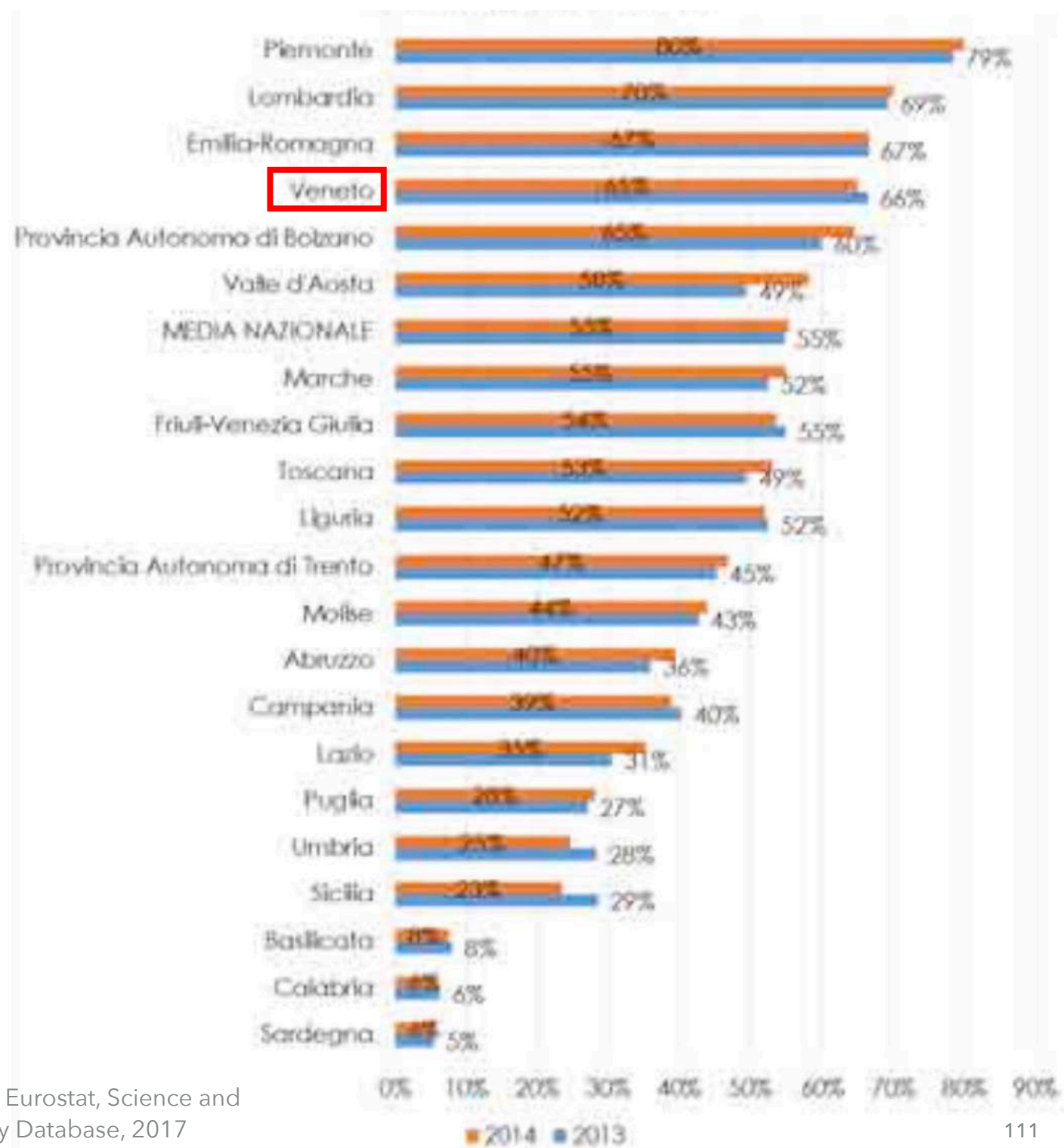
In termini assoluti, la spesa per l'innovazione in Veneto è risultata essere pari 3,4 milioni di euro, su un totale nazionale di 30,5 milioni



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 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)

