PRESENTAZIONE DI ANDREA BONACCORSI

AL FORUM:

“I PROTAGONISTI DEL MERCATO E GLI SCENARI PER GLI ANNI 2000”

16, 17 e 18 marzo 2007
“Villa d’Este” – Cernobbio (Como)

Riprodotta da Ambrosetti-The European House per esclusivo uso interno.

Forum Internazionale Confcommercio

Cernobbio 16-18 marzo 2007

Cosa sappiamo sulla innovazione nei servizi?

Prof Andrea Bonaccorsi

Università di Pisa

a.bonaccorsi@gmail.com

Lettura convenzionale dei servizi

Servizi sottratti alla competizione internazionale (“non tradable”)
Bassa produttività
Scarso progresso tecnico
Prevalenza di non innovatori
Terziario innovativo solo se al servizio della produzione

Lettura post-anni ’90

Terziario da esportazione
Crescita della produttività
Crescita della domanda
Modello peculiare di innovazione

Spesa totale in innovazione in percentuale sul fatturato, UK (1997)

Settore	%	Settore	%
Ricerca e sviluppo	46.7	Trasporto su acqua	3.0
Ausiliari degli intermediari finanziari	25.5	Hotel e ristoranti	2.0
Affitto macchinari	17.0	Servizi immobiliari	1.8
Servizi alle imprese	12.2	Costruzioni	1.3
Servizi informatici	12.2	Commercio al dettaglio	1.1
Riciclaggio	5.8	Elettricità, gas e acqua	0.9
Commercio all'ingrosso	4.9	Trasporto aereo	0.7
Intermediari finanziari	4.5	Vendita di motori	0.6
Assicurazioni	3.8	Rifiuti	0.5
Poste e telecomunicazioni	3.7		
Trasporto su terra	3.0	Media	6.8

Paese	**Quota %**
Canada	**37**
Norvegia	**32**
Danimarca	**32**
Australia	**28**
Stati Uniti	**19**
Regno Unito	**19**
Olanda	**19**
Italia	**19**
Spagna	**18**
Irlanda	**13**
Finlandia	**13**
Svezia	**12**
Francia	**11**
Germania	**4**
Giappone	**4**
Media OCSE	**15**

Quota della spesa privata in ricerca e sviluppo svolta nei servizi

Fonte: elaborazione da dati OCSE

Cosa sappiamo sul modello di innovazione nei servizi?

Non formalizzazione della Ricerca e Sviluppo come attività separata
- nel tempo ("prima" della produzione)
- nello spazio (responsabilità individuata)

Innovazione diffusa e informale

Coinvolgimento del personale di front-end nelle idee innovative

Forte interazione con i clienti/ utilizzatori

Interazione prodotto-servizio (*encapsulation*)

Estrema eterogeneità dei modelli di innovazione nelle imprese

Ruolo decisivo dell'IT

Importanza del contesto esterno:
- regolazione pubblica
- cultura dell'innovazione
- accettazione sociale delle innovazioni

Tipologie di imprese terziarie in riferimento al modello di innovazione

Technology users (gestione rifiuti, trasporti su terra e su mare, sicurezza, pulizia, servizi finanziari di base, servizi legali, commercio): 80% delle imprese, 50% occupazione. Assorbimento della innovazione da altri settori (manifatturiero).

Interactive services (pubblicità, assicurazione, banche, hotel, ristoranti): 25% occupazione. Innovazione informale sviluppata in collaborazione con gli utilizzatori

Science and technology drive services (ricerca e sviluppo, ingegneria, software, calcolo, servizi finanziari avanzati). 5% occupazione ma 30% della spesa in innovazione

Technical consultancy services (consulenza, design industriale). Combinazione di ricerca e sviluppo e interazione spinta con il cliente

Fonte: Evangelista e Savona (1998)

	Manufacturing	Servizi
Orientamento della tecnologia	Technology push	Technology pull trainato dai clienti
Fonti di conoscenza	R&S in-house	Fonti esterne
Cycle time della innovazione	Breve	Medio-lungo (tranne servizi ICT)
Impatto sul prodotto	Performance tangibile	Performance intangibile
Protezione	Brevetti Forte protezione	Copyright/ open model of innovation

Limiti dei modelli di riferimento

Modello concettuale dell'innovazione nato e coltivato totalmente all'interno del paradigma industriale manifatturiero

Ma nella realtà:

Studio *National Academies of Engineering* (2005) sull'impatto della ricerca accademica in cinque settori:

- Networking and Communications
- Medical Devices and Equipment
- Aerospace
- Financial Services
- Transportation

Decisivo nei primi tre (industria), trascurabile negli ultimi due (servizi)!

Non esiste la categoria "servizi" nel finanziamento della ricerca applicata

Non esistono discipline scientifiche, riviste (ma vedi *Economia dei Servizi* come eccezione!), convegni periodici

Esperienza italiana nella innovazione nei servizi esportabili

Successi	Debolezze
Servizi connessi a prodotti tangibili • Franchising (Benetton, Sisley) • Industrial design (Pininfarina, Artemide) • Servizi alimentari (Illy, Lavazza) • Agriturismo **Servizi connessi a tecnologie** • Ricaricabile (TIM) • Reti di scommesse (Lottomatica)	**Servizi di gestione di grandi reti** • Catene alberghiere • Ristorazione di qualità (Adrian Ferran) • Catene di locali (Starbuck) • Entertainment (Gardaland) • Logistica distributiva • Reti di aeroporti • Acqua **Servizi ad alta intensità di conoscenza** • Consulenza • Auditing • Musei

Limiti della capacità nazionale di innovazione nei servizi

• Limiti alla competizione in alcuni settori

• Bassa capacità di "**replicazione**" di modelli immateriali di successo

• Bassa capacità di **astrazione** (analisi, rappresentazione, misurazione) e successiva **ingegnerizzazione** dei processi sottostanti alla unicità dell'esperienza di consumo del servizio

Bisogno di maggiore investimento in ricerca
- nei servizi
- sui servizi

Contributi di ricerca

A. Progettazione dei servizi

- Team di analisi funzionale (fase concettuale della innovazione, prima delle specifiche)
- Piattaforma strutturata con >5.000 verbi funzionali in area di ingegneria dei prodotti
- Estensione ai servizi

B. *Efficienza dei servizi*

- Problema di eterogeneità nei produttori di servizi- difficile confrontare l'efficienza
- Tecniche di analisi non parametrica robusta
- Confronti tra "pari" con software interattivi