

CAMERA DI COMMERCIO
Industria Artigianato Agricoltura
Macerata

Il sostegno all'innovazione nelle Marche

Elvio Ciccardini
Università di Camerino

Obiettivi del Progetto

- Individuare delle “aree di azione” nelle quali poter intervenire a livello istituzionale per:
 - valorizzare l'offerta esistente di servizi a sostegno dell'innovazione
 - creare complementarità di intervento
 - favorire l'incontro tra domanda e offerta
 - evitare sprechi di risorse in servizi a scarso valore aggiunto

Presupposto metodologico

“Quali soggetti
possono concorrere a favorire
le imprese marchigiane
in progetti innovativi?”

A chi può rivolgersi l'impresa innovatrice?

1. Imprese:

- clienti, fornitori, concorrenti e produttori di beni complementari
- imprese specializzate nell'offerta di “Servizi alle Imprese”

2. Università

3. Organizzazioni No Profit private

4. Parchi Scientifici e Tecnologici

L'offerta di servizi a sostegno dell'innovazione: gli attori



Condizioni necessarie

- Capacità di assorbimento (Choen e Leviathan, 1990)
- Ricerca interna verso forme stabili di collaborazione
- Network collaborativi

Offerta privata

- Imprese clienti, fornitori, concorrenti
 - Forme di collaborazione?
 - Quali rapporti? Quali attività?
- Analisi Settore Servizi alle Imprese
 - Dimensione del settore
 - Qualità dei servizi offerti?
 - Servizi proposti verso sostegno alla competitività?

Clienti Fornitori Concorrenti e Produttori di beni complementari

- Nessun riscontro di forme di collaborazione strutturata
- Clienti, Fornitori: scambio di informazioni input al cambiamento

Potenziali ambiti di intervento

- Come favorire forme di collaborazione tra imprese?
 - Progettualità comune
 - Condivisione e scambio di risorse
 - Formalizzazione
 - Adattamento Organizzativo
- Collaborazione verso miglior posizionamento competitivo

Servizi alle Imprese

- Attività Immobiliari
- Informatica e Attività Connesse
- Noleggio Macchinari e Attrezzature Senza Operatore
- Attività di Ricerca e Sviluppo
- Altre Attività Professionali e Imprenditoriali