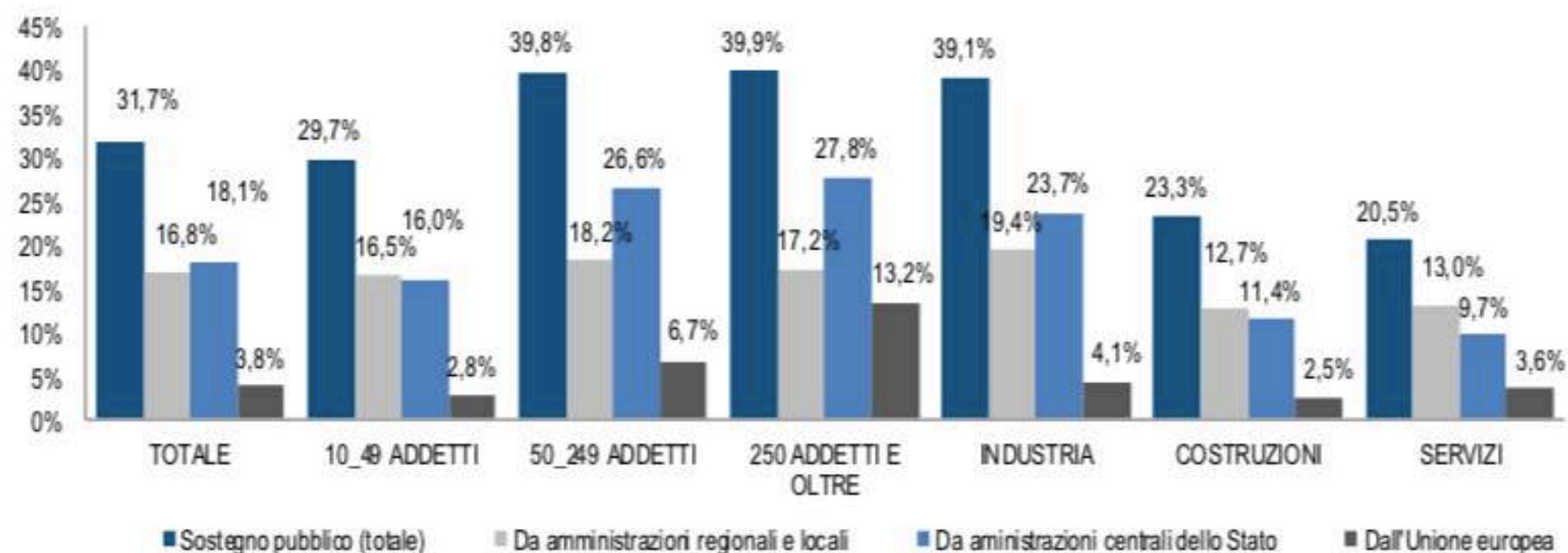
Fonte: Commissione Europea, Cohesion Policy Data (2015)

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).

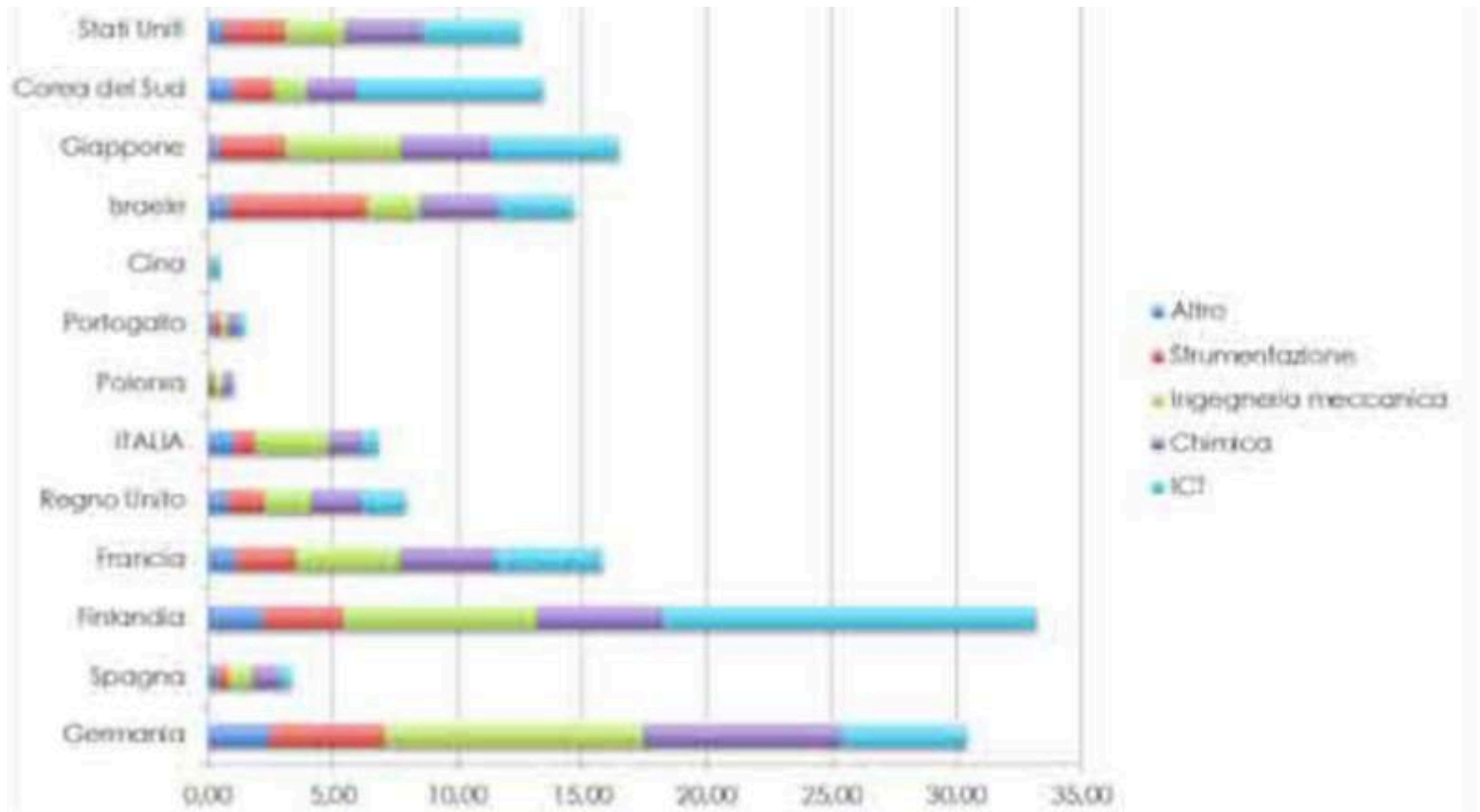
A livello settoriale ricorrono più frequentemente a forme di sostegno pubblico europeo alcune delle industrie storicamente più innovative, quali la fabbricazione di altri mezzi di trasporto (11,9%) e la fabbricazione di computer e prodotti di elettronica (10,5%), i servizi ad alta intensità di conoscenza, 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_(1/3)

