

**Landesinstitut für Statistik**Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provinz.bz.it/astat • astat@provinz.bz.it

Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortliche Direktorin: Johanna Plasinger**Istituto provinciale di statistica**Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provincia.bz.it/astat • astat@provincia.bz.it

Riproduzione 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
Direttrice responsabile: Johanna Plasinger

astatinfo

Nr. **70****12/2015**

Innovation in den Unternehmen

2010-2012

Innovation ist ein Schlüssel zum geschäftlichen Erfolg. Zwischen 2010 und 2012 haben 968 Unternehmen mit 10 oder mehr Beschäftigten Innovationstätigkeiten durchgeführt (auch innovationsaktive Unternehmen genannt). Das entspricht 47,7% der berücksichtigten Grundgesamtheit von 2.028 Unternehmen.

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

Innovazione nelle imprese

2010-2012

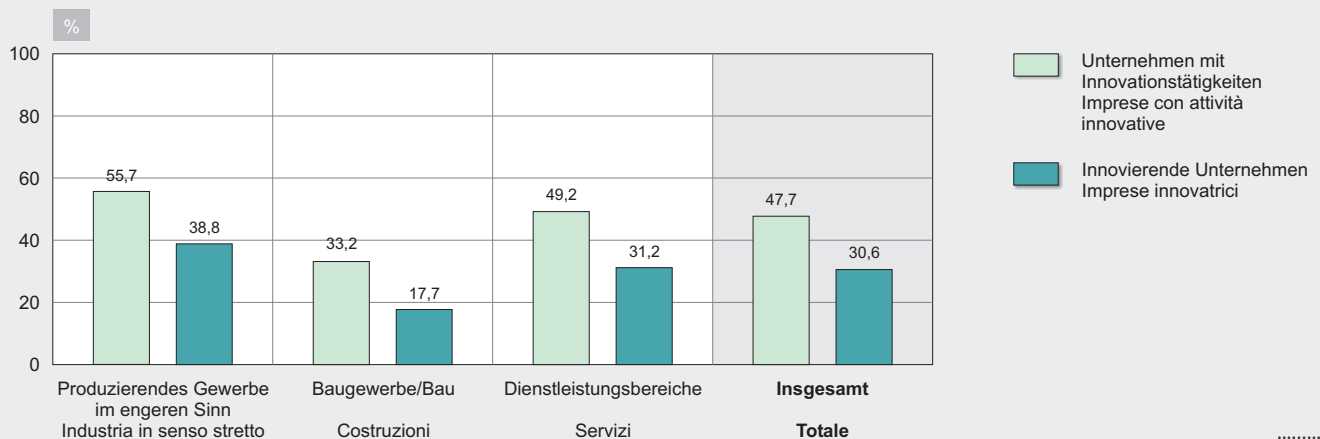
L'innovazione è considerata una chiave fondamentale per il successo aziendale. Tra il 2010 e il 2012 sono state 968 le imprese altoatesine con 10 o più addetti che hanno svolto attività di innovazione (anche chiamate imprese innovative). Tale cifra è pari al 47,7% dell'universo considerato (2.028 imprese).

Come *imprese con attività innovative* vengono considerate tutte quelle imprese che hanno dichiarato di

Graf. 1 Unternehmen mit Innovationstätigkeiten und innovierende Unternehmen nach Wirtschaftssektor - 2010-2012
Prozentwerte auf die Gesamtheit der Unternehmen mit 10 oder mehr Beschäftigten

Imprese con attività innovative e imprese innovatrici per settore di attività economica - 2010-2012

Valori percentuali sul totale delle imprese con 10 o più addetti



entweder Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovationen eingeführt oder auf diese Innovationen abzielende Tätigkeiten durchgeführt haben. Erstmals 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.

30,6% der Südtiroler Unternehmen sind innovierende Unternehmen

Von den 2.028 berücksichtigten Unternehmen haben 621 (30,6%) mindestens ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung oder einen neuen Prozess eingeführt oder Innovationstätigkeiten eingeleitet und gelten deshalb als *innovierende Unternehmen*⁽¹⁾.

833 (41,1%) dieser Grundgesamtheit haben *organisatorische Innovationen oder Marketinginnovationen* eingeführt. 347 (17,1%) Unternehmen gaben dabei an, ausschließlich diesen Typus von Innovation getätigt zu haben.

Auf gesamtstaatlicher Ebene ist sowohl der Anteil der Unternehmen mit Innovationstätigkeiten (51,9%) als auch jener der innovierenden Unternehmen (35,5%) höher, während Südtirol beim Anteil der Unternehmen mit ausschließlich organisatorischen Innovationen oder Marketinginnovationen mit 17,1% knapp über dem italienischen Wert von 16,3% liegt.⁽²⁾

Betrachtet man die Wirtschaftssektoren, so zeigt sich, dass im *Produzierenden Gewerbe* der Anteil der innovierenden Unternehmen 30,0% beträgt. Innerhalb dieses Sektors weisen das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* einen Anteil von 38,8% und das *Baugewerbe* einen Anteil von 17,7% auf. In den *Dienstleistungsbereichen* beträgt der Anteil der innovierenden Unternehmen 31,2%, wobei der höchste Wert im Bereich *Verkehr und Lagerung* (33,9%) zu finden ist.

aver introdotto innovazioni di prodotto, servizio o processo oppure svolto attività finalizzate all'introduzione di tali innovazioni. Per la prima volta vengono 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 30,6% delle imprese altoatesine sono imprese innovatrici

Delle 2.028 imprese considerate, 621 (30,6%) 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*⁽¹⁾.

Le imprese che hanno introdotto *innovazioni organizzative o di marketing* sono 833, ovvero il 41,1% del totale. Il 17,1% (347 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 (51,9%), sia quella delle imprese innovatrici (35,5%), mentre l'Alto Adige in merito alla percentuale di imprese che ha introdotto solo innovazioni organizzative o di marketing (17,1%) si colloca leggermente sopra alla media nazionale (16,3%).⁽²⁾

Osservando i settori di attività economica, nel macrosettore *Industria* le imprese innovatrici rappresentano il 30,0%. Al suo interno, i settori *Industria in senso stretto* e *Costruzioni* vedono rispettivamente il 38,8% e il 17,7% di imprese innovatrici. Il macrosettore dei *Servizi* vede invece il 31,2% di imprese innovatrici, con punte del 33,9% nei *Trasporti e magazzinaggio*.

(1) Die Definition der innovierenden Unternehmen hat sich gegenüber der vorhergehenden Mitteilung „Innovation in den Unternehmen - 2008-2010“, ASTAT-Info Nr. 5/2014, geändert: Zu den innovierenden Unternehmen zählen nun nicht mehr nur Unternehmen, welche eine Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovation eingeführt haben, sondern auch jene Unternehmen, welche auf diese Innovationen abzielende Tätigkeiten durchgeführt haben, auch wenn diese zum Jahresende 2012 noch nicht abgeschlossen waren oder vorher abgebrochen wurden.

La definizione della società innovativa utilizzata nel precedente notiziario "L'innovazione nelle imprese - 2008-2010" ASTAT-Info n. 5/2014, ha subito delle modifiche: le imprese innovative ora non comprendono unicamente le imprese che hanno introdotto un'innovazione di prodotto, di servizio o di processo, ma anche quelle che hanno intrapreso attività finalizzate all'introduzione di innovazioni, indipendentemente dal fatto che queste non fossero ancora completate alla fine del 2012 oppure siano state precedentemente interrotte o abbandonate.

(2) Die gesamtstaatlichen Ergebnisse wurden vom ISTAT in „L'innovazione nelle imprese - anni 2010-2012, Statistica report, 4 dicembre 2014“ veröffentlicht.

I risultati a livello nazionale sono stati pubblicati dall'ISTAT in "L'innovazione nelle imprese - anni 2010-2012, Statistica report, 4 dicembre 2014".

Der Anteil der Unternehmen mit organisatorischen Innovationen oder Marketinginnovationen ist mit 43,8% in den *Dienstleistungsbereichen* am größten, wobei vor allem der Bereich *Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen* hervorsticht (52,1%). 38,5% 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* (48,6%) fast doppelt so hoch ist wie im *Baugewerbe* (24,4%).

