

3.1.6. Analisi della capacità innovativa

Fonti di innovazione di prodotto

Per quanto riguarda la dimensione "Capacità Innovativa" è stato possibile rilevare in primo luogo come Alfa attinga da un'unica fonte, quella del personale tecnico e di ricerca, per lo sviluppo di nuovi prodotti (Tabella 4.2). In particolare il coinvolgimento di questa sola categoria, tra l'ampia platea di soggetti possibili (direzione generale, personale tecnico, personale commerciale, clienti, imprenditore), denota un eccessivo orientamento alla produzione che potrebbe non consentire una corretta ricezione degli stimoli provenienti sia dall'ambiente micromarketing che dalle altre fonti interne all'impresa.

Tabella 4.2 – Le fonti di idee per lo sviluppo di nuovi prodotti

Fonti di idee per lo sviluppo di nuovi prodotti	Linea di prodotto camicie	Linea di prodotto pantaloni
Direzione generale - casa madre		
Idee del personale tecnico e di ricerca	X	X
Idee del personale commerciale di vendita		
Idee proposte da parte del cliente		
Imitazione dei concorrenti		
Consulenti		
Fornitori		
Suggerimenti da parte di università e centri di ricerca		
Società collegate		
Idea personale dell'imprenditore		

Fonte: Nostre elaborazioni su questionario di rilevazione e su intervista al vertice imprenditoriale (2004)

Risorse interne/esterne impiegate

Accanto a questa considerazione, il dato contenuto nella Tabella 4.3 misura in termini quantitativi il numero del personale tecnico addetto allo sviluppo del campionario; ci preme ricordare come questo valore sia qui utilizzato al fine di dimensionare, anche se in modo parziale, la rilevanza della dimensione "innovazione" all'interno dell'impresa analizzata. In particolare emerge che Alfa si avvalga di un addetto (su un organico complessivo di 15 addetti) per sviluppare il proprio campionario; in via sintetica il gruppo di ricerca ritiene che questo valore sia in linea con il dimensionamento medio del distretto e con la dimensione attuale d'impresa. Dall'analisi dei costi relativi ai tecnici preposti allo sviluppo del campionario e alle

consulenze estere si desume che nel 2003 l'impresa Alfa ha investito nell'innovazione circa l'1,8% del suo fatturato.

Tabella 4.3 – Risorse interne ed esterne impiegate per lo sviluppo del campionario

Anni	Numero di tecnici addetti allo sviluppo del campionario	Costo dei tecnici addetti allo sviluppo del campionario (a)	Costo delle consulenze esterne per lo sviluppo del campionario (b)	Totale Costi (a+b)
2001	1	€ 50.000	€ 3.900	€ 53.900
2002	1	€ 53.000	€ 23.800	€ 76.800
2003	1	€ 60.000	€ 49.700	€ 109.700

Fonte: Nostre elaborazioni su questionario di rilevazione e su intervista al vertice imprenditoriale (2004)

Rilevanza dell'innovazione

Dall'analisi delle attività di ricerca poste in essere da Alfa emerge come l'impresa, nell'ultimo triennio, si sia concentrata sulle lavorazioni intermedie (orditura e tessitura) e sulla nobilitazione (Tabella 4.4). Al di là della rilevazione dell'ambito specifico di ricerca presidiato da Alfa è interessante notare come le risorse impiegate per sviluppare queste attività siano di natura prevalentemente esterne. Tale condizione, che si lega al dimensionamento del personale tecnico, non è tuttavia sostenuta da alcuna collaborazione formalizzata con strutture e soggetti esterni (enti, laboratori-centri di ricerca accreditati e Università).

Tabella 4.4 – Ambiti di ricerca e risorse

Area	Specificare l'ambito della ricerca	Risorse		
		Prevalentemente interne	Interne con l'apporto di soggetti esterni	Prevalentemente esterne
Materie prime/semilavorati (es: trattamenti su filati)				
Lavorazione intermedie (es: orditura, tessitura)	Orditura Tessitura			X
Lavorazioni finali (es: tintoria e nobilitazione)	Nobilitazione			X

Fonte: Nostre elaborazioni su questionario di rilevazione e su intervista al vertice imprenditoriale (2004)

La tabella 4.5 presenta infine le agevolazioni finanziarie fruite dall'impresa Alfa nell'ultimo triennio.

Tabella 4.5 – Agevolazioni Finanziarie su progetti di ricerca e sviluppo

Anno	Riferimento normativo dell'agevolazione
2001	Legge 488/92 + Legge 140/97
2002	F.I.T. (Fondo Innovazione Tecnologica – art. 14 L. 46/82)
2003	Sviluppo precompetitivo Legge 598/94

Fonte: Nostre elaborazioni su questionario di rilevazione e su intervista al vertice imprenditoriale (2004)

Sintesi e giudizio della Capacità Innovativa dell'impresa Alfa

L'analisi delle dimensioni che spiegano l'efficacia esterna dell'impresa Alfa è riportata nella sottostante tabella di sintesi.

Tabella di Sintesi 1

Dimensioni e indicatori della Capacità Innovativa	Score	Valore
Fonti di innovazione di prodotto	1,25	Negativo
Numerosità fonti		Adeguito
Tipologia di fonte		Negativo
Risorse interne/esterne impiegate	3,75	Positivo
Risorse umane		Adeguito
Risorse finanziarie		Positivo
Rilevanza dell'innovazione	3,75	Positivo
Area dell'innovazione		Lav. Int.die e Finali
Soggetti esterni coinvolti		Negativo
Tipologia di agevolazione finanziaria		Positivo
Ricerca e Innovazione (Media)	2,92	Adeguito → Positivo

La lettura congiunta dei valori suggerisce le seguenti considerazioni:

1. Fonti di innovazione di prodotto: è auspicabile un aumento della numerosità delle fonti e innalzamento della qualità tipologica in quanto di origine prevalentemente interna (idee del personale tecnico)
2. Risorse interne/esterne impiegate: l'impresa si colloca nella media settoriale che vede per tale di tipologia di imprese un tecnico adibito allo sviluppo del campionario mentre le risorse finanziarie impiegate appaiono elevate (1,8% sul fatturato)
3. Rilevanza dell'innovazione: l'impresa ha operato nelle tre principali aree di ricerca: materie prime, lavorazioni intermedie e lavorazioni finali ed ha costantemente nell'arco del triennio svolto a vario

titolo differenti tipologie di ricerca. Da mettere in rilievo l'attività di ricerca condotta nel 2002 attraverso la realizzazione di un progetto F.I.T.

Nel complesso l'azienda si colloca su un valore sintetico pari a 2,92 che esprime una discreta capacità dell'impresa di sviluppare innovazione e ricerca.