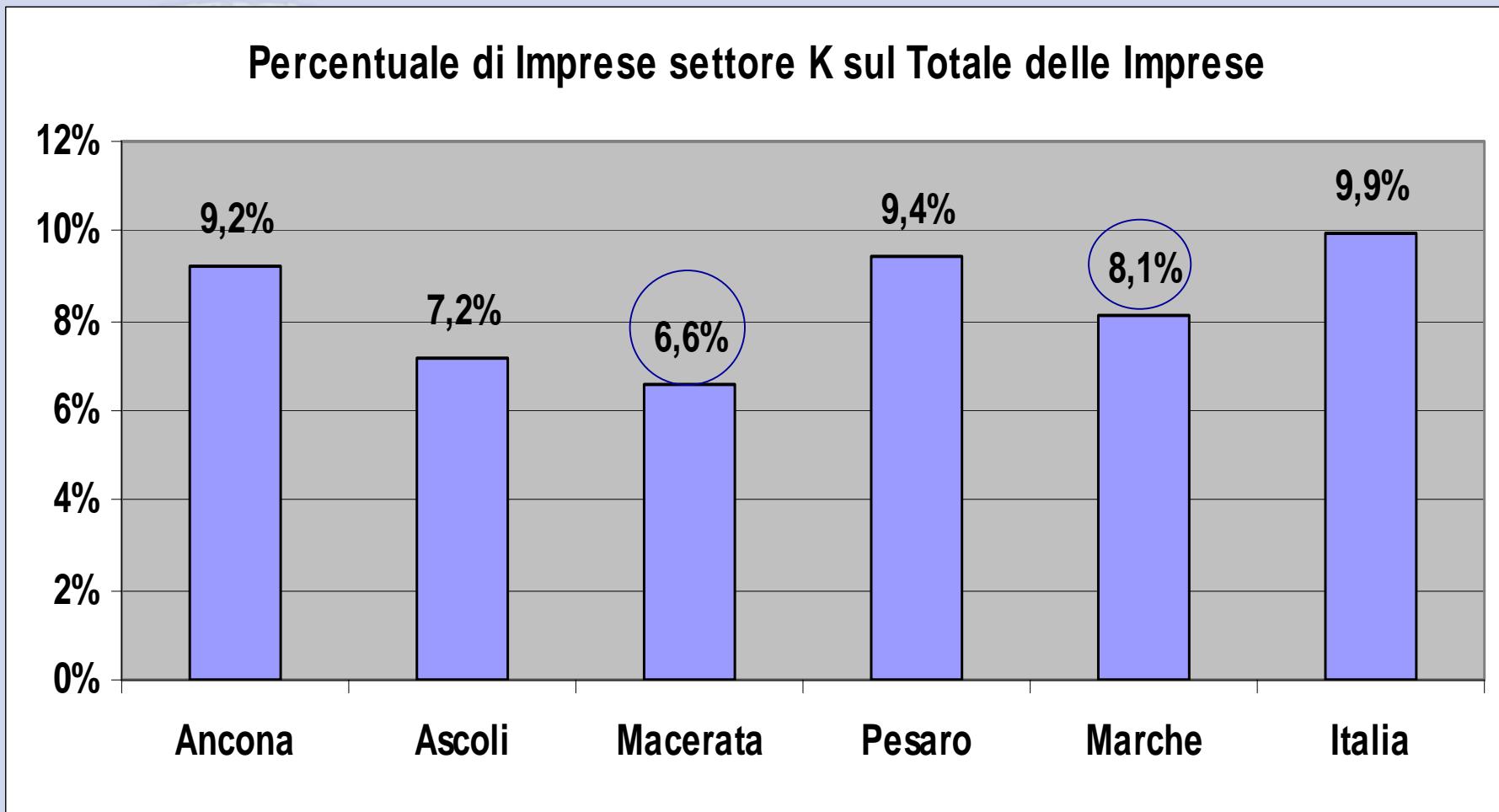
Il settore dei servizi alle imprese

- Numero limitato di soggetti intervistati
- Sviluppo futuro della ricerca: legata ad una maggior comprensione delle caratteristiche degli attori, dei servizi offerti e del loro rapporto con il mercato locale

Considerazioni e Spunti di Riflessione

- Scarsa conoscenza dei soggetti e dei relativi servizi proposti al mercato
- Tendenza a rivolgersi verso grandi società di consulenza (Lombardia)
- Evoluzione del concetto di consulenza
- Personalizzazione del servizio
- Importanza: servizio assistenza e supporto

Il settore dei servizi alle imprese



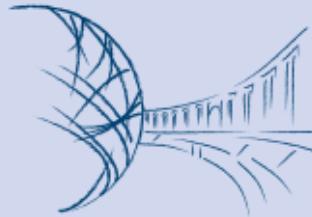
Fonte: nostra elaborazione su Database Stockview dati Registro Imprese I° Trimestre 2005

Confronto: sedi di impresa primo trimestre (2000-2005)