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 43,8%; sventa in particolare il comparto *Attività finanziarie ed assicurative* (52,1%). Il 38,5% 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* (48,6%) sia quasi doppia di quella che si registra nel settore delle *Costruzioni* (24,4%).

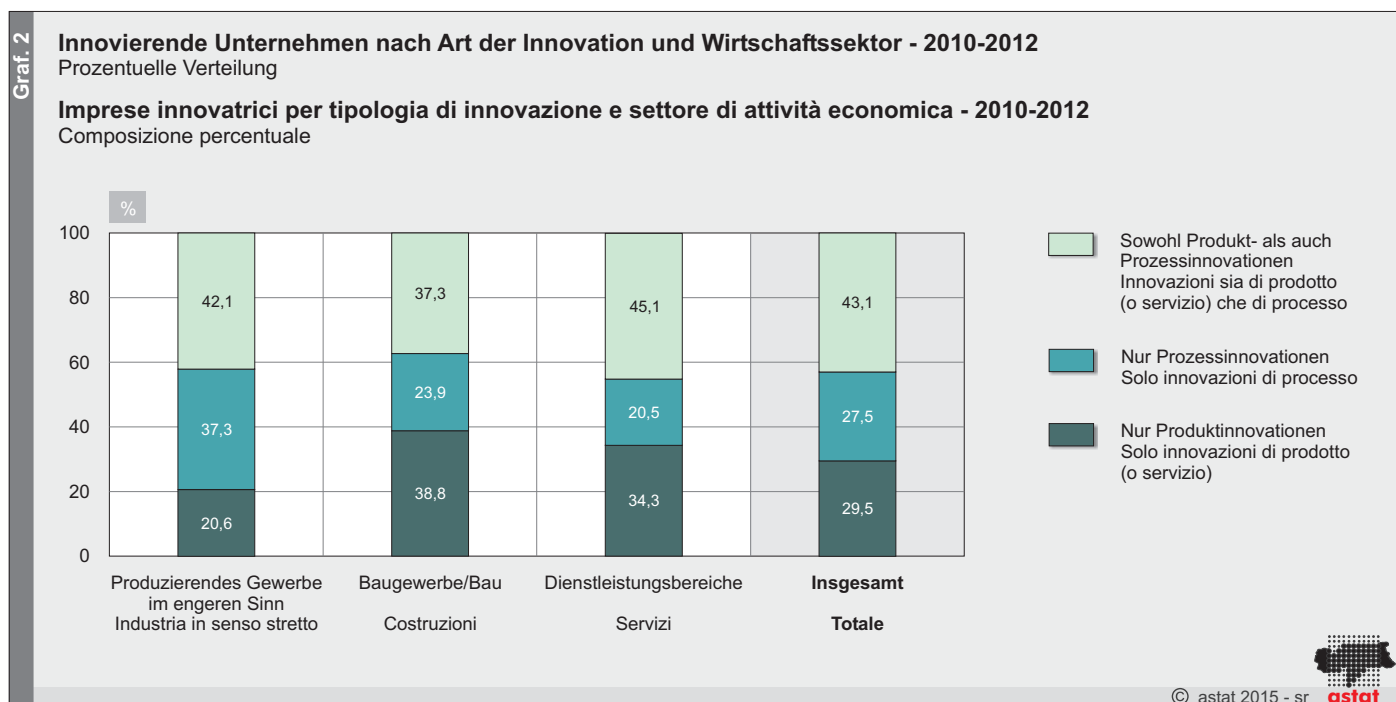
Mentre le innovazioni organizzative e di marketing rimangono in secondo piano, le innovazioni di prodotto, servizio o processo influenzano in modo diretto la produzione di beni o la fornitura di servizi. Per tale motivo nelle sezioni seguenti l'attenzione sarà focalizzata principalmente sulle imprese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

Die Unternehmen führen gleichzeitig Produkt- und Prozessinnovationen ein

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. 43,1% der Unternehmen haben sich für diese Art der „synchronen“ Innovation entschieden. Der Wirtschaftssektor mit dem höchsten

Le imprese introducono contemporaneamente innovazioni di prodotto e di processo

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 43,1% delle imprese ha scelto questo tipo di innovazione congiunta. Il settore economico prevalente in cui si svolgono entrambe le innovazioni è



Anteil gleichzeitiger Produkt- und Prozessinnovationen sind die *Dienstleistungsbereiche* (45,1%), jener mit dem niedrigsten Anteil hingegen das *Baugewerbe* (37,3%).

In Südtirol haben 27,5% der Unternehmen nur in Innovationen für Produktionsprozesse investiert, wobei das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* mit 37,3% den höchsten Wert aufweist. 29,5% der Unternehmen haben nur in Innovationen von Produkten (oder Dienstleistungen) investiert. Hier weist besonders das *Baugewerbe* einen hohen Wert auf (38,8%). Auf gesamtstaatlicher Ebene überwiegen hingegen die reinen Prozessinnovationen (27,0%) über die Investitionen in Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen (23,7%).

quello dei *Servizi* (45,1%), mentre la percentuale più bassa si registra nelle *Costruzioni* (37,3%).

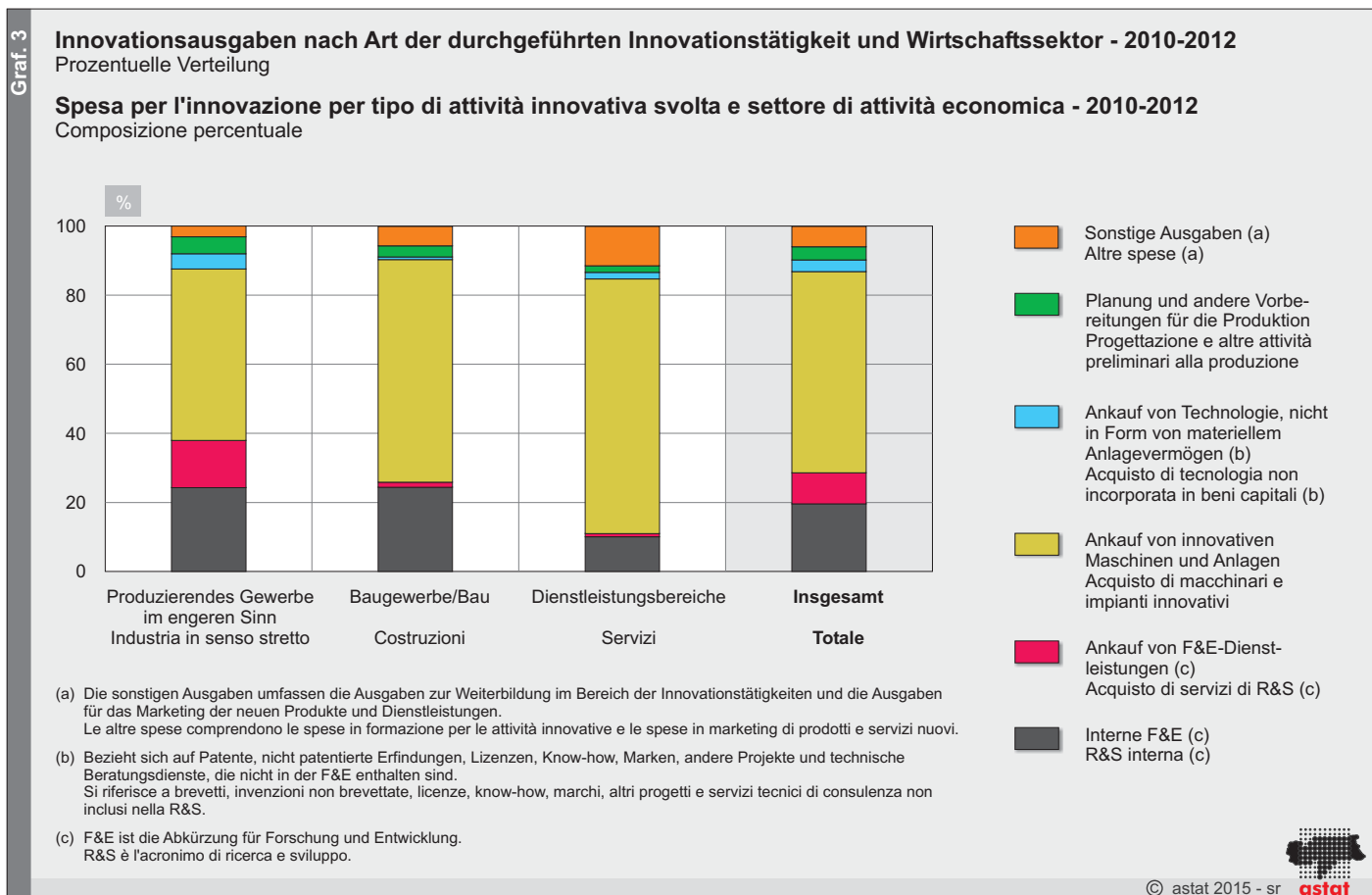
In Alto Adige gli investimenti per l'innovazione destinati ai soli processi di produzione riguardano il 27,5% delle imprese, con punte del 37,3% nel settore dell'*Industria in senso stretto*. Il 29,5% delle imprese ha investito unicamente in innovazioni di prodotto (o servizi), interessando in particolare il settore delle *Costruzioni* con il 38,8%. A livello statale, invece, gli investimenti innovativi rivolti alle sole innovazioni di processo (27,0%) prevalgono sugli investimenti destinati ai soli prodotti o servizi (23,7%).

