

**Landesinstitut für Statistik**Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen
Tel. 0471 41 84 00 • Fax 0471 41 84 19<http://astat.provinz.bz.it> • astat@provinz.bz.itAuszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortlicher Direktor: Timon Gärtner**Istituto provinciale di statistica**Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano
Tel. 0471 41 84 00 • Fax 0471 41 84 19<http://astat.provincia.bz.it> • astat@provincia.bz.itRiproduzione parziale o totale autorizzata con la citazione della fonte (titolo ed edizione)
Pubblicazione quindicinale iscritta al Tribunale di Bolzano al n. 10 del 06.04.89
Direttore responsabile: Timon Gärtner

astatinfo

Nr. **32**

06/2017

Innovation in den Unternehmen

2012-2014

Innovation ist ein Schlüssel zum geschäftlichen Erfolg. Zwischen 2012 und 2014 haben 908 Unternehmen mit 10 oder mehr Beschäftigten Innovationstätigkeiten durchgeführt (auch innovationsaktive Unternehmen genannt). Das entspricht 44,2% der berücksichtigten Grundgesamtheit von 2.053 Unternehmen.

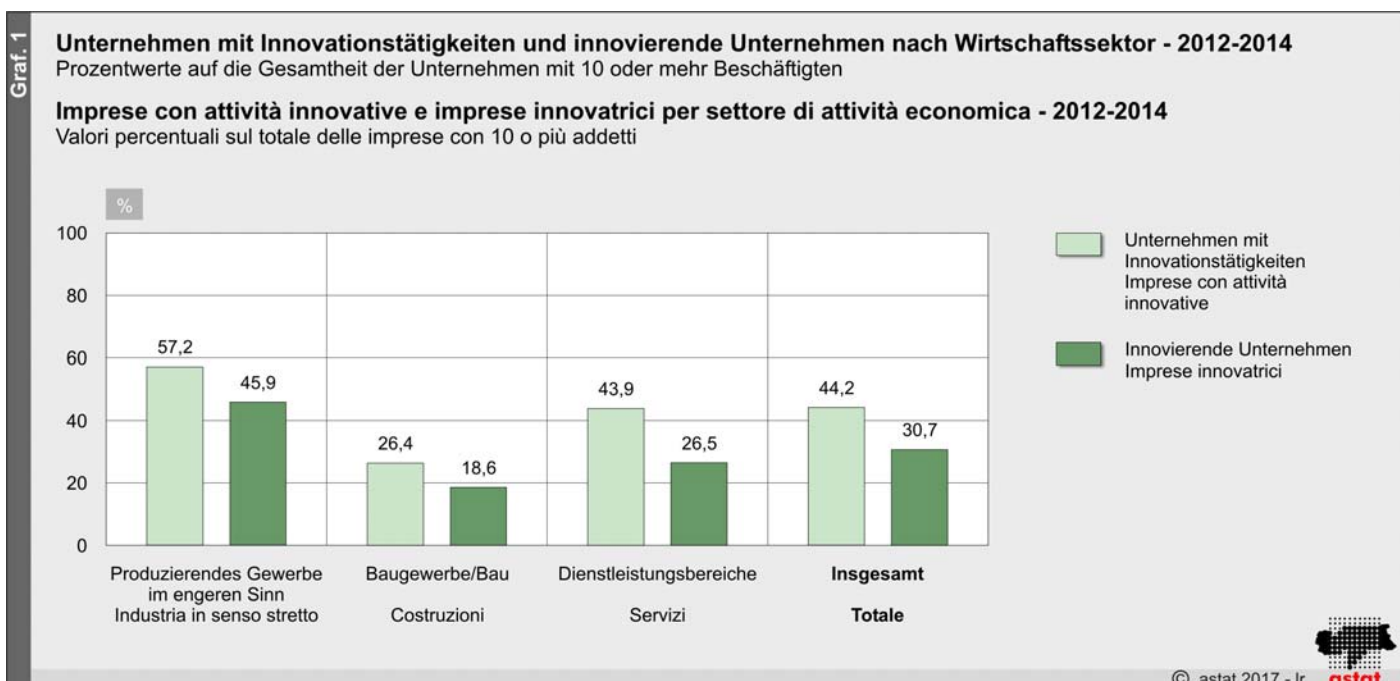
Als *Unternehmen mit Innovationstätigkeiten* gelten all jene Unternehmen, welche im Erhebungszeitraum

Innovazione nelle imprese

2012-2014

L'innovazione è considerata una chiave fondamentale per il successo aziendale. Tra il 2012 e il 2014 sono state 908 le imprese altoatesine con 10 o più addetti che hanno svolto attività di innovazione (anche chiamate imprese innovative). Tale cifra è pari al 44,2% dell'universo considerato (2.053 imprese).

Vengono considerate *imprese con attività innovative* tutte le imprese che hanno dichiarato di aver introdotto



entweder Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovationen eingeführt oder auf diese Innovationen abzielende Tätigkeiten durchgeführt haben. Es zählen auch die Unternehmen mit organisatorischen Innovationen und Marketinginnovationen dazu. Bei letzteren geht es um Tätigkeiten in Bezug auf die Betriebsführung, interne Arbeitsorganisation oder die Beziehungen nach außen sowie um Verkaufsstrategien und die Verbesserung der äußeren Merkmale und des Designs der Produkte. Sie werden auch als nicht technologische Innovationen bezeichnet. Als innovationsaktiv gelten alle Unternehmen mit abgeschlossenen, noch laufenden oder abgebrochenen Innovationstätigkeiten.

30,7% der Südtiroler Unternehmen sind innovierende Unternehmen

Von den 2.053 berücksichtigten Unternehmen haben 630 (30,7%) mindestens ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung oder einen neuen Prozess eingeführt oder Innovationstätigkeiten eingeleitet und gelten deshalb als *innovierende Unternehmen*.

908 (44,2%) dieser Grundgesamtheit haben *organisatorische Innovationen oder Marketinginnovationen* eingeführt. 278 (13,6%) Unternehmen gaben dabei an, ausschließlich diesen Typus von Innovation getätigt zu haben.

Auf gesamtstaatlicher Ebene ist sowohl der Anteil der Unternehmen mit Innovationstätigkeiten (44,6%) als auch jener der innovierenden Unternehmen (31,9%) höher, während Südtirol beim Anteil der Unternehmen mit ausschließlich organisatorischen Innovationen oder Marketinginnovationen mit 13,6% knapp über dem italienischen Wert von 12,7% liegt.⁽¹⁾

Betrachtet man die Wirtschaftssektoren, so zeigt sich, dass im *Produzierenden Gewerbe* der Anteil der innovierenden Unternehmen 34,7% beträgt. Innerhalb dieses Sektors weisen das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* und das *Baugewerbe* unterschiedliche Daten auf, einen Anteil von 45,9% und einen Anteil von 18,6%. In den *Dienstleistungsbereichen* beträgt der Anteil der innovierenden Unternehmen 26,5%, wobei der höchste Wert im Bereich *Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen* (35,1%) zu finden ist.

innovationen di prodotto, servizio o processo oppure svolto attività finalizzate all'introduzione di tali innovazioni. Vengono inoltre incluse in tale definizione anche le imprese con attività che implicano innovazioni di tipo organizzativo e di marketing. In questo caso si tratta di attività che interessano le pratiche di gestione aziendale, l'organizzazione interna del lavoro o le relazioni con l'esterno, nonché le strategie di vendita e il miglioramento delle caratteristiche esteriori e del design dei prodotti. Essi sono indicati come l'innovazione non tecnologica. Sono considerate innovative le imprese con attività di innovazione completate, in corso o abbandonate.

Il 30,7% delle imprese altoatesine sono imprese innovatrici

Delle 2.053 imprese considerate, 630 (30,7%) hanno introdotto almeno un nuovo prodotto, un nuovo servizio o un nuovo processo produttivo o intrapreso attività innovative e quindi si possono definire *imprese innovatrici*.

Le imprese che hanno introdotto *innovazioni organizzative o di marketing* sono 908, ovvero il 44,2% del totale. Il 13,6% (278 imprese) dichiara di aver introdotto solamente queste tipologie di innovazioni.

A livello nazionale è leggermente superiore sia la percentuale delle imprese che ha svolto attività di innovazione (44,6%), sia quella delle imprese innovatrici (31,9%), mentre l'Alto Adige in merito alla percentuale di imprese che ha introdotto solo innovazioni organizzative o di marketing (13,6%) si colloca leggermente sopra alla media nazionale (12,7%).⁽¹⁾

Osservando i settori di attività economica, nel macrosettore *Industria* le imprese innovatrici rappresentano il 34,7%. Al suo interno, i settori *Industria in senso stretto* e *Costruzioni* presentano dati non omogenei e vedono rispettivamente il 45,9% e il 18,6% di imprese innovatrici. Il macrosettore dei *Servizi* vede invece il 26,5% di imprese innovatrici, con punte del 35,1% nelle *Attività professionali, scientifiche e tecniche*.

(1) Die gesamtstaatlichen Ergebnisse wurden vom ISTAT in „L'innovazione nelle imprese - anni 2012-2014, Statistica report, 9 novembre 2016“ veröffentlicht. I risultati a livello nazionale sono stati pubblicati dall'ISTAT in "L'innovazione nelle imprese - anni 2012-2014, Statistica report, 4 novembre 2016".

Der Anteil der Unternehmen mit organisatorischen Innovationen oder Marketinginnovationen ist mit 36,1% in den *Dienstleistungsbereichen* am größten, wobei vor allem der Bereich *Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen* hervorsticht (46,0%). 29,5% der Unternehmen des *Produzierenden Gewerbes* haben Innovationen im Bereich Organisation und Marketing eingeführt. Innerhalb des Sektors zeigt sich, dass der Anteil der Unternehmen mit organisatorischen Innovationen oder Marketinginnovationen des *Produzierenden Gewerbes im engeren Sinn* (37,1%) fast doppelt so hoch ist wie im *Baugewerbe* (18,6%).

Während organisatorische Innovationen und Marketinginnovationen eher im Hintergrund ablaufen, betreffen die Produkt-, Dienstleistungs- und Prozessinnovationen direkt die Leistung oder Leistungserstellung. Aus diesem Grund wird der Fokus in den folgenden Abschnitten vor allem auf die innovierenden Unternehmen gelegt, also auf jene Unternehmen, die ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung oder einen neuen Prozess eingeführt haben.