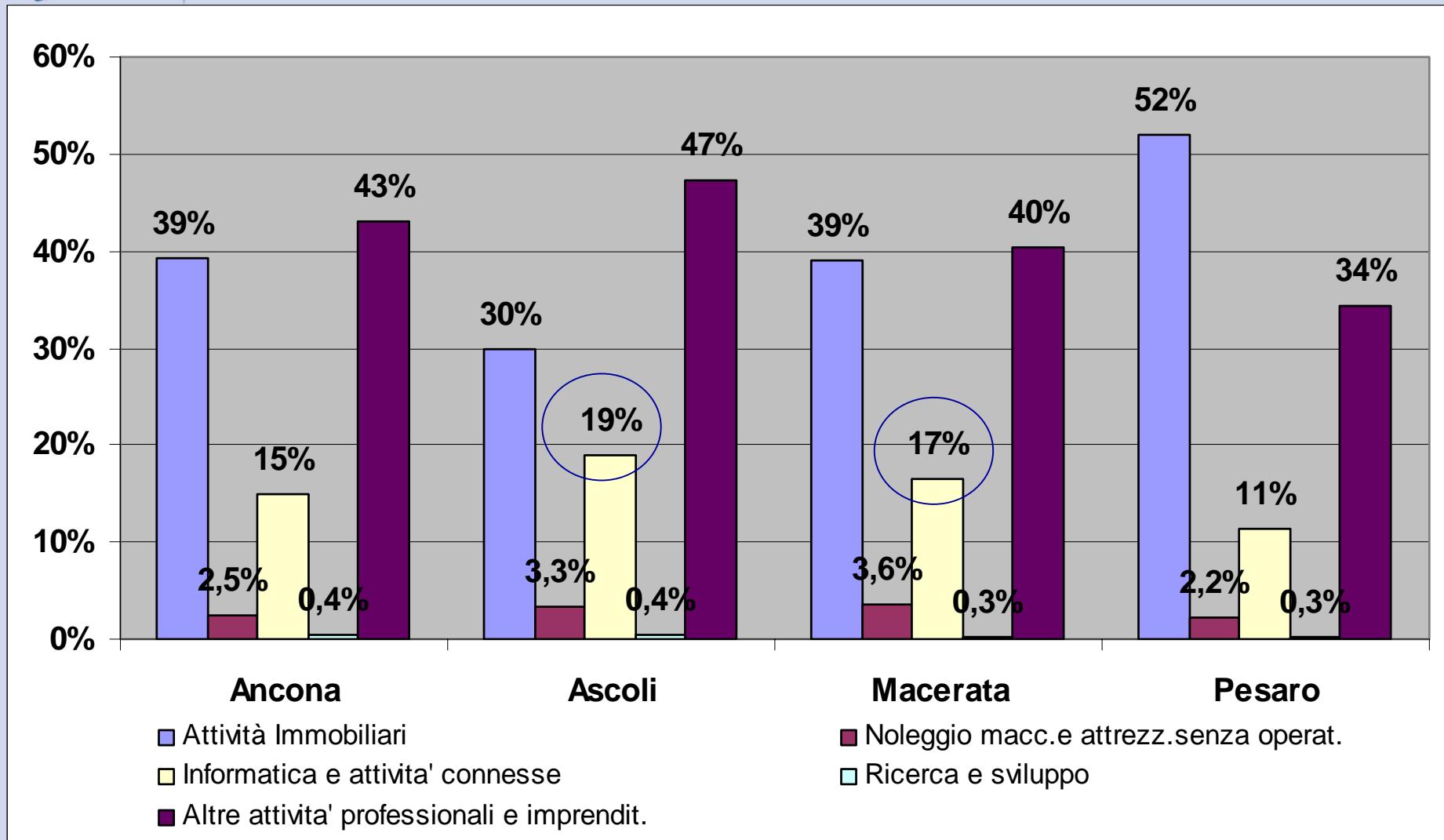
Settore dei Servizi alle Imprese

	2005	2000	2005-2000
Macerata	2.384	1.640	45%
Ancona	3.812	2.557	49%
Ascoli	2.926	2.031	44%
Pesaro	3.585	2.305	56%
Marche	12.707	8.533	49%
Italia	501.157	383.994	31%

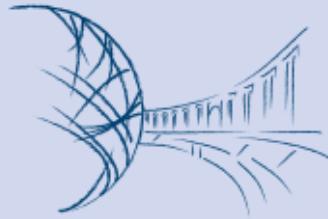
Fonte: nostra elaborazione su Database Stockview dati Registro Imprese (rif. I° Trimestre)