Für Innovationen werden 6.321 Euro je Beschäftigten ausgegeben

La spesa per innovazione ammonta a 6.321 euro per addetto

Insgesamt geben die Unternehmen mit Innovationsaktivitäten im Jahr 2012 rund 215 Millionen Euro für Innovationen aus. Die durchschnittlichen Ausgaben je Beschäftigten betragen 6.321 Euro. Der Durchschnittswert unterscheidet sich jedoch stark zwischen den einzelnen Sektoren: Im *Produzierenden Gewerbe im engeren Sinn* steigt er auf 9.209 Euro, im *Baugewerbe* sinkt er auf 3.317 Euro. Die durchschnittlichen

La spesa complessivamente sostenuta dalle imprese per le attività innovative è di oltre 215 milioni di euro nel 2012. La spesa media per addetto ammonta a 6.321 euro. Essa varia notevolmente tra i settori: nell'*Industria in senso stretto* è pari a 9.209 euro per addetto, mentre nelle *Costruzioni* scende a 3.317 euro. Le imprese altoatesine sostengono un impegno finanziario medio per addetto analogo a quello delle imprese



Ausgaben je Beschäftigten der Südtiroler Unternehmen sind ungefähr gleich hoch wie 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 den Ankauf von innovativen Maschinen und Anlagen (58,2%). Es folgen die betriebsinterne Forschung und Entwicklung, d.h. die Intra-muros-F&E (19,6%) und der Erwerb von Dienstleistungen für Forschung und Entwicklung (9,0%).

Die Analyse der Wirtschaftssektoren zeigt, dass in allen drei berücksichtigten Sektoren der Ankauf von innovativen Maschinen und Anlagen vorherrschend ist (49,6% im Produzierenden Gewerbe im engeren Sinn, 64,4% im Baugewerbe und 73,7% in den Dienstleistungsbereichen).

se italiane (6.300 euro).

Per quanto riguarda la composizione della spesa per tipo di attività innovativa svolta, l'acquisto di macchinari e impianti innovativi ha assorbito la quota più significativa di risorse (58,2%); seguono la ricerca e sviluppo interna, ossia la R&S intra-muros (19,6%) e l'acquisto di servizi di ricerca e sviluppo (9,0%).

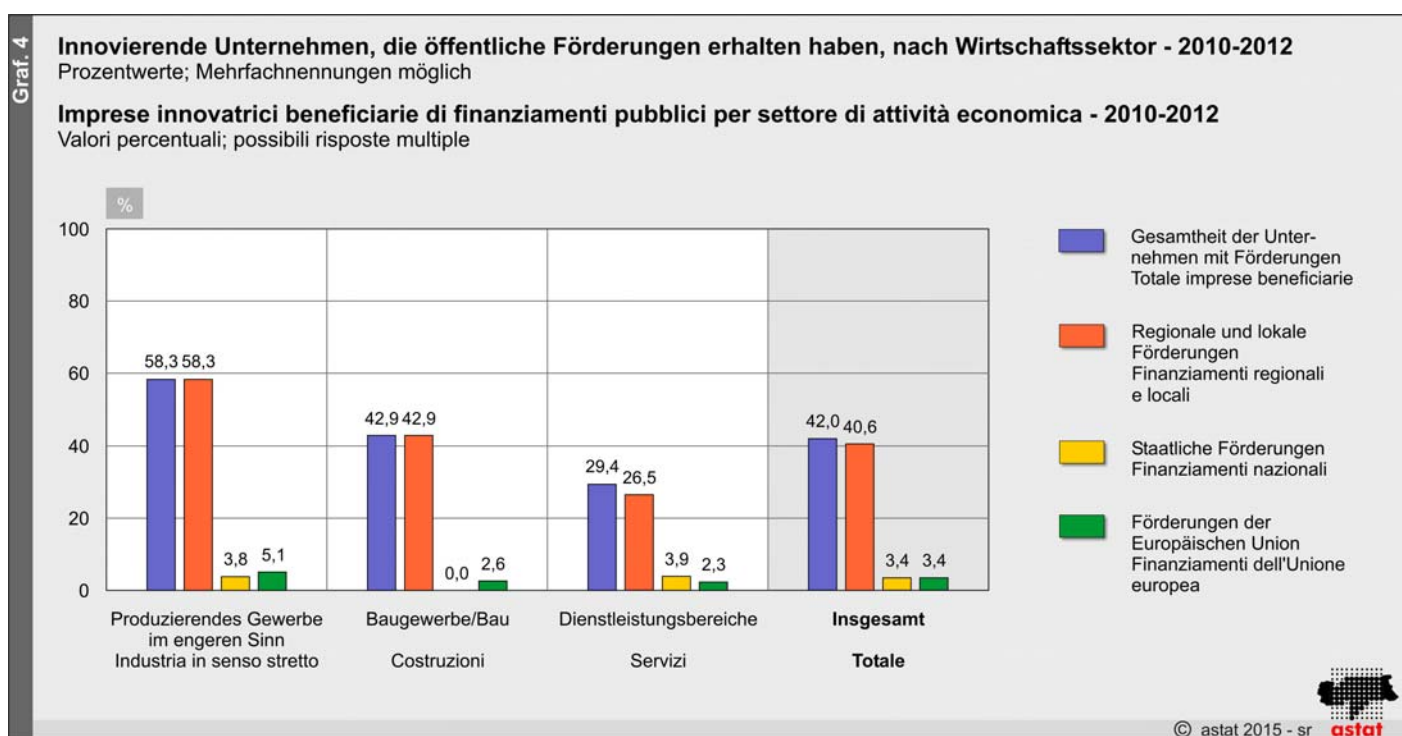
Osservando la suddivisione della spesa nei settori economici si nota che in tutti e tre i settori considerati la spesa più rilevante si riferisce all'acquisto di macchinari e impianti innovativi (rispettivamente 49,6% per l'Industria in senso stretto, 64,4% per le Costruzioni e 73,7% per i Servizi).

40,6% der innovierenden Unternehmen haben eine Förderung durch die Landesverwaltung erhalten

Il 40,6% delle imprese innovatrici ha ricevuto delle sovvenzioni dall'amministrazione provinciale

In Bezug auf den Dreijahreszeitraum 2010-2012 haben 42,0% 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 3,4% der Unternehmen haben angegeben, staatliche Beiträge erhalten zu haben und ebenfalls 3,4% haben europäische Förderungen bezogen. Auf gesamtstaatlicher Ebene ist der Anteil der innovierenden Unternehmen, die eine öffentliche Inno-

Nel triennio 2010-2012 il 42,0% 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 3,4% delle imprese innovatrici ha dichiarato di aver ricevuto incentivi nazionali e il 3,4% 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 20,7%. Solo il



vationsförderung erhalten, deutlich geringer und beträgt 20,7%. Nur 15,2% 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* (58,3% Förderungsempfänger). Es folgen das *Baugewerbe* (42,9%) und die *Dienstleistungsbereiche* (29,4%).

15,2% 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 58,3% di imprese beneficiarie. Seguono le imprese attive nelle *Costruzioni* (42,9%) e nei *Servizi* (29,4%).