Analizzando le richieste di brevetto presentate all'European Patent Office (EPO), l'Italia presenta una prevalenza di domande di brevetto nel settore "Ingegneria meccanica" (2,907 brevetti ogni 10.000 abitanti), così come la Germania (10,3431). Il settore "Chimico", che in Italia e in Germania costituisce il secondo più rappresentato, rispettivamente con 1,400 e 7,962 brevetti, risulta essere, nei Paesi dell'area UE, il principale per Regno Unito (2,107) e Spagna (1,130). In Finlandia, invece, i brevetti si concentrano nell'ambito "ICT" con 14,939 brevetti ogni 10.000 abitanti. Le performance peggiori sono quelle di Polonia e Portogallo che in nessuna area analizzata giungono a 1 brevetto su 10.000 abitanti (il grafico è riportato a pagina seguente).

I BREVETTI EPO ^(2/3)

DOMANDE DI BREVETTO PRESSO L'EPO OGNI 100.000 ABITANTI PRESENTATE PER SETTORE TECNOLOGICO NEI PAESI INDUSTRIALIZZATI



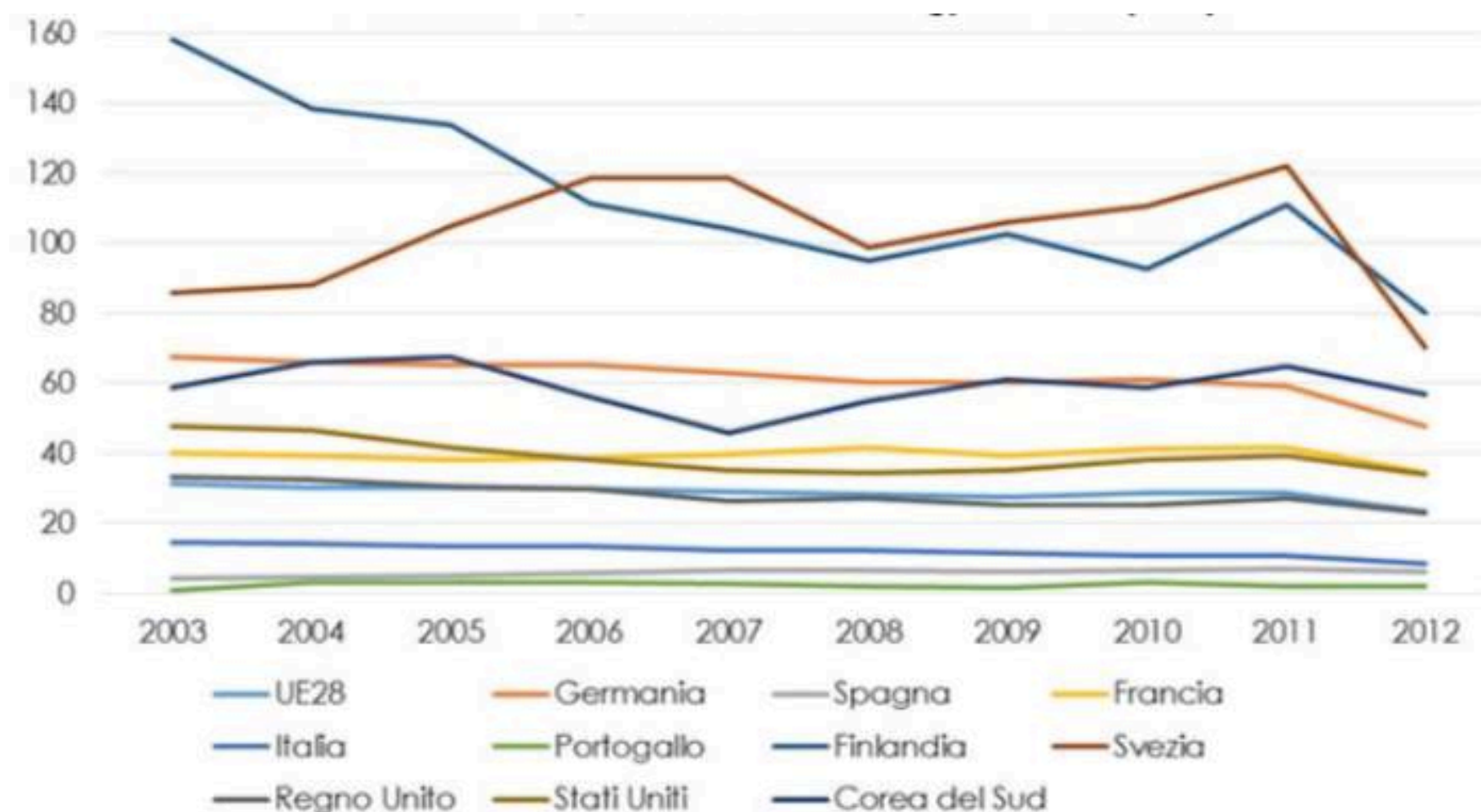
Dati riferiti agli anni 2007 - 2014. Fonte: Elaborazioni su dati European Patent Office (2017)