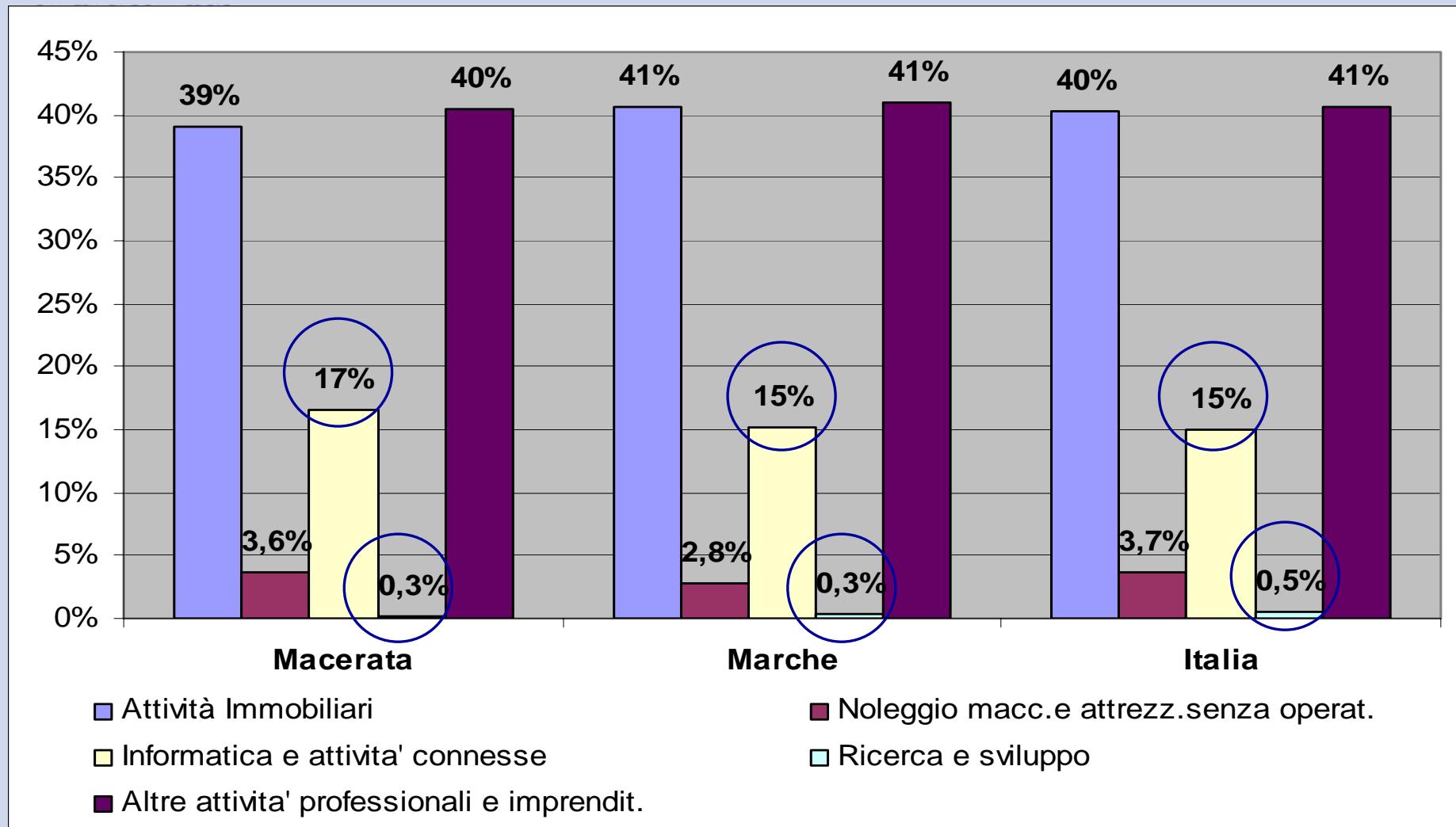
Composizione Settore dei Servizi alle Imprese



Fonte: nostra elaborazione su Database Stockview dati Registro Imprese (I° Trimestre 2005)

