

Processi innovativi

(pp. 575 - 625 del volume)

La numerazione delle tabelle riproduce quella del testo integrale

Gli internauti italiani continuano a crescere

Un'Italia con 21 milioni di internauti: il 42,2% dell'intera popolazione con più di 18 anni di età. È un dato che testimonia una continua crescita, anche se non riesce a colmare lo scarto accumulato con il resto d'Europa.

L'80% dei ventuno milioni di internauti si connette dalla propria abitazione: il 50,6% si collega esclusivamente da casa ed un ulteriore 28,3% sovrappone all'uso casalingo quello nei luoghi di lavoro e studio. La svolta si è avuta tra il 2000 e il 2003 quando la rapida diffusione di internet, spinta dalla popolazione più giovane, è passata prevalentemente per le connessioni domestiche che arrivarono a toccare il 54% del totale, contro il solo 14,3% di collegamenti alla rete dai luoghi di lavoro e di studio.

Chi naviga in internet è prevalentemente maschio (fig. 2): più della metà della popolazione maschile si collega alla rete, contro solo un terzo di quella femminile. Non ci sono sostanziali differenze di genere rispetto alle abitudini di navigazione: si va su internet prevalentemente per cercare informazioni e scambiare *e.mail*, file musicali o filmati. Solo la prenotazione dei viaggi sembra stimolare maggiormente l'universo femminile, praticata com'è dal 38% delle donne contro il 29% degli uomini.

La fascia di età più giovane, quella compresa tra i 18 e i 29 anni si dimostra, di gran lunga la più attiva, con un tasso di penetrazione che sfiora l'80%. Sono i giovani ad utilizzare massicciamente la connessione casalinga (48,2%) e sono gli unici a far segnare una quota statisticamente rilevante di chi si connette da luoghi differenti quali, ad esempio, i locali pubblici o l'abitazione di amici. Nella fascia di età tra i 30 e i 44 anni si ha la maggiore incidenza dell'uso di internet dal posto di lavoro, sommando quanti vi si connettono in modo esclusivo (11%) a quanti lo alternano alla connessione casalinga (20%). Gli anziani che navigano in rete sono, infine, solo l'11,7% della popolazione corrispondente, una presenza ancora molto debole seppure in crescita rispetto alle precedenti rilevazioni.

Non tutti gli investimenti in R&S generano innovazione, non tutta l'innovazione nasce dalla ricerca

145mila piccoli imprenditori, pari a un quarto di tutte le aziende manifatturiere e informatiche con meno di 20 addetti, investono il 13% del

monte ore lavorate e ben 1,8 miliardi l'anno per la competitività del *made in Italy*, valore questo che rappresenta il 19% delle spese aziendali.

Questi dati, contenuti nell'indagine effettuata dal Censis per conto della Confartigianato sulle piccole imprese italiane, mette in evidenza come si possa fare innovazione senza passare dalla ricerca o, meglio, senza lo sviluppo di un'attività formalizzata di ricerca.

Le imprese considerate, tutte con un numero di addetti inferiore a 20, mostrano un ampio ricorso all'innovazione (fig. 8) ma ad una tipologia di innovazione per lo più incrementale, fatta di attività non codificate, frutto più del saper fare, del lavoro e dell'ingegno quotidiano e solo in parte di una specifica attività di ricerca: fra le imprese che dichiarano di svolgere attività di innovazione, il 42,6% realizza attività di ricerca anche in modo informale, mentre oltre il 73% utilizza processi e tecniche di produzione innovativa, il 63,5% si dedica all'innovazione di prodotto e il 61,5% introduce nuovi materiali nei propri cicli produttivi.

Il fenomeno innovativo, in sostanza, assume caratteristiche molteplici ed articolate, è prevalentemente orientato al miglioramento del prodotto e del servizio offerto, è concentrato sulle modalità e gli strumenti della produzione, ma anche sulla riduzione dell'incidenza dei costi: ad esempio il 55% delle imprese analizzate nella ricerca Censis-AIP hanno innovato il sistema delle telecomunicazioni aziendali, sostituendo alla tradizionale linea telefonica il Voip (*Voice Over IP*), una tecnologia resa disponibile solo in tempi molto recenti.

Lo scenario consueto, delineato dalla lettura dei dati nazionali e internazionali sulle attività di R&S (poca ricerca, pochi ricercatori, scarso impegno delle imprese nell'innovazione), dovrebbe restituirci la realtà di un sistema paese in affanno, se non proprio in difficoltà, con una erosione costante di competitività e di quote di mercato. In realtà questi dati non riescono a cogliere l'esistenza di processi di sviluppo impliciti in molte imprese italiane di piccole dimensioni, specie quelle operanti nei settori tradizionali del *made in Italy*.

