

presenza di eventuali criteri soggettivi di selezione per gli annunci di nuovi prodotti e dell'ammontare delle spese a carico dell'impresa per la pubblicazione. La valutazione della qualità dei giornali selezionati appare, inoltre, critica a causa della mancanza di un censimento analitico degli stessi. Non vengono infatti impiegati giornali scientifici, per i quali non è proponibile un metro di valutazione relativamente oggettivo quale l'impact factor. D'altra parte gli indicatori basati sul conteggio delle innovazioni *market-level* sono in grado di fornire una misura anche dell'innovazione introdotta nell'area dei servizi, fenomeno difficilmente rilevabile tramite l'impiego dei brevetti.

Il passaggio successivo alla scelta delle riviste, consistente nella valutazione delle innovazioni selezionate dal dataset di giornali, è l'aspetto cruciale della metodologia analizzata. Rispetto ai brevetti viene infatti a mancare completamente il filtro applicato dagli uffici brevettuali, a garanzia delle caratteristiche di novità e originalità. Vista l'impossibilità di estendere le ricerche a livello globale, l'unica possibilità è il ricorso a un gruppo di esperti informati sullo stato della disciplina in specifici settori. La selezione di tale gruppo può costituire un elemento di possibile distorsione dei risultati finali.

L'impiego di esperti provenienti dall'area della ricerca universitaria potrebbe indurre uno sbilanciamento, dal punto di vista delle valutazioni, verso le innovazioni che presentano caratteristiche di prossimità con la ricerca di base. Corrispondentemente, un panel di valutatori costituito da ricercatori appartenenti a imprese private mostra delle limitazioni legate alla specifica formazione, e approccio scientifico, dei tecnici chiamati a esprimere un giudizio. Quest'ultimo problema si accentua notevolmente nel caso di innovazioni di prodotto che presentino una effettiva trasversalità settoriale.

Una volta identificata con buona approssimazione una nuova innovazione, non è scontata la procedura per la sua assegnazione a una specifica area geografica, o settore industriale. Per quanto riguarda l'ambito industriale di appartenenza, Kleinknecht *et al.* (1993) sono ricorsi al codice Sic dell'impresa innovatrice, ma tale metodologia appare debole nel caso di grandi imprese operanti su differenti settori. Per ragioni analoghe risulta difficoltoso associare una nuova invenzione a una specifica area geografica non essendo in possesso di informazioni riguardo la localizzazione dei laboratori