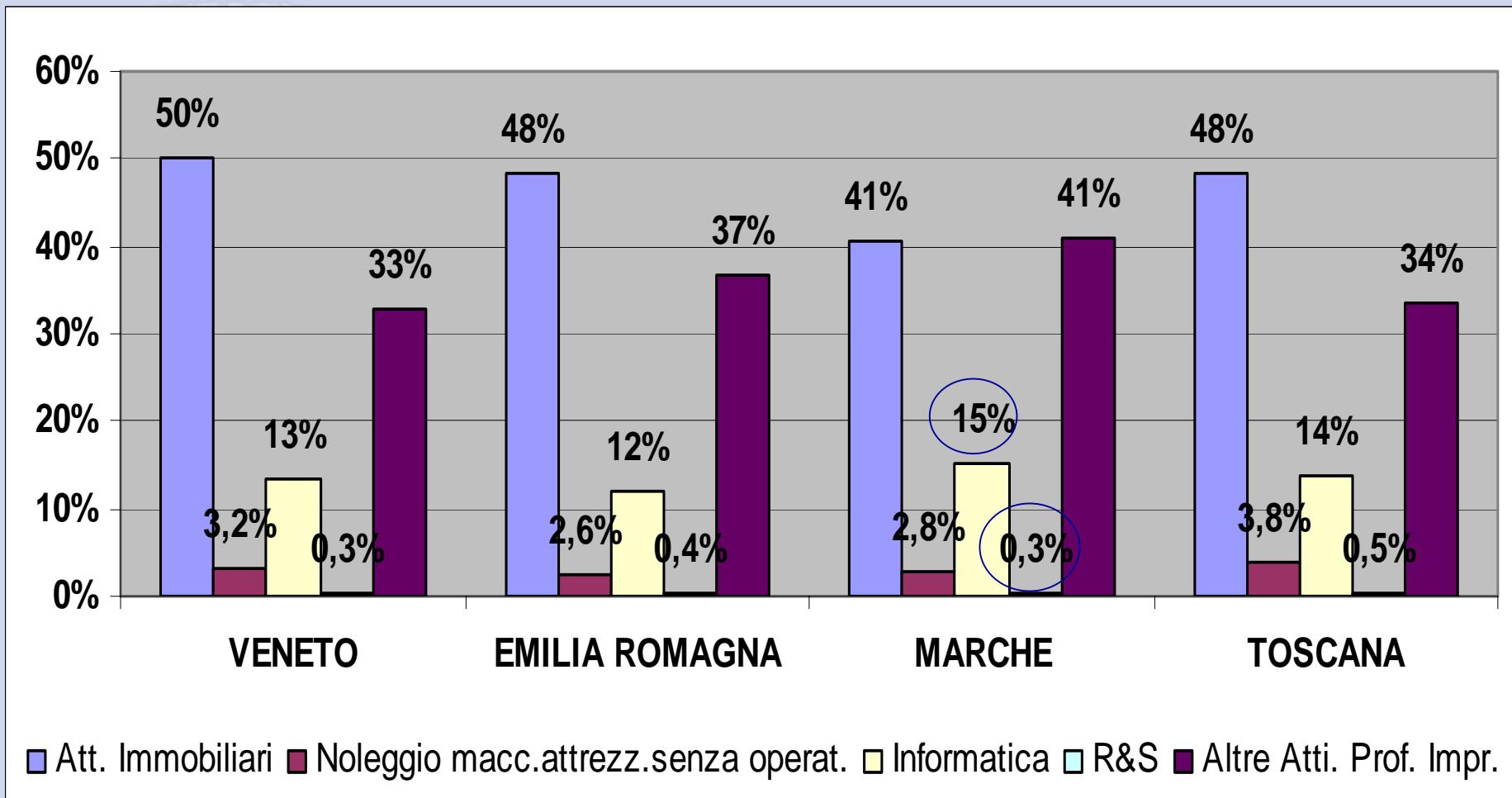


Composizione del Settore dei Servizi alle Imprese



Fonte: nostra elaborazione su Database Stockview dati Registro Imprese (I° Trimestre 2005)

Composizione del Settore dei Servizi alle Imprese



Fonte: nostra elaborazione su Database Stockview dati Registro Imprese (I° Trimestre 2005)

Settore Servizi alle Imprese

Numero di Imprese

	VENETO	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	TOSCANA
Att. Immobiliari	25.234	23.403	5.164	18.897
Noleggio macc.attrezz. senza operat.	1.589	1.276	359	1.463
Informatica	6.755	5.781	1.927	5.296
R&S	154	208	43	192
Altre Atti. Prof. Impr.	16.550	17.877	5.214	13.118
Totale Servizi alle Imprese	50.282 (11,1%)	48.545 (11,6%)	12.707 (8,1%)	38.966 (11,1%)

Fonte: nostra elaborazione su Database Stockview dati Registro Imprese (I° Trimestre 2005)