La percentuale di imprese che ha introdotto innovazioni organizzative o di marketing è più alta nel settore dei *Servizi* con il 36,1%; sventa in particolare il comparto *Attività professionali, scientifiche e tecniche* (46,0%). Il 29,5% delle imprese dell'*Industria* ha introdotto innovazioni in ambito organizzativo e di marketing. Il confronto tra i settori mostra come la percentuale di imprese con innovazioni organizzative o innovazioni di marketing nel settore *Industria in senso stretto* (37,1%) sia doppia rispetto a quella che si registra nel settore delle *Costruzioni* (18,6%).

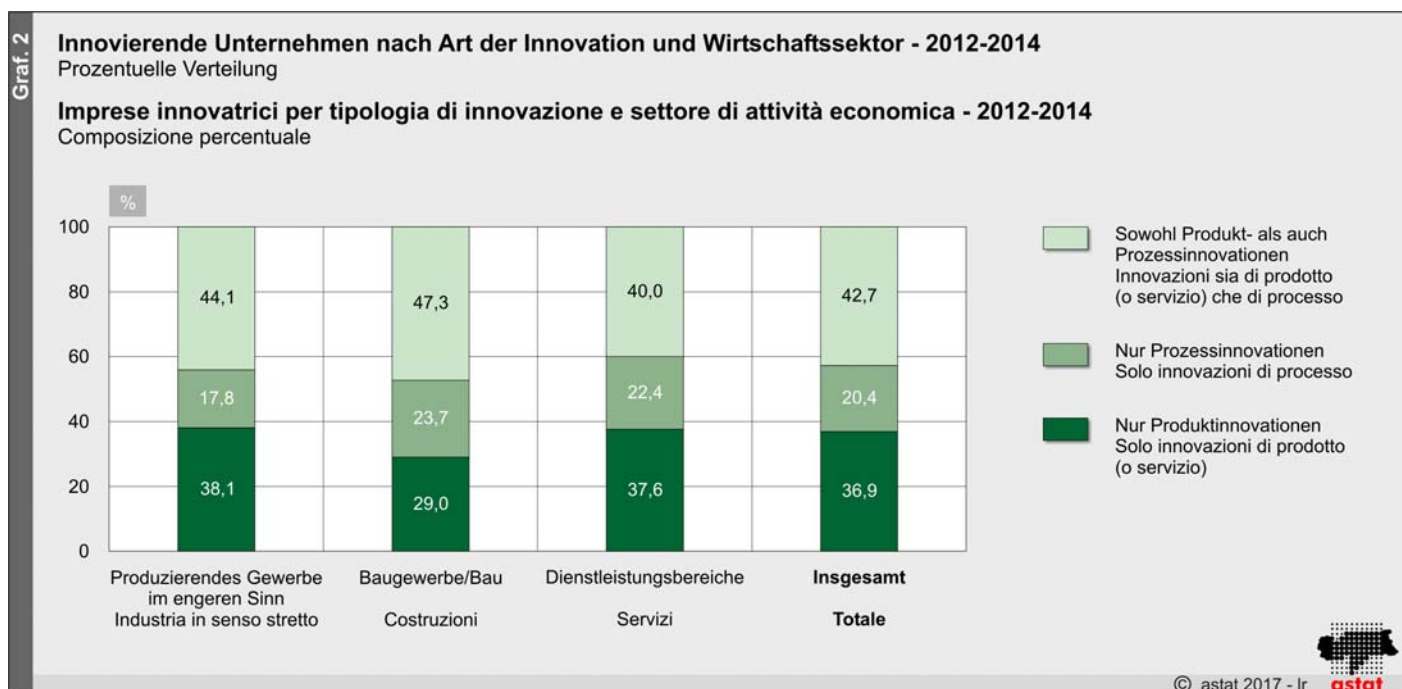
Mentre le innovazioni organizzative e di marketing rimangono in secondo piano, le innovazioni di prodotto, servizio o processo influenzano in modo diretto la produzione di beni o la fornitura di servizi. Per tale motivo nelle sezioni seguenti l'attenzione sarà focalizzata principalmente sulle imprese innovatrici che abbiano quindi introdotto un nuovo prodotto, un nuovo servizio o un nuovo processo produttivo.

Die Unternehmen führen gleichzeitig Produkt- und Prozessinnovationen ein

Le imprese introducono contemporaneamente innovazioni di prodotto e di processo

Betrachtet man nur jene Unternehmen, welche eine Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovation eingeführt haben, so zeigt sich auf gesamtstaatlicher und auf Landesebene eine deutliche Tendenz der Unternehmen, sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen einzuführen. 42,7% der Unternehmen haben sich für diese Art der „synchronen“ Innovation entschieden. Der Wirtschaftssektor mit dem höchsten Anteil gleichzeitiger Produkt- und Prozessinnovationen

Se si considerano solo le imprese che hanno introdotto innovazioni di prodotto, servizio o processo, a livello provinciale, come anche a livello nazionale, emerge chiaramente la tendenza delle imprese innovatrici ad innovare sia i prodotti (o servizi) che i processi di produzione. Il 42,7% delle imprese ha scelto questo tipo di innovazione congiunta. Il settore economico prevalente in cui si svolgono entrambe le innovazioni è quello delle *Costruzioni* (47,3%), mentre la percen-



sind das *Baugewerbe* (47,3%), jener mit dem niedrigsten Anteil hingegen die *Dienstleistungsbereiche* (40,0%).

In Südtirol haben 20,4% der Unternehmen nur in Innovationen für Produktionsprozesse investiert, wobei der Bereich *Handel, Transport und Gastgewerbe* mit 28,1% den höchsten Wert aufweist. 36,9% der Unternehmen haben nur in Innovationen von Produkten (oder Dienstleistungen) investiert. Hier weist besonders das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* einen hohen Wert auf (38,1%). Auf gesamtstaatlicher Ebene belaufen sich die Investitionen in Produkt- und Prozessinnovationen auf 46,5%. Die reinen Prozessinnovationen (27,5%) überwiegen knapp den Investitionen in Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen (26,0%).

tuale più bassa si registra nei *Servizi* (40,0%).

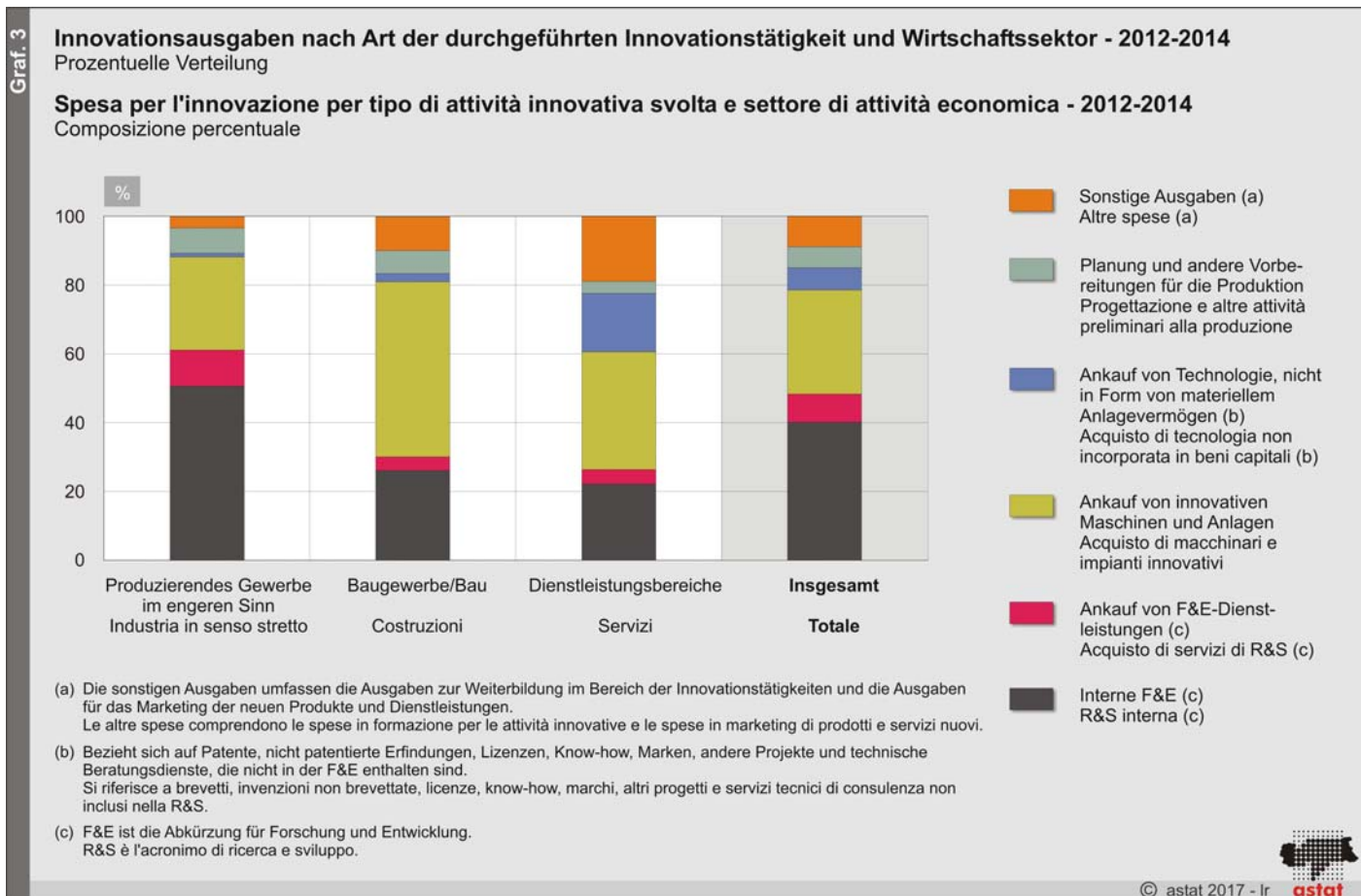
In Alto Adige gli investimenti per l'innovazione destinati ai soli processi di produzione riguardano il 20,4% delle imprese, con punte del 28,1% nel settore *Commercio, trasporti e alberghi*. Il 36,9% delle imprese ha investito unicamente in innovazioni di prodotto (o servizi), interessando in particolare il settore dell'*Industria in senso stretto* con il 38,1%. A livello statale, invece, l'adozione di investimenti innovativi combinati è pari al 46,5%, mentre quelli rivolti alle sole innovazioni di processo (27,5%) prevalgono di poco sugli investimenti destinati ai soli prodotti o servizi (26,0%).