I BREVETTI EPO ^(3/3)

Anche considerando le applicazioni brevettuali per milione di abitanti nel settore ICT, le domande per Italia risultano limitate: nel 2012 le domande registrate sono 8,356 per milione di abitante, con un calo progressivo, a partire dal 2003, del 42,1%. Il Paese con i valori più elevati è stato fino al 2005 Finlandia (133,711 domande solo nel 2005), superata nel 2006 dalla Svezia, che raggiunge quota 118,732 domande contro le 104,147 del Paese confinante. Nel 2012 le domande di brevetto sono in calo rispetto all'anno precedente in quasi tutti i Paesi, con variazioni comprese tra -12,2% di Spagna e Corea de Sud a e -42,6% della Svezia, ad esclusione del Portogallo, che fa registrare un + 5,6%.

DOMANDE DI BREVETTO PRESENTATE ALL'EPO NEL SETTORE ICT

Dati riferiti agli anni 2004 - 2013, per
milione di abitanti. Fonte: Eurostat,
Science and Technology Indicators (2017)



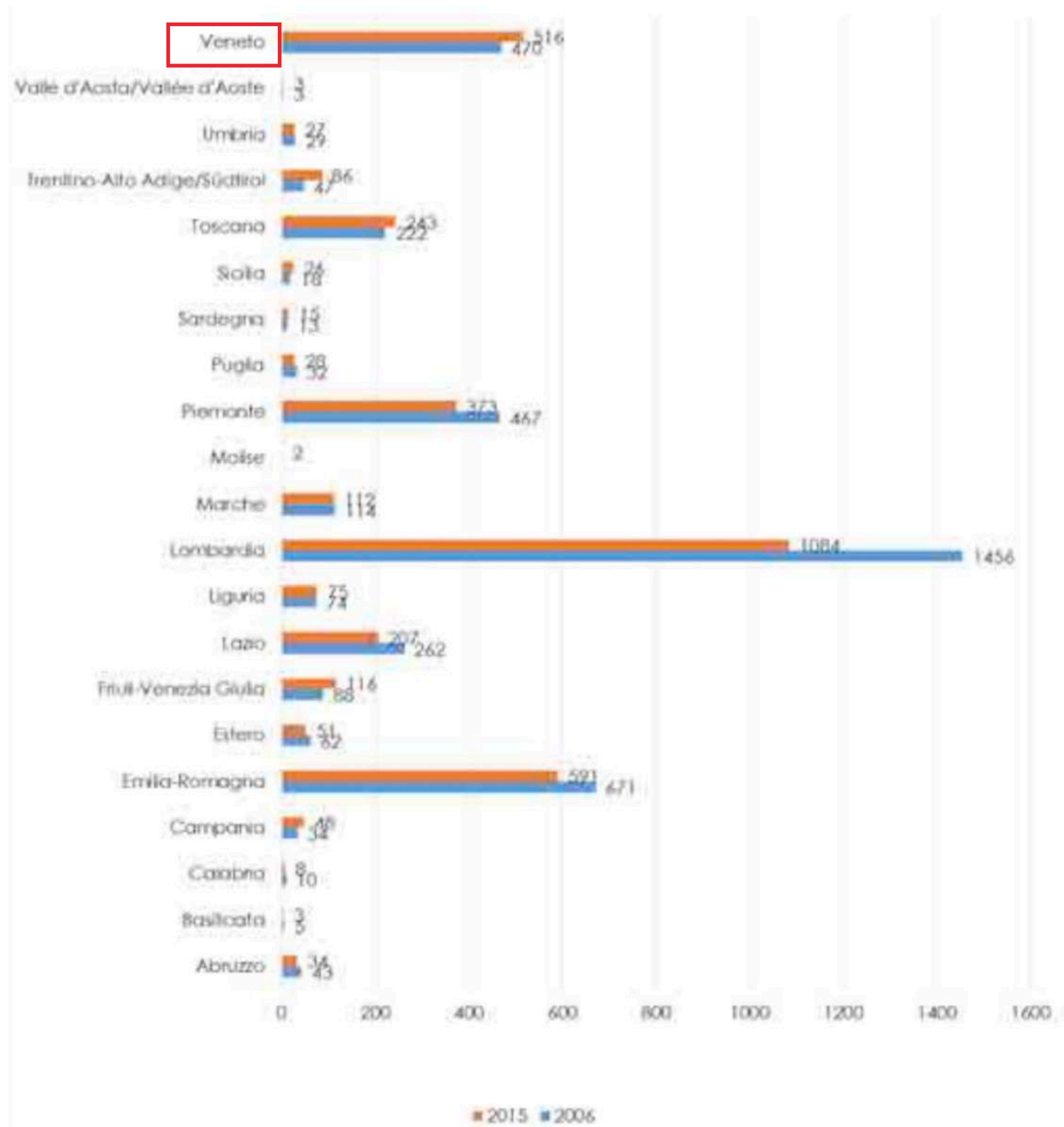
I BREVETTI EPO: DISTRIBUZIONE PER REGIONE ^(1/2)