14,3% der innovierenden Unternehmen gehen Kooperationen für Innovationen ein

In Südtirol haben sich 14,3% der innovierenden Unternehmen auf eine Kooperation zur Durchführung von Innovationsprozessen eingelassen. Auf gesamtstaatlicher Ebene trifft dies auf 12,5% zu.

Die beliebtesten Kooperationspartner sind Beratungsfirmen, private F&E-Einrichtungen oder Laboratorien (48,3% der kooperierenden Unternehmen entscheiden sich dafür), die Kunden der Unternehmen (47,2%) und Universitäten oder andere höhere Bildungseinrichtungen (46,1%). Ein geringerer Anteil der Unternehmen ist Kooperationen mit Lieferanten von Anlagen, Material, Komponenten oder Software (43,9%) und mit öffentlichen Forschungseinrichtungen (37,1%) eingegangen. Die Werte nehmen bei den Abkommen mit den anderen privaten Akteuren weiter ab: Nur 32,6% der innovierenden Unternehmen haben mit anderen Unternehmen desselben Konzerns zusammengearbeitet und 31,5% mit den Mitbewerbern.

Il 14,3% delle imprese innovatrici ha stretto accordi di cooperazione per l'innovazione

In Alto Adige il 14,3% delle imprese innovatrici è ricorso a forme di cooperazione nella gestione dei processi di innovazione. A livello nazionale il 12,5% delle imprese innovatrici è ricorso ad analoghe forme di cooperazione.

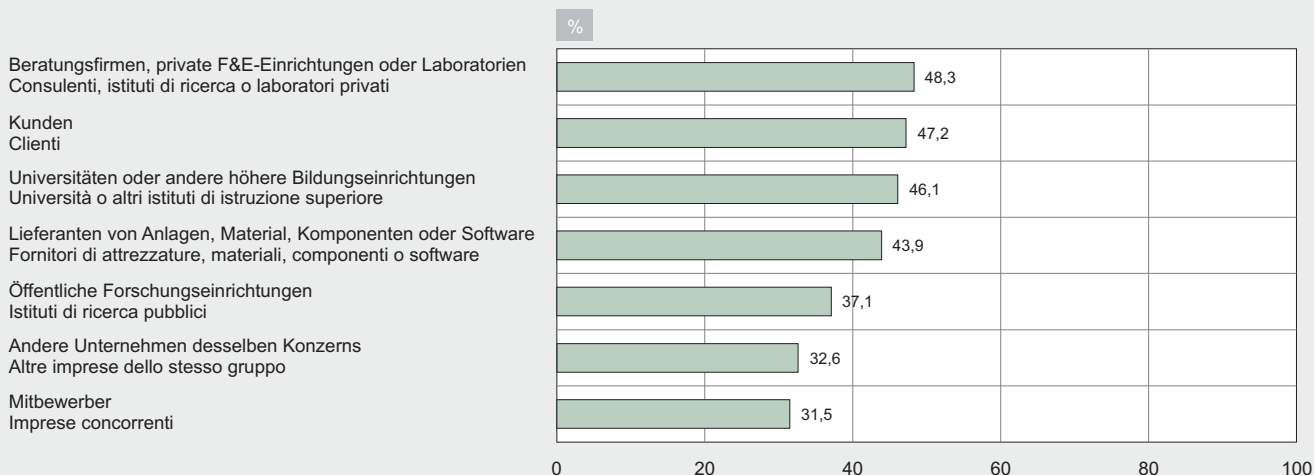
I partner preferiti sono stati consulenti, istituti di ricerca o laboratori privati (scelti dal 48,3% delle imprese cooperanti), clienti delle aziende (47,2%) ed università ed altri istituti di istruzione superiore (46,1%). Una quota minore di imprese coopera con fornitori di attrezzature, materiali, componenti o software (43,9%) e con soggetti pubblici di ricerca (37,1%). I valori scendono ancora se si considerano gli accordi con altri privati: solo il 32,6% ha collaborato con altre imprese appartenenti allo stesso gruppo, mentre il 31,5% si è affidato alla cooperazione con imprese concorrenti.

Graf. 5 Innovierende Unternehmen mit Kooperationsabkommen nach Art der Partner - 2010-2012

Prozentwerte; Mehrfachnennungen möglich

Imprese innovatrici con accordi di cooperazione per tipo di partner - 2010-2012

Valori percentuali; possibili risposte multiple



Betrachtet man den Standort der beteiligten Subjekte, so überwiegen die Abkommen mit in Italien tätigen Subjekten (92,1% der innovierenden Unternehmen mit Kooperationsabkommen) und die Übereinkünfte mit Partnern aus der Europäischen Union (38,2%). Deutlich seltener werden Abkommen mit internationalen Subjekten geschlossen (z.B. 1,1% mit Partnern aus den USA).

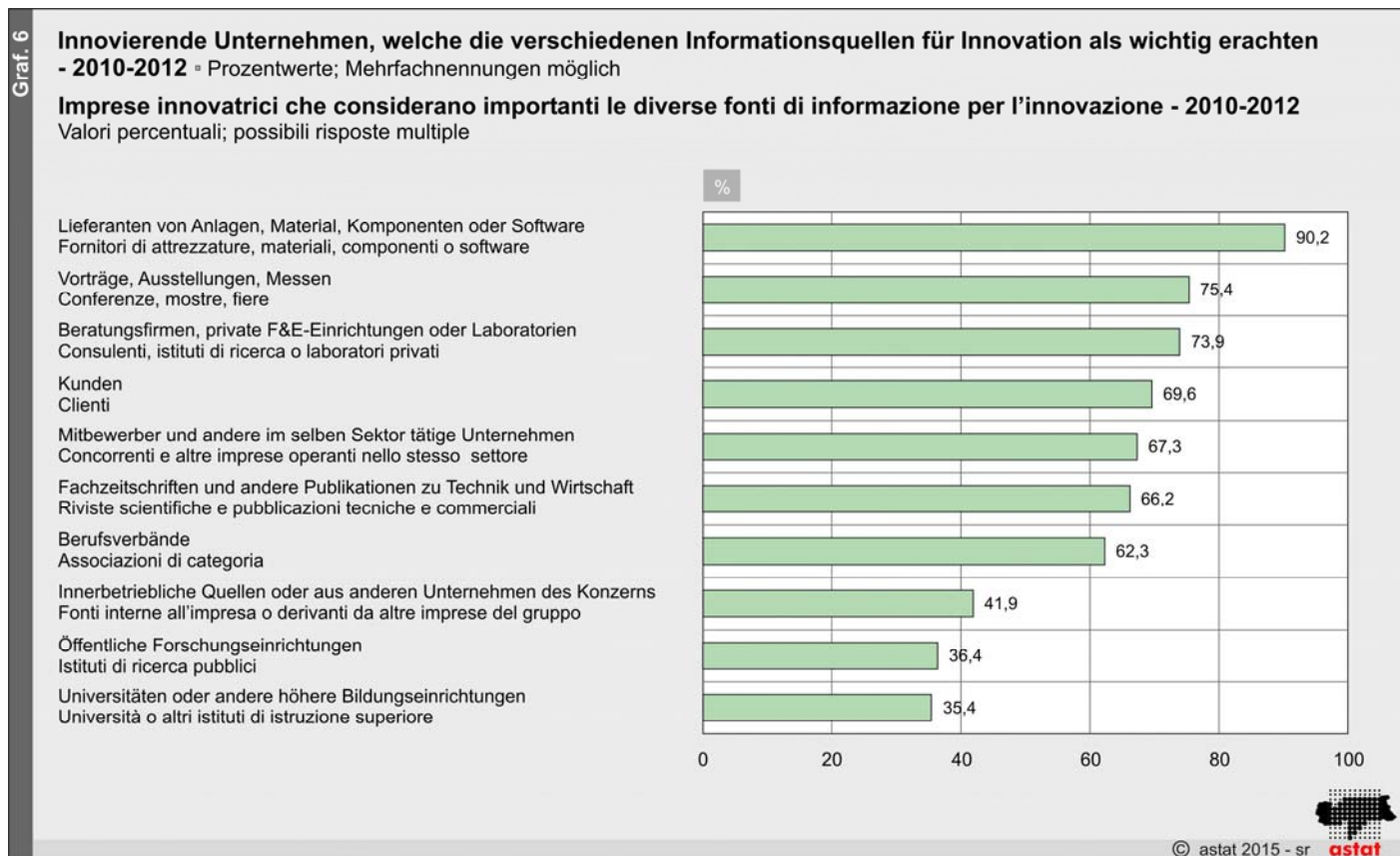
Rispetto alla localizzazione dei soggetti coinvolti, sono prevalsi gli accordi con soggetti operanti in Italia (92,1% delle imprese con accordi di cooperazione) e le alleanze con partner dell'Unione europea (38,2%). Assai meno frequenti sono stati gli accordi con altri soggetti internazionali (ad esempio con partner degli USA 1,1%).