Für Innovationen werden 4.550 Euro je Beschäftigten ausgegeben

La spesa per innovazione ammonta a 4.550 euro per addetto

Insgesamt geben die Unternehmen mit Innovationsaktivitäten im Jahr 2014 rund 199 Millionen Euro für Innovationen aus. Die durchschnittlichen Ausgaben je Beschäftigten betragen 4.550 Euro. Der Durchschnittswert unterscheidet sich jedoch stark zwischen den einzelnen Sektoren: Im *Produzierenden Gewerbe im engeren Sinn* steigt er auf 6.640 Euro, im *Baugewerbe* sinkt er auf 2.454 Euro. Die durchschnittlichen

La spesa complessivamente sostenuta dalle imprese per le attività innovative è di oltre 199 milioni di euro nel 2014. La spesa media per addetto ammonta a 4.550 euro. Essa varia notevolmente tra i settori: nell'*Industria in senso stretto* è pari a 6.640 euro per addetto, mentre nelle *Costruzioni* scende a 2.454 euro. Le imprese altoatesine sostengono un impegno finanziario medio per addetto decisamente inferiore rispetto



Ausgaben je Beschäftigten der Südtiroler Unternehmen sind deutlich niedriger als bei den Unternehmen auf gesamtstaatlicher Ebene (6.300 Euro).

In Bezug auf die Zusammensetzung der Ausgaben nach durchgeführter Art der Innovation entfällt der größte Teil auf betriebsinterne Forschung und Entwicklung, d.h. die Intra-muros-F&E (40,1%). Es folgen der Ankauf von innovativen Maschinen und Anlagen (30,3%) und der Erwerb von Dienstleistungen für Forschung und Entwicklung (8,2%).

Die Analyse der Wirtschaftssektoren zeigt, dass im *Produzierenden Gewerbe im engeren Sinn* die höchsten Ausgaben für die Intra-muros-F&E (50,6%) anfallen, im *Baugewerbe* und *Dienstleistungsbereich* hingegen, ist der Ankauf von innovativen Maschinen und Anlagen vorherrschend (50,9% und 34,2%).

alla media complessiva delle imprese italiane (6.300 euro).

Per quanto riguarda la composizione della spesa per tipo di attività innovativa svolta, la ricerca e sviluppo interna ha assorbito la quota più significativa di risorse ossia la R&S intra-muros (40,1%); seguono l'acquisto di macchinari e impianti innovativi (30,3%) e l'acquisto di servizi di ricerca e sviluppo (8,2%).

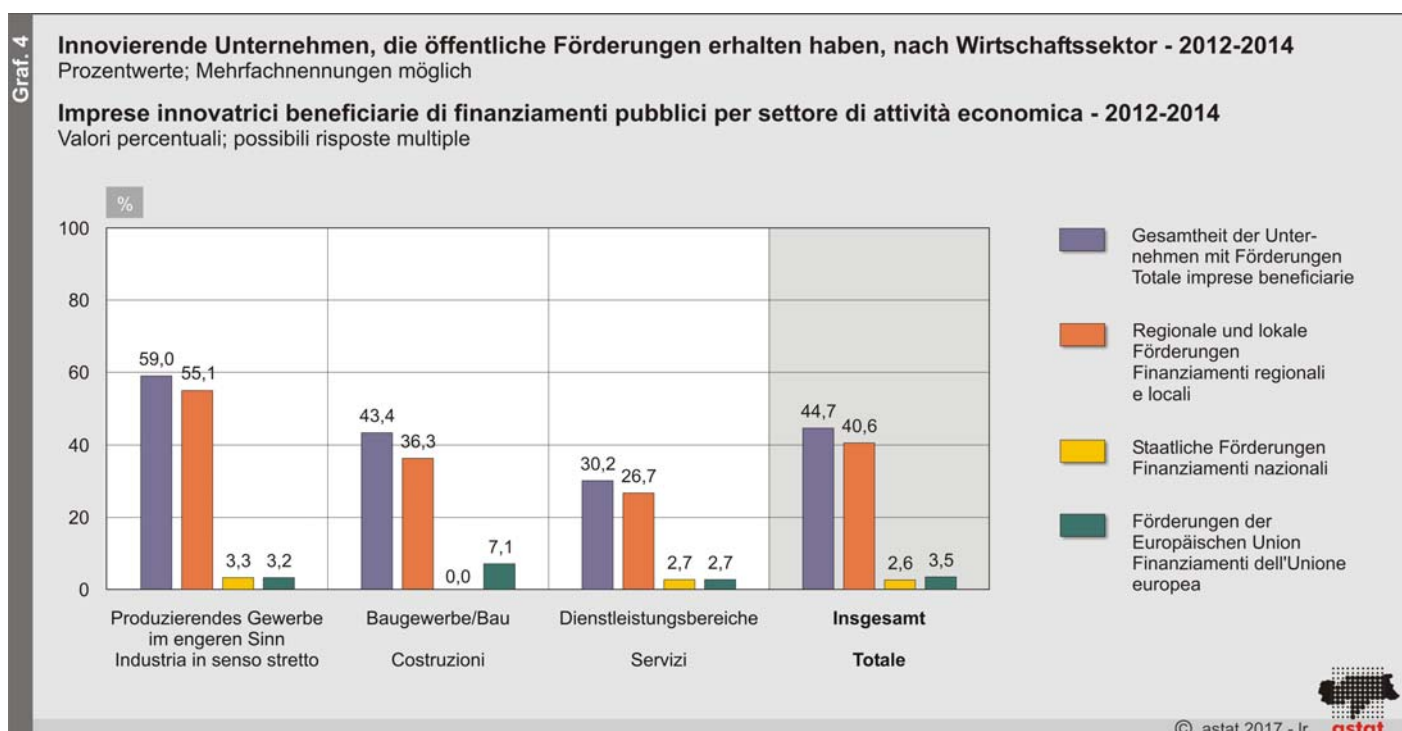
Osservando la suddivisione della spesa nei settori economici si nota che, mentre per l'*Industria in senso stretto* la spesa più rilevante si riferisce proprio alla spesa per la R&S intra-muros (50,6%), per le *Costruzioni* ed i *Servizi* è più consistente l'esborso per l'acquisto di macchinari e impianti innovativi (rispettivamente 50,9% e 34,2%).

44,7% der innovierenden Unternehmen haben eine Förderung durch die Landesverwaltung erhalten

Il 44,7% delle imprese innovatrici ha ricevuto delle sovvenzioni dall'amministrazione provinciale

In Bezug auf den Dreijahreszeitraum 2012-2014 haben 44,7% der Südtiroler innovierenden Unternehmen angegeben, öffentliche Förderungen für Innovationen in Anspruch genommen zu haben. Diese stammen überwiegend von den Lokal- oder Regionalverwaltungen (40,6%). Nur 2,6% der Unternehmen haben angegeben, staatliche Beiträge erhalten zu haben und ebenfalls 3,5% haben europäische Förderungen bezogen. Auf gesamtstaatlicher Ebene ist der Anteil der innovierenden Unternehmen, die eine öffentliche Inno-

Nel triennio 2012-2014 il 44,7% delle imprese innovatrici altoatesine ha dichiarato di aver beneficiato di un finanziamento pubblico per l'innovazione, proveniente soprattutto da amministrazioni locali o regionali (40,6%). Solo il 2,6% delle imprese innovatrici ha dichiarato di aver ricevuto incentivi nazionali e il 3,5% di aver beneficiato di un sostegno europeo. A livello nazionale, invece, la percentuale delle imprese innovatrici beneficiarie di un sostegno pubblico per l'innovazione scende vertiginosamente al 23,6%. Solo il



vationsförderung erhalten, deutlich geringer und beträgt 23,6%. Nur 17,6% der italienischen innovierenden Unternehmen beziehen eine Förderung von Seiten der Lokal- oder Regionalverwaltungen.

Der Sektor mit dem höchsten Förderungsanteil ist das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* (59,0% Förderungsempfänger). Es folgen das *Baugewerbe* (43,4%) und die *Dienstleistungsbereiche* (30,2%).

24,3% der innovierenden Unternehmen gehen Kooperationen für Innovationen ein

In Südtirol haben sich 24,3% der innovierenden Unternehmen auf eine Kooperation zur Durchführung von Innovationsprozessen eingelassen. Auf gesamtstaatlicher Ebene trifft dies auf 19,8% zu.

Die beliebtesten Kooperationspartner sind die Lieferanten von Anlagen, Material, Komponenten oder Software (51,1%), gefolgt von Beratungsfirmen, private F&E-Einrichtungen oder Laboratorien (42,6% der kooperierenden Unternehmen entscheiden sich dafür). 28,0% der innovierenden Unternehmen haben mit Mitbewerbern zusammengearbeitet, 26,8% mit anderen Unternehmen desselben Konzerns und nur 17,1% mit Kunden der Unternehmen. Die Abkommen mit öffentlichen Einrichtungen wie Universitäten oder andere höhere Bildungseinrichtungen (21,2%) und öffentliche F&E-Einrichtungen (20,9%) sind von einem Fünftel der zu innovierenden Unternehmen ausgewählt worden.