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)

BREVETTI EPO: DISTRIBUZIONE PER REGIONE NEL COMPARTO ICT

DISTRIBUZIONE PER REGIONE

DELLE DOMANDE DI BREVETTO PRESSO L'EPO NEL COMPARTO ICT

Questo dimostra gli sforzi compiuti, in tal senso, dal Veneto in tali ambiti negli ultimi anni: analizzando, infatti, le domande di brevetti EPO per milione di abitanti nel comparto ICT per gli anni 2011-2012, infatti, il Veneto occupava posizioni meno rilevanti nel panorama italiano: il primato spettava alla Liguria (24,8 brevetti per milione di abitanti), seguita da Friuli Venezia Giulia (14,7 brevetti per milione di abitanti) ed Emilia-Romagna (14,6 brevetti per milione di abitanti).

Regione	ICT	
	2011	2012
Piemonte	18,8	14,0
Valle d'Aosta	16,7	5,9
Liguria	23,9	24,8
Lombardia	16,5	13,9
Provincia Autonoma di Bolzano	16,6	1,8
Provincia Autonoma di Trento	8,6	6,0
Veneto	11,7	8,8
Friuli-Venezia Giulia	14,3	14,7
Emilia-Romagna	16,7	14,6
Toscana	14,1	10,5
Umbria	2,2	2,5
Marche	9,9	5,3
Lazio	10,7	7,7
Abruzzo	3,6	2,0
Molise	3,7	n.d
Campania	2,6	2,8
Puglia	3,1	1,5
Basilicata	0,7	1,9
Calabria	1,2	0,7
Sicilia	2,6	0,6
Sardegna	1,7	2,7

Dati riferiti agli anni 2011 - 2012 (per milione di abitanti) . Fonte: EUROSTAT, Science and Technology Database (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^(1/4)

Se l'attenzione si concentra sui brevetti PCT (Patent Cooperation Treaty), si osserva che tra il 2007 e il 2016 l'Italia ha fatto registrare un aumento del numero di domande presentate 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 (2/4)

