



Studio qualitativo sulla percezione dei progetti d'innovazione di Innosuisse da parte delle PMI

Sintesi del rapporto all'attenzione di Innosuisse

Lucerna, 8 gennaio 2026

| Autrici e autori

Stefan Rieder, Dr. (gestione del progetto)
Tobias Arnold, Dr. (collaborazione al progetto)
Christof Schwenkel, Dr. (collaborazione al progetto)
Clément Bourdin (collaborazione al progetto)
Laetitia Vigneron (collaborazione al progetto)

| INTERFACE Politikstudien

Forschung Beratung SA

Seidenhofstrasse 12
CH-6003 Lucerna
Tel +41 (0)41 226 04 26

Rue de Bourg 27
CH-1003 Losanna
Tel +41 (0)21 310 17 90

www.interface-pol.ch

| Committente

Innosuisse

| Citazione suggerita

Rieder, Stefan; Arnold, Tobias; Schwenkel, Christof; Bourdin, Clément; Vigneron, Laetitia (2025): Studio qualitativo sulla percezione dei progetti d'innovazione di Innosuisse da parte delle PMI. Rapporto all'attenzione di Innosuisse, Interface Politikstudien Forschung Beratung, Lucerna.

| Durata

Da luglio 2025 a gennaio 2026

| Riferimento del progetto

Numero del progetto: 25-079

Sintesi

| Obiettivo e metodo

Lo studio ha analizzato come aumentare il numero di piccole e medie imprese (PMI) che presentano una domanda a Innosuisse per un progetto d'innovazione. Sono stati esaminati i fattori favorevoli e quelli ostacolanti sulla base di 46 interviste qualitative. Sono state intervistate PMI con domande approvate o respinte e anche imprese che non hanno mai presentato domande. Nel sondaggio non sono state interpellate le start-up.

| Risultati chiave

Notorietà e percezione: Innosuisse è poco conosciuta tra le PMI (punteggio medio 3,5 su 6; 2,4 tra i non clienti). Anche le PMI con esperienza nelle domande di finanziamento conoscono il più delle volte un solo strumento di promozione. Le informazioni vengono reperite principalmente tramite partner di ricerca, il sito web è utilizzato appena. Innosuisse gode di una buona reputazione tra le PMI intervistate, che ne attestano un alto livello di professionalità. In alcuni casi, tuttavia, Innosuisse è ritenuta un'istituzione burocratica e orientata soprattutto alle grandi imprese.

Progetti d'innovazione: La notorietà dell'offerta di promozione è piuttosto bassa (valore medio inferiore a 4 su 6). Tuttavia, si reputa che Innosuisse abbia un alto valore aggiunto. Le PMI ritengono che le risorse finanziarie di Innosuisse permettano innovazioni ad alto rischio e alleggeriscano i costi di R&S. Tra gli scogli citati vi sono l'elevato carico di lavoro richiesto per la presentazione delle domande, la mancanza di risorse e la dipendenza dal partner di ricerca. Le condizioni di finanziamento e i criteri di valutazione sono considerati comprensibili, ma per le PMI il contributo in contanti e le prestazioni proprie rappresentano un onere.

Comportamento innovativo: Per le PMI intervistate l'innovazione riveste una grande importanza strategica (punteggio medio 4,9 su 6). Le innovazioni incrementali sono predominanti, mentre gli approcci radicali sono piuttosto costosi e rischiosi. Proprio nel caso di questi ultimi, i finanziamenti di Innosuisse possono essere cruciali per la loro messa in atto. I progetti d'innovazione si situano solitamente nella fascia media a sei cifre. Molte PMI intervistate segnalano che, dopo aver concluso con successo un progetto di Innosuisse, devono affrontare la sfida dell'ingresso sul mercato e dell'implementazione nello stesso (scaling up, marketing, finanziamento).

Condizioni quadro: L'andamento economico o delle condizioni quadro difficili, come gli elevati dazi doganali USA in vigore durante le interviste, hanno un impatto eterogeneo: per alcune PMI, delle condizioni quadro difficili rappresentano un incentivo all'innovazione. Per altre, costituiscono un freno, in quanto richiedono delle misure di riduzione dei costi. La concorrenza è unanimemente considerata un motore dell'innovazione.

| Raccomandazioni

Sulla scorta dei risultati ottenuti, formuliamo le seguenti raccomandazioni:

- *Raccomandazione 1:* Bisogna accrescere la notorietà di Innosuisse come istituzione in generale e dell'offerta di promozione in modo particolare. Ciò vale in particolare per le PMI che portano avanti innovazioni incrementali e innovazioni che esulano dai settori tecnico-scientifici. A tal fine occorre puntare maggiormente sulla comunicazione personale e sulla comunicazione attraverso le reti di imprese (associazioni, gruppi di interesse, reti regionali).
- *Raccomandazione 2:* Occorre una comunicazione specifica per il gruppo target per aumentare la notorietà tra le PMI che tendono a essere poco inclini alla ricerca.
- *Raccomandazione 3:* La disponibilità delle PMI a dare più visibilità ai propri progetti deve essere sfruttata ai fini di una comunicazione mirata al gruppo target specifico.
- *Raccomandazione 4:* Le condizioni di finanziamento e i criteri di valutazione vanno sostanzialmente mantenuti.
- *Raccomandazione 5:* Andrebbe presa in esame una promozione specifica e diretta per determinate PMI.
- *Raccomandazione 6:* Andrebbe valutata la possibilità di fornire consulenza individuale e a bassa soglia di accesso a PMI che non conoscono affatto Innosuisse e i suoi servizi. A tal fine, il mentoring per l'innovazione può fungere da punto di partenza, dovrebbe essere però pubblicizzato meglio.
- *Raccomandazione 7:* Il sostegno di Innosuisse in relazione alle spin-off innovative dovrebbe essere esaminato più approfonditamente.