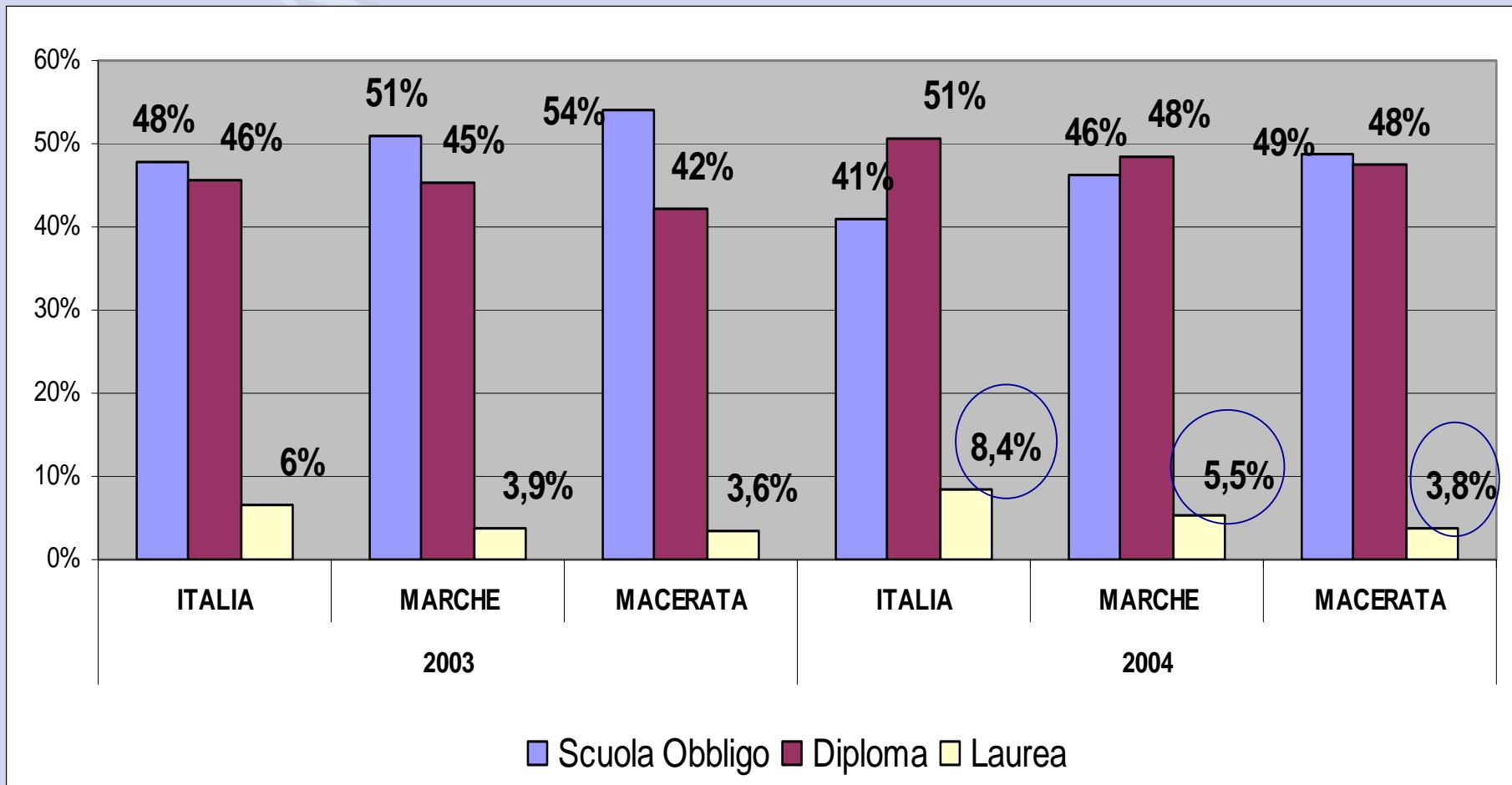
Le Università delle Marche

- **Sostegno diretto:**
 - cooperazione in progetti di ricerca
 - istituzione di Centri Ricerche e Trasferimento Tecnologico
 - diffusione di conoscenza (risultati attività di ricerca)
- **Sostegno indiretto:**
 - promuovere, favorire l'ingresso di laureati nel mercato del lavoro
 - attività principale: formazione

Le Università delle Marche

- Sostegno indiretto
 - Attività di stage (corsi di laurea – master)
 - Argomento tesi vs analisi di casi aziendali
 - Ampia offerta formativa

Previsione Assunzioni per Livello di Istruzione



Fonte: nostra elaborazione su dati Excelsior 2004 e 2003

Laureati: difficoltà di reperimento

	Marche	Macerata	Italia
Nessuna difficoltà	52,0%	62,2%	63,2%
Mancanza di Qualificazione Esperienza	17,4%	18,5%	13,7%
Mancanza di strutture formative	4,0%	0%	2,0%
Forte concorrenza tra imprese	23,3%	15,6%	14,1%
Retribuzione elevata	0,1%	0,7%	0,5%
Scarsa disponibilità turni/notte/festivi	0,3%	0%	3,8%
Altro	2,9%	3,0%	2,8%

Fonte: nostra elaborazione su dati Excelsior 2004

Il punto di vista delle imprese sulle risorse umane

- Difficoltà di inserimento nella struttura organizzativa
- Scarsa attitudine ad assunzione di responsabilità
- Resistenza al cambiamento