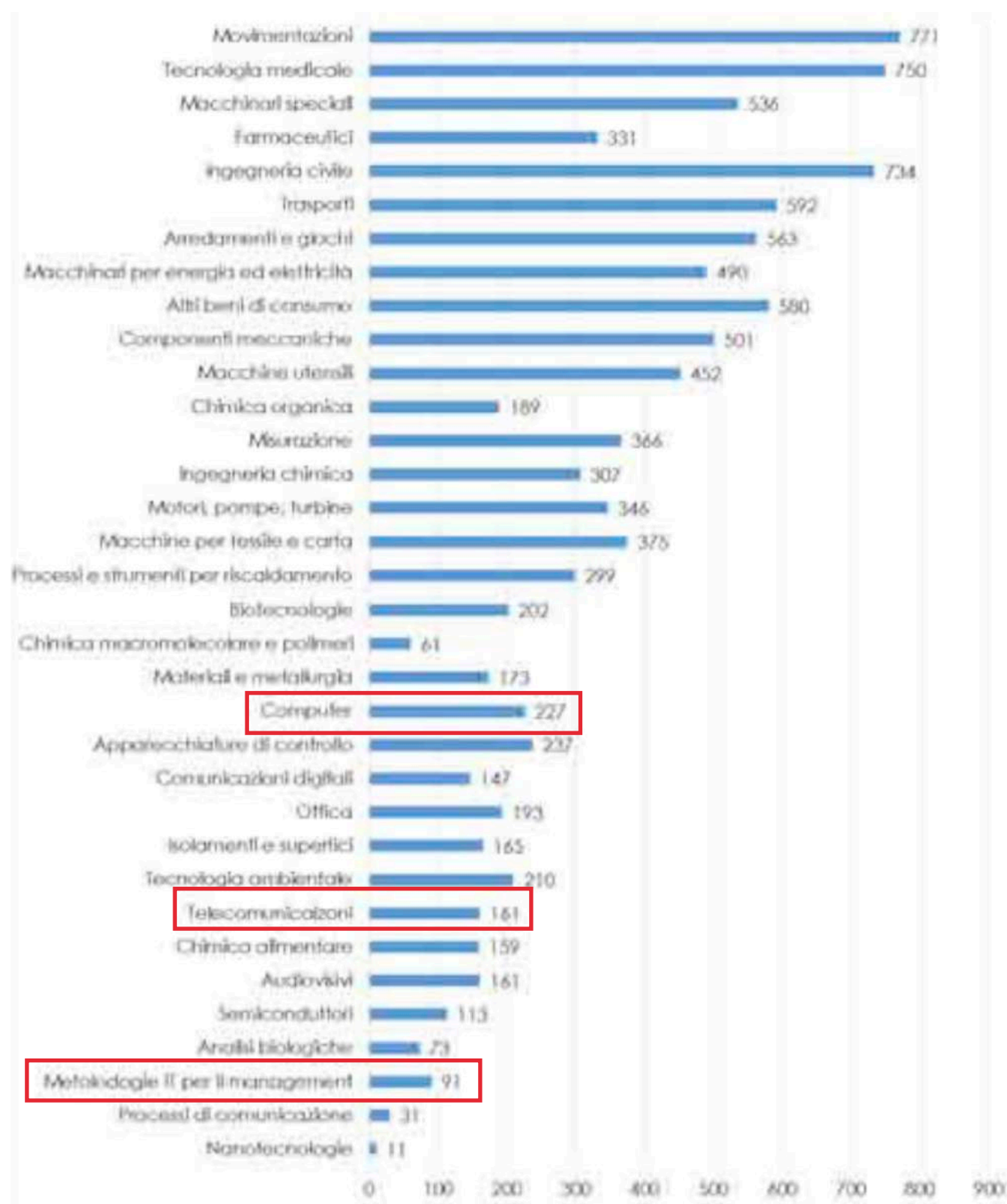
DOMANDE DI BREVETTO PCT (PATENT COOPERATION TREATY) NEI PRINCIPALI PAESI INDUSTRIALIZZATI

	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 ^(3/4)

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

I BREVETTI PCT (4/4)

La posizione più marginale dell'Italia a tal riguardo emerge anche ove si confrontino i dati relativi all'Italia nei settori più innovativi (ICT, Bio e Nanotecnologie) con quelli dei principali Paesi industrializzati.

In tali ambiti, l'Italia presenta il numero più basso di brevetti PCT tra il 2011 e 2016, sia per il settore "Biotecnologie" (337), sia per quello "ICT" (305), sia per le "Nanotecnologie" (25). Il maggior numero di brevetti si registra negli Stati Uniti che hanno 13.198 brevetti biotecnologici, 38.063 ICT e 760 del settore "Nanotecnologie".

BREVETTI PCT NEI SETTORI BIOTECNOLOGIE, ICT E NANOTECNOLOGIE, 2011- 2016 (VALORI TOTALI)

	Biotech	ICT	Nanotech
Canada	564	1053	46
Cina	1724	12832	118
Francia	1685	2361	127
Germania	2175	2945	190
Giappone	3734	14845	319
Israele	433	943	26
Italia	337	305	25
Regno Unito	1272	1594	60
Spagna	566	310	66
Stati Uniti	13198	38063	760

Fonte: WIPO, Statistics database (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.

Nel 2016 la quota di fatturato che le imprese innovatrici attribuiscono alla vendita di prodotti nuovi (per il mercato o solo per l'impresa) è pari al 17,7%, di cui il 9,8% associato alla vendita di prodotti "nuovi per il mercato", cioè introdotti per la prima volta sul mercato di riferimento.

A livello settoriale, il maggior impatto economico dei prodotti 'nuovi per il mercato' si registra prevalentemente nei settori con un'alta propensione all'innovazione, raggiungendo punte massime nelle telecomunicazioni (63,7%), nella ricerca e sviluppo (39,0%) e nell'informatica (35,0%). Anche nell'industria quote importanti (circa il 30%) sono segnalate nei settori ad alta-media intensità tecnologica, come l'elettronica.