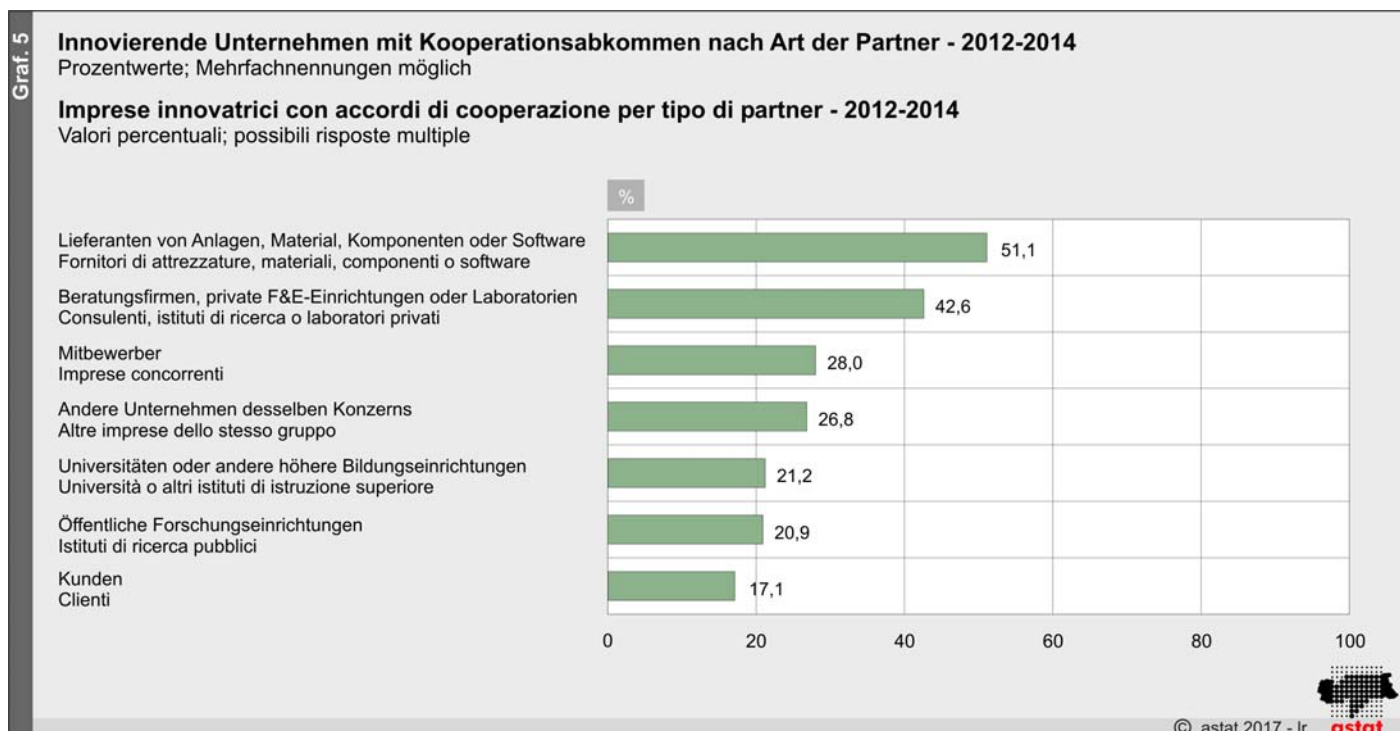
17,6% delle imprese innovatrici italiane riceve un sussidio da amministrazioni locali o regionali.

Il settore in cui le imprese ricevono maggiori sovvenzioni risulta quello dell'*Industria in senso stretto*, con il 59,0% di imprese beneficiarie. Seguono le imprese attive nelle *Costruzioni* (43,4%) e nei *Servizi* (30,2%).

Il 24,3% delle imprese innovatrici ha stretto accordi di cooperazione per l'innovazione

In Alto Adige il 24,3% delle imprese innovatrici è ricorso a forme di cooperazione nella gestione dei processi di innovazione. A livello nazionale il 19,8% delle imprese innovatrici è ricorso ad analoghe forme di cooperazione.

I partner preferiti sono stati i fornitori di attrezzature, materiali, componenti o software (51,1%), seguiti da consulenti, istituti di ricerca o laboratori privati (scelti dal 42,6% delle imprese cooperanti). Il 28,0% si è affidato alla cooperazione con imprese concorrenti, il 26,8% ha collaborato con altre imprese appartenenti allo stesso gruppo, mentre il 17,1% ha stretto delle partnership con i propri clienti. Gli accordi con i soggetti pubblici come università ed altri istituti di istruzione superiore (21,2%) ed istituti di ricerca pubblici (20,9%) sono stati scelti da un quinto delle imprese innovatrici.



Betrachtet man den Standort der beteiligten Subjekte, so überwiegen die Abkommen mit in Italien tätigen Subjekten (91,9% der innovierenden Unternehmen mit Kooperationsabkommen) und die Übereinkünfte mit Partnern aus der Europäischen Union (37,4%). Deutlich seltener werden Abkommen mit internationalen Subjekten geschlossen (z.B. 0,8% mit Partnern aus den USA).

Rispetto alla localizzazione dei soggetti coinvolti, sono prevalsi gli accordi con soggetti operanti in Italia (91,9% delle imprese con accordi di cooperazione) e le alleanze con partner dell'Europa (37,4%). Assai meno frequenti sono stati gli accordi con altri soggetti internazionali (ad esempio con partner degli USA 0,8%).

Knapp ein Fünftel des Umsatzes stammt aus dem Verkauf von neuen Produkten und Dienstleistungen

Diese Erhebung misst zudem den Umsatzanteil der für das *Unternehmen* neuen Produkte bzw. Dienstleistungen, die bereits auf dem Bezugsmarkt vorhanden sind, und den Umsatzanteil der für den *Markt* neuen Produkte bzw. Dienstleistungen, die erstmals auf dem Bezugsmarkt eingeführt werden.

Im Jahr 2014 erwirtschafteten die innovierenden Unternehmen in Südtirol 18,5% ihres Gesamtumsatzes mit dem Verkauf von, sowohl für das Unternehmen als auch für den Markt, neuen Produkten und Dienstleistungen. Davon entfallen etwa die Hälfte (8,3% des Gesamtumsatzes) auf die für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen. Auf gesamtstaatlicher Ebene erzielen die innovierenden Unternehmen nur

Quasi un quinto del fatturato deriva dalla vendita di nuovi prodotti e servizi

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

Nel 2014 in Alto Adige il fatturato delle imprese innovatrici derivante dalla vendita di prodotti e servizi nuovi (sia per l'impresa sia per il mercato) ammonta al 18,5% del loro fatturato totale. Di questo, quasi la metà (8,3% del fatturato totale) va attribuito ai prodotti e servizi nuovi per il mercato. A livello nazionale il fatturato ricavato dalla vendita di prodotti e servizi nuovi è stato pari solo al 14,6% del fatturato totale delle im-

Tab. 1

Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz nach Wirtschaftstätigkeit - 2014

Impatto dei prodotti e dei servizi nuovi sul fatturato per attività economica - 2014

WIRTSCHAFTSTÄTIGKEIT (ATECO 2007)	Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz (% am Gesamtumsatz der innovierenden Unternehmen) Quota di fatturato relativo ai prodotti e servizi nuovi (% sul fatturato totale delle imprese innovatrici)		Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz (% am Gesamtumsatz der innovierenden Unternehmen) Spesa per l'innovazione rispetto al fatturato (% sul fatturato totale delle imprese innovatrici)	ATTIVITÀ ECONOMICA (ATECO 2007)
	Insgesamt Totale	davon von für den Markt neuen Produkten und Dienstleistungen di cui con prodotti e servizi nuovi per il mercato		
PRODUZIERENDES GEWERBE	24,3	13,7	2,5	INDUSTRIA
Produzierendes Gewerbe im engeren Sinn	25,3	13,9	2,7	Industria in senso stretto
Verarbeitendes Gewerbe und Bergbau	0,0	0,0	9,7	Attività manifatturiere ed estrazione di minerali
Energieversorgung	24,6	12,9	2,8	Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata
Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen	12,1	0,2	0,2	Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento
Baugewerbe/Bau	17,6	12,1	0,9	Costruzioni
Baugewerbe/Bau	17,6	12,1	0,9	Costruzioni
DIENSTLEISTUNGSBEREICHE	13,5	3,7	1,1	SERVIZI
Handel; Reparatur von Kraftwagen und Kraftträdern	6,7	4,4	0,6	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli
Verkehr und Lagerung	23,0	2,6	0,8	Trasporto e magazzinaggio
Information und Kommunikation	16,2	2,9	6,2	Servizi di informazione e comunicazione
Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	34,4	0,6	1,8	Attività finanziarie e assicurative
Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	30,0	13,6	13,5	Attività professionali, scientifiche e tecniche
Insgesamt	18,5	8,3	1,7	Totale

Quelle: Istat, Erhebung zur Innovation in den Unternehmen. Jahre 2012-2014

Fonte: Istat, Rilevazione sull'innovazione nelle imprese. Anni 2012-2014

14,6% ihres Gesamtumsatzes über den Verkauf neuer Produkte und Dienstleistungen. 7,6% gehen auf für den Markt neue Produkte und Dienstleistungen zurück.

Der Anteil der für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz unterscheidet sich je nach Wirtschaftssektor. Den höchsten Anteil weist das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* auf (13,9%). Es folgen das *Baugewerbe* mit 12,1%, während die *Dienstleistungsbereiche* mit 3,7% den deutlichst, niedrigsten Wert im Vergleich zu den anderen Wirtschaftssektoren aufweisen.

Diese Prozentwerte erhalten eine ganz andere Bedeutung, wenn man auch die Innovationsausgaben, ebenfalls gemessen als Anteil am Umsatz, in Betracht zieht. 1,7% des Umsatzes werden in Innovationen investiert, die 18,5% des erwirtschafteten Umsatzes ausmachen⁽²⁾.

prese innovatrici italiane, di cui il 7,6% si riferisce a prodotti e servizi nuovi per il mercato.

L'incidenza nel fatturato dei prodotti-servizi nuovi per il mercato varia a seconda dei settori economici. La maggiore incidenza sul fatturato si ha nell'*Industria in senso stretto* (13,9%). Seguono il settore delle *Costruzioni* con un'incidenza del 12,1%, mentre quello dei *Servizi* con il 3,7% denota un valore decisamente inferiore rispetto a quello degli altri settori.

