

Lo rileva la School of Management del Polimi: investono di più le imprese aperte all'esterno

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Pmi familiari, ricerca in stallo

Un'azienda su dieci mette a bilancio spese per l'innovazione

Pagina a cura
di **ANTONIO LONGO**

Tra il 2020 e il 2024 le Pmi familiari italiane hanno aumentato del 17% gli investimenti in ricerca e sviluppo. In particolare, lo hanno fatto le realtà aziendali con una quota minore di proprietà in mano alla famiglia, e pertanto più "aperte" all'esterno, e che operano sull'asse industriale Nord-Est, tra Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna. Ma soltanto una Pmi su 10 mette a bilancio spese di ricerca e sviluppo e nel quadriennio 2020/2024 il numero si è ridotto dell'11%. È lo scenario delineato in seno al report *"L'innovazione delle piccole e medie imprese familiari italiane: misurarla, valorizzarla e raccontarla"*, realizzato all'interno del **Progetto IF!** (Imprese Familiari, Innovazione, Futuro) del gruppo **Innovation strategy&Family business** della **PoliMi School of Management** e redatto in collaborazione con il **Centre for young and family enterprise** dell'**Università degli Studi di Bergamo**, con **Fondazione PwC Italia** come strategic partner e **Assolombarda** e **Vistage** come partner.

L'analisi riguarda oltre 6.300 imprese a controllo familiare, con fatturato tra 20 e 150 milioni di euro. «Le Pmi familiari rappresentano il cuore del sistema socio-economico italiano e presidiano molti settori che trainano il Made in Italy nel mondo», osserva **Emanuela Rondi**, direttrice del Progetto IF!. «Eppure, sono ai margini del dibattito sull'innovazione, che si concentra su start-up, grandi gruppi tecnologici e centri di ricerca. Noi, invece, abbiamo voluto occuparcene e ingaggiarle, scoprendo che innovano molto più di quanto i loro bilanci lascino intuire: si tratta per lo più di miglioramenti incrementali, soluzioni nate sul campo, collaborazioni con clienti e fornitori che gli strumenti standard catturano solo in parte. Per capire davvero occorre integrare lo

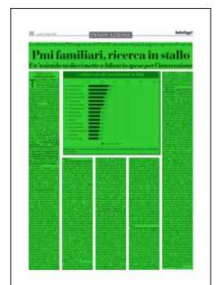
studio dei dati numerici con l'ascolto diretto dei protagonisti. Da questa lettura emergono le tre sfide su cui si gioca il futuro delle Pmi familiari: misurare l'innovazione, per poterla gestire; valorizzarla, trasformandola in un vantaggio competitivo che porta a un risultato economico; comunicarla, per non perdere parte del valore potenziale. Senza dimenticare il tema generazionale: è nel dialogo tra chi guida l'impresa e chi subentra che si gioca buona parte della partita».

Nei settori più tecnologici si investe di più. Dalla lettura del rapporto emerge che, relativamente alla distribuzione della spesa, le imprese tra 11 e 50 anni di età generano quasi l'80% della R&S, mentre le più giovani e le più mature investono assai meno. In termini relativi, la propensione a investire in R&S sembra più alta nel Mezzogiorno che nel Nord industriale. Infatti, la Puglia è in testa con il 15,9% di Pmi innovative, seguono Sardegna 14,9%, Lazio 12%, Campania 10,4%, Piemonte 10,1%, Veneto 9,1%. la Lombardia, in cima al campione con 163 imprese innovatrici, si ferma sotto il valore medio nazionale di circa 9,9%. In realtà, le imprese nei distretti settentrionali molta innovazione è relazionale e di filiera e dunque non risulta a carico delle singole imprese. I settori con la più alta concentrazione di aziende che investono in R&S si confermano quelli a maggiore intensità tecnologica: i veicoli a motore e i loro componenti (30,8%), seguiti da software e servizi Ict (28,6%), elettronica e ottica (27,1%), meccanica strumentale (24,3%) farmaceutica e apparecchi elettrici (entrambi 23,1%). In questi comparti, il brevetto e la spesa in R&S sono elementi imprescindibili di protezione dell'innovazione.

In base al Family Pmi innovation index, elaborato dagli analisti, le prime 100 imprese conducono sia investimenti in ricerca e sviluppo sia attività brevettuale, si concentra-

no nella fascia di età 26-50 anni (aziende mature di seconda o terza generazione) e dal punto di vista geografico e settoriale sono estremamente connotate: Lombardia (27), Veneto (22) ed Emilia-Romagna (13). Mentre nel Mezzogiorno sono quasi del tutto assenti. Sul piano settoriale, la dominanza è ancora più netta: il solo comparto dei macchinari conta 44 imprese e i primi cinque settori, tutti nell'orbita meccanica e metallurgica, coprono il 71% del totale, mostrando un baricentro industriale ben preciso.