L'INDUSTRIA 4.0 ^(1/2)

- ▶ Assumendo una prospettiva tale per cui l'ICT non debba, ormai, considerarsi semplicemente come una "filiera a se", quanto piuttosto una "metafiliera" in grado di attraversare trasversalmente tutte le altre, si riportano in conclusione i principali parametri Istat relativamente al grado di adozione nelle imprese delle tecnologie dell'industria 4.0 .
- ▶ Tali valori non vengono riportati solo per le imprese dell'ICT ma anche in quelle di altri ambiti per i quali è stata condotta la mappatura dinamica delle imprese in provincia di Padova, a testimonianza del potenziale, espresso ancora in maniera molto relativa, che si potrebbe liberare ove le imprese rafforzassero la collaborazione con il comparto dell'ICT. Ciò vale sia a livello nazionale sia, ancor di più, per la provincia di Padova, che già storicamente esprime una punta di eccellenza su tali temi nel panorama italiano.

L'INDUSTRIA 4.0 (2/2)

FATTORI DI DIGITALIZZAZIONE NELLE IMPRESE APPARTENENTI AI
COMPARTI OGGETTO DI MAPPATURA DINAMICA DELLE IMPRESE

	Tipo dato	fattore infrastruttura e connessione in banda ultralarga	fattore legato alle agevolazioni, finanziamenti, incentivi fiscali	fattore dell'iniziativa digitale della P.A.	fattore della capacità di 'fare rete'	fattore delle nuove competenze digitali	fattore sviluppo di una strategia di digitalizzazione dell'impresa	altri fattori di digitalizzazione	imprese che non ritengono importante alcun fattore di digitalizzazione	imprese che non sanno rispondere
	Ateco 2007									
ICT	fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi	42,2	58,0	10,9	10,3	22,7	25,0	3,1	6,6	14,2
	telecomunicazioni	53,5	52,5	20,4	14,9	19,6	15,9	6,2	5,0	15,9
	informatica ed altri servizi d'informazione	49,4	60,6	23,0	16,0	26,9	15,0	4,4	2,6	14,3
	settore ict	51,7	60,6	20,2	15,6	24,1	16,6	4,2	3,2	14,1
AGRI FOOD	industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	30,5	44,8	8,7	10,6	10,3	14,3	5,4	9,5	27,9
M E C C A N I C A D I P R E C I S I O N E	industrie tessili, dell'abbigliamento, articoli in pelle e simili	25,0	39,6	4,2	7,5	9,3	12,6	6,8	12,0	32,8
	industria dei prodotti in legno e carta, stampa	33,1	47,1	7,9	12,7	16,6	15,8	5,9	9,0	23,7
	fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche e di macchinari ed apparecchiature nca	34,1	47,5	7,8	12,3	15,8	18,6	3,6	5,5	29,0
	fabbricazione di mezzi di trasporto	32,5	45,1	4,8	3,1	14,7	18,6	1,4	9,6	29,3
	altre industrie manifatturiere, riparazione e installazione di macchine e apparecchiature	33,6	43,8	8,9	9,6	13,3	18,4	3,7	10,4	26,4
	commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli	35,0	48,5	10,3	7,7	14,9	20,0	4,0	6,5	26,0
CASA	fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, acqua, reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento (d-e)	36,2	42,7	17,7	7,3	15,4	18,1	4,6	8,9	23,0
	costruzioni	29,0	41,1	19,3	6,3	9,0	11,8	3,7	11,1	30,5
	attività immobiliari	27,6	35,4	9,7	8,2	16,6	21,8	3,6	11,7	29,9
TOTALE	totale attività economiche (c-n, inclusa la 951, escluse 75 e k)	33,4	45,8	10,6	8,4	12,6	16,6	4,4	9,1	27,5

Dati riferiti all'anno 2017. Incidenza % per fattore indicato. Fonte: Istat, 2018.

IL RUOLO DI DRIVER CHE HA IL COMPARTO PADOVANO ^(1/4)

- ▶ Storicamente, infatti, il comparto dell'ICT a Padova rappresenta una punta di eccellenza, sia considerato il peso che ha nell'economia regionale (cfr. pag. 131 e 132) sia, più in generale, a livello nazionale (cfr. pagina seguente).
- ▶ Esso è chiamato, quindi, a completare la trasformazione verso una vera e propria "tecnologia abilitante" in grado di supportare le altre imprese del territorio nell'operare una trasformazione profonda del sistema produttivo, indipendentemente dal settore di appartenenza.
- ▶ Sfruttando il suo potenziale pervasivo, cioè, le imprese dell'ICT in provincia di Padova sono chiamate a incidere su tempi, efficienza e capacità innovativa dell'intero tessuto produttivo regionale, consentendo processi veloci, efficaci e tempestivi a livello aziendale e aggregato. Si pensi, per esempio, a quello che le infrastrutture per la diffusione della banda larga hanno rappresentato per il comparto edilizio e come hanno inciso sulla creazione di posti di lavoro nel settore.