Anstoß für Innovationen hauptsächlich durch Lieferanten

Die Lieferanten sind für 90,2% der innovierenden Unternehmen die wichtigste Informationsquelle bei der Entwicklung des eigenen Innovationsprozesses. Auf dem zweiten Platz befinden sich Vorträge, Ausstellungen, Messen (75,4%), an dritter Stelle Beratungsfirmen, private F&E-Einrichtungen oder Laboratorien (73,9%).

L'impulso principale per l'innovazione proviene dai fornitori

Il principale canale informativo utilizzato dalle imprese innovatrici per lo sviluppo del proprio processo innovativo è costituito dai fornitori, considerati importanti dal 90,2% delle imprese innovatrici. Al secondo posto conferenze, mostre, fiere (75,4%) ed al terzo posto consulenti, istituti di ricerca o laboratori privati (73,9%).



Innerbetriebliche Quellen scheinen demgegenüber für die innovierenden Unternehmen weniger wichtig zu sein (41,9%), genauso wie der Beitrag der Wissenschaft: Für 36,4% der Unternehmen sind die Beziehungen zu öffentlichen Forschungseinrichtungen und für 35,4% die Kontakte zu Universitäten oder anderen höheren Bildungseinrichtungen für die eigenen Innovationen entscheidend.

Le fonti di informazione interne sembrano essere meno importanti (41,9%), come anche il contributo della comunità scientifica: il 36,4% delle imprese valuta come decisive nei propri percorsi innovativi le relazioni con gli istituti di ricerca pubblici ed il 35,4% quelle con le università o con altri istituti di istruzione superiore.

Für die innovierenden Unternehmen ist die Kostenreduktion das wichtigste Unternehmensziel

L'orientamento delle imprese che innovano è rivolto principalmente alla riduzione dei costi

Die Südtiroler Unternehmen verfolgen mit den Innovationen verschiedene *Ziele*, die sie über geeignete *Unternehmensstrategien* zu erreichen versuchen. Das Hauptziel der innovierenden Unternehmen in Südtirol ist die Kostenreduzierung (97,4%). An zweiter Stelle liegt das Umsatzwachstum (97,3%), gefolgt von der Erhöhung des Gewinns (95,2%). An vierter Stelle steht das Ziel, den Marktanteil zu erhöhen (93,7%).

Le imprese altoatesine perseguono con le innovazioni diversi *obiettivi*, che cercano di raggiungere attraverso opportune *strategie aziendali*. L'obiettivo principale delle imprese innovative in Alto Adige è la riduzione dei costi (97,4%). Al secondo posto la crescita del fatturato (97,3%) seguita dall'incremento dei margini di profitto (95,2%). Il quarto obiettivo più frequentemente indicato è quello di un aumento della propria quota di mercato (93,7%).

Die Kostenreduktion ist gleichzeitig auch die wichtigste Unternehmensstrategie, um die oben genannten Ziele zu erreichen: 98,2% der innovierenden Unternehmen sehen z.B. die Reduktion der internen Betriebskosten von großer Bedeutung. An zweiter Stelle findet sich die Einführung von Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen (96,9%). Die Erschließung neuer Märkte in Europa (59,4%) und weltweit (35,1%) stellt demgegenüber für die Unternehmen keine so wichtige Strategie zum Erreichen ihrer Ziele dar.

La riduzione dei costi è anche la più importante strategia aziendale, al fine di conseguire gli obiettivi di cui sopra: il 98,2% delle imprese innovative ad esempio ritiene di grande importanza la riduzione dei costi operativi interni. Al secondo posto viene rilevata l'introduzione di innovazioni di prodotto e di servizio (96,9%). La creazione di nuovi mercati in Europa (59,4%) e nel resto del mondo (35,1%) è invece ritenuta di minore importanza da parte delle imprese altoatesine nell'ottica del raggiungimento dei propri obiettivi.

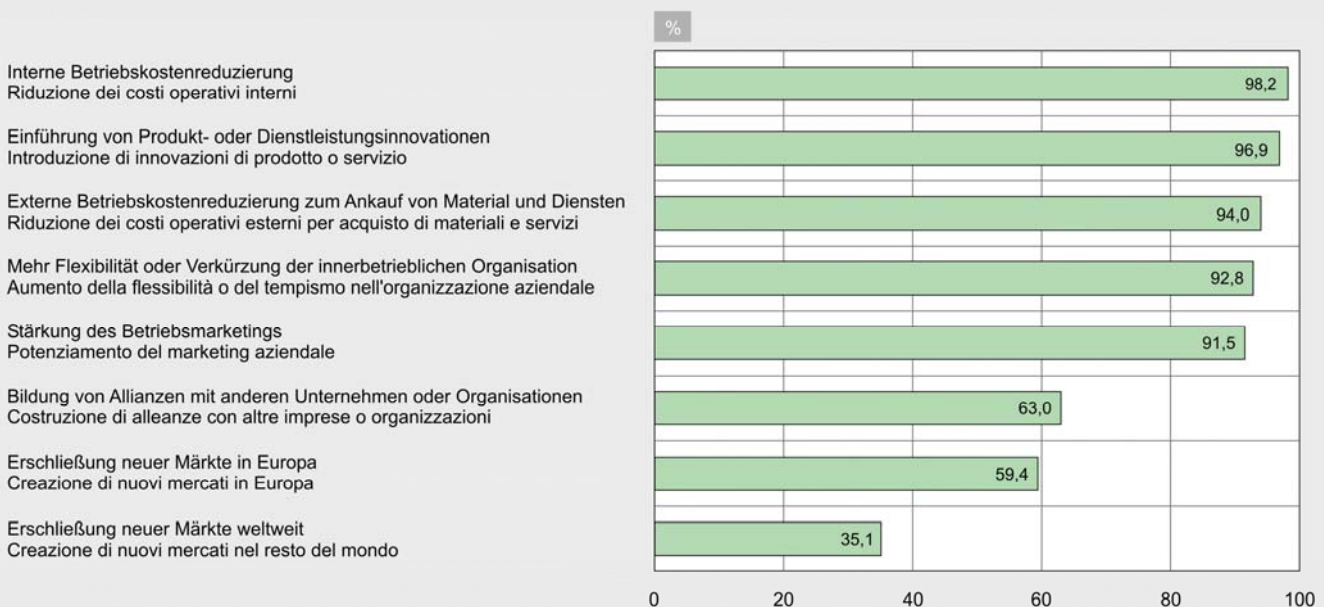
Graf. 7


Innovierende Unternehmen, welche die verschiedenen Unternehmensstrategien als ziemlich oder sehr wichtig erachten, nach Art der Strategie - 2010-2012

Prozentwerte; Mehrfachnennungen möglich

Imprese innovatrici che considerano importanti le diverse strategie per tipo di strategia - 2010-2012

Valori percentuali; possibili risposte multiple



© astat 2015 - sr 

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

Circa un sesto del fatturato deriva dalla vendita di nuovi prodotti e servizi

Diese Erhebung misst 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.

La rilevazione permette 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.

Im Jahr 2012 erwirtschafteten die innovierenden Unternehmen in Südtirol 20,6% ihres Gesamtumsatzes mit dem Verkauf von, sowohl für das Unternehmen als auch für den Markt, neuen Produkten und Dienstleistungen. Davon entfallen etwa zwei Drittel (14,0% des Gesamtumsatzes) auf die für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen. Auf gesamtstaatlicher Ebene erzielen die innovierenden Unternehmen nur 16,3% ihres Gesamtumsatzes über den Verkauf neuer Produkte und Dienstleistungen. 7,6% gehen auf für den Markt neue Produkte und Dienstleistungen zurück.

Nel 2012 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 20,6% del loro fatturato totale. Di questo, circa due terzi (14,0% 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 16,3% del fatturato totale delle imprese innovatrici italiane, di cui il 7,6% si riferisce a prodotti e servizi nuovi per il mercato.