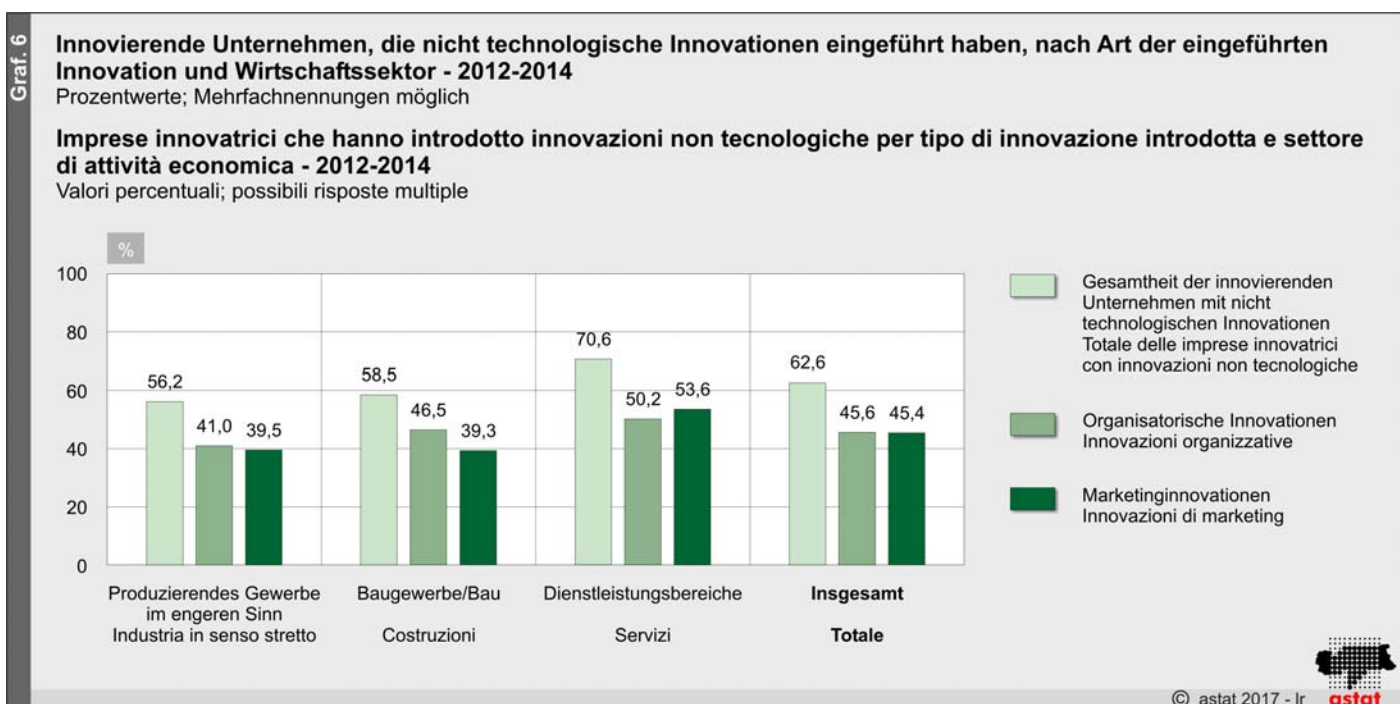
Tali percentuali assumono tutt'altro significato se si considera anche la quota di fatturato che si investe in innovazione. A fronte di un investimento dell'1,7% di fatturato in innovazione, si ha un ritorno economico, derivante dai nuovi prodotti, pari al 18,5% del volume d'affari⁽²⁾.

62,6% der Südtiroler innovierenden Unternehmen setzen auf organisatorische Innovation und/oder Marketinginnovation

Il 62,6% delle imprese innovatrici altoatesine ha adottato nuove soluzioni organizzative e/o di marketing

Zwischen 2012 und 2014 haben 62,6% der innovierenden Unternehmen auch nicht technologische Innovationen eingeführt (im Vergleich zu 50,9% der italienischen innovierenden Unternehmen). Dabei unterscheiden sich der Anteil der organisatorischen Neuerungen (45,6%) und der Marketinginnovationen (45,4%) kaum.

Tra il 2012 e il 2014 il 62,6% delle imprese innovatrici ha implementato anche innovazioni non tecnologiche (contro il 50,9% di quelle italiane); tra queste, si è registrata un'inclinazione pressoché equivalente tra l'introduzione di trasformazioni in campo organizzativo (45,6%) e l'implementazione di innovazioni di marketing (45,4%).



(2) Es wurden der Umsatz 2014, die Innovationsausgaben für dasselbe Jahr und der Umsatzanteil, der auf Innovationsprozesse im Zeitraum 2012-2014 zurückgeführt werden kann, bewertet. Si è valutato il fatturato 2014, la spesa per l'innovazione dichiarata per lo stesso anno e la parte di fatturato 2014 riconducibile ad un processo di innovazione nel triennio 2012-2014.

Betrachtet man die einzelnen Sektoren, so zeigt sich, dass vor allem innovierende Unternehmen der *Dienstleistungsbereiche* auch nicht technologische Innovationen einführen (70,6%). Im *Baugewerbe* als auch im *Produzierenden Gewerbe im engeren Sinn* ist diese Neigung nicht so stark (58,5% und 56,2%).

Ähnlich verhält es sich mit der Verteilung von organisatorischen Neuerungen und Marketinginnovationen. Während 50,2% der Unternehmen der *Dienstleistungsbereiche* organisatorische Innovationen und 53,6% Marketinginnovationen durchführen, sind es im *Baugewerbe* 46,5% bzw. 39,3%, und beim *Produzierenden Gewerbe im engeren Sinn* 41,0% bzw. 39,5%.

Innovationstätigkeit der Südtiroler Unternehmen nimmt tendenziell leicht ab

Im folgenden Abschnitt wird ein Vergleich der Innovationstätigkeit der Südtiroler Unternehmen im Zeitverlauf von 2006-2014 vorgenommen, wobei auf die innovierenden Unternehmen, die Innovationsausgaben der Unternehmen sowie den Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz eingegangen wird.⁽³⁾ Die Änderung der Definitionen zu Unternehmen mit Innovationstätigkeit und den innovierenden Unternehmen hat es dabei nötig gemacht, alte Werte teilweise neu zu berechnen.

Der Anteil der innovierenden Unternehmen nach der neuen Definition, d.h. einschließlich abgebrochener und nicht abgeschlossener Innovationen, hat zwischen 2008 und 2010 einen Anstieg verzeichnet (von 31,5% auf 31,9%), bevor er 2012 wieder zurückging (30,6%) und 2014 dasselbe Niveau erzielte (30,7%). Diese Entwicklungen der Südtiroler Unternehmen sind dabei nicht zuletzt auch unter dem Gesichtspunkt der Weltwirtschaftskrise 2008 zu sehen, welche Südtirol etwas zeitverzögert erreicht hat.

Auf gesamtstaatlicher Ebene zeigt sich ein anderes Bild: Der Anteil der innovierenden Unternehmen nach der neuen Definition ist vom Jahr 2008 bis zum Jahr 2012 kontinuierlich gestiegen (von 33,1% auf 33,7% auf 35,5%) doch im Jahr 2014 ist dieser Anteil stark gesunken bis auf einen Wert von 30,9%. Die unterschiedliche Entwicklung hängt damit zusammen, dass die Anzahl der innovierenden Unternehmen auf gesamtstaatlicher Ebene konstanter ist als die Anzahl der innovierenden Unternehmen in Südtirol. Gleichzeitig ist die Anzahl der gesamten italienischen Unternehmen mit 10 oder mehr Beschäftigten zwischen 2012

Considerando i singoli settori, si evidenzia come soprattutto le imprese innovatrici dei *Servizi* introducano anche innovazioni non tecnologiche (70,6%). La propensione è stata invece minore sia nel settore delle *Costruzioni* (58,5%) che in quello dell'*Industria in senso stretto* (56,2%).

La situazione è simile anche per ciò che riguarda la distribuzione di innovazioni organizzative e di marketing. Mentre il 50,2% delle aziende nel settore dei *Servizi* intraprende misure di innovazione organizzativa e il 53,6% innovazione di marketing, nelle *Costruzioni* sono il 46,5% e il 39,3%, mentre per il settore *Industria in senso stretto* i valori sono rispettivamente pari al 41,0% e al 39,5%.

L'attività di innovazione delle imprese altoatesine tende a diminuire leggermente

La sezione seguente fornisce un confronto delle attività di innovazione delle società altoatesine nel corso del periodo 2006-2014, in cui vengono analizzate le imprese innovative, la spesa per l'innovazione delle imprese e l'impatto percentuale di nuovi prodotti e servizi sul fatturato.⁽³⁾ La modifica della definizione delle imprese con attività di innovazione e quella di impresa innovativa hanno reso necessario il ricalcolo di parte dei valori presi in esame in precedenza.

La quota di imprese innovatrici rientranti all'interno della nuova definizione, vale a dire comprese le innovazioni interrotte e non completate, ha registrato un incremento tra il 2008 e il 2010 (dal 31,5% al 31,9%), per poi scendere di nuovo nel 2012 (30,6%) e confermarsi sui medesimi livelli nel 2014 (30,7%). Questo andamento delle imprese altoatesine può, non da ultimo, anche essere stato determinato in Alto Adige dalla crisi economica mondiale del 2008, i cui effetti si sono fatti sentire in maniera tardiva.

A livello nazionale la situazione è differente. La quota di imprese innovatrici è costantemente aumentata dal 2008 al 2012 (dal 33,1% al 33,7% e poi al 35,5%), per poi subire una brusca diminuzione nel 2014, anno in cui è scesa al 30,9%. Ciò è dovuto al fatto che il numero di imprese innovatrici a livello statale è più costante rispetto a quello delle imprese innovatrici dell'Alto Adige. Allo stesso tempo, il numero totale delle imprese italiane con 10 o più dipendenti tra il 2012 e il 2014 è sceso molto più rapidamente rispetto a quanto avvenuto in provincia di Bolzano, dove invece si è registrato un lieve incremento durante questo