IL RUOLO DI DRIVER CHE HA IL COMPARTO PADOVANO ^(2/4)

IMPRESE ATTIVE NEL COMPARTO ICT: IL RUOLO DELLA PROVINCIA DI PADOVA PER IL TERRITORIO VENETO

		Padova	Belluno	Rovigo	Treviso	Venezia	Vicenza	Verona	TOTALE
C 26	FABBRICAZIONE DI COMPUTER E PRODOTTI DI ELETTRONICA E OTTICA; APPARECCHI ELETTRONICI, APPARECCHI DI MISURAZIONE E DI OROLOGI	26,03	6,01	2,90	17,52	10,01	21,92	15,62	100
C 27	FABBRICAZIONE DI APPARECCHIATURE ELETTRICHE ED APPARECCHIATURE PER USO DOMESTICO NON ELETTRICHE	22,97	2,43	1,68	23,91	11,29	26,68	11,04	100
J 61	TELECOMUNICAZIONI	21,46	2,98	3,87	15,65	18,93	17,14	19,97	100
J 62	PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	25,07	2,13	2,91	18,74	15,01	17,62	18,52	100
J 63	ATTIVITÀ DEI SERVIZI D'INFORMAZIONE E ALTRI SERVIZI INFORMATICI	24,34	2,07	3,57	17,90	15,49	20,36	16,26	100
M 72	RICERCA SCIENTIFICA E SVILUPPO	31,46	1,53	5,37	12,79	17,90	13,55	17,39	100
S 95	RIPARAZIONE DI COMPUTER E DI BENI PER USO PERSONALE E PER LA CASA	22,08	3,43	4,44	18,50	15,01	15,84	20,69	100

Dati riferiti alle imprese attive nel III trimestre dell'anno 2018. Valori % sul totale delle imprese del comparto in Veneto. Fonte: Movimprese, 2018.
Sono indicati in verde i valori % maggiori.

IL RUOLO DI DRIVER CHE HA IL COMPARTO PADOVANO ^(3/4)

IMPRESE ATTIVE NEL COMPARTO ICT: IL RUOLO DELLA PROVINCIA DI PADOVA IN VENETO E IN ITALIA

		Padova (n. Imprese attive)	Veneto (n. Imprese attive)	Italia (n. Imprese attive)	% Padova su totale Veneto	% Padova su totale Italia
C 26	FABBRICAZIONE DI COMPUTER E PRODOTTI DI ELETTRONICA E OTTICA; APPARECCHI ELETTRONICI, APPARECCHI DI MISURAZIONE E DI OROLOGI	260	999	11.826	26%	2%
C 27	FABBRICAZIONE DI APPARECCHIATURE ELETTRICHE ED APPARECCHIATURE PER USO DOMESTICO NON ELETTRICHE	464	2.020	14.349	23%	3%
J 61	TELECOMUNICAZIONI	144	671	10.659	21%	1%
J 62	PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITÀ CONNESSE	1.034	4.125	50.034	25%	2%
J 63	ATTIVITÀ DEI SERVIZI D'INFORMAZIONE E ALTRI SERVIZI INFORMATICI	1.009	4.145	49.139	24%	2%
M 72	RICERCA SCIENTIFICA E SVILUPPO	123	391	5.953	31%	2%
S 95	RIPARAZIONE DI COMPUTER E DI BENI PER USO PERSONALE E PER LA CASA	765	3.465	39.870	22%	2%
TOTALE		3.799	15.816	181.830		

Dati riferiti alle imprese attive nel III trimestre dell'anno 2018. Fonte: Movimprese, 2018.

IL RUOLO DI DRIVER CHE HA IL COMPARTO PADOVANO (4/4)

- ▶ Non a caso, nell'Agenda Digitale per l'Europa 2020 la Commissione Europea riconosce alle tecnologie digitali un ruolo chiave per la crescita sostenibile, per l'innovazione e l'occupazione, indicando ai Paesi membri delle soglie di incremento degli investimenti in tecnologie della comunicazione e dell'informazione.
- ▶ Ciò richiede, necessariamente, anche investimenti nella qualificazione dei lavoratori, nei cambiamenti organizzativi e nella ristrutturazione industriale, nell'azione informativa e di sensibilizzazione sui temi dell'innovazione e nel supporto alla creazione di nuove realtà imprenditoriali, specializzate soprattutto sui temi dell'Industria 4.0.
- ▶ Come si evince dai dati fin qui illustrati, quindi, l'obiettivo, sia nel breve e sia nel medio-lungo periodo, è quello di colmare il gap finora accumulato rispetto alle altre nazioni, sul versante del capitale fisico (infrastrutture di banda larga e digitalizzazione del Paese), del capitale umano (formazione e merito) e del capitale organizzativo.



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

vicolo della Campanella, 40
00100 Roma (RM)
tel: +39 06.211.28.531

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 9001:2008
CERTIFICATO N. 50 100 10808