Tab. 1

Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz nach Wirtschaftstätigkeit - 2012

Impatto dei prodotti e dei servizi nuovi sul fatturato per attività economica - 2012

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	25,7	18,3	3,0	INDUSTRIA
Produzierendes Gewerbe im engeren Sinn	28,1	20,2	3,4	Industria in senso stretto
Verarbeitendes Gewerbe und Bergbau	30,2	22,0	3,4	Attività manifatturiere ed estrazione di minerali
Energieversorgung	0,4	-	5,7	Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata
Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen	22,8	17,0	3,3	Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento
Baugewerbe/Bau	15,0	9,8	1,0	Costruzioni
Baugewerbe/Bau	15,0	9,8	1,0	Costruzioni
DIENSTLEISTUNGSBEREICHE	16,6	10,7	1,1	SERVIZI
Handel; Reparatur von Kraftwagen und Kraffrädern	15,4	8,0	0,6	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli
Verkehr und Lagerung	7,9	4,8	3,1	Trasporto e magazzinaggio
Information und Kommunikation	56,5	45,0	3,4	Servizi di informazione e comunicazione
Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	26,9	24,7	0,3	Attività finanziarie e assicurative
Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	17,6	10,3	4,2	Attività professionali, scientifiche e tecniche
Insgesamt	20,6	14,0	1,9	Totale

Quelle: Istat, Erhebung zur Innovation in den Unternehmen. Jahre 2010-2012

Fonte: Istat, Rilevazione sull'innovazione nelle imprese. Anni 2010-2012

Der Anteil der für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz unterscheidet sich je nach Wirtschaftssektor. Den höchsten Anteil weist das

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*

Produzierende Gewerbe im engeren Sinn auf (20,2%). Es folgen die Dienstleistungsbereiche mit 10,7% und das Baugewerbe mit 9,8%. Diese Werte zeigen, dass das Baugewerbe einen geringeren Anteil der für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz aufweist als die Dienstleistungsbereiche.

Diese Prozentwerte erhalten eine ganz andere Bedeutung, wenn man auch die Innovationsausgaben, ebenfalls gemessen als Anteil am Umsatz, in Betracht zieht. 1,9% des Umsatzes werden in Innovationen investiert, die 20,6% des erwirtschafteten Umsatzes ausmachen⁽³⁾.

senso stretto (20,2%). Seguono il settore dei Servizi con un'incidenza del 10,7% e quello delle Costruzioni con il 9,8%. Questo dato mostra come in quest'ultimo settore i prodotti e servizi nuovi per il mercato abbiano un'incidenza minore rispetto a quanto avviene nel settore dei Servizi.

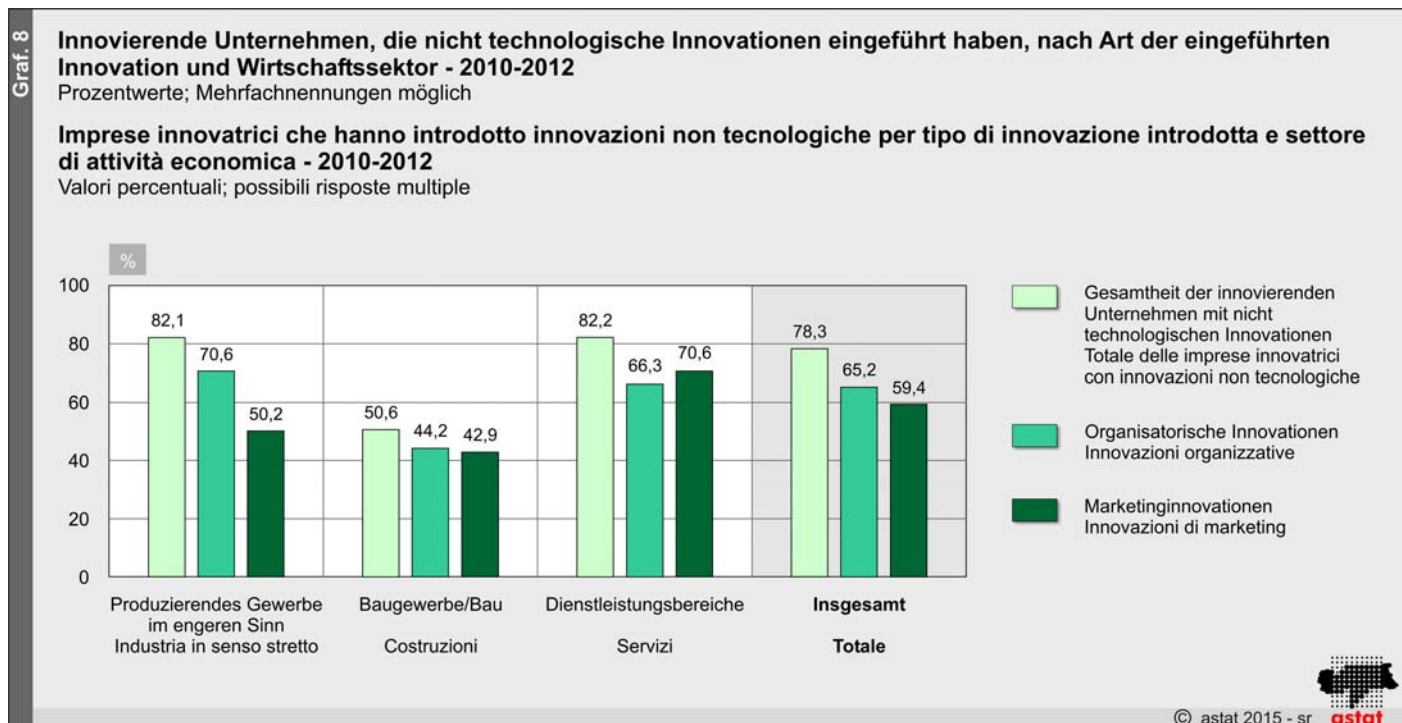
Tali percentuali assumono tutt'altro significato se si considera anche la quota di fatturato che si investe in innovazione. A fronte di un investimento dell'1,9% di fatturato in innovazione, si ha un ritorno economico, derivante dai nuovi prodotti, pari al 20,6% del volume d'affari⁽³⁾.

78,3% der Südtiroler innovierenden Unternehmen setzen auf organisatorische Innovation und/oder Marketinginnovation

Il 78,3% delle imprese innovatrici altoatesine ha adottato nuove soluzioni organizzative e/o di marketing

Zwischen 2010 und 2012 haben 78,3% der innovierenden Unternehmen auch nicht technologische Innovationen eingeführt (im Vergleich zu 50,9% der italienischen innovierenden Unternehmen). Dabei überwiegen die organisatorischen Neuerungen (65,2%) gegenüber den Marketinginnovationen (59,4%).

Tra il 2010 e il 2012 il 78,3% delle imprese innovatrici ha implementato anche innovazioni non tecnologiche (contro il 50,9% di quelle italiane); tra queste, si è registrata una maggiore inclinazione ad introdurre trasformazioni in campo organizzativo (65,2%) rispetto all'implementazione di innovazioni di marketing (59,4%).



(3) Es wurden der Umsatz 2012, die Innovationsausgaben für dasselbe Jahr und der Umsatzanteil, der auf Innovationsprozesse im Zeitraum 2010-2012 zurückgeführt werden kann, bewertet. Si è valutato il fatturato 2012, la spesa per l'innovazione dichiarata per lo stesso anno e la parte di fatturato 2012 riconducibile ad un processo di innovazione nel triennio 2010-2012.

Betrachtet man die einzelnen Sektoren, so zeigt sich, dass vor allem innovierende Unternehmen der *Dienstleistungsbereiche* und des *Produzierenden Gewerbes im engeren Sinn* auch nicht technologische Innovationen einführen (82,2% bzw. 82,1%). Demgegenüber führt nur jedes zweite innovierende Unternehmen des *Baugewerbes* (50,6%) auch Innovationen im Bereich Organisation und Marketing durch.

Ähnlich verhält es sich mit der Verteilung von organisatorischen Neuerungen und Marketinginnovationen. Während 66,3% der Unternehmen der *Dienstleistungsbereiche* organisatorische Innovationen und 70,6% Marketinginnovationen durchführen, sind es beim *Produzierenden Gewerbe im engeren Sinn* 70,6% bzw. 50,2% und im *Baugewerbe* 44,2% bzw. 42,9%.