Il “cambio di passo” del Mezzogiorno: produzione di conoscenza e attrazione di risorse

La nuova programmazione dei Fondi strutturali riaccende le speranze per vedere finalmente avviata una fase di aggancio delle regioni meridionali ai flussi di crescita nazionali ed europei.



Il valore delle esportazioni di merci delle regioni obiettivo 1 sul Pil è rimasta a fine settennio praticamente ferma, anzi si osserva una leggera riduzione che ha portato al 9,9 la capacità di esportare (tab. 1), si riduce, nello stesso tempo, la capacità di esportare prodotti ad elevata o crescente produttività. Aumenta, sempre in maniera appena rilevante la capacità di attrazione dei consumi turistici, misurata attraverso le giornate di presenza esterna (3,4 giornate al 2006 per abitante contro le 3,3 al 2000), resta stabile la capacità innovativa in quanto la spesa in ricerca e sviluppo risulta ferma allo 0,8% del Pil.

La discontinuità necessaria del nuovo Quadro Strategico Nazionale 2007-2013 trova conferma anche nell'adozione del programma "Ricerca e competitività" in cui il Ministero dell'Università e della Ricerca e il Ministero dello Sviluppo Economico condividono il coordinamento degli interventi con in dote 6,2 miliardi di euro da spendere nel settennio in Campania, Puglia, Calabria e Sicilia (le regioni dell'obiettivo Convergenza). Dai contenuti del programma si ricavano fundamentalmente alcuni aspetti di novità orientati all'integrazione e all'interazione delle dinamiche di sviluppo che provengono, da un lato, dalla ricerca e dall'innovazione, e dall'altro dai segnali che il mercato, sia esso locale, nazionale o internazionale, trasferisce alle imprese e ai contesti produttivi.

Memorie digitali: l'innovazione che guarda al passato

Solo da pochi anni in Italia gli audiovisivi sono oggetto di progetti di recupero e valorizzazione secondo un'ottica per lo più aziendale, orientata alla salvaguardia dei propri materiali d'archivio per fini commerciali. Una salvaguardia con una forte ed indiscutibile valenza culturale che ha spinto anche le istituzioni ad occuparsi direttamente del fenomeno. Un'indagine del Censis, condotta insieme a VideoPlay, per conto del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e della Calt (Cassa Assistenza Lavoratori Troupes di scena) e della società Engineering ha esplorato il comparto audiovisivo della regione Lazio, una regione leader per l'audiovisivo italiano con circa il 40% degli occupati dell'intero comparto (percentuale che sale al 45% se si prende in considerazione il solo settore cinematografico). La ricerca del Censis si è addentrata, per la prima volta, ad indagare la presenza di archivi audiovisivi nelle imprese di settore. Ne è emersa una realtà consistente: una grande quantità di archivi audiovisivi legati alle industrie di settore e frutto organico del tipo di lavorazioni effettuate. Ben il 42% delle imprese rilevate afferma di possedere un archivio organizzato di materiale audiovisivo. Il dato è particolarmente significativo se si riflette sulla parcellizzazione a cui

è stato sottoposto il comparto che oggi conta un 20% di imprese individuali ed un ulteriore 28% costituito da imprese con un numero di addetti inferiore a 5.

Tra i materiali posseduti negli archivi audiovisivi si sono rinvenuti, oltre ai video e cinevideo, fotografie, Dvd, Cd e materiale cosiddetto di scarto quello, cioè, non utilizzato per il confezionamento del prodotto finale (tab. 3). Il materiale più numeroso è quello fotografico con una giacenza media di 3.926 fotografie per ciascun archivio che le possiede; ma molto più interessante è il dato sui video e cinevideo: una consistenza media di 3.070 “pezzi” di materiale filmato per ciascun archivio che, se moltiplicata per l’alta incidenza di questo genere di archivi nel comparto, si configura come un vero e proprio giacimento, sia nella sua accezione culturale che economico-produttiva.

La pubblica amministrazione on line

Nell’ambito del raggiungimento degli obiettivi fissati dalla strategia di Lisbona, l’iniziativa *i2010* attuata dalla Commissione Europea, persegue l’obiettivo di aumentare la partecipazione al processo democratico attraverso il contributo fornito dalle tecnologie dell’informazione e della comunicazione.