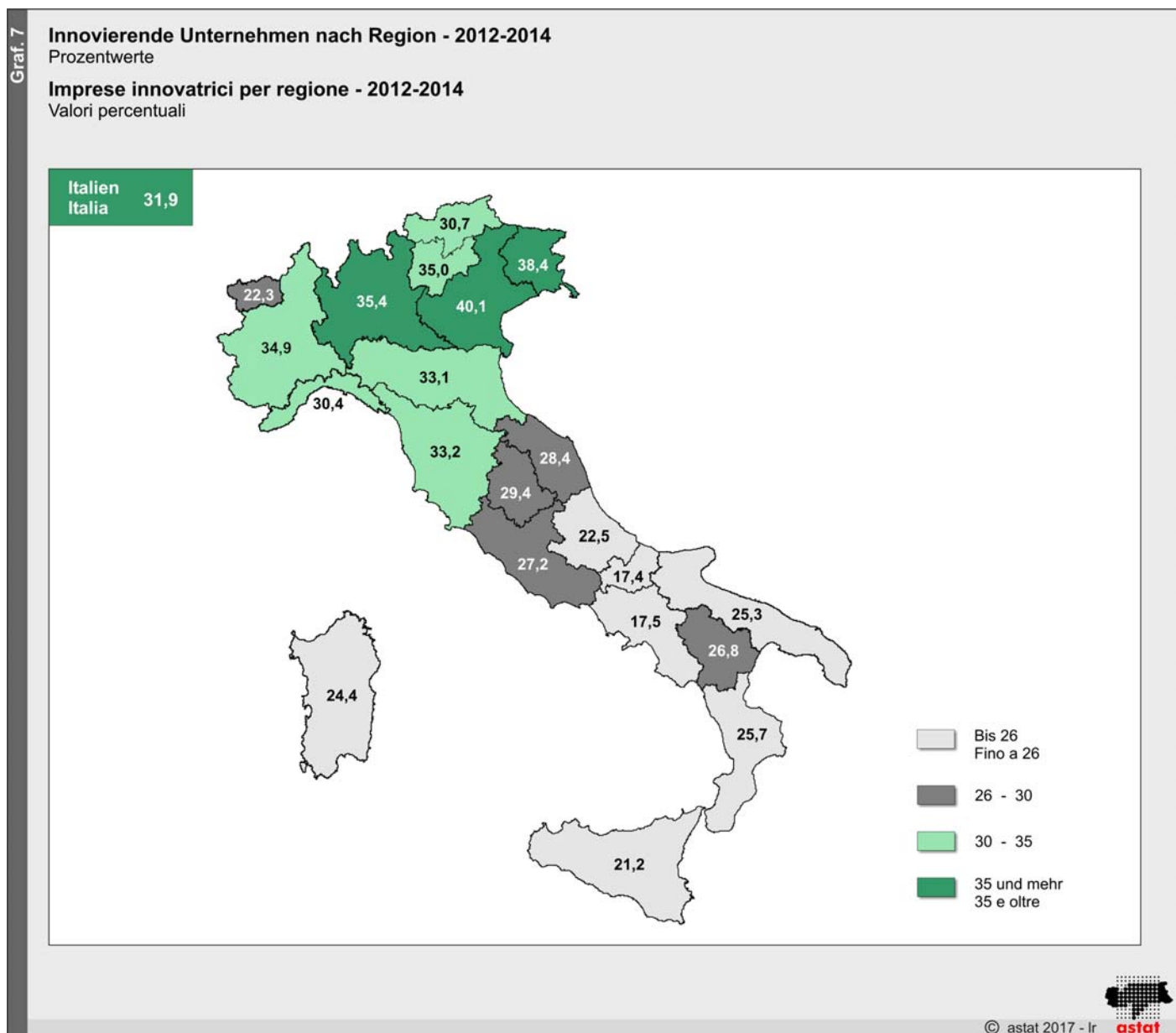
(3) Zur Vereinfachung und besseren Lesbarkeit wird im Folgenden jeweils nur das letzte Erhebungsjahr der Dreijahreszeiträume 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 und 2012-2014 angeführt. Die Werte beziehen sich aber immer auf den gesamten Erhebungszeitraum. Per semplificare e rendere più leggibile il testo viene indicato solamente l'ultimo anno dei trienni 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 e 2012-2014. I valori si riferiscono comunque sempre sull'intero periodo di rilevazione.

und 2014 stärker gesunken als jene der Südtiroler Unternehmen, welche in diesem Zeitraum sogar einen leichten Anstieg verzeichnen konnten. Die Regionen mit dem höchsten Anteil an innovierenden Unternehmen 2014 sind Venetien (40,1%), Friaul-Julisch Venetien (38,4%), die Lombardei (35,4%) und die Autonome Provinz Trient (35,0%).

Die gesamten Innovationsausgaben der Südtiroler Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten weisen im Zeitvergleich einen Rückgang auf. Gaben die Unternehmen 2008 noch 294 Millionen Euro für Innovationstätigkeiten aus, so waren es 2010 nur mehr 225 Millionen Euro, 2012 knapp 215 Millionen Euro und 2014 nur mehr 199 Millionen Euro. Auch die Ausgaben je Beschäftigten haben sich leicht, aber kontinuierlich verringert (von 7.103 Euro im Jahr 2008 auf 6.799 Euro im Jahr 2010 auf 6.321 Euro im Jahr 2012). Im Jahr 2014 ist nochmals ein weiterer, bedeutsamer Rückgang zu verzeichnen, es wurde ein Wert von 4.550 Euro erreicht.

periodo. Le regioni con la quota di imprese innovatrici più elevata nel 2014 sono risultate Veneto (40,1%), Friuli-Venezia Giulia (38,4%), Lombardia (35,4%) e Provincia Autonoma di Trento (35,0%).

L'intera spesa per l'innovazione delle imprese altoatesine con 10 o più dipendenti è diminuita nel corso degli anni. Nel 2008 infatti le imprese hanno speso 294 milioni per le attività di innovazione, 225 milioni di euro nel 2010 e 215 milioni di euro nel 2012; 199 milioni nel 2014. La spesa per dipendente è anch'essa diminuita, leggermente ma costantemente (dai 7.103 euro del 2008 ai 6.799 euro del 2010 fino ai 6.321 euro del 2012), per poi registrare un calo più consistente proprio nel 2014, quando ha fatto segnare un valore di 4.550 euro.



Gesamtstaatlich zeigt sich sowohl bei den Gesamtausgaben für Innovationstätigkeiten als auch bei den Ausgaben je Beschäftigten von 2008 auf 2010 ein Anstieg, bevor 2012 ein deutlicher Rückgang der Ausgaben zu verzeichnen ist, der auch im Jahr 2014 zu erkennen ist. Verglichen mit dem gesamtstaatlichen Niveau ergibt sich dabei, dass die Ausgaben insgesamt und pro Beschäftigten in Südtirol zwischen 2010 und 2014 deutlich weniger gesunken sind als in Italien.

Der Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz der Südtiroler Unternehmen mit Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen beträgt im Jahr 2010 28,0%, 2014 ging er auf 18,5% zurück. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch für den Anteil der für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen, welcher zwischen 2010 und 2012 von 14,2% auf 14,0% leicht sank, 2014 hingegen fiel er auf 8,3% zurück. Diese Entwicklungen sind unter anderem auf die Abnahme der Innovationsausgaben der Südtiroler Unternehmen zurückzuführen, deren Anteil am Umsatz sich zwischen 2012 und 2014 von 1,9% auf 1,7% verringerte. Im Jahr 2010 betrug dieser Prozentwert 2,5%.

Die Entwicklung des Anteils der neuen Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz der italienischen Unternehmen verlief ähnlich, wenngleich mit größeren Schwankungen. Der Anteil der für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz ist dabei auf nationaler Ebene von 2012 auf 2014 weitaus stärker gesunken (von 12,0% auf 7,6%).

Anmerkungen zur Methodik

Die vorliegende Studie veröffentlicht die Hauptergebnisse der europäischen Erhebung über Innovation in den Unternehmen des Produzierenden Gewerbes und der Dienstleistungsbereiche CIS 2014 (Community Innovation Survey). In Südtirol führt das ASTAT diese Erhebung durch. Die Daten, welche mit einem Online-Fragebogen erhoben werden und den Dreijahreszeitraum 2012-2014 betreffen, beziehen sich vor allem auf die Art der eingeführten Innovation, die Innovationsausgaben, den Anteil der neuen Produkte oder Dienstleistungen am Umsatz, die Informationsquellen und die Kooperationsabkommen für Innovation.

Der Erhebungsbereich umfasst alle Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten im Jahresdurchschnitt, die im Produzierenden Gewerbe und in den Dienstleistungsbereichen tätig sind.

Es handelt sich um eine Stichprobenerhebung bei den Unternehmen mit 10 bis 249 Beschäftigten und um eine Vollerhebung bei jenen mit mindestens 250 Beschäftigten. Für die repräsentative Stichprobe der Südtiroler Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten werden die Unternehmen anhand einer nach Wirtschaftstätigkeit und Unternehmensgröße geschichteten Zufallsauswahl ermittelt. Die Erhebung wurde auf der methodischen Basis des OECD-weit gültigen Oslo-Handbuchs in der Fassung der dritten Auflage des

A livello nazionale le spese per le attività relative all'innovazione dal 2008 al 2010 hanno fatto registrare un aumento sia nella spesa per attività di innovazione nel suo insieme che in termini di spesa per addetto, prima che nel 2012 si verificasse un significativo calo della spesa, confermato anche nel 2014. In Alto Adige tra il 2010 e il 2014 sia le spese totali che quelle per addetto sono diminuite in maniera molto più pesante rispetto a quanto avvenuto su base nazionale.

La percentuale dei nuovi prodotti e servizi sul fatturato totale delle imprese altoatesine che hanno introdotto innovazioni di prodotto o di servizio è arrivata fino al 28,0% nel 2010, salvo poi ridiscendere al 18,5% nel 2014. Un quadro simile emerge anche per la percentuale relativa ai prodotti ed ai servizi nuovi per il mercato, che nel 2010 ha toccato quota 14,2%, salvo diminuire dapprima leggermente fino al 14,0% nel 2012, per poi crollare all'8,3% del 2014. Questi sviluppi possono essere ricondotti in buona parte alla diminuzione della spesa per l'innovazione delle imprese altoatesine, la cui quota sul fatturato si è assottigliata dall'1,9% all'1,7% nel periodo tra il 2012 ed il 2014. Nel 2010 tale quota aveva toccato il 2,5%.

Lo sviluppo della percentuale di ricavi creata da nuovi prodotti e servizi sul totale è stata simile anche a livello italiano. La percentuale di nuovi prodotti e servizi sul mercato delle vendite totali tra il 2012 e il 2014 ha subito infatti una frenata molto evidente (dal 12,0% al 7,6%) a livello nazionale.

Nota metodologica

Il presente studio diffonde i principali risultati della rilevazione europea sull'innovazione nelle imprese industriali e dei servizi CIS 2014 (Community Innovation Survey), condotta in Alto Adige dall'ASTAT. Le informazioni, rilevate mediante questionario online e riferite al triennio 2012-2014, riguardano principalmente il tipo di innovazione introdotta, la spesa sostenuta per le attività innovative svolte dall'impresa, la quota di fatturato derivante da prodotti o servizi nuovi, le fonti di informazione e gli accordi di cooperazione per l'innovazione.

Il campo di osservazione dell'indagine è costituito dalle imprese con almeno 10 addetti medi annui, attive nei settori dell'industria e dei servizi.

