

Executive Summary

L'innovazione è un “sistema” complesso di trasferimento di conoscenze e di apprendimento tecnologico che coinvolge e ridefinisce le relazioni tra “produttori” e “utenti”, sia in termini di mercato che di risposte a fenomeni sociali.

Partendo da tale prospettiva questo rapporto entra dentro la complessità del “fenomeno innovazione” delle imprese emiliano-romagnole in una fase cruciale di ridefinizione delle modalità con cui il mercato e la società, nell'era digitale e circolare, spingono a progettare, produrre e distribuire prodotti e servizi, secondo nuovi parametri di efficienza, rapidità, condivisione, complessità tecnologica e ricchezza delle informazioni coinvolte.

Il fenomeno innovativo delle imprese dell'Emilia-Romagna è allo stesso tempo un fenomeno organizzativo interno all'azienda e di relazioni complesse con l'ecosistema di fornitori, clienti, utenti, tecnologie e informazioni che permettono di generare valore e che abilitano l'impresa a partecipare a reti regionali e globali e talvolta ad assumere una posizione di controllo e di leadership.

Il valore generato è un “valore di ecosistema” perché nasce all'interno della complessità del trasferimento di informazioni e tecnologie che caratterizza le reti tra produttori e fornitori e produttori e utenti.

Tale ecosistema di relazioni e di generazione di valore, soprattutto grazie alla digitalizzazione dei processi, conferisce centralità all'”economia dei servizi” in cui è fondamentale sia la capacità di progettare nuovi prodotti nell'ottica di integrazioni complesse di prodotto e servizio per tutto il ciclo di vita del prodotto, sia la costante prossimità con il cliente in termini di progettazione, innovazione e assistenza.

Le imprese emiliano-romagnole, secondo un campione di 2046 imprese, presentano quattro profili innovativi¹: **le imprese leader** (27% delle imprese del campione e 48% degli addetti delle imprese del campione) con una capacità elevata di governare il nuovo paradigma della prossimità all'interno dell'ecosistema di relazioni con fornitori e clienti, anche con capacità di utilizzare reti internazionali e tecnologie avanzate; **le imprese proattive** (23% delle imprese del campione e 21% degli addetti complessivi) che non detengono una leadership tecnologica di settore ma lavorano costantemente sullo sviluppo innovativo di prodotti e servizi; **le imprese adattive** (15% delle imprese del campione e 8% del totale addetti) che hanno un profilo di “inseguimento” dell'innovazione in relazione ai cambiamenti che avvengono nel proprio settore e nel mercato; **le imprese tardive** (33% delle imprese del campione e 21% del totale addetti) che mostrano un ritardo di “sintonizzazione” con il fenomeno innovativo che interessa le filiere globali e le altre imprese regionali, mostrando una vulnerabilità più probabile anche nella perdita di valore.

¹ Per il 2% delle imprese campionate non è possibile determinare il profilo innovativo.

I profili innovativi si differenziano soprattutto su tre dimensioni chiave: la **cultura** innovativa all'interno dell'azienda, il ruolo della prossimità e del **territorio** per i processi di innovazione, l'adozione di **nuove tecnologie** per il governo della complessità interna all'azienda e di filiera.

Il profilo delle leader e delle proattive è fortemente correlato con la capacità di essere competitivi nell'economia dei servizi, dove digitalizzazione, prossimità con il cliente e cultura innovativa si fondono.

Ciò che misura la distanza tra una impresa tardiva ed una leader in Regione è infatti la capacità delle leader di adeguare la propria cultura organizzativa ad un cambio di paradigma di "costante e continua innovazione" per ridurre la distanza con il cliente/utente, in chiave di co-progettazione, digitalizzazione della *supply-chain* e rapidità degli scambi.

La lettura dei profili dell'innovazione aiuta a leggere anche le possibili traiettorie di evoluzione della "specializzazione intelligente" regionale, ovvero la prospettiva di nuove possibili vie di scoperta e applicazione di idee innovative, coinvolgendo più imprese e più settori.

Il ruolo strategico del sistema economico emiliano-romagnolo, storicamente forte di proprie vocazioni manifatturiere resta elevato anche all'interno della nuova "economia digitale dei servizi". Non si tratta, infatti, di anteporre il "servizio" al "prodotto", bensì di comprendere come la produzione regionale riesca a mantenere e rafforzare la propria leadership globale, come evidenziato dai dati sull'export, attuando una transizione di più imprese da profili di ritardo a posizioni di innovazione attiva e leadership, grazie all'adozione di soluzioni organizzative improntate allo stimolo per la circolazione di idee innovative, l'adozione di soluzioni tecnologiche di "avvicinamento e monitoraggio" tra fasi produttive e fasi di filiera, politiche regionali di sempre maggior supporto alla collaborazione tra ricerca, produttori e utenti.

Poco più della metà del sistema produttivo emiliano-romagnolo è oggi ben sintonizzato con le sfide di innovazione lanciate dal mercato e dalla società. Un terzo del sistema risulta in ritardo ma ha le basi su cui poter innestare azioni correttive di carattere organizzativo e per essere ricettivo rispetto al supporto ai processi innovativi che possono essere alimentati a livello regionale e nazionale. La sfida del prossimo decennio è quella di aumentare, da una parte, la leadership tecnologica del sistema regionale e, dall'altra, la partecipazione all'innovazione anche di imprese oggi in ritardo.

Le azioni di supporto che possono essere rafforzate alla luce delle evidenze raccolte riguardano:

- la transizione tecnologica da profili di ritardo a profili tecnologici avanzati;
- la digitalizzazione delle *supply chains* e delle fasi di *value chains* localizzate in regione;
- la circolarità, con attenzione all'efficacia di una ri-progettazione dell'intero ciclo di vita del prodotto/servizio;

- il ruolo del sistema R&D regionale (Research and Technology Organisations, Atenei, Rete Alta tecnologia, Clust-ER) a supporto di azioni “orizzontali” di transizione tecnologica e “verticali” di prossimità con la domanda e il cliente finale, in una logica di “service innovation” e incremento del valore lungo la *value chain*.