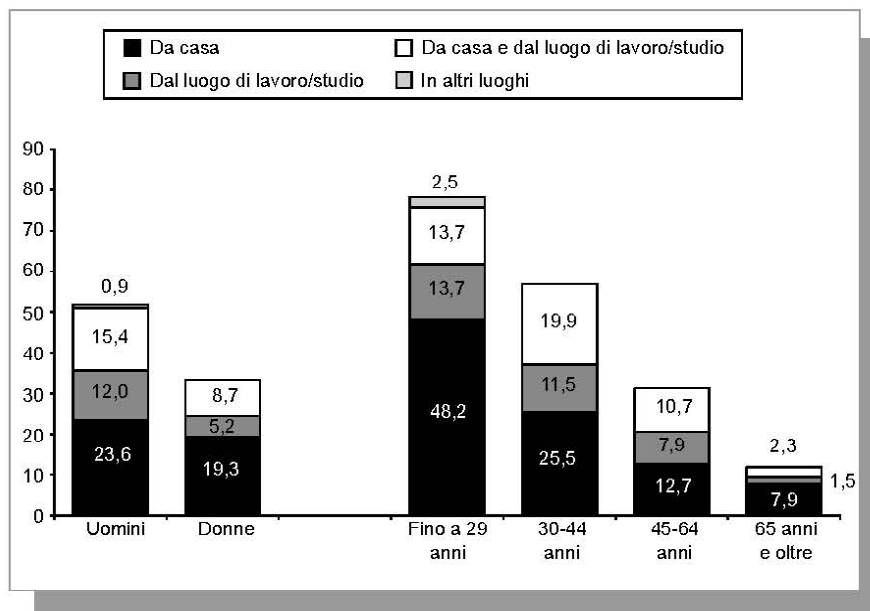
L’uso di queste tecnologie nella Pubblica Amministrazione migliora il rapporto con i cittadini e con le imprese in termini di efficienza dell’atto amministrativo, trasparenza dei procedimenti, adattamento ai bisogni ed alle richieste da parte dei cittadini ed imprese, maggiore rapidità nelle risposte fornite agli utenti.

Nell'erogazione *on line* di servizi pubblici di base, disponibili per i cittadini, l'Italia si colloca poco al di sotto della media europea (rispettivamente 36,4% e 36,8 %, tab. 13), ed è in dodicesima posizione nella graduatoria dell'Unione europea a 25 Stati. L'Isola di Malta detiene il valore più elevato nella realizzazione dei servizi *on line* per i cittadini con una percentuale dell'83,3%, seguita dal Regno Unito (80%), dall'Austria (70%) e dalla Svezia (63,6%).

Tuttavia, il nostro Paese non brilla nell’innovazione tecnologica delle funzioni che hanno un impatto diretto sui cittadini e sullo sviluppo locale. Dai dati sull’utilizzo di servizi di *e-government* da parte dei cittadini, l’Italia con il 16,1% si colloca al diciannovesimo posto nella graduatoria; il valore medio europeo è pari al 23,8%.

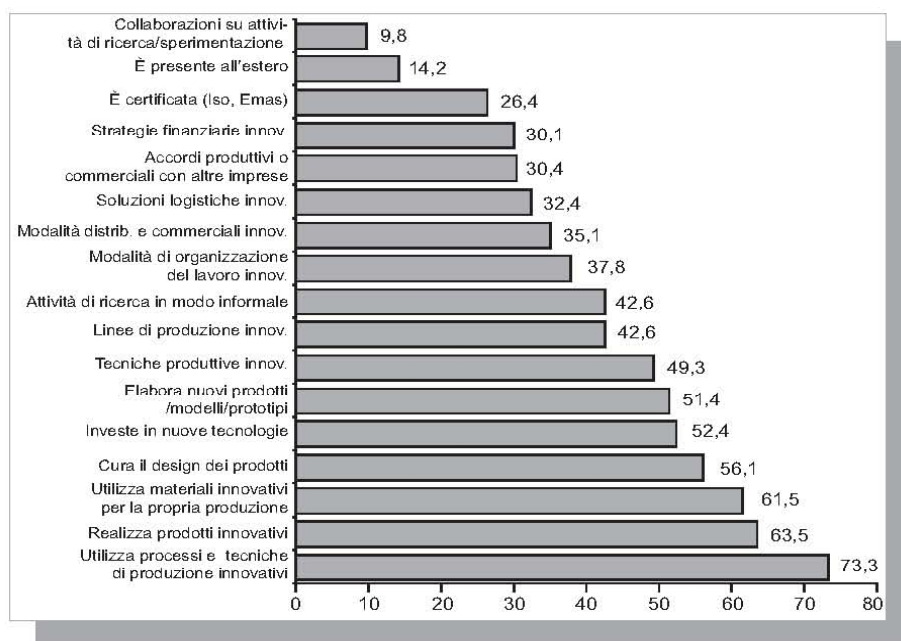
Per contro si verificano livelli interessanti di utilizzo di servizi pubblici disponibili *on line* per le imprese, in tal caso l'Italia occupa il terzo posto della graduatoria europea con l'87,5%, ben al di sopra della media europea (67,8%); è preceduta dall'Austria (100%) ed è a pari livello con Belgio, Danimarca, Spagna, e Svezia. Quanto all'utilizzo di servizi di *e-government* da parte delle imprese l'Italia raggiunge il terzo posto della graduatoria europea con 86,5%, preceduta dalla Danimarca (87,3%) e dalla Finlandia (92,8%).