Il punto di vista delle imprese

- Spunti di riflessione:
 - Individuazione di interlocutori
 - Difficoltà di linguaggio (teoria vs pratica)
 - Continuità nel tempo dei momenti di incontro
 - Pubblicizzazione dei risultati di ricerca

Le Agenzie di Sviluppo

- ASTERIA
- COMIT
- COSMOB
- MIT
- TECNOMARCHE
- MECCANO
- SCAM
- Fondazione E.Q.I.
- SVIM

I Soggetti Promotori

- Regione Marche, Province e Comuni
- Associazioni di Categoria
- Sistema Bancario
- Imprese
- Agenzie di Sviluppo

Principali attività

- Trasferimento Tecnologico
- Formazione continua
- Promozione Internazionalizzazione
- Sostegno alla Qualità
- Attività di Certificazione
- Attività di Ricerca e Sviluppo
- Networking
- Gestione iniziative progettuali

Storia ed Evoluzione

- Fine degli anni '80 e anni '90
- Specializzazione settoriale
- Evoluzione:
 - ampliamento gamma servizi offerti
 - diversificazione settoriale
- Crescente orientamento al mercato

Il Coordinamento

- Integrazione
- Nascita di strutture di coordinamento
- Razionalizzazione delle risorse investite
- Collaborazione in progetti di ricerca

In Sintesi l'offerta dei Centri Servizi

Centro Servizio	Attività Principali	Specializzazione Settoriale
COSMOB	Trasferimento Tecnologico, Formazione, Promozione Internazionalizzazione	Settore del Mobile e della Filiera del Mobile
SCAM	Laboratorio Analisi Test e Certificazione	Settore Calzaturiero (crescente attenzione al settore tessile abbigliamento e pelletteria)
MECCANO	Trasferimento Tecnologico, Formazione, R&S, Internazionalizzazione	Settore della Meccanica (crescente attenzione al settore edile)
TECNOMARCHE	Ricerca e Sviluppo, Trasferimento Tecnologico, Networking	No specializzazione Settoriale
ASTERIA	R&S, Trasferimento Tecnologico e Promozione dell’Innovazione, Consulenza in Marketing e Comunicazione	Settore Ittico Alimentare
MIT	Trasferimento tecnologico, Analisi fabbisogno di trasferimento tecnologico, Formazione, Coordinamento Interuniversitario progetti di Ricerca	No Specializzazione Settoriale
SVIM	Gestione iniziative progettuali per la Regione Marche (Competenze in Tutela Ambiente, Infrastrutture Logistiche, Agroalimentare, ICT)	Supporto all’attività della Pubblica Amministrazione regionale

Agenzie di Sviluppo: elementi di vulnerabilità del sistema economico marchigiano

- Limitata dimensione d'impresa
- Passaggio Generazionale
- Imprenditorialità vs managerialità
- Mancanza di sistematicità di approccio al tema Innovazione
- Adattamento vs anticipazione
- Difficoltà di aggregazione e collaborazione
- Investimenti in risorse umane qualificate con competenze manageriali

Il ruolo dell'Istituzione Pubblica visto dalle Agenzie di Sviluppo

Proposte

- Sensibilizzazione: rapporto tra innovazione – competitività
- Indagare sulle esigenze reali del territorio
- Formazione imprenditoriale
- Mediazione tra Università – Agenzie di Sviluppo – Sistema delle Imprese
- Divulgazione di conoscenza

Il ruolo dell'Istituzione Pubblica visto dalle Agenzie di Sviluppo

Proposte

- Costituzione di una rete e monitoraggio
- Affiancare Enti Locali: Marketing Territoriale (operazione di costruire le condizioni migliori per l'allocazione di insediamenti produttivi)
- Affiancare le Imprese: sostenere processi di internazionalizzazione (clonazione di distretti, aprire e sostenere le imprese nelle proiezioni all'estero)

Il ruolo dell'Istituzione Pubblica visto dalle Agenzie di Sviluppo

Criticità

- Ridondanza di iniziative
- Duplicazioni (sprechi di risorse)
- Razionalizzazione del Sistema (Numero eccessivo di attori)
- Ricerca di maggior efficienza

CONCLUSIONI



CAMERA DI COMMERCIO
Industria Artigianato Agricoltura
Macerata