Considerando i singoli settori, si evidenzia come soprattutto le imprese innovatrici dei *Servizi* e dell'*Industria in senso stretto* introducano anche innovazioni non tecnologiche (rispettivamente 82,2% ed 82,1%). Al contrario, solo un'impresa su due nel settore delle *Costruzioni* (50,6%) adotta innovazioni anche in ambito organizzativo e di marketing.

La situazione è simile anche per ciò che riguarda la distribuzione di innovazioni organizzative e di marketing. Mentre il 66,3% delle aziende nel settore dei *Servizi* intraprende misure di innovazione organizzativa e il 70,6% innovazione di marketing, per il settore *Industria in senso stretto* i valori sono rispettivamente pari al 70,6% e al 50,2%, mentre nelle *Costruzioni* sono il 44,2% e il 42,9% .

Starke Preiskonkurrenz als größtes Hindernis für die Innovationstätigkeit

Die Unternehmen (mit Innovationstätigkeit und ohne) betrachten die starke Konkurrenz aufgrund des Preises als das größte Hindernis für die Innovationstätigkeit (95,6%). Daneben spielen auch die Kosten eine entscheidende Rolle: 91,5% der Unternehmen

La forte concorrenza sui prezzi è il maggior ostacolo all'innovazione

Le imprese (innovative e non) considerano la forte concorrenza sul prezzo come il più grande ostacolo per l'innovazione (95,6%). Anche i costi assumono un ruolo decisivo: il 91,5% delle imprese ritiene che gli oneri amministrativi e burocratici dell'innovazione sia-

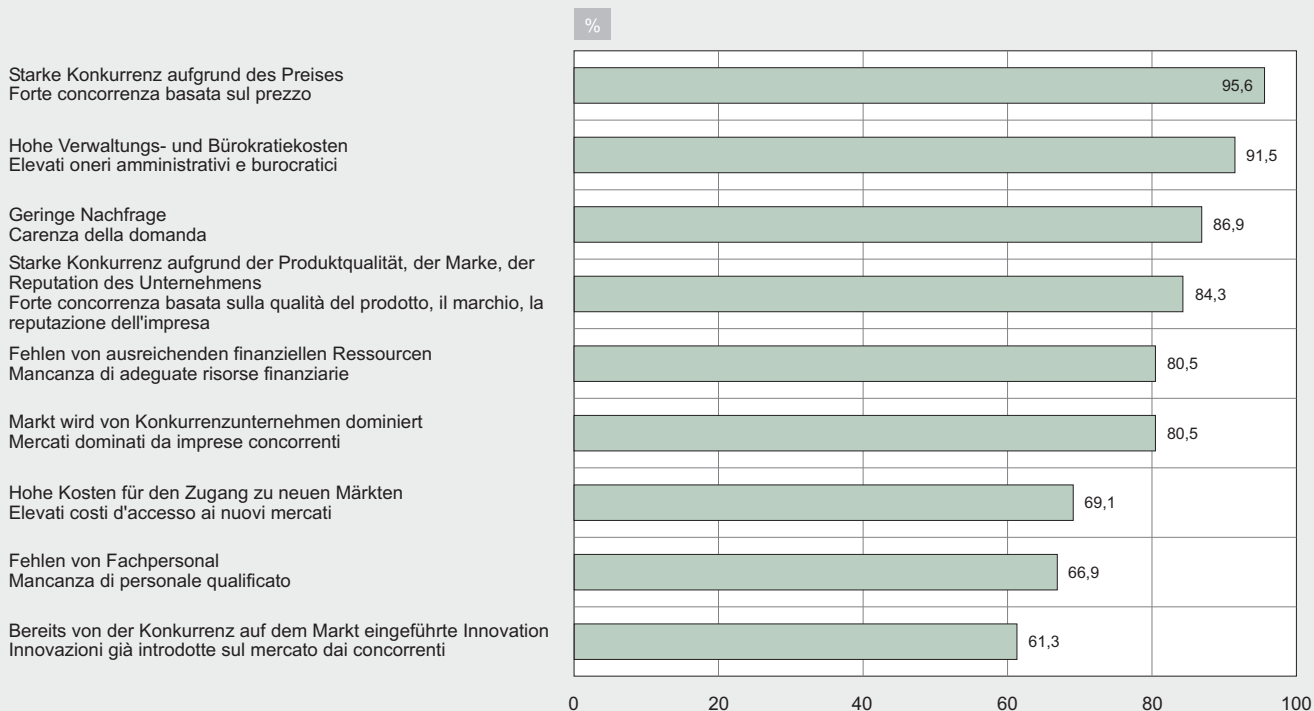
Graf. 9

Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten, welche die folgenden Hindernisse bezüglich der Innovationstätigkeit als wichtig einstufen - 2010-2012

Prozentwerte; Mehrfachnennungen möglich

Imprese con almeno 10 addetti che considerano importanti i diversi fattori di ostacolo all'innovazione per tipo di ostacolo e attività economica - 2010-2012

Valori percentuali; possibili risposte multiple



halten die Verwaltungs- und Bürokratiekosten für Innovationen für zu hoch und für 80,5% fehlen unternehmenseigene Finanzmittel, um einen Innovationsprozess zu starten. Das mit 86,9% am dritthäufigsten genannte Hindernis ist die geringe Nachfrage am Markt.

Innovationstätigkeit der Südtiroler Unternehmen nimmt tendenziell leicht ab

Im folgenden Abschnitt wird ein Vergleich der Innovationstätigkeit der Südtiroler Unternehmen im Zeitverlauf von 2006-2012 vorgenommen, wobei auf die innovierenden Unternehmen, die Innovationsausgaben der Unternehmen sowie den Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz eingegangen wird.⁽⁴⁾ 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%). 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 seit dem Jahr 2008 kontinuierlich gestiegen (von 33,1% auf 33,7% auf 35,5%). 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 2010 und 2012 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 2012 sind Venetien (43,5%), Friaul (41,1%), Piemont (39,2%) und die Lombardei (39,1%).

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

no troppo elevati e l'80,5% valuta le risorse finanziarie interne insufficienti ad avviare un processo di rinnovamento. Il terzo ostacolo citato (86,9%) è la carenza di domanda di innovazione da parte del mercato.

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 2006-2012, 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.⁽⁴⁾ 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%). 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 come da nuova definizione è costantemente aumentata dal 2008 (dal 33,1% al 33,7% e poi al 35,5%). 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 2010 e il 2012 è sceso molto più rapidamente rispetto a quanto avvenuto in provincia di Bolzano, dove invece si è registrato un lieve incremento durante questo periodo. Le regioni con la quota di imprese innovatrici più elevata nel 2012 sono risultate Veneto (43,5%), Friuli (41,1%), Piemonte (39,2%) e Lombardia (39,1%).

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. La spesa per

(4) Zur Vereinfachung und besseren Lesbarkeit wird im Folgenden jeweils nur das letzte Erhebungsjahr der Dreijahreszeiträume 2006-2008, 2008-2010 und 2010-2012 angeführt. Die Werte beziehen sich aber immer auf den gesamten Erhebungszeitraum.