Le imprese "aperte" effettuano più investimenti. Come rilevano gli analisti, nelle Pmi familiari più innovative la quota di proprietà in mano alla famiglia è mediamente più bassa che nel resto del campione. Da ciò si evince che l'apertura a capitali e competenze esterne si associa a una maggiore intensità innovativa. Ma, in base agli esiti della ricerca, una quota significativa di imprese eccelle pur restando interamente controllata dalla famiglia. I brevetti rilevati si concentrano in poco più di un quarto delle aziende del campione e l'86,5% al momento dell'analisi non aveva ricevuto alcuna citazione. Si tratta, dunque, di portafogli brevettuali con funzione prevalentemente difensiva, ossia proteggere prodotti e processi dall'imitazione, più che propositiva. Le imprese riconoscono che innovare oggi richiede di aprirsi a manager esterni, a partner di filiera, a università e reti territoriali ma ciò è frenato dalla forte attenzione al business quotidiano, dal timore di condividere le competenze e dalla difficoltà a dialogare con interlocutori dell'ecosistema che "parlano lingue diverse". Le realtà più aperte sono quelle che hanno intrapreso un processo di formalizzazione della governance, con deleghe concrete da parte della proprietà. Quanto alla comunicazione digitale, quasi 7 imprese su 10 possiedono un profilo LinkedIn e circa 6 su 10 lo presidiano con regolarità (l'11,5% è in-



vece silente e non lo aggiorna da anni), ma gli aspetti legati all'innovazione emergono solo in 1 post ogni 8, aprendo spazi competitivi a chi sa raccontare la propria spinta innovativa.

IA ancora poco strategica. Il ricorso all'intelligenza artificiale da parte delle Pmi familiari risulta ancora limitato, sono infatti poche le imprese che considerano le nuove tecnologie in materia come una scelta strategica, partendo dai dati e dai processi. In generale, l'IA viene intesa come uno strumento per proteggere e valorizzare il capitale umano, in particolare per non disperdere il know-how nel ricambio generazionale. L'adozione è spesso spontanea e "dal basso" da parte dei dipendenti che la utilizzano di propria iniziativa e in maniera non strutturata. Un rischio diffuso è quello di trattarla come un problema puramente tecnologico e non come una revisione strategica trasversale dei processi.

Brevetti concentrati in pochissimi. Gli esperti hanno "contato" 75.406 brevetti, riconducibili a 1.730 pmi fami-

liari, quindi poco più di un quarto (27%) del campione. In base all'analisi effettuata, le imprese brevettanti a più alta crescita tendono a essere giovani, di dimensione patrimoniale più bassa e localizzate in territori dove il tessuto innovativo è meno denso ma, forse proprio per questo, offre maggiori spazi di espansione. In dettaglio, la Lombardia ospita 567 imprese brevettanti, confermandosi di gran lunga la regione leader, seguita da Veneto (298) ma con lo score qualitativo mediano che è il più elevato tra le grandi regioni (10,57 contro il 7,65 della Lombardia), Emilia-Romagna (209, score 9,38), Piemonte (130) e Toscana (114). A queste cinque regioni si affiancano realtà di dimensione intermedia come Lazio (77 imprese), Campania (62), Marche (58), Puglia (44), Trentino-Alto Adige/Südtirol (41), Friuli Venezia-Giulia (34 imprese, ma con uno score mediano di 10,15, il terzo a livello nazionale) che chiudono la classifica delle prime undici. La discrepanza rilevata, in quantità e qualità, tra le regioni italiane indica, a giudizio

degli analisti, che il contesto territoriale non influenza solo la probabilità di brevettare ma anche la capacità di produrre brevetti ad alto impatto citazionale, un aspetto collegato alla densità delle reti di ricerca, alla prossimità a università e centri tecnologici e alla qualità delle filiere innovative locali. Relativamente ai macro-settori, la manifattura high-tech domina sia per numero di imprese brevettanti (772) sia per intensità brevettuale, con un portafoglio mediano di 19 brevetti per azienda. Seguono manifattura tradizionale (531 imprese, 8 brevetti medi), commercio all'ingrosso (191 e 5), costruzioni ed energia (66 e 6), servizi e altro (103 e 4) e commercio al dettaglio e auto (65 e 3). Come si legge nel report, la forbice tra i due cluster manifatturieri e il resto del campione suggerisce che la propensione a brevettare non è solo più frequente nell'industria, ma strutturalmente più intensa nel segmento ad alta tecnologia, dove le strategie di protezione della proprietà intellettuale assumono un ruolo competitivo centrale.

— © Riproduzione riservata — ■