La rilevazione è campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti e censuaria per quelle con almeno 250 addetti. Il campione rappresentativo delle imprese altoatesine con meno di 250 addetti seleziona le imprese attraverso un campionamento stratificato per settori di attività e dimensione aziendale. La rilevazione si basa sui principi del manuale di Oslo, valido a livello di tutti i Paesi OCSE, terza edizione, anno 2005 ("Oslo manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 3rd edition"), per cui garantisce

Jahres 2005 durchgeführt („Oslo manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 3rd edition“), wodurch auch ein hohes Maß an Vergleichbarkeit mit den entsprechenden Innovationsdaten im gesamten EWR gewährleistet ist.

Das Statistische Archiv der aktiven Unternehmen (ASIA) ist das Bezugsverzeichnis für die Stichprobeneinheiten. Die Stichprobe der Erhebung über den Dreijahreszeitraum 2012-2014 umfasst 1.369 Unternehmen. Insgesamt sind 704 Fragebögen tatsächlich verwendbar, also 51,4% der theoretischen Stichprobe. Die Stichprobe ist repräsentativ in Hinblick auf die Grundgesamtheit der Erhebung, die 2.053 Unternehmen umfasst.

Die Genauigkeit der Schätzungen sowie das daraus abgeleitete Konfidenzintervall variieren bei den einzelnen Fragen. Bei dieser Anzahl müsste der Schätzwert mit 95%iger Sicherheit innerhalb eines absoluten Fehlers von 3,0 Prozentpunkten liegen (Hypothese $p=0,5$). Bei der Ermittlung der Endgewichte wurden die direkten Gewichte anhand der Gesamtwerte der bekannten gesamten Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen kalibriert (Quelle ASIA).

Glossar

Beschäftigter

Person, die in einer Wirtschaftseinheit als selbstständig oder unselbstständig Beschäftigter (Vollzeit, Teilzeit oder Ausbildungsvertrag) arbeitet, auch wenn sie vorübergehend abwesend ist (aus Dienstgründen, aufgrund von Urlaub, Krankheit, Arbeitsunterbrechung, Überstellung in Lohnausgleichskasse usw.). Dazu gehören der/die direkt an der Betriebsführung beteiligte/n Betriebsinhaber, die Genossenschaftler (Genossenschaftsmitglieder, die als Entgelt für ihre Leistung eine der geleisteten Arbeit entsprechende Entlohnung und einen Anteil am Betriebsgewinn erhalten), die mitarbeitenden Familienangehörigen (Verwandte oder Verschwägerter des Inhabers, welche ohne vertraglich festgelegte Entlohnung arbeiten), die Führungskräfte, leitenden Angestellten, Angestellten, Arbeiter und Lehrlinge. Die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten im Jahr wird berechnet, indem die Summe der am Ende jedes Monats beschäftigten Personen durch zwölf dividiert wird.

Statistisches Archiv der aktiven Unternehmen (Asia)

Es ist das Archiv der aktiven Wirtschaftseinheiten, das unter Einhaltung der EG-Verordnung Nr. 2186/93 des Rates vom 22. Juli 1993 über die „innergemeinschaftliche Koordination des Aufbaus von Unternehmensregistern für statistische Verwendungszwecke“ erstellt wurde. Das Asia-Archiv ist eine amtliche Quelle zur Struktur der Unternehmensgesamtheit und zu seiner Entwicklung, die alle Unternehmen und die jeweiligen statistischen Merkmale erfasst. Dazu werden Daten aus Verwaltungsquellen öffentlicher Körperschaften oder privater Gesellschaften und aus statistischen Quellen verwendet. Die wichtigsten verwendeten Verwaltungsquellen sind die Archive der Agentur für Einnahmen des Wirtschafts- und Finanzministeriums (Steuerregister, jährliche Erklärungen der indirekten Steuern, Erklärungen der regionalen Wertschöpfungssteuer, Branchenkennzahlen), die Handelsregister der Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammern und die damit

ein hohes Maß an Vergleichbarkeit mit den entsprechenden Innovationsdaten im gesamten EWR gewährleistet ist.

La lista di riferimento per le unità campionate è l'Archivio statistico delle imprese attive (ASIA). Il campione della rilevazione riferito al triennio 2012-2014 è costituito da 1.369 imprese. I questionari effettivamente utilizzati sono stati 704, pari al 51,4% del campione teorico. Il campione dei rispondenti è rappresentativo della popolazione di riferimento dell'indagine, costituita da 2.053 imprese.

La precisione delle stime, insieme all'intervallo di confidenza che ne deriva, varia da domanda a domanda, ma in generale, con tale numerosità, è al 95% di certezza contenuta in 3,0 punti percentuali di errore assoluto (ipotesi $p=0,5$). Per la costruzione dei pesi finali, i pesi diretti sono stati calibrati tramite i totali noti del numero complessivo di imprese e addetti (fonte ASIA).

Glossario

Addetto

Persona occupata in un'unità giuridico-economica, come lavoratore indipendente o dipendente (a tempo pieno, a tempo parziale o con contratto di formazione lavoro), anche se temporaneamente assente (per servizio, ferie, malattia, sospensione dal lavoro, Cassa integrazione guadagni ecc.). Comprende il titolare/i dell'impresa partecipante/i direttamente alla gestione, i cooperatori (soci di cooperative che, come corrispettivo della loro prestazione, percepiscono un compenso proporzionato all'opera resa ed una quota degli utili dell'impresa), i coadiuvanti familiari (parenti o affini del titolare che prestano lavoro manuale senza una prefissata retribuzione contrattuale), i dirigenti, quadri, impiegati, operai e apprendisti. Il numero medio annuo degli addetti va calcolato dividendo per 12 la somma del personale occupato alla fine di ciascun mese.

Archivio Statistico delle Imprese Attive (Asia)

È l'archivio delle unità economiche attive, costituito in ottemperanza al Regolamento Cee n. 2186/93 del 22 luglio 1993 del Consiglio relativo al "coordinamento comunitario dello sviluppo dei registri di imprese utilizzati a fini statistici". L'Archivio Asia rappresenta una fonte ufficiale sulla struttura della popolazione di imprese e sulle sue dinamiche, che individua l'insieme delle imprese, ed i relativi caratteri statistici, integrando informazioni desumibili sia da fonti amministrative, gestite da enti pubblici o da società private, sia da fonti statistiche. Le principali fonti amministrative utilizzate sono gli archivi gestiti dall'Agenzia delle Entrate per il Ministero dell'Economia e delle Finanze (l'Anagrafe Tributaria, le dichiarazioni annuali delle imposte indirette, le dichiarazioni dell'imposta regionale sulle attività produttive, gli Studi di Settore); i registri delle imprese delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura e gli archivi collegati dei soci delle Società di Capitale e delle "Persone"

verbundenen Archive der Mitglieder von Kapitalgesellschaften und der entsprechenden Gesellschaftsorgane (Verwaltungsrat, Aufsichtsrat), die Archive des Nationalen Instituts für Sozialfürsorge über die Beitragspositionen der Beschäftigten der Unternehmen und die Beitragspositionen der Handwerker und Kaufleute; Verzeichnis der Telefonanschlüsse, das Archiv der konsolidierten Gesamtrechnungen und Jahresabschlüsse, das Archiv der Kreditinstitute, das von der Banca d'Italia geführt wird, und das Archiv der Versicherungsgesellschaften des Isvap. Zu den statistischen Quellen zählen hingegen die Erhebung der Arbeitsstätten der Unternehmen (IULGI) und die Struktur- und Konjunkturerhebungen des Istat zu den Unternehmen.

Wirtschaftstätigkeit (Klassifikation Ateco 2007)

Dabei handelt es sich um die Produktion von Gütern oder Dienstleistungen, die dann stattfindet, wenn Ressourcen wie Anlagen, Arbeit, Produktionstechniken, Informations- oder Produktionsnetzwerke eingesetzt werden, um Güter oder Dienstleistungen herzustellen. Zum Zweck der Erhebung statistischer Informationen werden die Unternehmen nach vorwiegender Wirtschaftstätigkeit gemäß einer internationalen Nomenklatur klassifiziert. Auf europäischer Ebene sind dies die Nace Rev. 2 und in Italien die Ateco 2007. Werden in einem Unternehmen mehrere Wirtschaftstätigkeiten ausgeübt, wird die vorwiegende anhand der Wertschöpfung oder, falls diese Angaben nicht verfügbar sind, anhand des Umsatzes, der durchschnittlichen Beschäftigtenzahl im Jahr, der Personalaufwendungen oder anhand der Bruttoentlohnungen bestimmt.

Unternehmen mit Innovationstätigkeiten (innovationsaktiv)

Unternehmen, das angibt, im Bezugszeitraum der Erhebung Tätigkeiten durchgeführt zu haben, die auf die Entwicklung oder Einführung von Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovationen sowie organisatorischen Innovationen oder Marketinginnovationen abzielen. Darunter fallen auch die Unternehmen mit noch laufenden Tätigkeiten, die bis Ende 2014 nicht abgeschlossen wurden und die Unternehmen, die im Bezugszeitraum der Erhebung Innovationsprojekte in Angriff genommen, aber diese mit Ende 2014 aufgegeben haben.

Innovierende Unternehmen

Innovierende Unternehmen sind Unternehmen, welche eine Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovation eingeführt oder auf diese Innovationen abzielende Tätigkeiten durchgeführt haben, unabhängig davon, ob diese zum Jahresende 2014 noch nicht abgeschlossen oder vorher abgebrochen worden waren. Zusätzlich kommt es nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen diese Innovation bereits eingeführt hat. Wesentlich ist die Beurteilung aus Unternehmenssicht.

Technologische Innovationen

Zu den technologischen Innovationen zählen Produkt-, Dienstleistungs- und Prozessinnovationen.

Produktinnovation

Die Produktinnovationen sind Markteinführungen von neuen oder wesentlich verbesserten Produkten oder Dienstleistungen in technischer und funktioneller Hinsicht, in Bezug auf die Verwendung von Materialien und Bestandteilen, in Bezug auf die Leistung, einfache Bedienung usw. Diese Innovationen unterscheiden sich von den normalerweise vom

con cariche sociali; gli archivi dell'Istituto Nazionale di Previdenza Sociale, relativamente alle posizioni contributive dei dipendenti delle imprese e a quelle degli artigiani e commercianti; l'archivio delle utenze telefoniche; l'archivio dei bilanci consolidati e di esercizio; l'archivio degli istituti di credito gestito dalla Banca d'Italia e l'archivio delle società di assicurazioni gestito dall'Isvap. Le fonti statistiche comprendono, invece, l'indagine sulle unità locali delle grandi imprese (IULGI) e le indagini strutturali e congiunturali che l'Istat effettua sulle imprese.