Fig. 2 - Profilo demografico degli utenti internet in Italia e luogo di connessione (val. % sul totale popolazione italiana con più di 18 anni)



Fonte: indagine Censis, 2007

Fig. 8 - Tipologia adottata dalle piccole imprese che innovano (val. %)



Fonte: indagine Censis-Confartigianato, 2007

Tab. 1 - Le performance del Mezzogiorno nella Programmazione 2000-2006 dei Fondi strutturali.
Alcune variabili di rottura (val. % e var. %)

Variabili di rottura	2000	2006
Capacità di esportare (valore delle esportazioni di merci in % sul Pil)	10,0	9,9
Capacità di attrazione dei consumi turistici (giornate di presenza – italiani e stranieri – nel complesso degli esercizi ricettivi per abitante)	3,3	3,4
Capacità di attrazione di investimenti esteri (investimenti diretti lordi dall'estero su investimenti diretti netti in UE15, 0/00)	0,8	2,4
Capacità di esportare prodotti ad elevata o crescente produttività (quota % del valore delle esportazioni dei prodotti ad elevata crescita della domanda mondiale sul totale delle esportazioni)	35,3	35,0
Capacità innovativa (spesa sostenuta per attività di ricerca e sviluppo della PA, dell'Università e delle imprese pubbliche e private in % del Pil)	0,8	0,8

Fonte: Istituto per la Promozione Industriale, 2007

Tab. 3 - Tipologia dei materiali disponibili negli archivi delle imprese del comparto audiovisivo, nel Lazio, e numero medio di unità possedute (v.a. e val. %)

Fotografie	54%
<i>consistenza media</i>	<i>3.926</i>
Video-cinevideo	84%
<i>consistenza media</i>	<i>3.070</i>
Dvd, Cd	81%
<i>consistenza media</i>	<i>626</i>
Materiale di scarto	23%
<i>consistenza media</i>	<i>235</i>

Fonte: indagine Censis, 2007

Tab. 13 - Indicatori di e-government nei paesi europei, 2006 (val. % e posizione in graduatoria)

	Servizi pubblici di base per i cittadini completamente disponibili on line		Servizi pubblici di base per le imprese completamente disponibili on line		Utilizzo dei servizi di e-government da parte dei cittadini		Utilizzo dei servizi di e-government da parte delle imprese	
	2006 (%)	Rank	2006 (%)	Rank	2006 (%)	Rank	2006 (%)	Rank
Belgio	18,2	19	87,5	3	30,2	9	59,3	19
Repubblica Ceca	8,3	21	62,5	15	17,4	15	75,6	11
Danimarca	41,7	10	87,5	3	43,2	4	87,3	2
Germania	27,3	16	75	9	32,3	6	49,0	22
Estonia	63,6	4	100	1	28,6	10	69,1	14
Grecia	16,7	20	50	20	8,6	21	84,5	4
Spagna	33,3	14	87,5	3	24,7	13	58,1	20
Francia	58,3	7	75	9	-	-	65,8	15
Irlanda	30,0	15	75	9	25,7	11	84,4	5
Italia	36,4	12	87,5	3	16,1	19	86,5	3
Repubblica di Cipro	25,0	17	67,8	14	23,8	14	63,7	16
Lettonia	8,3	21	12,5	25	25,0	12	39,9	24
Lituania	25,0	17	62,5	15	12,7	20	76,1	10
Ungheria	50,0	9	50	20	16,8	16	44,9	23
Lussemburgo	8,3	21	37,5	22	45,8	3	82,7	6
Malta	83,3	1	62,5	15	16,2	18	-	-
Paesi Bassi	36,4	12	75	9	51,8	1	69,7	13
Austria	70,0	3	100	1	33,0	5	81,3	7
Polonia	8,3	21	37,5	22	5,8	22	60,9	17
Portogallo	41,7	10	84,5	8	16,5	17	60,3	18
Slovenia	58,3	7	75	9	30,5	8	74,5	12
Slovacchia	8,3	21	37,5	22	32,2	7	77,2	9
Finlandia	60,0	6	62,5	15	46,9	2	92,8	1
Svezia	63,6	4	87,5	3	-	-	80,1	8
Regno Unito	80,0	2	57,1	19	-	-	52,5	21
Unione Europea (25)	36,8	-	67,8	-	23,8	-	63,7	-

Fonte: elaborazione Censis su dati European Commission "Information Society and media"