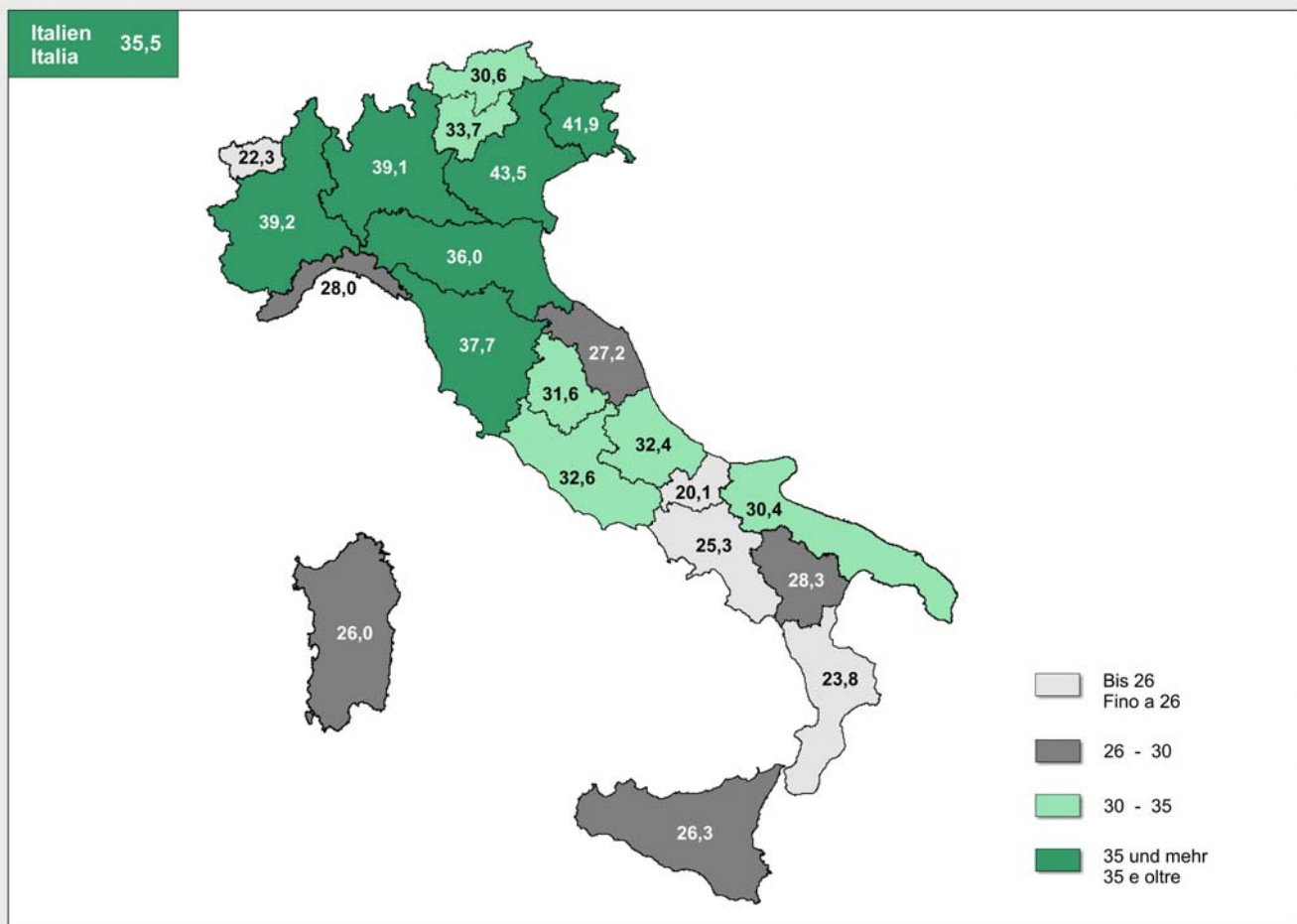
Per semplificare e rendere più leggibile il testo viene indicato solamente l'ultimo anno dei trienni 2006-2008, 2008-2010 e 2010-2012. I valori si riferiscono comunque sempre sull'intero periodo di rilevazione.

Innovierende Unternehmen nach Region - 2010-2012

Prozentwerte

Imprese innovatrici per regione - 2010-2012

Valori percentuali



© astat 2015 - sr



Millionen Euro und 2012 knapp 215 Millionen Euro. Auch die Ausgaben je Beschäftigten haben sich kontinuierlich verringert (von 7.103 Euro 2008 auf 6.799 Euro 2010 auf 6.321 Euro 2012).

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. Verglichen mit dem gesamtstaatlichen Niveau ergibt sich dabei, dass die Ausgaben insgesamt und pro Beschäftigten in Südtirol zwischen 2010 und 2012 deutlich weniger gesunken sind als in Italien.

Der Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz der Südtiroler Unternehmen mit Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen stieg zwischen 2008 und 2010 von 23,1% auf 28,0% bevor er 2012 auf 20,6% zurückging. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch für den Anteil der für den Markt neuen Produkte und Dienstleistungen, welcher zwischen 2008

abhängig ist und ebenfalls kontinuierlich abnimmt (von 7.103 Euro im Jahr 2008 auf 6.799 Euro im Jahr 2010 bis hin zu 6.321 Euro im Jahr 2012).

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. In Alto Adige tra il 2010 e il 2012 sia le spese totali che quelle per addetto sono diminuite in maniera significativamente minore 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 aumentata tra il 2008 ed il 2010 dal 23,1% al 28,0%, salvo poi ridiscendere al 20,6% nel 2012. Un quadro simile emerge anche per la percentuale relativa ai prodotti ed ai servizi nuovi per il mercato, i quali tra il 2008 ed il 2010

und 2010 von 12,6% auf 14,2% wuchs und 2012 wieder leicht sank (14,0%). Diese Entwicklungen sind unter anderem auf die Abnahme der Innovationsausgaben der Südtiroler Unternehmen zurückzuführen, deren Anteil am Umsatz sich zwischen 2010 und 2012 von 2,5% auf 1,9% verringerte.

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 von 2010 auf 2012 weitaus stärker gesunken (von 12,0% auf 7,6%) als bei den Südtiroler Unternehmen und macht nur mehr knapp die Hälfte deren Anteils aus.

Anmerkungen zur Methodik

Die vorliegende Studie veröffentlicht die Hauptergebnisse der europäischen Erhebung über Innovation in den Unternehmen des Produzierenden Gewerbes und der Dienstleistungsbereiche CIS 2012 (Community Innovation Survey). In Südtirol führt das ASTAT diese Erhebung durch. Die Daten, welche mit einem Online-Fragebogen erhoben werden und den Dreijahreszeitraum 2010-2012 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 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 2010-2012 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 2.028 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

sind die Werte von 12,6% auf 14,2% und 2012 wieder leicht sank (14,0%). Diese Entwicklungen sind unter anderem auf die Abnahme der Innovationsausgaben der Südtiroler Unternehmen zurückzuführen, deren Anteil am Umsatz sich zwischen 2010 und 2012 von 2,5% auf 1,9% verringerte.

Lo sviluppo della percentuale di ricavi creata da nuovi prodotti e servizi sul totale è stata simile anche a livello italiano, anche se con grandi oscillazioni. La percentuale di nuovi prodotti e servizi sul mercato delle vendite totali è scesa tra il 2010 e il 2012 in modo più accentuato (dal 12,0% al 7,6%) rispetto a quella delle imprese altoatesine ed ammonta a quasi la metà di quella fatta registrare dalle imprese della provincia di Bolzano.

Nota metodologica

Il presente studio diffonde i principali risultati della rilevazione europea sull'innovazione nelle imprese industriali e dei servizi CIS 2012 (Community Innovation Survey), condotta in Alto Adige dall'ASTAT. Le informazioni, rilevate mediante questionario online e riferite al triennio 2010-2012, 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 un elevato grado di comparabilità con i corrispondenti dati di innovazione in tutto il SEE.

La lista di riferimento per le unità campionate è l'Archivio statistico delle imprese attive (ASIA). Il campione della rilevazione riferito al triennio 2010-2012 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 2.028 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 ca-

der Endgewichte wurden die direkten Gewichte anhand der Gesamtwerte der bekannten gesamten Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen kalibriert (Quelle ASIA).

Weiterführende Informationen

Für eine Vertiefung des Themas Innovation stellt das Landesinstitut für Statistik im Internet weitere Tabellen bereit:

[Tabellen Innovation 2010-2012](#)

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 Koordinierung 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 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.

librati tramite i totali noti del numero complessivo di imprese e addetti (fonte ASIA).

Ulteriori Informazioni

Per approfondimenti sul tema innovazione l'Istituto provinciale di statistica mette a disposizione su internet ulteriori tabelle:

[Tabelle innovazione 2010-2012](#)

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" 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.

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 2012 nicht abgeschlossen wurden und die Unternehmen, die im Bezugszeitraum der Erhebung Innovationsprojekte in Angriff genommen, aber diese mit Ende 2012 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 2012 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 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.

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 2012; le imprese che nel triennio di riferimento dell'indagine hanno avviato progetti di innovazione che sono stati poi abbandonati alla fine del 2012.

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 2012 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 mercato 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.

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 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).

Innovationen 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 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 Timon Gärtner und Martin Telser, Tel. 0471 41 84 51.

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 Timon Gärtner e Martin Telser, tel. 0471 41 84 51.

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).