Attività economica (classificazione della Ateco 2007)

È la combinazione di risorse - quali attrezzature, manodopera, tecniche di fabbricazione, reti di informazione o di prodotti - che porta alla creazione di specifici beni o servizi. Ai fini della produzione dell'informazione statistica, le attività economiche sono classificate secondo una nomenclatura internazionale che a livello europeo è denominata Nace Rev. 2 e in Italia Ateco 2007. Quando nell'ambito di una stessa unità sono esercitate più attività economiche, la prevalenza è individuata sulla base del valore aggiunto ovvero, in mancanza di tale dato, sulla base del fatturato, del numero medio annuo di addetti, delle spese per il personale o delle retribuzioni lorde.

Impresa con attività innovative

Impresa che ha dichiarato di aver svolto nel triennio di riferimento dell'indagine attività finalizzate allo sviluppo o all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio o processo, nonché organizzative o di marketing. Sono incluse in questa categoria le imprese innovatrici; le imprese con attività ancora in corso e non concluse alla fine del 2014; le imprese che nel triennio di riferimento dell'indagine hanno avviato progetti di innovazione che sono stati poi abbandonati alla fine del 2014.

Impresa innovatrice

Impresa che ha introdotto con successo sul mercato o nel proprio processo produttivo innovazioni di prodotto, servizio o processo nel triennio passato o intrapreso attività finalizzate a tali tipologie di innovazione, indipendentemente dal fatto che esse non siano state concluse entro la fine del 2014 oppure siano state interrotte. Non è rilevante se un'altra impresa ha già introdotto tale innovazione. Essenziale è la valutazione da parte dell'impresa stessa.

Innovazioni tecnologiche

Tra le innovazioni tecnologiche rientrano le innovazioni di prodotto o di servizio e le innovazioni di processo.

Innovazioni di prodotto

Le innovazioni di prodotto o di servizio consistono nell'introduzione sul mercato di prodotti o di servizi nuovi o significativamente migliorati) in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, uso di materiali e componenti, prestazioni, facilità d'uso, ecc. Queste innovazioni differiscono rispetto ai prodotti e servizi correntemente realizzati e offerti sul mer-

Unternehmen produzierten und angebotenen Produkten und Dienstleistungen. Die Produktinnovation muss nicht unbedingt Produkte und Dienstleistungen umfassen, die für den Markt, auf dem das Unternehmen tätig ist, neu sind. Es genügt, dass die Produkte und Dienstleistungen für das Unternehmen, das sie einführt, neu sind. Die Produktinnovationen können vom Unternehmen selbst oder von anderen Unternehmen oder Einrichtungen entwickelt werden. Nicht zu den Produktinnovationen zählen: nur am Rande veränderte Produkte; die routinemäßigen Änderungen und die regelmäßigen Änderungen an bestehenden Produkten und Dienstleistungen; die normalen saisonalen Änderungen und sonstigen zyklischen Wechsel (wie bei den Kleiderkollektionen); die Anpassung von Produkten an die Erfordernisse einzelner Kunden; Veränderungen der äußeren Merkmale oder des Designs, welche keine Änderungen der technischen und funktionellen Merkmale des Produktes bewirken; der reine Weiterverkauf von Produkten und Dienstleistungen, die bei anderen Unternehmen angekauft wurden.

Prozessinnovation

Die Prozessinnovationen umfassen die Anwendung neuer oder wesentlich verbesserter Produktions- und Vertriebs-technologien sowie technischer Supporttätigkeiten zur Produktion. Diese Innovationen werden eingeführt, um die betrieblichen Tätigkeiten effizienter zu gestalten, die Qualitätsstandards und die Produktionsflexibilität zu verbessern oder die Gefahr von Umweltschäden und das Risiko von Arbeitsunfällen zu verringern. Nicht zu den Prozessinnovationen zählen: nur am Rande veränderte Prozesse; Steigerung der Produktionskapazitäten durch Einsatz von Produktions- oder Vertriebssystemen, die sehr ähnlich sind wie die bereits verwendeten.

Nicht technologische Innovationen

Dabei handelt es sich um Innovationen, die nicht notwendigerweise mit der Verwendung von neuen Technologien zusammenhängen und nur indirekt die Leistung oder Leistungserstellung betreffen. Die nicht technologischen Innovationen werden in organisatorische Innovationen und Marketinginnovationen unterteilt.

Organisatorische Innovationen

Die organisatorischen Innovationen bewirken bedeutende Änderungen in der Unternehmens- und Arbeitsorganisation sowie neue Strategien im PR-Bereich und in den Beziehungen zu anderen Unternehmen und öffentlichen Institutionen. Nicht zu den betrieblichen Innovationen zählen: Änderungen der Unternehmensstrategie, sofern sie nicht mit bedeutenden betrieblichen Änderungen einhergehen; neue Technologien, die nur in einem Unternehmensbereich eingeführt werden (z.B. in der Produktion).

Marketinginnovationen

Die Marketinginnovationen betreffen: die Anwendung neuer Verkaufspraktiken für Produkte und/oder Dienstleistungen; neue Werbetechniken oder neue Preispolitik für Produkte und Dienstleistungen, die dazu dienen, den Verkaufserfolg von Produkten und Dienstleistungen, die bereits auf dem Markt sind oder auf neuen Märkten eingeführt werden sollen, zu steigern; die Einführung bedeutender Änderungen der äußeren Merkmale der Produkte oder der Verpackung von Produkten und/oder Dienstleistungen. Nicht zu den Marketinginnovationen zählen: marginale Änderungen von bereits früher durchgeführten Marketinglösungen; Änderungen von Marketingansätzen, um saisonale Angebote

cato dall'impresa. L'innovazione di prodotto non deve necessariamente consistere in prodotti o servizi nuovi per il mercato in cui opera l'impresa; è infatti sufficiente che prodotti e servizi risultino nuovi per l'impresa che li introduce. L'innovazione di prodotto o di servizio può essere sviluppata dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni. Le innovazioni di prodotto o servizio escludono: i prodotti modificati solo marginalmente; le modifiche di routine e le modifiche periodiche apportate a prodotti e servizi esistenti; le normali modifiche stagionali e altri cambiamenti ciclici (come per le linee di abbigliamento); la personalizzazione dei prodotti diretta a rispondere alle esigenze di specifici clienti; le variazioni nelle caratteristiche estetiche o nel design di un prodotto che non determinano alcuna modifica nelle caratteristiche tecniche e funzionali dello stesso; la semplice vendita di nuovi prodotti o servizi acquistati da altre imprese.

Innovazioni di processo

Le innovazioni di processo consistono nell'adozione di tecniche di produzione, sistemi di logistica, metodi di distribuzione di prodotti o attività di supporto alla produzione. Tali innovazioni sono introdotte al fine di rendere l'attività aziendale economicamente più efficiente, migliorare gli standard di qualità e la flessibilità produttiva o ridurre i pericoli di danni all'ambiente e i rischi di incidenti sul lavoro. Le innovazioni di processo escludono: i processi modificati solo marginalmente; l'incremento delle capacità produttive mediante l'applicazione di sistemi di fabbricazione o di logistica molto simili a quelli già adottati.

Innovazioni non tecnologiche

Sono innovazioni non necessariamente legate all'utilizzo di nuove tecnologie e che interessano solo in maniera indiretta la produttività. Le innovazioni non tecnologiche si dividono in innovazioni organizzative e innovazioni di marketing.

Innovazioni organizzative

Le innovazioni organizzative comportano mutamenti significativi nelle pratiche di organizzazione dell'impresa e nei metodi di organizzazione del lavoro, nonché nuove strategie organizzative nelle relazioni pubbliche, con altre imprese o istituzioni pubbliche. Le innovazioni organizzative escludono: i mutamenti nelle strategie aziendali, salvo che non siano accompagnati da cambiamenti organizzativi significativi; le nuove tecnologie introdotte in una sola divisione aziendale (ad esempio, nel reparto produzione).

Innovazioni di marketing

Le innovazioni di marketing riguardano: l'adozione di nuove pratiche di commercializzazione dei prodotti e/o servizi; le nuove tecniche di promozione pubblicitaria o nuove politiche dei prezzi dei prodotti e servizi finalizzate ad aumentare il successo commerciale dei prodotti o servizi già offerti sul mercato, oppure mirate all'apertura di nuovi mercati; l'introduzione di modifiche significative nelle caratteristiche estetiche dei prodotti o nel confezionamento di prodotti e/o servizi. Le innovazioni di marketing escludono: le variazioni marginali a pratiche di marketing già svolte in precedenza; le variazioni a pratiche di marketing dettate dall'esigenza di lanciare promozioni stagionali; la pubblicità, salvo che non

zu bewerben; Werbung, sofern sie sich nicht zum ersten Mal neuer Medien bedient.

Für das Unternehmen neue Produkte

Das sind jene Produkte, die in Bezug auf die bestehende Produktpalette des Unternehmens neu sind, aber bereits auf dem Bezugsmarkt des Unternehmens von Konkurrenzunternehmen angeboten werden.

Für den Markt neue Produkte

Das sind jene Produkte, die nicht nur für das Unternehmen neu sind, sondern auch für seinen Bezugsmarkt aus räumlicher Sicht (Region, Staat, Europa usw.) oder aus Sicht des Warenangebots (Art der verkauften Produkte/Dienstleistungen).

si avvalga per la prima volta dell'utilizzo di nuovi media.

Prodotti nuovi per l'impresa

Sono quei prodotti nuovi rispetto alla gamma di prodotti precedentemente venduti dall'impresa, ma già presenti sul suo mercato di riferimento, in quanto già introdotti da imprese concorrenti.

Prodotti nuovi per il mercato

Sono quei prodotti nuovi non solo per l'impresa, ma anche per il suo mercato di riferimento, inteso in termini geografici (regionale, nazionale, europeo, ecc.) o in termini merceologici (tipologia di prodotti/servizi venduti).

Hinweise für die Redaktion:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Stefano Podda, Tel. 0471 41 84 52.

Nachdruck, Verwendung von Tabellen und Grafiken, fotomechanische Wiedergabe - auch auszugsweise - nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Indicazioni per la redazione:

Per ulteriori informazioni si prega di rivolgersi a Stefano Podda, tel. 0471 41 84 52.

Riproduzione parziale o totale del contenuto, diffusione e utilizzazione dei dati, delle informazioni, delle tavole e dei grafici autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo ed edizione).